दयानंद कला महाविद्यालय, लातूर

समाजशास्त्र विभाग

B.A. द्वितीय वर्ष [मायनर]

पेपरचे नाव सोशल मिडीया - (प्रा. ज्योती कदम)

दयानंद कला महाविद्यालय, लातूर

समाजशास्त्र विभाग

अभ्यासक्रम :- बी.ए.द्वितीय वर्ष [मायनर]

विषय :- समाज आणि माध्यम

प्रकरण 1 ले :- माध्यमे आणि अधुनिकता

1) माध्यमांचा अर्थ व प्रकार

2) सामाजिक माध्यमांचा अर्थ व इतिहास

3) सामाजिक माध्यमांचे स्थान (Platforms)

4) सामाजिक माध्यमांचे महत्व व आव्हाने

प्रकरण 2 रे :- आधुनिक सामाजिक माध्यमांचे स्थान

व त्यांचा वापर

1) अंतर्गत संभाषणासाठी समाज माध्यमांचा वापर
2) फेसबुक, इंस्टाग्राम, युट्युब, वॉटसॲप, स्नेपचॅट, ट्विटर, टेलिग्राम.
3) सामाजिक माध्यमे स्वकथन आणि पर्यायी ओळख
4) सामाजिक माध्यमांचे फायदे आणि तोटे.

प्रकरण 3 रे :- सामाजिक परिवर्तनात समाज माध्यमांची भूमिका

1) लोकांमधील जागरुकता निर्माण करणे व त्यांना एकत्र ठेवणे.
2) आधुनिकीकरण व सांस्कृतिक देवाण-घेवाण

3) सामाजिक माध्यमे आणि त्यांचा संबंध

4) राजकीय अधियान / स्पर्धा आणि सामाजिक माध्यमे अधिनियम.

प्रकरण 4 थे :- सामाजिक माध्यमा संबंधी कायदे, नियम व अधिनियम.

1) भारतीय दंडसंहिता (IPC) 153A, 500, 509.

2) माहिती तंत्रज्ञान (IT) (Act Acd Act) 2000.

3) वैयक्तिक माहिती संरक्षण कायदा 2003.

4) IT Rules 2021 नियमन अधिनियम.

प्र-1 माध्यमे आणि अधुनिकता

1) माध्यमांचा अर्थ आणि प्रकार :-

प्रस्तावना :-

इंटरनेटचा वाढता विस्तार आणि मोबाईल फोन तंत्रज्ञानामध्ये झालेली प्रगती या दोन बाबींमुळे देशातील सर्व सामान्य नागरिकांच्या जीवनामध्ये अमुलाग्र बदल होत आहेत. एखाद्या विशिष्ट विषयाची माहिती शोधण्यासाठी पुस्तकाऐवजी इंटरनेटचा आधार घेण्याच्या सवयीला आता लोकमान्यता मिळाली आहे. त्याच वेळी अगदी खाजगी बाब म्हणून विचारात घेतल्या जाणाऱ्या वैयक्तिक विषयाबाबत थेट सोशल मिडियावरूनही चर्चा होऊ लागल्या आहेत. सेलिब्रिटींच्या आयुष्यातील अशा चर्चांना तर प्रसार माध्यमांच्या जगतामध्ये बातमीचे स्थान मिळू लागले आहे. त्याच वेळी एखादा विशिष्ट विषय विशिष्ट पद्धतीनेच पुढे ढकलण्याचा केला जाणारा प्रयत्न आणि त्याचे सोशल मीडियाच्या व्यासपीठावरून दिसून येणारे परिणाम सर्वसामान्य नागरिकांमध्ये ट्रोल म्हणून चर्चेला येऊ लागले आहेत. गेल्या काही वर्षांमध्ये सर्व सामान्य भारतीय नागरिकांच्या दैनंदिन

आयुष्यामध्ये झालेले हे बदल आहेत. सर्वसामान्य नागरिकांमधून एखाद्या विशिष्ट मुद्याची अभिरुची निर्माण करण्याची, ती कमी करण्याची वा वाढवण्याची जबाबदारी आता सोशल मीडियाच्या माध्यमातून प्रसारित होऊ लागली आहे. त्यामुळे माध्यमांच्या या प्रकरणामध्ये आशयाच्या निर्मितीकडे आता गांभीर्याने पाहिले जाते.

2) सामाजिक माध्यमांचा अर्थ :-

आपल्यापैकी बरेचजणांचे सोशल मीडियाचे अकाऊंट असतात. स्वतःचे फेसबुकही असेल. आपण सोशल मीडिया वापरतो याचाच अर्थ आपण फेसबुक वापरतो. हा वापर आपण नेमका कसा करतो? एखादी गोष्ट फेसबुकवर सांगायची झाल्यास आपण इंटरनेटच्या आधाराने ती गोष्ट फेसबुकवर लिहितो. ती गोष्ट आपल्या फ्रेंड लिस्टमध्ये असलेल्या सगळ्यांपर्यंत एकाच वेळी पोहोचण्याचा मार्ग त्याद्वारे आपण उपलब्ध करून देतो यालाच सोशल मीडिया म्हणतात. काही जण त्याला लाईक करतात तर काही त्यावर आपली प्रतिक्रियाही नोंदवतात. तर काही लोक तीच गोष्ट आपल्या नावासह अकाऊंटवरून इतरांना शेअरही करतात. हे सर्व होत असताना कधी ती बातमी डिलीटही करू शकतो. आणि कालांतराने जेव्हा

त्याच गोष्टीचा संदर्भ घ्यायचा असेल त्यावेळी आपण ती पुन्हा शोधूनही काढतो. अशा सर्वच टप्प्यांवर 'सोशल मीडिया म्हणजे काय' या प्रश्नाचे उत्तर दडलेले आहे.

1] ॲन्ड्रीस कप्लान :-

सोशल मीडियाच्या केलेल्या व्याख्येनुसार, (इंटरनेटच्या आधाराने, अंर्तक्रियांना चालना देणाऱ्या प्रकारामधील संदेशवहन वापरून वापर कर्त्यांनाच अशी निर्मिती आणि त्यांच्या देवाण - घेवाणीची सुविधा देणाऱ्या व्यासपीठांच्या गटांना सोशल मिडिया म्हटले जाते).

इंटरनेट वापरणाऱ्यांना स्वतः अशी निर्मितीची वा तो आपआपसात वाटून घेण्याची सुविधा देणारी, तसेच वापरकर्त्यांना आपआपसात संदेश संदेशवहनाची सुविधा पुरविणारे व्यासपीठे ही समाज माध्यमाच्या गटामध्येही अशी व्याख्या (Understanding Social Media) या पुस्तकात लिहिली आहे.

या दोन्हीही व्याख्यांमध्ये नोंदवलेली सोशल मिडिया विषयी सोशल मिडिया वापरताना प्रत्येक टप्प्यावर अनुभवत आहोत. सोशल मिडियाच्या माध्यमातून लोक एकाच वेळी जगासमोर मांडत आहेत आणि त्याविषयी जगाचे म्हणणे काय आहे हेही जाणून घेत आहेत. त्यासाठी इंटरनेटची उपलब्धता ही एका मूलभूत

गरज मानली जात आहे. सोशल मिडियाच्या माध्यमातून अगदी सहजच एखाद्याच्या क्लिकच्या आधाराने मानलेली गोष्ट आता पटकन हजारो लोकांपर्यंत पोहोचली जाते. एखाद्या मार्केटमधून हव्या त्या गोष्टीचा शोध घेणे, नोकरीसाठीच्या संधीची माहिती घेणे, घटकनीच्या चांगले ठिकाण निवडणे अशा नाभविक बाबींपासून हे एखाद्याशी संपर्क करण्यापर्यंतच्या सर्वच टप्प्यांवर सोशल मीडिया ही एक महत्त्वाची बाब बनली आहे. या सर्व व्याख्यांमध्ये येणारे समान मुद्दे सोशल मीडियाचे सूद समान समजून घेणे महत्त्वाचे आहे.

या मुद्यांमध्ये इंटरनेट वापरकर्त्यांनी स्वतः तयार केलेला आशय आणि या आशयाचा प्रवाहीपणा या बाबत अधोरेखित करू शकतो. सोशल मीडियाचा वापर होण्यासाठी अपेक्षित असलेल्या आंतरक्रियांना (Interactivity) मिळणारी चालना ही सध्या बहुतांश ठिकाणी वापरात आलेली आहे. दुसऱ्या पिढीच्या इंटरनेट सुविधांचे कमी वैशिष्ट मानले जाते. कॅप्लन आणि हैनलैन यांनी या प्रकारच्या इंटरनेटची वैशिष्टय सांगताना त्यानुसार या प्रकारात आशय आति तो वापरण्यासाठी वेगवेगळ्या सुविधा सातत्याने नवनवीन सुधारणा (अपडेट) होत आहेत. त्या कोण्या एका व्यक्तीचे विकसित केलेले न राहता त्याचा वापर करणारे

जवळपास प्रत्येकाच्या सहकार्याने ही प्रक्रिया सुरू राहते. त्यासाठी - वापरकर्त्यांचा सहभाग आणि परस्पर सहकार्यही तितकेच महत्त्वाचे ठरते. केवळ आशय प्रसिद्ध करणे हे वेबा १.० च्या व्यासपीठावर होणारी क्रिया ठरत असे. त्याचवेळी न परस्पर सहकायनि सुरू राहणारे ब्लॉग हे वेबा 200 सहकाय 200 च्या गटात मोडणारे असल्याचेही केप्लन वा हैनलैन है। मानतात वापरकर्त्यांनी विकसित केलेल्या अ आशयाचे (यूजर जनरेटेड कंटेंट) नानाविध प्रकारा आपल्याकडे पाहायला मिळतात.

2) समाज माध्यमांचा इतिहास :-

जागतिक पातळीवर इंटरनेट आणि सोशल मीडियाच्या वापराची सर्वेक्षण आणि विश्लेषणात्मक अभ्यास करणाऱ्या (छुटसूट) या कंपनीने जानेवारी 2018 मध्ये। प्रसिदध केले आहे. (वुई आर सोशल देशाच्या एकूण लोकसंख्येपैकी सोशल) था अहवालानुसार भारतात वापर करू शकणाऱ्या मध्ये मोडतो त्या आधारे इंटरनेटचा ३५% लोकसंख्या ही इंटरनेटचा इतका वेळ वापर करू शकणारे लोक दिवसात ७ तास 24 मिनिटे वेळ इंटरनेटचा या ना त्या माध्यमातून वापर करतो.

मोबाईल फोनचा वापर करतो. इंटरनेट वापरण्याची प्रमाण एकूण इंटरनेट वापरकत्यांच्या 79% इतका आहे.

फोन वरून इंटरनेट वापरीचे दिवसाला साधारण ३ तास 23 मिनिटे वापरतात. इंटरनेटच्या या वापरा पाठीमागे सोशल मीडियाच्या वापराच्या भारतीयांच्या सवयी बाबत आहे. हा अहवाल प्रकाश टाकतो भारतात सोशल मीडिया वापरणाऱ्या ग्राहकांची संख्या वाढणे मोबाईलवर सोशल मीडिया वाप - रांची संख्या 38% वाढली आहे. व्यासपीठांचा वापर करणारे लोक हेही इंटरनेटचा वापर बयापैकी ण करतात फेसबुक चा वापर करणार यादीमध्ये पुरुषांची संख्या जास्त आहे. भारतामध्ये एकूण फेसबूक वापरणायांपैकी हिंदी भाषेचा वापर करणाऱ्यांची संख्या अधिक दिसून येते. भारतात इंस्टाग्राम वापरणाऱ्यांची संख्या 5 कोटी २० लाखाच्या दरात आहे. (छुट्सूट) च्या 2019 च्या ताज्या आकडेवारीनुसार जगभरा -त 45% लोक इंटरनेटचा वापर करतात वेगवेगळ्या देशांपैकी पहिल्या क्रमांकाच्या सोशल मीडिया ॲक्टिव युजर्स ची संख्या व त्या देशाची एकूण संख्या यांच्या गुणोत्तरातून ही आकडे - वारी तयार झाली आहे. भारतात ११% लोक इंटरनेटचा वापर करू लागले आहेत. सोशल मीडियाचा

भारतात वेगवान वाढ होणाऱ्या देशांपैकी भारताचा दूसरा ब्रू आहे. जगामध्ये पहिल्या क्रमांकावर इंटरनेटचा वापर चीन मध्ये सर्वाधिक आहे. जगभरात ही संख्या सरासरी 8 तास 16 मिनिटे इतकी आहे. भारतात इंटरनेट वापरणाऱ्यांपैकी 75% लोक एक कामाचा भाग म्हणून सोशल मिडियाचा वापर करतात हेही आकडेवारीन समोर आलेले आहे. (हुटसूट) च्या फेसबूक रीच बँकींग, मध्ये भारतात 30 कोटी लोकांपर्यंत फेसबूक पोहोचले आहे. भारतात 23 कोटी पुरुष फेसबूक वापरतात. दर महिन्याला एखाद्या फेसबुकवर किती वेळा आपली प्रतिक्रिया देतो याचाही अभ्यास (छुटसूट) ने केलेला आहे. त्यानुसार जगभरात हा आकडा सरासरी आहे. ऑस्ट्रेलिया, ब्राझील, डेनमार्क, न्यूझिलंड या देशामध्ये ही प्रतिक्रिया करण्याचे प्रमाण सर्वाधिक आहे, मोबाईल फोन वकून सोशल मिडिया वापरणायांच्या संख्येत वाढ दिसून येते. फेसबूक, वॉटसॲप नाव इंस्टाग्राम या चार ॲप्स जगभरात मोबाइल फोन स्वा वरून सर्वाधिक वापर होणाया पहिल्या 5 ऑस ॲप्स मध्ये समाविष्ट होत आहे. युट्युब वर सवाधिक शोधल्या जाणाऱ्या मध्ये हिंदी या के 10 वा आहे असे असले तरी सोशल मीडीया म्हणजे कायगा असे विचारल्यास आपल्यांपैकी अनेकांना हे सांगणे अवघड जाते. सोशल मिडियाचे

इतर माध्यमांचे क्षा असणारे वेगळे वैशिष्ट त्यावरील आशयाची विविधता का पूर्णपणे जाणून न घेताच त्याचा आपल्यांकडून होत असलेला कि वापर मर्यादि प्रमाणात यशस्वी ठरू शकतो. सोशल मिडी - याच्या वापराचो हे मर्यादीत यश अधिक करण्यासाठी था सर्वच बाबींची माहिती करून घेणे आवश्यक ठरते.

सोशल मिडीया चे महत्त्व / वापर :-

अ) इंटरनेट वापरणाऱ्या सर्वांसाठी किंवा निवडक गटांसाठी असलेली उपलब्धता.

ब) केवळ दुसऱ्याने केलेले काम जसेच्या तसे दावखवण्याऐवजी त्यामध्ये काहीतरी

सज्जनशील बदल वा सुधारणां प्र - चा केला जाणारा सहवासः

क) कोणतेही व्यावसाहिक उद्दिष्ट न ठेवता आणि संबंधित व्यक्तीच्या व्यावसायिक कार्याचा

भाग न ठरणाऱ्या गटातील समावेश.

हे 3 निकष पूर्ण करणारा आशयू हा सोशल मिडीया वरील वापरकर्त्यांनी विकसित केलेल्या आशय गटात मोडतो.

सोशल मिडीयाचा वापर :-

एखाद्याने तयार केलेला आशय इतरांनाही वापरता येण्या साठीच्या म्हणून उपलब्ध असणाऱ्या गाया विविध सुविधा आणि विशिष्ट आशय शोधण्यासाठी म्हणून मिळणारी संधी याबाबी ही सोशल मिडीयाचा भाग ठरतात.

1) सोशल मिडीया वापरण्याची सहजता :-

सोशल मिडीयाचा वापर आपण कधी आणि कसा करतो याचा आढावा घेतला तर हे वैशिष्ट्ये आपण सहज अनुभवू शकतो इंटरनेट उपलब्ध असताना एका ऑस च्या आधारे आपण सहजच या माध्यम विश्वात प्रवेश करतो. त्यासाठी धावा लागणारा मोबदला हा अगदी अत्यल्प असतो किंवा अनेकदा तर असा कोणताही मोबदला द्यावा लागत नाही. सोशल मिडीया वापरण्यासाठी खूप काही विशेष कौशल्य वापरण्याची गरज लागत नाही. अगदी नवीन् असणाऱ्या व्यक्तीलाही याचा सहज करता या व्यासपीठांवर आपल्या आगमनापूर्वीच उपस्थित असलेल्या एखाद्या गटाचा समुदायाचा भाग होऊनू ऊन जाण्याची प्रक्रिया सोपी पद्धत आहे. अगदी एका क्लिकवर इंटरनेटचा वापर करू शकणारे कोणीही या समुदायाचा भाग बनू शक्तात. तुम्ही या व्यासपीठावर आल्यानंतर एखाद्या विशिष्ट हेतूने तुम्हाला स्वतःला तुमचा एखादा गट किंवा असाच एखादा व्यापक

समुदाय तयार करायचा असेल, तर फेसबूकच्या वेगवेगळ्या कम्युनिटीज किंवा ग्रुप्स आणि त्यामधील तुमचा अंतभाव किंवा याच सुलभतेने तहज साध्य करून ठेवले आहे.

2) सोशल मिडीयाची गतीमानता :-

हल्ली आपण अनेकदा एखादी बाब एकाच वेळी हजारो लोकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी आपल्या सोशल मिडीया अकाऊं - टवर लिहीतो. त्याचा परिणाम म्हणजे या व्यासपीठावर तुमच्याशी जोडलेल्या प्रत्येकाला तुम्ही लिहिलेला किंवा सांगितलेला आशय तात्काळ उपलब्ध होतो. त्याचवेळी त्या मॅसेजला / आशयाला मिळणारा प्रतिसादही तुम्ही जाणून घेता राहता. हा प्रतिसादही तुमच्यापर्यंत तात्काळ पाहोचतो. केवळ या माध्यमांच्या गतीमानतेच्या बळावर सोशल मिडीया च्या या गतीमानतेच्या वैशिष्ट्यामुळे सध्या पारंपारिक वृत्तमाध्यमांच्या संकल्पनाने बदलून टाकले आहे. वृत्तपत्रे प्रसारित होणारा होणारा आशय जनसमुदा - यापर्यंत पोहोचण्यासाठी पारंपारिक वृत्तमाध्यमांचाही सोशल मिडीया व्यासपीठांचा अधिकृतपणो वापरा करू लागले आहे.

3) आशयातील संवादीपणा :-

या माध्यमांचे प्रकार अंगीकृत वैशिष्ट्य मानले जाते. तांत्रिक पाठबळ मिळणाया सोशल मिडीया व्यासपीठांवर जात. मांडला जाणारा आशय हा केवळ छापील अक्षरे किंवा चित्रा येवढाच उरलेला नाही. या आशयाला जिवेतपणा मिळवून देण्याऱ्या अनेक बाबी सोशल मिडीया समोर या सुविधा संबंधित आशयाला जोडल्या जात आहेत. एखाद्या आश याला जो जोडून इतर माहिती देणाऱ्या, लिंक्स उपलब्ध रून देणाऱ्या या आहेत. एखाद्या आशयावर प्रतिक्रिया दिव्यासाठी केला जाणारा इमोजीचा वापर थेट मुद्रित प्रतिक्रिया नोंदविण्याची सुविधा या प्रतिक्रियांवर पुन्हा मूत मतांतरे, नोंदविण्यासाठी उपलब्ध होणारा मार्ग प्रश्न विचारणे, मत मांडणे, आपल्या मतांना अनुमोदन देणे व विरोध करण्यासाठी मिळणारी संधी या माध्यम व्यासपीठावरी ल संवाद अधिक व्यापक ठरू लागले आहे. त्या अशनि या माध्यमावरील आशयाच्या निर्मितीचा विचार करतानाही संबंधीतांना केवळ आशयापूर्ता मर्यादित न राहता त्या विषयाच्या संदर्भ प्रतिक्रिया त्याचे स्वरूप आणि त्याला पुन्हा शक्य असणारा संभव्य प्रतिसाद याचाही विचार करणे गरजेचे झाले आहे.

आशय उपलब्ध राहण्याचा कालावधी :-

सोशल मिडीयावर उपलब्ध झालेला आशय हा वापकत्यासा -ठी तसा सदा सर्वकाळ उपलब्ध आशय ठरतो. माशयाची निर्मिती करणाऱ्या संबंधीतांनी हा आशय डिलीट केला तरीही अनेकदा इतरांनी अशा आशयाच्या केलेल्या साठवणूकीच्या माध्यमातून तो आशय नेमकेपणाने जाणून घेणे ही शक्य झाले आहे. आशयाची निर्मिती करणाऱ्या व्यक्तींसाठी तर या माध्यम प्रकारांनी हव्या तेव्हा सुधारणा करण्याच्या सुविधा उपलब्ध करून दिल्या आहेत. इतर माध्यम प्रकारां च्या तुलनेत अशी सुविधा उपलब्ध असते. ही सोशल मिडीयाची एक मोठी ताकद मानली जात आहे.

अमर्याद विस्तार :-

सोशल मिडीयाच्या सांगितल्याप्रमाणे हा इंटरनेटवर आधारित - मैच सोशल मिडीयाच्या समान व्यासपीठाचा वापर करणा माध्यम प्रकार आहे. त्यामुळे इंटरनेटच्या अमर्याद विस्ताराप्रमा - च्या कोणीही कोणत्याही ठिकाणाहून आणि कोणत्याही वेळी संबंधित व्यासपीठावर उपलब्ध झालेला आशय अनुभवू - शकृतात, वापरू शकतात. किंवा आपल्या खात्यामधून इतरां = - पर्यंत पोहचू शकतात. त्यासाठी संबंधित व्यासपीठाचा वापर प्राण करू शकणाऱ्या प्रत्येकालाच

सम समान संधी उपलब्ध आहे. त्यासाठी कोणत्याही, भौगोलिक, राष्ट्रीय सीमांचे बंधन नाही हे ही सोशल मिडीयाचे महत्त्वाचे वैशिष्ट्य / वापर सांगता येईल सोशल मिडीया परस्पर संवाद व वेब आधारे गतीशील मंच या विशेष लेखाच्या माध्यमातून अभ्यासक ओमप्रकाश दास यांनी सोशल मिडीयाच्या वेग - ळेपणाच्या प्रकाश टाकूला आहे. दास म्हणतात सोशल नेटवर्किंग साईट संपर्क व माहितीचे सक्षम माध्यम आहे. या माध्यमातून लोक आपले मत विचार कोणत्याही अडथ - ळ्यांशिवाय मांडू शकतात. इथूनच सोशल मिडीयाचे स्वरूप, 15 विकसित झाले आहे. फेसबूक सारख्या सोशल मिडीया प्लॅटफॉ मव वापरकत्यांचे वर्गीकरण काही बाबींच्या आधारे केले जाते. वय, आवड, लिंग, फेसबूकचा व्चा वापर आधी लक्षात घेऊन ही वर्गवारी लक्षात येते. त्यानुसार जाहीराती दाखव ल्या जातात. या जाहीरातींचा सकारात्मक परिणामही दिसू लागला आहे त्याच बरोबर त्या विषयाच्या दुष्परिणामाविषयी टिकाही केली जात आहे.

सारांश :-

१] प्रकरण १ ले [माध्यमे आणि आधुनिकता]

- माध्यमे ही आधुनिक समाजातील माहिती आणि संवादाची महत्त्वाची साधने आहेत.
- सामाजिक माध्यमांमुळे व्यक्ती आणि समाज यांच्यातील संवाद अधिक गतिमान झाला आहे.
- सामाजिक, शैक्षणिक, आर्थिक आणि सांस्कृतिक क्षेत्रात सामाजिक माध्यमांचे योगदान महत्त्वपूर्ण आहे.
- सामाजिक माध्यमांचा योग्य आणि जबाबदार वापर केल्यास व्यक्तीच्या ज्ञानात वाढ होऊन समाजाच्या विकासाला चालना मिळू शकेल.

प्रकरण 2 रे आधुनिक सामाजिक माध्यमांचे स्थान व त्यांचा वापर

- **सामाजिक माध्यमांचे फायदे आणि तोटे :-**

1) फायदे :

सोशल मिडीयाच्या विविध वापर सार्थकतेने वाढत चालला आहे. दैनंदिन व्यवहारात या वापराचे वैयक्तीक पातळीवर होत असलेले फायदे हे या वाढीचे एक प्रमुख कारण मानले जाते ते फायदे पुढीलप्रमाणे :-

1) वैयक्तिक वापर :-

सोशल मिडीयाच्या वापराद्वारे आपल्याला सातत्याने झापल्या आजूबाजूच्या जगाशी संपर्कात राहणे शक्य झाले आहे. चॅट आणि पर्सनल मॅसेजसारख्या सुविधांच्या मदतीने इतरांशी आहे. त्या परिस्थितीमध्ये अगदी रिअल टाइम संवादही शक्य होत आहे. कॉन्फरन्स कॉलू च्या माध्यमा -तून एकाच वेळी अनेकांशी संवाद जोपासने / संवाद साधण्याची प्रक्रिया ही आता तितकीच सुलभ बनत चालली आहे. छंद जोपासने, आपल्या सारख्याच आवडी-निवडीच्या लोकांसोबत स्वतःला जोडून घेणे, रिअल टाइमिंग गेमिंगच्या विश्वात ओळखीच्या ना अव्हाने देत राहणे अशा विविध सोशल मिडीयामध्ये स्वतःला गुंतून राहत आहेत.

2) सज्जन शिलतेचा अविष्कार अनुभवने :-

पारंपारिक माध्यमांच्या दुनियेत आपल्याला हव्या त्या विषयावर प्रत्येकालाच आपली मते मांडता येतील अशा संधी मर्यादित स्वरुपातच होत्या किंबहुना त्या न्हवत्याच असेही म्हणता येईल त्या तुलनेत पारंपारिक सोशल मिडीया ने प्रत्येकालाच अशी व्यक्त होण्याची संधी उपलब्ध करून दिली आहे. त्या आधारे आपण प्रत्येकूजण स्वतःच्या सज्जनशीलतेचा विकास करू शकतो. त्याचवेळी आपल्या सारख्याच इतरांच्या आपल्या सज्जनशीलतेला प्रतिसाद देत. एखाद्या - त्यामध्ये ही सुधारणा घडून अनू शकतो. वैयक्तीक लॉगच्या आधारे विशिष्ट विषयावर सातत्याने सतत लेखन करत त्या विषयाची आपली वैयक्तीक भूमिका आपण मांडू शकतो. त्याद्वारे संबंधीत विषयामध्ये आपले कौशल्य आणि ज्ञान इतरांपर्यंत पोहोचविणे हे आता शक्य झाले आहे.

3.समाजाशी जोडून घेणे :-

आजच्या डिजिटल युगामध्ये रोजच्या संवादासाठीही ही लोकू मोठ्या प्रमाणात सोशल मिडीयाचा वापरू करू लागले आहेत. आपल्या आजूबाजूचे लोक । कायीज करत आहेत, कशाविषयी विचार करत आहेत, कोणत्या बाबींवर चर्चा

करत आहेत अशा अशा गोष्टींची माहीती घेत आपली त्या विषयाची मते इतरांपर्यंत पोहोचविणे आता सोशल मिडीयाने सहज साध्य बनवले आहे. आपल्या मतांच्या आधारे इतरांवर प्रभाव पाडण्याची प्रक्रियाही त्या आधारे शक्य झाली आहे.

4) सक्षमीकरणाला वेगवान हातभार :-

सोशल मिडीया हे सर्व सामान्यांच्या हातातले माध्यम म्हणूनच विचारात घेतले आहे. त्यावेळी एखादी बाब चर्चेला येणे ती टिकून राहणे. वा मागे पाडणे अशा प्रक्रिया या बहुसंख्य सर्वसामान्यांच्या माध्यमातून होत राहतात. या बहुसंख्य सर्वसामान्यांपैकी प्रत्येकालाच सोशल मिडीयाच्या मदतीने स्वतःचे ज्ञान अनुभव आणि त्यांच्या मतांच्या आधारावर इतरांना माहिती देणे शक्य झाले आहे. त्या आधारावर इतरांवर प्रभाव पाडव्याच्या प्रक्रियांना चालना मिळाली आहे. एखादी गोष्ट वायरल करणे, त्यावि -षयी व्यापक चर्चा घडून आणणे सोशल मिडीयाने मिडीयाने शक्य केले आहे. या प्रक्रियेमध्ये वैयक्तीक कृतींचा मोठा बाटा असल्याचा अनुभव आपण घेत आहे. त्या अर्थाने सोशल मिडीयाची विविध व्यासपीठे ही

वैयक्तिक पातळीवर वापर कर्त्यांच्या सक्षमीकरणाला चालना व गती देणारी माध्यमे ठरत आहेत.

2) सोशल मिडीयाचे दुष्परिणाम / तोटे :

*** तोटे :-**

सोशल मिडीयाच्या दुष्परीणामाच्चा विचार करताना सोशल मिडीया वृरील आशय आणि सोशल मिडीया वापरण्याच्या सवयी या दोन प्रमुख स्वरूपामध्ये दुष्परीणा म लक्षात घेणे महत्त्वाचे ठरते. सोशल मिडीयांच्या वैशिष्यांम -ध्ये वापरकर्त्यांनी स्वतः तयार केलेला आशय हा महत्वाचा मुद्दा म्हणून विचारात घेतला आहे. हेच वैशिष्ट्य या माध्यम प्रकाराच्या दुष्परिणामांनाही कारणीभूत ठरत आहेत. माध्यम अभ्यासक प्रा. विश्वास ढोले यांनी याविषयी केलेल्या विवेचनानुसार या माध्यम प्रकाराविषयी सध्या तशी संधीकता आहे. माध्यमांच्या नवा प्रकार असल्याने त्यामध्ये नउथरपना / नाविन्य, उथळपणा येणे हे स्वाभाविकच आहे. या माध्यम आहे या माध्यम प्रकारांच्या एकूण वापराचा विचार करता ही माध्यमे ना सोशल म्हणावी तशी ना मिडीया म्हणावीत अशी ठरतात. ही माध्यमे खाजगी संवाद व्यवहारासारखी वापरली जात आहे. सोशल मिडीयासाठी

चे पासवर्ड वेगवेगळे सेटिंग या वैयक्तिक मर्जीनुसार ठरत असल्याने ही माध्यमे खाजगी वापरकर्ते आपले मत सार्वजनिक करीत असल्याने या मापारखी च्यापत्यासपीठांवर खाजगी व सार्वजनिक ही सीमारेषा कमी होत आहे. त्यामुळे खाजगी व सार्वज अपघात या माध्यम प्रकारात अनुभवायला मिळतात. सोशल मिडीयाचे स्वरूपही सुसंघटित, सुविधाहीत नाहीत. प्रत्येक वापरकर्ता वैयक्तीक गरजेनुसार है व्यासपीठ हुमा त्या पद्धतीने वापरतात. रुढी अर्थाने मी या संकल्पनेपासून लांब जगामध्ये जाण्याने ही बाब असल्य। विविध व्यासपीठांची की ची प्रा. ढोले स्पष्ट करतात, सोशल मिडीया मधील मालकी असणाऱ्या कंपन्यांना या आशय, निर्मितीव्र त्यांच्या व असत्यावर नियंत्रण ठेवणे त्याच्या गुणवत्तेवर त्यांच्या सत्य ठवण जवळपास अशक्यच ठरत डियाच्या वाढत्या वापराबरा - बरच सध्याच्या / अलीकडच्या काळामध्ये या व्यासप - वरून होणारा गल्लीछ शब्दांचा वापर सोशल मीडीयाच्या आधाराने पसरणाऱ्या अफवांचे वाढते परीणाम अनुभवायला मिळतात. सोशल मीडीयाच्या मदतीनेचे होणारे अर्थिक गैरव्यवहार आणि सायबर क्राइमचे प्रकारही वाढत चालले आहेत. सोशल मिडीयाच्या सवयी देखील आता अभ्यासकांच्या दृष्टीने संशोधनाचा विषय बनला

आहे. या माध्यम तंत्रज्ञानामध्ये झालेल्या बदलावीचा परीणाम म्हणून सध्याची पीडीटी (ऑल वेज ऑ -ना या गटात येऊन बसली आहेत स्मार्टफोन वापरणारी ही पीडी या ना त्या कारणाने वेगवेगळ्या सोशल मिडीया व्यासपीठांचा वापर करत आहेत. मात्र या माध्यमांच्या सततच्या वापरात शारिरीक आणि मानसिक स्वास्थ्यावर विपरीत परीणाम होत होत चाल्याचे विविध संशोधनामध्ये समोर आले आहे. या माध्यमांचा अतीवापर करणाऱ्या वा व्यसन जडलेल्या व्यक्तींमध्ये अस्वस्थता, नैराश्य, निद्रानाश ही समस्या दिसून येत आहे. सोशल मिडीया गेमिंग वापरायला मिळत नसल्याने जाणवणारी प्रचंड अस्वस्थता, चिडचिड हे या दुष्परीणामाचे स्वरूप आहे. सोशल मिडीयाचा वापर करत नसताना किंवा गेम खेळत नसताना केवळ त्याच विषयाचा विचार विचार करतू करतू राहणे. हाही याचाच भाग असल्याचे मानसतज्ज्ञांचे मत आहे. गामांना आळा घालण्यासाठी म्हणून गूगल ॲप सारख्या कंपन्यांनी आपआपल्या ॲप्लीकेशनमध्ये काही बदल केले आहेत मात्र त्यानंतरही या माध्य। मांचा वापर वापरकत्यांच्याच हातात असल्याने सोशल मिडीयाचे दुष्परीणाम टाळण्यासाठी वापरक त्यांच्या मानसि - कतेमध्ये बदल होणे गरजेचे ठरणार आहे.

2) फेसबुक इंस्टाग्राम, युट्युब, वॉट्स ॲप, स्नॅपचॅट. ट्विटर, टेलिग्राम.

- **फेसबूक :-**

जगातील सर्वात लोकप्रिय सोशल मिडीया वेबसाइट म्हणून सध्या नावारुपात असलेल्या फेसबूकची सुरुवात 2004 मध्ये झाली. मार्क जुकरबर याने आपल्या मित्राच्या मदतीने या वेबसाइटची सुरुवात केली. सुरुवाती ला केवळ प्रकल्प म्हणून सुरू झालेल्या फेसबूकला विद्यापी ठीय पातळीवर विद्याथ्यांचे नेटवर्क म्हणून न चांगला प्रतिसाद मिळाला त्यानंतर हायस्कूलमधील विद्यार्थ्यांमध्येही या व्यासपी - ठांची वेबसाइटच्या सेवा लोकप्रिय होत गेल्या 2005 च्या मारास या सोशल मिडीया नेटवर्कींग साइटच्या सुविधा जगभरात उपलब्ध होऊ लागले. या वेबसाइटला मिळणारा प्रतिसाद विचारात घेऊन 2006 पासून शैक्षणिक संस्था वगळता जगभरातील सर्वसामान्य लोकांसाठीही या सेवा खुल्या करण्यात आल्या. स्वतःचे प्रोफाइल तयार करणे, एकमेकांना माहीती सांगणे / ज नवनवीन मित्र मैत्रिणि जोडणे, फोट / जाणून घेणे, त्यामध्ये गरजेनुसार गार बदल करणे, फोटो-विडियो एकमेकांसाठी उपलब्ध करून देणे याबाबी या व्यासपीठाने या सर्व सेवा वापरण्याहतही सहजनेमुळे अगदी अगदी नवीन या वेबसाइ - च्या पडले मित्र-

मैत्रिणीचे जाळे वाढवण्यापासून हे त्यांना गिफ्ट पाठवले. त्यासाठी -ची जाहीरात पोस्ट करणे वे -कच्या आधारे स्वतःचे त्यासाठी म्हणून वेगवेगळ्या, बॅन्स वेगवेगळे ग्रुप्स चालविणे फेसबू सुविधा या सासपीठाने उपलब्ध वेगवेगळे ॲप्लीकेशन तयार करणे या विविध करून दिल्या 2014 मध्ये भारतात १० कोटीहून अधिक व्यक्तींनी फेसबूकवर नोंद केल्याची माहीती फेसबूकच्या अधिकृत अहवालातून सांगण्यात आली 2017 मध्ये, फेसबूकवरी नल भारतीय ॲक्टीव । युझर चा आकडा 24 कोठी १० लाखा बर गेला होता. हा आकडा अमेरीकेतील वापरकत्यूंपेक्षाही जास्त. आहे. याबाबतीत भारताने अमेरीकेलाही मागे टाकले आहे.

- **माय स्पेस :-**

विविध कला प्रकाराविषयी समान रूची असणा - या व्यक्तींना एकत्र आणून संबंधीत क्षेत्राचे भवितव्य घडविण्यासाठी व्यापक प्रयत्न करणारे एक अभासी सामाजि - काव्यासपीठ म्हणून माय स्पेसची स्वतंत्र ओळख आहे

- **युट्युब :-**

चॅट हर्ले, स्टीव चेन आणि जावेद करीम यांनी अमेरी ची निर्मिती केली." - केतील पेपर कंपनीसाठी युट्युब ची निर्मितीग सुरुवातीपासून अपस्ट्युबचे राहीलेवरूप माहेर 'सोशल सोशल नेटवर्किंग साइट जावेद जावेद करीम याने एप्रिल 2005 मध्ये तयार केलेल्या (मी ॲट द झू) या युट्युबवरचा हा पहिला विडीय विडीयो ठेरला या साइटला मिळणारा प्रतिसाद लक्षात घेता 2006 साली गुगलने युट्युब विकत घेतले. त्यानंतरच्या काळात युट्युबचा गुगलचीच एक सेवा म्हणून जगभरात प्रसिद्ध प्रसार झाला. भारतामध्ये प्रत्यक्षात 2008 पासून युट्युबच्या सेवा उपलब्ध होऊ लागल्या, युट्युबच्याच अधिकृत आकडेवारीनुसार जगभरातील जवळपास 88 देशांमध्ये आणि जवळपास तितक्याच भाषांमधून आशय युट्युबवर उपलब्ध सेवा मुळात अमेरिकेपासून सुरु झाली असली तरी सध्या अमेरीकेबाहेरील जगामधून या वेबसाइटवर मोठ्या प्रमाणावर विडीयो कनेक्ट उपलब्ध करून दिला जातो. निर्मितीला मिळणारा वाढता स्थानिक भाषमाल गुगल भाषेमध्ये असणारे विडीयो मोठ्या प्रमाणावर प्रसारित करण्यास सुरुवात झाली. भारतामध्ये 2016 पासून युट्युब स्थानिक भाषांमध्ये विभिन्न आपल्या युट्युब पेजवर उपलब्ध

करून देत आहे. त्यामुळे भारतातील युय्युब वापरकत्यनिा बंगाली, गुजराती, हिंदी, कन्नूड वापरकत्यांना बंगाली, गुजराती, कन्नूड, मल्याळम, तेलगु, तमिळ या भाषेतून उपलब्ध असणारे विडीयो हे थेट होमपेजवर पाहण्याची सुविधा होऊ लागली आहे. त्यासाठी वापरकत्यांची वॉच हिस्ट्री विचारात घेऊन वापरकत्याच्या आवडी-निवडी आणि ठिकाणां चा विचार करणे त्या-त्या भाषेमध्ये आशय वापरकर्त्यां - पर्यंत पोहोचविण्याचा प्रयत्न युट्युबने सुरु केला आहे.

- **ट्विटर :-**

अगदी मोजक्या शब्दांमध्ये नाहीतर मोजक्या अक्षरांन -ध्ये जगभरात संदेश पोहोचवणारी ट्विटर ही मासश्री म शलोगोंग चवणारी सुविधा म्हणून मार्च 2006 मध्ये सुरू झालेलेवसाइटवर लोकप्रिय ठरव ठरली वेबसाइटची सुविधा 2008 ला उजाडाव लागले. इंटरनेट आणि मोबाइल तंत्रज्ञानामध्ये झपाट्यान सर्वसामा न्य नागरिकाच्या सवईमध्ये झालेल्या बदलामुळे जगभराम लवकरच आपलेसे केले. भारतामध्ये व्यवसाय वाढवण्यासाठी शक्यतांचा विचार करत ट्विटरनेही भारतासाठी विशेष धोरणे आखली. त्या अनुशंगाने केवळ स्मार्टफोन वापरण्या - पर्यंतच नव्हे तर सुरुवातीच्या टप्प्यांमध्ये साधे फिचर्स फोन वापरणाऱ्या भारतीय

नागरीकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी - ही ट्विटरने वेगवेगळ्या योजना अंमलात आणल्या मोबाईल वापरणाऱ्या प्रत्येक भारतीयांपर्यंत पोहोचण्याचे उद्दिष्ट ट्विटरने आपल्या डोळ्यासमोर ठेवले होते. त्यानु - सारे स्मार्टफोन वापरणाऱ्यांसाठी मोबाईल ॲप फिचर फोन वापरणाऱ्यांसाठी डायर ॲपच्या कनेक्शनच्या माध्यमातून SMS द्वारे खिटरच्या सेवा पुरविण्याचे धोरण ट्विटरने अवलं - बिले बेंगलोर येथील (झीप डायर) या स्थानिक स्टार्टअपच्या मदतीने 2014 च्या सुमारास ट्विटर इंडियाने ट्विटर MMS ची सुविधाही उपलब्ध करून दिली. या सेवेच्या आधारे काही मोजक्या आणि महत्त्वाच्या ट्विटर अकाऊंटस् वरून पुढे येणाऱ्या ताज्या घडामोडी आणि माहितीही मोबाईलवर MMS च्या माध्यमातून पुरविण्यात येऊ लागली. यासाठी वापरकत्यानी ट्विटरशी संबंधीत क्रमांकावर केवळ एका मिस्ड कॉलच्या माध्यमातून आपली नोंदणी करणे गरजेचे होते. त्यानंतर वापरकर्त्यांना मोबाईलवर MMS च्या झाले. सुरुवातीच्या टप्प्यामध्ये मयादा ट्विटरने सध्या वाढवून आधारे ट्विटर वापरणे १४० अक्षरांमध्ये संदेशाची मर्यादाल 280 अक्षरांपर्यंत नेली आहे. तसेच वेरीफाईड तसेच वेरीफाईड अकाऊंटच्या हडेल हे अधिकृत माध्यमातून विशिष्ट व्यक्तीचे ट्विटर

हँडेल असल्या बाबतची निळी खूण ही ट्विटरकडून दिली जात आहे. ट्विटरकडून पुरविल्या वेल्या जाणाऱ्या अशा विविध सोई-सुविद्यांनाही भारतीयांकडून चांगला प्रतिसाद मिळत आहे.

- **इंस्ट्राग्राम :-**

खास छायाचित्रांसाठी म्हणून विकसित झालेले सोशल मिडीयाचे व्यासपीठ म्हणून इंस्टाग्रामचा वापर केला जातो, इंस्टाग्रामची सुरुवात १७ जुलै २०१० मध्ये झाली केव्हीन सिंड्रॉस आणि नाइक प्राइगर यांनी इंटरनेटवर, छायाचित्रे एकमेकांसोबत शेअर करण्यासाठी व्यासपीठ म्हणून. इंस्टाग्राम इंस्टाग्रामची निर्मिती केली. मोबाईलच्या मदतीने काढलेली, छायाचित्रे इतरांपर्यंत पोहोचविण्यासाठीचे महत्त्वाचे साधन म्हणून इंस्टाग्राम विकसि त होत गेले. इंस्टाग्रामच्या मोबाईल ॲप्लीकेशनला सुरुवातीच्या काळामध्येच मिळालेला प्रतिसाद विचारात घेणे. 2092 साली फेसबुकने इंस्टाग्रामची मालकी स्वतःकडे घेतली. या व्यासपीठावर वापरकत्यांना आपण स्वतः काढलेली चित्रे इतरांसमोर मांडव्यासोबतच आपल्या छायाचित्रांना छा वेगवेगळ्या फिल्टरच्या मदतीने नवी ओळख देण्याची सुविधाही मिळते. इंस्टाग्रामव र छायाचित्रांसाठी, उपलब्ध

असलेल्या विविध, फिल्टर्सच्या मदतीने सर्वसामान्य व्यक्तींनी काढलेल्या छायाचित्रांना अगदी व्यवसायिक गरजांच्या छायाचित्रांना रूपांतरित तिरित करण्यासाठी सुविधा उपलब्ध केली. इंस्टाग्रामच्या मोबाईल ॲप्लीकेशनमध्ये हे फिल्टर्स आगरी सहज येतान, तसेच या अध्या वापरता मदतीनेच एकाचवेळी वेगवेगळ्या सोशल मिडीया प्लॅटफॉर्मवर आपण काढलेली छायाचित्रे पा मांडण्याची सुविधाही पाठविण्याची आणि इतरांसमोर हवायाचित्रे इतरांपर्यंत पोहोचविल्यासाठी म्हणून 2003 मध्ये इंस्टाग्रामने आपल्या वापरकर्त्यांना चॅट सर्व्हीसही दिली. त्यामाधारे 95 जणांना भेट प्रायवेट मेसेज म्हणून चॅट सर्व्हिस ही उपलब्ध कर छायाचित्रे पाठवणेही शक्य झाले. इंस्टाग्रामच्या सुरुवातीपासूनच छायाचित्रांना कॅप्शन देणे इतरांनी वाढलेल्या छात्राचित्रांविषयी आपली मते कमेंट म्हणून वाढणे शक्य झाले. इंस्टाग्रामची माहिती फेसबूकडे आल्यानंतरच्या काळात या ऑऑलीकेशनचा विस्तार मोठ्या प्रमाणावर झाला. फोटो टंगी, फोटो लिंक शेअर करणे आदी सुविधा या ॲप्लीकेशनच्या माध्यमातून उपलब्ध होत गेल्या.

1) अंतर्गत संभाषणासाठी समाज माध्यमांचा वापर :-

सोशल मिडीया व्यासपीठांची उपयुक्तता भारतीय नागरीकांकडूनही सकारात्मक पद्धतीने विचारात घेतली जात आहे. सोशल मिडीया वापख्याच्या बाबतीत पाश्चमात्यांच्या म्हणजे " बाहेर देशातील तुलनेत नवे असूनही भारतीय नागरीकांनी सोशल मिडीयाचा वापर करून व्यापक सामाजिकही साध्य करण्याच्या योजना आत्मसात केल्या आहेत. त्यामुळेच गेल्या काही काळामध्येच आपली हौस म्हणूनच नाहीतर सामाजिक उपयुक्ततेसाठी म्हणून सोशल मिडीयाचा होत असलेला वापर भारतामध्ये अनुभवू शकतो. गेल्या काही वर्षामध्ये फेसबूक व ट्विटर सारख्या सोशल मिडीया व्यासपीठांचा वापर करून पुढे आलेल्या चळवळींचा आढावा घेतल्यास भारतातील सामाजिक चळवळीसाठीची सोशल मिडीयाची उपयुक्तता सातत्याने अधोरेखित होत आहे सोशल मिडीया व्यासपीठांच्या भारता भारतामधील एकूण प्रसार विचारात घेता सामाजिक चळवळीसाठी म्हणून फेसबूकच्या मोठ्या ।प्रमाणावर असलेला वापर हा अपेक्षित आहे. देशात झालेले हे (इंडिया अगेन्स्ट करप्शन) ची चळवळ महाराष्ट्रातील दुष्काळ ग्रस्त भागात जलसंधारणाच्या कामासाठी 1 मे रोजी राबवली जाणारी चलागावी श्रमदानाची हॅशटॅग मोहिम इ. चळवळींनी त्या नंतरच्या काळात इतर चळवळींना अपेक्षित

बदलांसाठी केलेल्या वातावरण निर्मितीसाठी किंवा घडवून आणलेला बदल आपल्याला या चळवळींचा व्यापक विचार करण्यास भाग पाडले सोशल मिडीयाच्या व्यासपीठावर जबाबदारीने अशी निर्मिती झाली असल्याचे व्यापक परिणाम दिसू शकतात. एका विशिष्ट स्वरूपाची भावना असलेल्या व्यक्तीच्या गटांना किंवा समूहांना अपेक्षित ध्येयापर्यंतची वाटचाल सुकर करून देण्यामध्ये सोशल मिडीया आता महत्वाचा ठरू लागला आहे. फेसबुक किंवा ट्विटर हे विशिष्ट विषय चर्चेला घेणे तसेच हॅशटॅग सारखी तांत्रिक सूत्रे वापरून अशा विशिष्ट मुद्यांसाठीचा ओढा निर्माण करणे याचा वे शक्य झाल्यास ट्रेंडिंग मुद्यामध्ये स्थान मिळवणे आणि त्यामध्ये सातत्य ठेवत अपेक्षित धोरणापर्यंत पोहोचणे या सर्वसाधारण टप्प्यामध्ये अशा चळवळी पुढे सरकत आहेत.

प्राथमिक टप्प्यावर ईमेल वरून आंदोलन आणि त्यांच्या उद्देशा विषयीच्या माहितीचे प्रसारण सोशल मिडीया वरून आंदोलना च्या समर्थनात निघालेल्या मोर्चाच्या छायाचित्रांचा प्रसार जिटि नेटिझन्सचा या आंदोलनामध्ये सहभागी होण्यासाठी केलेले आवाहन आंदोलनासाठी म्हणून वाहिलेल्या / वापरलेल्या वेबसाईट वा फेसबुक पेजला लाईक करण्याविषयी केलेले आवा हन अशा

टप्प्यांमध्ये या आंदोलनाला मिळणारा प्रतिसाद वाढत राहीला त्यातून तयार झालेला जनमतांचा आवाज वा त्यानंतरच्या काळामध्ये राजकीय परिवर्तनासाठीही उपयुक्त ठरला. या आंदोलनाच्या जोडीनेच वेगवेगळ्या व्यावसायिक सामाजिक विषयांना वापरलेली अनेक व्यासपीठे सोशल मिडीयावर उभी राहिली आहेत. त्यावर व्यापक चर्चा आणि समस्यांवरील उपाय समोर येत आहेत. दिल्लीमधील आरुषी खूनप्रकरणाची सोशल मिडीयाच्या विविध व्यासपीठावरून झालेली चर्चा त्याद्वारे तयार झालेला जनमतांचा आवाज नेटीझन्सच्या/स्थानिकांच्या एकात्मतेचे प्रतिक म्हणून विचारात घेतले. एका विशिष्ट समस्यांच्या विरोधात असलेल्या समाजाची जात, धर्म, प्रदेश, संस्कृतीच्या पलीकडे जाऊन समोर येणारी एकात्मता, प्रतिभा अशा आंदोलनामधून सातत्याने अनुभवायला मिळत आहेत. काहीतरी बदल घडवून आणायच्या अपेक्षेने फेसबुक किंवा ट्विटरचा वापर करण्यामध्ये विविध सेवाभावी संस्थांचे प्रतिनिधी, समाजकारण, वेळप्रसंगी विरोधाला विरोध करत पुढे येणारे राजकारण तसे आघाडीवर दिसते. फेसबुकच्या व्यासपीठावरून एकाचवेळी अनेक लोक एकत्रितपणे विशिष्ट धोरणांच्या पाठपुराव्यासाठी आग्रहाने राहत असल्याने समस्यांवर वेगवेगळे उपाय चर्चेला घेणे देखील शक्य होत जाते. सोशल मीडियाच्या

व्यासपीठावरून पुढे येणाऱ्या या प्रतिनिधींची दखल मुख्य प्रवाहातील माध्यमांना घ्यावी लागत आहे. ही बाब सोशल मीडियाचे अल्पसंख्यांक प्रतिनिधींसाठीचे महत्त्व अधोरेखित करणारी ठरली आहे.

★ सामाजिक माध्यमांची पर्यायी ओळख आणि स्वकथन :-

सोशल मीडिया वापरत असताना तुम्ही आम्ही नेमके काय काय करत असतो याचा विचार केला जातो. सोशल मीडिया आणि आपले दैनंदिन व्यवहार हे किती एकरस होऊ लागले आहेत. सोशल मीडियाच्या वेगवेगळ्या व्यासपीठांचा वापर करत असताना आपण किती विशिष्ट बाबी आपल्याला आवडत असल्याविषयीच्या प्रतिक्रिया नोंदवितो काही विशिष्ट बाबींना थेट लिखित प्रतिक्रिया देतो. त्याविषयी आपला अभिप्राय म्हणून छायाचित्राची उपलब्धता करून देणे. काही पोस्टवर उगीचच रेंगाळतो किंवा पुन्हा-पुन्हा तोच आस्वाद घेत असतो. त्यातून आपल्या आवडी-निवडी, आपल्या खरेदी-विक्रीचे तपशील, आपली आवडती ठिकाणे अशा विविध मुद्यांची माहिती आपण स्वतःच संबंधित व्यासपीठावर मांडत असतो. या सर्व माहितीची एकत्रित सांगड घालत तुम्ही-आम्ही नेमके कसे आहोत हे ओळखण्याचे अस्त्र सध्या सोशल मीडिया विश्लेषणाकडे उपलब्ध झालेले आहे.

त्याआधारे विशिष्ट व्यक्तीवर वा गटावर प्रभाव टाकण्यासाठी, त्यांची अभिरुची बदलण्यासाठी, एका वेगळ्या अर्थाने नियंत्रण ठेवण्यासाठी प्रयत्न होत आहेत. सोशल मीडियाच्या कोणत्या ना कोणत्या व्यासपीठाचा वापर करणाऱ्या भारतीयांचे सध्याचे दैनंदिन जगणे अशा सर्वच प्रक्रियांचा एक भाग बनले आहे. सोशल मीडियाच्या आधाराने भारतीय लोक अगदी खाजगी पातळीवरील निर्णयासाठीही सोशल मीडिया वरील ओळखी-अनोळखी व्यक्तींची स्वयंघोषित अभ्यासकांची व तज्ज्ञांची माहिती घेत असतो. या अर्थाने सोशल मीडियाच्या संपर्कात असलेला भारतीय समाज वास्तवतातील एका वेगळ्या बंदिस्त जगाकडून एका खुल्या आभासी सामाजिक व्यवस्थेकडे प्रवास करत चालला आहे. सोशल मीडियाच्या आधाराने विकसित होणाऱ्या साधनांचा सामाजिक वापर शक्य होत असतो तसेच समाज मूल्यांच्या आधारावर वैचारिक देवाणघेवाण आणि परस्पर पूरक वर्तनाला चालना देणेही शक्य होते. वैयक्तिक पातळीवरील गरजांकडून एखाद्या विशिष्ट गटाकडे जाणारा प्रवास करत असताना किंवा व्यापक पातळीवर समाजासाठी म्हणून विचार करत असताना सो. मि. (सोशल मीडियाची) वैशिष्ट्ये अधिक उपयुक्त ठरत आहे. सोशल मीडियाची उपलब्धता वेळीच लक्षात घेत औद्योगिक

संस्थांनीही. आपल्या दैनंदिन व्यवहारामध्ये आणि व्यवसाय वृद्धीसाठीच्या विविध उपक्रमांमध्ये सोशल मीडियाशी संबंधित विशिष्ट धोरणे विकसित करणे त्या धोरणांची अंमलबजावणी करणे या दोन्ही बाबींवर भर दिल्याने भारतामध्ये गेल्या काही काळामध्ये त्याचाच परिणाम कि काय तुम्ही-आम्ही वापरत असलेल्या वेगवेगळ्या सोशल मीडिया व्यासपीठावरून आपण वेगवेगळ्या ब्रँडसची माहिती घेतो, जाहीराती पाहतो, आपण शोध घेत असलेली एखादी वस्तू नेमकेपणाने आपल्या नजरेस पडेल अशा पद्धतीने आपल्या सोशल मीडिया वरील प्रोफाईल वरून आपल्या समोर मांडली जाते. त्या आधारे एकाच वेळी व्यवसायवृद्धी / वाढवणे आणि प्रसिद्धी अशा दोन्ही आघाड्यांवर औद्योगिक क्षेत्र पुढे जात आहे. अर्थातच सोशल मीडियाच्या सर्वसामान्य वापरकर्तेच अगदी रोजच्या वापरातून अशा संस्थांसाठी एका वेगवेगळ्या प्रकाराने मदत करत आहेत. या व्यतिरिक्त मोठमोठ्या कॉर्पोरेट कंपन्यांनी समाज माध्यमांच्या वेगवेगळ्या व्यासपीठांचा आपल्या दैनंदिन व्यवहारात व्यापक उपयोग करून घेण्यास सुरूवात केली आहे. नोकऱ्यांसाठी उमेदवार निवडण्यापूर्वी त्यांचे सोशल मीडिया प्रोफाईल आणि संबंधित उमेदवाराकडे असणारी कौशल्य तपासून पाहत आहेत. सोशल मीडियाच्या मदतीने

आपल्याला ग्राहकापर्यंत पोहोचविण्यासाठी ग्राहकांना विस्तारीत सेवा पुरविण्यासाठी ग्राहकांच्या तक्रारींचे निवारण करण्यासाठी स्वतंत्रपणे काम केले जाते. वेगवेगळ्या पारंपारीक माध्यमांमध्ये आशयाविषयी सोशल मीडियाच्या व्यासपीठावरून व्यक्त होणाऱ्या नागरीकांच्या संख्येमध्येही अलिकडे मोठी वाढ होऊ लागली आहे. याच बाबीची उपयुक्तता पाहून ट्विटर सारख्या सोशल मीडियाच्या व्यासपीठाने पारंपारीक माध्यम जगाला थेट प्रेक्षकांच्या अपेक्षांशी जोडून दिले आहेत. सोशल मीडिया वापरून आपण पाहत असलेल्या दूरदर्शनवरील मालिका व सोंग्स याविषयी अनेक प्रेक्षक आपली मते थेट व्यक्त करत असतात. तसेच करताना हे प्रेक्षक विशिष्ट हॅशटॅगचा वापर ही करतात. सोशल मीडियाचे असे वापरकर्ते त्या अर्थाने दूरचित्रवाणीच्या पहिल्या स्क्रीनवर पाहिलेल्या गोष्टीविषयी अधिक व्यापक होत गेलेल्या गटामधून किंवा एखाद्या विशिष्ट चौकटीमधील समाजासमोर आपली मते मांडू लागतात. या माध्यमातून ती दूरचित्रवाणी मालिका व संबंधित चॅनेलच्या व्यवस्थापनाच्या व्यासपीठावर जाऊन पोहोचते. या प्रक्रियेसाठी मालिका दूरचित्रवाणीचा पडदा हा पहिली स्क्रीन किंवा व्यासपीठ मानल्यास दुसरी पद्धती (Seconds Screen) ठरते. हा दुसरा पडदा पहिल्या पडद्याविषयी आवड निर्माण

करण्यासाठी (TV) पहिल्या पडद्यावरील चर्चा अधिक व्यापक करण्यासाठी मोठ्या प्रमाणावर उपयुक्त ठरत आहे. 'सत्यमेव जयते' या सारख्या मालिका दूरचित्रवाणी मालिकांना या (Seconds Screen) मोबाईल व सोशल मीडियाचा खूप जास्त उपयोग झाल्याचे भारतामध्ये अनुभवायला मिळाले आहे. ही प्रतिसाद विचारत घेते सत्यमेव जयते च्या ति - माध्यमाने आपल्या मालिकेचा इतरही केवळ ट्विटरवरूनच प्रसारित केला आहे. ट्विटर वापरणाऱ्यांना थेट अमिरखानशी संवाद साधण्याची, प्रश्न विचारण्याची व आपली मते मांडण्याची आणि त्याविषयी प्रत्यक्ष कार्यक्रमामधून अधिक माहिती म्हणून जाणून घेण्याची संधीही उपलब्ध करून देण्यात आली आहे.

सारांश :-

2] प्रकरण 2 रे [आधुनिक सामाजिक माध्यमांचे स्थान व त्यांचा वापर]

आधुनिक सामाजिक माध्यमांनी मानवी जीवनात महत्त्वपूर्ण बदल घडवून आणले आहेत. शिक्षण, संवाद, व्यवसाय, मनोरंजन आणि सामाजिक जनजागृती

या क्षेत्रात त्यांचा मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जातो. सामाजिक माध्यमांचा योग्य आणि विवेकपूर्ण वापर केल्यास व्यक्तीच्या विकासाबरोबरच समाजाच्या प्रगतीलाही मदत होते.

प्रकरण 3 रे सामाजिक परिवर्तनात समाज माध्यमांची भूमिका

१) लोकांमध्ये जागरूकता निर्माण करणे व त्यांना एकत्र ठेवणे :-

प्रस्तावना :-

सामाजिक माध्यमे म्हणजे फेसबुक, इंस्टाग्राम, टेलिग्राम - जी

लोकांना जोडण्याचे काम करतात. आज जग एक छोटे गाव बनले आहे ते यामुळे.

अ) लोकांमध्ये जागरूकता निर्माण करणे :-

१) आरोग्य विषयक जागरूकता :

कोरोना काळात लस, मास्क, हात धुणे यांची माहिती सरकारने व्हॉट्सॲप / फेसबुकवरूनच दिली. स्वच्छ भारत, हिवताप, डेंग्यू याची माहिती यावरूनच पसरते.

२) सरकारी योजना व शिक्षण विषयक जागरूकता :-

शेतकऱ्यांना पीक विमा, अनुदान, बाजार भाव, विद्यार्थ्यांना शिष्यवृत्ती, नोकरीची जाहिरात सर्वात आधी टेलिग्राम आणि व्हॉट्सॲपवर मिळते.

३) सामाजिक अन्यायाविरुद्ध जागरूकता :

एखाद्या ठिकाणी अन्याय झाला तर व्हिडिओ व्हायरल होतो आणि सरकारला कारवाई करावी लागते. उदा. निर्भया आंदोलन, मराठा आरक्षण मोर्चे हे सोशल मीडियामुळेच यशस्वी झाले.

4) पर्यावरण व मतदान जागरूकता :-

'झाडे लावा, पाणी वाचवा', 'प्लॅस्टिक बंदी', 'मतदान करा' अशा मोहिमा फेसबुक, इंस्टाग्रामवर राबवल्या जातात.

5) ग्राहक जागरूकता :-

एखादी कंपनी फसवत असेल तर लोक ट्विटर (X) वर तक्रार करतात आणि कंपनीला उत्तर द्यावेच लागते.

ब) लोकांना एकत्र ठेवणे :-

१) कुटुंबाला एकत्र ठेवणे :-

परदेशात किंवा मुंबई-पुण्यासारख्या शहरात राहणारे लोक रोज व्हिडिओ कॉलद्वारे आपल्या आई-वडिलांशी बोलतात. फॅमिली ग्रुपमुळे सण आणि वाढदिवसाच्या निमित्ताने सर्वजण एकमेकांशी जोडलेले राहतात.

२) गावाला / समाजाला एकत्र ठेवणे :-

प्रत्येक गावाचा एक व्हॉट्सॲप (WhatsApp) ग्रुप असतो. लग्न, इतर कार्यक्रम किंवा मृत्यूची बातमी एका मेसेजने सर्वांना कळते.

तसेच रक्ताची (Blood) गरज भासल्यास एका मेसेजवर १०० लोक मदतीसाठी जमा होतात.

३) संकटात एकत्र येणे :-

पूर, दुष्काळ किंवा कोरोना महामारीच्या काळात मदतीसाठी सोशल मीडियावर आवाहन केले जाते आणि लाखो रुपयांची मदत काही तासांत जमा होते. केरळ पूर आणि कोल्हापूर पूर ही याची उत्तम उदाहरणे आहेत.

४) शिक्षण व नोकरीसाठी एकत्र येणे :-

टेलिग्रामवर MPSC चे लाखो विद्यार्थी एकत्र अभ्यास करतात, नोट्स शेअर करतात. फेसबुकवर रोजगाराचे ग्रुप आहेत.

५) सण आणि संस्कृती जपणे :-

गणपती, नवरात्री, दिवाळीचे फोटो, व्हिडिओ शेअर करून दूर असलेले लोकही सणात सहभागी होतात.

तोटे :-

- कधी कधी अफवा पसरवून दोन समाजात भांडण लावले जाते.
- खोटी माहिती पसरवून लोकांची दिशाभूल केली जाते.

सारांश :-

सामाजिक माध्यमे ही दुधारी तलवार आहे. चांगला वापर केला तर ती लोकांमध्ये जागरूकता निर्माण करून त्यांना एकत्र ठेवते आणि समाजाला प्रगतीकडे नेते.

अ) आधुनिकीकरण व सांस्कृतिक देवाण-घेवाण :-

प्रस्तावना :-

आधुनिकीकरण म्हणजे जुन्या रुढी परंपरा सोडून नवीन विज्ञान, तंत्रज्ञान आणि विचार स्विकारणे आणि सांस्कृतिक देवाण-घेवाण म्हणजे एका संस्कृतीने दुसऱ्या संस्कृतीचे चांगले गुण घेणे. हे दोन्ही आज सामाजिक माध्यमांमुळे शक्य झाले आहे.

आ) आधुनिकीकरण घडवून आणण्यात माध्यमांची भूमिका

१) विचारात आधुनिकता :-

पूर्वी बालविवाह, हुंडा, जातीभेद योग्य मानले जायचे. पण फेसबुक, युट्युब वर मोठ्या लोकांचे विचार पाहून आज तरुणांचे विचार बदलले आहेत. मुलगी शिकली पाहिजे हा विचार सोशल मीडियानेच रुजवला.

२) राहणीमानात आधुनिकता :-

शहरातील लोक कसे राहतात, कसे कपडे घालतात, घर कसे सजवतात हे इंस्टाग्राम / युट्युब वर पाहून गावातील लोकही तसे राहण्याचा प्रयत्न करतात.

३) शेतीत आधुनिकीकरण :-

पूर्वी शेतकरी जुन्या पद्धतीने शेती करायचा. आज युट्युबवर आधुनिक ड्रोनने फवारणी, सेंद्रिय शेतीचे व्हिडिओ पाहून शेतकरी आधुनिक झाला आहे. पालघरच्या शेतकऱ्याने इजरायलची शेती पद्धत युट्युबवरूनच शिकली.

४) शिक्षणात आधुनिकीकरण:

पूर्वी फक्त पुस्तकातून शिक्षण होते. आज ऑनलाईन क्लास, गुगल मीट, टेलिग्राम नोट्स, AI चा वापर - हे सर्व आधुनिकीकरण सोशल मीडियामुळे आले आहे.

५) व्यवसायात आधुनिकीकरण:

पूर्वी दुकानातच माल विकावा लागायचा. आज इंस्टाग्राम पेज, व्हॉट्सॲप बिझनेस, ऑनलाईन पेमेंट - यामुळे छोटा व्यापारी देखील आधुनिक झाला आहे.

६) सांस्कृतिक देवाण-घेवाण:

१) खाद्यसंस्कृतीची देवाण-घेवाण :

पूर्वी आपल्याला फक्त वरण-भात माहित होता. आज इंस्टाग्राम रील्समुळे आपण पंजाबी छोले-भटूरे, चायनीज, इटालियन पिझ्झा घरी बनवतो. तसेच आपली पुरणपोळी, वडापाव आता अमेरिकेपर्यंत पोहोचला आहे.

२) भाषा आणि पेहरावाची देवाण-घेवाण :

आज मराठी मुले कोरियन भाषा शिकत आहेत. BTS ऐकत आहेत. हे युट्युब / इंस्टाग्राममुळेच तसेच आपले धोतर-कुर्ता, साडी हे परदेशी लोकांना आवडू लागले आहे.

३) सण आणि उत्सवाची देवाण-घेवाण :

आपण आता फ्रेंडशिप डे, मदर्स डे, व्हॅलेंटाईन डे साजरा करतो जे पाश्चात्य संस्कृतीतून आले आहे. तसेच आपला गणपती उत्सव, दिवाळी आता अमेरिका, लंडनमध्ये मोठ्या प्रमाणात साजरी होते. ते फेसबुक लाईव्हमुळे जगाला कळते.

४) कला आणि संगीताची देवाण-घेवाण :

आपले लावणी, कोळी गीत युट्युब मुळे जगभरात पोहोचले तसेच आपण इंग्रजी गाणी, भांगडा, गरबा शिकतो. एका संस्कृतीचे संगीत दुसऱ्या संस्कृतीत मिसळून नवीन संगीत तयार होत आहे.

५) विचार आणि मूल्यांची देवाण-घेवाण :

जगभरातील चांगले विचार उदा. वेळ पाळणे, स्वच्छता, प्रामाणिकपणा हे आपण परदेशी संस्कृतीतून घेतो आणि आपले पाहुण्यांचा आदर करणे, वडिलांचा मान ठेवणे हे संस्कार जगाला देतो.

तोटे / आव्हाने :-

"पाश्चात्य संस्कृतीचे अनुक्रमण"आधुनिकतेच्या नावाखाली आपण आपली मराठी संस्कृती, भाषा विसरून चाललो आहोत.

२) अपसंस्कृती पसरणे :-

अश्लील रील्स, चुकीचे फॅशन ट्रेंड तरुणांमध्ये पसरत आहेत.

सारांश :-

आधुनिकीकरण आणि सांस्कृतिक देवाण-घेवाण ही काळाची गरज आहे. सामाजिक माध्यमांमुळे आज जगातील कोणतीही संस्कृती ही बंदिस्त राहिलेली नाही.

सामाजिक माध्यमे आणि समाज यांचा संबंध :-

- **संवादाचा संबंध:** पूर्वी लोक पत्राने बोलवायचे, आज सकाळी उठल्यापासून रात्री झोपेपर्यंत माणूस व्हॉट्सॲप, इंस्टाग्रामवरच असतो. कुटुंब, मित्र, नातेवाईक यांच्याशी संबंध टिकवून ठेवण्याचे सर्वात मोठे साधन म्हणजे सामाजिक माध्यमे.
- **नातेसंबंधावर परिणाम :-**
    - **चांगला परिणाम:** परदेशात असलेल्या मुलाशी रोज व्हिडिओ कॉलवर बोलतो, नाते घट्ट राहते.

सारांश :-

3] प्रकरण 3 रे सामाजिक परिवर्तनात समाज माध्यमांची भूमिका :-

समाजमाध्यमे सामाजिक परिवर्तन घडवून आणण्यासाठी महत्वाची भूमिका बजावतात. ती सामाजिक जनजागृती, समानता, शिक्षण आणि लोकसहभाग वाढविण्यास मदत करतात. समाजमाध्यमांचा योग्य व जबाबदार वापर केल्यास समाजाच्या प्रगतीला चालना मिळू शकते."

प्रकरण 4 थे सामाजिक माध्यमांसंबंधी कायदे, नियम व अधिनियम

- **कलम ५०० मानहानी :-**

कलम ५०० हे मानहानीच्या गुन्ह्यासाठी दिल्या जाणाऱ्या शिक्षेशी संबंधित आहे.

जेव्हा एखादी व्यक्ती दुसऱ्या व्यक्तीची समाजात असणारी प्रतिष्ठा, मान आणि आदर खराब करण्याच्या किंवा कमी करण्याच्या उद्देशाने खोटे आरोप करते, अपमानकारक शब्द बोलते किंवा लिहिते किंवा छापील,डिजिटल स्वरूपात अफवा किंवा बदनामीकारक मजकूर प्रसिद्ध करते तेव्हा ती व्यक्ती मानहानीचा गुन्हा करते. (मानहानीची व्याख्या IPC कलम ४९९ मध्ये दिली आहे).

- **शिक्षेची तरतूद :-**

दोषसिद्धी झाल्यास आरोपीला २ वर्षांपर्यंतचा साधा कारावास किंवा दंड किंवा दोन्ही एकाच वेळी होऊ शकतात.

- **नवीन कायदा :**

१ जुलै २०२४ पासून भारतात नवीन फौजदारी कायदा लागू झाला आहे. जुन्या IPC कलम ५०० ऐवजी आता भारतीय न्याय संहिता (BNS) चे कलम ३५६ (Section 356 of BNS) लागू होते. कलम १५३ हे समाजात बेकायदेशीर कृत्य करून किंवा वादग्रस्त विधाने करून दंगल घडवण्याच्या हेतूने लोकांना चेतावणी देणे या गुन्ह्याशी संबंधित आहे. जेव्हा एखादी व्यक्ती जाणीवपूर्वक किंवा बेजबाबदारपणे बेकायदेशीर कृत्य करते आणि तिला पूर्ण कल्पना असते की या कृत्यामुळे समाजात दंगल किंवा हिंसाचार उसळू शकतो, तेव्हा त्या व्यक्तीवर कलम १५३ अंतर्गत गुन्हा नोंदवला जातो.

- **शिक्षेची तरतूद :-**

या कलमांतर्गत मिळणारी शिक्षा ही चेतावणी दिल्यानंतर प्रत्यक्ष दंगल घडली की नाही यावर ठरते.

जर चिथावणीमुळे दंगल घडली तर १ वर्षांपर्यंतचा कारावास, किंवा दंड, किंवा दोन्ही.

जर दंगल घडली नाही ६ महिन्यांपर्यंतचा कारावास, किंवा दंड, किंवा दोन्ही

गुन्ह्याचे स्वरूप

जामीन : जामीनपात्र या प्रकरणात आरोपीला जामीन मिळणे हा त्याचा कायदेशीर अधिकार आहे.

दखलपात्रता : दखलपात्र पोलीस वॉरंटशिवाय गुन्हा नोंदवून तपास करू शकतात.

न्यायालय : कोणत्याही दंडाधिकाऱ्यांच्या न्यायालयात या खटल्याची सुनावणी चालते.

संबंधित कलम : १५३-अ मधील फरक

कलम १५३: सामान्य दंगल घडवण्याच्या हेतूने दिलेल्या चेतावणी साठी लागू होते.

कलम १५३-अ : धर्म, जात, भाषा, जन्मस्थान किंवा रंगावरून दोन वेगवेगळ्या समुदायांमध्ये शत्रुत्व किंवा द्वेष पसरवणे यासाठी लागू होते.

(नवीन कायदा) : १ जुलै २०२४ पासून भारतात नवीन फौजदारी कायदा लागू झाला आहे. जुन्या IPC कलम १५३ ऐवजी आता भारतीय न्याय संहिता (BNS) चे कलम १९२ (Section 192) लागू होते.

कलम ५०९ हे कोणत्याही स्त्रीच्या सन्मानाला, प्रतिमेला किंवा लज्जेला धक्का पोहोचवणाऱ्या कृत्यांविरुद्ध महिलांना संरक्षण देते.

जेव्हा एखादी व्यक्ती स्त्रीच्या लज्जेचा अनादर करण्याच्या उद्देशाने: घाण किंवा अश्लील शब्द बोलते, अश्लील आवाज काढते (उदा. शिट्टी वाजवणे किंवा अश्लील शब्दोच्चार करणे), अश्लील हावभाव किंवा इशारे करते किंवा स्त्रीच्या खाजगी आयुष्यात बाधा आणण्यासाठी कोणत्याही वस्तूचे प्रदर्शन करते, तेव्हा ती व्यक्ती या कलमांतर्गत दोषी ठरते.

शिक्षेची तरतूद :

शिक्षा : दोषसिद्धी झाल्यास आरोपीला ३ वर्षांपर्यंतचा साधा कारावास आणि दंड अशी शिक्षा दिली जाते.

(नवीन कायदा) : १ जुलै २०२४ पासून भारतात नवीन फौजदारी कायदा लागू झाला आहे. जुन्या IPC कलम ५०९ ऐवजी आता भारतीय न्याय संहिता (BNS) चे कलम ७९ लागू होते.

माहिती तंत्रज्ञान कायदा, २००० हा भारतातील सायबर गुन्हे आणि इलेक्ट्रॉनिक व्यवहारांशी संबंधित मुख्य कायदा आहे.

हा कायदा १७ ऑक्टोबर २००० रोजी लागू करण्यात आला.

प्रमुख उद्दिष्टे :-

ई-कॉमर्सला मान्यता: ऑनलाईन व्यवहार, डिजिटल स्वाक्षरी आणि इलेक्ट्रॉनिक दस्तऐवजांना कायदेशीर मान्यता देणे.

सायबर गुन्ह्यांवर नियंत्रण: हॅकिंग, डेटा चोरी, आणि ऑनलाईन फसवणूक यांसारख्या गुन्ह्यांना प्रतिबंध करणे आणि दंडाची तरतूद करणे.

ई-गव्हर्नन्सला प्रोत्साहन: शासकीय कामे कागदपत्रांऐवजी डिजिटल स्वरूपात हाताळण्यास कायदेशीर आधार देणे.

माहिती तंत्रज्ञान (मध्यस्थ मार्गदर्शक तत्त्वे आणि डिजिटल मीडिया आचारसंहिता) नियम, २०२१ (IT Rules 2021) हा डिजिटल क्षेत्राचे नियमन करण्यासाठी केंद्रीय इलेक्ट्रॉनिक्स आणि माहिती तंत्रज्ञान मंत्रालयाने २५ फेब्रुवारी २०२१ रोजी लागू केलेला एक अत्यंत महत्त्वाचा कायदा आहे.

हा नियम सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म्स (WhatsApp, Facebook, Instagram), ओटीटी प्लॅटफॉर्म्स (Netflix, Amazon Prime) आणि ऑनलाईन डिजिटल न्यूज पोर्टल्स यांना लागू होतो.

आयटी नियम २०२१ मधील मुख्य तरतुदी :-

१. सोशल मीडिया कंपन्यांसाठी कडक नियम :

तक्रार निवारण यंत्रणा : कंपन्यांना भारतात एका 'तक्रार निवारण अधिकाऱ्याची' नियुक्ती करणे बंधनकारक आहे. युजर्सच्या तक्रारीचे २४ तासांत उत्तर देऊन १५ दिवसांत तिचे निवारण करावे लागते.

महत्त्वाचे अधिकारी (SSMI Rules): ५० लाखांहून अधिक युजर्स असलेल्या मोठ्या सोशल मीडिया कंपन्यांना भारतात तीन मुख्य अधिकारी नेमणे अनिवार्य आहे:

- मुख्य अनुपालन अधिकारी
- नोडल संपर्क व्यक्ती
- निवासी तक्रार निवारण अधिकारी

पहिल्या संदेशकर्त्याची ओळख : व्हॉट्सअप सारख्या मेसेजिंग ॲप्सवर कोणताही बेकायदेशीर/आक्षेपार्ह मेसेज सर्वात आधी कोणी तयार केला , याची माहिती न्यायालयाच्या किंवा सरकारच्या आदेशानुसार द्यावी लागते.

आक्षेपार्ह कंटेंट हटवणे: महिलांच्या प्रायव्हसीचा भंग करणारे, बनावट किंवा नग्न फोटो तक्रार आल्यावर २४ तासांच्या आत हटवणे बंधनकारक आहे.

२. ओटीटी प्लॅटफॉर्म्ससाठी नियम :

नेटफ्लिक्स, ॲमेझॉन प्राईम आणि हॉटस्टारसारख्या ओटीटी प्लॅटफॉर्म्ससाठी आचारसंहिता लागू केली आहे.

कलम ७९ अंतर्गत सुरक्षिततेची अट :

IT कायद्याच्या कलम ७९ अंतर्गत सोशल मीडिया कंपन्यांना वापरकर्त्यांनी पोस्ट केलेल्या बेकायदेशीर सामग्रीपासून संरक्षण मिळते परंतु, २०२१ च्या नियमांचे पालन न केल्यास कंपन्यांचे हे संरक्षण निघून जाते आणि वापरकर्त्यांच्या बेकायदेशीर पोस्टसाठी प्लॅटफॉर्मवरही थेट कायदेशीर कारवाई (उदा. भारतीय न्याय संहिता/IPC अंतर्गत) केली जाऊ शकते.

प्रश्न : सोशल मीडियाचा अर्थ, स्वरूप, प्रकार आणि आधुनिक समाजातील महत्त्व स्पष्ट करून सामाजिक परिवर्तनातील सोशल मीडियाची भूमिका सविस्तर विशद करा.

उत्तर :

१. प्रस्तावना

आजच्या आधुनिक युगात सोशल मीडिया हा मानवी जीवनाचा एक महत्त्वाचा भाग बनला आहे. इंटरनेट आणि डिजिटल तंत्रज्ञानाच्या विकासामुळे जगातील लोक एकमेकांशी सहजपणे संपर्क साधू शकतात. माहितीची देवाणघेवाण करणे, विचार व्यक्त करणे, बातम्या मिळवणे आणि सामाजिक प्रश्नांवर चर्चा करणे यांसाठी सोशल मीडियाचा मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जातो. सोशल मीडियामुळे जग जवळ आले असून सामाजिक, आर्थिक, राजकीय आणि सांस्कृतिक क्षेत्रांत महत्त्वपूर्ण बदल घडून आले आहेत.

२. सोशल मीडियाचा अर्थ

सोशल मीडिया म्हणजे अशी इंटरनेट आधारित डिजिटल माध्यमे, ज्यांच्या साहाय्याने व्यक्ती एकमेकांशी संवाद साधतात, माहितीची देवाणघेवाण करतात, छायाचित्रे, व्हिडिओ आणि लेख प्रकाशित करतात तसेच विविध सामाजिक विषयांवर आपले मत व्यक्त करतात.

उदाहरणार्थ, फेसबुक, व्हॉट्सॲप, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब आणि एक्स यांसारख्या माध्यमांचा सोशल मीडियामध्ये समावेश होतो.

३. सोशल मीडियाचे स्वरूप

सोशल मीडियाचे स्वरूप पुढीलप्रमाणे स्पष्ट करता येते.

१. डिजिटल स्वरूप : सोशल मीडियाचा वापर इंटरनेट आणि डिजिटल उपकरणांच्या साहाय्याने केला जातो.

२. परस्परसंवादी स्वरूप : वापरकर्ते एकमेकांशी संवाद साधू शकतात आणि प्रतिक्रिया देऊ शकतात.

३. जलद माहिती प्रसारण : माहिती, बातम्या आणि संदेश कमी वेळात अनेक लोकांपर्यंत पोहोचतात.

४. जागतिक स्वरूप : जगातील विविध देशांतील व्यक्तींशी संपर्क साधता येतो.

५. सहभागात्मक स्वरूप : सामान्य व्यक्तींनाही स्वतःचे विचार, अनुभव आणि माहिती प्रकाशित करता येते.

६. सतत उपलब्धता : इंटरनेटच्या उपलब्धतेनुसार सोशल मीडियाचा वापर कोणत्याही वेळी करता येतो.

४. सोशल मीडियाचे प्रकार

सोशल मीडियाचे प्रमुख प्रकार पुढीलप्रमाणे आहेत.

१. सामाजिक संपर्काची माध्यमे : फेसबुकसारख्या माध्यमांतून मित्र, नातेवाईक आणि इतर व्यक्तींशी संपर्क साधता येतो.

२. संदेशवहनाची माध्यमे : व्हॉट्सॲप आणि टेलिग्रामद्वारे संदेश, छायाचित्रे, व्हिडिओ आणि कागदपत्रे पाठवता येतात.

३. व्हिडिओ प्रसारणाची माध्यमे : यूट्यूबद्वारे शैक्षणिक, मनोरंजनात्मक आणि माहितीपर व्हिडिओ पाहता येतात.

४. छायाचित्रे आणि लघुचित्रफितींची माध्यमे : इन्स्टाग्रामसारख्या माध्यमांतून छायाचित्रे, रील्स आणि व्हिडिओ शेअर करता येतात.

५. मायक्रोब्लॉगिंग माध्यमे : एक्ससारख्या माध्यमांद्वारे लहान संदेश, मते आणि ताज्या घडामोडी प्रसारित करता येतात.

६. व्यावसायिक संपर्काची माध्यमे : लिंक्डइनसारख्या माध्यमांतून नोकरी, व्यवसाय आणि व्यावसायिक कौशल्यांशी संबंधित माहिती मिळवता येते.

५. आधुनिक समाजातील सोशल मीडियाचे महत्त्व

आधुनिक समाजात सोशल मीडियाला विशेष महत्त्व प्राप्त झाले आहे.

१. संवादाचे प्रभावी माध्यम : सोशल मीडियामुळे दूरवर राहणाऱ्या व्यक्तींशी सहज संपर्क साधता येतो.

२. माहितीचे प्रसारण : देश-विदेशातील बातम्या, घडामोडी आणि महत्त्वपूर्ण माहिती लोकांपर्यंत पोहोचते.

३. शैक्षणिक महत्त्व : विद्यार्थ्यांना ऑनलाइन व्याख्याने, शैक्षणिक व्हिडिओ आणि अभ्याससाहित्य उपलब्ध होते.

४. आर्थिक महत्त्व : व्यापारी आणि उद्योजकांना त्यांच्या वस्तू व सेवांची जाहिरात करता येते.

५. राजकीय महत्त्व : राजकीय पक्ष, नेते आणि नागरिक विविध सार्वजनिक प्रश्नांवर चर्चा करू शकतात.

६. मनोरंजनाचे साधन : संगीत, चित्रपट, विनोदी व्हिडिओ आणि विविध कार्यक्रमांचा आनंद घेता येतो.

७. सामाजिक जनजागृती : आरोग्य, शिक्षण, पर्यावरण, महिला सुरक्षा आणि सामाजिक समानता यांसारख्या विषयांवर जागृती निर्माण करता येते.

६. सामाजिक परिवर्तनातील सोशल मीडियाची भूमिका

सामाजिक परिवर्तन म्हणजे समाजाच्या रचना, मूल्ये, विचार, परंपरा, संस्था आणि जीवनपद्धती यांमध्ये कालांतराने होणारे बदल होय. सामाजिक परिवर्तन घडवून आणण्यात सोशल मीडिया महत्त्वाची भूमिका बजावतो.

१. सामाजिक जनजागृती निर्माण करणे :

सोशल मीडियाद्वारे बालविवाह, हुंडापद्धती, जातिभेद, स्त्री-पुरुष असमानता आणि अंधश्रद्धा यांसारख्या सामाजिक समस्यांविषयी जनजागृती करता येते. त्यामुळे लोकांच्या विचारांमध्ये बदल घडण्यास मदत होते.

२. महिलांच्या सक्षमीकरणाला प्रोत्साहन :

महिलांना त्यांच्या समस्या, अनुभव आणि विचार मांडण्यासाठी सोशल मीडिया व्यासपीठ उपलब्ध करून देतो. महिला हक्क, शिक्षण, समान संधी आणि सुरक्षितता यांसंबंधी माहितीचा प्रसार करता येतो.

३. शिक्षणाचा प्रसार :

सोशल मीडियामुळे शैक्षणिक माहिती मोठ्या प्रमाणावर उपलब्ध होते. ग्रामीण आणि शहरी भागांतील विद्यार्थी विविध शैक्षणिक साधनांचा वापर करून ज्ञान मिळवू शकतात.

४. सामाजिक चळवळींना चालना :

पर्यावरण संरक्षण, भ्रष्टाचारविरोध, सामाजिक न्याय आणि मानवी हक्क यांसारख्या विषयांवरील मोहिमा सोशल मीडियाच्या मदतीने अधिक लोकांपर्यंत पोहोचू शकतात.

५. लोकशाही मूल्यांचा विकास :

नागरिकांना सार्वजनिक प्रश्नांवर आपली मते मांडता येतात. शासनाच्या योजना, धोरणे आणि निर्णयांविषयी चर्चा करता येते. त्यामुळे नागरिकांच्या सहभागाला प्रोत्साहन मिळते.

६. सांस्कृतिक देवाणघेवाण :

सोशल मीडियामुळे विविध भाषा, संस्कृती, परंपरा आणि जीवनपद्धती यांची माहिती मिळते. त्यामुळे परस्पर समज आणि सांस्कृतिक देवाणघेवाण वाढण्यास मदत होते.

७. ग्रामीण विकासाला मदत :

शेतकरी, ग्रामीण उद्योजक आणि स्वयंसेवी संस्था सोशल मीडियाच्या माध्यमातून शेतीविषयक माहिती, शासकीय योजनांची माहिती आणि बाजारपेठेशी संबंधित माहिती मिळवू शकतात.

८. आपत्ती व्यवस्थापन :

पूर, भूकंप आणि इतर नैसर्गिक आपत्तींच्या काळात मदतकार्याची माहिती, सुरक्षिततेविषयी सूचना आणि आवश्यक संपर्क तपशील प्रसारित करण्यासाठी सोशल मीडियाचा उपयोग होतो. मात्र, अशा वेळी माहितीची सत्यता तपासणे आवश्यक असते.

७. सोशल मीडियाचे दुष्परिणाम

सोशल मीडियाचे अनेक फायदे असले तरी त्याचे काही दुष्परिणामही आहेत.

१. खोटी माहिती आणि अफवा वेगाने पसरू शकतात.

२. सोशल मीडियाच्या अतिवापरामुळे वेळेचा अपव्यय होऊ शकतो.

३. सायबर गुन्हे, ऑनलाइन फसवणूक आणि गोपनीयतेचा भंग होण्याचा धोका असतो.

४. सोशल मीडियावरील चुकीच्या माहितीमुळे सामाजिक तणाव निर्माण होऊ शकतो.

५. ऑनलाइन छळ आणि अपमानास्पद टिप्पणींमुळे व्यक्तींना त्रास होऊ शकतो.

६. प्रत्यक्ष सामाजिक संवाद आणि कौटुंबिक सहवासासाठी उपलब्ध वेळ कमी होत आहे.

- **परीक्षेत येऊ शकणारे प्रश्न**

१) सोशल मीडिया म्हणजे काय ? त्याचा अर्थ व संकल्पना स्पष्ट करा.

२) सोशल मीडियाची प्रमुख वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

३) सोशल मीडियाचे सामाजिक जीवनातील महत्त्व स्पष्ट करा.

४) सोशल मीडियाचे प्रकार कोणते आहेत ? उदाहरणांसह स्पष्ट करा.

५) सोशल मीडियाचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा.

६) सोशल मीडियाचा तरुण पिढीवर होणारा परिणाम स्पष्ट करा.

७) सोशल मीडियाचा शिक्षण क्षेत्रातील उपयोग स्पष्ट करा.

८) सोशल मीडियाचा शिक्षण क्षेत्रातील उपयोग स्पष्ट करा.

९) सोशल मीडियामुळे निर्माण होणाऱ्या सामाजिक समस्या स्पष्ट करा.

१०) सोशल मीडियाचा जबाबदारीने वापर करण्यासाठी कोणती काळजी घ्य

ते स्पष्ट करा.