



भारतीय राजकारण व तंत्रज्ञान

श्री. चेतन महावीर चौगुले

सहाय्यक प्राध्यापक(राज्यशास्त्र विभाग)

आर्ट्स अँड कॉमर्स महाविद्यालय, आष्टा. ता. वाळवा जि. सांगली.

Corresponding Author - श्री. चेतन महावीर चौगुले

DOI - 10.5281/zenodo.10939417

सारांश:

भारतीय राजकारणामध्ये समाजमाध्यम या तंत्रज्ञानाचा वापर पहिल्या सार्वत्रिक निवडणुकीपासून ते आतापर्यंत झालेल्या सर्व निवडणुकीमध्ये झालेला पहावयास मिळतो परंतु काळानुरूप त्याचे स्वरूप बदलत गेल्याचे दिसते. पहिल्या सार्वत्रिक निवडणुकीमध्ये म्हणजे 1952 साली राजकीय पक्षांद्वारे राजकीय प्रचार व प्रसारासाठी रेडिओ या तंत्रज्ञानाचा वापर केला गेला होता, त्यानंतर दूरचित्रवाणी क्रांतीनंतर राजकारणामध्ये दूरचित्रवाणी चा वापर राजकीय प्रचार व प्रसारासाठी सुरू झाला व तो आजही केला जात आहे. आधुनिक काळामध्ये विशेषतः 2014 व 2019 च्या सार्वत्रिक निवडणुकीमध्ये भारतीय राजकारणामध्ये प्रसार माध्यमे व समाज माध्यमे यांची भूमिका वाढलेली आहे यामध्ये फेसबुक, व्हाट्सअप, युट्युब, इन्स्टाग्राम, गूगलमिट, ट्विटर या माध्यमांचा वापर मतदारपर्यंत पोहोचण्यासाठी राजकारण्यांकडून केला गेला. याच समाजमाध्यमांमुळे राजकारणी प्रत्येक नागरिकांपर्यंत आपला जाहीरनामा घेऊन पोहोचले होते. या समाजमाध्यमाने मतदारांना प्रभावित करून मतदान टक्केवारीमध्ये वाढ घडवून आणली होती. 1952 सालीच्या लोकसभेच्या निवडणुकीमध्ये 45.70% इतके मतदान झाले होते व 2019 च्या लोकसभेच्या निवडणुकीत 67.40% इतके मतदान झालेले पहावयास मिळते एकूणच मतदान जागृती करण्यास व नागरिकांमध्ये लोकशाही मूल्ये रुजविण्यास महत्वाची भूमिका या समाजमाध्यमाने पार पाडली आहे.

बीजशब्द: प्रचारतंत्र, समाज माध्यमे, राजकारण, तंत्रज्ञान व मतदान यंत्रणा.

प्रस्तावना:

भारतीय राजकारणामध्ये राजकीय प्रचार व प्रसारासाठी अनेक साधनांचा वापर केला जात आलेला आहे परंतु मागील दोन सार्वत्रिक लोकसभेच्या निवडणुकीमध्ये देशातील सर्वच प्रमुख

राजकीय पक्षांनी नागरिकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी समाजमाध्यम या आधुनिक तंत्रज्ञानाचा वापर केलेला पहावयास मिळतो या समाजमाध्यमांच्या तंत्रज्ञानाद्वारे राजकारणी आपला जाहीरनामा नागरिकांपर्यंत कमी वेळेत व वेगवान पद्धतीने

पोहचवू शकले. नागरिकांनाही राजकीय पक्षांच्या जाहिरनाम्यावर विचार व अभ्यास करता आला. कोणता राजकीय पक्ष आपल्या ध्येयधोरणांची पूर्तता करू शकेल याचा विचार करायला नागरिकांना वेळ मिळाला. सर्व पक्षांनी निवडणुक प्रचारासाठी समाजमाध्यम या तंत्रज्ञानाचा वापर केल्यामुळे नागरिकांच्या मतदान वर्तनामध्ये बदल पहावयास मिळाला त्यामुळे मतदानाच्या टक्केवारीमध्ये वाढ पहावयास मिळाली. तरुण वर्गाचा उत्साह मतदानामध्ये पहावयास मिळाला एकंदरीत लोकशाहीचा प्रसार व प्रचार होण्यास समाजमध्यमाने महत्वाची भूमिका पार पाडली आहे.

संशोधनाची उद्दिष्टे:

1. समाजमाध्यमामुळे नागरिकांच्या मतदान वर्तवणूकीमध्ये झालेला बदल.
2. बदलत्या प्रचार तंत्राचा राजकीय पक्षांमार्फत वापर.
3. निवडणुकीवरील समाजमाध्यमांचा प्रभाव.
4. घोषवाक्यांचा निवडणुकांमधील वापर व प्रभाव.
5. मतदानाची प्रक्रिया व तंत्रज्ञान.
6. समाजमध्यमांचे राजकारणासमोरील आव्हाने.

अभ्यास पद्धती:

विश्लेषणात्मक, विविध अहवाल पाहणी आधारित.

विषय मांडणी:

राजकीय पक्ष व बदलते प्रचारतंत्र:

स्वातंत्र्यानंतरच्या पहिल्या सार्वत्रिक निवडणुकीमध्ये राजकीय पक्षांनी निवडणुक प्रचारासाठी रेडिओ या तंत्रज्ञानाचा वापर केला होता, परंतु याद्वारे प्रचारासाठी मर्यादा येत असल्यामुळे पूर्ण क्षमतेने याचा वापर झाला नाही, त्याचबरोबर वृत्तपत्रे, सायकल, भिंतीवरील चित्रे यांचा वापर केला गेला होता. दूरचित्रवाणी क्रांतीनंतर दूरचित्रवाणी चा प्रचारासाठी वापर केला जात होता परंतु दूरचित्रवाणी माध्यमातून सर्वापर्यंत पोहचू शकत नाही याची जाणीव राजकीय पक्षांना होती मग प्रचारासाठी घोघरी जाणे, चौका चौकात सभा बैठका घेणे, पारंपरिक वाद्ये यांचा वापर करून प्रचार केला जात होता. त्यानंतरच्या काळामध्ये मोटारगाडी व दुचाकी क्रांतीनंतर या गाड्यांचा वापर प्रचारासाठी केला जाऊ लागला होता. या पारंपरिक प्रचार तंत्राच्या वापरामध्ये अडचणी फार होत्या. कमी वेळेत सर्व मतदारपर्यंत पोहोचणे अशक्य होते, ही प्रचारपद्धती वेळखाऊ व खर्चिक होती. 2010 नंतर मोबाईल व इंटरनेट द्वारे समाजमाध्यममध्ये झालेल्या क्रांतीनंतर राजकारण्यांनी निवडणुक प्रचारासाठी आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अवलंब प्रचारासाठी केला गेला. फिक्की च्या अहवालानुसार भारतातील 90% नागरिकांकडे मोबाईल आहेत व त्यामधील 80% नागरिक इंटरनेट चा वापर करतात 60% पेक्षा जास्त नागरिक कोणता ना कोणता समाजमाध्यमच्या वापर करतो त्यामुळे 2014 व 2019 च्या सार्वत्रिक

निवडणूकमध्ये राजकारण्यांना या तंत्रज्ञानाच्या साहाय्याने नागरिकांपर्यंत पोहचणे व आपल्या जाहिरनाम्याद्वारे नागरिकांना प्रभावित करणे सहज शक्य झाले. 2019 च्या निवडणुकीमध्ये समाजमाध्यमांमध्ये कृत्रिम बुद्धिमत्ता चा वापर करून अनेक राजकीय पक्षांनी निवडणुकीमध्ये विरुद्ध मतांच्या व पक्षाच्या नागरिकांना आपल्याकडे खेचण्यासाठी प्रयत्न केले अशाप्रकारे वृत्तपत्र ते कृत्रिम बुद्धिमत्ता चा वापर भारतीय राजकारणामध्ये निवडणूक प्रचाराठी केला गेला.

निवडणूका व समाज माध्यमे:

आज भारतातील जवळपास 70 % लोक समाजमाध्यमांचा वापर करतात. यामध्ये फेसबुक, व्हाट्सअप, इंस्टाग्राम, युट्यूब यांचे वापरण्याचे प्रमाण जास्त आहे. समाजमाध्यमांद्वारे नागरिकांना टीका-टिप्पणी व मतमांडण्याद्वारे अभिव्यक्त होण्याची संधी मिळते. समाज माध्यमाद्वारे माहिती वेगवान व कमी वेळेत अनेक लोकांपर्यंत पोहोचवीता येते.

निवडणूका व घोषवाक्ये:

2014 व 2019 या दोन लोकसभेच्या सार्वत्रिक निवडणुकीमध्ये अनेक घोष वाक्यांचा वापर निवडणूक प्रचार प्रसारासाठी करण्यात आला. या घोषवाक्यद्वारे लोकांना प्रभावित करून नागरिकांची मते आपल्याबाजूला वळवून घेण्यासाठी समाज माध्यमांची भूमिका महत्त्वाची ठरली.

उदा. 2014 च्या निवडणुकीमध्ये "अच्छे दिन आणे वाले है" व 2019 च्या निवडणुकीमध्ये "सबका साथ सबका विकास" या घोष वाक्यांनी नागरिकांना प्रभावित केले होते.

तंत्रज्ञान व मतदान यंत्रणा :

पहिल्या सार्वत्रिक निवडणुकीपासून ते नव्वदच्या दशकापर्यंत भारतामध्ये चिड्डी द्वारे मतदान केले जात होते. ही प्रक्रिया वेळखाऊ व किचकट असल्यामुळे नागरिकांचा अल्प प्रतिसाद मतदानासाठी असायचा. या मतदान प्रक्रियेमध्ये काही त्रुटी होत्या. नव्वदच्या दशकानंतर निवडणुकीमध्ये इलेक्ट्रॉनिक मतदान यंत्रांचा वापर सुरू करण्यात आला यामुळे मतदान करणे व मतदान मोजणे या दोन्ही प्रक्रिया वेगाने होऊ लागल्या, तसेच मतदान प्रक्रियेतील पारदर्शकता वाढली त्याचबरोबर मतदानाच्या टक्केवारीमध्येही वाढ झाली. आज निवडणूक आयोग दूरस्थ मतदान यंत्राचा वापर करण्यासाठी विचार करीत आहे त्यामुळे स्थलांतरीत नागरिकांनाही मतदान करता येईल मतदानाचा हक्क प्रत्येकाला बजावता येईल तसेच यामुळे मतदानाच्या टक्केवारीमध्ये वाढ होण्याची शक्यता आहे.

तंत्रज्ञानाचे राजकारणासमोरील आव्हाने:

राजकारणामध्ये तंत्रज्ञानाचा वापर हा निवडणुकीतील उमेदवार व पक्षाचा प्रचार प्रसार करण्याबरोबर, राजकीय जाहिरनामा नागरिकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी केला जातो. या तंत्रज्ञानाचा वापर

करणे जेवढे सोपे आहे त्याहून ही घातक तंत्रज्ञाननाचा गैरवापर आहे. आधुनिक तंत्रज्ञानाद्वारे म्हणजे फेसबुक, व्हाट्सअप, युट्युब, इंस्टाग्राम यांचा वापर करून राजकीय पक्ष आपला प्रचार करत आहेत परंतु या तंत्रज्ञानाचा गैरवापर करून काही हॅकर, विरोधक, परकीय यंत्रणा हे विडिओ आवाज यामध्ये मॉर्फिंग करून चुकीची व खोटी माहिती जनतेपर्यंत पोहोचऊ शकतात, तसेच एखाद्या पक्षाचा चुकीचा व खोटा जाहीरनामा तयार व प्रसारित करून नागरिकांची दिशाभूल करू शकतात. त्यामुळे हे तंत्रज्ञान एक आव्हान बनले आहे. या तंत्रज्ञानाचे योग्य नियमन करून यातून निर्माण होणाऱ्या आव्हानावर मात करता येऊ शकते.

निष्कर्ष:

1. राजकारणातील समाजमाध्यमांच्या वापरामुळे नागरिकांच्या मतदान वर्तवणुकीमध्ये सकारात्मक बदल पहावयास मिळाला आहे.
2. बदलत्या प्रचार तंत्राचा सर्वच राजकीय पक्षांनी स्विकार केलेला आहे.
3. निवडणुकीवर समाज माध्यमांचा प्रभाव वाढलेला दिसतो.
4. घोष वाक्यांचा मदतीने राजकीय पक्ष निवडणुकीवर प्रभाव पाडत आहेत.
5. राजकारणातील समाजमाध्यमांचा वापर फायदेशीर आहेच परंतु काही आव्हाने या समाजमाध्यमांमुळे निर्माण झाली आहेत.

संदर्भ सूची:

1. भारत निवडणूक आयोग अहवाल.
2. प्रकाश पवार सर यांचा सकाळ वृत्तपत्रातील लेख, नव्या युगातील सत्तास्पर्धा.