



मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलांची मनोधारणा

प्रा. प्रमिला अधिकराव सुर्वे

श्रीमती आक्काताई रामगोंडा पाटील कन्या महाविद्यालय, इचलकरंजी.

Corresponding Author - प्रा. प्रमिला अधिकराव सुर्वे

DOI - 10.5281/zenodo.10953474

सारांश (Abstract) :

मालिका पाहणाऱ्या महिला व न पाहणाऱ्या महिलांच्या मनोधारणेचा अभ्यास करणे, सदर संशोधनाचा हेतू आहे. सदर हेतू साध्य करण्यासाठी अब्दुललाट गावांमधील मालिका पाहणाऱ्या 20 महिला व मालिका न पाहणाऱ्या 20 महिला असे एकूण 40 महिलांचा सहेतुक नमुना निवड पद्धतीने निवडण्यात आला. सदर नमुन्यातील माहिती संकलनासाठी कॅरोल डवेक यांची मनोधारणा चाचणी सोडून घेण्यात आली. प्राप्त माहितीनुसार मालिका पाहणाऱ्या महिलांपेक्षा मालिका न पाहणाऱ्या महिलांची मनोधारणा उच्च दिसून आली.

मुख्य शब्द (key words) : मनोधारणा, मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिला.

प्रस्तावना (Introduction) :

मनोधारणा व्याख्या :

एखाद्या व्यक्तीचा स्वतःबद्दल आपल्या आजूबाजूच्या लोकांबद्दल जगाबद्दल स्त्रिया बद्दल आपल्या वरिष्ठाबद्दल आपल्या अधीनस्थ कर्मचाऱ्याबद्दल आपल्या नैतिक ते बद्दल त्यांच्या नैतिकतेबद्दल एकूण त्यांच्या जीवनाविषयी त्यांच्या मनाचा जो कल असतो मनोधारणा म्हणतात.

मनोधारणेचा शोध 1900 च्या दशकात मानसशास्त्राचे प्राध्यापक पीटर यांच्या समवेत सुरू झाला यानंतर मनोधारणेच्या शोधात गोल विटझर यांचे कार्य उल्लेखनीय आहे गोल विटझर यांच्या

योगदानामध्ये मनोधारणा सिद्धांत आणि कृती टप्प्यांचा समावेश होत.

सामूहिक मनोधारणा :

सामूहिक मनोधारणेचे वर्णन हाचिंस कोमे इन द वॉर्ल्ड (1995) आणि सेंजे सचे नॉलेज इंटरनेट शिप इन युनिव्हर्सिटीज (2007) मध्ये केले आहे तसेच कोगणी युनिट किंवा कॉम्पिटिशनल सिस्टीम म्हणून नेविगेटर्स च्या टीमचे विश्लेषण करते सामूहिक मनोधारणा विद्यापीठाच्या धोरणाचा आणि सरावाचा भाग आहे.

निश्चित मनोधरणा वाढीचे मनोधरणा :

कॅरोल डवेक (१९९९) यांच्या मते व्यक्तींना क्षमता कुठून उद्भवते याविषयीच्या त्यांच्या मतानुसार एका स्थिरते पासून वाढीच्या मनोधरणेपर्यंत ठेवता येते एखाद्या व्यक्तीची मनोधरणा सराव आणि शिकण्याची प्रेरणा प्रभावित करते निश्चित मनोधरणा असलेल्या लोकांचा असा विश्वास आहे की बुद्धिमत्ता निश्चित आहे आणि क्षमता सुधारण्यासाठी फारसे काही केले जाऊ शकते तसेच हे अभिप्राय त्यांच्या अंतर निर्मित मूल्यमापन म्हणून पाहिला जातो वाढीची मनोधरणा असलेल्यांच्या असा विश्वास आहे की त्यांची क्षमता शिकून वाढवली जाऊ शकते त्यांच्यामध्ये आव्हाने स्वीकारण्याची प्रवृत्ती असते अभिप्राय आणि अपयश हे प्रयत्नातून विकसित होतात हे क्षमता सिग्नलिंग करण्याच्या संधी म्हणून पाठवले जाते.

मालिका म्हणजे काय ?

सामान्य मालिका शीर्षकासह टेलिव्हिजन प्रसारणासाठी तयार केलेल्या किंवा रुपांतरीत केलेल्या कार्यक्रमांचा समूह, सहसा विषय किंवा इतर मार्गाने एकमेकांशी संबंधित अनेकदा टेलिव्हिजन मालिका आठवड्यातून एकदा विहित वेळेच्या स्लॉट दरम्यान दिसतात? तथापि ते अधिक किंवा कमी वारंवारतेसह दिसू शकतात.

सोशल मीडिया माहिती (Social Media Information)

सोशल मीडिया एक असे साधन बनले आहे ज्याने बऱ्याच लोकांना एका रात्रभरात सुपर स्टार किंवा प्रसिद्ध बनवले आहे. याची ताजी उदाहरणे आपण दररोज पाहत असतो. विशेषतः न्यूज चॅनल्सवर कारण सोशल मीडियावर दररोज काही ना काही व्हिडिओ किंवा फोटो व्हायरल होत असतात. व्हिडिओ किंवा फोटो व्हायरल झाला की प्रसिद्ध होतो. असे बरेच लोक आहेत ज्यांना सोशल मीडियाने नाव आणि पैसे दोन्ही दिले आहेत.

आज प्रत्येक व्यक्ती 2 ते 3 तास आपला वेळ इंटरनेट चालवण्यासाठी आणि सोशल मीडिया वापरण्यासाठी घालवत असतो. तर अंदाज लावू शकता की इंटरनेट आणि सोशल मीडियाने आपले जीवन कसे बदलले आहे. सोशल मीडिया हे आजच्या आधुनिक युगात एक ऑनलाईन बाजारपेठ आणि व्यवसायाचे रूप बनले आहे. येथे जगभरातील लोक ऑनलाईन राहत असतात आणि दररोज येथे कोट्यावधी रुपयांचा व्यवसाय चालतो.

सोशल मीडिया म्हणजे काय?

इंटरनेट एक वर्चुअल जग आहे आणि सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क आहे. या विशाल नेटवर्कशी कनेक्ट होण्यासाठी आपल्याला इंटरनेट वापरणे आवश्यक आहे. जे आपल्याला जगभरातील लोकांशी कनेक्ट करते किंवा सोशल मीडिया हि अशी सेवा आहे जी इंटरनेटद्वारे चालू राहते. ज्याद्वारे आपण संपूर्ण जगाशी संपर्क साधू

शकतो आणि ते देखील कधीही कोठेही फक्त आपल्याला सोशल मीडियावर उपलब्ध असणे आवश्यक आहे. सोप्या शब्दात सांगायचे झाले तर सोशल मीडिया म्हणजे social communication द्वारे लोकांशी ऑनलाईन संपर्क साधणे. आत्ताचे युग हे डिजिटल ऑनलाईन चे असल्याने लोकं सोशल मीडिया चा वापर आपापसात संवाद-संपर्क किंवा कोणत्याही प्रकारच्या वस्तूची देवाण-घेवाण करण्यासाठी करताय.

आपल्यापैकी बऱ्याच लोकांचे मित्र किंवा नातेवाईक हे परदेशात सातासमुद्रापार असतात. त्यांच्याशी संवाद साधण्यासाठी सोशल मीडिया हे एक उपयुक्त साधन बनले आहे. लोकांना एकत्र जोडण्याचे काम करणाऱ्या वेबसाइटला सोशल मीडिया वेबसाइट म्हटले जाते ज्यावर कोणतीही व्यक्ती सहजपणे स्वतः चे प्रोफाइल डीपी तयार करू शकते.

सोशल मीडिया चे प्रकार :

आपल्याला तर माहितच असेल की, सोशल मीडिया चे क्षेत्र बरेच विस्तृत आहे. त्यामूळे सोशल मीडिया चे प्रकार देखील बरेच आहेत. काही महत्वाच्या सोशल मीडियाच्या प्रकार खालील प्रमाणे.

सोशल मीडियाच्या प्रकारांबद्दल सांगायचे झाले तर, यामध्ये सोशल नेटवर्क जसे की, व्हॉट्सअप फेसबुक, टेलिग्राम, ट्विटर, लिंकडइन, पिटरेस्ट हे प्रकार आहेत.

सोशल शेअरिंग नेटवर्क यामध्ये फोटो आणि व्हिडिओ वदारे लोकांनी आकर्षित करण्यासाठी यूट्यूब, इंस्टाग्राम, स्नैपचैट हे प्रकार आहेत.

सोशल मीडिया चे फायदे व तोटे :

सोशल मीडिया हे एक असे प्लॅटफॉर्म आहे ज्यावर संपूर्ण जगा- बरोबर कनेक्ट केले जाऊ शकते. पण याचा उपयोग करण्याचे बरेच फायदे आणि तोटे देखील आहेत ते खालील प्रमाणे.

सोशल मीडिया चे फायदे :

1. जर आपल्याकडे एखादा ब्रांड असेल आणि आपल्याला त्या ब्रांड चे मार्केटिंग करायचे असेल तर सोशल मीडिया मार्केटिंग एक चांगला प्लॅटफॉर्म आहे. यासारखा चांगला प्लॅटफॉर्म आपल्याला कुठेही मिळणार नाही.
2. आपल्याकडे लोकांची कमतरता असेल तर आपण सोशल मीडियाचा वापर करून लोकांना एकत्रित करू शकतो.
3. आपल्याकडे अशी काही कौशल्ये आहेत जी आपण आपल्या नावाने जगाला दाखवू इच्छित आहात. तर आपण सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म वरून सहजपणे करू शकतो. आजकाल बरेच लोक आपली कौशल्ये दाखवून प्रसिद्ध झाले आहेत.
4. याद्वारे आपण शिक्षण मिळवू शकतो.

5. आपण आपल्या देशात आणि परदेशात सोशल मीडियाच्या माध्यमातून नवीन मित्र बनू शकतो.
6. सोशल मिडियाचा उपयोग जाहिरातींसाठी आणि प्रोडक्ट ला प्रमोट करण्यासाठी केला जाऊ शकतो.
7. सोशल मीडियाच्या माध्यमातून आपण आपल्या मित्रांशी नेहमीच संपर्कात राहतो.
8. एका देशातून दुसऱ्या देशात असलेल्या लोकांशी संवाद साधण्यासाठी याचा उपयोग केला जातो.
9. याद्वारे आपण आपल्या व्यवसायाला वाढवू शकतो.
10. आपण सोशल मीडियाद्वारे घरी बसून पसे कमवू शकता.

सोशल मीडिया चे तोटे :

1. सोशल मीडियावर आपल्याला बऱ्याच प्रकारची चुकीची माहिती मिळते ज्यावर आपण सहज विश्वास करतो.
2. सोशल मीडियाच्या अत्यधिक वापरामुळे आपण व्यसनाधीन होऊ शकतो.
3. फेक खाते तयार करण्याची शक्यता अधिक वाढते.
4. येथे कोणताही अज्ञात आणि धोकादायक व्यक्ती आपल्या सर्व वैयक्तिक माहितीमध्ये प्रवेश मिळवू शकतो आणि ज्याचा नंतर ते चुकीचा वापर करू शकतो.

5. सोशल मीडियाचा वापर मोबाईल व संगणकावर होत असल्याने त्याचा आपल्या आरोग्यावर परिणाम होतो.
6. विद्यार्थी त्यांचा मौल्यवान वेळ सोशल मीडियावर वाया घालवतात जे त्यांच्या भविष्यासाठी बरोबर नसतो.
7. सोशल मीडियामुळे फसवणूक आणि हॅकिंग केली जावू शकतो.

सोशल मीडियाचे फायदे आणि तोटे दोन्ही आहेत. परंतु हे सर्व आपल्यावर अवलंबून आहे की आपण कश्या प्रकारे सोशल मीडियाचा वापर करत आहोत.

साहित्य आढावा :

एस कुप्प स्वामी यांनी (2010) सोशल साईटचा विद्यार्थ्यांच्या शिक्षणावर सकारात्मक व नकारात्मक प्रभाव पडतो असे सांगितले आहे तसेच सुमती सेहगल यांनी (2010) सोशल नेटवर्क साईटवरील संशोधनाचा वाढता समूह त्या दृष्टिकोनाला देखील समर्थन दिले. तसेच हिंदुजा एस आणि प्याचिन जे यांनी (2007) विद्यार्थी सोशल मीडियाचा किती वापर करतात ते सांगितले आहे.

हेतू:

मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलांच्या मनोधारेचे तुलनात्मक अभ्यास.

उद्दिष्टे :

मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलांचे मनोधारेणा अभ्यासणे.

अब्दुल लाट गावामधील २० मालिका पाहणाऱ्या व २० मालिका न पाहणाऱ्या असे एकूण ४० महिलांचा नमुना सहेतुक पद्धतीने निवडले. या संशोधनातील सर्व महिला 30-40 वयोगटातील आहेत.

सिद्धांत कल्पना:

मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलांच्या मध्ये मनोधारेणेबाबत फरक आढळत नाही.

२) मानसशास्त्रीय साधने -

सदर अभ्यासाकरिता कॅरोल डवेक यांनी विकसित केलेली मनोधारेणा चाचणी वापरली आहे . यामध्ये एकूण 20 विधाने असून प्रत्येक विधानाला चार पर्याय आहेत. जो पर्याय लागू पडतो त्यास (✓) असे चिन्ह करून आपले उत्तर नोंदवायचे आहे . या चाचणीची विश्वसनीयता 0.87 इतकी व यथार्थता 0.80 इतकी आहे.

परिवर्तके;

- स्वतंत्र परिवर्तक - मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिला
- परतंत्र परिवर्तक - मनोधारेणा

३) संख्याशास्त्रीय साधने -

प्रस्तुत संख्यांचे विश्लेषण करण्यासाठी मध्यमान, प्रमाण विचलन व टी मूल्ये संख्याशास्त्रीय साधनांचा वापर करण्यात आला आहे.

संशोधन कार्यपद्धती:**१) नमुना -**

मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलातील मनोधारेणाचा अभ्यास करण्यासाठी

फलिते आणि चर्चा (Result and Discussion) :

मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिलांच्या मध्ये मनोधारेणेबाबत मध्यमान, प्रमाण विचलन व टी मूल्य दर्शवणारा तक्ता :

घटक (Factor)	नमुना (Sample)	मध्यमान (Mean)	प्रमाण विचलन (SD)	भेदमूक्ती प्रमाण संख्या (df)	टी - मूल्य (t-value)	सार्थता पातळी (Significant level)
मालिका पाहणाऱ्या महिला	20	30.5	4.47	38	2.42	0.05 * पातळीवर सार्थ
मालिका न पाहणाऱ्या महिला	20	34.05	4.80			

(भेदमूक्ती प्रमाण संख्या (df) : 38, 0.05* पातळीवरील मूल्य 2.02 आणि 0.01** पातळीवरील मूल्य 2.70)

चर्चा:

मालिका पाहणाऱ्या वरून पाहणाऱ्या महिलांच्या बाबतीत पुढील प्रमाणे माहिती मिळाली मालिका पाहणाऱ्या 20 मालिकेच्या बाबतीत मध्यमान 30.5 व प्रमाण विचलन 4.47 इतका आला असून त्याचबरोबर मालिका न पाहणाऱ्या 20 महिलांचे मध्यमान 34.05 व प्रमाण विचलन 4.80 याची भेद मुक्ती प्रमाण संख्या 38 इतकी असून त्याची टी मूल्य 2.42 इतका आला आहे. म्हणजेच मालिका पाहणाऱ्या महिलांपेक्षा मालिका न पाहणाऱ्या महिलांची मनोधारणा उच्च दिसून आली असून सुरुवातीला मांडलेली सिद्धांत कल्पना या फलितांनी स्वीकारली नाही. सैद रझा, महम्मद युसुफ (2021) यांना देखील मालिका पाहणाऱ्यांच्यावर नकारात्मक प्रभाव दिसून आला.

निष्कर्ष :

मालिका पाहणाऱ्या महिलांपेक्षा मालिका न पाहणाऱ्या महिलांची मनोधारणा उच्च दिसून आली .

मर्यादा:

- 1) सदर संशोधन अब्दुल्लाट गावातील मालिका पाहणाऱ्या व न पाहणाऱ्या महिला यांच्या पुरताच मर्यादित आहे.
- 2) सदर संशोधनासाठी मर्यादित संख्याशास्त्रीय साधनांचा वापर केला आहे.
- 3) यापेक्षा मोठा नमुना घेतल्यास वेगळे निष्कर्ष येण्याची शक्यता आहे.

संदर्भसूची:

1. Dweck C. (2000). " Dweck's Theory of Mindset"
2. Dweck C. (2006). "Mindset Psychological Test"
3. Garret H. (2007), " Statistic in Psychology & Education" Agra: Surjeet Publication.
4. Sawant G. (2021). "Social media information in Marathi" Indian tech Marathi <https://www.indiantechmarathi.in/2021/02/what-is-social-media-in-marathi.html>