



भारतीय राजकारणात समाज माध्यमांची (सोशल मिडीया) भूमिका

डॉ. तक्षशील ना. सुटे

आनंद निकेतन महाविद्यालय

आनंदवन, वरोग, जि. चंद्रपूर

Communicated : 25.03.2022

Revision : 29.03.2022

Published : 02.05.2022

Accepted : 02.04.2022

सारांश :

आधुनिक काळात जवळपास सर्वच राज्यांनी लोकशाही शासनपध्दतीचा स्वीकार केलेला आहे. लोकशाही लोकांच्या सहभागावर अवलंबून असते. लोकांच्या जाणीवा परिपक्व व विकसित झाल्या तर लोकशाही अधिकाधिक बळकट होते. लोकशाहीत लोकांचा सहभाग अधिकाधिक वाढावा, जनजागृती व्हावी यासाठी प्रसार माध्यम मोलाची भूमिका पार पाडत असतात. म्हणूनच प्रसार माध्यमांना लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हटल्या जाते. दिवसेंदिवस प्रसार माध्यमांमध्ये मोठे बदल होत आहेत. याचा अर्थ जुणे प्रसारमाध्यम कालबाह्य झाले असे नाही. पण आज सर्वसामान्य माणसापासून राजकारणी नेत्यांपर्यंत सोशल मिडीयाचा प्रभाव दिसून येतो. जागतिकीकरणाच्या काळात झपाट्याने होत असलेल्या या बदल व प्रभावाला समजून घेणे गरजेचे आहे. लोकसंपर्कासाठी ही प्रसार माध्यमे उपयुक्त असली तरी सामाजिक संबंध व भावनांना कमकुवत करते. म्हणून नियंत्रणाशिवाय हे माध्यम कोणाचेच नाही. तेव्हा सोशल मिडीयाचा वापर करताना विधायक आणि विधातक या दोन्ही दृष्टीने समजून घेतला पाहिजे तरच लोकशाहीला बळ मिळेल.

प्रस्तावना :

प्रसार माध्यम हा लोकशाहीचा चौथा स्तंभ आहे. शासन-प्रशासनाचे निर्णय लोकांपर्यंत पोहोचविणे आणि लोकांच्या समस्या शासनाच्या लक्षात आणून देणे हे काम माध्यम प्रभावीपणे करित असतात. आज प्रिंट मिडीया-इलेक्ट्रॉनिक्स मिडीया ते सोशल मिडीया हा प्रवास अत्यंत वेगाने झालेला आहे. खेड्यापाड्यापर्यंत सोशल मिडीयाने लोकांच्या मनात आपले अस्तित्व निर्माण केले. सोशल मिडीयावर असणं ही आताच्या काळाची गरज बनली आहे. मग अशापरिस्थितीत राजकारणी नेतेमंडळी सोशल मिडीयापासून दूर राहू शकत नाही. राजकारणी नेत्यांना थेट लोकांपर्यंत पोहोचण्याचे साधे व सोपे माध्यम सोशल मिडीया झालेला आहे. सोशल मिडीया आजच्या राजकारणाचा गाभा बनला आहे. छोटा-मोठा प्रत्येकच राजकीय पक्ष सोशल मिडीयाचा वापर करून निवडणूकीच्या यशाचे स्वप्न रंगवितांना दिसून येतो. अशावेळी सोशल मिडीयाला वगळून भारतीय राजकारणाचा अभ्यास करणे शक्य नाही.

माध्यमांमध्ये बदल व विकास :-

राजकारणी नेत्यांचे प्रसार माध्यमांशी जवळचे नाते आहे. १९६० च्या दशकात सुध्दा मुख्य राजकीय नेते प्रसार माध्यमांचा वापर करित होते. तत्कालीन राजकीय नेते पत्र लिहून मतदारांशी संपर्क साधत होते. पुढे वर्तमानपत्रातून आपली भूमिका मांडू लागले. आता पत्राची जागा समाजमाध्यमांनी घेतली. शहरापासून ते

गावखेड्यापर्यंत, वाडी-वस्तीपर्यंतच्या मतदारापर्यंत प्रचार व संपर्काचे महत्वाचे माध्यम सोशल मिडीया झालेला आहे. राष्ट्रीय पक्षापासून प्रादेशिक व स्थानिक पक्षसुध्दा सोशल मिडीयाकडे वळलेला दिसून येतो.

साधारणतः २००४-०५ च्या दरम्यान अमेरिकेतील सिनेट निवडणूकीत कॉलिफोर्नियामध्ये सर्वप्रथम फेसबुकचा वापर सुरू झाला. फेसबुकनंतर वाट्सअप, ट्विटर, इंस्टाग्रॅम, युट्युब असे सोशल मिडीयाचे नव-नवीन व आकर्षक माध्यम जगासमोर आले. भारतात २००८ पासून फेसबुकचा वापर सुरू झाला. अर्थात इंटरनेट वगैरे आधी होते. पण जनसामान्यांच्या वापरात फारसे नव्हते. पण फेसबुक आले आणि जनसामान्यांपर्यंत पोहोचू लागले. पुढे वाट्सअपच्या आगमनाने तर लोकांना एकमेकांशी अधिकच जवळ केले. 'कर लो दुनिया मुझीमें' असे म्हणत २०११ पर्यंत, जग एक लहानशे खेडे बनल्यासारखे मोबाईलच्या छोटयाशा स्क्रिनवर दिसू लागले. भौतिक संस्कृतीबरोबर आभासी संस्कृतीच्या प्रभावाने लोक मनोमन आनंदीत होत गेले. २०११ च्या 'लोकपाल मागणी आंदोलनात 'मै भी अन्ना.....' म्हणत सोशल मिडीयाने भारतीय राजकारणाला पूर्णपणे आपल्या कवेत घेतले. त्याचा परिणाम २०१४ च्या लोकसभा निवडणूकीत दिसून आला. पुढे ज्या-ज्या राजकीय पक्षाने शिताफीने या सोशल मिडीयाच्या माध्यमांचा वापर केला त्या-त्या राजकीय पक्षाला राजकारणात फायदा झालेला दिसून येतो. आज भारतात ७० कोटी लोक फोन वापरतात. त्यातील २५

कोटी किंवा त्यापेक्षा अधिक स्मार्ट फोन वापरतात. फेसबुक, वाट्सअप वापरणाऱ्यांची संख्या वाढतच चालली आहे. आज भारतीय सोशल मीडियाने अमेरिकेइतका अवकाश व्यापला आहे.

सोशल मीडियाचे यश—अपयश :-

सोशल मीडियावर असणं ही आताच्या काळाची गरज बनली आहे. तिथ नसणं म्हणजे काळाबरोबर नसल्याचे लक्षण मानले जाते. खेळ, मनोरंजनापासून देशा—विदेशातील घटना सोशल मीडियातून प्रसारित होतात. त्यामुळे ही समाज माध्यम समाजाचा आरसा बनलेली आहेत. समाजात ज्या—ज्या गोष्टी असतात त्या—त्या गोष्टी राजकीय नेतेमंडळी स्वीकारतात. म्हणून समाज माध्यम उपयोगी असो वा उपद्रवी, त्याचा प्रभाव असल्याने संपूर्ण राजकारण समाज माध्यमांभोवती फिरते. ही माध्यम एखादी 'ट्रेंड' (कल) निर्माण करते. त्याआधारे परस्परविरोधी मत लोकांपर्यंत पोहचवून आपला ठसा उमटविण्याचा प्रयत्न करते. एखाद्या घटनेचे सर्वप्रथम ज्यांनी 'हॅशटॅग' केले, तो लोकसंमती मिळवितो. खरे असो वा खोटे पण एखादा बातमीने घर केले की मानसिकतेत घट्टपणे रूतून बसते. २०११ मध्ये भारतात सुरू झालेल्या भ्रष्टाचार विरोधी आंदोलनाने तत्कालीन सरकार बदलविण्याचा मानस जनतेत रूजला आणि २०१४ ला सरकार बदलले. कॅमेरा व व्हिडिओमध्ये जे दिसते त्याला खर मानल्या जाते. अर्थात, ते खरं आणि खोटे दोन्हीही शक्यता असू शकतात. पण जे घडतं ते सांगण्यात सोशल मीडिया कमालीचा यशस्वी झाला आहे. महत्वाचे म्हणजे उपयोगापेक्षा उपद्रवी राजकारणासाठी सोशल मीडियाला सहजपणे वापर होतांना दिसून येतो. मॉबिलिचिंग, जाती—धर्माचे ध्वनीकरण, बदनामी, दोषारोपण, अंधश्रद्धा इत्यादी संकुचित भावना तयार करण्यासाठी आजचे समाजमाध्यम मोठया प्रमाणात वापरले जातात. अर्थात, 'फेक न्युज व पेड न्युज' उघड होईपर्यंत बातम्यांनी आपले ठरविलेले लक्ष गाठलेले असते. त्यामुळे 'भीक नको पण कुत्रा आवर' अशी थोडीफार स्थिती आजच्या राजकारण व मीडियाची झालेली आहे.

असे असले तरी, सोशल मीडियाचे राजकारणात महत्व वाढण्याचे कारण म्हणजे हे माध्यम लोकांच्या संपर्कात राहण्यासाठी सहज—सोपे आहे. राजकीय नेत्यांना आपले समर्थक व कार्यकर्ते वेगवेगळ्या पध्दतीने संपर्कात ठेवणे गरजेचे असते. त्याशिवाय संघटनात्मक राजकारणातील अधिमान्यता कायम ठेवता येत नाही. म्हणूनच सोशल मीडियाचा वापर करून क्षणात किंवा कमीत—कमी वेळात अधिकाधिक समर्थकांपर्यंत पोहचून

वरपासून—खालीपर्यंत संगठनात्मक बांधणी आणि पकड घट्ट केल्या जाते.

समारोप :-

जनसंपर्क, जनजागृती, प्रबोधन, लोकशिक्षण, निवडणूक, राजकीय पक्ष बांधणी, नेतृत्व विकास, नेतृत्व बदल इत्यादी सर्वच सामाजिक व राजकीय अंगाने समाजमाध्यमांची भूमिका महत्वाची आहे. आजच्या काळात या माध्यमांना टाळता व नाकारता येत नाही पण सोशल मीडिया (समाज माध्यम) यांना हाताळताना पुढील महत्वाच्या खबरदाऱ्या घेतल्या पाहिजे.

१) नियंत्रणाअभावी हे माध्यम कोणचेच नाही. त्यामुळे माध्यमांची विश्वासार्हता अडगळीत सापडली आहे, हे समजणे गरजेचे आहे.

२) या माध्यमांमध्ये आभासीपणा अधिक आहे.

३) व्यक्त होण्याचे माध्यम नव्हते तेव्हा माणसे संयमी होती आता मात्र उतावळी, ऊत्साही व उपद्रवी झालेली आहेत असे दिसून येते.

४) हे माध्यम गतीशील व व्यापक आहेत. ज्या गतीने एखाद्याला उंचीवर नेते, त्याच गतीने खालीसुद्धा खेचते.

५) या माध्यमांची सवय व संगत वेळखाऊ व खर्चिक आहे. पण परवडण्यासारखे नसले तरीही जगासोबत राहण्यासाठी आवश्यक आहे.

६) फेसबुकवर व्यक्त झालेल्या एखाद्या 'लाईक' कॉमेंटचा नेमका अर्थ कसा असेल हे सांगणे कठीन आहे.

७) लोकसंपर्कासाठी उपयुक्त असले तरी लोकाभिमुख लोकशाहीच्या नावाने सोशल मीडिया सामाजिक संबंधांना कमकुवत करतो.

८) गोपाळकृष्ण अग्रवाल यांच्या मते, 'फेक न्युज आजच्या काळातल मोठं आव्हान आहे.

वरील सर्व धोके लक्षात घेऊन काळासोबत गतीमान राहण्यासाठी, समाज व राजकारण विधायक बनविण्यासाठी सोशल मीडिया मानसाचा सखा—सारथी झाला पाहिजे. शेवटी प्रसार माध्यम लोकशाहीचा एक महत्वाचा स्तंभ आहे. त्यामुळे तो लोकशाहीला मजबूत करणारा ठरावा.

संदर्भ :

सुहास पळशीकर — 'राजकारणाचा ताळेबंद'

साधना प्रकाशन तृतीय आवृत्ती २०१७
डॉ. बाळ ज. बोडे पाटील — 'राजकारण आणि माध्यमे'

विश्वकर्मा पब्लिकेशन. पुणे

<https://www.aksharnama.com>

maharashtratimes.com