श्रीराम वेंकटरामन

दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया

UCLPRESS

दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया

हम क्यों पोस्ट करते हैं

प्रकाशित और आगामी शीर्षक

दक्षिणपूर्वी टर्की में सामाजिक मीडिया एलिसबत कोस्टा
उत्तर चिली में सामाजिक मीडिया नेल हैन्स
ग्रामीण चीन में सामाजिक मीडिया टॉम मैक्डोनाल्ड
एक अंग्रेजी गाँव में सामाजिक मीडिया डेनियल मिल्लर
फेसबुक पर दृष्टिगत करना डेनियल मिल्लर और जोळींना सिनानं
दक्षिण इटली में सामाजिक मीडिया रज़वान निकोलेस्क्यू
ट्रिनिडाड में सामाजिक मीडिया जोळींना सिनानं
विकासशील ब्राज़ील में सामाजिक मीडिया जूलियानो स्पयेर
दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया श्रीराम वेंकटरामन
औद्योगिक चीन में सामाजिक मीडिया सिन्यूअन वांग
दुनिया ने जैसे सामाजिक मीडिया को बदल दिया डेनियल मिल्लर और अन्य
अधिक जानकारी केलिए : www.ucl.ac.uk/ucl-press
हम क्यों पोस्ट करते हैं

दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया

श्रीराम वेंकटरामन

UCLPRESS

२०१७ में पहले प्रकाशित करनेवाला
यूसीएल प्रेस
यूनिवर्सिटी कॉलेज ऑफ़ लंडन
गोवर स्ट्रीट
लंडन WC1E ६बत
मुफ्त में डाउनलोड केलिए मौजूद: www.ucl.ac.uk/ucl- प्रेस
पाठ श्रीराम वेंकटरामन
छवियाँ लेखक और कॉपीराइट धारक जो अनुशीर्षक पर हैं.
इस ग्रन्थ केलिए एक सीआईपी सूची रिकॉर्ड ब्रिटिश लाइब्रेरी से उपलब्ध है.
यह ग्रन्थ क्रिएटिव कॉमन एट्रीब्यूशन नॉन-कमर्शियल नॉन-डेरीवेटिव ४.० अंतर्देशीय लाइसेंस (CC BY-NC-ND 4.0) के तहत प्रकाशित किया गया है. यह लाइसेंस आपको लेखक और प्रकाशक के आरोपण को स्पष्ट रूप से प्रदान करके इस कार्य को व्यक्तिगत और गैर-व्यापारिक उपयोग केलिए शेयर, कॉपी, वितरित और संचारित करने देता है. एट्रीब्यूशन में निम्नलिखित विवरण होना अनिवार्य है.

श्रीराम वेंकटरामन, दक्षिण भारत में सामाजिक मीडिया. लंदन, यूसीएल प्रेस, २०१७.
https://doi.org/10.14324/111.9781787354913
CC BY लाइसेंस पर अधिक जानकारी http://creativecommons.org/licenses/by/4.0 पर उपलब्ध है.

ISBN: 978–1–78735–491–3
DOI: https://doi.org/10.14324/111.9781787354913

अनुवादक के बारे में....

यह ग्रन्थ के हिंदी अनुवादक कुमारी.प्रियदर्शिनी हैं. ये तमिलनाडु के कोयम्बत्तूर शहर में रहती हैं. इन्होने कॉमर्स में अधिस्नातक और कंप्यूटर साइंस में अधिस्नातक डिप्लोमा के साथ तमिल, हिंदी और अंग्रेजी आदि भाषाओँ में प्रवीणता पाकर अपने जीवन को कॉमर्स के सहायक प्रोफेसर के काम से शुरू किया. इसके बाद इन्होने भारतीय स्टेट बैंक में नियुक्त होकर कई जगहों में और कई पदों में काम की हैं.

बैंक से स्वैच्छिक सेवानिवृत्ति लेने के बाद, इन्होने अपने बहुभाषी क्षमता से अनुवादन (translation), उपशीर्षक लगाना (subtitling) और निर्वचन (interpretation) करना शुरू की है. अपने उत्कृष्ट कार्य के कारण, ये, यूनिवर्सिटी कॉलेज ऑफ़ लंदन के इन अनुवाद और उपशीर्षक कार्यों के अलावा, गेट्स फाउंडेशन, मलेशिया में पूज्य श्री श्री रविशंकर का आश्रम सैमक्या और मलेशिया तमिल संगम आदि मशहूर संस्थाओं के साथ काम की हैं. इनसे संपर्क करने केलिए: priyakm16@gmail.com

हम क्यों पोस्ट करते हैं श्रृंखला का परिचय

यह ग्रन्थ ११ शीर्षक की श्रृंखला में एक है. नौ प्रबंध ब्राज़ील, चिली, चीन, इंग्लैंड, भारत, इटली, ट्रिनिडाड और टर्की आदि कार्य-क्षेत्रों पर परायण है. वे २०१६-१७ में प्रकाशित किये जाएँगे. श्रृंखला में यह ग्रन्थ भी शामिल है, जो हमारे सभी निष्कर्षों पर एक तुलनात्मक ग्रन्थ है और अंग्रेजी कार्य-क्षेत्र में फेसबुक पर पोस्ट किये जाते इन दृश्यों का अंतिम ग्रन्थ है जो हमारे ट्रिनिडाड के क्षेत्र में मौजूद के विपरीत होते हैं.

जब हम लोगों से कहते हैं कि हम ने दुनिया भर के सामाजिक मीडिया पर एक ही शीर्षक के उपयोग करके (अध्याय ५ के सिवा) नौ प्रबंध लिखे हैं, वे संभावित दुहराव पर चिंतित हो जाते हैं. मगर, अगर आप इनमे से कई ग्रंथों को पढ़ने का निश्चय करेंगे, (और हम बहुत आशा करते हैं कि आप उसको करें), आप को पता चलेगा कि यह उपकरण बिल्कुल विपरीत को दिखाने में मददगार है. हर ग्रन्थ विभिन्न शीर्षक पर होने के जैसे व्यक्तिगत और विशिष्ट होता है.

यह शायद सबसे एकल निष्कर्ष नहीं है. इंटरनेट और सामाजिक मीडिया के सबसे अधिक अध्ययन हमारे अनुसन्धान के उन तरीकों पर आधारित है जो मानता है कि हम विभिन्न समूहों के बीच सामान्यीकरण कर सकते हैं. हम ट्वीट के बारे में एक जगह में देखते हैं और ट्विटर के बारे में लिखते हैं. हम एक आबादी में सामाजिक मीडिया और दोस्ती पर परीक्षण करते हैं, और इस शीर्षक पर ऐसे लिखते हैं जैसे दोस्ती का मतलब सभी आबादियों केलिए एक ही है. एक ही शीर्षक के साथ नौ ग्रंथों के प्रकाशन करने से, आप खुद ही इसका निर्णय कर सकते हैं कि किन प्रकार के सामान्यीकरण संभव या असंभव है.

हमारा इरादा सकारात्मक या नकारात्मक रूप से सामाजिक मीडिया का मूल्यांकन करना नहीं है. बदले में उद्देश्य शिक्षात्मक है, और इसका प्रदान करता है कि सामाजिक मीडिया को हर स्थान, स्थानीय मूल्यांकन मौजूद होते स्थानीय परिणाम पर क्या होता है.

हर ग्रन्थ उस १५ महीने के शोध पर आधारित है जिस समय में सबसे अधिक मानवविज्ञानी स्थानीय भाषा के द्वारा ही रहकर बातचीत कर रहे थे. फिर भी वे सामाजिक विज्ञान के ग्रन्थ को लिखने के प्रमुख परिपाटी से अलग होते हैं. पहले, वे सामाजिक मीडिया के शैक्षिक साहित्य से संलग्न नहीं होते. सभी नौ ग्रंथों पर एक ही जैसे विवाद करना बहुत दोहराव होगा. इसके बदले इन नौ साहित्यों के विवाद इस इकलौते, सम्पूर्ण तुलनात्मक ग्रन्थ में मिलता है. दूसरा, ये निबंध तुलनात्मक नहीं हैं, जो इस ग्रन्थ का प्रधान

कार्य है. तीसरा, आम जनता के सामाजिक मीडिया पर अत्यधिक शौक होने के कारण, हम ने एक अभिगम्य और खुली शैली में लिखने की कोशिश की हैं. इसका मतलब है कि इन निबंधों ने ऐतिहासिक लेखन के बहुत ऐसे सामान्य माध्यम को अपनाया है जिसमे सभी व्यापक शैक्षिक समस्याओं के सभी उद्धरण और विवादों को समाप्ति नोट में रखा जाता है.

हम विश्वास करते हैं कि आप परिणामों के उपभोग करेंगे और इसके अलावा हमारे तुलनात्मक ग्रन्थ को भी पढ़ेंगे - और शायद कुछ दूसरे निबंधों को भी.

अभिस्वीकृति

यह ग्रंथ मेरे डाक्टरल अनुसंधान (२०१२-१६) का उत्पाद है जो मानवविज्ञान विभाग, यूनिवर्सिटी कॉलेज ऑफ़ लंदन में होते समय चलाया गया. यह अनुसन्धान 'सामाजिक मीडिया के वैश्विक प्रभाव पर एक अध्ययन' (ग्लोबल सोशल मीडिया इम्पैक्ट स्टडी - जीएसएमआईएस) नाम के, जो लोकप्रिय रूप से 'हम क्यों पोस्ट करते हैं - सामाजिक मीडिया का मानवविज्ञान' कहा जाता था, विशाल परियोजना का एक अंग था और यह दुनिया भर में आठ अलग देशों पर नौ विभिन्न कार्य-क्षेत्रों में सामाजिक मीडिया के प्रभाव को समझने पर समर्पित था. यह यूरोपियन रिसर्च कौंसिल और मानवविज्ञान विभाग, यूसीएल के उदार वित्तीय सहायता के बिना संभव नहीं हुआ होगा (ग्रांट-एआरसी-२०११-एडीजी-२९५४८६ सोकनेट).

मैं विशिष्ट रूप से अपने उपदेशक और अध्यक्ष प्रोफ डेनियल मिल्लर और अपने परियोजना के दल: एलिसाबेट्टा कोस्टा, नेल हैन्स, टॉम मैक्डोनाल्ड,रज़वान निकोलेस्कु, जोलिन्ना सिनानं, जुलिआनो स्पयेर और दो अद्भुत परियोजना प्रबंधक पास्कल सेअरले और लौरा हापीओ-किर्क के प्रति आभारी हूँ, जो सब इस परियोजना की अवधि पर एक सहयोगी के रूप में शुरू करके बहुत करीबी साथी बन गए. मैं अपने दूसरे अध्यक्ष लुसिया मिखेलम, जो मानवविज्ञान विभाग में संकाय-सदस्य हैं, और अपने डाक्टरल छात्र के दल को, पूरे अनुसंधान पर उनके प्रोत्साहन और बहुमूल्य सुझाव केलिए, कृतज्ञ हूँ.

मैं अपने क्षेत्र अध्यक्ष अनुपम दास, जो आईआईएम, कोलिकॉड के हैं, को भी, क्षेत्र कार्य के समय में सभी प्रदान किये गए प्रोत्साहन केलिए, परन्तु विशिष्ट रूप से एक भारतीय अनुसंधान आचारनीति समिति के सविन्यास के समयानुकूल सहायता केलिए, जिसके बिना मेरा क्षेत्र कार्य शुरू तक नहीं हुआ होगा, कृतार्थ हूँ. मैं हमारे अवैतनिक सहअनुसंधानकरता, निम्मी रंगस्वामी, को इस ग्रंथ केलिए बहुमूल्य प्रस्ताव प्रदान करने केलिए ही नहीं, लेकिन हमारे क्षेत्र कार्य के समय में उनके सूक्ष्म परिज्ञान केलिए धन्यवाद देता हूँ. मैं विशिष्ट रूप से कला श्रीन - सीसीएचडी चेन्नई, जो साउथ इंडियन रिसर्च वीडियोस में अवैतनिक सहअनुसंधानकरता और फिल्म निर्माता हैं, को ऋणग्रस्त हूँ, जिनकी मदद के बिना मेरे अनुसंधान का दृश्य अंग अधूरा रहा होगा.

मैं अपने पूर्व उपदेशक प्रोफ. गोविंद रेडडी को इस सारी परियोजना पर उनके पैनी दृष्टि के सलाह और प्रोत्साहन केलिए आभार प्रदर्शित करता हूँ. मैं हरिप्रिया नरसिम्हन, एस वेंकटरामन, अपर्णा, एन वेंकटरामन, अर्चना, अनुषा, सिस्टर लॉर्थी मेरी, मर्लिन, चित्रा, शालिनी, प्रीति, पद्मलता, सीतालक्ष्मी, जननी, पाण्डियराज, गुणानिधि, पद्मावती सेतुरामन, ज्ञानी संकरन, एस सुमति, एम पि दामोदरन, ग्रेस, जगन, रॉय बेनेडिक्ट नवीन, अस्मा,

प्रियदर्शिनी कृष्णमूर्ति, विष्णु प्रसाद, जिल रीस, मुरली षण्मुखवेलन और जी बी योगेस्वरन की सहायता और समर्थन केलिए भी कृतज्ञ हूँ.

मैं यूसीएल प्रेस को भी इस ग्रंथ को एक हस्तलेख से तैयार उत्पाद के रूप में परिवर्तन करने में मदद करने पर आभारी हूँ. मेरे अज्ञातकृत मुखबिरों के बिना यह अनुसंधान असंभव हुआ होगा. अपने ऑफलाइन और ऑनलाइन जीवन को मेरे साथ साझा करने में उनकी निष्ठा, समय, क्षमा और उत्साह केलिए मैं अत्यंत कृतज्ञ हूँ.

नोट:

सभी चार नक़्शे गूगल एअर्थ के स्क्रीनशॉट होते हैं जो कार्य-क्षेत्र और विकास के मापक को प्रदर्शन करने के इरादे से हैं. (गूगल एअर्थ के गैर-व्यापारिक उपयोग - https://www.google.co.uk/permissions/geoguidelines.html)

क्षेत्र-कार्य अप्रैल २०१३ से अगस्त २०१४ तक चलाया गया. उस समय तमिलनाडु की मुख्य मंत्री कुमारी जे जयललिता थी. परन्तु, ५ दिसंबर २०१६ पर कुमारी जे जयललिता और ७ अगस्त २०१८ पर श्री एम करूणानिधि के देहांत के बाद तमिलनाडु के राजनैतिक स्थिति में परिवर्तन हो गया है.

विषय-सूची

आंकड़ों की सूची xiii
अनुक्रमणिका की सूची xiv

1. पंचग्रामी और उसकी जटिलता 1

2. सामाजिक मीडिया का परिदृश्य: लोग, उनके अनुभूति और सामाजिक मीडिया पर उपस्थिति 22

3. दृश्य पोस्टिंग: ज़ारी स्थान 50

4. रिश्ते: सामाजिक मीडिया पर नातेदारी 92

5. घर को काम पर लाना : कार्य - गैर-कार्य सीमाओं के धुँधलापन में सामाजिक मीडिया की भूमिका 123

6. व्यापक दुनिया: एक ज्ञान अर्थव्यवस्था में सामाजिक मीडिया और शिक्षा 153

7. समापन: सामाजिक मीडिया और उसके निरंतर असरलता 178

टिप्पणियाँ 189
उद्धरण 209
सूचक 221

आंकड़ों की सूची

आंकड़ा 1.1	पंचग्रामी के एक आकाशीय दृश्य (गूगल एअर्थ मैप)	7
आंकड़ा 1.2	२००२ में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)	10
आंकड़ा 1.3	२०१० में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)	11
आंकड़ा 1.4	२०१४ में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)	11
आंकड़ा 1.5	१९८० के दशक में पंचग्रामी के एक चित्रकार का चित्रलेखन	12
आंकड़ा 1.6	२०१४ में पंचग्रामी	12
आंकड़ा 1.7	२०१४ में पंचग्रामी पर इरुला की बस्ती	17
आंकड़ा 2.1	सोशल नेटवर्किंग साईट - मध्य वर्ग	36
आंकड़ा 2.2	सोशल नेटवर्किंग साईट - निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग	37
आंकड़ा 3.1	एक मॉल में फोटो यात्रा	51
आंकड़ा 3.2	फेसबुक में पोस्ट की गयी पारिवारिक तस्वीर	52
आंकड़ा 3.3	एक सहा-अभिनेता के साथ अभिनेता विजय	53
आंकड़ा 3.4	अम्मन - हिन्दू देवी माँ	55
आंकड़ा 3.5	व्यक्तिगत उपलब्धि को प्रदर्शन करनेवाला फोटोग्राफ	56
आंकड़ा 3.6	एक सार्वजनिक स्थान पर पारिवारिक घोषणा	57
आंकड़ा 3.7	'वीरम' फिल्म में अभिनेता अजीत	60
आंकड़ा 3.8	'पुलि' फिल्म में अभिनेता विजय	60
आंकड़ा 3.9	सिनेमा: अभिनेता अजीत और विजय के विभिन्न चेहरे	62
आंकड़ा 3.10	सिनेमा: पूर्व अभिनेता एमजीआर (एम जी रामचंद्रन) के विभिन्न चेहरे	63
आंकड़ा 3.11	सिनेमा: अभिनेत्री नयनतारा, अनुष्का और नज़रिया	64
आंकड़ा 3.12	राजनीति: डॉ.करूणानिधि और श्री स्टालिन	66
आंकड़ा 3.13	राजनीति: डॉ. अंबेडकर की प्रतिमा को हार पहनाना	67
आंकड़ा 3.14	राजनीति: दलित नेता तिरुमावलवन	68
आंकड़ा 3.15	राजनीति: सामाजिक मामलों पर व्यंग्यपूर्ण और उपहासात्मक मिमी	69
आंकड़ा 3.16	राजनीति: विजयकांत पर ट्रोल करने का एक उदाहरण	70
आंकड़ा 3.17	व्यक्तिगत: 'मेरे पर केंद्रित है!'	72
आंकड़ा 3.18	व्यक्तिगत: 'प्रदर्शन तस्वीरों पर 'स्नेहशील' ट्रॉल्लिंग	72
आंकड़ा 3.19	व्यक्तिगत: 'यह आप क्या करते हैं, इसके बारे में हैं!'	74

आंकड़ा 3.20	व्यक्तिगत: स्थिति को दिखानेवाला पृष्टभूमि	76
आंकड़ा 3.21	व्यक्तिगत: एक समूह में स्वयं (दोस्तों)	77
आंकड़ा 3.22	व्यक्तिगत: एक समूह में स्वयं (परिवार)	78
आंकड़ा 3.23	'बीचवाले': शुभकामना के साथ भगवान गणेश की छवि	80
आंकड़ा 3.24	'बीचवाले': दैनिक बधाई के साथ शाब्दिक मिमी	81
आंकड़ा 3.25	'बीचवाले': प्रेरक या धार्मिक उद्धरण के साथ छवियाँ	82
आंकड़ा 3.26	'बीचवाले': दृश्यों के साथ दैनिक बधाई	82
आंकड़ा 3.27	'बीचवाले': विद्याशंकर के भगवान कृष्ण की छवि	84
आंकड़ा 3.28	'बीचवाले': एक व्हाट्सप्प समूह में सुधाश्री की प्रार्थना	84
आंकड़ा 3.29	मिश्रण: एक चर्च के व्हाट्सप्प समूह से जीसस क्राइस्ट की छवि	86
आंकड़ा 3.30	मिश्रण: एक ही अपार्टमेंट परिसर पर केंद्रित व्हाट्सप्प समूह का एक प्रेरक मिमी	86
आंकड़ा 3.31	मिश्रण: व्हाट्सप्प के एक दोस्तों के समूह में 'पूणडू पुल्लिकोलंबु'	87
आंकड़ा 3.32	मिश्रण: फेसबुक से एक सुन्दर मिमी	88
आंकड़ा 3.33	मिश्रण: एक पसंदीदा अभिनेता, धनुष, एक अनुरागी के फेसबुक पृष्ट से	89
आंकड़ा 3.34	मिश्रण: एक सहकर्मचारी को आगे बढ़ाया गया हास्यात्मक मिमी	89
आंकड़ा 4.1	एक ठेठ निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के परिवार में फोन का स्वत्व	98
आंकड़ा 5.1	कार्य प्रणाली असत्याभास	130
आंकड़ा 6.1	एक अंतर-स्कूल नेटवर्किंग साइट का लॉग-इन पृष्ट	174

अनुक्रमणिका की सूची

अनुक्रमाणिका 3.1	पंचग्रामी के दृश्यों से संबंधित फेसबुक मैट्रिक्स	60

1
पंचग्रामी और उसकी जटिलता

अप्रैल २०१३ ग्रीष्म ऋतु के एक गर्मी दोपहर में, सेल्वा नाम के एक २४ वर्ष का युवा आदमी, जो अपने परिवार का पहला ग्रेजुएट सामाजिक मीडिया पर अपने अनुभव का बयान करने केलिए सड़क के किनारे के चाय की दूकान पर मुझसे मिला. उसने चार साल पहले, जब वह कॉलेज में था, पहली बार फेसबुक का खोज की और तब से व्हाट्सप्प का भी पता लगाया. उसने ट्विटर का भी प्रयोग किया, लेकिन वहाँ उसका ठहर अल्पकालिक ही था. वह मंच से धमकाया गया और कहा गया कि ट्वीट करने और अनुयाईयों को पाने केलिए तुझको एक अंग्रेजी 'पीटरी' (अंग्रेजी के उपयोग में एक दिखावटी केलिए एक बोलचाल वाक्यांश) होना चाहिए.

सेल्वा ने कहा कि वह फेसबुक और व्हाट्सप्प से जितना प्यार करता है. उसने इसपर डींग मारा कि उसने जैसे फेसबुक में सहेलियों को इकट्ठा किया है, जिनमे कुछ काफी घनिष्ट हो गई हैं कि उनकी बातचीत फेसबुक से व्हाट्सप्प पर चले गए हैं. पूरी बातचीत में उसने अपने निजी जीवन पर सामाजिक मीडिया के सकारात्मक प्रभाव पर प्रशंसा करता रहा.

दो महीनों के बाद, मगर, सेल्वा ने अपने फेसबुक के खाते को बंद किया था और सिर्फ व्हाट्सप्प द्वारा बात कर रहा था. जब हम उसी चाय की दूकान पर मिले, उसने फेसबुक पर अपने जीवन और परिवार की प्रतिष्ठा को बिगाड़ने केलिए अभिशाप दिया. कुछ हफ्ते पहले ही, उसको पता चला था कि उसकी छोटी बहन, जो १७ साल की एक हाईस्कूल छात्रा थी, उसके यूनिवर्सिटी के एक सहपाठक, जो कनिष्ट था, के साथ प्रेम के रिश्ते में थी: वह छात्र भाई-बहन से अलग जाति[1] के समूह का भी था. दोनों ने सेल्वा के फेसबुक प्रोफाइल के द्वारा मिलकर दोस्ती बनायी थी. जब सेल्वा के माँ-बाप और विस्तृत परिवार को इसका पता चला, उन्होंने उसको अपनी बहन को सामाजिक मीडिया पर रहने केलिए प्रोत्साहन करने केलिए निंदा की. उसके परिवार ने उसकी बहन के प्रेम को परिवार और जाति के सम्मान पर अनादर समझा. अपने भाग केलिए, क्रुद्ध सेल्वा ने फेसबुक पर अपने और अपनी बहन के खाते को बंद कर दिया.

सेल्वा ने विलाप किया कि उसको अपने रिश्तेदारों और दोस्तों की बात सुनना चाहिए था जो उसको अपनी बहन को एक मोबाइल फोन या फेसबुक पर अभिगम करने देने के खिलाफ चेतावनी दी थी. उन्होंने उससे कहा था कि अपनी बहन को दूसरी जाति के युवा आदमियों के 'प्रेम प्रसंगयुक्त पकड़' से रक्षा करना उसका प्राथमिक कर्तव्य था

जो ऐसे आलोचनीय महिलाओं की खोज में थे. उन्होंने उससे यह भी कहा था कि एक आदर्श युवा अविवाहित तमिल महिला ऐसे खतरनाक मंच पर एक मोबाइल फोन के साथ नहीं देखा जायेगी.

एक हफ्ते के बाद, एक महँगे काफी शॉप में, चाय की दूकान से एक सौ यार्ड के दूर पर, विजया, जो बिसवां साल के बीच के एक सॉफ्टवेयर पेशेवर है, सामाजिक मीडिया पर अपने यात्रा का व्याख्या की. वह विवाहित थी और उसका दो साल का एक बच्चा था और दूसरे बच्चे केलिए पांच महीने की गर्भवती थी. वह एकाधिक सामाजिक मीडिया के मंचों पर थी, फेसबुक और ट्विटर में कुछ निष्क्रिय खातों और व्हाट्सप्प और लिंकडइन में अधिक सक्रीय खातों के साथ. व्हाट्सप्प ने उनके परिवार को संबंध में रखता था जबकि लिंक्डइन उसके व्यावसायिक रुचि पर ध्यान रखता था. अपने बच्चे को अपने कार्य-क्षेत्र के निकट के एक बालवाड़ी में छोड़ना विजया केलिए अपराध का स्रोत था, क्योंकि वह उसके सांस-ससुर के आदर्श माँ की आशा के विरोध था. उसको पता चला कि बालवाड़ी, जो आईटी क्षेत्र के माँ-बाप की अधिक सेवा करता था, एक अतिरिक्त शुल्क पर दिन भर बच्चों पर घंटेवार व्हाट्सप्प अद्यतन का सेवा प्रदान करता था. उसने तुरंत इस सेवा को चुन लिया, क्योंकि दिन भर उसकी बेटी जो करती है उसका पता लगाना उसके अपराध को कम कर दिया और अपने बच्ची को व्हाट्सप्प के द्वारा निरीक्षण करने दिया.

यह ग्रन्थ एक शहरी ग्रामीण स्थान पर सामाजिक मीडिया के १५ महीने के नृवं-शविज्ञान[2] का कथात्मक वर्णन है, जो तमिलनाडु में चेन्नई शहर के पास में हैं. दक्षिण भारत का यह क्षेत्र एक सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी) क्रांति के कारण गाँव से एक शहरी परिदृश्य पर तेज़ी से परिवर्तन हो रहा है, जो इस शताब्दी के मोड़ में शुरू हुआ जब सरकार ने पांच ग्रामों के बीच आईटी क्षेत्र की सेवा केलिए एक विशेष आर्थिक क्षेत्र का स्थापित करने का निश्चय किया. हम अब से इस जगह को 'पंचग्रामी'[3] कहेंगे, जिस व्यवस्था में परिपाटी आधुनिकता से मिली और स्थानीय का मुलाखात वैश्विक के साथ हुआ. सामाजिक मीडिया के अध्ययन को एक ऐसी व्यवस्था से संबंध करना उचित लगा जिसमे नए आईटी हब नाम के, भारत में आधुनिकता के प्रतिष्ठित उदाहरणों में से एक शामिल था.

पंचग्रामी की जनसंख्या लगभग ३०,००० है. यह १४,००० लम्बी-अवधि के ग्राम निवासी, जो अपने वंशावली को इस स्थान में देखते हैं, के साथ १६,००० नव बसे निवासी का संघटित करता है, बादवालों में आईटी और उनके संबंधी सेवा क्षेत्र में काम करनेवाले, उद्यमियों और रोजगार के अवसर मांगनेवाले अन्य अकुशल मजदूर का दल आदि हैं. इन स्थायी निवासी के अलावा, पंचग्रामी २००,०००[4] अस्थायी आबादी का भी सेवा करता है, जो आईटी और अन्य सेवा क्षेत्र में काम करने केलिए सफर करते हैं, जिनमे आईटी कर्मचारियों की सेवा करनेवाले भी शामिल है.

इस स्थान को चुनने की कल्पना में एक था कि यह दो अलग आबादी के सामाजिक मीडिया के उपयोग के भेद को मुझे समझने देगा: आईटी के कर्मचारी और लम्बी-अवधि के प्रवासी गाँववाले. जबकि पहले शहरीय, काफी समृद्ध और सामाजिक मीडिया के निपुण उपयोगकर्ता समझे जानेवाले बन चुके हैं, बादवाले, ग्रामीण, कम समृद्ध और नए प्रौद्योगिकों के उपयोग में नौसिखिया हैं. मगर, मानवविज्ञान के शुरू के साथ, यह शीघ्र ही स्पष्ट हुआ कि दोनों समूह में सामाजिक मीडिया का उपयोग वास्तव में लिंग, रिश्तेदारी,

उम्र, जाति, वर्ग, धर्म आदि सामाजिक श्रेणियों से प्रभावित परिपाटी के गहरी परतों से शासित किये जाते हैं और सिर्फ आईटी कर्मचारी और गाँववालों के सतही विरोधाभास से नहीं. ऐसी परिपाटी और उनको बनाए रखनेवाले सामाजिक श्रेणी पंचग्रामी के निवासी के दैनिक जीवन पर गहरी रूप से जड़े हुए हैं और यह सामाजिक मीडिया पर भी ज़ारी रहता है.

सेल्वा का मामला इसका व्याख्या की कि जैसे उसने जाति, पारिवारिक सम्मान, 'आदर्श' स्त्रीत्व के बारे में प्रवचन और अत्यंत पुरुषत्व[5] के विचार आदि को अपने ऑफलाइन दुनिया से सामाजिक मीडिया के ऑनलाइन दुनिया तक ले चला. इसी प्रकार, विजया के मामले में उसने आदर्श मातृत्व की आशाओं के साथ थी और व्हाट्सप्प द्वारा माँ बनने से उसको पूरा करने की कोशिश की. इस अनुसंधान का असली इरादा शायद इन दोनों मामलों के आईटी कर्मचारी (विजया) और गाँववाले (सेल्वा) के बीच के अंतर को दर्शाने केलिए उपयोग किये जाने तक ले जा सका है. मगर, समानता का एक गहरी परत इन दोनों मामलों को संपर्क करता है. लोग अपने ऑफलाइन परिपाटियों को सामाजिक मीडिया पर लाते हैं, चाहे वह लिंग, रिश्तेदारी, उम्र, जाति, धर्म, वर्ग आदि के रूप में हो. परिपाटी काफी हद तक सामाजिक मीडिया पर मानचित्र किये जाते हैं और उसमे साबित किये जाते हैं, इस प्रकार ऑफलाइन सामाजिक श्रेणियां ऑनलाइन में भी दर्शाये जाते हैं. ऑनलाइन एक ऐसा भी जगह है जहाँ सामाजिक मीडिया के व्यक्ति अपने सामाजिक समूहों को अपने साथ लाने का प्रयास करते हैं, उदाहरण केलिए दोस्तों और रिश्तेदार. इस प्रकार करने में, वे सामाजिक मीडिया को एक सामूहिक मीडिया के रूप में प्रदर्शन करते हैं, और व्यापक दुनिया को वे जैसे प्रामाणिक भारतीय परिपाटी को कायम रखते हैं, इसे दिखाने केलिए उसपर निष्पादन करते हैं.

इस ऑफलाइन और ऑनलाइन स्थानों के बीच की समानता का इरादा[6] भारतीय सन्दर्भ में नया नहीं है: वास्तव में समानता के दावाओं स्वयं ही भारतीय ब्रह्माण्ड संबंधी विचार के मूल भाग हैं. यह नागमणि के मामले स्पष्ट किया जाता है, जो पंचग्रामी में एक हार्डवेयर दूकान के ५६ उम्र का मालिक है. नागमणि ने छः वर्ष पहले अपने तीसरे बेटे को कैंसर के कारण खो दिया और उनके बेटे की मृत्यु के छठा सालगिरह के समय अनुष्ठान में मृत आत्मा केलिए भोजन का आम पेशकश, जो 'पड़याल' जाना जाता है, शामिल था. तो भी भोजन के केले के पत्ते के पास, रोचक घडी, 'सिन्थॉल' सुगन्धित साबुन[7], धूप के चश्मे, एक 'पार्कर' बॉलपॉइंट कलम, और एक 'एक्स' डियोडरंट[8] आदि सामान थे. नागमणि ने व्याख्या की कि ये सब उनके बेटे के प्रिय वास्तु हैं, जिनकी आवश्यकता उसको अपने पुनर्जन्म में भी होगा. अगर समूह में एक विश्वास का स्थान और समय के पार करने की योग्यता होता - इस दुनिया से पुनर्जन्म तक या गाँव से शहर तक[9] - यह आश्चर्य की बात नहीं है कि ऑफलाइन और ऑनलाइन के बीच निरंतरता हो सकता है.

पंचग्रामी में ऑफलाइन परिपाटी और सामाजिक श्रेणियों के सामाजिक मीडिया के ऑनलाइन स्थानों पर ज़ारी रहना कई रूप लेते हैं. सामाजिक मीडिया में सामान्यता से देखा जाता एक ऑफलाइन परिपाटी है नेटवर्क होमोफिली, जो समान पृष्टभूमि के लोगों से दोस्ती बनाना है.[10] पंचग्रामी में, जाति और वर्ग के संबंध में नेटवर्क होमोफिली अभ्यास किया गया. इस प्रकार के समूह के अंदर व्यवहार ऑनलाइन 'भिन्नता' के भाव को पैदा करता है जो अन्य सभी से दर्शाया जाता है. बादवालों से बातचीत अनिवार्य रूप से सामाजिक के बदले कार्यात्मक के रूप में देखा जाता है.

इस प्रकार के नेटवर्क होमोफिली डिजिटल असमानता के उद्भव का सबूत भी प्रदान करता है. पूरे परियोजना[11] का एक मुख्य निष्कर्ष यह है कि ऑनलाइन समानता का अर्थ ऑफलाइन समानता होने की ज़रूरत नहीं और यह निश्चित रूप से पंचग्रामी में सच निकलता है.

एक स्तर में स्मार्ट फोन और इंटरनेट डाटा योजना जैसे संचार प्रौद्योगिकों का बढ़ता हुआ सामर्थ्य अभिगम के एक बढ़ती हुई समानता को बनाया है. मगर, एक ही मीडिया पर अभिगम ऑनलाइन में सामाजिक समानता पर नहीं ले चलता. कोई अलग पृष्टभूमि के लोगों से दोस्ती बनने में समर्थ होने से ही किसी को ऐसे करने की ज़रूरत नहीं है, विशिष्ट रूप से अगर उन लोगों में से एक कम सामाजिक-आर्थिक पृष्टभूमि से है.[12]

इन अधिक पारम्परिक समूहों को बनाए रखना सामाजिक अनुसारिता पर एक ज़ोर की ओर ले चलता है जो सामाजिक मीडिया बातचीतों से व्यक्त किया जाता है, चाहे दृश्य के पोस्ट, शाब्दिक या अन्य उत्तरों से हो. सबसे अधिक लोग अपने समूहों की प्रतीक्षा के अनुसार अपने संचार को रणनीतिक रूप से रचना और निर्देशन करके अनुसार होने की कोशिश करते हैं. ऐसे समूह के अंदर असहमति को व्यक्त करना निजी रूप से या उदासीनता या मौन के द्वारा हुआ. लोगों प्रामाणिक प्रतीक्षा पर असहमति व्यक्त करने केलिए सामाजिक मीडिया में एक से अधिक प्रोफाइल या नकली पहचान बनाने लगे. जैसे हम देखेंगे,कुछ लोगों केलिए असली स्वयं अब अलग मंचों पर, कभी-कभी एक ही मंच पर भी, पोस्टिंग के विभिन्न शैलियों द्वारा व्यक्त एक से अधिक पहचानों से सम्मिलित है.

जबकि ऐसा लग सकता है कि ऑफलाइन और ऑनलाइन स्थानों के बीच की निरंतरता, जो जाति और वर्ग जैसे सामाजिक श्रेणियों से प्रभाव किये जाते हैं, सामाजिक रूप से अलग नेटवर्क पर ले चलता है, वास्तव में जब हम उनके सामाजिक मीडिया गतिविधियों और उत्तर को, जो गहरी तमिल संस्कृति से प्रभावित है, देखते हैं, असमानताओं के बदले कई समानताएँ दिखाई देती हैं. यह आईटी पेशेवर के 'सूपर ग्रूप्स' और गाँववाले के बीच के बड़ी मात्रा के समानता का भी व्याख्या करता है. इस ग्रन्थ के अलग-अलग अध्याय नृवंशविज्ञान से पाए हुए उदाहरण के साथ इस सबको विस्तार में पेश करता है.

पहले ऑफलाइन और ऑनलाइन स्थानों को स्वतंत्रता से समझने से निरंतरता के विचार को बेहतर मूल्यांकन कर सकते हैं. यही ठीक से पहले दो अध्याय के कार्य है. इस प्रकार यह अध्याय पंचग्रामी, उसके निवासी और उनके दैनिक जीवन को समर्थन देनेवाले सामाजिक श्रेणियों का परिचय देता है. वह आईटी क्षेत्र से पोषित व्यापक ज्ञान के तेज़ी मुकाबला से उत्पन्न जटिलताओं और कृषि हावी पारम्परिक ग्रामीण स्थान का जाँच करता है.

संचार अभ्यास और सामाजिक मीडिया परिदृश्य के अन्वेषण के साथ यह अध्याय २ में अनुगमन किया जाता है. यह अध्याय पंचग्रामी में संचार के इतिहास के जाँच के साथ शुरू होता है और विभिन्न सामूहिक दलों भर में अलग सामाजिक मीडिया के उपयोग की व्याख्या के साथ आगे बढ़ता है. अध्याय २ इसका भी जाँच करता है कि जैसे ऑफलाइन संचार से संबंध मानदंड उनके सामाजिक मीडिया बातचीत पर भी दर्शाता हैं.

इस जगह के ऑफलाइन और सामाजिक मीडिया परिदृश्य दोनों को समझने के बाद, हम पंचग्रामी के बहुत आम रूप का सामाजिक मीडिया संचार, दृश्य पोस्टिंग, का अन्वेषण करने लगते हैं.[13] अध्याय ३ इसका प्रदर्शन करता है कि जैसे ये दृश्य

बहुधा ऑफलाइन दृश्य अभ्यासों का विस्तार ही होता है. यह सामाजिक मीडिया दृश्यों को ऑफलाइन स्थानों में देखे जाने की तरह, सार्वजनिक शैलियाँ, निजी पोस्ट और 'बीचवाले'[14] (जो सार्वजनिक और निजी के बीच हैं) जैसे, विभिन्न श्रेणियों में विभाजित करने से किया जाता है. यह अध्याय इसका भी जाँच करेगा कि जैसे लोग सामाजिक मानदंड के अनुसार अपने दृश्य संचार को रणनीति के रूप से रचना करते हैं और अपने नेटवर्क के प्रतीक्षा के अनुरूप[15] होने लगते हैं.

अनुसारिता और प्रामाणिक दल व्यवहार के विचार का केंद्र रिश्ता होता है.[16] इसलिए अध्याय ४ परिवार के घरेलू क्षेत्र और रिश्तेदारी पर ध्यान देता है, जो अधिक दैनिक संचार केलिए प्रधान प्रदेश भी बन जाता है; इसलिए रक्त-संबंधी रिश्तों के मुख्य वर्गों पर एक विस्तार विवाद की ज़रूरत है. वास्तव में, भारत में बहुत देखा जाता सामाजिक श्रेणी आवश्यक रूप में रक्त-संबंधी श्रेणी है. जाति सजातीय विवाह[17] (एक ऐसा विचार कि कोई भी अपने जन्म की जाति के बाहर विवाह नहीं करता) पर आधारित है, जो प्रभाव में जाति को रक्त-संबंधी रिश्तों का एक इकाई बना देता है. यह अपने साथ, सामाजिक नियंत्रण, निरीक्षण, लैंगिक स्थान,[18] शक्ति, अनुक्रम, समूह प्रदर्शन आदि, जैसे कई आयाम को लाता है. इनमे कुछ ऐसे विचार में सबसे अच्छी तरह प्रदर्शन किये जाते हैं कि अपनी बहन को सामाजिक मीडिया के पकड़ से - और अप्रत्यक्ष रूप से अन्य सामाजिक दल के और ऑनलाइन में तलाश करनेवाले पुरुष से रक्षा करना सेल्वा का कर्तव्य है. सामाजिक नियंत्रण कुल निषेध से किसी के घर के अंदर सामाजिक मीडिया पर वर्जित अभिगम तक सीमित है, जहाँ एक युवती अन्य खतरनाक पुरुष स्थानों[19] से रक्षा की जा सकती है. उल्टे में, विजया के सास-ससुर के आदर्श मातृत्व की प्रतीक्षा का ज़ोर इस पेशेवर महिला को व्हाट्सप्प को ममता केलिए अनुकूलित स्त्री स्थान बनाने तक चलाता है.

परिवार मंडल के अंदर अनुक्रम और शक्ति पीढ़ी के अंतर संचार में, और विशेष रूप में उन रूपों में जिनमे बुजुर्ग शामिल हैं, सबसे अधिक दृश्यमान होता है. कई वृद्ध लोग इसपर हुक्म चलाने को बहुत कठिन प्रयास करते हैं कि उनके साथ संचार करने केलिए उचित क्या है. कई परिवारों में जिसको आवाज़ द्वारा अवगत करना है, जो संचार फेसबुक पर डालने देने केलिए बहुत निजी माना जाता है और जिसको व्हाट्सप्प द्वारा व्यक्तिगत रूप से अवगत करना है, ये सब लगभग बुजुर्ग पारिवारिक सदस्यों से ही हुक्म दिया जाता है. आम तौर पर निजी पारिवारिक संचार व्हाट्सप्प के द्वारा ही किया जाता है, और फेसबुक का उपयोग आदार्श पारिवारिक जीवन के मानदंड को व्यापक दुनिया को अवगत करने केलिए पूरे परिवार के प्रदर्शन करने का मंच के रूप में किया जा सकता है. सामाजिक मीडिया पर कल्पित रिश्तेदारी समूहों से व्यक्त आत्मीयता पर भी इस अध्याय पर विवाद किया जाता है.

अध्याय ५, एक आधुनिक कार्य व्यवस्था में जीवन के कार्य और गैर-कार्य प्रदेश के बीच की सीमाओं को जैसे सामाजिक मीडिया नष्ट कर सकता है, इस पर विवाद करता है. यह इसलिए मुख्य होता है कि पहले आईटी क्षेत्र और अन्य आधुनिक कार्य व्यवस्था पंचग्रामी में सामाजिक-आर्थिक परिवर्तन केलिए उत्तरदायी हैं. यह अध्याय दिखाता है कि जैसे लोग पारंपरिक सामाजिक श्रेणियों के अधिकार पर आधुनिक कार्य-क्षेत्र के अधिकार पर चतुराई से मध्यस्त करके पारंपरिक सामाजिक श्रेणियों के अधिकार के अनुसारित होते हैं. एक दशक के पहले तक एक कृषि अर्थव्यवस्था के भाग होने से, लोग कार्य और

गैर-कार्य को विरोधात्मक या सीमित प्रदेश नहीं मानते थे; बहुधा एक दूसरे पर बहता था, और उनके बीच की सीमा लगातार प्रवाह में था. यह एक निश्चित सीमा तक दक्षिण भारतीय कार्य संस्कृति केलिए सच था, जहाँ गैर-कार्य जगहों से लगातार बातचीत दैनिक सामाजिकता का अंग माना जाता था. मगर आईटी क्षेत्र और उससे संबंधित आधुनिक कार्य-क्षेत्र मानदंड के आगमन के साथ, कार्य और गैर-कार्य का धारणा बदल गया, जबकि दफ्तर के बाहर कार्य की अनुमति देना आधुनिक कार्य-क्षेत्र की प्रतीक्षा के अनुरूप समझा गया, गैर-कार्य को कार्य-क्षेत्र के अंदर लाना असहमत माना गया और प्रबंधन से असहमति प्रदान किया गया.[20] सामाजिक मीडिया ऐसे प्रतिबंध को बिगाड़ने में और इन व्यवस्थाओं में कार्य- और गैर-कार्य की सख्त सीमाओं को कमज़ोर बनाने में मदद की है. जाति और वर्ग जैसे अधिकार के पुराने और पूर्व रूप ही रिश्ते-आधारित[21] भरती और सामाजिक मीडिया द्वारा पारिवारिक संचार के रूप में कार्य-क्षेत्र में अब गुप्तप्रवेश करता है.

अध्याय ६ सामाजिक मीडिया और शिक्षा का पता लगाता है, जो सामाजिक मीडिया पर विभिन्न हितधारकों, उदाहरण केलिए शिक्षक, छात्र, माँ-बाप और स्कूल प्रणाली, के तनाव और बदलती रवैया का वर्णन विस्तार से करता है. इस अध्याय में हम शिक्षा में सामाजिक मीडिया के प्रभाव का जाँच करते हैं, जो विषय, यह कार्य-क्षेत्र नया ज्ञान आर्थिक व्यवस्था के विचार से गूँज उठने के दिया हुआ तरीके के कारण, विशेष रूप से मुख्य है.[22]

गोमती, एक ५४ उम्र की अध्यापिका, ने एक अच्छी, घर में पका गया मध्याह्न भोजन के साथ व्याख्या की कि क्यों सामाजिक मीडिया समय का बर्बादी है और छात्रों केलिए व्याकुलता है. उसको इसपर मज़बूत राय था कि क्यों छात्रों को उसके उपयोग करने से हतोत्साहित करना है और उन्होंने कई लोकप्रिय मीडिया निबंधों का भी उद्धरण दिया जो सामाजिक मीडिया की बुराई का वर्णन किये थे. वे शिक्षकों के छात्रों से दोस्ती बनने का भी विरुद्ध थी क्योंकि वे समझती थी कि यह पहले के कक्ष में चलाते नियंत्रण को कम कर सकता है.

गोमती से व्यक्त विचार को लेकर, हम देखेंगे कि जैसे सामाजिक मीडिया एक पारंपरिक शिक्षक-छात्र अनुक्रम को सामाजिक मीडिया पर 'दोस्ती' के साथ श्रेणीबद्ध करने के तरीके के अन्तर्निहित तनाव पर योगदान किया है. सामाजिक वर्ग और स्कूल प्रणाली के प्रकार सामाजिक मीडिया पर शिक्षक और छात्र के इस तुच्छ रिश्ते पर जटिलता के एक अतिरिक्त परत को लाता है.

विभिन्न अध्यायों के शीर्षकों के परिचय देने के बाद, हम अब पंचग्रामी, उसके लोग और उनके जीवन पर विस्तार से वर्णन करने केलिए आगे बढ़ते हैं.

पंचग्रामी कहाँ है?

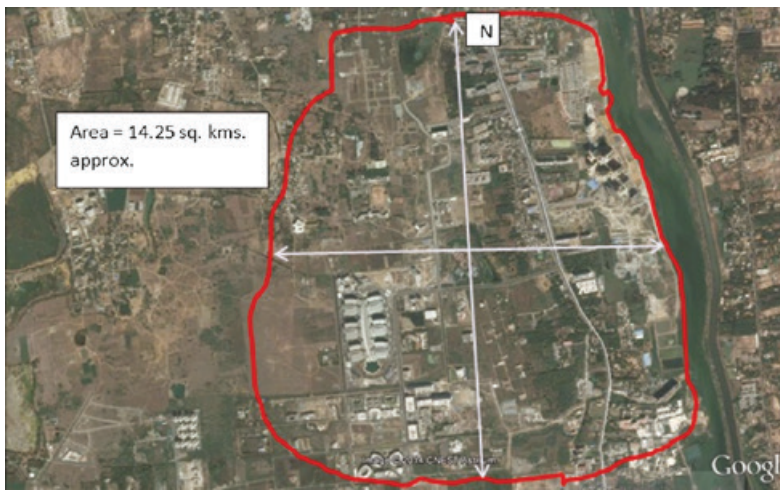
पंचग्रामी, जो पांच गाँवों के समूह का उपनाम है, दक्षिण भारत के तमिलनाडु प्रदेश में ३७५ साल पुराने[23] चेन्नई राजधानी के सरहद में बसा हुआ है. यह कांचीपुरम जिला[24] का है.

ये पांच गाँव, जो १४.२५ किलोमीटर क्षेत्र पर व्यस्त है, अलग इकाई हैं और पूरे का पूरा एक प्रशासन नहीं बनता. इस नृवंशविज्ञान केलिए, पंचग्रामी की सीमाएँ

तेज़ी परिवर्तन होनेवाली इस जगह की वर्णन करने केलिए कृत्रिम रूप से खींची गई हैं. (आंकड़ा १.१).

पंचग्रामी एक टुकड़े की भूमि नहीं है, लेकिन एक मुख्य रास्ता के दोनों किनारों का कब्ज़ा करता है (जिसको इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी हाईवे कहते हैं) जो चेन्नई शहर के अंदर से कांचीपुरम जिला की जगहों तक चलता है, जिसमे सिर्फ हाईवे का एक भाग पंचग्रामी के माध्यम से गुज़रता है. पंचग्रामी एक ओर से प्रसिद्ध चेन्नई बकिंगहम कनाल के अप्रवाही से सीमित है और बंगाल की खाड़ी से २ किलोमीटर (१.२५ मील) दूरी पर है, जो समुद्र तमिलनाडु के समुद्रतट के बगल में बहता है. कुछ दशकों पहले, यह नहर एक मुख्य जलमार्ग था, जिसने इस प्रदेश में व्यापार की उन्नति की मदद की, लेकिन कई कारणों केलिए इस जलमार्ग का उपयोग बंद किया गया.[25] यद्यपि इसके होकर कई साल हो गए, इस प्रदेश के कई बुजुर्ग, लंबी-अवधि के निवासी जो इस नहर के यात्रा के याद पर अनुराग के साथ बयान करते हैं और इस सुन्दर जलमार्ग के बंद से अब दुखी हैं, आप को और एक हाईवे से जुड़नेवाले लिंक रोड पर पहुँचने केलिए पंचग्रामी से कुछ किलोमीटर सफर करना है, जिसकी कई सड़कें समुद्र से मिलती है. पंचग्रामी के पश्चिम में कई धान के खेत और खाली जमीन हैं, जो अब व्यापार, आईटी क्षेत्र और आवासीय परिसरों को सेवा करनेवाले अचल संपत्ति विकास केलिए उपलब्ध किये गए हैं. यह पश्चिमी ओर और एक राष्ट्रीय हाईवे पर सीमित है जो दक्षिण तमिलनाडु को चेन्नई और भारत के अन्य प्रदेशों से जोड़ता है.

पंचग्रामी के दक्षिण में अन्य गाँवों की एक श्रृंखला है जो भगवान् मुरुगा (जो तमिल भगवान भी जाने जाते हैं), जो हिन्दू त्रिमूर्तियों में एक, भगवान शिव के पुत्र है, के दसवीं शताब्दी के हिन्दू तीर्थयात्रा केंद्र से संपर्क करने केलिए आगे बढ़ता है. दक्षिण में इसके आगे यूनेस्को[26] विश्व विरासत स्थल जो मामल्लपुरम या महाबलीपुरम[27] कहा जाता है, जो पल्लव राज-वंश[28] का एक बंदरगाह है, जो कई शताब्दियों का है और अपनी मूर्तियां



आंकड़ा 1.1 पंचग्रामी के एक आकाशीय दृश्य (गूगल एअर्थ मैप)

AQ: The figure number was in Hindi in the in-text and in English in the ffigure caption. Do confirm whether this is fine.

और वास्तु-कला केलिए माना जाता है. पंचग्रामी के उत्तर में है चेन्नई शहर (जिसको पहले मद्रास/मदरसापट्टिनम/चेन्नाईपट्टिनम कहते थे).[29]

चेन्नई शहर के केंद्र से पंचग्रामी की ओर हाईवे में एक ड्राइव केलिए डेढ़ घंटा लगता है. इस मंजिल तक परिदृश्य हाईवे के दोनों ओर, गगनचुंबी कॉर्पोरेट इमारत या आवासीय परिसर के पास कृषक क्षेत्र के साथ, शहरी से ग्रामीण-शहरी पर बदल गया है. पंचग्रामी को बनानेवाले गाँवों में एक की घोषणा करनेवाले अप्रकट हाईवे बोर्ड से पंचग्रामी में आपका स्वागत होता है, इसके बाद आप आसानी से सड़क के मध्य में २० गाय के समूह को देख सकते हैं, जिसके साथ आईटी कर्मचारियों के कार बहुत तेज़ी से चलते रहते हैं. इन गाँवों और उनके खेतों के अवशेष और आईटी क्षेत्र से उत्तेजित संपन्न आधुनिकता के बीच का प्रभावशाली विपरीत इसको एक असाधारण दृश्य बनाता है.

एक ठेठ तमिल गाँव में आप जो देखने की प्रतीक्षा नहीं करते, वे हैं केऍफ़सी (केन्टकी फ्राइड चिकन) और डोमिनो'स पिज़्ज़ा के निर्गम. लेकिन पंचग्रामी में प्रवेश करते ही आप उनके अवलोकन करते हैं, जो सड़क के एक किनारे में एक बड़े मल्टीप्लेक्स सिनेमा के तल मंजिल और दूसरी ओर में बहु मंजिला अपार्टमेंट ने परिसर के खब्जा किये हैं, जिसके बाद प्रमुख बहुराष्ट्रीय आईटी कंपनी के दफ्तर हैं. सड़क के दोनों किनारे अब बेकरियों के फ्रेंचाइजी और हेयर सैलून और कई बहु-मंजिलें आवासी अपार्टमेंट, और उनके साथ अधिक पारंपरिक गाँव के घर, रेस्टारेंट, छोटे भोजनालय, सड़क की ओर की चाय की दूकान, महँगे कॉफ़ी शॉप, स्टार होटल, सूपरमार्किट, छोटी दूकानें (हार्डवेयर, मोबाइल उपकरण आदि बेचनेवाले), एक गाँव का बाज़ार, इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी क्षेत्र की सेवा करनेवाले बड़े कॉर्पोरेट इमारतें, अंतर-देशीय स्कूल, गाँव के स्कूल, कॉलेजेस, हॉस्पिटल्स और छोटे चिकित्सालय, पंचायत (गाँव के परिषद) ऑफिस, और धान के खेत पर चलनेवाली सड़क आदि के साथ पूर्ण है. इस स्थान के परिवहन एक तरीके से परिवर्तन और बढ़ती हुई आर्थिक समृद्धि का प्रतिबिंबित करता है. बस जैसे सार्वजनिक परिवाहन सामान्य है, मगर साइकिल, मोपेड्स, स्कूटर्स, मोटरसाइकिल्स और सस्ते से विलास सेडान तक कार के श्रेणी जैसे निजी वाहन भी किसी को देखने को मिलता है. लोगों के कपडे भी परिदृश्य के विभिन्नता का प्रतिबिंबित करता है, जो पारंपरिक साडी और धोती से सलवार कमीज, जीन्स, औपचारिक पतलून, टी-शर्ट और शर्ट तक सीमित क्षेत्र है.

पंचग्रामी एक बड़े विशेष आर्थिक क्षेत्र का भी मेज़बान है. यह कई इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी कंपनियों के संगठन का सेवा करता है और अब विस्तार के तहत है, मगर अभी वहाँ विशाल, अविकसित भूखंडों का धरण करता है, जो एक दशक पहले इस प्रदेश के परिदृश्य का ठेठ था. भारत के वर्तमान अर्थव्यवस्था को एक उभरती अर्थव्यवस्था के रूप में तर्क करनेवाले कई सार खाते पंचग्रामी में दृश्य और तत्काल बनाए गए हैं.

पंचग्रामी का एक संक्षेप इतिहास

१५० से २०० साल पहले जब एक विशिष्ट जाति[30] के समूह जब यहाँ बसने लगे, पंचग्रामी को गठित करनेवाले गाँव घटित हुए.

गाँवों के एक पुराने मंदिर के शहर और एक बंदरगाह की निकटता पंचग्रामी के एक ऐसे इतिहास होने की संभवता को जागृत करता है जो इस बस्ती से भी बहुत पुरानी होती है. पल्लव शासन और मामल्लपुरम[31] पर विद्वत्तापूर्ण कार्य और इस प्रदेश से इकट्ठा किया गया मौखिक इतिहास कुछ संबंधों का प्रस्ताव किया है. ये आगे अभी-दिखाउ कुछ पत्तर 'मंडप' या विश्राम गृह की निशानी, प्रदेश के निर्जल तालाब और झीलों, जो अभी रेत खनन केलिए उपयोग किये जाते हैं, से मान्य किये जाते हैं. ऐसे निर्माण पल्लव की नीति के साथ सहमत में हैं, जो यात्रियों केलिए बड़े तालाब और चट्टान/पत्तर के आश्रय गृह का निर्माण करने केलिए जाने जाते हैं. इस प्रदेश भर में भगवान शिव[32] और विष्णु[33] केलिए छोटे मंदिर हैं, जबकि पंचग्रामी के उत्तर में कुछ दूर पर भगवान विष्णु का एक १००० साल पुराना मंदिर[34] है.

१९९० के बाद आधारिक संरचना का विकास

भारत में १९९० के मध्य में इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी क्षेत्र के व्यापार उत्कर्ष की ओर शुरू हुई, जो भारतीय अर्थव्यवस्था की उदारीकरण के तुरंत बाद था.[35] इस क्षेत्र से संबंधित विशाल विकास और आधारिक संरचना को देखनेवाले पहले केंद्र बैंगलोर और हैदराबाद हैं. इसके बाद चेन्नई अगला था, और १९९० के दशक के अंत में पंचग्रामी में एक विख्यात आईटी कंपनी की स्थापना ने इस प्रदेश के आगामी और तेज़ी परिवर्तन का नीव डाला. पहले चेन्नई में आईटी क्षेत्र के भव्य प्रविष्टि धीमी लेकिन स्थिर साबित हुआ. साल २००० तक शहर में स्थापित किये गए पहले के कुछ आईटी कंपनी शुरू में छितरे हुए थे, जब टाइडल पार्क, विशेष रूप से आईटी कंपनियों के सेवा करनेवाले विशेष आर्थिक क्षेत्र, चेन्नई शहर के अंदर तमिलनाडु सरकार से योजना बनाकर स्थापित किया गया. २००० दशक के शुरू में टीसीएस (टाटा कंसल्टेंसी सर्विसेज - टाटा कंपनी समूह के आईटी सब्सिडरी) जैसे भारतीय आधारित बहुराष्ट्रीय कंपनियों ने इस प्रदेश के इस नए धमनी हाईवे के पास एक बड़ा काम्प्लेक्स का स्थापित किया, जो अब आईटी हाईवे कहा जाता है.

इसके फलस्वरूप जो भूगोल चेन्नई के बाहर के उपनगर के रूप में विकास हुए होंगे, बड़े आईटी काम्प्लेक्स केलिए नामित किये गए. पंचग्रामी ने, चेन्नई के थोड़े ही बाहर रहने के कारण, आसान खब्जा केलिए सस्ता क्षेत्र प्रदान किया. साल २००० में, इसी कारण से विशिष्ट रूप से आईटी कंपनियों की सेवा करनेवाला एक विशेष आर्थिक क्षेत्र तमिलनाडु सरकार से योजना बनाकर स्थापित किया गया. एक क्षेत्र विशिष्ट विशेष आर्थिक क्षेत्र होने के नाते, यह पदनाम ने आईटी/आईटीइएस[36] कंपनियों केलिए मौलिक आधारिक संरचना की सुविधाओं और आवश्यक कर कटौती का प्रदान किया. निकट भविष्य में संभावित रूप से यह इस क्षेत्र के चेन्नई शहर के साथ एकीकृत होने तक ले सकता है.

पंचग्रामी में सिर्फ ये प्रमुख आईटी/आईटीइएस कंपनियां ही नहीं है, लेकिन आवासीय अपार्टमेंट भी है जो निर्माण किये गए हैं या निर्माण किये जा रहे हैं और जो इन आईटी पेशेवर केलिए आवास निवेश विकल्प प्रदान करता है, जिनमे कुछ लोग अपने

कार्य-क्षेत्र के निकट रहना पसंद करते हैं. आईटी आबादी की सेवा करनेवाले आवासीय काम्प्लेक्स के उन्नति के साथ, कई प्रसिद्ध निजी स्कूल अब आवास निर्माण कंपनियों के साथ इन आईटी कर्मचारियों के बच्चों केलिए निजी स्कूल की व्यवस्था करने केलिए मिलकर काम करते हैं. इस प्रदेश के स्थानीय कही छोटे व्यापारी और अजनबियों इस आबादी की सेवा केलिए अपने व्यापार और दूकान की व्यवस्था की हैं.

पिछले दशक में पंचग्रामी में हुए आधारिक संरचना के परिवर्तन के हवाई आशुचित्र यहाँ प्रदान किये जाते हैं (आंकड़ा १.२, १.३ और १.४).

पंचग्रामी के लंबी-अवधि के निवासी इस स्थान पर आईटी अर्थव्यवस्था के उद्भव के कारण काफी आर्थिक भलाई को स्वीकार करने पर भी, कई लोग उसीके साथ अपने खेद को भी व्यक्त करते हैं. मौजूदा छः-पथ हाईवे को अकसर देखकर वे अतिस्नेह से ऐसे दिनों की याद करते हैं जब इस क्षेत्र में दोनों ओर पेड़ों के साथ एक-पथ का रास्ता ही था, जो मनुष्य और जानवर को एक ही तरह से झुलसाने वाला सूरज से आवश्यक छाया पेश किया. उदाहरण केलिए, विजयन ने, जो पंचग्रामी के ४३ उम्रवाले लंबी-अवधि के निवासी है, अपने यौवन के दिनों की याद किया, जब यहाँ छोटी जनसँख्या और कम यातायात था, और इस क्षेत्र को सबसे अधिक पर्यावरण की दृष्टि से अनुकूल कहकर वर्णन किया. आज पंचग्रामी में थोड़े ही ऐसी सड़कें हैं जो १९८० के दशक के गाँव के स्मृति रखनेवाला है. विजयन और दूसरों जैसे लोगों के निवेदन के साथ, एक स्थानीय कलाकार ने इसे चित्रित करने में मदद की कि उस समय में पंचग्रामी जैसे दिखाई दिया होगा (आंकड़ा १.५).

इसके विपरीत, आगामी छवि पंचग्रामी के अब के रूप को चित्रित करता है.

इस अध्याय के अंत के कुछ वर्ग ने पंचग्रामी के इतिहास और पिछले दशक में इस क्षेत्र में हुए आधारिक संरचना के परिवर्तन के अवलोकन का प्रदान किया हैं. अगले कुछ वर्ग लोगों के और इस क्षेत्र के सामाजिक संरचना के अवलोकन को प्रदान करते हैं और फिर पंचग्रामी के निर्मित पर्यावरण पर एक संक्षेप विवाद पर चलता है.

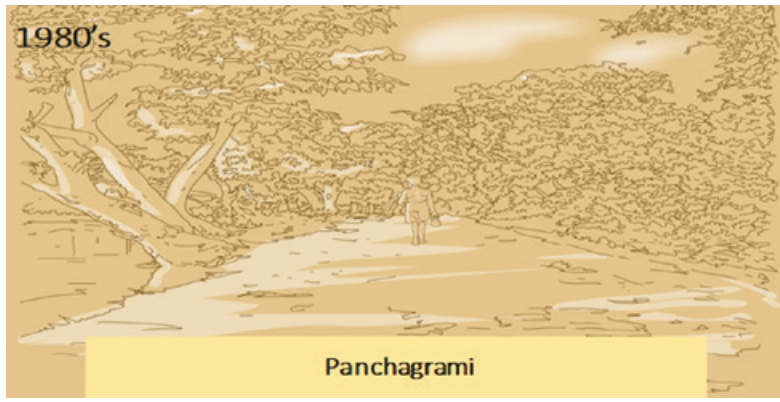
आंकड़ा 1.2 २००२ में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)

आंकड़ा 1.3 २०१० में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)

आंकड़ा 1.4 २०१४ में पंचग्रामी (गूगल एअर्थ मैप)

पंचग्रामी के लोग

पंचग्रामी में, प्रमुख रूप से हिन्दू होने पर भी, मोठे संख्या के ईसाई आबादी भी हैं, जबकि मुसलमान और सिख आबादी बहुत छोटी संख्या में ही है. उनको फिर विभिन्न आर्थिक, भाषाई और जातीय श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है. पंचग्रामी में विभिन्न आकार के, अधिकतर माध्यम से छोटे तक, के कम से कम १० मंदिर हैं. वार्षिक मंदिर के त्योहार सामान्य रूप से जुलाई और अगस्त में (तमिल महीना 'आडी' में) मनाये जाते हैं, जो विशिष्ट रूप से अम्मन के पूजा केलिए जाना जाता है, जो हिन्दू की मातृ-देवी है.



आंकड़ा 1.5 १९८० के दशक में पंचग्रामी के एक चित्रकार का चित्रलेखन

आंकड़ा 1.6 २०१४ में पंचग्रामी

इस प्रदेश में कुछ मस्जिद और कम से कम पांच चर्च भी हैं. रविवार को गाँव की महिलाओं और बच्चों के समूह दिन भर में सेवा और प्रार्थना केलिए चर्च में जाने को कोई भी देख सकता है. गगनचुंबी अपार्टमेंट काम्प्लेक्स के सब से अधिक ईसाई लोग स्थानीय चर्च पर नहीं जाते; इसके बदले वे चेन्नई शहर के अंदर अपने सांप्रदायिक चर्च में उपस्थित होते हैं. पंचग्रामी का और एक भाग हर दिन सबेरे बहुत सबेरे के 'आधान' के साथ जागता है, जो मस्जिद से इबादत का पुकार है. पोंगल, संक्रांति, दिवाली और क्रिसमस जैसे धार्मिक त्योहार हिन्दू और ईसाई लोग के बड़ी जनसंख्या के कारण इस प्रदेश में मशहूर है.

जब कोई विभिन्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य के स्थानीय लोग और प्रवासियों के मिश्रण का विचार करता है, तब इस प्रदेश की जटिलता प्रकट होती है. ऐसे विविध आबादी के साथ भी, इसका पता लगाना है कि अधिक स्थानीय लोग तमिल[37] के होते

हैं इसलिए यहाँ बोली जाती प्रमुख भाषा तमिल है. मगर, प्रवास के फलस्वरूप बढ़ती हुई संख्या के लोग तेलुगु, मलयालम और हिंदी जैसे अन्य भारतीय भाषा में बात करते हैं, और अलग-अलग आर्थिक श्रेणी के होते हैं. जबकि स्कूल और आईटी कंपनियों में अंग्रेजी ही चुनी गयी भाषा होती है, स्थानीय लोगों के साथ लेन-देन तमिल और अंग्रेजी के मिश्रण के द्वारा होता है. लोग ओणम,[38] तमिल/तेलुगु नववर्ष[39] या करवा चौथ[40] भी जैसे प्रांतीय त्योहार मनाने केलिए अपने मंडली के समूह बना लेते हैं.

स्थानीय मौखिक खाते मंजूर करते हैं कि तेलुगु बोलनेवाले लोग यहाँ आधे शताब्दी तक रहें हैं. यहाँ के स्थानीय लोग आम तौर पर तेलुगु और तमिल बोलती आबादी के बीच कोई अलग नहीं करते, जो देशी हिंदी बोलनेवाले या भारत के अन्य भाग के लोग से विपरीत है, जिनको वे सांस्कृतिक और संजातीय रूप से अलग समझते हैं.

पंचग्रामी में बहुत धनि से बेहद गरीब तक आर्थिक वर्ग का एक श्रेणी होता है. कई स्थानीय लोग मध्यम वर्ग के होते हैं या पिछले दशक में अपनी भूमि को अचल संपत्ति और निर्माण क्षेत्र को बेचने के कारण अमीर बन गए हैं. आसानी से समझने केलिए, धनि या उच्च वर्ग के लोगों में स्थानीय मिलियनेयर, बहुत वरिष्ठ आईटी और कॉर्पोरेट एक्सी-क्यूटिव्स और व्यापारी लोग होंगे, जो इस प्रदेश के सम्पत्तियों पर निवेश करते हैं. मध्यम वर्ग को उच्च मध्यम वर्ग (उदाहरण केलिए आईटी/कॉर्पोरेट व्यापार के मध्य-स्तर और वरिष्ठ प्रबंधक, उद्यमियों) और निम्न मध्यम वर्ग (किसान, व्यापारी, प्रवेश स्तर के आईटी कर्मचारी आदि) निम्न वर्ग या गरीब लोग आम तौर पर कृषक मजदूर, फेरीवालों आदि होते हैं. सबसे गरीब लोग अकुशल खपरैल बटोरनेवाले से अर्द्ध कुशल ज्योतिषी और पंचग्रामी में निर्माण की उन्नति से नौकरी की खोज में वहाँ प्रवास किये निर्माण श्रमिकों तक सीमित हैं. वे एक दल में रहते हैं और छोटे, अस्थायी आवास के खब्जा करते हैं.

भारतीय समाज 'जाति' के चारों ओर संगठित किया गया है, जो एक व्यक्ति को जनम से सामाजिक प्रतिष्ठा देनेवाला एक सामाजिक व्यवस्था है. इसप्रकार वह (सैद्धांतिक रूप से जीवन भर केलिए) अंतर्विवाही और सामाजिक रूप से विशिष्ट समूह का होता है. यह लोगों को अपने व्यवसाय के आधार पर श्रेणीबद्ध करनेवाले प्राचीन हिन्दु वर्ण व्यवस्था का एक व्युत्पन्न है, और २००० सालों से मौजूद है. सदियों से व्यवसाय आधारित वर्ण वर्गीकरण अंत में एक व्यक्ति को, उससे अपने जीवन में बाद में चुने जाते असली व्यवसाय की परवाह नहीं करके, प्रदान किया गया एक पहचान बन गया. भारत की जाति व्यवस्था एक अनुक्रम और सामाजिक क्रम के रूप में संगठित किया गया और इसलिए जाति के बीच का संचलन असंभव है. जबकि वर्ण व्यवस्था ने आबादी को चार दलों में वर्गीकरण किया आज जाति वर्ग असंख्य हैं और उप जाति से और भी आगे विभाजित किये जाते हैं.

जाती व्यवस्था की बुराई उच्च वर्ग कहे जानेवाले (ब्राह्मण जैसे) ऐतिहासिक रूप से निम्न वर्ग कहे जानेवालों (उदाहरण केलिए दलित) से दिखाते भेदभाव में प्रदर्शन किया जाता है. यद्यपि बी.आर.आंबेडकर[41] और पेरियार[42] जैसे सामाजिक विचारक जाति व्यवस्था के विनाश के पक्ष में तर्क किये हैं, वह अभी मौजूद है और लोगों के दिमाग में गहराई से अंकित है; अगर कोई अपने धर्म को बदलने पर भी, वे अभी अपनी जाति के पहचान को बनाये रखते हैं. जबकि जाति बहुधा उनके स्थानीय नाम से पहचाना जाता है (उदाहरण केलिए पंचग्रामी की जाति में चेट्टियार, ब्राह्मण, मुदलियार, वन्नियर, दलित[43] और इरुला जनजाति मौजूद है) प्रशासनिक कारणों केलिए भारतीय सरकार[44]

ने इन असंख्य जाति समूहों को पांच वर्गों में लगा दिया है: अन्य जाति, पिछड़ी जाति, अन्य/सबसे पिछड़ी वर्ग, अनुसूचित जाति और अनुसूचित जनजाति. सरकारी वर्गीकरण स्थानीय शब्दावली के जैसे ही, विशिष्ट रूप से नीतियों और राजनीति के क्षेत्र में, मुख्य बन गया है.

पंचग्रामी में, जाति के नाम अधिकाँश स्थानीय लोग, जो इस क्षेत्र के स्थानीय निवासी है, के मामले में ही संकेत किया जाता है. अधिकाँश लोग जाति प्रणाली के अनुक्रम संरचना को समझते हैं और कभी-कभी अपने को और दूसरों को इस समझ के आधार पर ही उल्लेख करते हैं. जबकि इस क्षेत्र के अधिकाँश लोगों के साथ जाति का एक अनौपचारिक बातचीत में कोई जगह नहीं होगा, इसका मतलब यह नहीं है कि वे आवश्यकता होने पर अपनी जाति के उल्लेख करने में संकोच करते हैं. जबकि कुछ स्थानीय लोग अपनी जाति को सरकारी परिभाषा में उल्लेख करते हैं, दूसरे कई लोग विशिष्ट रूप से अपने को अपने पारम्परिक जाति के नाम से पहचानते हैं.

१५० साल पहले पंचग्रामी में बसे हुए हर असली परिवार का नेता 'तलाकट्ट' नाम से जाना गया. शीग्र ही यह पहले समूह का विकास हुआ और जल्दी ही व्यापार, कृषि और अन्य मज़दूर केलिए दूसरे जाति के समूहों से जुड़ा हुआ. ये समूहों ने विभाजित होकर अपने भूमि और रहने के क्षेत्र को पहचान लिया, निम्न जाति के लोगों को उच्च जाति के गाँवों के पास बसने को रोकने केलिए सीमाओं को खींच लिया. 'प्रदूषण' और 'शुद्धता' की धारणाएं पैदा हुई, जो 'ऊरु' (जहां उच्च जाति के लोग कहे जानेवाले रहते थे) और 'कॉलोनी' (जहां निम्न जाति के लोग कहे जानेवाले रहते थे) नाम के प्रदेशों को हदबंदी करने दिया. जाति पर आधारित प्रदेश के इस हदबंदी तमिलनाडु[45] और दक्षिण भारत पर मानववैज्ञानिक कार्य पर दस्तावेज किया गया सर्वत्र प्रचलित अभ्यास है.

पारम्परिक रूप से आर्थिक संरचना ऐसी थी कि उच्च जाति कहे जानेवाले भूमि के स्वामी रहेंगे और अन्य लोग इस भूमि पर मज़दूर के रूप में काम करेंगे. वेतन नकद और सामान (बहुधा फसल के रूप में जटिल भुगतान प्रणाली के साथ) के रूप में दिया जाता था. १९७० और १९८० के दशकों में इस क्षेत्र के स्कूल स्थानीय गाँव के पंचायत[46] और कुछ ईसाई मिशनरियों से चलाये जाते थे: १९९० दशक तक इस क्षेत्र में यूनिवर्सिटी- स्तर का सुविधा उपलब्ध नहीं थी. इसलिए, शिक्षा और आर्थिक प्रवास के कारण से, कई उच्च-जाति परिवार कहे जानेवाले चेन्नई पर प्रवास हुए. कुछ लोगों ने अपने पास काम करनेवालों को (अनुसूचित जाति और दलित लोग) अपनी भूमि को बेच दिया, जिन्होंने बदले में अपने भूमि को २००० दशक में आईटी क्षेत्र को बेच दिया.

अनुसूचित जाति और दलित लोग पहले इस क्षेत्र के उच्च जाति कहे जानेवालों से पक्षपात किये गए, लेकिन समय के साथ इनमे कुछ लोगों ने सामाजिक और आर्थिक गतिशीलता को प्राप्त किया, लेकिन दूसरों ने यह प्राप्त नहीं किया. उनके आर्थिक समृद्धि के साथ, कुछ दलित लोग उच्च माध्यम-वर्ग में रखे जा सकते हैं, या अमीर भी कहे जा सकते हैं. मगर इस प्रदेश के अधिकाँश दलित लोग निम्न मध्य-वर्ग और निम्न वर्ग के व्यापक श्रेणियों में ही रह सकते हैं.

लंबी-अवधि के निवासी में सबसे गरीब लोग इरुला नामक अनुसूचित जनजाति का एक समूह हैं.[47] वे स्थानीय रूप से 'पाम्बु पिडिककरावांगा' या सांप पकड़नेवाले कहे जाते हैं, जो उनका पारंपरिक व्यवसाय होता है और वे इस क्षेत्र के चारों और जनजातीय निपटान में रहते हैं (आंकड़ा १.७). इस निपटान के इरुला लोग सामान्य रूप से लड़कियों

आंकड़ा 1.7 २०१४ में पंचग्रामी पर इरुला की बस्ती

के बदले लड़कों को पढ़ाना चाहते हैं, मगर कई पुरुष साक्षरता पाने में असफल हो जाते हैं. वे पैसा कमाने और परिवार की आमदनी पर अनुपूरण करने केलिए स्कूल छोड़ देते हैं - उनके समुदाय के बीच मौजूद गरीबी का सामान्य स्तर को देखने पर यह अचरज की बात नहीं है. कई शिक्षित इरुला महिलाएँ इस प्रदेश के घरों पर घरेलु नौकरानी के रूप में भेजी जाती हैं, जो पंचग्रामी में सबसे सस्ती मज़दूरी प्रदान करती हैं, जबकि इरुला पुरुष निम्न-स्थिति के रोज़गार पर नियुक्त किये जाते हैं; कुछ अपने पारंपरिक व्यवसाय, सांप पकड़ने, का ही अभ्यास करते हैं. इस क्षेत्र के अन्य स्थानीय लोग इरुला लोगों को सांवली त्वचा और गरीबी का सामान्य दिखावट के लोग के रूप में व्याख्या करके उनके भौतिक रूप से पहचानने लगते हैं. अन्य जातियों की तुलना में, बहुत कुछ इरुला लोग ही आईटी क्षेत्र के निम्न पायदान में काम करते हैं, यद्यपि, परिस्थिति अब धीरे से बदल रही है, कुछ सबसे युवा इरुला सदस्य इन पारंपरिक बाध्यताओं से निकलने लगे हैं.

इस क्षेत्र के दूसरे जाति समूह सबसे पिछड़ी जाति, पिछड़ी जाति और अन्य जाति जैसे व्यापक सरकारी वर्ग में होते हैं और अधिकाँश माध्यम वर्ग के व्यापक श्रेणी के होते हैं. इनमे कुछ लोग पहले के ज़मींदार हैं जो निर्माण और रियल एस्टेट कंपनियों को अपनी धरती को बेचने से धनि बन गए. वे इस प्रदेश में प्रभावशाली होते हैं, जो अब उनसे किराए में दी गयी इमारत और जमीन के मालिक हैं. कई सुशिक्षित हैं और अधिकाँश युवा लोगों ने कम से कम अपने पहले डिग्री को पाया हैं. कुछ लोगों को अपने व्यापार हैं जबकि दूसरे आईटी और अन्य कॉर्पोरेट कंपनियों में काम करते हैं.

इस क्षेत्र के स्त्री और पुरुष के लिंग अनुपात १.१ से १.० तक है. जबकि पंचग्रामी का आधिकारिक साक्षरता का दर ७६ प्रतिशत होता है, और नव बसे कुशल आईटी कर्मचारियों के कारण कुछ प्रतिशत ऊपर भी जा सकता है, निम्न वर्ग के पुरुष और

स्त्री मौलिक शिक्षा भी नहीं पाने का मामला भी है. इस प्रदेश की साक्षरता स्तर भारत के औसत से अधिक है, और तमिलनाडु की साक्षरता दर का समान भी हो सकता है.[48]

आर्थिक उछाल के साथ, पंचग्रामी ने कई प्रवासियों को आकर्षित किया है, जो विभिन्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य के हैं. गरीबी प्रवासी लोग निर्माण मज़दूर या कई प्रकार के सेवा करनेवाले (उदाहरण केलिए होटल और आईटी कंपनी के दफ्तर में साफ़ करनेवाले के काम) प्राप्त करते हैं. जबकि निर्माण मज़दूर (जो बहुधा सबसे गरीब होते हैं) आम तौर पर नीच स्तर के साक्षरता के हैं और बिहार, आंध्र प्रदेश, बंगाल और उड़ीसा आदि के हैं, होटल के सेवा कर्मचारी मणिपुर, मिजोरम और नेपाल से भी हैं, और आम तौर पर अधिक साक्षर होते हैं.

निर्माण के मज़दूर सामान्य रूप से दलों में आते हैं; उनका यायावर जीवन शैली होता है और एक निर्माण क्षेत्र से दूसरे पर जाते रहते हैं.[49] वे मज़दूरी की मांग के अनुसार हर साईट में ही रहते हैं और हर साईट से छः महीने से एक साल तक के बीच के बाद चलने लगते हैं. यह प्रवासी जीवन शैली के कारण सरकारी जनगणना में काफी हद तक बेहिसाब होता है. लोग अस्थायी घर के निर्माण करके सड़क के किनारों में रहते हैं या स्थानीय लोगों से अस्थायी आवास किराये में लेते हैं. पंचग्रामी में खपरैल बटोरनेवालों और ज्योतिषों का भी ऐसा ही मामला है, जो तमिलनाडु के दक्षिण भाग से आते हैं और अपने जीवन शैले में यायावर होने लगते हैं.

आईटी कंपनियों में प्रवेश स्तर में काम करने केलिए इस प्रदेश पर प्रवास करनेवाले आईटी कर्मचारी सामान्य रूप से यहां दो से तीन साल तक ही रहने लगते हैं. वे आम तौर पर अविवाहित होते हैं और हॉस्टल या अन्य ऐसे कर्मचारियों के साथ शेयर किये जाते आवास में रहते हैं या किराये में अपार्टमेंट लेते हैं. वे बहुधा स्वयं अपनी इच्छा से ही कुछ ही सालों में 'ऑन साईट' (सक्रिय आईटी परियोजनाओं में विदेश में काम करना) में जाने को चुनते हैं. ये अस्थायी कर्मचारी स्थानीय लोगों से प्रदेश में सामान्य मुद्रास्फीति के कारण बनाने का आरोपित किये जाते हैं. यद्यपि मध्य-स्तर स्थिति के और विवाहित लोग आम तौर पर यहाँ अधिक समय तक ठहरते हैं; कुछ लोग अपार्टमेंट पर भी निवेश करते हैं.

पंचग्रामी के पास कम से कम दो यूनिवर्सिटीज और १० कॉलेजेस होने के कारण, एक प्रवासी छात्रों की आबादी भी यहाँ देखा जाता है. वे यहाँ चार साल (इंजीनियरिंग डिग्री केलिए) या कम से कम दो या तीन सालों (अन्य विषयों में डिग्री केलिए) केलिए रहते हैं. इंजीनियरिंग के छात्र पूरे भारत से, विशिष्ट रूप से आंध्र प्रदेश, केरला, कर्नाटक, बिहार, वेस्ट बंगाल, महाराष्ट्र, उड़ीसा, मिजोरम, असम और मणिपुर से, यहाँ पढ़ने केलिए आते हैं. यहाँ इस प्रदेश में कई छोटे भोजन की दूकान और रेस्टोरेंट हैं (कार्य-क्षेत्र और शिक्षा संस्थानों के चारों ओर) जो इस समूह की सेवा करता है.

छोटे व्यापारी विभिन्न स्टारों में अलग मापक में प्रवास होते हैं और भोजन के व्यापार पर लगे रहते हैं. वे चाय की दूकान या रेस्टोरेंट के मालिक हैं. विशिष्ट संजातीय समूह की सेवा करनेवाले रेस्टोरेंट प्रचुर हैं, उदाहरण केलिए राजस्थानी धाबा, आंध्र भोजनालय, केरला भोजनालय आदि. सिगरेट, च्युइंग-गम, मिठाई और मिंट आदि बेचनेवाले फेरी वाले आईटी कंपनियों के आगे अस्थायी दूकान बनाते हैं, ये आईटी कर्मचारियों केलिए पसंद की खुदरा दूकान है, जो उनको आराम के समय में सिगरेट केलिए लंबी दूर तक पैदल चलने से बचाता है. इस अभ्यास ने कई छोटे फेरीवालों को इस प्रदेश में प्रवास करने

दिया है, जो विशेष रूप से आईटी समूह की सेवा करते हैं. इसी प्रकार के उदाहरण है चाय की दूकान या 'टी कड़ाई'. कई प्रवासी लोग आईटी कंपनियों के सामने 'टी कड़ाई' खुले हैं जो आईटी कर्मचारी और निर्माण मज़दूर दोनों की सेवा करता है. एक सामान्य चाय की दूकान में आईटी कंपनी के कर्मचारियों का दल (पुरुष और स्त्री दोनों) एक साथ घूमते दिखाई देते हैं, लेकिन अस्थायी सिगरेट की दूकान के पास केवल पुरुष ही मिलते हैं.

निर्माण क्षेत्र में मध्य और उच्च-मध्य वर्ग केलिए डिज़ाइन किये गए आवासीय अपार्टमेंट काम्प्लेक्स के उछली भी प्रवास पर योगदान किया है. चेन्नई के उपनगर में रहने को चाहनेवाले बुजुर्ग सेवानिवृत्त लोग सामान्य रूप से इस प्रदेश के आवास पर निवेश करना चाहते हैं. इस प्रदेश में बसनेवाले अधिकाँश सेवानिवृत्त लोगों के विदेश में काम करनेवाले या आईटी क्षेत्र में काम करनेवाले औलाद हैं. इसके अलावा, मध्य-स्तर और वरिष्ठ-स्तर में काम करनेवाले लोग इस प्रदेश की सम्पत्तियों पर निवेश करते हैं; और चेन्नई के अमीर कारोबारी, जो अपने परिवार के साथ प्रवास होना चाहते हैं, भी इसे करते हैं. इन अपार्टमेंट कॉम्प्लेक्सों में रहनेवाले गैर-आईटी लोगों का अपूर्ण आकलन लगभग ३० प्रतिशत होगा.

अंतरिक्ष परिवर्तन

ग्रामीण से शहरीय परिदृश्य तक इस प्रदेश के सामाजिक-आर्थिक परिवर्तन सामाजिक परिदृश्य पर भी एक बदलाव को लाया है. यह बदलाव, आईटी क्षेत्र से उत्तेजित होने पर भी, रियल एस्टेट और निर्माण व्यवसाय दोनों से भी संबंधित है. असली में गरीब से धनि तक यह प्रदेश, इस अध्याय में पहले ही प्रस्ताव किये गए जैसे, वर्गों का एक विशाल विस्तार का प्रकट करता है. मगर पिछले दशक में जो परिवर्तन हुआ है, वह यह होता है कि जबकि कुछ साल पहले आमदनी का भेद जाति के अनुक्रम से निकट मेल को प्रकट किया होगा, आज के धनि लोग ज़रूरी से उच्च-जाति कहे जानेवाले नहीं होते, या गरीब निम्न-जाति कहे जानेवाले नहीं होते.

फिर भी, जैसे पहले ही पता चला, हाल ही तक जाति ही इन गाँवों में अंतरिक्ष-संबंधी संगठन[50] का निर्णय करता था, जो पारंपरिक रूप से तीन क्षेत्रों में विभाजित किये गए थे - गाँव, (जहां सबसे पिछड़े, पिछड़ी और अन्य जाति रहते थे) कॉलोनी (जहां अनुसूचित जाति रहते थे) और जनजातीय निपटान.

विशेष रूप से पंचग्रामी को गठित करनेवाले एक गाँव में, हाईवे के एक किनारे में गाँव (जो पिछड़ी और अन्य जाति से बसा हुआ था) और दूसरे में कॉलोनी (जहां अनुसूचित जाति से बसा हुआ था) स्थापित किये गए थे. यही भारतीय गाँव का स्थापित संरचना है, जहां लोग शुद्धता और प्रदूषण की पद्धति की सीमाओं को पार नहीं करते. जबकि ऐसे अभ्यास पिछले सदी तक मौजूद थे, अब वे आईटी उद्योग और रियल एस्टेट उछाल के कारण से लगभग गायब हो गए. पिछले पांच से आठ सालों तक पहले कॉलोनी कहे गई जगह में नए व्यापारिक केंद्र और आवासी काम्प्लेक्स बनाये गए हैं. कॉलोनी के निकट में खेत और आम के बगीचे थे; बड़े अपार्टमेंट काम्प्लेक्स केलिए यह धरती प्राप्त करके परिवर्तन किया गया. कॉलोनी के असली निवासी ने, कभी छोटी धारण भूमि के साथ, इन हाल ही के आबादकार और निर्माताओं को अपने आवास को बेच दिया.

हाईवे के दोनों किनारों में कम से कम १७ आवासीय इमारतें के (जिसमे १७० और २०० के बीच की रिहायशी इकाइयां/अपार्टमेंट) निर्माण हो रहे हैं. इसके अलावा और २५ अपार्टमेंट काम्प्लेक्स पंचग्रामी में हैं. संपत्ति के निर्माणकर्ताओं में भारत के प्रसिद्द निर्माणकर्ता शामिल हैं. एक दो शयन-कक्ष के अपर्टमेंट का दाम लगभग भारतीय नकद में ३.५ मिलियन होगा,[51] और ९ मिलियन भारतीय रूपये तक चल सकता है. एक मशहूर निर्माणकर्ता के पांच शयन-कक्ष के अपार्टमेंट का दाम, जिसमे रमणीय दृश्य भी उपलब्ध है, लगभग ५० मिलियन रुपया हो सकता है, जबकि व्यक्तिगत विला की कीमत ६.५ मिलियन से ७० मिलियन तक हो सकता है.

गाँव की ओर से विकास होने पर भी, कॉलोनी, जो नहर (या कम से कम मेड़ से) से अगला स्थित है, का अधिक आर्थिक मूल्य था, क्योंकि वह गगनचुंबी अपार्टमेंट के निवासी को मनोहर दृश्य का प्रत्याभूति देता था. कॉलोनी के पूर्व निवासी ने अपने नव अधिग्रहीत वित्तीय शक्ति का उपयोग सड़क के दूसरे किनारे या और आगे हटने केलिए किया. पहले तितर - बितर जाति अब एक साथ आ गए और अंतरिक्ष के पहले का सीमांकन गायब हो गया. कॉलोनी मिटा दिया गया है. निम्न जाति लोग कहे जानेवाले जिसमे पहले धार्मिक संस्कार के अनुसार अशुद्ध माने गए और इसके कारण कभी अलग किये गए लोग अब उच्च जाति कहे जानेवालों के करीब निकटता में रहते हैं.

पंचग्रामी में एक विशाल, बहु-मंजिल अपार्टमेंट काम्प्लेक्स के बीच में एक कब्रिस्तान की उपस्थिति इन आधुनिक और पारंपरिक अंतरिक्ष के मेल को स्पष्ट करने में और भी मदद करता है. बहु-मंजिल के अपार्टमेंट काम्प्लेक्स में कई अपार्टमेंट ब्लॉक हैं जिसके दाम १७ मिलियन से ५० मिलियन तक होता है. यह मेड के पास है, जो एक मनोहर दृश्य को प्रदान करता है, इसका निर्माण कुछ साल पहले हुआ. मगर, इसको अनुसूचित जाति के धरती पर निर्माण करने के कारण, इसमें अनुसूचित जाति का एक श्मशान भूमि भी मौजूद है, जो एक ब्लॉक के सीधे आगे स्थित है. अपार्टमेंट काम्प्लेक्स के निर्माण के समय में निर्माण कंपनी के इसको हटाने के प्रयास असफल हो गए.

इस अपार्टमेंट में रहनेवाले निवासी इस श्मशान भूमि को पसंद नहीं करते, जिसको वे परिदृश्य को बिगाड़नेवाला और उनकी भावुकता के अपमान करनेवाला समझते हैं. इन निवासी में से एक ने (जो अपने साठवाँ दशक में हैं) उल्लेख किया कि यह उनको अपने मृत्यु के बारे में याद दिलाता है. मगर, यह प्रदेश यहाँ बहुत लंबी-अवधि से रहनेवाले स्थानीय लोगों से इसकेलिए उपयोग किया गया है. अपार्टमेंट के मालिक और निवासी (जो आम तौर पर उच्च जाति कहे जानेवालों के होते हैं) के धन और ज़ोर की प्रबलता के कारण, एक 'समाधान' आसन्न लगता है और श्मशान भूमि को सड़क के दूसरे किनारे पर फिर से स्थित करने की संभावना है. फलस्वरूप बस्ती और गतिशीलता के सापेक्ष स्थिति पर जो एक समय में बड़े पैमाने के जाति-आधारित संघर्ष हुआ होगा, वह अब वर्ग और जाति दोनों का टकराव हो गया है.

इस अंतरिक्ष मेल का एक ही अपवाद इरुला जनजाति से उपयोग की जाती जगह ही है. वे अभी बस्ती में रहते हैं जो उनकेलिए विशेष रूप से डिज़ाइन किये गए हैं और उनकी स्थिति अधिकाँश अपरिवर्तित है.

इस समय में समापन करने का प्रलोभन हो सकता है कि वर्ग अब जाति-आधारित विभाजनों से सर्व-श्रेष्ट होते हैं. फिर भी, जब हम स्थानीय राजनैतिक विभाजनों पर ध्यान देंगे, हम को पता चलता है की जाति अभी एक मुख्य भूमिका निभाती है.

राजनीति और शासन

तमिलनाडु के दो सबसे बड़े दल हैं डीएमके (द्रविड़ मुन्नेट्र कळगम)[52] और एऐएडीएमके (आल इंडिया अण्णा द्रविड़ मुन्नेट्र कळगम)[53]. ये दल प्रदेश भर में मिलते हैं, जिसमे पंचग्रामी भी शामिल है, और प्रादेशिक स्तर में एक दूसरे से ज़ोरदार विपरीत है. वे प्रदेश में अत्यधिक शक्ति डींग मारते हैं और जाति और लिंग के बारे में बहुत विभिन्न होते हैं. इन प्रमुख दलों के अलावा, एमडीएमके (मरूमलरची द्रविड़ मुन्नेट्र कळगम)[54], डीएमडीके(देसीय मुरपोक्कु द्रविड़ कळगम)[55] वीसीके (विडुदलै चिरुत्तयगल गटशि)[56] और पीएमके (पाटाली मक्कल गटशि)[57] जैसे दलों के भी बड़ी संख्या के अनुयाई हैं. किसी को इसका पता लेना है कि वीसीके और पीएमके जाति-आधारित दल हैं. वीसीके के एक दलित आधारित (अनुसूचित जाति) राजनैतिक दल है और पीएमके वन्नियार-आधारित (सबसे पिछड़े वर्ग) दल है. इनमे कुछ गाँवों में महत्वपूर्ण अनुपात के दलित निवासी रहते हैं, जबकि दूसरों में महत्वपूर्ण अनुपात के सबसे पिछड़ी जाति के श्रेणी के लोग रहते हैं. यह क्षेत्र परिवर्तन के अधीन होने के कारण, इसका पता लेना है कि इस क्षेत्र की विविधता निश्चित रूप से बढ़ी है, मगर आप यहाँ अब भी जाति आधारित राजनैतिक दल के समर्थन को पा सकते हैं. लोगों के अपने से समर्थन किये जानेवाले दल की ओर निष्ठावान होने पर भी प्रादेशी या राष्ट्रीय स्तर पर राजनैतिक संघर्ष के साथ होनेवाली हिंसा ने इस क्षेत्र पर कोई प्रभाव डाला नहीं लगता. इसी प्रकार, पंचग्रामी में विभिन्न धार्मिक आबादी होने पर भी, दूसरे धर्म के धार्मिक त्योहारों के समय में प्रतिरोध कभी नहीं होता. इसका एक कारण यहाँ किसी धर्म-आधारित राजनैतिक दल का अनुपस्थिति हो सकती है.

पंचग्रामी को बनानेवाले कुछ गाँव तमिलनाडु सरकार के सकारात्मक कार्य योजना नीतियों[58] के अधीन आते हैं. पंचायत अध्यक्ष के पद को इस प्रकार अनुसूचित जाति या अनुसूचित जनजाति के सदस्य ही निभा सकते हैं, और इसके फलस्वरूप यहाँ के लोग, वे खुले रूप में किसी राजनैतिक दल के समर्थन करने पर भी, कभी-कभी चुनाव में स्वतंत्र उम्मीदवार के रूप में संघर्ष करना चाहते हैं. उदाहरण केलिए, यहाँ के एक पंचायत समिति का नेता जो अनुसूचित जनजाति और एऐएडीएमके के हैं, उन्होंने एक स्वतंत्र उम्मीदवार के रूप में यह अनुसूचित-जाति आधारित आरक्षित स्थिति के चुनाव में भाग लिए.

पंचग्रामी और उसके लोगों के परिचय के बाद, अब हम अगले खंड पर जाते हैं, जो अनुसंधान ढांचा और इस परियोजना में उपयोग की गयी कार्यप्रणाली की व्याख्या करता है.

परियोजना का ढांचा

यह ग्रन्थ पंचग्रामी के १५ महीने के ऑनलाइन और ऑफलाइन नृवंशवैज्ञानिक अध्ययन का परिणाम है. नृवंशविज्ञान[59] एक अनुसंधान के कार्यप्रणाली के रूप में प्रतिभागी अवलोकन, साक्षात्कार, सर्वेक्षण और इसके आगे जैसी प्रणालियों को घेर लेता है. ये सब ऑफलाइन और ऑनलाइन दोनों में किए गए[60] (पिछलेवाले में फेसबुक पर लोगों

से दोस्ती करना, अलग-अलग व्हाट्सप्प समूहों के सदस्य बनना, ट्विटर में कई लोगों के पीछा करना, लिंकेडीन में पेशेवर से संपर्क करना और इस अवधि में उनके ऑनलाइन गतिशीलता का अवलोकन करना आदि शामिल है). इस प्रक्रिया केलिए पंचग्रामी के लोगों के साथ रहना, १५ महीनों में हर दिन उनके साथ मिलना और उनके दैनिक जीवन में भाग लेना आदि आवश्यक थे. लोगों से कई बार मिलना और उनके साथ औपचारिक साक्षात्कार और अनौपचारिक बातचीत चलाना भी इस प्रक्रिया के भाग थे. लोगों और उनके सामाजिक मीडिया के उपयोग के बारे में गहरी समझ प्राप्त करने केलिए सौ से अधिक आपउचारिक साक्षात्कार और अनौपचारिक और आकस्मिक बातचीत चलायी गयी.

पंचग्रामी में नृवंशविज्ञान चलाना आसान नहीं था. उसका मुख्य चुनौती विश्वास का निर्माण करना और लोगों के आतंरिक घेरों पर अभिगम करना था कि वे व्यक्तिगत सामाजिक मीडिया बातचीत पर हमें अभिगम दें. इसकेलिए परीक्षण, काल्पनिक सोच और अत्यधिक सहनशीलता की आवश्यकता थी. पहले तीन महीनों केलिए, पंचग्रामी का एक भाग बहुत रूढ़िवादी होने के कारण, विशेष रूप से युवतियों को अनुसंधान के भागीदार के रूप में नियुक्त करना बहुत मुश्किल था. मेरे पहनने की शैली और मैं अपने को जैसे पेश करता दोनों ने बहुत मायने रखा. एक ओर से टी-शर्ट और जीन्स पहनना अनुसंधान के असलियत पर संदेह पैदा किया; दूसरी ओर, अपौचारिक कपडे मुझे एक विक्रेता समझने का कारण बना. अंत में कुरता जैसे पारम्परिक कपड़ों को पहनना, जो 'भारतीय बुद्धिमान' का वेश लगता है, मैं शिक्षक के मेरी स्थिति को दृढ़ बनाया, जिसके साथ बातचीत करने को महिलाएँ सुरक्षित समझती थी.

१५ महीने के समय में, अनुसंधान उद्देश्यों केलिए दोस्ती बनाने को मंजूर करनेवाले प्रतिवादियों की संख्या १७२ थी. जबकि १३२ लोगों से इस ऑनलाइन नृवंशविज्ञान के उद्देश्य केलिए विशिष्ट रूप से बनाये गए शोध प्रोफाइल पर दोस्ती की गयी, बाकी ४० लोगों से मेरे असली फेसबुक प्रोफाइल द्वारा दोस्ती किया गया, क्योंकि वे शोध प्रोफाइल द्वारा दोस्ती बनाना नहीं चाहते थे. इसके आगे, व्हाट्सप्प में लगभग ५३ संपर्कों की स्थापना की गयी; यह संख्या क्षेत्र-कार्य के समय में बढ़ती रही और उसके बाद भी, जो अंत में २१० हो गया. ऐसे ही हालत व्हाट्सप्प समूहों में भी हुई. ४१ मुखबिरों का पीछा ट्विटर में किया गया और एक अलग लिंकेडीन प्रोफाइल में ६७ संपर्क स्थापित किये गए; फिर एक बार क्षेत्र-कार्य के बाद भी इन संख्या बढ़ती गयी.

दो परियोजना प्रश्नावली चालू किये गए,[61] यानी प्रश्नावली १ (क्यू १) और प्रश्नावली २ (क्यू २). दोनों सामाजिक मीडिया में होनेवालों को दिए गए. क्षेत्र-कार्य के शुरू में क्यू १ १३० लोगों को दिया गया, और क्यू २ अंत में १५० लोगों को दिया गया. इन दो परियोजना के प्रश्नावलियों के अलावा, जो बडी परियोजना के नौ क्षेत्रों भर में समान रूप से दिए गए,[62] समाज के कुछ पहलुओं को विस्तार से समझने केलिए पंचग्रामी में तीन अन्य छोटे सर्वेक्षण चलाये गए. क्षेत्र-कार्य सामाजिक मीडिया बातचीत (फेसबुक और व्हाट्सप्प से मिले डाटा), संचार डायरीज, संचार मानचित्र, रिश्ता मंडली, ब्राउज़िंग इतिहास के फाइल, अभिलेखीय अनुसंधान आदि का उपयोग भी इस प्रदेश में सामाजिक मीडिया के प्रभाव को बेहतर समझने केलिए किया जाता है.

समापन

जो कोई भारतीय समाज के अध्ययन पर अपरिचित हैं, इस अध्याय में पेश किया गया कुछ विवरण, कुछ कठिन लग सकता है. जाति क्या होता है और वह वर्ग से कैसे संबंधित है? सरकार के लोगों का वर्गीकरण, वे अपने को जैसे वर्णन करते हैं, उसके साथ कैसे जमा होता है. एक गतिहीन हालत में इन सबको समझ पाना काफी कठिन होगा. मगर इस नृवंशविज्ञान का संबंध थोड़ा ही गतिहीन होता है. सिर्फ रियल एस्टेट मूल्यों में बदलाव के कारण कुछ गांववाले जो कई प्रकार से पहले की तरह ही रहते हैं, अपने को संपत्ति के मूल्यों के इस चढ़ाव के कारण होनेवाले आईटी क्षेत्र के कर्मचारियों से तुलनीय संपत्ति और आमदनी के साथ मिलते हैं, इसका परिणाम क्या हो सकता है? वे इससे लाभ नहीं पाए दूसरे निवासी के साथ कैसे सम्बद्ध होते हैं? अंत से पहले अध्याय इस विषय के समानांतर विषय को संबोधित करता है. ऐसे शिक्षा प्रणाली को क्या होता है जिसे सब जो 'ज्ञान अर्थव्यवस्था' कहा जाता था उसकी ओर सक्षम समझते थे, क्योंकि वह गांववालों के और आईटी पेशेवर के बच्चे दोनों के आवश्यकतों को सम्मिलित करने का प्रयास करता है.

भाग्यवश, इस सन्दर्भ को पूर्ण रूप से देखने से हम इन परिवर्तन के दो पूरक गुणों को देख सकते हैं. स्पष्ट रूप से सभी प्रकार के विभाजन और भेद होते हैं जिनपर सर्वत्र विचार करना है. सबसे मुख्य में एक है लिंग, जो कई दूसरों को तय करता है; दूसरा है एक परिवार के आंतरिक गतिकी और उसके बाहर के सामना करने की तरीके के बीच का भेद. लेकिन बड़ा विषय यह है कि ये भेद मुख्य रूप से पारंपरिक विभाजन होते हैं, जिसमे जाति जैसे श्रेणियां हज़ारों वर्षों के पहले के हैं. इसलिए, एक प्रकार से यह इन सब समूहों के बीच में जो सामान्य है उसका भी व्यक्त करता है - सभी जाति भेद, लिंग भेद और पारिवारिक जीवन के नियमों से नियंत्रण किये जाते हैं. जैसे इस अध्याय के शुरू में पता चला, यही इस किताब की कहानी है; जैसे भिन्नता से चिन्हित होनेवाला एक समाज, वास्तव में उनके आधार होनेवाले लंबी-अवधि के परिपाटियों के साथ निरंतरता दिखाता है.

इन विषयों को दिमाग से सुनने से ही हम इस कथा के सामाजिक मीडिया से और द्वारा व्यक्त किये जाने के तरीके को शुरू कर सकते हैं. यह ग्रन्थ, इसी श्रृंखला के अन्य के जैसे, जैसे सामाजिक मीडिया समाज को बदल दिया है इसके सबूत से हावी नहीं होता, मगर इसका ठीक उलटा ही है; जैसे सामाजिक मीडिया इस सन्दर्भ को अपनाने से जैसे बदल गया है. जब हम इसका पहचान करते हैं कि कुछ ही सालों में सामाजिक मीडिया खुद तमिल समूह के एक बहुत पुरानी और व्यापक कहानी का एक प्रभावशाली अभिव्यक्ति हो गया है, हम इसका मूल्यांकन ही कर सकते हैं कि सामाजिक मीडिया दक्षिण भारत में क्या होता है.

2
सामाजिक मीडिया का परिदृश्य: लोग, उनके अनुभूति और सामाजिक मीडिया पर उपस्थिति

> 'भारत में चेन्नई का एक सबसे बड़ा सामाजिक उपयोगकर्ता का उपयोगकर्ता तल है. - हम ने भारत के नए प्रौद्योगिकियों को अपनानेवाले उत्तम देशों पर एक बनने पर योगदान किया है.'
>
> - वेणुगोपाल, एक डिजिटल मीडिया विश्लेषक

पंचग्रामी में आईटी क्षेत्र संपन्न होने के और पास के चेन्नई शहर फेसबुक के उपयोगकर्ताओं की संख्या[1] में भारत के शहरों में पाँचवाँ होने के कारण, पंचग्रामी को औद्योगिक विकास के हरावल पर देखना आश्चर्य की बात नहीं होगी. संचार प्रौद्योगिकी पंचग्रामी में क्रमिक विकास के क्रमशः प्रक्रिया के रूप में थोड़े ही आया, लेकिन तेज़ी छलांग की श्रृंखला के रूप में बहुत आये[2], जिसमे सबसे नवीनतम है सामाजिक मीडिया का आगमन[3]. पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया के परिदृश्य को अधिक स्पष्ट रूप से समझने केलिए, इस क्षेत्र में संचार के इतिहास पर एक संक्षेप विवाद के साथ शुरू करना सर्वोत्तम है.

पंचग्रामी के अंदर पारंपरिक संचार में, वह दैनिक विषयों पर या जनम, शादी या मृत्यु भी जैसे जीवन की मुख्य घटनाओं पर विवाद करने केलिए होने पर भी, हमेशा लोगों से आमने-सामने मिलना शामिल था[4]. संदेशी की प्राकृति और उसको पानेवाले की सामाजिक स्थिति[5], दोनों ने ही उसको भेजनेवाले और उसको भेजने में ज़रूरी औपचारिकता की हद का निर्णय किया. उदाहरण केलिए, अगर अपने घर के लोगों केलिए नाश्ता पकानेवाली एक गृहिणी को पता चला कि उनको भोजन के कोई एक मसाला सामान की कमी है, उसके अपने बच्चों में किसी को अपने पडोसी के घर पर वह मसाला सामान मांगने केलिए भेजना स्वीकार्य है. अगर वह परिवार अपने पड़ोसियों को खुद मेज़बानी करने एक समारोह पर आमंत्रण करना चाहता है, परिपाटी का हुक्म यह है कि वयस्क व्यक्ति आमंत्रण देने केलिए पडोसी के घर चलें. इसके अलावा, मृत्यु, मंदिर के त्यौहार, गाँव के स्थानीय शासन परिषद (पंचायत) की घोषणा या उनके समुद्दय से संबंधित नीतियाँ आदि से संबंधित समाचार इस विशेष कार्य केलिए नियुक्त किये गए पुरुष संदेशवाहकों से ही सूचित किया गया.[6]

यद्यपि संचार के ऐसे चैनल के साथ 'गपशप'[7] ने भी यह कसकर बने हुए ग्रामीण समुदाय में सामाजिक समाचार के तेज़ी फैलाव में भी मदद की. परिवार के भीतर झगड़ा, प्रेम प्रसंगयुक्त विषय, किसी दामाद के परिवार से माँगा गया दहेज़, और ऐसी चिंताएँ गपशप के रूप में फैलाए गए. ऐसे सूचना हमेशा मुहँ की बात के द्वारा कहलवा गए, और इनके वाहक खुद गपशप के विषय जैसे विविध थे. मूर्ति, जो एक २७ उम्र का उद्यमी है, १५ साल पहले की घटना को अभी याद करते हैं. उनकी दूर की चाची, जो एक पडोसी गाँव पर रहती थी, उनके चाचा के सगाई का समाचार कहने केलिए उनके घर आयी; वह इसको जानना चाहती थी कि उसको क्यों पहले ही इसकी खबर नहीं दी गई. इसे सुनकर मूर्ति के परिवार को अचरज हुआ, क्योंकि पिछले शाम पर ही मूर्ति के चाचा की शादी का विषय और संभावित दुल्हन की तलाश की आवश्यकता का आकस्मिक विवाद हुआ था. उनको जल्दी ही पता चला कि उनके घर की नौकरानी बाज़ार में चाची के गाँव के किसी से मिली थी, और असली सगाई नहीं होने पर भी, इस विवाद का उल्लेख किया. यह इसके बाद उनके चाची तक इतने मसाला के साथ पहुँच गयी कि वह अपमानित महसूस करने लगा.

इस क्षेत्र में कोई ऐसे असंख्य कहानियां सुन सकता है. पुरुष के महिलाओं पर गपशप फैलाने का आरोप करने पर भी, दोनों लिंग के लोग इस अभ्यास में लगे रहते हैं. जबकि महिलाओं पारस्परिक और पारिवारिक मामलों के अदला बदली करने केलिए अपने घर के बीच की गलियों में एक दूसरे से मिलते हैं, पुरुष स्थानीय चाय की दूकान या आम जगहों में मिलने लगते हैं. यहाँ वे इस क्षेत्र के अन्य पुरुष से पाए गए नवीनतम व्यापार सौदों या स्थानीय और प्रादेशिक स्तर पर राजनैतिक विषयों पर बातचीत करते हैं. युवा पुरुष बहुधा इस क्षेत्र की युवतियों पर या नवीनतम फिल्म स्टार बात करते हैं, जबकि युवतियाँ फैशन, सिनेमा, घरेलु मामले, और इस क्षेत्र के युव पुरुषों पर बात करते हैं. यद्यपि घर की स्त्रियां हमेशा पुरुष को पारस्परिक और पारिवारिक गपशप के मुख्य भागों पर अद्यतन करते हैं, इसका उल्टा सामान्य रूप से नहीं होता.

पंचग्रामी से प्रवासी हुए लोग अपने रिश्तेदारों से डाक टिकट लगा गया पोस्ट कार्ड या इनलैंड चिट्ठी के द्वारा संबंध रखते थे. इस क्षेत्र का डाक घर चिट्ठियों के एक समाशोधन-गृह के रूप में ही कार्य नहीं किया, लेकिन एक सामूहिक जगह के रूप में ही कार्य करता था जहाँ स्थानीय लोग आपस में मिलते थे.[8] अत्यावश्यक संदेशों को भेजने केलिए टेलीग्राम या 'तनदी'[9] का उपयोग किया जाता था. मगर, लोग आम तौर पर एक अचानक टेलीग्राम को पाने पर चिंतित थे, क्योंकि वे तुरंत ऐसा सोचते थे कि वह किसी परिचित व्यक्ति की मृत्यु का सन्देश लाया है. यह सेवा जल्दी ही अशुभता से संबंधित हो गया. पंचग्रामी केलिए टेलीग्राम पर ऐसा संबंध अनोखा नहीं था; वह कई भारतीय गाँवों का भी मामला था. जुलाई २०१३ में भारतीय टेलीग्राफिक सेवा ने १६२ सालों की सेवा के बाद बंध हो गया[10], और इस प्रकार इस संचार के चैनल का अंत लाया. इक्कीसवी शताब्दी के प्रारंभिक भाग में ही स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतर-राष्ट्रीय कूरियर सेवायें दृश्य में आये; वे अब स्थानीय आबादी के कई वर्ग और आईटी क्षेत्र के मुख्य समाचार के संचार के माध्यम के रूप में सेवा करता है.

रेडियो, टेलीविज़न (टीवी), अखबार और पत्रिका[11] पारंपरिक रूप से अंतर-राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और प्रादेशिक समाचार को, सिनेमा स्टार, खिलाड़ी, राजनीतिज्ञ और अन्य प्रादेशिक सुप्रसिद्ध व्यक्तियों जैसे प्रसिद्द व्यक्तियों के बारे में सामान्य ज्ञान और गपशप

के साथ, संप्रेषित करते थे. जबकि सरकार से चलाया जाता 'आकाशवाणी' ही १९९० दशक के अंत तक एक ही रेडियो चैनल था, २००० दशक में सूर्यन ऍफ़एम, रेडियो मिर्ची और बिग एफएम[12] जैसे निजी तमिल चैनल पंचग्रामी में बहुत प्रसिद्द हो गए. विभिन्न आकार के रेडियो सेट को प्राप्त करना, और मोबाइल फोन के द्वारा रेडियो सुनना आदि मनोरंजन और स्थानीय समाचार केलिए इन रेडियो चैनल के लोकप्रियता को बढ़ा दिया.

१९८० के दशक और १९९० के दशक के आरंभ में पंचग्रामी के कई परिवारों के पास टेलीविज़न नहीं था. वे अधिकाँश समाचार और साप्ताहिक शुक्रवार के तमिल सिनेमा गीत को प्रस्तुत करनेवाले आधे घंटे का कार्यक्रम 'ओलियुम ओल्लियुम' को देखने केलिए पंचायत कार्यालय में इकट्ठे होते थे. १९९० दशक के पिछले भाग और २००० दशक के प्रारंभ में कई परिवारों के टेलीविज़न सेट खरीदने को देखा. और तमिलनाडु के दोनों प्रमुख राजनैतिक दलों के निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग को अपने चुनौती के मुफ़्तों[13] के भाग के रूप में टेलीविज़न सेट को भी शामिल करने को आपस में एक दुसरे से टोकने के साथ पंचग्रामी के लगभग सभी घरों में अब टेलीविज़न मौजूद है. १९९० दशक के पिछले भाग और २००० दशक में, सरकार द्वारा चलाये पिछले १९८० दशक और १९९० दशक के प्रारंभ में मौजूद अकेला दूरदर्शन चैनल से हटकर टेलीविज़न के चैनल सन टीवी, विजय टीवी, जया टीवी[14] और अन्य तमिल, अंग्रेजी और दूसरी भारतीय भाषाओं के चैनल आदि के रूप में केबल और निजी चैनल बढ़ते गए. जबकि अधिकाँश लोग अपने केबल कनेक्शन केलिए स्वयं खर्च करते हैं, ऐसे भी मामले हैं जहाँ ऐसे कनेक्शन अवैध रूप से इकट्ठा किया जाता हैं और एक अकेले कनेक्शन से उद्धृत किये जाते हैं. जैसे अध्याय १ और ३ में उल्लेख किया गया, तमिलनाडु के दूसरी जगहों की तरह यहाँ भी सिनेमा बहुत मशहूर है, और ऊपर के सब चैनल सिनेमा-संबंधी समाचार पर समर्पित कार्यक्रम को प्रकट करते हैं.

जबकि दिनतंति या दिनमलर[15] जैसे तमिल अखबार स्थानीय चाय की दूकानों में आम दृश्य होते हैं, दी हिन्दू, दी न्यू इंडियन एक्सप्रेस, डेक्कन क्रॉनिकल, दी टाइम्स ऑफ़ इंडिया और इकनोमिक टाइम्स[16] जैसे अंग्रेजी भाषा के दैनिक अखबार अपने प्रिंट और ऑनलाइन संस्करण दोनों द्वारा मध्यम और उच्च-मध्यम वर्ग पाठकों को पाते हैं. इसी प्रकार, कुमुदम और आनंद विकटन[17] जैसे साप्ताहिक तमिल पत्रिका मध्यम वर्ग और निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग घरों के एक सामान्य दृश्य है, जबकि इंडिया टुडे, बिज़नेस टुडे. फेमिना और वोग[18] जैसा अंग्रेजी पत्रिका उच्च मध्यम-वर्ग के घरों में दिखाई देते हैं. डाटाक्वेस्ट और डिजिट[19] जैसे औद्योगिक पत्रिकाएँ मध्यम-वर्ग आईटी कर्मचारियों के घरों में दिखाई देती हैं. तेलुगु, हिंदी और मलयालम अखबार और पत्रिकाएँ भी आईटी कर्मचारी और उनके परिवार और अन्य प्रदेश के कम-भत्ता के प्रवासी मज़दूरों से पढ़ी जाती हैं.

मोबाइल फोन, इंटरनेट और ऑरकुट

टेलीग्राफ और पोस्टल सेवाओं के बाद, व्यक्तिगत समाचार के संचार केलिए पंक्ति में अगला था लैंडलाइन फोन. यद्यपि १९७० दशक में स्थानीय शासन परिषद के पास एक होने पर भी, ऐसे फोन का उच्च मांग-आपूर्ति अनुपात और उनके विनियोजन[20] में परिणामी नौकरशाही ने इसका सुनिश्चित किया कि लैंडलाइन का प्राप्त १९९० दशक तक

पंचग्रामी के कुछ प्रभावी परिवारों पर ही संकेन्द्रित था; फोन का उपयोग उनके पड़ोसियों, दूर के रिश्तेदार या जाति के सदस्य से साझा गया.[21] टेलीफोन का नंबर दूर में रहनेवाले रिश्तेदारों और गाँव से प्रवास किये स्थानीय लोगों के साथ आपतकाल में उनसे संपर्क करने की समर्थन बनाने केलिए विनिमय किया गया.

इसके बाद आम टेलीफोन प्रणाली का विकास हुआ, जो एसटीडी/आईएसडी बूथ कहा जाता है, जो लोगों को एक संबद्ध शुल्क केलिए स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतर-राष्ट्रीय कॉल करने दिया.[22] यद्यपि भारत में मोबाइल फोन का परिचय १९९५ में हुआ[23], सिर्फ नए मिल्लीनीयम की शुरू के समय में ही यहाँ के लोगों ने अपने को उसके साथ सज्जित किया. फोन के उत्पादक की संख्या में बढ़ौती, टेलीकॉम प्रदान करनेवालों की चुनौती और कम दाम आदि कारकों ने मोबाइल फोन के. विशिष्ट रूप से गैर-स्मार्ट फोन के तेज़ी फैलाव पर योगदान किया.[24] ये मोबाइल फोन बहुत शीग्र ही एक सस्ती चीज़ बन गया, जिसने इस प्रदेश के संचार के चैनल और प्रक्रिया को मौलिक रूप से बदल दिया.

इस क्षेत्र में मोबाइल टेलीकम्यूनिकेशन की उन्नति के समानांतर, पंचग्रामी में सूचना प्रौद्योगिकी कंपनियों का बाढ़ ने भी कंप्यूटर प्राप्त करने के सामान्य इच्छा को प्रेरित किया. यह इच्छा पारम्परिक आबादी के एक खंड, जिसने लाभदायक रियल एस्टेट सौदे बनाये हैं, की बढ़ती हुई समृद्धि के साथ मेल खाया. इन नए निधि का एक उपयोग परिवार के युवा सदस्यों केलिए कंप्यूटर[25] खरीदना था. परिवार के युवा सदस्यों से एक कंप्यूटर[26] की प्राप्ति एक निश्चित सीमा तक स्थानीय निवासियों से अंतर-पीढ़ीगत सिद्धि के रूप में देखा गया. मगर, अभ्यास में ये कंप्यूटर लंबी-अवधि के निवासियों के बच्चों से औपचारिक शिक्षा के बदले खेलना, सिनेमा देखना और संगीत सुनना आदि उद्देश्यों केलिए उपयोग किये गए.

इस समय में, सबसे कुशल आईटी कर्मचारी अब भी चेन्नई शहर से निजी, कंपनी के और आम परिवहन द्वारा उभरते आईटी क्षेत्र पर काम करने केलिए सफर कर रहे थे; उनके कार्यालय के निकट के बहु-मंजिल अपार्टमेंट काम्प्लेक्स के रूप में आवास अभी विकास होते थे. इसलिए, यद्यपि आईटी कर्मचारियों ने अब तक व्यक्तिगत कंप्यूटर, अधिकाँश डेस्कटॉप, के प्राप्त किये थे, वे इस स्थिति में चेन्नई का ही निवासी थे, पंचग्रामी का नहीं. मगर २००० के दशक के अंतिम भाग और २०१० के दशक के प्रारंभिक भाग में डेस्कटॉप और लैपटॉप दोनों की प्राप्ति इस क्षेत्र में बढ़ने लगी, जिसने कुशल आईटी कर्मचारी की संख्या की बढ़ौती और उनके परिवार नौकरी केलिए पंचग्रामी पर स्थानांतरण के साथ मेल खाया.[27] इसी अवधि में ही डेस्कटॉप और लैपटॉप दोनों कंप्यूटर सस्ते बन गए, और एक छात्र केलिए एक लैपटोप को बढ़ावा देनेवाले सरकार के निति के साथ हाई स्कूल में पढ़नेवाले बच्चों के साथ के परिवारों में कंप्यूटर का प्रवाह तेज़ी बन गया. ऐसे भी मामले थे जिनमे इन कंप्यूटर विस्तृत परिवार के साथ साझे किये गए या कभी बाज़ारी कीमत से कम दाम पर बेचे भी गए. फिर भी, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग केलिए, जिनके हाईस्कूल में पढ़नेवाले बच्चे नहीं होते या एक व्यक्तिगत कंप्यूटर खरीदने का बर्दाश्त नहीं होते, कंप्यूटर एक दूर की सपना ही रहता है.

मिलेनियम के प्रारंभिक वर्षों में इंटरनेट का अभिगम विचित्र था. क्योंकि वह 'डायल अप' का काल था और इंटरनेट से कनेक्ट करने केलिए लैंडलाइन फोन की आवश्यकता थी. पंचग्रामी के अधिकाँश लोगों के पास लैंडलाइन फोन न होने के कारण,

उनके व्यक्तिगत कंप्यूटर (जिनके पास वह था) इंटरनेट से संपर्क नहीं थे. इस क्षेत्र में इंटरनेट का अभिगम सिर्फ एक ब्राउज़िंग सेंटर/इंटरनेट कैफ़े[28] के द्वारा था, जो हमेशा केलिए पुरुष कॉलेज के छात्रों या आईटी कर्मचारियों के भीड़ के साथ ही था. सामान्य ब्राउज़िंग के सिवा, ब्राउज़िंग सेंटर में सामाजिक मीडिया के अन्य लोकप्रिय उपयोग में ऑनलाइन खेल, इ-मेल चेक करना, फोटो देखना और याहू और ऐसीक्यू चाट रूम के द्वारा बातचीत करना आदि शामिल थे.

ऑरकुट, जिसका स्वामी गूगल है, भारत में उपलब्ध पहले सामाजिक मीडिया के मंचों में एक था.[29] दुनिया के दूसरे भाग फेसबुक और अन्य जैसे इसी प्रकार के सामाजिक मीडिया के मंचों पर हट जाने के कारण वह अब बंध होने पर भी, शुरू में ऑरकुट भारत में ऑनलाइन दोस्ती बनाने का बहुत लोकप्रिय मार्ग था. वह २००० दशक के मध्यम में ऊपर पहुंचा और इस साईट के यातायात का बड़ा हिस्सा भारत से ही था.[30] लोगों के याहू समूह और इ-मेल समूह को ऑरकुट के पूर्वज के रूप में देखने पर भी, पहलेवालों ने इसी प्रकार के प्रभाव पाने में असफल हो गए.

विक्रम, एक ३४ उम्र वरिष्ठ सलाहकार, जो एक इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी बहुराष्ट्रीय कंपनी में, २००२ में इस क्षेत्र में उसकी स्थापना से काम किया है, समीक्षण किया:

> २००५ के अंत में, हम सब ऑरकुट में थे. वह मज़ाक था. हम हमेशा उसके बारे में कार्यालय में विवाद करते थे. मैं उस समय में अविवाहित था और आईटी दोस्तों के एक दल के साथ रहता था. चेन्नई पहुँचने के बाद... आप को मालूम है कि यह जगह कैसे थी, खराब सड़के और ऐसे... चेन्नई पहुँचने में एक घंटा लगता था... मैं एक ब्राउज़िंग सेंटर पर जाता था और शाम को देर तक... शनिवार, रविवार में ऑरकुट में था. ऑरकुट हमारी दुनिया था.

सुजाता, एक २९ उम्र की गृहिणी जो अब पंचग्रामी में रहती है, कहा:

> ऑरकुट उस समय में मेरे कॉलेज में आराम का विषय था. ऑरकुट में रहना ख़ुशी का विषय था, लेकिन ऐसा नहीं था कि अगर आप ऑरकुट में नहीं होते, तो दल में हो न पाएंगे. मेरी कई सहेलियां ऑरकुट में नहीं थी. वे चेन्नई के बाहरी गाँव के थी. हमेशा ऑरकुट में यह उझकनेवाले टॉम की मनोवृत्ति थी... अब भी लोग फेसबुक में इस प्रकार करते हैं, लेकिन ऑरकुट में आप को पता चलता है कि कौन आप के प्रोफाइल पर आया... वह शुरू में मज़ाक था लेकिन कुछ समय के बाद बहुत चिड़चिड़ा बन गया.

अर्जुन, एक ३१ उम्र के भारतीय अनिवासी[31], पंचग्रामी में एक अपार्टमेंट का मालिक है. वे चेन्नई से कंप्यूटर इंजीनियरिंग में अपने बैचलर डिग्री के ख़तम करने के बाद अपने मास्टर्स डिग्री केलिए यूएस चल गए. उन्होंने ऐसी टिपण्णी की:

> पहले, ऑरकुट के द्वारा ही मैं अपने कई भारतीय सहपाठियों से संपर्क में रह सकता था. अब आपके कई माध्यम है, लेकिन २००५ में यही इ-मेल के बाद एक ही माध्यम लगा... ऑरकुट निश्चित रूप से इ-मेल से अधिक मज़ाक था.

मगर ऑरकुट का उनके उपयोग २०१० दशक के प्रारंभ में धुंधला लगता है.[32] ऊपर उल्लेख किये गए कोई भी अपने खाता रद्द नहीं किया हैं. वे जब फेसबुक और व्हाट्सप्प जैसे अन्य मीडिया पर चल गए, केवल अपने खाते का विवरण भूल गए थे. ऑरकुट के उपयोग करने का याद उन लोगों के बीच में सामान्य है जिन्होंने हाल ही में शहर से पंचग्रामी में बसने केलिए प्रवास किये थे.

हाल ही के पंचग्रामी में प्रवास किये मध्यम-वर्ग और उच्च मध्यम-वर्ग, जो इच्छा से ऑरकुट की याद करते हैं, से भिन्न यह सेवा पंचग्रामी के निवासियों के बीच में प्रसिद्द नहीं था. कुछ ही पंचग्रामी के लम्बी-अवधि के निवासियों ने इस मंच का उपयोग भी किये हैं, जैसे शिवा, एक ३७ उम्र के उद्यमी जो परिवहन व्यवसाय में डूबे हैं, कहते हैं:

> उस समय में ही इस क्षेत्र का विकास पूरे तौर से तेज़ी से बहता था... मेरे पीढ़ी में, आप को कई शिक्षित लोग नहीं मिलेंगे. इसके आगे, कई लोगों का इंटरनेट कनेक्शन भी नहीं था. मैं सोचता हूँ कि मेरे पीढ़ी के कई लोगों ने ऑरकुट को नहीं पाया मगर फेसबुक को पाया. इंटरनेट कैफ़े प्रसिद्द थे, लेकिन वे सब चेन्नई के भीतर थे. यहाँ सिर्फ एक ही कैफ़े था. क्या आप को मालूम है कि दूसरे शहरों से इन इंजीनियरिंग कॉलेज में पढ़ने केलिए यहाँ आनेवाले छात्र... वे हमेशा कैफ़े में ही होंगे, वे ही हमेशा ऑरकुट में थे, हम नहीं. मैं उसमे इससे था कि मेरे चेन्नई के एक दोस्त ने इसके बारे में मुझे कहा.

सुंदर, एक ३२ उम्र के पंचग्रामी के निवासी ने ऐसी व्याख्या की:

> जब मेरी दोस्तों में से किसी ने कॉलेज में मुझे इसका परिचय दिया, तब से मैं ऑरकुट में था... वह शहर में हुआ... यहाँ नहीं... मेरी जगह के कोई दोस्त भी उसमे नहीं था... मैं ने इसके बारे में मेरे दोस्तों से कहा... वे शुरू में दिलचस्पी थे और बाद में उसपर अभिगम करने केलिए कंप्यूटर न होने के कारण ग़ैरदिलचस्प हो गए. मेरे सभी ऑरकुट संपर्क मेरे शहर के दोस्त थे. अब... फेसबुक के साथ... यह सब अलग है. आप मोबाइल फोन से भी उसपर अभिगम कर सकते हैं... दस वर्ष पहले... मामला ऐसा नहीं था... आप को उसपर अभिगम करने केलिए कैफ़े में चलना था. मेरा एक दोस्त उसमे कुछ समय के लिए रहा लेकन बाद में उसपर का शौक खो गया...अब वह फेसबुक पर है...जब यहाँ के कई लोगों को एक इ-मेल खाता भी नहीं हैं, क्यों ऑरकुट के बारे में बात करें?

व्यक्तिगत उपकरण द्वारा सामाजिक मीडिया पर अभिगम को इंटरनेट के आधारिक संरचना के विकास और ब्रॉडबैंड के लोकप्रिय और सस्ता बनने तक रोकना पड़ा. ब्रॉडबैंड और वोय-फै के पहले अपनानेवालों में शामिल है पंचग्रामी के मध्यम-वर्ग और उच्च मध्यम-वर्ग परिवार. यूएसबी डोंगल्स द्वारा इंटरनेट पर अभिगम लैपटॉप के प्रवेश के बाद स्थिर होने लगा. ऐसे डोंगल्स के उपयोग आईटी पेशेवर और हॉस्टल में रहनेवाले छात्रों और घर में एक ब्रॉडबैंड कनेक्शन नहीं बर्दाश्त करनेवाले स्थानीय निम्न मध्यम वर्ग के बीच में सामान्य है.

यूएसबी डोंगल्स द्वारा ब्रॉडबैंड और इंटरनेट के प्रवेश के समानांतर, सस्ती, चीनी-बनाए, स्थानीय और ब्रांड के (उदाहरण, सैमसंग) स्मार्टफोन के प्रवाह हुआ जो विशेष रूप से भारतीय बाज़ार केलिए उत्पन्न किया गया.[33] यह करीबी से सस्ते डाटा योजनाओं से पीछा किया गया, जो इस प्रकार कम-आमदनी समूहों को भी इंटरनेट से संपर्क रखने दिया.[34] ये सस्ते स्मार्टफोन औसत स्मार्ट फोन के नीचे युग्मन किये संस्करण है. जिसमे कम किये गए औद्योगिक क्षमता होते हैं. ऐसे फोन ने भारत में संचार सेट-उप[35] का परि-वर्तन कर दिया और अपने भाग केलिए पंचग्रामी पर मुख्य प्रभाव डाला. जबकि २०१४ में स्मार्टफोन[36] के प्रवेश का राष्ट्रीय औसत लगभग २१ प्रतिशत[37] था, पंचग्रामी में अवलोकन संबंधी विश्लेषण और नमूना सर्वेक्षण निवासियों के बीच ४८ प्रतिशत का प्रवेश प्रस्तावित करता है[38]; कुशल आईटी कर्मचारियों[39] के अस्थायी आबादी में स्मार्टफोन की उपस्थिति अधिक हो सकता है, संभावित रूप से ७० प्रतिशत तक अधिक हो सकता है. मगर, लोगों से उपयोग किया जाता स्मार्टफोन का प्रकार, ब्रांड, औद्योगिक क्षमता और कीमत में विभिन्न रहे. उच्च प्रकार के स्मार्टफोन अधिकाँश उच्च-मध्यम-वर्ग आईटी कर्मचारियों और उनके परिवार या धनी लंबी-अवधि के निवासी के पास ही था. मगर ऐसा भी होता था कि अपने प्रारम्भिक बीस के होनेवाले निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के लोगों के पास भी ऐसे महंगे स्मार्टफोन थे. वे अपने सामाजिक मण्डली से रूपये खर्च में लेकर और फोन के खुदरा विक्रेताओं से प्रदान किये जाते किस्त योजना के द्वारा इनको खरीदते थे.[40] इन ग्राहकों केलिए, एक फोन का आकार और कार्यक्षमता ही अपने सहयोगियों के सामने स्थिति का चिन्ह होता है.

पंचग्रामी में मोबाइल फोन के दूकानदारों से साक्षात्कार से यह पता चला कि सबसे लोकप्रिय फोन प्रवेश-स्तर के फोन ही होते हैं जो ३००० से ५००० तक[41] के दाम की श्रेणी में हैं. भारतीय बाज़ार केलिए सैमसंग मोबाइल फोन मॉडल्स इस दाम के श्रेणी को चुननेवाले कई ग्राहकों के बीच सबसे अधिक लोकप्रिय लगता है. पंचग्रामी के आई-फोन, एचटीसी, सोनी और अधिक महंगे सैमसंग उत्पादों जैसे उच्च-प्रकार के फोन के ग्राहक पंचग्रामी के स्थानीय दूकान के बदले चेन्नाक के ब्रांड के बिक्रेता से खरीदना चाहते थे. इसका कारण, फोन मॉडल के व्यापक रेंज, भुगतान योजना और बिक्री के बाद की सेवा आदि जो इन विक्रेता प्रदान करते हैं.

दूसरों जगहों की तरह, यहाँ स्मार्टफोन पुकारना और सन्देश भेजना से खेलना, इ-मेल और फेसबुक. ट्विटर, लिंकेडीन और व्हाट्सप्प जैसे सामाजिक मंच में अभिगम, फोटो लेना और अपलोड करना और सिनेमा देखना तक एक व्यापक प्रकार की सेवाओं केलिए उपयोग किया जाता है. जबकि बीसवीं के अंतिम भाग और तीसवी आयु पर होनेवालों को स्मार्टफोन पर खेलना एक आकर्षित 'समय गुज़ारना'[42] होता है, यह कई किशोरी लोगों के जीवन का मुख्य पहलु होता है. वास्तव में, पंचग्रामी के कई बच्चे विशेष रूप से खेलने केलिए ही पहले फेसबुक के सदस्य बने और उन्होंने इस उद्देश्य[43] केलिए स्मार्टफोन, कंप्यूटर और टेबलेट[44] का उपयोग करते थे.

कम-आमदनी के समूह के कुछ लोगों के पास लैपटॉप था (जो तमिलनाडु सरकार से 'एक लैपटॉप एक छात्र' योजना में मुफ्त प्रदान किया गया)[45], जिनको वे अपने सस्ते स्मार्टफोन द्वारा प्राप्त किया एक प्री-पेड मोबाइल के इंटरनेट कनेक्शन से जोड़ते[46] थे. इसने यूट्यूब में नए टेलीविज़न कार्यक्रम पर अभिगम करने और कई नए पायरेटेड तमिल सिनेमा देखने के चैनल का काम किया.[47] संक्षिप्त में, वह उनके टेलीविज़न था और एक

निश्चित हद तक एक सिनेमा भी था, जो सस्ता मनोरंजन प्रदान करता था. मध्यम-वर्ग से भी यही हुआ, लेकिन इस समय वे ब्रॉडबैंड या यूएसबी डोंगल का उपयोग अपने ब्रांड के लैपटॉप या संकलित डेस्कटॉप में इन सेवाओं को प्रदान करने केलिए करते थे.[48] वर्तमान में शासन करनेवाले दल के मोबाइल फोन, लैपटॉप और आम जगहों में मुफ्त वोय-फै कनेक्शन[49] जैसे मुफ्त के घोषणा के बाद निकट भविष्य में इंटरनेट और सामाजिक मीडिया के उपयोग, दोनों, में भारी वृद्धि की प्रतीक्षा है.

आवाज़ और सामाजिक मीडिया के बीच चयन

स्मार्टफोन की उपस्थिति का मतलब जरुरी से यह नहीं होता कि सभी संचार सामाजिक मीडिया के द्वारा ही किये गए. वास्तव में कई सामाजिक कारकों ने पंचग्रामी में संचार प्रणाली के निर्णय करते थे. उदाहरण केलिए, परिवार के बुजुर्ग सदस्यों से संचार बहुधा आवाज़ से ही होता है. इसका कारण अधिक पारंपरिक माध्यम का आराम, माँ-बाप के नियंत्रण और युवा लोगों के अन्य मीडिया के उपयोग करने पर अनुमोदन आदि हो सकता है. कभी-कभी साक्षरता, अंग्रेजी जैसे विशिष्ट भाषा के ज्ञान की अनुपस्थिति या नए कौशल सीखने के शौक की कमी आदि भी आवाज़ के द्वारा संचार के आयोजन करने में एक भूमिका निभाता है.

रवी की माँ के मामले में यह स्पष्ट है, जिनकी परिसीमन दैनिक संचार केलिए भी उनसे फोन में बात करने को रवी को ज़ोर देता है.[50]

रवी, एक २५ उम्रवाले, एक निम्न मध्यम वर्ग परिवार के है और पंचग्रामी में चिकित्सा सूचना प्रसंस्करण कंपनी में तथ्य प्रविष्टि प्रचालक का काम करते है. उनकी छोटी बहन विवाहित है और चेन्नई में रहती है. उनके पिता जो एक किसान हैं, अपने आमदनी को परिशिष्ट करने केलिए एक नलकार का भी काम करते हैं, उनकी माता एक गृहिणी है. परिवार के सभी सदस्यों के पास अब मोबाइल फोन होने पर भी, उनकी बहन ने अपने शादी के बाद ही एक का प्राप्त किया; तब तक उन्होंने अपनी माँ की फोन का ही उपयोग किया. रवी के माँ-बाप के पास गैर-स्मार्ट माइक्रोमैक्स फोन हैं, जबकि रवी के पास एक सैमसंग गैलेक्सी मूल स्मार्टफोन है.

काम के दिनों में रवी सामान्य रूप से घर से मध्याह्न का भोजन ले चलता है. अगर इसमें देर हो गया, वे दफ्तर से मध्य सुबह में अपनी माँ को इसे पूछने केलिए पुकारते हैं कि अगर वे मध्याह्न भोजन केलिए घर आ सकते हैं. इसकेलिए सिर्फ दो मिनट की संक्षेप बातचीत ही होगा, शायद बातचीत तब विस्तृत हो सकता है जब वे जानना चाहते हैं कि अगर माँ उनसे कुछ काम करने को मांगती है. उनका समझ यह है कि अगर वे उनको नहीं पुकारते, वे उनकेलिए मध्याह्न का भोजन नहीं पकाएगी. एक समय कार्यालय में उनके व्यस्त कार्यक्रम का नतीजा यह हुआ कि रवी अपनी माँ को पुकार नहीं सके. इसके बदले उन्होंने उनको मध्याह्न भोजन केलिए अपने पहुँचने की जानकारी देने केलिए सिर्फ एक एसएमएस[51] भेजा. जब वे घर चले, उसको इससे आश्चर्य हुआ कि उन्होंने भोजन केलिए कुछ नहीं बनाया था, और उनको यह कहकर बिदकाया कि उन्होंने अपने आगमन के बारे में उनको सूचित नहीं किया. अन्यथा साबित करने केलिए रवी ने उनके फोन को अपने सन्देश दिखाने केलिए छीन लिया. तभी रवी को पता चला कि उनकी माँ

कभी कोई सन्देश नहीं पढ़ती. उनको नहीं मालूम था कि सन्देश को, विशेष रूप से अगर वे अंग्रेजी में हो तो, कैसे पढ़ें. रवी को विशिष्ट रूप से आश्चर्य हुआ क्योंकि पहले एक समय में उन्होंने अपने अंग्रेजी सन्देश पर अपनी माँ के फोन से उत्तर प्राप्त किया था. बाद में उनको पता चला कि उनकी बहन ने ही उनकी माँ के फोन से उनको सन्देश भेजा था.

रवी अब इसको अपनी माँ से संचार करने का एक ही तरीका सीधे बात करनी ही है, इसको पहचानकर संकल्पपूर्वक उनको बुलाते हैं. वे कहते हैं कि उनको तमिल में भी सन्देश भेजने के तरीके को समझने का शौक नहीं था. अब यह जोड़, रवी काम में व्यस्त होने से अपनी माँ से बात करने में असमर्थ होने के समय में भी, संचार करने केलिए एक रास्ता ढूँढा हुआ लगता है. वे उनको एक मिस्ड कॉल देते हैं[52], अगर फोन दो बार ठनकता है, सन्देश यह होता है कि रवी मध्याह्न भोजन केलिए घर आते हैं; अगर वे नहीं पुकारते, इसका मतलब है कि वे नहीं आएंगे. रवी ऐसा महसूस करते हैं कि उनकी माँ केलिए मोबाइल फोन ने सिर्फ लैंडलाइन का जगह ली है; वे उनको सिर्फ पुकारने केलिए उपयोग करती हैं और किसी कारण कोनहीं.

रवी कदाचित ही अपने पिता को पुकारते हैं, और कभी भी काम के समय में नहीं पुकारते, क्योंकि उनके पिता खेत या नल-साजी के काम में व्यस्त हो सकते हैं. मगर, उनके पिता शाब्दिक सन्देश को पढ़ सकते हैं, इसलिए रवी अपने पिता को तमिल में या तमिल के अंग्रेजीकृत लिपि में सन्देश भेजते हैं. सन्देश अधिकाँश बहुत संक्षिप्त होते हैं, जो आम तौर पर सूचना देने केलिए भेजे जाते हैं. उदाहरण केलिए,उनसे अपने पिता को भेजे गए सन्देश में एक है 'अरिसि वांगियाची' जिसका अर्थ है 'चावल खरीद चुका हूँ' - अपने पिता को इसलिए सूचना देते हैं कि वे भी चावल नहीं खरीदें. उनके पिता कदाचित ही जवाब देते हैं, लेकिन रवी जानते हैं कि वे उनके सन्देश को पढ़ते हैं. उनको यह भी मालूम है कि अगर वे अपनी माँ को जो भी सूचना देना है उसको बता दें, वह पूरे परिवार में फ़ैल जायेगा. वे मज़ाक में अपनी माँ को 'टेलीफोन एक्सचेंज' कहते हैं.

यद्यपि रवी, जब वे काम में हैं, अपनी बहन के साथ बातचीत को सीमित रखने लगते हैं (सप्ताहांत में या काम के बाद ही उनको फोन करते हैं), वे कभी कभी उनको सन्देश भी भेजते हैं. उनकी बहन को भेजे जाते अधिकाँश सन्देश अग्रिम और मज़ाक ही होते हैं (लेकिन वे इसका भी सुनिश्चित करते हैं कि वे उनको कोई 'वयस्क' वाले नहीं भेजते). उनकी बहन अपनी माँ को एक दिन में बातचीत करने केलिए कई बार पुकारती है; वे अपने पिता को भी दिन में एक बार फोन करती हैं. आम तौर पर, पूरे परिवार के साथ बातचीत सप्ताहांत में ही होता है. रवी कहते हैं कि उनके माँ-बाप उनकी बहन के आवाज़ हर दिन सुनने केलिए हठ करते हैं.

रवी की माँ का मामला साक्षरता और औद्योगिक कौशल के मामलों से शाब्दिक कार्य से आवाज़ की चुनौती को स्पष्ट रूप से व्याख्या करता है. विशिष्ट रूप से माँ-बाप और बेटियों के रिश्ते में भावुक चिंताएं भी पैदा हो सकते हैं.

शोभना, जो २२ उम्र की कॉलेज छात्रा जो अपनी शिक्षा के आखिरी साल पर है, उसके मामले पर विचार करें. उनके पास एक नोकिया स्मार्टफोन है, जो उनके चाचा से एक जन्मदिन का भेंट है, और एक गैर-स्मार्ट नोकिया फोन भी है. जबकि उनके स्मार्टफोन सामाजिक मीडिया कार्यों केलिए और अपने दोस्तों के साथ बात करने केलिए उपयोग किया जाता है. संचार के चैनल पर यह विशिष्टता उनके माँ-बाप को शामिल करते एक ऐसी घटना के बाद ही आरंभ हुआ, जब उन्होंने कॉलेज से घर देर से लौट आयी.

शोभना कहती है कि उन्होंने अपनी माँ को विलंब के बारे में सूचित करते सन्देश भेजा, जिसके तुरंत बाद उनकी माँ ने उनको कई बार पुकारा; लेकिन उसको कोई उत्तर प्राप्त नहीं हुआ, जिसने उनको थकाया और चिंतित किया. उनकी माँ के दृष्टिकोण से, वे इतना ही जानना चाहती थी कि शोभना सुरक्षित है, और इसलिए ऐसे हालत में उनके पुकार का उत्तर देना अनिवार्य है.

शोभना, इकलौती बच्ची होने के कारण, को मालूम है कि उनकी सुरक्षा ही परिवार का सबसे उच्च प्राधानता है. वह महसूस करती है कि उनकी माँ ने देश में होनेवाले कई बलात्कार[53] और हत्या के कारण उत्कंठित हो गई. शोभना के दोस्तों और परिवार केलिए एक ही फोन का उपयोग नहीं करने का कारण इसमें होता है. उनकी माँ, और कुछ हद तक उनके पिताजी, जब उनके पुकार का तुरंत उत्तर नहीं मिलता, कुछ चिड़चिड़ाने लगते हैं; जैसे शोभना की माँ कहती है, उनकी बेटी अपनी सहेलियों से घंटों तक बात करने लगती हैं और उनको पुकारने का कोई भी उत्तर नहीं मिलता. इसलिए, उनके माँ-बाप केलिए एक विशिष्ट फोन लाइन की आवश्यकता होता है. उनके प्रमुख फोन में कोई डाटा (इंटरनेट) पैक जुड़ा नहीं है, जबकि उनके स्मार्टफोन में एक ३जी इंटरनेट डाटा पैक शामिल है. दुसरे समयों में उनके माँ-बाप एसएमएस द्वारा संचार करते हैं, लेकिन शोभना के मामले में वे इसमें बहुत विशिष्ट लगते हैं कि संचार आवाज़ के द्वारा ही होना चाहिए.

उच्च मध्यम-वर्ग के परिवारों में भी, जिसमे सामाजिक मीडिया कुशल बुजुर्ग थे, परिवार के मण्डली पर उनका अनुक्रम और सम्मान की अपेक्षा पीढ़ी के अंतर संचार के मंच की चुनौती पर प्रभाव डालता है. वे कुछ संचार केलिए नए मीडिया के उपयोग को अवैयक्तिक और अपमानजनक मानते थे. इस पर परिवार के बुजुर्गों की प्रतीक्षा राघवन के मामले स्पष्ट रूप से समझा जाता है, जो एक प्रमुख दवा कंपनी के प्रशिक्षण और विकास के सेवानिवृत्त नेता हैं. वे लोगों को जीवन के घटनाओं पर सूचित करने केलिए अपने साथ बात करना अधिक पसंद करते हैं. वे जीवन के कुछ घटनाओं की घोषित करने केलिए बुजुर्गों को एक इ-मेल भेजने को भी अवैयक्तिक और अपमानजनक मानते हैं.

हम यहाँ अतुल्यकालिक संचार के बदले आवाज़ और तुल्यकालिक संचार पर तहजीह को देखते हैं.[54] इसलिए दूरी पर रहनेवालों केलिए व्हाट्सप्प के बदले आवाज़ संचार भेजना एक फोन बातचीत या स्काइप/गूगल हैंगऑउट बातचीत के जैसे आकर्षक नहीं होता. मगर, यह दृष्टिकोण नौकरी या शिक्षा केलिए एक विदेश भूमि पर प्रवास हुए निकट के परिवार के सदस्यों से संचार करने में थोड़ा बदलता है. अध्याय ४, जो पारिवारिक रिश्तों का जांच करता है, इस पहलू पर अधिक विस्तार से तर्क करता है, और इसको रिश्तों के अन्य रूपों में भी विस्तृत करता है.

फिर भी जब हम बुजुर्ग या माँ-बाप से उपयोग किये जाते सामाजिक मीडिया के मंच से हट जाते हैं, हम अब सामाजिक मीडिया से बसाये गए एक व्यापक दुनिया का सामना करते हैं. पहला सामाजिक मीडिया सर्वेक्षण क्यू१, अध्याय १ में विवाद किये जाने की तरह, २०१३ में १३० उत्तरदाताओं के नमूने पर जब क्षेत्र-कार्य शुरू हुआ,चलाया गया, जो सब के सब सामाजिक मीडिया के उपयोगकर्ता थे.[55] इसके निर्णय ने हमें यह सूचित किया कि इस सामाजिक मीडिया उपयोगकर्ताओं के नमूने केलिए सबसे अधिक प्रसिद्द सामाजिक नेटवर्किंग साईट (८४ प्रतिशत) है फेसबुक, जिसके अगले व्हाट्सप्प (६२ प्रतिशत) और ट्विटर (३४ प्रतिशत) है. लिंकेडीन जैसे साईट (३१ प्रतिशत) सर्वेक्षण में दिखाई होने पर भी, यह आईटी आबादी और अन्य कॉर्पोरेट क्षेत्र के कर्मचारियों केलिए

विशिष्ट था. कार्य-क्षेत्र के समय में सामाजिक मीडिया को उपयोग करनेवाले पंचग्रामी के निवासियों के बीच इस मंच की लोकप्रियता की सामान्य प्रवृत्ति को निरंतर सबूत था. इसका अपवाद व्हाट्सप्प ही हो सकता है, क्योंकि क्षेत्र-कार्य के समय में इसका प्रसिद्धि शायद फेसबुक के आगे निकल गयी दिखाई देती है.

कुछ ही लोगों केलिए इंस्टाग्राम में खाता था, और जबकि बीबीएम, अभी अपने ब्लैकबेरी को रखनेवाले उच्च-मध्यम-वर्ग कॉर्पोरेट कर्मचारियों के बीच प्रसिद्द था[56], स्नैपचैट या इंस्टाग्राम किसी महत्वपूर्ण हद तक प्रकट नहीं थे.[57] लोग एक ही समय में एकाधिक मंचों में थे, उदाहरण केलिए फेसबुक पर होनेवाले लोग ट्विटर या व्हाट्सप्प पर भी थे, और इसका उल्टा भी स्पष्ट था.

क्यू१ द्वारा सर्वेक्षण किये गए सामाजिक मीडिया के उपयोगकर्ताओं के बीच ८३ प्रतिशत[58] ने ऐसा प्रस्ताव किया कि उन्होंने स्मार्टफोन के द्वारा ही सामाजिक मीडिया के मंचों पर अभिगम किये, यद्यपि जैसे पहले कहा गया, स्मार्टफोन के ब्रांड और उनसे संबंधित डाटा योजना की श्रेणी व्यापक रूप से बदलते थे. सामाजिक मीडिया पर अभिगम केलिए अन्य मशहूर चैनल थे लैपटॉप (६१ प्रतिशत) और डेस्कटॉप (४७ प्रतिशत). जबकि अधिकाँश लोगों ने ब्रॉडबैंड या यूएसबी डोंगल का उपयोग किये, ऐसे भी लोगों की मामला है जो अपने फोन को इंटरनेट के अभिगम केलिए जोड़े थे. इस अध्याय के निम्नलिखित भाग वे पंचग्रामी में प्रकट होने के प्रकार इन तीन मुख्य सामाजिक मीडिया मंचों की उपस्थिति पर एक परिचय देते हैं जो हैं फेसबुक, व्हाट्सप्प और ट्विटर. लिंकेडीन एक पेशेवर नेटवर्किंग साधन और ज्ञान के स्रोत के रूप में आईटी क्षेत्र से अधिक उपयोग किया जाता है. लिंकेडीन के समूह ने अपने उपयोगकर्ताओं को अपने व्यावसायिक पूर्वेक्षण में आगे बढ़ने केलिए पेशेवर संपर्क के विकास में मदद की, जबकि इसी समय में उनके संबंधित औद्योगिक क्षेत्र पर चालू विकास और नेतृत्व और व्यक्तिगत या पेशेवर विकास पर निबंध आदि प्रदान भी करता है. आईटी क्षेत्र के अंदर, लिंकेडीन ज्ञान के नेटवर्क और उपयोगकर्ता के पेशेवर जीवन में अवसरों को अधिक करनेवाले नेटवर्क के रूप में देखा जाता है.

फेसबुक: वर्ग, जाती और लिंग

यद्यपि फेसबुक को अपने परिवार के साथ पंचग्रामी में बसे हुए आईटी कर्मचारियों और इस क्षेत्र के लंबी-अवधि के निवासियों के एक उपस्थिति मिली है, इन समूहों के अंदर सामाजिक मीडिया के उपयोग पर वर्ग, जाति, उम्र और लिंग जैसे सामाजिक कारक प्रभाव डालते हैं. इनके प्रभाव पर जांच करना हमें यह समझने में मदद करेगा कि जैसे फेसबुक पंचग्रामी में सामान्य रूप से फिट होता है.

पंचग्रामी के निम्न मध्यम वर्ग और निम्न आमदनी-समूह से युवा लोग ही प्रमुख रूप से फेसबुक पर हैं. यह समूह, जो मुख्य रूप से साक्षर पुरुषों से बना है, को किसी प्रकार की नौकरी है, अगर वह ड्राइवर हो, घरबारी हो, या प्रवेश-स्तर के आईटी समर्थन कर्मचारी भी हो. आम तौर पर वे एक प्री-पेड इंटरनेट कनेक्शनवाले स्मार्टफोन के द्वारा ही फेसबुक पर अभिगम करते हैं. उनके दोस्तों के सूची के अधिकाँश सहेलियाँ अन्य क्षेत्र या अन्य भारतीय राज्य के भी हैं, क्योंकि इस क्षेत्र और इन स्तर की महिलाएँ फोन

के उपयोग करने से प्रतिबंध रहती हैं हैं, जो प्रतिबंध फेसबुक के उपयोग करने पर भी विस्तृत होता है. इस स्तर के एक विशिष्ट जाति समूह के पुरुष अपने परिवार की स्त्रियों पर फेसबुक को एक खतरनाक प्रभाव महसूस करते हैं. फेसबुक पर ऐसी अनुभूति उनके मंच के उपयोग चोंचले के साधन के रूप में करना, अंतर-जातीय प्रेम पर भय, पार-लैंगिक दोस्ती पर उनके समूह का संवेदन, एक लड़की ऐसी दोस्तियों में अवगत होने पर किसी के ज्ञात होने से परिवार के प्रतिष्टो को खोने का भय आदि से आता है.[59] पुरुष इसको स्वीकार करते हैं कि इस क्षेत्र के उनके समूह के होनेवाली कई स्त्रियां शायद फेसबुक पर हो सकती है, लेकिन अगर उनको उन स्त्रियों के मंच पर मौजूदगी का पता चल जाए, वे उनको सामान्य रूप से हतोत्साह करते हैं क्योंकि वे अपने समूह कि युवा लड़कियों केलिए फेसबुक पर नियमित रूप से खोज करते हैं.

इस प्रकार फेसबुक पर जाति का मुख्य प्रभाव दर असल लिंग के मामलों से संबंधित ही हैं. उदाहरण केलिए, एक जाति-आधारित राजनैतिक दल के नेतृत्व ने (यह जाति सामाजिक अनुक्रम में अनुसूचित जाति से उच्च स्तर पर रहने का दावा करता है), हाल ही में घोषित किया है कि उनके जाति की लड़कियाँ अनुसूचित जाति के युवा पुरुषों से लक्षित की जाती है और प्रेम जता जाति हैं और यह अंतर-जातीय शादी के कारण बनने से इसे तुरंत रोकना अनिवार्य है. इस जाति समूह के युव पुरुषों ने, जो लगभग निम्न मध्यम-वर्ग परिप्रेक्ष्य के होते हैं, इसी प्रकार के राय को ही व्यक्त किया, जो अपने नेता के विचार को प्रतिबिंबित करता था. इससे उनके परिवार की युवतियों पर अधिक कठिन प्रतिबंध हुआ, जो मोबाइल फोन के उपयोग करने और फेसबुक पर अभिगम करने से रोके गए. ये सब इस दावा से उचित ठहराया गया कि उनको अनुसूचित जाति के युव पुरुषों से रक्षा करने की आवश्यकता थी; ऐसे प्रतिबंधों के द्वारा युवतियों के इन जाति के पुरुषों से आकर्षित होकर शादी करने का जोखिम, जिसको प्रदूषण[60] समझा जाता है, हटा दिया सकता है.

इस वर्ग और जाति की महिलाओं के साथ साक्षात्कार से पता चला कि वास्तव में उनसे अधिकाँश लोगों केलिए फेसबुक पर खाता है, क्योंकि जिसपर उनके शहर के सहकारी आनंद लेते हैं, वे उससे बाहर रहना नहीं चाहते. मगर, इस खाते का उपयोग उनके पसंद के अनुसार निरंतर या सक्रिय नहीं था. वे सामान्य रूप से इसपर कॉलेज से अपने चेन्नई के सहपाठियों या काम रूढ़िवादी लोगों के फोन के द्वारा अभिगम करते थे, जो उसको अपने साथ लाते थे.[61] यह इस आर्थिक स्तर के दूसरे कई समूहों के भी सच होता है जिनके महिलाओं के सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने पर कठोर नियंत्रण होता है.[62] इस प्रकार का नियंत्रण सामाजिक मीडिया पर अभिगम का पूर्ण प्रतिबंध से ऐसे अभिगम का समय और स्थान पर नियंत्रण तक सीमित है. उदाहरण केलिए, मंजुला को, एक निम्न मध्यम वर्ग की २० उम्र की कॉलेज छात्रा, जो तुलनात्मक रूप से काम कठोर परिवार की है, हर शाम को ८ बजे तक अपने परिवार के डेस्कटॉप से सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने की अनुमति मिलती थी.

जबकि मंजुला का प्रतिबंध समय पर आधारित था, इसके साथ एक स्थान पर आधारित मौलिक प्रतिबंध भी है. उदाहरण केलिए, अर्चना, जो २० साल की है, पंचग्रामी में एक कॉलेज में पढ़ती है, उसके पास एक स्मार्टफोन है जिसका उपयोग घर के बाहर वर्जित है. यह सामाजिक मीडिया का उपयोग घर पर और घर के बाहर बनाम करने का और एक विचार है - अधिकाँश परिवार युवा स्त्री सदस्यों को घर से फोन और सामाजिक

मीडिया का अभिगम करने देते हैं क्योंकि वे सुरक्षित वातावरण में हैं, और अन्य परिवार के सदस्यों के निरिक्षण के साथ ही संपर्क किया जा सकता है. घरेलु प्रदेश या घर के स्थान स्त्रियों केलिए सुरक्षित और घर के बाहर का स्थान खतरनाक और मर्दाना[63] होने का विचार इन समूह के लोगों से बातचीत में कई बार आया है. अर्चना कॉलेज में होते समय फेसबुक पर अभिगम करने केलिए अपनी सहेली (जो उसी जाति समूह की होती है, पर कम रूढ़िवादी परिवार की है और चेन्नई से आती है) के मोबाइल फोन का उपयोग करना पसंद करती है. वह जब घर वापस आती है, तब अपने ही फोन से फेसबुक अभिगम करना ज़ारी रखती है.

इन युवतियों पर प्रतिबंध आम तौर पर उनकी माँ से लगाए नहीं जाते, मगर उनके भाईयों से लगे जाते हैं जो लगभग तीन वर्ष भेद में हैं. उन्होंने अपनी बहनों पर कठोर प्रतिबंध लगाया, और उनके फेसबुक पर होने और उस मंच पर वे जिनसे संचार करती हैं आदि का लगातार निरीक्षण करते हैं. आम तौर पर एक लड़की की कॉलेज की सहेली या शहर के एक चचेरा ही एक फेसबुक खाता खोलने में उसकी मदद करती है. फेसबुक पर इन युवतियों का प्रोफाइल एक ओर से इनसे सामना किये जाते प्रतिबंधों को दर्शाता है; उदाहरण केलिए, वे कभी भी अपनी असली तस्वीर पोस्ट नहीं करेंगी, और सामान्य रूप से अभिनेत्री, परिदृश्य, शिशुओं और महिला कार्टून स्वरूप आदि के छवियों को ही पोस्ट करते हैं. इसके अलावा, इनके ६० से कम दोस्त ही हैं और उनमे अधिकाँश लोग उनके विस्तृत रिश्तेदारों के नेटवर्क या कॉलेज की सहेलियाँ ही होते हैं.

शिल्पा, जो २१ उम्र की एक कॉलेज छात्रा है, उसका एक फेसबुक प्रोफाइल है, जिसमे उनके निकट और विस्तृत परिवार के सदस्य (उसके भाई, चचेरा, चाचा और चाची) ही उनके दोस्त हैं. उसने अपने पुरुष सहपाठियों के कई अनुरोध को इनकार कर दिया है क्योंकि उसके अपने प्रोफाइल पर पुरुष दोस्तों को पाने को उनका विस्तृत परिवार नहीं पसंद करेगा. उनको मिला ज़्यादा से ज़्यादा छूट अपने सर्वोत्तम सहेली, वसुधा, जो २१ उम्र की उसकी पडोसी और सहपाठी दोनों भी है और जिसका भी यही हालत है, से दोस्ती करना ही है. के.प्रीति, जो २० साल की एक कंप्यूटर साइंस छात्रा है, उसका भी ऐसे ही मामला है; उसको फेसबुक में पांच ही दोस्त थे, जिनमे से दो उसके चाचा और भाई थे. इन युवतियों ने अपने पहले साक्षात्कार में यह प्रकट नहीं किया कि उनके फेसबुक प्रोफाइल हैं क्योंकि पुरुष पास में थे. उनके आगामी साक्षात्कार में ही, जब कोई मर्द पास नहीं था, उन्होंने अपने फेसबुक की उपस्थिति के बारे में पता चलाये.[64]

मगर, ऐसी महिलाओं, जिनका भाई नहीं था, केलिए मामला अलग था, जिनके अपने कई सहपाठी मर्द फेसबुक के दोस्त थे. बड़े परिवार की लड़कियों केलिए जिनके चचेरे भाई (जो लगभग उनके असली भाई के उम्र के ही होते हैं), भाई जैसे माने गए, मामला प्रतिबंधन पर ही लौट गया. ऐसे परिवार जिनमे बहन और भाई के उम्र का बड़ा भेद होता है, प्रतिबंध अधिक बंधनमुक्त होने जैसे लगता है. सिर्फ बहनें होनेवाले परिवार में भी मामला ऐसा ही रहा. मगर, शादी या नौकरी, जो भी एक महिला के जीवन में पहले आता है, स्मार्टफोन प्राप्त करने और सामाजिक मीडिया पर अभिगम पाने का यादगार घटना माना जाता है. शादी लड़की के परिवार केलिए एक प्रमुख जिम्मेदारी के अंत के रूप में देखा जाता है; जबकि नौकरी का वित्तीय लाभ स्त्री कर्मचारियों केलिए एक विशिष्ट स्थिति लाता है. यद्यपि इन स्थितियों में फेसबुक पर अभिगम का असली प्रतिबंध और नहीं उठता है, एक प्रकार का नरम नियंत्रण भर्ती हो जाता है, क्योंकि अधिकाँश पुरुष

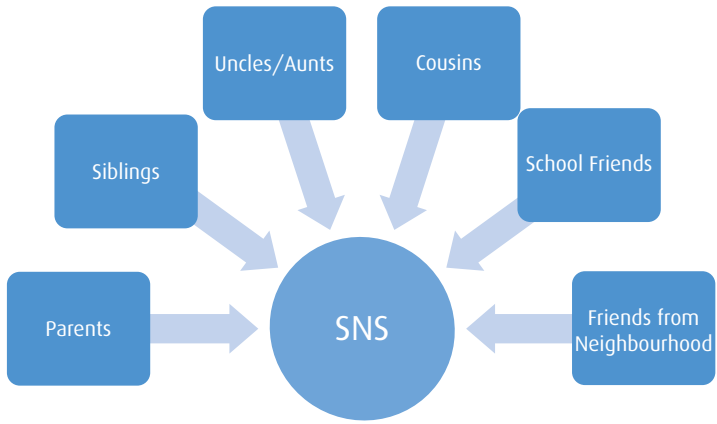
रिश्तेदार या उनके समूह की विवाहित स्त्रियां उनसे अब दोस्ती करने लगेंगे. इसलिए महिलाओं को इसका सुनिश्चित करना होता है कि वे अपने समूह के सदस्यों के सामने उनके पोस्ट अपने को शर्मिंदा नहीं करते. प्राकृतिक रूप में, इस समूह के सबसे अधिक विवाहित महिलाएँ सामाजिक रूप से संबंधित सन्देश, धार्मिक पोस्ट या अपने परिवार के साथ तस्वीर आदि पोस्ट करने का आश्रय लेने लगी, जो मानक का और आदर्श तमिल स्त्रीत्व समूह की आशाओं को अनुरूप होता है.

मगर, उच्च मध्यम-वर्ग के लोगों[65] के मामले में, जिन्होंने हाल ही में पंचग्रामी पर प्रवास किये हैं, प्रतिबंध अधिक स्पष्ट नहीं थे; इन वर्ग की अधिकाँश स्त्रियां फेसबुक या अन्य सामाजिक मीडिया मंच पर होने लगते थे. अगर वे इनमे नहीं है तो, वह उनके समझौते से ही था और किसी प्रतिबंध से नहीं. सामाजिक मीडिया पर उनकी उपस्थिति एक तरफ से उनके ऑफलाइन सामाजिक नेटवर्क से भी प्रभावित किया गया; इन स्त्रियों की सहेलियाँ भी किसी प्रकार के सामाजिक मीडिया पर थे और इसलिए ऐसी सदस्यता भी अपने आप ही प्रमाणित था. यद्यपि कुछ माँ-बाप कहते थे कि वे अपनी बेटियों को ऑनलाइन की आपत्तियों पर चेतावनी दी थी, व्यक्तिगत तस्वीर के पोस्ट करने या अजनबियों से दोस्ती बनाने के मामलों में, पिछलेवाली का अभिगम समय या स्थान के अनुसार सीमित नहीं था.

मगर, कई युवतियों ने अपने माँ-बाप या अन्य परिवार के सदस्यों को फेसबुक पर दोस्तों के रूप में पाए थे, जो स्वयं ही उनके पोस्ट पर 'नरम' नियंत्रण लाता था. उदाहरण केलिए, कृति, १९ उम्रवाली एक कॉलेज की छात्रा, जिनके १०० से अधिक कॉलेज दोस्तों के साथ उनके माँ-बाप और विस्तृत परिवार फेसबुक पर हैं, को पता चला कि वह ऐसा ही पोस्ट करती है जो उनके सामाजिक नेटवर्क को शर्मिंदा नहीं करता, जिनमे उनके परिवार भी मौजूद था. यह स्पष्ट था कि फोन और अन्य सामाजिक मीडिया पर अभिगम लार लैंगिक प्रतिबंध लगाना कई कारकों के जटिल मिश्रण के कारण होता है, जिसमे मौजूद है जाति, वर्ग, वृद्ध पुरुष का आधिपत्य, भावनाएँ आदि मौजूद हैं. ऐसे भी मामले थे जिनमे एक ही समूह के लोग जो अलग वर्ग के थे, सामाजिक मीडिया को विभिन्न रूप से समझते थे. इसलिए, इन मामलों में, एक विशिष्ट कारक को ही निर्धारित करना खुद ही प्रतिबंध हो सकता है.

इस दौरान, पंचग्रामी के पुरुष ने, उनके सामाजिक-आर्थिक स्थिति के निरपेक्ष, बहुत छोटी उम्र में ही फेसबुक के सदस्य बन गए. मध्यम-वर्ग के कई युवा पुरुषों ने सात और दस उम्र के बीच में पहले इस मंच पर अभिगम किया, जबकि निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग केलिए पहले उपयोग का उम्र १२ या १३ था. इस उम्र दल के अधिकाँश युवा पुरुष फेसबुक पर गेम खेलने केलिए अभिगम करते हैं. उनकेलिए नेटवर्किंग गेम पर ही होता है और उनका विवाद अन्य मामलों के बदले गेम पर ही केंद्रित रहता है. १४-१५ उम्र दल के कुछ मध्यम वर्ग के युवा पुरुष अपने चचेरों (जो अदिकांश विदेश या दूसरी शहरों में रहते हैं) को फेसबुक पर दोस्त के रूप में पाए हैं. जबकि मध्यम वर्ग के कई किशोर लोगों अपने प्लेस्टेशन और वी से गेम पर फेसबुक पर आगे-पीछे करते हैं, निम्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य के दूसरों को फेसबुक लगभग गेम्स की दुनिया का उनका प्राथमिक स्त्रोत बन जाता है. आंकड़े २.१. और २.२ से हम देख सकते हैं कि मध्यम वर्ग और धनी लड़के और निम्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्यवाले जिस उम्र में फेसबुक से परिचय होने लगते हैं, और उनको मंच से परिचित किए प्रमुख प्रभावक क्या हैं (आंकड़ा २.१ और २.२).

	Age	Use
Age of Access	7–10 years	Games
	12–13 years	Friending, Access of other aspects on FB



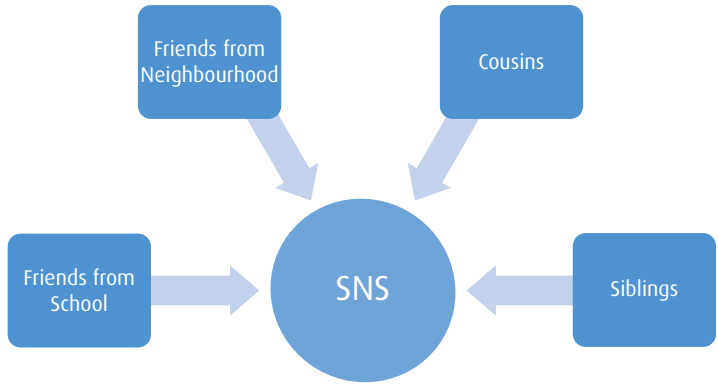
आंकड़ा 2.1 सोशल नेटवर्किंग साईट - मध्य वर्ग

१६ या १७ साल में, सिनेमा, खेल और सम्मुख लिंग पर शौक, फेसबुक पर खेल के साथ प्रधानता लेता है. मगर, निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग की कई लड़कियाँ १६ या १७ उम्र में फेसबुक पर नहीं होने के कारण इस स्तर के पुरुषों केलिए लिंग से पार ऑनलाइन रिश्ता अधिक सीमित है. लेकिन १६ या १७ उम्र के युवा मध्यम-वर्ग पुरुष ऐसी लड़कियों से दोस्ती करते हैं जिनको वे अपने स्कूल या पड़ोस से जानते हैं.

जब हम कॉलेज छात्रों का अवलोकन करते हैं, मामला परिवर्तित होता है. २२ के कम उम्र के पुरुषों ने, जो अभी कॉलेज जाते हैं, फेसबुक को प्रधान रूप से लड़कियों केलिए आकर्षित करने, चोंचला करने[66] का और अगर संभव है तो उनसे आमने सामने मिलने का साधन समझा. इस उम्र दल की कॉलेज छात्राओं जो फेसबुक पर सक्रिय थी, को पता चला कि वे आम तौर से अपने मर्द सहपाठियों से मंच पर दोस्ती करेंगी, क्योंकि वे उनको हर दिन मिलती हैं और उनको खूब जानती है. तमिल सिनेमा के हास्य, फ़िल्मी गीत फिल्म समाचार और राजनैतिक समाचार के वीडियो क्लिप को शेयर करना और एक सामान्य उपयोग होता है.[67] कुछ लोग शरीर सौष्ठव, फैशन, संगीत, शाकाहारी सिद्धांत आदि विशिष्ट शौक के विकास केलिए भी फेसबुक का उपयोग करते हैं.

बहुधा फेसबुक मज़ाक और सामूहीकरण का स्थान समझा गया, जिसमे, जैसे अध्याय ३ में बहस किया गया, सुप्रभात, शुभ रात्रि जैसे दैनिक बधाईयाँ भेजना भी शायद शामिल हो सकता है.

	Age	Use
Age of Access	12–13 years	Games
	14–15 years	Friending, Access of other aspects on FB



आंकड़ा 2.2 सोशल नेटवर्किंग साईट - निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग

युवा पुरुषों के बीच अपने पोस्ट पर सबसे अधिक लाइक और टिपण्णी इकट्ठा करने केलिए स्पर्धा का स्पष्ट सबूत था, विशिष्ट रूप में तस्वीर के, क्योंकि वे अपने सहयोगियों के बीच इसको उच्च स्थिति मानते थे. उन्होंने आम तौर पर एक तस्वीर का अपलोड किया या कुछ पोस्ट किया, फिर अपने दोस्तों को फोन में बुलाकर उनको उसे लाइक करने को कहा. जब वे अपने दोस्तों से व्यक्तिगत रूप से मिलते हैं या फेसबुक पर चाट करते हैं, तभी अपने पोस्ट को लाइक करने पर मत माँगा. कभी कभी अपने नवीनतम पोस्ट को लाइक करने को माँगकर उनके दोस्त को शाब्दिक सन्देश भी भेजे गए. इस उम्र दल की कॉलेज छात्राओं के बीच भी यह प्रवृत्ति स्पष्ट था.

पंचग्रामी में, २२ से २५ तक उम्र के फेसबुक के उपयोगकर्ता अधिकाँश ग्रेजुएट (जिनमे कुछ नौकरी की तलाश में थे), पोस्ट ग्रेजुएट्स और कंपनियों में नए प्रवेशी थे. लिंग और वर्ग के निरपेक्ष, नए ग्रेजुएट फेसबुक को गंभीर उद्देश्यों केलिए उपयोग करते थे. कुछ लोग रोज़गार के अवसर, नौकरी केंद्रित कौशल और साक्षात्कार तैयारी युक्तियाँ आदि पर पोस्ट करनेवाले पृष्ठों के सदस्यता लेते हैं. दूसरे लोग सामाजिक मामलों और अभियान की समर्थन, इन दृष्टिकोण को प्रचार करनेवाले समूहों में शामिल होकर या स्वीकार करके, करते हैं. इस उम्र के समूह केलिए फेसबुक सामूहिक ज्ञान और जानकारी साझाकरण का स्थान होता है.

इस क्षेत्र के २५ और ४० के बीच उम्र के लोग आम तौर पर अपने से छोटे लोगों की तुलना में उतना गतिशील नहीं हैं. यद्यपि वे अब तक फेसबुक का उपयोग करके खाते को बनाये रखते हैं, कई निष्क्रिय उपयोगकर्ता बन जाते हैं, अपने प्रोफाइल में खुद पोस्ट करने के बदले दूसरों के पोस्ट पर लाइक या टिपण्णी करने लगते हैं. उनके पोस्ट करते समय में भी, अधिकाँश समाचार कहानियों या निबंधों के आगे बढ़ाना या लिंक ही होते हैं. लिंग या वर्ग के निरपेक्ष, यह उम्र का समूह एक घनिष्ट सामाजिक नेटवर्क के व्हाट्सप्प समूह पर सक्रिय था. मगर, सिर्फ मध्यम वर्ग के आईटी कर्मचारी ही लिंकेडीन या ट्विटर भी जैसे काम-संबंधी नेटवर्क में सक्रिय थे. जबकि वे इसपर बहुत सावधान रहते हैं कि फेसबुक पर उनके प्रोफाइल को जैसे दिखाई देना चाहिए, ये उपयोगकर्ता अपने गोपनीय सेटिंग के बारे में अधिक परवाह नहीं करनेवाले लगते हैं. इस उम्र के कई युवा विवाहित जोड़ अपने बच्चों (विशेष रूप से छोटे शिशु) की तस्वीर गोपनीय सेटिंग के बारे में परवाह नहीं करके खुले रूप से पोस्ट करते हैं. इस उम्र के समूह के उच्च मध्यम वर्ग परिवार की महिलाओं अपने समकक्षों से फेसबुक में अधिक सक्रिय लगते हैं.

४० और ६० के बीच के उम्रवाले इसपर स्पष्ट लगते हैं कि फेसबुक सिर्फ निजी उपयोग केलिए है, जबकि लिंकेडीन को पेशेवर उपयोग केलिए बचा रखते हैं. मीडिया का विभाजन इन लोगों के अपने जीवन को विभाजित करने के तरीके के अनुसार होता है. वे आम तौर पर मध्यम वर्ग या उच्च मध्यम वर्ग के होते हैं, और उद्यमी या कुशल आईटी कर्मचारी और उनके परिवार होते हैं. वे सक्रियता से अपने पुराने कॉलेज और स्कूल के दोस्त और रिश्तेदारों से संबंध रखने की कोशिश करते हैं, और अपने दोस्तों के सूची की चुनौती पर सावधान और चयनात्मक होते हैं. वे अपने फेसबुक प्रोफाइल के गोपनीय सेटिंग के बारे में बहुत चिंतित रहते हैं क्योंकि वे इस साईट को बहुत व्यक्तिगत समझते हैं. जब वे समूह को स्थापित करते हैं, वे कई कारणों केलिए उसे बंध-समूह के रूप में रखते हैं. आम तौर पर अपने बच्चों की तस्वीर को पोस्ट करनेवाली माँ गोपनीय सेटिंग पर सावधान होती हैं. मगर, इस समूह में ऐसे भी लोग हैं, जब वे अपने से सामान्य रूप से नहीं अनुमोदन किए जानेवाले कार्य को देखते हैं, उदाहरण केलिए अश्लील सामग्री का पोस्ट करना, नारी द्वेषी पोस्ट आदि, वे ऐसे लोगों को अमित्र बना देते हैं. जनता (उनके फेसबुक दोस्तों के नेटवर्क) की दृष्टि में उनके प्रतिष्ठा को बिगाड़नेवाला कोई भी गंभीर रूप से विचार किया जाएगा.

६० उम्र से अधिक के उपयोगकर्ता बहुधा औपचारिक नौकरी से सेवानिवृत्त हैं. वे आम तौर पर उच्च मध्यम वर्ग के या धनी हैं. ६० से अधिक उम्रवाले बुजुर्गों के साथ साक्षात्कार से यह स्पष्ट हुआ कि उनके फेसबुक पर दृष्टिकोण, कई भावनाओं के साथ जुड़े होकर, अलग होता है. कुछ लोग फेसबुक के साथ परिक्षण किए हैं और बाद में उसको नहीं पसंद करके और उसको अपरिपक्वता के साथ संबंधित करके उसको छोड़ दिए हैं, दूसरों उसको चाहने और उसके साथ परीक्षा करने में आनंद लेने लगते हैं. कुछ वयस्क महिला उत्तरदाता विवाह होकर विदेश में रहनेवाली अपनी बेटियों केलिए व्यंजनों की वीडियो को पोस्ट करती हैं.[68] वे विदेश या उनसे दूर रहनेवाले अपने नाती-पोते और रिश्तेदारों की तस्वीर को साझा करने और उसपर टिपण्णी करने केलिए फेसबुक का उपयोग करती हैं. मगर अधिकाँश लोग ऐसी दृष्टि को व्यक्त करते हैं कि फेसबुक ने उस व्यक्तिगत संचार को दूर ले गया है जिसपर भारतीय सांस्कृति[69] ने एक दिन आश्वस्त दिया था.

श्री राघवन, जिनसे हम इस अध्याय में पहले मिले हैं, का मामला संचार के अनुक्रम पर इस भावुकता और प्रतीक्षा के उदाहरण देने में हमारी मदद कर सकता है.

श्री राघवन, जो ६५ उम्र के हैं, हाल तक फेसबुक पर थे. उन्होंने उसपर अपने खाते को इसलिए बंध कर दिए कि भारत में फेसबुक के प्रवेश के फलस्वरूप युवा उपयोगकर्ता बुजुर्गों का सम्मान नहीं करते. कुछ घटनाएं उनको चिड़चिड़ाया लगता है. पहले, उनकी भतीजे ने उनको अपने बेटे के पहले जनमदिन के पार्टी केलिए फेसबुक द्वारा आमंत्रित किया, फोन में वैयक्तिक रूप से नहीं और दूसरा, उनके भतीजे ने व्यक्तिगत रूप से उनको पुकारने के बदले, अपने बेटे के जनम को फेसबुक पर उसके एक तस्वीर फोटो करने के द्वारा सूचित किया. इन परिदृश्यों को बयान करके, श्री राघवन ने इस पर ज़ोर दिया कि उनके राय में लोगों को जीवन के मुख्य घटनाओं पर बुजुर्गों सूचना देने के तरीके जानना है. उनका विचार था कि फेसबुक व्यक्तिगत संचार के मंच के बदले एक आम मीडिया बन रहा था. उलटे में उनकी पत्नी ने ऐसा महसूस किया कि उनके प्रतीक्षा अवास्तविक हैं और व्यक्तिगत संचार (आम तौर पर आवाज़ द्वारा) को निकट के परिवार से ही ज़ोर दिया जा सकता है और प्रतीक्षा की जा सकती है.

दूसरी ओर, करण, जो ६६ उम्र के हैं, ने घोषित किया है कि वे फेसबुक के उपयोग के विरुद्ध नहीं हैं क्योंकि वह उनको विदेश में रहनेवाले उनके भतीजे और भतीजियों से संपर्क में रखता है. वह जिन समूह पर वे रहते हैं, उसकेलिए और उनके घर के निकट के एक झील को बचाने का एक पर्यावरण परियोजना केलिए एक ग्रुप बनाए हैं.

इस प्रकार, फेसबुक ने कुछ बुजुर्ग उपयोगकर्ताओं केलिए समूह को कुछ वापस देने केलिए और विदेश में रहनेवाले उनके बच्चे और दूसरे रिश्तेदारों से संबंध रखने केलिए मदद किया है. मगर दूसरों केलिए, उनसे परिवार के सदस्यों से अपेक्षित व्यक्तिगत संचार को वह दूर किया है.

फेसबुक पर नकली प्रोफाइल या एकाधिक प्रोफाइल पंचग्रामी में मौजूद है. उपयोगकर्ता कई कारणों केलिए नकली प्रोफाइल रखते थे, जो अपने पहले खाते के जानकारी को भूल जाने से विभिन्न सामाजिक नेटवर्क को रणनीतिक रूप से अलग रखने तक या अश्वलील सामग्री को देखना, महिलाओं को प्रेम दिखाना और सामाजिक नियंत्रण से बचना भी हो सकते हैं. कुछ ऐसे भी मामले थे जिनमे अनिवासी भारतीय दो प्रोफाइल को रखते हैं जिसके द्वारा वे विदेश और भारत में रिश्ते को बनाए रखते हैं.[70] पंचग्रामी में बहिष्कृत से बचने केलिए और सामाजिक अनुरूप को बनाए रखने केलिए कुछ गुमनामी समलैंगिक प्रोफाइल मौजूद है. यद्यपि फेसबुक एक कंपनी के रूप में ऐसे एकाधिक प्रोफाइल को विघटित और ऑनलाइन में एक ही पहचान होने के उनके नीति के अनुरूप नहीं होने के रूप में मान लें, पंचग्रामी के लोगों केलिए एकाधिक प्रोफाइल द्वारा अपने व्यक्तित्व को भंग करना उनके पहचान को बनाए रखने का विश्वसनीय और आवश्यक तरीका है.[71] पंचग्रामी में फेसबुक की उपस्थिति पर इस सामान्य विचार को स्थापित करके, यह अध्याय अब व्हाट्सअप - मोबाइल फोन और सस्ते इंटरनेट योजनाओं के प्रवाह के कारण पंचग्रामी में प्रसिद्द होनेवाला एक मंच, पर विवाद करने केलिए चलता है.

व्हाट्सप्प

२०१३ के प्रारंभ में पंचग्रामी में व्हाट्सप्प[72] फेसबुक[73] से अपेक्षाकृत कम लोकप्रिय सामाजिक मीडिया का मंच था. वास्तव में लोग उसको शाब्दिक सन्देश (एक से एक या समूह तक) के प्राकृतिक विस्तार समझते थे.[74] यह भी स्पष्ट था कि व्हाट्सप्प की उपस्थिति फेसबुक के आधार पर अधिक सशर्त उपस्थिति थी जिसका मतलब है कि जिन लोगों ने व्हाट्सप्प खाते को प्राप्त किये हैं वे हमेशा फेसबुक पर भी उपस्थित हैं. कुछ ही लोग फेसबुक पर उपस्थिति के बिना व्हाट्सप्प में थे. यह लोगों के व्हाट्सप्प के कुछ विशिष्ट संचार केलिए व्यवहार्य मंच के रूप में परिक्षण करने का समय भी था.[75]

मगर, २०१३ के पिछले भाग में व्हाट्सप्प लोकप्रियता में आगे बढ़ता दिखाई दिया, और कभी कभी फेसबुक से आज़ाद भी था - अर्थात, जो लोग व्हाट्सप्प में थे, वे फेसबुक पर नहीं थे.[76] इस क्षेत्र में व्हाट्सप्प के लोकप्रियता का एक प्रमुख कारण है सस्ता मोबाइल इंटरनेट. २०१३ के पिछले भाग के पहले, प्री-पेड इंटरनेट मोबाइल कार्ड के खरीदने का ढंग २०० एमबी इंटरनेट डाटा केलिए रु.२५/- था, यह रु.१५/- के फोन टेस्टिंग बूस्टर पैक के तुलने में था (जो आपको कुछ समय ३००० सन्देश तक मुफ्त में भेजने देता है). निम्न आर्थिक स्तर के लोग, जो उसी मंच में नेटवर्क कर सकते सीमित सामाजिक मंडली के साथ होते हैं, व्हाट्सप्प के ऊपर सन्देश पैकेज को पसंद करते थे. इसके अगर, कोई प्रवाही ऑनलाइन सामग्री, उदाहरण केलिए यूट्यूब पर एक वीडियो, को देखते, इसने उनके डाटा के शेष को तेज़ी से कम कर दिया. यह खपन का ढंग इंटरनेट पैकेज के दाम के साथ बदल गया; ये अधिक सस्ती इसलिए बने गए कि उपयोगकरता रु.२०/- पर ५०० एमबी डाटा जैसे सस्ते पैकेज पर एक अकेले टॉप अप के साथ महीने भर ऑनलाइन में जा सकते हैं. आप को ये मोबाइल स्टोर पर हर दिन जाना है, क्योंकि हर दिन प्रस्ताव बदलते रहते हैं और अगर आप अपने को अद्यतन नहीं करेंगे, तो सस्ते प्रस्ताव को खो जाएंगे. यह इसलिए सिग्नीफिकेंट था कि इंटरनेट के सौदे भी अन्य चैनलों के बदले मुंह की बात से साझे किये गए, इसका अपवाद यह है कि टेलीकम्यूनिकेशन कंपनियां के अपने नवीनतम प्रस्ताव को शाब्दिक सन्देश द्वारा विपणन करना.

इंटरनेट पैकेज अधिक सस्ते होने के कारण, आईटी क्षेत्र में काम करनेवाले माध्यम-वर्ग और उच्च माध्यम-वर्ग दल पहले ३जी कनेक्शन के साथ व्हाट्सप्प को अपनानेवाले थे. इस प्रकार, खरदीने में समर्थन, जो शाब्दिक, दृश्य और आवाज़ संचार और व्यक्तियों से दल तक संचार को माप करने की क्षमता[77] आदि से मिलकर, व्हाट्सप्प को फेसबुक के निकट दूसरा बना दिया क्योंकि यह लंबी-अवधि में आर्थिक रूप से व्यवहार्य और किसी के सामाजिक मंडली के साथ संचार करने के लागत को कम करनेवाला दिखाई देता था.

मगर यह बढ़ौती अकेला नहीं था, क्योंकि यह उस समय हो रहा था जब भारत में स्मार्टफोन का बाज़ार अपना आकार ले रहा था. स्मार्टफोन के बाज़ार में ऐसा विकास का मतलब अल्पव्यय और सस्ते स्मार्टफोन की उन्नति भी था. जैसे अध्याय १ में देखा गया, भारत के व्हाट्सप्प के सबसे बड़े उपयोगकर्ताओं के अड्डों[78] में एक के रूप में विकास निश्चित रूप से स्मार्टफोन बाज़ार के समानांतर वृद्धि से संबंधित था.

पंचग्रामी के निवासियों केलिए, व्हाट्सप्प फेसबुक और फोन से शाब्दिक सन्देश भेजने के बीच में पड़ा था. उनकेलिए इस मंच ने व्यक्तिगत, एक-से-एक संचार के एकांत

को प्रदान किया, और इसी समय में एक ही प्रकार के शौक को साझा करनेवाले समूह के साथ संचार करने की संभावनाओं को भी प्रदान कर रहा था.[79] सामूहिक संचार के मामले में, जहाँ लोग बड़े शौक के दल के भाग थे, वे ऐसे समझते थे कि दल के दूसरे लोगों को अजनबी के बदले परिचित या एक ही शौक को साझा करनेवाले थे. दूसरी ओर फेसबुक व्हाट्सप्प की तरह उतना आत्मीय नहीं माना गया, क्योंकि वह अब भी किसी सामान्य शौक के बिना के पूर्ण रूप से अजनबियों के साथ दोस्ती करने के विकल्प का प्रस्ताव करता है. ट्विटर आत्मीयता से संबंधित नहीं है, और सार्वजनिक मंच के रूप में ही देखा जाता है, जहाँ संचार एक चेहराविहीन व्यापक दुनिया से ही होता था. और, यद्यपि अधिकाँश उपयोगकर्ताओं ने ऐसा महसूस किया कि व्हाट्सप्प फेसबुक से भी अधिक नशे की लत होता है, किसी ने भी उससे हटना नहीं चाहा.[80]

मगर, व्हाट्सप्प अब भी फोन में उपयोग किया जाता है - और युवतियों केलिए फोन का उपयोग, पहले के विवाद के जैसे, प्रेम और उससे संबंधित जाति भंग के भय से, सीमित था. इसलिए उनके व्हाट्सप्प का उपयोग भी सीमित था. जाति, वर्ग और लिंग की प्रवृत्तियाँ, जो फेसबुक पर दिखाई देते थे, व्हाट्सप्प में भी अपने को दुहराते हैं.

हास्य और बधाईयों के साझा करना जैसे, या हर सुबह एक प्रार्थना भी साझा करने जैसे सामान्य सन्देश भी एक मामूली अभ्यास था. इससे भी अधिक मामूली था दैनिक बधाईयां, उदाहरण केलिए हर एक को सबेरे 'शुभ दिन' और शाम को 'शुभ रात्रि' का बधाईयां भेजना. ये सब अभ्यास अध्याय ३ और ४ में समन्वेषण किये गए हैं.

तस्वीरों, अगर कलाकृति हो या सेल्फी हो, सामूहिक तस्वीर, परिदृश्य या उपयोगकर्ताओं के बच्चों के छवि[81] आदि का साझा वीडियो के साझा से अधिक सामान्य था. व्हाट्सप्प पर व्यक्तिगत वीडियो क्लिप्स आम तौर पर एक पारिवारिक समारोह या पार्टी से अधिक संबंधित थे. सिनेमा के हास्य, संगीत, सामाजिक संबंध सन्देश, राजनैतिज्ञ पर व्यंग्यपूर्ण क्लिप आदि सामान्य होने पर भी, स्थिर दृश्य छवियों के साझा से बहुत कम लोकप्रिय ही थे. मगर, व्हाट्सप्प पर वीडियो को साझा करने की आवृत्ति सस्ते उच्च इंटरनेट तेज़ी की वृद्धि के साथ यादृच्छिक बढ़ने लगा. ये इंटरनेट से डाउनलोड किये गए या पहले उपयोगकर्ता को भेजे गए. वीडियो गीत या ऑडियो फाइल का साझा करना, जो पहले अधिकाँश फोन से प्रदान किये गए ब्लूटूथ सुविधा के द्वारा होता था, अब व्हाट्सप्प पर चल गया है.

पंचग्रामी के निवासियों केलिए उससे प्रदान किया जाता आवाज़ सन्देश कार्रवाई के कारण व्हाट्सप्प ने मूल्य को बढ़ा दिया है. उदाहरण केलिए, लक्ष्मी, एक ३३ उम्रवाली, अपने तीसरे नौकरी में एक बहुत प्रसिद्द आईटी कंपनी में व्यापार विश्लेषक के दल के प्रबंधक हैं. उनके आठ साल का एक बेटा है जो पंचग्रामी में एक स्कूल को जाता है और तीन साल की एक बेटी है, जबकि उनके पति चेन्नई में एक और आईटी कंपनी में काम करते हैं. लक्ष्मी अक्सर व्हाट्सप्प का उपयोग करती है, और ऐसे दावा करके उसका उपयोग करती है कि वही उनको काम के तीव्र समयसीमा के समय में स्वस्थ-चित्त रखता है:

> मैं इसलिए काम करने को छोड़ देना पसंद करूंगी कि मैं अपने बच्चों के साथ समय बिता सकती हूँ; मेरी बेटी सिर्फ तीन साल की है और मैं उसको अपनी माँ या पास में रहनेवाली अपनी सास के पास छोड़कर चलती हूँ. लेकिन वह उसके साथ मेरे रहने जैसे नहीं होता.

यद्यपि व्हाट्सप्प के उपयोग करने से वह अपनी माँ के मोबाइल फोन पर आवाज़ सन्देश भेजती है,[82] जो बहुधा उसकी बेटी केलिए होता है. उनके सन्देश हार्दिक और प्यारी आवाज़ का था और लक्ष्मी ने अपनी बेटी को ऐसा सम्बोधित किया कि जैसे वे उसके सामने हैं. उनकी माँ उनकी बेटी को यह सन्देश सुनाएगी, फिर उनकी बेटी के सन्देश को रिकॉर्ड करके उनकी माँ को भेजेगी. लक्ष्मी अपने बेटे के मामले में भी, उसके घर के पाठ के बारे में पूछते, यही करेगी. वे कहती हैं कि यह उसको आगे बढ़ने देता है; यह फोन कॉल का अगला सबसे अच्छा विषय है. कार्यालय में उनका व्यस्त कार्यक्रम उनको फोन में बात करने नहीं देता, जो प्राकृतिक रूप में समकालीन होते हैं. फिर भी एक जल्दी व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश उनको अपने बच्चों के साथ संपर्क में रहने की भावना को देता है. वह मानती है कि यह उसको अपराध से बचाता है, और कार्य के समय में भी अपने बच्चों की माँ बनने देता है.

इसी प्रकार, पंचग्रामी की मध्यम-वर्ग की गृहिणियों केलिए, जो बहुधा आईटी कर्मचारी या उद्यमियों की पत्नी हैं, व्हाट्सप्प व्यक्तिगत संचार के दृश्य ऑनलाइन साधन की भूमिका भी निभाता है. हास्य और कलाकृति के साझा करना व्हाट्सप्प के उनके दैनिक सहभागिता का एक मुख्य हिस्सा होता है. कला और तस्वीरों के प्रसार और संग्रह एक प्रकार का इलेक्ट्रॉनिक शौक होता है, जिसकेलिए सिर्फ इलेक्ट्रॉनिक, भौतिक नहीं, स्थान की आवश्यकता होता है. हस्तकला में नवीनता की प्रशंसा व्हाट्सप्प समूह में एक तैयार दर्शकों के सामने एक अलग रूप धारण करता है. इसके आगे, ऐसे प्रसार किसी हास्य या तस्वीर के सामाजिक जीवन[83] पर भी बात करता है और जैसे एक हास्य के उत्तर में और एक हास्य असली हास्यात्मक टिपण्णी के पार एक जीवन का ग्रहण करता है.

पंचग्रामी के जोड़ों केलिए, व्हाट्सप्प एक विशिष्ट निर्णय लेने की योग्यता प्रदान करता है, घर केलिए किराने के सामान खरीदने के फैसले संगृहीत होते हैं और कभी फोन पर किये जाते हैं. पति कार्यालय में होकर भी उसकी तस्वीर को व्हाट्सप्प में देखकर सुपरमार्केट में एक सामान खरीदने पर निर्णय करने में पत्नी की मदद करते होंगे. यह एक तरीके से अनुपस्थिति के बाधाओं को कमज़ोर करने में और आत्मीयता के निर्माण में भी मदद करता है.

इसी प्रकार, पंचग्रामी की मध्यम-वर्ग गृहिणियाँ व्हाट्सप्प को, वह एक काल्पनिक[84] गतिशीलता प्रदान करने के कारण, पसंद करती थी. गृहिणियों ने अक्सर इसका वर्णन किया कि वे जैसे व्हाट्सप्प के साथ एक से अधिक कार्य कर सकती हैं, जैसे खाना पकाने और घर के अन्य प्राधानिक कार्यों को करने के समय में भी सन्देश भी भेज सकते हैं.

ऐसे कई अस्थायी विषय हैं जो इसे समझने पर योगदान करता है कि क्यों व्हाट्सप्प जैसे कुछ विशिष्ठ सामाजिक मीडिया अन्य मीडियाओं के ऊपर कुछ ख़ास समूह के लोगों के बीच में (इस मामले में गृहिणियाँ) पसंदीदा मीडिया बन गया है. तेज़ी उत्तर, (अतुल्यकालिक होने पर भी, वह बहुधा तुल्यकालिक ही समझा जाता है), मीडिया पर अभिगम का आसानी (मोबाइल उपकरणों पर भी) और मंच के उपयोग का मितव्ययता आदि इस पसंद को कहनेवाले कुछ अस्थायी विषय हैं. व्हाट्सप्प में ये सब कारकों की उपस्थिति के कारण, और विशिष्ट रूप से एक ही समय में तुल्यकालिक और अतुल्यकालिक होने के कारण, (किसी के इसको समझने के अनुसार), वह पसंदीदा मीडियम

हो गया. और, यद्यपि कई गृहिणियों ने फेसबुक पर अपने प्रोफाइल को बनाया रखा था, उनके सामाजिक मीडिया गतिशीलता का चक्र ने यह स्पष्ट किया कि वे फेसबुक से अधिक व्हाट्सप्प पर अधिक सक्रिय रहते हैं.[85]

आवाज़ पर अतुल्यकालिक संचार के विचार सिर्फ लक्ष्मी और दूसरे काम कर रही माताओं या ऊपर बहस किये गए गृहिणियों केलिए ही प्राथमिक नहीं था, लेकिन आनंद जैसे युवओं केलिए भी ऐसा था जो लंबी-दूर के प्रेम को बनाये रखने का प्रयास कर रहे थे. आनंद, जो २६ उम्रवाला था, उनके पहले के नौकरी से एक लड़की के साथ एक स्थिर रिश्ता पर है. उनकी सहेली को तमिलनाडु के एक दक्षिण पश्चिमी शहर, कोयमुत्तुर, पर बदली हो गयी और यह जोड़ अब छः महीने केलिए अलग हो गए हैं. वे उनको विभिन्न सेटिंग्स पर लिए अपनी छवियाँ (सेल्फी और पोज़ दिया तस्वीर), अपने उनपर होनेवाले प्रेम को बतानेवाले आवाज़ सन्देश के साथ, भेजते हैं. पहले, उनके जुदाई के समय में आनंद अपनी सहेली को फोन पर पुकारने का प्रयास करेगा या वे आनंद को पुकारने लगेगी. मगर, उनको पहले ही समय का दरार करना था और बात करने केलिए उन दोनों के पास जब बात करने केलिए समय होगा इस पर पहले ही योजना बनाना था. मगर, आनंद यह घोषित करते हैं कि व्हाट्सप्प उनकी सहेली के साथ उनके रिश्ते को अगले स्तर पर ले चला है, क्योंकि उनके सन्देश पूरे दिन भर अधिक स्वाभाविक हो सकते हैं.[86]

व्हाट्सप्प के साथ विशिष्ट रूप से स्त्री कर्मचारियों का एक प्रमुख समस्या है फोन नंबर के साझा करने की समस्या. यद्यपि लोग एक शौक के समूह के सदस्यों को परिचित समझते हैं, अभी अपने फोन नंबर को अजनबियों के साथ साझा करने को असुविधाजनक महसूस करने पर भी, कुछ महिलाओं उस व्हाट्सप्प समूह के भाग होने केलिए उसका साझा करना था. दूसरों केलिए अधिक मामला तो अपने सामाजिक मंडली के विभाजन करने पर ही था. किसी आकस्मिक संपर्क या परिचित, जिनसे वे सिर्फ ऑनलाइन में ही मिले हैं और उनके साथ किसी कारण केलिए अपने फोन नंबर साझा किये हैं, भी, अगर वे व्हाट्सप्प पर होते तो, उनको सन्देश भेज सकते हैं. यह उनके निजी स्थान पर एक अतिक्रमण के रूप में माना गया. उदाहरण केलिए, सिंधु ने, जो एक ४५ उम्र की गृहिणी हैं, अपने पूर्व पुरुष घरेलु सहायक से व्हाट्सप्प में बधाई के रूप में एक सन्देश पाया. सरोजा, ३० साल के गृहिणी, के मामले में भी ऐसा ही हुआ; उन्होंने एक पुरुष आंतरिक सज्जाकार से बधाई का सन्देश पाया, जो उनके पहले घर को सजाने में मदद की थी. दोनों स्त्रियों ने ऐसे संचार का स्वागत नहीं किया, वे इसको अपने एकांत पर अतिक्रमण समझते हैं.

फिर भी एकांत पर इन मामलों व्हाट्सप्प के उपयोग करने से स्त्रियों को नहीं रोकता. वास्तव में, पंचग्रामी में व्हाट्सप्प उच्च मध्यम-वर्ग महिलाओं के बीच एक अत्यधिक प्रसिद्द साधन होता है; वे इसका उपयोग सामूहिक समारोह, स्थानीय चर्च के कार्यक्रम या किटी पार्टी भी, आदि के प्रबंध करते हैं.[87] उदाहरण केलिए, इस अध्याय के शुरू में हमने देखा कि गृहिणियाँ खाना पकाने के समय कोई मसाला सामान के कमी होने पर जैसे पड़ोसियों से उस मसाला सामान को उधार में लेने केलिए अपने बच्चों में एक को भेजती हैं. अब बड़े अपार्टमेंट काम्प्लेक्स की गृहिणियाँ, अगर उनके भोजन बनाते समय किसी उपादान की कमी पर उनको पता चलती है, तो अपने निकट में रहनेवाली सहेलियों को व्हाट्सप्प पर सन्देश भेजते हैं; भेजनेवाली को उत्तर मिलते ही बच्चे को उसे ले आने केलिए भेजा जा सकता है. लेकिन निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के मामले में,

मसाला सामान को उधार में लेने का मतलब अब भी पहले व्हाट्सप्प पर निवेदन भेजने के पहले अपने बच्चों को अपने पड़ोसियों के घर भेजना है.

ऐसे भी कई घटनाएं थी जब एक मध्यम-वर्ग पति, जिसने किराने के सामान खरीदने के दायित्व लिया था, अगर वह सही सामान है इसको जानने केलिए शायद सामानों का तस्वीर अपनी पत्नी को भेजेंगे - जो ऊपर विवाद किये गए जोड़ के खरीदारी निर्णय पर एक दूसरी की मदद करने के उदाहरण के जैसे है. कुछ गृहिणियाँ, जो एक उद्यमी बन गयी, भी व्हाट्सप्प को एक विपणन चैनल के रूप में उपयोग करती हैं; इस प्रकार वे अपने दोस्तों और पड़ोसियों[88] के बीच, उनको संभावित ग्राहक मानकर, चीज़ का विपणन करते हैं.

कुछ मामलों में, व्हाट्सप्प द्वारा भेजे गए व्यक्तिगत तस्वीर की आवृत्ति फेसबुक की तुलना में अधिक थी. उदाहरण केलिए, रंगन, एक ३२ साल के चेन्नई के एक मशहूर टैक्सी कंपनी के ड्राइवर हैं, व्यापार पर अक्सर पंचग्रामी पर चलते हैं; वे उन विदेशी प्रतिनिधियों के साथ सेल्फी लेते हैं जिनको वे होटल से कार्यालय तक ले चलते हैं. वे इन तस्वीरों को अपने सहयोगियों के बीच प्रदर्शन करने और स्थिति निर्माण करने केलिए अपने दोस्तों को भेजते हैं, जिसके द्वारा अपने को अंतर्देशीय संपर्क पाए व्यक्ति के रूप में स्थापित करते हैं. दूसरे व्यक्तिगत सेल्फी, जो कार्य के समय में लिए गए हैं, उनकी नवविवाहित पत्नी को भेजे जाते हैं. पंचग्रामी में सेल्फी फेसबुक से अधिक व्हाट्सप्प पर सामान्य रूप से अधिक वितरित किये जाते हैं क्योंकि वह एकांतता के साथ मदद करता है और उपयोगकर्ता जिनको तस्वीर भेजना चाहते हैं, उन दर्शकों पर नियंत्रण रखता है (या कम से कम नियंत्रण रखने जैसे कल्पना करता हैं). अध्याय ४ में, जो परिवार और रिश्तो पर विवाद करता है, हम नवजात शिशुओं के तस्वीर को अपने निकट और करीबी परिवार के सदस्यों के बीच प्रसार करने पर स्थिति अध्ययन का भी अन्वेषण करते हैं; ऐसी छवियाँ 'दुरांख' से बचने केलिए फेसबुक के बदले व्हाट्सप्प में रखे जाते हैं.[89]

व्हाट्सप्प फेसबुक से अधिक आधिकारिक होने की कल्पना कुछ कार्यालय कर्मचारियों के अपने मालिक/प्रबंधक को व्हाट्सप्प पर शाब्दिक सन्देश भेजने के अभ्यास से निकला.[90] इसका एक जोड़ा आकर्षण व्हाट्सप्प मुफ्त होना था. जबकि २०१३ में एक साल के उपयोग के बाद व्हाट्सप्प एक सशुल्क सेवा कहा गया[91], पंचग्रामी के कई स्थानीय लोग इस तथ्य पर अपने अज्ञान को प्रकट किया. इसको जाननेवाले कुछ लोगों ने एक वर्ष के अंत में अपने फोन पर व्हाट्सप्प को फिर से इंस्टाल किया. जब व्हाट्सप्प ने जीवन भर के मुफ्त सेवा का घोषित किया, यह २०१६ जनवरी में बदल गया.[92] फिर भी, पंचग्रामी के निवासियों को इसका मालूम होना भी संदेहजनक है; उनकेलिए, व्हाट्सप्प हमेशा मुफ्त था.

यद्यपि व्हाट्सप्प के उपयोग पर भी वर्ग, जाति और लिंग जैसे कारक के प्रभाव होते हैं, फेसबुक की तरह उनपर भी एक विस्तार विवाद इस खंड पर होता है. यह आंशिक रूप से इसलिए कि, जैसे पहले बताया गया, फेसबुक पर दिखाई देनेवाले इन कारक के कारण होते कई प्रवृत्तियों व्हाट्सप्प पर भी अपने को दुहराते हैं. मुख्य रूप से, ये कारक फेसबुक जैसे जनता-सामने सामाजिक मीडिया, जिनपर व्यक्तियों केलिए सार्वजनिक प्रोफाइल होते हैं, पर एक अधिक तेज़ ध्यान करने केलिए स्थानांतरित हो जाते हैं. व्हाट्सप्प, फेसबुक से अधिक व्यक्तिगत मंच होने के कारण, ऐसे कारकों को

पीछे हट देता है. इसका फलस्वरूप पंचग्रामी में व्हाट्सप्प पर यह भाग मंच और उनके उपयोग पर एक अधिक सामान्य विवाद पर ध्यान दिया है.

ट्विटर

पंचग्रामी में ट्विटर फेसबुक या व्हाट्सप्प के जैसे उतना लोकप्रिय या व्यापक होता नहीं लगता. सर्वेक्षण के निर्णय और साक्षात्कार ने इसको स्पष्ट किया कि ट्विटर शिक्षित और धनी लोगों का मंच समझा गया,[93] जबकि फेसबुक और व्हाट्सप्प सभी लोगों के एक अधिक लोकतांत्रिक मंच के रूप में देखा गया. यह इसलिए कि ट्विटर किसी तरह से अंग्रेजी के ज्ञान से संबंधित था, और अनुयायियों को पाने केलिए अधिक परिश्रम मांगता मीडियम जैसा लगता था. इसके आगे, ट्विटर पर संचार अप्रत्यक्ष था और तैयार दर्शकों को भी नहीं पाया था. इसके अलावा. दूसरों के ट्वीट को देखने केलिए, वह बहुधा सार्वजनिक होने के कारण किसी को ट्विटर के खाता के ज़रुरत नहीं होने पर भी, किसी को अपने दर्शकों को इकट्ठा करने केलिए सक्रिय सहभागिता और काम की ज़रुरत थी.

ऐसे कई कारण उद्धरण किये गए, जबकि कुछ पंचग्रामी निवासियों ने स्वीकार किया कि वे ट्विटर पर शामिल हुए हैं - उनके वास्तव में इसका उपयोग करने के पसंद करने के बदले मुख्य रूप से इस जिज्ञासे के कारण कि यह मीडियम क्या होता है. कुछ लोग, विनोद जैसे, जो २३ साल का एक कॉलेज ग्रेजुएट है, कोशिश करके असफल हो गए. उन्होंने चार बार ट्विटर में शामिल हुए, हर बार एक नए हैंडल के साथ, और अंत में उनमे से एक का भी उपयोग नहीं किये, क्योंकि उन्होंने ट्विटर द्वारा संचार को कठिन महसूस किये. 'कोल्लीवुड'[94] जाने जाते तमिल सिनेमा उद्योग के सिनेमा के कई सुप्रसिद्ध व्यक्ति अपने विचार को अपने ट्विटर के खाते के द्वारा ही व्यक्त करते हैं और उनके बहुत अनुयायी हैं.[95] सरत, जो एक २२ साल का कॉलेज छात्र है, अपने पसंदीदा सिनेमा स्टार, धनुष, के पीछे करने केलिए ही एक ट्विटर खाते को बनाये रखते हैं; वे मंच पर कुछ भी, ट्वीट, पुनः ट्वीट या साझा नहीं करते. पहले उनके ट्विटर पर ठहरने के समय में, सरथ ने अपने सिनेमा के आराध्य व्यक्ति के तस्वीर को पोस्ट करने में लगे रहे, लेकिन वे खुद अनुयायिओं को आकर्षित नहीं कर सके.

विनोद के जैसे, सरद के भी, उनके अपने अनुयायियों के आकर्षण करने में असफल होने के बाद, एक से अधिक ट्विटर के खाते हैं. उनका अनुमान २२ से २५ खाते तक था. वे लगातार अपने कुछ दोस्तों को ट्विटर के खाते केलिए साइन अप करने केलिए और अपने पसंदीदा स्टार के पृष्ट के पीछा करने केलिए तंग करते हैं. इसका कारण बहुत आसान है: सरद, ट्विटर पर अपने स्टार के अनुयायियों की संख्या को बढ़ाना चाहते हैं. वे कहते हैं कि वे यही छोटा विषय अपने आराध्य व्यक्ति केलिए कर सकते हैं. इसी प्रकार, प्रिया, जो एक २२ साल की कॉलेज छात्रा है, ट्विटर पर कुछ दिनों केलिए अपने पसंदीदा फिल्म स्टार के ट्वीट को पुनः ट्वीट करने में लगी हुई थी, फिर उसको इसलिए छोड़ दिया कि कोई भी ट्विटर पर उसका पीछा नहीं करता था. उन्होंने ऐसा महसूस किया कि अनुयायियों को इकट्ठा करना तभी आसान होगा जब आप ऑफलाइन पर प्रसिद्द होंगे; नहीं तो ट्विटर अनुयायियों को पाने केलिए आप को वास्तव में परिश्रम करना होगा.

कई कुशल आईटी कर्मचारी कुछ हद तक व्हाट्सप्प पर सक्रिय थे, या कम से कम उस पर निष्क्रिय रूप से लगे हुए थे, उन्होंने ऐसा महसूस किया कि अगर आप गाए कावासाकी या रोबर्ट स्कूब्ल, दोनों सिलिकॉन वैली के 'विचारक नेता' जैसे सम्मानित व्यक्तियों के पीछा करेंगे तो ट्विटर एक आदर्श ज्ञान का मंच था. और कई ट्विटर पर, भारत के प्रधान मंत्री, नरेंद्र मोदी, का भी पीछे किये. जबकि इनमे अधिक उपयोगकर्ता समाचार और सूचना को पुनः ट्वीट द्वारा ही साझा करते थे, उन्होंने इसका स्वीकार किया कि उनको खुद अनुयायियों को पाने का प्राथमिक प्रयास करना पड़ा. सूडान, जो एक ३० उम्रवाले और एक प्रमुख आईटी कंपनी के व्यापार विश्लेषक हैं, ने कहा कि उन्होंने अपने दोस्तों के पीछा किए और वे बदले में इनके पीछा किए, इस प्रकार दोनों के अनुयायियों के संख्या को बढ़ाते थे.

जब इस क्षेत्र में एक महिला आईटी कर्मचारी की हत्या की गयी, तब ट्विटर पंचग्रामी में अभिव्यक्ति का एक प्रमुख साधन बन गया, कई आईटी पेशेवर, पुरुष और स्त्री दोनों, अपने क्षेत्र पर काम करनेवाली महिलाओं को समर्थन और चिंता व्यक्त करने केलिए ट्विटर का उपयोग करने लगे. देवी, जो एक २८ साल की आईटी कर्मचारी है, ऐसी व्याख्या करती है:

> इस घटना के बाद मैं ने इस प्रकार ट्वीट किया कि महिलाओं को तुरंत सुरक्षा चाहिए और अचानक से मैं पुनः ट्वीट हो गयी और इस घटना के तेज़ कम होने के बाद मेरे कोई भी ट्वीट को पुनः ट्वीट नहीं मिला ... मेरे दोस्त जो मेरे अनुयायी हैं कभी सूचना को साझा करने केलिए ऐसे करते हैं. मेरे अब ऐसे अनुयायी हैं जिसको मैं जानती तक नहीं... मुझे अपने अनुयायियों पर नियंत्रण को खोने के जैसे लगता है, मुझे वास्तव में नहीं मालूम है कि वे कौन हैं.

कुछ उद्यमी लोग अपने ब्रांड नाम पर जागरूकता को बढ़ाने केलिए ट्विटर का उपयोग करते हैं. अधिक उद्यमियों ने ट्विटर पर अपने को 'विचारक नेताओं' के रूप में पेश करने को पसंद किया. इनमे एक है आनंदी, जो ४५ उम्रवाली नरम कौशल और संचार में विशेषज्ञ है, जिन्होंने संचार में एक विचारक नेता के रूप में अपने प्रोफाइल का निर्माण किया. उसने कहा कि ट्विटर पर उनकी ब्रांड-निर्माण उपस्थिति उनके व्यापार केलिए आकर्षक था. ऋषि, जो ४० उम्र के एक तकनीकी उद्यमी और लेखक हैं, भी ऐसे ही थे; उनके ट्विटर पर होने का एक ही उद्देश्य अपनेलिए व्यक्तिगत ब्रांड निर्माण करना है. पंचग्रामी के कई छोटे व्यापार ट्विटर पर मौजूद थे, लेकिन उनमे कम से कम ७० प्रतिशत कुछ समय से निष्क्रिय हैं.[96] पंचग्रामी में उपस्थित बहुराष्ट्रीय कंपनी ट्विटर पर थे, मगर उनके ट्वीट स्थानीय से अधिक वैश्विक थे; उनके सामाजिक मीडिया दल पंचग्रामी पर स्थापित हुआ नहीं लगता.

पंचग्रामी ट्विटर को दैनिक संचार के साधन के बदले एक उद्देश्य के साथ उपयोग करने का एक मज़बूत भावना थी. फेसबुक या व्हाट्सप्प जैसे अन्य सामाजिक नेटवर्किंग साईट से ट्विटर के उपयोग की तुलना इसको स्पष्ट करता है कि ट्विटर में आदान-प्रदान किए जाते सन्देश फेसबुक पर किए जाने से अलग हैं. ट्विटर एक ऐसा मंच समझा जाता है जिसपर किसी को प्रामाणिक और राजनीतिक रूप से सही होना चाहिए. ऐसा एक भय था कि अगर आप ट्विटर पर कोई मूर्खतापूर्ण काम करेंगे, तो इंटरनेट समूह आप

को चक्कर देगा, जो सन्देश को सावधान, प्रामाणिक और निष्पक्ष होने का मांग करता है. इसके विपरीत, फेसबुक पर आप को अपना यथार्थ होना आसान था और व्हाट्सप्प पर उससे भी ज़्यादा.

समापन

इस अध्याय का उद्देश्य पंचग्रामी के सामाजिक मीडिया संचार परिदृश्य का परिचय करना था, जो संचार के पारंपरिक रूप से शुरू होकर इस प्रदेश में मौजूद विभिन्न सामाजिक मीडिया के मंचों पर पता लगाने पर गया. इस प्रकार करने में, यह अध्याय उन जटिलता के परतों को पेश करता है जो पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया के उपयोग को नियंत्रित करता है. यह भी स्पष्ट हुआ कि परिवार पर देखभाल और चिंता जैसे भावुक कारकों और उम्र, अनुक्रम, सामाजिक स्थिति, साक्षरता, लिंग, वर्ग और जाति जैसे सामाजिक कारकों जो एक दूसरे पर प्रभाव डालते हैं और पारंपरिक ऑफलाइन संचार पर असर डालते हैं, आदि भी सामाजिक मीडिया पर प्रभावी हैं.

परिवारों में फोन के बदले आवाज़ संचार का उपयोग भी कई कारकों से प्रभावित हुआ है, जिसमे उम्र, अनुक्रम, हाल, रिश्ते के नेटवर्क में स्थिति और साक्षरता आदि भी शामिल है, जो राघवन और रवी की माँ के मामले में स्पष्ट होता है. जैसे शोभना और लक्ष्मी के मामले में स्पष्ट है, वे बच्चों की भलाई पर भावुक चिंताओं के साथ और भी जटिल बन गयी. जबकि शोभना के मामले में सुलझाव समकालिक फोन संचार साबित हुआ, लक्ष्मी के मामले में वह व्हाट्सप्प पर समकालिक आवाज़ था.

ऐसे भावुक चिंताओं जब जाति, वर्ग और परिवार की प्रतिष्ठा जैसे कारकों से प्रभावित होते हैं, सामाजिक नियंत्रण और सामाजिक मीडिया के निरीक्षण का रूप लेते हैं. ऐसी चिंताओं के प्रभाव विशिष्ट रूप से लिंग की समस्याओं में महसूस किए जाते हैं. सामाजिक नियंत्रण और स्त्रियों पर निरिक्षण, जिन्होंने उनके सामाजिक मीडिया के उपयोग पर प्रभावित किए, दो प्रकारों में विभाजित किए जा सकते हैं; कठिन प्रतिबंध और नरम नियंत्रण. निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग और निम्न मध्यम वर्ग के अंदर, कठिन प्रतिबंध चार विशिष्ट रूपों में प्रदर्शन हुए:

1. पूर्ण प्रतिबंध: यह परिवार के उन पुरुष सदस्यों के मामले में हुआ जो अपने परिवार और जाति के अविवाहित युवतियों पर सतर्क नज़र रखने की कोशिश करते हैं. अंतर्जातीय रूमानी संबंध, जो उनको और उनके समुदाय में होनेवाले उनके परिवार को शर्मिंदा कर सकता है, के भय के कारण पुरुष स्त्रियों को सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने से रोकते थे.
2. समय प्रतिबंध: नियंत्रण का यह रूप ऐसे परिवारों में दिखाई दिए जो अपने को 'कम रूढ़िवादी'[97] समझते हैं, क्योंकि वे सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने की अनुमति देते थे. मगर एक से अधिक साधन पर अभिगम करने के समय की सीमा लगायी गयी और एक विशिष्ट समय की सीमा सख्ती से बनाये रखी गयी.
3. स्थान प्रतिबंध: यह भी ऐसे परिवारों में दिखाई दिया जो अपने को 'कम रूढ़िवादी' समझते थे. घर के बाहर का स्थान संभावित रूप से खतरनाक 'पौरुष' क्षेत्र माना

गया जो लड़कियों और युवतियों पर हानिकारक प्रभाव डाल सकता है. इसलिए वे घर के अंदर अपने परिवार के सदस्यों के सतर्क आँखों के सामने ही सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने दिए गए. 'सुरक्षति' स्थान का सिद्धांत बनाम और कहीं ऐसे परिवारों में लगातार उच्चारण किए गए.

4. इच्छानुरूप निरीक्षण: ये उन परिवारों में स्पष्ट थे जो युवती सदस्यों को सामाजिक मीडिया में होने दिए थे, लेकिन उनके संपर्क दोस्तों को अपने विस्तृत परिवार या ऑफलाइन में परिवार से परिचित लोगों तक सीमित किए थे. युवतियों के प्रोफाइल पर कठोर निरीक्षण लगाया गया, उनके परिवार उनके सामाजिक मीडिया पोस्ट पर जांच करता था. ऐसे इच्छानुरूप निरीक्षण ऐसे परिवारों में भी हुआ जो समय और स्थान प्रतिबंध लगाए थे.

नरम नियंत्रण, जो आम तौर पर प्राकृतिक रूप से अनजाने थे, ऐसे परिवारों में दिखाई दिए जहाँ दूसरों के साथ परिवार के सदस्यों से भी ऑनलाइन में दोस्ती की गयी. सामाजिक मीडिया के गतिशीलता पर कोई विशिष्ट प्रतिबंध नहीं डालने पर भी, दोस्तों के रूप में परिवार के सदस्यों की उपस्थिति इसका सुनिश्चित किया कि इन स्त्रियों ने अपने पोस्ट को खुद ही अभिवचन किया था. इस प्रकार का सामाजिक नियंत्रण विभिन्न वर्ग के युवा पुरुषों पर भी लगाए जाते हैं. सामाजिक मीडिया पर आपस में दोस्ती किए शिक्षक और छात्र दोनों ऐसे महसूस करते थे कि ऐसी दोस्ती करना भी नरम नियंत्रण का कारण बनता था. यह कथानक भी अध्याय ६ में अन्वेषण किया जाता है.

लेकिन, अगर कठिन हो या नरम, ऐसे निरीक्षण से बचने केलिए, एक से अधिक या नकली प्रोफाइल बनाये जाते हैं. पंचग्रामी के कई सामाजिक मीडिया के उपयोगियों केलिए, अपने को व्यक्त करने के ढंग को यह, एक से अधिक प्रोफाइल के श्रेणियों के द्वारा, विभाजित करने लगा, तथ्य में यह उनके पहचान को अधिक पूर्ण बनाता है.

ये विवरण इस अध्याय के फेसबुक के खंड पर विस्तार रूप से विवाद किए गए. मगर, इन मामलों के कई पहलुओं दूसरे मंचों के उपयोग में भी स्पष्ट होता था.

नरम नियंत्रण, जो आम तौर पर प्राकृतिक रूप से अनजाने थे, ऐसे परिवारों में दिखाई दिए जहाँ दूसरों के साथ परिवार के सदस्यों से भी ऑनलाइन में दोस्ती की गयी. सामाजिक मीडिया की गतिशीलता पर कोई विशिष्ट प्रतिबंध नहीं डालने पर भी, दोस्तों के रूप में परिवार के सदस्यों की उपस्थिति इसका सुनिश्चित किया कि इन स्त्रियों ने अपने पोस्ट को खुद ही अभिवचन किया था. इस प्रकार का सामाजिक नियंत्रण विभिन्न वर्ग के युवा पुरुषों पर भी लगाए जाते हैं. सामाजिक मीडिया पर आपस में दोस्ती किए शिक्षक और छात्र दोनों ऐसे महसूस करते थे कि ऐसे दोस्ती करना भी नरम नियंत्रण का कारण बनता था. यह कथानक भी अध्याय ६ में अन्वेषण किया जाता है.

लेकिन, अगर कठिन हो या नरम, ऐसे निरीक्षण से बचने केलिए, एक से अधिक या नकली प्रोफाइल बनाये जाते हैं. पंचग्रामी के कई सामाजिक मीडिया के उपयोगियों केलिए, अपने को व्यक्त करने के ढंग को यह, एक से अधिक प्रोफाइल के श्रेणियों के द्वारा, विभाजित ने लगा, तथ्य में यह उनके पहचान को अधिक पूर्ण बनाता है.

ये विवरण इस अध्याय के फेसबुक के खंड पर विस्तार रूप से विवाद किए गए हैं. मगर, इन मामलों के कई पहलुओं दूसरे मंचों के उपयोग में भी स्पष्ट होते थे.

जबकि व्हाट्सप्प की वहन और कार्रवाई पंचग्रामी के निवासियों के बीच उसको एक लोकप्रिय चुनौती बनाता है, वह बहुधा एसएमएस का विस्तार/शाब्दिक सन्देश कार्रवाई, जो उपयोगकर्ताओं से अपने संचार को ऊँचे स्तर पर ले जानेवाला और इस तरीके से निजी और व्यक्तिगत प्रदेशों पर निर्बाध संचालित करनेवाला समझा जाता था.[98] भावुक चिंताए, वर्ग और लिंग जैसे कारक भी व्हाट्सप्प के उपयोग के स्वरुप पर प्रभाव डालते है.

इसी प्रकार, ट्विटर भी वर्ग और अंग्रेजी में साक्षरता के मामलों से बारीकी से संबंधित था. पंचग्रामी में रहनेवाले कई लोगों को, इस मंच में अनुयायियों को पाने केलिए फेसबुक और व्हाट्सप्प से अधिक शक्ति व्यय करना पड़ता था. कुछ लोग लोकप्रियता और ट्विटर पर ब्रांड निर्माण को ऑफलाइन लोकप्रियता से सहसंबद्ध करते थे और दूसरे लोग इसको 'विचारक नेता' के रूप में अपने ब्रांड बिंब के निर्माण केलिए उपयोग करते थे. ट्विटर पर चक्कर देने के भय ने उपयोगकर्ताओं के प्रामाणिक और निर्विवाद पोस्टिंग को प्रभावित किया.

यद्यपि, एक ही सामजिक मंच का उपयोग या एक ही मंच पर उपस्थिति दुर्लभ होता है; पंचग्रामी में पोलीमीडिया का एक मज़बूत मामला था.[99] जबकि ऐसे भी लोग थे जो एक ही सामग्री को एक ही समय में एक से अधिक मंचों पर पोस्ट करने की सुनिश्चित करते थे और अपने नेटवर्क पर अपने योगदान को सक्रिय रखते थे (उदाहरण केलिए एक समाचार कथा के लिंक को ट्विटर, फेसबुक, लिंकेडीन और व्हाट्सप्प समूहों पर एक ही समय में साझा करना), जब व्यक्तियों के साथ संचार करना था, बातचीत अधिक निजी और संदर्भगत होता था - यह मापनीय सामाजिकता[100] का एक मज़बूत मामला भी है.

सामाजिक मीडिया मंच के निरपेक्ष, निकलनेवाला और एक मुख्य विषय है - जो फेसबुक पर पारिवारिक नियंत्रण, या व्हाट्सप्प समूहों पर सामूहिक नीतियों, या ट्विटर में चक्कर के भय के कारण भी होता है - सामाजिक अनुरूपता की प्रतीक्षा. फिर इसका एक मज़बूत ऑफलाइन निरंतरता है. अध्याय ३ इसपर अन्वेषण करेगा कि इस ऑफलाइन और ऑनलाइन स्थानों के बीच निरंतरता जैसे सामाजिक अनुरूपता पर प्रभावित करता है, और अनुरूप होने का ऐसे ज़ोर जैसे किसी के सामाजिक नेटवर्क पर अपने कूटनीतिक प्रस्तुति में परिणित होता है.

3
दृश्य पोस्टिंग: ज़ारी स्थान

परिचय

तिरु, जो एक २१ उम्र का मोटर-गाड़ी मैकेनिक हैं, और उनके दोस्त वडिवेलु, जो २३ उम्र के हैं, और लक्ष्मणस्वामी, जो १९ उम्र के हैं, वैकल्पिक रविवार शॉपिंग मॉल और अन्य दर्शनीय पर्यटक स्थलों में अपने सेल्फी लेने केलिए चेन्नई के आस पास की जगहों पर जाते हैं. तिकड़ी इस सफर को 'फोटो टूर' कहते हैं और ये तस्वीर विशिष्ट रूप से उनके सामाजिक मीडिया पर प्रदर्शन केलिए उद्दिष्ट हैं. कुछ दूसरे दोस्त भी कभी कभी उनके साथ जाने केलिए आमंत्रित किए जाते हैं; लेकिन ये तिकड़ी ही अधिकाँश ऐसे फोटो टूर पर चलते हैं, जिसकेलिए तिरु के ग्राहक का मोटरसाइकिल उपयोग किया जाता है. उनके तत्संबंधी फेसबुक प्रोफाइल के कम से कम ६० प्रतिशत तस्वीरें इन फोटो टूर से हैं.

जबकि २०१३ में लिए गए अधिकाँश दल के फोटो में कैमरा के सामने अधिक पोज़ करना शामिल था, २०१४ के पिछलेवाले सेल्फी बन गए. मगर, जो स्थिर रहा, वह तिकड़ी के एक दल के रूप में पोज़ करना ही था.[1] यद्यपि उनके तत्संबंधी प्रोफाइल में उनमे हर एक के पास उनकी अपने ही अकेली तस्वीर भी थी, समूह के फोटो ही उनकेलिए मायने रखते थे. ये समूह के फोटो युवा लोगों के दोस्ती को ही नहीं, लेकिन उनके जीवनशैली और दोस्ती के द्वारा वे जैसे अपने जीवन का अनुभव करते हैं.[2] सामाजिक मीडिया पर उन तस्वीरों को लगातार लोड करना, जहाँ उनके सामाजिक नेटवर्क[3] मिलते थे, इस तिकड़ी केलिए बहुत महत्वपूर्ण था, क्योंकि उनसे मायने रखनेवालों के सामने यह दोस्त के रूप में जीवन भर केलिए उनके असली संबंध को प्रदर्शन करता था.

दोस्ती तमिलनाडु[4] में एक विख्यात आदर्श है. यह समझा जाता है कि एक अच्छा दोस्त या 'नण्बन' किसी के परिवार या रिश्तों से उच्च स्थिति पाता है और ऐसी दोस्ती पवित्र रिश्ता माना जाता है. यह आदर्श तमिल सिनेमा जैसे प्रसिद्द दृश्य मीडिया द्वारा आम विवाद पर दुहरा जाता है. युवा विचारधारा पर ऐसे सिद्धांत गहराई से अंतःस्थापित होना, उसके पालन करना और मुख्य तौर पर उसे व्यापक समाज के सामने प्रदर्शन करना महत्वपूर्ण हो जाता है. ये तीन युवा लोग फेसबुक पर अपनी तस्वीर के द्वारा वही करते हैं.

वीणा, जो एक ४३ उम्र की गृहिणी और स्कूल जानेवाले दो बच्चों की माँ हैं, एक बहु-मंजिल अपार्टमेंट काम्प्लेक्स में तीन शयन कक्षवाले मनोहर और अच्छे अपार्टमेंट में रहती है. वे समुद्र-तट की सफाई, परोपकार मैराथन, या परोपकार घटनाओं केलिए खाना

आंकड़ा 3.1 एक मॉल में फोटो यात्रा

बनाना जैसे कई परोपकारी और नागरिक घटनाओं पर अपनी सहेलियों, ३७ उम्रवाली अनुश्या और ४५ उम्रवाली गौरी के साथ भाग लेने की निश्चित किया है. इनमे कोई भी घटना सेल्फी या पोज़-किए गए फोटो के बिना ख़त्म नहीं होता. ये तुरंत व्हाट्सप्प साझे की जाती हैं, लेकिन विस्तृत दोस्तों और परिवार के समूह पर ही की जाती हैं. वीणा विशवास करती हैं कि ऐसी छवियाँ एक आम घटना पर निजी क्षण के प्रतिबिंब हैं, और इसलिए उनको व्यक्तिगत रूप से परिचित विशिष्ट समूह के लोगों से ही साझा जा सकता है. वीणा का एक फेसबुक खाता नहीं है, और ऐसे विचार करती है कि अपने परोपकारी प्रतिभागिता की तस्वीरों को सार्वजनिक रूप से प्रदर्शन करना प्रदर्शनवाद हो जाएगा. मगर, वे स्वीकार करती हैं कि ऐसी छवियाँ उनके दोस्त और परिवार के नेटवर्क को एक अच्छी वजह केलिए इकट्ठे होने पर होते मज़ाक को दिखाने से ऐसे परोपहारिक कार्य में भाग लेने पर प्रोत्साहित कर सकती[5] है. जबकि परोपकारी कार्य, परोपकारिक घटनाओं में स्वयं सेवा और समाज केलिए कुछ वापस देना आदि सामान्य रूप से भारत में महिलाओं के आदर्श माने जाते हैं[6], वे एक विशेष रूप से मध्यम-वर्ग के आदर्शों[7] के एक मुख्य पहलू भी होते हैं. वीणा केलिए, ये घटनाएँ दोस्तों के साथ होने के प्रिय यादों की रचना करने और बाद में उनको फिर से अनुभव करने का अवसर देते हैं.[8]

रत्तीनवेलु, जो एक ४२ उम्र के उद्यमी हैं, निर्माण के कंपनियों केलिए हार्डवेयर सामान की आपूर्ति पर व्यवहार करते हैं. रत्तीनवेलु और उनकी पत्नी अलमेलु, जो एक ३८ साल की गृहिणी हैं, के फेसबुक खाते हैं जहाँ वे अपनी ही तस्वीर को नहीं मगर उनके करीबी परिवार (स्कूल जाने उम्र के उनके दो बच्चे और उनके विस्तृत परिवार या निकट के दोस्त, जिनके साथ यह जोड़ 'काल्पनिक संबंध'[9] के रिश्ते साझा करते हैं, के साथ घटना या उत्सव भी इनमे शामिल है) की तस्वीर भी अपलोड करते हैं. उनके अपने-अपने नेटवर्क के व्हाट्सप्प सन्देश भी अपने परिवार के साथ गोट या पारिवारिक मुलाक़ात प्रकट करता है. इनके अलावा, वे उपदेशी मिमी[10] के साझा करते हैं और समाज से संबंधित टिप्पणियों और हास्य या हिन्दू भगवान् की तस्वीरों को आगे बढ़ाते हैं. उनके

सामाजिक मीडिया एल्बम उनके निकट और विस्तृत, दोनों परिवार की तस्वीरों से छितराये हुए हैं (आंकड़ा ३.२). रत्तीनवेलु और अलमेलु, दोनों ने अपने सामाजिक नेटवर्क को अपने पारिवारिक बंधन को प्रदर्शन करने की सुनिश्चित किया हैं, क्योंकि तमिल संस्कृति[11] केलिए मज़बूत पारिवारिक और रिश्तेदारी बंधन आदर्श होते हैं. उनके फेसबुक पृष्ट पर ऐसी तस्वीर लाइक और टिपण्णी के रूप में लगातार प्रतिक्रया या समर्थन, या उनके सामाजिक नेटवर्क से निजी सन्देश प्राप्त करती हैं.

गुरुनाथ, जो २० साल का बायोकेमिस्ट्री का छात्र हैं, वह तमिल के अपने प्रिय फिल्म स्टार 'विजय' और उनके साथ प्रकट होनेवाली अभिनेत्रियों की तस्वीर और और उनके स्टार के आगामी फिल्मों के प्रदर्शन के और पिछलेवाले फिल्मों के पोस्टर नियमित रूप से पोस्ट करते हैं (आंकड़ा ३.३). ये गुरुनाथ के सामाजिक मीडिया पर प्रशंसक के समूह और फेसबुक पर अभिनेता के प्रशंसक क्लब के पृष्ट आदि केलिए अपलोड किए जाते हैं. प्रसिद्द पुरुष स्टारों केलिए प्रशंसक क्लब तमिल सिनेमा संस्कृति का एक महत्व-पूर्ण पहलू है, और अर्धशतक से अधिक समय केलिए तमिलनाडु का एक निरंतर लक्षण रहा है.[12] यह प्रमुख रूप से पुरुषों का क्लब है, इनके सदस्य होनेवाले एक अभिनेता के प्रशंसक हैं अपनी निष्ठा और अपनेपन की भावना को प्रदर्शन करने केलिए प्रतीक्षा की जाती है. गुरुनाथ यही फेसबुक पर करते हैं, जहाँ उनके नेटवर्क पर अभिनेता विजय के प्रशंसक मौजूद हैं. जो लाइक और टिप्पणियां वे पाते हैं, वे आम तौर पर अभिनेता के प्रशंसक से ही हैं.[13]

ऊपर के मामलों में हर एक पंचग्रामी में रहनेवाले कई विभिन्न समूह के लोगों में एक के दृश्य पोस्टिंग की विशिष्ट शैली का प्ररूपी है. इन हर मामलों में यही महत्वपूर्ण था कि ऑनलाइन मंच को अपने सांस्कृतिक आदर्श, नीतियां और दैनिक मूल्य को प्रदर्शन

आंकड़ा 3.2 फेसबुक में पोस्ट की गयी पारिवारिक तस्वीर

आंकड़ा 3.3 एक सहा-अभिनेता के साथ अभिनेता विजय

करनेवाले स्थान के रूप में अपनाना, प्रभावित रूप से संगृहीत नैतिकताओं के कुछ विशाल और पहले ही स्थापित पहलुओं को संचारित करना था - उदाहरण केलिए दोस्ती का मान करना, परोपकार, परिवार या एक दल या एक सामाजिक नेटवर्क पर निष्ठा प्रदर्शित करना जिसको उपयोगकर्ता मुख्य समझते हैं और अपने को उसके साथ पहचानते हैं.

इस प्रकार दृश्यों पर का यह अध्याय पंचग्रामी के लोगों केलिए सामाजिक मीडिया पर ऑनलाइन दृश्य स्थान विशाल स्थापित संगृहीत आदर्शों को प्रदर्शन करने के बारे में हैं, जिसने हमेशा क्षेत्र के ऑफलाइन दृश्य संस्कृति पर एक प्रतिनिधित्व पाया है. यह सार्वजनिक दृश्य संस्कृति, घर के दृश्य और इन दोनों प्रदेशों के बीच होनेवाले आदि के जांच करने से पंचग्रामी के ऑफलाइन दृश्य संस्कृति के संक्षिप्त परिप्रेक्ष्य प्रदान करेगा. फिर यह सिनेमा और राजनीति पर आम दृश्य पोस्टिंग पर नज़र डालकर सामाजिक मीडिया पर उनके अनुकरण और निरंतरता का पता लगाएगा जिसके बाद निजी स्वयं के दृश्य प्रदर्शन आएगा. मिमी के साथ दैनिक बधाइयाँ जो ऑनलाइन नेटवर्क के साथ सामाजिकता निर्माण करने में मदद करता है, भी तीसरे प्रकार के दृश्य के रूप में जांच किया गया है जो आम और निजी के बीच में हैं. ऊपर कहे गए को मानकर, यह अध्याय दिखाता है कि जैसे ऑनलाइन दृश्य स्थानों के पोस्टिंग लोग फेसबुक और व्हाट्सप्प जैसे मंचों पर अपनेलिए निर्माण करते सामाजिक नेटवर्क के प्रतीक्षा के अनुरूप होते हैं.

पंचग्रामी में ऑफलाइन दृश्य संस्कृति का एक अवलोकन

नौ कार्य-क्षेत्रों भर में इस नृवंशविज्ञानकी अनुसंधान कार्य का एक प्रमुख निष्कर्ष था कि सामाजिक मीडिया ने हमारे संचार को शाब्दिक से अधिक अधिक दृश्य बनाया दिया है.[14] जबकि यह एक महत्वपूर्ण परिवर्तन को दर्शाता है, यह अभी संभव है कि यह परिवर्तन,

और दृश्य सामग्री भी, हर एक विशिष्ट दृष्टांत पर, मुख्य रूप से पहले के परिपाटी और शैली से ही प्राप्त किए जाते हैं.

तमिलनाडु, शेष भारत के जैसे[15], आम और निजी प्रदेश दोनों में एक दृश्य समाज रहा है. पारंपरिक रूप से तस्वीर भगवान, राजनीतिज्ञ, फिल्म स्टार, विज्ञापन[16], कार्टून और कैरीकेचर[17] आदि के चित्र छवियाँ पोस्टर, विज्ञापन-तख्ता या विशाल बैनर (जो स्थानीय रूप से 'कट आउट' कहे जाते हैं) या सार्वजनिक रूप[18] में सिनेमा जैसे गतिशील आकृति, या धार्मिक छवियों[19] के द्वारा, कैलेंडर, ढांचा किया फोटो[20] और व्यक्तिगत वीडियो[21] आदि के रूप में प्रकट हुए हैं.

सार्वजनिक दृश्य संस्कृति

तमिलनाडु एक ऐसा जगह है, जहाँ अधिकाँश आयोजन सार्वजनिक और दृश्य के रूप से मनाए जाते हैं, सिनेमा, क्रिकेट, धर्म, राजनीति और जन्मदिन से महिलाओं केलिए तारुण्यागम संबंधी अनुष्ठान या 'उम्र पर आने' के समारोह शादी, मृत्यु या और कोई जीवन चक्र शिष्टाचार तक. इनमे से बहुत चित्तग्राही है धार्मिक त्योहार और सिनेमा और पॉलिटिक्स संबंधित आयोजन. मौसम पर निर्भर कई धार्मिक त्योहार तमिलनाडु के सार्वजनिक दृश्य संस्कृति पर शासन करने लगते हैं. उदाहरण केलिए,आडी के महीने[22] में (जुलाई-अगस्त) हिन्दू माता देवी, जो आम तौर पर 'अम्मन' कही जाति है[23], केलिए एक त्योहार मनाया जाता है. जिसके बाद हिन्दू भगवान कृष्णा और गणेशा[24] के त्यौहार मनाए जाते हैं. ये सब पास के मंदिर पर त्योहार के बारे में अभिव्यक्त करनेवाले बैनर और पोस्टर के आम प्रदर्शन के द्वारा मनाए जाते हैं. पास के चर्च और मस्जिद में क्रिसमस और रमज़ान के त्योहार भी पोस्टर द्वारा घोषित किए जाते हैं. निष्ठा के सार्वजनिक और दृश्य प्रदर्शन द्वारा कई गाँव के त्योहार भी अनुसरण करते हैं.[25]

तमिलनाडु पर शासन करनेवाली और एक चित्तग्राही शैली है सिनेमा.[26] कई अनुसंधानकर्ता स्थानीय सिनेमा (जो लोकप्रिय रूप से 'कॉलिवूड' जाना जाता है)[27] के असाधारण शक्ति को प्रमाणित किए हैं और तमिलनाडु में राजनैतिक सफलता पर उसके निकट संबंध को पहचाने हैं.[28] तमिलनाडु यकीनन भारत का इकलौता राज्य है जो पांच मुख्यमंत्रियों (राज्य के प्रमुखों) के बारे में डींग मार सकता है जिनको सिनेमा से संबंध है. वास्तव में तमिलनाडु के राज्य के वर्त्तमान नेता और उसके सबसे बड़े विपक्षी दल के नेता फिल्म उद्योग के परिप्रेक्ष्य से हैं.[29]

दृश्य संस्कृति के प्रदर्शन में पंचग्रामी किसी तरह से अलग नहीं है, जो शानदार ढंग से रंगीन पोस्टर के मुख्य सड़क पर ड्राइव करने पर साबित होता है. उदाहरण केलिए, जैसे ही गाँव आडी महीने (हिन्दू माता देवी के प्रसाद के साथ गाँव के त्योहार मनाने केलिए निष्ठा एक तमिल महीना) को मनाने केलिए तैयार होता है, स्थानीय सड़क और गालियां हिन्दू भगवान और देवी के पोस्टर और विशाल बैनर के साथ सजाये जाते हैं (आंकड़ा ३.४). दीपावली (दिवाली) जैसे धार्मिक त्योहार अक्सर देवी-देवताओं के बैनर[30] और पोस्टर, नए सिनेमा के प्रदर्शन, फिल्म स्टार की छवियाँ और रियायती उत्पाद की बिक्री के विज्ञापन के मिश्रण के साथ घोषित किए जाते है. अक्सर हिन्दू देवी-देवताओं स्थानीय राजनीतिज्ञ, जाति समूह के नेता और मुफ्त भोजन वितरण ('अन्नदानम') या

आंकड़ा 3.4 अम्मन - हिन्दू देवी माँ

मनोरंजन कार्यक्रम के प्रायोजक स्थानीय कारोबारी के साथ बैनर स्थान साझा करते हैं. पिछलेवाला आम तौर पर पंचग्रामी के लोगों केलिए सुगम संगीत कार्यक्रम (लोकप्रिय तमिल फ़िल्मी गीत के प्रदर्शन जैसे) या मंचन नाटक हो सकते हैं.

सिनेमा स्टार और फिल्म के पोस्टर आम दीवारों को सजाते हैं और नए सिनेमा के प्रदर्शन[31], अभिनेतावृंद स्टार की लोकप्रियता या मुख्य अभिनेता को दर्शाने केलिए बदलते हैं. जबकि 'कट आउट' रूप के दृश्य सिनेमा के आस-पास दिखाई देते हैं, व्यक्तिगत फिल्मों के पोस्टर सारे क्षेत्र भर में छितरे हुए हैं. चुनाव के समय में, या और एक राजनैतिक घटना के समय में, एक विशिष्ट घटना पर आधारित राजनैतिक नेताओं के आदमकद बैनर पंचग्रामी के मुख्य सड़क पर प्रकट होते हैं. बहुधा वे तमिल में दल के नेताओं पर प्रशंसात्मक टिप्पणी या वक्रपटुता के साथ होते हैं, जो अधिकाँश उनको 'सिंगम' (जिसका अर्थ है शेर, जो अनुमात सम्मान को चिन्हित करता है), 'तमिळने' (आदर्श तमिलवाले) या 'तमिळ ताए' (तमिल की माँ) आदि से प्रशंसा करता है. ऐसे प्रतीकात्मक शब्द तमिलनाडु में उपयोग किए जाते सामान्य राजनैतिक वक्रपटुता को दर्शाते हैं.[32]

पंचग्रामी के अधिकाँश सार्वजनिक दृश्य सामग्री प्राकृतिक रूप से अस्थायी होते हैं; वे मौसम और साल के नमूने के प्रतिनिधित्व करनेवाले घटनाओं के साथ बदल जाते हैं.[33] वे प्रभाव और सूचना केलिए रचना की जाती हैं, याद में रखने केलिए नहीं. चुनाव, राजनैतिक घटना, नए सिनेमा प्रदर्शन और त्योहार आदि ऐसी सामग्री के अक्सर परिवर्तन के उत्प्रेरक होते हैं. मगर, घर में दृश्य सामग्री एक नए प्रकार का है; व्यक्तिगत छवियाँ अधिक समय केलिए प्रदर्शन किए जाते हैं और स्मृति को प्रज्वलित करने केलिए एक शिल्पकृति के रूप में सेवा करता है.

घर में दृश्य संस्कृति

स्थानीय निवासियों के घरों में किसी को उनके ही और देवी-देवताओं और राष्ट्रीय नेताओं के फोटो मिलते हैं. विस्तृत फोटो फ्रेम में परिवार के फोटो, शादी के फोटो बच्चों के फोटो आदि और मृत रिश्तेदारों के फोटो आदि ड्राइंग रूम के दीवार या फोटो एल्बम के पृष्ठों को

सजाते हैं. वीडियो रिकॉर्डिंग (सामान्य रूप से डीवीडी के रूप में होनेवाले) जन्मदिन पार्टी, तारुण्यागम समारोह, शादी, पारिवारिक देवी-देवताओं के मंदिर के त्योहार या गृहप्रवेश का उत्सव आदि परिवार में मनाए गए उत्सव के स्मरण करते हैं. अधिक रिकॉर्डिंग एक फोटो स्टूडियो में पेशेवर रूप से बनाए जाते हैं या वृत्तिक कैमरामैन फिल्म किए जाते हैं.[34]

हिन्दू और ईसाई लोगों के घरों[35] में, भगवान और संत की तस्वीर, विभिन्न देवी-देवताओं के छोटी मूर्तियों वेदियों को सजाते हैं जहाँ पारिवारिक पूजा होती है. हिन्दुओं के घरों में देवी-देवताओं की तस्वीर के कैलेंडर दो प्रकार के हैं, एक सिर्फ महीने का कैलेंडर है और दूसरे पर पंचांग जुड़े हुए हैं, जो कभी कभी अधिक विस्तार होते हैं. ईसाई लोगों के घर में होनेवाले सिर्फ मासिक कैलेंडर होते हैं.

अचल छवियाँ, जो फोटो एल्बम से कैबिनेट या लिविंग रूम के दीवार को सजाने केलिए बाहर जाते हैं, जहाँ उनको मेहमान लोग देख सकते हैं, एक प्रकार के सेंसरिंग प्रक्रिया को भोगते हैं. 'पोज़' किए गए छवियों, और जो उस पहलू को दिखाता है जिसको परिवार प्रदर्शन करना चाहता है, वे ही सार्वजनिक प्रदर्शन पर रखे जाते हैं (आंकड़ा ३.५) लिविंग रूम को सजानेवाली तस्वीर प्राप्ति, एकता को चित्रित करनेवाले पारिवारिक फोटो, या मृत पूर्वजों की तस्वीर जो किसी को प्यारे लोगों के स्मृति का प्रदर्शन या किसी के वंशावली पर मज़बूत बंधन बनाए रखने आदि का सिद्ध करती है.[36] अन्य तस्वीर करीबी परिवार या दोस्तों से मुलाक़ात के समय में याद दुहराने केलिए फोटो एल्बम में छिपाकर रखे जाते हैं.

घर में प्रदर्शित की जानेवाली छवियाँ अकसर नहीं बदलती.[37] वे कभी-कभी संग्रहित किए जाते हैं, लेकिन मिटा जाते नहीं, जो पंचग्रामी के सार्वजनिक दृश्य संस्कृति की परिभाषित करनेवाली छवियों के विरुद्ध हैं. वह एक मेहमान को प्रतीकात्मक सूचना

आंकड़ा 3.5 व्यक्तिगत उपलब्धि को प्रदर्शन करनेवाला फोटोग्राफ

प्रचलित करने के कलाकृति (पारिवारिक एकता की प्राप्ति जैसे) के रूप में और परिवार के अंदर यादगार दिवस मनाने का काम करता है.

पंचग्रामी में रहनेवाले लोग आम तौर पर आदमकद पोस्टर को अपने घर में नहीं लाते. वे स्पष्ट रूप से ऐसे दृश्यों केलिए, जो पूर्ण रूप से आम या निजी प्रदेश के न होकर 'बीचवाले' के रूप में वर्गीकृत किए गए हैं उसके सिवा, जगह सीमांकन कर देते हैं.

'बीचवाले'

कुछ छवियाँ घर में प्रदर्शन और निजी प्रदर्शन के बीच कही होते हैं. ये आम तौर पर बड़े बैनर के रूप में होते हैं जो शादी, एक युवा लड़की के तारुण्यागम समारोह जैसे एक पारिवारिक समारोह की घोषणा करते हैं और पंचग्रामी के मुख्य सड़क के भागों के बगल में देखे जाते हैं (आंकड़ा ३.६) ऐसे बैनर दूल्हा और दुल्हन, तरुणी हो गयी लड़की या जन्मदिन मनाए जानेवाला बच्चा आदि के छवि को ही प्रकट नहीं करते; वे अकसर इस समारोह की महत सफलता केलिए बधाई देनेवाले लोगों के नाम या कभी कभी छवियों को भी थमाते हैं जो अधिकाँश दोस्त या रिश्तेदार होते हैं. ये छवियाँ विशेष रूप से उनके सामाजिक नेटवर्क (उनके जाति दल के सदस्य, पास के गाँव के लोग, दूर के रिश्तेदार आदि) को उनके परिवार के एक घटना के बारे में बताने केलिए तैयार की जाती हैं और ऐसे बैनर के निर्माण से उनसे उस व्यक्ति से साझा गया बंधन का मज़बूत भाव समझा जाता हैं. इन अधिकाँश बैनर या पोस्टर अस्थायी हैं - भावनात्वक मान केलिए बरकरार रखे गए कुछ के सिवा - राजनैतिक या फिल्म पोस्टर के जैसे घटना के बाद नष्ट किए जाते हैं.

आंकड़ा 3.6 एक सार्वजनिक स्थान पर पारिवारिक घोषणा

यहां, फिर एक पारिवारिक घटना के घरेलु छवि एक आम जगह पर जा सकता है. अधिकाँश घर वापस नहीं आते; वे विशिष्ट सामाजिक नेटवर्क को विशेष सन्देश भेजने केलिए तैयार किए जाते हैं, जिसके बाद उनका कार्य ख़त्म होता है.

सामाजिक मीडिया इस दृश्य संस्कृति को कैसे प्रकट करता है?

दृश्य सामग्री और दृश्य-संबंधी कार्रवाई पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया के दैनिक गतिशीलता के प्रमुख भाग बनते हैं. ये छवियों को अपलोड करने से दृश्य के साझा, लाइक करना और टिपण्णी डालना तक श्रेणीबद्ध होते हैं. सस्ती तकनीकी, विशिष्ट रूप से कैमरा के साथ स्मार्टफोन (सामने और पीछे फेसिंग करनेवाला) और प्री-पेड मोबाइल इंटरनेट कनेक्शंस, दृश्य संबंधी कार्रवाई पर एक विशाल भूमिका निभाया है जो पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया के उपयोग का केंद्र बन गया है.

पंचग्रामी के लोगों से अपने सामाजिक मीडिया (फेसबुक और व्हाट्सप्प) पर पोस्ट की जानेवाली छवियाँ ऑफलाइन में देखे जाने से बहुत अलग नहीं होते. वे ऊपर कहे गए एक या अधिक वर्गों पर होते हैं अर्थात आम, निजी या 'बीचवाले.' आम तौर पर पंचग्रामी के आम दृश्य संस्कृति की मानी जाति तस्वीर, जैसे धार्मिक त्योहार या तमिल सिनेमा स्टार या राजनीतिज्ञ या राजनैतिक मामलों का भी, की तस्वीर, घटना या मौसम के बाद (उनके ऑफलाइन समकक्षों की तरह) हटा दिया जाता है. नहीं तो, वे फेसबुक एल्बम स्थान पर नीचे उतर जाते हैं (कालक्रम के अनुसार) और वे नए वाले के साथ पृष्ठ पर उच्चतर में अपडेट किए जाते हैं. ऐसी छवियों फेसबुक पर साझा या अपलोड किए जाते हैं. अपने मोबाइल फोन से ऐसे छवियों को फेसबुक पर अपलोड करनेवाले लोग कभी फेसबुक को छवियों को स्टोर करने केलिए एक क्लाउड के रूप में उपयोग करते हैं, और इस प्रकार अपने मोबाइल उपकरण के संचयन स्थान की बचत करते हैं.

फेसबुक प्रोफाइल पर अपलोड किए गए व्यक्तिगत तस्वीर नए वाले से प्रतिस्थापित किए जाने पर हटे नहीं जाते; वे एल्बम में संग्रहीत होकर रहते हैं. कोई अवलोकन कर सकता है कि उच्च मध्यम-वर्ग की महिला ही, उनके जीवन की घटनाएँ होती ही, बहुधा हाल ही के फोटो[38] के साथ अपने प्रोफाइल को अपडेट करती रहती हैं. ये व्यक्तिगत तस्वीर अकसर उनके फोन पर और फेसबुक के वाल पर सहेजा जाती है. फेसबुक प्रोफाइल पर अपलोड किए गए व्यक्तिगत तस्वीर नए वाले से प्रतिस्थापित किए जाने पर हटे नहीं जाते; वे एल्बम में संग्रहीत होकर रहते हैं. शादी के निमंत्रण या त्योहार या पारिवारिक घटनाओं पर बधाई कार्ड - या मिमी के शब्दों में दैनिक बधाई भी जो दोस्त और परिवार के एक सामाजिक नेटवर्क ('बीचवाले' के जैसे) पर विशेष रूप से लक्षित है - उनके फोन पर सहेजा किए जाते हैं और उनके फेसबुक वाल पर पोस्ट किए जाते हैं. फिर भी कुछ ही घटना के बाद उनके फोन या फेसबुक पर सहेजा और संगृहीत होते हैं; दूसरे नए अपडेट केलिए जगह बनाने केलिए हटे जाते हैं. बहुधा फेसबुक पर छवियों की अस्थायी प्रकृति इन छवियों के ऑफलाइन प्रकृति को दर्शाता है. यह स्मृति केलिए छवियों को सहेजा करने या एक सामाजिक नेटवर्क को एक विशिष्ट सूचना संचार करने केलिए इसका उपयोग करने के मामले में ऊपर देखा गया है.

दृश्य संस्कृति को ज़ारी रखना

ऑफलाइन दृश्य संस्कृति जैसे सामाजिक मीडिया पर ज़ारी रखता है इसको दिखाने केलिए, यह खंड भी आम, घर और बीचवाले के तीन वर्गों में, जैसे ऑफलाइन दृश्य संस्कृति के प्रतिनिधि के रूप में ऊपर विवाद किया गया, विभाजित किया गया. पहला खंड सिनेमा और राजनीति पर ऑनलाइन दृश्य पोस्टिंग पर चर्चा करता है, जो आम दृश्य संस्कृति के वर्ग का होता है. इसके बाद उपयोगकर्ताओं के दृश्य आते हैं, जो घर के दृश्य संस्कृति के वर्ग का होता है. अंत में, हम तमिल संस्कृति में सन्निहित दैनिक शुभकामनाओं के अन्वेषण करते है, जिससे पता लगाते हैं कि जैसे लोग इसको सामाजिक मीडिया पर लाते हैं और एक तरीके से इसको हिन्दू वेदांत के ब्रह्माण्ड संबंधी जानकारी से संबंद्ध करते हैं. इस अध्याय का पिछले भाग धर्म पर विवाद करने के कारण, आम दृश्य का खंड सिर्फ सिनेमा और राजनीति पर विवाद करेगा. इन वर्गों को विस्तार में विचार करने केलिए जाने के पहले, मगर, पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया पर दृश्य पोस्टिंग के मापक को समझना महत्वपूर्ण होता है.

इस अध्याय में विवाद किए जानेवाले दृश्य पोस्टिंग पर पता लगाने के कुछ विषय हैं. पहले, जबकि सिनेमा और राजनीति संबंधित वीडियो क्लिप्स लोगों के प्रोफाइल के चारों ओर घूमता है, यह अध्याय अचल छवियों पर ही चर्चा करेगा. क्योंकि ये विचलन छवियों से अधिक आवृत्ति में घटित होते हैं. इसके अलावा, पंचग्रामी के दृश्य असली और अग्रेषण की गयी सामग्री का मिश्रण है. इसलिए जबकि पंचग्रामी का हर एक व्यक्ति ने सामाजिक मीडिया पर असली दृश्य सामग्री प्रस्तुत नहीं किया, कई लोगों ने अपने को फेसबुक या व्हाट्सप्प पर मिले दृश्य सामग्री के साझा और अग्रेषण में क्रियाशील चाहत दिखाया.

पंचग्रामी के दृश्यों पर एक आशुचित्र

दृश्य पोस्टिंग के मापक पर एक आशुचित्र प्रदान करने केलिए, पंचग्रामी के २० फेसबुक दोस्तों के नमूने के फेसबुक प्रोफाइल के उपयोग करके निम्नलिखित प्रयोग किया गया[39] (तालिका ३.१). नमूने के जुटाव में १० महिलाएँ और १० पुरुष थे, जो १५ साल से ६७ तक एक व्यापक उम्र के श्रेणी तक फैला था. फोटो पर व्यक्ति के फेसबुक फोटो एल्बम पर मौजूद सभी दृश्य शामिल थे, अर्थात, टैग हुआ या खुद अपनी इच्छा से पोस्ट किया गया. निम्नलिखित सांख्यिकी असली और अग्रषित सामग्री दोनों का जिक्र करता है, उदाहरण केलिए मिमी आम तौर पर अग्रेषित/साझे सामग्री हैं.

खंड १: सार्वजनिक

सिनेमा

जैसे ऊपर देखा गया, पंचग्रामी में तमिल सिनेमा मनोरंजन का एक बहुत लोकप्रिय[40] प्रकार है, और आप युवा कॉलेज छात्रों के फेसबुक प्रोफाइल को तमिल फिल्म स्टार की छवियों से छितराया हुआ देख सकते हैं (आंकड़ा ३.७ और ३.८). इस क्षेत्र के बहुत मशहूर

तालिका ३.१ पंचग्रामी के दृश्य पर संबंधित फेसबुक मानक

दृश्यों की खुल संख्या	१३६७
दृश्यों की न्यूनतम संख्या	१८
दृश्यों की उच्चतम संख्या	१०२
दृश्यों की औसत संख्या	६८
मुखबिरों के साथ तस्वीरों का औसत प्रतिशत	४३%
सिर्फ सूचना को दिखानेवाली तस्वीरों का औसत प्रतिशत	२०%
समूहों के अंदर सूचना को दिखानेवाली तस्वीरों का औसत प्रतिशत	२३%
मिमी को पेश करनेवाली तस्वीरों का औसत प्रतिशत	३८%

आंकड़ा 3.7 'वीरम' फिल्म में अभिनेता अजीत

आंकड़ा 3.8 'पुलि' फिल्म में अभिनेता विजय

लगते हैं, दो अभिनेता, अजित (जो 'तलै' उल्लिखित किए जाते हैं, जिसका अर्थ सिर या नेता है) और विजय (जो 'तलबती' उल्लिखित किए जाते हैं, जिसका अर्थ है सेनाध्यक्ष). प्रशंसक आम तौर पर ऐसे नेटवर्क पर प्रवेश करते हैं जो एक विशिष्ट अभिनेता को पसंद और समर्थन करता है, फिर उनकी छवि को अपने एल्बम पर पोस्ट या साझा करते हैं. ऐसे कार्यकलाप का शिविर सामान्य रूप से एक मशहूर अभिनेता का नया फिल्म एक निश्चित दिनांक में निर्मोचन केलिए नियत हुआ है, या स्टार के जन्मदिन के पहले देखे जाते हैं. फिल्म के प्रचार सामग्री की तस्वीर सामाजिक नेटवर्क पर ऐसे नेटवर्क के द्वारा साझा किए जाती हैं.

जब एक फिल्म का निर्मोचन होता है, अकसर यही इस प्रदेश भर में पोस्टर या बैनर पर दिखाई देनेवाली वही तस्वीर हैं. लोग अपने स्टार के अपने परिवार के साथ (एक आदर्श परिवार के आकांक्षापूर्ण झलक का प्रदर्शन करके), एक आम घटना पर या अपने सह-स्टारों के साथ सहज पल में आनंद उठाते लिए गए सामाजिक मीडिया छवियों को पोस्ट करते हैं. (आंकड़ा ३.९).

ऐतिहासिक रूप से छवियों की ऐसी शैली तमिलनाडु में अधिक समय से देखी जाती हैं. पूर्व मुख्यमंत्री स्वर्गीय डॉ.एम.जी.रामचंद्रन[41] ने (लोकप्रिय उद्धरण में एमजीआर), जो एक अत्यंत प्रसिद्द फिल्म स्टार भी थे, लगभग ४० साल पहले तमिलनाडु भर में पोस्टर पर दिखाई दिए (आंकड़ा ३.१०). ऐसी छवियाँ अन्य फिल्म स्टार के साथ भी दुहराए गए, जो अपने ही तौर पर सुप्रसिद्ध व्यक्ति बन गए.[42]

इस अध्याय के प्रारंभ में जैसे गुरुनाथ के मामले में देखा गया, अभिनेता के प्रशंसक से पोस्ट की गई ऐसी छवियाँ उस अभिनेता पर निष्ठा के प्रकट करती हैं. इस प्रकार वे अपने नेटवर्क के अन्य प्रशंसकों से उत्तर के रूप में अधिक लाइक और टिप्पणियां पाते हैं. मगर, हर एक प्रशंसक के ऐसे छवियों को पोस्ट करने के उत्तर का परिमाण अधिक बढ़ा हुआ और ऑफलाइन के बदले जब वह सामाजिक मीडिया पर किया जाता है, प्रकट होता है.[43]

तमिल फिल्म अभिनेत्रियों की तस्वीरें भी सामाजिक मीडिया पर प्रसार होती हैं (आंकड़ा ३.११). जबकि युवा लोग ही बहुधा तमिल फिल्म अभिनेताओं की छवियों को पोस्ट करते हैं, युवती और युवा लोग दोनों अपने सामाजिक मीडिया प्रोफाइल पर तमिल फिल्म अभिनेत्रियों की छवियों को पोस्ट करते हैं. सुप्रसिद्ध अभिनेता की तस्वीर उसी प्रकार रहती हैं, जबकि तमिल अभिनेत्रियों की छवियाँ (विशेष रूप से नायिका की भूमिका निभानेवाली) अधिक चलायमान होती हैं; वे सामाजिक मीडिया पर उतने बार-बार बदलते हैं, जितना वे ऑफलाइन में सिनेमा पोस्टर पर करते हैं. यह भारतीय सिनेमा में फिल्म अभिनेत्री की चलायमान स्थिति को दर्शाता है, और इस प्रकार इसका एक ऐतिहासिक पूर्व-उदाहरण है.[44]

युवा और युवतियों दोनों अभिनेता और अभिनेत्री की तस्वीर को अपने प्रोफाइल प्रदर्शन तस्वीर के रूप में उपयोग करने लगते हैं. वे उनको नहीं बनाते, मगर उन तस्वीरों को इंटरनेट या फिल्म के वेबसाइट से डाउनलोड करते हैं या अग्रेषित तस्वीरों के उपयोग करते हैं.

आंकड़ा 3.9 सिनेमा: अभिनेता अजीत और विजय के विभिन्न चेहरे

आंकड़ा 3.10 सिनेमा: पूर्व अभिनेता एमजीआर (एम जी रामचंद्रन) के विभिन्न चेहरे

आंकड़ा 3.11 सिनेमा: अभिनेत्री नयनतारा, अनुष्का और नज़रिया

राजनीति

पंचग्रामी में राजनीति से संबंधित ऑफलाइन दृश्य - यानी बैनर और कट आउट - चार प्रमुख वर्ग के होते हैं: स्थायी स्तर, क्षेत्रीय स्तर, राष्ट्रीय स्तर और अंतर्राष्ट्रीय स्तर. आम तौर पर स्थानीय स्तर में प्रमुख प्रादेशिक स्तर के या कभी राष्ट्रीय स्तर के भी राजनैतिक दलों के स्थानीय प्रतिनिधित्व होते हैं.[45] स्थानीय स्तर के अधिकारी लोग स्थानीय गाँव या टाउन के परिषद के शासन में एक प्रमुख भूमिका निभाते हैं. ऑफलाइन 'कट आउट' या बैनर आम तौर पर प्रादेशिक दल के नेता को प्रकट करता है, जिसमे स्थानीय प्रतिनिधि की एक छोटी छवि बैनर के निचले भाग में होता है. आप यहां लिंग के महत्त्व को भी जानते हैं, क्योंकि सामान्य रूप से पुरुष ही ऑफलाइन दृश्य द्वारा राजनैतिक शक्ति के पेश करने में सक्रिय रूप से शामिल हैं. इस जगह में, स्त्रियों के अपनी तस्वीर को बैनर पर प्रदर्शन करने पर, उनको राजनीति पर शौक होने पर भी, असहमति प्रकट की जाती है.[46] ऐसा प्रदर्शन उनके निकट के नेटवर्क से विसामान्य सामाजिक अभ्यास माना जाएगा, और इसके फलस्वरूप अधिक महिलाएँ इस अभ्यास को टालने लगती हैं. स्थानीय दल राजनीति पर महिला प्रतिनिधि होने पर भी स्थानीय महिलाओं की छवियों को दल के पोस्टर पर प्रदर्शन करने का अभ्यास, विशेष रूप से अविवाहित महिलाओं की छवियों को, शायद ही और वे प्रसिद्ध होने पर ही होता है.[47]

पोस्टर्स अधिकाँश दल के नेताओं के प्रशंसात्मक होते हैं और एक विशिष्ट दल के कर्मचारियों से आम दीवारों पर लगाए जाते हैं. ऐसा कार्य अब लंबे समय से तमिल राजनीति का भाग बन गया है और पंचग्रामी में पार्टी कर्मचारियों के सामाजिक मीडिया दृश्यों पर दर्शाते भी जाते हैं.

निम्नलिखित सभी उदाहरण एक प्रादेशिक स्तर की राजनीति के नेता पर समर्थन को दर्शाते हैं. उदाहरण केलिए, डीएमके[48] के नेता, डॉ.एम.करूणानिधि और उनके बेटा (दल के भविष्य के नेता) श्री.स्टालिन की छवियाँ चुनाव के समय में दल के सदस्यों या सम्बद्ध दलों के सदस्यों से ही अपलोड की जाती हैं (आंकड़ा ३.१२) श्री.स्टालिन जैसे बहुत कुछ नेता ही सामाजिक मीडिया पर उपस्थित होने के कारण[49], पार्टी बैठक में लिए गए उनकी तस्वीर जिसको वे अपने आधिकारिक सामाजिक मीडिया प्रोफाइल पर पोस्ट करते हैं, पार्टी के कर्मचारियों से साझा किए और दोहराये जाते हैं.

इसी प्रकार एआईएडीएमके के नेता, कु.जयललिता[50], की तस्वीर भी दल के सदस्य के प्रोफाइल पर दिखाई देती हैं.

इस स्वरूप से एक भी विचलन जाति की चिंताओं के नतीजा हो सकते हैं. उदाहरण केलिए, पंचग्रामी में दलित (अनुसूचित जाति) का एक महत्वपूर्ण आबादी है. स्व. डॉ.अम्बेदकर, जो एक राष्ट्रीय नेता और भारत के संस्थापक पिता हैं जिन्होंने सामाजिक न्याय और समानता केलिए दलित संघर्ष के प्रतिनिधित्व किया, की तस्वीर अकसर विडुतलै चिरुतैगल गकशी (स्वतंत्र चीता के दल), जो अनुसूचित जातियों के आवश्यकताओं का एक प्रमुख प्रतिनिधि है, के पार्टी कर्मचारियों के फेसबुक प्रोफाइल पर पोस्ट किए जाते हैं. स्थानीय दल का प्रतिनिधि सामाजिक न्याय और समानता पर अपने निष्ठा और पहचान को दिखाने केलिए बहुधा इसे करने लगते हैं (आंकड़ा ३.१३). राजनैतिक रणनीति के रूप में, स्थानीय रूप से प्रतिनिधित्व करते कई अन्य राजनैतिक दलों के सदस्य भी अपने सामाजिक मीडिया प्रोफाइल पर डॉ.अम्बेदकर की तसव्वर पोस्ट करने केलिए प्रतिस्पर्धा करते हैं.

आंकड़ा 3.12 राजनीति: डॉ.करूणानिधि और श्री स्टालिन

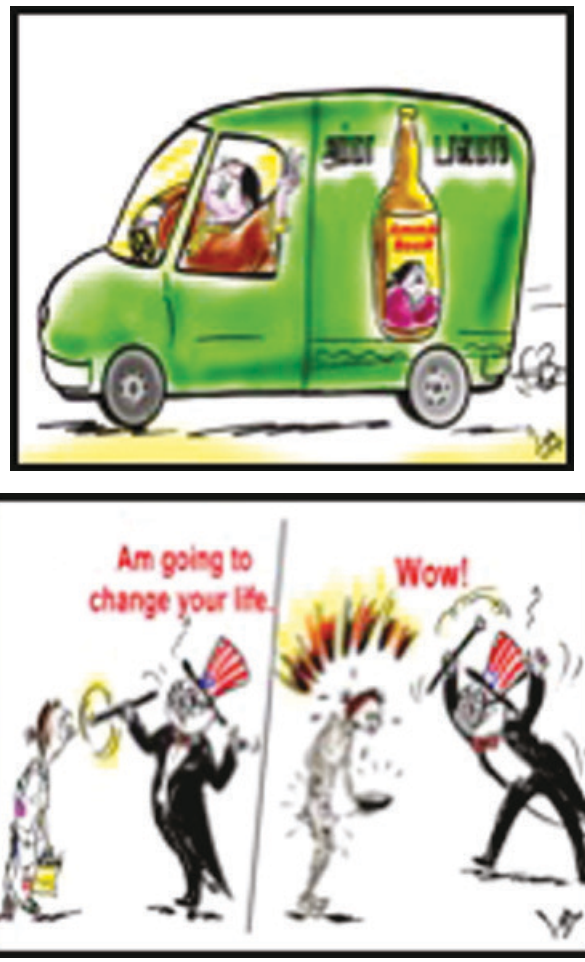
आंकड़ा 3.13 राजनीति: डॉ. अंबेडकर की प्रतिमा को हार पहनाना

जैसे अध्याय १ में देखा गया, पंचग्रामी का एक भाग गाँव के परिषद में नेतृत्व के पद केलिए अनुसूचित जाति/जनजाति के सदस्यों के चुनाव केलिए आरक्षित निर्वाचन क्षेत्र है. कई लोग वीसीके दल के हैं. श्री.तिरुमावलवन, जो एक दलित नेता हैं, प्रादेशिक स्तर पर दल का नेतृत्व करते हैं और कुछ मुखबिरों, जो इस दल के होते हैं या उनसे उठाये जाते वजह का समर्थन करते हैं, के प्रोफाइल में उनकी तस्वीर बहुत मिलती हैं (आंकड़ा ३.१४). दल के नेताओं के साथ ली गयी तस्वीर भी सामान्य हैं, क्योंकि वे पोस्ट करनेवाले व्यक्ति के समर्थन, प्रभाव और स्थिति को प्रदर्शित करते हैं. जैसे ऊपर कहा गया, इस जगह में एक मज़बूत और लंबे समय से चला आ रहा सार्वजनिक दृश्य संस्कृति है, और कभी कभी इन दृश्य के सबसे अधिक प्रमुख रूप - दलित नेता के ऑफलाइन 'कट आउट' और पोस्टर जैसे – फेसबुक[51] या व्हाट्सप्प पर दोबारा दिखाए जाते हैं.

मगर, यह लोगों को अन्य सामाजिक समस्याओं, उदाहरण केलिए शराबीपन और भ्रष्टाचार, को स्पष्ट करनेवाले पोस्टर को लगाने से नहीं रोकता. ऐसे पोस्टर अक्सर

आंकड़ा 3.14 राजनीति: दलित नेता तिरुमावलवन

व्यंग्यात्मक या चिंता प्रकट करनेवाला होता है, वे प्रादेशिक या राष्ट्रीय दल के उच्च नेतृत्व पर ही आक्रमण करता है, या कभी कभी प्रदेश या राष्ट्र पर प्रभावित करनेवाले अंतर-राष्ट्रीय मामलों से संबंधित भी होते हैं. स्थानीय प्रतिनिधि शायद कभी निंदा किए नहीं जाते. यह स्वरुप लगभग सामाजिक मीडिया पर भी दोहरा जाता है. यह निश्चित रूप से एक सुरक्षित रणनीति है, क्योंकि इसके ऐसे स्थानीय दोस्तों और सहयोगियों के क्रोध को झेलना कम संभव ही है, जो एक अलग दल के समर्थन करते हैं और फेसबुक या व्हाट्सप्प पर भी होते हैं. अकसर मामलाओं या दल के नेताओं के हास्य चित्र[52] बनाया या आकार बदला जाता है, और दृश्यों सामाजिक मीडिया पर साझा किए जाते हैं. (आंकड़ा ३.१५).



आंकड़ा 3.15 राजनीति: सामाजिक मामलों पर व्यंग्यपूर्ण और उपहासात्मक मिमी

यद्यपि आम तौर पर पंचग्रामी में निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के लंबी-अवधि के निवासी (सामान्य रूप से हाल ही में राजनीति पर शामिल हुए पुरुष) ऑफलाइन दृश्य बैनर पर योगदान करते हैं, सामाजिक मीडिया पर पोस्टिंग जैसे राजनैतिक दृश्य वर्ग की सीमाओं को पार करते हैं. निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के लोगों के पोस्टिंग एक दल के प्रशंसात्मक और दूसरों पर तिरस्कारपूर्ण होते हैं. लेकिन मध्यम वर्ग अकसर प्रादेशिक, राष्ट्रीय और अंतर-राष्ट्रीय स्तर पर निकलते मामलों पर दृश्य और व्यंग्यात्मक मिमी, ऊपर पेश किए जैसे, पोस्ट करते हैं.[53]

ये तिरस्कार के अभिव्यक्ति आम तौर पर चक्कर देने का रूप लेते हैं, जो सामाजिक नेटवर्क पर एक सामान्य कार्य होता है जिसको लोग मना करते नहीं लगते. बदले में वे इसको हास्य के रूप में स्वीकार करते हैं (छेड़खानी या सामाजिक मज़ाक प्रक्रिया जो तमिल में 'कलाईक्कारतु' कहा जाता है) - जो फिर प्रामाणिक और व्यवहार के अपेक्षित स्वरुप के अनुरूप के रूप में देखा जाता है.[54] जबकि हास्य चित्र के द्वारा राजनीतिज्ञ का हँसी उड़ाना हमेशा केलिए भारतीय संस्कृति का अंश रहा है[55], सामाजिक मीडिया पर इलेक्ट्रॉनिक चक्कर देना अधिक प्रजातंत्रिक हुआ है. उदाहरण केलिए, विजयकांत, जो एक तमिल सिनेमा स्टार अभी राजनीतिज्ञ बन गए हैं, को चक्कर देना फेसबुक और व्हाट्सप्प दोनों में हो रहा है (आंकड़ा ३.१६). जबकि उपयोगकर्ताओं के युवा दल इसको फेसबुक पर साझा कर सकते हैं, मध्य वय के लोग इसको व्हाट्सप्प पर साझा करते हैं.

अगला खंड सामाजिक मीडिया पर लोगों के ऐसे दृश्य पोस्टिंग पर चर्चा करेगा जो घर के दृश्य संस्कृति के साथ तुलना की जा सकती है.

आंकड़ा 3.16 राजनीति: विजयकांत पर ट्रोल करने का एक उदाहरण

खंड २: व्यक्तिगत और घर

पंचग्रामी में किसी का सामाजिक मीडिया की छवियाँ उनके बैठक के कमरे में मिलनेवाली तस्वीरों से तुलना किया जा सकता है. बैठक के कमरे के फोटोग्राफ परिदर्शकों केलिए प्रदर्शन किए जाते हैं और इसलिए शिष्टाचार और लैंगिक अपेक्षा के आदर्शों के अनुरूप होने लगते हैं. सामाजिक मीडिया पर किसी की तस्वीर भी इसी आदर्श और अपेक्षाओं के अनुरूप होने लगते हैं. सामान्य रूप से ऐसी तस्वीर किसी के अपने नेटवर्क से जितना संभव है उतने लाइक और सकारात्मक टिपण्णी संग्रह करने केलिए लगाए जाते हैं.

यह खंड स्वयं के सबसे सीधा-सादा और खुले प्रस्तुति से शुरू होता है. फिर वह इसकी व्याख्या करने पर चलता है कि जैसे लोग दूसरों के संबंध के द्वारा अपने को प्रदर्शित करते हैं और अपने को जिन सन्दर्भों में रखते हैं. इसलिए यह खंड समझने की आसानी केलिए उपखंड/वर्गों में विभाजन हुआ है और इसमें फेसबुक से छवियाँ समाविष्ट है.

वर्ग १: ध्यान मुझपर केंद्र है!

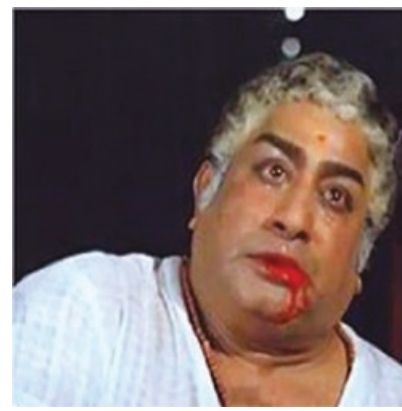
किसी के अपने खुले व्यक्तिगत प्रदर्शन से प्रारंभ होकर, सामाजिक मीडिया पर पोस्ट करने के इकलौते उद्देश्य से ही कई छवियाँ निःसंदेह रचना की जाती हैं (आंकड़ा ३.१७).

जैसे ऊपर की तस्वीर से देखा जा सकता है, उनके परिप्रेक्ष्य में महत्त्वपूर्ण कुछ भी नहीं है, या विषय के ठीक-ठीक अवस्थिति को नहीं दिखाते या वे जो करते हैं उसपर कोई संकेत प्रदान नहीं करते. इन तस्वीर के विचार परिप्रेक्ष्य नहीं, सिर्फ व्यक्ति पर ध्यान केंद्रित करने का सुनिश्चित करना है. अकसर तस्वीर में होनेवाले आदमी को यह मालूम है कि उनके फोटो लिया जाता है और वे उसके अनुसार पोज़ करते हैं. ये निर्माणित छवियाँ हमारे कुछ अन्य कार्य-क्षेत्रों में साबित हुए प्रामाणिकता और अनौपचारिकता के आदर्शों से भिन्न होते हैं, व्यक्ति की इन तस्वीर निश्चित रूप से किसी और से ली गयी हैं और 'सेल्फी' नहीं हैं.

लगभग सभी ऐसी तस्वीर फेसबुक पर प्रकट होने से पहले व्यक्ति के अनुमोदन प्राप्त करती हैं; अकसर अधीन व्यक्ति खुद ही इनको सामाजिक मीडिया पर पोस्ट करते हैं. ऐसे पोस्ट स्टूडियो पर नहीं लिए जाते, और ये तस्वीर स्कैन करके सामाजिक मीडिया पर पोस्ट किए भी नहीं जाते. वे सर्वदा डिजिटल कैमरा, और कभी कभी स्मार्टफोन, द्वारा डिजिटल रूप में ही लिए जाते हैं. जबकि सभी वर्ग के पुरुष ऐसे फोटो को पोस्ट करते हैं, सिर्फ उच्च मध्यम-वर्ग की महिलाएँ ही इसे करती हैं. पुरुष और स्त्री दोनों अपने को प्रतिष्ठा और आत्मसम्मान को सूचित करनेवाले विनयपूर्ण कपड़ों में प्रदर्शन करने लगते हैं.

ऐसी तस्वीर प्रदर्शन तस्वीर या प्रोफाइल तस्वीर होने पर भी, जो सामान्य रूप से उनके नेटवर्क से लाइक और सकारात्मक टिप्पणियां संगृहीत करते हैं, कुछ मामलों में आप, निम्नलिखित उदाहरण के अनुसार, स्नेहशील चक्कर देना या मज़ाक को भी पा सकते हैं (आंकड़ा ३.१८).

आंकड़ा 3.17 व्यक्तिगत: 'मेरे पर केंद्रित है!'



Profile Picture

Comment
Ayooooooo! (meaning OMG!)

आंकड़ा 3.18 व्यक्तिगत: 'प्रदर्शन तस्वीरों पर 'स्नेहशील' ट्रॉल्लिंग

ऐसा चक्कर देना एक ऐसा ही दोस्त से माना जाता है जिनको उत्तर देनेवाले ऑफलाइन में खूब जानते हैं और जिसके साथ वे इस प्रकार के ऑफलाइन स्नेहशील मज़ाक का रिश्ता साझा करते हैं. ऐसा परिहासक छेड़ खुद ही (जो तमिल में कलाई-क्कारतु' जाना जाता है) एक मज़बूत दोस्ती के नेटवर्क की अपेक्षा के अनुरूप होता है. सिर्फ छवियों के साथ टिपण्णी करने की यह शैली यहां उल्लेखनीय है. वे महत्तम दो या तीन बदली के बाद रोक देते हैं.

प्रोफाइल तस्वीर टिपण्णी आयोओओओओओ (अर्थात हे भगवान)

वर्ग २: यह आप जो करते हैं उसके बारे में हैं!

जबकि एक सीधा-सादा व्यक्तिगत छवि काफी हो सकती है, पहला ज़ाहिर व्याप्ति है एक व्यक्ति जो करते हैं, उसके साथ उनका प्रदर्शन. यह एक पेश या नौकरी का प्रस्तुत कर सकता है, लेकिन सामान रूप से किसी शौक या रूचि की पेश कर सकता है, जिसके साथ किसी व्यक्ति अपने को उत्सुकता से संबंधित रखते हैं. (आंकड़ा ३.१९).

इस प्रकार के दृश्य सिर्फ व्यक्तियों के सीधा-साधा प्रदर्शन ही नहीं है. ऐसी तस्वीर अकसर व्यक्ति के पहचान के निर्माण का अंतर्निहित भाग बनते हैं. वे सामान्य रूप से व्यक्ति के ऑनलाइन फोटो एल्बम पर दिखाई देते हैं और इनमे कुछ व्हाट्सप्प के समूह पर भी साझा किए जाते हैं. वे टैग नहीं किए जाते या उनके फोटो नामपंक्ति नहीं होता. ये छवियों एक विषय को स्वीकार करने केलिए बाध्य करती हैं. अकसर तस्वीर में व्यक्ति के साथ प्रदर्शित किए जानेवाले सामान का प्रकार ही वह व्यक्ति जो पहचान रचना करना चाहता है, उसपर ध्यान खींचता है. यह एक माइक्रोफोन या कंप्यूटर हो सकता है जिसके साथ एक प्रतीकात्मक अर्थ सम्बद्ध हो सकता है, जैसे कोई आंकड़े ३.१९ में देख सकते हैं.

ये पंचग्रामी के घरों के बैठक के कमरों में किसी से देखे जाती तस्वीरों के जैसे ही होते हैं. ऐसे खुले घरेलु स्थानों में, किसी पहचान के सामान को पेश करनेवाली तस्वीर - स्थानों को निर्धारित करनेवाले या पहचान को सूचित करनेवाली चीज़ के साथ रखी जाती हैं. उदाहरण केलिए, पंचग्रामी के वकील एक काले पोशाक के साथ के अपने फोटोग्राफ को अपने बैठक कमरे में एक प्रधान स्थान पर रखते हैं.

ये पहचान निर्माण करनेवाली छवियाँ लैंगिक भूमिका को निर्धारित करने और अनुरूप होने में मदद करने केलिए तस्वीर के प्रतीकात्मक भौतिक वस्तुओं और परिप्रेक्ष्य दोनों पर आकर्षित करते हैं. उदाहरण केलिए पंचग्रामी में गाना बजाना स्त्रियों का कार्य माना जाता है और स्त्रीत्व के भाव को अधिक करता लगता है. तस्वीर में होनेवाले माइक्रोफोन ऐसे संबंधों का इज़ाफ़ा करता है. पुरुषों केलिए, जिम और एक हृष्ट-पृष्ट शरीर साहस और पुरुषत्व के चिन्ह माने जाते हैं. ऐसे संबंध तस्वीर में व्यक्ति के पहचान को बढ़ाने केलिए सावधान से रचना की जाती है.

आंकड़ा 3.19 व्यक्तिगत: 'यह आप क्या करते हैं, इसके बारे में हैं!'

वर्ग ३: स्थिति को प्रदर्शन करनेवाले परिप्रेक्ष्य

तीसरा एक ऐसा वर्ग है जिसमे छवि व्यक्ति के स्थिति को वस्तुओं या परिप्रेक्ष्य के संबंध से बढ़ाने की कोशिश करती है. यह सामाजिक पतिस्थिति के द्वारा उपलब्ध किया जा सकता है, उदाहरण केलिए विदेशी यात्रा का प्रदर्शन, या भौतिक वस्तुओं की निकटता, अभिलाषा या उपलब्धियों की अभिव्यक्ति आदि. (आंकड़ा ३.२०)

ये छवियाँ व्यक्ति के सामाजिक स्थिति के घोषणा करने के द्वारा वर्ग २ में होनेवालों से अलग होती हैं, और एक विशिष्ट आकांक्षा या उपलब्धि की अभिव्यक्ति करने लगते हैं. ये तस्वीर इक्कीसवी शताब्दी के अभिलाषा और अपेक्षा को प्रदर्शनं करने लगती हैं. वे, एक ज्ञान के अर्थव्यवस्था के रूप में, जो अपेक्षा पंचग्रामी व्यक्तियों पर रखता है, उसके अनुसार होते हैं - उदाहरण केलिए एक ऐयाशी कार, एक अपार्टमेंट का मालिक होना या विदेशी यात्रा का अनुभव

वर्ग ४: एक दल में स्वयं (दोस्तों)

युवा लोग बहुधा अकेले पोज़ करने के बदले अपने दोस्तों के साथ फोटो लेना चाहते हैं. इसकी पराकाष्टा में हैं निम्न मध्यम या निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग की अविवाहित छात्राएँ जिनमे कई की अपनी व्यक्तिगत तस्वीर फेसबुक पर नहीं होती, यद्यपि उनके दोस्तों के साथ ली गयी तस्वीर मिलती हैं (आंकड़ा ३.२१). यह सिर्फ इसलिए हो सकता है कि संबंधित तस्वीर उनके प्रोफाइल पर छवियों के रूप में साझे गयी हैं और खुद महिलाओं से अपलोड की गयी नहीं हैं.

कभी कभी युवा अविवाहित महिलाओं के प्रोफाइल में उनके फोटो एल्बम पर ऑफलाइन में उनसे परिचित युवों की तस्वीर मौजूद हैं. युवा महिलाओं अपनी ही तस्वीर को अपलोड करती हैं या कभी जैसे ऊपर देखा गया, फोटो पर टैग की जाती हैं. मगर, आप एक युवा अविवाहित महिला को अपनी तस्वीर एक युव अविवाहित पुरुष के साथ पोस्ट करते नहीं पाएंगे; अगर एक ऐसी तस्वीर हो, वह संभवतः एक पार्टी या शादी जैसे, एक सामाजिक पतिस्थिति के साथ होगा या एक करीबी पुरुष रिश्तेदार की तस्वीर होगा. आम तौर पर, आप को एक साथ पोज़ करती युवतियों की, या युवकों के एक दूसरे के साथ पोज़ करती सामूहिक तस्वीर मिलेगी. सामान्य रूप से, जब दोनों लिंग के युवा अविवाहित लोगों की पेश करती तस्वीर ऑनलाइन पर दिखाई देगी - अगर सेल्फी हो या पोज़ किया गया फोटो - वह हमेशा एक समूह की तस्वीर होती है, एक जोड़ की नहीं. उच्च मध्यम वर्ग के अविवाहित युवतियों के मामले में इस नियम का अपवाद होता है. इस समूह केलिए, युवकों के साथ अकेले में फोटो केलिए पोज़ करना सामाजिक आज्ञाभंग के रूप में देखे जाने की ज़रुरत नहीं होता.

आंकड़ा 3.20 व्यक्तिगत: स्थिति को दिखानेवाला पृष्ठभूमि

आंकड़ा 3.21 व्यक्तिगत: एक समूह में स्वयं (दोस्तों)

वर्ग ५: एक दल में स्वयं (परिवार)

जब लोग विवाहित होते हैं, यह सामान्य रूप से उचित माना जाता है कि सार्वजनिक प्रतिनिधित्व व्यक्ति पर अब और नहीं ध्यान करना चाहिए, लेकिन जोड़ों के परिवार के भाग की नयी स्थिति की ओर प्रवृत्त होना है. यह विवाहित महिलाओं के मामले में विशिष्ट रूप से सच है (आंकड़ा ३.२२).

बच्चों की, आदार्श ममता और पारिवारिक जीवन को स्पष्ट करने वाली तस्वीर पंचग्रामी की माताओं के सामाजिक मीडिया प्रोफाइल पर, दूसरे करीबी पारिवारिक सदस्यों की तस्वीर जैसे, दोहराई जाती हैं. और जबकि तस्वीर के परिप्रेक्ष्य कभी प्राधान्यता प्राप्त करती है, परिवार की छवि सामान्य रूप से अधिक महत्वपूर्ण होती है. परिवार में मौजूद आत्मीयता सामाजिक मीडिया पर अपलोड की गयी तस्वीर से प्रदर्शन होने लगता है. ये तस्वीर इसको दिखाने केलिए परिवार के संस्थान पर आकर्षित करती हैं - जो अधिकाँश परिप्रेक्ष्य के बदले मूल (पति और/या बच्चों के साथ) होते हैं - कि

आंकड़ा 3.22 व्यक्तिगत: एक समूह में स्वयं (परिवार)

इस छवि को पोस्ट करनेवाले व्यक्ति अपने को किसके साथ पहचानता है. इसके कारण ये तस्वीर घर के अंदर और बाहर दोनों जगहों में ली जाती हैं. ये तस्वीर एक अपनापन के भाव को प्रकट करती है, और कभी पुराने छापे हुए कॉपी या ऑफलाइन एल्बम से मिले फोटो से स्कैन किए जाते हैं.

अंत में, जबकि ये तस्वीर उपयोगकर्ता स्वयं के जिन पहलुओं को प्रदर्शन करना चाहते हैं, उनका व्यक्त करती हैं वे बहुधा सामाजिक मानदंड और समाज की अपेक्षा और उपयोगकर्ता के सामाजिक नेटवर्क के अनुसार होते हैं. आकांक्षापूर्ण तस्वीर भी समाज के एक संगृहीत आकांक्षा का उद्धरण करता है जिसे समाज अपनेलिए निर्धारित करता है; जो पथभ्रष्ट माना जा सकता है, वह प्रदर्शन नहीं किया जाता. यह एक प्रकार का सामाजिक ठेका है कि ऐसी तस्वीरों के उत्तर हमेशा सकारात्मक होते हैं; अगर कोई छेड़खानी हो तो, वह सीधा होता है और ऑफलाइन बंधन को मज़बूत बनाता है.

ऊपर बहस किए गए पांच वर्ग स्वयं अभिवेदन के कई तरीकों को समझाते हैं. हम अब पंचग्रामी के दृश्य पोस्टिंग के अगले प्रकार पर जाते हैं, जो दैनिक बधाई होता है. यह वर्ग 'बीचवाले' के विचार के जैसे ही है, जो पहलु सार्वजनिक और अधिक व्यक्तिगत प्रदेश के बीच का होता है. दैनिक बधाई, बहुधा, एक मिमी से पीछा किया जाता है, जो अनुचित ढंग से एक नैतिक पुलिस के एक रूप का काम करता है.[56] पंचग्रामी में मिमी बहुत मशहूर हैं और कई प्रकार के हैं. इस अध्याय में सभी मिमी को पूर्ण रूप से जांच करना असंभव होने के कारण, अगला खंड दैनिक बधाई से संबंधित का ही जांच करता है - सभी सामाजिक वर्ग के लोगों से अकसर पोस्ट किया जाता एक रूप (एक दिन में पाँच बार तक). व्यक्तिगत फोटो सामाजिक मीडिया पर बनाए रखते एक विशाल नेटवर्क को परिवार और दोस्तों के करीबी मंडली के साथ रिश्ते को प्रदर्शन करने लगते हैं; दैनिक बधाई दैनिक आधार पर इस विशाल नेटवर्क के अंगीकार और देखभाल करने में मदद करता है. वे सामाजिकता को बनाए रखने और साबित करने के उस तरीके के रूप में काम करते हैं जो पंचग्रामी में दैनिक ऑफलाइन संस्कृति का एक भाग होता है.

खंड ५: 'बीचवाले'

दैनिक बधाई

राजप्पा, जो एक सेवावृत्त डाक मास्टर हैं, अपने आवासीय परिसर में काम करनेवाले वरिष्ठ नागरिक के क्लब के द्वारा व्हाट्सप्प पर परिचित किये गए. यह समूह (जिसके सदस्य ६० से अधिक उम्र के हैं) के लगभग ४५ सदस्य हैं, जिनमे अधिकाँश लोगों के कम से कम एक औलाद विदेश में काम करते हैं. राजप्पा के व्हाट्सप्प समूह के सन्देश में कई आवर्तक विषय बसे हैं; प्रार्थना के साथ दैनिक बधाई; तंदुरुस्त, कसरत और भोजन पर अग्रेषित सन्देश; अग्रेषित चित्र पहेली; प्रकृति पर दृश्य. इस समूह के दैनिक सन्देश 'शुभ प्रभात' के सन्देश के साथ सबेरे ४.३० से शुरू होते हैं, जो बहुधा एक प्रार्थना सहित एक मिमी के साथ होता है. सबेरे ६.०० या ६.३० बजे तक लाबगभाग सभी सदस्य आपस में 'शुभ प्रभात' का सन्देश या इस बधाई के सहित एक दृश्य भेज दिए होंगे. अधिक प्रार्थनाएँ सामान्य होते हैं; अगर उनमे एक हिन्दू देवी-देवता की छवि हो तो, वह

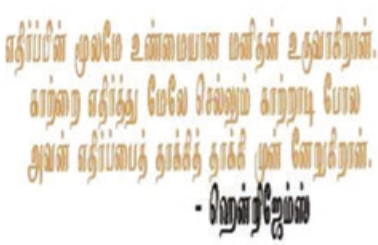
आंकड़ा 3.23 'बीचवाले': शुभकामना के साथ भगवान गणेश की छवि

बहुधा भगवान् गणेश (आंकड़ा ३.२३) या शिर्डी साईबाबा[57] की होती हैं. इनमे से अधिक अग्रेषित सन्देश या गूगल छवियों की प्रतिकृति हैं.

राजप्पा जो अपने व्हाट्सप्प पर सबेरे पढ़ते हैं, उसपर काफी भावुक होते हैं. वे महसूस करते हैं की अगर वे कुछ सकारात्मक बात को सबेरे पड़ेंगे, तो ही उनका दिन सकारात्मक रहेगा, और राजप्पा केलिए (और उनके वरिष्ठ नागरिक के नेटवर्क पर और कई लोगों केलिए) सामाजिकता का एक मुख्य पहलू है मुस्कराहट के साथ सभी लोगों की बधाई करना. उनकेलिए यह दिन के शुरुआत केलिए यह सकारात्मक संकेत है और यह समूह व्हाट्सप्प पर 'स्माइली' चिन्ह को असली मुस्कराहट के तुलनीय नहीं मानने से, एक प्रार्थना या सकारात्मक सन्देश आवश्यक प्रतिपूर्ति के रूप में देखा जाता है.

पंचग्रामी में दैनिक बधाई सामाजिकता का एक मुख्य रूप है. कोई इसको मध्य-वर्ग की पसंदीदा दैनिक सुबह की सैर में सुने जाते 'शुभ प्रभात', दूधवाले से कहे जाते 'वणक्कम'[58], या एक छात्र के विनम्र प्रणाम आदि पर देख सकता है. ऐसे बधाई सिर्फ सामाजिकता को निर्माण करनेवाले के रूप में ही नहीं, लेकिन दिन की शुरू करने की एक सकारात्मक तरीके के रूप में भी माना जाता है. यह जब सुप्रसिद्ध लोगों के प्रेरणात्मक उद्धरण के साथ विस्तार किये जाते हैं, इसका और एक आयाम होता है, और स्कूल के बाहरी दीवारों, पंचायत कार्यालय और अन्य आम जगहों पर प्रदर्शन किये जाते हैं. ऐसी बधाई अक्सर सामाजिक मीडिया मंच पर भी विस्तृत की जाती हैं, जहां वे आँखों को सौम्य होनेवाले दृश्य के सहित या प्रेरणात्मक संदेशों के साथ दैनिक बधाई के रूप लेती हैं.

ये दृश्य प्रेरक उद्धरण, धार्मिक उद्धरण आदि जैसे कुछ प्रमुख उपशैलियों पर वर्गी-करण किये जा सकते हैं. पंचग्रामी में, ये शाब्दिक छवियाँ सामान्य रूप से यहाँ दिखाए जाने की तरह दैनिक शाब्दिक प्रणाम से पीछे की जाती हैं (आंकड़ा ३.२४).



Gud mrng frnds ☺☺☺

Gud mrg guys... Wake up...

आंकड़ा 3.24 'बीचवाले': दैनिक बधाई के साथ शाब्दिक मिमी

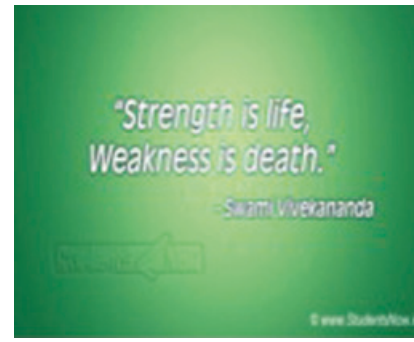
इनमे कुछ छवियों में मुख्य रूप से शब्द होते हैं जो विभिन्न वर्ण या रचनात्मक लिपि में सौंदर्य की दृष्टि से डिज़ाइन किये गए हैं. वे आम तौर पर एक सुप्रसिद्ध व्यक्ति के उद्धरण या ऑनलाइन में बेतरतीब ढंग से चुने गए छवियों के साथ हैं. कुछ लोग विशेष रूप से तात्त्विक या प्रेरक शब्दों सहित छवियों को गूगल इमेज सर्च द्वारा इंटरनेट से डाउनलोड करके उनको अपने सामाजिक मीडिया के संपर्कों को अग्रेषित करते हैं.

कुछ लोग हर सुबह ऐसी छवियों को फेसबुक या व्हाट्सप्प में अपने नेटवर्क पर साझा करना अपना प्राथमिक कर्तव्य समझते हैं. वे सकारात्मक संदेशों को साझा करने के अपने इस चेष्टा को व्यापक समाज केलिए भेंट समझते हैं, जिससे वे चारों और मौजूद नकारात्मकता के परिमाण को संतुलन करने का प्रयास करते हैं. गृहिणियां इसको व्हाट्सप्प पर अभ्यास करने लगती हैं, जबकि कॉलेज के छात्र अकसर व्हाट्सप्प और फेसबुक दोनों में ऐसे सन्देश भेजते हैं. उदाहरण केलिए, कन्ना, जो एक २१ वर्ष के निम्न सामाजिक-आर्थिक परप्रेक्ष्य के बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन का छात्र है, वह स्कूल के अंतिम साल में होते समय अपने सहपाठियों और दोस्तों (जो आर्थिक रूप से अपने परिवार की मदद करने केलिए पढ़ते और उसी समय नौकरी भी करते निम्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य के लोगों) की मदद करने केलिए इसे करने लगा. वह पवित्रता से इसका अभ्यास करने लगा और इसको अपने कॉलेज की मंडली को घेरने केलिए विस्तार भी किया. कन्ना के सहपाठियों ने इसका अनुमोदन किया और ऐसे टिप्पणी भी किया कि वे इसको देखने की प्रतीक्षा करते हैं कि वह हर दिन सबेरे अपने फेसबुक प्रोफाइल में क्या उद्धरण पोस्ट करता है. यह अभ्यास उद्दिष्ट नेटवर्क के अंदर सामाजिकता के निर्माण करने की ओर भी उत्तेजित किया गया था.

कुछ अन्य उपयोगकर्ता भी दैनिक प्रेरक या धार्मिक उद्धरण (जो प्रेरक भी होने लगते हैं) को पोस्ट करते थे. उनमे आम तौर पर एक धार्मिक चिन्ह होता है जो उनके उत्पन्न होनेवाले धर्म का संकेत करता है (आंकड़ा ३.२५). मगर, ऐसे सभी सन्देश 'शुभ प्रभात' 'दोपहर का नमस्कार' या एक सामान्य 'शुभ दिन' जैसे दैनिक प्रणाम के पीछा करने लगते हैं.

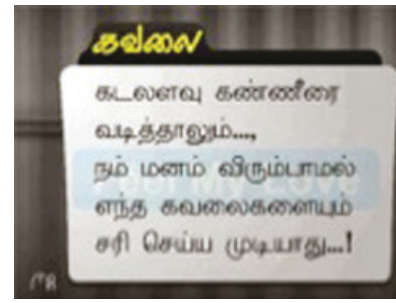
इस प्रकार की कुछ छवियाँ परिप्रेक्ष्य में कोई चित्र के बिना सिर्फ शब्द ही होते हैं (आंकड़ा ३.२६). मगर, अन्य दैनिक प्रणाम केलिए शब्द एक उचित दृश्य से पूरक होते हैं.

दैनिक प्रणाम में सुन्दर परिदृश्य का उपयोग असामान्य नहीं है. वे बहुधा धार्मिक या प्रेरक उद्धरण के साथ प्रकृति की सुंदरता को दिखाने केलिए ही नहीं, लेकिन इसका भी



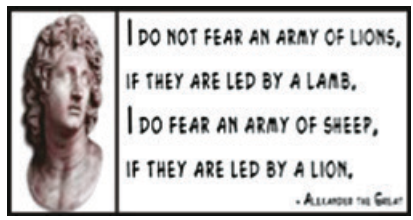
GOOD MORNING ! Have a grt...dy

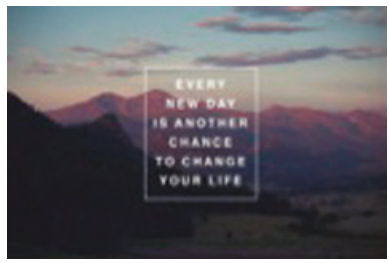
आंकड़ा 3.25 'बीचवाले': प्रेरक या धार्मिक उद्धरण के साथ छवियाँ



Hope u hd a grt day
Good Evening...

Good Evening ☺☺☺





Have a good Day... Good Evening Friends

आंकड़ा 3.26 'बीचवाले': दृश्यों के साथ दैनिक बधाई

इशारा करने केलिए कि दुनिया के बहुत विशाल स्थान है - जिसका निर्माता इस सन्देश को पानेवाले या पड़नेवाले के देखभाल करेंगे.

इस प्रकार दैनिक प्रणाम पहले ही स्थापित दोस्तों के समूह के साथ संबंध में रहने केलिए उपयोग किया जाता एक तरीका है. मुखबिरों के साक्षात्कार से यह स्पष्ट हुआ कि जब उनके एक स्थापित फेसबुक या व्हाट्सप्प दोस्तों के समूह है, सभी के साथ संबंध में रहने प्रक्रिया का मुख्य अंग बन गया - नहीं तो, यह सवाल होता है कि दोस्तों की संगृहीत पूँजी से सामाजिक मीडिया पर क्या किया जाए. ऐसी चिंताओं को मिटाने केलिए दैनिक प्रणाम एक प्रमुख अभ्यास बन गया है[59], जिसके द्वारा मुखबिर के दोस्तों की सूची में होनेवाले सब लोग एक सकारात्मक और अविवादित तरीके से सक्रियता से लगे जाते हैं. कुछ उपयोगकर्ताओं ने ऐसा भी कहा कि जो लोग अपने नेटवर्क पर गैर मिलनसार होते हैं, जब उनपर ऐसा अभ्यास स्थापित किया जाता है, अधिक प्रतिक्रियाशील होने लगते हैं.

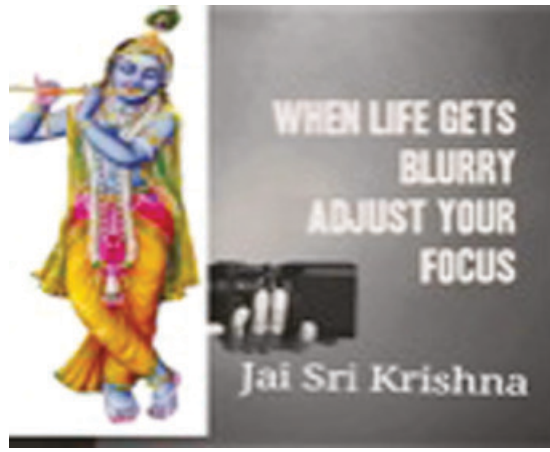
मगर, इस प्रकार के सन्देश सामाजिकता का निर्माण करने और एक दोस्तों के संगृहीत समूह से संपर्क रखनी की पद्धति के रूप में ही देखा नहीं जाते; वे सकारात्मक ऐसे कर्मा अंकों को उपार्जित करने में भी उपयोग किये जाते हैं, जिनके एक धार्मिक संकेतार्थ होता है. पंचग्रामी के कई अधेड़ मुखबिर फेसबुक के ऐसे कार्यकलापों में भाग लिए जो धर्म के किसी रूप से संबंधित किया जा सकता है; वे उसको एक धार्मिक कार्यकलाप के रूप में वर्गीकरण नहीं करने पर भी, वह हमेशा अच्छे कर्मा के निर्माण के बारे में ही था,[60] जो फिर ऐसे धार्मिक विशवास से ही निकलता है कि 'जो जाता है वो आता है'; अच्छे कार्य के अच्छे परिणाम होते हैं. प्रतिभागिता देवी-देवताओं की तस्वीरों को पोस्ट करने से सकारात्मक आत्म-विकास केलिए प्रोत्साहन देने और एक अधिक व्यापक समाज पर सकारात्मक प्रवर्तन प्रदान करने केलिए प्रेरणादायक कविता और कथाओं के साझा करने तक फैला रहा है, इस प्रकार प्रवृत्त पोस्टर केलिए अच्छे कर्मा निर्माण कर रहा है. विद्या शंकर की तरह कुछ लोगों ने इसको दैनिक व्यवहार के रूप में पालन किया.

विद्या शंकर, जो एक ४७ साल के आर्किटेक्ट हैं, फेसबुक पर अच्छे कर्मा के सक्रिय निर्माता हैं. वे ऐसा महसूस करते हैं कि उनके अधिकाँश सामाजिक मीडिया फेसबुक पर होने के कारण, वह अपने नेटवर्क को अपनेलिए अच्छे कर्मा निर्माण करने केलिए एक ग्रहणशील दर्शक के रूप में उपयोग कर सकते हैं. शंकर का दैनिक व्यवहार सबेरे ६ बजे के पहले फेसबुक पर एक हिन्दू देवी-देवता की छवि को पोस्ट करना है (आंकड़ा ३.२७).

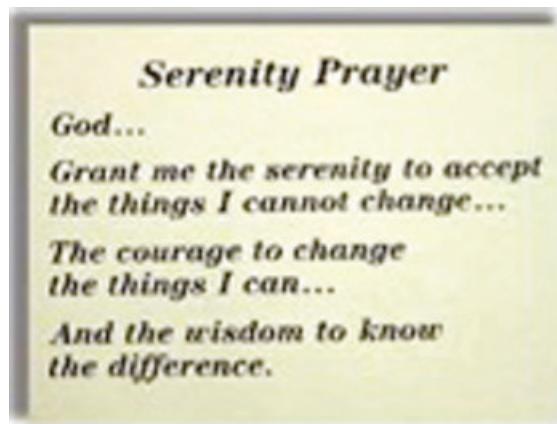
शंकर इस अभ्यास को सख्ती से पालन करते हैं, क्योंकि वे जानते हैं कि उनके अधिकाँश अधेड़ फेसबुक के दोस्त, सबेरे पहले फेसबुक को चेक करने का दिनचर्या पालन करते हैं. इसलिए इसका सुनिश्चित करने केलिए कि वे रोज़ एक मंगल चिन्ह पर ही जागते हैं, वे ६ बजे के कुछ पहले अपने टाइमलाइन पर एक हिन्दू देवता की छवि पोस्ट करते हैं.

एक साक्षात्कार में शंकर ने इस प्रकार कहा:

> मेरे पोस्ट करने के बाद तुरंत, जब मैं लाइक पाना शुरू करता हूँ,मुझे मालूम है कि लोगों ने उसे देखा हैं... वह लगभग मेरे ४० से ४५ दोस्त के समूह ही हैं, परन्तु तुरंत उत्तर पाना प्रभावशाली होता है, क्योंकि मुझे मालूम होता है कि मैं उस दिन



आंकड़ा 3.27 'बीचवाले': विद्याशंकर के भगवान कृष्ण की छवि



आंकड़ा 3.28 'बीचवाले': एक व्हाट्सप्प समूह में सुधाश्री की प्रार्थना

> के आवश्यक अच्छे कर्मा का निर्माण कर चुका हूँ; और मुझे यकीन है कि जब वे उसको दूसरों के साथ 'शेयर' करते हैं, वह उनके कर्मा ही नहीं लेकिन मेरा भी करने की मदद ऐसे करेगा, जैसे मैं उनकेलिए करता हूँ.

सुधाश्री, जो एक ३९ उम्र की गृहिणी हैं, ३५ सदस्यों के एक व्हाट्सप्प समूह पर हर सबेरे सकारात्मक सन्देश पोस्ट करने से अपने कर्मा के अंक निर्माण करती हैं. वे इस समूह केलिए एक धार्मिग ग्रन्थ से अपनाये गए एक सकारात्मक कथन को पोस्ट करती है, जो 'शुभ प्रभात' सन्देश सहित होता है (आंकड़ा ३.२८). सुधाश्री ने निम्नलिखित तौर पर अपने विशवास के बारे में व्याख्या की:

> मेरे सन्देश लोगों को अपना दिन सकारात्मक रूप से शुरू करने में मदद करता है, क्योंकि सबेरे जागना भी एक चमत्कार है और मैं लोगों के भगवान से दिए हुए दिन का बर्बाद करना नहीं चाहती... एक सकारात्मक आरंभ एक आनंदमय दिन देने में मदद कर सकता है... मैं ने दिन केलिए एक अच्छा काम किया है.

विद्या शंकर और सुधाश्री अकेले नहीं हैं. कई मुखबिरों को मालूम है कि समाज (उनके करीबी सामाजिक मंडली) की भलाई करने में नियमित रूप से भाग लेना उनको अच्छे कर्मा कमाने में मदद करेगी.

इनमे अधिकाँश दृश्य उत्पन्न किये (रचनातमक रूप से बनाये) नहीं जाते, लेकिन साझा किये जाते- फेसबुक या व्हाट्सप्प द्वारा. संदीप, जो ३१ साल का एक सॉफ्टवेयर इंजीनियर हैं, केलिए ऐसी छवियों को पानेवालों को, असल में, अपने अच्छे कर्मा निर्माण करने के भगवान से दिए गए मौके उनके गोद पर गिरते हैं; उनको सिर्फ उसे दूसरों से साझा करना ही चाहिए. ऐसे साझा करने के साथ, यह आश्चर्य की बात नहीं है कि इनमे कुछ छवियाँ, घूमकर और मीडिया के बीच परिवर्तन होकर - ईमेल से फेसबुक और व्हाट्सप्प तक, और इन मंच के अंदर अपने को दोहराकर अपने ही एक सामाजिक जीवन[61] पाते हैं.

मिश्रित शैलियाँ

ऊपर व्याख्या किये गए दृश्य पोस्टिंग एकमात्र नहीं हैं. ज्योत्स्ना और सगायम के मामलों का अध्ययन दिखाते हैं कि जैसे पंचग्रामी के लोग उनसे संचार किये जाते विभिन्न नेटवर्क को, उन नेटवर्क के प्रमुख आकांक्षाओं के अनुसार होने केलिए, अपनी छवि को रणनीतिक रूप से रचना करके पेश करनेकेलिए शैलियों के एक मिश्रण का उपयोग करते हैं.

ज्योत्स्ना, जो एक ३३ साल की गृहिणी हैं, ३९ उम्र के अपने पति, सामुएल और दो बच्चों के साथ पंचग्रामी में गगनचुंबी आवासीय परिसर में रहती हैं. उसने तमिलनाडु के दक्षिण भाग के एक छोटे टाउन में बड़ी हुई और दस वर्ष पहले ही, सामुएल के साथ उनकी शादी के बाद, चेन्नई पर आयी. इस जोड़ ने पंचग्रामी पर बसने का निश्चय किये क्योंकि सामुएल ने वह एक प्रमुख आईटी कंपनी में सिस्टम आर्किटेक्ट के काम किया और २०११ में दो सयन-कक्ष का अपार्टमेंट ख़रीदा.

एक सच्चे ईसाई होने से, ज्योत्स्ना पंचग्रामी के पास के एक चर्च की प्रार्थना सेवा में शामिल होती है. चर्च के नियमित सदस्यों के साथ संबंध रखने और घटनाओं के योजना बनाने केलिए, एक व्हाट्सप्प समूह स्थापित किया गया जिसपर ज्योत्स्ना नियमित रूप से योगदान करने लगी. इस समूह में, उनके पोस्ट ही जीसस क्राइस्ट की छवियों और प्रार्थना सहित मिमी के साथ हैं (आंकड़ा ३.२९). ज्योत्स्ना के अधिकाँश पोस्ट अग्रेषण होते हैं, जो उनको अपने अन्य संपर्कों से मिलते हैं, या गूगल छवियों से डाउनलोड किये जानेवाले हैं.

ज्योत्स्ना के आवासीय परिसर का भी औपचारिक अपार्टमेंट रखरखाव के मामलों केलिए एक फेसबुक समूह है, और निवासियों के बीच सामाजिक संपर्क को बढ़ाने के इरादे से एक अनौपचारिक व्हाट्सप्प समूह भी है. पिछले में, ज्योत्स्ना का योगदान हर सुबह एक सकारात्मक सन्देश के साथ एक मिमी है. इनमे कोई सन्देश भी प्राकृतिक रूप से धार्मिक नहीं हैं; इसके बदले वे सकारात्मक पद के रूप लेते हैं जो व्यापक रूप

आंकड़ा 3.29 मिश्रण: एक चर्च के व्हाट्सप्प समूह से जीसस क्राइस्ट की छवि

आंकड़ा 3.30 मिश्रण: एक ही अपार्टमेंट परिसर पर केंद्रित व्हाट्सप्प समूह का एक प्रेरक मिमी

से 'प्रेरक' के रूप में वर्गीकृत किये जा सकते हैं (आंकड़ा ३.३०), ऐसे मिमी पर समूह के सदस्यों का प्रतिक्रिया हमेशा प्रोत्साहक होती हैं.

ज्योत्स्ना अपनी करीबी सहेलियों से सिर्फ चारों के साथ और एक व्हाट्सप्प समूह पर भी है: प्रिया, जो ३८ साल की हैं और देवी, जो ३७ साल की हैं, दोनों गृहिणियाँ और वासंती, जो ३३ उम्रवाली और स्थानीय कॉलेज में तमिल लेक्चरर है. ज्योत्स्ना लगातार हास्यात्मक मिमी को आगे भेजती हैं और अपने परिवार की तस्वीर, जिसमे उनके बच्चे के स्कूल के समारोहों की तस्वीर भी शामिल है, और उनसे घर में पकाये गए भोजन की तस्वीर को साझा करती है (आंकड़ा ३.३१). ऐसे सन्देश समूह के दूसरे सदस्यों से ऐसे ही दृश्य प्रतिक्रिया प्राप्त करते हैं.

सगायम, जो एक स्थानीय आर्टस एंड साइंस कॉलेज में कॉमर्स के २१ उम्र का छात्र हैं, को उनके फेसबुक खाते पर लगभग ११० दोस्त हैं. उनके दोस्तों का समूह उनके कॉलेज के दोस्त और उन महिआओं, जिनको वे सिर्फ फेसबुक पर मिले हैं, का मिश्रण है. सगायम के फेसबुक टाइमलाइन सिर्फ सुन्दर परिदृश्यों (जिनको वे गूगल छवियों से डाउनलोड करके अपने फेसबुक वाल पर पोस्ट करते हैं) या शिशुओं की तस्वीरों को ही प्रकट करता है. ये छवियाँ अकसर एक 'शुभ प्रभात' या 'शुभ संध्या' की बधाई सहित होते हैं; और इनमे से कई उनके दोस्तों से (विशिष्ट रूप से सहेलियों से) उच्च दर के प्रतिउत्तर प्राप्त करते हैं. एक 'लाइक' के साथ 'शुभ प्रभात' या 'शुभ संध्या' की बधाई के उत्तर देनेवाले ठेठ प्रतिउत्तर ही टिपण्णी बनते हैं. सगायम के एल्बम की तस्वीरों में उनके एक कैमरा के सामने पोज़ करनेवाले, कुछ सेल्फी और कई दोस्तों सहित होनेवाले आदि मौजूद हैं. परिदृश्य और शिशु की तस्वीर के विपरीत, उनकी व्यक्तिगत तस्वीर सिर्फ उनके सहपाठियों और उन फोटो पर होनेवालों से पसंद किया गया.

(आंकड़ा ३.३१ मिश्रण एक दोस्तों के समूह में लहसुन का पुलिकोलंबु[62])

सगायम धनुष, जो उनके पसंदीदा तमिल फिल्म स्टार हैं, पर अनुरागी एक फेसबुक के समूह का भी सदस्य हैं. वे नियमित रूप से अभिनेता की तस्वीरों को उनके अभी तक के विषयों के साथ पोस्ट करते हैं, जिनको वे गूगल छवियों या दूसरे फिल्म के वेबसाइट से डाउनलोड करते हैं. समूह के दूसरे सदस्यों के प्रतिउत्तर हमेशा उनके पसंदीदा फिल्म स्टार के ही नहीं बल्कि समूह पर उनके योगदान को पहचानकर, सगायम के कार्यकलापों के भी प्रशंसात्मक होते हैं.

सगायम व्हाट्सप्प का भी एक उत्साही उपयोगकर्ता हैं. वे पंचग्रामी के एक सुपर-मार्केट पर बिक्री सहायक के रूप में अंशकालिक नौकरी करते हैं, जहाँ वे काम के समय के बाद सहकर्मचारियों और पर्यवेक्षक के साथ व्हाट्सप्प द्वारा संबंध में रहते हैं. यद्यपि सगायम ने अभी तक उनको व्हाट्सप्प के समूह पर वर्गीकरण नहीं किये हैं, वे लगातार हास्यात्मक और सामाजिक रूप से संबंधित मिमी को अपने सहयोगियों के एक प्रवर समिति को भेजते हैं.

आंकड़ा 3.31 मिश्रण: व्हाट्सप्प के एक दोस्तों के समूह में 'पूणडू पुल्लिकोलंबु'

आंकड़ा 3.32 मिश्रण: फेसबुक से एक सुन्दर मिमी

ज्योत्स्ना और सगायम दोनों के प्रोफाइल ने यह स्पष्ट किया कि उनके संपर्क के नेटवर्क से संचार में ७० प्रतिशत से अधिक दृश्य होते हैं. मगर, उनके दृश्य संचार के अंतर्निहित प्रवृत्ति ही अधिक मुख्य होता है: दृश्य संचार की शैली, वे जिन नेटवर्क के साथ संचार करते हैं, उसके अनुसार बदलती हैं. अपने चर्च के समूहों केलिए ज्योत्स्ना का सन्देश, अपने आवासीय समूह या करीबी सहेलियों के साथ उससे संचार किए जानेवालों से अलग थे. ज्योत्स्ना ने इसपर स्पष्ट थी कि वह जीसस क्राइस्ट की तस्वीर अपने आवासीय परिसर के समूह को भेजना नहीं चाहेगी, क्योंकि उसमे कई धर्म के लोग मौजूद हैं. उनकी करीबी सहेलियों के समूह पर ही यही मामला था, जिनमे दो लोग हिन्दू थी. इसलिए वे इन समूहों में धार्मिक पोस्ट नहीं शामिल करने पर सावधान थी. उनकी सहेलियों के समूह पर सकारात्मक सन्देश भेजना ठीक था, लेकिन उनके घर में पके गए भोजन की तस्वीर को अपने चर्च के समूह या आवासीय परिसर के समूह को भेजना ऐसा कुछ था, जिसको वे कभी नहीं करेगी, क्योंकि यह उन समूहों की अपेक्षा नहीं था. मगर उनकी करीबी सहेलियों के समूह में, अपेक्षा यह था कि सदस्य अपने परिवार की तस्वीर का विनिमय करेंगे और इसलिए उन्होंने ऐसे ही किया.

सगायम का मामला भी ऐसा ही था, जिसको पता चला कि सुन्दर तस्वीर या शिशुओं की तस्वीर को एक बधाई के साथ अपलोड करना लगभग हमेशा पसंद करने और उनके प्रोफाइल पर टिपण्णी करने का एक महत प्रतियुत्तर की शुरू किया. संदेशों ने बातचीत को ज़ारी और उनके प्रोफाइल को सक्रिय रखा. अगर फिल्म स्टार धनुष की तस्वीर ने इस दोस्तों के विशिष्ट नेटवर्क पर बधाई के साथ भेजा गया, तो यह नहीं हुआ होगा. इसी प्रकार, धनुष के प्रशंसक पृष्ट में अगर प्राकृतिक परिदृश्य का नज़र कई अनुकूल प्रतिउत्तर को नहीं पाया होगा. इसी प्रकार सगायम ने सोचा कि अपने सहकर्मचारियों को अग्रेषित किया गया एक हास्यात्मक या समाज-संबंधित मिमी ने व्हाट्सप्प पर और ऑफलाइन पर दफ्तर में उनसे मुलाक़ात के समय सकारात्मक प्रतिउत्तर प्राप्त किया.

आंकड़ा 3.33 मिश्रण: एक पसंदीदा अभिनेता, धनुष, एक अनुरागी के फेसबुक पृष्ट से

आंकड़ा 3.34 मिश्रण: एक सहकर्मचारी को आगे बढ़ाया गया हास्यात्मक मिमी

ज्योत्स्ना और सगायम के मामले में यही महत्वपूर्ण है कि दृश्य संचार की शैली अलग नेटवर्क में अलग-अलग होते हैं. हर एक जान-बूझकर नेटवर्क के प्रमुख अपेक्षा की सेवा करने केलिए रचना किए गए. ऐसे सभी आशोधन रणनीतिक रूप से किए गए और नेटवर्क की आकार की परवाह किए बिना, उससे संचार किए जानेवाले नेटवर्क पर प्रभाव डालते माने गए.

ज्योत्स्ना के मामले में, जैसे ऊपर बहस किया गया, घर के और बीचवाले दृश्य के अतिव्यापन मौजूद था. सगायम के मामले में, अतिव्यापन सार्वजनिक और बीचवाले दृश्य का था. दोनों के प्रोफाइल इसे दिखाने में ठेठ होते हैं पंचग्रामी में जैसे सामाजिक मीडिया प्रोफाइल आम तौर पर दृश्य शैलियों के मिश्रण की रचना करके, छवियों के वर्ग को एकत्र करते हैं.

समापन

इस अध्याय का उद्देश्य इसका प्रदर्शन करना है कि ऑनलाइन और ऑफलाइन स्थान के बीच निरंतरता मौजूद है; एक दूसरे पर एकाधिक तरीके से प्रभाव डालते हैं और किसी का लोगों के जीवन के स्तंभित अंश के रूप में अध्ययन नहीं कर सकते. दृश्य सामग्री हमेशा तमिलनाडु के लोकप्रिय संस्कृति पर एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाया है, और इन परिपाटी लोगों के सामाजिक मीडिया पर संचार करने के तरीके पर एक बड़ा प्रभाव डाला है[63], जो इस अध्याय को ज़ारी रखने का ज़ोर देता है.

इस अध्याय ने पंचग्रामी[64] में बहुधा दोहराये जानेवाले दृश्यों की शैली का अन्वेषण किया - यानी सिनेमा और राजनीति पर दृश्य पोस्टिंग, खुद से संबंधित पोस्टिंग और दैनिक बधाई. ये सार्वजनिक प्रदेश, घर पर और 'बीचवाले' प्रदेश में, सन्निहित दृश्य संस्कृति से तुलना करने योग्य हैं. सामाजिक मीडिया के दृश्य स्थान को विनियोजन ऑफलाइन सांस्कृतिक आदर्शों को व्यक्त करनेवाले के रूप में भी देखा जाता है.

शुरू में, यह ऐसा लगेगा कि हम सामाजिक मीडिया पर व्यक्त किए जाने के प्रकार से लोगों के सार्वजनिक व्यक्तित्व पर ही अवलोकन करते हैं. फिर भी एक मूल स्तर में, पंचग्रामी जैसे समाज में, यह सवाल होता है कि इन सामाजिक मीडिया के उपयोगकर्ताओं केलिए आम क्या होता है और निजी क्या होता है. हमसे ऊपर देखे जाने की तरह, अधिकाँश दृश्य संचार, अगर ऑनलाइन हो या ऑफलाइन, उपयोगकर्ताओं के अपने सामाजिक नेटवर्क के साथ ऐसे व्यवहार करने का मामला है, जो आकार और रूप में विभिन्न हो सकते हैं. ऐसे संचार का विचार यह होता है कि पोस्ट करनेवाले उपयोगकर्ता जिस नेटवर्क के हैं, उनकी अपेक्षा के अनुसार रहना. एकांतता सापेक्ष होता है, पूर्ण एकांतता एक व्यक्ति और उनके अपने विचार केलिए ही मौजूद होता है. मगर, रिश्तेदार और दोस्तों के अधिक आत्मीय मंडली केलिए आशयित संचार और व्यापक मंडली केलिए आशयित के बीच मापनीय सामाजिकता[65] के प्रदेश पर मोल-तोल करने से मुख्य भेद होते हैं. अधिक आत्मीय समूह केलिए बहुत काम स्वयं-नियंत्रण की आवश्यकता ही है, जहाँ सदस्यों के बीच विश्वास मज़बूत होता है. व्यापक मंडली केलिए लोगों ने महसूस किया[66] कि यदि वे असहमति व्यक्त करने केलिए नकली प्रोफाइल जैसे विकल्प रणनीति का उपयोग न करें, तो उनको अनुसार ही होना चाहिए.

उदाहरण केलिए, अगर कोई अपने प्रोफाइल पर अपने सेल्फी या दूसरी तस्वीर पोस्ट करते, टिपण्णी के खंड में उन तस्वीरों के खुले रूप से आत्मकामी होने का प्रत्यक्ष समालोचना पाना कम ही होता है. इन मामलों पर असहमति ऐसे पोस्ट को पसंद नहीं करने से - मौन से व्यक्त किया जाता है. एक आत्मीय दोस्त अपनी राय को संचार के एक विकल्प चैनल के द्वारा व्यक्त कर सकते/ती हैं, लेकिन फिर ऐसी टिप्पणियों करने के पहले उनके ऑफलाइन रिश्ता मायने रखता है.

यह सिनेमा या राजनीति से संबंधित 'सार्वजनिक' पोस्टिंग पर भी अकसर देखा जाता है. एक बार फिर यह उपयोगकर्ताओं के अपने सामाजिक मीडिया प्रोफाइल पर बनाये रखे जाते नेटवर्क के अनुकूल ही काम करते हैं. अगर कोई अपने पसंदीदा फिल्म स्टार की तस्वीर को अपने नेटवर्क पर पोस्ट करते हैं, अगर सदस्य एक प्रतियोगी अभिनेता के पक्ष में होते हैं, तो भी प्रत्यक्ष रूप से इसका प्रतिरोध नहीं करेंगे. इसका मतलब यह नहीं है कि एक समूह के सदस्य कभी विरोधी राय का व्यक्त नहीं करते; यह इतना ही था कि राय, जब व्यक्त की जाती हैं, हमेशा एक सुरक्षित द्वार से ही की जाती हैं.

इसी प्रकार, अगर कोई, अश्वलील क्लिप जैसे, विवादात्मक दृश्य सामाग्री का पोस्ट करते, उनके संपर्क, स्पष्ट रूप से अपने असहमति को व्यक्त करने के बदले, उनसे अमित्र बनाकर उनके रिश्ते को थोड़ देंगे. मगर ऐसे भी मामले थे जहाँ अश्वलील क्लिप फेसबुक के बदले व्हाट्सप्प पर दोस्तों की आत्मीय मंडली के बीच विनिमय किया गया. एक बार फिर, लोग जिस नेटवर्क के होते हैं उसके अनुसार काम करने के ये उदाहरण हैं.

मगर, ये अभिव्यक्ति वे नहीं हैं जो सिर्फ ऑनलाइन में प्रत्यक्ष होते हैं. वे उन परिपाटी के पूर्व स्वरूप के साथ मज़बूत सहसंबंध के साथ हैं जो, जैसे इस अध्याय में पहले देखा गया, सामाजिक नेटवर्क के अंदर टकराव से दूर रहने केलिए ऐसे अनुसारिता को प्रोत्साहित करते हैं.

इसलिए, आम या निजी प्रदेश, या नेटवर्क के आकार के परवाह किए बिना, नेटवर्क की प्रमुख अपेक्षाएँ पंचग्रामी में दृश्य संचार पर प्रभाव डालती हैं. यहाँ लोग अकसर इन अपेक्षाओं के साथ अनुसार रहने की तरह दिखाई देते हैं. 'बीचवाले' दृश्य भी, यानी मिमी के रूप लेने लगती दैनिक बधाई, विशाल नेटवर्क के प्रामाणिक अपेक्षा के अनुसार होने लगते हैं. ऑनलाइन सामाजिकता को बनाये रखने के प्रयास में, वे इस प्रकार ऐसे सामाजिकता को साबित करना चाहते हैं जो पंचग्रामी में दैनिक ऑफलाइन संस्कृति का भाग होता है और अप्रत्यक्ष रूप से एक नैतिक पुलिस का काम भी करता है.

इस अध्याय ने यह प्रदर्शित किया है कि एक और ऑफलाइन जगह और ऑनलाइन जगह दोनों में दृश्य अभिव्यक्ति की परिपाटी के बीच काफी निरंतरता है. मगर, ऑनलाइन दृश्य पोस्टिंग केलिए अतिरिक्त मामले होते हैं जो उन दर्शकों का, जिनकेलिए यह सामग्री नियत हैं, और ज़रूरी एकांतता का हद है. यह पिछले अध्याय में बहस किए गए कुछ मामलों को सुदृढ़ करता है. अध्याय ४ परिवार और करीबी दोस्तों के अपेक्षाकृत एकांत क्षेत्र से संबंधित है, जबकि पिछलेवाले अध्याय व्यापक और अधिक सार्वजनिक क्षेत्रों, विशिष्ट रूप से काम और शिक्षा, पर विचार करते हैं.

4
रिश्ते: सामाजिक मीडिया पर नातेदारी

२०१३ दिसंबर के एक निःशब्द दोपहर को ३३ साल का एक हार्डवेयर सामान का व्यापारी गोविन्दं ने पंचग्रामी के अपने पहले ही भरा हुआ २०० वर्ग फुट के कार्यालय की जगह में चाय के साथ उनके फेसबुक प्रोफाइल पर विवाद करने केलिए मुझे आमंत्रित किया. बहुत शीग्र ही यह विवाद उनके फेसबुक 'दोस्तों' (जो साक्षात्कार के समय में लगभग १३० लोग थे) की तरफ मुद गया. उन्होंने जल्दी ही अपने फेसबुक 'दोस्तों' को 'मामा' (चाचा), 'अण्णन' (बड़े भाई), 'मच्चान' (साला), 'बहन', 'ब्रो' (भाई का छोटा संस्करण; गोविन्दं ने विशिष्ट रूप से इसको छोटे आदमियों केलिए उपयोग किया),पंगाली (सह-भाई) या सविनय 'सर' या 'मैडम' के साथ, यद्यपि पिछलेवालों का उपयोग अकसर नहीं होता था, आदि नातेदारी नामों से पहचान करने लगे. पहले नज़र में ऐसा लगा कि गोविन्दं का अधिकाँश परिवार (जिसमे विस्तृत परिवार भी शामिल है) ऑनलाइन में थे. मगर, यह बहुत शीग्र ही स्पष्ट हुआ कि नातेदारी शब्दों से उनसे पहचाने जाते समूह गोविन्दं के असली विस्तृत परिवार के सदस्य और उनके कई दोस्तों का मिश्रण है, जिनको उन्होंने कल्पित नातेदारी शब्दों से सूचित किया.[1]

यद्यपि उन्होंने कम से कम अपने १७ दोस्तों को 'मच्चान' के शब्द से सूचित किया, गोविन्दं के एक ही असली 'मच्चान' हैं, जो फेसबुक पर भी नहीं हैं. उन्होंने लगभग अपने ९ दोस्तों को 'पंगाली' शब्द से सूचित किया, तो भी असली जीवन में उनका एक भी नहीं है. इसी प्रकार उनकी 'बहनों'[2] को विभाजन करना (चचेरी बहन[3] और सहेलियों के विपक्ष में असली बहन) खुद ही और एक अभ्यास था. मगर, यह जल्दी ही स्पष्ट हुआ कि उन्होंने ऐसे ही लोगों को 'सर' या 'मैडम' के साथ पहचान किया जिनके साथ उनको व्यावसायिक रिश्ता था जो उनसे उच्च सामाजिक-आर्थिक वर्ग के थे; दूसरे सभी लोगों को ऐसे संबोधित किया गया कि वे उनसे किसी रूप से असल में संबंधित हैं.[4]

गोविन्दं का व्यवहार उस क्षेत्र के कई लोगों के ठेठ है जो रिश्तों को संबोधित करने केलिए नातेदारी शब्द के उपयोग करते हैं.[5] गोविन्दं जैसे लोगों को अपने रिश्तों के संबोधित करने की प्रणाली स्पष्ट रूप से मालूम होने पर भी, एक बाहरी व्यक्ति केलिए वह पहले डरावनी और भ्रमकारी हो सकता है.[6]

पंचग्रामी के सामाजिक निर्माण को समझने केलिए हमें विभिन्न पटल के भीतर और बीच में मौजूद रिश्तों के प्रकृति और रूप को समझना चाहिए. कई प्रकार के रिश्ते पंचग्रामी पर शासन करते हैं, चाहे, वे एक परिवार के अंदर हो, विस्तृत परिवार के

बीच हो या जाती समूह के अंदर भी हो. इसी प्रकार इस क्षेत्र में सामाजिक मीडिया के उपयोग और परिणाम को समझने केलिए यह जाँच किरण-केंद्र होता है कि ये रिश्ते जैसे सामाजिक मीडिया पर पलायन होते हैं.

पंचग्रामी का मूल सामाजिक समुह एक परिवार या एक जाती,[7] एक संगठन या एक संस्था, एक पडोसी या एक आवासीय परिसर हो सकता है. इन सामाजिक समूहों में हर एक अपना ही रूप के रिश्ता लाता है (नातेदारी, नियोक्ता-कर्मचारी, सहकर्मी-सहकर्मी, दोस्ती, ख़याली रिश्ते, आदि), कुछ अनुक्रम और शक्ति से शासित हैं और दूसरे अधिक समतावाद के हैं. अगर हमें ऐसे लपेटे रिश्ते के जटिल स्वरूप को समझना है, ऊपर दिए गए उदाहरण का पीछा करना बेहतरीन है. यह दिखाता है कि अधिकाँश रिश्तों केलिए प्रमुख मुहावरा सबसे मूल स्तर से, यानी नातेदारी, शुरू होता है.

इसलिए यह अध्याय विशेष रूप से उन रिश्तों से बर्ताव करता है जो व्यापक रूप से नातेदारी के रूप में विभाजन किये जा सकते हैं. अध्याय ५ कार्यालय क्षेत्र के अंदर के रिश्ते और शिक्षा संस्थाओं में रिश्ते, विशिष्ट रूप से स्कूलों में, आदि अध्याय ६ में अनावृत होते हैं. मगर, जैसे हमने गोविन्दं के उदाहरण में देखा, दोस्ती को भी इस अध्याय में शामिल करना चाहिए क्योंकि पंचग्रामी में वह कल्पित नातेदारी के रूप में संयुक्त है. नातेदारी मंडली में सामाजिक मीडिया का उपयोग इस प्रकार अध्याय का अति महत्वपूर्ण धुन है.

पंचग्रामी में नातेदारी का एक परिचय

जैसे अध्याय १ में देखा गया, पंचग्रामी में परिवार की प्रणाली प्रकृति में ठेठ पुरुष-प्रधान[8] है; वह मूल या विस्तृत के रूप में विभाजन किया जा सकता है. पंचग्रामी का एक ठेठ मूल परिवार के चार या पांच सदस्य हैं, जो आम तौर पर, पति, पत्नी और दो या तीन बच्चे होते हैं. मगर यह मूल ईकाई कई कारकों[9] के आधार पर अलग होंगे, उदाहरण केलिए, बच्चों की वैवाहिक स्थिति या पति के करीबी रिश्तेदार (विधवा बहन या माँ जैसे) के परिवार के साथ रहना, आदि. अकसर मूल परिवार का व्यवस्था सिर्फ एक विस्तृत परिवार का अड्डा है, जिनमे दादा-दादी, चाचा और चाची एक ही घर में एक साथ रहते हैं.[10]

इस प्रकार की व्यवस्था पंचग्रामी के लंबी-अवधि के ग्रामीण निवासियों, जो अपने दक्षिण एशियाई नातेदारी की पारंपरिक प्रणाली को बनाये रखते हैं, के बीच में अधिक स्पष्ट होता है.[11] गणेश, जो २३ साल के पंचग्रामी के निवासी हैं, के उदाहरण को लें; वे एक कॉलेज छात्र हैं, वे एक स्वाधीन घर (अपार्टमेंट नहीं) में अपने माँ-बाप, उनकी विधवा पैतृक ताई, उनकी दो अविवाहित बहनें,और तीन भाई (सभी बड़े और विवाहित हैं) के साथ रहते हैं. यह परिवार, जो उच्च माध्यम-वर्ग के रूप में वर्गीकरण किया जा सकता है, के इस प्रकार १५ सदस्य हैं, जो एक ही घर में रहते हैं और एक ही रसोई-घर में खाना पकाते हैं.

और एक उदाहरण होगी संगीता, जो ३२ साल की गृहिणी हैं और जिनके एक बेटा और एक बेटी हैं. वे पंचग्रामी में अपने पति गंगाधरन और ससुरवाले के साथ रहती हैं. उनका परिवार एक मामूली, एक शयन-कक्ष के घर में रहता हैं और इसको निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग में वर्गीकृत कर सकते है.

यह इसे साबित करने केलिए नहीं है कि 'सामान्य' मूल परिवार, जिनके दो माँ-बाप और बच्चे होते हैं, पंचग्रामी में मौजूद नहीं है. मात्यु, जो एक ३० साल के विवाहित नलकार हैं, एक किराए के घर में अपनी पत्नी और एक साल की बेटी के साथ रहते हैं, जो उसके भाई के घर के पास है. मात्यु, जब उनका विवाह हुआ, वर्तमान स्थान पर चले आए. यद्यपि दोनों भाईयों और उनके परिवार एक दूसरे से दैनिक रूप से मिलते हैं, खाना अपने-अपने परिवारों से अलग-अलग बनाया जाता है.

जबकि लंबी- अवधि के निवासी (मध्य या निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के होनेवाले) संयुक्त[12] परिवार प्रणाली में या पास में रहते हैं, ठेठ मूल परिवार, जिनके कोई भी करीबी रिश्तेदार नहीं होते, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के निवासियों के मामले में प्रकट होता है.

मध्य वर्ग पर ध्यान देंगे तो, आईटी क्षेत्र के सामान्य पेशेवर अन्य उद्योगों पर काम करते उनके समकक्षों से अधिक वेतन पाते हैं, ये बहु-मंजिल आवासीय इमारतों के निवासी पंचग्रामी के नए मध्य वर्ग होते हैं.[13] यद्यपि कोई कई अपार्टमेंट प्रसारण के निवासियों के पारिवारिक बनावट को प्रारूपिकतया मूल के रूप में वर्गीकृत कर सकता है, यह भी स्पष्ट है कि इन निवासियों का पारिवारिक बनावट[14] धीरे-धीरे ऐसा स्वरुप लेता है जो पूर्ण रूप से मूल या संयुक्त नहीं होता. इन अपार्टमेंट परिसरों में रहनेवाले अधिकाँश मध्य-वर्ग के परिवार, जब अलग ईकाई के रूप में देखे जाते हैं, मूल परिवार ही लगते हैं. मगर सहोदर और माँ-बाप के एक ही परिसर के अपार्टमेंटों पर निवेश करने की प्रवृत्ति अब स्थापित हो रहा है. उदाहरण केलिए, अगर विवाहित बेटा या बेटी ने एक आवासीय परिसर में एक अपार्टमेंट[15] में निवेश किये हैं, माँ-बाप या सहोदर उसी परिसर में पास के ब्लॉक के अपार्टमेंट पर निवेश कर सकते हैं. अगर वे बगल के अपार्टमेंट में हैं तो, एक कुटुंब के जैसे ही खाना बनाने लगते हैं या ज़रुरत हो तो आपस में भोजन का विनिमय करते हैं. वृद्ध रिश्तेदारों के अपने बेटे के साथ रहने की प्रवृत्ति, इन परिवारों में पुरुष-प्रधान संरचना होने कारण, असाधारण नहीं है. संयुक्त पारिवारिक संरचना के एक रोचक आयाम पौत्रों के साथ प्रकट होता है, जिनको ऐसे कुटुंबों में सबसे उच्च उत्कृष्टता होता हैं. जब माँ-बाप, जो प्रारूपिकतया आईटी पेशेवर या उद्यमी होते हैं, दादा-दादी पोता-पोतियों के देखभाल करते हैं. पारंपरिक ग्रामीण जीवन में यह आयोजन पूर्ण रूप से अपूर्व नहीं है. वहाँ विस्तृत परिवार के सदस्य अलग-अलग घरों में रहते दिखाई देंगे, लेकिन वास्तव में, एक विशिष्ट घर के चूल्हे के पास नियमित रूप से खाना बनाने केलिए एक साथ आते हैं.

शांति, जो एक २८ साल के विवाहित आईटी कर्मचारी हैं और जिनके पति, जो भी आईटी क्षेत्र में काम करते हैं, का उदाहरण को देख लें. वे पंचग्रामी के एक बहु-मंजिल अपार्टमेंट परिसर के बारहवें मंजिल में अपने पाँच साल के बेटे के साथ रहते हैं. शांति इकलौती बेटी है, और उनके माँ-बाप भी उसी अपार्टमेंट परिसर में रहने केलिए आए हैं; वे उसी इमारत के आठवें मंजिल में एक दो शयन-कक्ष के अपार्टमेंट में रहते हैं. यह उनको, शांति के परिवार के एकांत पर घुसने के बिना, अपनी बेटी के पास रहने और अपने पोते का देखभाल करने देता है.

भुवना, जो एक ३६ साल की आईटी कर्मचारी है, का मामला भी ऐसा ही है; इस दृष्टांत में, उनके सास-ससुर ही उनके बगल के मकान में रहते हैं. उनके सास-ससुर ही खाना बनाते हैं और भोजन भुवना के घर पर भेजा जाता है या पूरा परिवार कोई एक घर में एक साथ खाना खाता है. पंचग्रामी के अनेक अन्य मामलों इसी स्वरूप को प्रकट

करते हैं; नियमित रूप से खाना बनाना एक घर में किया जाता है (सामान्य रूप से बुजुर्गों के घर में), और युवा पीढ़ियों के परिवार उनके साथ खाते हैं या खपन केलिए भोजन को पैक करके अपने घर पर भेजे जाकर प्राप्त करते हैं.[16] अगर रसोई घर का चूल्हा ही परिवार को परिभाषित करता है, तो ऊपर वर्णन किये जाते विशिष्ट रूप से रोचक होते हैं. शुरू में वे दो अलग घर में रहनेवाले दो मूल परिवार के रूप में दिखाई देंगे, लेकिन वास्तव में, वे एक संयुक्त परिवार जो एक दूसरे से अलग-अलग रहते हैं.

मगर, फिर यह इसे कहने केलिए नहीं है कि कोई दूसरे रिश्तेदार साथ में या पास में रहनेवाले मूल परिवार पंचग्रामी पर मौजूद नहीं हैं. इसके विपरीत, इस क्षेत्र में आईटी प्रवासियों और अन्य निवेशकर्ताओं के अंतर्वाह के कारण वे बड़ी संख्या में मौजूद हैं. रवीन्द्रन, जो एक ४१ उम्र के आईटी उद्यमी हैं, पूर्ण रूप से मूल परिवारों के बढ़ते हुए मॉडल को प्रस्तुत करते हैं.[17] वे पंचग्रामी के एक विशाल अपार्टमेंट परिसर के तीन शयन-कक्ष अपार्टमेंट में अपनी पत्नी और तीन स्कूल जानेवाली बेटियों के साथ रहते हैं. उनके भाई कोलकत्ता (उत्तरपूर्वी भारत का एक शहर, जो पहले कलकत्ता कहा जाता था) में हैं, जबकि उनकी बहन, भारतीय सेना में अपने पति के व्यवसाय के कारण पंजाब (उत्तरपश्चमी भारत) में हैं.

मदन और उनकी पत्नी पूर्वी, जो चालीसवे साल के मध्यवय के जोड़ हैं, ऐसी ही हालत में हैं. दोनों उनके पारिवारिक कारोबार पर काम करते हैं, जबकि पूर्वी की बहन यूएसए में रहती है, मदन की बहन ऑस्ट्रेलिया में रहती है. ये जोड़ पंचग्रामी के एक तीन शयन-कक्ष के अपार्टमेंट में अपने गोल्डन रिट्रीवर के साथ रहते हैं.

जैसे ऊपर देखा गया, पंचग्रामी में देखा जाता एक महत्वपूर्ण लक्षण एक अपार्टमेंट परिसर या गाँव के स्वाधीन घरों पर विस्तृत परिवार के एक दूसरे के निकट में रहना है. मगर जब विस्तृत परिवार एक विशिष्ट क्षेत्र में स्वाधीन घरों पर शादी या जनम द्वारा प्राप्त अधिक परिवार के सदस्यों के साथ रहते हैं, यह क्षेत्र कुछ परस्पर सम्बद्ध रिश्तों से शासन किया जाएगा.[18] पंचग्रामी को गठित करनेवाले एक गाँव में, उदाहरण केलिए, लंबी-अवधि के असली निवासि सभी एक दूसरे के रिश्तेदार हैं. वे एक ही जाति समूह के हैं और अपने मूल को उन १२ प्राथमिक निवासियों से पता लगाते हैं. ये १२ निवासियों में हर एक 'तलाकट्ट' या परिवार पुरुष-प्रधान नेता कहे जाते थे, जो परिचय में भी माना गया. मौखिक इतिहास इस समूह को अंतर्विवाही समूह के रूप में लिपिबद्ध करने पर भी, दूसरे गाँवों से वैवाहिक समझौता होता था (जाति अंतर्विवाह अब भी बनाए रखने पर भी). इसलिए अब, १२० सालों के बाद, पूरे गाँव के आदिवासी एक दूसरे को नातेदारी शब्दों से ही संबोधित करेंगे,[19] यद्यपि उनमे सब को ठीक से मालूम नहीं हैं कि उनके एक दूसरे के बीच का रिश्ता क्या है. कल्पित नातेदारी शब्द के असली रिश्तेदारी शब्दों के बदले में उपयोग करना इस क्षेत्र में फलप्रद होता है.

इस समय हम देख सकते हैं कि परिवार की बनावट को समझना बदले में कुछ अन्य मुख्य संगठनात्मक सिद्धांतों को समझने में मदद करता है. जाति और उपजाति परिवार से बहुत करीबी संबंध में हैं, और वास्तव में एक विस्तृत परिवार के जैसे आंशिक रूप से इसलिए दिखाई दे सकता है कि क्योंकि अधिकाँश शादी अंतर्विवाहित ही होती हैं. इस क्षेत्र में ऐसे अंतर्विवाह की प्रणाली शादियों को किसी की उपजाति के अंदर ही होने का सुनिश्चित करता है, जिसमे नातेदारी द्वारा पहले ही नेटवर्क किये गए परिवार मौजूद हैं. यह किसी के पहचान ऐसी प्रणाली से जनम से ही संबंधित होने से अधिक

प्रमुख बनाया जाता है. इसलिए कोई व्यक्ति, अपने वंश के संबंध में ही नहीं लेकिन दो या तीन बार हटाए गए अधिक दूर के रिश्तेदारों का भी,पता लगाने योग्य रिश्तों के नेटवर्क के खाका बना सकते हैं. ऐसे कई अंतर्विवाहित उपजाति समूह इस क्षेत्र में जाति समूह करने लगते हैं.[20]

पंचग्रामी में संचार और सामाजिक मीडिया के स्वरूप को समझने केलिए किसीको वर्ग, जाति, लिंग और उम्र के यह संकर-पराग-सिञ्चन का पालन करना चाहिए.[21] परिवार को अति महत्वपूर्ण वर्ग के रूप में उपयोग करके, हम इस प्रकार अंतर-पीढ़ी संचार (माँ बाप - बच्चे और दादा दादी - पोता पोती), जोड़ों के बीच का संचार, सहोदर के बीच का संचार, विस्तृत परिवार के, दोस्ती और कल्पित नातेदारी के बीच के रिश्ता आदि पर ध्यान रखेंगे.

इस अध्याय का एक मुख्य भाग इसको समझना है कि जैसे ये विभिन्न रिश्तें अलग-अलग सामाजिक मीडिया मंचों पर पता लगाए जाते हैं और हर के अंदर होनेवाली संभावनाओं का अन्वेषण किया जाता हैं. एक संगठित परिवार या एक विशिष्ट सामाजिक नेटवर्क के अंदर का संचार आम तौर पर एकांतता प्रदान करनेवाले चैनल पर ही होता है; इन सन्दर्भों में फेसबुक पसंदीदा मंच थोड़े ही है. मगर, व्हाट्सप्प अधिकतर ऐसे परिवार आधारित व्यक्तिगत संचार को अपनानेवाले प्लेटफार्म के रूप में माना जाता है. परिवारों केलिए, फेसबुक लगभग प्रदर्शनात्मक मंच के रूप में देखा जाता है; परिवार के कई सदस्यों से इस पर विशिष्ट स्तर का प्रदर्शन होता है, लेकिन यह हमेशा बाहरी दुनिया पर निर्देशित है. यह माँ बाप - बच्चे और दादा दादी - पोता पोती के रिश्ते में होता है, और विशिष्ट रूप से उच्च मध्यम वर्ग के परिवारों में होता है. यह, फेसबुक पर इन परिवार के सदस्यों की अनुपस्थिति के कारण, निम्न-वर्ग या कम-आमदनी की परिस्थितियों में कम सच है.

अंतर-पीढ़ी संचार

पंचग्रामी में संतानीय रिश्तों को समझने में सामाजिक मीडिया की भूमिका और संचार के स्वरूप को बदलने में उसका प्रभाव हमें खुद रिश्तों पर एक बेहतर समझ प्रदान करते हैं. पंचग्रामी में एक परिवार के अंदर के एक चित्तग्राही लक्षण मोबाइल फोन से निभाया जाता महत्वपूर्ण भूमिका है. अध्याय २ में हम ने पंचग्रामी पर मोबाइल फोन के महत्त्व के बारे में देखा. यह अध्याय, अंतर-पीढ़ी संचार के ढांचे में सामाजिक मीडिया की भूमिका की जाँच करने के पहले, एक परिवार के सन्दर्भ के अंदर मोबाइल फोन पर एक संक्षेप समीक्षा का प्रदान करता है.

अंतर-परिवार संचार केलिए मोबाइल[22] फोन एक प्रमुख नेटवर्किंग उपकरण है. वह पारंपरिक लैंडलाइन से उत्कृष्ट हुआ है, और कुछ मामलों में उसका स्थान भी लिया है. मोबाइल फोन के आवाज़ और शाब्दिक संचार प्रदान करने पर भी, पंचग्रामी के परिवारों के बुजुर्ग सदस्य लोग फोन के मूल रूप से आवाज़ के माध्यम होने की अनुभूति को बनाए रखें हैं. और, कई अन्य संचारिक मीडियों के बीच भी, जिसमे इंटरनेट और सामाजिक नेटवर्किंग साइट की प्रचुरता शामिल है, परिवार के अंदर का संचार बहुधा आवाज़ से ही होता था. माँ-बाप, विशिष्ट रूप से माताओं, शाब्दिक सन्देश पाने के बदले अपने औलादों

की आवाज़ सुनना ही लगभग हमेशा चाहती थी. परिवार के सदस्य आपस में अधिकतर शब्द के बदले आवाज़ से ही संचार करते थे. आम तौर पर, अपने साथ संचार करते समय अपने बच्चों से अपनाने के संचार साधन पर पैतृक ज़िद का प्रकार इसको प्रदर्शन करता है कि जैसे उम्र इसे निर्धारित करने पर अनुक्रम के सिद्धांत का काम करता है जिस मीडिया को उपयोग करना है. शिक्षा के स्तर और साक्षरता कौशल ने निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्गों के मामलों में दूसरों के ऊपर एक मीडिया के चयन पर प्रभाव डाला है. फिर भी, पारिवारिक संचार को पूर्ण रूप से आवाज़ के प्रदेश पर रखने का स्वरूप, वह परिवार जिस सामाजिक-आर्थिक वर्ग का है, इसका निरपेक्ष होता है.

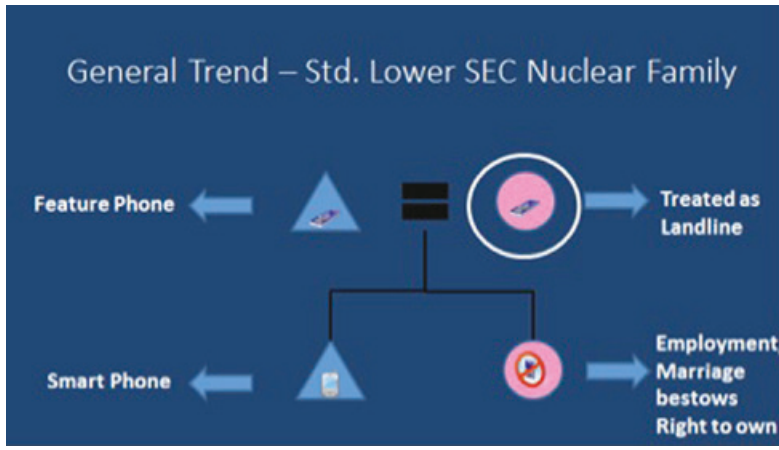
पंचग्रामी का निम्न सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य के एक ठेठ मूल परिवार के कम से कम तीन मोबाइल फोन होते हैं - माँ-बाप हर एक केलिए एक और बेटे केलिए एक. सामान्य रूप से बेटियों को मोबाइल फोन पर अभिगम करने की अनुमति नहीं दी जाती.

माँ का मोबाइल फोन बहुधा एक लैंडलाइन के रूप में उपयोग किया जाता है, जो संगृहीत रूप से पूरे परिवार का है; वह एक साझा किया वस्तु बन जाता है. सामान्य रूप से माँ गृहिणी होती हैं[23] (यद्यपि वे साल में कुछ महीनों केलिए खेतीबारी में अपने पति की मदद कर सकती हैं). आम तौर पर, एक बेटी को, जब तक वह कॉलेज में नहीं जाति या नौकरी करना शुरू नहीं करती, या कुछ मामलों में उसके विवाह होने तक, एक मोबाइल फोन दिया नहीं जाता.[24] पंचग्रामी में ऐसे कई दृष्टांत थे जिनमे शादी या नौकरी एक बेटी को मोबाइल फोन पाने की उचित स्थिति प्रदान करता था. इन परिवार के युवक लोगों को ऐसा कोई प्रतिबंध नहीं था. एक ठेठ परिवार में, आम तौर पर संचार, माता, पिता और बेटे के बीच में मोबाइल फोन द्वारा होता है; सामान्य रूप से बेटी शेष परिवार के साथ संचार करने केलिए माँ के मोबाइल फोन का उपयोग करती है, अध्याय २ में बहस किये गए रवी के परिवार की तरह. इस प्रकार परिवार के स्त्री सदस्यों के बीच मोबाइल फोन एक साझा गया उपकरण बन जाता है. जबकि एक बेटी अपने प्रारम्भिक बीस में भी, मोबाइल फोन के उपयोग करने पर प्रतिबन्ध अनुभव कर सकती है, एक बेटे को लगभग पंद्रह साल में ही उसका अपने मोबाइल फोन मिल जाता है. संचार के उपकरणों को पाने में लिंग के द्वारा ऐसी उम्र असमानता पंचग्रामी के निम्न मध्य वर्ग और निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के सामाजिक मीडिया के उपयोग पर प्रभाव डालता है.

निम्नलिखित नातेदारी का रेखा-चित्र पंचग्रामी के निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के ठेठ मूल परिवारों में मोबाइल फोन के उपयोग की सामान्य प्रवृत्ति को सूचित करता है (आंकड़ा ४.१). इस उदाहरण में नीले त्रिकोण पुरुषों को सूचित करता है और गुलाबी हलकों स्त्रियों को. एक 'सामान' चिन्ह शादी का वर्णन करता है और ऊर्ध्वाधर/क्षैतिज रेखाएं संतान को दिखाते हैं.

फिर एक बार अध्याय २ में, रवी की माँ के मामले ने सिर्फ आवाज़ के मीडिया के रूप में मोबाइल फोन और लैंडलाइन के बीच के निरंतरता के स्वरूप का संकेत किया. लिंग पर आधारित ऐसे पक्षपात (जहां अविवाहित युवतियों मोबाइल फोन का उपयोग नहीं कर पाती) कभी कभी गाँव में रहनेवाले मध्यम वर्ग के परिवारों पर भी देखा जाता है (निम्न मध्य वर्ग के परिवारों में और भी अधिक). यहां जाति आधारित परिपाटी ऐसे निर्णय करने में परिवारों को बाध्य करती है.

जबकि निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग और निम्न मध्य-वर्ग के परिवारों में मोबाइल फोन के उपयोग पर लैंगिक पक्षपात मौजूद है, मगर, लिंग पर आधारित ऐसे पक्षपात



आंकड़ा 4.1 एक ठेठ निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के परिवार में फोन का स्वत्व

उच्च मध्यम-वर्ग के परिवारों, जो विशाल अपार्टमेंट परिसर के निवासी होते हैं, में देखा नहीं जाता.

पंचग्रामी में संतानीय रिश्ते भावुक बंधन पर एक ज़ोर के साथ आते हैं. अपने बच्चों की भलाई की सुनिश्चित करने की लगातार आवश्यकता प्राथमिक होती है और एहतियात दूसरे सभी कारकों से अग्रता पाटा है - विशेष रूप से बेटियों के मामलों में, जैसे अध्याय २ में व्याख्या की गयी शोभना के माँ-बाप के मामले में देखा गया. यद्यपि शोभना गाँव के एक मध्य-वर्ग परिवार से आती है, यही मामला उच्च वर्ग परिवार के स्कूल की उम्र के बच्चों के साथ भी लागू होता है.

उदाहरण केलिए, सुकीर्ति, जो १४ साल की है, पंचग्रामी के एक प्रचुर अंतर्देशीय स्कूल में नौवीं कक्षा की छात्रा है. उनके स्कूल के बाद का कार्यक्रम में तैरना, संगीत, कराटे और टेनिस और अतिरिक्त अकादमिक शिक्षण मौजूद है. उनके माँ-बाप दोनों के काम करने से, उसे एक हौंडा सिटी सेडान कार पर इन कार्यों पर ड्राइवर ले चलते हैं और शाम के शुरूआती भाग में एक दायी सहित होती हैं. उसकी स्थिति को उसके माँ-बाप को अवगत करने के उद्देश्य से, उसके अपने अता-पता पर उनको सूचित रखने के वादा करने के बाद उसको एक सैमसंग स्मार्टफोन एक भेंट के रूप में दिया गया. पिछले साल में दायी को उनकी बेटी के कार्यक्रम पर सूचित करने केलिए एक नोकिया फीचर फोन मिला. सुकीर्ति, जो इससे शर्मिंदा हो गई, ने ऐसा कहा कि वह खुद ही अपने काम कर सकेगी. उसके संचार पर सुराग लगाने केलिए, उसके माँ-बाप ने सुकीर्ति को एक स्मार्टफोन दिया, लेकिन एक शर्त था कि उसमे इंटरनेट (३जी या ४जी) नहीं होगा. स्मार्टफोन मुख्य रूप से उसके माँ-बाप से बात करने केलिए ही था; अगर वे उत्तर नहीं दे पाए, तो उसको यह सूचित करने केलिए शाब्दिक सन्देश भेजना था कि स्कूल के बाद वह कहाँ हैं.

उनकी भलाई की सुनिश्चित करने केलिए बच्चों की आवाज़ को सुनने पर ध्यान देनेवाला वह भावुक बंधन लिंग पर विशिष्ट नहीं होता; यह छोटे लड़कों के माँ-बाप को भी होता है. राहुल का मामला एक ठेठ उदाहरण देता है. वह कार्य क्षेत्र में स्थित एक

बहु-मंजिल के अपार्टमेंट परिसर पर रहता है. राहुल के माँ-बाप दोनों एक आईटी कंपनी में काम करते हैं और सामान्य रूप से लगभग शाम ७ बजे ही, या कभी उसके बाद भी, घर लौटते हैं. इसलिए राहुल अपने नाना-नानी के साथ, लगभग शाम ४ बजे उसके स्कूल के वापस आने से उनके माँ-बाप के वापस आते वक्त तक, रहता है (जिन्होंने उसी अपार्टमेंट परिसर में अपनेलिए एक घर ख़रीदा हैं). ज़ोर दिया गया अनुष्ठान राहुल को अपने माँ-बाप में किसी एक को सूचित करना है कि वह अपने नाना-नानी के घर पहुँच गया है. उसके माँ-बाप फिर लगभग ७ बजे उनके घर वापस आने के बारे में उसे बताने केलिए उसको उसके मोबाइल फोन (एक सैमसंग स्मार्टफोन) पर बुलाते हैं. वे अपने वापसी के बारे में बताने केलिए उसके नाना-नानी को भी बुलाते हैं.

ऊपर के सभी उदाहरण माँ-बाप - बच्चों के संचार के बारे में व्याख्या करते हैं जिसमे एक किशोरी या अविवाहित बच्चा शामिल है. इस समय श्री राघवन का परिचय देना उचित लगता है, जिसके बारे में हमने अध्याय २ में बहस किया. उनके बेटे के साथ संचार करने के विषय में वे एक सतत आयोजक हैं. उनके मामले में वैवाहिक स्थिति या दूर का कोई फरक नहीं पड़ता - अलग अलग शहरों में रहनेवाले उनके विवाहित बेटे भी उनके साथ पारंपरिक आवाज़ संचार को बनाए रखते हैं.

राहुल, जो १५ साल का है, भी एक नौवीं कक्षे का छात्र है; और वह पंचग्रामी के पास के एक प्रचुर अंतर्देशीय स्कूल पर जाता है. वह इस कार्य-क्षेत्र पर स्थित एक बहु-मंजिल अपार्टमेंट में रहता है. राहुल के माँ-बाप दोनों एक आईटी कंपनी केलिए काम करते हैं और आम तौर पर लगभग शामको ७ बजे ही, या कभी उसके बाद भी, घर वापस आते हैं. इसलिए राहुल शामको लगभग ४ बजे से उसके माँ-बाप के वापस आने तक अपने नाना-नानी (जो उसी अपार्टमेंट परिसर में अपनेलिए एक घर ख़रीदे हैं) के साथ ठहरता है. यहाँ इसी अनुष्ठान पर ज़ोर दिया जाता है कि राहुल को अपने माँ-बाप में किसी को पुकारकर अपने नाना-नानी के घर पहुँचने के बारे में सूचना देना है. तब, उसके माँ-बाप लगभग शाम ७ बजे उसे अपने घर पहुँचने की सूचना देने केलिए एक मोबाइल फोन (सैमसंग स्मार्टफोन) पर पुकारते हैं. वे उसके नाना-नानी को भी अपने आगमन की सूचना देने केलिए पुकारते हैं.

ऊपर के सभी उदाहरण ऐसे माँ बाप - बच्चे के संचार को सूचित करते है जिसमे एक किशोरी या अविवाहित बच्चा शामिल है. इस समय, श्री राघवन का पुनःपरिचय करना उचित लगता है, जिनके बारे में अध्याय २ में भी बहस किया गया. वे अपने बेटों के साथ संचार करने में एक सतत आयोजक हैं. उनके मामले में वैवाहिक स्थिति या दूरी से कुछ फरक नहीं पड़ता - अलग-अलग शहरों में रहनेवाले विवाहित बेटे भी उनके साथ विशिष्ट आवाज़ी संचार को बनाए रखते हैं.

राघवन, जो ६५ साल के हैं, एक उच्च मध्य वर्ग के ब्राह्मण है.[25] सेवावृत्त होने के पहले, वे एक प्रमुख दवा के कंपनी में प्रशिक्षण और विकास के नेता थे. उनकी सेवावृत्ति के तुरंत बाद में उन्होंने पंचग्रामी में एक अच्छे दो शयन-कक्ष के अपार्टमेंट में निवेश किया, और यहाँ अपनी पत्नी के साथ रहते हैं, जिन्होंने एक शिशुशिक्षक के प्रशिक्षण पूरा किया है और वे तंजोर चित्र कहे जानेवाले एक पारंपरिक भारतीय कला में भी विशेषज्ञ हैं.[26] इस जोड़ का एक बेटा बैंगलोर में रहते हैं और एक आईटी कंपनी में काम करते हैं, और दूसरे यूएसए के कनेक्टिकट में रहते हैं. राघवन और उनकी पत्नी के पास एक ब्लैकबेरी (राघवन केलिए) और एक सैमसंग स्मार्टफोन (राघवन की पत्नी केलिए) आईपैड और

सैमसंग टेबलेट हैं. उनके पास दो लैंडलाइन फोन भी हैं. और इनके अलावा, उनके पास एक एयरटेल[27] (भारत के सबसे बड़े मोबाइल टेलीफोन सर्विस) पोस्टपेड कनेक्शन हैं जिसपर उनको सीयूजी (क्लोज्ड यूजर ग्रूप) उपलब्ध है. इस ग्रूप के अंदर के कॉल मुफ्त होते हैं, और बैंगलोर में रहनेवाले राघवन के बेटा और बहू इस ग्रूप में हैं. वे सप्ताह के कार्य दिवस पर अपने बेटे और बहु से इस फोन पर बात करते हैं और सप्ताहांत में अपने टेबलेट से उनको स्काइप पर बातचीत करते हैं, जो उनको अपने पोती को देखने का मौका देता है. इसके अलावा श्री राघवन के पास एक विओआईपि[28] टेलीकॉम सेवा है जो मैजिक जैक कहा जाता है. इस सेवा में यूएसए के कॉल मुफ्त होते हैं और ग्राहक को भारत में एक यूएस का नंबर दिया जाता है. महीने में एक बार पूरा परिवार (यूएस, बैंगलोर और चेन्नई से) एक घंटे केलिए एकत्रित होने लगते हैं, कि श्री और श्रीमती राघवन अपने पोते और पोती को देख सकें, और युवा चचेरे एक दूसरे को देख सकते हैं. मगर सप्ताहांत में स्काइप पर जाने के पहले, श्री राघवन एक छोटे अनुष्ठान करते हैं:

कदम १: अपने दोनों बेटों को इसे जानने केलिए पुकारना[29] कि अगर वे एक विशिष्ट सप्ताहांत पर कार्यमुक्त हैं

कदम २: हर बेटे को व्यक्तिगत रूप से पुकारकर कॉल के पहले उनकी मौज़ूदी को पक्का करना

कदम ३: अगर कोई बेटा निश्चित समय तक नहीं आया तो, उनको फोन पर फिर पुकारना

कदम ४: अगर वित्तीय बात पर स्काइप में विवाद करना है, तो विवाद पर आगे के कार्यवाही पर एक नोट भेजना

उनकी पत्नी ऐसे टिपण्णी करती है कि वे बहस को विधिसंगत बनाने लगते हैं और इस प्रकार के कॉल के कायम करना पसंद करते हैं.

श्री राघवन ने कहा कि वे अपने पोते-पोती के ९ और १० उम्र में ही मोबाइल फोन के उपयोग करने में निराश हैं. इसलिए जब कभी वे उनको पुकारते हैं, वे लैंडलाइन का ही उपयोग करते हैं, मोबाइल का नहीं. उनकी पत्नी ने यह भी कहा कि पोता-पोती अब दादा के पसंद को समझते हैं और इसको मानते हैं कि उन्हें अपने दादा के साथ लैंडलाइन या स्काइप पर ही बात करनी चाहिए.

श्री राघवन अपनी पोतियों के साथ संचार के चैनल को निर्णय करने केलिए अपने उम्र और रिश्ते को अनुक्रम के सिद्धांत के रूप में स्पष्ट रूप से उपयोग करते हैं. वे अपने परिवार के साथ शाब्दिक सन्देश भेजते या पाते नहीं हैं. वे स्काइप कॉल के कायम करने के पहले इसका सुनिश्चित करते हैं कि उनकी बहु के माँ-बाप बैंगलोर में इस जोड़ के साथ नहीं हैं. अगर वे उपस्थित हैं, श्री राघवन अपने पोते-पोतियों को सिर्फ फोन पर ही पुकारकर बात करते हैं, मगर अपनी बातचीत जल्दी ही समाप्त कर देते हैं. अपने सगे परिवार के साथ मीडिया के उपयोग पर उनके दृष्टिकोण को उन्ही के बातों में संक्षिप्त कर सकते हैं: 'अगर कोई ज़िंदा हो, उनको मूक देखने के बदले उनका आवाज़ सुन्ना बेहतर है.' यद्यपि यह एक मीडिया बहुभाजन[30] के जैसे लग सकता है, जहाँ श्री राघवन से अपने पोते-पोतियों से साझे जाते मज़बूत बंधन स्काइप और लैंडलाइन पर संचार का कारण हो सकता है, इसको समझना चाहिए कि उनके सभी संचार के चैनल में आवाज़

ही अति महत्वपूर्ण विषय होता है. यह सिद्धांत ऐसे नियत कर सकता है कि मज़बूत बंधन संचार केलिए अधिक मीडिया का उपयोग करता है, मगर यहां पता लगाने का विषय है कि यह सीधा नहीं है; श्री राघवन के मामले जैसे, यह सांस्कृतिक सन्दर्भ से प्रभावित है.

यह मामला एक तरीके से अंतर-पीढ़ी के और एक पहलू पर हमें ले जाता है, जो दादा-दादी और पोता-पोती के बीच में होता है. आईटी क्षेत्र में पेशेवर के रूप में काम करनेवाले माँ-बाप ऑनसाईट परियोजनाओं[31] केलिए सफर करने की बढ़ती मांग के सामना कर सकते हैं (जिसमे विदेशी कार्यभार भी शामिल है), जो कभी लंबी-अवधि केलिए होते हैं, विशिष्ट परियोजना या कभी वे जिनकेलिए काम करते हैं उन विदेशी ग्राहक पर आधारित हैं. ऐसे भी कई मामले हैं, जिसमे आईटी कर्मचारी एक घर पर निवेश करते हैं, उसमे कुछ साल केलिए रहते हैं, और उसके बाद उन्हें यूएसए, यूके या और किसी देश में एक विशिष्ट परियोजना केलिए स्थानांतर करने केलिए कहा जाता है. परियोजना केलिए अपने परिवार के साथ विदेश में जानेवाले लोगों केलिए (पति/पत्नी और बच्चे), परिवार के वापस आने तक पति के माँ-बाप, इसे खाली और ताला लगाके छोड़ने के बदले, इस घर पर रहने के निर्णय ले सकते हैं.[32]

और एक परिदृश्य में, कई बुजुर्ग जोड़, विशिष्ट रूप से पति के सेवावृत्ति के बाद, पंचग्रामी में घरों पर निवेश करते हैं. वे सुरक्षा पूर्ण समुदायों पर रहने और ऐसे जोड़ों के साथ सामूहीकरण करने लगते हैं. वे आम तौर पर भारत में छः महीने केलिए रहते हैं और यूएस या यूके में होनेवाले अपने बेटे या बेटी के घर पर छः महीने केलिए चले जाते हैं (राघवन के मामले जैसे, जिनका बेटा यूएस में रहता है). ऐसे मामलों में यद्यपि विदेशों में रहते विवाहित बेटा/बेटी और पंचग्रामी पर रहनेवाले बुजुर्ग माँ-बाप के बीच में संचार होता है, अपने पोते-पोतियों से संचार करने की प्रेरणा विशिष्ट रूप से अधिक होती लगती है. यद्यपि उनके पोते-पोती की तस्वीर फेसबुक पर अकसर देखे जाती हैं, या दादा-दादी को व्हाट्सप्प पर भेजे जाती हैं, द्वैमासिक स्काइप कॉल या गूगल हैंगऑउट लगभग एक अनुष्ठान बन गया है. इसी प्रकार कई मामलों में, भारत में होनेवाले वृद्ध माँ-बाप और विदेश में रहनेवाले बेटे/बेटियों के बीच का साप्ताहिक सामान्य संचार फोन पर हो जाता है, पोते-पोतियों से संचार करने में आवाज़ सहित दृश्य (आम तौर पर स्काइप/गूगल हैंगऑउट) हमेशा प्राधानता लेता है. अगर दृश्य संपर्क करना संभव नहीं हो तो, दादा-दादी अपने पोते-पोतियों की आवाज़ सुनकर ही संतुष्ट हो जाते हैं. यह स्वरुप आम तौर पर ऐसे परिवारों में देखे जाते हैं जिनमे १० साल के काम के पोता-पोती हैं और जो दूर में रहते हैं.

उदाहरण केलिए वरुण और वरेण्या, जो श्रीमती सारदा और श्री नमशिवायम के दस साल के जुड़वां पोता-पोती हैं, अपने दादा-दादी के साथ साप्ताहिक स्काइप कॉल करते हैं. सारदाको, उसके पिछले यूएस ट्रिप में, क्रिसमस के समय में भेंट के रूप में एक आईपॉड दिया गया. उनके पोता-पोती ने उनको यह भेंट 'दिया' (खर्च तो माँ-बाप का था). सारदा ऐसा दावा करती हैं कि उनके पोता-पोती ने उनको फेसटाइम और स्काइप उपयोग करने के तरीके को सिखाया. अब हर सप्ताह को, वे, बहुत संक्षेप होने पर भी, बातचीत केलिए इन मंचों में एक पर जाते हैं. सारदा को ऐसा लगा कि ऐसे भी कुछ समय थे, जब वे अपनी बेटी (जुड़वां की माँ) के बदले अपने पोता-पोती से अधिक बात करना पसंद करेगी. वे व्हाट्सप्प में भी अपने पोता-पोती एक नाम के एक समूह पर भी है, जिसमे उनके अविवाहित बेटा, बेटी, दामाद और बेटी के ससुरवाले (माँ-बाप, बहन आदि) भी सदस्य हैं. वे इस समूह में लगातार सन्देश और तस्वीर के विनिमय करते हैं.

श्री राघवन और श्रीमती सारदा दोनों के मामले में, आवाज़ बहुत महत्वपूर्ण कारक होने पर भी, संचार केलिए एक से अधिक मीडिया का उपयोग भी स्पष्ट होता है. दो मामलों के बीच का एक ही भेद है सारदा के मामले में दृश्य सांगत (स्काइप या फेसटाइम द्वारा) का अधिक आवृत्ति. ऊपर के दोनों उदाहरण, मीडिया बहुविध और पोलीमीडिया के पहलू के उद्धरण करते हैं.[33]

श्रीमती गीता त्यागराजन, जो व्हाट्सप्प द्वारा अपनी बेटी को अपने नवजात शिशु के देखरेख के बारे में सलाह देकर सन्देश भेजती हैं, भी एक ऐसा ही उदाहरण है. उनके अपनी बेटी के साथ पहले बातचीत स्काइप पर था, जहाँ वे अधिकाँश पारिवारिक गपशप और उनके नव-विवाहित बेटी से यूएस में प्रयोग किये जानेवाले भारतीय तालिका आदि पर बहस करते थे. श्री त्यागराजन ऐसे परिहास करते हैं कि उनकी बेटी की शादी और बाद में उसके यूएस पर चलने के समय से, उनकी पत्नी ने उनके साथ आमने-सामने बात करने से अधिक अपनी बेटी के साथ स्काइप में अधिक समय बितायी है.[34] उनके पहले पोते के जनम के बाद, अधिक बातचीत अब शिशु देखभाल की सूचना पर ही केंद्रित है. जब उनकी बेटी के ससुरालवाले यूएस गए, उसको अपने ससुरालवालों से समय बिताने देने केलिए, बातचीत टेलीफोन और व्हाट्सप्प में हुआ; जब उसके ससुरालवाले वहाँ थे, तब उनकी बेटी के साथ अधिक समय स्काइप पर बिताना उचित नहीं लगा. (बेशक गर्भावस्था संबंधित मतली और थकन भी लंबे स्काइप कॉल असंभव होने के कारण थे). उनकी बेटी फेसबुक होने पर भी, गीता और उनकी बहुएँ, उसको शिशु की तस्वीर अब फेसबुक पर अपलोड नहीं करने का सलाह दिया है क्योंकि उससे दुरांख हो सकता है.[35] इसलिए इसके बदले तस्वीर ईमेल या व्हाट्सप्प पर विनिमय की जाती हैं. शिशु के जनम के तुरंत बाद ही, उनके दामाद से फेसबुक पर सब लोगों को यह अच्छी खबर सूचित करने केलिए अपलोड की गयी इकलौती तस्वीर, गीता की सलाह पर हटी गयी.

कई दादा-दादी, नाना-नानी ऐसे विशवास करते हैं कि उनके नवजात पोता-पोती की तस्वीर को फेसबुक पर अपलोड करने से, इस 'दुरांख' घटना होगा. मगर, अगर कुछ महीनों बाद नए शिशु की तस्वीर फेसबुक पर प्रकट हुयी तो, वे ख़ुशी दिखाई देते थे. फेसबुक पर अपलोड किये गए नवजात शिशुओं की तस्वीरों पर फेसबुक 'लाइक्स' भी 'दुरांख' के संकेत ही माने जाते थे. वे इसे मानते हैं कि इस प्रकार सोचना बाहरवालों केलिए अंधविश्वास लग सकता है, लेकिन बार बार कहते हैं कि उनके अनुभव में दुरांख मौजूद है, और फेसबुक जैसे सामाजिक मीडिया उसके कारण माध्यम हो सकता है. ऐसी राय कल्याणी, जो ६८ साल की है और जिनका एक नवजात पोता यूएस में है, के शब्दों से संक्षिप्त की जा सकती है:

> जो लोगों को आप जानते हैं, वे फेसबुक पर भी हैं. इसलिए आप को अच्छी तरह से मालूम है कि जिनका स्वभाव क्या है, इसलिए आप की हानि करने की मौका (दुरांख को लगाने से) उनको क्यों दें?

मगर, करीबी और प्रिय रिश्तेदारों, (विशिष्ट रूप से दादा-दादी, नाना-नानी, केलिए, जो शिशु के जनम के समय में उपस्थित नहीं थे), नवजात शिशु की तस्वीर को अपलोड करने या भेजने पर असहमति प्रकट नहीं किया जाता. ऐसी छवियाँ अधिक मायने रखनेवाले लोगों, और जो नए शिशु के बारे में सूचित नहीं किये जाने या तस्वीर नहीं भेजे जाने पर

परेशान भी होंगे, केलिए डिज़ाइन किये जाती हैं. इन पारिवारिक नेटवर्क के अपेक्षाओं के अनुसार रहने केलिए तस्वीर भेजी जाती हैं; लेकिन सिर्फ व्हाट्सप्प पर ही. यहाँ फिर फेसबुक एक सार्वजनिक मंच (ऐसा मंच जो विशाल नेटवर्क की सेवा करता है) और व्हाट्सप्प अधिक निजी मंच (मज़बूत बंधन के नेटवर्क को उत्तेजित करनेवाला) के रूप में देखा जाता है. मध्य वर्ग और उच्च मध्य वर्ग के बुजुर्ग विशिष्ट रूप से मीडिया को 'निजी' और 'सार्वजनिक' के रूप में विभाजित करके वर्गीकरण करते हैं और इससे यह निर्णय करते हैं कि जिस पहलू कहाँ प्रकट होना है. आत्मीय, अंतर-पीढ़ी पारिवारिक मामलों के संचार के सबसे अच्छे तरीके को निर्णय करने के मामले में आम तौर पर मंच के उपयोग पर उनका फैसला माना जाता है.

नए संचार मीडिया पर बुजुर्ग से प्रकट किये जाते और एक चिंता यह होता है कि विस्तृत परिवार के सदस्यों के जीवन के मुख्य घटना उनको जैसे संचारित किया जाता है. श्री राघवन और श्री करन (जिनके बारे में अध्याय २ में बहस किया गया) जैसे कई बुजुर्ग लोग पता लगाते हैं कि सामाजिक मीडिया उम्र या अनुक्रम के पहचान करने में असफल होता है, जबकि आवाज़ या व्यक्तिगत कॉल उसे करते हैं.

बुजुर्ग रिश्तेदारों केलिए, एक संगठित परिवार के अंदर का संचार, माँ-बाप और नाना-नानी, दादा-दादियों से विस्तृत या मुख्य संचार के मामले में, शब्द के बदले आवश्यक रूप से आवाज़ से ही होना चाहिए. कुछ संचार ही सामाजिक नेटवर्किंग साइट द्वारा किया जाता और एक साथ रहनेवाले बच्चों और माँ-बाप या नाना-नानी, दादा-दादी के बीच के संचार के चैनल के कायम में ये कोई भूमिका नहीं निभाते. सामाजिक नेटवर्किंग साईट, शिक्षा या नौकरी केलिए भारत में अन्य स्थानों या विदेश में प्रवास किये परिवार के करीबी सदस्यों से संचार करने की बात में ही भूमिका निभाते हैं. शारीरिक दूरी एक अस्थिर के रूप में संचार में दृश्य का भी उपयोग और अन्योन्यक्रिया निर्णय करता है. जब संचार करनेवाले लोगों के बीच की दूरी अधिक है, तभी स्काइप या गूगल हैंगऑउट खेल में शामिल होते हैं.

जबकि मीडिया स्पष्ट रूप से परिवारांतर संचार केलिए स्पष्ट रूप से वर्गीकरण किया गया है, हम अब इसे जांच करेंगे कि सार्वजनिक[36] संचार को कायम करने में एक महत्वपूर्ण मगर कूटनीतिक भूमिका निभाने केलिए जैसे परिवार सामाजिक मीडिया (विशेष रूप से फेसबुक) को नियुक्त करता हैं.

संगठित परिवार के सदस्यों के बीच के संचार केलिए फेसबुक पसंदीदा मंच नहीं होने पर भी, अपने अभीष्ट सामाजिक मंडली को पारिवारिक आत्मीयता को परिणित और प्रदर्शन करने केलिए यह चुना जाता है. संक्षेप में, प्रेम और आत्मीयता का प्रदर्शन दो आवर्तनों में होता है - एक व्यक्तिगत प्रदेश में काम करता है, एक सीमित मज़बूत-बंधन नेटवर्क के अंदर और दूसरा सार्वजनिक प्रदेश में (विशिष्ट रूप से फेसबुक पर) देखने केलिए एक विशाल नेटवर्क पर.

उदाहरण केलिए श्रीमती.मैथिली विजयन और श्री विजयन, के सात साल की एक पोती है जो बगल के घर में रहती है (ऊपर बहस किये जाने के जैसे विस्तृत परिवार सन्निकट संपत्तियों में रहने का एक प्रारूपिक उदाहरण). मैथिली के बेटे शंकर ने अपनी बेटी के पाश्चात्य संगीत कक्ष में पहले दिन के बाद उसकी तस्वीर फेसबुक पर पोस्ट किया. फेसबुक पर पोस्ट किये जाने के पहले, यह तस्वीर करीबी पारिवारिक मंडली पर कुछ दिनों केलिए घूमती थी और परिवार के हर सदस्य ने ऐसी टिपण्णी की थी कि लड़की

कितनी प्यारी लगती है; पहले कुछ दिनों के बाद प्रशंसा कम हो गयी थी. मगर, जब तस्वीर फेसबुक पर पोस्ट की गयी, दादा-दादी दोनों ऐसे टिपण्णी की थी कि उनकी 'छोटी परी' जितने अच्छे लगती है, जिसका पीछा उनकी बहु के टिपण्णी ने किया था. यह फिर विदेश में रहनेवाले शंकर की बहन की कई टिप्पणियों से पीछा किया गया. उन्होंने एक हफ्ते पहले ही, जब यह व्हाट्सप्प द्वारा उनको भेजा गया, इस तस्वीर को देखा था और पहले ही इसका उत्तर दे चुकी थी.

इसी प्रकार, श्रीमती उमा प्रकाश, जो ३५ साल की गृहिणी हैं, अपने आठ साल के बेटे विद्युत् के खेलने, स्कूल जाने और घर के पाठ करने आदि को प्रदर्शन करनेवाली तस्वीरों को नियमित रूप से अपलोड करती थी. इन तस्वीरों में हर एक उनके ससुराल-वालों (देवरानी, देवर, आदि) और उनके ही माँ-बाप, जो बगल में रहते हैं और हर रोज़ विद्युत् को देखते हैं, से टिपण्णी के रूप में प्रतिउत्तर पाती थी.

कृष्णन के मामले में, जो ६७ साल के सेवावृत्त सरकारी दूरसंचार अधिकारी हैं, उनके और उनकी पत्नी के अपने बेटे (जो यूएस में ठहरता है) और उसके परिवार के साथ साप्ताहिक स्काइप कॉल ही परिवार के समाचार को साझा करने का समय होता है. बातचीत अकसर पोतियों, वर्षा और शैला, पर संरचित हैं. जो स्कूल में पांचवी और चौथी कक्ष पर हैं. सुमि, जो इन जोड़ों की बहु हैं, वर्षा और शैला की तस्वीरों को फेसबुक पर अपलोड करती है और हर बार कृष्णन और सुमि के माँ बाप इसपर टिपण्णी करेंगे - यद्यपि ये तस्वीर पहले ही उनसे साझा किये गए होंगे और प्रशंसात्मक टिप्पणियां निजी रूप में साझा किये होंगे.

पंचग्रामी जैसे समाज में अच्छे और आदर्श परिवार से संबंधित कई प्रामाणिक प्रवचन होते हैं. एक परिवार के अंदर प्रामाणिक आदर्शों की अनिवार्यता को, परिवार के अंदर ही सम्मिलित किये जाने के बदले, खुले रूप से प्रदर्शन करने की आवश्यकता है. ऑफलाइन दुनिया में जैसे, जहाँ परिवार बाहरी दुनिया को इसे दिखाने केलिए प्रदर्शन करते हैं कि वे जितने निकट हैं और उनके परिवार जितना आदर्श हैं, फेसबुक एक ऑनलाइन जनसंपर्क माध्यम के रूप में निकला है जहाँ परिवार खुल्लम खुल्ला अपने वात्सल्य, प्रेम और बंधन को दुनिया के सामने देखने केलिए प्रकट करते हैं - अर्थात, उनके विशाल नेटवर्क के सामने. यह भी मापनीय सामाजिकता का एक प्ररूपी उदाहरण है; परिवार कूटनीतिक रूप से अपने परिवार से संबंधित किसी विषय को पोस्ट करने के पहले समूह के आकार और प्रकृति को चुनते हैं.

जबकि वृद्ध और युवा दोनों पीडियों इस प्रदर्शन पर भाग लेते हैं, सामान्य रूप से वृद्ध ही यह खुल्लम खुल्ला करते हैं. यह गाँव में रहनेवाले निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग या निम्न माध्यम वर्ग में देखा नहीं जाता, क्योंकि यहाँ माँ-बाप या दादा-दादी/नाना-नानी के प्रौद्योगिकी या सामाजिक नेटवर्किंग साइट का उपयोग बहुत सीमित है. लेकिन, उनके बच्चों से अपने मोबाइल फोन में दिखाई जाती तस्वीरों को देखकर प्रशंसा अभिव्यक्त करते हैं. परन्तु वे इनको फेसबुक या व्हाट्सप्प - उस बात केलिए और कोई भी मंच, से निकलनेवाली सामग्री के बदले मोबाइल फोन पर दिखाए जानेवाले फोटो के रूप में देखेंगे. हार्डवेयर उपकरण (अर्थात मोबाइल फोन या कंप्यूटर) ही उनको प्रत्यक्ष होता है.

समापन में, मीडिया (फोन या सामाजिक मीडिया) पर अंतर-पीढ़ी संचार बहुस्तरीय और शक्ति के संरचना से काफी प्रभावित है; ये, बदले में, अनुक्रम पर उच्च सम्मान के सांस्कृतिक सन्दर्भ से टपकते हैं, जो उम्र पर सम्मान के सिद्धांत से चालित हैं. इसका

मतलब अनिवार्य रूप से यह नहीं है कि मीडिया उपयोग के निर्णय पर ऐसे नियंत्रण करीबी पारिवारिक सदस्यों पर देखभाल, संरक्षण और चिंता के विहीन है. दृश्यता, प्रामाणिक आदर्शों, नेटवर्क की अपेक्षा पर अनुसारिता और कौशल आदि मामलों भी दूसरों पर एक संचार के माध्यम के चयन पर प्रभाव डालने पर भी, पंचग्रामी के इन अंतर-पीढ़ी संचार पर पॉलीमीडिया का विश्वसनीय प्रदर्शन होता है.

विवाहित जोड़ा और पॉलीमीडिया

अंतर-पीढ़ी संचार से भिन्न, विवाहित जोड़ें शाब्दिक सन्देश द्वारा संचार पर अधिक खुले थे, शाब्दिक और आवाज़ी सन्देश के बीच हमेशा एक संतुलन होता था. मगर, उनके संचार का चैनल हमेशा व्यक्तिगत था, और बाहरी दुनिया में कभी प्रकट नहीं किया जाता था. एक साथ रहनेवाले जोड़े एक दूसरे के साथ संचार करने केलिए फेसबुक का उपयोग थोड़े ही करते हैं. वे हमेशा आवाज़ कॉल, शाब्दिक सन्देश या व्हाट्सप्प का उपयोग करते हैं, जिनको वे दूसरे सामाजिक मीडिया से अधिक पसंद करते हैं. वे जिस मीडिया को संचार करने केलिए चुनते हैं, गोपनीयता, सुरक्षता और आत्मीयता आधी लक्षण को साझा करते हैं. नीचे विवाद किये गए उदाहरण अधिकाँश निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के बदले मध्य वर्ग के ही होते हैं (लक्ष्मी और करुप्पैया के उदाहरण के अतिरिक्त), क्योंकि उस परिप्रेक्ष्य के जोड़ों के बीच का संचार आम तौर पर आवाज़ या शब्द से ही होते हैं (दोनों शिक्षित होने पर भी, नहीं तो वह हमेशा आवाज़ से होता है). शिक्षा के ऐसे स्तर और कुछ प्रौद्योगिकी पर अभिगम का खर्च निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग में संचार के चैनल निर्णय करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है.

चंद्रलेखा और रंगा

चंद्रलेखा (चंद्रा) और रेंगा एक ही आईटीईएस[37] कंपनी केलिए काम करते हैं और उनकी शादी योजित थी (उनके अपने अपने परिवार से प्रबंध किया गया), विवाह के बाद रंगा ने उसी शाखा पर स्थानांतरण पाया जहां चंद्रा काम करती थी. कंपनी विवाहित जोड़ों को एक ही दल में काम करने की अनुमति नहीं देने के कारण, रंगा और चंद्रा दो अलग मंजिलों में होनेवाले दो दलों में काम करते हैं. मगर वे रोज़ मध्याह्न भोजन केलिए मिलते हैं और मध्याह्न भोजन के समय को उसके अनुसार निर्णय करते हैं. दोनों अपने कार्यक्रम हमेशा स्थायी न होने को समझने के कारण, वे एक दूसरे को इसे जानने केलिए सन्देश भेजते हैं कि अगर मध्याह्न भोजन केलिए दूसरा कार्यमुक्त है/ मगर, वे अपने फोन, व्हाट्सप्प या फेसबुक को इस संचार केलिए उपयोग नहीं करते. ऐसा कम्युनिकेशन संस्था भर के इंस्टेंट मैसेंजर द्वारा होता है, जिसके द्वारा कोई दूसरे कर्मचारी को फोन पर पुकारने के बिना कुछ भी पूछ सकता है. रंगा और चंद्रा आपस में संचार करने केलिए इस सुविधा का उपयोग करते हैं, क्योंकि यह उनके बॉस को ऐसी धारणा नहीं देता कि वे काम के समय में व्यक्तिगत विषयों पर बात करते हैं (चंद्रा के बॉस विशिष्ट रूप से इस पर चिंतित हैं). यह एक सरल और गोपनीय संचार

तरीका है, जिसको जोड़ा किसी के ध्यान आकर्षित करने के बिना उपयोग कर सकते हैं. वे इसको मध्याह्न भोजन के कार्यक्रम बनाने केलिए ही नहीं उपयोग करते, लेकिन दिन का काम बांध करने केलिए और कभी कुछ घरेलु बातों पर बहस करने केलिए भी उपयोग करते हैं.

आर्ति और अकिलन

अकिलन (३१ उम्रवाले) और आर्ति (३० उम्रवाली) पंचग्रामी में अपने पांच-वर्ष के बच्चे के साथ रहनेवाले एक युवा जोड़ा हैं. उनका आठ साल पहले अपने माँ-बाप की इच्छा के विरुद्ध अंतर-जातीय विवाह हुआ था, जबसे उनको अपने माँ-बाप से एक विरक्त रिश्ता हुआ है. समय एक बड़ी चिकित्सा कहा जा सकता है, लेकिन इस मामले में ऐसा नहीं लगता. वे एक मूल परिवार में रहते हैं, समय मिलने से आर्ति की माँ[38] या बहन ही उनसे मिलने आती हैं. दोनों आईटी कंपनी केलिए काम करने पर भी, फेसबुक पर नहीं हैं क्योंकि वे ऐसा विशवास करते हैं कि दूसरे रिश्तेदार भी उन शादी पर प्रतिकूल होते हैं. फेसबुक की सदस्यता शायद उनको इन रिश्तेदारों से संपर्क कर सकती है और शर्मीले सवालों को प्रेरित करेगा, और इस कारण से वे इस साईट से दूर रहते हैं. मगर, वे लिंकेडीन और अन्य सभा और समूह जैसे, तकनीकी (कंप्यूटर एंड कार्य संबंधी) सामाजिक नेटवर्किंग साईट के सदस्य हैं. उन दोनों के पास सैमसंग स्मार्टफोन और पोस्ट-पेड कनेक्शन (वोडाफोन) सीयूजी (क्लोज्ड यूजर ग्रूप - सिर्फ वे दोनों ही ग्रूप में) के साथ है.

काम के समय में, जोड़े आपस में पुकारने के पहले शाब्दिक सन्देश भेजने लगते हैं. २२ नवंबर २०१३ पर हुआ एक ठेठ संचार में ऐसा कुछ हुआ:

आर्ति: सापपट्टाचा? (अर्थ 'खाना खा लिया?)
अकिलन: हम्म्म. यू? (अर्थ 'हाँ. तुम?')
आर्ति: नॉट एट, कॉल पन्नालामा? (अर्थ 'अभी तक नहीं, क्या मैं बुला सकती हूँ?')
अकिलन: इननुम १० मिनट्स पन्नटुमा? (अर्थ 'क्या मैं दस मिनट में बुलाऊँ?)
आर्ति: के (अर्थ 'ठीक है')
अकिलन: एनीथिंग अर्जेंट? (अर्थ 'कोई तुरंत की बात है?')
आर्ति: इल्ला. तयीर कोंजम पुलिककुदु (अर्थ 'दही कुछ खट्टा है') -भारत में दही का चावल सामान्य मध्याह्न भोजन होता है.
अकिलन: हम्म्म, कण्डुक्कला, अवसरमा सापपट्टेन (अर्थ: हाँ, जानता हूँ, मैं ने जल्दी से खाना खाया')
अकिलन: सरी, १० मिनटेसला कॉल पन्नरें (अर्थ: 'ठीक है, दस मिनट में बुलाऊँगा')
आर्ति: के

दोनों आईटी कंपनियों केलिए काम करने के कारण, वे जानते हैं कि वे ऐसे ही कॉल नहीं कर सकते, क्योंकि कोई भी कार्यरत हो सकता है, इसलिए बुलाने के पहले दूसरे को सन्देश भेजते हैं. उनका सन्देश अब व्हाट्सप्प पर प्रवास हो गया है.

दीपा और वासु

वासु (३७ उम्रवाले) और दीपा (३५ उम्रवाली) जिनका भी अंतर-जातीय विवाह हुआ, का मामला भी ऐसा ही होता है. वासु, जिनसे हमने अध्याय २ में मिले थे, का एक कारोबार हैं और दीपा एक गृहिणी हैं. अकिलन और आर्ति के जैसे ही, दोनों के परिवारों ने इस शादी का विरोध किया. मगर, यह जोड़ा अब १० साल केलिए विवाहित हैं और उनके प्राथमिक स्कूल पर चलनेवाले दो बच्चे हैं. वासु और दीपा दोनों फेसबुक और व्हाट्सप्प पर हैं. दोनों के पास सैमसंग स्मार्टफोन है, जबकि वासु एक आईफोन का भी उपयोग करते हैं (दुबई में एक व्यापार यात्रा के समय में ख़रीदा गया).

मगर दैनिक संचार केलिए, दोनों, फेसबुक के उपयोग करने के बदले एक दूसरे को बुलाने या व्हाट्सप्प के उपयोग करने को पसंद करते हैं. दीपा वासु को दोपहर १ बजे से १.३० बजे तक ही बुलाती है, जब आम तौर पर वे मध्याह्न भोजन खाते हैं (वे अपने खाने के समय पर निश्चित हैं क्योंकि उनको पेट में अल्सर का प्राथमिक अवस्था है). इसलिए उनको मालूम हैं कि वे वासु से १ बजे से १.३० बजे तक बात कर सकती है; नहीं तो दीपा उनको सन्देश भेजती हैं, और उनके कॉल की प्रतीक्षा करती है. उनकी बातचीत आम तौर पर दैनिक कार्यों पर केंद्रित है. दीपा और वासु के बीच व्हाट्सप्प पर हुई एक बातचीत नीचे दी गयी है:

दीपा: वरुंबोदु मिल्क वांगनुम (अर्थ: 'क्या आप घर वापस आते समय दूध खरीदकर आएंगे?')
वासी: सरी (अर्थ: 'ठीक है')
व्हाट्सप्प पर उनके संक्षेप बातचीत का और एक उदाहरण निम्नलिखित है:
दीपा: मद्धियानम सोन्नध मरक्कादीन्गा (अर्थ: 'दोपहर को मैं ने जो कहा था, उसे भूल मत दीजिये')
वासु: मरक्कल (अर्थ: 'नहीं भूला हूँ')

श्री लक्ष्मी और करुप्पैया

श्री लक्ष्मी एक ग्रेजुएट हैं और एक कॉल सेंटर में काम करती हैं. उनके पति करुप्पैया, जो २५ उम्र के हैं, एक टैक्सी कंपनी में ड्राइवर हैं जो स्थानीय आईटी कंपनियों केलिए विशेष सेवा चलाता है. उन्होंने स्कूल शिक्षा को छोड़ दिया हैं, लेकिन अंग्रेजी में अच्छी तरह संचार करते हैं - जिस कौशल को सीखने पर उन्होंने इसलिए सुनिश्चित किया कि वे अपने ग्राहकों से संचार कर सके (विदेशी और भारतीय के साथ समान रूप से). करुप्पैया और श्री लक्ष्मी दोनों के पास सैमसंग स्मार्टफोन हैं और वे व्हाट्सप्प के उत्साही उपयोगकर्ता हैं. करुप्पैया दिन में खुद जहाँ भी जाते हैं, उन स्थानों में अपने सेल्फी लेने का उनका शौक है; फिर वे उन छवियों को श्री लक्ष्मी को और उनमे कुछ को अपने दूसरे दोस्तों को भेजते हैं. वे व्हाट्सप्प पर इन दोनों के साथ व्हाट्सप्प में संचार करने किये अलग-अलग चैनल बनाये रखते हैं, (लक्ष्मी केलिए व्यक्तिगत और दूसरे दोस्तों केलिए एक सामूहिक चाट). करुप्पैया की व्हाट्सप्प तस्वीर की सूची उनके आईटी कंपनियों,

फाइव-स्टार होटल, यूनिवर्सिटी बिल्डिंग आदि के सामने उनके खड़े होते चित्रों को दिखाता है. श्री लक्ष्मी, अपने भाग केलिए, अपने काम के समय में कार्यालय से अगर कार्यमुक्त होतो आवाज़ द्वारा, या व्यस्त होतो स्माइली या 'थम्ब्स अप' चिन्ह द्वारा टिपण्णी करती हैं.

अगर श्री लक्ष्मी करुप्पैया को कोई भी काम करना चाहती है, वे सामान्य रूप से उनको बुलाती हैं. अगर वे उत्तर नहीं देते, वे समझती हैं कि वे ड्राइविंग में व्यस्त हैं, और उनको वापस में बुलाने को या कोई काम करने को कहते हुए आवाज़ सन्देश व्हाट्सप्प पर भेजती हैं. उनके मामले में शाब्दिक सन्देश भेजना कभी नहीं होता; वे आवाज़ सन्देश या दृश्य चिन्ह के उपयोग करते हैं.

इंद्रा और अरविन्द

इंद्रा, जो ४३ साल की हैं, एक गृहिणी है और दो बच्चों के माँ हैं. उनके पति अरविन्द, जो ४५ साल के हैं, एक उद्यमी हैं जो साइकिल के एक विशाल शोरूम चलाते हैं. यद्यपि इंद्रा अधिकाँश घरेलु कार्यों को करती हैं, अरविन्द कभी इसमें प्रवेश करते हैं, विशिष्ट रूप से वे काम से घर आने के वक्त में. अगर उनको अपने कार्यालय के पास ताज़े फल या तरकारी बेचनेवाले कोई व्यापारी मिल जाए तो, वे उसके फोटो लेकर इंद्रा को खरीदने के पहले उनकी अनुमति पाने केलिए भेज देते हैं.

सप्ताहांत में इंद्रा खाना बनाने में व्यस्त रहने के समय में अगर वे अपने पति से कोई मसाला खरीदने को कहेगी, तो भी ऐसा ही होता है. यह फिर, अगर अरविन्द भूल जाते या सामग्री पर परेशान हो जाते, वे मसाला के एक फोटो लेकर उसको खरीदने के पहले इंद्रा की अनुमति लेने केलिए व्हाट्सप्प पर भेजते हाँ. अपने पारस्परिक दोस्तों को (उदाहरण केलिए, उनके जन्मदिन या वार्षिकोत्सव पर) भेंट खरीदते समय में इंद्रा भी, इसे जानने केलिए कि अगर अरविन्द को यह ख़याल पसंद है और वे दाम पर सहमत है, इसी प्रकार करती हैं. परन्तु, अनुमति केलिए तस्वीर को भेजने के अलावा अन्य संचार और कोई मीडिया के बदले फोन या आवाज़ पर ही होता है.

वसुधा और महेश

वसुधा, जो ५८ उम्र की हैं, उनकी बेटी के दूसरे बच्चे के जनम पर अपनी बेटी की मदद केलिए अब यूएस[39] में हैं. उनके पति महेश, जो ६२ साल के हैं, को एक प्रबंधन संस्थान में अपने पेशेवर नौकरी के कारण भारत में ही ठहरना पड़ा. यह जोड़ा दैनिक रूप से फोन में और दो या तीन दिन में एक बार स्काइप द्वारा संचार करते हैं. अगर भारतीय समय सबेरे ७ बजे या रात को ९ बजे फोन का घंटा बजाया तो महेश को मालूम है कि वसुधा ही बुलाती हैं.

वसुधा ने यूएस में एक विओआईपि - आधारित फोन को ही भारत पर बात करने केलिए उपयोग किया. इसी प्रकार, यूएस में उनके पास कोई स्मार्टफोन नहीं होने के कारण, उन्होंने महेश को स्काइप करने का ठीक समय जानने को ईमेल भेजने केलिए आईपैड का उपयोग करती थी. प्रारंभ में उनको स्काइप करने केलिए, उन फोन कॉल

की तरह, स्थायी कार्यक्रम नहीं था. परन्तु जैसे समय बीतता गया, इसका कार्यक्रम भी स्थायी हुआ और वसुधा का आईपैड उनको महेश के साथ स्काइप करने में बहुत मददगार साबित हुआ. कॉल अधिकाँश बुधवार, शुक्रवार और रविवार में किये गए जब महेश भी अपने शिक्षक काम से कुछ मुक्त थे. कुछ निजी बातचीत के अलावा, उनके अधिक बातचीत किसी विशिष्ट भोजन बनाने के तरीके के बारे में ही था. वसुधा ने हमेशा महेश से इसका चेक करने का महत्त्व दिया कि अगर वे अच्छी तरह से खाते हैं और वे क्या क्या भोजन बनाते हैं.

राधिका और संतानम

राधिका, जो ३३ साल की है, और संतानम, जो ३६ साल के हैं, जोड़ा भी हैं और एक उद्यम में उद्योगी सहभागी हैं. वे एक फैशन गारमेंट शोरूम और एक हेयर सलून चलाते हैं. उनके प्रबंधन का मॉडल में कोई भेद-भाव नहीं होता, अर्थात दोनों दो व्यापारों के भी देखभाल करते हैं. जबकि संतानम अर्थव्यवस्था, क्रियान्वयन और संचालन आदि से संबद्ध हैं, राधिका विपणन, बिक्री और मानव संसाधन आदि से संबद्ध हैं. परन्तु कार्य का ऐसा विभाजन कठोर नहीं है, और दोनों अंत में सभी को सँभालते हैं.

इस जोड़े का एक निष्ठा फेसबुक पृष्ट है, लेकिन उसको आपस के बदले अपने दोस्तों से संचार करने केलिए उपयोग करते हैं. उनका अधिकाँश संचार आवाज़ सन्देश और सामान्य शाब्दिक सन्देश द्वारा किया जाता था; राधिका ने ऐसा दावा किया कि यह एक झंझट था क्योंकि व्यक्तिगत सन्देश कारोबार संबंधित संदेशों से मिश्रण हो जाते थे. मगर, अब उन्होंने व्हाट्सप्प पर एक कार्य-समूह स्थापित किया हैं. निजी शाब्दिक सन्देश एक दूसरे को व्हाट्सप्प द्वारा भेजे जाते हैं जबकि पेशेवर शाब्दिक सन्देश समूह के नाम पर भेजे जाते हैं, जो उनके कंपनी के नाम पर होता है और इसलिए परेशानी दूर करता है.

जैसे मामले के अध्ययन में देखा गया, जोड़ों के बीच का संचार एक आत्मीयता, दायित्व और चिंता प्रकट करने लगता हैं - जो बातचीत बाहरी दुनिया केलिए साधारण लगता है, वह भी. इससे निकलता और एक अतिसूक्ष्म स्वरुप संचार के चैनल के साथ समझौता, जहाँ वह इसके आधार पर चुना जाता है कि अगर वह दोनों संबंधित दलों को उचित और सुविधाजनक होता है. जबकि अंतर-पीढ़ी संचार एक नियंत्रण का स्वरुप प्रकट करता है, जोड़ों के मामले में एक प्रकार का सहमति औचित्य होने जैसे लगता है, जो मीडिया के चयन के पहले आता है. उपयोग किये जानेवाले मंच के चयन, जैसे ऊपर के मामलों में देखा गया, जो बातचीत को शुरू करता है, उनके बदले दोनों सहयोगियों के समय और स्थान को समझने से निर्णय किया जाता है.

और एक अतिसूक्ष्म स्वरुप निकलता है जिसमे संचार के समय में ऐसे परिज्ञान पुरुषों से अधिक महिलाओं से प्रदर्शित किया जाता है. यद्यपि, जैसे पहले कहा गया, आत्मीय और सुरक्षित चैनल को प्रदान करता मंच दूसरों से अधिक पसंदीदा होते हैं, यह उपयोगकर्ताओं को, जैसे एक विशिष्ट मंच - फेसबुक, में निम्नलिखित मामलों में दिखाया गया, लोगों के एक विशाल नेटवर्क या जनता के सामने अपनी आत्मीयता प्रदर्शन करने से मना नहीं करता.

फेसबुक जोड़ों केलिए एक क्रियात्मक मंच के रूप में

फेसबुक एक ऐसे क्रियात्मक मंच के रूप में काम करता है जो जोड़ों को संतानीय रिश्ते के जैसे, एक व्यापक नेटवर्क के सामने अपनी आत्मीयता को प्रदर्शन करने देता है. निम्नलिखित मामले यह प्रदर्शन करते हैं कि जहाँ जोड़े एक साथ रहते हैं, उनके आपस के प्रेम और श्रद्धा का प्रदर्शन फेसबुक पर किया गया. परन्तु, यहाँ वह ऐसा प्रदर्शन था जो उनके बीच के एक निजी संचार होने के बदले सारी दुनिया से देखने केलिए था.

आदर्श परिवार पर प्रामाणिक प्रवचन के जैसे, आदर्श जोड़े या आदर्श विवाह के संबंध का प्रवचन, गंभीरता से लिए जाते हैं. फेसबुक के साथ, ऐसे आदर्श के पहलुओं परिवार के अंतर्गत होने के बदले दुनिया की दृष्टि केलिए प्रकट किये जाते हैं.[40] संतानीय रिश्तों के जैसे ही, फेसबुक एक ऐसा मंच बन जाता है जहाँ ऐसे 'वैश्विक' प्रदर्शन का कुछ प्रभाव होता है. निम्नलिखित तीन मामलों का अध्ययन इन प्रदर्शन के उदाहरण प्रदान करते हैं.

सरन्या और श्रीजित

सरन्या, जो २४ साल की है, और श्रीजित, जो २५ साल के है, जब एक वित्तीय फर्म में काम करते थे, प्रेम में पड़ गए. उनके अपने-अपने माँ-बाप की अनुमति के साथ, अपने मुलाक़ात के एक साल में दोनों ने शादी की. सरन्या, जो फेसबुक पर सक्रिय थी, अपने प्रेमलाप से प्रारंभ से ही अपने और श्रीजित की तस्वीर अपलोड करने लगी. उनकी शादी के तुरंत बाद, उनके फेसबुक प्रोफाइल उस घटना की तस्वीरों से भर गया. कुछ महीनों बाद, वह जोड़ा एक साथ बाहर जाने की तस्वीरों से बदला गया. उस समय तक श्रीजित ने सरन्या की प्रोफाइल पर कोई टिपण्णी नहीं की और फेसबुक पर भी सक्रिय नहीं था. फिर भी, उनकी शादी के कुछ महीनों बाद वह फेसबुक पर ऐसा सन्देश पोस्ट करने लगा कि उसको नौकरी पर अपनी पत्नी की कितना याद आती है - वास्तव में, उसका कार्य क्षेत्र सरन्या के कार्य क्षेत्र से एक ही मंजिल नीचे था. दोनों ने इस पर भी फेसबुक पर सन्देश पोस्ट किया कि पिछले शाम को उन्होंने एक रेस्टोरेंट में डिनर और कार में घर वापस आने में जितना आनंद लिया.

चाया और वरुण

चाया और वरुण (दोनों मध्य बीसवीं दशा के हैं) का मामला भी सरन्या और श्रीजित की हालत के जैसे ही था. उनसे एक साथ लिए गए छुट्टियों की तस्वीरों के अलावा, जैसे उन्होंने साथ में एक जगह पर आनंद लिया या एक साथ एक आइसक्रीम को खाया, इनपर टिप्पणियां भी उनके फेसबुक के प्रोफाइल पर जाएगा. दोनों ने कहा कि उनको ऐसे पोस्ट के याद होने का इरादा था लेकिन ये हमेशा फेसबुक पर, दूसरों की टिपण्णी करने की जगह के रूप में देखे जाने के बदले, जोड़ों के एक बातचीत के साथ जाता था.

संध्या और गोपाल

संध्या, जो २३ उम्रवाली, को पता चला था कि उनके पति गोपाल, २६ उम्रवाले, हमेशा प्रेम प्रसंगयुक्त था और उसपर अपने प्रेम को आम तौर पर अभिव्यक्त करना चाहता था. संध्या ने स्वीकार किया कि वह पहले शर्मिंदा थी, लेकिन गोपाल के साथ रहने से यह आदत बन गया. संध्या, जो एक मानव संसाधन अधिकारी है, जिस आईटी कंपनी केलिए वह काम करती है, उसकेलिए मानव संसाधन भर्ती केलिए वह देश भर यात्रा करती है. गोपाल, जो व्यवसाय में एक सॉफ्टवेयर प्रोग्रामर है, उतना सफर नहीं करता और संध्या के सफर के समय में घर में रहता है. जब वह एक यात्रा पर जाती है, वह अपनी पत्नी की याद को प्रकट करने केलिए यूट्यूब से एक तमिल (कोल्लीवूड)[41] या हिंदी (बॉलीवुड)[42] का प्रेम प्रसंगयुक्त संगीत डालता है. इस पोस्ट ने संध्या को शर्मिंदा किया, लेकिन उसने इस तथ्य को देखा कि उसके पति उससे सकारात्मक रूप से इतना प्यार करते हैं और उनपर समाधान किया है.

इस अध्याय में पहले हमने जोड़ों के बीच के रोज़ की आत्मीय बातचीत को देखा. इस खंड में, हमने देखा है कि जैसे इन बातचीतों के परिष्कृत चयन एक बड़े नेटवर्क के सामने प्रदर्शन किया जाता है. पहली दृष्टि में, यह बाहरी दुनिया केलिए आत्मीयता का प्रदर्शन जैसे लगेगा, लेकिन, जैसे चाया कहती है, ऐसे पोस्ट उनके एक साथ होने के समय की याद हैं. इसलिए इन पोस्टों को सिर्फ बाहरी दुनिया के साथ एक संचार के रूप में ही नहीं देखना चाहिए, लेकिन उनके आपस के संचार और यादों के कूटनीतिक संग्रह के रूप में भी देखना चाहिए, जिनपर भविष्य में फिर उल्लेख कर सकते हैं.[43] यद्यपि ऐसे पोस्ट शामिल हुए कोई एक पार्टी से ही आरंभ किए जा सकते हैं, उनके आरंभ में शर्मिंदा होने पर भी वे जल्दी ही सहयोगी की अनुमति और सहभागिता पाते हैं. परन्तु, इसका मतलब अवश्य रूप से यह नहीं है कि इस प्रकार पोस्ट किये सभी जोड़ो ने इसी आवर्तन का अनुभव किया. ऐसे भी मामले थे जिनमे एक सहयोगी ने ऐसे पोस्ट करने को रोका, जिससे जोड़ों के एकांत पल सिर्फ अपनेलिए या चयन किये गए, मज़बूत-बंधन के नेटवर्क केलिए रखे गए.

सहोदर के बीच संचार

सहोदर के बीच का संचार जोड़ो के बीच के या अंतर-पीढ़ी के संचार से अलग शैली का था. पंचग्रामी में साथ में रहनेवाले सहोदर के बीच का संचार प्रधान रूप से आमने सामने या फोन पर था. जब उनमे एक विवाहित होकर चले गए, विशिष्ट रूप से अगर एक या दोनों सहोदर महिला होतो, वह फेसबुक और व्हाट्सप्प पर हट गए. सहोदर के एक दूसरे या दूसरों के बच्चों का फेसबुक पर समर्थन करना, विशेष रूप से अगर उनमे कोई महिला हो तो, सामान्य दृश्य था. दूसरे शब्दों में, फेसबुक और व्हाट्सप्प के मिलनसार मंचों के रूप में उपयोग भाईयों के बीच से अधिक बहनों के बीच में या भाई-बहन के बीच में होता था.

इसको प्रदर्शन करनेवाले एक स्पष्ट प्रवृत्ति निकल आया कि अगर भाईयों की उम्र में अंतर चार साल या अधिक हो, उनके अलग-अलग दोस्तों के दल थे, वे दोनों फेसबुक पर होने पर भी आपस में दोस्ती नहीं करते, लेकिन व्यक्तिगत रूप से व्हाट्सप्प

पर संचार करते थे. यह विशेष रूप से युवा, अविवाहित भाईयों के मामले में स्पष्ट था. परन्तु, बच्चों के साथ रहनेवाले भाईयों के बीच हालत बदलता था; अगर वे अब भी फेसबुक पर थे, पुरुष आपस में दोस्ती कर लेते हैं. यह विशेष रूप से निम्न मध्यम वर्ग का मामला था. लेकिन उच्च मध्यम वर्ग में पूरा परिवार (जिनमे भाईयों की पत्नी भी शामिल है) फेसबुक पर आपस में दोस्त होंगे. आम तौर पर निम्न मध्यम वर्ग के भाई व्हाट्सप्प समूह को स्थापित नहीं करते, क्योंकि उनकी पत्नि उसमे नहीं हैं. मगर एक उच्च मध्यम-वर्ग परिवार में भाईयों के परिवार के बीच का व्हाट्सप्प समूह एक सामान्य घटना था; बहुत अकसर वह किसी भाई की पत्नी से अपने ससुरालवालों के समर्थन के साथ स्थापित किया जाता था.

मगर भाई-बहन के रिश्ते में, विषय अलग थे. यद्यपि ये पुरुष सामान्य रूप से फेसबुक को परिवार की महिला सदस्यों केलिए एक संभावित खतरनाक उपकरण के रूप में कल्पना करते थे, उनके करीबी या विस्तृत परिवार के बाहर की महिलाओं के मामलों में उन्होंने अपनी अवस्थिति को बदलते थे. उनके परिवार की महिलायें जो दृश्य सामाजिक मीडिया पर पाएँगी, वह आम तौर पर अच्छे स्त्रीत्व के लक्षण के रूप में नहीं माने जाते थे, वह एक अच्छे परिवार या भारतीय महिला केलिए प्रामाणिक आदर्श के रूप में नहीं माना जाता था.[44] भारतीय संस्कृति के सन्दर्भ में आदर्श स्त्रीत्व पर प्रवचन और परिवार की स्त्री सदस्यों केलिए इसे पक्का करने केलिए पुरुषों के हमेशा प्रयास करने के तरीकों दुर्लभ नहीं होते. ऐसी भावनाएँ अकसर पारम्परिक सामाजिक मानक और कुछ जाती-आधारित राजनितिक दलों, जिनके वे सदस्य हैं, के सिद्धांतों को दर्शाते हैं.

परन्तु रवि के मामले के जैसे (जिसपर अध्याय २ में बहस किया गया है), बहनों के विवाह होकर उनके चले जाने के बाद यह हालत बहुत अलग हो गया, जहाँ उनकी बहन शादी के बाद भी अपने परिवार के साथ हर हफ्ते कॉल का शुरू करती है. रंजित और श्रीलता का मामला और एक उदाहरण है, श्रीलता की शादी होकर बहरीन में बसने के बाद, उसने फेसबुक का उपयोग करना शुरू किया और अपने भाई का दोस्त बन गई. उसने अपने माँ-बाप की तस्वीर फेसबुक पर अपलोड करने और हफ्ते इसको बदलने केलिए रंजित को परेशान किया कि वह देख सकें कि उनके माँ-बाप अब कैसे लगते हैं.

श्रीलता को अपने माँ-बाप के साथ स्काइप करने केलिए रंजित को हमेशा वहाँ उपस्थित होना था, क्योंकि वे डेस्कटॉप कंप्यूटर के उपयोग करने या उस पर स्काइप करने को सुविधाजनक नहीं महसूस करते थे. इसलिए स्काइप कॉल सिर्फ महीने में एक बार ही होता है, और बीच में उनको ऑनलाइन में देखने के बदले, श्रीलता अपने माँ-बाप को बुलाती है. इसके फलस्वरूप श्रीलता रंजित से संपर्क करके अपने माँ-बाप और रिश्तेदारों की तस्वीर माँगती है.

रंजित मानते हैं कि श्रीलता की शादी के पहले वे उसपर नियंत्रण करते थे; वास्तव में वे इतने सख्त थे कि वे अपनी बहन को फेसबुक पर अभिगम करने नहीं देंगे. अब वे मानते हैं कि ऐसा व्यवहार उसके भाग में बुद्धिहीनता था, और उदासी से इसका अवलोकन करते हैं कि जब उसने बहरीन पर चली गई, तभी उन्होंने उसके मूल्य और उसपर अपने प्रेम को समझ लिया. रंजित इसको भी स्वीकार करते हैं कि श्रीलता ने ही अपने बहुत समय पहले खोये गए चचेरों से फेसबुक पर दोस्ती की और कभी से खो गए रिश्ते का पुनः निर्माण किया. वे इसका स्वीकार करते हैं कि उन्होंने अपने विस्तृत परिवार से संपर्क रखने की एक बार भी कोशिश नहीं की, जबकि श्रीलता ने फेसबुक पर शामिल

होने के तुरंत बाद ही इसको किया. रंजित को इसका भी पता लगा कि वे जिस लड़की से प्रेम करने लगे, उससे श्रीलता ने ही पहले दोस्ती की. जब इस रिश्ते पर उनको अपने माँ बाप से कुछ मसला हुआ, श्रीलता से फेसबुक पर उनके बातचीत ही उनको आराम किया. रंजित जल्दी ही इस लड़की से शादी करनेवाले थे, श्रीलता को धन्यवाद क्योंकि उसने ही माँ-बाप को राज़ी करवाया. उन्होंने अपनी बहन को अधूरा मानने के अपनी मूर्खता पर पश्चाताया और अब घोषित किया कि वह अब उनसे तीन साल छोटी होने पर भी अधिक परिपक्व है. अजीब तरह से भाई और बहन, दोनों के पास स्मार्टफोन होने पर भी, व्हाट्सप्प पर संचार नहीं किये. जब रंजित के साथ एक साक्षात्कार में यह प्रश्न आया, उन्होंने मुस्कुराकर कहा कि वे इसको जल्दी ही करेंगे.

बहनों के बीच संचार पूर्णतया एक अलग प्रदेश में था. उम्र में अंतर होने पर भी, उन्होंने फेसबुक पर दोस्त होने पर चिंता नहीं की और सामान्य रूप से एक दूसरे के पोस्ट या प्रोफाइल पर टिपण्णी की या लाइक किया. जबकि विशेष व्यक्तिगत विवाद आवाज़-आधारित कॉल या शब्द के द्वारा, या व्हाट्सप्प के द्वारा भी हुए, फेसबुक मैसेंजर का उपयोग भी कई मामलों में स्पष्ट था.

निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्गों में, कई अविवाहित युवतियों को संचार प्रौद्योगिकी पर अभिगम की अनुमति नहीं थी मगर, नौकरी पाने या शादी होने के बाद, (और अगर शिक्षित हो तो), परिवार के सदस्यों के बीच संचार होते रहने केलिए, वे महत्वपूर्ण सामाजिक नेटवर्कवाली बन जाती हैं. इसका मतलब अवश्य रूप से यह नहीं होता कि वे सामाजिक नेटवर्किंग उपकरण/साइट के उपयोग करेंगी क्योंकि ये महिलाओं के सामाजिक मंडली में जो इनका उपयोग करती हैं, उसपर निर्भर है. परन्तु, शाब्दिक सन्देश और आवाज़ सन्देश द्वारा नेटवर्किंग ज़रूर होता है.

करीबी पारिवारिक मंडली के अंदर संचार के स्वरूपों पर अन्वेषण करने के बाद, हम अब पंचग्रामी में विस्तृत परिवार के सदस्यों के बीच के संचार के बारे में अन्वेषण करने लगेंगे.

विस्तृत परिवार के साथ संचार

विस्तृत परिवार के सदस्यों के साथ संचार उनके ऑफलाइन रिश्ते पर निर्भर था, क्योंकि बंधन के ऑफलाइन स्वभाव[45] ने (मज़बूत या कमज़ोर) संचार की आवृत्ति पर प्रभावित किया. मगर, ऐसे भी कई मामले थे जहाँ लंबे समय से खोए गए रिश्तेदार भी फेसबुक में मिल गए. पंचग्रामी में यह कुछ उच्च मध्य वर्ग के बुजुर्ग लोगों केलिए कुछ हद तक एक शौक भी बन गया था. यह एक ऐसा मिश्रित समूह था जिसको हम मुख्य रूप से सिर्फ पुरुष या स्त्री होनेवाले के रूप में वर्गीकरण नहीं कर सकते. ऐसा लगा कि दोनों लिंगों के लोग भी ऐसी परियोजना पर सामान रूप से उत्साहित थे. वे फेसबुक के सदस्य बनेंगे और स्थिर रूप से साईट पर रिश्तेदारों को ढूंढ़ने लगेंगे. कई बुजुर्ग लोग अपने दूसरे चचेरे भाई की बेटी को या अपने जन्मज गाँव के किसी दूरी के रिश्तेदार को भी फेसबुक पर पाने की उपलब्धता से अभिमानी थे, जिनको उन्होंने कई दशक पहले ही देखे थे. श्री राजाराम, जो ६९ साल के एक फेसबुक उत्साही हैं, ने इस प्रकार अवलोकन किया: 'यह मंदिर के त्यौहार में खो जानेवाले किसी व्यक्ति को वापस पाने के जैसे है. जेनी[46] ऐसा

और एक साईट था जिसपर बुजुर्ग लोग भीड़ करते थे, क्योंकि उसने उनके परिवार के पेड़ निर्माण करने में (अपने आप से) मदद की.

कई सेवावृत्त लोग अपने परिवार के इतिहास लिखने लगे हैं जिसकेलिए वे उस गाँव पर चलते हैं जहाँ से वे आये हैं और इनमे से अधिकाँश लोग संपर्क का स्थल पाने केलिए फेसबुक पर हैं. मगर, जब एक संपर्क का स्थल (कभी कोय गया रिश्तेदार जैसे) मिलता है, एक एक के साथ का रिश्ता फोन पर बातचीत या व्हाट्सप्प पर एक गंभीर बातचीत केलिए बदला जाता है, और अन्य रिश्तेदारों की खोज को फेसबुक जंगल या त्योहार (आप जैसे इसको देखते हैं)पर छोड़ देता है. व्हाट्सप्प के शाब्दिक सन्देश की जगह लेने के कारण से इस विस्तृत परिवार के सदस्यों के बीच का संचार व्हाट्सप्प पर भी होता था - कभी परिवार के सामूहिक संचार के या कभी व्यक्तिगत रूप से. और एक बार यह किसी से ऑफलाइन में बनाए रखते रिश्ते पर निर्भर था.

चचेरों के बीच का संचार, विशिष्ट रूप से कुछ दूरी पर रहनेवाले विवाहित चचेरों, आम तौर पर फेसबुक पर ही होता था, क्योंकि यह एक ऐसे माध्यम के रूप में देखा गया जिसके द्वारा ही कोई अपने विस्तृत परिवार से संबंध कर सकेगा. स्काइप कॉल और फोन कॉल भी होते हैं; मगर, यह बड़े होते समय रिश्तेदार एक दूसरे से जितने ऑफलाइन संपर्क के साथ थे, उसपर ही निर्भर था. चचेरों के एक दूसरे के फेसबुक प्रोफाइल और एल्बम को लाइक करने और टिप्पणी करने के कई उद्धरण भी होते थे, और जब उनके बच्चे होते, तब काफी हद तक बढ़ सकता है. फेसबुक पर किसी चचेरे के बच्चे के फोटो अपलोड किए जाते समय में लाइक और टिप्पणी द्वारा एक दूसरे के बच्चों पर समर्थन विस्तृत किया जाता है. ऐसे भी कुछ उद्धरण थे जब चचेरे के समूह ने किसी घटना का आयोजित किया (उनके जन्मज गाँव में एक त्योहार जैसे), लेकिन यह तभी हुआ जब बड़े होते समय चचेरे एक दूसरे को जानते थे या कम से कम उनके माँ-बाप एक दूसरे के करीबी थे.

जनम, शादी और मृत्यु जैसे जीवन की घटनाएँ विस्तृत परिवार के सदस्यों के बीच हर दिन के संचार से फेसबुक पर ही अधिक दृश्य लगते थे. उनकी दृश्यता अधिक प्रतिक्रिया के दर का फलस्वरूप था (लाइक और टिपण्णी के रूप में) जिनको ऐसी घटनाएँ विस्तृत परिवार की मंडली से फेसबुक पर प्राप्त करते थे. एक शिशु का जनम आम तौर पर फेसबुक पर घोषित किये जाने पर भी, एक नवजात शिशु के फोटो को अपलोड करना, दुरांख को आकर्षित करने के भय से, जनम के दो सप्ताह तक या शिशु के जनम से संबंधित धार्मिक संस्कार पूरा करने तक स्थगित किया जाता है - जैसे इस अध्याय में गीता त्यागराजन के मामले में बहस किया गया. ऐसे अभ्यास कठोरता से इन परिवार में पालन किये गए जहाँ बुजुर्ग को ऐसे विषयों पर निर्णय करने का अधिकार था, उद्धरण केलिए ऊपर देखा गया गीता त्यागराजन का मामला.

वास्तव में ऐसे भी मामले थे जिनमे नवजात शिशुओं की तस्वीर एक ही दिन में अपलोड किये गए. लेकिन यह उसपर निर्भर था कि परिवार के बुजुर्ग जैसे सामाजिक मीडिया पर महसूस करते हैं. अगर विस्तृत परिवार के समूह में मज़बूत बंधन था और वे फेसबुक के बदले एक सामान्य व्हाट्सप्प समूह के सदस्य थे, ऐसी तस्वीर आम तौर पर फेसबुक के बदले व्हाट्सप्प पर विनिमय की जाती थी; किसी प्रकार, फेसबुक, व्हाट्सप्प की तुलना में, एक व्यापक मीडिया माना जाता है जो विशिष्ट संचार केलिए अनुचित होता है. ऐसी तस्वीरों को व्हाट्सप्प पर साझा करने के समय पर भी, समूह में होनेवाले कोई

भी रिश्तेदार उस तस्वीर को फेसबुक पर अपलोड नहीं करते. इसके बदले, वे शिशु के माँ-बाप या कोई करीबी रिश्तेदार इनको साइट पर अपलोड करने की प्रतीक्षा करते थे. संचार के कुछ रूपों (इस मामले में दृश्य) के एक मंच से दूसरे मंच पर परिवर्तन होने बारे में ऐसे परिवार मंडली के अंदर कुछ माना गया लोकाचार होने के जैसे लगता था. आवश्यक रूप से इसका अर्थ यह नहीं है कि नवजात शिशु के आगमन का समाचार परिवार मंडली के अंदर ही रखा जाता है, लेकिन इसके बदले, अगर ऐसा संचार इन नेटवर्क के बाहर जाए तो भी, वे शाब्दिक या मौखिक के रूप में ही होते हैं. जो निकला वह इसके आविष्कार करने का सबूत था जो सन्देश के संचार के मंच ही नहीं, लेकिन संचार के जो भागों को विभिन्न मंचों पर प्रकट होना है.

बच्चों के जन्मदिन पार्टियों के आमंत्रण भी फेसबुक पर भेजे गए. यह सामान्य रूप से माने जाते पर भी, दूसरे मामलों - श्री राघवन के जैसे, जिसपर इस अध्याय में पहले विवाद किया गया - सामाजिक मीडिया पर आमंत्रण करना अशिष्ट माना जाता था; व्यक्तिगत फोन कॉल ही माने जाते थे. थोड़े ही जन्मदिन की तस्वीर व्हाट्सप्प पर भेजे जाते थे, इरादा तो विस्तृत परिवार के लक्ष्य बनाना होने पर भी, अधिकाँश फेसबुक पर अपने सभी नेटवर्क की दृष्टि केलिए अपलोड किए जाते थे. टिप्पणियों के रूप में प्रतिक्रिया का दर एल्बम के दूसरों की तुलना में, पहले कुछ तस्वीरों में ही स्पष्ट था (सामान्य रूप से पहले १२ या १५ या जैसे). इसका एक ही अपवाद शिशु और माँ-बाप के पोर्टफोलियो तस्वीर, या वह जिसमे बच्चा केक काटता है. या ऐसे सामाजिक मानदंड होते हैं जिनको विस्तृत परिवार के सदस्यों को संगठित परिवारों में पूरा करना है. फिर एक बार, विस्तृत परिवार से एक विशिष्ट स्तर का प्रदर्शन था जो एक विशिष्ट समूह से खुद बनाए रखते निकटता को अपने सामाजिक मंडली के अधिक दूरी के रिश्तेदारों को स्पष्ट करने केलिए था.[47]

शादी और एक जीवन की मुख्य घटना है जो जोड़ों के प्रोफाइल पर परिवर्तन से प्रत्यक्ष किया जाता है. पहला परिवर्तन उनके रिश्ते की स्थिति में आएगा और अगला उनके फोटो एल्बम पर, जिनमे सगाई समारोह की छवियाँ अपलोड की जाएगी, जो कई सकारात्मक टिप्पणियों को आकर्षित करेगा. शादी के समारोह की छवियाँ दो आवर्तन में अपलोड की जाएँगी, पहले आवर्तन में तुरंत शादी के बाद अपलोड किये गए कुछ ही फोटो, जो विशिष्ट रूप से उन विस्तृत परिवार के सदस्यों केलिए जो विदेश में रहते हैं और सामारोह पर आ न सके. दूसरा आवर्तन, जो पूरे एल्बम के साथ है, शादी के लगभग एक महीने के बाद अपलोड किया जाएगा.

यह लगभग एक अपेक्षित मानदंड है कि भारत में रहनेवाले लोग शादी पर आएंगे. शादी में आये लोगों से इन अपडेट द्वारा, जो रिश्तेदार शादी में न आ पाए, उनको वहाँ होने का अनुभव प्रदान करने केलिए शादी की कुछ तस्वीर अपलोड की जाएगी, उदाहरण केलिए, दूल्हा और दुल्हन के चचेरे, चाची और चाचा से. ऐसी छवियाँ फेसबुक या व्हाट्सप्प द्वारा भेजे जाएंगे. जैसे ऊपर पता लगा, दूल्हा या दुल्हन लगभग शादी के एक महीने बाद एक फोटोग्राफर से लिया गया शादी के पेशेवर फोटो का पूरा एल्बम अपने फेसबुक प्रोफाइल पर अपलोड करेंगे. यह अवधि सामान्य रूप से विस्तृत परिवार की मंडली में माना जाता था, यद्यपि समारोह की तस्वीर और गपशप इसी समय पर व्हाट्सप्प पर प्रसारित होंगे. कुछ मामलों में, जो उच्च मध्य वर्ग के परिवार के हैं, सगाई समारोह स्काइप और अन्य पेशेवर स्ट्रीमिंग चैनल्स[48] पर सीधा स्ट्रीम किया गया. मगर,

यह सब दोनों ओर के विस्तृत परिवार के सदस्यों से जोड़ों के परिवार के साथ साझे जाते निकटता पर निर्भर है.

अधेड़ मुखबिरों के प्रोफाइल पर वृद्ध रिश्तेदारों की मृत्यु का संचार ही अधिक स्पष्ट था. मृत्यु पर पोस्ट अन्य शैलियों से बहुत अधिक उत्तर आकर्षित करता था. यह आंशिक रूप से इसलिए हो सकता है कि दूसरे समारोहों पर कई दृश्य फेसबुक पर अपलोड किये गए, बल्कि मृत्यु का समाचार आम तौर पर एक या दो फोटो सहित ही था, इसलिए सभी उत्तर इसी पोस्ट पर केंद्रित रहना चाहिए. कुछ विशिष्ट स्वरूप भी ऐसी तस्वीरों पर देखे गए. अगर विस्तृत परिवार इस समाचार को पोस्ट करनेवाले (सामान्य रूप से बच्चों में से एक) के फेसबुक के टिपण्णी खंड पर एक साथ मिलकर अपने शोक व्यक्त करेंगे या अगर मृतक परिवार की मंडली पर सुपरिचित हैं, विस्तृत परिवार के कई सदस्य उस यादगार पोस्ट को अपने प्रोफाइल पर दोहराएंगे, जिसके द्वारा वे चिन्हित रूप से अपने शोक प्रकट करते हैं. सहानुभूति परिवार के व्हाट्सप्प समूह पर भी व्यक्त की जाती.

जबकि फेसबुक पर दहन के समय पर एक साधारण अपडेट हो सकता है, व्हाट्सप्प के परिवार के समूह पर ऐसे कार्यक्रमों पर अधिक आवधिक अपडेट मिलता है. आम तौर पर मृतक शरीर के साथ सेल्फी प्रेरित नहीं किया जाता और कुछ मामलों में मध्यम वर्ग के परिवार लोगों को मृत्यु संस्कार के फोटो लेने से भी रोक दिए, क्योंकि उनको ऐसा लगा कि ऐसे फोटो पर फेसबुक पर लाइक पाना अनुचित है.

परिवार की मंडली (खून या शादी से संबंधित) के भीतर सामाजिक नेटवर्किंग उपकरण के उपयोग करने के बारे में ऊपर बहस किये गए. मगर, जैसे हमने गोविन्दं के मामले में देखा, पंचग्रामी में नातेदारी रिश्ते दोस्ती की मंडली पर भी कल्पित नातेदार के रूप में विस्तृत होते हैं. नातेदारी मंडली के अंदर सामाजिक नेटवर्किंग उपकरण के उपयोग पर अन्वेषण करना इस अध्याय का प्राथमिक ध्यान होने पर से, अगला खंड ऐसे दोस्ती रिश्तों पर चर्चा करता है जिसको 'कल्पित नातेदार' के रूप में वर्गीकरण कर सकते हैं.

फेसबुक और कल्पित नातेदारी

जबकि पंचग्रामी में दोस्तों के बीच का संचार एक विशिष्ट रिश्ता है जिसको ध्यान की आवश्यकता है, यह खंड एक प्रकार के आत्मीय दोस्ती पर ध्यान देता है जो कल्पित नातेदार का रिश्ता बन जाता है. इसको पहचानना महत्वपूर्ण होता है कि सभी नातेदारी रिश्ते कुछ विशिष्ट दोस्तियों के जैसे आत्मीय नहीं होते, और कल्पित नातेदारी आवश्यक रूप से आत्मीय रिश्ता नहीं बनता.[49] ऐसे कल्पित नातेदारी को सूचित करनेवाले कुछ सामान्य शब्द अजनबियों के बीच में भी दैनिक वार्तालाप में उपयोग किया जाते हैं, उदाहरण केलिए 'अण्णा' (बड़े भाई), 'अक्का' (बड़ी बहन), 'अम्मा' (माँ) आदि. एक व्यक्ति किसी को इस प्रकार संबोधित करने से, यह ज़रूरी से किसी प्रकार का करीबी रिश्ता या दोस्ती का भी मतलब नहीं देता. जबकि तमिलनाडु की परिपाटी अजनबियों को भी इन नातेदारी शब्द से संबोधित करना है, 'सर' और 'मैडम/मेम' जैसे गैर-नातेदारी शब्द के उपयोग भी होता. गोविन्दं का मामला, जिसपर इस अध्याय के आरंभ में विवाद किया गया, इस प्रकार के कल्पित नातेदारी बनाम गैर-नातेदार विभाजन का एक ठेठ

उदाहरण है. मगर, यह खंड सिर्फ उन आत्मीय दोस्तियों[50] से संबंधित है जिनमे आपस में संबोधित करने केलिए कल्पित नातेदारी शब्द उपयोग किये जाते हैं.

एक विशिष्ट जाती के प्रभुत्व के साथ एक क्षेत्र में विकास होते रिश्ते को समझना इसे समझने केलिए आवश्यक होता है कि जैसे नातेदार दोस्त बन जाते हैं, जो फिर एक बार कल्पित नातेदारी संबंधों के द्वारा नातेदार बन जाते हैं. इस अध्याय में पहले बताये गए १२० साल पुराने गाँव के उदाहरण को लीजिए, जो पंचग्रामी का एक अंग है और ऐसे जाती से प्रभावी है जिसके साथ इतिहास के अनुसार खासकर दुर्भाग्य से भेदभाव किया गया है. इस गाँव के कई युवा लोग जिनको इसपर थोड़ा अवगत है कि लगभग पूरा गाँव (विशिष्ट रूप से उसकी लम्बी-अवधि के निवासी) पहले कभी रिश्तेदार थे. मगर, हाल ही के ईसाई पर बदलने और पुरानी पीडियों से प्रयोग किया जाता बहुपत्नी प्रथा के कारण अधिक परेशानी हुआ (उनके धर्म बदल जाने पर भी, उनका जाति वही होती है). इसका फलस्वरूप, कुछ ही लोगों को मालूम है कि पड़ोसियों के साथ उनका क्या रिश्ता है. कुछ युवा लोगों के सिवा, कोई भी रिश्तों का पता लगा नहीं सकते. उनके विशिष्ट उम्र के समूह के दूसरे युवा लोग दोस्तों के रूप में ही देखे जाएँगे. मगर, एक विशेष प्रणाली है जिसमे हर एक दूसरों को एक नातेदारी शब्द से ही संबोधित करते हैं, और इस प्रकार दूसरों से एक रिश्तेदार के रूप में नहीं, एक दोस्त के रूप में ही संबंध रखते हैं. इसलिए गाँव के निवासि एक दूसरे को 'भाई' ('बड़े भाई') या 'मां' या 'साला' या 'सह-भाई' कहकर ही संबोधित करेंगे. यही लगभग महिलाओं को भी चालू होता है. इस प्रकार के मामलों में, नातेदारी-दोस्ती-कल्पित नातेदारी का अणुवृत्त आकार का वक्र मौजूद है. असली भूले गए नातेदारी का रिश्ता दोस्ती के रूप में देखे जाते हैं (परेशानी कम करने केलिए) और कल्पित नातेदारी के शब्द व्यक्त किये जाते हैं. इस पर बहस करने का कारण यह होता है कि इसी नातेदार शब्दों से फेसबुक पर लोग आपस में संबोधित करते हैं, और उनको एक सामाजिक समूह के रूप में मूल्यांकन करने केलिए इसे समझना होगा. पंचग्रामी पर व्यक्त किये गए कल्पित नातेदारी के और कुछ उदाहरण इस प्रकार के रिश्ते को अधिक स्पष्ट रूप से पेश करने की मदद करते हैं.

श्रीधर, जिनका उम्र २६ है, एक स्थानीय जाती-आधारित दल के राजनीति में सक्रियता से शामिल हुए थे. उनके स्थानीय युवा लोगों की मदद करने के कारण, वे हमेशा 'अण्णन' (बड़े भाई) कहकर संबोधित किए गए है. अधिक आक्रामक सक्रियता और सदस्यता अभियान[51] के विकास करने पर उनके स्थानीय दल के नेता के हुक्म का पालन करके, श्रीधर ने सामाजिक मीडिया द्वारा गाँव के अपने जाति के माध्यमिक विद्यालय के छात्रों को अपने दल पर आकर्षित करने केलिए एक क्रियाविधि बनाया. ये माध्यमिक विद्यालय के छात्र, जब श्रीधर से ऑफलाइन में मिलते हैं, उनको 'अण्णन' कहते हैं; जब वे उनको फेसबुक पर संबोधित करते हैं, वे हमेशा 'अण्णन' कहे जाते हैं.

प्रकाश, जो पंचग्रामी में रहनेवाले एक २१ साल का कॉलेज छात्र है, उसके पड़ोस के सम-कक्ष पुरुषों के बीच प्रसिद्द हैं. उनकी प्रसिद्धि इसलिए हुई है कि वे फेसबुक पर अन्य भारतीय राज्यों से ३० महिलाओं (वास्तव में अजनबियों) के दोस्त बन सके. उसको उसके सम-कक्षवालों ने 'मच्ची' (साला) कहकर उल्लेख किया, लेकिन जब वे अजनबियों (विशिष्ट रूप से महिलाओं) से फेसबुक पर दोस्ती करने में उनकी कुशलता और अपने समूह को भी इसे करने में मदद करने के उसकी सम्मति को देखा, सम-कक्षवाले उसको ख़ुशी से 'मामा' कहने लगे (जिसका अर्थ सामान्य रूप से मामा है, लेकिन यह दल्ला

केलिए तमिल कटिबल शब्द भी है). सम-कक्ष समूह के सिर्फ व्हाट्सप्प पर ही बात करने पर भी, वे जो तस्वीर फेसबुक पर अपलोड करते हैं, वे हमेशा प्रकाश को 'मामा' ही कहते हैं (या टैग किये जाते हैं). वह कुछ फेसबुक दोस्तों केलिए दूरी के मामा ही होने पर भी, यह सामान्य रूप से भूला जाता है, क्योंकि यह किसी को नहीं मालूम है कि वह उनके मामा कैसे और क्यों बन गया. यहाँ की दोस्ती कल्पित नातेदारी तक विस्तार होता है, और समूह के सदस्य इन शब्दों से ही एक दूसरे को संबोधित करते हैं. जैसे पता चला, इनमे कुछ असल में रिश्तेदार हैं, और कभी कभी दूसरों को 'पंगाली' (सह-भाई) कहते हैं. परन्तु प्रकाश को सामाजिक मीडिया पर और ऑफलाइन पर आमने-सामने में संबोधित करने का बहुत सामान्य शब्द मामा ही होता है.

कल्पित नातेदारी का यह विशिष्ट विचार तमिलनाडु में वर्ग और जाति से श्रेष्ट होता है. मगर, पंचग्रामी में, कम से कम फेसबुक पर, मध्य वर्ग या उच्च मध्य वर्ग से निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग में अधिक स्पष्ट था. पर हम कह नहीं सकते कि ऐसे कल्पित नातेदारी मध्य वर्ग से फेसबुक पर व्यक्त नहीं किए जाते. आवृत्ति ही अलग होता है. ऐसे कल्पित नातेदारी रिश्तों को व्यक्त करनेवाले जन्मदिन/वार्षिकोत्सव सन्देश, कुछ मध्य वर्ग मुखबिरों के टाइमलाइन पर दिखाई देते हैं. उद्धरण केलिए, सुमित्रा, जो २३ साल की है, अपने फेसबुक दोस्तों के प्रोफाइल पर जन्मदिन सन्देश लिखती है, जिसमे वह एक कल्पित नातेदारी रिश्ता व्यक्त करती है.

> मेरे प्यारे भाई केलिए, हम एक साथ बड़े हुए और एक दूसरे का सम्मान किए. यहाँ तुम्हारा और एक जन्मदिन की शुभकामनाएं

यद्यपि सुमित्रा का यह सन्देश अपने असली भाई पर संबोधित होने के जैसे लगने पर भी, वह वास्तव में उसके करीबी दोस्त पर संबोधित है, जिसने उसी अड़ोस-पड़ोस में उसके साथ बड़ा हुआ. भारती का मामला और एक उदाहरण है, जिसके फेसबुक पर अपनी तस्वीर पर उसकी माँ की सहेली के टिपण्णी का निम्नलिखित प्रतिउत्तर था:

माँ की सहेली: अच्छा पोशाक, भारती छोटी[52] बहुत सुंदर लगती हो
भारती का प्रतिउत्तर: धन्यवाद चाची. इसको पिछले हफ्ते एक्सप्रेस एवेन्यू में ख़रीदा, माँ[53] का भेंट.

ऐसे सन्देश कई निवासियों के टाइमलाइन पर समय-समय पर प्रकट होते हैं. इनमे कई घटना आधारित हैं (विशेष रूप से जन्मदिन या वार्षिकोत्सव).

ऐसे कल्पित नातेदारी रिश्ते को व्यक्त करनेवाले पोस्ट निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के मुखबिरों के फेसबुक प्रोफाइल पर दैनिक रूप से दिखाई देते हैं. वे आवश्यक रूप से घटना-आधारित नहीं होते, मगर हर रोज़ का घटन होता है. निम्न सामजिक-आर्थिक वर्गों में, आम तौर पर पुरुष ही ऐसे सन्देश पोस्ट करते हैं, लेकिन मध्य वर्ग में यह अधिक महिलाओं में देखा जाता है.

कल्पित नातेदारी का एक उल्टा प्रणाली मध्य वर्ग में भी होते हैं, लेकिन निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्गों में लगभग अनुपस्थित है. इस मामले में, कभी एक असली रिश्तेदार दोस्त कहे जा सकते हैं. यह विशिष्ट रूप से शादी से निकलते नातेदारी रिश्तों

पर होता है, जो देवर, देवरानी, सह-बहन जैसे रिश्तों का उत्पन्न करता है. सन्देश अकसर घटना-आधारित होते हैं; उदाहरण केलिए, जब स्त्रियां जन्मदिन सन्देश लिखती हैं, वे इस रिश्ते को अकसर दोस्ती कहती हैं. उदाहरण केलिए, सरस्वती, जो ४२ साल की एक गृहिणी है, उसने अपनी देवरानी से एक वार्षिकोत्सव का सन्देश पाया, जो ऐसा था:

> मेरे भाई और मेरी प्यारी सहेली सरस, इस अद्भुत दिन पर भगवान आप की कृपा करें. आपको ऐसे कई अच्छे दिन प्राप्त हो.

इस प्रकार के सन्देश कई मध्य-वर्ग मुखबिरों के टाइमलाइन पर दिखाई देते हैं. मगर नातेदारी रिश्ते और दोस्ती को खुलकर व्यक्त करनेवाले सन्देश भी फेसबुक टाइमलाइन पर स्पष्ट होते हैं. उदाहरण केलिए, अभिनया, जो २५ साल की एक आईटी कर्मचारी है, ने अपनी चाची के जन्मदिन मनाने केलिए निम्नलिखित सन्देश को फेसबुक पर पोस्ट किया.

> हार्दिक जन्मदिन शुभकामनाएं, मेरी प्रिय चाची[54], मेरे पूरा समय के सबसे श्रेष्ट सहेली.

तमिल समुदाय में अनुक्रम का इरादा चाची और भांजी के बीच के जैसे अंतर-पीढ़ी रिश्तो या एक ही पीढ़ी के रिश्तों पर भी, उदाहरण केलिए भाभी, ननद जैसे, नियंत्रण करता है. परन्तु दोस्त होने का विचार, ऊपर के दो उदाहरणों पर व्यक्त किए जैसे, ऐसे मामलों को बाहरी दुनिया को दिखाता है कि उनके रिश्ते सम-कक्षों में एक होता है, जो अनुक्रम से तय किए जाने के बदले विचार के स्वतंत्र प्रवाह पर आधारित है.

यह इसे सूचित करने केलिए नहीं कि पुरुष ऐसे सन्देश पोस्ट नहीं करते. उनके सन्देश अभिनया के पोस्ट के जैसे हैं, जो असली रिश्ता और उनसे किसी के साथ साझा किए जाते आदर्शवादी रिश्ता दोनों को व्यक्त करता है. उदाहरण केलिए, सर्वेश, जो ३२ साल का एक आईटी पेशेवर है, ने अपने जन्मदिन पर इस प्रकार के संदेशों को अपने टाइमलाइन पर पाया:

> 'मेरे छोटे भाई[55] केलिए ... मेरे जीवन के सलाहकार, मेरा दोस्त, जन्मदिन शुभ-कामनाएं!'

'मेरे पसंदीदा चचेरा भाई, मेरे सबेरे ४ बजे का दोस्त, दार्शनिक और मार्गदर्शक, एक बढ़िया जन्मदिन केलिए मेरी बधाई!'

कभी कभी इस प्रकार के सन्देश स्पष्ट रूप से इस व्यक्ति के फेसबुक पर अपनी दोस्ती मंडली के दूसरों के साथ होनेवाले रिश्ते को स्पष्ट करता है. मगर सर्वेश के पहले जन्मदिन बड़ाई को देखें: वह नातेदारी और दोस्ती को एक ही समय में व्यक्त करनेवाले सन्देश जैसे लगने पर भी, वह वास्तव में सर्वेश की एक बहन-जैसे सहेली का सन्देश था. वह एक असली रिश्तेदार का सन्देश नहीं था. इसके विपरीत, दूसरा सन्देश एक असली चचेरे का सन्देश था. दुर्भाग्यवश, सर्वेश को इतना ही मालूम है कि वे किसी तरीके से रिश्तेदार हैं; वह कह नहीं सकता कि वे कैसे चचेरे हैं, इसलिए 'चचेरे' को ज़िक्र के वर्गीय शब्द के रूप में उपयोग करता है.

जबकि ऐसे अभिव्यक्ति की आवृत्ति लिंग और वर्ग के अनुसार बदलता है, यह दोस्ती से कल्पित नातेदारी पर और कल्पित नातेदारी से दोस्ती पर लगातार अदला-बदली अकसर होता है. उसका एक कारण तमिल सिनेमा से आनेवाली लगातार टेहोकनेवाली प्रामाणिक विचार और उपदेश देनेवाले मिमियों का फैलाव जो इसे कहते हैं कि जैसे लोगों केलिए दोस्ती नातेदारी से अधिक मुख्य होता है.[56] दोस्ती पर इन आदर्शवादी प्रवचन लोगों को दोस्ती को करीबी नातेदारी रिश्तों के समरूप मानने पर प्रोत्साहित करते हैं और इसके प्रतिकूल भी. मगर, मुख्य रूप से, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग में, सभी दोस्ती कल्पित नातेदारी के जैसे ही दिखाई देते हैं, जबकि मध्य वर्ग के पोस्ट की नातेदारी को नातेदारी के बदले दोस्ती के रूप में व्यक्त करने की प्रवृत्ति है.

समापन

समापन में, यह अध्याय नातेदारी रिश्तों के द्वारा रिश्ते और दोस्ती के विचारों पर अन्वेषण किया है. नातेदारी, जो मानवविज्ञान का एक महत्वपूर्ण पहलू है, पंचग्रामी के सामाजिक निर्माण केलिए भी मूल है, जो सिर्फ दैनिक ऑफलाइन रिश्तों को ही नहीं, बल्कि सामाजिक मीडिया पर होनेवाले रिश्तों को भी प्रभावित करता है.

यह अध्याय अंतर-पीढ़ी रिश्तों पर एक समान्वेषण से शुरू हुआ. यहाँ उम्र और नातेदारी के अनुक्रम के सिद्धांत शक्ति और प्रभाव को काम में लाया, जिसने इसका भी सुनिश्चित किया कि परिवार के अंदर अंतर-पीढ़ी संचार केलिए संचार चैनल का चयन बुजुर्गों से उचित समझे जाते मीडिया के एक श्रेणी से ही किया जाता है. मीडिया के चयन में ऐसा प्रभाव बहुस्तरीय था और उसे सांस्कृतिक सन्दर्भों के अनुसार समझना था जहाँ ऐसे स्थिर मीडिया अधिकार मौजूद थे.

यह स्पष्ट था कि अंतर-पारिवारिक संचार में (विशेष रूप से माँ-बाप और बच्चे के) आवाज़ संचार ने चिंता और दायित्व के कारण से दूसरे रूपों पर हावी किया. उदाहरण माँ, जो एक युवा माँ है और जिससे हमने अध्याय २ में मिला, अपने कार्यालय से अपने बच्चों के साथ बात नहीं कर पाई, परन्तु उन्होंने आवाज़ संदेशों को रिकॉर्ड करके अपने बच्चों को सुनाने केलिए व्हाट्सप्प पर भेजा. परन्तु, कोई साक्षरता और अन्य कौशल जैसे प्रभावी चर वस्तुओं को तिरस्कार नहीं कर सकते, क्योंकि दूसरे रूप के संचार के बदले आवाज़ से संचार करने को चयन करनेवाले निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के परिवार में भी ये एक भूमिका निभाते हैं. मज़बूत स्वरुप, जो पोलीमीडिया और मीडिया बहुभाजन के सिद्धांतों की समर्थन करते हैं, मध्य वर्ग और उच्च मध्य वर्ग के परिवारों में मौजूद थे, जहाँ बुजुर्ग लोग एकाधिक मिलनसार चैनल को चयन कर सकते थे. मगर, भौतिक दूरी जैसे अन्य कारक मिलनसार मीडिया के चयन पर प्रभाव डालने पर भी, अंतर-पीढ़ी रिश्तों के मामले में सभी वर्ग आम तौर पर संचार के अन्य रूपों से आवाज़ संचार को ही अधिक पसंद करते थे.

विस्तृत परिवार के रिश्तों के मामले में प्रामाणिक आदर्श, नेटवर्क की अपेक्षा पर अनुसारिता और दृश्यता, फेसबुक जैसे सामाजिक मीडिया मंचों पर किसी एक परिवार के प्रदर्शन का स्तर निर्णय करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका इसलिए निभाते हैं कि दुनिया (तैयार दर्शकों का एक व्यापक नेटवर्क) उनके निकटता को एक परिवार के रूप में देख

सकता है. यह विस्तृत परिवार के सदस्यों के व्हाट्सप्प समूह पर भी प्रत्यक्ष होने लगा, जहाँ कुछ संगठित परिवार के सदस्य दूसरों केलिए प्रदर्शन करते थे.

विवाहित जोड़ों के बीच के दैनिक संचार के मामले में शाब्दिक सन्देश और व्हाट्सप्प जैसे सुरक्षित व्यक्तिगत चैनल आवाज़-आधारित संचार के साथ बारी-बारी आते थे. यह इसलिए भी हो सकता है कि विवाहित जोड़ों के बीच का संचार की आवृत्ति अंतर-पीढ़ी संचार से अधिक होता है. आपसी समझ की भावना संचार करने के सबसे अच्छे तरीके के साथियों के चयन में ही स्पष्ट था, जो मीडिया के एक उचित श्रेणी से चुनते थे. यह दूसरे साथी से भोग किए जाते समय और स्थान के सामान्य परिज्ञान और जो मीडिया उनको उपलब्ध हैं इसके जागरूकता से भी प्रभावित होता था.

जबकि ऐसे भी मामले थे एक विवाहित जोड़ों की दृश्यता और प्रामाणिक आदर्शों ऐसे रिश्तों में प्रदर्शन पर प्रभाव डालते थे, भविष्य केलिए यादों के कूटनीतिक संग्रहण के रूप में उनके ऐसे प्रदर्शन के युक्तिकरण ध्यान देने योग्य है. फेसबुक पर विवाहित जोड़ों के बीच ऐसे खुले संचार होने पर भी, जो एक व्यापक नेटवर्क को प्रदर्शन किए जाते थे, वे कूटनीतिक थे, जो आदर्श पर योगदान करनेवालों को ही दर्शाने को मांगते थे. इसी समय, सांसारिक माना जाता दैनिक संचार व्हाट्सप्प पर या शाब्दिक सन्देश द्वारा व्यक्तिगत रूप से चलता था.

यह अध्याय पूरे सामाजिक वर्ग भर में सहोदर के साथ रिश्तों पर भी अन्वेषण किया है. जब यह लिंग और मिलनसार मीडिया के पिछले विवाद के साथ सहसंबंधी बनाया जाता, यह स्पष्ट होता है कि मध्य वर्ग में (उच्च मध्य वर्ग में अधिक, जहाँ महिलाओं को सामाजिक मीडिया के उपयोग करने की अनुमति दी जाति है) सहोदर बंधन महिलाएं अलग होने पर भी हो सकता है, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग (और इन निम्न मध्य वर्ग) में यह एक चुनौती पेश करता है. इस परिप्रेक्ष्य के अविवाहित युवतियाँ प्राथमिक मिलनसार मीडिया पर अभिगम करने की अनुमति नहीं पाती और इसलिए सामाजिक मीडिया के उपयोग पर प्रतिबंधित हैं. इस वर्ग के सामाजिक मीडिया पर सहोदर बंधन इसलिए महिलाओं की शादी या उनके नौकरी पर जाने के बाद ही, जब उनको एक अपने ही फोन मिल जाता है, होता है. बहन की शामिल के सहोदर रिश्ते में, वर्ग के निरपेक्ष, संचार एक उच्च आवृत्ति से होता लगता था.

अंत में, यह अध्याय दोस्ती को कल्पित नातेदारी के दृष्टिकोण से देखने लगता है, क्योंकि नातेदारी ही इस अध्याय का प्रधान केन्द्र था. इसका एक महत्वपूर्ण पहलू कल्पित नातेदारी और दोस्ती वर्ग भर में एक दूसरे से आगे-पीछे करना था और वे अपने को जैसे फेसबुक पर व्यक्त किए गए देखते हैं. जबकि, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के लोग अपने क्षेत्र के सभी दोस्तियों को कल्पित नातेदारी के रूप में देखते थे, मध्य वर असली नातेदारी, कल्पित नातेदारी और दोस्ती के बीच आगे पीछे करते थे - कभी असली नातेदारी को दोस्ती के रूप में देखकर व्यक्त करना या प्रतिकूल भी. यह स्पष्ट था कि कभी, जब रिश्तों का स्वभाव अस्थिर था, नातेदारी से दोस्ती और फिर कल्पित नातेदारी पर एक अणुवृत्त आकार के वक्र में चलने की प्रवृत्ति है.

इन उदाहरणों में यह भी स्पष्ट था पोलीमीडिया का एक अद्भुत मामला, जहाँ कुछ रिश्तों के बीच का संचार मंचों के बीच परिवर्तित होता था. अध्याय ३ में हम ने नेटवर्क अपेक्षाओं से अनुसारित दृश्य संचार को देखा. इस अध्याय में हम देखते हैं कि एकाधिक मंचों का दृश्यमान उपयोग और खुद मंचों पर संचार के स्वभाव भी किसीसे बनाये रखे

जाते नेटवर्क के अपेक्षाओं पर केंद्रित हैं. फेसबुक के बाहरी संचार का एक सामूहिक मीडिया और व्हाट्सप्प के अधिक निजी मंच के रूप में कथित विचार भी महत्वपूर्ण थे. सार्वजनिक और निजी के रूप में विभाजन का एक और स्तर व्हाट्सप्प के अंदर भी निकला, जो उसमे बनायी रखी जाति सामाजिक मंडली पर आधारित है. जबकि कुछ व्हाट्सप्प समूह इसलिए, फेसबुक के जैसे, सार्वजनिक माने जाते हैं, दूसरे निजी माने जाते हैं. पारिवारिक संचार से लेन-देन का एक स्पष्ट कूटनीतिक स्वरूप जो व्हाट्सप्प के विभिन्न नेटवर्क की ओर उनकी अपेक्षा के अनुसार होकर उन्मुख होते हैं.

वर्ग भर में होनेवाले विभिन्न नातेदारी रिश्तों के बीच होनेवाले संचार के प्रकार के अंदर, एक अत्यधिक विशाल सामाजिक समूह पर एक सन्निहित अपनेपन की भावना मौजूद है. यह, परिवार के वृद्ध सदस्यों या माँ-बाप के विपरीत, अपने मीडिया के पसंद पर समझौता करनेवाली युवा पीढ़ी हो सकती है. इस समूह से प्रतिबंधन लगे जा सकते हैं, जो दिल खोलकर विश्वास करते हैं कि उनकी प्रेरणा सिर्फ अपनी बेटियों को, उनको फोन करने के द्वारा, सुरक्षित रखना और उनके सर्वश्रेष्ठ भलाई प्राप्त करना ही है; अपनी बहनों को कुछ विशिष्ट मीडिया पर अभिगम करने नहीं देनेवाले भी ऐसे दावा करते हैं कि यह उनकी सुरक्षा केलिए ही है. समूहों के बीच संचार का और एक पहलू होता है नातेदारी, दोस्ती और कल्पित नातेदारी का जटिल और अणुवृत्त आकार का वक्र है. एक आदर्श परिवार बनाये रखने की चिंता का जिक्र करने से उपयोगकर्ता वास्तव में, खुद जिस पर सन्निहित हैं, उस अधिक विशाल सामाजिक समूह के आदर्शों और अपेक्षाओं के अनुसारित होते हैं. नातेदारी, सामाजिक मीडिया पर विभिन्न रिश्तों के संचार का अध्ययन, इस प्रकार, अधिक विशाल समाज का प्रतिबिंब है.

5
घर को काम पर लाना: कार्य - गैर-कार्य सीमाओं के धुँधलापन में सामाजिक मीडिया की भूमिका

एक मंगलवार का दो पहर ३ बजे का समय है. अभिजीत, जो २७ साल का एक कंप्यूटर कोड टेस्टर हैं, अपने घन-कक्ष में काम कर रहे हैं, वे शाम को प्रक्रमण केलिए दाखल करने के आवश्यक कोड का परीक्षण कर रहे हैं. वे पालघाट (केरला) के हैं और एक विशाल आईटी कंपनी केलिए काम करते हैं जिसका विकास केंद्र पंचग्रामी पर है. वे भी नौकरी केलिए केरला के अपने परिवार से चले आकर, इस क्षेत्र में रहते हैं. अचानक, वे अपनी माँ के एक शाब्दिक सन्देश से अवरुद्ध होते हैं, जो उनको इस सप्ताहांत में एक प्रत्याशित दुल्हन के परिवार से मिलने केलिए पालघाट में आने को कहता है. अभिजीत, इस उम्र के कई युवा लोगों के जैसे, एक माता पिता द्वारा तय किए विवाह करने पर एक लंबे प्रक्रिया में हैं.[1] इस सन्देश को देखते ही, वे अपने घन-कक्ष से हाल में चलकर और अपनी माँ को इसका सुनिश्चित करने केलिए बुलाते हैं कि वे इस यात्रा के उद्देश्य को पूरी तरह जानते. वे उस सप्ताहांत को सफर करने की सहमति देकर अपने धन-कक्ष में वापस आते हैं. फिर वे अपने मोबाइल फोन से भारतीय रेल के वेबसाइट पर लॉगिन होते हैं और शुक्रवार शाम की यात्रा केलिए एक टिकट रिज़र्व करते हैं. उसके बाद अभिजीत अपनी प्रत्याशित दुल्हन के फोटो को देखने केलिए व्हाट्सप्प की छवियों के फोल्डर पर तलाश करते हैं, जिसको उनकी बहन ने दुल्हन के फेसबुक प्रोफाइल से डाउनलोड किया है और अभिजीत को उस दिन सबेरे फॉरवर्ड किया है. वे खुद मुस्कुराते हैं और वे जिस कोड पर काम करते थे, उसकी परीक्षा करने के काम में लौटते हैं.

शुक्रवार शाम को ५.३० का समय है. कविता, जो ३७ उम्रवाली हैं और पंचग्रामी के एक डाटा प्रोसेसिंग कंपनी में मानव संसाधन के वरिष्ठ निर्देशक हैं, इस प्रकार तमिल में एक संक्षेप व्हाट्सप्प सन्देश भेजती हैं: 'रात का खाना नहीं बनाओ... हम खाने केलिए बाहर चलते हैं.' जवाब में, उनको एक महिला से तमिल में ऐसी एक आवाज़ सन्देश मिलता है: 'ठीक है... बच्चों को तैयार कर दूँगी.' कविता, जो तीन स्कूल जानेवाले बच्चों की माँ है, काम और घर के बीच प्रभावित रूप से उलट पुलट करने में खुश रहती हैं. वे और उनके पति राजेश (जो एक उद्यमी हैं) के अब एक घर में रहनेवाली बावर्ची और दाई (लगभग ५० साल की महिला जो कविता के परिवार की जाति की है) घर के काम

करने केलिए हैं, क्योंकि कविता और उनके पति लंबे समय तक काम करते हैं. राजेश की माँ के देहांत के कुछ ही समय के बाद उन्होंने ऐसा निश्चय किया कि उनको घर में बच्चों की देखभाल और खाना बनाने केलिए किसी की ज़रुरत है.

इस घरेलु सहायिका को अपने काम करने के तरीको के अभ्यास पड़ने केलिए, कविता ने उनको एक सस्ता सैमसंग स्मार्टफोन ख़रीदा. यद्यपि उनके बीच का संचार फोन कॉल से शुरू हुआ, ये महिलाएं धीरे-धीरे व्हाट्सप्प पर संचार करने लगी. कविता को जल्दी ही पता चला कि उनकी दाई को शब्द से आवाज़ सन्देश के उपयोग करना ही सुविधाजनक लगता है. इसलिए, आम तौर पर काम के दिनों में शाम को ५ से ५.३० तक, कविता इसका सुनिश्चित करती है कि वे रात के भोजन की योजना और खाने-पीने की चीज़ और किराने के सामान की भराई के बारे में अपनी दाई को सूचित करती है. यह लगभग कर्मकाण्डी प्रक्रिया शाम को ७ बजे कविता के काम ख़त्म करके जाने के पहले व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश पर होता है.

ये दोनों उदाहरण पंचग्रामी के लोगों के घर और काम के बीच संचार करने के तरीकों का ठेठ है. जबकि आधुनिक कंपनियां कार्य और गैर-कार्य के क्षेत्रों के बीच कठोर औपचारिक सीमाएँ बनाये रखने की कोशिश करते हैं, अभिजीत और कविता के मामलों में उद्धरण किया गया सीमांकन सामाजिक मीडिया से लगातार क्षीण किया जाता लगता है.

अध्याय १ में पंचग्रामी का कार्य-क्षेत्र आधुनिक भारत के महत्वपूर्ण परिवर्तन के अत्यंत उदाहरण के सतर्क चयन के रूप में परिचित किया गया - जैसे वह गाँवों के बीच एक आईटी क्षेत्र के संसर्ग को दर्शाता है. जबकि यह क्षेत्र समकालीन आधुनिक भारत के साथ व्यवहार करने के मामले के जैसे लगता है, यह अभी बहुत पहचान योग्य रूप से परंपरागत है. इसके द्वारा सामाजिक मीडिया के विवरण नातेदारी, वर्ग और जाती के मामलों में डूबे हुए हैं. फिर भी, आईटी क्षेत्र का विकास कुछ विशिष्ट मामलों को अगर-भाग पर लाता है, जिसमे एक स्पष्ट रूप से कार्य और लोगों के जीवन के अन्य आधार के बीच का रिश्ता है.

कृषि के विपरीत, आईटी कार्य अधिक अपौचारिक और पेशेवर प्रदेश होता है जो स्पष्ट रूप से काम के रूप में नामित किया गया है. यह साफ़-साफ़ हम से अभीतक बहस किये गए दूसरे प्रकार के रिश्तों के अधिक अनौपचारिक और जटिल मिश्रण पर एक चुनाव को दर्शाता है. इसका फलस्वरूप, यह अध्याय इस प्रश्न पर अधिक निष्ठा के साथ है कि जब हम अपने क्षेत्र के बीच में इस अपौचारिक, कार्य-आधारित बनावट के विशाल उपस्थिति को देखते हैं, सामाजिक मीडिया का क्या होता है. यद्यपि इसका जागरूकता उपस्थित है कि जैसे कार्य और गैर-कार्य की सीमाएँ दोनों ओर बदल सकते हैं (आप घर से काम करने केलिए दफ्तर के कार्य बाहर ले जा सकते हैं और दफ्तर पर अपने जीवन के गैर-कार्य पहलुओं को ला सकते हैं), यह अध्याय विशिष्ट रूप से इस पर केंद्रित है कि जैसे सामाजिक मीडिया के द्वारा गैर-कार्य पहलू कार्य पर लाए जाते हैं. दुसरे शब्दों में, आधुनिक कार्य पतिस्थिति के कठोर कार्य और गैर-कार्य सीमाओं के धुंधुले को निश्चय करने से, घर काम पर लाया जाता है.

इसको प्रभावित रूप से दिखाने केलिए, हम, ऐतिहासिक सन्दर्भ से भारत में काम पर विचार करने के पहले, मानवविज्ञान से परिभाषित किये गए रूप से काम के विचार पर अन्वेषण करते इस अध्याय का शुरू करते हैं. हम फिर आईटी क्षेत्र के कार्य संस्कृति

पर जाएँगे और इसका तलाश करेंगे कि सामाजिक मीडिया जैसे उसपर फिट होता है जो पंचग्रामी के कई मामलों के अध्ययन से उद्धरण किया जाता है. इन मामलों के अध्ययन इसको भी दर्शाएँगे कि जैसे व्यक्तिगत संचारिक प्रौद्योगिकी कार्य और गैर-कार्य की कठोर सीमाओं को अकसर दुर्बल कर देते हैं.

कार्य - एक मानववैज्ञानिक दृष्टिकोण

कार्य का सिद्धांत सामाजिक विज्ञानों से विस्तार से अन्वेषण किये गए हैं और मानव-विज्ञान इसका अपवाद नहीं है.[2] यद्यपि पहले कृषि परिश्रम जैसे कम औपचारिक कामों से संबंधित था, मानवविज्ञान औपचारिक, आधुनिक औद्योगिक कार्य के पतिस्थिति को मानने लगा है.[3] मगर, जबकि अन्य सामाजिक विज्ञान कार्य को, कार्य और गैर-कार्य या औपचारिक और अनुपचारिक काम जैसे, द्विभाजित के रूप में देखने लगते हैं, मानवविज्ञान कार्य को अविच्छिन्नक रूप में देखने लगता है, भले ही वह कार्य की संबंधी संकल्पना को कार्य और गैर-कार्य के द्विगुण की परिभाषा मे मानता है, वह इसको भी पहचानता है कि प्रयोग में कार्य के ऐसे द्वैतवादी स्तंभ सर्जन स्थिर नहीं होगा. मानवविज्ञान सिर्फ कार्य के ही नहीं, लेकिन जीवन के उन मंडल या प्रदेश के भी भेद-भाव करने से शुरू होता है, जिसमे काम प्रदर्शित किये जाते हैं और इसको भी मानते हैं कि ये मंडल परस्पर व्याप्त होते हैं और बहुत संस्कृति-विशिष्ट हैं.[4] मानवविज्ञान, सामाजिक विज्ञान या मनोविज्ञान जैसे, कार्य को अर्थव्यवस्था के संबंध में ही नहीं देखता; वह काम के सामाजिक पहलुओं और उनके बीच के संबंधों[5] को भी समान रूप से महत्त्व देता है.

मानवविज्ञानी अन्य सामाजिक विज्ञानों से काम के अध्ययन पर उनके दृष्टिकोण पर अलग होते हैं. जबकि मानवविज्ञान, सामाजिक विज्ञान और अर्थव्यवस्था जैसे सामाजिक विज्ञान कार्य के सिद्धांत को क्रमानुसार एक व्यक्ति, एक समूह और एक संगठन के रूप में पहुँचने लगते हैं, मानवविज्ञान कार्य को एक पूर्णतावादी शैली से समझने का प्रयास करता है.[6] औपचारिक औद्योगिक काम पतिस्थिति पर कई मानवविज्ञानियों के कार्य ऐसे पहुँच के सबूत होते हैं.[7]

जबकि अन्य सामाजिक विज्ञानों के साथ मानवविज्ञान इसको स्वीकृत करता है कि कार्य द्विभागीय परिवर्ती राशि के रूप में माना जा सकता है (कार्य बनाम गैर-कार्य), इसको व्यापक सामाजिक सन्दर्भों के भीतर और स्थान और समय के अस्थिर समझौता के रूप में देखा जाना चाहिए.[8] इसको पहचानना मुख्य है कि वास्तव में मानवविज्ञानी ने ऐसे स्थान पर काम किया हैं जहाँ काम का द्विभाजन मौजूद नहीं होता; अब वे औपचारिक आधुनिक औद्योगिक पतिस्थिति के सन्दर्भ को स्वीकार करते हैं, जो काम और घरेलु प्रदेश के बीच के दृढ़ वियोग को परिभाषित करने केलिए काम बनाम गैर-कार्य, कार्य बनाम घर आदि के व्यापक द्विभागीय मॉडल पर ज़ोर देने और उनके उपयोग करने लगते हैं.[9] मानववैज्ञानिक अध्ययन इसको पहचानते हैं कि डिजिटल व्यक्तिगत संचार प्रौद्योगिकी जैसे नवोन्मेष[10] इस द्विभाजन को अस्पष्ट कर दिया है और पेशेवर और घरेलु प्रदेशों के दृढ़ वियोग को क्षीण कर दिया है.

भारत के आधुनिक कार्य-स्थल - विशेष रूप से आईटी कंपनियाँ जो ज्ञान के बाहरी स्रोत से प्राप्त करने के विकास करनेवाले केंद्र के काम करते हैं - कार्य-क्षेत्रों पर पश्चिमी समझौती के अनुसार ही बनाए गए हैं; वे ऐसे द्विभाजन को लागू कराने केलिए कठिन प्रयास करते हैं, जो भारत के अधिक पारम्परिक रूप के कार्यों से वास्तव में अधिक दूरी पर है. उदाहरण केलिए, विशाल वस्त्र उत्पादन उद्योग के मामले में, जो जाति से अधिक व्यवस्थित हुआ है, कटाई, बिनाई और रंगना जैसे काम केलिए आवश्यक रूप से परिवार या घर से बाहर रहना नहीं पड़ता; ऐतिहासिक रूप से ऐसे द्विभाजन मौजूद ही नहीं थे.[11] मगर, बृहत औद्योगीकरण और बाद के औपचारिक कारखानों और कार्य-स्थलों के स्थापन के साथ, ये जैसे द्विभाजन स्पष्ट होने लगे.[12] यह अध्याय इसके साथ व्यवहार करता है कि जैसे लोग डिजिटल व्यक्तिगत संचार उपकरणों के उपयोग के द्वारा आधुनिक कार्य परिस्थिति में मौजूद द्विभाजन को मध्यस्थ करते और सुलझाते हैं और इस प्रकार करने में वे ऐसी सीमाओं को जैसे लगातार चुनाव देते रहते हैं.

मगर, सामाजिक मीडिया के औपचारिक कार्य की सीमाओं को भंग करने के तरीकों पर ध्यान देने के पहले, हमें सामान्य रूप से भारत के श्रमिक प्रणाली को स्वीकार करना चाहिए. यह हमें इसके मूल्यांकन करने में मदद करेगा कि ऐसे बनावट पर मध्यस्थ करना नया नहीं है; लोगों ने इनको ऐतिहासिक रूप से शादियों से किया हैं. यह हमें इसको समझने में भी मदद करेगा कि पंचग्रामी में जैसे औपचारिक श्रमिक प्रणाली को काम-केन्द्रस्त युक्तियों से स्पष्ट असंगति है.

कार्य, जाति और नातेदारी - भारत से एक ऐतिहासिक दृष्टिकोण

मानवविज्ञानी इसको पहचानते हैं कि लोग कई प्रकार के मंडल में काम करते हैं. औपचारिक काम ऐसा एक मंडल है, जो घरेलु मज़दूरी, स्कूल की शिक्षा आदि जैसे दूसरों के साथ मौजूद है. यह विचार महिलावादी रचना का भी केंद्र है,[13] जिसने हमेशा ऐसा बहस किया है कि एक गृहिणी का काम (जो परंपरागत महिला है) एक कमानेवाले की तरह (जो परंपरागत पुरुष है) ही महत्वपूर्ण होता है. प्रत्यक्ष आर्थिक भलाई का मापदंड, जो, उत्पादक और गैर-उत्पादक होता है, या जो खुद काम की परिभाषित करता है आदि पर चालू किए गए हैं, ऐसे रचनाओं में औंधा किए गए हैं. यह एक ऐसे अभिकथन में भी परिणत हो सकता है कि एक या दुसरे स्थान से संबंधित कार्य, ऐसे कार्य चलाये जाते स्थान के बदले, उसके स्वभाव से ही (आर्थिकेतर शब्दों से ही) प्रतिष्ठा ग्रहण करता है.

एक स्थल को दूसरों से अधिक औपचारिक बनाना औद्योगीकरण के बहुत पहले ही मौजूद था; यह भारत में राजस्व के समय से ही देखा जा सकता है.[14] मगर, औद्योगीकरण के आगमन के साथ वर्ग और जाति भर में ऐसा सिद्धांत बहुत मज़बूत किया गया है.[15] औपचारिकता सिर्फ स्थल के अलगाव में ही नहीं होता, मगर इस स्थल में खुद निभाते भूमिका के अनुसार रहनेवालों से अपेक्षित अनुमत सामाजिक व्यवहार को लगाने में भी होता है, जो अनुक्रम, स्वामित्व, अवस्था आदि कई कारकों पर निर्भर है. उदाहरण केलिए, एक प्रधानाचार्य बनाम शिक्षक बनाम छात्र या मुख्य निष्पादन अधिकारी बनाम प्रबंधक बनाम सुरक्षाकर्मी. इस प्रकार का औपचारिकता ऐसे तरीकों के जैसे हैं जिनमे किसीका

नातेदारी की अवस्था ने अध्याय ४ में विवाद किए जैसे लोगों के एक दुसरे के संबंध में युक्त व्यवहार का निर्धारित करता है.

पंचग्रामी तमिलनाडु पर स्थित होने के कारण, तमिलनाडु और भारत दोनों में काम का सिद्धांत को व्यापक रूप से समझना चाहिए. निरंतरता और परिवर्तन ऐसी रूढ़ोक्ति होती हैं जो भारत पर लागू किया जा सकता है,[16] और निश्चित रूप से भारत पर काम के सिद्धांत को सम्मिलित करने केलिए विस्तार किया जा सकता है. भारत में काम का पूर्व निर्माण, जाति के अनुक्रम से होते श्रम विभाजन पर आधारित था. इस प्रणाली में विशिष्ट जाति समूह ऐसे काम करते थे जो हिन्दू शास्त्र के अनुसार उनकेलिए विधान किया गया था. यह वर्णाश्रम प्रणाली कही जाती थी, जो धार्मिक प्राधिकारियों से आबादी को चार समूहों पर विभाजन करने का उल्लेख करता है. ये उनसे किए जानेवाले कार्य पर आधारित थे, अर्थात पंडित, क्षत्रिय, व्यापारी और चापलूस. विश्व विज्ञान को न्यायसंगत करने में, यह वर्णाश्रम प्रणाली परिवर्तित हुई. वह विभेदित जाति के झुण्ड में टूट गया जहाँ किसी का व्यवसाय और इससे सामाजिक स्थिति जन्म से एक विशिष्ट जाति के होने को विधान किया जाता है (जो आरोपण आधारित है), जो किसी से समाज में प्रदर्शन करने केलिए चयन किए जाते व्यवसाय का विपरीत है.[17]

जाति महत्वपूर्ण रहा है और और कुम्हार और सोनार से नाई और धोबी तक, कई विशेषज्ञ पारंपरिक पेशेवर उस काम केलिए नामित जाति पर अधिक बंधे हुए थे - जो हालत पूरे भारत के जैसे तमिलनाडु केलिए भी सच है.[18] काम अलग-अलग जाति के बीच के लेन-देन सेवा के रूप में देखा गया.[19] विशिष्ट जाति समूहों से विशेषज्ञ पारंपरिक पेशेवरों का संबंध उत्पादन के पूरे मंडल केलिए सच था; उदाहरण केलिए, कांचीपुरम जिले के रेशमी साड़ी के जुलाहे (जहाँ यह कार्य-क्षेत्र भी स्थित है) मुदलियार/चेट्टियार जैसे जाति समूह के ही हैं.[20] तिरुपुर, जो तमिलनाडु का एक प्रमुख वस्त्र उत्पादन केंद्र है, में वन्नियर और वेल्लाल गौंडर जाति[21] के लोग ही इस क्षेत्र में प्रयुक्त हैं.[22]

ऐतिहासिक रूप से, भारत में काम, परिवार, रिश्तेदारी या जाति की परिस्थिति में ही किया गया, जो काम और घर के दो मंडलों को स्वभाव से आपस में अलग और द्विभागीय नहीं मानते थे. यह समकालीन तमिलनाडु में भी बहुत स्पष्ट है.[23] उदाहरण केलिए, कपडे उत्पादन की संस्था में, कपडा लोगों के एक दल को अपने ही घर में कताई केलिए दिया जा सकता है और बाद में और एक दल के लोगों को अपने घर में बुनाई केलिए दिया जा सकता है.[24] और हिन्दू अभिव्यक्त परिवार[25] आधारित खानून भी इस संयुक्त या विस्तृत परिवार प्रणाली के मॉडल पर आधारित है, जो सम्पत्तियों और काम पर अधिकार तक विस्तृत होता है.

अठारहवीं और उन्नीसवाँ शताब्दी में औद्योगिक क्रान्ति और उपनिवेशक शासन की अवधि का उत्पादन क्षेत्र के औद्योगीकरण पर प्रारम्भिक प्रभाव था. लोहा और इस्पात संयंत्र और सुरंग भी, जो बीसवीं शताब्दी के प्रारंभ में स्थापित किए गए, धीरे से भारत के औद्योगिक आधारिक संरचनाओं के निर्माण करने लगे.[26] इस प्रक्रिया से काम और घर का अलगाव उत्पन्न हुआ.[27] भारत के पूर्व के छोटा नागपुर स्थल[28] में काम पर मानववैज्ञानिक अध्ययन[29] ऐसा निर्णय करता है कि परिवार, रिश्तेदारु या जाति के बनावट पर आधारित काम को छोड़कर, यद्यपि लोगों ने इन औद्योगिक पतिस्थितियों की ओर प्रवास किया, वे अपने परिवार, नातेदारी और जाति के सदस्यों को उसी कारखानों में नौकरी पाने की

मदद करने और उनको भी उस क्षेत्र में प्रवास कराने और इसके द्वारा पीछे छोड़े गए बंधन के पुनः स्थापित करने लगे.[30]

तिरुपुर कपडे के या छोटा नागपुर क्षेत्र के कारखाने कर्मचारियों पर मानववैज्ञानिक अध्ययन[31] विशिष्ट रूप से औपचारिक वेतन-संबंधी मज़दूरी के क्षेत्र में विकसित हुए सामाजिक संबंधों पर पता लगाता है. वे विशेष रूप से इस पर ध्यान देते हैं कि जैसे लोग अपने सामाजिक रिश्तों को काम पर लाते हैं (उदाहरण केलिए तिरुपुर के कपडे कारखाने के कर्मचारियों के मामले में जाति और छोटा नागपुर के पैदायशी गाँवों में नातेदारी). केरला के ईळवा के अध्ययन[32] में भी इसी प्रकार का अवलोकन किया गया. यहाँ जाति के किसी सदस्य के मध्य पूर्वी देश पर प्रवास (विशेष रूप से संयुक्त अरब अमीरात) दुसरे नातेदारी समूह और जाति के सदस्यों को भी वहां जाने की मदद करती है, जो रिश्तेदारी और पारिवारिक बंधन को पुनःस्थापित करता है.

इसलिए, यद्यपि काम के घर से दृढ़ वियोग आधुनिक औद्योगिक काम की पतिस्थिति में उदय हुआ है, यह बहुत स्पष्ट है कि इन्होने हमेशा भारतीय सन्दर्भों में नातेदारी और जाति से समझौता किए हैं. मगर किसी को इसे समझना भी चाहिए कि पहले के जाति-आधारित नेटवर्क एक विशिष्ट भौगोलिक क्षेत्र के संगृहीत मूल पर ही आधारित है, जहाँ लोग एक ही धर्म और जाति के थे. यद्यपि वे एक दूसरे से संबंधित नहीं होने पर भी, वे एक दूसरे को वर्णनात्मक कल्पित-नातेदारी शब्दों से ही जानते थे; कुछ तरीके से यह सब नातेदारी-आधारित समाज के बोल चाल से पीछा किए गए. मगर, यह मिम्नलिखित ग्रामीण शहरीय प्रवास को बदलने लगता है, क्योंकि लोग इसे पहचानते हैं कि जैसे एक ही जाति अन्य धर्मों के (मुसलमान, ईसाई और हिन्दू) बीच में होकर जाते हैं. जाति, समकालीन भारत में वर्ग असमानता के बोल चल से भरा हुआ होने पर भी, बहुत तेज़ी से एक वर्गीकृत दर्ज़े[33] के बदले सांस्कृतिक वियोग के पहलू बन रहा है.[34] जाति पर अधिक आधारित नेटवर्क अब भी मौजूद है, लेकिन वे बहुत ही आधुनिक कार्य पतिस्थिति के अंदर मुकाबला करनेवाले क्रम और वर्ग के बहुत जटिल और संदिग्ध रूपरेखा के सिर्फ एक ही भाग बन रहे हैं. ये, बदले में मज़दूर संघ जैसे अधिक विशिष्ट समूहों में विकास हो जाएँगे.[35]

यद्यपि काम के घर से दृढ़ वियोग होने की प्रणाली आधुनिक औद्योगिक कार्य पतिस्थिति में उदय हुआ, जैसे ऊपर पता लगाया गया, यह स्पष्ट होता है कि ऐसे द्विभाजन परिस्थिति (घर बनाम काम) से मध्यस्त करना वैतनिक प्रबंधन से उद्योग के बाहर और अंदर मौजूद अकुशल और वेतन-संबंधी कार्य[36] में ही ज़ाहिर होता है. मगर वह प्रबंधन के दर्ज़ों पर भी मौजूद होता है, क्योंकि कारखाने में अनुक्रम और स्थिति के साथ ही कुछ अनुलब्धियाँ मिलती हैं. फिर भी वे ऐसे मध्यस्त के काम करने के समय में प्रबंधन दर्ज़ों के अंदर उनकी स्थिति दृश्य होने पर अधिक जोड़ता है और इसके फलस्वरूप कुलपक्षपात होने का दोष लगाए जाते हैं. मगर, कम-वेतन के कर्मचारियों को कुलपक्षपात का विचार ही नहीं होता; कारखाने कर्मचारियों के उच्च घुमाव के सामना करते हैं और इसलिए नेटवर्क की मदद द्वारा भर्ती इस घुमाव को संभालने का सबसे अधिक प्रभावी तरीका हो सकता है.

परन्तु, इसको भी पहचानना अनिवार्य है कि भारत में ऐतिहासिक रूप से सभी काम एक भौतिक स्थल से संबंधित नहीं था. एक परेशानी करने की प्रणाली[37] थी, जिसमे एक औद्योगिक प्रक्रिया केवल एक भौतिक स्थल की सीमाओं के अंदर निहित नहीं होता

लेकिन बदले में प्रक्रमण के कई स्तर को पार करके जाता है. इनमे से हर एक, कर्मचारी के घर जैसे, एक अलग भौतिक स्थल पर हो सकता है.

यद्यपि एक कारखाने प्रणाली के अंदर काम - गैर-काम की सीमाओं पर मध्यस्त करने की पूरी प्रणाली खुद श्रमिक वर्ग का प्रयास जैसे लग सकता है, एक तरीके से कारखाने खुद ही ऐसे मध्यस्त को होने में समर्थन बना देते हैं. इन सब में हम जिसको प्रणाली विरोधाभासी घटनाचक्र के रूप में वर्णन कर सकते हैं, मौजूद होता है. कारखाने (या अधिक सही ढंग से, काम की कारखाने प्रणाली) कार्य और गैर-कार्य के बीच एक दृढ़ वियोग स्थापन करने केलिए बहुत कठिन प्रयास करते हैं. फिर भी उसी समय, कारखाने प्रणाली में निम्न-वेतन कर्मचारियों की भर्ती करने केलिए, वे कर्मचारियों को अन्य कर्मचारी के भर्ती केलिए सिफारिश और सहायता करने को प्रोत्साहित करते हैं. कर्मचारियों, अपने भाग केलिए, नातेदारी या जाति पर आधारित अपने परिवार या समूह के सदस्यों के, उनके आवेदन-पात्र पर दूसरों से अधिक पक्षपात करके, भर्ती करते हैं. एक प्रकार से औपचारिक कार्य-क्षेत्र के अंदर गैर-कार्य संबंधित अनौपचारिक संचार केलिए यह एक उत्प्रेरक का काम करता है. वह कार्य-क्षेत्र के शिष्टाचार को ही दुर्बल बनाकर काम पर गैर-कार्य परिस्थिति बनाने का कारण बनता है. मगर, काम की प्रणाली, जो भारत में पारंपरिक रूप से पालन किया गया, उसको अपनाने पर भी, औपचारिक कार्य प्रणाली इस आयोजन पर असहमति प्रकट करता है और बदले में अधिक कठोर अधिनियम लगाता है.

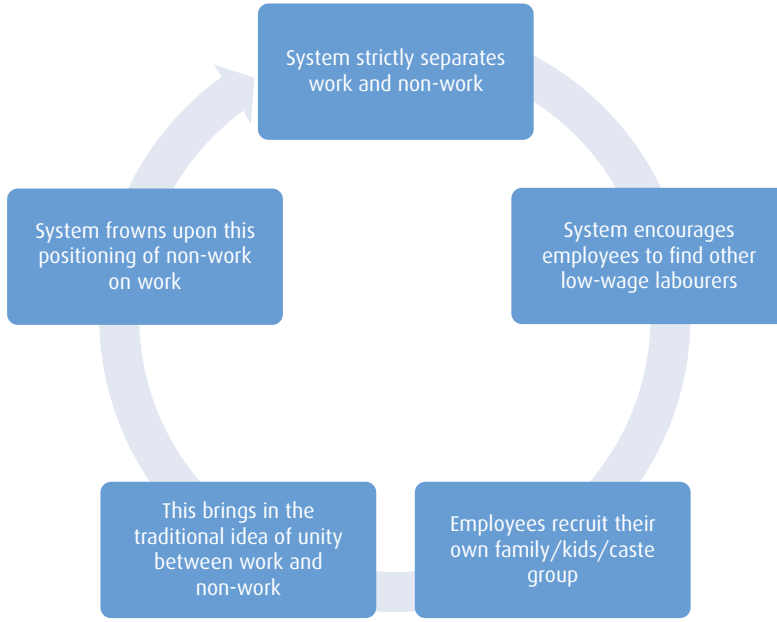
ऊपर का दृष्टांत इस चक्रीय विरोधाभास को प्रदर्शित करता है (आंकड़ा ५.१)

इस प्रकार के कार्य प्रणाली के अंदर विरोधाभास चक्र के उद्भव उत्पादन क्षेत्र में ही नहीं हुआ. जैसे हम देखेंगे, वह आईटी जैसे ज्ञान प्रक्रमण क्षेत्रों में भी मौजूद होता है, लेकिन इस बार सामाजिक मीडिया और व्यक्तिगत डिजिटल संचार प्रौद्योगिकी के संबंध में.

आईटी कार्य संस्कृति

सामाजिक मीडिया और व्यक्तिगत डिजिटल संचार प्रौद्योगिकी जैसे इस क्षेत्र के अंदर बनावट को मध्यस्त करने की मदद करते हैं, इस पर हम जांच करने केलिए जाने के पहले, भारतीय आईटी क्षेत्र पर गहरा ध्यान देना मददगार होगा. ऐसे करने में, लोगों के जीवन में कार्य और गैर-कार्य की सीमाओं को अस्पष्ट करने में ऐसे व्यक्तिगत संचार प्रौद्योगिकी से निभायी जाति भूमिका पर मूल्यांकन करना बेहतर होगा.

१९९१ में भारत के अर्थव्यवस्था के उदारीकरण के बाद, आईटी/आईटीईएस[38] क्षेत्र में देश की उपस्थिति नियमित रूप से आगे बढ़ी.[39] इस क्षेत्र में, परमाणु क्षमताओं का परीक्षण और १९९१ के बाद के राजनैतिक हालत के साथ, इसका विस्तार भारतीय अर्थव्यवस्था को ज्ञान अर्थव्यवस्था के रूप में व्यक्त किया.[40] इस प्रदेश में प्रवेश करना एक महत्वपूर्ण देशीय चिन्ह माना जाता था. उसने लोगों को शिक्षा पूँजी पर निवेश द्वारा प्रतीकात्मक पूँजी[41] को निर्माण करने में सक्षम बनाकर सामाजिक गतिशीलता की आकांक्षाओं पर प्रोत्साहित किया.[42] आईटी/आईटीईएस क्षेत्र की उन्नति, जो ऐसे अर्थ-व्यवस्था के प्रतीकात्मक था, का भी परिणामस्वरुप अंतर्राष्ट्रीय और पार देशी ग्राहकों की



आंकड़ा 5.1 कार्य प्रणाली असत्याभास

मदद केलिए अतिकुशल ज्ञानकारी कर्मचारियों की भर्ती हुआ.[43] जबकि ऐसी भर्ती प्रक्रिया उत्कृष्टता पर आधारित होते कहे जाने पर भी, नातेदारी, परिवार और जाति के मामलों से अधिक किसी के शिक्षा और कुशलता पर अधिमान दिए जाने के कारण बुद्धिमानों के शासन का असला स्तर संदिग्ध होता है.[44] मगर, जैसे अनुसंधान[45] प्रकट करता है, जबकि आईटी/आईटीईएस क्षेत्र सिफारिश को स्वीकार करता है, वह अब भी, अंग्रेजी का ज्ञान, कंप्यूटर प्रोग्रामिंग और अन्य जैसे कुछ कुशलताओं को आवश्यक और मूल मानता है. उद्योग इसका महसूस करता है कि उसका भविष्य अतिकुशल कर्मचारियों पर आधारित है; और इसके कारण परिवार और एक ही नातेदारी या जाति के सदस्यों के परिचय पर प्रतिबन्ध लगाता है, जिसको हमने छोटा नागपुर क्षेत्र के अकुशल कर्मचारियों के बीच में देखा. आगे के अनुसंधान[46] कपडे के उद्योग में नातेदारी-आधारित कर्मचारी भर्ती के बाधाओं को स्पष्ट रूप से उद्धरण करता है.

परन्तु, किसी को इसे याद में रखना चाहिए कि आईटी/आईटीईएस में सिर्फ प्रोग्रामिंग, बिजनेस प्रोसेस आउटसोर्सिंग, नॉलेज प्रोसेस आउटसोर्सिंग या कॉल सेंटर पर सम्बद्ध हुए कर्मचारियों ही शामिल नहीं हैं. उद्योग इन विभक्तियों से भी अधिक विशाल है. वह सफाई/न्यूनतम कर्मचारी, कैंटीन और कैफ़े के कर्मचारी, ड्राइवर, इलेक्ट्रीशियन, सुरक्षा कर्मचारी जैसे समर्थन प्रणाली को भी निम्न वेतन वर्ग पर, और मध्य और वरिष्ठ स्तर के स्थितियों में परमार्शदाता और मानव संसाधन और संचालन कर्मचारी को नियुक्त करता है. निम्न वेतन वर्ग केलिए आवश्यक रूप से प्रोग्रामिंग, परिपूर्ण शब्दावली या अंग्रेजी का सही उच्चारण की जानकारी अवश्य नहीं है. इसलिए आईटी क्षेत्र के इन रोज़गारी के निम्न संवर्ग में नातेदारी या पारिवारिक संपर्कों आधारित सिफारिश अब

भी हो सकते हैं. परन्तु, फिर एक बार, इसे देखने केलिए एक समीक्षात्मक विखंडन को करना चाहिए कि एक औपचारिक परिस्थिति में ये जैसे काम करते हैं.[47] इसके आगे, आईटी/आईटीईएस में घुमाव तुलनात्मक रूप से अधिक होता है, जो एक ही कार्य-क्षेत्र में नातेदारी, जाति या परिवार के नेटवर्क बंधन की अस्थिरता को सुनिश्चित करता है.[48]

भारत के आईटी/आईटीईएस संघों से साझा गया कार्य संस्कृति अनुपम है. वह पेशेवर कर्मचारियों के तुलनात्मक मूल्य को अधिक करने और 'लैंगिक अपक्षपाती' धारणा को व्यक्त करने के द्वारा अधिक महिला कर्मचारियों को आकर्षित करने से श्रेय बनाया गया है.[49] दूसरी ओर यह अनुसंधान इसको भी समझाया है कि बॉडी शॉपिंग संवृत्ति[50] कर्मचारियों को हमेशा अपने काम पर डूबे रहकर किसी परिस्थिति पर तैयार रहने केलिए ज़ोर देता है, और कंपनियां उनको हमेशा अपने कार्य-क्षेत्र से संपर्क रहने केलिए प्रोत्साहित करते हैं. भारत के आईटी/आईटीईएस उद्योग का और एक पहलू है उसका अनुपम नेटवर्क संस्कृति. आधिकारिक नेटवर्किंग साइट के आगमन के साथ, लोगों हमेशा अपने कार्य-क्षेत्र से संपर्क रहते हैं. यह नेटवर्क्ड संगठन संस्कृति[51] के विचार से सहसंबंधित होता है जो भारतीय आईटी कार्य की संस्कृति का सच हो सकता है, क्योंकि इन कंपनियों में से कई ने उनके यूएस के ग्राहक के संघों के अनुसार अपने कार्य-क्षेत्र को बना दिया हैं.

पश्चिमी ग्राहकों को संतोष करना और अपने कार्य की संस्कृति को अंतर्राष्ट्रीय और पार देशीय ग्राहकों के अनुसार बनाना आईटी/आईटीईएस परिस्थिति में कार्य और घर क्षेत्रों के बीच दृढ़ सीमांकन का सुनिश्चित किया है.[52] और, भारतीय औद्योगिक मज़दूर के अध्ययन में एक सबसे बड़ा अंतर कार्य-क्षेत्र में नातेदारी-सामाजिक रिश्तों और व्यापक शहरी पडोसी में सामाजिक रिश्तों के विश्लेषण करने का गंभीरता है.[53] भारतीय आईटी/आईटीईएस उद्योग में कार्य प्रणाली को समझने को चाहनेवालों केलिए, कार्य-क्षेत्र में नातेदारी, सामाजिक रिश्ते और आईटी/आईटीईएस कर्मचारियों के अपने पडोसी में होनेवाले रिश्ते जैसे सामान्य रिश्ते एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाएँगे.

सामाजिक मीडिया के इस कार्य संस्कृति पर मेल होने और कार्य और गैर-कार्य सीमाओं के मध्यस्त की मदद में उनकी भूमिका के अन्वेषण के एक भाग के रूप से, इसको मानना उपयोगी होता है कि क्यों आईटी कंपनियाँ सामाजिक मीडिया के उपयोग पर कुछ प्रतिबंध डालते हैं और जैसे कर्मचारी उनको लगातार पार करते हैं.

प्रतिबंधों को पार करना

बीसवीं शताब्दी का अंतिम दशक और इक्कीसवीं शताब्दी का पहला दशक उदयीमान आईटी क्षेत्र केलिए महत्वपूर्ण साल थे. इस अवधि पर कई अध्ययन, जिनमे इस उद्योग ने भारत में एक मज़बूत आधार पाने की कोशिश की, देश के आईटी क्षेत्र के उद्भव और उससे बढ़ाये गए कार्य संस्कृति का वर्णन किया.[54] उत्तर अमेरिकी/यूरोप के ग्राहक की सेवा करने से, ये व्यापार/ज्ञान प्रक्रिया आउटसोर्सिंग[55] उद्योग ने अंग्रेजी को अपने सार्वजनिक भाषा के रूप में अपनाया. उन्होंने उन विचारशील ग्राहकों के सामने अपने व्यवसायीकरण पर ज़ोर देने केलिए औपचारिक पोशाक भी स्वीकृत की, जिन्होंने अपने वरिष्ठ कर्मचारियों को भारतीय कार्यालयों में भागीदारी समझौता हस्ताक्षर करने केलिए भेजा.[56] इस प्रक्रिया केलिए पहले के कारखाने की प्रणाली के विपरीत, व्यवसायीकरण

के अधिक मात्रा को प्रदर्शन करने केलिए सक्षम संस्कृति को अपनाना भी आवश्यक था. वह कर्मशाला जहाँ शारीरिक कुशल और अकुशल मज़दूर काम कर रहे थे, अब सुशिक्षित तकनीकी रूप से कुशल और अंग्रेजी बोलनेवाले श्रमिक संख्या केलिए काम करने की जगह बन गया. आम तौर पर, पारंपरिक कारखाने व्यक्तिगत ग्राहक के अनुमोदन केलिए अपने कार्य-स्थल को दिखाने केलिए आभारी नहीं थे. मगर, आईटी क्षेत्र के ग्राहक, विवरण की गोपनीयता और सुरक्षा पर चिंतित थे, भारतीय ज्ञान प्रक्रमण उद्योग की व्यवस्था को जाँच करना चाहते थे. इस प्रकार करने में सदैव जिज्ञासु और सावधान ग्राहक-गण ने इसका सुनिश्चित किया कि ये उद्योग उच्च बनाए रखते हैं.

फिर भी ऐसे विकास उद्विकासी प्रक्रिया के भाग भी थे. पश्चिम कार्य प्रक्रिय और कार्य-स्थल सिद्धांत (बड़े कंपनियों में सामान्य और विवरण सुरक्षा प्रणाली, विभाजित कार्य-स्थल और लागत को काम करने की आवश्यकता के छोटे, उद्यमी-चलाते नए छोटे उद्यमों केलिए अनुनेय कार्य-स्थल जैसे) को अपनाना उनके ग्राहकों के चिंताओं को शांत करने में मदद की. यह, बदले में, ड्रेस कोड जैसे दुसरे पहलुओं पर प्रभाव डाला, जिसने धीरे से औपचारिक पोशाक[57] से 'व्यापार आकस्मिक', 'शुक्रवार के अनौपचारिक पोशाक' की संस्कृति और सप्ताहांत में काम से छूट के प्रावधान के रूप में विकसित हुआ. कार्यालय के व्यायामशाला, स्नूकर टेबल और टेबल टेनिस सुविधा, छोटा रसोई घर, और फ़ूड कोर्ट और कैंटीन आदि विशेष रूप से इस क्षेत्र से अपनाये गए. - भारतीय युवा लोगों को आकर्षित करने और अपने व्यापार पर्यावरण में अपने वैश्विक ग्राहक गण के संस्कृति को दर्शाने, दोनों केलिए. (परन्तु यह अपनाना अभी तक पूरा नहीं हुआ; कई कंपनियों में यह अब तक चालू कार्य ही रहा है). ये सब अपने स्थान में होने से, भारत के आईटी कंपनी कार्य और गैर-कार्य स्थलों के बीच एक दृढ़ वियोग के अपेक्षित हैं. आधुनिक अभ्यास के कर्मचारियों को कार्यालय के बाहर कार्य-प्रणाली पर अभिगम करने (लैपटॉप को घर लेकर जाने से) की अनुमति देने पर भी, गैर-काम पहलुओं को कार्य में लाना अधिक कंपनियों केलिए असहमत था.

शरद, जो एक ४७ साल के डिजिटल स्वास्थ्य सेवा उत्पाद के बिक्री निर्देशक हैं, एक बहुराष्ट्रीय आईटी कंपनी केलिए काम करते थे और औपचारिक रूप से कपडे पहने थे. उन्होंने दावा किया कि पहले (लगभग एक दशक पहले) एक ऐसी संस्कृति थी जिसमे ग्राहकों को शुल्क लगाने केलिए कार्य के समय को ठीक तरह से मापा और परिमाणित करने की आवश्यकता थी. यह स्वाभाविक रूप से किसी भी गैर-काम सम्बंधित संचार से नापसंद करने में परिणित हुआ क्योंकि इसके कारण प्रभारित करने योग्य श्रम अवधि कम हो जाता था. यद्यपि ऐसे दृष्टिकोण पिछले कुछ सालों में कम हो गया है, ऐसी संस्कृति अब भी कुछ कंपनियों में मौजूद है.

केशव, जो ३४ साल के हैं, शरद के टीम के साथी हैं और सीधा उनको रिपोर्ट करते हैं. एक इंजीनियर और टीम नेता होने के नाते, उन्होंने कुछ साल पहले हुए घटना को बताया जब यूएस से एक ग्राहक उनके टीम से मिलने आए थे. ग्राहक के परियोजना परीक्षण मुलाक़ात के समय में उन्होंने केशव के टीम के सदस्यों को अपने मेज़ पर स्मार्टफोन के उपयोग करने को देखा. इस ग्राहक ने टीम के एक सदस्य से फोन के कैमरा के कार्यात्मकता के बारे में पुछा. ग्राहक को संतुष्ट करने की उत्सुकता में, टीम के सदस्य ने सिर्फ उनके प्रश्न का फोन के सर्वोत्तम कैमरा कार्यात्मकता पर भरोसा देनेवालों ने उत्तर ही नहीं दिया, लेकिन उस व्यक्ति के साथ एक फोटो भी ले लिया. ग्राहक इतने

गुस्से में थे कि वे केशव के ऑफिस पर गुस्से में गए और कैमरा फोन के अनुचित उपयोग द्वारा विवरण की चोरी के भय से तत्काल प्रभाव से सगाई को रद्द करने की धमकी दी.

मामूली नीति यह है कि कैमरा फोन गुप्त परियोजनाओं में निषेध है (फौजी या वित्तीय से संबंधित जैसे), ऐसे विधि एक ग्राहक के विशिष्ट चिंताओं के उत्तर में अतिमुख्य आईटी परियोजना में भी कभी लागू हो सकते हैं. उस दिन से केशव के टीम ने स्वास्थ्य सेवा से संबंधित किसी भी आईटी परियोजना के समय में कैमरा फोन के उपयोग पर प्रतिबंध लगा दिया. यह स्मार्टफोन (और कोई भी सामाजिक मीडिया) को कार्य-स्थल में लाने से निषेध करता है; वे विराम काल में ही दूर में दिए गए लॉकर से ही अभिगम किये जा सकते हैं. परन्तु, सामाजिक मीडिया के आगमन के साथ, केशव ऐसे अवलोकन करते हैं कि ये विराम काल बहुत बारबार हो चुके हैं; किसी भी कर्मचारी को आधे घंटे में एक बार अपने व्हाट्सप्प या फेसबुक सन्देश के चेक करने केलिए विराम लेने को देखना अनोखा नहीं है. जबकि सामाजिक मीडिया का उपयोग भी कंपनी से अवरुद्ध किया गया, स्मार्टफोन पर अभिगम का प्रतिबंध विवरण की सुरक्षा के उद्देश्य केलिए इस प्रतिबंधक नीति के साथ जोड़ा गया.

परन्तु, इसको कहना है कि सभी कंपनी स्मार्टफोन पर अभिगम को नहीं रोकते; वह परियोजना के प्रकार, ग्राहक के नीति और चिंताओं आदि पर निर्धारित है. फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब आदि मंचों जैसे सामाजिक मीडिया पर अभिगम पर प्रतिबंध सबसे अधिक बड़े-पैमाने के आईटी कंपनियों में मान्य अभ्यास है; वे इन सामाजिक नेटवर्किंग साइट को काम से एक प्रमुख विकर्षण के रूप में देखने लगते हैं और इसलिए उनको गैर-काम के रूप में वर्गीकरण करते हैं. लिंकेडीन, जो एक पेशेवर नेटवर्किंग साइट है, इनमें कुछ कंपनियों में एक अपवाद होता है. उसके कई आईटी सम्बन्धी ज्ञान समूह के साथ यह लगभग निःशुल्क ज्ञान विनिमय साइट के रूप में देखा जाता है, और कुछ कंपनियाँ सिर्फ इस साईट के अभिगम का अनुमति देते हैं. परन्तु, फिर एक बार, यह परियोजना और उस टीम जिसपर कोई संबंधित हैं, पर आधारित है.

मगर ऐसे अधिनियमों को भी उनकी सीमा हैं. जैसे राजगोपाल, जो एक आईटी कंपनी के मानव संसाधन पर २० साल के अनुभवी हैं, व्याख्या करते हैं:

> इंजीनियर के मामले में ये प्रतिबंध हमेशा पार किये जाते हैं. हम इस प्रकार सोचकर बेवकूफ बन जाते हैं कि ये प्रतिबंध कठोरता से पालन किये जाते हैं. मगर हम इन इंजीनियर के सत्यनिष्ठा पर विश्वास करते हैं. एक बात सुनिश्चित है: विवरण चोरी के मामले में उनको मालूम है कि अगर वे हमारे विवरण के चोरी करते या उसको असुरक्षित बनाते, हम उनके विरुद्ध क़ानूनी कार्यवाही करने के सुनिश्चित करेंगे और यह बदले में उनके पेशा और जीवन को नष्ट कर देगा... इसलिए, वे इसको समझते हैं... और वैसे ही हम आसानी से जान सकते हैं कि कौन इन प्रतिबंधों का पार करता है.

विशाक और सुजीत, दोनों २४ साल के अविवाहित हैं, इंजीनियर हैं. वे तेलेंगाना प्रांत के हैं, मगर अब पंचग्रामी में एक व्यापार प्रक्रिया आउटसोर्सिंग कंपनी पर काम करते हैं. वे कार्य-क्षेत्र के पास ही रहते हैं. विशाक और सुजीत एक यूरोप के कंपनी केलिए एक बैंकिंग परियोजना पर काम करते हैं. विवरण चोरी के चिंताओं के कारण दफ्तर के

कंप्यूटर से सामाजिक नेटवर्किंग साइट पर अभिगम करने के बारे में कठोर प्रतिबंध मौजूद हैं. परन्तु जब कर्मचारी अपने ग्राहक कि यूरोपी सिस्टम पर लॉगिन करता है (उनको जो अपने काम के भाग के रूप में करना चाहिए), उनके सामाजिक मीडिया पर असीमित अभिगम मिलता है. इसी प्रकार, सप्ताहांत में (उनके आराम के समय में) विशाक और सुजीत ने क्रिकेट मैच के पुराने क्लिप देखने केलिए और फिल्म डाउनलोड करने केलिए यूट्यूब वीडियो पर अभिगम किया, ये सब अपने ग्राहक के सिस्टम के द्वारा किया. जबकि अगर यह जाना जाता तो ऐसा अभ्यास पर असहमति प्रकट किया जाएगा और इसका परिणाम नौकरी का अंत होगा. विशाक और सुजीत को इसका पता चला कि उनके कई सह-कर्मचारी इसी को ही करते हैं. उन्होंने परिहास किया कि उनके प्रबंधक भी कभी-कभी इसी प्रकार करते हैं, और जब तक काम पूरा होता है और विवरण सुरक्षा पहलू पर किसी प्रकार का समझौता नहीं किया जाता, इसका परवाह नहीं करते. और ग्राहक की ओर से भी कोई शिकायत नहीं होती.

विशाक और सुजीत का यह मामला और राजगोपालन के व्याख्यान इसे साबित करने की सेवा करते हैं कि ऐसी सीमाओं के पार करना हमेशा मौजूद है; अत्यधिक निपुण इंजीनियर लोगों केलिए, ऐसे दृढ़ प्रणाली एक प्रकार का चुटकुला होता है. कार्य प्रणाली असत्याभास का और एक मामला स्पष्ट होता है; ग्राहक भारतीय सिस्टम से सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने से कर्मचारियों को रोक सकते हैं, लेकिन इसके बदले अपने ही सिस्टम के द्वारा सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने का अनुमति दे सकते हैं जिनमे ऐसे प्रतिबंध शामिल नहीं है. आईटी कंपनी के दृष्टिकोण से वे कठोर प्रतिबंध डालते हैं, लेकिन इसको भी पहचानते हैं कि वे ऐसे अत्यधिक निपुण इंजीनियर के साथ व्यवहार करते हैं, जो ऐसे प्रतिबंधों को आसानी से पार कर सकते हैं. वे अपने सिस्टम के बदले अपने कर्मचारियों की सत्यनिष्ठता पर विश्वास रखनेवाले लगते हैं. इस प्रकार का असत्याभास अभिगम के प्रतिबंध के मामलों में ही नहीं, लेकिन आतंरिक कार्यालय संचार जैसे दुसरे कार्य अभ्यासों में भी शामिल होता है.

और एक कंपनियों का समूह पूर्ण निषेध और प्रतिबंधित अभिगम के बीच विचलित होते हैं. मध्य-आकार के कंपनियाँ कर्मचारियों के सामूहीकरण करने की आवश्यकता को पहचानकर सामाजिक मीडिया पर अभिगम के समय को सीमित करने के द्वारा सीमित अभिगम देते हैं - उदाहरण केलिए दोपहर से मध्याह्न १ बजे तक या शामको ६ बजे के बाद, जिसको कुछ मुखबिरों 'फेसबुक टाइम' के रूप में व्याख्या करते थे. इनमे कई कंपनियाँ लिंकेडीन पर अभिगम करने का अनुमति देते हैं, जिसको वे ज्ञान माध्यम के रूप में देखते हैं, जबकि वे दूसरे सामाजिक मीडिया पर अभिगम को प्रतिबंध करते हैं. मगर साधन-संपन्न कर्मचारी व्यक्तिगत सन्देश भेजने केलिए लिंकेडीन का उपयोग कर सकते हैं. उदाहरण केलिए सुचित्रा ने, जो एक २४ उम्र की आईटी कर्मचारिणी है, एक स्मार्टफोन-प्रतिबंधित परियोजना पर काम करते समय लिंकेडीन पर दूसरी आईटी कंपनी पर काम करनेवाली अपनी सहेली को सन्देश भेजा; उन्होंने ऐसे ही लिंकेडीन सन्देश प्रणाली द्वारा उनको व्यक्तिगत सन्देश भेजा. परन्तु इनमे अधिक संचार के चैनल जब ऐसे प्रतिबंध निकाले जाते है, तब परिवर्तित हो जाते हैं. उदाहरण केलिए, जब सुचित्रा ने कर्मचारियों को स्मार्टफोन लाने की अनुमति देनेवाली परियोजना पर बदल गयी, तब उन्होंने अपने व्यक्तिगत संदेशों को व्हाट्सप्प

पर बदल दिया, जिससे उन्होंने कंपनी की सम्पत्तियों को अपने निजी उपयोग के लिए प्रयोग करने को कम कर दिया.

अपेक्षाकृत छोटी कंपनियों और नए छोटे उद्यमों के मामलों में, ये प्रतिबंध वास्तव में चालू नहीं होते. कर्मचारी अपने फोन और अपने कार्य सिस्टम द्वारा सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने लगते हैं और अब व्हाट्सप्प ने तत्काल सन्देश की जगह ली है, कार्यस्थल से गैर-कार्य पहलुओं पर असीमित अभिगम स्पष्ट होता है. अर्थपूर्णता से कंपनियों के उपकरणों से सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने के मामलों में फेसबुक, यूट्यूब और लिंकेडीन कार्यस्थल से अधिक अभिगम किये गए सामाजिक मीडिया साइट की श्रेणी पाते हैं - मुख्य रूप से इन छोटे कंपनियों और नए छोटे उद्यमों के कर्मचारियों से.

निस्संदेह इनमे सबसे अधिक नए छोटे उद्यमों वेब आधारित हैं; उनके आर्थिक मॉडल विज्ञापन और मोबाइल एप्लीकेशन पर केंद्रित है, इसके कारण उनके सभी कर्मचारियों को ऑनलाइन में होना अनिवार्य है. मगर इस प्रकार के कार्य से सामाजिक मीडिया पर व्यक्तिगत संचार पर अभिगम काफी हद तक कम हो जाता है क्योंकि सबसे अधिक सामाजिक मीडिया अभिगम अब काम पर केंद्रित है. रघु ने, जो एक २२ उम्र का भौतिक ग्रेजुएट है, मोबाइल और सामाजिक मीडिया एप्प के डिज़ाइन करनेवाले एक नया छोटा उद्यम में आत्म-शिक्षक प्रोग्रामर है, ऐसा व्याख्या की:

> मेरे कंपनी के लोग आम तौर पर एप्प के डिज़ाइन करते समय फेसबुक पर अदृश्य रूप में चले जाते हैं क्योंकि लगातार व्यक्तिगत संचार परेशान हो सकता है और हम अकसर एक काम के खाते से सामाजिक मीडिया के अंदर आते हैं और इसके प्रत्युत्तर देने केलिए व्यक्तिगत खाता से नहीं. और मेरे नेता मेरे पास बैठते हैं, क्योंकि हमारा एक अनुनेय कार्य-क्षेत्र नीति है.[58] कार्य-स्थल छोटा है, इसलिए लोग जानते हैं कि आप क्या करते हैं. यद्यपि कोई भी आप को अपने व्यक्तिगत विकर्षण को तुरंत जानने नहीं देंगे, वे ऐसे दृश्य संकेत करने की सुनिश्चित करेंगे कि वह खुद ही आप को ठीक कर देगा. इसलिए हम व्हाट्सप्प पर संचार करते हैं... यह आसान और सावधानी है और किसी को परेशान नहीं करता. और ऐसे छोटे पतिस्थिति में इसको जानना बहुत आसान है कि आप क्या करते हैं और कब ऑनलाइन पर कुछ करते हैं. जबकि मेरे अच्छे दोस्त मेरे कार्य-क्षेत्र पर हैं, मैं आमने-सामने के संचार करने लगता हूँ. व्हाट्सप्प पर मेरे कॉलेज के दोस्त ही हैं. इसलिए काम के समय में काम से बाहर के लोगों से संचार बहुत कम होता है.

रघु ने अपने काम को कोई फिल्मकार और किसी के फिल्म को देखने के साथ भी तुलना की; ध्यान व्यक्तिगत मनोरंजन पर नहीं होता, मगर फिल्म के तकनीकी अभिमुखता पर होता है.

सुचित्रा और रघु दोनों के मामले फिर इसके उदाहरण है कि जैसे खुदी सिस्टम ही कंपनी से कर्मचारियों पर लगाए जाते प्रतिबंधों को पार करने के काफी अवसर प्रदान करता है. परन्तु, जब वह खुले रूप से अवसर प्रधान करता है, ऐसे व्यक्तिगत संचार के मंच बदल जाते हैं. कर्मचारी अभी कंपनी के सम्पत्तियों से सामाजिक मीडिया पर अभिगम नहीं करते, लेकिन अपने ही उपकरणों पर बदलना चाहते हैं.

कार्यालय संचारक

एक आईटी कार्य परिस्थिति के अंदर नए डिजिटल संचार प्रौद्योगिकी के विशिष्ट भूमिका पर इसके आगे जाँच करने केलिए, हमें इसको पहचानना है कि सन्दर्भ सिर्फ औपचारिक कार्य-स्थल के चित्रांकन का मामला नहीं है; यह इनके संचार केलिए विशिष्ट नियम बनाने के तरीके से भी संबंधित हैं. औपचारिक काम में हमेशा गैर-कार्य संचार, पिछले रात देखे फिल्म पर किसी सहकर्मचारी के साथ बातचीत या दफ्तर के कैंटीन पर या जल शीतलक के पास आकस्मिक गपशप जैसे, शामिल है. ऐसे स्थल, औपचारिक कार्य-क्षेत्रों भी, गैर-कार्य संचार को प्रोत्साहन देते हैं. हाल के वर्षों में एक ऑनलाइन स्थल को शामिल करने योग्य विकास हुए हैं, जिनमे गैर-कार्य संचार के चैनल घटित हो सकते हैं. उदाहरण केलिए, तत्काल संचारक या आतंरिक कार्यालय मंच जैसे कार्यालय का तत्काल सन्देश प्रणाली, ऐसे गैर-कार्य संबंधित संचार चलाने का अनुमति देते हैं. इसलिए काम करते लोगों के दूसरे विषयों पर आमने-सामने जल शीतलक[59] के पास या और कही बातचीत करने केलिए इस ऑनलाइन सुविधा के उपयोग - जिसमे गैर-कार्य संबंधित संचार केलिए आंतरिक कार्यालय सन्देश प्रणाली भी मौजूद है - का अनेक दृष्टांत हैं.

शरद और केशव के कंपनियों के जैसे, कई आईटी कंपनियाँ प्रसिद्द सामाजिक मीडिया साइटों पर अभिगम का प्रतिबंध करते हैं. मगर, उनके कर्मचारियों के पास अब भी सामाजिक नेटवर्क उपलब्ध है, इसका सुनिश्चित करने केलिए, इन बड़े कंपनियों में कुछ संचार को सुगम बनाने केलिए और अपने कर्मचारियों को कंपनी के अंदर ही सामूहीकरण करने केलिए अपने ही सामाजिक मीडिया साईट के निर्माण करते हैं. कई बड़े कंपनियों आंतरिक कंपनी मंचों पर भी अभिगम प्रदान करते हैं, जहाँ कर्मचारी सामूहिक मुलाकातों को पोस्ट कर सकते हैं और पुरानी किताब, घड़ियाँ, वाहन आदि सामानों को बेच भी सकते हैं. परन्तु सब लोग इन सुविधाओं का उपयोग प्रभावित रूप से नहीं करते, क्योंकि इस प्रकार का सामाजिक नेटवर्किंग अब भी कार्य-संबंधित लगता है और ऐसे कार्य स्थल पर संचालन करता है जहाँ कर्मचारी के क्रियाकलाप अवलोकन किये जाते हैं. आंतरिक कंपनी मंच पर अनुचित व्यवहार किसी के व्यवसाय पर काफी प्रभाव डाल सकता है, और इसलिए जहाँ ये मंच मौजूद थे, लोग इनको फेसबुक, व्हाट्सप्प या लिंकेडीन के स्थानापन्न के रूप में नहीं समझे.

नए छोटे उद्यम आंतरिक सामाजिक मीडिया प्रदान नहीं करते (बजट संबंधी जबरदस्ती के कारण), वे कर्मचारियों को कंपनी के छोटी बनावट के समपूरक बनाने केलिए सामूहीकरण करने और एक कॉलेज जैसे वातावरण बनाने केलिए कहते हैं. वास्तव में, कर्मचारी इसको फेसबुक पर नहीं करते (यद्यपि वे फेसबुक से दोस्तों को जोड़ें), लेकिन इसको आमने सामने व्हाट्सप्प पर करते हैं (अगर वे कार्यस्थल के बाहर हो तो). इस उदाहरण का सीधा समान्तर पंचग्रामी में पाठशाला प्रणाली पर अध्याय ६ में विवाद किया गया है.

यह इसका और एक उदाहरण है कि जैसे सिस्टम असत्याभास काम करता है. बड़े आईटी कंपनियाँ अपने उन कर्मचारियों केलिए अपने ही सामाजिक मीडिया का निर्माण करते हैं जो प्रभावित रूप से इनका उपयोग नहीं करते. इसी समय, नए छोटे उद्यम जो एक कॉलेज जैसे वातावरण बनाना चाहते हैं, ऐसी जुड़ाई की रचना करने को चाहेंगे, लेकिन वित्तीय अवरोधों से प्रतिबंधित हैं, और इसके कारण कर्मचारी आमने सामने के संचार करने केलिए छोड़े जाते हैं.

जबकि टीम बैठक औपचारिक कहे जा सकते हैं, कार्य-संबंधी बैठक, कई दूसरे बैठक/परस्पर क्रिया स्थिति में अधिक अस्थिर होते हैं; वे औपचारिक रूप से शुरू हो सकते हैं, कार्य-संबंधी संचार अभी जीवन के विभिन्न मंडल के बीच के कार्य के सातत्यक के द्वारा हिलते हैं. उनके एक औपचारिक कार्य प्रणाली/कार्य स्थल पर होने पर भी, ऐसे संचार के द्वारा जीवन के विभिन्न मंडल के बीच एक प्रकार का निर्बाध प्रवाह बनाए रखा जाता है. हम अब इसका जाँच करेंगे कि जैसे सामाजिक मीडिया ने उस प्रकार के मध्यस्थता को ऐसे संचार के चैनल प्रदान करने से ज़्यादा कर दिया है जो कारखाने प्रणाली में मौजूद नहीं था.

यह खंड ऐसे तीन उदाहरणों के साथ शुरू होता है जो व्हाट्सप्प और अंतर-कार्यालय संचारक द्वारा कार्य-क्षेत्र के अंदर हुआ संचार पर अन्वेषण करता है. अगले खंड में हम एक व्यापक सन्दर्भ में होनेवाले संचार पर समीक्षा करेंगे, जहाँ काम का संचार काम के बाहर होनेवाले संचार से अद्वितीय है. अंतिम खंड दिखाता है कि जैसे ये एक ऐसे सामाजिक मीडिया स्थल को बनाने केलिए जुटते हैं जहाँ स्थानीय गैर-काम संपर्क वास्तव में कार्यस्थल में सामाजिक मीडिया संपर्कों को भर्ती करने के द्वारा काम के व्यक्तिगत बनावट को बदल देने पर पहुँचते हैं.

निम्नलिखित मामले पंचग्रामी पर रहते और काम करते मध्य-वर्ग के आईटी कर्म-चारियों के बीच काफी हद तक ठेठ है. इन सब मामलों में, जो जगह से ऐसे फैलाव होता है, अर्थात कार्यस्थल, विवाद का स्थल होता है.

निम्नलिखित मामलों में जो होते हैं, उनमे किसी को, कोई उसे इस प्रकार वर्गीकरण करने केलिए जितने भी कठिन प्रयास करें, 'कार्यालय का काम' कह नहीं सकते. फिर भी, इन मामलों से एक मंडल से दूसरे मंडल तक संचार और विचार का 'प्रवाह' और पूर्व पर तत्काल चलन देखे जा सकते हैं. यह काम में होते समय काम और घर के मंडल के बीच संचार के स्वरुप से संबंध करने या काम और शौक के मंडल के बीच या काम और एक विशिष्ट समूह के साथ खेल के मंडल के बीच, जो फिर एक बार कार्य के मंडल पर वापस बहते हैं. ऐसे बहाव का सामयिक प्रकृति बदल सकता है और संबंधी हो सकता है, लेकिन ऐसे बहाव दैनिक रूप से चलता है और इसको कभी हटा नहीं सकते.

अनिता और पुरुषोत्तम - अंतर-कार्यालय संचारक पर एक जोड़ा

अनिता, जो २४ साल की है और पुरुषोत्तम, जो २७ साल के हैं, अभी विवाहित हैं और पंचग्रामी में एक आईटी कंपनी पर काम करते हैं. पुरुषोत्तम एक परियोजना प्रबंधक हैं और अनिता एक व्यवसाय विश्लेषक हैं; वे अलग-अलग परियोजनाओं में काम करते हैं और एक ही कंपनी के अलग मंजिल पर आधारित हैं. यह जोड़ा कार्यालय एक सेडान कार पर एक साथ आते हैं और एक साथ जाते हैं.[60] वे एक दूसरे को दो घंटे में एक बार अंतर-कार्यालय संचारक द्वारा सन्देश भेजते हैं, जो इंट्रानेट पर कंपनी के सभी कर्मचारियों को जोड़ता है. वे समन्वित करके मध्याह्न भोजन और कॉफ़ी ब्रेक केलिए योजना बनाने केलिए एक दूसरे को सन्देश भेजते हैं कि वे नौ घंटे के काम दिन में कम से कम चार बार मिल सके. उनमे से प्रत्येक अपने सहकर्मियों से अनुभव करती निराशा कभी कूट भाषा द्वारा कार्यालय संचारक पर ऐसा व्यक्त किया जाता है कि जो भी उनके स्क्रीन को

देखनेवाले कोई भी वे जिसके बारे में बोलते हैं इसको समझ नहीं पाएँगे. यद्यपि जोड़ा के प्रेम प्रसंगयुक्त सन्देश कार्यालय संचारक के बदले व्हाट्सप्प केलिए आरक्षित हैं, सामान्य सन्देश - दूसरे को टेलीफोन बिल भुगतान करने केलिए याद देना, दिन में मिलने का आयोजित करना, आदि जैसे - सभी यह कार्यालय चैनल द्वारा भेजे जाते हैं. देखनेवाले केलिए यह किसी के अपने कंप्यूटर स्क्रीन पर घूरकर देखने की धारणा देता है, और काम में कठिन होने की धारणा देता है. जैसे अनिता समीक्षा करती है, मोबाइल फोन को संभालना ऐसा असर डालता है कि कोई वास्तव में काम नहीं करता लेकिन वस्तुओं से निरर्थक काम करने से समय का बर्बाद करते हैं और प्रबंधक को विचार का विषय प्रदान करते हैं. इसके विपरीत, कार्यालय संचारक द्वारा संचार अध्यवसायी कर्मचारी के धारणा को संभालकर रखने की मदद करता है, लेकिन उसी समय कर्मचारी को अपने ही कार्यालय पर काम करनेवाले करीबी परिवार के सदस्य के साथ संचार करने में सक्षम बनाता है. इनका मामला अध्याय ४ में विवाद किया गया रंगा और चंद्र के मामले के जैसे ही है. एक ही कंपनी के परिसर में काम करनेवाले और आधिकारिक संचार सिस्टम पर व्यक्तिगत सन्देश विनिमय करनेवाले दूसरे जोड़ों के मामले भी उदय हुए.

रमणन और बालशंकर - साइकिल चलाते मित्र

रमणन, जिनका उम्र २४ है, उसी आईटी कंपनी में काम करते हैं, जहाँ उनके चचेरा भाई बालशंकर, जो ३६ साल के हैं, काम करते हैं. यद्यपि दोनों लोग एक ही कंपनी के अलग-अलग शाखा पर काम करते हैं, उनके शौक और कसरत दोनों के रूप में साइकिल चलाने की इच्छा थी. वे एक दूसरे को साइकिल चलाने के संबंधित सन्देश व्हाट्सप्प और अंतर-कार्यालय संचारक पर भेजते थे, सभी काम के समय में ही. दोनों चचेरे भाई एक साइकिल चलानेवालों के समूह के भी सदस्य है जिसका फेसबुक पर एक समूह पृष्ट है. इस पृष्ट के पोस्ट दिन भर लगातार रमणन से चेक किया जाता हैं और बालशंकर को भेजे जाते हैं. वे दिन में कई बार अंतर-कार्यालय संचारक और व्हाट्सप्प पर बातचीत करते हैं, जो कार्य के समय का संचार मुख्य रूप से साइकिल चलाने के बारे में ही होता है. फिर एक बार, रमणन और बालशंकर दोनों केलिए इस बातचीत केलिए हॉल में जाने की आवश्यकता नहीं होती. वे अपनी कुर्सी पर बैठकर ही अपने बातचीत कर सकते हैं, इसलिए ऐसा लगेगा कि वे काम कर रहे हैं.[61]

ये उदाहरण ऐसे तरीकों के प्रदर्शन करते हैं जो आईटी कर्मचारी विशिष्ट प्रौद्योगीकरण के संभव कार्रवाई को जीवन के विभिन्न मंडल के बीच में बहने केलिए उपयोग करने के हैं. ये नाटकीय प्रदर्शन के संचार की संभावनाओं को प्रदान करते हैं, जो कार्यस्थल में प्रतिष्ठा को बढ़ा सकता है, लेकिन उसी समय कार्य-क्षेत्र केलिए आविष्कार किये गए प्रौद्योगिकी के द्वारा घरेलु जीवन या शौक के मंडल में काम की प्रौद्योगिकी का विकास करता है. वे इसका भी सबूत देते हैं कि क्यों बाहरी संचार पर अवरोध को कायम रखना कंपनियों केलिए विशेष रूप से कठिन बन गया है और कार्य और गैर-कार्य संचार के बीच दृढ़ सीमाओं को लागू करने केलिए प्रयास करते कंपनियों के कार्य प्रणाली से सामना किये जाते चुनौतियों को दर्शाते हैं. जब विवाहित जोड़ों या करीबी रिश्ते के नातेदार को नौकरी दी जाति है, तब यह विशिष्ट रूप से होता है.

क्रिकेट मैच और अभिषेक का कार्यालय

भारतीय प्रीमियर लीग क्रिकेट मैच के समय अभिषेक, जो २७ साल के एक प्रोग्रामर हैं, अंतर-कार्यालय संचारक द्वारा अपने मित्र को एक सन्देश भेजते हैं जो और एक परियोजना में व्यवसाय विश्लेषक हैं. वे चेन्नई सूपर किंग्स,[62] जो एक कंट्री क्रिकेट क्लब है और जिसमे भारत के सुप्रसिद्ध खिलाड़ी मौजूद हैं, के उद्दिनांकित स्कोर को जानना चाहते हैं. बदले में अभिषेक विद्याशंकर से एक सन्देश पाते हैं, जो उनके सहकर्मचारी हैं, जो स्कोर को जानना चाहते हैं. जल्दी ही टीम के अधिक सदस्य स्मार्टफोन और वेबसाइट में स्कोर को ढूंढ़ने लगते हैं, उसके बाद अंतर-कार्यालय संचारक द्वारा अपने सहकर्मचारियों को इस जानकारी आगे बढ़ाते हैं. लोग फेसबुक और व्हाट्सप्प में भी क्रिकेट स्कोर पर टिप्पणियां करते दोस्तों से सन्देश पाने लगते हैं, और ये सब उसी मंजिल में काम करनेवाले दूसरे टीम को अशांत नहीं करके कार्यालय संचारक द्वारा आगे बढ़ा जाते है. वाईस प्रेजिडेंट से डाटा एंट्री ऑपरेटर तक सभी लोग शामिल हैं. अगले दिन सब सामान्य हो जाते हैं और कार्य के समय में फेसबुक का चेक करने पर असहमति प्रकट किया जाता है. यद्यपि यह मामला 'घर' के मंडल को काम पर चलने के मामले में वर्गीकरण नहीं किया जा सकता, फिर भी यह गैर-कार्य मंडल कार्य मंडल पर जाने का स्पष्ट मामला है. इस प्रकार करने में, यह प्रधान रूप से औपचारिक आधिकारिक कार्य केलिए बनाए गए समूह के बीच एक अनौपचारिकता और बंधन की रचना करता है.

इसलिए, कार्य स्थल और गैर-कार्य स्थल के बीच प्रवाह को हमारे मानने के पहले भी, हमें इसको पहचानना है कि कार्यालय और कार्य परिस्थिति के भीतर अभी जो सख्ती से संचार के कार्य और गैर कार्य पहलू माने जाते हैं, इनके बीच प्रवाह के एक जटिल मिश्रण मौजूद हैं.

अब, जैसे भारत के आईटी संस्थानों के दैनिक कार्य संस्कृति में सामाजिक मीडिया उपयुक्त होता है इस पर हमें विहंगम दृश्य मिलने से, निम्नलिखित मामले के अध्ययन के द्वारा व्यक्तिगत संचार प्रौद्योगिकी द्वारा ऐसी संस्कृति पर दैनिक मध्यस्थता बेहतर मूल्यांकन किया जा सकता है. यह पंचग्रामी के एक ठेठ मध्य-वर्ग मूल परिवार के एक ठेठ काम के दिन का वर्णन करता है.

कार्य और घर की संस्कृतियों का पुनः एकीकरण

हमारे पूर्व उदाहरणों में एक में हमने अनिता और पुरुषोत्तम, जो क ही कार्य वातावरण को साझा करनेवाले नवविवाहित जोड़ा हैं, के बारे में बहस किए. अब घडी को आगे कुछ सालों में मोड़िए, जब उनके बच्चे होंगे. शायद उस समय तक वे रवि और श्वेता बने होंगे.

रवि, जो ३६ साल के हैं, और श्वेता जो ३२ साल की हैं, पंचग्रामी के एक बहु-मंजिल अपार्टमेंट परिसर के अपने ही तीन-शयनकक्ष अपार्टमेंट में रहनेवाले जोड़ा हैं. दोनों कार्य-क्षेत्र के एक आईटी कंपनी में काम करते हैं. उनका दो बच्चों के साथ एक ठेठ मूल परिवार है. सबसे बडा विशाल १० साल का है और उनके अपार्टमेंट परिसर के अंदर के एक बहुत प्रख्यात प्राचुत अंतर-राष्ट्रीय स्कूल पर जाता है. उनकी बेटी अनु ढाई साल की है, वह अपार्टमेंट परिसर के बगल के एक बालोद्यान पर जाति है.

एक ठेठ दिन सबेरे ५ बजे शुरू होता है, जब श्वेता और रवि अपने स्मार्टफोन पर स्थित अलार्म के अनुसार जागते हैं. जबकि रवि एक जल्दी दौड़ केलिए बाहर चलते हैं, श्वेता खाना बनाना शुरू करती है. उनके नित्य नियम में आउटलुक पर अपने ऑफिस मेल को जल्दी चेक करना, व्हाट्सप्प को जल्दी चेक करना और अगर वे कोई आधिकारिक या व्यक्तिगत सन्देश को खो गए हैं, इसे देखने केलिए अपने प्रत्येक फेसबुक प्रोफाइल पर एक बहुत जल्दी निगाह आदि शामिल है. जब यह सब पूरा होता है, वे दिन के काम को शुरू करते हैं. स्कूल में ७ बजे नियत क्रिकेट के प्रशिक्षण केलिए विशाल को ६ बजे जगाते हैं जिसके बाद वह वहां क्लास में उपस्थित होता है. इसी समय में रवि खुद ग्राहक होनेवाले कुछ इ-एकबार और कुछ तकनीकी पत्रिकाओं को अपने आईपैड में पढ़ने केलिए और उसी के साथ फेसबुक पर अपने दौड़नेवाले (मैराथन) समूह के पृष्ट को चेक करने केलिए कुछ समय लेते हैं. अनु सबेरे ६.३० बजे जगाई जाती है कि रवि उसको ८ बजे शिशुशिक्षण बालोद्यान में छोड़ सकें और उसके बाद अपने कार्यालय पर जा सकें.

इसी समय श्वेता दिन के अपने खाना बनाने का काम ख़त्म करने के बाद अपने कार्यालय केलिए ७ बजे प्रस्थान करती है. दो कार होना रवि के परिवार केलिए सुविधाजनक होता है, क्योंकि इनको सबेरे के परिवहन केलिए एक दूसरे पर निर्भर होने की आवश्यकता नहीं होती. जब वे कार्यालय पहुँचती हैं, श्वेता रवि को यह कहने केलिए एक नित्य नियम का व्हाट्सप्प सन्देश भेजती है कि वे सुरक्षित पहुँच गयी. यह सन्देश में कुछ 'तुम से प्यार करती हूँ और चुंबन' भी शामिल है. रवि भी इसीको दो बार करते हैं, पहले जब वे अनु को प्लेस्कूल पर छोड़ देते हैं और दूसरा जब वे कार्यालय पहुँच जाते हैं. पहला व्हाट्सप्प सन्देश श्वेता को यह बताने केलिए कि स्कूल में छोड़ते समय अगर अनु ने रोया, क्योंकि ये दोनों ही कुछ दिनों से उनकी बेटी के अचानक विस्फोट से चिंतित हैं. दूसरा सन्देश श्वेता को यह कहने केलिए कि वे सुरक्षित कार्यालय पहुँच चुके हैं; इस सन्देश में भी 'तुम से प्यार करता हूँ' शामिल होगा.

लगभग १० बजे, श्वेता अपनी नौकरानी को उसके मोबाइल फोन पर इसको चेक करने केलिए बुलाती है कि अगर नौकरानी घर में साफ़ करने केलिए पहुँच चुकी है और उसको कुछ आज्ञा देती है. अगर नौकरानी जवाब नहीं देती, रवि को एक निराश सन्देश मिलता है जिसमे नौकरानी धिक्कार की जाती है और ऐसा गड़गड़ाहट भी होता कि उसका विश्वास नहीं कर सकते.

दोपहर के समय में अनु के प्लेस्कूल से रवि और श्वेता दोनों को एक व्हाट्सप्प सन्देश आता है, यह सेवा स्कूल से एक अतिरिक्त शुल्क पर किया जाता है. यह एक दैनिक रिपोर्ट है, और उसी माँ-बाप को भेजा जाता है जिसने इसको माँगा हैं. यह सन्देश विशिष्ट रूप से यह कहता है कि बच्ची स्कूल पर कैसी थी, उसने उस दिन सबेरे क्या किया और बच्ची ने खाना ठीक से खाया. अगर अनु ने अपना खाना ठीक से खाया नहीं, तो श्वेता इसे जानने केलिए बालोद्यान को बुलाती है कि क्या हुआ और इसपर रवि को एक व्हाट्सप्प सन्देश भेजती है. जब नौकरानी पहुँच जाति है, वह श्वेता को एक मिस्ड कॉल[63] देती है (फोन कॉल प्रभारित हैं और वह कॉल करने केलिए खर्च नहीं कर सकती), जिससे वह श्वेता को कॉल वापस करने की संकेत करती है. अन्यथा वह घर के लैंडलाइन से श्वेता को अकस्मात पहुँचे किसी कूरियर सेवा या गैस सेवा प्रतिपादन के बारे में कहने केलिए कॉल करेगी. अगर कुछ आकस्मिक बात हो जाय तो, श्वेता और रवि इन विषयों पर बहस करने या स्पष्ट करने केलिए व्हाट्सप्प सन्देश के विनिमय करते हैं.

मध्याह्न भोजन के समय या बाद में (आम तौर पर लगभग दोपहर १ बजे के समय में), श्वेता और रवि दोनों एक दूसरे को व्हाट्सप्प सन्देश भेजते हैं, और इस प्रकार उनको पता होता है अगर दूसरे को दिन का पैक किया खाना पसंद आया. श्वेता सामान्य रूप से दोपहर २.३० बजे घर वापस जाती है, जो उनके 'घर से काम करने' की ऐसी नीति के अनुसार होता है जो कंपनी से प्रोत्साहित किया जाता है. वे अनु को उसकी अध्यापिका के साथ एक जल्दी सम्भाषण के साथ स्कूल से लेकर चलती है. अनु को स्कूल से ले जाने के बारे में और एक संक्षेप सन्देश रवि को भेजा जाता है.

जब अनु सोती है, श्वेता विशाल केलिए कुछ अल्पाहार तैयार करती है, जो दोपहर ३.३० बजे स्कूल से वापस आता है. जब विशाल घर पहुँचता है, श्वेता लगभग ४ बजे अपने काम के कंप्यूटर पर लॉगिन करती है, और उनके घर के एचपी कंप्यूटर के क्रोम ब्राउज़र पर संगीत की वीडियो खोलता है. शाम को ४.३० बजे विशाल अपार्टमेंट परिसर के दूसरे बच्चों के साथ खेलने केलिए जाता है या एक्सबॉक्स में खेलने को चुनता है. इसी समय अनु उठ जाती है और श्वेता उसके साथ अपने आईपॉड पर कार्टून देखने केलिए मेल करती है और फिर अपने काम पर वापस जाती है. लगभग शामको ६ बजे श्वेता पहले विशाल को अपने घर के पाठ शुरू करने केलिए कहती है, यद्यपि श्वेता को अपने बेटे को घर का पाठ करने केलिए राज़ी करने में कुछ देर लगता है - इस प्रक्रिया में आम तौर पर कहना, माँगना और और विनती करना आदि शामिल है. वह सामान्य रूप से अपने घर का पाठ लगभग शामको ६.३० बजे शुरू करता है, जिस समय में श्वेता अपने कुछ और भी काम कर लेती है, विशाल को अपने घर के काम करने में मदद करती है, और अनु का भी देख-भाल करती है. लगभाग शामको ७.३० बजे रवि आम तौर पर श्वेता यह कहने केलिए व्हाट्सप्प पर एक सन्देश भेजेंगे कि वे कुछ ही मिनट में कार्यालय से रहेंगे और रात के भोजन पर भी जाँच करेंगे. श्वेता आम तौर पर शामको ७ बजे रात के भोजन पकाने केलिए और रात के भोजन के समय ८.३० बजे के पहले अनु को खिलाने केलिए कंप्यूटर से लॉगऑफ करती है. परन्तु रात का खाना बनाना नाश्ता और मध्याह्न भोजन तैयार करने के जैसे उतना चहल-पहल भरा नहीं होता. श्वेता इस समय में अपने माँ-बाप या सहेलियों को कॉल करने का सुनिश्चित करती है; वे अपने ब्लूटूथ इयरपीस द्वारा परिचालन करती हैं और विशाल के घर के पाठ में मदद करने के साथ-साथ खाना बनाती है.

रात के भोजन के बाद, जब रवि विशाल के साथ उसके घर के पाठ पर समय बिताते हैं, श्वेता अनु को सोने केलिए तैयार करती है. रात ९.३० से १० बजे तक श्वेता को दूसरे संदेशों केलिए अपने सामाजिक मीडिया के जाँच करने का समय है; इसी समय वे खुद सदस्य होते चार व्हाट्सप्प समूहों के संदेशों को पढ़ती हैं और अपनी सहेलियों से (जिनमे काम करनेवाली माँ और गृहिणी दोनों हैं) बातचीत करती है, क्योंकि उनमे से अधिक लोग तब आराम होने जैसे ही दिखाई देते हैं. रवि इसको कार्यालय से करते हैं, इसलिए देरी शाम को सोने के पहले वे कार्यालय के ईमेल, व्हाट्सप्प और फेसबुक के बीच बारी-बारी से होते हैं.

यह मामला एक मध्य-वर्ग के काम करनेवाले परिवारों का ठेठ दैनिक नियमों को दर्शाता है. पंचग्रामी में अनेक श्वेता, रवि, विशाल और अनु हैं. इस मामले के अध्ययन पर एक गहरी नज़र ऐसे जोड़ों से महसूस किए जाते भावनाओं और एक मूल कुटुंब के रूप में उनसे बिताया जाता जीवन पर प्रकाश डालेगा. वे ठेठ रूप से 'दुगने आमदनी के

परिवार' कहे जाते हैं क्योंकि पति और पत्नी दोनों सुयोग्य हैं और आम तौर पर निजी क्षेत्र के कंपनियों केलिए काम करते हैं. ऐसे परिवार इसको सुनिश्चित करने लगते हैं कि उनके कार्यालय के काम का कोई बाधा नहीं होती; वे महत्वाकांक्षी, नौकरी में पदोन्नति के अभिलाषी होते हैं लेकिन उसी समय इसको भी पक्का करना चाहते हैं कि उनके पारिवारिक जीवन या काम के बाहर का जीवन किसी प्रकार से बाधित नहीं होता. जबकि ऊपर का मामला अध्ययन इसका लक्षण है कि जैसे युवा नौकरीशुदा जोड़ा अपने दैनिक पारिवारिक जीवन का मध्यस्त करते हैं, दूसरों में अल्प भेद होते हैं; परन्तु, अधिकाँश इसी प्रकार के स्वरुप पर व्यापक रूप से मेल खाते हैं.

ये विवरण पोलीमीडिया[64] पर प्रकाश डालते हैं - स्मार्टफोन, व्हाट्सप्प और फेसबुक जैसे अनुपूरक व्यक्तिगत संचार प्रौद्योगिकियों की भूमिकाएँ. यह इसको भी दिखाता है कि जैसे व्हाट्सप्प उपयोगकर्ताओं को घरेलु जीवन के साथ मध्यस्त करते और उसको जीतते हैं, और उसी समय में एक लंबे काम के दिन पर होनेवाले प्रेम, पाप और निराशा के अनगिनत भावनाओं को व्यक्त करते हैं. यह युवा नौकरीशुदा मध्य-वर्ग के जोड़ों की पीढ़ी एक ऐसे काल में बड़े हुए हैं जब उनकी माँ अधिकतर गृहिणियां थी, और अपने बच्चों पर सत्कार की वर्षा कर सकती थी, जबकि सिर्फ उनके पिताओं के ही सवेतन नौकरी थी. महत्वपूर्ण शिक्षा पूँजी संकलित करने, और इन शिक्षा पूँजी को आर्थिक पूँजी में बदलने के काफी अवसर प्रदान करने से, यह नव मध्य-वर्ग एक प्रकार की दुविधा की सामना करता है. ये पेशेवर को इसका अवगत है कि काम में अधिक वरिष्ठ स्थिति द्वारा समाज में ऊँचे स्तर पर जाने का मौका देनेवाले और आर्थिक भलाई के सुनिश्चित करनेवाले अवसर को खोना नहीं चाहिए; लेकिन इसी समय में वे अपने बच्चों को उसी सत्कार का स्तर देने की आवश्यकता को भी पहचानते हैं जो उनको अपने माँ-बाप से प्राप्त हुआ (विशिष्ट रूप से उनकी माताओं से).[65]

यह युवा मध्य-वर्ग के नौकरीशुदा माताओं के मामले में विशेष रूप से सच है. युवा नौकरीशुदा माताओं और बच्चों की नौकरीशुदा माताओं के साक्षात्कार करने से जिनको वे अपने नैतिक कर्तव्य समझते थे उसको नहीं कर पाने पर भावनाओं का एक मिश्रण और एक प्रकार का असहायता प्रकट हुई. ये अस्तव्यस्त भावनाएँ पूर्णिमा, जो २७ साल की है और एक प्रमुख आईटी कंपनी में प्रोग्रामर है और जिनके दो वर्ष का एक बेटा है, के शब्दों से अभिग्रहण किए जाते हैं.

> इस उम्र में ही मेरे बेटे को मेरी आवश्यकता है; हर सबेरे उसको शिशुसदान में छोड़ते समय मैं अपने को बहुत दोषी महसूस करती हूँ. वह सोचता है कि मैं उसके साथ रहूंगी. मुझे नहीं मालूम कि अगर वह रोता है, लेकिन मैं हर दिन रोती हूँ. मुझे मालूम है कि जो मैं करती हूँ, वह गलत है... हम अभी एक घर और एक कार पर निवेश किए हैं... मैं अपनी नौकरी छोड़ नहीं सकती... इन कर्ज़ों को चुकाने केलिए मेरे वेतन की ज़रूरत है... कम से कम मैं अपने बच्चे केलिए एक अच्छा भविष्य को पक्का करती हूँ.

एक मिनट के बाद उन्होंने पूछा: 'मैं उसके भविष्य की सुरक्षा करती हूँ, ऐसे मनवाकर क्या मैं अपने को धोका देती हूँ? क्यां उसको हमेशा से अधिक अब मेरी ज़रूरत नहीं है?'

युवा नौकरीशुदा माताओं के साथ साक्षात्कार आम तौर पर जो पूर्णिमा कहती है इसीको प्रकट करेगा, इसमें तल में प्रकट होने के ऊपर और कुछ है. आम तौर पर नौकरीशुदा माताओं जिनका पहले बच्चा हुआ है, अपने पहले बच्चे को छोड़कर काम पर जाते समय दूसरे छोटे बच्चे की माताओं से अधिक भावुक होती हैं. और दूसरे मामलों इसके विपरीत ही प्रकट करते हैं. उदाहरण केलिए, श्रीदेवी, जो ३० साल की नौकरीशुदा माँ हैं, के दो बच्चे हैं जिनका साल सात और दो है. उनकी विधवा माँ अपने मौत के पहले तीन साल से अधिक उनके साथ रहती थी, जिस समय में उन्होंने श्रीदेवी के पहले बच्चे की देखभाल की. अब उनके दूसरे बच्चे का देखभाल करनेवाला कोई भी परिवार का सदस्य नहीं है और श्रीदेवी विशेष रूप से अपने को दोषी महसूस करती है, क्योंकि उनको अपने बच्चे को एक परिचित परिवार के सदस्य के बदले एक दाई के साथ छोड़ना पड़ता है. इस क्षेत्र के कई माँ-बाप की तरह, श्रीदेवी अधिक संपर्क रखने और अपने बच्चे के जीवन में उपस्थित होने केलिए व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश की सहायता लेती है.

व्हाट्सप्प के घरेलु जीवन के सुगम बनाने का और एक उदाहरण शंकर और जननी के मामले में देखा जा सकता है. शंकर, जो ३२ साल के हैं, और जननी, जो ३० साल की हैं, पंचग्रामी के दो अलग आईटी कंपनियों में काम करनेवाला जोड़ा है. सामान्य रूप से शंकर अपनी बेटी को स्कूल पर और जननी को कार्यालय पर छोड़ देते हैं. शंकर की माँ श्रव्या, जो उनकी आठ साल की पोती हैं, को शाम को ४ बजे स्कूल के बाद घर वापस लाती हैं और शंकर काम के बाद जननी को वापस लाते हैं. वे आपस में और शंकर की माँ को दिन पर कम से कम १० बार व्हाट्सप्प पर सन्देश भेजते हैं. यह शंकर काम में पहुँचने के समय से शुरू होता है, जननी (और कभी उनकी माँ को भी) इसको समझाने केलिए कि वे काम पर सुरक्षित पहुँच गए हैं और श्रव्या को (जननी को भी) सुरक्षित पहुँचाए है. दोपहर में जब शंकर मध्याह्न भोजन केलिए चलते हैं, तब दूसरा सन्देश भेजा जाता है और दिन के दो या तीन कॉफ़ी के विराम के समयों में कुछ अधिक. इनमे कुछ सन्देश तुल्य्कालिक नहीं होते और दोनों साथियों, उसी क्षण में वे जो काम पर लगे हुए हैं, उसके अनुसार इन संदेशों के उत्तर देने केलिए समय लेते हैं. परन्तु अधिक सन्देश आधे घंटे के समय में ही जवाब दिए जाते हैं. जब श्रव्या घर आती है, वह अपनी नानी के फोन से व्हाट्सप्प पर जननी को इसे कहने केलिए सन्देश भेजती है कि वह सुरक्षित घर पहुँच गयी है. नानी लगभग शामको ६ बजे घर वापस आते समय खरीदने के कोई परचून के बारे में, रात के भोजनसूची के साथ सन्देश भेजती है.

अगर हम नानी की भूमिका को एक महिला बावर्ची के साथ अदली-बदली करेंगे, तो आप कविता के मामला यहाँ प्रदर्शन होने को देखेंगे. पंचग्रामी के ठेठ परिवार जिनमे एक वृद्ध सदस्य घर पर मौजूद हैं, इसी प्रकार संचार करने लगते हैं.

परन्तु, नाना-दादी के पास में होने पर भी, विषय दिखाई देने के जैसे नहीं होते - जो लक्ष्मी, जिनसे हम अध्याय २ में मिले, के विषय मे स्पष्ट होता है. एक कार्यरत आईटी प्रबंधक होने के कारण, लक्ष्मी अपने कार्य-स्थल से अपने बच्चों से संपर्क करने केलिए व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश का उपयोग करती हैं. जब उनसे पूछा गया कि अगर वे एक अच्छा काम-जीवन संतुलन' प्राप्त कर सकी है'. उन्होंने मुस्कराहट के साथ ऐसा उत्तर दिया:

मैं चाहती हूँ कि मैं कर सकूं, इसलिए ही मैं बोलती हूँ. मैं इसको पाने केलिए परिश्रम करती हूँ. मैं टीम बैठक और अंतिम समय सीमा के साथ सुलझाने केलिए अपनी पूरी कोशिश करती हूँ. जब मैं काम पर नहीं हूँ, तब भी मेरा ब्लैकबेरी फोन मेरी मदद करता है. यद्यपि मेरा टीम एक सभी पुरुष टीम है, वे अच्छे हैं और इसलिए समझते हैं.

व्यक्तिगत जीवन उनके काम पर नहीं घुसेड़ता, लेकिन वे ऐसी व्याख्या करती है कि व्हाट्सप्प जैसे सामाजिक मीडिया उसको संभालने में उनकी मदद करता है.

परन्तु बच्चे सर्वोच्च प्राथमिकता पाते रहते हैं, और जब माँ-बाप काम पर होते हैं नाना-दादी पोता-पोतियों के देखभाल करते हैं. इसको मन में रखकर, अध्याय ४ में देखे गए जैसे संयुक्त परिवार प्रणाली का एक रोचक परिमाण, पंचग्रामी में देखा गया. जैसे ऊपर देखा गया, कई प्रतीक्षाओं के पारंपरिक परिवार में शादी करना नौकरीशुदा महिलाओं केलिए कष्टदायक दबाव का कारण बन सकता है, जो इसके कारण अपने पति और बच्चों के साथ संयुक्त परिवार से अलग हो जाती हैं. मगर, उनके काम करते समय इसके कारण बच्चों की देखभाल की समस्या होता है. इस समस्या को पार करने केलिए, एक सुकर समाधान - जो अपने माँ-बाप या सास-ससुर के पास रहना होता है - ऊपर देखे गए और अध्याय ४ में विवाद किए गए जैसे एक प्रवृत्ति बन रहा है. यह इसका सुनिश्चित करता है कि वे अभी मूल परिवारों के रूप में अलग रहते हैं, लेकिन पडोसी जैसे पास में भी होते हैं; प्रभावित रूप से, एक संयुक्त परिवार होने योग्य पास में. कई नौकरीशुदा परिवारों केलिए यह एक सुकर समाधान बन जाता है, सिर्फ एकांतता की आश्वस्त करते ही नहीं, मगर बच्चों की सुरक्षित और सस्ते देखभाल का भी वाधा करता है. और कुछ मामलों में भोजन भी.

इन युवा माताओं के पति शिशुपालन नैतिकता के ऐसे मामलों और उनके व्यावहारिक ज़रूरत के मूल्यांकन करते लगते हैं. वे कई प्रकार से मदद करते हैं, उदाहरण केलिए छोटे बच्चों को स्कूल पर छोड़ना[66] और कभी कभी खाना बनाना द्वारा.[67] बहुत मध्य-वर्ग परिवार में एक नौकरानी है जो साफ़ करना जैसे दूसरे घरेलु काम को करती हैं.

इसी समय, पंचग्रामी के मध्य-वर्ग एक संगृहीत समूह हैं, इसलिए दोस्तों और विस्तृत परिवार से संपर्क स्थापना करना और बनाए रखना भी मुख्य थे. जब लोगों से पूछा गया कि वे संपर्क के उन मंडली को नाम बताये जिनको वे मुख्य समझते हैं, तब यह स्पष्ट हुआ. यद्यपि ९६ प्रतिशत जोड़ों ने अपने जीवनसाथी या बच्चों को मुख्यता के पहले मंडली में नामित किए, मध्य वर्ग के जोड़ों में ८९ प्रतिशत अपने मित्रों और परिवार को मुख्यता के दूसरे मंडली पर नामित किए. वास्तव में कुछ अपने कुत्तों को पहली मंडली में नामित किए और सास को दूसरी में. इसे करनेवाले पुरुष और स्त्रियों के बीच सांख्यिकीय महत्वपूर्ण भेद नहीं था. रवि और सुजाता के जैसे परिवारों में संपर्क केलिए उनकी ज़रूरत स्पष्ट था, जो कभी कभी मित्रों और परिवार से व्हाट्सप्प और फेसबुक समूहों के द्वारा किसी प्रकार संपर्क रहने का उपाय करते हैं.

ये जैसे कई मामले पंचग्रामी में मौजूद हैं. समाज में ऊँचे स्तर पर जाने के अत्यावश्यक इच्छा और उनको सतानेवाले शिशुपालन के नैतिकता पर दृढ़तापूर्वक रहने और उसका प्रयोग करने के साथ, हम व्यक्तियों के अपने घरेलु जीवन से संपर्क रखने के लगातार ज़रूरत को भी देख सकते हैं, यद्यपि वे कार्यालय में लंबी देर तक काम करने

लगते हैं. इन कारकों के बीच के अंतर मिटाने का उनके एक तरीका दोनों पहलुओं के बीच लगातार संचार की सुनिश्चित करना है: काम और घरेलु जीवन के मंडल.

जबकि ये सब खुद ही स्पष्ट लगते हैं, आधुनिक कार्यस्थल पर यह अब तक सीधा नहीं है - विशेष रूप से आईटी कंपनियाँ, जिनके इसपर अपने ही के नियमों का संग्रह है कि उनके कार्य स्थल में जो उचित या अनुचित हैं. जैसे पहले देखा गया, सामाजिक मीडिया का अभिगम काम के कंप्यूटर से अनुमत नहीं होने के कारण, यह सस्ते स्मार्टफोन से ही किए जा सकते हैं. परन्तु कुछ कंपनियाँ जो सामाजिक मीडिया को काम-जीवन संतुलन को संभालने का एक कुशल उपकरण सीमित अभिगम करने देता है - उदाहरण केलिए मध्याह्न भोजन के समय में या कार्य के मूल समय के बाद. सप्ताहांत ऐसे साईट पर अभिगम करने केलिए हमेशा खुला है, लेकिन ब्रॉडबैंड के उपयोग पर एक कब्ज़ा है; जो उपयोग के एक स्तर का पार करता है (यह स्तर कंपनी और टीम के अनुसार बदलता है) उसपर निरिक्षण और कार्रवाई की जाती है कि कंपनी की संपत्ति का दुरुपयोग किया नहीं जाता. ऐसे प्रतिबंधों को व्यक्तिगत स्मार्टफोन द्वारा पार करने से ये सब कम घटते हुए मायने रखते हैं, जो उपयोगकर्ताओं के गले पर कोई ठहरने के बिना २४/७ संपर्क का विश्वास दिलाता है.

भारत में काम पर सामान्य साहित्यक रचना की आलोचना में, इसका पता चला कि कठोर 'कार्य और गैर-कार्य' विभाजन आदर्श का अधिक तनुकरण खुद नातेदारी कार्यस्थल पर घुसने का तरीका था. आईटी कंपनियों को मानते समय, यह सीमाओं को और आगे धुँधला करने की सेवा कर सकता हैं. यह विशेष घटना पंचग्रामी के निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग से लिए गए एक मामले के द्वारा बेहतर समझा जा सकता है. इन परिप्रेक्ष्य के कर्मचारी सामान्य रूपसे इन आईटी कंपनियों में निम्न प्रबंधन भूमिकाओं या उस स्तर से संबंधित दूसरी नौकरी पर काम करते हैं.

आईटी उद्योग पर बनावट की मध्यस्थता: निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग में नातेदारी-आधारित नेटवर्क

जैसे पहले अध्यायों में देखा गया, पंचग्रामी ऐसे गाँवों से बनाया है, जिनमे मज़बूत जाति-आधारित नेटवर्क मौजूद है. इन गाँवों में रहनेवाले एक ही जाति के अधिक सदस्य एक दूसरे के रिश्तेदार हैं, या कम से कम एक दूसरे को कल्पित नातेदारी शब्दों से संबोधित करते हैं. यह जातियों के बीच के बदले एक जाति के अंदर का लक्षण है, यद्यपि 'अण्णा' (अर्थात बड़े भाई) जैसे कल्पित नातेदारी शब्दों का सर्वव्यापीकरण पूरे तमिलनाडु में होनेवाले एक अंतर-जातीय पहलू है.

इन गाँवों में, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के १८ से ३० साल तक होनेवाले अधिकाँश युवा लोग बाहर निकले हुए हैं (माध्यमिक विद्यालय या कॉलेज से) या स्थानीय कॉलेज से डिग्री पाए हैं. इनमे अधिक संख्या के लोग अपने गाँव के पास के आईटी/आईटीईएस कंपनी में काम करते हैं. वे निम्न प्रबंधन पदों में हैं और कुछ लोग उपयुक्त स्तर के नौकरी में शामिल होने की स्थिति पाते हैं, उदाहरण केलिए एक कॉपी सहायक, अभिलेखी, हार्डवेयर प्रविधिज्ञ आदि. ये युवा लोग जान-बूझकर कार्यालय को साफ़ करने जैसे नौकरियों को टाल देते हैं, जो पारंपरिक रूप से निम्न जाति स्थिति से संबंधित हैं.[68]

यद्यपि, सभी लोगों के पास डिग्री नहीं होती, वे महसूस करते हैं कि उनकी साक्षरता, और इससे ज्ञान अर्थव्यवस्था पर उनको पारंपरिक जाति के नियमों के खिलाफ विद्रोह करने केलिए आवश्यक शक्ति देता है. यह सचेतन निर्णय युवा लोगों के बीच जाति बंधन के महत्वपूर्ण बहिष्करण को दर्शाता है और समाज के ऊँचे स्तर पर जाने की ओर संचार की सूचना देता है.[69]

ये युवा लोग अंत में कैसे आईटी /आईटीईएस कंपनियों में पद प्राप्त करते हैं - इनमे कुछ डिग्री के बिना भी? इनमे कोई भी आईटी कंपनी के पास इन ग्रामीण युवा लोगों को कुशल नौकरी प्रदान करने केलिए किसी प्रकार के औपचारिक सकारात्मक कार्यवाही नहीं है; परन्तु समर्थन कर्मचारी की भूमिका केलिए (और सफाई करनेवाले कर्मचारियों केलिए भी) ऐसी कई कंपनियां स्थानीय लोगों से भर्ती करती है, प्रबंधक-पद के बदले निम्न ग्रेड के पदों केलिए स्थानीय गांववालों को मज़दूरी पर रखना आसान है. इसलिए यद्यपि आईटी कंपनियां युवा लोगों केलिए प्रबंधक-स्तर की नौकरी प्रदान करने में सक्रिय नहीं होता, युवा लोग एक दुसरे को निम्न प्रबंधक पदों में भर्ती करके अपने ही मदद कर लेते हैं.

दर्शन और नागा की कहानी इसका नमूना है कि जैसे युवा लोगों की वर्तमान पीढ़ी आपस में आईटी क्षेत्र पर प्रवेश-स्तर की नौकरी पाने केलिए मदद करते हैं. कुछ साल पहले, दर्शन ने, जिसका उम्र अब ३० है, एक असफल प्रेम के बाद स्कूल से स्कूल छोड़ दिया. दोस्ती के सच्चे निशान के रूप में नागा ने, जो अब २९ साल का है और दर्शन का करीबी दोस्त भी है, भी स्कूल से छुटकारा पा लिया. करने का कोई काम नहीं होने से, दोनों लड़के विभिन्न आईटी कंपनियों की चारों ओर तलाश करते थे, उचाट हटाने और समय बिताने केलिए उनके अधिकाँश समय आकस्मिक बातचीत पर बिताते थे.[70] स्कूल का एक वरिष्ठ, जो एक आईटी कंपनी में काम करता था, इन जोड़े को देखा और उनसे पुछा कि वे क्या कर रहे हैं. उनकी कहानी सुनने के बाद, इस वरिष्ठ ने उनको सलाह दिया और वह जो कंपनी पर नौकरी करता है, वहां उनको भी अभिलेखी का काम प्राप्त करने को सहमत हो गया. दर्शन और नागा ने भी इसको मान लिया और इन पदों केलिए तुरंत ज़रूरती के कारण भर्ती करनेवाली कंपनी ने साक्षरता प्रक्रिया में कई प्रश्न नहीं पूछे, उसने सिर्फ यही सुनिश्चित किया कि लड़के पढ़ और लिख सकते हैं.

कुछ ही दिन बाद उनको पता चला कि कठिन परिश्रम से फल मिलता है. जबकि दर्शन आईटी कंपनी के विशिष्ट ग्राहकों में एक के अभिलेखन का नेता बन गया, नगर अभिलेख संग्रहण के क्षेत्र में चल गया. दोनों को कंपनी में स्थायी नौकरी था. जब उनके स्कूल के मित्रों में एक नौकरी की तलाश में उनकी मदद मांगने केलिए उनके दरवाज़ा पर आया, दर्शन और नागा ने उसी कंपनी में उसको एक अभिलेखक के काम प्राप्त करने केलिए अपने प्रभाव डालकर उसकी मदद की. मित्र को नौकरी प्राप्त करने का प्रयोग सफल होने के कुछ ही दिनों में दोनों युवकों ने इसपर बहस किया कि क्यों वे इस प्रकार के पद पाने में अपने ही समुदाय के सदस्य और रिश्तेदारों की मदद नहीं करें और इसके द्वारा सामाजिक और आर्थिक गतिशीलता प्राप्त करने में उनकी सहायता न करें. वह एक अच्छा योजना लगा. परन्तु, वे इसके प्रचार करने केलिए बाहर नहीं गए, लेकिन सिर्फ अपने फेसबुक प्रोफाइल पर उनके आईटी कंपनी में नौकरी के अवसर के बारे में अनाधिकारिक रूप से इसको देखने केलिए पोस्ट किया कि अगर उस स्थल के युवक प्रतियुत्तर देते. उन्होंने किया! यह जोड़ा नागा के एक रिश्तेदार को डिग्री के बिना भी नौकरी प्राप्त करने में सफल हुआ, जहां वह संचालन विभाग का प्रभारी बन गया.

यह खबर शीघ्र ही फ़ैल गया कि दर्शन और नागा अच्छी नौकरी प्राप्त करने केलिए युवा लोगों की मदद कर सकते हैं. उस जगह के युवकों ने यह जोड़ा अपने फेसबुक पर विज्ञापन पोस्ट करने की इंतज़ार किया या मदद मांगने केलिए सीधे उनके पास आये. जैसे दर्शन पता लगाता है, सभी लोगों के जानने के पहले जब इसका प्रचार आंतरिक रूप में होता है, इस नौकरी के अवसर पर झपटना ही यह विचार था, जिसके द्वारा वे स्पर्धा को हरा सके. अब उनकी युक्ति इन अवसर पर फेसबुक पर विज्ञापन करना भी नहीं है - इसके बदले वे योग्य व्यक्ति को व्हाट्सप्प द्वारा शाब्दिक सन्देश भेजते हैं कि वह तुरंत आवेदन कर सकें. कभी वे चार या पाँच संभावित अभ्यर्थी को भी सन्देश भेजते हैं और इसका जांच करते हैं कि इस खुले अवसर केलिए कौन उपयुक्त होगा. जैसे पहले देखा गया, यह व्यवहार नया नहीं है, लेकिन भारत में नौकरी का एक मुख्य लक्षण है. परन्तु, पहले नातेदारी संपर्क मुंह की बात के द्वारा भर्ती किया गया होगा, जबकि अब सामाजिक मीडिया इस प्रक्रिया को परिवार से किसी के स्थानीय समुदाय के व्यापक सन्दर्भ तक विकास कर सकता है.

जो लोग नौकरी पाते हैं कंपनी में दूसरी नौकरी के अवसर खोजते हैं कि वे अपने समुदाय के दुसरे लोगों को भी नौकरी प्राप्त कर सकें. दर्शन ने अब अपने स्थान की ग्रेजुएट महिलाओं को भी अपनी आईटी कंपनी में अच्छा पद प्राप्त करने में मदद करना शुरू किया है. वह खुद लड़कियों के बदले उनके माँ-बाप से संचार करता है, क्योंकि आम तौर पर उनके पास मोबाइल फोन नहीं होता और इन लड़कियों की प्रतिष्ठा को समूह में नहीं बिगाड़नेवाली नौकरी पाने में अपने प्रभाव का उपयोग करता है. उदाहरण केलिए, अभिलेखन विभाग और संचालन विभाग में अधिक पुरुष ही होते हैं. दर्शन को इसका विश्वास नहीं आया कि उसके समुदाय की महिलाओं को वहाँ काम करना उचित था. अगर वे ऐसा करेंगे तो, वह महसूस करता था कि वे बहुत बेचैन होंगे, कम से कम उनके माँ-बाप होंगे, और उनके गाँव में ऐसी चर्चा फैलेगी जो लड़की का चरित्र और शादी की संwभावना को बिगाड़ सकता है. इसके बदले, उसने महिला आवेदकों को डाटा एंट्री स्थिति में रखा, जहाँ पुरुष से अधिक स्त्रियां काम करती थी. यह जोड़ा डिग्री के बिना के लोग और डिग्री पाए लोग केलिए उचित स्थिति के बीच स्पष्ट रूप से भेद करते थे, उदाहरण केलिए क्रमानुसार अभिलेख कॉपी करना और डाटा विश्लेषण.

यह नेटवर्क अब अड़ोस-पड़ोस के दूसरे कंपनियों पर भी फैला हुआ लगता है. निम्न प्रबंधन स्थिति के रिक्त पद पर सूचना व्हाट्सप्प समूह के द्वारा आगे बढ़ाये जाते हैं और नियत प्रक्रिया से भी भर्ती तेज़ी से होती है. निम्न प्रबंधन यह आतंरिक उल्लेखन प्रणाली एक तेज़ी और प्रभावी तरीके से काम करता लगता है. इसका और एक पहलू है दर्शन और/या नागा या उनके पहले के रंगरूटों इन अभ्यर्थियों केलिए दिया जाता पूर्व प्रशिक्षण जो इन अभ्यर्थियों से निवेदन किया जाता पदों पर निर्भर है. इस जोड़ा ने खुल मिलाकर २५ युवा लोगों को नौकरी प्राप्त कराया है; वे दावा करते हैं कि उनकी सफलता का दर लगभग ९५ प्रतिशत होता है.

इसके बदले दर्शन और नागा को क्या मिलता है? उन्होने अपने समुदाय में अपनेलिए एक छवि सावधानी से निर्माण किये हैं और काफी सामाजिक पूँजी कमाए हैं. इसके आगे उनके समुदाय के बुजुर्ग लोग उनको अपने समुदाय के युवा लोगों के भविष्य को विकास करनेवालों के रूप में कल्पित करते हैं. दर्शन और नागा केलिए उनका कार्य-स्थल एक ऐसी जगह बन गया है जहाँ उनके समूह के सदस्य काफी संख्या

में मिलते हैं. नागा और दर्शन के निमंत्रण से, अभिलेख विभाग के कार्य स्थल पर एक यात्रा ने इसको स्पष्ट किया कि यहां के पुरुष एक दुसरे को 'सर' कहकर संबोधित नहीं करते, लेकिन 'मामा', जिसका अर्थ बोलचाल के शब्दों में चाचा होता है, या 'अण्णा', जिसका अर्थ है बडे भाई, कहते हैं. वे सामान्य रूप से एक साथ भोजन करते थे, और आधुनिक आईटी/आईटीईएस कंपनी के अंदर एक नातेदारी नेटवर्क स्थापित किये थे. हर एक का व्हाट्सप्प स्थित हुआ एक स्मार्टफोन था, जो अवसरों होते समय उनके बारे में आपस में संचार करने और सूचना भेजने केलिए उनकी मदद करता था. समुदाय में जो भी होता था, कार्य के समय में भी व्हाट्सप्प पर आगे बढ़ा जाता था, और कोई ऐसा महसूस नहीं करते थे कि वे अतिरिक्त समय तक काम करते थे क्योंकि वे अपने परिवार और रिश्तेदारों के साथ ही काम कर रहे थे. अगर वे घर से बाहर होते या कार्यालय से बाहर होते, इसका कोई फरक नहीं पड़ता; वह सब एक ही होता था.

दर्शन और नागा गैर-पेशेवर डिग्री प्राप्त किये लोगों और बिना डिग्री के लोगों के देखभाल करके, निम्न प्रबंधन स्थितियों में नौकरी पाने में उनका समर्थन करते हैं. दूसरी ओर, वासु, अपने समुदाय के इंजीनियरिंग ग्रेजुएट्स को मध्य प्रबंधन स्थितियों में में नौकरी पाने की मदद करते हैं - उस आईटी कंपनी में जहाँ वे काम करते हैं (डाटा सुरक्षा प्रशासक के रूप में) या दूसरे आईटी कंपनियों में. वे २८ साल के हैं, दर्शन और नागा के समूह के ही होते हैं और इंजीनियरिंग में एक पेशेवर डिग्री पाए हैं. वासु, दर्शन और नागा एक ही जाति के हैं; वे समाज में ऊँचे स्तर पाने केलिए अधिक परिश्रम किये हैं और समाज में ऊँचे स्तर पाने केलिए उनके समकालीन व्यक्ति से अनुभव किये गए कठिन परिश्रम को समझते हैं. हाल ही में डिग्री प्राप्त किये इंजीनियर या नौकरी बदलाव केलिए मांगते इंजीनियर वासु के दरवाज़े खटखटाते हैं. वे एक अच्छे शैक्षिक एवं कार्यानुभव सार बनाने की प्रक्रिया, एक लिंकेडीन प्रोफाइल बनाना, साक्षात्कार प्रश्नों के उत्तर देना, और सामान्य रूप से उनको संभावित अभ्यर्थी के रूप में तैयार करने पर उनको प्रशिक्षण देने केलिए अपने नातेदारी नेटवर्क के सदस्यों के साथ बैठते हैं, यह सब वे नौकरी केलिए उनके शिफारिश करने के पहले होता है. परन्तु, वास्तव में, 'वासु के साथ बैठने' का अलग अर्थ है. वे संभावित अभ्यर्थियों से एक ही बार मिलते हैं, उसके बाद उनसे स्काइप पर बात करके संभावित नौकरी के अवसर पर सूचना व्हाट्सप्प द्वारा संचार करते हैं; सभी विषय ऑनलाइन पर किया जाता है. वासु इसको कार्यालय या घर से करते हैं, पर वे इसका सुनिश्चित करते हैं कि जो रिश्तेदार मदद केलिए आते हैं, वे अन्य संचार उपकरण पर भी जानकारी पाते हैं, जो उनकी सीमा को सामाजिक मीडिया पर व्यक्तिगत संचार के बहुत परे विकास कर देते हैं. दर्शन और नागा लोगों पर लिंकेडीन प्रोफाइल बनाने केलिए ज़ोर नहीं देते, क्योंकि उनका भी एक नहीं है. इसके विपरीत, वासु इसका सुनिश्चित करते हैं कि उनके नौकरी-खोजनेवाले रिश्तेदारों का नेटवर्क सिर्फ लिंकेडीन प्रोफाइल नहीं बनाते, लेकिन इसको भी जानते हैं कि साइट के ज्ञान-आधारित इंजीनियरिंग समूह पर कैसे अभिगम करें. वे ज़ोर देते हैं कि यह साक्षात्कार के समय में ही नहीं, लेकिन जब वे नौकरी में नयी भूमिका निभाते तब भी काम में आएगा. वासु की सफलता का दर लगभग ७० प्रतिशत होता है, जिसपर वे ऐसा महसूस करते हैं कि अपने रिश्तेदारों को आईटी कंपनियों में प्रबंधन के स्थिति पाने में कोशिश करनेवाले किसी को यह बुरा नहीं है. वासु के सलाह को मांगनेवाले उनके जाति और नातेदारी नेटवर्क के पार विकास हो गए हैं, और अब दूसरी जाति और समूह के व्यक्तियों भी उसमे मौजूद है.

मगर, यहाँ सिर्फ नातेदारी नेटवर्क का इस स्थान से दूसरे पर संचालन का ही नहीं, लेकिन ज्ञान की रचना द्वारा पदों केलिए अभ्यर्थियों को पाने का भी पता लगाना चाहिए. दूसरे शब्दों में ये औपचारिक ज्ञान के नेटवर्क होते हैं, जो नातेदारी नेटवर्क के बहाना के द्वारा काम करते हैं. ये सब, अगर भर्ती पर केंद्रित हो या नातेदारी पर, कार्य-स्थल से काम करते हैं. भर्ती के इन रूप हमें कारखाना-आधारित, निम्न-कुशल मज़दूर, छोटा नागपुर, तिरुपूर या ऐसे अन्य कार्य-स्थल में अध्ययन किये जैसे, की तुलना करने देते हैं. यद्यपि ऐसे भर्ती का स्वभाव मूल रूप से एक ही होता है, वह सामाजिक मीडिया के सहायता के साथ जितनी तेज़ी से होता है, वह महत्वपूर्ण रूप से अलग होता है. दर्शन और नागा के मामले के जैसे, सामाजिक मीडिया के स्पर्धा को कम करने का प्रभाव हो सकता है. उपमार्ग से किसी का भर्ती करना और सूचना को सीमित रखना भी इस जोड़े को अपने कार्य-स्थल और अपने समुदाय दोनों में अंगीकार और ऊँची सामाजिक स्थिति पाने में मदद करता है.

सामाजिक मीडिया पर प्रतिबंधन यहाँ भी होता है. उदाहरण केलिए, जब नागा का एक मित्र ने दस्तावेज के कमरे में अपना एक फोटो लेकर फेसबुक पर पोस्ट किया, उसके प्रबंधक का प्रबंधक ने, जो उसके फेसबुक के दोस्त थे, अगर उसने तुरंत उस फोटो को निकाला नहीं तो, भयानक नतीजा होने की चेतावनी दिया. अनजाने से वह एक 'सुरक्षित कमरे' में लिया गया - ऐसे क्षेत्र जिसमे, ग्राहक के नीतियों के अनुसार, फोटोग्राफी और स्मार्टफोन का उपयोग बंध था. नागा को माफ़ी माँगना और उस तस्वीर को हटाना पड़ा. वह फेसबुक खाते को बंध करके एक नया खाता शुरू किया, और इस समय उसने अच्छी तरह से परिचित स्थानीय मित्रों से ही दोस्ती की, अपने कार्यालय के वरिष्ठ व्यक्तियों से नहीं. ऐसी परिस्थिति में दृश्य प्रतिबंध का कारण बन गया है; किसी से अमित्र बनाने या और एक खाता खोलने के द्वारा इन प्रतिबंधों को पार करना एक आसान सुलझाव है - और जो काम प्रणाली असत्याभास के पहलुओं को फिर दर्शानेवाला है. जबकि सामाजिक मीडिया उपयोगी है और जब भर्ती केलिए उपयोग किया जाता है तब उसका प्रशंसा की जाती है, जब वह किसी के कार्य-स्थल के कुछ अंश को प्रदर्शित करता है, उसपर असहमति प्रकट किया जाता है.

समापन

ऊपर जो बहस किया गया है, वह इसका स्पष्ट मामला है कि जैसे व्यक्तिगत संचार उपकरण युक्ति से मध्यस्थता और कार्य और गैर-कार्य के परतदार पश्चिमी उद्यमी बनावट के परक्रामण को अधिक करने केलिए उपयोग किये जाते हैं - ऐसी परिस्थिति में जिसने जीवन की अलग अलग स्थिति के बीच कठोर सीमांकन को कभी पसंद नहीं किया है. यह मध्यस्थता नया नहीं है; भारत में यह एक बहुत पुराना अभ्यास है और हम इसे कुछ समकालीन उद्योगों में भी अभ्यास किये जाते देख सकते हैं.[71] परन्तु, डिजिटल औद्योगिकी से सक्षम बनाये गए व्यक्तिगत संचार की भूमिका ही नया है, जो पहले मौजूद नहीं था. ऐसी मध्यस्थता इसलिए होती है कि श्रमिक लोगों के काम केलिए स्पष्ट रूप से चित्रण किये गए एक स्थान पर प्रवेश करने से संबंधित विशिष्ट औपचारिकता की भावना पर लगे होने प्रतीक्षा की जाती है; वहाँ होने पर, कर्मचारियों को निश्चित समय तक अन्य

क्षेत्रों से अपने को अलग करके देखने केलिए प्रोत्साहित किया जाता है. फिर भी एक मंडल से दूसरे पर रिश्ते की निरंतरता, व्यक्तिगत स्थल के निरपेक्ष, हमेशा ऐसे सन्निहित औपचारिकता को क्षीण कर दिया. पूर्व रचना इस तरीके का काफी सबूत देता है जिससे नातेदारी कार्यस्थल पर घुस जाता है, जो परिवार द्वारा अधिक भर्ती का कारण बनता है.[72] यहाँ हम देखते हैं कि सामाजिक मीडिया परिवार को पार कर संपर्क के आधार को व्यापक करने लगता है, जो भर्ती के उस व्यापक नेटवर्क पर दर्शाये जाते हैं जहाँ से फर्म निकाल सकते हैं.

हम ने इसका भी अन्वेषण किया है कि मानवविज्ञान जैसे काम के इरादे से व्यवहार करता है, और यह कैसे पंचग्रामी पर होता है और ऐसे मामलों पर भी विचार किया है कि जैसे कार्य का संचार कार्य संस्कृति पर निहित गैर-कार्य संचार प्रकरणों को भी शामिल करने तक विकास होता है. हम प्रेम प्रसंगयुक्त रिश्तों और शादी का, और जैसे वह हमें अपने अगले खंड पर ले चलता है, जो हमारे काम और घर के बीच के संचार के अविभाज्य स्वभाव के बारे में है, उसपर भी एक मामले पर बहस किया है. परन्तु कार्य और गैर-कार्य की सीमाओं के बहुस्तरीय विभाजन भी स्पष्ट हुआ है जो आईटी क्षेत्र जैसे आधुनिक कार्यस्थल पर होता है. जबकि कुछ कंपनियां, अधिकतर नए छोटे उद्यम, ऐसे द्विभाजन पर चिंतित नहीं थे, दूसरे आम तौर पर अपने ग्राहक के व्यापार की आवश्यकता को पूरे करने के पक्ष में ही थे. आईटी कंपनियों में, प्रबंधन स्तरों के बीच एक ऐसा अघोषित अनुबंध होता जैसा लगता था कि किसीको कार्यालय में होते समय सीमित गैर-कार्य कार्यवाहियों पर लगना ठीक था, लेकिन इसको स्पष्ट करना नहीं चाहिए. सभी को इस स्थिति पर अवगत है परन्तु कोई इसको खुले रूप से स्वीकार नहीं करेंगे.

कर्मचारियों के कार्यस्थल नीतियों से संबंधित युक्तिपूर्वक आत्म-प्रदर्शन भी स्पष्ट था. एक स्तर में, जबकि सभी को मालूम था कि कार्यालय में होते समय उनको गैर-कार्य संबंधित कार्रवाई पर लगना अनिवार्य है, किसीने इसके कठोर कार्यस्थल की नीतियों पर मतभेद व्यक्त नहीं किये; वे कार्यस्थल के नियमों को पालन करने के जैसे दिखाई दिए. परन्तु, और एक स्तर में उन नियमों को पार करने के द्वारा वे लगातार मतभेद व्यक्त कर रहे थे, लेकिन इसका भी सुनिश्चित किया कि यह स्पष्ट नहीं होता. लेकिन, जैसे ऊपर देखा गया, ये सब अघोषित अनुबंध का भाग बने जिस कर्मचारी मानते थे.

रिश्तों में व्यक्त किये जाते आत्मीयता के कारण, जिसपर अध्याय ४ में व्याख्या की गयी है, उसमे सम्बद्ध लोगों के बीच विभिन्न प्रकार के परस्पर क्रिया की आवश्यकता होता है. कुछ लोग शाब्दिक संचार को शामिल करते हैं और दूसरे आवाज़ का; और कुछ लोग दोनों के मिश्रण को शामिल करते हैं. लेकिन, पहले के अध्याय में देखे गए जैसे, जबकि ममता में आवाज़ संचार अभी शामिल है, सामाजिक मीडिया अतुल्यकालिक आवाज़ संचार प्रदान करने में मदद करता है, जैसे लक्ष्मी ने काम में होते समय में भी अपने बच्चों की माँ होने केलिए व्हाट्सप्प का उपयोग किया. हम इसको भी देखते हैं कि नौकरीशुदा जोड़ों केलिए सन्दर्भों पर आधारित संचार के प्रकार आपस में संचार करने केलिए उनको विविध प्रकार के संचार के उपयोग करने केलिए सक्षम बनाते हैं. - यह पोलीमीडिया का एक स्पष्ट उद्धरण है. घरेलु और कार्य मंडल के बीच इस परस्पर क्रिया के निरंतर प्रवाह में, यह स्पष्ट रूप से प्रकट था कि इन जोड़ों के मामलों में पोलीमीडिया में नियंत्रित आतंरिक कार्यालय प्रणाली पर अप्रकट संचार शामिल था. दूसरे कार्य रिश्तों

पर ऐसे संचार को विकास करने से, हम ने इसको भी देखा हैं कि जैसे पहले के जल शीतलक के आस-पास की बातचीत अब किसी के अपने मेज़ पर ही होता है.

नौकरीशुदा जोड़ों के मामलों में, विशिष्ट रूप से जिनके छोटे बच्चे होते हैं, ऐसा लगेगा कि सामाजिक मीडिया संचार की उन्नति के कारण ऐसे कुटुम्बों में महिलाओं की जिम्मेदारी कम हो गया है. परन्तु, मामला ऐसा नहीं होता. यद्यपि ऐसे बहस कर सकते हैं कि इन संचार के मंच ने वास्तव में घर और काम दोनों मंडल को प्रभावित रूप से संभालने में महिलाओं की मदद की है, यह किसी तरीके से उनकी घरेलु जिम्मेदारियों को कम नहीं किया है; एक तरीके से यह इस पर अधिक जोड़ा है. कार्य में प्रतीक्षाओं को संभालने के प्रयास के साथ बच्चों पर लगातार जांच करना उनके मामलों पर स्पष्ट है.

एक अच्छी गृहिणी होना एक ऐसा प्रतीक्षा है जिसको इन स्त्रियों ने मध्य-वर्ग की नैतिकताओं से ग्रहण किया हैं और निर्देशात्मक के रूप में जिसके साथ वे बड़ी हुई हैं. ये युवा माताएँ दोष का एक लगातार भावना का अनुभव करती हैं, और कभी वे ऐसी भावनाओं को शांत करने केलिए इन प्रतीक्षाओं का भरपाई करने लगती हैं - उनके माँ-बाप या सास-ससुर उनके पास ही रहने पर और बच्चों के देखभाल में मदद करने पर भी. कुछ मूल परिवारों में पति घरेलु ज़िम्मेदारियों के साझा करने की कोशिश करते हैं, लेकिन कई मामलों में घरेलु काम का संतुलन अभी तक कम नहीं हुआ है. इसलिए युवा माताएँ युक्ति से सामाजिक मीडिया का उपयोग अपने को एक प्रतियोगी कॉर्पोरेट कार्य-स्थल पर रखकर लेकिन उसी समय परिवार के अंदर उनके अपेक्षित भूमिका को भी निभाती हैं.[73]

इसके आगे, जबकि नातेदारी नेटवर्क द्वारा भर्ती भारतीय श्रमिक बाज़ार का एक सुस्थापित पहलू है, वासु, दर्शन और नागा के मामले में, वह बदल गया है. जो नातेदारी-आधारित नेटवर्क के रूप में प्रारम्भ हुआ, अब लोगों के एक व्यापक अड्डे के रूप में विक्सित हुआ है जो स्थानीय रूप से सामाजिक मीडिया द्वारा संपर्क हुए हैं. भर्ती के उन पहलुओं मौलिक रूप से नए नहीं हैं, लेकिन वे अब मुंह के शब्द से चालित से, जैसे उत्पादन कारखानों के टाउन के पारंपरिक उदाहरणों[74] पर देखा गया, एक आईटी हावी ज्ञान अर्थव्यवस्था पर सामाजिक मीडिया से चालित के रूप में बदल गए हैं. ऐसा परिवर्तन भारतीय मज़दूरों के कुछ स्थानीय लक्षण को अपेक्षाकृत अल्पावधि में पुनः स्थापित करने की मदद की है जिसमे कार्य और गैर-कार्य मंडल के बीच स्पष्ट द्विभाजन संक्षेप और विदेशी इरादें प्रयुक्त किये गए.

निम्न प्रबंधन रिक्त पदों के बारे में रिश्तेदारों और अन्य परिचित लोगों को सूचना देने के द्वारा स्पर्धा के सामना करने केलिए सामाजिक मीडिया के उपयोग करने के मामला को व्यापक दुनिया और उससे संबंधित सामाजिक-सांस्कृतिक मामलों के सन्दर्भों पर समझना चाहिए. वह कुलपक्षपात को पालनेवाला परिदृश्य लग सकता है. फिर भी हमें उन विशाल सामाजिक-सांस्कृतिक मामलों जिनको ये जाति समूह सामना करते हैं और उस जगह के आईटी उद्योग के स्वीकारात्मक अभियान नौकरी योजना की अनुपस्थिति आदि पर भी ध्यान रखना चाहिए. इस सन्दर्भ में ऐसे अग्रसक्रिय भर्ती की युक्तियाँ शायद समाज में ऊँचे स्तर पर जाने का रास्ता के रूप में और बड़ी प्रणालियों से उनपर रखे जाते पारंपरिक जाति नीतियों के विपरीत आंदोलन के रूप में देखा जा सकता है.[75]

हम इसको भी देख सकते हैं कि दर्शन और नागा के आईटी कंपनियों केलिए भर्ती का उदाहरण जैसे मापनीय सामाजिकता के सिद्धांत पर ठीक-ठीक बोलता है.[76] यहाँ रिक्त पद और भूमिका पर संचार विभिन्न आकार के समूहों के बीच बदलते हैं और कुछ संचार

सार्वजनिक रूप से फेसबुक पर कहे जाने से दूसरों व्हाट्सप्प पर कुछ चुने गए लोगों से निजी रूप से विनिमय किये जाते हैं. दूसरी ओर एकाधिक मंचों के उपयोग करने का वासु का मामला पोलीमीडिया कार्रवाई पर होने का एक स्पष्ट उद्धरण है. इन सब मामलों में, कार्य और गैर-कार्य की सीमाओं की मध्यस्थता स्पष्ट थी.

परन्तु, इस प्रकार प्रस्ताव करना आकर्षक हो सकता है कि 'कार्य - गैर-कार्य' द्विभाजन हमेशा कर्मचारियों के एजेंसी के द्वारा ही बिगाड़ा गया, यह पूरी तरह से सच नहीं होता. हम से माना जाता कार्य प्रणाली असत्याभास से भरा है. वह एक विशिष्ट अभ्यास को प्रतिबंध और नियंत्रण करता लगता है, लेकिन उसी समय में सापेक्ष आसानी से जो प्रतिबंधित है उसे पार करने का काफी अवसर प्रदान करता है.

परिचय पर वापस जाकर, हम देख सकते हैं कि कार्य और गैर-कार्य के द्विभाजन को मानने का मानववैज्ञानिक प्रतिषेध पंचग्रामी जैसी जगहों के अध्ययन पर आधारित है. यह पहचानना आवश्यक है कि ऐसी जगहों में कार्य और गैर-कार्य का आसान, दृढ विभाजन कभी मौजूद नहीं था; जहाँ ऐसी सीमाएँ लगाई गई, वे अकसर धोखा दिए गए. फिर भी, सामाजिक मीडिया का उदय इस मामले से बात करने से बहुत अधिक किया है, जो इस अध्याय के सविस्तार कहानियों से स्पष्ट है. वे कार्य में, कार्य के बाहर और कार्य और गैर कार्य के बीच अन्तरक्रियाशीलता में प्रचुरता को दिखाते हैं, जो कुछ मामलों में अपूर्व भी हो सकते हैं.

6
व्यापक दुनिया: एक ज्ञान अर्थव्यवस्था में सामाजिक मीडिया और शिक्षा

रंजित के जीवन में एक दिन

रंजित १५ साल का है और एक उच्च मध्य-वर्ग परिप्रेक्ष्य का है. वह एक अंतर्राष्ट्रीय स्कूल में पढ़ता है.

बुधवार

सबेरे ६ बजे - अलार्म बजता है ... स्नूज़ ... और पाँच मिनट केलिए सो जाऊँ ... माँ अपने सर्वोच्च आवाज़ में चीकने को सुनता हूँ ... लेकिन फिर सो जाऊँ ... यह सब सपना है ... संवृत के एक व्हाट्सप्प सन्देश पर और ५ मिनट में जागता हूँ ... वह पूछता है कि अगर बास्केटबॉल का अभ्यास सबेरे ७ बजे है और सबेरे ११ बजे अंग्रेजी निबंध को दाखिल करना है. अपशब्द का उपयोग! हाँ तो बास्केटबॉल अभ्यास और अंग्रेजी निबंध केलिए '****! मैं भूल गया' एक उचित स्माइली चेहरे को जोड़कर व्हाट्सप्प सन्देश भेजना [यहाँ रंजित की माँ उसके सबेरे के पहले काम के रूप में अपने फोन का उपयोग करने पर चिल्लाती है].

सबेरे ६.१५ बजे - ६.४५ बजे - दाँत साफ़ करते समय अपने को शाप देकर इसपर प्रार्थना करना कि अंग्रेजी शिक्षक आज दाखिल करने के अंग्रेजी निबंध से छुटकारा दें. आधी नींद में कॉफ़ी पीना - माँ को इसपर चिल्लाने का सुनना कि मुझे सबेरे २ बजे सोने केलिए जाना नहीं था. उनकी बात ठीक अहसास होना और खुद इसकी प्रतिज्ञा करना कि रात १० बजे के बाद खेलना या चाट करना बंध. सबेरे नहाने-धोने का ख़त्म. फेसबुक पर एक तेज़ी नज़र ... सौम्या के अपने कुत्ते के बच्चे के साथ की तस्वीर पर एक 'लाइक'. व्हाट्सप्प पर जांच ... संवृत के इस सन्देश पर ख़ुशी कि उसने भी इंग्लिश घर के पाठ को ख़त्म नहीं किया है ... पूरा समय कॉर्नफ़्लेक कहते ही. बास्केटबॉल अभ्यास केलिए दौड़

सबेरे ७ बजे - ८ बजे - बास्केटबॉल ... दूसरे के अभ्यास का फोटो लेकर फेसबुक पर पोस्ट करना. स्मार्टफोन पर प्रशिक्षक के घृणा की दृष्टि. प्रशिक्षक से वादा करना कि अगली बार उसको घर में छोड़ दूँगा. पोस्ट को चेक करके इसका पता चलना कि अभी तक इसके १० लाइक हैं.

सबेरे ८ बजे - फोन को छोड़ने केलिए तेज़ी से घर जाना ... जल्दी नहाना ... व्हाट्सप्प की जांच ... इसपर ख़ुशी कि क्लास के कुछ ही लोगों केलिए याद था कि आज निबंध को दाखिल करना था ... संवृत के सहपाठियों से जल्दी घर के पाठ के स्थिति की जाँच की तारीफ़ ... फेसबुक का चेक करना ... बास्केटबॉल के पोस्ट में अभी तक १२ लाइक हैं. शायद सब स्कूल चल रहे हैं ... स्कूल में मोबाइल फोन का अनुमति नहीं है ... इसलिए शायद पोस्ट को शामको अधिक लाइक मिलेगा.

सबेरे ८.३० बजे - स्कूल शुरू होता है - भौतिक-विज्ञान का क्लास ... १५ मिनट भाषण को सुनने के बाद यूट्यूब पर डिस्कवरी चैनल वीडियो से एक डाक्यूमेंट्री प्रदर्शन ... स्मार्ट क्लासरूम एकदम अद्भुत होते हैं.

सबेरे ९.१५ - गणित का क्लास - कैलकुलस का हल करना ... शिक्षक इसका जाँच करते हैं कि अगर सब लोगों ने खान अकादेमी[1] से अपेक्षित नियतन को ध्यान से देखा हैं

सबेरे १० बजे - अंतराल - निबंध के बारे में सभी लोगों से एक तेज़ी जाँच और उनसे फेसबुक की तस्वीर के बारे में कहना

सबेरे ११ बजे - अंग्रेजी का क्लास - अधिकाँश क्लास निबंध को पूरा नहीं करने के कारण शिक्षक इससे छुटकारा देते हैं. कंप्यूटर लैब पर जल्दी से जाना, जहाँ शिक्षक छात्रों से निबंध को टाइप करने केलिए कहते हैं. विजय, जो एक सहपाठी है, छिपकर इ-मेल को चेक करता है ... साइट पर सुरक्षा दीवार लग जाता है ... लैब संयोजक उसको इ-मेल चेक करने को देखकर अभिगम पर प्रतिबंधन डाले होंगे.

दोपहर - मध्याह्न भोजन - दोस्तों से मुलाक़ात

शामको १२.४५ बजे - जीवविज्ञान और रसायनविज्ञान क्लास पर जाना

शामको २.३० बजे - कंप्यूटर विज्ञान लैब शिक्षण-सत्र. सी प्रोग्रामिंग. सी रूटीन्स केलिए गूगल खोज ... ऑनलाइन सी क्लास पर अभिगम और इस रूटीन के पहलुओं केलिए चेक करना. फेसबुक पर अभिगम करने की कोशिश करना ... वेबसाइट रोका गया है ... यूट्यूब पर अभिगम ... सी पाठ केलिए जाँच.

शामको ३.१५ बजे - घर वापस जाना ... व्हाट्सप्प चेक करना ... फेसबुक का चेक करना ... अभी तक सिर्फ १४ लाइक ही. जल्दी अल्पाहार के साथ खेलना.

शामको ४.०० बजे - ७.०० बजे - ऑनलाइन खेल ...व्हाट्सप्प और फेसबुक पर जाँच ...३० लाइक-अद्भुत! माँ घर आई है ... पढ़ने केलिए चिल्लाती हैं.

रात ८.०० बजे – फ्लिपकार्ट[2] से एक फूलदान खरीदने केलिए माँ मदद मांगती है! ... यूट्यूब देखना ... व्हाट्सप्प और फेसबुक की जाँच करते रहना. पिताजी काम से घर वापस आते हैं. रात का भोजन खाना. कुछ आईपैड समस्याओं पर पिताजी की मदद करना.

रात ९.०० बजे - अंग्रेजी निबंध केलिए ऑनलाइन शोध ... नियत तारीख कल केलिए तय किया गया है ... अदिति और संवृत को इसको जानने केलिए सन्देश भेजना कि अगर वे पूरा कर दिए हैं ... सभी लोग ऑनलाइन पर हैं ... उसको लिखने/टाइप

करने की प्रक्रिया में. निबंध के बारे में बोलने केलिए संवृत को बुलाकर बास्केटबॉल पर बातचीत करना.

रात ११.०० बजे - निबंध पूरा करना ... उसको स्कूल के ऑनलाइन नियतन प्रणाली पर लोड करना ... ऑनलाइन खेल शुरू करना ... व्हाट्सप्प और फेसबुक के बीच अदली-बदली

रात ११.३० बजे - पिताजी शयन-कक्षा में आकर कहते हैं कि यह सोने का समय है

रात ११.४५ बजे - इस बार माँ आकर चिल्लाती है कि अभी सोने केलिए जाना है

सबेरे ०.३० बजे - अंत में शीघ्र ही सोने केलिए जाना, अदिति को व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश में शुभरात्रि का चुंबन देने के बाद

पांडियन के जीवन में एक दिन

सबेरे ४.३० बजे - जागना - बहन की आवाज़ कहती है कि यह जागने का समय है ... दाँत साफ़ करने और सबेरे के नहाने-धोने को ख़त्म करना. धान के खेत पर जाओ ... वहाँ मोबाइल का संकेत पाना आसान है. फेसबुक की जाँच करो. विनोद और सूरज ने कल ली गयी तस्वीर को अपलोड किया हैं ... उनको 'लाइक' करके टिपण्णी कर दो. देखो कि अगर कोई नयी दोस्ती की मांग आया है. लगभग ३० मिनट हो गया ... गोशाला पर जल्दी जाना है.

सबेरे ५ बजे - ७ बजे - गायों को दुहना, धान के खेत पर काम करना.

सबेरे ७ बजे - फेसबुक की जाँच करना ... दीपक ने टिपण्णी करके लाइक भी किया है. बदले में दीपक की टिपण्णी को लाइक करना ... दोस्तों के प्रोफाइल को यो ही देखना. चाय पीना और चावल के दलिया का नाश्ता खाना.

सबेरे ७.३० बजे - जल्दी नहाना और स्कूल जाने केलिए बस केलिए जल्दी जाना. स्कूल जाते समय फेसबुक की जाँच करना. अभिनेता विजय के 'सेल्फी पुल्ल'[3] और दूसरे फिल्म गीत सुनना. और अधिक गीत का डाउनलोड करना चाहिए. आज शामको नए डेटापैक खरीदने की याद रखना है.

सबेरे ८.१० बजे - स्कूल पहुंचना ... सूरज और विनोद से उनकी फेसबुक तस्वीरों के बारे में बात करना. विनोद के मोबाइल फोन से एक नया गीत सुनना.

सबेरे ८.३० बजे - ११.०० बजे - तमिल, अंग्रेजी और गणित के क्लास ... ब्लैकबोर्ड से जल्दी नोट्स कॉपी करना क्योंकि अंग्रेज़ी शिक्षक बहुत जल्दी ही ब्लैकबोर्ड को साफ़ कर देते हैं ... गणित क्लास के अंत में घर के पाठ का नोटबुक दाखिल करना.

सबेरे ११.०० बजे - अंतराल - विनोद के फोन से कुछ नए गीत अंतरण करना

सबेरे ११.१५ बजे - शारीरिक प्रशिक्षण वर्ग - शिक्षक पूछते हैं कि अगर कोई फिल्मी गीत उपलब्ध हैं ... विनोद नयी गीत का अंतरण करता है ... इंटरनेट से डाउनलोड किये गए नए तमिल फिल्म माँगना ... सूरज के फोन से अंतरण करना. फूटबाल खेलना ... मध्याह्न भोजन.

दोपहर १.५० बजे - कंप्यूटर विज्ञान का वर्ग. कंप्यूटर विज्ञान के शिक्षक सब लोग को ब्लैकबोर्ड पर लिखा हुआ एक कंप्यूटर प्रोग्राम को कॉपी करने केलिए कहते हैं ...

कंप्यूटर विज्ञान लैब पर जाना. प्रोग्राम चलाना. परिणाम पाना. दोस्तों से गपशप करना ... दीपक टूटे हुए कंप्यूटर की मरम्मत करने में शिक्षक की मदद करता है.

शामको ३.३० बजे - सड़क के बगले के चारपाई के आकार के मोबाइल फोन की दूकान पर सूरज के साथ जाकर रु.१५/- केलिए डाटा प्लान का रिचार्ज करना. अतिरिक्त रु.५/- केलिए नए गीत लोड करना.

शामको ५.०० बजे - त्वरित चाय ... धान के खेत पर जल्दी जाना ... गाय को बांधना ... नए गीत सुनना ... फेसबुक की जाँच करना ... गूगल से डाउनलोड किया गया तमिल अभिनेता विजय[4] की तस्वीर पोस्ट करना. कभी धोखा नहीं देता मित्र सूरज उसको पहले लाइक करता है.

शाम ७.०० बजे - रात का खाना ... सूरज से अंतरण किये गए नए तमिल फिल्म को देखने केलिए माँ और बहन को बुलाना ... चचेरे भाई से पाया सरकार से प्रदान किए गए लैपटॉप पर फोन से फिल्म का अंतरण. माँ और बहन के तकनीकी निपुणता और सिर्फ फिल्म मंगवाने पर ही नहीं बल्कि आसानी से उसे अंतरण करने पर भी प्रशंसा.

रात १०.३० बजे - फिल्म ख़त्म होता है ... इसका जाँच करना कि अगर गोशाला की गाय ठीक हैं. फिर एक बार फेसबुक का जाँच करना.

रात ११.०० बजे - नींद

ये दोनों अधिक विपरीत होनेवाले खाते खुद ही दो १५ उम्रवाले स्कूल के बच्चों और उनके सामाजिक मीडिया से रिश्ते को दर्शानेवाले लगेंगे. परन्तु ये दो अलग समाजों में होनेवाले दो असमान दृश्य नहीं हैं; वे पंचग्रामी में एक दूसरे के साथ ही होते हैं. इनसे हम क्या सीख सकते हैं, इसे देखने केलिए हमें कुछ पीछे जाना चाहिए, और इन परिप्रेक्ष्य को दीर्घ स्तर सामाजिक बनावट के रूप में मानना है जो इन दोनों संस्करण को एक ही स्थल में होने के सक्षम बनाता है. वही ठीक से इस अध्याय का कार्य है.

परिचय

इस श्रृंखला के हर एक ग्रंथ के छठा अध्याय के एक ही जैसे शीर्षक हैं, जो एक सामान्य उद्देश्य को सूचित करता है. इस श्रृंखला में इन अध्यायों का कार्य इसका विश्लेषण करना है कि जैसे विशाल सामाजिक निर्माण और अवसंरचना सामाजिक मीडिया पर प्रभाव डालता है या सामाजिक मीडिया से परिवर्तित किया जा सकता है. कुछ मामलों में लेखक ने कई निर्माण पर विचार किया हैं, उनमे राजनीति, प्रांत, धर्म और व्यापार मौजूद हैं.[5] मगर पंचग्रामी के मामले में, राजनीति और जाति जैसे, इन कई व्यापक मामलों पर इस पूरे ग्रंथ में बहस किया गया है; उनके साथ पूर्ण रूप से व्यवहार करना बहुत जटिल होगा. इसके बदले यह अध्याय एक विशिष्ट सन्दर्भ का विश्लेषण प्रदान करने लगता है, जो है शिक्षा. शिक्षा अपने साथ आकांक्षा और समृद्धि, या कम से कम एक उचित जीवन केलिए कठिन परिश्रम का एक व्यापक अखाड़ा लाती है. यह पिछले अध्याय के विषय से स्वाभाविक रूप से अनुगम करता है, क्योंकि यह आईटी क्षेत्र के आसपास विकसित विशिष्ट कार्य अभ्यास से बहुत संबंधित है. इस एकल क्षेत्र पर ध्यान रखने से विश्लेषण की गहराई प्रदान करना सक्षम होता है जिसको एक व्यापक-पहुँच दृष्टिकोण नहीं मान लेगा.

निम्नलिखित खंड इसपर एक झलक दिखाता है कि जैसे शैक्षिक अवसंरचना का विकास किसी प्रकार से जैसा यह स्थल एक 'ज्ञान अर्थव्यवस्था'[6] के रूप में कल्पित किया गया है, उसका संकेत बन गया है - उसके द्वारा सभी सामाजिक-आर्थिक वर्गों में आकांक्षाओं को जगाता है, जो बदले में उस स्थल में शिक्षा प्रदान करने पर प्रभाव डालने लगता है. इसके बाद हम स्कूल में सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) के उपयोग पर अध्ययन करते हैं, जिसमे इंटरनेट अभिगम, सामाजिक मीडिया और मोबाइल फोन एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. इसके बाद हम इसका अन्वेषण करते हैं कि जैसे पंचग्रामी के विभिन्न स्कूल प्रणालियाँ सामाजिक मीडिया पर कल्पना करते हैं, और वहाँ से सामाजिक मीडिया पर शिक्षक छात्र के मित्र बनने के पहलु पर बहस करने चलते हैं. अंत में, अध्याय इस पर एक मामले के अध्ययन के साथ ख़त्म होता है कि जैसे कुछ प्रचुर स्कूल, छात्रों को लोकप्रिय सामाजिक मीडिया साईट पर अभिगम करने से निरुत्साहित करने केलिए, अपने ही सामाजिक मीडिया बनाते हैं.

शिक्षा पर दूसरे सामाजिक-आर्थिक कारकों के प्रभाव पर भी बहस किया गया है. इसको प्रदर्शन करने का एक प्रयास भी किया गया है कि अब दीर्घ निर्माण भी परिप्रेक्ष्य पर संचालन करते हैं, जो, ऊपर के दो मामलों में दिए हुए जैसे, असमान प्रतीत होता सामाजिक मीडिया के दैनिक उपयोग पर प्रभाव डालता है.

ज्ञान अर्थव्यवस्था: आकांक्षाओं को प्रेरित करनेवाला पहचान

जबकि अनुसंधानकरता इसका विवाद करते हैं कि अगर एक ज्ञान अर्थव्यवस्था भारत केलिए उचित है,[7] भारतीय सरकार ने इस विचार को ज़ोर से अपनाया है. यह सिद्धांत इस पर भी दर्शाया जाता है कि जैसे पंचग्रामी का स्थानीय सरकार, और क्षेत्र का निजी आईटी उद्योग, एक दशक केलिए भी अधिक समय केलिए इसको सुनिश्चित करने का प्रयास किया है कि यह स्थल एक ज्ञान अर्थव्यवस्था के प्रतीक को व्यक्त करता है. उन्होंने आईटी कंपनियाँ प्रतिष्ठित किये हैं और एक कुशल और शिक्षित श्रमिक दल को आकर्षित करने की उपाय किये हैं. कुछ निश्चित हद तक उन्होंने अपने उद्देश्य को पूरा किये हैं, और बाहरवाले भी इस स्थल को ऐसी पहचान का श्रेय देते हैं. यद्यपि पंचग्रामी के एक निवासी को 'ज्ञान अर्थव्यवस्था' का अर्थ समझ नहीं होगा, वे इसको समझेंगे कि यह स्थल एक ऐसी अर्थव्यवस्था पर बदल रहा है जो और किसी से अधिक ज्ञान का सम्मान करता है और यह उनके शैक्षिक आकांक्षाओं पर दर्शाया जाता है.[8]

जैसे अध्याय १ में देखा गया, एक आईटी पार्क का स्थापना अपने साथ कई संरचनात्मक परिवर्तनों को लाया. शैक्षिक संस्थानों जो आईटी कंपनियों के कुशल श्रमिक की ज़रूरती का सेवा करता है, उनमे एक है. पंचग्रामी के आसपास स्कूल और कॉलेज की संख्या का चढ़ाव दूसरे विकासों के साथ निकला, जिसमे अधिक परिष्कृत आवास, व्यापारिक स्थल और कुशल आनेवाली आबादी की आवश्यकताओं पूरा करनेवाले अन्य सम्बद्ध सेवाओं के निर्माण भी मौजूद है. पंचग्रामी के एक दीर्घ-काल निवासी केलिए ये सब परिवर्तन, जो लैपटॉप और मोबाइल फोन के साथ संयुक्त है, एक ऐसी अर्थव्यवस्था को चिन्हित करने केलिए आया जिसने ज्ञान और कौशल पर बहुत अधिक मूल्य रखा.

पंचग्रामी के निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग केलिए, 'आईटी' शब्द अब समृद्धि का पर्यायवाची बन गया है. वे 'आईटी' को स्पष्टरूप से भयभीत करनेवाले संरचना के साथ के विशाल इमारतों के अंदर होनेवाले कंप्यूटर के रूप में कल्पना करते हैं,[9] जो सिर्फ ज्ञान और शिक्षा के द्वारा प्राप्त किये जा सकते विकास और समृद्धि का चिन्हित करता है. इस प्रकार, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग केलिए, आईटी कंपनी में काम करने का समाज में ऊँचे स्तर पर जाना होता है. लोगों के ऐसी गतिशीलता की आकांक्षा दैनिक रूप से पुनः ज़ोर दिया जाता है - इस क्षेत्र के संरचना से ही नहीं, मगर इस स्थल में नए आनेवाले मध्य-वर्ग आबादी के नए संसादानों के प्रत्यक्ष उपयोग से भी (संपन्न गृह, कीमती भोजनालय, नए स्मार्टफोन आदि जैसे).[10]

निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के माँ-बाप अपने बच्चों के द्वारा इस समाज में ऊँचे स्तर पर जाने की आकांक्षा को प्राप्त करने के प्रयास करते हैं. वे अपने बच्चों को कंप्यूटर प्रदान करते हैं, जो उनकेलिए ज्ञान को सूचित करता है. इन कंप्यूटर के द्वारा इंटरनेट और फेसबुक जैसे सामाजिक मीडिया पर अभिगम करना इसका एक और आगे का सबूत के रूप में माना जाता है कि उनके बच्चे समाज पर ऊँचे स्तर पर जाने को प्राप्त करने केलिए सही तरीके में है. अगला कदम है उनके बच्चों को सही स्कूल पर भेजना, जो उनकेलिए लगभग एक ऐसा स्कूल होता है जो कंप्यूटर द्वारा शिक्षा प्रदान करता है.

रानी, जिसका उम्र ३६ है, एक नौकरानी है और पंचग्रामी का दीर्घ-काल की निवासी भी. वह एक बहु-मंजिला अपार्टमेंट परिसर पर काम करती है, जो इस स्थल पर हुआ एक विशाल संरचनात्मक परिवर्तन का चिन्हित करता है. रानी आईटी बहुत बडे ऐरकण्डीशन के कार्यालय इमारतें के रूप में समझती है जहाँ सुशिक्षित और अच्छे कपडे पहने लोग सारे दिन केलिए काम करते हैं और इसकेलिए बहुत अच्छी तरह से वेतन पाते हैं. आठ साल में, अभी तक तीसरे ग्रेड में होते समां, स्कूल छोड़ने के बाद, वह अब अपने जुड़वां बेटे और बेटी, जो अब नौवीं ग्रेड पर हैं, को खूब पढ़कर करीबी भविष्य आईटी क्षेत्र पर नौकरी प्राप्त करना चाहती है. वह कुछ साल पहले उनको एक उतरन डेस्कटॉप कंप्यूटर और उतरन, असली में सरकार से प्रदान किया गया, लैपटॉप इसलिए खरीदा है कि वह उनको प्रेरित करने और अपने आकांक्षा को पूरे करने केलिए दृढ़ता से अभियान करने का विश्वास करती है.

निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के आकांक्षाओं के जैसे, उच्च मध्य-वर्ग के परिवार (अधिकाँश 'दुगुनी आमदनी' के आईटी कर्मचारी से समाविष्ट) भी अपने बच्चों को सही स्कूल पर भेजना चाहते हैं. इस समूह केलिए, 'ठीक' स्कूल अंग्रेजी माध्यम के स्कूल होते हैं जो अंतर्राष्ट्रीय या राष्ट्रीय स्तर के पाठ्यक्रम का पालन करते हैं. इस क्षेत्र पर ऐसे स्कूल के प्रसार के साथ, इन स्कूलों से प्रदर्शन करने लगाया जाता एक भेद है, स्मार्ट कक्षा सुविधा, अर्थात कक्षा आईसीटी (सूचना और संचार प्रौद्योगिकी) सक्षम है और इंटरनेट से संपर्क हैं. इसका अर्थ यह भी है कि इनको खान अकादमी,[11] ओपन सोर्सवेयर[12] और यूट्यूब पर वीडियो डाक्यूमेंट्री जैसे जैसे नए शैक्षिक मंचों पर अभिगम उपलब्ध हैं.

आश्विन, जो ४१ साल का है, एक बहुराष्ट्रीय आईटी कंपनी केलिए काम करते है. चार सालों से अधिक समय केलिए उन्होंने यूएस के एरिज़ोना पर स्थापित गराजाल ले कार्यालयों पर एक में सलाहकार के रूप में काम किए हैं. उनके कंपनी को कुछ समय केलिए उनके भारत वापस आने की आवश्यकता होने के कारण, आश्विन ने अपनेलिए पंचग्रामी में एक अपार्टमेंट ख़रीदा. वे भारत में अपने दीर्घ-कालिक योजनाओं

पर सुनिश्चित नहीं होने (वे शायद किसी समय यूएस वापस जा सकते हैं, जो उनकी तरक्की और कंपनी के योजनाओं पर निर्भर था) और उनके बेटा ग्यारहवीं क्लास में पढ़ने के कारण, वे इसको पक्का करना चाहते थे कि उनका बेटा एक अंतर्राष्ट्रीय स्कूल में पढ़ता था. यह उसको इंटरनेट अभिगम का प्रदान करेगा और उसके शिक्षण पाठयक्रम में आईसीटी पर काफी ज़ोर देगा - जिसको आश्विन अपने परिवार के यूएस पर वापस जाने के निर्णय लेने पर बहुत आवश्यक समझते थे. उनके वापस नहीं जाने पर भी, बदले में अगर उनका बेटा भारत में एक प्रमुख इंजीनियरिंग कॉलेज में जाना चाहता था, यह अनावरण उसको अच्छा स्थान को प्राप्त करेगा.

कोई पंचग्रामी में रानी और आश्विन जैसे कई लोगों को देख सकता है. ये सब इसका उदाहरण है कि जैसे माँ-बाप, बच्चों को सुरक्षित भविष्य प्रदान करने का विश्वास करके उनकी शिक्षा पर युक्ति से योजना बनाते हैं. और कई प्रकार के माँ-बाप, जो आम तौर पर निम्न मध्य वर्ग के हैं, अपने बच्चे को निजी स्कूल पर भेजने से खुश होते हैं, जहाँ प्रांतीय-स्तर के पाठयक्रम के साथ शिक्षण का माध्यम अंग्रेजी होता है. इस प्रकार करने में, वे इसकी सुनिश्चित करने के विश्वास रखते हैं कि बच्चा इंजीनियरिंग या विज्ञान या व्यापार विषय पर ग्रेजुएट बनने केलिए कठिन अध्ययन करता है और इसलिए उस तरीके से आईटी क्षेत्र पर जा सकता है.

माँ-बाप की आकांक्षा इस प्रकार एक स्वरुप बनने को देखा जा सकता है. बच्चों के पड़नेवाले स्कूल या परिवार जिस सामाजिक वर्ग का होता है, इसके निरपेक्ष, आईटी क्षेत्र उनके बच्चों केलिए चयन का मंज़िल लगता है. संक्षेप में, इन माँ-बाप केलिए अपने बच्चों को आईटी क्षेत्र में माननीय स्थानों पर लाना उनको जीवन बसाने का चिन्ह है और उसी समय समाज पर ऊँचे स्थान पर जाना भी है. इसका उपलब्ध करने केलिए, बच्चों को अंग्रेजी माध्यम में पढ़ना चाहिए, जो तकनीक को अधिमान देता है (कम से कम एक सीखने के मंच के रूप में): ऐसे स्कूल के आईसीटी[13] इसको प्रतिरूपण करता है.

पंचग्रामी में स्कूल प्रणाली

जो स्कूल[14] पंचग्रामी में मिलते हैं, वे तीन प्रणालियों के होते हैं: तमिलनाडु प्रांतीय पाठ्यक्रम का पालन करनेवाले प्रांतीय बोर्ड के स्कूल[15]; राष्ट्रीय-स्तर के पाठ्यक्रम का पालन करनेवाले सीबीएसई स्कूल[16]; और अंतर राष्ट्रीय पाठ्यक्रम का पालन करनेवाले आईजीसीएसई स्कूल[17]. पंचग्रामी के आसपास आप को दो अंतर राष्ट्रीय स्कूल, आधे दर्ज़न के सीबीएसई स्कूल और कम से कम एक दर्ज़न निजी और सरकार की स्वामित्व का प्रांतीय बोर्ड स्कूल मिलेंगे. आसानी से समझने केलिए, यह अध्याय असली स्कूल बोर्ड के बदले 'प्रचुर स्कूल' और 'कम प्रचुर स्कूल' के शब्द का उपयोग करेगा. आम तौर पर, एक प्रचुर स्कूल एक ऐसा स्कूल होगा जिसमे मध्य और उच्च मध्य-वर्ग के बच्चे पड़ते हैं, (वे बहुधा अंतर-राष्ट्रीय और सीबीएसई स्कूल हैं, यद्यपि कुछ व्यक्तिगत स्वामित्व के प्रांतीय बोर्ड स्कूल भी इसमें वर्गीकरण किए जा सकते हैं), जबकि कम प्रचुर स्कूल सरकारी या अन्य निजी स्थानीय प्रांतीय बोर्ड के स्कूल हैं. पिछलेवाले निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग और निम्न मध्य वर्ग की सेवा करते हैं और उनके प्रचुर तद्रूपों से बहुत कम शुल्क[18] ही लेते हैं. मगर इन स्कूलों के संरचनात्मक सुविधाएँ बहुत कम होती हैं.

जबकि सभी प्रचुर स्कूलों में शिक्षा का माध्यम अंग्रेजी होता है, कम प्रचुर प्रांतीय बोर्ड के स्कूलों में तमिल या अंग्रेजी ही माध्यम होता है.[19] मगर, इस क्षेत्र में तमिल माध्यम स्कूलों से अंग्रेजी माध्यम स्कूलों की मांग की बढ़ती[20] अधिकतर आईटी क्षेत्र के रोज़गार अभ्यासों से उत्तेज किया गया, यद्यपि ३० साल पहले ही अंग्रेजी शिक्षा की इच्छा आस पास में होने लगा. व्यंग्यात्मक रूप से अब प्रारंभिक स्कूल में पढ़नेवाले बच्चे निर्माण में काम करने केलिए दूसरे भारतीय प्रांतों से पंचग्रामी पर प्रवास किए गरीब प्रवासी मज़दूरों के बच्चे हैं.

जबकि पंचग्रामी के प्रचुर और कम प्रचुर स्कूल दोनों अपने आईसीटी संरचना पर विज्ञापन देते हैं, इन स्कूलों के बीच एक महत्वपूर्ण भेद स्मार्ट कक्षा और इंटरनेट संयोजकता के द्वारा स्पष्ट किया जाता है. यह कारक एक स्कूल की प्रसिद्धि और उससे अनुभव किया जाता स्थानों की माँग को बनाता या बिगाड़ता है. जबकि कई प्रचुर स्कूल अपने स्मार्ट कक्षा प्रणाली द्वारा उनके अधिक शुल्क तर्कसंगत करते हैं, कम प्रचुर स्कूल इसको एक कंप्यूटर लैब से करते हैं.

स्कूलों में आईसीटी और सामाजिक मीडिया

यह आश्चर्यजनक नहीं है कि इस क्षेत्र के प्रचुर स्कूल के सर्वोत्तम आईसीटी और स्मार्ट कक्षा की सुविधाएँ हैं, और उनके कई कंप्यूटर इंटरनेट से संयोजित हैं. इन स्कूलों से अपनाये गए एक लोकप्रिय शैक्षणिक प्रणाली है यूट्यूब से वीडियो को दिखाना. शिक्षक से उपयोग किया जाता और एक स्रोत था खान अकादमी.[21] गूगल खोज और गूगल छवियाँ भी इन शिक्षक को शोध प्रदर्शन और परियोजना केलिए अतिरिक्त संसाधन प्रदान करते हैं. इसके अलावा, ये प्रचुर स्कूलों में अपने कर्मचारियों के कक्षों में असीमित इंटरनेट अभिगम के साथ कुछ प्रणाली हैं. कुछ स्कूलों अपने छात्र को क्रिया-आधारित परियोजनाओं में सामग्री डाउनलोड करने केलिए शिक्षक से मदद मांगने केलिए प्रोत्साहन करते हैं.

मगर छात्रों के मामले में सबसे अधिक प्रचुर स्कूल इंटरनेट के अभिगम पर प्रतिबंध डालकर कठिन नियम लगाए थे; लगभग उनमे सब स्कूल के कंप्यूटर पर सामाजिक मीडिया साइटों पर अभिगम को रोकते हैं. यद्यपि पांचवी ग्रेड और उसके ऊँचे ग्रेड के बच्चे शिक्षक और लैब प्रशिक्षक के निर्देशन के अधीन सक्रिय रूप से इंटरनेट पर अभिगम करने केलिए प्रोत्साहित किए जाते हैं, शिक्षक लोग एक्स उच्च ग्रेड के (आम तौर पर दसवीं या ग्यारहवीं ग्रेड के) बच्चों पर इसकी शिकायत करते हैं कि वे अपरिचित रूप से कुछ प्रतिबंधित साईट पर अभिगम करते हैं. यह स्पष्ट था कि यह इन स्कूलों केलिए नया था, जो इंटरनेट और सामाजिक मीडिया साईट पर अपने दृष्टिकोण पर लगातार परीक्षा भी करते थे.[22]

प्रचुर स्कूल, वे इंटरनेट सक्षम आईसीटी संरचना के स्वीकार करने के कारण अपने बच्चों केलिए सुरक्षित इंटरनेट खोज के आदत पर अभ्यासिक पाठ के पैतृक माँग को संतुष्ट करने केलिए भी प्रयास करते हैं. यह आंशिक रूप से इसलिए होता है कि ये बच्चे अधिकतर 'दुगनी आमदनी' के परिवार के थे, जिसमे माँ-बाप दोनों नौकरीशुदा थे और इसलिए बच्चे सामान्य रूप से मध्य शाम तक घर में अकेले थे. शिक्षक और माँ-बाप दोनों घर में एक अकेले परिस्थिति, एक आईपैड या लैपटॉप और असीमित इंटरनेट

संपर्क के मिश्रण को खतरनाक समझते थे, और इसलिए जैसे इंटरनेट को सुरक्षित रूप से ब्राउज करना इसको बच्चों को सिखाना शिक्षक का कर्तव्य बन गया. यद्यपि माँ-बाप पैतृक नियंत्रण को लगाए, उनको मालूम था कि बच्चों केलिए उन प्रतिबंधों का पार करना मुश्किल नहीं होगा. मगर, अधिकाँश स्कूलों में ये पाठ एक-दिन की कार्यशाला के द्वारा सिखाये नहीं जाते, लेकिन इसके बदले कक्षों में लगातार रूप से संघटित होते हैं.

इनमे कुछ प्रचुर स्कूल शिक्षकों को, अपने छात्रों के ब्राउज करने की आदत को संभालने और उसपर सलाह देने केलिए, प्रशिक्षित करने केलिए सुरक्षित इंटरनेट ब्राउज़िंग संचालन करते हैं. ये स्कूल आम तौर पर माँ-बाप को अपने बच्चों को (विशिष्ट रूप से १४ साल के कम होनेवालों को)[23] सामाजिक मीडिया वेबसाइट, विशिष्ट रूप से फेसबुक, के सदस्य बनाने की अनुमति देने से हतोत्साह करते हैं. उन्होंने फेसबुक को एक ध्यान भांग करनेवाले साईट के रूप में ही नहीं, लेकिन छोटे बच्चों केलिए खतरनाक के रूप में भी देखा हैं, क्योंकि वे अनजान रूप से उस स्थल पर अपने को समाज विरोधी तत्वों और स्कूल के गुण्डा लोगों को प्रदर्शित कर सकते हैं. तथापि वे इसपर सुनिश्चित हैं कि उनके कई छात्र सामाजिक मीडिया पर थे, विशिष्ट रूप से फेसबुक पर.[24] ये छात्र सिर्फ फेसबुक पर प्रवेश करने से नहीं रोकते, लेकिन अपने उन शिक्षकों से दोस्ती बनाते हैं जो इस मंच पर हैं. मगर, इंटरनेट और सामाजिक मीडिया पर ऐसी चिंता सिर्फ मौखिक रूप से व्यक्त किए गए, परन्तु उन स्कूलों से आधिकारिक नियंत्रक नीति कभी नहीं बनाये गए. बहुत अकसर ये चिंताएं अध्यापक एवं जनकों के सभा में सिर्फ माँ-बाप को सूचित किए गए.

सामाजिक मीडिया पर इन स्कूलों की चिंताओं ने इस पर भी प्रभाव डाला कि उन्होंने जैसे इंटरनेट और सामाजिक मीडिया को वर्गीकरण किया था. जबकि शिक्षक लोग इंटरनेट और यूट्यूब को एक ज्ञान संसाधन के रूप में पहचान करते हैं,[25] उन्होंने बेशक फेसबुक और अन्य सामाजिक मीडिया को पृथक किए हैं; शिक्षकों केलिए ये साईट सिर्फ तुच्छ थे, उनका कोई शैक्षिक गुण नहीं था. उनको मनबहलाव के रूप में दूर किया जाता था.[26] ऐसी धारणाएँ स्कूल से इंटरनेट पर अभिगम करने की नीतियों पर प्रभाव डालते हैं. ये सामान्य रूप से सरल थे; गूगल और यूट्यूब के सिवा दूसरे वेबसाइट पर नहीं. और यूट्यूब पर वे सिफारिश भी नहीं होते जो उनको देखते समय आम तौर पर निकलते हैं. इसके अलावा, स्कूल इसका भी सुनिश्चित करते हैं कि विज्ञापन अचानक नहीं नज़र आती. पैतृक नियंत्रण और अन्य सुरक्षा लक्षण सामान्य रूप से स्कूल के लैब पर सक्षम बना देते हैं. फिर भी ये मधुवंती के अनुभव के बाद ही अधिक स्थिर बनाये गए.

एल.मधुवंती, जो ३८ साल की हैं, एक प्रचुर स्कूल में माध्यमिक स्कूल के विज्ञान शिक्षक हैं. अपने छात्रों के साथ एक कंप्यूटर लैब शिक्षण सत्र में उन्होंने उनको एक यूट्यूब डाक्यूमेंट्री देखना चाहा, लेकिन उनको जल्दी ही पता चला कि कुछ छात्र स्कूल के कंप्यूटर से फेसबुक पर अभिगम करते थे. तुरंत उनको अपने छात्रों के अभिगम को रोककर उनको प्रशिक्षण देना पड़ा. उनको लगा कि स्कूल में ऐसे अभिगम को रोकने के फ़ायरवॉल नहीं होने के कारण, छात्र हमेशा लैब शिक्षण सत्रों में सामाजिक मीडिया साईट पर अभिगम करने केलिए लुभाये गए. ऐसी शिकायतों के एक अनुक्रम के बाद ही स्कूल ने फ़ायरवॉल द्वारा कुछ साइटों पर अभिगम को रोकने का गंभीर कदम लिया; उसने कंप्यूटर लैब में फ़ायरवॉल को धोका देनेवाले किसी छात्र पर जागरूक निगरानी रखने केलिए एक निपुण प्रशासक को भी नियुक्त किया. ऐसे स्कूल के कई आईटी लैब प्रशिक्षक ने इसको मान लिए कि उनके सिस्टम पर होते फ़ायरवॉल प्रतिबंध कभी बेपरवाह थे, विशिष्ट रूप

से सामाजिक मीडिया साईट पर अभिगम के विषय पर. ये स्थान पर होने पर भी, उनको पता लगा कि कुछ बच्चों को हमेशा इसपर ज्ञात था कि इसको कैसे पार करना है.

दूसरी ओर, अधिकाँश कम प्रचुर स्कूल के कंप्यूटर इंटरनेट से संपर्क नहीं थे. अगर उनके कोई संपर्क हो तो, वह विशिष्ट रूप से एक या दो विशिष्ट कंप्यूटर से होगा, जो लैब प्रशासक या प्रभारी शिक्षक के अधिवीक्षण के अधीन हो सकता है.

इन कम प्रचुर स्कूल के छात्रों केलिए, यंत्रों को अपनाना भी विलासिता थी. सरकार के 'एक लैपटॉप एक बच्चे' के नीति के साथ, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के कई मध्यम-स्कूल छात्रों के पास अब लैपटॉप हैं. ये बच्चों को इंटरनेट का अभिगम उपलब्ध नहीं था या उसको एक सस्ते स्मार्टफोन से बांधे थे जिसका इंटरनेट पर अभिगम था. मगर, यह पुरुष छात्रों केलिए ही संभावित था;[27] महिला छात्राएं अल्प काल तक ही एक गृहीत फोन पर बांधकर ही इंटरनेट के अभिगम करते थे (आम तौर पर अपने बडे भाइयों या दूसरे रिश्तेदारों से). एक यूएसबी डोंगल इंटरनेट संपर्क का उपयोग अब ज्ञान का एक चिन्ह बनते हैं, क्योंकि वे इंटरनेट पर अभिगम से करीबी से संबंधित हैं.[28] मगर, ऐसे उपकरणों के उपयोग में भी, लिंग-आधारित नियंत्रण स्पष्ट थे. जैसे अध्याय २ पर बहस किया गया, निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग की छात्राओं केलिए सामाजिक मीडिया पर अभिगम आम तौर पर परिवार के दूसरे सदस्यों से प्रतिबंधित या रोका भी गया.

सामाजिक मीडिया इन कम प्रचुर स्कूलों से नियमानुसार व्यवहार किए जाते विषय नहीं होने के कारण, वे स्थिर रूप से कभी माँ-बाप से इसका बहस नहीं करते थे. इसका फलस्वरूप इन बच्चों के माँ-बाप (विशिष्ट रूप से लड़के), इस प्रकार कल्पना करके कि सामाजिक मीडिया प्रौद्योगिक उन्नति का एक प्रत्यक्ष चिन्ह होता है जिसकेलिए ज्ञान अर्थव्यवस्था पर प्रवीणता का ज़रुरत है, लगभग बच्चों के सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने के सहमत थे.

जबकि सुसज्जित प्रचुर स्कूलों के आईसीटी सुविधाएँ यूट्यूब पर एक डाक्यूमेंट्री को देखने को आवश्यक बना देते हैं, वह ऐसे कम प्रचुर स्कूलों में एक डीवीडी[29] को देखने का समान होता है, जो इंटरनेट से संपर्क नहीं होते. जबकि कम प्रचुर स्कूलों के शिक्षक लोगों को खान अकादमी जैसे खुले स्रोत संसाधन के बारे में ज्ञात नहीं था, उनको ज़रूर यह मालूम था कि यूट्यूब पर शैक्षिक अंश थे, और कभी अपने छात्रों को मोबाइल फोन पर यूट्यूब वीडियो देखने केलिए प्रोत्साहित करते थे. मगर, यह उनके पाठयक्रम का भाग नहीं था और इसलिए यूट्यूब आधारित घर का पाठ या परियोजना, एक प्रचुर स्कूल की तरह ही, नियत किया गया.

इन न्यून सज्जित के कई अध्यापकों ने ऐसा कहा कि उनके छात्र, अगर ऐसे अवसर उनको मिले तो, बहुत अच्छे से करेंगे. संभावित रूप से यह मानसिकता सामाजिक मीडिया पर उनका धारणाओं को भी प्रभावित करता है. यह स्पष्ट था कि इन स्कूलों के कई अध्यापक व्यापक इंटरनेट और सामाजिक मीडिया के बीच में भी भेद नहीं करते थे; वे दोनों को अपने छात्रों के उस ज्ञान के अन्वेषण के अवसर रूप में देखते थे जो आर्थिक परिस्थिति के कारण उनको मना किया गया था. यह शिक्षक के ऐसे छात्रों से बर्ताव करने और प्रोत्साहन करने के तरीकों में भी प्रत्यक्ष था, जिनके इंटरनेट और सामाजिक मीडिया के थोड़ी ही क्षमता और ज्ञान था, यद्यपि यह सीधे से पाठयक्रम से संबंधित नहीं होता. यह ऐसे विकर्षण पर प्रचुर स्कूलों के दृष्टिकोण के तीव्र विषमता पर होता है.

रंजित और पांडियन के मामलों के अध्ययन में यह भेद बहुत स्पष्ट होता है. उनके शारीरिक प्रशिक्षण क्रियाओं के समय में, जब 'प्रशिक्षक' (रंजित के मामले में) और शारीरिक प्रशिक्षण शिक्षक (पांडियन के मामले में) ने, उनके हाथों में स्मार्टफोन को देखा, उनका प्रतिक्रिया बहुत अलग थी. जबकि रंजित के अधिवेशन पर इस फोन से की गई बाधा पर प्रशिक्षक ने तिरस्कार दिखलाया, पांडियन जो स्थानीय स्कूल पर चलता है, वहाँ के अध्यापक ने उससे फ़िल्मी गीत माँगा. उनकी प्रतिक्रिया अलग होने पर भी, ऐसा लगता है कि दोनों अब ऐसे उपकरणों के व्यापक स्वभाव और अपने छात्रों पर सामाजिक मीडिया के प्रभाव को स्वीकार करते हैं.

मोबाइल मंचों पर सामाजिक मीडिया का अभिगम

यद्यपि बहुत स्कूल के छात्र एकाधिक उपकरणों के द्वारा सामाजिक मीडिया पर परिचालन और अभिगम करते हैं, (जो उनके सामाजिक-आर्थिक परिप्रेक्ष्य पर निर्भर है), स्मार्ट फोन इंटरनेट और सामाजिक मीडिया पर अभिगम केलिए बहुत लोकप्रिय माध्यम लगता है.

पंचग्रामी के सभी स्कूलों ने अपने स्कूल भवन के अंदर 'मोबाइल फोन बंध' की नीति रखी हैं और छात्रों के स्कूल में मोबाइल फोन लाने को रोकते हैं. मगर प्रचुर और कम प्रचुर दोनों स्कूलों के शिक्षक इसको मानते हैं कि उन्होंने अपने स्कूल भवन में बहुसंख्यक छात्रों को मोबाइल फोन के साथ पकड़े हैं.

एक अनुशासनिक प्रक्रिया के रूप में, स्कूल मोबाइल फोन को रख लेता है और छात्रों को बता देता है कि फोन उनके माँ-बाप को ही वापस किया जाएगा. यह शिक्षकों को उसके माँ-बाप के साथ ऐसे नीतियों और उनको तोड़ने पर होनेवाली समस्याओं के बारे में बात करने का अवसर देता है. बहुत अकसर माँ-बाप पर १० से १२ वर्ष के बच्चे को मोबाइल फोन प्रदान करने का आरोप लगाते हैं. इस ग्रंथ केलिए किए गए साक्षात्कारों में कई शिक्षकों ने ऐसा अवलोकन किया कि नीतियों का भंग आम तौर पर ऐसे बच्चों के मामले में ही होते हैं जिनके माँ-बाप दोनों नौकरीशुदा होते हैं. शिक्षकों के अनुसार, उच्च प्रयोज्य आमदनी के माँ-बाप अपने बच्चे को, उनके साथ समय बिताने के अपने असमर्थता को पूरा करने केलिए, सभी तरह के यंत्रों से भर देते हैं. असल में कम प्रचुर के स्कूलों के शिक्षक लोगों ने भी इसपर शिकायत किया, पर यहाँ यह अधिक छात्रों पर केंद्रित था, जो कभी इन फोनों को अपने माँ-बाप के बदले अपने विस्तृत परिवार से प्राप्त करते थे (विशिष्ट रूप से वह चाचा जैसे एक बुज़ुर्ग रिश्तेदार से प्रदान किया गया). लेकिन इन छात्रों को प्रचुर परिप्रेक्ष्यवालों से इसी ने अलग किया कि उनके पास दूसरे से प्राप्त किया गया गैर-स्मार्ट फोन ही उपलब्ध था, और कभी स्मार्ट फोन भी, जबकि प्रचुर स्कूलों पर जानेवाले बच्चों के पास आम तौर पर नया स्मार्ट फोन था. कम प्रचुर स्कूलों में अधिकतर छात्रों ही पकड़े गए, जबकि प्रचुर स्कूलों में छात्र और छात्रा भी मोबाइल फोन के साथ पकड़े गए. निश्चित रूप से ऐसा लगा कि उनकी प्रचुरता के निरपेक्ष, सभी स्कूलों के बच्चों मोबाइल फोन के कब्ज़ा के कारण पकड़े गए.

प्रचुर स्कूलों के बच्चों के साथ, शिक्षकों ने इस प्रकार पुनर्गठन किया कि एक उपकारों से संबंधित रहने अकेले बच्चे केलिए सुलझाव होता है; ऐसे बच्चों केलिए जिनके माँ-बाप लंबे समय तक काम करते थे, ऐसा लग रहा था कि उनके माँ-बाप से अधिक

फोन उनके साथ बातचीत करता था. फोन या आईपैड एक वास्तविक साथी बन गया था. ऑनलाइन खेल खेलनेवाले कई छोटे बच्चों ने ऐसा कहा कि जब उनके माँ-बाप काम पर थे, ये खेल उनके साथ रखते थे.

शिक्षकों के अनुसार, बच्चों के उपकरणों पर बहुत अनुलग्न होने के प्रधान कारणों में एक खेलना होता है. खेलना कई चैनल के द्वारा होता है. खेल अनुप्रयोग के रूप में गूगल प्ले स्टोर, एप्पल के एप्प स्टोर या सैमसंग स्टोर आदि से डाउनलोड किए जा सकते हैं. मगर, अधिक माँ-बाप अपने बच्चों को फेसबुक पर भी प्रवेश करने देते हैं, और इस प्रकार उनको उस मंच के खेल खेलने देते हैं. शिक्षकों ने बताया कि फेसबुक पर प्रवेश करनेवाले छोटे बच्चे इस साईट को खेलने केलिए ही उपयोग करते हैं. यद्यपि उन्होंने ऐसा महसूस किया कि ऐसे सामाजिक मीडिया की सदस्यता बच्चों को अनावश्यक विकर्षणों पर आरक्षित छोड़ देते हैं, माँ-बाप अपने बच्चों के फेसबुक होने की परवाह नहीं करते थे.

एक प्रचुर स्कूल ने हर एक छात्र के स्कूल बस्ता पर इसको देखने केलिए अप्रत्याशित जाँच भी किया कि अगर किसी के पास मोबाइल फोन है, जिसका कारण यह गपशप था कि बच्चे अंतराल के समय में खेलने या फेसबुक और व्हाट्सप्प जैसे सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने केलिए मूक अवस्था में मोबाइल फोन का उपयोग करते थे. यह जाँच सिर्फ ग्यारहवीं ग्रेड में २१ मोबाइल फोन के कब्ज़ा करने के साथ पूरी हुई, जिसमे १७ साल के छात्र ही थे. इसके कारण कठोर नीतियां और नियमों लगाए गए. यद्यपि स्कूल ने अध्यापक एवं जनकों के संघ की सभा का व्यवस्थित किया और माँ-बाप को इसके बारे में सूचना दी, उनको पता चला कि कुछ माँ-बाप ने इसपर परवाह भी नहीं किया.

कम प्रचुर स्कूलों में भी मोबाइल फोन का नियंत्रण होता है. जैसे पहले देखा गया उनका भी 'मोबाइल फोन बंध' नियम है, इन स्कूलों के छात्र भी मोबाइल फोन के साथ पकड़े गए. मगर कुछ कम प्रचुर स्कूलों में, छात्रों मोबाइल फोन लाने को शिक्षकों से देखे जाने पर भी वे इसपर परेशान नहीं हुए. इन स्कूलों में आम तौर पर दसवीं से बारहवीं कक्षा तक के छात्र मोबाइल फोन को लाते थे, जो शिक्षकों से जाँच के समय भी पकडे गए. जबकि कुछ शिक्षक अचानक जाँच के समय इन फोनों को एक चेतावनी के रूप में जब्त कर लेते हैं, वे वित्तीय अपराध लगाने या अन्य अनुशासनिक कार्यवाही प्रारंभ करने के पहले छात्र के आर्थिक परिप्रेक्ष्य पर भी विचार करते हैं.

सुजाता ने, जो इन स्कूलों में एक अध्यापिका हैं, अध्यापक एवं जनकों के संघ के बैठक में हुआ एक घटना का याद किया. उस समय में स्कूल भवन के अंदर मोबाइल फोन उपयोग करने को रोकने के बारे में स्कूल ने माँ-बाप को चेतावनी दी थी. स्कूल बस्ता की जाँच करके बच्चों को अपने मोबाइल फोन स्कूल पर ले चलने की तलाश लगाने केलिए माँ-बाप प्रोत्साहित किए गए. लगभग सभी माँ-बाप स्कूल के उद्देश्य का समर्थन करते थे. फिर भी कुछ ही दिनों में, एक मध्य-सुबह के अंतराल में, दो छात्र अपने मोबाइल फोन पर बात करते पकडे गए. जब फोन जब्त किए गए, इसका पता चला कि वे अपनी माँ से बात कर रहे थे और उनसे मध्याह्न भोजन को स्कूल में देने केलिए बोलते थे. जब माँ-बाप बुलाये गए, उन्होंने ऐसे नियम पर अज्ञानता का दावा किया. सुजाता ने इसका ध्यान दिलाया कि कई स्कूलों, जिसमे उनकी भी शामिल है, इसको एक मौखिक नियम ही बनाया था और वह कही लिखा नहीं गया, इसलिए अज्ञानता का दावा आसान था. कुछ स्कूलों में मोबाइल फोन के उपयोग के बारे में लिखित नियम होने पर भी (स्कूल

भवन पर उनके उपयोग को रोकना), अधिक स्कूल उनको सूचित नहीं करते - और उसपर सामाजिक मीडिया में राय भी व्यक्त नहीं करते. इसलिए मोबाइल फोन पर निषेध एक अव्यक्त/अलिखित नियम था. कई शिक्षकों ने इसका अवलोकन किया कि जबकि ये नियम को छाप में लाने की ज़रूरत नहीं था, और उनको समझना सिर्फ व्यावहारिक ज्ञान था, उन्होने इन नियमों के पालन में माँ-बाप के सहयोग पर संदेह व्यक्त किया.

स्कूल भवनों पर मोबाइल फोन के निषेध करने के अत्यधिक नियंत्रित नियमों के साथ होनेवाले प्रचुर स्कूलों में भी, शिक्षकों ने अकसर ऐसी शिकायत की कि कभी-कभी इनका कोई प्रभाव नहीं होता. यह बच्चों के इसपर स्वायत्ता के प्रश्न को भी निकालता है कि उनको इसपर निषेध का ज्ञात होने पर भी, वे क्यों मोबाइल फोन को स्कूल पर लाते हैं. इसका कई कारण निकले. कई बच्चों ने ऐसा कारण दिया कि यह उनके माँ-बाप, दायी या कोई जिम्मेदार वयस्क से दिन में कुछ निश्चित समयों पर संचार करने केलिए एक ही तरीके होने के कारण उनको मोबाइल फोन की ज़रूरत थी. इसके आगे, जिस प्रकार का फोन उनके पास था, वह लगातार खेलने के अवसर को पार करके उनको अपने साथियों के बीच एक प्रकार का सामाजिक स्थिति निर्माण करने में मदद की. वास्तव में, कुछ माध्यमिक स्कूल के बच्चों ने इसका भी प्रस्ताव किया कि उनके माँ-बाप और शिक्षक के अधिकार के विरुद्ध यह एक विद्रोह का कार्य है.

सकारात्मक ओर से, शिक्षक इसको भी स्वीकार करते हैं कि मोबाइल फोन पर ऐसा बंधन एक तरीके से इन बच्चों को स्मार्टफोन के जटिलता और यंत्रविद्या पर अधिक जानकारी पाने केलिए मदद की हैं.

कल्पना ने, जो इन प्रचुर स्कूलों पर एक में एक सिस्टम प्रशासक और कंप्यूटर विज्ञान की अध्यापिका हैं, इस प्रकार याद किया कि एक बार जब उनको एक नए आईफोन के साथ कुछ गड़बड़ था, उन्होंने उसके बारे में नौवीं कक्षा के एक छात्र, जो लगभग १५ साल का था, से बताया, जिसने कुछ मिनटों में ही उस समस्या का सुलझाव कर दिया. उनको अपने छात्र पर आश्चर्य और आनंद भी हुई. उसको बाद में पता चला कि उस छात्र के माँ-बाप के पास घर में आईफोन था. जब उन्होंने आकस्मिक रूप से इसके बारे में अन्य शिक्षकों से कहा, यह समाचार स्कूल के प्रबंधक वर्ग तक पहुँच गया. यद्यपि स्कूल के नेता ने उनको अपने व्यक्तिगत उपकरणों के मरामत करने केलिए छात्रों से कहने के विरुद्ध में चेतावनी दी, कल्पना ऐसे महसूस करती हैं कि शिक्षकों को तत्य का स्वीकार करना है कि आज के बच्चों को फोन और अन्य यंत्रों के बारे में अधिक जानकारी है. वे कहती हैं कि इंटरनेट का अभिगम या मोबाइल फोन आवश्यक रूप से बच्चों केलिए बुरा विषय नहीं हैं, और शिक्षकों को इसको समझने की ज़रूरती है कि इनको टाल नहीं सकते. वे बच्चों की ज़रूरती और परिप्रेक्ष्य पर एक सम्पूर्ण जानकारी इसलिए पसंद करेगी कि उनको प्रौद्योगिकी का उपयोग जिम्मेदारी के साथ करना सिखाया जा सकता है. लेकिन यह उनकी व्यक्तिगत राय थी और और कोई शिक्षक इसपर सहमत नहीं थे - कम से कम उनके स्कूल में नहीं.

स्कूल के प्रणाली और मोबाइल फोन, इंटरनेट अभिगम या सामाजिक मीडिया पर भी उनकी धारणा के निरपेक्ष, यह स्पष्ट था कि सामान्य रूप से प्रौद्योगिकी और विशिष्ट रूप से सामाजिक प्रभाव के अपने छात्रों पर प्रभाव के बारे में स्कूलों को बहुत ज्ञात था.[30] जैसे स्कूलों औपचारिक के रूप से सामाजिक मीडिया पर नज़र डालते हैं, इसपर ऊपर के बहस के बाद, हम इसको देखने लगते हैं कि जब छात्रों शिक्षकों से फेसबुक पर उनसे

दोस्ती करने के द्वारा रिश्ते को विस्तार करते हैं. निम्नलिखित खंड इसका अन्वेषण करता है कि जैसे शिक्षक इस दोस्ती पर नज़र डालते हैं.[31] दूसरे शब्दों में, वह इसपर विचार करता है कि अगर शिक्षक छात्रों के दोस्ती के माँग को पारंपरिक अनुक्रमिक अधिकार संरचना के अपमान के रूप में लेकर इनका निरुत्साह करते हैं, या ऐसे कार्यों को अपने छात्रों की प्रौद्योगिक प्रवीणता के संकेत के रूप में लेकर स्वागत करते हैं, और ऐसी दोस्ती करने को प्रोत्साहित करते हैं.

सामाजिक मीडिया: शिक्षकों से दोस्ती करना

जैसे पिछले खण्डों में देखा गया, कई शिक्षकों को मालूम था कि शुरूआती किशोर के छात्र फेसबुक पर थे, जो हालत उनको परेशान करता था क्योंकि वे फेसबुक को बच्चों के साईट नहीं मानते थे. यद्यपि भारतीय कानूनी नियम का पुनः कथन करते थे कि १८ साल से कम उम्र के बच्चों को फेसबुक पर अभिगम करने की अनुमति नहीं देना चाहिए,[32] उन्होंने इसका स्वीकार किया कि इस मंच को बच्चों केलिए निषेध करना संभव है. अधिक लोग उनके सामना करनेवाले वास्तविकता को अनिच्छा से मानते लगते थे.

परन्तु, कुछ महत्वपूर्ण पहलुओं जल्दी ही स्पष्ट हो गए. ऐसे चिंताओं को व्यक्त करनेवाले कई शिक्षक भी अपने छात्रों के साथ फेसबुक पर दोस्त थे, और यद्यपि स्कूलों में स्कूल भवन के बाहर शिक्षक-छात्र दोस्ती को नहीं प्रोत्साहन देने का एक अनौपचारिक नियम था, वास्तव में किसी भी स्कूल इसपर बहुत चिंतिन नहीं था कि स्कूल के बाहर क्या होता था. फिर भी, कुछ शिक्षक स्कूल भवन के अंदर अपने छात्रों से खुद के फेसबुक दोस्ती के बारे में बहस करने को आरामदायक नहीं महसूस करते थे. जिन छात्रों ने अपने शिक्षकों से दोस्ती की, उसको कई कारणों से किए थे. कुछ उसे अपने साथियों के समूह को शक्ति केंद्र से अपनी निकटता प्रदर्शन करने केलिए करते थे, जबकि दूसरों अपने शिक्षकों के जीवन पर जो होता है, उस पर सचमुच अनुरक्त दिखाई देते हैं. कुछ छात्रों से किए गए साक्षात्कारों से यह स्पष्ट हुआ.

उदाहरण केलिए, १४ साल के राजीव ने, जो एक प्रचुर स्कूल पर आठवीं कक्षा का छात्र है, इस प्रकार टिपण्णी की:

> मैं फेसबुक पर प्रेमजी का दोस्त हूँ. मैं ने अपने सहपाठियों से कहा ... उन्होंने मुझे एक निवेदन भेजा और हम दोस्त बन गए. वे कुछ ही पोस्ट करती हैं. वह मलेशिया पर एक यात्रा केलिए चली थी. मैं ने उनके एल्बम पर तस्वीरों को देखा. मेरे कक्षे की लड़कियों को उनका कपडा पसंद आया ... लड़कों को थीम पार्क पसंद आया.

वरेण्या ने, जो और एक प्रचुर स्कूल की नौवीं कक्षा की छात्रा है, इस प्रकार व्याख्या की:

> मैं ने अपनी अध्यापिका को, जब मैं ने उनसे फेसबुक पर दोस्ती की, उनके जन्मदिन पर बधाई दी और उन्होंने मेरी टिपण्णी को लाइक किया और मैंने इसके बारे में अपने सहपाठियों से कहा ... जब मैं उनसे स्कूल में मिली, मैं उनको बधाई देने का समाप्त नहीं किया.

जबकि दण्डपाणि ने, जो कम प्रचुर स्कूल के दसवीं कक्षा का छात्र था, इस प्रकार कहा:

> सिर्फ मेरे कंप्यूटर विज्ञान के शिक्षक फेसबुक पर हैं. जब मैं ने फेसबुक पर चलकर उनको एक दोस्ती का निवेदन किया - मेरा दोस्त अरुलराज ने मुझे उनसे दोस्ती करने को कहा, क्योंकि उसने भी उनसे दोस्ती की थी. मेरे अध्यापक ने तुरंत ही उसको स्वीकार किया. जब मैं ने अगले दिन उनसे स्कूल में मिला, मैं ने उनको धन्यवाद दिया ... वे सिर्फ मुस्कुराये.

यद्यपि अपने छात्रों को फेसबुक पर दोस्तों के रूप में पाए हुए कुछ शिक्षक इस मंच पर उनके कार्यकलापों पर बहुत सचेत लगते थे, लेकिन दूसरों कुछ इसके बारे परवाह नहीं करते दिखाई देते थे. कुछ लोग इसको भूल भी गए थे कि उनके फेसबुक दोस्तों के नेटवर्क में छात्रों भी शामिल थे. उदाहरण केलिए, मंजुला ने, जो एक सीबीएसई स्कूल में ग्यारहवीं कक्षा की अध्यापिका थी, कहा कि उनको अपने एक ही छात्र से फेसबुक पर तब दोस्ती करने की याद है, जब उसने उनसे हाल ही के अद्यतन के अनुपस्थिति के बारे में पूछा. दूसरों ने कहा कि वे मंच पर अपने युवा छात्रों के (जिनके उम्र १४ साल से कम था) कार्यकलापों पर उनके दोस्त बनने के द्वारा बहुत करीबी जाँच बनाये रखते थे. उनको विश्वास था कि यह उनके छात्रों जो पोस्ट करते हैं (तस्वीर और उपयोग की जाति भाषा के रूप में), उस पर कुछ नियंत्रण रखेगा. उन्होंने स्वीकार किया कि अगर उन्होंने कुछ अनुचित विषय देखा, वे सीधे छात्र से इसके बारे में पूछेंगे या अप्रत्यक्ष रूप में इसकी सूचना करेंगे.

इस प्रकार का निरीक्षण और सामाजिक नियंत्रण इसका कारण होने जैसे लगा कि क्यों उच्च ग्रेड के छात्र अपने शिक्षकों से फेसबुक पर दोस्ती करने को टालते हैं. कई छात्रों, विशिष्ट रूप से लड़कों, ने ऐसा महसूस किया कि ऐसा दोस्ती उनके एकांतता पर बाधा डालेगा. इस कक्षा की छात्राओं अपने पसंदीदा शिक्षकों से दोस्ती करने पर आरामदेह थे. कुछ लोगों ने ऐसा भी कहा कि उनके शिक्षकों ने उनको दोस्ती का निवेदन भेजा है और वे उसको ऐसे ही मंजूर किया हैं. दूसरे छात्र अपने शिक्षकों से दोस्ती बनाने केलिए तब मज़बूर महसूस किये, जब वे स्कूल में संघटित एक कार्यक्रम के हिस्सा बने थे और इसका अनौपचारिक तालमेल फेसबुक पर होता था. परन्तु, ये सब स्कूल, छात्र के अपने शिक्षक से होता रिश्ता, जो एक पसंदीदा शिक्षक हो सकता है और फेसबुक पर उसके दृष्टिकोण, उनके शिक्षक से दोस्ती की अन्य छात्र या सहपाठियों की संख्या आदि पर निर्भर था. कुछ मामलों में, छात्रों ने इसका स्वीकार किया कि जब उनके दोस्तों का नेटवर्क एक शिक्षक के साथ भी फेसबुक के दोस्त थे, उन्होंने उस शिक्षक से दोस्ती करने पर सहयोगियों के ज़ोर को महसूस किये, और इस प्रवृत्ति सभी स्कूलों पर ज़ाहिर था.

जबकि कुछ शिक्षक अपने सभी छात्रों से दोस्ती करने से सहमत थे, दूसरों उनसे दोस्ती करने में सावधान थे, विशिष्ट रूप से उच्च कक्षा के छात्रों से. अधिकाँश शिक्षक को यह पता चला कि वे तभी आरामदेह हो सकते थे, जब छात्रों से वे अच्छी तरह से परिचित थे (अर्थात, वे कई सालों से छात्र को जानते थे या उनके कक्षा में सिखाते थे); दूसरे मामलों में, उनके ऐसे निवेदन मंजूर करने से पहले, वे छात्र के प्रोफाइल पर एक नज़र डालेंगे. कई शिक्षकों ने ऐसा भी कहा कि एक स्पष्ट प्रोफाइल तस्वीर की अनुपस्थिति में वे अपने छात्रों से दोस्ती करने पर सावधान रहेंगे.

करुणा, ४९, एक प्रचुर स्कूल में ग्यारहवीं कक्षा की एक अंग्रेजी अध्यापिका है. वह इसका सुनिश्चित करने पर प्रयोग करने केलिए नियमों का एक संग्रह बनाई है कि अगर वे अपनी स्कूल के एक छात्र से दोस्ती करना है कि नहीं. उनको यह जानना था कि वे कौन हैं और उनके ख्याल का अनुमान करना था. करुणा एक ऐसी घटना के बाद सावधान हो गयी जिसमे ग्यारहवीं कक्षा पर नए आये एक छात्र शामिल था. उन्होंने अपनी स्कूल के छात्र को फेसबुक पर अपने से दोस्ती बनाने केलिए प्रोत्साहित किया था और इसका फलस्वरूप कई छात्र इसको किये थे. इस ख़ास छात्र ने भी ऐसे किया था. कुछ महीनों के बाद, उनको पता चला कि उसने करुणा के प्रोफाइल द्वारा उनकी दसवीं कक्षा में पढ़नेवाली बेटी से भी दोस्ती की थी. उनको अपनी बेटी की तस्वीर पर उस छात्र के टिपण्णी को देखने के बाद ही यह मालूम हुआ. यद्यपि उस छात्र ने उनकी बेटी की तस्वीर को लाइक करने और उसपर टिपण्णी करने को शुरू किया था, उन्होंने पहले उसको सिर्फ निर्दोष दोस्ती समझा. परन्तु, उसके बाद कुछ ही दिनों में, उनको मालूम हुआ कि वह छात्र अपने से अमित्र बना है लेकिन अभी अपनी बेटी के दोस्त रहा है. करुणा ने अपनी बेटी के प्रोफाइल पर इस छात्र की और एक टिपण्णी को देखकर स्तंभित हो गयी, जिसको वे अशिष्टता की सीमा पर होने के जैसे सोचने लगी. उन्होंने तुरंत अपनी बेटी से उस छात्र से अमित्र बनने को कहा. परन्तु वे स्कूल के अध्यक्ष से यह बात कह नहीं सकी क्योंकि स्कूल ने सक्रिय रूप से शिक्षक और छात्रों के बीच के सामाजिक मीडिया संपर्क को मना किया था.

यद्यपि यह एकबारगी मामला हो सकता है, शिक्षक उच्च कक्षा के छात्रों से दोस्ती करने के मामले में आम तौर पर एकांतता की समस्या और दोनों ओर की चिंताओं के कारण संशयात्मक और सावधान रहते थे. परन्तु निचली कक्षा के शिक्षक, छात्रों से दोस्ती करने में तीव्र थे और इसपर उनको प्रोत्साहित करते थे. यह आंशिक रूप से इसका सुनिश्चित करने का तरीका था कि छात्र फेसबुक पर कोई मुसीबत पर नहीं आते और किसी प्रकार का साइबर बदमाशी नहीं होती थी.

इस क्षेत्र के प्रचुर स्कूलों में पढ़नेवाले बच्चे अक्सर 'दुगुनी आमदनी' के परिवारों से आते हैं जिनमे माँ-बाप दोनों नौकरीशुदा हैं. स्कूल के बाद वे अपने नाना-दादी के साथ घर में रहते हैं या कुछ मामलों में काली घर पर वापस आते हैं. असीमित इंटरनेट अभिगम और बहुत प्रौद्योगिक उपकरणों की उपलब्धता के साथ यह आश्चर्य का विषय नहीं है कि कई बच्चे छोटी उम्र में ही फेसबुक पर प्रवेश करते हैं. यद्यपि अधिकाँश बच्चे ऑनलाइन खेलों को खेलने के द्वारा ही फेसबुक की यात्रा शुरू करते हैं, बहुत जल्दी ही वे अपने फेसबुक पर अपने बराबरवालों के समूह से संपर्क करने लगते हैं. इसी समय में वे अपने अध्यापकों से दोस्ती करना शुरू करते हैं. राहुल का मामला इसका उद्धरण स्पष्ट रूप से करता है.

यह अध्याय ४ में बहस किये गए जैसे एक ही परिसर में दो अलग अपार्टमेंट में रहनेवाले एक परिवार का और एक उदाहरण है. राहुल, जो एक १५ साल का छात्र है, पंचग्रामी के एक प्रचुर स्कूल पर जाता है. स्कूल के बाद उसके माँ-बाप शामको बहुत देरी से काम से वापस आने तक वह अपने नाना-दादी के साथ ठहरता है, जिस समय में वह कहता है कि वह अकेलापन महसूस करता है. अपार्टमेंट परिसर में उसकी दोस्तों की कमी इसका कारण बनता है. राहुल अपने दोस्तों की कमी को अपने विभिन्न रुचियों पर आरोपण करता है, और उसको खेल में कंप्यूटर जैसे उतने शौक से उतना शौक नहीं होने

के कारण, उसको ऐसा लगता है कि कोई भी उसकी अभिलाषा को साझा नहीं करता. और वह परिसर के दूसरे बच्चों जिस स्कूल पर चलते हैं, उसपर नहीं चलता (इस मामले में यह स्कूल अपार्टमेंट परिसर से ही चलाया जाता है), जिसके कारण वह एक बाहरवाले के जैसे महसूस करता है. इस अकेलेपन और दोस्तों की कमी के चेतन के कारण, उनके नाना-दादी चिंतित लगे. अब वे राहुल के माँ-बाप को, ऐसे विश्वास करके कि कम से कम तब उसको अधिक दोस्त और कुछ शारीरिक क्रिया मिलेगा, राहुल को अपार्टमेंट परिसर के स्कूल पर ही दाखिल करने केलिए ज़ोर दे रहे हैं.

राहुल की दादी उसके स्कूल से घर आनेपर उसके कार्य-कलापों पर साफ़ साफ़ बात करती थी. उसका पहला काम है अपने लैपटॉप और सैमसंग गैलेक्सी नोटपैड को चालू करके खेलना, और यह उसके माँ-बाप के वापस आने तक होता रहता है. इसलिए, प्रयोग में राहुल हर शामको कम से कम चार घंटों केलिए एक खेल के मंच में होता है. अन्यथा, वह फेसबुक पर खेलने के समय में ही अपने स्कूल के दोस्तों से बाते करते रहता है.

राहुल भी एक ही समय में खेलने और फेसबुक पर नेटवर्क करने के शौक के बारे में साफ़-साफ़ कहता था. वह अपने दोस्तों को अपने स्कोर के बारे में अद्यतन करता था, और बहुधा उसके स्कूल के दूसरे दोस्तों के साथ ऑनलाइन खेल खेलता था (जिनके माँ-बाप भी प्रारूपिकतया अभी काम पर होते लगते थे). उसका एक व्हाट्सप्प खाता था जो उसके सैमसंग फोन पर उत्प्रेरित किया गया था और इसके द्वारा अपने खेल के दोस्तों के समूह से संचार करता था. राहुल के फेसबुक का खाता एक साल पहले उत्प्रेरित किया गया था, जिसपर वह ऐसा दावा करता है कि उसके स्कूल के एक दोस्त ने इसको किया. फेसबुक पर उससे किया गया पहले कार्यों में एक अपने स्कूल के दोस्तों का तलाश करना था, और उनमे अधिक लोगों को इस मंच में पाकर उसको बहुत खुश हुआ. जब उसको मालूम हुआ कि उसके कई शिक्षक उसके दोस्तों के दोस्त थे, उसने भी उनसे दोस्ती करना चाहा और उनको दोस्ती का निवेदन भेजने लगा. नौवीं कक्षा में होने पर भी, उसने बारहवीं कक्षा के एक अध्यापक को दोस्ती का निवेदन भेजा; उनको व्यक्तिगत रूप से नहीं जानने पर और उनका कक्षा में नहीं जाने पर भी, उससे तुरंत दोस्ती बनायी गयी. राहुल ऐसा दावा करता है कि लगभग उसके सभी सहपाठियों और शिक्षकों ने उसके निवेदन भेजने के कुछ ही घंटों में उससे दोस्ती बनायी हैं और अब संगणन करता है कि वे सब उससे भी अधिक समय फेसबुक पर बिताते हैं. इसलिए, जैसे वह अपनी दादी और माँ-बाप से पूछता रहता है, जब और सभी उसपर हैं, उसको फेसबुक से क्यों हटना है? उसकी माँ ने इतनी दूर तक चल गयी कि उसके अध्यापकों को पाखंडी बुलाने लगी; उन्होंने माँ-बाप को बच्चों को फेसबुक के उपयोग करने से हतोत्साह करने केलिए कहा, परन्तु उसी समय उसपर अपने छात्रों से दोस्ती की. उसने ऐसे दृष्टिकोण को 'शिशु को तंग करके पालना को झुलाना' कहकर बयान करती थी.

परन्तु, यह शीघ्र ही स्पष्ट हुआ कि वास्तव में राहुल के माँ-बाप उसको फेसबुक पर होनेकेलिए प्रोत्साहित करते थे; उन्होंने ऐसा दावा किया कि विदेशी में रहनेवाले उसके सभी चचेरे भाई-बहन उसके उपयोग करते हैं और उसको भी, विस्तृत परिवार का एक अंग बनने केलिए, उसका उपयोग करना चाहिए. उसकी माँ ने ऐसा भी दावा किया कि भारतीय स्कूलों को और बढ़ना है! वे इस प्रकार कहने में बहुत निष्कपट दिखाई देती है कि स्कूलों को इसका पहचान करना चाहिए कि छात्रों को सामाजिक मीडिया का उपयोग

करने देना है, नहीं तो दृढ़ निर्णय लेकर सक्रियात्मक रूप से उसका प्रतिबंधन करना है. वे माँ-बाप को अपने बच्चों को सामाजिक मीडिया से दूर रखने पर सलाह देकर, उसी समय जब एक दोस्ती का निवेदन पाते ही एक छात्र से दोस्ती करने की नियम से सहमत नहीं हैं. राहुल के पिता ने इसे ज़ोर से कहा कि स्कूल अपने परिसर के अंदर जो होता है, सिर्फ उसी पर चिंता करता है, और इस प्रकार अपने समग्र शिक्षा के आदर्शवादी दावा के विपरीत होते हैं.

परन्तु, कम प्रचुर स्कूलों का मामला बहुत अलग दिखाई देता है. यहाँ, उच्च कक्षा के शिक्षक भी छात्रों को सामाजिक मीडिया पर अपने से दोस्ती बनाने केलिए सक्रियता-पूर्वक प्रोत्साहित करते थे, जो छात्रों को नए ज्ञान की सीमा पर अन्वेषण करने का एक तरीके के रूप में देखा जाता था. फिर एक बार, लिंग का मामला उत्पन्न हुआ; अधिकतर छात्रों ही सामाजिक मीडिया पर, विशिष्ट रूप से फेसबुक पर, थे. कम प्रचुर स्कूलों में आठवीं से बारहवीं कक्षा तक की कई छात्राओं के साथ के साक्षात्कार ने इसका प्रकट किया कि वे आर्थिक परिस्थिति या परिवारों से लगाए गए प्रतिबंधों के कारण सामाजिक मीडिया पर नहीं थे.

रमेश, जो पंचग्रामी में एक तमिल-माध्यम स्कूल के बारहवीं कक्षा का छात्र है, तीन साल पहले फेसबुक पर प्रवेश किया. उसने अपने कुछ सहपाठियों को भी फेसबुक पर प्रवेश करने की मदद भी की, और अपने कुछ अध्यापकों से भी अपने फेसबुक खाते के बारे में बात की थी, जिन्होंने रमेश से अपनेलिए भी खाता बनाने का निवेदन किया. फेसबुक पर उसके प्रौद्योगिकी प्रवीणता फ़ैल जाने पर, अन्य अध्यापकों से फेसबुक खाता का निवेदन बहने लगा. बहुत जल्दी ही एक तकनीक मेधावी के रूप में रमेश की प्रतिष्ठा रूप लेने लगा. वह ऐसे किसी के रूप में देखा गया कि जिसको अपने शिक्षकों से भी अधिक इंटरनेट और कंप्यूटर पर जानकारी है. जबकि पहले वह एक तमिल पंडित बनना चाहता था, फेसबुक पर उसकी सफलता और एक तकनीक मेधावी के रूप में उसकी बढ़ती हुई व्यक्तिगत स्थिति, अपने कंप्यूटर साइंस व्यवसाय पर रमेश के चयन को प्रभावित किया है.

प्रचुर स्कूलों में, जबकि फेसबुक पर दोस्ती करना अब भी ठीक है, व्हाट्सप्प के मामले में शिक्षक और छात्र दोनों के बीच में सावधानियां लिए गए. शिक्षक वास्तव में अपने फोन नंबर को छात्रों को देने पर इच्छुक नहीं थे, यह भावना पारस्परिक लगता था. शिक्षक छात्रों के मोबाइल फोन के उपयोग पर ही नहीं, लेकिन बहुत बड़ी हद तक, माँ-बाप के शिक्षकों को बुलाकर स्कूल में अपने बच्चों के प्रदर्शन के बारे में परेशान करने पर भी, आशंकावान थे. इसलिए व्हाट्सप्प शिक्षक और छात्र के बीच के पसंदीदा या अनुग्रहित संचार का चैनल नहीं लगता था.

निम्न-सामाजिक आर्थिक वर्ग के बहुत स्कूल के छात्रों केलिए - यद्यपि उनके शिक्षक (अधिक पुरुष) अपने फोन नंबर विनिमय करने पर बहुत खुले थे - व्हाट्सप्प का उपयोग मोबाइल इंटरनेट अभिगम की खर्च के कारण सीमित होता है, उनका व्हाट्सप्प का उपयोग इसपर अधिक निर्भर था कि उनके नेटवर्क में से कौन उसका उपयोग करते थे. जब इन छात्रों कॉलेज पर चले, वह एक प्रमुख संचार चैनल बनता था. परन्तु क्षेत्र-कार्य के अंतिम अवस्था में, निम्न वर्ग के कई छात्रों के व्हाट्सप्प को एक संचार के मंच के रूप में अपनाने के साथ, यह परिवर्तन होने लगा.

सामाजिक मीडिया पर छात्र-शिक्षक रिश्ते का अन्वेषण करना महत्वपूर्ण है, क्योंकि अभी यह रिश्ता उसके पारंपरिक अनुक्रमण को तोड़नेवाले एक स्थल पर जांच किया जाता है. जैसे ऊपर देखा गया, वह अभी जांच की प्रक्रिया पर है. यह स्पष्ट था कि छात्र और शिक्षक दोनों अपने व्यक्तिगत जीवन को प्रकट करने के मामले में सावधान और आशंकावान थे, जो औपचारिक स्कूल परिस्थिति में थोड़ा ही देखा जाता. माँ-बाप और शिक्षक के रिश्ते में, कम से कम उनके बच्चों के सामाजिक मीडिया क्रियाओं पर, एक अन्तर्निहित तनाव होने जैसे लगा. परन्तु सामाजिक मीडिया पर माँ-बाप और स्कूल का रिश्ता भी महत्वपूर्ण है - क्योंकि माँ-बाप के उसी संग्रह जो सामाजिक मीडिया पर अपने बच्चे की क्रिया पर चिंता व्यक्त करते थे, वे ही फेसबुक को स्कूल से सम्बन्ध रखकर उनपर प्रभाव डालने केलिए एक सुविधाजनक मंच के रूप में देखते हैं.

सामाजिक मीडिया और अध्यापक एवं जनकों का संघ (पीटीए)

सुभाषिनी, जो ३७ साल की है, पंचग्रामी के एक प्रचुर स्कूल में पढ़नेवाले दो बच्चों की माँ है. पहला, जिसका साल ११ है, छटवाँ कक्षा पर है और छोटा, जो ८ साल का है, तीसरी कक्षा में. सुभाषिनी और उसके पति कुछ साल पहले ही, वहां कुछ साल रहने के बाद, यूएस से वापस आये थे. जब उनके बच्चे पंचग्रामी के एक स्कूल पर दाखिल किये गए, उन्होंने अध्यापक एवं जनकों के संघ में सक्रिय रूपसे सम्मिलित होना चाहा. परन्तु, शीघ्र ही उनको पता चला कि भारत में सीमाएं थी, जो यूएस में उनके स्कूल पीटीए पर भागीदारी लेने से विपरीत था. उनको यह भी पता चला कि जबकि माँ-बाप अपने बच्चों की शिक्षा पर व्यक्तिगत रूप से संयुक्त होकर निवेश करते थे, वह एक संयुक्त संघ नहीं था.

इसके बदले सुभाषिनी ने दो फेसबुक समूहों को बनाया, जिनमे हर एक उनके बच्चों के कक्षों से माँ-बाप को शामिल किया था. ये समूह विशिष्ट रूप से इनपर बहस और तर्क करने का इरादा रखते थे कि जिन तरीकों से इन स्कूलों में शिक्षा होना है. इसके अलावा, अपने बच्चों के घर के पात और भविष्य के घटनाओं और भविष्य के संमिलन पर विवाद करना भी इनका इरादा था. जबकि शुरू के समय में ये समूह सक्रिय थे, वह जल्दी ही एक ऐसी जगह बन गया जहां माताओं खाना पकाने और साड़ियों पर गपशप करने लगे. इस स्कूल के कुछ शिक्षकों के बारे में बुरे शब्द बोलना भी होता था. सुभाषिनी को ऐसा लगा कि ध्यान परिवर्तन हो गया क्योंकि यह सिर्फ माताओं के समूह है. उनको मालूम था कि दूसरे फेसबुक के समूह भी थे जिसमे माँ-बाप दोनों भाग लेते थे, और वे अच्छी तरह काम करने के जैसे लगे.

स्कूल के अध्यक्ष ने जल्दी ही इसको पहचान लिया कि माँ-बाप के कई समूह अपने बच्चों की पढ़ाई पर विवाद करने केलिए फेसबुक समूह बनाये थे और उनमे कुछ की वास्तविक चिंताएं थी. मुक्तलिफ़ चैनल पर व्यक्त किये जाते समय इन चिंताओं को संबोधित करना मुश्किल होने के कारण, ऐसे समूहों का नियंत्रण ज़रूर बन गया. उन्होंने सुभाषिनी जैसे माँ-बाप को एक फेसबुक बनाने पर प्रोत्साहन किया जिसमे एक उच्च स्तर का अध्यापक एवं जनकों का समिति शामिल था, और कई शिक्षक स्कूल के प्रतिनिधि के

रूप में होंगे. इस प्रकार संचार का आयोजन किया जा सकता है और चिंताए सक्रियता से संबोधित किये जा सकते हैं. यह जल्दी ही एक वास्तिवकता बन गया, सुभाषिनी ने एक सामूहिक प्रशासक का पद ले लिया. उसने ऐसा महसूस किया कि इस समूह पर अधिक नियंत्रण है और यह एक समुदाय का भाव रचना किया है. कई सदस्यों ने फेसबुक के अलावा व्हाट्सप्प के द्वारा भी सूचना आगे बढ़ना शुरू किया हैं. यह समूह अब कई उपसमूहों का जन्म दिया है. इसमें माताओं (विशिष्ट रूप से गृहिणियां) का एक समूह है, जो अपने बच्चों केलिए स्कूल पर मध्याह्न भोजन लाते हैं, पिताओं का क्रिकेट समूह (जो हर शनिवार बच्चों के एक समूह के साथ क्रिकेट में शामिल होते हैं) और एक उपदेशक समूह (जिनमे ऐसे कॉर्पोरेट पिता होता हैं जो बच्चों को जीवन कौशल, आदि द्वारा बच्चों को सफलता केलिए सलाह देते हैं) आदि होते हैं. ये समूह फेसबुक और व्हाट्सप्प दोनों पर क्रियाशील होते हैं.

स्कूल अपने भाग केलिए, चिंताओं को संबोधित करने केलिए एक ही ऑनलाइन संचार का चैनल और मासिक आमने-सामने के बैठक को प्रोत्साहित करता है. इसलिए वह ज़ोर से व्हाट्सप्प पर संचार को निरुत्साहित करता है - जिसकेलिए शिक्षकों के व्यक्तिगत फ़ोन नंबर का विनिमय करना होगा, जो संभावित रूप से उनको स्कूल के समय के बाद माँ-बाप के सवालों का उत्तर देना पड़ेगा. स्कूल के दृष्टिकोण से ऐसे ऑनलाइन संचार के चैनल को औपचारिक बनाना शैक्षिक अभ्यास और पाठ्यक्रम पर स्वस्थ बहस को प्रोत्साहित करता है. वह किसी आरोप लगाने का खेल और किसी व्यक्तिगत शिक्षक से सवाल पूछना पर नियंत्रण करके उनको रोक देता है.

वैकल्पिक सामाजिक मीडिया: एक प्रचुर स्कूल से एक मामले का अध्ययन

जैसे स्कूलों ने बच्चों को सामाजिक मीडिया के उपयोग से निरुत्साहित किया, इन मामलों के अध्ययन में जब हम बहुत प्रचुर स्कूलों को मानते हैं तब हालत बहुत जटिल होती है. ये स्कूल बच्चों को सामाजिक मीडिया से दूर नहीं रखने की समकालीन आवश्यकता, परन्तु इसको जिम्मेदारी के साथ उपयोग करने और शर्मनाक, अजीब, अस्वस्थ या खतरनाक हालतों पर पकडे जाने को टालने को पहचान लिया हैं. इन स्कूलों को अपने निर्वाचन क्षेत्र के बीच परस्पर क्रिया केलिए एक सार्वजनिक अदालत के फायदा का अहसास होता है और ऐसे संवादात्मक मंचों के रचना के अलग तरीकों पर परीक्षण करते हैं. यह एक बहुत प्रचुर स्कूल के मामले के अध्ययन के द्वारा उद्धरण किया जा सकता है, जो कार्य-क्षेत्र के बहुत पास ही स्थित है. पंचग्रामी के प्रचुर परिवार के कई बच्चे यहाँ पढ़ते हैं.

डीएमजी ऐसे प्रचुर अंतर्राष्ट्रीय स्कूलों के नए कुल में एक है, जो इस क्षेत्र पर हाज़िर हुआ है. यह एक उद्यमी परिवार का आविष्कार है, जो स्कूल के वरिष्ठ अनुशासन को निर्मित करते हैं, वह दो दशकों से मौजूद है. इस समय में यह स्थानीय पाठ्यक्रम के पालन करनेवाले एक रूढ़िगत स्कूल से अंतर्राष्ट्रीय पाठ्यक्रम के पालन करनेवाले स्कूल के उसके अब का रूप तक बदल गया है. भारत के अंतर्राष्ट्रीय स्कूल उनसे पालन किये जाते ऐसे पाठ्यक्रम के आधार पर सामान्य स्कूलों से अलग होते हैं, जो देश-विशिष्ट (उदाहरण केलिए अमेरीकी अंतर्राष्ट्रीय स्कूल) या वैश्विक (उदाहरण केलिए आइजीसीएसइ

या आईबी). इन पाठ्यक्रमों के मांग को पूरा करने केलिए देशीय स्कूलों से शिक्षा पर एक अलग दृष्टिकोण की आवश्यकता होता है. सम्पूर्ण दृष्टिकोण एक बच्चे के विकास के अलग-अलग पहलुओं, जिसमे अनुभूति, भावुक प्रतिक्रिया, ग्रहणशील बढ़ती, शारीरिक अनुभूति जानकारी और अंतर्वैयक्तिक संचार आदि शामिल हैं, को विकसित करने की ओर उत्तेजित किया गया है. ऐसे बहुआयामी विकास को उपलब्ध करने केलिए, स्कूल कई तरह के शैक्षणिक दृष्टिकोण पर निर्भर है, जो क्रिया-आधारित शिक्षा (कक्षा की क्रिया, प्रस्तुति और प्रदर्शन के द्वारा सीखना), बराबरों के बीच सलाह (जिसमे वरिष्ठ छात्रों युवाओं को अकसर बदमाशी, कचरा प्रबंधन आदि सामाजिक और नागरिक मामलों पर संबोधित करते हैं) और आईसीटी का विस्तार उपयोग जैसे विभिन्न प्रकार के हैं.

आईसीटी का उपयोग विशिष्ट रूप से इस स्कूल पर प्रत्यक्ष होता है. सभी कक्षा स्मार्ट बोर्ड और कंप्यूटर टर्मिनल के द्वारा इंटरनेट से संपर्क हैं, और एक सुसज्जित कंप्यूटर लैब (जो बच्चों के प्रायोगिक उपयोग केलिए है) और कर्मचारियों के कक्षा में इंटरनेट से संपर्क कंप्यूटर (मुख्य रूप से कर्मचारियों को अपने अनुसंधान केलिए और छात्रों के एक छोटे संग्रह को कभी सिखाने केलिए. और अपने कक्षा की परियोजना केलिए इंटरनेट पर अनुसंधान करते छात्र, शिक्षक अपने पाठ की योजना की रूपरेखा बनाने केलिए वास्तविक अनुसंधान पर लग जाने, आंकलन प्रश्नों की तैयारी करने और कक्षा के प्रयोजन केलिए कार्यपत्र निकालना आदि केलिए शिक्षक प्रोत्साहित किये जाते हैं. माँ बाप के साथ मुख्य सूचनाओं का संचार लगभग केवल छात्र के स्कूल ईमेल खाता के द्वारा होता है (हर छात्र को अपना स्कूल के ईमेल आईडी होता है), जबकि कर्मचारियों केलिए सामूहिक डाक भी अकसर ईमेल के द्वारा होता है.

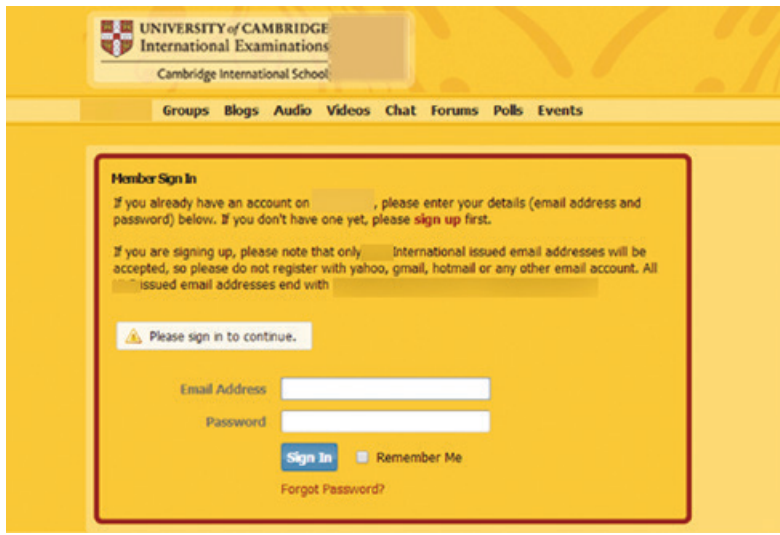
इस स्कूल के आईसीटी मंडल का एक नया कदम है ऑनलाइन मूल्यांकन उपकरण (स्कूल के निर्देशक और बाहरी सहकर्मचारियों से आतंरिक रूप में बनाया गया). यह शिक्षक और छात्रों दोनों केलिए ऑनलाइन परीक्षा और निर्मायी मूल्यांकन को अधिक आसान और सहजज्ञ बनाने का प्रयास करता है. कर्मचारियों का एक संग्रह, जो पूर्ण रूप से आईसीटी का अन्वेषण करते हैं, विशेष शिक्षक के दल हैं, जो सामान्य कक्षों और विशेष ज़रूरती के बच्चों की सेवा करनेवाले बच्चों के विशेष संसाधन केंद्र, दोनों में विभिन्न ज़रूरती के बच्चों की मदद करते हैं. इन शिक्षकों को आईसीटी पारंपरिक मौखिक शिक्षा प्रणाली की उत्तरक्रिया नहीं करते बच्चों को अलग संवेदी अनुभव प्रदान करने केलिए आदर्श मंच के रूप में मिल गया है. आईसीटी ऐसे शिक्षकों को उनकी प्रवीणता के क्षेत्र में जो होता है उसके प्रति सचेत रहने केलिए और अधिक प्रभाविक रूप से सामान्य पाठ्य-क्रम से सेवा नहीं किये जाते छात्रों केलिए प्रशिक्षण का शोध करने केलिए मदद करता है.

स्कूल में ही आईसीटी कक्षा-आधारित प्रशिक्षण, जो अध्ययन और गहन चिंतन को उत्तेजित करने की गतिशीलताओं पर अधिक निर्भर होता है. ये गतिशीलता सत्र-लंबा अंतर-कक्षा कार्यकलापों (वाद-विवाद, प्रस्तुति और आदि जैसे) से प्रदर्शन और लंबे समय की परियोजना (जो कुछ दिनों से एक महीने तक होता है) तक विभिन्न होते हैं. एक मुख्य क्रिया है किसी सार्वजनिक विषय के स्कूल भर का, दो दिन का प्रदर्शन, जिसकी तैयारी कुछ सप्ताह पहले ही शुरू हो जाते हैं. ये कार्यकलाप बाहरी दुनिया केलिए स्कूल के फेसबुक पृष्ट पर नियमित रूप से अद्यतन के द्वारा प्रदर्शित किये जाते हैं, जो प्रचलित दर्शकों से टिप्पणियां और लाइक आकर्षित करता है, जिनमे भूतपूर्व छात्र और पूर्व अध्यापक भी शामिल हैं.

इस अंतर्राष्ट्रीय स्कूल ने अपने का ही इंट्रानेट सामाजिक नेटवर्किंग वेबसाइट की रचना की है, जो एक नियंत्रित परिस्थिति में सार्वजनिक सामाजिक नेटवर्किंग साईट का अनुभव देने का लक्ष्य करता है. 'रिलेट' जो इस वेबसाइट का नाम है, सिर्फ स्कूल के कर्मचारी और छात्रों केलिए खुला है; इसपर प्रवेश लॉगिन उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड द्वारा स्कूल से नियंत्रण किया जाता है. और, दाखिल के समय में हर छात्र को स्कूल से एक ईमेल आईडी प्रदान किये जाने के कारण, साइन-अप साईट इस ईमेल आईडी के द्वारा अभिगम किया जाता है. यह छात्रों और शिक्षकों को शैक्षिक और सामाजिक उद्देश्यों केलिए आपस और बीच में बातचीत करने के सभा के रूप में काम करता है. यह साईट फेसबुक के अभिन्यास का अनुकरण करता है, जो हर एक उपयोगकर्ता को वाल में पोस्ट करने देता है, दूसरे सदस्यों के 'दोस्त' बनाने देता है, समूहों और सभाओं की रचना करने देता है, और बातचीत शुरू करने देता है. परन्तु. इसके उपयोग पर सावधानी से निरीक्षण किया जाता है, जिसकेलिए सदस्यों को इस साईट में पालन करने का उचित शिष्टाचार और इस व्यवहार के नियमों को पार करने के परिणामों को सूचित करनेवाले एक प्रख्यात नोटिस होता है.

इस आंतरिक सामाजिक नेटवर्किंग साईट का प्रमुख उद्देश्य इसका सुनिश्चित करना है कि बच्चों ने, विशिष्ट रूप से पांचवी से नौवीं कक्षा तक होनेवाले, इस पर प्रशिक्षण और आदेश पारे हैं कि जैसे फेसबुक जैसे एक बाहरी सामाजिक नेटवर्किंग साईट को सावधानी से उपयोग करना है. इसके अलावा, अनुशासक और शिक्षक लोग इस सामाजिक नेट-वर्किंग साइट के अनुकरण को एक दो तरह के शिक्षा के अनुभव के रूप में देखते हैं, जिनमे दोनों ओर आईसीटी के द्वारा ज्ञान प्राप्त करते हैं.

छात्र और शिक्षक इस वेबसाइट को अलग तरीकों से और विभिन्न उद्देश्यों केलिए उपयोग करते हैं. त्योहारों और दूसरी छुट्टियों केलिए सामाजिक शुभकामनाएं छात्रों के



आंकड़ा 6.1 एक अंतर-स्कूल नेटवर्किंग साइट का लॉग-इन पृष्ट

बीच सामान्य हैं. कर्मचारी दूसरे कर्मचारियों से भी 'दोस्ती' करते हैं और इस साईट पर सामाजिक परस्पर क्रिया करते हैं. शिक्षक भी इस वेबसाइट का उपयोग छात्रों से चलाया जाता परियोजना और प्रदर्शन जैसे पाठ्यविषयी घटनाओं पर टिपण्णी करने केलिए करते हैं. बदले में, छात्रों दूसरे छात्रों और शिक्षकों के बीच शौक के मामलों पर चुनाव संचालन करते हैं, जो उनको प्रजातांत्रिक प्रक्रिया का स्वाद देता है. अंतिम पर कम नहीं, घर के पाठ का नियतन भी छात्रों से पूरा किये जाने केलिए इस साईट पर पोस्ट किया जाता है, संबंधी शिक्षक से बातचीत के साथ तुरंत परिशोध भी संभावित होता है. सदस्यों के बीच सुसाध्य परस्पर क्रिया के साथ-साथ, 'रिलेट' उपयोगकर्ताओं को वीडियो (बहुधा शैक्षिक और सिर्फ शिक्षकों से पोस्ट किया गया), उचित तस्वीर (जो शिक्षक और छात्रों से पोस्ट किये जाते हैं) और वेबसाइट और ब्लॉग जैसे बाहरी स्रोतों पर लिंक को पोस्ट करने देता है.

परन्तु, जैसे खुद अनुशासक मानते हैं, यद्यपि 'रिलेट' पांचवी कक्षा से ऊपर के सभी छात्रों को खुला है, और पूरी तरह से स्वैच्छिक है, वे उसको बड़े छात्रों के बदले माध्यमिक स्कूल के बच्चों से उपयोग किये जाते देखते हैं. और, लड़को के चलने में लडकियां जैसे इस साईट का उपयोग करती हैं, इस स्वरुप में भेद होने के जैसे लगता है. लड़कियों से रिलेट पर किया गया बहुत पोस्टिंग चित्रकला और डिज़ाइन की रचना से संबंधित थे, जबकि लड़के फूटबाल, बास्केटबॉल और बेसबॉल जैसे खेलों पर झुके होते थे.

समापन

यह अध्याय रंजित और पांडियन के दो अलग मामलों के अध्ययन पर ध्यान देने के साथ शुरू हुआ. परन्तु, उसी मामलों के अध्ययनों पर इसकी गहरी समझौता के साथ फिर दृश्य डालने से कि जैसे शिक्षा के बृहत बनावट और दूसरे सामाजिक-आर्थिक कारक दैनिक जीवन के सामाजिक मीडिया के सूक्ष्म-स्तर लगते उपयोग पर प्रभाव डालता है, इस अन्वेषण के अन्तर्निहित मामलों को स्पष्ट करता है. इनको पूरी तरह से समझने केलिए महंगे, शुल्क लेनेवाले प्रचुर स्कूलों से दूसरे प्रांतों के सबसे कम आमदनी के प्रवासी मज़दूरों के सेवा करनेवाले तक इस क्षेत्र के विभिन्न स्कूलों विविधता की समालोचना करना होगा. हम अब यह देख सकते हैं कि यह परिचय क्यों महत्वपूर्ण था, क्योंकि लगभग स्कूल की प्रणाली में सामाजिक मीडिया के उपयोग के हर एक पहलू इस विस्तार के साथ-साथ नियमानुसार बदलता लगता है, जो सबसे अधिक सर्वदेशीय से सबसे अधिक स्थानीय तक होता है. इस सन्दर्भ में सामाजिक मीडिया का उपयोग सिर्फ शिक्षकों के ही नहीं, लेकिन छात्रों के भी मनोभाव को और माँ-बाप के प्रतीक्षा और आकांक्षा को दर्शाता है. बदले में, यह एक कार्य-क्षेत्र के व्यापक सन्दर्भ को दर्शाता है, जिसमे एक नए आईटी परिसर का आरोपण भी विचारों के एक शीर्ष पाद आरोपण को भी दर्शाता है - जैसे वास्तव में 'ज्ञान अर्थव्यवस्था' खुद करता है. ये कभी दीनता से समझे जाने पर भी, यह स्पष्ट है कि आबादी के सभी हिस्सा, कम आमदनी के लोग भी, इसको पहचानता है कि उनके बाचों के भविष्य तभी उन्नति होगी जब किसी प्रकार से शिक्षा का अर्थ प्रौद्योगिकी

पर अभिगम और आईटी संबंधित कौशल होगा. एक रूप से पंचग्रामी के सभी लोगों ने किसी स्तर में ज्ञान अर्थव्यवस्था के सिद्धांत को अंगीकार किया हैं.

इस अध्याय में हम ने स्कूल में सामाजिक मीडिया की उपस्थिति पर इसके अनुमान का भी अन्वेषण किया हैं जो मोबाइल फोन और प्रौद्योगिकी पर अभिगम पर इन स्कूलों के मनोभाव से शिक्षक और छात्रों के बीच सामाजिक मीडिया पर व्यक्तिगत संपर्क पर आगे बढ़ता है. सामाजिक मीडिया और प्रौद्योगिकी के उपयोगी शैक्षिक उपकरण के रूप में, और कुछ शिक्षकों से विकर्षण के रूप में वर्गीकरण को भी इसको समझने केलिए मानना था कि क्यों प्रचुर स्कूल के शिक्षक कुछ सामाजिक मीडिया से असहमत थे, जबकि कम प्रचुर स्कूल में काम करनेवालों ने इसके उपयोग का प्रोत्साहित किये.[33] इस प्रकार का वर्गीकरण, जैसे छात्रों के माँ-बाप सामाजिक मीडिया को देखते थे, इसके द्वारा भी प्रकट होते थे. जबकि अपने बच्चों को कम प्रचुर स्कूलों में भेजनेवाले निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के माँ-बाप अपने बच्चे के सामाजिक मीडिया पर लगन को प्रौद्योगिकी प्रवीणता के प्रदर्शन के रूप में देखते थे, जो उस ज्ञान अर्थव्यवस्था में जीने केलिए आवश्यक है जिसमे पंचग्रामी बदला हुआ है, उच्च मध्य-वर्ग के माँ-बाप सामाजिक मीडिया को शिक्षा पर एक निष्कर्ष के रूप में देखते थे. यह एक तरीके से जिस प्रकार उनके बच्चों के जानेवाले अपने अपने स्कूलों में जैसे सामाजिक मीडिया देखा जाता है, उसके जैसे ही है.

परन्तु, यह प्रकट था कि सामाजिक मीडिया को समझना और संभालना पूरे स्कूल की प्रणाली में अब तक एक अस्पष्ट मिश्रण है. किसी भी स्कूल का एक स्पष्ट रूप से परिभाषित सामाजिक मीडिया नियम नहीं था और, कुछ स्कूलों का इंटरनेट नियम होने पर भी, उसमे सामाजिक मीडिया के बारे में कुछ भी कहा नहीं गया. सामाजिक मीडिया के नियमों लगातार प्रचुर थे, और स्कूलों उससे जागृत किये गए हमेशा बदलते मामलों के सामना करते थे. जबकि, सभी स्कूलों ने अनिवार्य की स्वीकृत किया, जो सामाजिक मीडिया की व्यापक उपस्थिति है, इन्होने स्कूल सब पर सक्रियता रूप से विवाद और कार्य नहीं किया.

जबकि कुछ छात्र शिक्षकों से फेसबुक पर दोस्ती करते थे, प्रचुर स्कूलों में शिक्षकों के बीच छात्रों से दोस्ती करने या उनसे तकनीकी मदद माँगने पर भी चिंता, भ्रम और सावधानी था. दूसरी ओर कम प्रचुर स्कूलों में, सामाजिक मीडिया पर दोस्ती करना प्रोत्साहित किया जाता था और उसपर काम भी किये जाता था. शिक्षकों से दोस्ती करने का कार्य अधिक माध्यमिक स्कूल के छात्रों, जो १२ और १५ साल के बीच हैं, के बीच में अधिक दृश्य था; बड़े छात्र इसे करने से संकोच करते थे, और इसका कारण लगातार निरीक्षण था.[34] ऐसे निरीक्षण व्हाट्सप्प के मामले पर अधिक प्रकट थे, जहां दोनों दलों संपर्क करने में अनिच्छुक थे क्योंकि इसकेलिए फ़ोन नंबर का साझा करना पड़ा. ऐसा रुकावट छात्रों के माँ-बाप से फोन नंबर साझा करने से शिक्षकों को निरुत्साह करनेवाले स्कूल के अभ्यास पर भी प्रकट था, जो संभावित उपद्रव और एकांतता पर मुकाबला के भय से था.

इन मामलों में एकांतता परतदार था; विवादस्पद सामाजिक मीडिया पर आधारित, जबकि फेसबुक अभी आधिकारिक संस्थागत संचार केलिए एक उचित मंच के रूप में देखा जाता है, व्हाट्सप्प एक निजी चैनल के रूप में देखा गया और इसका फलस्वरूप वह निरुत्साहित किया गया, क्योंकि उसने शिक्षकों से प्रत्येक बातचीत करने दिया.[35]

जबकि फेसबुक और व्हाट्सप्प इस मंडल पर अधिक बहस किये जाते मंच लगते हैं, ट्विटर वास्तविक रूप से अप्रत्यक्ष लगा. परन्तु यह स्कूल भी ट्विटर को दूसरे मंचों के साथ उपयोग किया. प्रचुर स्कूलों के छात्रों के बीच ट्विटर, फेसबुक और व्हाट्सप्प के जैसे उतना प्रसिद्ध नहीं था, जो प्रवृत्ति, यूके कार्यक्षेत्र, दी ग्लैंड्स, के छात्रों के बीच ट्विटर के उपयोग से अलग होता है.[36]

इसके अलावा, जबकि लिंगों के बीच दोस्ती करना प्रचुर स्कूलों में प्रकट था, कम प्रचुर स्कूलों में सिर्फ अध्यापकों ने छात्रों से दोस्ती किया - यह छात्राओं के सामाजिक मीडिया या मोबाइल फोन भी पर अभिगम के चारों ओर के सामाजिक-सांस्कृतिक मामलों के परिणाम है. हम जितनी गहरी से जाँच करते हैं, हमें अधिक पता चलता है कि सामाजिक मीडिया पर स्कूल की धारणा एक व्यापक समाजी के सामाजिक-सांस्कृतिक पहलुओं से संबंधित है, जो बदले में स्कूल पर ही प्रभाव डालता है.

जिस प्रक्रिया से स्कूलों यह सामाजिक मीडिया के स्पष्टतया संबंधित धारणाओं को, अकसर विपरीत अभ्यासों द्वारा, संभालता है, यह बहुत महत्वपूर्ण यह होता है. प्रचुर स्कूलों से अपने छात्रों केलिए बनाया गया सामाजिक मीडिया मंच का अंतिम मामले का अध्ययन जो वास्तव में अपने युवा छात्रों के सामाजिक मीडिया के उपयोग का निरुत्साह करना, चेतावनी देना और असहमत होना, और एक सामाजिक मीडिया के मंच की रचना करने का कारण हुआ है, जो युक्ति से छात्रों को फेसबुक से विरोध कराने और दूर करने केलिए किया गया है. इसके विपरीत, कम प्रचुर स्कूलों, यद्यपि वे सामाजिक मीडिया पर प्रोत्साहन करके उनके समर्थन करते हैं, के पास अपने उपयोग केलिए एक नए मंच रचना करने केलिए आर्थिक संसाधन नहीं है. यहाँ निकालता असाधारण विसंगति उस शिक्षा से सामाजिक मीडिया का उपयोग करना, जो उससे असहमत है, और शिक्षा की प्रणाली से उसका तुलना सामाजिक मीडिया के अनुपयोग से करना, जिसका वह वास्तव रूप में समर्थन करता है.

समापन में, सामाजिक मीडिया एक ऐसा अनोखा विकास है जिसके साथ लगातार जाँच करने और प्रयोग करने के द्वारा स्कूलों समझौता करते हैं. वे सब उनको अपनी शैली के अनुसार ही संभालते हैं, जो वास्तव में वे जो सामाजिक-सांस्कृतिक परिदृश्य पर सन्निहित हैं, उनसे संबंधित हैं - जो रंजित और पांडियन के मामलों में बहुत स्पष्ट था.

7
समापन: सामाजिक मीडिया और उसके निरंतर असरलता

सुंदरराजन, जो ५७ साल के एक मोटर स्पेयर पार्ट्स के विक्रेता हैं, ऊँची जाति के हैं और ऊँचे मध्य-वर्ग हिन्दू परिप्रेक्ष्य के हैं. वे पंचग्रामी के एक बहु-मंजिला अपार्टमेंट परिसर में दो शयन-कक्ष के एक जोड़ के स्वामी हैं. अपने अपार्टमेंट में एक को किराये में देना उनका इरादा था, लेकिन एक ऊँचे वर्ग के बिलकुल शाकाहारी हिन्दू को ही. प्रारंभ में सुंदरराजन ने स्थानीय अखबार के विज्ञापन खंड के द्वारा कोशिश की, लेकिन उनको प्राप्त हुए उत्तरों से ख़ुशी नहीं हुई. उसके बाद वे उसी परिसर के कुछ ऊँचे जाति के हिन्दू पड़ोसियों से मिले और उनसे अनुरोध किया कि वे उनके किराये के विज्ञापन को अपने फेसबुक और व्हाट्सप्प नेटवर्क पर पोस्ट करें. कुछ महीनों के बाद, सुंदरराजन ने एक साक्षात्कार में कहा कि उनके पड़ोसियों के पोस्टिंग के उत्तर के रूप में उन्होंने ऊँची जाति के शाकाहार हिन्दुओं से लगभग दस पूछताछ प्राप्त किया और अपने पसंद के किसी को अपने अपार्टमेंट किराये में देने का प्रबंध कर चुके. उन्होंने ऐसी टिपण्णी की कि उनको इन उत्तरों से अचरज नहीं हुआ, क्योंकि उनको मालूम था कि उनके पडोसी अधिकतर ऊँची जाति के हिन्दू से ही सामूहीकरण करते थे, और वे समझ सके कि उनके फेसबुक और व्हाट्सप्प का नेटवर्क भी ऐसा ही होगा.

सुंदरराजन का आकस्मिक अवलोकन साक्षात्कार और ऊँची जाति हिन्दुओं के प्रोफाइल के ऑनलाइन दृश्य विश्लेषण के द्वारा पक्का हुआ. औसतन उनके दोस्त और संपर्क में ५८ प्रतिशत उन्ही के समुदाय के थे. यद्यपि दूसरों से भी ऑनलाइन दोस्ती होती थी, इनमे अधिक लोगों को वे पहले ही ऑफलाइन में जानते थे. जब यह बात साक्षात्कार में निकला, कुछ लोगों को आश्चर्य हुआ, दूसरों स्तंभित हो गए, और शेष कुछ लोग इस स्वरुप को पुनर्गठन करते थे. लेकिन लगभग सभी लोग इसपर सहमत थे कि जबकि उनके ऑफलाइन सामाजिक मंडल में दूसरी जाति के लोग भी मौजूद थे, उनके समुदाय के लोग ही अधिक संख्या के थे.

इस संपर्क ने एक जाति-आधारित समुदाय को एक अचानक वर्ग कारक से साथ संबंधित किया जिसके साथ वह संरेखित था. साक्षात्कारों से यह स्पष्ट हुआ कि उनकी जातियों के अंदर भी, उनका प्रधान संपर्क मध्य-वर्ग के दूसरे लोगों से था. जहाँ निम्न वर्ग के साथ संपर्क थे, वे सीमित और सामाजिक के बदले अधिक कार्यात्मक होने लगते

थे.[1] उदाहरण केलिए किसी ने अपने बावर्ची से व्हाट्सप्प पर संपर्क में था (अध्याय ५ की कविता के जैसे, जो अपनी बावर्ची/दायी को व्हाट्सप्प आवाज़ सन्देश भेजती थी), जो उनके ही जाति का था, यह इसलिए था कि वे इसके बारे में बात कर सकें कि रात के भोजन केलिए क्या बना लें. वह वास्तव में समां-कक्षों के बीच दोस्ती स्थापना करने की प्रक्रिया नहीं था, जिसमे चुटकुला, मिमी और दूसरे दृश्य जो सामाजिकता के निर्माण का एक भाग के रूप में अभिप्रेत थे, आगे बढ़ाना शामिल था.

पंचग्रामी के लंबी-अवधि के निवासियों के बीच में भी ऐसी प्रवृत्ति प्रत्यक्ष था. उनके अपने गाँव से होने पर भी, उनके संपर्क अधिकाँश उनके सामाजिक-आर्थिक वर्ग के थे. सुंदरराजन के मामले जैसे, उनके नेटवर्क के युक्ति-पूर्वक उपयोग भी प्रकट था; उदाहरण केलिए, अध्याय ५ में, हमने इसका अन्वेषण किया कि जैसे निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के दो व्यक्ति, दर्शन और नागा ने, अपने समुदाय के युवा लोगों केलिए आईटी क्षेत्र के निचले विभागों में नौकरी प्राप्त करने केलिए अपने नेटवर्क का उपयोग किया. जबकि इन सुंदरराजन के नेटवर्क का उपयोग बिलकुल व्यक्तिगत उद्देश्यों केलिए था, दर्शन और नागा से इस नेटवर्क का उपयोग अपने समुदाय की आकांक्षाओं और विकास पर मदद करने की ओर आयोजित किया गया था.[2] फिर भी दोनों अपने नेटवर्क को अपने उद्देश्यों को पूरा करने केलिए उपयोग करते थे.

वर्ग या जाति के अलावा, ऑनलाइन नेटवर्क समलैंगिकता[3] के अन्य रूप भी मौजूद है. परन्तु ये ऐसे अधिक अचेत चयन के परिणाम लगते हैं जो ऑफलाइन संपर्कों से प्रभावित है. ऐसे नेटवर्क समलैंगिकता एक 'ऑनलाइन भिन्नता' के भाव को भी मज़बूत बनाता है, जहाँ हर एक समूह दूसरे को 'दूसरे' के रूप में देखता है. जैसे अध्याय १ में देखा गया, पंचग्रामी के सामाजिक-सांस्कृतिक गतिविज्ञान, ऐसे सन्दर्भों में जहाँ अधिकतर परस्पर क्रिया अन्तः समूह संबंधों से, अपने आप इस 'भिन्नता' के सिद्धांत पर योगदान करता है. उच्च मध्य-वर्ग आईटी/गैर-आईटी कर्मचारियों और लंबे-समय के गाँव के निवासियों के बीच के परस्पर क्रिया (उनके वर्ग के निरपेक्ष) लेनदेन संबंधी परस्पर क्रिया होते हैं जो, उदाहरण केलिए, बाज़ार में खरीदी और बिक्री पर हो सकता है. यह प्रवृत्ति ऑनलाइन पर भी सतत रहा. यद्यपि ' भिन्नता' स्पष्ट रूप से प्रदर्शित नहीं की जाती, अन्तः समूह सम्बन्ध अपने आप उसके कारण बन जाते हैं.

जबकि भारत के सामाजिक निरंतरता[4] (जैसे अध्याय १ में देखा गया), ग्रामीण और शहरिया स्थलों पर अन्वेषण किया गया, यह ग्रन्थ ऑफलाइन और ऑनलाइन स्थलों के बीच ऐसी निरंतरता का अन्वेषण करता है; इस अन्वेषण का सन्दर्भ एक ऐसा स्थल है जो गान से शहरी परिदृश्य पर परिवर्तन के बीच में है.

एक प्रकार से यह खुद कार्य-क्षेत्र के आरंभिक व्यवस्था के साथ भी अनुरूप होता है, जिसने दो विभिन्न वर्गों को प्रदान किया: यानी नए आईटी निवासी और लंबे-समय के निवासी गाँववाले.

पहले अध्याय ने उस स्थल का परिप्रेक्ष्य प्रदान किया जिसमे यह अध्ययन स्थित था - एक ऐसा स्थल जो कृषि से हावी पारंपरिक ग्रामीण स्थल के साथ एक विशाल ज्ञान अर्थव्यवस्था को जीवित रखने केलिए संरचना के मौलिक संसर्ग को देखा है. पंचग्रामी में अब बड़े पैमाने के परिवर्तन हो रहे हैं, सिर्फ संरचना में नहीं, लेकिन दूसरे सामाजिक-आर्थिक कारकों पर भी. यह एक जटिल हालत का आधार बनाता है, जो उत्साह और

परिवर्तन से चित्रित है - जहाँ परिपाटी आधुनिकता से मिलता है और स्थानीय वैश्विक से मिलता है.

जबकि वर्ग पर आधारित अनौपचारिक और अप्रत्यक्ष वर्गीकरण अंदर आनेवाले निवासियों के बीच होता है, जो प्राधान्य रूप से आईटी कंपनियों और उनके संबंधित सेवाओं के कर्मचारी हैं और लंबे-समय के निवासी गाँववाले, जो पंचग्रामी के लोग होते हैं, भी जाति के पारंपरिक अंतर्विवाही वर्ग[5] से वर्गीकरण किए जाते हैं. जैसे पहले अध्याय में दिखाया गया, जाति के इस वर्ग में अलग-अलग आयाम हैं, उदाहरण केलिए, अंतर्विवाही शादी की परिपाटी, पेशेवर अनुक्रम, आदि, जिनके बारे में लंबे समय से मानवविज्ञानी अध्ययन कर रहे हैं.[6] आज जाति सरकारी नाम-पत्र की पूरी श्रृंखला (अन्य जाति, पिछड़े जाति, अन्य पिछड़े जाति, अनुसूचित जाति और अनुसूचित जनजाति) उन आदेश सिद्धांतों को, जो अधिक पारंपरिक वर्गों और नाम-पत्रों के साथ रखा गया है, भी सम्मिलित करता है.

नृवंशविज्ञान ऐसा प्रस्ताव करता है कि सामाजिक मीडिया मंचों की एक ऐसी श्रृंखला बन गया है जिसके द्वारा ऐसे सामाजिक वर्गीकरण या विभाजन अपने को प्रदर्शित करते हैं. ऐसे सामाजिक वर्गों से एक प्रगतिवाद उद्धार के बदले, हम उनके ऑनलाइन फिर कायम करने को अधिक सामान्य रूप से देखते हैं.

पहले अध्याय ने गाँव के लंबे अवधि के निवासियों के पारंपरिक और सामाजिक वर्गों पर व्यवहार किया. इन लंबे अवधि के निवासियों के आईटी क्षेत्र, बदलती हुई आकांक्षा और संचार प्रौद्योगिकी के अधिक वहां करने की योग्यता आदि की निकटता के साथ आर्थिक समृद्धि की सामान्य उन्नति (संपत्ति और धरती के बिक्री के कारण), प्राकृतिक रूप से इस समूह के फोन[7] (गैर-स्मार्ट फोन और स्मार्ट फोन दोनों) और सामाजिक मीडिया के बढ़ते हुए उपयोग का कारण बना है. इसका फलस्वरूप, उनका उपयोग अन्य क्षेत्रों में गाँववाले से अधिक आईटी क्षेत्र के अभ्यासों के निकट होते हैं.

पहले अध्याय ने इसको भी स्पष्ट किया कि आईटी क्षेत्र बहुत कुशल आईटी कर्मचारी से अर्ध-कुशल कर्मचारी, ड्राइवर और कार्यालय की सहायता कर्मचारी तक विभिन्न पेशेवर वर्ग को सम्मिलित करनेवाले एक पारितंत्र[8], जो खुद ही विभिन्न सामाजिक-आर्थिक समूहों केलिए कारोबार का अवसर प्रदान करता है, को प्रकट किया. जब इन विभिन्न पेशेवर समूहों के लोग इस क्षेत्र पर आकर लंबी अवधि के निवासियों के साथ बस जाते हैं, इसका परिणाम विभिन्न सामाजिक वर्ग और उनके सामाजिक मीडिया के उपयोग के बीच का गतिशील अन्योन्यक्रिया होता है. इस प्रकार अध्याय २ ने सामाजिक मीडिया की इतिहास और उपयोग पर पंचग्रामी के कई समूहों से विवरण प्रदान किया है.

इस विषय से यह अभी स्पष्ट होता है कि पंचग्रामी में सामाजिक मीडिया पर एक विवाद हमेशा कम से कम जाति और वर्ग के एक जटिल मिश्रण को शामिल करेगा. सामाजिक मीडिया को समानता, कम से कम डिजिटल समानता, की रचना करनेवाले एक संभावित सर्वरोगहारी के रूप में देखने की प्रतीक्षा के विपरीत, इसका कुछ ही सबूत है कि पंचग्रामी का सामाजिक मीडिया किसी प्रकार का भी समानता पेश करता है, सामाजिक हो या डिजिटल. जबकि संचार प्रौद्योगिकी की बढ़ती हुई वहां करने की योग्यता अधिक लोगों को (कम से कम अधिक पुरुषों को) सामाजिक मीडिया पर होने का अवसर दिया है, अर्थात, उपस्थिति की समानता उपलब्ध है, सिर्फ सामाजिक मीडिया पर रहना ही आवश्यक रूप से व्यापक समानता की कारण नहीं बनता. ऑनलाइन

समानता ऑफलाइन समानता की कारण नहीं बनता, यह सामान्य अवलोकन हमारे सभी कार्य-क्षेत्रों केलिए साधारण है.[9]

परन्तु, दूसरे कार्य-क्षेत्रों से भिन्न वहां करने की योग्यता के मामलों इस क्षेत्र केलिए उपयुक्त रहते हैं. जैसे अध्याय २ में बहस किया गया, जबकि वहन करने योग्य पूर्वदत्त डाटा कार्ड निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के लोगों को भी सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने दिया है, प्रयोग में, ये समूह अपने पूर्वदत्त ('पे अस यू गो') मासिक इंटरनेट बैंडविड्थ पहले २०-२२ दिनों में ही व्यय कर देते हैं, और इसलिए महीने के अंतिम आठ या दस दिन केलिए इंटरनेट के बिना रहते हैं. इसी प्रकार इस समूह के पोस्टिंग में लगभग ६४ प्रतिशत उनके पे अस यू गो योजना के पुनर्भरण करने के बाद पहले १५ दिनों में किए जाते हैं. उनके इंटरनेट पुनर्भरण का समय चक्र, आश्चर्यजनक से नहीं, उनके मासिक वेतन चक्र से मेल खाता है. इसलिए निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्गों केलिए, महीने के सभी दिनों में सामाजिक मीडिया पर उपस्थिति सही नहीं समझा सकता.

अध्याय २ से ६ तक भी इसका स्पष्ट सबूत पेश किए कि सामाजिक मीडिया द्वारा अधिकतर परस्परक्रिया विभिन्न सामाजिक-आर्थिक समूहों के अंदर, उनके बीच नहीं, होता है. यह तभी प्रकट होता है जब हम मध्य और उच्च मध्य वर्ग और निम्न वर्ग के बीच की प्रतिक्रियाओं पर अवलोकन करते हैं. जैसे पहले ही बहस किया गया, ये अधिकतर लेनदेन संबंधी और कार्यात्मक होते हैं, और सामूहीकरण केलिए नियत नहीं. कई उच्च मध्य-वर्ग के व्यक्तियाँ अपने ड्राइवर या बावर्ची को, उनके जाति की परवाह किए बिना, अपने को चुटकुला भेजने पर प्रोत्साहित नहीं करते, यह अपने नौकर से एक सन्देश प्राप्त करने पर सिंधु से प्रकट किया गया डर से स्पष्ट है (अध्याय २). यद्यपि यह आरम्भ में एक लैंगिक समस्या जैसे दिखाई दे सकता, वर्ग भी एक मुख्य भूमिका निभाता है. कविता के मामले में, अपने बावर्ची/दायी से परस्परक्रिया करने से, जो उनकी ही जाति की है, इसका उद्धरण होता है कि अंतर-जाति संचार में भी संचार के प्रकार (कार्यात्मक या सामाजिक) पर वर्ग प्रभाव डालता है. जैसे वर्गों के बीच का फर्क अधिक होता है, जाति समूह की परवाह नहीं करके, सामाजिक मीडिया पर संचार सामाजिक के बदले अधिक कार्यात्मक बन जाता है.

जबकि यह ऑफलाइन से ऑनलाइन स्थल तक की निरंतरता जैसे दिखाई दे सकता है, जो जाति और वर्ग से प्रभावित है, यह नेटवर्क समलैंगिकता के द्वारा सुस्पष्ट किया जाता है, वास्तव में यही सामाजिक वर्गों, जो नातेदारी के साथ संयोजित होते है, हमें पंचग्रामी के लोगों से सामाजिक मीडिया पर कार्य-कलाप और प्रतिक्रिया (उनके दृश्य संस्कृति, नेटवर्क अनुरूपता आदि के जैसे) के सामान्य विषय को देखने में मदद करता है. एक प्रकार से यह एक गहरी तमिल संस्कृति से प्रभावित किया जाता है, जो हमें अलग सामाजिक वर्गों के समरूपता के बदले समानता को देखने देते हैं - या आईटी कर्मचारियों के उत्कृष्ट समूहों और लंबे-अवधि के गांववालों के बीच. इसलिए सामाजिक मीडिया पर लोग अधिकतर अपने स्थापित सामाजिक समूहों के अंदर ही होते हैं, यह निर्णय एक ऐसे अलग निर्णय को नहीं रोकता कि जैसे पूरी जाति और वर्ग के विस्तार के लोग सामाजिक मीडिया से प्रभावित हैं इसपर एक आश्चर्यपूर्वक मात्रा की समानता है. इस प्रकार नृवंशविज्ञान पहले अनुमान किए जाने से विरुद्ध आईटी क्षेत्र के पेशेवर और गाँववालों के बीच सामाजिक मीडिया के उपयोग के थोड़े भेद को भी दिखाता है.

इन समूहों के बीच सामाजिक मीडिया पोस्टिंग में सबसे अधिक समानताओं में एक है उनके दो सार्वजनिक शैलियों पर श्रद्धा जिसकेलिए तमिलनाडु प्रसिद्ध है, यानी सिनेमा और राजनीति. यह अध्याय ३ के उनके फेसबुक पर दृश्य पोस्टिंग के विश्लेषण से स्पष्ट होता है. उच्च सामाजिक-आर्थिक वर्ग लगातार सिनेमा पर पोस्ट को साझा करते हैं, जिनको वे अपने पृष्ठों पर सिनेमा और राजनैतिक समाचार पर 'सुबोध' निबंध के रूप में, और कभी राजनैतिक व्यंग्य के रूप में वर्णित कर सकते हैं. निम्न मध्य और निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग अपने पसंदीदा अभिनेता या अभिनेत्री के दृश्य या वे जो राजनैतिक दल के समर्थन करते हैं, उसकी छवि को फेसबुक पर पोस्ट करने के द्वारा सिनेमा और राजनीति पर उनके अभिलाषा को प्रकट करने लगते हैं. इसके आगे, आम तौर पर ये समूह राजनैतिक व्यंग को अपने फेसबुक पृष्ट पर ट्रॉल्लिंग के रूप में पोस्ट करने के मामले में स्पष्ट होने लगते हैं.

अध्याय ३ दूसरे दृश्य शैलियों को भी प्रकट किया हैं, जो आसानी से पहले के ऑफलाइन दृष्टांतों से प्रवास हुए हैं. उदाहरण केलिए, खुद की तस्वीर पोस्ट करने में समानता सभी सामाजिक वर्गों भर में फैला हुआ था.[10] यह एकल संविभाग छवियों और सामूहिक छवियों के द्वारा अन्वेषण किया गया. वर्गों की परवाह नहीं करके, महिलाओं से पोस्ट की गयी तस्वीर कपड़ों और तस्वीरों केलिए पोज़ करने में कुछ रूढ़िवादी सामाजिक नियमों के पालन करते लगते थे. सामाजिक मीडिया फोटोग्राफ केलिए एकल पुरुष या महिला के मिश्रित लैंगिक पोस्टिंग में बहुधा एक जोड़ा के बदले समूह शामिल था. उच्च मध्य वर्ग में भी, जोड़ों में पोज़ करना तभी माना जाता था जब माँ-बाप अपने बच्चों के ऑफलाइन रिश्तों के बारे में जानते थे और इसपर सुनिश्चित थे कि वह एक प्रेम प्रसंगयुक्त रिश्ता नहीं था.

और एक सामान्य विषय था लोगों को शुभकामनाएँ प्रदान करने का अभ्यास जो शुभ प्रभात या शुभ रात्रि जैसे दैनिक बधाई के ऑनलाइन रूप में विकास - जो आम तौर पर सुरम्य या धार्मिक छवियों के साथ था. जबकि कुछ लोग इसे ऑनलाइन में सामाजिकता के निर्माण करने के अंश के रूप में देखते थे, दूसरे इसको कर्मा के अंक रचना करके करके अपने जीवन पर सकारात्मकता व्यक्त करने के साथ संबंधित करते थे.

यह भी प्रकट था कि दृश्य जितने अपने नेटवर्क के अनुरूप थे. शुभकामनाएँ या आवश्यक रूप से मतभेद को नहीं व्यक्त करनेवाली छवियाँ जैसे निष्पक्ष छवियों के पोस्टिंग अकसर उपयोगकर्ताओं के फेसबुक प्रोफाइल पर और व्हाट्सप्प पर विभिन्न समूहों के साथ संचार पर पाए जाते थे. सामाजिक अनुरूपता की आवश्यकता और अपने नेटवर्क के साथ निर्विरोध को समझकर, जैसे ज्योत्स्ना और सहायम के मामलों में देखा गया, लोगों ने युक्ति से अपने दृश्य संचार की रचना की. अपने असहमति व्यक्त करना चाहने पर भी, अधिक लोग उसको व्यक्तिगत बातचीत या मौन के द्वारा ही व्यक्त करते थे (जिसमे एक पोस्ट पर टिपण्णी नहीं करना या उसको नहीं लाइक करना एक प्रतिक्रिया होता है). जैसे अध्याय २ में देखा गया, असहमति और प्रामाणिक प्रतीक्षाओं के विपरीत अभिप्राय को अभिव्यक्त करने का एक तरीका एकाधिक प्रोफाइल या नकली पहचान के उपयोग के द्वारा था. ये सब विभिन्न स्वयं इन उपयोगकर्ताओं केलिए वास्तविक था, जो उनके पहचान की रचना करने केलिए एक साथ आते थे.

पंचग्रामी के संचार का प्रमुख क्षेत्र - जो सभी समूहों के बीच होकर जाता है - नातेदारी होता है. यह अध्याय ५ और ६ में, लेकिन बहुत विशिष्ट रूप से अध्याय ४

में प्रकट किया गया था, जो करीबी और विस्तृत परिवार के साथ संचार पर केंद्रित था. इस अध्याय में व्याख्या की गयी विविध मीडियों का सच्चा सारांश परिपाटी के और एक उदाहरण को प्रकट करता है जो खुद को संचार के इन आधुनिक उपकरणों के द्वारा प्रदर्शित करता है. उम्र पर आधारित अनुक्रम, परिवार के एक सदस्य दूसरों के साथ रखता औपचारिक रिश्ता, स्वयं मीडिया का स्वभाव, नातेदारी प्रणाली में हर सदस्य का संस्थापन - ये सब किसी से अपने पारिवारिक मंडल के साथ संचार करने केलिए चुने जाते संचार के माध्यम को तय करने पर योगदान करते हैं. जबकि बहुत करीबी परिवार, विशिष्ट रूप से बुजुर्गों से संचार करने केलिए अभी आवाज़-आधारित संचार की ज़रूरती होगी (विविध कारकों से जिनमे उम्र, अनुक्रम, साक्षरता, प्रेम आदि शामिल है), हम राघवन, रवी की माँ, शोभना, लक्ष्मी और राहुल और सुकीर्ति के माँ-बाप के मामलों से देखते हैं कि विस्तृत परिवार के साथ संचार परिवार-आधारित व्हाट्सप्प समूहों पर चल गया है. जब उद्देश्य व्यापक नातेदारी नेटवर्क (और दूसरों) को परिवार में होती घटनाओं पर सूचना करना होता है, तब यह फेसबुक के ऊपर संचार करने पर परिवर्तित हो सकता है, यद्यपि राघवन जैसे लोग ऐसा महसूस करते हैं कि ये परिवर्तन अवैयक्तिक और बुजुर्गों पर अशिष्ट होते हैं.

नातेदारी नेटवर्क के बीच जो होता है, वह, जैसे अध्याय ४ में देखा गया, पोलीमीडिया[11], मापनीय सामाजिकता[12] और मीडिया विभिन्नता[13] के सिद्धांतों पर एक जटिल परस्पर क्रिया होती है. सामाजिक मीडिया, विशिष्ट रूप से फेसबुक, एक क्रिया-त्मक माध्यम के रूप में (लाइक और टिप्पणियाँ द्वारा) काम करते जैसा लगता है जहाँ परिवार के सदस्य फेसबुक पर अपने दोस्तों के व्यापक नेटवर्क के सामने एक संगृहीत और आदर्श परिवार की छवि प्रदर्शन और प्रस्तुत करने केलिए एकत्रित होते हैं. परन्तु, यह सामाजिक मीडिया के पारिवारिक उपयोग का असल प्रतिबिंब नहीं होता. फेसबुक एक युक्तिपूर्ण, बाहरी यंत्र के रूप में उपयोग किया जाता है जिसका एक कार्यात्मक भूमिका है. परिवार के आंतरिक संचार केलिए वह व्हाट्सप्प के जैसे महत्त्व नहीं दिया जाता. इसलिए, यह आश्चर्यजनक नहीं है कि जब आंतरिक परिवार संचार केलिए फेसबुक उपयोग किया जाता है, तब राघवन गुस्सा दिखाते हैं.

परिवार की मंडलियों के भीतर, एक सार्वजनिक के रूप में फेसबुक की भूमिका, जो आंतरिक पारिवारिक संचार केलिए कम आत्मीय होता है, कुछ आत्मीय पोस्टिंग पर व्यक्त किये गए अलग तर्काधार में देखा जाता है. उदाहरण केलिए, कुछ पोस्टिंग अधिक पारम्परिक तर्काधार को प्रदर्शित करते हैं, जैसे एक शिशु की तस्वीर, दुरांख के आकर्षण के भय से, उसके जनम के कुछ महीनों तक फेसबुक पर नहीं पोस्ट करना. परन्तु इस समय में नवजात शिशु की तस्वीर व्हाट्सप्प पर साझा की जाती है. यद्यपि फेसबुक विस्तृत नातेदार तक पहुँच सकता है, वह अभी सार्वजनिक होता है और उसकी गैर-नातेदारी नेटवर्क तक पहुँचने और एक व्यापक दुनिया को दिखाई देने पर काल्पनिक डरावट एक समस्या होता है. परन्तु व्हाट्सप्प के मामले में ऐसा दर अनुपस्थित है, जो पिछलेवाले को पसंद करने की व्याख्या करता है.

हम इसको भी देख सकते हैं कि जैसे पारंपरिक और प्रामाणिक नियम नए मीडिया के द्वारा पुनः स्थापित होता है. यह लैंगिक आदर्शों पर होनेवाले उनके प्रभाव पर विशिष्ट रूप से प्रकट था. नातेदार या पारिवारिक मंडली से महिलाओं के सामाजिक मीडिया के अभिगम पर डाला गया एक निरंतर निरीक्षण या प्रतिबंधन वास्तव में जाति-आधारित

आदर्श और प्रामाणिक प्रवचन से प्रभावित हुए थे. अंतर्जातीय विवाह और प्रेम प्रसंगयुक्त व्यवहार का दर निम्न मध्य और निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्गों के बीच मौजूद था, जो उनके सदस्यों को अविवाहित युवतियों को फोन और सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने से रोकने केलिए प्रभावित कर रहा था. प्रतिबंध कई प्रकार के थे. कुछ निरिक्षण और फोन और सामाजिक मीडिया के बिलकुल बंध द्वारा कठिन रूप लेते थे, जबकि दूसरों सिर्फ महिलाओं के घर के सुरक्षित स्थान पर ही सामाजिक मीडिया के उपयोग करने देते थे और इसके आगे प्रतिबंधित समय के अभिगम द्वारा इसपर नियंत्रण करते थे.

समय, प्राकृतिक और ऑनलाइन, यहाँ एक पुरुषत्व रूप का धारण करता है. सामाजिक मीडिया पर प्रतिरोध लगाने का विचार ऐसी कल्पना पर आधारित है कि सामाजिक मीडिया एक पौरुष स्थल है;[14] इसपर अभिगम करना युवतियों को अनावश्यक मनबहलाव पर अनाश्रित करता है और परिवार की प्रतिष्ठा पर अपमान ला सकता है. यह विचार प्राकृतिक स्थल पर भी चालू किया जा सकता है; किसी के घर का अंदर सुरक्षित माना जाता है, जानकी घर से बाहर एक पौरुष स्थान के रूप में, और सामाजिक मीडिया पर अभिगम करना चाहनेवाली युवतियों केलिए खतरनाक माना जाता है. ऐसा सिद्धांत सामाजिक मीडिया के अभिगम पर एक प्रकार से समय-आधारित प्रतिबंधन पर भी विस्तार होता है. रात ८ या ९ बजे के बाद युवतियों को सामाजिक मीडिया पर अभिगम नहीं करना है, यह विचार ऐसी धारणा से शासन किया जाता है कि उस समय के बाद वे शोषित की जा सकती हैं. यहां समय और स्थल दोनों का प्रतिच्छेदन एक पुरुष रूप को ग्रहण करता है.

ऐसे प्रतिबंध इन सामाजिक समूहों की महिलाओं को सामाजिक मीडिया पर जाने नहीं देता. यह इन समूहों के युवकों पर भी, एक प्रकार से नेटवर्क विविधता को संचालित करके वर्ग और जाति के बीच दोस्ती को बढ़ाने के द्वारा, एक अप्रत्यक्ष प्रभाव डालता है. पारंपरिक रूप से पार लिंग संपर्क और रिश्तेदारी की खोज बहुत स्थानीय बन गया है, जिनमे ऐसे लोग शामिल हैं जिनको आप अन्यथा ऑफलाइन पर दैनिक जीवन में देख सकते हैं. लेकिन सामाजिक मीडिया का प्रभाव एक प्रकार के ताकत का क्षेत्र रचना करना है, जो इन व्यक्तियों को पारंपरिक केंद्र से संपर्कों की एक व्यापक मंडली पर लगा देता है. स्थानीय महिलाओं से दोस्ती करने का प्रयास असफल होने के कारण, युवक, अपने शिक्षा संस्थानों या कार्यालयों पर, या दूसरे प्रांत या देशों पर, कम रूढ़िवादी महिलाओं की खोज में आगे देखते हैं. शायद वे ऑफलाइन में उनसे एक भी शब्द नहीं बोलेंगे, लेकिन वे दोस्ती व्यक्त कर सकते हैं और इस सामाजिक मीडिया के अधिक निजी स्थान पर कम संकोची हो सकते हैं.

सामाजिक मीडिया पर विभिन्न समूहों के कार्य-कलापों एक दुसरे से अलग लग सकते हैं, उनमे सभी सम्मान पाने और अपने परिवार की प्रतिष्ठा को बनाये रखने केलिए सामाजिक मीडिया का उपयोग करते हैं. जबकि उच्च मध्य वर्ग इसको सामाजिक मीडिया पर एक आदर्श पारिवारिक इकाई के रूप में प्रदर्शन करने के द्वारा इसको कर सकता है, निम्न मध्य वर्ग और निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के सदस्य ऐसा विश्वास करते हैं कि वे अपने महिला रिश्तेदारों के सामाजिक मीडिया के अभिगम पर प्रतिबंधन डालने से अपनी पारिवारिक प्रतिष्ठा को सबसे अच्छी तरह बनाये रख सकते हैं.

सामाजिक मीडिया पर लोगों के आपस में संबोधित करने के तरीके में काल्पनिक नातेदारी शब्दों के उपयोग करना भी महत्वपूर्ण था. काल्पनिक नातेदार का सिद्धांत सभी

सामाजिक-आर्थिक समूहों पर फैला हुआ है. जबकि, ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों में, दोस्तों को काल्पनिक नातेदार के शब्दों से संबोधित करना एक सामान्य अभ्यास है, मध्य वर्ग के बीच में रिश्तेदारों को दोस्तों के रूप में संबोधित करना भी देखा गया. ये दोनों विशाल तमिल समुदाय में नातेदारी और दोस्ती पर प्रामाणिक प्रवचन से प्रभावित होने लगते हैं.

अध्याय ५ ने इस अध्ययन के एक मूल विषय को स्पष्ट किया, जो इसको प्रदर्शित करता था कि जैसे सामजिक मीडिया ने तेज़ी से कार्य और गैर-कार्य की सीमाओं को चुनौती दी है और लगातार उनको कमज़ोर बन दिया है. जबकि काम को घर ले जाना, आधुनिक कार्यालय की प्रतीक्षाओं पर सामाजिक रूप से अनुसार रहने के रूप में देखा जाता है, कार्यालय में गैर-कार्य विषयों को संभालना आम तौर पर अस्वीकृत होता है. परंतु, ऐसी 'अस्वीकृति' कार्य के दक्षिण भारत के ऐतिहासिक सिद्धांत के अनुसार होता है, जहाँ पारंपरिक रूप से ऐसी सीमाएँ मौजूद नहीं थे; गारी-कार्य स्थलों के साथ लगातार परस्पर क्रिया दैनिक सामाजिकता के अंश के रूप में माना गया. ऐतिहासिक रूप से भारतीय सन्दर्भ में ऐसे किसी द्विभाजन कार्य की दुनिया में कठोरता से दुसरे क्षेत्रों के जैसे और कही नहीं लगाया गया. यह कार्य प्रणाली के एक असत्याभास पर प्रदर्शित किया जाता है, जो ऐसे आरोपण को पार करने के अवसर के द्वारा कार्य - गैर-कार्य की सीमाओं को लगातार फिर खींचने देता है.

यह कार्य और गैर-कार्य के विवाद पंचग्रामी के आकस्मिक परिवर्तन के सन्दर्भ पर स्थित है; जो एक पारंपरिक कृषि का पतिस्थिति था, वह आधुनिक औपचारिक कार्य-क्षेत्र की आवश्यकताओं को पूरा करने केलिए विकास किया गया. जाति और नातेदारी (काल्पनिक नातेदार) के बीच के एक जटिल परस्परक्रिया आधुनिक कार्य परिस्थिति के निचले श्रेणी के पद की खोज में निकलता है. ऐसी प्रक्रिया (भर्ती, संचार, आदि) पर सामाजिक मीडिया की भूमिका पर अध्याय ५ में बहस किया गया. जबकि यह शायद विशिष्ट रूप से निम्न-वर्ग सामाजिक आर्थिक समूहों का मामला हो सकता है, सारे दिन भर कार्य और गैर-कार्य प्रदेश के बीच लगातार संचार को सुगम बनाने में सामाजिक मीडिया की भूमिका, और इसलिए उच्च वर्ग सामाजिक आर्थिक समूहों केलिए कार्य और गैर कार्य सीमाओं को दुर्बल बनाना, यह सब भी अध्याय ५ में नातेदारी के सन्दर्भ में जांच किया गया. यद्यपि यह लम्बे समय के गांववालों और पेशेवर आईटी कर्मचारियों केलिए अलग रूप से काम करता है, कार्य को गैर-कार्य से अलग करने के हाल ही के प्रयासों के विरुद्ध लोगों के सामाजिक मीडिया के उपयोग करने का सामान्य तरीका सभी समुदायों केलिए समन्वय होता है.

अनुक्रम के मामला, जो अध्याय ४ में बयान किया गया, भी अपने को अध्याय ६ में प्रदर्शन किया जो स्कूल की शिक्षा से संबंधित था. यहाँ, हम सामाजिक मीडिया को इनपर तनाव के प्रकट करने देखते हैं कि जैसे शिक्षक और छात्र दोनों सामाजिक संचार के इन नए मीडिया को समझते और और उनकी ओर प्रवृत्त होते हैं. शिक्षक छात्र के रिश्ते की पारंपरिक अनुक्रम को जैसे फेसबुक पर 'दोस्त' होने के नई स्थिति के साथ पंक्तिबद्ध करना है, इस पर अस्थिरता और द्वैधवृत्ति पंचग्रामी के स्कूलों केलिए चिंता के विषय थे. विविध सामाजिक-आर्थिक समूहों और और अलग स्कूलों के संचालनों के भी बीच दृष्टिकोण और प्रतिक्रिया बदलते रहते हैं. उच्च सामाजिक आर्थिक वर्ग के समूहों की सेवा करनेवाले प्रचुर स्कूलों केलिए, प्रचलित चिंता यह होता है कि अगर सामाजिक

मीडिया उनके छात्रों केलिए एक विकर्षण हो सकता है. परन्तु, निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग के समूहूं की सेवा करनेवाले कम प्रचुर स्कूलों केलिए, प्रौद्योगिकी और सामाजिक मीडिया दोनों समाज में उच्च स्तर पर जाने के संकेत होते हैं; वे ऐसा विश्वास करते हैं कि एक ज्ञान अर्थव्यवस्था में दोनों पर प्रवीणता समृद्धि का कारण बनेगा.

इसका फलस्वरूप, कम प्रचुर स्कूल के शिक्षक सामाजिक मीडिया पर छात्रों से दोस्ती बनाने को उनके छात्रों की आकांक्षाओं के एक प्रत्यक्ष प्रोत्साहन के रूप में देखते हैं. निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के परिप्रेक्ष्य के छात्र केलिए शिक्षक से दोस्ती करना अपनी बुद्धिमानी के प्रदर्शन करने का कारण बनता है, इस प्रकार से उसको कक्षा पर स्वीकृति प्राप्त करता है. परन्तु प्रचुर स्कूल के छात्र और शिक्षक केलिए, एक दूसरे से दोस्ती करना स्थापित अनुक्रम को तोड़ने से एकान्तता को खोने का कारण बन जाता है. दोनों स्कूलों को यह बहुत अस्थिर और जल्दी से बदलता क्षेत्र है, जो दोनों दिशाओं में लगातार सफलता की खोज का कारण होता है.

यह अध्याय, जो शिक्षा पर होता है, प्रभावित रूप से पता लगाए निष्कर्षों को सारे नृवंशविज्ञान में मज़बूत बनाता है. एक ओर से, वह वर्ग और जाति में, और आम तौर पर असमानता में, सख्त ऑनलाइन भेद को प्रदर्शित करता है. यह जाति भेद, जो लोगों के जाति सगोत्र विवाह के प्रयोग करने तक स्वाधीन रहता है, और वर्ग भेद, जो अधिक मापनीय होता है, दोनों को जोड़ देता है. लेकिन इसी समय हम इसको देखते हैं कि सामाजिक मीडिया के उपयोग के अंदर चिंता के क्षेत्र, जो पिछले अध्यायों में नातेदारी से और अध्याय ६ में शिक्षक, छात्र और माँ-बाप के त्रिकोण के द्वारा प्रकट किया गया, सभी लोगों केलिए सामान्य होता है.

इसको पूर्ण रूप से लेकर, हम अभी एक मुख्य प्रश्न से सामना किये जाते हैं: क्या सामाजिक मीडिया सभी केलिए कोई मायने रखता है? इस प्रश्न का उत्तर अध्याय ४ के एक मुख्य निष्कर्ष के सामना करने के साथ शुरू होना चाहिए.

पंचग्रामी के सबसे अधिक लोगों केलिए अधिक महत्वपूर्ण होते रिश्तों के संग्रह के मामले में सभी प्रकार के सामाजिक मीडिया मुख्य नहीं होते - अर्थात जिस परिवार के साथ वे अपने जीवन बिताते हैं. ऐसा बोध, हालत की परवाह नहीं करके, उसको शोध का विषय के रूप में चुनने से, सामाजिक मीडिया को एक प्रमुख भूमिका के कारण मानने के स्वाभाविक प्रवृत्ति केलिए एक महँगा दोषनिवारक होता है. शायद सामाजिक मीडिया की सीमाओं का सबसे अधिक शब्दचतुर प्रमाण यह हो सकता है कि फेसबुक को स्पष्ट रूप से व्यापक परिवार या परिवार के बाहर होनेवाले के सामने परिवार के अंदर मौजूद स्नेह को प्रदर्शित करने केलिए उपयोग किया जा सकता है, परन्तु वह परिवार के अंदर स्नेह को प्रदर्शित करने केलिए कभी उपयोग किया नहीं जाता. यह व्हाट्सप्प के पारिवारिक उपयोग के विपरीत होने जैसे लगता है, लेकिन वास्तव में यह इसलिए होता है कि अध्याय २ में देखे जाने की तरह, व्हाट्सप्प अकसर सामाजिक मीडिया के बदले, एक मापनीय सन्देश सेवा के विकास के रूप में देखा जाता है. यह भी एक प्रकार से इसका प्रदर्शन करता है कि जैसे सामाजिक मीडिया पंचग्रामी में वर्गीकरण किये जाने लगता है. ट्विटर सबसे अधिक कुलीन और सबसे अधिक सार्वजनिक मंच माना जाता है; फेसबुक उसका पीछा करता है, जो अजनबियों से दोस्ती करने देता है और उसके बाद व्हाट्सप्प, जो मापनीय होने पर भी, अभी एक व्यक्तिगत मंच के रूप में देखा जाता है, जिसमे एक ही

शौक के समूह के सदस्य परिचित के रूप में देखे जाते हैं. यह सीधे से पोलीमीडिया[15] और मापनीय सामाजिकता[16] दोनों विचारों पर संबंधित होता है.

कुल मिलाकर, 'सामाजिक मीडिया' के शब्द का दूसरे कई अध्ययनों की तुलना में इस भारतीय मामले में एक अलग लक्ष्यार्थ होता है. आज कुछ देशों में सामाजिक मीडिया का अर्थ सिर्फ इतना है कि जो दर्शकों के एक व्यापक समूह के साथ व्यवहार करने की सक्षमता को घेरने केलिए व्यक्ति और जोड़े की संचार से निकलता है. परन्तु, भारत में 'सामाजिक' समाज से एकार्थक होता है, जो नातेदारी, उम्र, लिंग, वर्ग और जाति जैसे पारंपरिक सिद्धांतों से मज़बूती से व्यवस्थित है. दूसरे शब्दों में, समाज समूहों के अनुसार मज़बूती से सुव्यवस्थित है; वहां जैसे सामाजिक मीडिया का उपयोग किया गया, इसको समझने का अर्थ है कि इन पूर्व-व्यवस्थित समूहों में किसी मीडिया के सामूहीकरण करने की तरीके को समझना. मापनीय सामाजिकता का सिद्धांत इसका प्रस्ताव करता है कि पहले का सामाजिक मीडिया समूहों केलिए आम प्रसारण से कम करना है, जबकि हाल ही के सामाजिक मीडिया समूहों को जोड़ों की संचार से बढ़ाना है. लेकिन दक्षिण भारत के इस क्षेत्र में, सामाजिक मीडिया मुख्य रूप से सामूहिक संचार के बारे में है - सिर्फ इसलिए कि यहाँ का सामाजिक नेटवर्किंग हमेशा सामूहिक संचार के बारे में होता है.

यह विषय शायद अधिक ज़ोर से इस तथ्य से स्थापित हुआ है कि वह इस अनुसंधान परियोजना के असली इरादों और इस स्थान के प्रारम्भिक चयन से संबंधित आधार के विपरीत हैं. यह सिर्फ पारंपरिक और आधुनिक का मुकाबला नहीं था, जो भारत भर में व्यापक रूप से हो रहा है. यह दस साल के अंदर ही २००,००० आईटी कर्मचारियों को गाँवों और खेतों में रहने केलिए लाने का है. यह मापक असाधारण है, तेज़ी असाधारण है और इन दोनों समुदाय के बीच का भेद असाधारण है. यह स्पष्ट और अनिवार्य लगा कि इस मुकाबला ने इस सारे ग्रन्थ के हावी किया होगा, फिर भी यह भारत है, और नृवंशविज्ञानि की प्रणाली के खुलापन के कारण, सामाजिक मीडिया के सच्चा उपयोग और परिणाम पर हमारी धारणा बहुत जल्दी ही बदल गयी.

यह स्पष्ट हुआ कि, इस अत्याधुनिक के अधिक पारंपरिक ग्रामीण संरचना की मुकाबला के बावजूद, जो अधिक मायने रखा कि इन दोनों समूहों के बीच क्या समान होता है. पंचग्रामी के सभी आबादी, लम्बे समय से स्थापित और नए आनेवाले दोनों, नियम, मूल्य और जाति और वर्ग और विस्तृत परिवार से उम्र और लिंग के अनुक्रम तक सामाजिक वर्गों के साफ़ तौर पर भारतीय प्रणाली के द्वारा व्यवस्थित रहते हैं. यहाँ का सभी पहले ही तीव्रता से सामूहीकरण किये गए थे. इन 'सामाजिक मीडिया' को बहुत अकसर इन व्यापक अनुभूति और बनावट के प्रतिबिंब बनाने केलिए सब लोग सम्मिलित होकर काम करते हैं, जो दूसरे समुदायों में पाने से अधिक विभिन्न होते हैं.

टिप्पणियाँ

अध्याय १

1. जाति एक अंतर्विवाही प्रणाली है, जो एक व्यक्ति को सामाजिक रूप से अलग समूह पहचान का कारण बनता है. तमिलनाडु के जाति प्रणाली पर अधिक जानकारी केलिए देखें पिल्लै के पी के, १९७७ दी कास्ट सिस्टम इन तमिलनाडु, चेन्नई;यूनिवर्सिटी ऑफ़ मद्रास
2. http://www.discoveranthropology.org.uk/about-anthropology/fieldwork/ethnography.हटम्ल
3. पांच गाँवों के एक समूह केलिए एक उपनाम
4. यह संख्या अस्थायी आबादी का एक निकटागमन है जिसमे आईटी कर्मचारी, छोटे व्यापारी और निर्माण मज़दूर आदि शामिल है. यह आईटी पेशेवर, पंचायत अधिकारी, कॉलेज प्रोफेसर और इस जगह के निवासियों के साक्षात्कार पर आधारित है.
5. 'अतिपौरुष' पौरुष और मर्दानगी भरा व्यवहार का एक अतिरंजित विचार का संकेत करता है. इस उदाहरण में, यह ऐसी दृष्टिकोण का भी संकेत करता है कि महिलायें आम तौर पर निर्बल होते हैं और दूसरे पुरुषों से सुरक्षा चाहते हैं. देखें पररोट डी जे और जैकनेर ए, २००३ 'इफेक्ट्स ऑफ़ हाइपरमस्क्युलिनिटी ऑन फिजिकल अग्रेशन अगेंस्ट वीमेन.', 'साइकोलॉजी ऑफ़ मेन एंड मस्क्युलिनिटी ४(१):७० और स्पेंसर एम बी., फेगली इस., हरपलानी वि एंड सियाटन जी २००१ 'अंडरस्टैंडिंग हाइपरमस्क्युलिनिटी इन ए कॉन्टेक्स्ट: ए थ्योरी-ड्रिवेन एनालिसिस ऑफ़ अर्बन एडोलसेंट मेल्स' कोपिंग रेस्पॉन्सेस' रिसर्च इन ह्यूमन डेवलपमेंट १(४): २२९-५७
6. निरंतरता का अर्थ समय और स्थान पर एक अभंग और लगातार संपर्क
7. भारत का एक प्रसिद्द साबुन का ब्रांड
8. भारत का एक प्रसिद्द डिओडरंट ब्रांड
9. मण्डेलबौम, डी जी १९७०, सोसाइटी इन इंडिया: कॉन्टिनुइटी एंड चेंज (वॉल.१). ओकलैंड, सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस.
10. मैक्फर्सन एम., स्मिथ-लोविन एल और कुक जे एम २००१ 'बर्ड्स ऑफ़ ए फीदर: होमोफिली इन सोशल नेटवर्क्स. एनुअल रिव्यु ऑफ़ सोशियोलॉजी: ४१५-४४
11. 'व्हाई वी पोस्ट'-https:// www.ucl.ac.uk/ why- we- पोस्ट
12. यह ब्राज़ील पर भी देखा गया. स्पयेर जे के आगामी 'सोशल मीडिया इन ब्राज़ील', लंदन:यूसीएल प्रेस को देखें
13. यह भी विशाल 'व्हाई वी पोस्ट' परियोजना का एक मुख्य निष्कर्ष था - https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/why-we-post/discoveries/7-weused-to-just-talk-now-we-talk-photos
14. अध्याय ३ ऐसे दृश्यों का परिचित करता है जो प्रभाविक रूप से निजी और सार्वजनिक प्रदेशों के बीच ऑफलाइन स्थान पर 'बीच के दृश्य' के रूप में होते हैं और सामाजिक मीडिया संचार में अपने बराबरी खींच लेते हैं.
15. सिआलदिनी आर बी और गोल्डस्टीन एन जे २००४ 'सोशल इन्फ्लुएंस: कंप्लायंस एंड कन्फोर्मिटी.' एनुअल रिव्यु ऑफ़ साइकोलॉजी, ५५:५९१-६२१
16. भारत के नातेदारी पर अधिक जानकारी केलिए देखें यूबेरोई पी संप.१९९३. फॅमिली एंड मैरिज इन इंडिया, नई दिल्ली: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, द्रविड़ और तमिल नातेदारी केलिए देखें ड्युमोंट एल १९५३-४, 'दि द्रविड़ियन किनशिप टर्मिनोलॉजी अस एन एक्सप्रेशन ऑफ़ मैरिज.' मैन ५३:३४-९; ट्रॉटमैन, टी आर १९८१. द्रविड़ियन किनशिप नई दिल्ली: सेज पुब्लिकेशन्स प्राइवेट लिमिटेड: ट्राविक एम १९९०, नोट्स ऑन लव इन तमिल फॅमिली, ओकलैंड सीए यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस; गौघ इ के १९५६ 'ब्राह्मण किनशिप इन तमिल विलेज' अमेरिकन एंथ्रोपोलॉजिस्ट ५८(५): ८२६-५३, कपाडिया के १९९४ 'किनशिप बर्न्स!: किनशिप डिस्कोर्सेस एंड जेंडर इन तमिल साउथ इंडिया.' सोशल एंथ्रोपोलॉजी २(३): २८१-९७.
17. जाति सगोत्र विवाह पर अधिक जानकारी केलिए देखें: https:// www.umanitoba.ca/ faculties/ arts/ anthropology/tutor/marriage/caste_endogamy.हटम्ल
18. लॉफी डी २००७ की थीम्स इन मीडिया थ्योरी. बर्कशायर: मैक्ग्रॉहिल एजुकेशन गोटदेनेर एम., बडु एल और लेहटोवुयरी पी २०१५ की कॉन्सेप्ट्स इन अर्बन स्टडीज लंदन: सेज पुब्लिकेशन्स
19. लॉफी डी २००७, गोटदेनेर एम और अन्य २०१५

20. रेड्डी पी जी २०१० 'सम प्रोब्लेम्स फेस्ड बय दि सॉफ्टवेयर प्रोफेशनल्स इन इंडिया: एन ओवरव्यू' लक्ष्मणसामी टी में, संप. पापुलेशन डायनामिक्स एंड ह्यूमन डेवलपमेंट ओप्पोर्तुनिटीज़ एंड चैलेंजेज: नई दिल्ली बूक्वेल ४५१-७१; उपाध्या सी एंड वासवी ए आर २००६. वर्क, कल्चर एंड सोशलिटी इन थे इंडियन आईटी इंडस्ट्री: ए सोशियोलॉजिकल स्टडी. बैंगलोर: नेशनल इंस्टिट्यूट ऑफ़ एडवांस्ड स्टडीज, इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ़ साइंस कैंपस, बैंगलोर.
21. भारत के शहरीय उद्योगों पर नातेदारी की भूमिका सामान्य होता है. वस्त्र उद्योग में नातेदारी पर अधिक जानकारी केलिए देखें डे नेवे जी., २००८.' "वी आर आल सोंधकारर (रिश्तेदार)": किनशिप एंड इतस मोर्टेलिटी इन एन अर्बन इंडस्ट्री इन तमिलनाडु, साउथ इंडिया.' मॉडर्न एशियाई स्टडीज ४२(१):२११-४६.; विद्यार्थी एल पी १९८४,विद्यार्थी एल पी संप में एप्लाइड एंथ्रोपोलॉजी इन इंडिया: प्रिंसिपल्स, प्रोब्लेम्स एंड केस स्टडीज. नई दिल्ली: किताब महल.
22. दहलमान सी जे और उटज ए २००५, इंडिया एंड दि नॉलेज इकॉनमी: लेवेरागिंग स्ट्रेंग्थ्स एंड ओप्पोर्तुनिटीज़, वाशिंगटन डी सी वर्ल्डबैंक पुब्लिकेशन्स
23. http://www.firstpost.com/india/celebrating-madras-day-so-many-reasons-to-lovechennai-modern-indias-first-city-1669189.हटम्ल
24. कांचीपुरम या कांची, जो एक ऐतिहासिक शहर है, चेन्नई से लगभग ७२ किलोमीटर (४५ मील) दूर पर है. पंचग्रामी कांचीपुरम जिला का है और कांचीपुरम शहर से लगभग ७५ किलोमीटर (४७ मील) दूरी पर है.
25. नाले को साफ़ रखने और जलमार्ग का आम संचालन के साथ-साथ दूसरे परिवहन प्रणाली की बढ़ती हुई लोकप्रियता के मामले, यह बंद होने के कुछ कारण हैं.
26. यूनाइटेड नेशंस एजुकेशनल, साइंटिफिक एंड कल्चरल आर्गेनाईजेशन
27. नागस्वामी आर और नकसामी आई, २००८. महाबलीपुरम: न्यूयोर्क ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस
28. दुबरुईल जी जे १९१७ दि पल्लवास: नई दिल्ली एशियाई एजुकेशनल सर्विसेज.
29. मुथैया इस २०११, मद्रास मिसलेनी: ए डिकेड ऑफ़ पीपल, प्लेसेस एंड पॉटपुरी, चेन्नई: वेस्टलैंड; लक्ष्मण एन २०१३. डिग्री कॉफ़ी बय दि यारा: ए शार्ट बायोग्राफी ऑफ़ मद्रास: नई दिल्ली अलेफ बुक कंपनी
30. पिल्लै के पी के १९७७, दि कास्ट सिस्टम इन तमिलनाडु, चेन्नई: यूनिवर्सिटी ऑफ़ मद्रास: टरस्टेन इ और रंगाचारी के १९०९ 'कास्ट एंड ट्राइब ऑफ़ साउथ इंडिया.' नई दिल्ली एशियाई एजुकेशनल सर्विसेज
31. राबे एम डी २००१, दि ग्रेट पेनंस अट मामल्लपुरम: डिसाइफ़रिंग एं विसुअल टेक्स्ट, प्रमुख संपादक जी.जॉन सामुएल. चेन्नई: इंस्टिट्यूट ऑफ़ एशियाई स्टडीज: अय्यंगार पी एस १९२९. हिस्ट्री ऑफ़ तमिलस फ्रॉम दि एअरलीएस्ट टाइम्स इन ६०० एडी नई दिल्ली: एशियाई एजुकेशनल सर्विसेज
32. हिन्दू त्रिदेवों में एक देवता
33. हिन्दू त्रिदेवों में एक देवता
34. महादेवन सी २००७, विष्णु टेम्पल्स ऑफ़ साउथ इंडिया: वॉल १: तमिलनाडु: चेन्नई अल्फलैण्ड बुक्स
35. पेडर्सन जे डी २०००, 'एक्सप्लेनिंग इकनोमिक लिबरलाइसेशन इन इंडिया: स्टेट एंड सोसाइटी पर्सपेक्टिव्स' वर्ल्ड डेवलपमेंट २८(२): २६५-८२
36. इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी और इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी इनेबल्ड सर्विसेज
37. यहाँ ऐसा परिभाषा दिया गया है कि जो तमिल को अपनी देशीय भाषा के रूप में बोलते हैं
38. मलयालियों से मनाया जाता एक त्योहार: देखें http:// www.onamfestival.org/ what- is- onam.html मलयाली यहाँ ऐसे परिभाषित किये जाते हैं कि जो मलयालम को अपने देशीय भाषा के रूप में बोलते हैं और केरला के पैदायशी हैं. ओणम का त्योहार आम रूप से अगस्त/सितम्बर के महीने में मनाया जाता है.
39. एक त्योहार जो अप्रैल के मध्य में मनाया जाता है.
40. एक त्योहार जो उत्तर भारतीय महिलाओं से मनाया जाता है. http://www.karwachauth.com/ यह त्योहार आम तौर पर अक्टूबर/नवंबर के महीनों में आता है.
41. आंबेडकर बी आर १९४४ 'अन्निहिलेशन ऑफ़ कास्ट विथ ए रिप्लाई तो महात्मा गाँधी' - http://www.ambedkar.org/ambcd/02.Annihilation%20of%20Caste.htm - अप्राप्य भाषण जो १९३६ में तैयार किया गया, इसका तीसरा सम्पादन १९४४ में प्रकाशित किया गया.
42. वीरमणि के २००५, कलेक्टेड वर्क्स ऑफ़ पेरियार इवीआर चेन्नई: दि पेरियार सेल्फ-रेस्पेक्ट प्रोपेगंडा इंस्टीटूशन
43. यद्यपि दलित का शब्द इस जाति समूह को सूचित करता है जो अनुसूचित जाति के आधिकारिक शब्द के नीचे वर्गीकरण किया गया है, पंचग्रामी के लोग स्थानीय रूप से दलित शब्द का उपयोग करते हैं. देखें https://en.wikipedia.org/wiki/Dalit and http://socialjustice.nic.in/UserView/index?mid=७६७५०
44. उदाहरण केलिए ब्राह्मण अन्य जाति पर, दलित अनुसूचित जाति पर और इरुला अनुसूचित जनजाति पर वर्गीकरण किये गए हैं.
45. फुलर सी जे, संप.१९९६ कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस: गौघ इ के १९५५, 'दि सोशल स्ट्रक्चर ऑफ़ ए तंजौरे विलेज', marriot में, सैंपल विलेज इंडिया, शिकागो आईएल: यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस; गौघ इ के १९६०, 'दि सोशल स्ट्रक्चर ऑफ़ ए तंजौरे विलेज', इन लीच, इ, संप. आस्पेक्ट्स ऑफ़ कास्ट इन साउथ इंडिया, सीलोन एंड नार्थवेस्ट पाकिस्तान, कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस; बेटेल्ले ए १९६५. कास्ट, क्लास एंड पावर: चेंजिंग पैटर्न ऑफ़ स्ट्रैटिफिकेशन इन ए तंजौरे विलेज. लॉस एंगेल्स सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस: श्रीनिवास एम एन १९६०. दि सोशल स्ट्रक्चर ऑफ़ ए मैसूर विलेज. इंडिआनापलिस, एईएन बोब्ब्स-मेर्रिल्ल
46. गाँव शासी निकाय. ये सरकारी स्कूल अभी तक गाँव पंचायत के अधीन पर हैं.
47. थर्स्टन इ एंड रंगाचारी के १९०९, कास्ट एंड ट्राइब्स ऑफ़ साउथ इंडिया नई दिल्ली एशियाई एजुकेशनल सर्विसेज

48. http:// censusindia.gov.in/ 2011- prov- results/ data_ files/ india/ Final_ PPT_ 2011_ chapter6. पीडीऍफ़ - २०११ में तमिलनाडु की साक्षरता का दर राष्ट्रीय साक्षरता दर से अधिक था.
49. पिचेरित डी २०१२. 'माइग्रेंट लेबोरेर्स' स्ट्राग्ग्ल्स बिटवीन विलेज एंड अर्बन माइग्रेशन साइट्स: लेबर स्टैण्डर्ड, रूरल डेवलपमेंट एंड पॉलिटिक्स इन साउथ इंडिया' ग्लोबल लेबर जर्नल ३(१): १४३-६२.
50. गौघ इ के १९५५; गौघ इ के १९६०; बेटीली ए १९६५; श्रीनिवास एम एन १९६०.
51. एक पौंड स्टर्लिंग १०० भारतीय रूपये का समान है.
52. http://dmk.in/english
53. http://aiadmk.com/en/home/
54. http://mdmk.org.in/
55. http://www.dmdkparty.com/
56. http://www.thiruma.in/
57. http://www.pmkparty.in/
58. तमिलनाडु सरकार ने ऐतिहासिक रूप से शोषित जाति समूह के समर्थन केलिए एक कोटा-आधारित रिजर्वेशन प्रणाली विशिष्ट रूप से कारोबार (सरकारी नौकरी) और शिक्षा (सरकारी और निजी संस्थानों) शुरू किया है.
59. हममेरसली एम और एटकिंसन पी २००७. एथनोग्राफी प्रिंसिपल्स इन प्रैक्टिस, न्यूयोर्क रूटलेज; वन मानन जे २०११, टेल्स ऑफ़ दि फील्ड ऑन राइटिंग एथनोग्राफी, शिकागो आईएल; यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस
60. बोएलसटोर्फ, टी. २०१२. एथनोग्राफी एंड वर्चुअल वर्ल्डस: ए हैंडबुक ऑफ़ मेथड. प्रिंसटोन, एनजे: प्रिंसटोन यूनिवर्सिटी प्रेस; पिंक, एस., होर्स्ट, एच., पोस्टिल, जे., जोरथ, एल., लूइस, टी. एंड टच्ची, जे. २०१५. डिजिटल एथनोग्राफी: प्रिंसिपल्स एंड प्रैक्टिस. लॉस एंजेलेस, सीए: सेज पब्लिकेशंस; हैन, सी. २०१५. एथनोग्राफी फॉर दि इंटरनेट: एम्बेडेड, एम्बोडिड एंड एवरीडे. लंदन: ब्लूम्सबरी पब्लिशिंग.
61. ये प्रश्नावली सारे नौ क्षेत्रों केलिए समान थे. क्यू २ के परिणाम तुलना किये गए और मिल्लर दि, कोस्टा इ, हेन्स एन, मैक्डोनाल्ड टी, निकोलेस्कु आर, सिनानं जे, स्पयेर जे, वेंकटरामन एस और वांग एस २०१६, हाउ दि वर्ल्ड चेंज्ड सोशल मीडिया. लंदन: यूसीएल प्रेस, २८६ में एक अध्याय के रूप में प्रकाशित किये गए.
62. मिल्लर और अन्य २०१६.

अध्याय २

1. http://www.deccanchronicle.com/141016/nation-current-affairs/article/chennai-fifth-number-facebook- उसेर्स
2. यह तीव्र गति भारत में आईसीटी के विकास के साथ संबंधित है. यह मेडक कूद और प्रौद्योगिकी प्रसार विकासशील राष्ट्रों पर लक्षित विकास की रचनाओं केलिए आईसीटी में विस्तार से बहस किया गया है. परन्तु, पंचग्रामी के तेज़ी छलांग की श्रेणी, सस्ते प्रौद्योगिकी, निकलनेवाले आईटी क्षेत्र के कारण इस स्थल का सामाजिक-आर्थिक परिवर्तन और डिजिटल विभाजन पर सेतु-बंधन आदि के बाज़ार में प्रवेश की मिश्रण के कारण है. देखें फ्रीडमन टी एल २००५. दि वर्ल्ड इस फ्लैट: ए ब्रीफ हिस्ट्री ऑफ़ दि ट्वेंटी-फर्स्ट सेंचुरी. न्यूयोर्क: फर्रर, स्ट्रॉस एंड गिरोक्स; जेफरी, आर. एंड डोरोन, ए. २०१३. सेल फ़ोन नेशन: हाउ मोबाइल फ़ोन्स हाव रेवोलुशनीजेड बिज़नेस, पॉलिटिक्स एंड आर्डिनरी लाइफ इन इंडिया. नई दिल्ली: हैचेट; सोएटे, एल. १९८५. 'इंटरनेशनल डिफ्फुशान ऑफ़ टेक्नोलॉजी, इंडस्ट्रियल डेवलपमेंट एंड टेक्नोलॉजिकल लीपफ्रॉगिंग.' वर्ल्ड डेवलपमेंट १३(३): ४०९–२२; पेंटलैंड, ए., फ्लेचर, आर. एंड हसन, ए. २००४. 'दकनेट: रीथिंकिंग कनेक्टिविटी इन डेवलपिंग नेशंस.' कंप्यूटर ३७ (१): ७८–८३; मणि, एस. २००७. 'रेवोलुशन इन इंडिया'स टेलेकम्युनिकशन्स इंडस्ट्री.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली: ५७८–८०; मणि, एस. २०१२. 'ब्रिजिंग दि डिजिटल डिवाइड: दि इंडियन एक्सपीरियंस इन इंक्रीसिंग दि एक्सेस टु टेलेकम्युनिकशन्स सर्विसेज.' इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ टेक्नोलॉजिकल लर्निंग, इनोवेशन एंड डेवलपमेंट ५(१–२): १८४–२०३; रंगास्वामी, एन. एंड कतरैल, इ. २०१३. 'एंथ्रोपोलॉजी, डेवलपमेंट एंड ऐसिटिस: स्लम्स, यूथ एंड दि मोबाइल इंटरनेट इन अर्बन इंडिया', स्पेशल इशू, रेफ्लेक्शंस अट दि नेक्सस ऑफ़ थ्योरी एंड प्रैक्टिस, इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी एंड इंटरनेशनल डेवलपमेंट, कैंब्रिज, एमए: एमईटी प्रेस; टोयामा, के., किरी, के., मैत्रेयी, एल., नीलेश्वर, ए., वेदाश्री, आर. एंड मॅक्ग्रेगोर, आर. २००४. 'रूरल किओस्कस इन इंडिया.' एमएसआर टेक्निकल रिपोर्ट. फॉर डिसकशंस ऑन फरदर ग्रोथ ऑफ़ ऐसिटिस देखें स्टेमुएलर, डब्लयू.इ.२००१ . 'ऐसिटिस एंड दि पॉसिबिलिटीज फॉर लीपफ्रॉगिंग बय डेवलपिंग कन्ट्रीज.' इंटरनेशनल लेबर रिव्यु १४०(२): १९३–२१०; माथुर, ए. एंड अम्बानी डी. २००५. 'आईसीटी एंड रूरल सोसाइटीज: ओप्पोर्तुनिटीज़ फॉर ग्रोथ.' दि इंटरनेशनल इनफार्मेशन & लाइब्रेरी रिव्यु ३७(४):३४५–५१. फॉर दि डिफ्फुशान ऑफ़ आईसीटी इन इंडिया एंड इट्स एसोसिएटेड डेवलपमेंट सी विजयभास्कर, एम. एंड गायत्री, वि. २००३. 'आईसीटी एंड इंडियन डेवलपमेंट: प्रोसेसेज, प्रोग्नोसिस, पॉलिसीस.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली ३८(२४): २३६०–४; बाजवा, एस. बी. २००३. 'आईसीटी पालिसी इन इंडिया इन दि एरा ऑफ़ लिब्रलाइजेशन: इट्स इम्पैक्ट एंड कोंसेकुएंसेस.' ग्लोबल बिल्ट एनवायरनमेंट रिव्यु ३(२): ४९–६१; कुमार, पि. २०१४. 'आईसीटी एंड इट्स डेवलपमेंट इन इंडिया.' http:// www.irjcjournals.org/ijieasr/Feb2014/2.pdf. डिजिटल विभाजन के सेतुबंधन पर एक समालोचना केलिए देखें, वेड, आर. एच. २००२. 'ब्रिजिंग दि डिजिटल डिवाइड: न्यू रूट टु डेवलपमेंट ओर न्यू फॉर्म ऑफ़ डिपेंडेंसी?' ग्लोबल गवर्नेंस ८(४): ४४३–६६.

3. कुमार के जे २०१४. मास्स कमुनवाशन इन इंडिया. नई दिल्ली: जैको पब्लिशिंग हाउस: रंगास्वामी एन. पॉकेट सोशल नेटवर्किंग इन इंडिया - एसएमएस गपशप एक्सपेंडस, एशिया पसिफ़िक मेमो, नवंबर २०१२. http://www.asiapacificmemo.ca/pocket-social-networking-inindia-sms-gupshup-expands
4. प्राकृतिक पतिस्थिति में आमने सामने का संचार पंचग्रामी में अभी संचार का एक प्रमुख प्रणाली बनाता है. आमने सामने के परस्परक्रियाओं के रिवाज़ के सैद्धांतिक जानकारी केलिए देखें गोफमान इ २००५. इंटरेक्शन रिचुअल: एसेज इन फेस तो फेस बेहेवियर. पीसकतावै, एनजे: अलडैन ट्रांसक्शन.
5. यह एक प्रकार से मैक्लुहान के इस विचार से संबंधित हो सकता है कि माध्यम ही सन्देश होता है. मैक्लुहान एम १९६४. अंडरस्टैंडिंग मीडिया: दि एक्सटेंशन ऑफ़ मैन. लंदन: एमईटी प्रेस. इसको भी देखें रोजर्स इ एम और भौमिक डी के १९७०. 'होमोफिली-हेट्रोफिली: रिलेशनल कॉन्सेप्ट्स फॉर कम्युनिकेशन रिसर्च.' पब्लिक ओपिनियन क्वार्टरली ३४ (४): ५२३-३८.
6. कुछ विशिष्ट सूचनाओं के संचार केलिए उचित संदेशवाहक का पहचान करना कुछ समय में चुनाव देनेवाला विषय हो सकता है. उदाहरण केलिए, जे ऍफ़ मार्शल का एक लेख ग्रामीण भारत में परियार नियोजन कार्यक्रम पर बात करने केलिए अधिक महिलाओं को नियुक्त करने की आवश्यकता पर बहस करता है. यद्यपि यह लेख १९७१ का था, यह इसका एक ऐतिहासिक पहचान देता है कि जैसे भारतीय गाँव में कुछ विशिष्ट नीति की सूचना का संचार करने केलिए जैसे संदेशवाहक आवश्यक थे. मार्शल जे ऍफ़ १९७१ 'टॉपिक्स एंड नेटवर्क्स इन इंट्राविलेज संचार' इन पोल्गर एस ए संप. कल्चर एंड पापुलेशन: ए कलेक्शन ऑफ़ करंट स्टडीज. कैंब्रिज, एमए: शेनमन, १६०-६. भारतीय गाँव में संचार पर जानकारी केलिए देखें राव वोय एल १९६६. कम्युनिकेशन एंड डेवलपमेंट: ए स्टडी ऑफ़ तवो इंडियन विल्लगेस: मिनियापोलिस एम एन: यूनिवर्सिटी ऑफ़ मिन्नेसोटा प्रेस: दामले वोय बी १९५६. 'कम्युनिकेशन ऑफ़ मॉडर्न आइडियाज एंड नॉलेज इन इंडियन विलेजस.' पब्लिक ओपिनियन क्वार्टरली २०(१):२५७-७०.
7. एप्सटीन ए एल १९६९ 'गॉसिप, नॉर्म्स एंड सोशल नेटवर्क', इन मिचेल जे सी संप.सोशल नेटवर्क्स इन अर्बन सिचुऐशन्स: एनालाइसिस ऑफ़ पर्सनल रिलेशनशिप्स इन सेंट्रल अफ्रीकन टौंस. मेनचेस्टर, मेनचेस्टर यूनिवर्सिटी प्रेस.
8. पंचग्रामी में इस आम जगह जाति पर आधार करके सामाजिक रूप से विभाजित नहीं किया गया. यह इसलिए महत्वपूर्ण है कि भारत के आम जगह अकसर जाति और अस्पृश्यता से संबंधित थे. देखें अलेक्स जी २००८. 'ए सेंस ऑफ़ बेलोंगिंग एंड एक्सक्लूशन: "टोचाबिलिटी" एंड "अंटोचाबिलिटी" इन तमिलनाडु'. इथनोस ७३(४): ५२३- ४३: ब्रोस,सी एंड कोटनियर एम.२०१०. अंटोचाबिलिटी एंड पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर, https://hal.archives- ouvertes.fr/ halshs- 00542235/; शाह जी २००६. अंटोचाबिलिटी इन रूरल इंडिया: नई दिल्ली: सेज पुब्लिकेशन्स; सूर्यमूर्ति आर २००८, 'अंटोचाबिलिटी इन मॉडर्न इंडिया.' इंटरनेशनल सोशियोलॉजी २३(२): २८३-९३; एलेग्जेंडर, के सी १९६८. 'चेंजिंग स्टेटस ऑफ़ पुलया हरिजन ऑफ़ केरला.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली: १०७१-४.
9. तमिल में टेलीग्राम का शब्द
10. http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-23304251
11. भारत में जन संचार के सामान्य इतिहास केलिए देखें कुमार के जे २०१४; विलाइनिलाम, जे वि २००५. मास्स कम्युनिकेशन इन इंडिया: ए सोशियोलॉजिकल पर्सपेक्टिव. नई दिल्ली. सेज पब्लिकेशंस
12. http://www.suryanfm.in/chennai/;http://www.radiomirchi.com/chennai; http://www.927bigfm.com/city.php?id=११
13. http://www.firstpost.com/politics/freebies-culture-in-tamil-nadu-reeks-of-a-guiltyconscious-neta-who-doesnt-really-care-2781472.html; http://www.livemint.com/Opinion/GGMQFv1iFGJiKMzPZWWVLN/Why-Tamil-Nadus-freebie-culture-works.html
14. http:// www.sunnetwork.in/, http:// jayatvnetwork.com/ default.aspx, http:// www.in.com/tv/channel/star-vijay-164.html
15. http://www.dailythanthi.com/, http://www.dinamalar.com/
16. http:// www.thehindu.com/, http:// www.newindianexpress.com/, http:// www.deccanchronicle.com/, http://timesofindia.indiatimes.com/, http://economictimes.indiatimes.com/
17. https://www.kumudam.com/, http://www.vikatan.com/
18. http:// indiatoday.intoday.in/, http:// www.businesstoday.in/, http:// www.femina.in/, http://www.vogue.in/
19. http://www.dqindia.com/, http://www.digit.in/ ये ऑनलाइन और प्रिंट संस्करण दोनों में अभिगम किये गए. कुछ आईटी प्रबंधक ने ऐसे भी कहा कि उनके कंपनियों को तकनीकी पत्रिकाओं केलिए छूट प्राप्त चंदा शुल्क भी उपलब्ध था.
20. जेफरी आर एंड डोरोन ए २०१३: पित्रोदा एस १९९३. 'डेवलपमेंट, डेमोक्रेसी एंड दि विलेज टेलीफोन.' हार्वर्ड बिज़नेस रिव्यु ७१(६): ६६-८.
21. यह अस्थायी के आधार पर ही था, जहाँ पडोसी एक कॉल करने या करीबी रिश्तेदार या दोस्त से पाने केलिए एक फोन के साथ घर पर आएंगे. अन्य प्रांतों के लंबी-दूरी के कॉल ट्रंक कॉल बुक करने के द्वारा किये गए.
22. कुमार के जे २०१४, एसटीडी सब्सक्राइबर ट्रंक डायलिंग का लघुरूप है: आईएसडी का अर्थ इंटरनेशनल सब्सक्राइबर डायलिंग होता है.
23. http://scroll.in/article/744579/what-happened-to-india-when-the-landline-telephonefell-terminally-ill-20-years- एगो

24. 'नॉन-स्मार्टफोन' शब्द 'फीचर फोन' के साथ विनिमेयता के अनुसार उपयोग किया जाता है. भारत में पूर्ण रूप से मोबाइल फोन से पेश किया गया सामान्य और काफी तेज़ी परिवर्तन पर एक विस्तार विश्लेषण केलिए देखें, जेफरी आर एंड डोरोन ए,२०१३: कावूरी ए और चाधा के २००६.' दि सेल फ़ोन अस ए कल्चरल टेक्नोलॉजी: लेसंस फ्रॉम दि इंडियन केस', कावूरी ए और आर्सेनॉक्स एन संप., दि सेल फोन रीडर: एसेज इन सोशल ट्रांसफॉर्मेशन, न्यूयोर्क में; पीटर लांग; काट्ज़ जे इ २००८. हैंडबुक ऑफ़ मोबाइल कम्युनिकेशन स्टडीज. कैंब्रिज एमए; एमआईटी प्रेस. विकासशील दुनिया में मोबाइल के उपयोग पर एक साधारण विचार केलिए: इस लेख की समालोचना 'दि इनफार्मेशन सोसाइटी २४(३): १४०-५९. एक मानववैज्ञानिक दृष्टिकोण से मोबाइल फोन के उपयोग पर एक साधारण विचार केलिए देखें होर्स्ट एच और मिल्लर डी २००६. दि सेल फ़ोन: एन एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ कम्युनिकेशन. ऑक्सफ़ोर्ड: बर्ग.
25. गैर-ब्रांड के 'संकलित' डेस्कटॉप जो स्थानीय हार्डवेयर तक्नीकज्ञ से निर्माण किया जाता है मशहूर हुआ और इस जगह में उनकी संख्या अधिक हो गयी थी.
26. निस्बेटत एन २००९, ग्रोइंग अप इन दि नॉलेज सोसाइटी: लिविंग दि आईटी ड्रीम इन बैंगलोर. नई दिल्ली रूटलेज.
27. इस स्थल में आवास क्षेत्र के विकास के साथ यह बहुत संबंधित था.
28. श्रीकुमार टी टी १५-१९ जुलाई २०१४. 'नई मीडिया, स्पेस एंड मारगीनालित्य: ए कम्पेरेटिव पर्सपेक्टिव ऑन साइबर कैफ़े यूस इन स्माल एंड मेडियम टाउनस इन एशिया.' इंटरनेशनल एसोसिएशन फॉर मीडिया एंड कम्युनिकेशन रिसर्च (आईएएमसीआर) वार्षिक सम्मलेन, हैदराबाद, भारत में यह शोध पत्र प्रस्तुत किया गया. रंगास्वामी एन और बॉम्बे एल एस आई २००७. 'आईसीटी फॉर डेवलपमेंट एंड कॉमर्स: ए केस स्टडी ऑफ़ इंटरनेट कैफ़े इन इंडिया' (रिसर्च इन प्रोग्रेस पेपर) इन प्रोसीडिंग्स ऑफ़ दि ९थ इंटरनेशनल कांफ्रेंस ऑन सोशल इम्प्लिकेशन्स ऑफ़ कम्प्यूटर्स इन डेवलपिंग कन्ट्रीज, साओ पाउलो, ब्राज़ील; डोनर जे सितम्बर २००६. 'इंटरनेट यूस (एंड नॉन-यूस) अमंग अर्बन माइक्रो इंटरप्राइजेज इन दि डेवलपिंग वर्ल्ड: एन अपडेट फ्रॉम इंडिया', इन कांफ्रेंस ऑफ़ दि एसोसिएशन ऑफ़ इंटरनेट रेसेअर्चेर्स (एओआईआर): २८-३०.
29. भारत के सबसे पहले में एक और अत्यधिक लोकप्रिय सामाजिक मीडिया के मंच के रूप में ऑरकुट पर कई अध्ययन हैं. देखें अहमद, ए २०११. 'राइजिंग ऑफ़ सोशल नेटवर्क वेबसाइटस इन इंडिया ओवरव्यू.' इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ कंप्यूटर साइंस एंड नेटवर्क सिक्योरिटी ११(२): १५५-८; पिल्लै ए २०१२. 'यूजर एक्सेप्टेन्स ऑफ़ सोशल नेटवर्किंग वेबसाइटस इन इंडिया: ऑरकुट वर्सस फेसबुक. 'इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ इंडियन कल्चर एंड बिज़नेस मैनेजमेंट ५(४): ४०५-१४; गोयल एस २०१२. 'सोशल नेटवर्क्स ऑन दि वेब', इन पिट्ज़ एम और वल्डफॉगल जे संप. दि ऑक्सफ़ोर्ड हैंडबुक ऑफ़ दि डिजिटल इकॉनमी. ऑक्सफ़ोर्ड, ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, ४३४-५९; मिश्रा एस २०१०. 'पार्टिसिपेशन ऑफ़ युथ इन सोशल नेटवर्किंग साइट्स इन इंडिया.' इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ बिज़नेस इनोवेशन एंड रिसर्च ४(४): ३५८-३७५; महाजन पी २००९. 'यूस ऑफ़ सोशल नेटवर्किंग इन ए लिंगुइस्टिकली एंड कल्चरली रिच इंडिया'. दि इंटरनेशनल इनफार्मेशन एंड लाइब्रेरी रिव्यु ४१(३):१२९-३६; दास ए २०१०. सोशल इंटरेक्शन प्रोसेस एनालिसिस ऑफ़ बेंगालिस इन ऑरकुट', इन तिवाई आर संप. हैंडबुक ऑफ़ रिसर्च ऑन डिस्कोर्स बेहेवियर एंड डिजिटल कम्युनिकेशन: लैंग्वेज स्ट्रक्टर्स एंड सोशल इंटरेक्शन्स, हेर्शेय पी ए: आइजीआइ ग्लोबल, ६६-८४; दास ए २०१२. 'इम्प्रैशन मैनेजमेंट ऑन फेसबुक एंड ऑरकुट: ए क्रॉस कल्चरल स्टडी ऑफ़ ब्रज़ीलियन्स एंड इंडियंस.' इंटरनेट रिसर्च १३.० कांफ्रेंस, यूनिवर्सिटी ऑफ़ सल्फोर्ड, यूके, १८-२२ अक्टूबर, २०१२; दास ए एंड हेरिंग एस सी २०१६. 'ग्रीटिंग्स एंड इंटरपर्सनल क्लोसनेस्स: दि केस ऑफ़ बेंगालिस ऑन ऑरकुट.' लैंग्वेज एंड कम्युनिकेशन्स ४७: ५३-६५.
30. http://www.alexa.com/siteinfo/orkut.com; Peterson, M. 2011. Orkut Dissected: Social Networking in India & Brazil. http://www.aimclearblog.com/2011/06/27/orkut-dissected social-networking-in-india-brazil/
31. एनआरआई (अनिवासी भारतीय) वे हैं जो एक साल में १८२ दिन या उससे अधिक केलिए भारत के बाहर रहे हैं. यद्यपि यह मूल रूप से कर की स्थिति है, पंचग्रामी में व्यक्तियों पर ऐसा इशारा सामान्य बन गए हैं, जिसका कारण आईटी कर्मचारियों के अपने ग्राहकों के सेवा केलिए लगातार विदेश पर प्रवास और यात्रा है. https://en.wikipedia.org/wiki/Non-resident_Indian_and_person_of_Indian_origin. एनआरआई एक संकेत के शब्द के रूप में आम तौर पर भारतीय शहरी क्षेत्रों में भी उपयोग किया जाता है.
32. ऑरकुट, जो गूगल से कब्ज़ा किया गया, २०१४ में घुला दिया गया.
33. जेफरी आर एंड डोरोन ए २०१३; स्मिथ टी एन., कुमार एस., मेढ़ी आई एंड टोयामा के अप्रैल २०१०. 'वेयर देर इस ए विल, देर इस ए वे: मोबाइल मीडिया शेयरिंग इन अर्बन इंडिया' प्रोसीडिंग्स ऑफ़ दि एसआईजीसीएचआई कांफ्रेंस ऑन ह्यूमन फैक्टर्स इन कंप्यूटिंग सिस्टम्स, एटलांटा जीए में; एसीएम, ७५३-६२; कुमार के जे एंड थॉमस ए ओ २००६. 'टेलीकम्युनिकेशन एंड डेवलपमेंट: दि सेलुलर मोबाइल 'रेवोलुशन' इन इंडिया एंड चाइना.' जर्नल ऑफ़ क्रिएटिव कम्युनिकेशन्स १(३):२९७-३०९. स्मार्टफोन उद्योग पर एक नज़र केलिए देखें वायके, इ. २०१४. 'दि स्मार्टफोन: एनाटोमी ऑफ़ एन इंडस्ट्री.' न्यूयोर्क: दि नई प्रेस.
34. रंगास्वामी एन एंड यमसनी एस २०११. ' "मेन्टल करता है" या "इट इस ब्लोइंग माय मंद": एवोलुशन ऑफ़ दि मोबाइल इंटरनेट इन एन इंडियन स्लम' इपीआईसी,दि एथ्नोग्राफिक प्रैक्सिस इन इंडस्ट्री कांफ्रेंस, बोल्डर, सीओ, १८-२१ सितम्बर; कुमार एन एंड रंगास्वामी एन २०१३. 'दि मोबाइल मीडिया एक्टर - नेटवर्क इन अर्बन इंडिया.' एसीएम कांफ्रेंस ऑन ह्यूमन फैक्टर्स इन कंप्यूटिंग सिस्टम्स (सीएचआई २०१३) पेरिस, फ्रांस, अप्रैल २०१३: डोनर जे २०१५. आफ्टर एक्सेस: इन्क्लुशन, डेवलपमेंट एंड ए मोरे मोबाइल इंटरनेट. कैंब्रिज, एमए: एमआईटी प्रेस.
35. जेफरी आर एंड डोरोन ए २०१३.
36. यह आईफोन से सस्ते स्मार्टफोन तक सभी प्रकार के स्मार्टफोन को घेरता है.

37. http://www.statista.com/statistics/257048/smartphone-user-penetration-in-india/
38. इस में इस स्थान के लंबी-अवधि के निवासी (बहुधा गाँवों से), मध्य वर्ग के आईटी कर्मचारी और यहाँ अब बस गए अन्य लोग भी शामिल है.
39. वे इस स्थान के निवासी नहीं थे और दूसरे जगहों से, खासकर चेन्नई से, यात्रा कर रहे थे.
40. जेफरी आर और दौरान ए २०१३ में तमिलनाडु के एक सफल फोन व्यापारी पर जिक्र मिलेगा.
41. एक पौंड स्टर्लिंग लगभग १०० आईएनआर (१०० भारतीय रूपये) का समान है.
42. फुलर सी २०११. 'टाइमपास एंड बोरडम इन मॉडर्न इंडिया.' एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ थिस सेंचुरी १ - ए रिव्यु ऑफ़ जेफरी सी २०११ 'टाइमपास: यूथ, क्लास एंड दि पॉलिटिक्स ऑफ़ वेटिंग इन इंडिया.'
43. विशिष्ट रूप से उच्च मध्य-वर्ग के परिवारों में ही देखा जाता है.
44. यह अध्याय इसको फेसबुक के खंड पर ही आगे बहस करता है. यह शिक्षा पर होनेवाले अध्याय ६ पर भी बहस किया जाता है.
45. http://www.dqchannels.com/laptops-freebies/
46. http://en.wikipedia.org/wiki/Tethering
47. भारत में पायरेट मॉडर्निटी पर अधिक जानकारी केलिए देखें सुंदरम आर २००९. पायरेट मॉडर्निटी: दिल्ली'स मीडिया ुर्बानिस्म. न्यूयोर्क रूटलेज
48. http://timesofindia.indiatimes.com/tech/how-to/Assemble-a-PC-within-Rs-30000-budget/articleshow/ 19797394.cms; http:// www.icmrindia.org/ free%20resources/ Articles/ Indian%20PC%20Market2.htm
49. http:// www.firstpost.com/ politics/ phones- wi- fi- electricity- aiadmks- manifesto- fortamil-nadu- polls- is- full- of- freebies- 2767768.html; http:// aiadmk.com/ en/ tn- election- 2016/ tamilnadu-election-manifesto-2016/; http://aiadmk.com/en/tn-election-2016/manifestoin-fographics/#
50. इसका एक संस्करण 'पोलीमीडिया: ए पर्सपेक्टिव थ्रू फिलिअल रिलेशनशिप्स अट पंचग्रामी.' पेपर फॉर पैनल, रेकॉन्स्टिटूटिंग मार्जिनलिटी एंड पब्लिक्स इन दि डिजिटल ऐज, एनुअल इंटरनेशनल कांफ्रेंस ऑफ़ मीडिया एंड कम्युनिकेशन रिसर्च, १५-१९, जुलाई २०१४ में हैदराबाद में वेंकटरामन एस, रंगास्वामी एन और अरोरा पी २०१४ में प्रस्तुत किया गया.
51. छोटे सन्देश सेवा, जो टेक्सटिंग भी जाना जाता है.
52. सन्देश भेजने केलिए मिस्ड कॉल का उपयोग और कई सन्दर्भों में भी देखा जाता है और यह भारत केलिए अनोखा नहीं है. देखें डोनर जे २००७. 'दि रूल्स ऑफ़ बीपिंग: एक्सचेंजिंग मेस्सगेस वाया इंटेंशनल "मिस्ड कॉल्स" ऑन मोबाइल फोन्स.' जर्नल ऑफ़ कंप्यूटर - मेडिएटेड कम्युनिकेशन १३(१): १-२२; डोनर जे २००५. 'व्हाट कैन बे साइड विथ ए मिस्ड कॉल? बीपिंग वाया मोबाइल फोन इन सब-सहारन अफ्रीका.' प्रोस. सीइंग, अंडरस्टैंडिंग, लर्निंग इन दि मोबाइल ऐज, इंस्टिट्यूट फॉर फिलोसोफिकल रिसर्च ऑफ़ दि हंगेरियन अकादमी ऑफ़ साइंस एंड टी-मोबाइल हंगरी को लिमिटेड, बुडापेस्ट २६७-७६.
53. http://www.independent.co.uk/news/world/asia/nirbhaya-case-anger-and-protests-asjuvenile-delhi-gang-rapist-freed-after-three-years-in-reform-a6780601.html; http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-35115974
54. बेम एन के २०१५. पर्सनल कनेक्शंस इन दि डिजिटल ऐज. चिचेस्टर: जॉन वैली & संस; पापचारिसि ज़ी., संप.२०१०. ए नेटवर्क्ड सेल्फ: आइडेंटिटी, कम्युनिटी एंड कल्चर ऑन सोशल नेट्वर्कसाइट्स, न्यूयोर्क: रूटलेज.
55. इस सर्वेक्षण का उद्देश्य सामाजिक मीडिया के उपयोगकर्ताओं के एक नमूने के बीच कुछ सामाजिक मीडिया के मंचों की मशहूरी को स्थापित करना था. इस प्रकार इस सर्वेक्षण का परिणाम सिर्फ इन उपयोगकर्ताओं के नमूने के भीतर सामाजिक मीडिया मंचों के उपयोग और मशहूरी का प्रस्ताव करता है और आम जनता पर बाह्य गणन पर लक्षित नहीं है. यह सर्वेक्षण आबादी को लंबी-अवधि के निवासी (एन=६२) और बहु-मंजिला अपार्टमेंट परिसर में रहनेवाले नए निवासी (एन=६८) आदि पर स्तरबद्ध करके यह सर्वेक्षण चलाया गया. एक स्नोबॉल तकनीकी के उपयोग करके नमूने चुने गए. जबकि इस सर्वेक्षण में भाग लिए अधिकाँश लंबी-अवधि के निवासी निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग और मध्य वर्ग के थे, नए निवासी (जो बहुधा आईटी क्षेत्र पर थे) मध्य और उच्च मध्य वर्ग के थे. लंबी-अवधि के निवासियों के नमूने में १४ से ३८ उम्र तक के पुरुष थे, नए निवासी के नमूने में १५ से ७० उम्र तक के पुरुष और स्त्री दोनों थे.
56. यद्यपि मंचों के रूप वे अलग होते हैं, फेसबुक व्हाट्सप्प के मालिक होने के कारण, एक व्यापार इकाई के रूप में दोनों समान ही होते हैं: http://www.bbc.co.uk/news/business-26266689. Facebook also owns Instagram: http://www.bbc.co.uk/news/technology-17658264
57. इंस्टाग्राम के आंतरायिक उपयोगकर्ता मध्य-वर्ग के किशोरों और कॉलेज छात्रों के बीच रिपोर्ट किये गए.
58. २०१५, अप्रैल ३० में यह संख्या लगभग फेसबुक के मोबाइल उपयोगकर्ताओं के साथ मेल खाता है.
59. यह सिर्फ पंचग्रामी में नहीं देखा गया, परन्तु उत्तर भारत के गाँवों पर भी देखा गया. देखें http://www.independent.co.uk/news/world/asia/girls-and-unmarried-women-in-indiaforbidden-from-using-mobile-phones-to-prevent-disturbance-in-a6888911.html; http://mashable.com/2016/02/22/india-villages-ban-mobile-phones/#iCfdPBCP.ZqJ
60. उच्च और निम्न अंक के जातियों के बीच वैवाहिक या यौन संबंध हिन्दू जाति प्रणाली के अनुसार प्रदूषण के रूप में देखा जाता है. प्रदूषण और शुद्धता के सिद्धांत और ये विभिन्न जातियों से कैसे संबंधित हैं, इसपर प्रारंभिक

पढ़ाई केलिए देखें http://rohitshrawagi.blogspot.co.uk/. इस सिद्धांत के मानववैज्ञानिक अन्वेषण और समालोचना केलिए देखें फुलर सी जे १९७९. 'गॉड्स, प्रीस्ट्स एंड प्यूरिटी: ऑन दि रिलेशन बिटवीन हिन्दुइस्म एंड दि कास्ट सिस्टम.' मैन:४५९-७६, मार्गलीन ऍफ़ ए १९७७, 'पावर, प्यूरिटी एंड पोल्लुशण: आस्पेक्ट्स ऑफ़ दि कास्ट सिस्टम रेकन्सीडरेड.' कंट्रीब्यूशन टु इंडियन सोशियोलॉजी दिल्ली ११(२): २४५-७०; गौघ इ के १९५५. 'दि सोशल स्ट्रक्चर ऑफ़ ए तान्जोर विलेज. मैकिम एम संप. विलेज इंडिया, शिकागो, आईएल: यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस; गौघ के १९७३. 'हॉरिजंस इन तंजावूर.' इम्पेरिअलिस्म एंड रेवोलुशन इन साउथ एशिया. न्यूयोर्क: मंथली रिव्यु प्रेस, २२२-४५.

61. कुछ ही देर केलिए उधार में ले जाने के कारण, यह सख्त से एक मोबाइल का 'साझा करना' नहीं कहा जा सकता. परन्तु, मोबाइल उपकरणों का साझा भारत में होता है; देखें स्टीन्सों एम एंड डोनर जे २००९, 'बियॉन्ड दि पर्सनल एंड प्राइवेट मोड्स ऑफ़ मोबाइल फोन शेयरिंग इन अर्बन इंडिया', इन लिंग आर एंड कैम्पबेल एस संप. दि रिकंस्ट्रक्शन ऑफ़ स्पेस एंड टाइम: मोबाइल कम्युनिकेशन प्रैक्टिसेज, न्यू ब्रंसविक, एनजे: ट्रांसक्शन २३१-५०.
62. ग्रामीण क्षेत्रों में महिलाओं से मोबाइल फोन का उपयोग, साथ-साथ निम्न मध्य-वर्ग और निम्न सामाजिक आर्थिक वर्ग विविध है. जबकि कुछ समुदाय इसके उपयोग पर बिना रोक टोक अनुमति देते हैं या कुछ सीमित उपयोग करने देते हैं, और कुछ लोग इसे पूरी तरह से प्रतिबंधित करते हैं. देखें डोरोन ए २०१२. 'मोबाइल पर्सन्स: सेल फ़ोन्स, जेंडर एंड दि सेल्फ इन नार्थ इंडिया.' दि एशिया पसिफ़िक जर्नल ऑफ़ एंथ्रोपोलॉजी १३(५): ४१४-३३; जेफरी आर एंड डोरोन ए २०१३; मेहता बी एस २०१३. 'कैपेबिलिटीज, कॉस्ट्स, नेटवर्क्स एंड इन्नोवेशंस: इम्पैक्ट ऑफ़ मोबाइल फोन्स इन रूरल इंडिया.' अवेलेबल अट एसएसआरएन 2259650: जौहकी जे २०१३. 'ए फोन ऑफ़ ओन'स ओन? सोशल वैल्यू, कल्चरल मीनिंग एंड जेण्डरेड यूस ऑफ़ मोबाइल फोन इन साउथ इंडिया.'जर्नल ऑफ़ दि फिन्निश ऐंथ्रोपोलॉजिकल सोसाइटी ३८(१): ३७-५८; गुरुमूर्ति ए एंड मेनोन एन २००९. 'वायलेंस अगेंस्ट वीमेन वाया साइबरस्पेस.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली: १९-२१; टेनह्यूनेन एस २०१४. 'मोबाइल टेलीफोनी मीडिएशन एंड जेंडर इन रूरल इंडिया.' कंटेम्पररी साउथ एशिया २२(२): १५७-७०. प्रेमी और कामी मेल-जेल के साथ मोबाइल फोन का संबंध भारत केलिए अनोखा नहीं था, परन्तु उनको जमैका के सन्दर्भ में भी पा सके. देखें मिल्लर डी और स्टाटर डी २००५ 'कम्पेरेटिव एथनोग्राफी ऑफ़ नई मीडिया', क्यूरान जे पी और गुरेविच एम संप. मास्स मीडिया एंड सोसाइटी, चौथा सम्पादन. लंदन: होड़देर अर्नाल्ड में.
63. लाफ़ी डी २००७; गोटदेनेर एम २०१५.
64. वे सब मेरे अनुसंधान फेसबुक प्रोफाइल द्वारा दूसरे पुरुषों से अनावृत्त होने के डर से वे सब मुझसे दोस्ती करने का इनकार कर दिए.
65. आईटी क्षेत्र में काम करनेवाले, उद्यमी और अन्य कौशल नौकरी में होनेवालों के परिवार
66. रंगास्वामी एन और अरोरा पी २०१५. 'डिजिटल रोमांस इन दि इंडियन सिटी', इन दि सिटी एंड साउथ एशिया. कैंब्रिज एमए; हार्वर्ड साउथ एशिया इंस्टिट्यूट.
67. मोबाइल फोन पर सीमित प्रौद्योगिकी काबिलियत के साथ भी, मीडिया के साझा करना भी प्रत्यक्ष था. देखें स्मिथ टी एन और अन्य २०१०.
68. जिसके मामलों का अध्ययन अध्याय ४ के परिवार पर विवाद के अंश बनेंगे.
69. रिश्तों पर कई प्रामाणिक प्रचवन बुजुर्ग से संघटित इस समूह पर प्रचलित था.
70. http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/12/15/non-resident-indians/
71. पंचग्रामी के फेसबुक पर एकाधिक/नकली प्रोफाइल के परिमाण को मापना बहुत मुश्किल था, क्योंकि सभी लोग इस खबर को प्रकट नहीं करते थे. दो अलग सामाजिक नेटवर्क पर अपने पहचान को स्थापित करने केलिए किसी व्यक्ति से रचना किया जाता सच्चे एकाधिक प्रोफाइल केलिए देखें http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/04/11/who-am-i-the-case-of-caste-related-profiles-on-facebook/
72. परियोजना अभी तक व्हाट्सप्प को एक सामाजिक मीडिया के मंच के रूप में देखता था.
73. जैसे क्यू १ सर्वेक्षण में बहस किया गया
74. अध्याय १ में विवाद किये गए जैसे यह मापनीय सामाजिकता के विचार से बहुत करीबी से संबंधित है.
75. मडिएनौ एम एंड मिल्लर डी २०१३. 'पोलीमीडिया: टुवर्ड्स ए नई थ्योरी ऑफ़ डिजिटल मीडिया इन इंटरपर्सनल कम्युनिकेशन.' इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ कल्चरल स्टडीज १६(२): १६९-८७.
76. परन्तु, वे अभी ट्विटर या लिंकेडीन जैसे दूसरे सामाजिक मीडिया मंचों के उपयोग करते थे या संचार करने केलिए दूसरे मीडिया के उपयोग करते थे. सिर्फ एक ही मंच का उपयोग बहुत दुर्लभ था. पंचग्रामी में पोलीमीडिया का मामला बहुत मज़बूत था. मडिएनौ एम एंड मिल्लर डी २०१३.
77. एक प्रकार से यह 'मापनीय सामाजिकता' के विचार पर उल्लेख करता है जो मिल्लर डी और अन्य २०१६ में व्याख्या किया गया है.
78. http://www.dnaindia.com/scitech/report-whatsapp-user-base-crosses-70-million-inindia-2031465
79. ये समूह आकार और रूप में विभिन्न थे. उदाहरण केलिए, वे व्यक्तिगत, पेशेवर, धार्मिक, शौक समूह आदि हो सकते हैं.
80. मिल्लर डी और अन्य २०१६
81. इसपर अधिक से अध्याय ४ में व्यवहार किया जाता है जो पारिवारिक मंडली पर व्हाट्सप्प के प्रभाव पर बहस करता है.
82. लक्ष्मी अपनी सास के साथ इसको नहीं करती, जो अभी उनको एक नौकरीशुदा माँ होने और अपने बच्चों को माता के देखभाल के बिना छोड़ने पर दोष निकालती है.

83. देखें अप्पादुरै ए १९८८. दि सोशल लाइफ ऑफ़ थिंग्स: कमोडिटीज इन कल्चरल पर्सपेक्टिव. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस.
84. इसलिए 'कल्पित' है कि किसी प्रकार से कई इसको समझने में असफल हो गए कि यह भी समान रूप से सच है कि उनके स्मार्टफोन ने ऐसी गतिशीलता प्रदान किया, सिर्फ व्हाट्सप्प ही नहीं.
85. परन्तु, जैसे पहले कहा गया, फेसबुक पर उनके उम्र के पुरुषों के तुलना में वे अधिक सक्रिय थे.
86. एक महिला की दृष्टि से व्हाट्सप्प के द्वारा अधिक प्रेम लीला केलिए उल्लेख करें कोस्टा इ २०१६, सोशल मीडिया इन सौथीस्ट टर्की. लंदन: यूसीएल प्रेस २०६.
87. https://en.wikipedia.org/wiki/Kitty_party
88. http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2015/04/17/women-entrepreneurs-whatsapp/
89. यह आम तौर पर दुष्ट नज़र के कारण से होता शाप माना जाता है (जो ईर्ष्या और घृणा के गहरी भावों से निकलता है) और उस व्यक्ति को मुसीबत पहुंचाता है जिनपर यह प्रदान किया जाता है. अकसर 'दुरांख' का विषय अचेत होता है, इसलिए सार्वजनिक संपर्क को सीमित रखने जैसे सावधानी लेना आवश्यक है. देखें https://en.wikipedia.org/wiki/Evil_eye
90. http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/07/25/its-ok-to-send-myboss-a-whatsapp-message/
91. इससे कोई फर्क नहीं पड़ने लगा कि जनवरी २०१६ के पहले पंचग्रामी के व्हाट्सप्प उपयोगकर्ताओं से वास्तव में शुल्क लिया गया.
92. http://thehackernews.com/2016/01/whatsapp-free-lifetime.html
93. यह दक्षिणपूर्वी टर्की का भी मामला था देखें कोस्टा इ २०१६.
94. कॉलीवुड 'कोडंबाक्कम' - जो तमिल फिल्म उद्योग के चेन्नई का स्थान है - शब्द का मिस्र शब्द है और हॉलीवुड देखें https://en.wikipedia.org/wiki/Tamil_cinema
95. अध्याय ३ सामाजिक मीडिया पर सिनेमा की भूमिका पर विस्तार से बहस करता है.
96. क्षेत्र-कार्य के समय में उनको निष्क्रिय देखा गया. निष्क्रियता का समय कुछ महीनों से कई साल तक विभिन्न है.
97. परिवार की युवतियों पर सामाजिक मीडिया के उपयोग पर निरीक्षण जैसे प्रतिबंधन डालने समय पर भी, यह व्यंग्यपूर्ण होता है कि ये परिवार अपने को कम रूढ़िवादी के रूप में वर्णन करते हैं. परन्तु, ऐसे परिवार इस प्रकार बहस करेंगे कि वे सामाजिक मीडिया या स्मार्टफोन पर अभिगम को बिलकुल बंध करनेवालों के तुलना में कम रूढ़िवादी होते हैं.
98. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
99. मडिएनौ एम और मिल्लर डी २०१३.
100. मिल्लर डी और अन्य २०१६.

अध्याय ३

1. यह परिवर्तन वडिवेलु के वहन करने योग्य सामने की ओर के कैमरा के सैमसंग स्मार्टफोन की खरीद के एक ही समय में हुआ.
2. नकसीस सी वि २०१४. 'सस्पेंडेड किनशिप एंड युथ सोशलिटी इन तमिलनाडु, इंडिया.' करंट एंथ्रोपोलॉजी ५५(२); १७५-९९; निस्बेट एन २००७. 'फ्रेंडशिप, कोन्सुम्प्शन, मोरालिटी: प्रैक्टिसिंग आइडेंटिटी, नेगोशिएटिंग हायरार्की इन मिडिल-क्लास बैंगलोर.' जर्नल ऑफ़ दी रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट १३(४): ९३५-५०.
3. उनके सामाजिक नेटवर्क के आदर्शों के अनुसारित होना, और इस मामले में उनके सामाजिक नेटवर्क के अपेक्षित आदर्शों के अनुसार प्रदर्शित करना, इन युवकों केलिए महत्वपूर्ण के रूप में देखा जाता था. यह शायद नेटवर्क समलैंगिकता का परिणाम हो सकता है. देखें मैक्फर्सन एम, २००१. सामाजिक नेटवर्क विश्लेषण, उनके अनुसंधान और प्रयोग पर परिचय केलिए देखें मरीन ए और वेलमान बी २०११. 'सोशल नेटवर्क एनालिसिस: एन इंट्रोडक्शन', गरिंग्टन पि एंड स्कॉट जे संप. दी सेज हैंडबुक ऑफ़ सोशल नेटवर्क एनालिसिस. लंदन, सेज पब्लिकेशंस, ११-२५; मिचेल जे सी संप.१९६९ सोशल नेटवर्क्स इन अर्बन सीटुएशन्स: एनालाइसिस ऑफ़ पर्सनल रिलेशनशिप्स इन सेंट्रल अफ्रीकन टाउनस. मेनचेस्टर: मेनचेस्टर यूनिवर्सिटी प्रेस; वास्सरमैन एस एंड गलाकिएविक्ज़ जे संप. १९९४ एडवांसेज इन सोशल नेटवर्क एनालिसिस: रिसर्च इन दी सोशल एंड बेहवियरल साइंसस. थाउजेंड ओक्स, सीए; सेज पब्लिकेशंस, १७१; क्रिस्टॉकिंस एन ए २०१०. कनेक्टेड: दी अमेजिंग पावर ऑफ़ सोशल नेटवर्क्स एंड हाउ दे शेप आवर लाइव्स. लंदन: हार्पर कॉलिंस; वाट्स दी २००३. सिक्स डिग्रीज: दी साइंस ऑफ़ ए कनेक्टेड ऐज. न्यूयोर्क: डब्ल्यू.डब्ल्यू.नॉर्टन & को.; स्कॉट, जे २०१२. सोशल नेटवर्क एनालिसिस. लंदन: सेज पब्लिकेशंस. सामाजिक नेटवर्क पर अधिक अनुपालन केलिए देखें ब्रास दी जे १९९२. 'पॉवर इन ऑर्गनाइसेशन्स: ए सोशल नेटवर्क पर्सपेक्टिव.' रिसर्च इन पॉलिटिक्स एंड सोसाइटी ४(१):२९५-३२३.
4. नकसीस सी वि २०१३. 'यूथ, मस्कुलैनिटी, "स्टाइल", एंड दी पीर ग्रुप इन तमिलनाडु, इंडिया.' कंट्रिब्यूशंस तो इंडियन सोशियोलॉजी ४७(२):२४५-६९; नकसीस सी वि २०१०. 'यूथ एंड स्टेटस इन तमिलनाडु, इंडिया.' सार्वजनिक रूप से अभिगम करने योग्य पेन निबंध.२२७. http://repository.upenn.edu/edissertations/227. UPenn Repository. केरला में दोस्ती पर एक तुलनात्मक दृष्टि केलिए देखें ओसेलला सी और ओसेलला ऍफ़ १९९८. 'फ्रेंडशिप एंड फ्लिर्टिंग: माइक्रो-पॉलिटिक्स इन केरला, साउथ इंडिया.' जर्नल ऑफ़ दी रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट ४(२): १८९-२०६.

5. क्रिस्टॉकिंस एन ए २०१०.
6. पुष्प एस १९९६. 'वीमेन एंड फिलॉन्थ्रोपी इन इंडिया.' विओएलयुएनटीएएस: इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ वोलंटरी एंड नॉनप्रॉफिट ऑर्गनाइसेशन्स ७(४): ४१२*२७.
7. मध्य-वर्ग परोपकारिता का यह पहलू वर्मा पि के २००७. दी ग्रेट इंडियन मिडिल क्लास, नई दिल्ली: पेंगुइन बुक्स, इंडिया और माथुर एन २०१०. 'शॉपिंग माल्स, क्रेडिट कार्ड्स एंड ग्लोबल ब्रांड्स: कंस्यूमर कल्चर एंड लाइफस्टाइल ऑफ़ इंडिया'स नई मिडिल क्लास.' साउथ एशिया रिसर्च ३०(३):२११-३१. अगर सहभागी दोष के भाव हटाने केलिए उदार कार्यों में लग जाते हैं या वह सच्चा परोपकारिता है, इसका परवाह नहीं करके, यह उनके सिद्धांत का प्रभावशाली अंग रहता है, कम से कम पंचग्रामी में. पंचग्रामी के मध्य वर्ग की महिलाएँ अभी ऐसे उदार कार्यों में भाग लेने लगते हैं.
8. स्मार्टफोन का विशाल संग्रह का स्थान और व्हाट्सप्प द्वारा छवियों को साझा करने का अभ्यास ऐसी तस्वीरों को लंबी आयु दिया है, जो लोगों को अपने यादों पर बहुत समय केलिए पुनः जीने देता है. देखें वन डिज्क जे २००८. 'डिजिटल फोटोग्राफी: कम्युनिकेशन, आइडेंटिटी, मेमोरी.' विसुअल कम्युनिकेशन ७(१):५७-७६.
9. कल्पित नातेदारी पर अधिक विस्तृत विवाद केलिए अध्याय ४ को देखें.
10. ऑनलाइन जीवन पर एक 'नैतिक पुलिस' के रूप में मिमी की भूमिका इस परियोजना में कई दुसरे कार्य-क्षेत्रों पर भी देखा गया. यह भी सामाजिक मीडिया के उपयोग पर व्हाई वे पोस्ट के प्रमुख अन्वेषण में एक हैं. देखें https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/14-memes-have-become-the-moral-police-of-online-life
11. ट्राइक एम १९९०. नोट्स ऑन लव इन ए तमिल फॅमिली लोस्स एंगेल्स, सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस
12. यह किसी के सामाजिक नेटवर्क से समर्थन और प्रतिपुष्टि मांगता दिखाई देता है. देखें गोटलिएब, बी एच १९८१. 'सोशल नेटवर्क एंड सोशल सपोर्ट, वॉल ४. थाउजेंड ओक्स, सीए; सेज पब्लिकेशंस इंक.
13. फिल्म स्टार के प्रशंसक क्लब, विशिष्ट रूप से तमिल फिल्म के अभिनेता, सुप्रसिद्ध हैं. कुछ अभिनेता उन प्रशंसक क्लब को राजनैतिक फायदा केलिए उपयोग किये हैं. देखें डिकी एस १९९३. 'दी पॉलिटिक्स ऑफ़ अडुलेशन: सिनेमा एंड दी प्रोडक्शन ऑफ़ पॉलिटिशियन इन साउथ इंडिया.' दी जर्नल ऑफ़ एशियाई स्टडीज ५२(२): ३४०-७२; डिकी एस १९९३. सिनेमा एंड दी अर्बन पुअर इन साउथ एशिया. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस; रोजर्स एम २००९. 'बिटवीन फंतासी एंड "रियलिटी": तमिल फिल्म स्टार फैन क्लब नेटवर्क्स एंड दी पोलिटिकल इकॉनमी ऑफ़ फिल्म फंडों.' साउथ एशिया: जर्नल ऑफ़ साउथ एशियाई स्टडीज ३२(१): ६३-८५; राजनायगाम एस २०१५. डी सिनेमा एंड पॉलिटिक्स इन साउथ इंडिया: दी फिल्म्स ऑफ़ एमजीआर एंड रजिनिकान्त नई दिल्ली: रूटलेज; पांडियन एम एस २०१५. दी इमेज ट्रैप: एम जी रामचंद्रन इन फिल्म एंड पॉलिटिक्स. नई दिल्ली: सेज पब्लिकेशंस इंडिया; श्रीनिवास एस वि १९९६. 'डिवोशन एंड डेफिएंस इन फैन एक्टिविटी' जर्नल ऑफ़ आर्ट्स एंड आइडियाज २९(१): ६७-८३.
14. https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/why-we-post/discoveries/7-we-usedto-just-talk-now-we-talk-photos; मिल्लर डी २०१५. 'फोटोग्राफी इन दी ऐज ऑफ़ स्नैपचैट.' एंथ्रोपोलॉजी एंड फोटोग्राफी पैम्फलेट सीरीज. लंदन: रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट (फोटोग्राफिक समिति) वेब https://www.therai.org.uk/images/stories/photography/AnthandPhotoVol1B.pdf; मिल्लर डी और सिनानं जे २०१७. विसुअलाइसिंग फेसबुक. लंदन:यूसीएल प्रेस.
15. पिन्नी सी २००८. दी कमिंग ऑफ़ फोटोग्राफी इन इंडिया. लंदन: दी ब्रिटिश लाइब्रेरी; डवयर आर २००६. फिल्मिंग दी गॉड्स: रिलिजन एंड इंडियन सिनेमा. ऑक्सफ़ोर्ड एंड न्यूयोर्क: रूटलेज: पिन्नी सी २००४. 'फोटोस ऑफ़ दी गॉड्स': दी प्रिंटेड इमेज एंड पोलिटिकल स्ट्रगल इन इंडिया. लंदन: रिएक्शन बुक्स; जैन के २००७. गोड्स इन दी बाजार: दी एकनॉमिस ऑफ़ इंडियन कैलेंडर आर्ट. डरहम एनसी एंड लंदन: डयूक यूनिवर्सिटी प्रेस.
16. खंडूरी आर जी २०१४. करिसाचरिंग कल्चर इन इंडिया: कार्टून्स एंड हिस्ट्री इन दी मॉडर्न वर्ल्ड. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस. भारत में मशहूर होनेवाले अमूल के विज्ञापन आम बिलबोर्ड में कैरीकेचर और कार्टून के उदाहरण हैं. देखे मुर्रे एल सी २०१४. एडवरटाइजिंग अमूल: ऑन मीनिंग, मटेरिअलिटी एंड डेरी इन इंडिया. वेब: http://static1.
17. squarespace.com/ static/ 534587eae4b0fb5fdfb963aa/ t/ 54a9f38ce4b08424e6a8c019/1420424106572/Milk+In+India+Part+II.पीडीऍफ़
18. वेलायुतम एस संप.२००८: तमिल सिनेमा: दी कल्चरल पॉलिटिक्स ऑफ़ इंडिया'स इतर फिल्म इंडस्ट्री, वॉल.१०. ऑक्सफ़ोर्ड और न्यूयोर्क: रूटलेज, पडियन ए २०१५. रील वर्ल्ड: एन एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ क्रिएशन. डरहम एनसी: डयूक यूनिवर्सिटी प्रेस: डिकी एस और जैकब पि २००८. सिलोलाइड डेइटीएस: दी विसुअल कल्चर ऑफ़ सिनेमा एंड पॉलिटिक्स इन साउथ इंडिया. लनहम: एमडी: लेक्सिंग्टन बुक्स
19. पिन्नी सी २००४.
20. पूर्वोक्त
21. जेफ्फ ए १९९९. मैरिज, फिल्म एंड वीडियो इन तमिलनाडु: नैरेटिव, इमेज एंड आईडीयालजीस ऑफ़ लव. यूनिवर्सिटी ऑफ़ पेनसिलवेनिया को पेश किया गया एक निबंध. वेब:http://repository.upenn.edu/dissertations/AAI9926222/?pagewanted=all
22. तमिल महीने आम तौर पर अंग्रेजी महीने के १५/१६ के तारीखों पर शुरू होने लगते हैं. देखें https://en.wikipedia.org/wiki/Tamil_calendar for more information on Tamil months.
23. देवी का नाम क्षेत्रों के आधार पर बदलता है, उदाहरण केलिए पालंदीअम्मन, अंगालम्मन, आदि. देखें बेक बी इ १९८१. 'दी गॉडेस एंड दी डेमोन. ए लोकल साउथ इंडियन फेस्टिवल एंड इट्स वाइडर कॉन्टेक्स्ट.' इन बिअर्डो एम संप. औटौर डी ला दस्से हन्डूए. पेरिस: पुरुषार्थ; साइंसेज सोशलेस एन ऐसी दू सूद, ८३-१३६. गुड ए १९८५. 'दी एनुअल गॉडेस फेस्टिवल इन ए साउथ इंडियन विलेज.' साउथ एशियाई सोशल साइंटिस्ट

१(२): ११९-६७. हिल्तेबेटेल ए १९९१. दी कल्ट ऑफ़ द्रौपदी: ऑन हिन्दू रिचुअल एंड दी गॉडेस वॉल.२. शिकागो. आईएल: यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस. फुलर सी जे एंड लोगन पि १९८५. 'दी नवरात्री फेस्टिवल इन मदुरै.' बुलेटिन ऑफ़ दी स्कूल ऑफ़ ओरिएण्टल एंड अफ्रीकन स्टडीज ४८(१):७९-१०५.

24. २४ फुलर सी जे २००१. 'दी "विनायका चतुर्थी" फेस्टिवल एंड हिन्दुत्वा इन तमिलनाडु.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली. १६०७-१६.
25. मंदिर के त्योहारों में समुदाय और जाति की भूमिका को समझने केलिए देखें नेवे जी डी २०००. 'पेट्रोनेज एंड "कम्युनिटी": दी रोल ऑफ़ ए तमिल "विलेज" फेस्टिवल इन दी इंटेग्रेशन ऑफ़ ए टाउन.' जर्नल ऑफ़ दी रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट ६(३): ५०१-१९. मोस्से डी १९९७. 'ऑनर, कास्ट एंड कनफ्लिक्ट: दी एथ्नोहिस्टोरी ऑफ़ ए कैथोलिक फेस्टिवल इन रूरल तमिलनाडु (१७३०-१९९०).' पुरुषार्थ १९:७१-१२०.
26. हार्डग्रेव आर एल १९७५. व्हेन स्टार्स डिस्प्लेस दी गॉड्स: दी फोक कल्चर ऑफ़ सिनेमा इन तमिलनाडु. ऑस्टिन, टेक्सास: सेण्टर फॉर एशियाई स्टडीज, यूनिवर्सिटी ऑफ़ टेक्सास; डिकी एस एंड जैकब पि २००८; वेलायुतम एस संप.२००८; पांडियन ए २०१६.
27. जैसे 'बॉलीवुड' शब्द हिंदी सिनेमा का उल्लेख करता है, वैसे ही 'कॉलिवूड' तमिल सिनेमा का उल्लेख करता है.
28. तमिलनाडु के सिनेमा पर एक अच्छी जानकारी प्राप्त करने केलिए देखें हार्डग्रेव आर एल और नैधरत ए सी १९७५. 'फिल्म्स एंड पोलिटिकल कांशसनेस इन तमिलनाडु.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली. २७-३५; हार्डग्रेव आर एल १९७३. 'पॉलिटिक्स एंड दी फिल्म इन तमिलनाडु: दी स्टार्स एंड दी डीएमके.' एशियाई सर्वे १३(३): २८८-३०५; डिकी एस १९९३. 'दी पॉलिटिक्स ऑफ़ अडुलेशन: सिनेमा एंड दी प्रोडक्शन ऑफ़ पॉलिटिशियन्स इन साउथ इंडिया.' दी जर्नल ऑफ़ एशियाई स्टडीज ५२(२):३४०-७२; पांडियन एम एस एस १९९२. एम जी रामचंद्रन इन फिल्म एंड पॉलिटिक्स: दी इमेज ट्रैप. नई दिल्ली: सेज पब्लिकेशंस.
29. तमिलनाडु के मुख्य मंत्री, एआईएडीएमके दल की जे जयललिता, पहले एक प्रसिद्द फ़िल्मी अभिनेत्री थी, जबकि एम करूणानिधि, विपक्ष दल के नेता(डीएमके), पहले फिल्मों के एक प्रसिद्द कथानक और सम्भाषण के लेखक थे. इस पर उल्लेख करें जैकब पि १९९७. 'फ्रॉम को-स्टार तो डेइटी: पॉपुलर रेप्रेसेंटेशन्स ऑफ़ कुमारी जयललिता जयराम.' वीमेन: ए कल्चरल रिव्यु ८(३): ३२७-३७. श्री करूणानिधि और उनके दल की सफलता केलिए देखें हार्डग्रेव आर एल १९७३.
30. पिन्नी सी २००४.
31. नए फिल्म बॉक्स ऑफिस पर सप्ताहांत के दर्शकों के सुनिश्चित करने केलिए शुक्रवार पर प्रकाशित किये जाते हैं.
32. बाटे बी २०१३. तमिल ओरेटरी एंड दी द्रविड़ियन एस्थेटिक: डेमोक्रेटिक प्रैक्टिस इन साउथ इंडिया. न्यूयोर्क: कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस.
33. पंचग्रामी में मंदिर के प्रतिमा-शास्त्र और शिल्पकला अलग वर्ग के होते हैं और दशकों से बना रहते हैं.
34. पिन्नी सी २००८.
35. जैसे अध्याय १ में कहा गया, इस क्षेत्र-कार्य के समय में बहुत कुछ मुसलमान परिवार ही पंचग्रामी में, ग्रामीण पक्ष में या बहु-मंजिला अपार्टमेंट परिसरों में, रहते थे. उनपर अभिगम सीमित था. यही इस क्षेत्र के सीख परिवारों पर भी चालू था.
36. किसी के पूर्वजों की याद करना, हिन्दुओं से प्रशंसनीय आदर्श माना जाता है; एक सांस्कृतिक और धार्मिक प्रक्रिया होने के कारण, यह हिन्दुओं के घर पर सन्निहित है. पंचग्रामी के कई ईसाई लोगों के बैठक के दीवारों पर अपने माँ-बाप या नाना-दादी के फोटो मिलते थे, जिनके मृत्युदिवसों पर वे प्रार्थना करते थे. आम तौर पर वे तस्वीर दो पीडियों के ही थे (माँ-बाप और नाना-दादी)
37. अवश्य ही कुछ लोग, विशिष्ट रूप से उच्च मध्य वर्ग के लोग, कभी अपने कॉफ़ी टेबल या कैबिने पर होनेवाले ढांचे गए फोटोग्राफ को किसी घटना या समारोह के अनुसार होने केलिए बदल देते हैं.
38. कुछ महिलाएँ अपने परिवार/विस्तृत परिवार की पुरानी तस्वीर को परिवार के बंधन प्रदर्शन करने और यादों को जगाने केलिए पोस्ट करते हैं.
39. व्हाट्सप्प भी यही काम करना असंभव था, क्योंकि इस मंच के अधिकाँश दृश्य सामग्री फेसबुक के जैसे विभाजित नहीं किया जा सकते.
40. कोई ऐसा तर्क कर सकता है कि सिनेमा ही तमिलनाडु में सबसे अधिक लोकप्रिय मनोरंजन है. देखें डिकी एस १९९३, वेलायुधम एस २००८ एंड पांडियन ए २०१५.
41. पांडियन एम एस एस १९९२; डिकी एस २००८: 'दी नर्चरिंग हीरो: चेंजिंग इमेजेज ऑफ़ एमजीआर', इन वेलायुधम एस संप. तमिल सिनेमा: दी कल्चरल पॉलिटिक्स ऑफ़ इंडिया'स अदर फिल्म इंडस्ट्री, वॉल.१०. ऑक्सफ़ोर्ड एंड न्यूयोर्क: रूटलेज. ७७-९४. नोट: इस अध्याय पर प्रस्तुत किये गए एमजीआर की तस्वीर एमजीआर अपर विविध फेसबुक समूहों से लिए गए.
42. राजनायगम एस २०१५. नोट: रजनीकान्त, तमिल सिनेमा के वर्तमान सुपर स्टार, अभी तक राजनीति पर सक्रिय नहीं होने पर भी, इसी प्रकार के एक बिंब प्रदर्शन करने में लगे रहते हैं.
43. यहाँ ऑफलाइन का मतलब बैनर पर अभिनेता की छवियों पर आम पोस्टिंग आदि, जैसे इस अध्याय में पहले बहस किया गया.
44. अभिनेत्री, विशिष्ट रूप से जो तमिल सिनेमा पर नायिका की भूमिका निभाती हैं, बहुधा कुछ ही साल केलिए मुख्य महिलाओं के रूप में अपने कौशल प्रदर्शित कर सकती हैं. हीरो तमिल सिनेमा पर हावी करने लगते हैं; उनकी नायिका अकसर बदल जाति हैं और तमिलनाडु के बाहर से चयन की जाति हैं. उनके शारीरिक दिखावट और वर्तमान व्यावसायिक प्रवृत्ति - फैशन से बहुत अधिक - व्यावसायिक व्यापार की अतिसूक्षमता और फैशन के साथ

साथ एमजीआर के समय से ही नायिका के चयन प्रभाव डाले हैं. देखें चिन्नैआह एस २००८. 'दी तमिल फिल्म हीरोइन: फ्रॉम ए पैसिव सब्जेक्ट टु ए मेशराबल ऑब्जेक्ट', इन वेलायुधम एस संप. तमिल सिनेमा: दी कल्चरल पॉलिटिक्स ऑफ़ इंडिया'स अदर फिल्म इंडस्ट्री, वॉल.१०. ऑक्सफ़ोर्ड एंड न्यूयोर्क: रूटलेज. ७७-९४; लक्ष्मी सी एस २००८. ' ए गुड वुमन, ए वैरी गुड वुमन: तमिल सिनेमा'स वीमेन' इन वेलायुधम एस संप. २००८; नकसीस सी वि २०१५. 'ए तमिल स्पीकिंग हीरोइन.' बॉयोस्कोप: साउथ एशियाई स्क्रीन स्टडीज ६(२): १६५-८६.

45. प्रांतीय स्तर में प्रमुख भूमिका निभानेवाले राजनैतिक दल में एआईएडीएमके (आल इंडिया अण्णा द्रविड़ मुन्नेत्र कळगम), डीएमके (द्रविड़ मुन्नेत्र कळगम), पीएमके (पाट्टाली मक्कल कटची), डीएमडीके (देसिय मुरपोक्कू द्रविड़ कळगम), वीसीके (विडुतलै चिरुतैगल कटची) और एमडीएमके (मरुमलार्ची द्रविड़ मुन्नेत्र कळगम) शामिल हैं. टीएमसी (तमिल मानिल कांग्रेस - राष्ट्रीय कांग्रेस पार्टी का एक क्षेत्रीय शाखा) और बीजेपी (भारतीय जनता पार्टी का तमिलनाडु शाखा) भी यहाँ पाए जाते हैं. इस क्षेत्र के राजनैतिक दल पर अधिक जानकारी केलिए अध्याय १ को देखें.
46. इस क्षेत्र की राजनीति पुरुषों के नेटवर्क से शासन किया जाता है, महिलाओं को चुनाव के समय में ही समर्थन केलिए बुलाया जाता है.
47. एआईएडीएमके के अविवाहित नेता कुमारी जे जयललिता की छवियाँ इसका अपवाद है.
48. डीएमके (द्रविड़ मुन्नेत्र कळगम) तमिलनाडु का एक विशाल तमिल दल है.
49. https://twitter.com/stalin_offl. सामाजिक नेटवर्क के नेटवर्क पर प्रभावी परिवर्तन पर अधिक विवाद केलिए देखें बलकुण्डि पि और किल्डफ एम २००६. 'दी टाइस दट लीड: ए सोशल नेटवर्क एप्रोच टु लीडरशिप.' दी लीडरशिप क्वार्टरली १७(४), ४१९-३९; सामाजिक पूँजी के उपयोग के बारे में देखें बार्ट आर एस २०००. 'दी नेटवर्क स्ट्रक्चर ऑफ़ सोशल कैपिटल.' रिसर्च इन ओर्गनइजेशनल बेहेवियर २२: ३४५-४२३; लीन एन., कुक के एस और बार्ट आर एस संप.२००१. सोशल कैपिटल: थ्योरी एंड रिसर्च. पीसकतावै: एनजे: ट्रांसक्शन पब्लिशर्स.
50. एआईएडीएमके (आल इंडिया अण्णा द्रविड़ मुन्नेत्र कळगम) तमिलनाडु के और एक विशाल दल है और इस क्षेत्र के वर्तमान शासक दल है. डीएमके और एआईएडीएमके तमिलनाडु में ४० सालों से अधिकार केंद्र के रूप में बारी-बारी से बदलते रहते हैं. पेरुमाळ सी ए और पद्मनाभन वि के १९८७. 'पोलिटिकल अल्लाइयंसस इन तमिलनाडु.' दी इंडियन जर्नल ऑफ़ पोलिटिकल साइंस ४८(४):६१८-२४; सुरेश वि १९९२. 'दी डीएमके डिबाकल: कॉसेस एंड पोरटेंटस.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली. २३१३-२१; तिरुनावुक्कारासु आर २००१. 'इलेक्शन २००१: चेंजिंग इक्वेशंस' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली. २४८६-९.
51. राजनीतिज्ञ के भित्ति- चित्र और कट- आउट के उपयोग पर अधिक रोचक जानकारी केलिए देखें डॉ.रूस जेरिटसेन के कार्य को यहाँ देखें http:// www.materialworldblog.com/ 2010/ 04/ the-unanticipated-city-shifting-urban-landscapes-and-the-politics-of-spectacle-in-chennai/
52. भारत में व्यंग्य-चित्र की संस्कृति का लंबा इतिहास है. देखें खंडूरी आर जी २०१४.
53. https:// www.youtube.com/ watch?v=vtAmdUOfuFQ&index=14&list=PLVwGSavjGgExtI65BTxuE4CuclQqjA7fU
54. यह बहुत प्रसिद्द राजनैतिक नेताओं को अपने फेसबुक प्रोफाइल में, जिनका एक परिचित सामाजिक नेटवर्क है, ट्रोल करने के बारे में है. परन्तु, सार्वजनिक फेसबुक पृष्ठों में ऐसे पोस्ट निंदक हो सकते हैं, जैसे हिंदुत्व और बीजेपी से संबंधित राष्ट्रीय स्तर के राजनीति को शामिल करते राजनैतिक समस्याओं और दल के सिद्धांत के मामले में देखा गया. देखें उडुपा एस २०१५. इ-सेमिनार ऑन मीडियानंथ लिस्टसेर्व http:// www.media-anthropology.net/file/udupa_abusive_exchange_final2.pdf. में. इसके अलावा, जाति संबंधित ट्रॉल्लिंग के होने पर भी, अधिक उदाहरण व्यक्तिगत प्रोफाइल से अधिक आम पृष्ठों पर ही देखे जाते हैं.
55. खंडूरी आर जी २०१४.
56. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
57. https://en.wikipedia.org/wiki/Ganesha. हिन्दू देवता भगवान गणेशा हिन्दू वेदांत में विजय का प्रतीकात्मक प्रतिनिधि है. लोगों को भगवान गणेश की छवि के साथ शुभकामनाएं भेजना का अर्थ बाधाहीन अच्छे दिन की बधाई को सूचित करता है.
58. 'वणक्कम' अंग्रेजी में 'हलो' के जैसे एक तमिल बधाई है. यह दुसरे व्यक्ति की सम्मान करने और उनपर आदर व्यक्त करने केलिए उपयोग किया जाता है. http://test-ie.cfsites.org/custom.php?pageid=363
59. बोर्दियू पि १९८०. दी लॉजिक ऑफ़ प्रैक्टिस. कैंब्रिज: पॉलिटी प्रेस.
60. शिवानंदा एस २००४. दी प्रैक्टिस ऑफ़ कर्मा योग. ऋषिकेश: डिवाइन लाइफ सोसाइटी
61. अप्पादुरै ए १९८८ के जैसे: दी सोशल लाइफ ऑफ़ थिंग्स: कमोडिटीज इन कल्चरल पर्सपेक्टिव्स. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस.
62. इमली का रस जो आम तौर पर भाप से पके चावल के साथ खाया जाता है.
63. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
64. जैसे अध्याय २ में देखा गया, यद्यपि पंचग्रामी की आबादी विविध होता है, हर एक आबादी के समूह के भीतर का नेटवर्क मज़बूती से फंस गया है.
65. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
66. नोएल-न्यूमन इ १९७४. 'दी स्पाइरल ऑफ़ साइलेंस: ए थ्योरी ऑफ़ पब्लिक ओपिनियन.' जर्नल ऑफ़ कम्युनिकेशन २४(२): ४३-५१.

अध्याय ४

1. डे नेवे जी २००८.' "वी अरे आल सोंधाक्कारार (रिश्तेदार) हैं": किनशिप एंड इट्स मोरालिटी इन एन अर्बन इंडस्ट्री ऑफ़ तमिलनाडु, साउथ इंडिया.' मॉडर्न एशियाई स्टडीज ४२(१): पीपी २११-४६; नकसीस सी वि २०१४. 'सस्पेंडेड किनशिप एंड युथ सोशलिटी इन तमिलनाडु, इंडिया.' करंट एंथ्रोपोलॉजी ५५(२):१७५-९९. फ्रीड एस ए १९६३. 'फिक्टिव किनशिप इन ए नार्थ इंडियन विलेज.' एथनोलॉजी २(१): ८६-१०३.
2. यद्यपि तमिलनाडु में बहन बड़ी बहन या छोटी बहन हो सकती है, गोविन्दराज के इस शब्द का उपयोग जातीय था.
3. पंचग्रामी में चचेरी को 'चचेरी बहन' कहना बहुत सामान्य था. तमिलनाडु में नातेदारी पर एक साधारण विचार केलिए देखें डूमोंट एल १९५३-४. 'दि द्रविड़ियन किनशिप टर्मिनोलॉजी अस एन एक्सप्रेशन ऑफ़ मैरिज.' मन ५३:३४-९; ट्रॉटमैन टी १९८२. द्रविड़ियन किनशिप बर्कली सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस.
4. ये फेसबुक के दोस्त अलग अलग सामाजिक आर्थिक वर्ग के थे.
5. चित्रपुत्रन एच १९९९. 'सिमेंटिक स्टडी ऑफ़ तमिल किनशिप टर्म्स.' जर्नल ऑफ़ तमिल स्टडीज, ५५-६; ट्रैविक एम १९९०. नोट्स ऑन लव इन ए तमिल फॅमिली. बर्कली सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस.
6. उदाहरण केलिए, अजनबियों को भी कभी 'अण्णा' या 'अक्का' कहकर सम्बोधित करते हैं - जो बड़े भाई या बड़ी बहन केलिए कल्पित नातेदारी शब्द होते हैं. यह कभी अजनबियों से बात करने केलिए आवश्यक जुदाई प्रदान करने जैसे समझा जाता है.
7. भारत में जाति और नातेदारी पर कई कार्य हैं. सामान्य जानकारी केलिए देखें पारी जे पि २०१३. कास्ट एंड किनशिप इन कांगरा. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज; मेयर ए सी १९६०. कास्ट एंड किनशिप इन सेंट्रल इंडिया: ए विलेज एंड इट्स रीजन. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज; उयल एम डी १९९५. इनविजिबल बैरियर्स: जेंडर, कास्ट एंड किनशिप इन ए साउथर्न इंडियन विलेज. उट्रेच्ट: इंटरनेशनल बुक्स. जाति और नातेदारी पर तमिल-विशिष्ट धारणाओं के उदाहरण केलिए देखें गौघ इ के १९५६. 'ब्राह्मण किनशिप इन ए तमिल विलेज.' अमेरिकन एंथ्रोपोलॉजिस्ट ५८(५): ८२६-५३; रउडनेर, डी डब्ल्यू १९९४. कास्ट एंड कैपिटलिज्म इन कोलोनियल इंडिया: दि नाट्टुकोट्टई चेत्तिअर्स. बर्कली, सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस.
8. तमिलनाडु में लिंग और नातेदारी केलिए देखें कपाडिया के १९९४. ' "किनशिप डिस्कोर्सेस एंड जेंडर इन तमिल साउथ इंडिया.' सोशल एंथ्रोपोलॉजी २(३):२८१-९७; दुबे एल १९९७. 'वीमेन एंड किनशिप: कम्पेरेटिव पर्सपेक्टिव्स ऑन जेंडर इन साउथ एंड साउथ-ईस्ट एशिया.' टोक्यो: यूएनयू प्रेस; डुबे एल १९८८. 'ऑन दि कंस्ट्रक्शन ऑफ़ जेंडर: हिन्दू गर्ल्स इन पटरिलिनल इंडिया.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली. डब्ल्यूएस११-डब्ल्यूएस१९.
9. कोलेण्डा पि १९६७. 'रीजनल डिफरेंसेस इन इंडियन फॅमिली स्ट्रक्चर'. इन क्रेन आर आई संप. रीजनस एंड रीजनलिसम इन साउथ एशियाई स्टडीज: एन एक्सप्लनेटोरी स्टडी. डरहम एनसी: डयूक यूनिवर्सिटी मोनोग्राफ्स एंड ऑकशनल पेपर्स सीरीज (५).
10. कोलेण्डा पि एम १९६८. 'रीजन, कास्ट एंड फॅमिली स्ट्रक्चर: ए कम्पेरेटिव स्टडी ऑफ़ दि इंडियन "जॉइंट" फॅमिली.' सिंगर एम और कोहन बी एस संप. स्ट्रक्चर एंड चेंज इन इंडियन सोसाइटी. शिकागो आईएल: अलडैन प्रेस.३३९-९६.
11. शाह ए एम १९९८. दि फॅमिली इन इंडिया: क्रिटिकल एसेज. न्यू दिल्ली: ओरिएंट लोंगमेन; शाह ए एम १९७३. दि हाउसहोल्ड डाइमेंशन ऑफ़ दि फॅमिली इन इंडिया. न्यू दिल्ली: ओरिएंट लोंगमेन; कर्वे आई. १९६५.किनशिप आर्गेनाईजेशन इन इंडिया. बॉम्बे: एशिया पब्लिशिंग हाउस. ५६९-७०.
12. सावला एम २०१४. 'दि "हिन्दू जॉइंट फॅमिली"': पास्ट एंड प्रेजेंट. स्टूडियो ओरिएंटलिए एलेक्ट्रॉनिका ८४: ६१-७४.
13. फुलर की जे और नरसिम्हन एच २००७ 'इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी प्रोफेशनल्स एंड दि न्यू रिच मिडिल क्लास इन चेन्नई (मद्रास).' मॉडर्न एशियाई स्टडीज ४१(१): १२१-५०. गौघ के 1955. 'दि सोशल स्ट्रक्चर ऑफ़ ए टानजोर विलेज', इन मेर्रियत एम संप. विलेज इंडिया. शिकागो, आईएल: यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस.
14. भारत के पारिवारिक प्रणाली पर एक गहरी समझ केलिए देखें यूबेराइ पि संप.१९९३. फॅमिली, किनशिप एंड मैरिज इन इंडिया. न्यू दिल्ली: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस; यूबेराइ पि २००५. 'दि फॅमिली इन इंडिया.' राइटिंग दि वीमेन'स मूवमेंट: ए रीडर. न्यू दिल्ली: ज़ुबान ३६१-९६.
15. एक अपार्टमेंट परिसर के आकार के आधार पर, उसके कई ब्लॉक हो सकते हैं. हर ब्लॉक में कई व्यक्तिगत अपार्टमेंट होते हैं, जो आम तौर पर ४ से १०० के पास के होते हैं.
16. ऐसे भी मामले थे जिनमे युवा पीढ़ियां, अपने माँ-बाप या सास-ससुर को साथ में लेने के बदले, शायद रेस्टोरेंट में खाने को चुनेंगे और अकेले बाहर जाना चाहेंगे.
17. भारत के शहरीय परिवार और परिवार की बनावट पर परिवर्तन के बारे में एक सामान्य विचार (और अधिक विवरण) केलिए देखें अब्बी बी एल १९६९. 'अर्बन फॅमिली इन इंडिया: ए रिव्यु आर्टिकल.' कंट्रिब्यूशंस टु इंडियन सोशियोलॉजी ३(१): ११६-२७.
18. स्टर्न एच १९७७. 'पावर इन ट्रडिशनल इंडिया: टेरिटरी, कास्ट एंड किनशिप इन राजस्थान', इन फॉक्स आर जी रीम एंड रीजन इन ट्रेडिशनल इंडिया, न्यू दिल्ली: विकास पब्लिशिंग हाउस, ५२-७८; आईशिल एच १९९५. 'कास्ट एंड किनशिप इन ए नेवर विलेज', इन गेलिनेर डी एन और क्विग्ले डी संप. कंटेस्टेड हिरार्चिज: ए कलोबोरेटिव एथनोग्राफी ऑफ़ चैते अमंग दि नेवारस ऑफ़ दि काठमांडू वैली, नेपाल. ऑक्सफ़ोर्ड: क्लैरेंडन प्रेस. १०९-५७. रामु जी एन १९७७. फॅमिली एंड कास्ट इन अर्बन इंडिया: ए केस स्टडी न्यू दिल्ली: विकास पब्लिशिंग हाउस.
19. भारतीय गाँवों में कल्पित नातेदारी पर अधिक जानकारी केलिए देखें फ्रीड एस ए १९६३; वटुक एस १९६९. 'रिफरेन्स, एड्रेस एंड फिक्टिव किनशिप इन अर्बन नार्थ इंडिया.' एथनोलोग्य ८(३): २५५-७२.
20. सबसे अधिक उपजाति अपने को जाति के रूप में पहचानते हैं. परन्तु इस सन्दर्भ में एक जाति समूह कई उपजाति के लोगों के बड़े समूह के रूप में देखा जाता है. अधिक जानकारी केलिए अध्याय १ को देखें.

21. लिंग और उम्र, और वर्ग और जाति, श्रेणीबद्ध संरचना के पुरुष प्रधान परिवार में, संचार पर प्रभाव डालनेवाले मुख्य कारक हैं.
22. भारत में मोबाइल फोन की भूमिका पर अधिक जानकारी केलिए देखें डोरोन ए एंड जेफरी आर २०१३. दि ग्रेट इंडियन फोन बुक. कैंब्रिज एमए: हार्वर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
23. कुछ मामलों में माँ एक निर्माण कर्मचारी (जैसे पहले अध्यायों में देखा गया, एक निर्माण कर्मचारी वह है जो बहुत कम दैनिक-वेतन कमानेवाले शारीरिक मज़दूर है- वे निम्न सामाजि-आर्थिक वर्ग के हैं) या नौकरानी या एक स्थानीय कारखाने या दूकान में काम करनेवाली हो सकती है.
24. अविवाहित युवतियों को मोबाइल फोन पर अभिगम नहीं देने का प्रवृत्ति भी उत्तर भारत के गाँवों पर होता है, जो इस निबंध से देखा जा सकता है http://www.independent.co.uk/news/world/asia/girls-and-unmarried-women-in-india-forbidden-from-using-mobilephones-to-prevent-disturbance-in-a6888911.html
25. भारत में एक जाति; अधिक विवरण केलिए अध्याय १ को देखें. इसको भी देखें हीस्टरमान जे सी १९६४. ब्राह्मण, रिचुअल एंड रिनाउंसर, विएना: यूनिवर्सिटाट वीएन. इंडोलोगिश्च इंस्टिट्यूट फॉर डी कुंडे सुड - एंड ओस्टासीन्स ८:१-३१; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच. २०१०. 'ट्रेडिशनल वोकेशन्स एंड मॉडर्न प्रोफेशंस अमंग तमिल ब्राह्मणस इन कोलोनियल एंड पोस्ट-कोलोनियल साउथ इंडिया.' इंडियन इकनोमिक & सोशल हिस्ट्री रिव्यु ४७(४): ४७३-९६; पांडियन एम एस एस २००७. ब्राह्मण एंड नॉन-ब्राह्मण: जीनियालाजिस ऑफ़ दि तमिल पोलिटिकल प्रेजेंट. न्यू दिल्ली: परमानेंट ब्लैक.
26. https://en.wikipedia.org/wiki/Thanjavur_painting
27. http://www.airtel.com/
28. "वॉइस ओवर इंटरनेट प्रोटोकॉल"
29. कभी वे बदले में उनके मौज़ूदी को पक्का करने केलिए शायद इ-मेल भेजेंगे.
30. रैनि एल और वेलमान बी २०१२. नेटवर्क्ड: दि न्यू सोशल ऑपरेटिंग सिस्टम. कैंब्रिज एमए: एमआईटी प्रेस; हयथोरंथवेट, ३१ सी २००२. 'स्ट्रांग, वीक एंड लेटेंट टाइस एंड दि इम्पैक्ट ऑफ़ न्यू मीडिया.' दि इनफार्मेशन सोसाइटी १८(५): ३८५-४०१.
31. सिआंग बी २००७. ग्लोबल 'बॉडी शॉपिंग': एन इंडियन लेबर सिस्टम इन दि इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी इंडस्ट्री. प्रिंसटन एनजे: प्रिंसटन यूनिवर्सिटी प्रेस.
32. परन्तु, दुसरे मामलों में संपत्ति दुसरे पेशेवर या छात्र को किराये में दिया जाता है. ऐसे किराये के विज्ञापन कंपनी के आतंरिक फोरम में दिखाई देते हैं.
33. मडिएनौ एम एंड मिल्लर डी २०१३. माइग्रेशन एंड न्यू मीडिया: ट्रांसनेशनल फैमिलीज़ एंड पोलीमीडिया. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज; हयथोरंथवेट सी २००२.
34. मिल्लर डी और सिनानं जे २०१४. वेबकेम. कैंब्रिज: पॉलिटी प्रेस.
35. भारत में 'दुरांख' एक ऐसा विश्वास है जो किसी के ख़ुशी/भलाई/उन्नति पर कल्पित ईर्ष्या होता है जिससे परिवार को दुर्भाग्य हो सकता है.
36. यहां 'सार्वजनिक' शब्द किसीसे फेसबुक पर दोस्त के रूप से इकट्ठा किया गया सामाजिक मंडली का उल्लेख करता है.
37. आईटी इनेबल्ड सर्विसेज (आईटी सपोर्ट सर्विसेज)
38. आरती की माँ उसके पिता के समझ के बिना उससे मिलने आती है, क्योंकि वे अभी तक अपनी बेटी की शादी को मंजूर नहीं किये हैं.
39. क्षेत्र कार्य के समय में
40. इसपर देखे जाने के जैसे यह सांस्कृतिक और सामाजिक प्रदर्शन से संबंधित किया जा सकता है टर्नर वि डब्ल्यू १९८२. फ्रॉम रिचुअल तो थिएटर: दि ह्यूमन सीरियसनेस ऑफ़ प्ले. न्यूयोर्क: पिएजे पब्लिकेशंस; टर्नर वि डब्ल्यू और शेनशनेर आर १९८८. दि एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ परफॉरमेंस. न्यूयोर्क: पिएजे पब्लिकेशंस; गोफमान इ १९७८. दि प्रेजेंटेशन ऑफ़ सेल्फ इन एव्री डे लाइफ. हरमंडसवार्थ: पेंगुइन.
41. तमिल फिल्म उद्योग
42. तमिल फिल्म उद्योग
43. दूसरों से देखे जाने केलिए फेसबुक पर उनके आम प्रदर्शन एक प्रकार से जोड़ों के देखने केलिए प्रदर्शन भी है. ऐसे पोस्टिंग बाली में देखे जाते मुर्गा की लड़ाई में देखे जाते सार्वजनिक प्रदर्शन के कार्य से संबंधित हैं, जो उनसे खुद अपने को कहानी कहने की प्रक्रिया के रूप में देखा जाता है. इस प्रकार करने में, वह एक पहचान की रचना करने का कारण बनता है, इस मामले में आदर्श, आत्मीय जोड़ा के रूप में. देखें क्लिफोर्ड जी १९७३. दि इंटरप्रेटेशन ऑफ़ कल्चर्स न्यूयोर्क: बेसिक बुक्स.
44. आदर्श तमिल स्त्री की धारणा लोकप्रिय तमिल सिनेमा संस्कृति में भी व्यक्त और मज़बूत किया जाता है. एक प्रकार से ऐसे धारणा तमिल पुरुषत्व को भी स्पष्ट करने केलिए उपयोगी होता है. देखें पांडियन एम एस एस २०१५. दि इमेज ट्रैप: एम जी रामचंद्रन इन फिल्म एंड पॉलिटिक्स. न्यू दिल्ली: सेज पब्लिकेशंस.
45. बोट इ और स्पिलियस इ बी २०१४. फॅमिली एंड सोशल नेटवर्क: रोल, नॉर्म्स एंड एक्सटर्नल रिलेशनशिप्स इन आर्डिनरी अर्बन फैमिलीज़. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज.
46. www.geni.com
47. इसपर एक सामूहिक प्रदर्शन में सहयोग देने के द्वारा एक सामूहिक पहचान को स्थापना करने के एक तरीके के रूप में बर्ताव किया जा सकता है. यहां के दर्शक सामाजिक रूप से गठन हैं और प्रदर्शन पर योगदान करते हैं. इसपर अधिक जानकारी केलिए देखें डेस्मंड जे १९९९. स्टेजिंग टूरिज्म: बॉडीज ऑन डिस्प्ले फ्रॉम वैकिकी टु सी वर्ल्ड. शिकागो. आईएल: यूनिवर्सिटी ऑफ़ शिकागो प्रेस.

48. पेशेवर फोटोग्राफरों से यह सुविधा योजित किया गया.
49. फ्रीड एस ए १९६३; वटुक एस १९६९.
50. बेल्ल एस और कोलमैन एस संप.१९९९. दि एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ फ्रेंडशिप, ऑक्सफ़ोर्ड, बर्ग; किलिक इ और देसाई ए २०१०. 'इंट्रोडक्शन: वॅल्युएंग फ्रेंडशिप', इन देसाई ए और किलिक इ संप.२०१०. दि वेज़ ऑफ़ फ्रेंडशिप. ऑक्सफ़ोर्ड: बरगहम; निस्बेट एन २००७. फ्रेंडशिप, कोन्सुम्शन, मोरालिटी: प्रैक्टिसिंग आइडेंटिटी, नेगोशिएटिंग हायरार्की इन मिडिल क्लास बैंगलोर. जर्नल ऑफ़ दि रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट १३(४): ९३५-५०; ओसेला सी और ओसेला एफ १९९८. 'फ्रेंडशिप एंड फ्लिर्टिंग: माइक्रो पॉलिटिक्स इन केरला, साउथ इंडिया.' जर्नल ऑफ़ दि रॉयल ऐंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टिट्यूट ४(२): १८९-२०६; नकसीस सी वि २०१३. 'युथ मस्क्युलिनिटी. "स्टाइल" एंड दि पीर ग्रुप इन तमिलनाडु, इंडिया.' कंट्रिब्यूशंस टु इंडियन सोशियोलॉजी ४७(२): २४५-६९.
51. अलम बी २०१०. 'क्रिएटिंग फॉलोयर्स, गाइनिंग पट्रोन्स: लीडरशिप स्ट्रेटेजीज इन तमिलनाडु विलेज.' इन प्राइस पि और रड ए इ संप. पावर एंड इन्फ्लुएंस इन इंडिया. बॉसेस,लॉर्ड्स एंड कैप्टैन्स: १-१९ न्यू दिल्ली रूटलेज.
52. तमिल में 'कुट्टी' का अर्थ है 'छोटी', जो शब्द आत्मीय मंडली में उपयोग किया जाता है.
53. तमिल में 'माँ'
54. आप की माँ की छोटी बहन केलिए तमिल शब्द (चाची)
55. इस तमिल वचन का तमिल अनुवाद है 'छोटा भाई'
56. नकसीस की वि और डीन एम ए २००७. 'डिजायर, युथ एंड रियलिज़म इन तमिल सिनेमा.' जर्नल ऑफ़ लिंगविस्टिक एंथ्रोपोलॉजी १७(१):७७-१०४.

अध्याय ५

1. व्यवस्थित विवाह की प्रणाली शादियों से भारत में प्रयोग किया जाता है. जब लड़के और लड़की विवाह के योग्य उम्र पर पहुँच जाते हैं, उनके माँ-बाप या अभिभावक धर्म, जाति, उपजाति और जन्म कुंडली जैसे पहलुओं के आधार पर एक उचित साथी को चयन करते हैं. देखें काल्डवेल जे सी, रेडडी पि एच और काल्डवेल पि १९८३. 'दि कॉसेस ऑफ़ मैरिज चेंज इन साउथ इंडिया.' पापुलेशन स्टडीज ३७(३): ३४३-६१; डी गोंज़ालिएर एल टी २०१३. 'मॉडर्न अरेंज्ड मैरिज इन मुंबई.' टीचिंग एंथ्रोपोलॉजी: एसएसीसी नोट्स ३४.
2. वॉल्मन एस संप. सोशल एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ वर्क १९, लंदन: अकादमिक प्रेस.
3. बाबा एम एल १९९८. 'दि एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ वर्क इन दि फार्च्यून १०००: ए क्रिटिकल रेट्रोस्पेक्टिव.' एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ वर्क रिव्यु १८(४): १७-२८; नाश जे १९९८. 'ट्वेंटी इयर्स ऑफ़ दि एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ वर्क: चेंजस इन दि स्टेट ऑफ़ दि वर्ल्ड एंड दि स्टेट ऑफ़ दि आर्ट्स.' एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ वर्क रिव्यु १८(४): १-६.
4. वॉल्मन एस संप.१९७९; ओर्टिज़ एस १९९४. 'वर्क, दि डिवीज़न ऑफ़ लेबर एंड कोऑपरेशन', इन इंगोल्ड़ टी संप. कम्पैनियन इनसाइक्लोपीडिया ऑफ़ एंथ्रोपोलॉजी. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज.
5. वॉल्मन एस संप.१९७९
6. वॉल्मन एस संप.१९७९; बाबा एम एल १९९८; जॉर्डन ए टी २०१२. बिज़नेस एंथ्रोपोलॉजी. लॉन्ग ग्रोव, आईएल: ववेलैंड प्रेस.
7. पारी जे पि २००१. 'अंकालू'स एर्रान्ट वाइफ: सेक्स, मैरिज एंड इंडस्ट्री इन कंटेम्परी छत्तीसगढ.' मॉडर्न एशियाई स्टडीज ३५(४): ७८३- ८२०; पारी जे पि १९९९ इंट्रोडक्शन. पारी जे पि., ब्रेमन जे और कपाडिया के. दि वर्ल्डस ऑफ़ इंडियन इंडस्ट्रियल लेबर. लंदन: सेज पुब्लिकेशन्स; फ्रीमैन सी २०००. 'हाई टेक एंड हाई हील्स इन दि ग्लोबल इकॉनमी: वीमेन, वर्क एंड पिंक-कालर आइडेंटीटीएस इन दि कर्रीबीएन.' डरहम एन सी: डयूक यूनिवर्सिटी प्रेस; डी नेवे जी २००५. दि एवरीडे पॉलिटिक्स ऑफ़ लेबर: वर्किंग लाइव्स इन इंडिया'स इनफॉर्मल इकॉनमी. न्यू दिल्ली: सोशल साइंस प्रेस; मोरान बी २००५. दि बिज़नेस ऑफ़ एथनोग्राफी: स्ट्रेटेजिक एक्सचैंजेस, पीपल एंड ऑर्गनाइसेशन्स. लंदन: ब्लूम्सबरी अकादमिक; ब्रॉडबेंट एस २०११. एल'इंटिमेट' अउ ट्रैवल.लिमोगेस, फ्रांस:एफवायपि संपादन.
8. ग्रिंट के २००५. दि सोशियोलॉजी ऑफ़ वर्क: इंट्रोडक्शन. कैंब्रिज. पॉलिटी प्रेस.
9. ब्रॉडबेंट एस २०११.
10. ब्रॉडबेंट एस २०११.
11. स्वालो डी ए १९८२. 'प्रोडक्शन एंड कण्ट्रोल इन दि इंडियन गारमेंट एक्सपोर्ट इंडस्ट्री', इन गुडी इ एन संप. फ्रॉम क्राफ्ट टु इंडस्ट्री: दि एथनोग्राफी ऑफ़ प्रोटो-इंडस्ट्रियल क्लॉथ प्रोडक्शन. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस, १९८२. १३३-६५.
12. डी नेवे जी २००५.
13. ओर्टिज़ एस १९९४; मीरचंदानी के १९९९. 'फेमिनिस्ट इनसाइट ऑन जेंडरड वर्क: न्यू डाइरेक्शंस इन रिसर्च ऑन वीमेन एंड एंट्रेप्रनरशिप.' जेंडर, वर्क & ऑर्गनाइज़ेशन ६(४): २२४-३५; विलियम जे २००१. अनबेंडिंग जेंडर: व्हाई फॅमिली एंड वर्क कनफ्लिक्ट एंड व्हाट टु डु अबाउट इट.' न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
14. चौधरी आर १९७१. कौटिल्या'स पोलिटिकल आइडियाज एंड इंस्टीटूशन्स. न्यू दिल्ली: चौखम्बा संस्कृत सीरीज ऑफिस; बुहलर जी २००४. दि लॉज़ ऑफ़ मनु. न्यू दिल्ली: जेनेसिस पब्लिशिंग प्राइवेट लिमिटेड; गोपाल टी बी १९७६. नीति शास्त्र. आगरा: रतन प्रकाशन मंदिर; इन निबंधों में औपचारिक स्थान का विचार ब्राह्मण के अनुष्ठान स्थल और न्यायालय के कमरे पर विशिष्ट था जो पवित्र और औपचारिक स्थान माने गए और अन्य गैर-धार्मिक और अनौपचारिक कार्यों से घेरा किये गए.

15. भारत में औद्योगीकरण के प्रारंभ को उन्नीसवीं शताब्दी के पिछले भाग से पता लगा सकते हैं.
16. फुलर सी जे १९९६ इन फुलर सी जे संप. कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. १-३१.
17. आंबेडकर बी आर १९४४; पिल्लै के पि के १९७७. दि कास्ट सिस्टम इन तमिलनाडु. चेन्नई. यूनिवर्सिटी ऑफ़ मद्रास.
18. आंबेडकर बी आर १९४४; पिल्लै के पि के १९७७.
19. वैसर डब्ल्यू एच १९८८. दि हिन्दू जजमानी सिस्टम. न्यू दिल्ली: मुनिशिराम मनोहरलाल पब्लिशर्स प्राइवेट लिमिटेड; गोउल्ड एच ए १९८६. 'दि 'टुवर्ड ए मॉडल ऑफ़ दि हिन्दू जजमानी सिस्टम.' ह्यूमन ऑर्गनाइज़ेशन २२(१): ११-३१; कमांडर एस १९८३. 'दि जजमानी सिस्टम इन नार्थ इंडिया: एन एग्जामिनेशन ऑफ़ इट्स लॉजिक एंड स्टेटस अक्रॉस तवो सेन्चुरिस.' मॉडर्न एशियाई स्टडीज १७(२): २८३-३११.
20. जाति उपवर्ग के आधार पर लगभग पिछड़े वर्ग या कभी अन्य वर्ग के रूप में वर्गीकृत किये जा सकते हैं.
21. डी नेवे जी २००५. वन्नियर और वेल्लाला गौंडर की जाति क्रम से बहुत पिछड़े और पिछड़े से सम्बद्ध होने के रूप में वर्गीकरण किये जा सकते हैं.
22. व्यापार अवसर, समाज की ओर उनके कर्तव्य के ब्रह्माण्ड संबंधी समझ के साथ-साथ, पारंपरिक रूप से कुछ विशिष्ट जातियों केलिए कुछ विशिष्ट काम करने के अवसर प्रदान और नियमित करने को संयुक्त हुआ है. परन्तु यह ऐसे समूहों केलिए प्रयोग होता है जो सामाजिक पक्षपात या शोषण का अनुभव नहीं किया है, उदाहरण केलिए दलित. भारत में औपचारिक और अनौपचारिक कार्य परिस्थिति पर परिवार, नातेदारी और जाति पर एक बेहतर जानकारी केलिए देखें नीहॉफ ए एच १९५९. फैक्ट्री वर्कर्स इन इंडिया पीएच.डी. निबंध. बोर्ड ऑफ़ ट्रस्टीस, मिल्वौकी पब्लिक म्यूजियम; विद्यार्थी एल पि १९८४ इन विद्यार्थी एल पि संप. एप्लाइड एंथ्रोपोलॉजी इन इंडिया: प्रिंसिपल्स, प्रोब्लेम्स एंड केस स्टडीज. न्यू दिल्ली: किताब महल; स्वालो. डी ए २००८; होल्मस्ट्रम एम १९७६. साउथ इंडियन फैक्ट्री वर्कर्स: देयर लाइफ एंड देयर वर्ल्ड. कैंब्रिज: कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस; डी नेवे जी २००५; बेयर एल २००७. लाइन्स ऑफ़ दि नोशन: इंडियन रेलवे वर्कर्स, ब्यूरोक्रेसी एंड दि इंटिमेट हिस्टोरिकल सेल्फ. न्यूयॉर्क: कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस; ब्रेमन जे २०१३. अट वर्क इन दि इनफॉर्मल इकॉनमी ऑफ़ इंडिया: ए पर्सपेक्टिव फ्रॉम दि बॉटम अप. ऑक्सफ़ोर्ड: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस; भारत के ग्रामीण एंड शहरिया जीवन में जाति और वर्ग के बीच में काम को समझने से संबंधित बहुत लेख मिलते हैं. दक्षिण भारत के सन्दर्भ पर विशिष्ट शौक केलिए देखें श्रीनिवास एम एन १९६२. कास्ट इन मॉडर्न इंडिया एंड इतर एसेज. न्यू दिल्ली: एशिया पब्लिशिंग हाउस: फुलर सी जे १९९६; रेंचे एम एल १९९६. 'दि अर्बन डायनामिक्स ऑफ़ कास्ट: ए केस स्टडी फ्रॉम तमिलनाडु', इन फुलर सी जे संप. केस टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. १२४-४९: डिर्क्स एन १९९६. 'रिकॉस्टिंग तमिल सोसाइटी: दि पॉलिटिक्स ऑफ़ कास्ट एंड रेस इन कंटेम्परी साउथर्न इंडिया', इन फुलर सी जे संप. कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. २६३-९५. बेतेल्ली ए १९६५. कास्ट क्लास एंड पावर: चेंजिंग पैटर्न्स ऑफ़ स्ट्रैटिफिकेशन इन ए टानजोर विलेज. बर्कली सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस. ओसेला एफ और ओसेला सी २०००. सोशल मोबिलिटी इन केरला: मॉडर्निटी एंड आइडेंटिटी इन कनफ्लिक्ट. लंदन: प्लूटो प्रेस.
23. स्वालो डी ए २००८. डी नेवे जी २००५.
24. ये दो समूहों के लोग अलग जाति के थे.
25. https://en.wikipedia.org/wiki/Hindu_joint_family
26. विद्यार्थी एल पि १९८४. बेयर एल २००७.
27. नीहॉफ ए एच १९५९; विद्यार्थी एल पि १९८४; होल्मस्ट्रम एम १९७६; पारी जे १९९९; डी नेवे जी २००५.
28. विद्यार्थी एल पि १९८४.
29. https://en.wikipedia.org/wiki/Chota_Nagpur_Plateau
30. होल्मस्ट्रम एम १९७६.
31. डी नेवे जी २००५; विद्यार्थी एल पि १९८४.
32. ओसेला एफ और ओसेला सी २०००.
33. फुलर सी जे १९९६; फँसेलोव एफ एस १९९६. 'दि डिसइन्वेंशन ऑफ़ कास्ट अमंग तमिल मुस्लिम्स', इन फुलर सी जे संप. कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. २०२-२६; वाटुक एस १९९६. 'आइडेंटिटी आर डिफरेंस ओर इक्वलिटी आर इनइक्वलिटी इन साउथ एशियाई मुस्लिम सोसाइटी', इन फुलर सी जे संप. कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. २२७-६२.
34. फुलर सी जे १९९६; बेतेल्ली ए १९९६. 'कास्ट इन कंटेम्पररी इंडिया', इन फुलर सी जे संप. कास्ट टुडे न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस. १५०-७९; रेचिए एम एल १९९६.
35. बेयर एल २००७.
36. होल्मस्ट्रम एम १९७६.
37. स्वालो डी ए २००८.
38. आईटी: इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी; आईटीइएस: इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी इनेबल्ड सर्विसेज.
39. फुलर सी जे और नरसिम्हन एच, २००७.
40. निस्बेट एन, २००९.
41. https://en.wikipedia.org/wiki/Symbolic_capital
42. https://en.wikipedia.org/wiki/Symbolic_capital
43. अरोरा ए और आत्रेये एस २००२. 'दि सॉफ्टवेयर इंडस्ट्री एंड इंडिया'स इकनोमिक डेवलपमेंट.' इन्फोर्मशन इकोनॉमिक्स एंड स्टडी. बैंगलोर: नेशनल इंस्टिट्यूट ऑफ़ एडवांस्ड स्टडीज, इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ़ साइंस कैंपस, बैंगलोर; निस्बेट एन २००९.
44. दास जी २००२. इंडिया अनबाउंड. लंदन: प्रोफाइल; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच २००७; निस्बेट एन २००९.
45. दास जी २००२; अरोरा ए और आत्रेये एस २००२; उपाध्या सी और वासवी ए आर २००६.

46. डी नेवे २००५.
47. डी नेवे २००५.
48. अरोरा ए और आत्रेये एस २००२; उपाध्या सी और वासवी ए आर २००६; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच २००७; निस्बेट एन २००९.
49. अन्नपूर्णा एस और बगलकोटि एस टी २०११. 'इंक्रीसिंग वीमेन एम्प्लॉयमेंट इन आईटी इंडस्ट्री: एन एनालिसिस ऑफ़ रेअसोंस.' इंटरनेशनल जर्नल ऑफ़ रिसर्च इन कॉमर्स, आईटी एंड मैनेजमेंट १(५): ८७-९; अरोरा ए और आत्रेये एस २००२.
50. भारत में आईटी कर्मचारियों केलिए बॉडी शॉपिंग (https://en.wikipedia.org/wiki/Body_shopping) में छोटी-अवधि कॉन्ट्रैक्ट सर्विस केलिए आईटी कर्मचारियों को भर्ती करनेवाले तृतीय पक्ष कंपनी शामिल है. देखें भटनागर एस सी और मदों एस १९९७. 'दि इंडियन सॉफ्टवेयर इंडस्ट्री: मूविंग टुवर्ड्स मातुरित्य.' जर्नल ऑफ़ इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी १२, २७७-८८; मीर ए, मैथ्यू बी और राजा एम २०००, 'दि कोड्स ऑफ़ माइग्रेशन.' कल्चरल डायनामिक्स १२: ५-३३; कुमार एन २००१. 'इंडियन सॉफ्टवेयर इंडस्ट्री डेवलपमेंट: इंटरनेशनल एंड नेशनल पेर्स्पेक्टिव.' इकनोमिक एंड पोलिटिकल वीकली ३६, १० नवंबर, ४२७८-९०; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच २००७.
51. यूएस के फर्म पर केंद्रित अनुसंधान केलिए देखें रैनि एच और वेलमान बी २०१२. नेटवर्क्ड: दि न्यू सोशल ऑपरेटिंग सिस्टम. कैंब्रिज. एमए: एमआईटी प्रेस.३५८.
52. फ्रीडमन टी २००५. दि वर्ल्ड इस फ्लैट न्यूयोर्क: फर्रर, स्ट्रॉस एंड गिरोक्स; उपाध्या सी और वासवी ए आर २००६; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच २००७; निस्बेट एन २००९.
53. पारी जे २००१.
54. आत्रेये एस एस २००५. 'दि इंडियन सॉफ्टवेयर इंडस्ट्री एंड इट्स इवॉल्विंग सर्विस कपाबिलिटी.' इंडस्ट्रियल एंड कॉर्पोरेट चेंज. १४(३): ३९३-४१८; रेडडी पि जी २०१०. 'सम प्रोब्लेम्स फसद बी दि सॉफ्टवेयर प्रोफेशनल्स इन इंडिया: एन ओवरव्यू.' पापुलेशन डायनामिक्स एंड ह्यूमन डेवलपमेंट ओप्पोर्तुनिटीज़ एंड चैलेंजेज, लक्ष्मणसाम्य, टी संप. न्यू देखि: बूक्वेल. ४५१-७१; फुलर सी जे और नरसिम्हन एच.२००७: निस्बेट एन २००९.
55. https://en.wikipedia.org/wiki/Knowledge_process_आउटसोर्सिंग
56. पश्चिमी ग्राहकों को एयरपोर्ट या होटल से सवारी में लेने केलिए भेजे जाते टैक्सी ड्राइवर भी कभी मौलिक अंग्रेजी में आदेश दिए जाते थे कि वे यात्रा के समय ग्राहक से बात कर सकें.
57. कर्मचारियों को, अगर वे ग्राहकों से मुलाक़ात में शामिल होते तो ही, औपचारिक व्यापार के पोषक पहनना अनिवार्य था.
58. यह प्रणाली कर्मचारियों को अलग वर्क स्टेशन के बीच परिवर्तन होने देता है; वे एक ही क्यूबिकल पर स्थायी नहीं होते (यह प्रयोग कुछ अधिक एकान्तता प्रदान करनेवाले कुछ बड़े कंपनियों में सामान्य है). जोरोफ़्फ़ एम एल, पोर्टर डब्ल्यू एल, फैनबर्ग बी और कुकला सी २००३. 'दि अजैल वर्कप्लेस.' जर्नल ऑफ़ कॉर्पोरेट रियल एस्टेट ५(४): २९३-३११.
59. फायर्ड ए एल और वीक्स जे २००७. 'फोटोकोपिएर्स एंड वाटर कूलर्स: दि अफ्फोर्डसस ऑफ़ इनफॉर्मल इंटरेक्शन.' ऑर्गनाइज़ेशन स्टडीज २८(५): ६०५-३४.
60. https://en.wikipedia.org/wiki/Sedan_(automobile)
61. यह अभी दैनिक कॉर्पोरेट जीवन पर किसी का सचेत प्रदर्शन दिखाई दे सकता है. देखें गोफमान इ २००२. दि प्रेजेंटेशन ऑफ़ सेल्फ इन एवरीडे लाइफ. १९५९. न्यूयोर्क: गार्डन सिटी.
62. https://en.wikipedia.org/wiki/Chennai_Super_Kings
63. डोनर जे २००७. 'दि रूल्स ऑफ़ बीपिंग: एक्सचेंजिंग मेस्सगेस वाया इंटरनेशनल "मिस्ड कॉल्स" ऑन मोबाइल फोन्स.' जर्नल ऑफ़ कंप्यूटर मीडिएटेड कम्युनिकेशन १३(१): १-२२.
64. मडिएनौ एम और मिल्लर डी २०१३.
65. सावला एम २०१०: मिडिल-क्लास मोरलिटीज़: एवरीडे स्ट्रगल ओवर बेलोंगिंग एंड प्रेस्टीज इन इंडिया. न्यू दिल्ली: ओरिएंट ब्लैकस्वान.
66. यह दो सप्ताह के समय केलिए हर सप्ताह में तीन कार्य के दिन में तीन नर्सरी स्कूलों के संयोजकों से, स्कूल में छोड़े जाते जल्दी की संख्या के बच्चों के पिता के साथ-साथ, प्रमाणित किया गया. नौकरीशुदा परिवार के कुटुंब का औसत: ४१ प्रतिशत के छोटे बच्चे अपने पिता के कार्यालय जाते समय छोड़े गए थे; २७ प्रतिशत माताओं से; २४ प्रतिशत नाना-दादी से और ८ प्रतिशत दायी से.
67. नौकरीशुदा माँ और बाप के बीच काम का समान वितरण अभी बहुत दूरी पर है.
68. निम्न जाति कहे जानेवालों के व्यवसाय और उनसे सामने किये जाते अमानवीय पक्षपात पर अधिक यहाँ पाए जाते हैं https://www.hrw.org/reports/2001/globalcaste/caste0801-03.htm और https://www.britannica.com/topic/untouchable. जाति और व्यवसाय पर अधिक जानकारी केलिए देखें http://countrystudies.us/india/89.htm
69. अंबेडकर बी आर १९४४.
70. फुलर सी २०११. 'टाइमपास एंड बोरडम इन मॉडर्न इंडिया.' एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ डिस सेंचुरी १.
71. स्वालो डी ए २००८; विद्यार्थी एल पि १९८४; डी नेवे जी २००५.
72. विद्यार्थी एल पि १९८४.
73. फुलर सी और नरसिम्हन एच २००८. 'एम्पावरमेंट एंड कन्स्ट्रैन्ट: वीमेन, वर्क एंड दि फॅमिली इन दि सॉफ्टवेयर इंडस्ट्री इन चेन्नई', इन उपाध्या सी और वासवी ए आर संप. इन एन आउटपोस्ट ऑफ़ दि ग्लोबल इकॉनमी: वर्क एंड वर्कर्स इन इंडिया'स इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी इंडस्ट्री. न्यू दिल्ली: रूटलेज. १९०-२१०.

केलकर जी., श्रेष्ठा जी और वीणा एन २००२. 'आईटी इंडस्ट्री एंड वीमेन'स एजेंसी: एक्सप्लोरशंस इन बैंगलोर एंड दिल्ली, इंडिया.' जेंडर, टेक्नोलॉजी एंड डेवलपमेंट ६(१): ६३-८४; नाथ डी २००० 'जेंटली शटरिंग दि गिलास सीलिंग: एक्सपेरिएंसेस ऑफ़ इंडियन वीमेन मैनेजर्स.' वीमेन इन मैनेजमेंट रिव्यु १९(७): ३५६-६३; प्लेक जे एच १९७७. 'दि वर्क- फॅमिली रोल सिस्टम.' सोशल प्रोब्लेम्स २४(४): ४१७-२७; बारूच जी के, बैनर एल और बर्नेट आर सी १९८७. 'वीमेन एंड जेंडर इन रिसर्च ऑन वर्क एंड फॅमिली स्ट्रेस.' अमेरिकन साइकोलोजिस्ट ४२(२): १३०; मिर्डल ए और क्लीन वि २००३. वीमेन'स टू रोल्स: होम एंड वर्क. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज/साइकोलॉजी प्रेस; सैंडबर्ग एस २०१३. लीन इन: वीमेन, वर्क एंड दि विल टु लीड. न्यूयोर्क: क्नोफ़.
74. विद्यार्थी एल पि १९८४; डी नेवे जी २००५.
75. अंबेडकर बी आर १९४४.
76. मिल्लर डी और अन्य २०१६.

अध्याय ६

1. एक लाभ-निरपेक्ष शिक्षा संस्थान जो यूट्यूब पर छोटे भाषण और साथ में स्कूल केलिए शिक्षा की सामग्री भी बनाता है. उसपर इंटरनेट कनेक्शन पाए हुए कोई भी अभिगम कर सकता है.
2. अमेज़न.कॉम जैसे कोई ऑनलाइन व्यापारी
3. एक लोकप्रिय तमिल फ़िल्मी गीत जो लोगों से सेल्फी लेने और साझा करने के बारे में कहता है.
4. तमिल सिनेमा का बहुत परिचित अभिनेता (अध्याय ३ को भी देखें)
5. राजनीति और राज्य जैसे शीर्षक केलिए देखें कोस्टा इ, २०१६. सोशल मीडिया इन साउथईस्ट टर्की. लंदन: यूसीएल प्रेस, और हेयन्स एन. २०१६. सोशल मीडिया इन नॉर्थेर्न चिली. लंदन: यूसीएल प्रेस. धर्म और व्यापार केलिए देखें मिल्लर डी २०१६. सोशल मीडिया इन एन इंग्लिश विलेज. लंदन: यूसीएल प्रेस.
6. दहलमान सी जे और उटज ए २००५. इंडिया एंड दि नॉलेज इकॉनमी: लेवेरजिंग स्ट्रेंग्थ्स एंड ओप्पोर्तुनिटीज़. वाशिंगटन डीसी: वर्ल्डबैंक पब्लिकेशन; पॉवेल डब्ल्यू डब्ल्यू और स्नेललमन के २००४. 'दि नॉलेज इकॉनमी'. इन कुक के इस और हगन जे संप. एनुअल रिव्यु ऑफ़ सोशियोलॉजी आई(३०):१९९-२२०. पालो आल्टो सीए: एनुअल रिव्युस.
7. उदाहरण केलिए देखें कोनना पि और बालासुब्रमण्यन इस २००. 'इंडिया अस नॉलेज इकॉनमी: एस्पिरशंस वर्सस रियलिटी.' फ्रोंटलीने १९(२), ६५-९.
8. मलेशिया के ज्ञान आर्थिकव्यवस्था में आकांक्षा का इसी प्रकार का मामला इसमें बहस किया गया है लेपावस्की जे २००५. 'डिजिटल एस्पिरशंस: मलेशिया एंड दि multimiidiya सुपर कॉरिडोर.' फोकस ऑन जियोग्राफी ४८(३):१०-१८.
9. बेरज पि ओ और क्रेइनेर के १९९०. 'कॉर्पोरेट आर्किटेक्चर: टर्निंग फिजिकल सेटिंग ईंटो सिंबॉलिक रिसोर्सेज', इन गैग्लिआर्डी, पि संप. सिम्बल्स एंड आर्टिफैक्ट्स: व्यूज ऑफ़ दि कॉर्पोरेट लैंडस्केप. न्यूयोर्क एनवॉय: अलडैन डी ग्रुइटर. ४१-६७.
10. जैसे अध्याय १ में देखा गया, यद्यपि इस स्थान के सभी अन्य मध्य-वर्ग की आबादी आईटी पर काम नहीं करती, धारणा यह होता है कि वे सब आईटी कंपनियों से संबंधित हैं, और उनकी उन्नति उनके इस क्षेत्र पर नौकरी के कारण ही होता है.
11. https://www.khanacademy.org/
12. खुले कोर्सवेयर यूनिवर्सिटीयों से बनाये गए कोर्स सामग्री का उल्लेख करता है जो इंटरनेट पर मुफ्त में उपलब्ध किये जाते हैं.
13. स्कूल पर सूचना और संचार प्रौद्योगिकी स्मार्ट क्लासरूम, कंप्यूटर लैब आदि हो सकते हैं.
14. भारतीय स्कूल प्रणाली और उसकी प्रगति पर एक समीक्षा केलिए देखें किंग्डन जी जी २००७. ' दि प्रोग्रेस ऑफ़ स्कूल एजुकेशन इन इंडिया.' ऑक्सफ़ोर्ड रिव्यु ऑफ़ इकनोमिक पालिसी २३(२): १६८-९५; वेंकटनारायणन एस २०१५. 'इकनोमिक लिबरलाइसेशन इन १९९१ एंड इट्स इम्पैक्ट ऑन एलीमेंट्री एजुकेशन इन इंडिया.' सेज ओपन ५(२): डीओआई: १०.११७७/२१५८२४४०१५५७९५१७: असदुल्लाह, एम एन, कामभम्पति यु और बू ऍफ़ एल २०१४. 'सोशल डिविशंस इन स्कूल पार्टिसिपेशन एंड अटेन्मेन्ट इन इंडिया: १९८३-२००४.' कैंब्रिज जर्नल ऑफ़ इकोनॉमिक्स ३८(४): ८६९-९३; देसाई एस., दुबे ए., वन्नेमन आर और बनर्जी आर २००९, अप्रैल. 'प्राइवेट स्कूलिंग इन इंडिया: ए न्यू एजुकेशनल लैंडस्केप', इन इंडिया पालिसी फोरम ५(१): १-३८. न्यू दिल्ली: नेशनल कौंसिल ऑफ़ एप्लाइड इकनोमिक रिसर्च.
15. http://www.samacheerkalvi.in/
16. http://cbse.nic.in/
17. http://www.cie.org.uk/programmes-and-qualifications/cambridge-secondary-2/cambridge-igcse/
18. एक प्रचुर अंतर्राष्ट्रीय स्कूल के तीसरे ग्रेड का छात्र को हर साल शुल्क केलिए ही रु.१५०,०००/- (लगभग यूके पौंड स्टर्लिंग १५००) अदा करना पड़ता है - हो भारत के साधारण मध्य-वर्ग की आमदनी के स्तर से बहुत महंगा होता है.
19. यह स्कूल के शिक्षा का माध्यम पर आधारित है.

20. अन्नामलाई इ २००४. 'मीडियम ऑफ़ पावर: दि क्वेश्चन ऑफ़ इंग्लिश इन एजुकेशन इन इंडिया.' इन टोलफसन जे डब्ल्यू और सुई ए बी एम संप. मीडियम ऑफ़ इंस्ट्रक्शन पॉलिसीस - व्हिच एजेंडा? हूज एजेंडा. महवाह एन जे: लॉरेंस एर्लबौम एसोसिएट्स. १७७-९४.
21. थॉम्पसन सी २०११. 'हाउ खान अकादमी इस चेंजिंग दि रूल्स ऑफ़ एजुकेशन.' वायर्ड मैगज़ीन १२६:१-५.
22. यूके के औपचारिक शिक्षा पतिस्थिति में एसएनएस के उपयोग पर अनुसंधान पर जांच केलिए देखें फेसर के और सेल्विन एन २०१०. 'सोशल नेटवर्किंग - के मेस्सगेस फ्रॉम दि रिसर्च.' शार्प आर., बीतं एच एंड डी फ्रेइटस एस संप. रीथिंकिंग लर्निंग फॉर ए डिजिटल ऐज. ३१-४२.
23. भारत में बच्चों को १४ साल तक अनिवार्य शिक्षा का नियम लगाया गया है, इसलिए यह उम्र किसी प्रकार से इन स्कूलों केलिए फेसबुक पर अभिगम करने के उम्र से संबंधित हो गया है. वास्तव में, फेसबुक इन बच्चों को १३ साल से ही अपने साईट का सदस्य बनने का अनुमति देता है.
24. छात्र क्यों सामाजिक नेटवर्क पर होते हैं इसपर एक जांच केलिए देखें चेउंग सी एम., चिउ पि वोय और ली एम के २०११. 'ऑनलाइन सोशल नेटवर्क्स: व्हाई दो स्टूडेंट्स युस फेसबुक?' कम्प्यूटर्स इन ह्यूमन बेहेवियर २७(४): १३३७-४३.
25. यूट्यूब को कई सन्दर्भों में ज्ञान के स्रोत के रूप में जांच करने केलिए, देखें बुरक एस की और स्नाइडर एस एल २००८. 'यूट्यूब: एन इनोवेटिव लर्निंग रिसोर्स फॉर कॉलेज हेल्थ एजुकेशनल कोर्सेज' इंटरनेशनल इलेक्ट्रॉनिक जर्नल ऑफ़ हेल्थ एजुकेशन ११:३९-४६; डफ्फी पि २००८. 'एंगेजिंग दि यूट्यूब गूगल-आइड जनरेशन: स्ट्रेटेजीज फॉर यूसिंग वेब २.० इन टीचिंग एंड लर्निंग.' दि इलेक्ट्रॉनिक जर्नल ऑफ़ इ-लर्निंग ६(२) ११९-३०.
26. इसी प्रकार का निष्कर्ष पर यहां बहस किया गया है रोबलियर एम डी और अन्य २०१०. 'फाइंडिंग्स ऑन फेसबुक इन हायर एजुकेशन: ए कपारीसन ऑफ़ कॉलेज फैकल्टी एंड स्टूडेंट यूसस एंड पर्सेप्शन्स ऑफ़ सोशल नेटवर्किंग साइट्स.' दि इंटरनेट एंड हायर एजुकेशन १३(३):१३४-४०. यहां कॉलेज के शिक्षक ऐसे विश्वास करते थे कि सामाजिक नेटवर्किंग साईट को सामाजिक कार्य ही होना चाहिए और कोई शैक्षिक उद्देश्य नहीं.
27. जैसे पहले अध्याय में बहस किया गया, कुछ विशिष्ट वर्ग के अविवाहित युवतियों को स्मार्टफोन के उपयोग करने से रोका गया, जो सामाजिक मीडिया पर अभिगम करने का प्रधान माध्यम है. भारत में पुरुषत्व और शिक्षा पर एक साधारण विचार केलिए देखें जेफरी सी, जेफरी पि और जेफरी आर २००८. डिग्रीज विथाउट फ्रीडम? एजुकेशन, मस्क्युलिनाइटिस एंड एम्प्लॉयमेंट इन नार्थ इंडिया. स्टैनफोर्ड सीए: स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
28. निम्न सामाजिक-आर्थिक वर्ग के सदस्य इंटरनेट को एक ज्ञान के चिन्ह के रूप में देखते थे. उनकेलिए, उसके उपयोग करने की कुशलता पाना हर दिन के पीड़ा से आज़ादी को सूचित करता है. जैसे इंटरनेट खुद ही संभावित आज़ादी के चिन्ह के रूप में देखा जा सकता है इस पर एक विचार केलिए देखें मिल्लर डी और स्लाटर डी २०००, दि इंटरनेट: एन एथ्नोग्राफिक एप्रोच. ऑक्सफ़ोर्ड: बर्ग.
29. डिजिटल वीडियो डिस्क - https://en.wikipedia.org/wiki/DVD
30. बकिंगहम डी २०१३. 'डिजिटल चाइल्डहुडस? न्यू मीडिया एंड चिल्ड्रन'स कल्चर.' बियॉन्ड टेक्नोलॉजी: चिल्ड्रन'स लर्निंग इन थे ऐज ऑफ़ डिजिटल कल्चर. कैंब्रिज: पॉलिटी प्रेस.
31. एक युनिवेर्सिटी की परिस्थिति में एक शिक्षक के दृष्टिकोण से छात्र के दोस्ती करने के कार्य के निकट के मामलों पर एक विवाद केलिए देखें रेन्स=गोल्डी के एंड लॉयड सी २०१४. 'अनफ्रेंडिंग फेसबुक? चैलेंजेज फ्रॉम एन एडुकेटर'स पर्सपेक्टिव', इन केंट एम एंड लीवर टी संप. एन एजुकेशन इन फेसबुक? हायर एजुकेशन एंड दि वर्ल्ड'स लार्जेस्ट सोशल नेटवर्क. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज १५३-६१.
32. शिक्षकों ने ऐसे निबंध पर उल्लेख किया कि http://archive.indianexpress.com/news/explainhow-children-open-facebook-other-accounts-delhi-high-court-to-govt/1107592/, जिसमे १८ एक फेसबुक खाता खोलने का नियमित उम्र के रूप में देखा जाता है. परन्तु अनिवार्य शिक्षा के समापन के उम्र के साथ फेसबुक कार्यकलाप का संबंध, अर्थात १४ साल भी, इस अध्याय में बहस कर जाने की तरह, प्रकट था.
33. ऐसे इरादे उस अनौपचारिक शिक्षा से भी संबंधित हैं जो सामाजिक मीडिया के द्वारा प्राप्त किया जा सकता है. यह एक तुलनात्मक दृष्टि से मिल्लर डी और अन्य २०१६ में विवाद किया गया है.
34. निरीक्षण में इससे अधिक मिल्लर डी और अन्य २०१६ में विवाद किया गया है. यह कार्य इसपर भी अन्वेषण करता है कि क्यों कुछ देशों में सामाजिक मीडिया, चीन के सामाजिक मीडिया मंचों से प्रदान किये जाते कार्यात्मकता के कारण ऐसा निर्णय लेकर कि चीन में स्पष्ट रूप से यह ऐसा ही होता है, स्कूलों से निरीक्षण के मंच के रूप में देखा गया.
35. क्षेत्र-कार्य के पिछले भाग में कुछ स्कूलों केलिए आधिकारिक व्हाट्सप्प का समूह बनाये जाने की तरह लगा, जिसका एक आधिकारिक फोन नंबर था.
36. मिल्लर डी और अन्य २०१६.

अध्याय ७

1. यद्यपि कोई हमेशा इस प्रकार बहस कर सकते हैं कि ऐसे क्रियात्मक परस्परक्रिया भी सामाजिकता का एक अंग माना जा सकता है. यहां विचार इसपर ज़ोर देना है कि ऐसे विनिमय सामाजिकता के निर्माण पर समकक्षों के बीच की प्रक्रिया के रूप में देखे नहीं गए.
2. यद्यपि यह अप्रत्यक्ष रूप से दर्शन और नागा के उनके समुदाय के बीच स्थिति और इज़्ज़त पाने का कारण बना, अंत में उनका चेष्टा अपने समुदाय के हित केलिए ही था.

3. मैक्फर्सन एम् २००१.
4. मण्डेलबौम एम् जी १९७०. सोसाइटी इन इंडिया: कॉन्टिनुइटी एंड चेंज. वॉल.१. लॉस एंगेल्स सीए: यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफ़ोर्निया प्रेस; मायेर ए १९९६. 'कास्ट इन एन इंडियन विलेज: चेंज एंड कॉन्टिनुइटी १९५४-१९९२', इन फुलर सी जय संप. कास्ट टुडे. न्यूयोर्क: ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, ३२-६४.
5. बेटेल्लि ए १९९६. फुलर सी जे संप.१९९६.
6. फुलर सी जे संप.१९९६.
7. जेफरी आर और डोरोन ए २०१३. सेल फोन नेशन: हाउ मोबाइल फोन्स हाव रेवोल्युशनाइज़्ड बिज़नेस, पॉलिटिक्स एंड आर्डिनरी लाइफ इन इंडिया. नई दिल्ली हैचेट.
8. अध्याय ५ पंचग्रामी के आईटी क्षेत्र पर अधिक गहरी दृष्टि देता है.
9. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
10. यह सेल्फी या दूसरों से लिए गए फोटो के रूप ले सकते हैं. यद्यपि सेल्फी के ऑफलाइन अग्रगामी नहीं होते, किसी से अपनी तस्वीर पोस्ट करना ऑफलाइन प्रयोग से निरंतर होता है.
11. मडिएनौ एम और मिल्लर डी २०१२. माइग्रेशन एंड नई मीडिया: ट्रांसनेशनल फैमिलीज़ एंड पोलीमीडिया. ऑक्सफ़ोर्ड: रूटलेज.
12. मिल्लर डी और अन्य २०१६.
13. रैनि एच और वेलमान बी. २०१२: नेटवर्क्ड: दी नई सोशल ऑपरेटिंग सिस्टम: कैंब्रिज एमए:एमआईटी प्रेस.५८.
14. लाफ़ी डी २००७; गोटड़ीनेर, एम और अन्य २०१५.
15. मडिएनौ एम और मिल्लर डी २०१३.
16. मिल्लर डी और अन्य २०१६.

References

Abbi, B. L. 1969. 'Urban Family in India. A Review Article.' *Contributions to Indian Sociology* 3(1): 116–27.

Ahmad, A. 2011. 'Rising of social network websites in India overview.' *International Journal of Computer Science and Network Security* 11(2): 155–8.

Alex, G. 2008. 'A Sense of Belonging and Exclusion: "Touchability" and "Untouchability" in Tamil Nadu.' *Ethnos* 73(4): 523–43.

Alexander, K. C. 1968. 'Changing Status of Pulaya Harijans of Kerala.' *Economic and Political Weekly* 3(26/28): 1071–4.

Alm, B. 2010. 'Creating followers, gaining patrons: Leadership strategies in a Tamil Nadu village. Power and influence in India.' *Bosses, Lords and Captains*. New Delhi: Routledge. 1–19.

Ambedkar, B. R. 1944. 'Annihilation of caste, with a reply to Mahatma Gandhi.' http://www.ambedkar.org/ambcd/02.Annihilation%20of%20Caste.htm – Undelivered speech prepared in 1936; the third edition was released in 1944.

Annamalai, E. 2004. 'Medium of power: The question of English in education in India.' *Medium of Instruction Policies–Which Agenda? Whose Agenda*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 177–94.

Annapoorna, S. and Bagalkoti, S. T. 2011. 'Increasing Women Employment in IT Industry: An Analysis of Reasons.' *International Journal of Research in Commerce, IT and Management* 1(5): 87–9.

Appadurai, A. 1988. *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Arora, A. and Athreye, S. 2002. 'The software industry and India's economic development.' *Information Economics and Policy* 14(2): 253–73.

Asadullah, M. N., Kambhampati, U. and Boo, F.L. 2013. 'Social divisions in school participation and attainment in India: 1983–2004.' *Cambridge Journal of Economics* 38(4): 869–93.

Athreye, S. S. 2005. 'The Indian software industry and its evolving service capability.' *Industrial and Corporate Change* 14(3): 393–418.

Aziz, M. 2004. 'Role stress among women in the Indian information technology sector.' *Women in Management Review* 19(7): 356–63.

Baba, M. L. 1998. 'The anthropology of work in the Fortune 1000: a critical retrospective.' *Anthropology of Work Review* 18(4): 17–28.

Bajwa, S. B. 2003. 'ICT Policy in India in the era of liberalization: its impact and consequences.' *Global Built Environment Review* 3(2): 49–61.

Balkundi, P. and Kilduff, M. 2006. 'The ties that lead: A social network approach to leadership.' *The Leadership Quarterly* 17(4): 419–39.

Baruch, G. K., Biener, L. and Barnett, R. C. 1987. 'Women and gender in research on work and family stress.' *American Psychologist* 42(2): 130.

Bate, B. 2013. *Tamil Oratory and the Dravidian Aesthetic: Democratic Practice in South India*. New York: Columbia University Press.

Baym, N. K. 2015. *Personal connections in the digital age*. Chichester: John Wiley & Sons.

Bear, L. 2007. *Lines of the nation: Indian Railway workers, bureaucracy, and the intimate historical self*. New York: Columbia University Press.

Beck, B. E. 1981. 'The Goddess and the Demon. A Local South Indian Festival and its Wider Context' in Biardeau, M. ed. *Autour de la Déesse hindoue. Purusartha: Sciences Sociales en Asie du Sud* 5: 83–136.

Bell, S. and Coleman, S. eds. 1999. *The Anthropology of Friendship*. Oxford: Berg.
Berg, P.O. and Kreiner, K. 1990. 'Corporate architecture: Turning physical settings into symbolic resources', in Gagliardi, P., ed. *Symbols and artifacts: View of the corporate landscape*. New York: Aldine de Gruyter. 41–67.
Beteille, A. 1965. *Caste, class, and power: Changing patterns of stratification in a Tanjore village*. Los Angeles, CA: University of California Press.
Beteille, A. 1996. 'Caste in contemporary India', in Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 150–79.
Bhatnagar, S. C. and Madon, S. 1997. 'The Indian software industry: moving towards maturity'. *Journal of Information Technology* 12: 277–88.
Boellstorff, T. 2012. *Ethnography and virtual worlds: A handbook of method*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
Bott, E. and Spillius, E. B. 2014. *Family and social network: Roles, norms and external relationships in ordinary urban families*. Oxford: Routledge.
Bourdieu, P. 1980. *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press.
Brass, D. J. 1992. 'Power in organizations: A social network perspective.' *Research in politics and society* 4(1):295–323.
Breman, J. 2013. *At work in the informal economy of India: a perspective from the bottom up*. Oxford: Oxford University Press.
Broadbent, S. 2011. *L'intimité au travail*. Limoges, France: FYP éditions.
Bros, C. and Couttenier, M. 2010. *Untouchability and public infrastructure*. https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00542235/
Buckingham, D. 2013. 'Digital Childhoods? New Media and Children's Culture.' *Beyond technology: Children's learning in the age of digital culture*. Cambridge: Polity Press.
Buhler, G. 2004. *The laws of manu*. New Delhi: Genesis Publishing Pvt Ltd.
Burke, S. C. and Snyder, S. L. 2008. 'YouTube: An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses.' *International Electronic Journal of Health Education* 11: 39–46.
Burt, R. S. 2000. 'The network structure of social capital.' *Research in organizational behavior* 22: 345–423.
Caldwell, J. C., Reddy, P. H. and Caldwell, P. 1983. 'The causes of marriage change in South India.' *Population Studies* 37(3): 343–61.
Cheung, C. M., Chiu, P. Y. and Lee, M. K. 2011. 'Online social networks: Why do students use Facebook?' *Computers in Human Behavior* 27(4): 1337–43.
Chinniah, S. 2008. 'The Tamil film heroine: from a passive subject to a pleasurable object', in Velayutham, S. ed. *Tamil cinema: the cultural politics of India's other film industry,* vol.10. Oxford: Routledge.
Chithiraputhiran, H. 1999. 'Semantic study of Tamil kinship terms.' *Journal of Tamil Studies* 55–56: 163–180.
Choudhary, R. 1971. *Kautilya's political ideas and institutions* (vol.73). New Delhi: Chowkhamba Sanskrit Series Office.
Christakis, N. A. 2010. *Connected: The amazing power of social networks and how they shape our lives*. London: HarperCollins.
Cialdini, R. B. and Goldstein, N. J. 2004. 'Social influence: Compliance and conformity.' *Annual Review of Psychology* 55: 591–621.
Clifford, G. 1973. *The interpretation of cultures*. New York: Basic Books.
Commander, S. 1983. 'The jajmani system in North India: an examination of its logic and status across two centuries.' *Modern Asian Studies* 17(2): 283–311.
Costa, E. 2016. *Social Media in Southeast Turkey*. London: UCL Press. 206.
Dahlman, C. J. and Utz, A. 2005. 'India and the knowledge economy: leveraging strengths and opportunities.' Washington. DC: World Bank Publications.
Damle, Y. B. 1956. 'Communication of modern ideas and knowledge in Indian villages.' *The Public Opinion Quarterly* 20(1): 257–70.
Das, A. and Herring, S. C. 2016. 'Greetings and interpersonal closeness: The case of Bengalis on Orkut.' *Language & Communication* 47: 53–65.
Das, A. 2010. 'Social interaction process analysis of Bengalis on Orkut', in Tiwai, R. ed., *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction*. Hershey, PA: IGI Global. 66–84.

Das, A. 2012. 'Impression Management on Facebook and Orkut: A Cross Cultural Study of Brazilians and Indians.' Internet Research 13.0 Conference, University of Salford, 18–22 October 2012.
Das, G. 2002. *India Unbound*. London: Profile Books.
De González, L. T. 2013. 'Modern Arranged Marriage in Mumbai.' *Teaching Anthropology: SACC Notes* 19(1 and 2): 34–49.
De Neve, G. 2000. 'Patronage and "community": the role of a Tamil "village"festival in the integration of a town.' *Journal of the Royal Anthropological Institute* 6(3): 501–19.
De Neve, G. 2005. 'The everyday politics of labour: Working lives in India's informal economy.' New Delhi: Social Science Press.
De Neve, G. 2008. '"We are all sondukarar (relatives)!": kinship and its morality in an urban industry of Tamilnadu, South India.' *Modern Asian Studies* 42(1): 211–46.
Desai, S., Dubey, A., Vanneman, R. and Banerji, R. April 2009. 'Private schooling in India: A new educational landscape.' *India Policy Forum* 5(1): 1–38. National Council of Applied Economic Research.
Desmond, J. 1999. *Staging tourism: Bodies on display from Waikiki to Sea World*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
Dickey, S. 1993a. *Cinema and the Urban Poor in South Asia*. Cambridge: Cambridge University Press.
Dickey, S. 1993b. 'The politics of adulation: Cinema and the production of politicians in South India.' *The Journal of Asian Studies* 52(02): 340–72.
Dickey, S. and Jacob, P. 2008. *Celluloid Deities: The Visual Culture of Cinema and Politics in South India*. Lanham, MD: Lexington Books.
Dirks, N. 1996. 'Recasting Tamil society: The politics of caste and race in contemporary southern India', in Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 263–95.
Donner, J. 2005. 'What can be said with a missed call? Beeping via mobile phones in sub-Saharan Africa.' *Proc. Seeing, Understanding, Learning in the Mobile Age*. Budapest: Institute for Philosophical Research of the Hungarian Academy of Sciences and T-Mobile Hungary Co Ltd. 267–76.
Donner, J. 2006. 'Internet use (and non-use) among urban microenterprises in the developing world: an update from India', in *Conference of the Association of Internet Researchers (AoIR)*, September 2006. 28–30.
Donner, J. 2007. 'The rules of beeping: exchanging messages via intentional "missed calls" on mobile phones.' *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 1–22.
Donner, J. 2008. 'Research approaches to mobile use in the developing world: A review of the literature.' *The Information Society* 24(3): 140–59.
Donner, J. 2015. *After access: Inclusion, development, and a more mobile Internet*. Cambridge, MA: MIT Press.
Doron, A. 2012. 'Mobile persons: Cell phones, gender and the self in North India.' *The Asia Pacific Journal of Anthropology* 13(5): 414–33.
Doron, A. 2013. *The great Indian phone book*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Dube, L. 1988. 'On the construction of gender: Hindu girls in patrilineal India.' *Economic and Political Weekly*, 30 April 1988. WS11–WS19.
Dube, L. 1997. *Women and kinship: Comparative perspectives on gender in South and South-East Asia*. Tokyo: UNU Press.
Dubreuil, G. J. 1917. *The Pallavas*. New Delhi: Asian educational services.
Duffy, P. 2008. 'Engaging the YouTube Google-eyed generation: Strategies for using Web 2.0 in teaching and learning.' *The Electronic Journal of e-Learning* 6(2): 119–30.
Dumont, L. 1953–4. 'The Dravidian Kinship Terminology as an Expression of Marriage.' *Man* 53: 34–9.
Dwyer, R. 2006. *Filming the gods: Religion and Indian cinema*. Oxford and NewYork: Routledge.
Epstein, A. L. 1969. 'Gossip, Norms and Social Network', in Mitchell, J. C. ed. *Social networks in urban situations: analyses of personal relationships in Central African towns*. Manchester: Manchester University Press.
Facer, K. and Selwyn, N. 2010. 'Social Networking – Key messages from the Research,' in Sharpe R., Beetham, H and de Freitas, S. eds. *Rethinking Learning for a Digital Age*. New York: Routledge. 31–42.
Fanselow, F. S. 1996. 'The disinvention of caste among Tamil Muslims,' in Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 202–26.

Fayard, A. L. and Weeks, J. 2007. 'Photocopiers and water-coolers: The affordances of informal interaction.' *Organization Studies* 28(5): 605–34.
Freed, S. A. 1963. 'Fictive kinship in a north Indian village.' *Ethnology* 2(1): 86–103.
Freeman, C. 2000. 'High tech and high heels in the global economy: Women, work, and pink-collar identities in the Caribbean.' Durham, NC: Duke University Press Books.
Friedman, T. L. 2005. *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
Fuller, C. J. 1996. In Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 1–31.
Fuller, C. J. and Logan, P. 1985. 'The Navarātri Festival in Madurai.' *Bulletin of the school of Oriental and African Studies* 48(01): 79–105.
Fuller, C. J. and Narasimhan, H. 2007a. 'Information technology professionals and the new-rich middle class in Chennai (Madras).' *Modern Asian Studies* 41(1): 121–50.
Fuller, C. J. and Narasimhan, H. 2007b. 'Empowerment and constraint: women, work and the family in Chennai's software industry.' Upadhya, C. and Vasavi, A. R., eds., *In an Outpost of the Global Economy: Work and Workers in India's Information Technology Industry*. New Delhi: Routledge India. 190–210.
Fuller, C. J. and Narasimhan, H. 2010. 'Traditional vocations and modern professions among Tamil Brahmans in colonial and post-colonial south India.' *Indian Economic and Social History Review* 47(4): 473–96.
Fuller, C. J. 1979. 'Gods, priests and purity: on the relation between Hinduism and the caste system.' *Man* 14(3): 459–76.
Fuller, C. J. 2001. 'The "Vinayaka Chaturthi" Festival and Hindutva in Tamil Nadu.' *Economic and Political Weekly* 36(19): 1607–16.
Fuller, C. J. 2011. 'Timepass and boredom in modern India.' *Anthropology of this Century* 1.
Goffman, E. 1978. *The presentation of self in everyday life*. Harmondsworth: Penguin.
Goffman, E. 2005. *Interaction ritual: Essays in face to face behavior*. Piscataway, NJ: AldineTransaction.
Good, A. 1985. 'The annual goddess festival in a South Indian village.' *South Asian Social Scientist* 1(2): 119–67.
Gopal, T. B. 1976. *Niti Shastra*. Agra: Ratan Prakashan Mandir.
Gottlieb, B. H. 1981. *Social networks and social support*, vol.4. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
Gough, E. K. 1955. 'The social structure of a Tanjore village.' in Marriot, M. ed. *Village India*, Chicago, IL: University of Chicago Press
Gough, E. K. 1956. 'Brahman kinship in a Tamil village.' *American Anthropologist* 58(5): 826–53.
Gough, E. K. 1969. 'Caste in a Tanjore village', in Leach, E. ed. *Aspects of Caste in South India, Ceylon and Northwest Pakistan*. Cambridge: Cambridge University Press.
Gough, K. 1973. 'Harijans in Thanjavur.' *Imperialism and revolution in South Asia*. New York: Monthly Review Press. 222–45.
Gould, H. A. 1986. 'The Hindu jajmani system: a case of economic particularism.' *Journal of Anthropological Research* 42(3): 269–78.
Goyal, S. 2012. 'Social networks on the Web.' *The Oxford handbook of the digital economy.* Oxford: Oxford University Press. 434–59.
Grint, K. 2005. *The sociology of work: introduction*. Cambridge: Polity Press.
Gurumurthy, A. and Menon, N. 2009. 'Violence against women via cyberspace.' *Economic and Political Weekly*, 3 October 2009. 19–21.
Hammersley, M. and Atkinson, P. 2007. *Ethnography: Principles in practice*. New York: Routledge.
Hardgrave, R. L. and Neidhart, A. C. 1975. 'Films and political consciousness in Tamil Nadu.' *Economic and Political Weekly*, 11 January 1975. 27–35.
Hardgrave, R. L. 1973. 'Politics and the Film in Tamilnadu: The Stars and the DMK.' *Asian Survey* 13(3): 288–305.
Hardgrave, R. L. 1975. *When stars displace the gods: The folk culture of cinema in Tamil Nadu*. Austin, TX: Center for Asian Studies, University of Texas.
Harriss-White, B. 2003. *India working: Essays on society and economy*, vol.8. Cambridge: Cambridge University Press.
Haynes, N. 2016. *Social Media in Northern Chile*. London: UCL Press.
Haythornthwaite, C. 2002. 'Strong, weak, and latent ties and the impact of new media.' *The Information Society* 18(5): 385–401.
Heesterman, J. C. 1964. *Brahmin, ritual and renouncer*. Vienna: Universität Wien. Indologisch Institut.

Hiltebeitel, A. 1991. *The Cult of Draupadi: On Hindu Ritual and the Goddess*, vol.2. Chicago, IL: University of Chicago Press.
Hine, C. 2015. *Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Publishing.
Holmström, M. 1976. *South Indian factory workers: Their life and their world*. Cambridge: Cambridge University Press.
Horst, H. and Miller, D. 2006. *The cell phone: An anthropology of communication*. Oxford: Berg.
Ishii, H. 1995. 'Caste and kinship in a Newar village', in Gellner, D. N. and Quigley, D., eds. *Contested Hierarchies: A collaborative ethnography of caste among the Newars of the Kathmandu Valley, Nepal*. Oxford: Clarendon Press. 109–57.
Iyengar, P. S. 1929. *History of the Tamils from the Earliest Times to 600 AD*. New Delhi: Asian Educational Services.
Jacob, P. 1997. 'From co-star to deity: Popular representations of Ms. Jayalalitha Jayaram.' *Women: A Cultural Review* 8(3): 327–37
Jain, K. 2007. *Gods in the bazaar: The economies of Indian calendar art*. Durham, NC and London: Duke University Press.
Jeffrey, C. 2010. *Timepass: Youth, class, and the politics of waiting in India*. Stanford, CA: Stanford University Press.
Jeffrey, C., Jeffery, P. and Jeffery, R. 2010. *Education, Unemployment, and Masculinities in India*. Stanford, CA: Stanford University Press.
Jeffrey, R. and Doron, A. 2013. *Cell phone nation: How mobile phones have revolutionized business, politics and ordinary life in India*. New Delhi: Hachette.
Jordan, A.T. 2012. *Business anthropology*. Long Grove, IL: Waveland Press.
Joroff, M. L., Porter, W. L., Feinberg, B. and Kukla, C. 2003. 'The agile workplace.' *Journal of Corporate Real Estate* 5(4): 293–311.
Jouhki, J. 2013. 'A Phone of One's Own? Social Value, Cultural Meaning and Gendered Use of the Mobile Phone in South India.' *Journal of the Finnish Anthropological Society* 38(1): 37–58.
Kapadia, K. 1994. '"Kinship burns!": kinship discourses and gender in Tamil South India.' *Social Anthropology* 2(3): 281–97.
Karve, I. 1965. *Kinship organization in India*. Bombay: Asia Publishing House.
Katz, J. E. 2008. *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge, MA: The MIT Press.
Kavoori, A., and Chadha, K. 2006. 'The cell phone as a cultural technology: Lessons from the Indian case', in Kavoori, A. and Arceneaux, N., eds. *The cell phone reader: Essays in social transformation*. New York: Peter Lang.
Kelkar, G., Shrestha, G. and Veena, N. 2002. 'IT industry and women's agency: Explorations in Bangalore and Delhi, India.' *Gender, Technology and Development* 6(1): 63–84.
Khanduri, R. G. 2014. *Caricaturing Culture in India: Cartoons and History in the Modern World*. Cambridge: Cambridge University Press.
Killick, E and Desai, A. 2010 'Introduction: Valuing Friendship', in Desai, A. and Killick, E. eds. *The Ways of Friendship*. Oxford: Berghahn.
Kingdon, G. G. 2007. 'The progress of school education in India.' *Oxford Review of Economic Policy* 23(2): 168–95.
Kolenda, P. 1963. 'Toward a model of the Hindu Jajmani system.' *Human Organization* 22(1): 11–31.
Kolenda, P. 1967. 'Regional differences in Indian family structure', in Crane, R. I. ed. *Regions and Regionalism in South Asian Studies: An Exploratory Study*. Durham, NC: Duke University Monographs and Occasional Papers Series, 5.
Kolenda, P. M. 1968. 'Region, Caste and Family Structure: a comparative Study of the Indian "Joint" Family', in Singer, M. and Cohn, B. S. eds. *Structure and change in Indian society*. Chicago, IL: Aldine Press. 339–96.
Konana, P. and Balasubramanian, S., 2002. 'India as a knowledge economy: aspirations versus reality.' *Frontline* 19(2): 65–9.
Kumar, K. J. and Thomas, A. O. 2006. 'Telecommunications and Development: The Cellular Mobile "Revolution" in India and China.' *Journal of Creative Communications* 1(3): 297–309.
Kumar, K. J. 2014. *Mass communication in India*. New Delhi: Jaico Publishing House.
Kumar, N. 2001. 'Indian Software Industry Development: International And National Perspective.' *Economic and Political Weekly* 36, 10 November 2001, 4278–90.
Kumar, N and Rangaswamy, N. 2013. *The Mobile Media Actor-Network in Urban India*. Paris: ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2013).

Kumar, P. 2014. 'ICT and Its Development in India.' http://www.irjcjournals.org/ijieasr/Feb2014/2.pdf
Lakshman, N. 2013. *Degree Coffee by the Yard: A Short Biography of Madras*. New Delhi: Aleph Book Company.
Lakshmi, C. S. 2008. 'A good woman, a very good woman: Tamil cinema's women', in Velayutham, S. ed. *Tamil cinema: the cultural politics of India's other film industry*, vol.10. Oxford and New York: Routledge.
Laughey, D. 2007. *Key themes in media theory*. Berkshire (UK): McGraw-Hill Education.
Lepawsky, J. 2005. 'Digital Aspirations: Malaysia and the Multimedia Super Corridor.' *FOCUS on Geography* 48(3): 10–18.
Lin, N., Cook, K. S. and Burt, R. S. eds. 2001. *Social capital: Theory and research*. Piscataway: NJ: Transaction Publishers.
Madhavan, C. 2007. *Vishnu Temples of South India*, vol.1. Chennai, *Tamil Nadu:* Alphaland Books.
Madianou, M. and Miller, D. 2013a. *Migration and new media: Transnational families and polymedia*. Oxford: Routledge.
Madianou, M. and Miller, D. 2013b. 'Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication.' *International Journal of Cultural Studies* 16(2): 169–87.
Mahajan, P. 2009. 'Use of social networking in a linguistically and culturally rich India.' *The International Information & Library Review* 41(3): 129–36.
Mandelbaum, D. G. 1970. *Society in India: Continuity and change*, vol.1. Los Angeles, CA: University of California Press.
Mayer, A. 1996. 'Caste in an Indian village: change and continuity 1954–1992,' in Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 32–64.
Mani, S. 2007. 'Revolution in India's Telecommunications Industry.' *Economic and Political Weekly* 42(7): 578–80.
Mani, S. 2012. 'Bridging the digital divide: the Indian experience in increasing the access to telecommunications services.' *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development* 5(1–2): 184–203.
Marglin, F. A. 1977. 'Power, purity and pollution: Aspects of the caste system reconsidered.' *Contribution to Indian Sociology* 11(2): 245–70.
Marin, A. and Wellman, B. 2011. 'Social network analysis: An introduction.' *The SAGE handbook of social network analysis*. London: Sage Publications. 11–25.
Mathur, A. and Ambani, D. 2005. 'ICT and rural societies: Opportunities for growth.' *The International Information & Library Review* 37(4): 345–51.
Mathur, N. 2010. 'Shopping malls, credit cards and global brands consumer culture and lifestyle of India's new middle class.' *South Asia Research* 30(3): 211–31.
Mayor, A. C. 1960. *Caste and Kinship in Central India: A Village and its Region*. London: Routledge.
Mazzarella, W. 2003. *Shoveling smoke: Advertising and globalization in contemporary India*. Durham, NC and London: Duke University Press.
McLuhan, M. 1964. *Understanding Media. The extensions of man*. London: MIT Press.
McPherson, M., Smith-Lovin, L. and Cook, J. M. 2001. 'Birds of a feather: Homophily in social networks.' *Annual Review of Sociology*. 27(1): 415–44.
Mehta, B. S. 2013. 'Capabilities, costs, networks and innovations: impact of mobile phones in rural India.' *Available at SSRN Electronic Journal 2259650*, May 2013.
Miller, D. and Slater, D. 2000. *The Internet: an ethnographic approach*. Oxford: Berg.
Miller, D. and Slater, D. 2005. 'Comparative Ethnography of New Media', in Curran, J. P. and Gurevitch, M. eds. *Mass Media and Society 4th edition*. London: Hodder Arnold.
Miller, D. 2015. 'Photography in the Age of Snapchat.' *Anthropology and Photography Pamphlet Series*. London: Royal Anthropological Institute [Photographic Committee] Web. https://www.therai.org.uk/images/stories/photography/AnthandPhotoVol1B.pdf
Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S. and Wang, X. 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
Miller, D. 2016. *Social Media in an English Village*. London: UCL Press.
Miller, D. and Sinanan, J. 2017. *Visualising Facebook*. London: UCL Press.
Mir, A., Mathew, B. and Raza, M. 2000. 'The Codes Of Migration.' *Cultural Dynamics* 12, 5–33.
Mirchandani, K. 1999. 'Feminist insight on gendered work: New directions in research on women and entrepreneurship.' *Gender, Work & Organization* 6(4): 224–35.
Mishra, S. 2010. 'Participation of youth in social networking sites in India.' *International Journal of Business Innovation and Research* 4(4): 358–75.

Mitchell, J. C. ed. 1969. *Social networks in urban situations: analyses of personal relationships in Central African towns*. Manchester: Manchester University Press.
Moeran, B. 2005. *The business of ethnography: Strategic exchanges, people and organizations*. London: Berg Publishers.
Mosse, D. 1997. 'Honour, caste and conflict: The ethnohistory of a Catholic festival in rural Tamil Nadu (1730–1990).' *Purusārtha* (19): 71–120.
Murray, L. C. 2014. *Advertising Amul: On Meaning, Materiality, and Dairy in India*. Web http://static1.squarespace.com/static/534587eae4b0fb5fdfb963aa/t/54a9f38ce-4b08424e6a8c019/1420424106572/Milk+In+India+Part+II.pdf
Muthiah, S. 2011. *Madras Miscellany: A Decade of People, Places and Potpurri*. Chennai: Tranquebar Press.
Myrdal, A. and Klein, V. 2003. *Women's two roles: Home and work*, vol.137. Oxford: Routledge / Psychology Press.
Nagaswamy, R. and Nakacami, I. 2008. *Mahabalipuram*. New York: Oxford University Press.
Nakassis, C.V. and Dean, M. A. 2007. 'Desire, youth, and realism in Tamil cinema.' *Journal of Linguistic Anthropology* 17(1): 77–104.
Nakassis, C.V. 2010. *Youth and Status in Tamil Nadu, India*. Publicly Accessible Penn Dissertations web http://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1247&context=edissertations.
Nakassis, C. V. 2013. 'Youth masculinity, "style" and the peer group in Tamil Nadu, India.' *Contributions to Indian Sociology* 47(2): 245–69.
Nakassis, C. V. 2014. 'Suspended Kinship and Youth Sociality in Tamil Nadu, India.' *Current Anthropology* 55(2): 175–99.
Nakassis, C. V. 2015. 'A Tamil-speaking Heroine.' *BioScope: South Asian Screen Studies* 6(2): 165–86.
Nash, J. 1998. 'Twenty Years of the Anthropology of Work: Changes in the State of the World and the State of the Arts.' *Anthropology of Work Review* 18(4): 1–6.
Nath, D. 2000. 'Gently shattering the glass ceiling: experiences of Indian women managers.' *Women in Management Review* 15(1): 44–52.
Niehoff, A. H. 1959. *Factory workers in India*. PhD dissertation: Board of Trustees, Milwaukee Public Museum.
Nisbett, N. 2007. 'Friendship, consumption, morality: practising identity, negotiating hierarchy in middle-class Bangalore.' *Journal of the Royal Anthropological Institute* 13(4): 935–50.
Nisbett, N. 2009. *Growing Up in the Knowledge Society: Living the IT Dream in Bangalore*. New Delhi: Routledge.
Noelle-Neumann, E. 1974. 'The spiral of silence a theory of public opinion.' *Journal of Communication* 24(2): 43–51.
Ortiz, S. 1994. 'Work, the Division of Labour and Co-operation', in Ingold, T. ed. *Companion encyclopaedia of anthropology*. Oxford: Routledge.
Osella, C. and Osella, F. 1998. 'Friendship and flirting: micro-politics in Kerala, South India.' *Journal of the Royal Anthropological Institute*: 4(2) 189–206.
Osella, F. and Osella, C. 2000. *Social mobility in Kerala: modernity and identity in conflict*. London: Pluto Press.
Pandian, A. 2015. *Reel world: an anthropology of creation*. Durham, NC: Duke University Press.
Pandian, M. S. S. 1992. *M G Ramachandran in Film and Politics: The Image Trap*. New Delhi: Sage Publications India.
Pandian, M. S. S. 2007. *Brahmin and non-Brahmin: Genealogies of the Tamil political present*. New Delhi: Permanent Black.
Papacharissi, Z. ed. 2010. *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. New York: Routledge.
Parrott, D. J. and Zeichner, A. 2003. 'Effects of hypermasculinity on physical aggression against women.' *Psychology of Men & Masculinity* 4(1): 70.
Parry, J. P. 1999. 'Introduction', in Parry, J. P., Breman, J. and Kapadia, K., eds. *The worlds of Indian industrial labour*. London: Sage Publications.
Parry, J. P. 2001. 'Ankalu's errant wife: sex, marriage and industry in contemporary Chhattisgarh.' *Modern Asian Studies* 35(4): 783–820.
Parry, J. P. 2013. *Caste and kinship in Kangra*. Oxford: Routledge.
Pedersen, J. D. 2000. 'Explaining economic liberalization in India: state and society perspectives.' *World Development* 28(2): 265–82.

Pentland, A., Fletcher, R. and Hasson, A. 2004. 'Daknet: Rethinking connectivity in developing nations.' *Computer* 37(1): 78–83.
Perumal, C. A. and Padmanabhan, V. K. 1987. 'Political Alliances in Tamil Nadu.' *The Indian Journal of Political Science* 48(4): 618–24.
Peterson, M. 2011. 'Orkut Dissected: Social Networking in India & Brazil.' http://www.aimclear-blog.com/2011/06/27/orkut-dissected-social-networking-in-india-brazil/
Picherit, D. 2012. 'Migrant Labourers' Struggles Between Village and Urban Migration Sites: Labour Standards, Rural Development and Politics in South India.' *Global Labour Journal* 3(1): 143–62.
Pillai, A. 2012. 'User acceptance of social networking websites in India: Orkut vs. Facebook.' *International Journal of Indian Culture and Business Management* 5(4): 405–14.
Pillay, K. P. K. 1977. *The Caste System in Tamil Nadu*. Chennai: University of Madras.
Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T. and Tacchi, J. 2015. *Digital ethnography: principles and practice*. Los Angeles, CA: Sage Publications.
Pinney, C. 2004. *'Photos of the Gods': The Printed Image and Political Struggle in India*. London: Reaktion Books.
Pinney, C. 2008. *The coming of photography in India*. London: British Library.
Pitroda, S. 1993. 'Development, democracy, and the village telephone.' *Harvard Business Review* 71(6): 66–8.
Pleck, J. H. 1977. 'The work–family role system.' *Social Problems* 24(4): 417–27.
Powell, W. W. and Kaisa, S. 2004. 'The Knowledge Economy.' *Annual Review of Sociology* 30: 199–220. Palo Alto, CA: Annual Reviews.
Pushpa, S. 1996. 'Women and philanthropy in India.' *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 7(4): 412–27.
Rabe, M. D. 2001. *The great penance at Māmallapuram: deciphering a visual text,* vol.1. General editor: G. John Samuel. Chennai, Tamil Nadu: Institute of Asian Studies.
Rainie, H. and Wellman, B. 2012. *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: The MIT Press.
Rajanayagam, S. 2015. *Popular Cinema and Politics in South India: The Films of MGR and Rajinikanth*. New Delhi: Routledge.
Ramu, G. N. 1977. *Family and caste in urban India: a case study*. New Delhi : Vikas Publishing House.
Rangaswamy, N. and Arora, P. 2015. 'Digital Romance in the Indian City', in *The City and South Asia*. Cambridge, MA: Harvard South Asia Institute.
Rangaswamy, N. and Cutrell, E. 2013. 'Anthropology, Development and ICTs: Slums, Youth and the Mobile Internet in Urban India.' Special Issue, *Reflections at the Nexus of Theory and Practice, Information Technology and International Development*. Cambridge, MA: The MIT Press.
Rangaswamy, N. and Yamsani, S. 2011. 'Mental Kartha Hai or Its Blowing my Mind: Evolution of the Mobile Internet in an Indian Slum.' EPIC, The Ethnographic Praxis in Industry Conference, Boulder, CO, 18–21 September 2011.
Rangaswamy, N. and Bombay, L. S. I. 2007. 'ICT for development and commerce: A case study of internet cafés in India' (Research in progress paper), in *Proceedings of the 9th International Conference on Social Implications of Computers in Developing Countries*. São Paulo, Brazil.
Rangaswamy, N. 2012. 'Pocket Social Networking in India – SMS GupShup Expands.' *Asia Pacific Memo*, November 2012. web http://www.asiapacificmemo.ca/pocket-social-networking-in-india-sms-gupshup-expands
Rao, Y. L. 1966. *Communication and development: A study of two Indian villages*. Minneapolis, MI: University of Minnesota Press.
Raynes-Goldie, K. and Lloyd, C. 2014. 'Unfriending Facebook? Challenges From an Educator's Perspective.' *An Education in Facebook*, 153–61. Oxford: Routledge
Reddy, P. G. 2010. 'Some Problems Faced By The Software Professionals In India: An Overview,' in Lakshmansamy, ed. *Population Dynamics and Human Development Opportunities and Challenges*. New Delhi: Bookwell. 451–71.
Reiniche, M. L. 1996. 'The urban dynamics of caste: a case study from Tamil Nadu', in Fuller, C. J, ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 124–49.
Roblyer, M. D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J. and Witty, J. V. 2010. 'Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites.' *The Internet and Higher Education* 13(3): 134–40.

Rogers, E. M. and Bhowmik, D. K. 1970. 'Homophily-heterophily: Relational concepts for communication research.' *Public Opinion Quarterly* 34(4): 523–38.
Rogers, M. 2009. 'Between fantasy and "reality": Tamil film star fan club networks and the political economy of film fandom.' *Journal of South Asian Studies* 32(1): 63–85.
Rudner, D. W. 1994. 'Caste and capitalism in colonial India: the Nattukottai Chettiars.' Berkeley, CA: University of California Press.
Säävälä, M. 2010. *Middle-class moralities: Everyday struggle over belonging and prestige in India*. New Delhi: Orient Blackswan.
Säävälä, M. 2014. 'The "Hindu Joint Family": Past and present.' *Studia Orientalia Electronica* 84: 61–74.
Sandberg, S. 2013. *Lean in: Women, work, and the will to lead*. New York: Knopf.
Scott, J. 2012. *Social network analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
Shah, A. M. 1973. The *household dimension of the family in India*. Delhi: Orient Longman.
Shah, A. M. 1998. *The family in India: critical essays*. New Delhi: Orient Blackswan.
Shah, G. 2006. *Untouchability in rural India*. New Delhi: Sage Publications.
Sivananda, S. 2004. *Practice of Karma Yoga*. Rishikesh: Divine Life Society.
Smyth, T. N., Kumar, S., Medhi, I. and Toyama, K. 2010. '"Where there's a will there's a way": mobile media sharing in urban India', in *Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in computing systems*. ACM Digital Library: 753–62.
Soete, L. 1985. 'International diffusion of technology, industrial development and technological leapfrogging.' *World Development* 13(3): 409–22.
Sooryamoorthy, R. 2008. 'Untouchability in modern India.' *International Sociology* 23(2): 283–93.
Spencer, M. B., Fegley, S., Harpalani, V. and Seaton, G. 2004. 'Understanding hypermasculinity in context: A theory-driven analysis of urban adolescent males' coping responses.' *Research in Human Development* 1(4): 229–57.
Spyer, J. Forthcoming. *Social Media in Brazil*. London: UCL Press.
Sreekumar, T. T. 2014. 'New media, space and marginality: A comparative perspective on cyber cafe use in small and medium towns in Asia.' Paper presented at the International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Annual Conference, Hyderabad, India, 15–19 July 2014.
Srinivas, M. N. 1962. *Caste in modern India and other essays*. New Delhi: Asia Publishing House.
Srinivas, M. N. 1960. *The social structure of a Mysore village*. Indianapolis, IN: Bobbs–Merrill.
Srinivas, S. V. 1996. 'Devotion and defiance in fan activity.' *Journal of Arts and Ideas* 29(1): 67–83.
Steenson, M. and Donner, J. 2009. 'Beyond the personal and private: Modes of mobile phone sharing in urban India.' *The reconstruction of space and time: Mobile communication practices* 1: 231–50.
Steinmueller, W. E. 2001. 'ICTs and the possibilities for leapfrogging by developing countries.' *International Labour Review* 140(2): 193–210.
Stern, H. 1977. 'Power in traditional India: territory, caste and kinship in Rajasthan', in Fox, R. G. ed. *Realm and region in traditional India*. New Delhi: Vikas Publishing House. 52–78.
Suresh, V. 1992. 'The DMK debacle: Causes and portents.' *Economic and Political Weekly*, 17 October 1992. 2313–21.
Swallow D.A. 1982. *Production and control in the Indian garment export industry*. Cambridge: Cambridge University Press. 133–65.
Tenhunen, S. 2014. 'Mobile telephony, mediation, and gender in rural India.' *Contemporary South Asia* 22(2): 157–70.
Thirunavukkarasu, R. 2001. 'Election 2001: Changing Equations.' *Economic and Political Weekly*, July 7–13, 2001. 2486–9.
Thompson, C. 2011. 'How Khan Academy is changing the rules of education.' *Wired Magazine* 126: 1–5.
Thurston, E. and Rangachari, K. 1909. *Castes and tribes of South India*. New Delhi. Asian Educational Services.
Toyama, K., Kiri, K., Maithreyi, L., Nileshwar, A., Vedashree, R. and MacGregor, R. 2004. 'Rural kiosks in India.' *MSR Techincal Report*. 1 July 2004.
Trautmann, T. R. 1981. *Dravidian kinship*. Berkeley, CA: Sage Publications.
Trawick, M. 1990. *Notes on love in a Tamil family*. Los Angeles, CA: University of California Press.

Turner, V. W. and Schechner, R. 1988. *The anthropology of performance*. New York: PAJ Publications.
Turner, V. W. 1982. *From ritual to theatre: The human seriousness of play*. New York: Paj Publications.
Uberoi, P. ed. 1993. *Family, kinship and marriage in India*. New Delhi: Oxford University Press.
Uberoi, P. 2005. 'The Family in India', in Khullar, M. ed. *Writing the women's movement: a reader.* New Delhi: Zubaan. 361–96.
Upadhya, C. and Vasavi, A. R. 2006. 'Work, culture, and sociality in the Indian IT industry: a sociological study.' Bangalore: National Institute of Advanced Studies, Indian Institute of Science Campus, Bangalore.
Uyl, M. D. 1995. *Invisible barriers: gender, caste and kinship in a southern Indian village*. Utrecht: International Books.
Van Dijck, J. 2008. 'Digital photography: communication, identity, memory.' *Visual Communication* 7(1): 57–76.
Van Maanen, J. 2011. *Tales of the field: On writing ethnography*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
Varma, P. K. 2007. *The great Indian middle class*. New Delhi: Penguin Books India.
Vatuk, S. 1996. 'Identity and difference or equality and inequality in South Asian Muslim society', in Fuller, C. J. ed. *Caste today*. New York: Oxford University Press. 227–62.
Vatuk, S. 1969. 'Reference, address, and fictive kinship in urban north India.' *Ethnology* 8(3): 255–72.
Veeramani, K. 2005. *Collected works of Periyar EVR*. Chennai: The Periyar Self-Respect Propaganda Institution, Chennai.
Velayutham, S. ed. 2008. *Tamil cinema: the cultural politics of India's other film industry*, vol.10. Oxford and New York: Routledge.
Venkatanarayanan, S. 2015. 'Economic Liberalization in 1991 and Its Impact on Elementary Education in India.' *SAGE Open* 5(2): DOI: 10.1177/2158244015579517.
Venkatraman, S , Rangaswamy, N. and Arora, P. 'Polymedia: A perspective through filial relationships at Panchagrami.' Paper for Panel, Reconstituting Marginality and Publics in the Digital Age, Annual International Conference of Media and Communication Research, Hyderabad, 15–19 July 2014.
Vidyarthi, L. P. 1984. In Vidyarthi, L. P. ed. *Applied anthropology in India: principles, problems, and case studies*. New Delhi: Kitab Mahal.
Vijaybaskar, M. and Gayathri, V. 2003. 'ICT and Indian Development: Processes, Prognoses, Policies.' *Economic and Political Weekly* 38(24): 2360–4. 14–20, 2003.
Vilanilam, J. V. 2005. *Mass communication in India: A sociological perspective.* New Delhi: Sage Publications.
Wade, R. H. 2002. 'Bridging the digital divide: new route to development or new form of dependency?' *Global Governance* 8(4): 443–66.
Wallman, S. ed. 1979. *Social anthropology of work*, vol.19. London: Academic Press.
Wasserman, S. and Galaskiewicz, J., eds. 1994. *Advances in social network analysis: Research in the social and behavioral sciences*. vol.171. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
Watts, D. 2003. *Six Degrees: The Science of a Connected Age*. New York: W. W. Norton & Company.
Why We Post – https://www.ucl.ac.uk/why-we-post
Williams, J. 2001. *Unbending gender: Why family and work conflict and what to do about it*. New York: Oxford University Press.
Wiser, W. H. 1988. *The Hindu jajmani system*. New Delhi: Munshiram Manoharlal Publishers Pvt Ltd.
Woyke, E. 2014. *The Smartphone: Anatomy of an industry*. New York: The New Press.
Xiang, B. 2007. *'Global 'body shopping': an Indian labor system in the information technology industry*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
Zeff, A. 1999. *Marriage, film, and video in Tamilnadu: Narrative, image, and ideologies of love*. Dissertation submitted to University of Pennsylvania. Web: http://repository.upenn.edu/dissertations/AAI9926222/?pagewanted=all

Internet sources

http://aiadmk.com/en/home/
http://aiadmk.com/en/tn-election-2016/manifesto-infographics/
http://aiadmk.com/en/tn-election-2016/tamilnadu-election-manifesto-2016/
http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2013/12/15/non-resident-indians/
http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2014/07/25/its-ok-to-send-my-boss-a-whatsapp-message/
http://blogs.ucl.ac.uk/global-social-media/2015/04/17/women-entrepreneurs-whatsapp/
http://cbse.nic.in/
http://censusindia.gov.in/2011-prov-results/data_files/india/Final_PPT_2011_chapter6.pdf
http://dmk.in/english
http://economictimes.indiatimes.com/
http://en.wikipedia.org/wiki/Tethering
http://indiatoday.intoday.in/
http://jayatvnetwork.com/default.aspx
http://mashable.com/2016/02/22/india-villages-ban-mobile-phones/#iCfdPBCP.ZqJ
http://mdmk.org.in/
http://scroll.in/article/744579/what-happened-to-india-when-the-landline-telephone-fell-terminally-ill-20-years-ago
http://thehackernews.com/2016/01/whatsapp-free-lifetime.html
http://timesofindia.indiatimes.com/
http://timesofindia.indiatimes.com/tech/how-to/Assemble-a-PC-within-Rs-30000-budget/articleshow/19797394.cms
http://www.927bigfm.com/city.php?id=11
http://www.airtel.com/
http://www.alexa.com/siteinfo/orkut.com
http://www.bbc.co.uk/news/business-26266689
http://www.bbc.co.uk/news/technology-17658264
http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-35115974
http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-23304251
http://www.businesstoday.in/
http://www.cie.org.uk/programmes-and-qualifications/cambridge-secondary-2/cambridge-igcse/
http://www.dailythanthi.com/
http://www.deccanchronicle.com/
http://www.deccanchronicle.com/141016/nation-current-affairs/article/chennai-fifth-number-facebook-users
http://www.digit.in/
http://www.dinamalar.com/
http://www.discoveranthropology.org.uk/about-anthropology/fieldwork/ethnography.html
http://www.dmdkparty.com/
http://www.dnaindia.com/scitech/report-whatsapp-user-base-crosses-70-million-in-india-2031465
http://www.dqchannels.com/laptops-freebies/
http://www.dqindia.com/
http://www.femina.in/
http://www.firstpost.com/politics/freebies-culture-in-tamil-nadu-reeks-of-a-guilty-conscious-neta-who-doesnt-really-care-2781472.html
http://www.firstpost.com/politics/phones-wi-fi-electricity-aiadmks-manifesto-for-tamil-nadu-polls-is-full-of-freebies-2767768.html
http://www.icmrindia.org/free%20resources/Articles/Indian%20PC%20Market2.htm
http://www.in.com/tv/channel/star-vijay-164.html
http://www.independent.co.uk/news/world/asia/girls-and-unmarried-women-in-india-forbidden-from-using-mobile-phones-to-prevent-disturbance-in-a6888911.html
http://www.independent.co.uk/news/world/asia/nirbhaya-case-anger-and-protests-as-juvenile-delhi-gang-rapist-freed-after-three-years-in-reform-a6780601.html

http://www.geni.com
http://www.livemint.com/Opinion/GGMQFv1iFGJiKMzPZWWVLN/Why-Tamil-Nadus-freebie-culture-works.html
http://www.materialworldblog.com/2010/04/the-unanticipated-city-shifting-urban-landscapes-and-the-politics-of-spectacle-in-chennai/
http://www.newindianexpress.com/
http://www.pmkparty.in/
http://www.radiomirchi.com/chennai,
http://www.samacheerkalvi.in/
http://www.statista.com/statistics/257048/smartphone-user-penetration-in-india/
http://www.sunnetwork.in/
http://www.suryanfm.in/chennai/
http://www.thehindu.com/
http://www.thiruma.in/
http://www.vikatan.com/
http://www.vogue.in/
https://en.wikipedia.org/wiki/Chennai_Super_Kings
https://en.wikipedia.org/wiki/Ganesha
https://en.wikipedia.org/wiki/Thanjavur_painting
https://twitter.com/stalin_offl
https://www.khanacademy.org/
https://www.kumudam.com/
https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/why-we-post/discoveries/7-we-used-to-just-talk-now-we-talk-photos
https://www.youtube.com/watch?v=vtAmdUOfuFQ&index=14&list=PLVwGSavjGgEx-tI65BTxuE4CuclQqjA7fU

सूचक

अंतर्राष्ट्रीय स्कूल 159
असमानता 186
आत्मीय बातचीत 111
आर्थिक वर्ग 13
आतंरिक कार्या लय प्रणाली 150
आवाज़ संचार 47
आवास 25
उपनिवेशक शासन 127
एक से अधिक पहचानों 4
औद्योगिक प्रक्रिया 128
औद्योगीकरण 126
कार्य प्रणाली असत्याभ्यास 134
कार्य संस्कृति 6
कुलपक्षपात 128
जन्मदिन सन्देश 118
जाति के समूह 1
गपशप 22
दृश्य पोस्टिंग 4
दृश्य संचार 90
दृश्य संचार की शैली 90
डाटा योजना 28
प्रवास किये श्रमिकों 13
परोपकारिक घटनाओं 51
पीढ़ी के अंतर संचार 5
प्रवेश- स्तर की नौकरी 146
पुरुष- प्रधान संरचना 94
पुरुषत्व 73
पैतृक नियंत्रण 160
प्रौद्योगिकी प्रवीणता 176
फेसबुक 1
बहुराष्ट्रीय कंपनियों 9
बुद्धिमानों के शासन 130
भर्ती 147
भेदभाव 13
मानवविज्ञान 120
मापनीय सामाजिकता 187
मूल परिवारों 151
नकली प्रोफाइल 48
निर्माण श्रमिक 13
निरीक्षण 47
नृवंशविज्ञान 19
योजित शादी 105
लोकप्रिय संस्कृति 90
व्यवसायीकरण 131
वर्ग 2
विभाजन 38
विरक्त माँ- बाप 106
विवरण की सुरक्षा 133
विशेष आर्थिक क्षेत्र 8
स्त्रीत्व 73
स्थिति का चिन्ह 28
संगृहीत आदर्शों 53
संचार प्रौद्योगिकी के अधिक वहां करने की योग्यता 180
सामाजिक अनुरूपता 49
सामाजिक मानदंड 5
सामाजिक मीडिया पोस्टिंग में समानताओं 182
सामाजिक नियंत्रण 47
सामाजिक नेटवर्किंग साईट 103
सामाजिक श्रेणियों 3
सार्वजनिक प्रदेश 103
साक्षरता 15
सूचना और संचार प्रौद्योगिकी 158
शिक्षक- छात्र अनुक्रम 6
शिक्षा 6
शुभकामनाएँ 182
श्रमिक प्रणाली 126

दुनिया ने जैसे सामाजिक मीडिया को बदल दिया, हम क्यों पोस्ट करते हैं ग्रन्थ श्रृंखला का पहला ग्रन्थ है जो उन नौ मानवविज्ञानियों के निष्कर्षों पर जाँच करता है जिन्होंने दुनिया भर के समूहों में १५ महीने तक बिताया जिसमे शामिल हैं ब्राज़ील, चिली, चीन, इंग्लैंड, भारत, इटली, ट्रिनिडाड और टर्की. यह ग्रन्थ एक तुलनात्मक विश्लेषण को प्रदान करता है जो अनुसंधान के परिणाम को संक्षेप में प्रस्तुत करता है और राजनीति और लिंग, शिक्षा और व्यापार पर सामाजिक मीडिया के प्रभाव का पता लगाता है. दृश्य संचार पर बढ़ते हुए ज़ोर का परिणाम क्या है? क्या हम अधिक व्यक्तिगत या सामाजिक बनते हैं? क्यों सार्वजनिक सामाजिक मीडिया अधिक रूढ़िवादी होता है? क्यों ऑनलाइन समानता ऑफलाइन असमानता को बदलने में असफल होता है? कैसे मिमी इंटरनेट के नैतिक पुलिस बन गए?

परियोजना के शैक्षिक ढाँचा और सैद्धांतिक शर्तों, जो निष्कर्षों के उत्तरदायी होने में मदद करते हैं, के परिचय से समर्थित होकर यह ग्रन्थ तर्क करता है कि सामाजिक मीडिया जैसे अन्तरंग और सर्वव्यापक वास्तु को समझने और मूल्यांकन करने का एक ही रास्ता पोस्ट करनेवाले लोगों के जीवन में तल्लीन होकर रहना है. तभी हम पता लगा सकते हैं कि दुनिया भर के लोगों ने जैसे सामाजिक मीडिया को अभी तक अप्रत्याशित तरीकों से बदल दिया हैं और उनके परिणाम पर आकलन कर सकते हैं.

डेनियल मिल्लर यूसीएल में मानवविज्ञान का प्रोफेसर हैं. एलिसाबेट्टा कोस्टा अंकारा के ब्रिटिश इंस्टिट्यूट (बीआईएए) में पोस्टडॉक्टोरल रिसर्च फेलो हैं. नेल हाइनेस सेंटिआगो के पोंटिफिशिया यूनिवर्सिडैड कटोलिका डी चिली में पोस्टडॉक्टोरल फेलो हैं. टॉम मैक्डोनाल्ड यूनिवर्सिटी ऑफ़ हांगकांग में समाज विज्ञान विभाग में सहायक प्रोफेसर हैं. रज़वां निकोलेस्कु यूसीएल में एक रिसर्च सहयोगी हैं, जहां उन्होंने २०१३ में अपने पिएच. डी का प्राप्त किया. जोलीना सिनानं रॉयल मेलबोर्न इंस्टिट्यूट ऑफ़ टेक्नोलॉजी (आरएमआईटी) में कुलपति (वाइस-चान्सेलर) के पोस्टडॉक्टोरल रिसर्च फेलो हैं. जुलिआनो स्पयेर, श्रीराम वेंकटरामन और सिन्यूअन वांग यूसीएल के मानवविज्ञान विभाग में पिएच.डी के उम्मीदवार हैं.

Why We Post

UCLPRESS

Free open access versions available from www.ucl.ac.uk/ucl-press

COVER DESIGN:
Rawshock design