

समाजमाध्यमे आणि निवडणुका

प्रा.विश्वनाथ पांडुरंग चौगले सहाय्यक प्राध्यापक, सदाशिवराव मंडलिक महाविद्यालय, मुर्गूड.

गोष्टवारा

समाज माध्यमे आणि निवडणुका यांचा परस्परसंबंध हा आधुनिक राजकीय प्रक्रियेत अत्यंत महत्त्वाचा ठरला आहे. समाज माध्यमे केवळ संवादाचे साधन राहिली नसून ती प्रचार, जनमत निर्मिती आणि निवडणुकीच्या रणनीतीचा अविभाज्य भाग बनली आहेत. या शोध निबंधात समाज माध्यमांचा निवडणूक प्रक्रियेवर होणाऱ्या प्रभावाचा सखोल अभ्यास करण्यात आला आहे. संशोधन समस्येच्या आधारे समाज माध्यमे निवडणुकीसाठी कशा प्रकारे प्रभावी ठरतात, त्यांचा प्रचारासाठी वापर कसा केला जातो, तसेच फेक न्यूज आणि ट्रोलिंगमुळे होणारे संभाव्य धोके यावर विचार करण्यात आला आहे. संशोधनाच्या माध्यमातून असे दिसून आले की डिजिटल प्रचार, डेटा विश्लेषण आणि समाज माध्यमांवरील जाहिराती यामुळे निवडणुकीच्या प्रचाराचे स्वरूप पूर्णतः बदलले आहे. राजकीय पक्ष आणि उमेदवार मतदारांपर्यंत थेट पोहोचण्यासाठी फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब आणि व्हॉट्सअप यांसारख्या प्लॅटफॉर्मचा मोठ्या प्रमाणावर वापर करतात. तथापि, समाज माध्यमांवरील फेक न्यूज, दिशाभूल करणारी माहिती आणि ट्रोलिंग यामुळे निवडणुकीच्या प्रक्रियेत पारदर्शकतेचा अभाव निर्माण होऊ शकतो. त्यामुळे या माध्यमांवर अधिक जबाबदारीने आणि नियंत्रित पद्धतीने प्रचार करणे आवश्यक आहे. एकंदरीत, समाज माध्यमे निवडणूक प्रक्रियेस बळकटी देतात, मात्र त्यांचा अतिरेक किंवा गैरवापर झाल्यास लोकशाही व्यवस्थेस धोका निर्माण होऊ शकतो. म्हणूनच, समाज माध्यमांवरील निवडणूक प्रचार हा नैतिकतेच्या आणि कायदेशीर चौकटीत राहून केला जाणे अत्यावश्यक आहे.

बीजसंज्ञा

लोकशाही (Democracy), निवडणुका (Elections), समाजमाध्यमे (Social Media), राजकीय प्रचार (Political Campaigns), फेक न्यूज (Fake News), डेटा सुरक्षा (Data Privacy), जनमत (Public Opinion), सामाजिक ध्रुवीकरण (Social Polarization), नियमन (Regulation), डिजिटल तंत्रज्ञान (Digital Technology).

प्रस्तावना

लोकशाही व्यवस्थेत निवडणुका या अत्यंत महत्त्वाच्या असतात, कारण त्या लोकांच्या सहभागावर आधारलेल्या असतात. भारतासारख्या विशाल आणि विविधतेने नटलेल्या देशात निवडणुकीच्या प्रक्रियेत जनतेचे मत प्रभावी ठरण्यासाठी प्रचार आणि संवाद महत्त्वाचा ठरतो. परंपरागत प्रचार माध्यमे जसे की वृत्तपत्रे, रेडिओ, दूरदर्शन, आणि सभा यांचा वापर दीर्घकाळ होत होता. मात्र, तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे आणि इंटरनेटच्या प्रसारामुळे समाज माध्यमांनी (सोशल मीडिया) या प्रक्रियेत महत्त्वाची भूमिका बजावली आहे. फेसबुक, ट्विटर, व्हॉट्सअप, इन्स्टाग्राम आणि यूट्यूब यांसारखी समाज माध्यमे निवडणुकीच्या प्रचारासाठी प्रभावी साधने बनली आहेत. या माध्यमांमुळे राजकीय पक्ष आणि नेते मतदारांशी थेट संवाद साधू शकतात. शिवाय, समाज माध्यमांवरून जनमताचा अंदाज घेता येतो, प्रचार मोहिमा आखता येतात आणि मोठ्या प्रमाणावर लोकांपर्यंत संदेश पोहोचवता येतो. परंतु, समाज माध्यमांचा प्रभाव केवळ सकारात्मकच नसतो. अनेकदा फेक न्यूज, दिशाभूल करणारी माहिती, ट्रोलिंग, आणि राजकीय ध्रुवीकरण यामुळे समाज माध्यमांचा गैरवापरही होतो. त्यामुळे समाज माध्यमे लोकशाहीस बळकटी देतात, की तिला कमजोर करतात, हा प्रश्न उपस्थित होतो. हा शोध निबंध भारतीय निवडणुकीतील समाज माध्यमांचा वाढता प्रभाव, त्याचे फायदे आणि तोटे, तसेच भविष्यातील सुधारणा यांचा सखोल अभ्यास करतो. समाज माध्यमांचा योग्य वापर केल्यास लोकशाही अधिक सक्षम होऊ शकते, मात्र त्याच्या अतिरेकामुळे निवडणुकीच्या प्रक्रियेत विकृती निर्माण होऊ शकते. त्यामुळे समाज माध्यमांचा संतुलित आणि जबाबदारीने उपयोग होण्याची गरज आहे.

संशोधन समस्या

भारतीय निवडणुकीत समाज माध्यमांचा प्रभाव वेगाने वाढत आहे. प्रचार, जनमतनिर्मिती, आणि मतदारांपर्यंत पोहोचण्यासाठी फेसबुक, ट्विटर, व्हॉट्सअप, यूट्यूब यांसारख्या डिजिटल प्लॅटफॉर्मचा मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जातो. तथापि, फेक न्यूज, दिशाभूल करणारी माहिती, ट्रोलिंग, आणि डेटा गोपनीयतेचे उल्लंघन यामुळे लोकशाही प्रक्रियेस धोका निर्माण होऊ शकतो. यामुळे पुढील संशोधन प्रश्न निर्माण होतात.

1. समाजमाध्यमे भारतीय निवडणुकीच्या प्रचारात किती प्रभावी आहेत?

2. मतदारांच्या निर्णय प्रक्रियेत सोशल मीडियाचा काय आणि किती प्रभाव पडतो?
3. फेक न्यूज आणि चुकीच्या माहितीचा मतदानाच्या निर्णयावर कसा परिणाम होतो?
4. समाज माध्यमांवरील निवडणूक प्रचारावर नियंत्रण ठेवण्यासाठी कोणत्या नियामक उपाययोजना आवश्यक आहेत?

संशोधनाची उद्दिष्टे

समाज माध्यमे आणि निवडणुका या विषयावर संशोधन करताना खालील उद्दिष्टे निश्चित करण्यात आली आहेत:

1. समाज माध्यमांचा निवडणुकीतील वाढता प्रभाव समजून घेणे
2. राजकीय पक्ष आणि उमेदवार समाज माध्यमांचा कसा वापर करतात, याचे विश्लेषण करणे
3. मतदारांवर समाज माध्यमांचा प्रभाव ओळखणे
4. फेक न्यूज आणि दिशाभूल करणाऱ्या प्रचाराचे परिणाम तपासणे

गृहीतके

1. समाज माध्यमांचा प्रभाव निवडणूक प्रचारावर मोठ्या प्रमाणात पडतो.
2. डिजिटल प्रचारामुळे पारंपरिक प्रचाराच्या तुलनेत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचता येते.
3. समाज माध्यमांमुळे मतदारांचे निर्णय प्रभावित होतात
4. फेक न्यूज आणि ट्रोलिंगमुळे निवडणुकीची प्रक्रिया गढूळ होते.

संशोधन पद्धती

या संशोधनासाठी दुय्यम संशोधन पद्धती वापरण्यात येईल. द्वितीयक माहितीसाठी संशोधन पत्रे, वृत्तपत्रे, शासकीय अहवाल आणि प्रसारमाध्यम विश्लेषण वापरले जाईल. टीव्ही, रेडिओ, वृत्तपत्रे आणि समाज माध्यमे यांचा प्रचारातील प्रभाव तुलनात्मक दृष्टिकोनातून तपासला जाईल. गोळा केलेल्या माहितीचे गुणात्मक आणि सांख्यिकीय विश्लेषण करून निष्कर्ष काढले जातील, जे प्रसार माध्यमांच्या निवडणूक प्रक्रियेतल्या भूमिकेचा व्यापक आढावा देतील.

विषय मांडणी

आधुनिक युग हे माहिती तंत्रज्ञानाचे युग आहे. माहिती तंत्रज्ञानाच्या प्रभावापासून समाजातील कोणतेही क्षेत्र सुटलेले नाही. निवडणुकांवरही येथील माहिती तंत्रज्ञानाचा प्रभाव पडलेला दिसून येतो. माध्यम हाच संदेश हा मॅकलोहान यांचा संदेश वास्तवात येत आहे हे, आपल्या लक्षात येत आहे. एकविसाव्या शतकात इंटरनेट आणि माहिती तंत्रज्ञानाच्या प्रसारामुळे तंत्रज्ञानाला महत्त्व प्राप्त झाले आहे भारतासारख्या सर्वात मोठ्या लोकशाही देशात शंभर कोटीपेक्षा जास्त मोबाईल धारक आहेत आणि त्यातील जवळपास ८०% हून अधिक लोक सोशल मीडियाचा वापर करतात म्हणजेच जवळपास ६० टक्क्याहून अधिक मतदारांवर सोशल मीडियाचा प्रभाव दिसून येत आहे. भारताच्या राजकारणात काही प्रमाणात सोशल मीडियाचा वापर तसे पाहायला गेलं तर सर्वप्रथम माजी पंतप्रधान पंतप्रधान अटल बिहारी वाजपेयी यांच्या मंत्रिमंडळातील तत्कालीन माहिती तंत्रज्ञान मंत्री प्रमोद महाजन यांनी शायनिंग इंडियाची घोषणा करून सर्वप्रथम केला, असे आपल्या लक्षात येईल. पण ती भारतीय राजकारणातील सोशल मीडियाची सुरुवात होती असे म्हणावे लागेल पण ती फारशी यशस्वी झाल्याचे दिसून येत नाही. भारतामध्ये खऱ्या अर्थाने सोशल मीडियाचा प्रभावी वापर अण्णा हजारे यांच्या नेतृत्वाखालील करप्शन आग्रेस्ट इंडिया या सामाजिक चळवळीत अरविंद केजरीवाल आणि त्यांच्या सहकाऱ्यांनी मोठ्या प्रमाणात केला आणि नंतर अरविंद केजरीवाल यांच्याच आम आदमी पक्षाने दिल्ली विधानसभा निवडणुकीत सोशल मीडियाचा प्रभावितपणे वापर करून निवडणुकीत यश संपादन केले २०१४ च्या लोकसभा निवडणुकीत भारतीय जनता पक्षाने नरेंद्र मोदी यांच्या नेतृत्वाखाली सोशल मीडियाचा प्रभावीपणे वापर करून निवडणुकीत हे संपादन केले. मोदी यांची प्रतिमा पंतप्रधान बनण्यापूर्वी विकास पुरुष म्हणून निर्माण करण्यात सोशल मीडियाचा मोठा हातभार होता. भारतीय जनता पक्षाला निवडणुकीत मिळालेल्या यशामुळे देशातील इतर पक्षांनी देखील मीडियाचा वापर करण्यास सुरुवात केली कारण सोशल मीडियाच्या माध्यमातून देशातील कोणत्याही कोपऱ्यातून राजकीय पक्ष आणि नेत्यांना जनतेशी थेट संपर्क साधता येतो सोशल मीडियाच्या वाढत्या प्रभावामुळे सर्वच पक्षांनी हायटेक प्रचारासाठी आयटी तज्ञांच्या टीम सज्ज केल्या पक्षाच्या निवडणूक प्रचाराचे नियोजन करण्यासाठी मोठमोठ्या कंपन्यांची मदत घेतली पक्षाच्या घोषणा, धोरणे आणि प्रचार यंत्रणेचे नियोजन कंपन्यांच्या मदतीने होऊ लागले तसेच आपल्या पक्षाच्या नेत्याची व पक्षाची प्रतिमा उंचावण्यासाठी तज्ञांची मदत घेतली उदा. प्रशांत किशोर यांच्यासारख्या राजकीय नीती तज्ञांचा वापर करून सोशल मीडियाच्या माध्यमातून नेत्याची व पक्षाची प्रतिमा प्रत्यक्षाहून सुंदर प्रतिमा विकसित केली जाऊ लागली राष्ट्रीय नेते ज्या ज्या भागात जातात तेथील इतिहास,

भाषा, प्रमुख मुद्दे इत्यादींचे टिप्पणी काढून भाषणे तयार करून दिली जाऊ लागली. ज्या त्या भागात तेथील बोली भाषेत बोलून जनतेशी जवळीक साधण्याचा प्रयत्न केला जाऊ लागला. सोशल मीडियाचे महत्त्व लक्षात घेऊन राजकीय पक्षांनी आपल्या कार्यालयात स्वतंत्र सोशल मीडिया कक्ष निर्माण केले या कक्षात पगारी आणि स्वयंसेवक लोकांची नियुक्ती केली जाऊ लागली हे लोक पक्षाची भूमिका जनतेसमोर मांडण्याचे काम करतात त्याचबरोबर पक्ष विरोधी किंवा पक्षाची प्रतिमा मलिन करणाऱ्या व्यक्ती आणि गटाला ट्रोल् करण्याचे काम ते करतात निवडणुकीच्या विषय पत्रिकेवर सोशल मीडियाने ताबा मिळवला कारण निवडणुकीच्या काळात सोशल मीडियाचा वापर करणे सोपे व कमी खर्चिक असल्याने सर्वच पक्ष त्याचा वापर करू लागले या माध्यमामुळे लोकांकडे प्रत्यक्ष न पोचताही संपर्क साधता येतो भारतासारख्या आकाराने विशाल आणि मोठे मतदार संघ असलेल्या देशात मतदारापर्यंत पोहोचण्यासाठी सोशल मीडिया हे फार मोठे माध्यम राजकीय पक्षांना प्राप्त झाले ते आपली भूमिका चांगल्या पद्धतीने लोकांपुढे मांडू शकतात सोशल मीडिया हा राजकीय पक्ष आणि नागरिक यांना जोडणारा दुवा किंवा मध्यस्थ बनला सोशल मीडियामुळे जगातील कानाकोपऱ्यातील बातम्या व्हिडिओज फोटोग्राफ आणि संदेशांची वेगवान पद्धतीने देवाण-घेवाण होत असल्याने ही माध्यमे राजकीय जागृतीसाठी उपकारक बनले आहेत या माध्यमातून प्रसारित होणाऱ्या संदेशावर प्रतिक्रिया नोंदवण्याची सोय असल्यामुळे जनता मोठ्या प्रमाणात प्रतिक्रिया नोंदवू लागली याचा फायदा राजकीय पक्ष आणि नेत्यांना होऊ लागला जनतेच्या मनातील भावना त्यांना सहज समजून लागल्या त्यातून राजकीय निर्णय घेणे सोपे होऊ लागले व उपाययोजना करणे ही सोपी झाले यातूनच लोकमतची मोठी घुसळण होऊन राजकीय जानिवा आणि प्रतिके निर्मितीचा आधुनिक काळात सोशल मीडिया हा मोठा वाटा उचलत आहे सोशल मीडियामुळे जनतेला कान आणि डोळे लाभले आहेत कारण या माध्यमातून जनतेला लगेचच माहिती प्राप्त होत असते. ती माहिती जनतेला राजकीय निर्णय घेण्यास हातभार लावत असते अर्थात सोशल मीडियाचे अनेक फायदे आहेत सोबत प्रचंड तोटे देखील आहेत सायबर गुन्हा वाढ नियंत्रण नसलेली प्रचार यंत्रणा आभासी जगाची निर्मिती वैयक्तिक जीवनावर आक्रमण खोट्या माहितीचा प्रसार फेक माहिती मुळे होणारी हिंसा व दंगे इत्यादी दोष आहेत. आधुनिक काळात सामाजिक व राजकीय चळवळीचा अवकाश डिजिटल माध्यमाने व्यापला आहे समाज माध्यमे राजकीय पक्षांची गरज बनली आहे मतदारांना संघटित करण्यासाठी प्रचार आणि संपर्काचे साधन म्हणून ओळखला जाऊ लागला आहे आभासी आणि भौतिक या दोन प्रकारच्या संस्कृतीचा समाज माध्यमातून विकास होऊ लागला म्हणून समाज माध्यम आज निवडणूक मध्ये प्रभावी ठरू लागला आहे .

समाज माध्यमे आणि निवडणुकीतील भूमिका समाज माध्यमे माहिती प्रसाराचे प्रभावी साधन असून ती निवडणुकीत प्रचार, जनमतनिर्मिती, राजकीय संवाद आणि मतदान निर्णय प्रक्रियेत महत्त्वाची भूमिका बजावतात. १) थेट संवाद आणि जनमत निर्मिती उमेदवार आणि राजकीय पक्ष समाज माध्यमांचा वापर करून मतदारांशी थेट संवाद साधू शकतात. फेसबुक लाईव्ह, ट्विटर स्पेस आणि यूट्यूब व्हिडिओद्वारे उमेदवार स्वतःची भूमिका मांडतात. मतदारांच्या प्रतिक्रियांमधून राजकीय पक्ष आपली रणनीती ठरवतात.

२) निवडणूक प्रचार आणि जाहिराती डिजिटल जाहिरातींच्या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणावर प्रचार केला जातो. फेसबुक आणि गुगल अॅड्सद्वारे विशिष्ट मतदार समूहांना लक्ष्य केले जाते. व्हॉट्सअप आणि टेलिग्रामच्या माध्यमातून प्रचार संदेश मोठ्या प्रमाणावर पसरवले जातात.

३) राजकीय ट्रेंड आणि व्हायरल प्रचार ट्विटरवरील हॅशटॅग ट्रेंड्स प्रचाराचे प्रभावी माध्यम बनले आहेत. मीम्स, व्हिडिओ क्लिप्स आणि व्यंगचित्रे यांचा उपयोग करून विरोधकांवर टीका केली जाते. काही मुद्द्यांना व्हायरल करून जनमत दिशाहीन करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

समाज माध्यमांचा मतदानाच्या निर्णय प्रक्रियेवरील प्रभाव

१) माहिती आणि मतदारशिक्षण

मतदारांना निवडणूक प्रक्रियेबद्दल माहिती मिळते, जसे की मतदान केंद्र, वेळापत्रक, आणि उमेदवारांची पार्श्वभूमी. राजकीय पक्षांच्या जाहीरनाम्यांवरील चर्चा लोकांपर्यंत पोहोचते.

२) फेक न्यूज आणि दिशाभूल करणारी माहिती

समाज माध्यमांवर चुकीची माहिती मोठ्या प्रमाणावर प्रसारित केली जाते, ज्यामुळे मतदार गोंधळात. फोटोशॉप केलेले फोटो, बनावट व्हिडिओ आणि खोट्या बातम्यांचा वापर करून प्रचार केला जातो. विरोधी पक्षांबाबत चुकीच्या अफवा पसरवल्या जातात.

३) ट्रोलिंग आणि राजकीय धुवीकरण विरोधकांवर सोशल मीडियावर ट्रोलिंग करून त्यांची प्रतिमा मलीन करण्याचा प्रयत्न होतो. समाज माध्यमांमुळे राजकीय पक्षांमध्ये धुवीकरण वाढते आणि मतदारांमध्ये फूट पाडली जाते. विशिष्ट गटांना लक्ष्य करून सामाजिक आणि धार्मिक मुद्दे पुढे आणले जातात.

समाज माध्यमांवर नियंत्रण आणि कायदे

१) निवडणूक आयोग आणि सोशल मीडिया नियमन

भारतीय निवडणूक आयोगाने सोशल मीडियावर आचारसंहिता लागू केली आहे. फेक न्यूज रोखण्यासाठी सोशल मीडिया कंपन्यांना उपाययोजना करण्यास भाग पाडले जाते.

२) समाज माध्यम कंपन्यांची जबाबदारी फेसबुक, ट्विटर आणि गुगल यांसारख्या कंपन्यांनी दिशाभूल करणाऱ्या जाहिराती रोखण्यासाठी पावले उचलली आहेत. राजकीय जाहिरातीसाठी ओपन डेटाबेस ठेवला जातो, जेणेकरून पारदर्शकता राहील.

समाज माध्यमांचा निवडणुकीतील सकारात्मक आणि नकारात्मक परिणाम

सकारात्मक परिणाम

१. लोकशाही बळकट होते: मतदारांना माहिती मिळाल्याने ते सुज्ञ निर्णय घेऊ शकतात.
२. नेत्यांशी थेट संपर्क: उमेदवार थेट जनतेशी संवाद साधू शकतात.
३. जलद आणि व्यापक प्रचार: कमी वेळात मोठ्या प्रमाणावर प्रचार करता येतो.

नकारात्मक परिणाम

१. फेक न्यूज आणि दिशाभूल करणारा प्रचार: मतदार चुकीच्या माहितीच्या आहारी जाऊ शकतात.
२. ट्रोलिंग आणि राजकीय वैर: समाज माध्यमांवर राजकीय आरोप-प्रत्यारोप आणि ट्रोलिंग वाढते.
३. डेटा गुप्ततेचा प्रश्न: मतदारांच्या माहितीचा गैरवापर होण्याची शक्यता असते.

समाज माध्यमे विरुद्ध पारंपरिक माध्यमे

घटक	समाज माध्यमे	पारंपरिक माध्यमे
वेग	जलद आणि तत्काळ माहिती	तुलनेने धीमे
परस्परसंवाद	थेट संवादाची संधी	एकतर्फी माहिती
पडताळणी	फेक न्यूजची शक्यता जास्त	विश्वासाहता अधिक
पोहोच	मोठ्या प्रमाणावर, आंतरराष्ट्रीय स्तरावर	प्रादेशिक/ देशांतर्गत

समाज माध्यमे लोकशाही प्रक्रियेत मोठा बदल घडवत आहेत. ते माहिती आणि प्रचाराचे प्रभावी माध्यम असले तरी त्याचा जबाबदारीने आणि योग्य प्रकारे वापर होणे आवश्यक आहे. फेक न्यूज आणि दिशाभूल टाळण्यासाठी मतदारांनी सजग राहणे गरजेचे आहे. सरकार आणि तंत्रज्ञान कंपन्यांनी निवडणूक प्रक्रियेतील समाज माध्यमांच्या वापरावर योग्य नियंत्रण ठेवण्याची गरज आहे, जेणेकरून लोकशाही प्रक्रिया पारदर्शक आणि विश्वासाहता राहील.

निष्कर्ष

समाज माध्यमे (Social Media) आता भारतीय निवडणूक प्रक्रियेत महत्त्वाचा घटक बनली आहेत. फेसबुक, ट्विटर, व्हॉट्सअप, यूट्यूब आणि इन्स्टाग्राम यांसारख्या प्लॅटफॉर्मचा वापर राजकीय पक्ष, उमेदवार आणि मतदार सर्वच मोठ्या प्रमाणावर करतात. या माध्यमांमुळे प्रचार अधिक गतिमान, सुलभ आणि व्यापक झाला आहे. डिजिटल प्रचारामुळे मतदारांना निवडणुकीशी संबंधित माहिती जलद मिळते, तर उमेदवारांना थेट जनतेशी संवाद साधता येतो.

परंतु, समाज माध्यमांचा अतिरेकी आणि अनियंत्रित वापर अनेक आव्हाने निर्माण करतो. फेक न्यूज, दिशाभूल करणारा प्रचार, ट्रोलिंग आणि डेटा गुप्ततेचे उल्लंघन यामुळे मतदारांच्या निर्णय प्रक्रियेवर विपरीत परिणाम होतो. सोशल मीडियावरील व्हायरल ट्रेंड आणि राजकीय धुवीकरण लोकशाही प्रक्रियेसाठी धोका ठरू शकतो.

यामुळेच समाज माध्यमांवरील राजकीय प्रचार अधिक पारदर्शक होण्यासाठी कठोर नियम आवश्यक आहेत. निवडणूक आयोगाने सोशल मीडिया प्रचारावर अधिक नियंत्रण ठेवावे, कंपन्यांनी फेक न्यूज रोखण्यासाठी उपाययोजना कराव्यात आणि नागरिकांनी माहिती पडताळून पाहून मतदानाचा निर्णय घ्यावा. "समाज माध्यमांचा योग्य वापर लोकशाहीसाठी हितकारक ठरतो, तर गैरवापर हा लोकशाहीसाठी घातक ठरू शकतो."

संदर्भग्रंथ सूची

- १) बाळ जे मोठे पाटील, राजकारण आणि माध्यमे, विश्वकर्मा प्रकाशन, २०१९.
- २) रा.ना.वाटोळ, सामाजिक संशोधन तत्वे पद्धती, मंगेश प्रकाशन, नागपूर, २००३.
- ३) भा.ल.भोळे, भारताचे शासन आणि राजकारण, पिंपळापुरे प्रकाशन, नागपूर, २०११.
- ४) www.wikipedia.com
- ५) www.google.co.in
- ६) www.digitalmediac.com
- ७) www.abpmajha.com