International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)
E-ISSN: 2582-2160 ● Website: www.ijfmr.com ● Email: editor@ijfmr.com

राजकीय जागृती निर्माण करण्यात समाजमाध्यमांची भूमिका

प्रा. डॉ. चतुरदास जाणबा तेलंग

राज्यशास्त्र विभाग प्रमुख, विदर्भ कॉलेज ऑफ आर्ट्स कॉमर्स अँड सायन्स जिवती तह. जिवती जि. चंद्रपूर

सारांश

लोकशाही व्यवस्थेच्या यशासाठी नागरिकांची राजकीय जागृती अत्यंत महत्त्वाची आहे. संविधान नागरिकांचे अधिकार व कर्तव्य निवडणूक प्रक्रिया राजकीय पक्ष लोकप्रतिनिधी आणि शासनाच्या धोरणांची माहिती असणे म्हणजे राजकीय जागृती होय. आज फेसबुक, व्हॉट्स□प, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब, टेलिग्राम या सारख्या समाजमाध्यमांमुळे राजकीय माहिती नागरिकांपर्यंत वेगाने आणि व्यापक प्रमाणात पोहोचते. विशेष तरुणांमध्ये राजकीय माहिती मतदानाचे महत्त्व आणि सामाजिक प्रश्नांविषयी जागरूकता निर्माण करण्यासाठी समाजमाध्यमे प्रभावी ठरतात.

समाजमाध्यमांमुळे नागरिकांना आपली मते व्यक्त करता येतात शासन व लोकप्रतिनिधींशी संवाद साधता येतो आणि सामाजिक व राजकीय प्रश्नांवर जनमत तयार करता येते. निवडणूक आयोगासारख्या संस्थाही मतदार जागृतीसाठी डिजिटल माध्यमांचा वापर करतात. मात्र खोटी माहिती, अफवा, द्वेषपूर्ण मजकूर, दिशाभूल करणारे प्रचार आणि AI निर्मित सामग्री या मुळे धोके ही निर्माण होतात. त्यामुळे माहितीचा स्रोत तपासणे अधिकृत माहितीला प्राधान्य देणे आणि विविध मतांचे वस्तुनिष्ठ मूल्यमापन करणे आवश्यक आहे. अशा जबाबदार वापरामुळे समाजमाध्यमे राजकीय प्रचाराचे साधन न राहता लोकशाही शिक्षण जनमतनिर्मिती आणि सक्रिय नागरिकत्वाचे प्रभावी माध्यम बनू शकतात.

बीज शब्द: लोकशाही, राजकीय जागृती, समाजमाध्यमे, जनमतनिर्मिती, मतदार जागृती, डिजिटल साक्षरता, राजकीय शिक्षण,

प्रस्तावना

लोकशाही व्यवस्थेचे यश हे केवळ निवडणुका घेण्यात नसून नागरिकांना राजकीयदृष्ट्या जागरूक, सुजाण आणि सक्रिय बनविण्यात आहे. लोकशाहीमध्ये नागरिक हा केंद्रबिंदू असतो. शासन कोणाचे असावे कोणते धोरण स्वीकारले जावे, लोकप्रतिनिधींनी कोणत्या प्रकारे काम करावे आणि शासनाच्या निर्णयांवर नागरिकांनी कशाप्रकारे प्रश्न उपस्थित करावेत यामध्ये राजकीय जागृतीला अत्यंत महत्त्व आहे. पूर्वी राजकीय माहिती मिळविण्यासाठी वर्तमानपत्रे, रेडिओ, दूरदर्शन, सभा, मोर्चे, पत्रके आणि प्रत्यक्ष जनसंपर्क यांवर मोठ्या प्रमाणावर अवलंबून राहावे लागत होते. मात्र माहिती-तंत्रज्ञानाच्या क्रांतीमुळे समाजमाध्यमांनी या संपूर्ण प्रक्रियेत आमूलाग्र बदल घडवून आणला आहे.

फेसबुक, व्हॉट्स□प, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब, टेलिग्राम आणि इतर डिजिटल माध्यमांमुळे राजकीय माहिती नागरिकांपर्यंत अत्यंत वेगाने पोहोचू लागली आहे. एखाद्या राजकीय निर्णयाची माहिती काही क्षणांत लाखो लोकांपर्यंत पोहोचू शकते. त्याचप्रमाणे सामान्य नागरिकालाही आपले मत व्यक्त करण्यासाठी स्वतंत्र व्यासपीठ मिळाले आहे. त्यामुळे समाजमाध्यमे ही केवळ मनोरंजनाची साधने न राहता लोकशाहीतील संवाद, सहभाग, जनमतनिर्मिती आणि राजकीय जागृतीची प्रभावी साधने बनली आहेत.

राजकीय जागृती

राजकीय जागृती म्हणजे नागरिकांना देशातील राजकीय व्यवस्था, संविधान, शासनव्यवस्था, निवडणूक प्रक्रिया, राजकीय पक्ष, लोकप्रतिनिधी, सार्वजनिक धोरणे, नागरिकांचे अधिकार व कर्तव्ये आणि सामाजिक-राजकीय प्रश्न यांविषयी असलेले ज्ञान, जाणीव होय.

राजकीय जागृती असलेला नागरिक केवळ मतदान करत नाही, तर तो उमेदवारांची माहिती जाणून घेतो, राजकीय आश्वासनांचे परीक्षण करतो, शासनाच्या धोरणांवर चर्चा करतो आणि सार्वजनिक प्रश्नांवर आपले मत व्यक्त करतो. त्यामुळे राजकीय जागृती ही लोकशाहीच्या गुणवत्तेशी थेट संबंधित आहे.

राजकीय जागृतीचे घटक

1. संविधान व लोकशाही मूल्यांची माहिती.
2. नागरिकांच्या अधिकार व कर्तव्यांची जाणीव.
3. निवडणूक प्रक्रियेचे ज्ञान.
4. राजकीय पक्ष व उमेदवारांविषयी माहिती.
5. शासनाच्या धोरणांचे आकलन.

समाजमाध्यमांच स्वरूप

समाजमाध्यमे म्हणजे इंटरनेटच्या माध्यमातून व्यक्ती आणि समूहांना माहिती निर्माण करणे, प्रसारित करणे, शेअर करणे आणि परस्पर संवाद साधणे शक्य करून देणारी डिजिटल व्यासपीठे होत. पारंपरिक माध्यमांमध्ये माहितीचा प्रवाह प्रामुख्याने एकतर्फी होता. उदाहरणार्थ, वृत्तपत्र वाचकाला बातमी देते किंवा दूरदर्शन प्रेक्षकाला माहिती देते. समाजमाध्यमांमध्ये मात्र नागरिक स्वतःही माहितीचा निर्माता आणि प्रसारक बनतो.

समाजमाध्यमांची वैशिष्ट्ये

- त्वरित माहिती प्रसारण
- व्यापक पोहोच
- कमी खर्च
- मल्टिमीडिया स्वरूप
- वैयक्तिक सहभाग
- तरुणांचा मोठ्या प्रमाणावर सहभाग

राजकीय माहितीचा जलद प्रसार

समाजमाध्यमांचा सर्वात महत्त्वाचा फायदा म्हणजे राजकीय माहितीचा वेगाने प्रसार. संसदेमधील महत्त्वाची चर्चा, सरकारचा निर्णय, नवीन कायदा, निवडणुकीची घोषणा, मतदानाची तारीख किंवा एखाद्या उमेदवाराचे भाषण याची माहिती काही मिनिटांत मोठ्या संख्येने नागरिकांपर्यंत पोहोचते.

पूर्वी एखाद्या राजकीय घटनेची माहिती दुसऱ्या दिवशी वर्तमानपत्रातून मिळत असे. आता नागरिक घटनांचा जवळपास तत्काळ मागोवा घेऊ शकतो. त्यामुळे नागरिकांचा राजकीय घडामोडींशी असलेला संपर्क वाढला आहे.

निवडणूक आयोगानेही मतदारांपर्यंत माहिती पोहोचविण्यासाठी फेसबुक, यूट्यूब, इन्स्टाग्राम आणि इतर डिजिटल माध्यमांचा वापर केला आहे. आयोगाच्या SVEEP उपक्रमामध्ये समाजमाध्यमांचा वापर मतदार जागृती आणि सहभाग वाढविण्यासाठी केला जातो.

तरुणांमध्ये राजकीय जागृती

भारत हा तरुणांचा मोठा देश आहे. तरुण पिढी डिजिटल माध्यमांचा मोठ्या प्रमाणावर वापर करते. त्यामुळे तरुणांपर्यंत राजकीय माहिती पोहोचविण्यासाठी समाजमाध्यमे अत्यंत प्रभावी माध्यम ठरतात.

तरुणांना राजकीय पक्षांची धोरणे, निवडणूक प्रक्रिया, उमेदवारांची माहिती, रोजगार, शिक्षण, पर्यावरण, अर्थव्यवस्था, महिला सुरक्षा, सामाजिक न्याय इत्यादी विषयांवर माहिती मिळू शकते. यामुळे राजकारणाविषयी तरुणांची उत्सुकता आणि सहभाग वाढण्यास मदत होते.

निवडणूक आयोगानेही युवकांमध्ये मतदार जागृती वाढविण्यासाठी डिजिटल माध्यमांचा वापर करण्यावर भर दिला आहे. विशेषत मोबाइल आणि समाजमाध्यमे तरुण मतदारांना निवडणूक प्रक्रियेची माहिती देण्यासाठी आणि त्यांना सहभागी करून घेण्यासाठी उपयुक्त असल्याचे आयोगाच्या साहित्यामध्ये नमूद केले आहे.

मतदानाविषयी जागृती

लोकशाहीतील नागरिकांच्या सहभागाचे सर्वांत महत्त्वाचे साधन म्हणजे मतदान. मात्र केवळ मतदानाचा अधिकार असणे पुरेसे नाही नागरिकांनी मतदानाचे महत्त्व समजून घेणे आणि योग्य उमेदवाराची निवड करण्यासाठी उपलब्ध माहितीचा विचार करणे आवश्यक आहे.

समाजमाध्यमांच्या माध्यमातून—

- मतदार नोंदणीची माहिती,
- मतदान केंद्राची माहिती,
- मतदानाची तारीख,
- मतदानाची प्रक्रिया,
- आवश्यक कागदपत्रे,
- मतदारांच्या अधिकारांची माहिती,
- मतदानाचे महत्त्व

जनमतनिर्मितीमध्ये समाजमाध्यमांची भूमिका

लोकशाहीमध्ये जनमताला महत्त्वाचे स्थान आहे. एखाद्या धोरणाविषयी नागरिकांचे मत काय आहे, हे शासन आणि राजकीय पक्षांसाठी महत्त्वाचे असते. समाजमाध्यमांमुळे जनमत व्यक्त करण्यासाठी नागरिकांना सहज व्यासपीठ मिळाले आहे.

एखाद्या सामाजिक किंवा राजकीय प्रश्नावर नागरिक पोस्ट, व्हिडिओ, लेख, सर्वेक्षण किंवा चर्चेद्वारे आपले मत व्यक्त करू शकतात. इतर नागरिक त्या मतावर प्रतिक्रिया देऊ शकतात. त्यामुळे सार्वजनिक प्रश्नांवर व्यापक चर्चा घडून येते. काही वेळा समाजमाध्यमांवरील चर्चेमुळे एखादा स्थानिक प्रश्न राष्ट्रीय पातळीवर पोहोचतो. नागरिकांच्या सामूहिक आवाजामुळे शासनाला एखाद्या प्रश्नाची दखल घ्यावी लागते. अशा प्रकारे समाजमाध्यमे लोकशाहीतील जनमतनिर्मितीची महत्त्वाची साधने बनली आहेत.

आणि शासन यांच्यातील संवाद

पूर्वी सामान्य नागरिक आणि शासन यांच्यामधील संवाद अनेकदा औपचारिक आणि मर्यादित स्वरूपाचा असे. डिजिटल माध्यमांमुळे हा संवाद तुलनेने अधिक थेट झाला आहे.

सरकारी संस्था, निवडणूक आयोग, मंत्रालये आणि लोकप्रतिनिधी समाजमाध्यमांवर माहिती प्रसिद्ध करतात. नागरिक त्यावर प्रतिक्रिया देऊ शकतात किंवा प्रश्न विचारू शकतात. काही सरकारी संस्थांनी तक्रार निवारण आणि जनसंपर्कासाठी डिजिटल माध्यमांचा वापरही सुरू केला आहे.

निवडणूक आयोगाने राज्य आणि जिल्हा पातळीवर समाजमाध्यमांचा वापर करून मतदार जागृती, निवडणूकविषयक माहिती आणि नागरिकांशी संवाद वाढविण्याचे प्रयत्न केले आहेत.

यामुळे शासन अधिक उत्तरदायी आणि नागरिक अधिक सक्रिय होण्यास मदत होऊ शकते.

सामाजिक प्रश्नांना राजकीय स्वरूप देणे

समाजातील अनेक प्रश्न सुरुवातीला स्थानिक स्वरूपाचे असतात. पाणी, रस्ते, वीज, बेरोजगारी, शेतकरी समस्या, महिला सुरक्षा, शिक्षण, आरोग्य, पर्यावरण इत्यादी प्रश्न नागरिक समाजमाध्यमांवर मांडतात. एखादा प्रश्न मोठ्या प्रमाणावर शेअर झाल्यास तो प्रशासन आणि राजकीय नेत्यांच्या लक्षात येतो.

यामुळे समाजमाध्यमे सामाजिक समस्यांना सार्वजनिक चर्चेच्या केंद्रस्थानी आणू शकतात. नागरिकांमध्ये आपल्या परिसरातील समस्यांविषयी जागरूकता निर्माण होते आणि त्यावर सामूहिक कृती करण्याची प्रेरणा मिळू शकते.

राजकीय पक्षांच्या प्रचारामध्ये समाजमाध्यमांचा वापर

आधुनिक निवडणुकांमध्ये समाजमाध्यमांचा प्रचारासाठी मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जातो. राजकीय पक्ष आपल्या जाहीरनाम्यांचा, भाषणांचा, सभांचा, प्रचारफेरींचा आणि धोरणांचा प्रसार डिजिटल माध्यमातून करतात.

याचा एक फायदा असा की छोट्या पक्षांना किंवा स्वतंत्र उमेदवारांनाही आपला संदेश नागरिकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी तुलनेने कमी खर्चाचे माध्यम उपलब्ध होते.

परंतु राजकीय प्रचारामध्ये समाजमाध्यमांचा वापर करताना पारदर्शकता आणि नैतिकता आवश्यक आहे. खोटी माहिती, द्वेषपूर्ण मजकूर किंवा दिशाभूल करणारे प्रचारसाहित्य लोकशाहीसाठी धोकादायक ठरू शकते.

समाजमाध्यमे आणि राजकीय सहभाग

राजकीय सहभाग म्हणजे केवळ मतदान नव्हे. राजकीय चर्चेत सहभागी होणे, प्रश्न उपस्थित करणे, लोकप्रतिनिधींशी संवाद साधणे, सामाजिक मोहिमांमध्ये सहभागी होणे आणि सार्वजनिक धोरणांवर मत व्यक्त करणे हेदेखील राजकीय सहभागाचे प्रकार आहेत.

समाजमाध्यमांनी या सहभागाला अधिक सुलभ केले आहे. एखाद्या नागरिकाला राजकीय सभा किंवा मोर्चामध्ये प्रत्यक्ष सहभागी होता आले नाही तरी तो ऑनलाइन चर्चेत सहभागी होऊ शकतो. डिजिटल याचिका, ऑनलाइन मोहिमा, जनजागृती व्हिडिओ आणि माहितीचे शेअरिंग यांद्वारे नागरिक सार्वजनिक प्रश्नांमध्ये सहभाग नोंदवू शकतात.

जबाबदार समाजमाध्यम वापराची गरज

राजकीय जागृती प्रभावी करण्यासाठी समाजमाध्यमांचा वापर जबाबदारीने करणे आवश्यक आहे. नागरिकांनी कोणतीही राजकीय माहिती पुढे पाठविण्यापूर्वी तिची सत्यता तपासली पाहिजे.

1. माहितीचा स्रोत तपासणे.
2. अधिकृत सरकारी संकेतस्थळांवरील माहितीला प्राधान्य देणे.
3. फोटो आणि व्हिडिओची सत्यता तपासणे.
4. अफवा पुढे न पाठविणे.

5. द्वेषपूर्ण भाषेचा वापर टाळणे.
6. विरोधी मतांचा आदर करणे.
7. राजकीय जाहिराती आणि बातम्यांमधील फरक समजून घेणे.
8. AI-निर्मित सामग्रीबाबत सावध राहणे.
9. भावनिक संदेशांपेक्षा तथ्यांवर आधारित माहितीला महत्त्व देणे.

राजकीय शिक्षणासाठी समाजमाध्यमांचा प्रभावी वापर

समाजमाध्यमांचा उपयोग केवळ प्रचारासाठी न करता राजकीय शिक्षणासाठी केला तर त्याचे परिणाम अधिक सकारात्मक होऊ शकतात.

शैक्षणिक संस्था, निवडणूक आयोग, स्वयंसेवी संस्था आणि नागरिक संघटना पुढील उपक्रम राबवू शकतात

- संविधानविषयक माहितीचे लघु व्हिडिओ.
- मतदान प्रक्रियेवरील माहितीचित्रे.
- तरुणांसाठी ऑनलाइन चर्चासत्रे.
- तथ्य पडताळणी अभियान.
- मतदार नोंदणीविषयी डिजिटल मोहिमा.
- लोकशाही मूल्यांवरील प्रश्नमंजुषा.
- निवडणूक प्रक्रियेवरील पॉडकास्ट.
- स्थानिक प्रश्नांवर ऑनलाइन सार्वजनिक चर्चा.
- नागरिकांचे अधिकार व कर्तव्ये याबाबत माहिती.
- विविध राजकीय मतांचा समतोल परिचय.

अशा उपक्रमांमुळे समाजमाध्यमे केवळ राजकीय प्रचाराचे साधन न राहता लोकशाही शिक्षणाचे माध्यम बनू शकतात.

भविष्यकालीन आव्हाने

भविष्यात कृत्रिम बुद्धिमत्ता, वैयक्तिक राजकीय जाहिराती, स्वयंचलित बॉट्स आणि डेटा-आधारित प्रचार यांचा प्रभाव वाढण्याची शक्यता आहे. त्यामुळे राजकीय जागृतीच्या क्षेत्रात नवीन संधींबरोबरच नवीन धोकेही निर्माण होतील. भविष्यात नागरिकांना केवळ डिजिटल साक्षरता नव्हे तर राजकीय डिजिटल साक्षरता आवश्यक असेल. म्हणजेच नागरिकांना राजकीय माहितीचा स्रोत ओळखता आला पाहिजे, खोटी माहिती ओळखता आली पाहिजे, डिजिटल प्रचारामागील उद्देश समजला पाहिजे आणि विविध मतांचे वस्तुनिष्ठ मूल्यमापन करता आले पाहिजे.

निष्कर्ष

समाजमाध्यमांनी राजकीय संवादाचे स्वरूप मूलभूत पद्धतीने बदलले आहे. राजकीय माहितीचा जलद प्रसार, तरुणांचा सहभाग, मतदार जागृती, जनमतनिर्मिती, शासनाशी संवाद आणि सार्वजनिक प्रश्नांवरील चर्चा या साठी समाजमाध्यमे अत्यंत प्रभावी साधन ठरली आहेत.

भारतीय निवडणूक आयोगानेही मतदार शिक्षण आणि निवडणूक सहभागासाठी समाजमाध्यमांचा वापर संस्थात्मक पातळीवर वाढविला आहे. SVEEP कार्यक्रमाच्या माध्यमातून मतदारांना माहिती देणे, प्रेरित करणे आणि निवडणूक प्रक्रियेत सहभागी होण्यासाठी सुविधा उपलब्ध करून देणे यावर भर दिला जातो.

समाजमाध्यमे ही राजकीय जागृतीची प्रभावी साधने असली तरी ती आपोआप लोकशाही मजबूत करीत नाहीत. खोटी माहिती, अफवा, द्वेषपूर्ण भाषण, राजकीय ध्रुवीकरण, डिजिटल दरी आणि AI आधारित दिशाभूल यांसारखी आव्हाने त्यांच्यासमोर आहेत. त्यामुळे समाजमाध्यमांचा वापर विवेकपूर्ण, जबाबदार, नैतिक आणि तथ्याधारित असणे आवश्यक आहे.

शेवटी असे म्हणता येईल की, समाजमाध्यमे ही लोकशाहीतील नागरिकांच्या आवाजाला बळ देणारी आधुनिक साधने आहे परंतु त्या साधनांचा योग्य वापर करण्यासाठी जागरूक नागरिक, जबाबदार माध्यमे, पारदर्शक राजकीय व्यवस्था आणि सक्षम डिजिटल साक्षरता आवश्यक आहे. समाजमाध्यमांचा वापर जर तथ्याधारित राजकीय शिक्षण, संवाद आणि नागरिकांच्या सक्रिय सहभागासाठी केला, तर ते भारतातील लोकशाही अधिक सहभागी, उत्तरदायी आणि सक्षम बनविण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावू शकतात.

संदर्भसूची

1. देवगावकर, राजकीय समाजशास्त्र, मंगेश प्रकाशन.
2. देवरे, डॉ. सुरेश व आवारी, डॉ. विलास, राजकीय समाजशास्त्र, डायमंड पब्लिकेशन्स.
3. राज्यशास्त्राची मूलतत्त्वे, डायमंड पब्लिकेशन्स.
4. समकालीन राज्यशास्त्र, डायमंड पब्लिकेशन्स.
5. मराठी विश्वकोश, “राज्यशास्त्र” – महाराष्ट्र शासन.
6. भारत निवडणूक आयोग, SVEEP – मतदार शिक्षण व मतदार जागृतीविषयक साहित्य.
7. भारताचे संविधान, भारत सरकार.
8. भारत निवडणूक आयोग, निवडणूक प्रक्रिया व मतदार जागृतीविषयक अधिकृत माहिती.