

भारतीय निवडणूकीवर समाज माध्यमांचा प्रभाव**डॉ.सुजाता पाटील, देवचंद कॉलेज, अर्जुननगर****प्रस्तावना:**

तंत्रज्ञानाच्या युगात राजकीय प्रसार माध्यमांमध्ये अनेक बदल झालेले आपल्याला दिसून येतात. पूर्वी लोकशाही व्यवस्थेत समाज माध्यमांचा योग्य वापर केला जात असे. घडणाऱ्या राजकीय घडामोडी या देशाच्या कानाकोपऱ्यात सहज पोहोचत होत्या. मीडियाचे माध्यम आहे वृत्तपत्र, मासिके, टेलिफोन, दूरदर्शन, टेलिव्हिजन इ.असे होते. राजकीय नेते व्यक्ती या माध्यमांचा वापर जबाबदारीने करीत होते. त्यामुळे लोकशाहीवर मोठी श्रद्धा होती. समाजात जागरूकता निर्माण करण्यासाठी शासनामार्फत राबविण्यात येणाऱ्या वेगवेगळ्या उपक्रमांची माहिती किंवा निवडणुकीत प्रचाराच्या वेळी तसेच मतदान करण्याविषयीची जागृती ही या माध्यमातून केली जात असे. त्याचबरोबर समाजामध्ये घडणारा भ्रष्टाचारावरतीही प्रसार माध्यमे नजर ठेवून होती. सशक्त लोकशाही राष्ट्रासाठी निरपेक्ष आणि निःपक्षपाती प्रसार माध्यमे गरजेची असतात. समाज माध्यमांना कार्य करत असताना स्वातंत्र्य असणे अतिशय महत्वाचे आहे. स्वातंत्र्यपूर्व काळात आपले म्हणणे जनतेपर्यंत पोहोचविण्यासाठी क्रांतिकारी नेत्यांनी दैनिक, साप्ताहिक अशा वृत्तपत्रांचा आधार घेतला. मीडिया अभिव्यक्ती स्वातंत्र्या अंतर्गत हे स्वातंत्र्य वापरताना दिसते. भारत एक मोठे राष्ट्र आहे आणि भारतात मीडियाची भूमिका ही महत्त्वपूर्ण आहे.

आजचे राजकारण सोशल मीडियाच्या भोवती फिरत असलेले दिसते. काळाच्या ओघात सोशल मीडिया आणि राजकारण हे परस्पर पूरक बनलेले दिसतात. ग्रामीण, शहरी, निमशहरी या सर्व भागात सोशल मीडियाचा सर्रास वापर सुरू झालेला आहे. इसवी सन 2000 नंतर हळूहळू जागतिक राजकारणात सोशल मीडियाचा वापर सुरू झाला. मोबाईलच्या माध्यमातून व्हाट्सअप इंस्टाग्राम युट्युब ट्विटर अशा वेगवेगळ्या ॲपच्या माध्यमातून एक खुले व्यासपीठ लोकांना चर्चेसाठी उपलब्ध झाले. राजकीय घडामोडी आणि हालचाली या फेसबुक वरून जाणून घेण्याचा प्रयत्न होऊ लागला. व्हाट्सअप चा वापर सुरू झाला. प्रत्येक घटना व्हाट्सअप च्या माध्यमातून घराघरापर्यंत पोहोचू लागल्या आणि परिणामी घराघरात राजकीय घटनांवर चर्चा होताना आज आपणास दिसते. जगाच्या तुलनेत भारत सोशल मीडियाचा वापर करण्याच्या बाबतीत आघाडीवर असलेला दिसतो.

भारतीय राजकारण आणि समाज माध्यमांची भूमिका:

राजकीय प्रक्रियेत समाज माध्यमांची भूमिका केंद्रस्थानी असलेली आढळते. भारतीय लोकशाहीत मीडियाने आपले एक वेगळेच स्थान निर्माण केलेले आहे. सर्वप्रथम सोशल मीडियाचा वापर करताना सरकारने 2010 मध्ये फेसबुक पेजचा वापर करून सार्वजनिक खर्चात कपात करण्याविषयीच्या सूचना मागविल्या होत्या. त्यास अतिशय अल्प प्रतिसाद मिळाला होता. मात्र आज समाज माध्यमे हि राजकारणातील एक प्रभावी साधने बनलेली आहेत. जनता आपला अभिप्राय आपली मते आपल्या सूचना या समाज माध्यमांद्वारे मांडण्याचा प्रयत्न करते. लेखणीच्या माध्यमातून पुस्तके संपादित करून पत्रिका, माहितीपत्रक, किंवा ब्लॉग तयार करून आपली राजकीय मते चर्चेला घेते. आपले विविध विचार व्यक्त करण्याचे स्वातंत्र्य मीडिया जनतेला देते.

प्रसार माध्यमे आणि निवडणुका:**2014ची निवडणूक:**

भारतीय निवडणुकांमधील प्रादेशिक प्रसारमाध्यमे: 2014 च्या निवडणुकीत मीडियाचा वापर करण्यात आला. मीडियाच्या माध्यमातून जनतेच्या भावनेला आशा आकांक्षांना साद घालण्यात आली. परिणामी मीडियाचा योग्य वापर करून जनतेला हवे असलेल्या सत्ता बदलाचा अंदाज घेऊन. शासनाला या निवडणुकीत धवधवीत यश मिळाले.

सोशल मीडियाच्या वापराने सत्ताविरोधी भावना ही तीव्र बनलेली होती. 2014च्या निवडणुकीत तंत्रज्ञानाचा वापर केला गेला. नव्या मतदारांपर्यंत पोहोचण्यासाठी नवीन कल्पना जाहिरात एजन्सी, जनसंपर्क करणाऱ्या संस्था, सोशल मीडिया विश्लेषण आणि विपणन कंपन्या, नागरिकांचे स्वयंसेवक गट, अनिवासी भारतीय व ऑफलाइन प्रचारक हे यांचा वापर करण्यात आला. भारताच्या 2014 च्या सार्वत्रिक निवडणुकीत देशातील आतापर्यंतचे सर्वाधिक मतदान झाले. सोशल मीडियावर युवा वर्ग हा सर्वात ऍक्टिव्ह आहे. याचेही पडसाद 2014 च्या निवडणुकीत पाहायला मिळाली. सत्ताधारी आणि विरोधी पक्षाच्या भूमिकेवर कार्यावर मीडियावरून चर्चा होऊ लागली. राजकीय संकेतांचा वापर मीडियात होऊ लागला. समाज माध्यमातून जबाबदार रिपोर्टिंगची चतुराई आणि नैतिकता याचबरोबर राजकीय पक्ष सोशल मीडियाचा वापर करत आहेत. समाज माध्यमांचा वापर करण्याचा स्पष्ट फायदा म्हणजे एका बटनाच्या क्लिकवर लाखो वापरकर्त्यांची संवाद साधता येते. ऑनलाइन

प्लॅटफॉर्म चा स्वीकार निःसंशयपणे करून तळागाळातील लोकांना पाठिंबा देण्याच्या यशामुळे झाला समर्थकांना कार्यक्रम आयोजित करण्यासाठी स्वयंसेवा करण्यासाठी आणि देणगी देण्यासाठी साधने प्रदान करण्यात आले तरुण मतदारांमध्ये उत्साह आणि सहभाग निर्माण करण्यासाठी करण्यात आलेली ही जमवाजमा महत्वपूर्ण ठरली पारंपारिक माध्यमिक विशेषतः प्रसारित माध्यमे निवडणूक काळात जनमत घडवून आणण्यासाठी प्रभावी ठरली.

2019ची निवडणूक:

2019 ची सार्वत्रिक निवडणूक म्हणजे डिजिटल प्रचाराचे एक नवे युग म्हणता येईल. या काळात पक्षांच्या निवडणुकीच्या मोहिमा या सोशल मीडियाच्या मेसेज वर अवलंबून होते. बहुतेक मोठ्या पक्षाने समाज माध्यमाच्या विविध प्लॅटफॉर्मवरून त्यांचे संदेश जनतेपर्यंत पोहोचविले होते. पक्षाच्या अजेंड्यांना फेसबुक इन्स्टाग्राम वरून लाखो व्ह्यूज पुढे नेत होते. या निवडणुकीत टिकटॉक हे पक्षांसाठी त्यांचे. मत मांडण्यासाठी एक खुले मंच बनले. निवडणुकीच्या काळात सोशल मीडियाचा प्रामाणिकपणे आणि पारदर्शीपणे वापर होतोच असे नाही. सोशल मीडियाच्या माध्यमातून बनावट खाती तयार केली जाऊ शकतात. त्याआधारे चुकीची माहिती किंवा विविध पोस्ट टाकले जातात वेगळ्या स्वरूपात प्रतिमा पुढे आणल्या जातात व राजकीय पक्षाची तसेच उमेदवाराची सकारात्मकता वाढविण्यासाठी अशा पद्धतीने सोशल मीडियाचा वापर केला जाऊ शकतो. भारतात भविष्यात निवडणुकांमध्ये सोशल मीडियाचा प्लॅटफॉर्म वापरून मतदारांच्या मतांवरती, कल्पनांवर ती प्रभाव टाकण्याचा प्रयत्न होऊ शकतो त्यामुळे तज्ज्ञांच्या माध्यमातून या सगळ्या बाबींकडे लक्ष देणे महत्वाचे ठरते.

2024ची निवडणूक:

2024 च्या निवडणुकीतही समाज माध्यम हेच निवडणुकीच्या प्रचाराच्या केंद्रस्थानी होते राजकीय नेत्यांनी आपापल्या मतदारसंघात मतदारांशी समाज माध्यमातून संपर्क साधला व आपल्या कार्याचा नेतृत्वाचा प्रभाव टाकण्याचा प्रयत्न केला. फेसबुक ट्विटर च्या माध्यमातून विरोधक किंवा सत्ताधारी बाबत एकमेकांविरोधात चुकीचे संदेश पाठवून मतदारांच्या दिशाभूलीचा सुद्धा प्रयत्न झाला. 2024 च्या निवडणुकीत मीडिया हेच माध्यम समाजामध्ये प्रभावी ठरले व निवडणुकीचा जनकौल यावर आधारितच प्राप्त झालेला दिसतो.

एकूणच निवडणुका राजकारण आणि समाज माध्यमे ही एकमेकांशी साधली गेली आहेत. राजकीय सत्ता बदलाच्या खेळात प्रसार माध्यमे किंवा मीडिया यांचा वाटा महत्त्वपूर्ण आहे. आणि ते लोकशाही व्यवस्थेत जनतेवर प्रभाव टाकताना दिसतात.

निष्कर्ष:

1. येणाऱ्या आगामी काळात प्रसार माध्यमे किंवा सोशल मीडिया या अजूनही विकसित होत राहतील. निवडणुका आणि राजकीय चर्चा या अधिक प्रगल्भपणे होत राहतील. मतदार आणि राजकीय नेते किंवा कार्यकर्ते यांच्यातील संवादाचे महत्त्वपूर्ण साधन हे समाज माध्यमेच असतील.
2. येणाऱ्या काळात या माध्यमांमध्ये आधुनिक बदल असतील त्याचबरोबर नवीन आव्हानेही अस्तित्वात येतील मात्र आपल्याला असे म्हणता येईल की निवडणूक प्रक्रियेत समाज माध्यमे या टिकून राहतील.

संदर्भ:

1. सुहास पळशीकर: राजकारणाचा ताळेबंद ,साधना प्रकाशन तृतीय आवृत्ती, 2017
2. सदाशिवम, टी. (२०१९). भारतीय सार्वत्रिक निवडणूक 2019 मध्ये सोशल मीडियाची भूमिका.
3. सुरजित कौर आणि मनप्रीत कौर, राजकारणातील सोशल मीडियाचा प्रभाव, ग्यान ज्योती ई-जर्नल, खंड, अंक 4 (ऑक्टो-डिसेंबर 2013)
4. Henry Jackson Society <https://henryjacksonsociety.org>