



२१ व्या शतकात सोशल मीडियाचा राजकारणावरील प्रभाव: एक विश्लेषणात्मक अभ्यास

प्रा. ज्योती दिलीप भापकर

न्यू आर्ट्स, कॉमर्स अँड सायन्स कॉलेज, अहिल्यानगर

Corresponding Author – प्रा. ज्योती दिलीप भापकर

DOI - 10.5281/zenodo.18655279

**प्रस्तावना:**

२१ वे शतक हे प्रामुख्याने 'माहिती आणि तंत्रज्ञानाचे' युग म्हणून जागतिक स्तरावर ओळखले जाते. या कालखंडात माहिती तंत्रज्ञानातील क्रांतीने मानवी जीवनाच्या सामाजिक, आर्थिक आणि सांस्कृतिक परिघाला स्पर्श केला असला, तरी त्याचा सर्वाधिक परिणाम 'राजकारण' आणि 'लोकशाही' या दोन आधारस्तंभांवर झाला आहे. गेल्या दोन दशकांत 'सोशल मीडिया' हे केवळ मनोरंजनाचे साधन न राहता, जनमत घडवण्याचे आणि सत्ता परिवर्तनाचे एक निर्णायक राजकीय शस्त्र म्हणून उदयाला आले आहे. ऐतिहासिक दृष्टिकोनातून पाहिल्यास, राजकीय संवाद हा प्रामुख्याने वर्तमानपत्रे, रेडिओ आणि दूरदर्शन यांसारख्या 'एकतर्फी' माध्यमांतून प्रस्थापित होत असे, जिथे सामान्य नागरिक केवळ एक निष्क्रिय प्राप्तकर्ता होता. मात्र, फेसबुक, एक्स (ट्विटर), व्हॉट्सअॅप आणि इंस्टाग्राम यांसारख्या 'द्विमुखी' आणि 'परस्परसंवादी' माध्यमांनी या प्रक्रियेत आमूलाग्र बदल घडवून आणला आहे. आजचा नागरिक हा केवळ माहितीचा ग्राहक राहिला नसून, तो स्वतः माहितीचा निर्माता, विश्लेषक आणि प्रसारक बनला आहे. या प्रक्रियेला राजकीय भाषेत 'माहितीचे लोकशाहीकरण' असे संबोधता येईल. सोशल मीडियाने राजकीय संघटनांना एक असे 'डिजिटल व्यासपीठ' उपलब्ध करून दिले आहे, जिथे भौगोलिक सीमा ओलांडून थेट मतदारांशी संवाद साधणे कमी खर्चात शक्य झाले आहे.

२०११ ची 'अरब स्प्रिंग' ही लोकशाहीवादी क्रांती असो, पाश्चात्य जगातील निवडणुका असोत किंवा भारतातील २०१४ आणि २०१९ च्या सार्वत्रिक निवडणुका; या सर्व घटनाक्रमांमध्ये सोशल मीडियाने 'किंगमेकर'ची महत्त्वाची भूमिका निभावली आहे. विशेषतः महाराष्ट्रातील 'मूक मोर्चा' ते 'डिजिटल मोर्चा' हा प्रवास सामाजिक चळवळींच्या बदलत्या रणनीतीवर प्रकाश टाकतो. मात्र, या तांत्रिक प्रगतीला नकारात्मक बाजूचीही झालर आहे. 'फेक न्यूज', डेटा प्रायव्हसी, अल्गोरिदमद्वारे केले जाणारे वैचारिक ध्रुवीकरण आणि भडकाऊ भाषणे यांमुळे लोकशाहीच्या मूलभूत तत्वांवरच प्रश्नचिन्ह उभे राहिले आहे. २१ व्या शतकातील राजकारण आता प्रत्यक्ष रणांगणापेक्षा स्मार्टफोनच्या स्क्रीनवर अधिक प्रभावीपणे लढले जात आहे. प्रस्तुत शोधनिबंधात सोशल मीडियाचे राजकारणावरील सकारात्मक आणि नकारात्मक पैलू, बदललेली प्रचाराची तंत्रे आणि लोकशाहीच्या भवितव्यावर होणारे त्याचे परिणाम यांचा चिकित्सक आणि विश्लेषणात्मक अभ्यास करण्याचा प्रयत्न केला आहे.

**राजकीय संवादाचे लोकशाहीकरण आणि संरचनात्मक बदल:**

२१ व्या शतकातील राजकीय अवकाशात सोशल मीडियाने 'माहितीच्या लोकशाहीकरणाची' प्रक्रिया अत्यंत गतिमान केली आहे. ऐतिहासिक दृष्टिकोनातून पाहिल्यास,

राजकीय संवाद हा प्रामुख्याने प्रस्थापित प्रसारमाध्यमांच्या नियंत्रणाखाली होता, जिथे सर्वसामान्य जनतेचा आवाज पोहोचवण्यासाठी अनेक तांत्रिक आणि आर्थिक अडथळे होते. मात्र, डिजिटल क्रांतीमुळे 'माध्यम मध्यस्थीची' गरज संपली असून, राज्यकर्ते आणि नागरिक यांच्यात थेट संवादाचा पूल निर्माण झाला आहे. आज तळागाळातील कोणताही नागरिक सोशल मीडियाच्या माध्यमातून धोरणकर्त्यांना थेट प्रश्न विचारू शकतो किंवा आपल्या समस्यांचे जागतिक स्तरावर प्रमाणीकरण करू शकतो. जनमत निर्मिती आणि अल्गोरिदमचा प्रभाव जनमत निर्मितीची पारंपारिक प्रक्रिया आता पूर्णपणे बदलली आहे. मृदुला कुलकर्णी यांच्या निरीक्षणानुसार, जनमत हे आता केवळ संपादकीय लेख किंवा टेलिव्हिजनवरील चर्चातून आकाराला येत नाही, तर ते 'अल्गोरिदम' आणि डेटाच्या गणितावर आधारलेले आहे. हे अल्गोरिदम युजर्सना त्यांच्या आवडीनुसार माहिती पुरवतात, ज्यामुळे "डिजिटल मोर्चा" सारख्या संकल्पनांना तांत्रिक बळ मिळते. ही प्रक्रिया जितकी तांत्रिक आहे, तितकीच ती सामाजिक सुद्धा आहे. भावनिक गतिशीलता आणि वैचारिक ध्रुवीकरण सोशल मीडियाच्या माध्यमातून होणारी जनमोहीम ही तर्कशास्त्रापेक्षा 'भावनिक साद' आणि 'व्हायरॅलिटी'वर अधिक अवलंबून असते. मराठा आरक्षण किंवा शेतकरी आंदोलनासारख्या चळवळींमध्ये आपण पाहिले की, एखादा संवेदनशील व्हिडिओ किंवा प्रक्षोभक संदेश आंदोलकांना मोठ्या प्रमाणावर संघटित करण्याची ताकद ठेवतो. मात्र, याच प्रक्रियेतून 'इको चेंबर' आणि 'फिल्टर बबल' यांसारख्या समस्या निर्माण होतात. सोशल मीडिया वापरकर्त्यांना त्यांच्याच विचारसरणीच्या गटात मर्यादित ठेवतो, ज्यामुळे आंदोलकांमधील अंतर्गत एकजूट तर वाढते, परंतु विरोधी विचारांशी संवाद साधण्याची किंवा त्यांना समजून घेण्याची सहिष्णुता कमी होताना दिसते.

परिणामी, राजकीय संवाद हा व्यापक चर्चेऐवजी 'वैचारिक ध्रुवीकरणकडे' झुकलेला दिसून येतो. सोशल मीडियाने माहितीचे लोकशाहीकरण करून सत्तेच्या विकेंद्रीकरणाला गती दिली आहे, यात शंका नाही. मात्र, याच तंत्रज्ञानाचा वापर करून अल्गोरिदमच्या माध्यमातून जनमत नियंत्रित करण्याचे आणि समाजात ध्रुवीकरण घडवण्याचे प्रयत्नही होत आहेत. २१ व्या शतकातील लोकशाहीसमोर 'माहितीचा मुक्त प्रवाह' आणि 'वैचारिक समतोल' राखणे हे सर्वात मोठे आव्हान आहे. तंत्रज्ञान हे साधन असले तरी, त्याचा विवेकपूर्ण वापर हीच निकोप लोकशाहीची गरज आहे.

### निवडणुकीच्या रणनीतीतील बदल:

आजच्या काळात निवडणुका केवळ जमिनीवर लढल्या जात नाहीत, तर त्या 'डेटा' आणि 'अल्गोरिदम'वर लढल्या जातात. आयटी सेल्स प्रत्येक राजकीय पक्षाने स्वतःचे स्वतंत्र आयटी सेल स्थापन केले आहेत. हे सेल २४ तास पक्षाचा अजेंडा लोकांपर्यंत पोहोचवण्याचे काम करतात. मायक्रो-टार्गेटिंग मतदारांच्या आवडी-निवडीनुसार त्यांना विशिष्ट जाहिराती दाखवल्या जातात. यामुळे मतदारांच्या मानसिकतेवर प्रभाव टाकणे सोपे झाले आहे. हॅशटॅग वॉर ट्विटरसारख्या प्लॅटफॉर्मवर विशिष्ट हॅशटॅग ट्रेंड करून जनमत आपल्या बाजूने वळवण्याचा प्रयत्न केला जातो.

### राजकीय जागृती आणि चळवळी:

सोशल मीडियाने केवळ निवडणुकीपुरता प्रभाव न टाकता, समाजात मोठ्या प्रमाणावर राजकीय जागृती निर्माण केली आहे. इतिहासात ज्या चळवळींना संघटित होण्यासाठी महिने लागायचे, त्या आता काही तासांत जागतिक स्वरूप धारण करतात. माहितीचे

लोकशाहीकरणपूर्वी सर्वसामान्य माणसाला सरकारी धोरणे किंवा आंतरराष्ट्रीय राजकारण समजून घेण्यासाठी मर्यादित साधने होती. सोशल मीडियामुळे ही माहिती आता कोणाच्याही स्मार्टफोनवर उपलब्ध आहे. विश्लेषणात्मक व्हिडिओ: यूट्यूबसारख्या माध्यमांतून क्लिष्ट राजकीय विषय सोप्या भाषेत समजून सांगणारे स्वतंत्र पत्रकार आणि विश्लेषक उदयाला आले आहेत, ज्यामुळे नागरिकांची समज वाढली आहे. ऐतिहासिक डिजिटल चळवळीत सोशल मीडियाने कशा प्रकारे क्रांती घडवून आणली, याची काही ठळक उदाहरणे खालीलप्रमाणे आहेत.

### अरब स्प्रिंग: पहिली 'सोशल मीडिया क्रांती':

२०१०-११ मध्ये मध्य-पूर्व आणि उत्तर आफ्रिकेतील देशांमध्ये झालेली ही क्रांती जागतिक राजकारणातील एक मैलाचा दगड ठरली. या चळवळीत सोशल मीडियाने 'कॅटॅलिस्ट' म्हणजेच उत्प्रेरकाची भूमिका बजावली. ट्युनिशियापासून सुरुवात: मोहम्मद बुआझीझी या भाजी विक्रेत्याने केलेल्या आत्मदहनाचा व्हिडिओ सोशल मीडियावर व्हायरल झाला. या एका व्हिडिओने दशकानुदशके दबलेल्या जनतेच्या रागाला वाट करून दिली. फेसबुकमुळे हा उठाव केवळ एका शहरापुरता मर्यादित न राहता संपूर्ण देशात पसरला. इजिप्तमधील 'तहरीर स्क्वेअर' आणि फेसबुक इजिप्तमध्ये 'वाएल घोनिम' यांनी "We are all Khaled Said" नावाचे फेसबुक पेज तयार केले. या पेजने लाखो तरुणांना कैरोमधील तहरीर स्क्वेअरवर एकत्र येण्याचे आवाहन केले. पारंपारिक माध्यमांवर (TV, वर्तमानपत्रे) सरकारचे नियंत्रण असल्याने, आंदोलकांनी माहितीची देवाणघेवाण करण्यासाठी ट्विटर आणि फेसबुकचा वापर 'पर्यायी माध्यम' म्हणून केला. क्रांतीमध्ये सोशल मीडियाची विशिष्ट कार्ये समन्वय आंदोलनासाठी कुठे जमायचे, पोलिसांपासून कसे वाचायचे

आणि वैद्यकीय मदत कुठे मिळेल, याची माहिती रिअल-टाइममध्ये शेअर केली गेली. जागतिक लक्ष ट्विटरवरील हॅशटॅगमुळे जगभरातील माध्यमांचे लक्ष या आंदोलनाकडे वेधले गेले. यामुळे हुकूमशाही राजवटींना आंदोलकांवर उघडपणे हिंसाचार करणे कठीण झाले. दक्षता आणि पुरावे: आंदोलकांनी स्वतःच्या मोबाईलवरून टिपलेले व्हिडिओ आणि फोटो थेट जागतिक समुदायापर्यंत पोहोचले, जेणेकरून सत्तेचा गैरवापर उघड झाला. हरारी यांच्यासारख्या विचारवंतांच्या मते, सोशल मीडियाने क्रांती घडवून आणण्यास मदत तर केली, पण नंतरच्या काळात 'डिजिटल हुकूमशाही'ने पुन्हा पाय रोवले. सरकारांनी आता सोशल मीडियाचा वापर आंदोलकांवर पाळत ठेवण्यासाठी आणि चुकीची माहिती पसरवण्यासाठी करण्यास सुरुवात केली आहे. अरब स्प्रिंगने हे सिद्ध केले की, सोशल मीडियामध्ये हुकूमशाही सत्ता उलथवून टाकण्याची क्षमता आहे. मात्र, केवळ डिजिटल प्लॅटफॉर्मवर क्रांती करून चालत नाही, तर त्यानंतर स्थिर लोकशाही संस्था स्थापन करणे हे मोठे आव्हान असते. 'सोशल मीडिया आणि भारतीय लोकशाही' यांच्यातील संबंध स्पष्ट करण्यासाठी अत्यंत महत्त्वाचा आहे. २०११ चे अण्णा हजारे यांचे आंदोलन हे भारतातील पहिले असे मोठे आंदोलन होते, ज्याने 'डिजिटल मोबिलायझेशन'ची ताकद देशाला दाखवून दिली. भ्रष्टाचारविरोधी आंदोलन (२०११) एक डिजिटल वळणहे आंदोलन 'इंडिया अगेन्स्ट करप्शन' या नावाने ओळखले गेले. या आंदोलनाने भारतीय राजकारणात सोशल मीडियाच्या वापराचा पाया रचला. फेसबुक आणि व्हॉट्सअॅपचा उदय २०११ च्या काळात फेसबुक भारतात वेगाने पसरत होते. अण्णा हजारे यांच्या उपोषणाचे थेट प्रक्षेपण आणि त्या संदर्भातील अपडेट्स फेसबुक पेजवरून सातत्याने दिले जात होते. यामुळे मुख्य प्रवाहातील मीडियाने दखल घेण्यापूर्वीच हा विषय सोशल मीडियावर

'व्हायरल' झाला होता. तरुणाईचा सहभाग राजकारणाबद्दल उदासीन असलेला भारतीय तरुण या आंदोलनाकडे आकर्षित झाला. त्याचे मुख्य कारण म्हणजे आंदोलनाची भाषा आणि स्वरूप 'डिजिटल' होते. फेसबुकवरील 'प्रोफाईल पिक्चर' बदलून अण्णा हजारे यांना पाठिंबा देण्याची लाट आली, ज्याने एक प्रकारे 'व्हर्च्युअल सॉलिडॅरिटी' निर्माण केली. संदेशाचा प्रसार मिम्स आणि ग्राफिक्स किचकट कायदेशीर भाषा असलेल्या 'लोकपाल विधेयका'चे साध्या ग्राफिक्स आणि फोटोंमध्ये रूपांतर करून ते व्हॉट्सअप आणि फेसबुकवर शेअर केले गेले. एसएमएस मार्केटिंग इंटरनेट नसलेल्या लोकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी बल्क एसएमएसचा वापर करण्यात आला. 'मी अण्णा आहे' I am Anna ही टोपी आणि त्यासोबतचा डिजिटल संदेश घराघरांत पोहोचला. राजकारणावरील दीर्घकालीन परिणाम या आंदोलनातूनच सोशल मीडियाचा वापर करून निवडणुका कशा लढवल्या जाऊ शकतात, याचे मॉडेल राजकीय पक्षांना मिळाले. या आंदोलनानंतरच भारतात 'आयटी सेल्स' आणि सोशल मीडिया मॅनेजमेंटला राजकीय महत्त्व प्राप्त झाले. २०१४ च्या लोकसभा निवडणुकीत सोशल मीडियाचा जो प्रचंड वापर झाला, त्याची बीजे २०११ च्या या आंदोलनात पेरली गेली होती. २१ व्या शतकात सोशल मीडिया हा लोकशाहीचा 'पाचवा स्तंभ' म्हणून उदयाला आला आहे. त्याने राजकारणाला एसी केबिनमधून काढून रस्त्यावर आणि प्रत्येक नागरिकाच्या हातातील मोबाईल स्क्रीनवर आणले आहे. जसे अण्णा हजारे यांच्या आंदोलनाने दाखवून दिले, सोशल मीडियामध्ये सत्ताधान्यांना प्रश्न विचारण्याची आणि बदल घडवण्याची प्रचंड ताकीद आहे. परंतु, युव्हाल नोआ ह्यारी आणि आर. पांडे यांच्या संदर्भानुसार, हे माध्यम जितके पारदर्शक आहे तितकेच ते 'मॅनिप्युलेटिव्ह' देखील असू शकते. लोकशाहीची मूल्ये टिकवून ठेवण्यासाठी तंत्रज्ञानाचा

वापर विवेकाने होणे गरजेचे आहे. नागरिकांनी माहितीची सत्यता पडताळून पाहण्याचे शिक्षण घेतले पाहिजे, फेक न्यूज आणि भडकाऊ भाषणांवर नियंत्रण मिळवण्यासाठी कडक पण अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याचा संकोच न करणारे कायदे हवेत. पारदर्शकता व राजकीय जाहिरातींवर होणारा खर्च आणि डेटाचा वापर यावर निवडणूक आयोगाचे कडक नियंत्रण असावे. निर्भया आंदोलन आणि डिजिटल सक्रियतेतून कायदेशीर बदलसोशल मीडियाने महिलांच्या प्रश्नांना वैयक्तिक चौकटीतून बाहेर काढून त्याचे राजकीय आणि कायदेशीर प्रश्नात रूपांतर कसे केले, हे या दोन चळवळींवरून स्पष्ट होते. निर्भया आंदोलन (२०१२) सामूहिक संतापाचे प्रकटीकरण २०१२ च्या दिल्ली सामूहिक बलात्कार प्रकरणानंतर सोशल मीडिया फेसबुक आणि ट्विटर हे संतापाचे मुख्य व्यासपीठ बनले. फेसबुकवरील इव्हेंट्स आणि व्हॉट्सअप मेसेजेसमुळे हजारो लोक इंडिया गेटवर गोळा झाले. या अभूतपूर्व जनदबावामुळे सरकारला 'न्यायमूर्ती वर्मा समिती' स्थापन करावी लागली. या आंदोलनामुळे भारतीय दंड संहितेत बदल करून 'गुन्हेगारी कायदा सुधारणा अधिनियम, २०१३' संमत करण्यात आला. यामध्ये बलात्काराच्या व्याख्येचा विस्तार आणि फाशीच्या शिक्षेसारख्या कडक तरतुदींचा समावेश करण्यात आला. 'मी टू' चळवळ डिजिटल व्यासपीठावरून अन्यायाला वाचा चळवळ ही प्रामुख्याने ट्विटर आणि इंस्टाग्रामवर सुरू झाली. या चळवळीने 'सत्तेच्या राजकारणात' महिलांचे शोषण कसे होते, हे उघड केले. राजकीय पडसाद उमटले अनेक बड्या राजकारण्यांना आणि मंत्र्यांना (उदा. एम. जे. अकबर) आपल्या पदाचा राजीनामा द्यावा लागला. सोशल मीडियावरील एका 'हॅशटॅग'ने प्रस्थापित सत्ताकेंद्रांना हादरवून सोडले. संस्थात्मक बदल या चळवळीमुळे कंपन्या आणि सरकारी कार्यालयांमध्ये 'विशाखा मार्गदर्शक तत्वांचे' आणि (लैंगिक

छळ प्रतिबंधक कायदा) चे पालन करणे अनिवार्य झाले. 'डिजिटल सिस्टिम'चे योगदान म्हणावे लागेल भीती नष्ट करणे, सोशल मीडियामुळे पीडित महिलांना हे जाणवले की त्या एकट्या नाहीत. या 'डिजिटल सिस्टिम'ने त्यांना एक सुरक्षा कवच दिले. पुरावे आणि साक्ष सोशल मीडियावरील पोस्ट्स अनेकदा प्राथमिक पुरावा म्हणून वापरल्या गेल्या, ज्यामुळे गुन्हेगारांवर सामाजिक बहिष्कार टाकणे सोपे झाले. निर्भया आंदोलन आणि 'मी टू' या चळवळींनी केवळ राजकारणावरच नाही तर कायद्यांवरही परिणाम केला. सोशल मीडियाच्या दबावामुळे सरकारांना महिला सुरक्षा आणि कामाच्या ठिकाणच्या लैंगिक छळाबाबत कडक कायदे करणे भाग पडले.

### हॅशटॅग राजकारण:

आजच्या काळात एखादा 'हॅशटॅग' हा राजकीय अजेंडा सेट करण्याचे प्रभावी साधन बनला आहे. जागरूकता वाढवणे जेव्हा एखादा विषय ट्विटरवर 'ट्रेंड' होतो, तेव्हा मुख्य प्रवाहातील प्रसारमाध्यमांना आणि सरकारला त्याची दखल घ्यावीच लागते. माहितीचे लोकशाहीकरण आणि समन्वय पूर्वी आंदोलनाची माहिती पोहोचवण्यासाठी वृत्तपत्रे किंवा स्थानिक सभांवर अवलंबून राहावे लागत असे. मात्र, आता सोशल मीडियामुळे संवाद थेट झाला आहे व्हॉट्सअप ग्रुप्स प्रत्येक गाव आणि तालुकानिहाय ग्रुप्स तयार करून आंदोलनाची वेळ, ठिकाण आणि सूचना सेकंदात पोहोचवल्या जातात. विशेषत मराठा क्रांती मोर्चाच्या वेळी 'शिस्त पाळा' अशा सूचना देण्यासाठी याचा मोठा वापर झाला. लाईव्ह अपडेट्स फेसबुक आणि इंस्टाग्राम लाईव्हमुळे आंदोलनाच्या ठिकाणची खरी परिस्थिती लोकांना घरबसल्या कळते. यामुळे अफवांना लगाम बसतो आणि कार्यकर्त्यांचा उत्साह वाढतो. आपली बाजू मांडण्याचे प्रभावी माध्यम मुख्य प्रवाहातील

प्रसारमाध्यमे अनेकदा स्थानिक प्रश्नांकडे दुर्लक्ष करतात. अशा वेळी सोशल मीडिया हे स्वतःचे 'मीडिया हाऊस' बनले. स्वतःचा आवाज: शेतकरी आंदोलनादरम्यान शेतकऱ्यांनी स्वतःचे व्हिडिओ बनवून शेतीचे प्रश्न, हमीभाव आणि सरकारची धोरणे यावर आपली मते मांडली. हॅशटॅगच्या माध्यमातून विषयाला 'नॅशनल आणि इंटरनॅशनल ट्रेंड'मध्ये आणले जाते, ज्यामुळे सरकारवर दबाव निर्माण होतो. राजकीय आणि सामाजिक दबाव गट डिजिटल व्यासपीठांमुळे आंदोलने आता केवळ रस्त्यावर राहिलेली नाहीत आक्रमक मांडणी मनोज जरांगे पाटील यांच्या आंदोलनादरम्यान आपण पाहिले की, गावपातळीवरील तरुण रिल्स आणि पोस्टच्या माध्यमातून नेत्यांना प्रश्न विचारत आहेत. डिजिटल वॉलंटिअर्स हजारो तरुण केवळ सोशल मीडिया सांभाळण्यासाठी काम करतात, जे चुकीच्या माहितीचे खंडन करतात आणि आंदोलनाचा सकारात्मक पैलू समाजासमोर मांडतात.

### नकारात्मक प्रभाव आणि आव्हाने:

सोशल मीडियाचा राजकारणावरील प्रभाव केवळ सकारात्मक नाही, तर त्याचे काही गंभीर तोटेही आहेत फेक न्यूज आणि अफवा आज 'सत्यापेक्षा वेगाने अफवा पसरतात' हे सोशल मीडियाचे सर्वात मोठे संकट आहे. चुकीच्या माहितीमुळे जातीय दंगली, चुकीची राजकीय प्रतिमा तयार करणे आणि मतदारांची दिशाभूल करणे सोपे झाले आहे.

ध्रुवीकरण सोशल मीडियाचे अल्गोरिदम आपल्याला तीच माहिती दाखवतात जी आपल्याला आवडते यामुळे एकाच विचारसरणीचे लोक एकत्र येतात आणि दुसऱ्या विचारसरणीबद्दल त्यांच्या मनात द्वेष निर्माण होतो. यामुळे समाजाचे वैचारिक विभाजन होत आहे. राजकीय ट्रोलिंगविरोधी विचार मांडणाऱ्या व्यक्तीला किंवा

नेत्याला मानसिक त्रास देण्यासाठी संघटित 'ट्रोलिंग'चा वापर केला जातो. यामुळे मुक्त संवादाची जागा भीती आणि द्वेषाने घेतली आहे.

डेटा प्रायव्हसी आणि लोकशाहीचे भविष्य हे 'केंब्रिज ॲनालिटिका' सारख्या प्रकरणातून हे समोर आले आहे की, लोकांचा वैयक्तिक डेटा वापरून निवडणुका मॅनिप्युलेट केल्या जाऊ शकतात. जर तंत्रज्ञान कंपन्या ठरवतील की कोणाचे सरकार यावे, तर ती लोकशाहीसाठी धोक्याची घंटा आहे. त्यामुळे सोशल मीडियाचे नियमन करणे ही २१ व्या शतकातील सर्वात मोठी गरज बनली आहे.

#### निष्कर्ष:

सोशल मीडिया हे दुधारी शस्त्र आहे. त्याने सामान्य माणसाला आवाज दिला आहे, पण त्याच वेळी चुकीच्या माहितीच्या माध्यमातून लोकशाहीला कमकुवत करण्याची ताकदही त्यात आहे. २१ व्या शतकातील राजकारण हे सोशल मीडियाशिवाय अपूर्ण आहे. परंतु, लोकशाही टिकवून ठेवण्यासाठी नागरिकांनी 'माध्यम साक्षर' होणे आणि माहितीची सत्यता पडताळून पाहणे अनिवार्य आहे. तंत्रज्ञानाचा वापर द्वेषासाठी न होता संवादासाठी झाला, तरच सोशल मीडिया लोकशाहीचा खरा आधारस्तंभ ठरेल.

#### संदर्भ सूची :

1. पांडे, आर. (२०२०): डिजिटल इंडिया आणि बदलतं राजकारण, पुणे प्रकाशन.
2. हरारी, युव्हाल नोआ. २१ व्या शतकासाठी २१ धडे. अनुवादक रश्मी सोहनी, मंजुळ पब्लिशिंग हाऊस, २०१९.

3. भारत सरकार, माहिती आणि प्रसारण मंत्रालय: सोशल मीडिया नियमावली २०२१.
4. कुलकर्णी, मृदुला. सोशल मीडिया आणि जनमत. राजहंस प्रकाशन, २०२१
5. कदम, संजय. डिजिटल लोकशाही: सोशल मीडिया आणि भारतीय राजकारण. विजय प्रकाशन, २०२२.
6. साने, मंदार. फेक न्यूज आणि अफवांचे राजकारण. साधना प्रकाशन, २०२०.
7. संशोधन लेख: Impact of Social Media on Indian Elections (2014-2019), ResearchGate.
8. Agrawal, Ravi. *India Connected: How the Smartphone Is Transforming the World's Largest Democracy*. Oxford University Press, 2018.
9. Lal, Ankit. *India Social: How Social Media Is Leading the Charge and Changing the Country*. Hachette India, 2017.
10. Chopra, Shaili. *The Big Connect: Politics in the Age of Social Media*. Random House India, 2014. Moliner, Christine, and David Singh, editors. *The Indian Farmers' Protest of 2020-2021: Agrarian Crisis, Dissent and Identity*. Routledge India, 2024.
11. Sinha, Amber. *The Networked Public: How Social Media Shapes Democracy in India*. Digital Age Books, 2019.