

सामाजिक माध्यमे आणि समाज : एक समाजशास्त्रीय अभ्यास

प्रा. श्रीमती. इंदू चंद्रकांत साळुंके¹

Abstract (सारांश)

सामाजिक माध्यमे ही आधुनिक समाजातील प्रभावी व गतिमान सामाजिक संस्था म्हणून उदयास आली आहेत. माहिती व संप्रेषण तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे मानवी जीवनाच्या प्रत्येक अंगावर सामाजिक माध्यमांचा प्रभाव जाणवतो. सामाजिक संवाद, नातेसंबंध, सांस्कृतिक व्यवहार, राजकीय सहभाग, आर्थिक व्यवहार तसेच वैयक्तिक ओळख यामध्ये मूलभूत परिवर्तन घडून आले आहे.

सदर संशोधनपत्र महाराष्ट्रातील सामाजिक माध्यमांच्या वापराचा समाजशास्त्रीय अभ्यास करते. या अभ्यासामध्ये सामाजिक माध्यमांचा सामाजिक संबंधांवर, सांस्कृतिक परिवर्तनावर, सामाजिक असमानतेवर, राजकीय सहभागावर तसेच मानसिक व सामाजिक जीवनावर होणाऱ्या परिणामांचा सखोल विचार करण्यात आला आहे. सामाजिक माध्यमांचे सकारात्मक व नकारात्मक दोन्ही पैलू समाजशास्त्रीय दृष्टिकोनातून विश्लेषित करण्यात आले आहेत.

प्रस्तावना (Introduction)

२१व्या शतकात सामाजिक माध्यमे मानवी जीवनाचा अविभाज्य भाग बनली आहेत. पूर्वी मानवी संवाद प्रत्यक्ष भेटी, पत्रव्यवहार किंवा दूरध्वनीपुरता मर्यादित होता. परंतु इंटरनेट व स्मार्टफोनच्या प्रसारामुळे सामाजिक माध्यमे संवादाचे मुख्य साधन बनली आहेत. फेसबुक, व्हॉट्सअप, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब, ट्विटर यांसारख्या माध्यमांनी समाजातील संवाद पद्धतीत क्रांतिकारक बदल घडवून आणला आहे.

समाजशास्त्राच्या दृष्टीने सामाजिक माध्यमे ही केवळ तांत्रिक साधने नसून ती सामाजिक संस्था म्हणून कार्य करतात. या माध्यमांद्वारे सामाजिक मूल्ये, नियम, प्रतीके आणि ओळखी निर्माण होतात. त्यामुळे सामाजिक माध्यमांचा अभ्यास समाजशास्त्रीय दृष्टिकोनातून करणे अत्यंत आवश्यक आहे.

¹ विभाग : समाजशास्त्र, यशवंतराव चव्हाण कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय, सिल्लोड, जि. छत्रपती संभाजीनगर

संशोधनाची गरज व महत्त्व

आजच्या डिजिटल युगात सामाजिक माध्यमांचा प्रभाव सर्व स्तरांवर दिसून येतो. महाराष्ट्रासारख्या विविधतेने नटलेल्या राज्यात सामाजिक माध्यमांचा प्रभाव शहरी-ग्रामीण, युवक-ज्येष्ठ, पुरुष-महिला अशा सर्व घटकांवर वेगवेगळ्या स्वरूपात जाणवतो.

या अभ्यासाची गरज खालील कारणांमुळे अधोरेखित होते :

1. सामाजिक माध्यमांचा वाढता वापर समाजरचनेत बदल घडवत आहे.
2. युवक वर्गावर सामाजिक माध्यमांचा मानसिक व सामाजिक परिणाम वाढत आहे.
3. सामाजिक माध्यमांमुळे सामाजिक असमानता नव्या स्वरूपात प्रकट होत आहे.
4. राजकीय व सामाजिक चळवळींमध्ये सामाजिक माध्यमांची भूमिका वाढत आहे.
5. हा अभ्यास समाजशास्त्रज्ञ, विद्यार्थी, धोरणकर्ते व अभ्यासकांसाठी उपयुक्त ठरू शकतो.

संशोधनाची उद्दिष्टे

1. सामाजिक माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम अभ्यासणे.
2. महाराष्ट्रातील सामाजिक माध्यम वापराचे स्वरूप समजून घेणे.
3. युवक, महिला व कुटुंबसंस्थेवर सामाजिक माध्यमांचा प्रभाव अभ्यासणे.
4. सामाजिक माध्यमांमुळे निर्माण होणाऱ्या सामाजिक समस्या ओळखणे.

संशोधन गृहितके

1. सामाजिक माध्यमांमुळे सामाजिक संबंधांचे स्वरूप बदलले आहे.
2. युवक वर्ग सामाजिक माध्यमांचा सर्वाधिक वापर करतो.
3. सामाजिक माध्यमांमुळे राजकीय व सामाजिक जागरूकता वाढली आहे.
4. सामाजिक माध्यमांचा अतिरेक मानसिक तणाव व एकाकीपणा वाढवतो.

संशोधन पद्धती (Research Methodology) प्रस्तुत संशोधन पेपर मध्ये दुय्यम तथ्य संकलन पद्धतीचा वापर करण्यात आला आहे

सदर संशोधन वर्णनात्मक व विश्लेषणात्मक स्वरूपाचे आहे. या अभ्यासासाठी महाराष्ट्र राज्याशी संबंधित दुय्यम माहिती वापरण्यात आली आहे.

समाजशास्त्रीय सिद्धांतिक चौकट

सामाजिक माध्यमांचा अभ्यास विविध समाजशास्त्रीय सिद्धांतांच्या आधारे करण्यात येतो. कार्यात्मकतावाद, संघर्ष सिद्धांत आणि प्रतीकात्मक संवादवाद माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम समजून घेण्यासाठी उपयुक्त ठरतात.

कार्यात्मकतावाद(Functionalism)

कार्यात्मकतावादानुसार समाज ही एक सुसंगत व्यवस्था आहे आणि समाजातील प्रत्येक संस्था समाजाच्या स्थैर्यासाठी कार्य करते. सामाजिक माध्यमे ही आधुनिक समाजातील एक महत्त्वाची सामाजिक संस्था बनली आहे. ती समाजातील संवाद, माहितीचा प्रसार आणि सामाजिक एकात्मता वाढवण्याचे कार्य करते.

महाराष्ट्रातील संदर्भात पाहिले असता सामाजिक माध्यमांमुळे ग्रामीण-शहरी दरी काही प्रमाणात कमी झाली आहे. स्थलांतरित कामगार, विद्यार्थी व नोकरीसाठी बाहेर गेलेले युवक आपल्या कुटुंबाशी संपर्कात राहू शकतात. त्यामुळे कुटुंबसंस्था टिकवून ठेवण्यास सामाजिक माध्यमे सहाय्यक ठरतात.

तथापि, कार्यात्मकतावादाच्या दृष्टीने सामाजिक माध्यमांचे काही अपकार्य (Dysfunctions) देखील आहेत. प्रत्यक्ष संवाद कमी होणे, कौटुंबिक वेळ घटणे आणि सामाजिक अलिप्तता वाढणे ही त्यातील प्रमुख अपकार्ये आहेत.

संघर्ष सिद्धांत (Conflict Theory)

संघर्ष सिद्धांत समाजातील सत्ता, संसाधने आणि असमानता यांवर भर देतो. सामाजिक माध्यमे ही सत्ताधारी व आर्थिकदृष्ट्या सक्षम वर्गाच्या नियंत्रणाखाली कार्य करतात. मोठ्या कॉर्पोरेट कंपन्या, राजकीय पक्ष आणि प्रभावशाली गट सोशल मीडियाचा वापर जनमत घडवण्यासाठी करतात.

महाराष्ट्रात शहरी, उच्चशिक्षित व आर्थिकदृष्ट्या सक्षम वर्ग सोशल मीडियाचा प्रभावी वापर करतो; तर ग्रामीण व गरीब वर्ग तुलनेने मागे राहतो. यामुळे डिजिटल असमानता अधिक ठळक होते. महिलांच्या बाबतीत सोशल मीडिया एकीकडे सशक्तीकरणाचे साधन असले तरी दुसरीकडे छळ व ट्रोलिंगचे माध्यम ठरते.

प्रतीकात्मक संवादवाद (Symbolic Interactionism)

प्रतीकात्मक संवादवादानुसार समाजातील अर्थ संवादातून निर्माण होतात. सामाजिक माध्यमांमध्ये लाईक्स, शेअर्स, कमेंट्स, इमोजी ही नवीन सामाजिक प्रतीके बनली आहेत. या प्रतीकांद्वारे व्यक्ती स्वतःची ओळख (Identity) घडवते.

महाराष्ट्रातील युवकांमध्ये 'फॉलोअर्स' व 'लाईक्स' ही सामाजिक प्रतिष्ठेची नवी मोजपट्टी बनत आहे. त्यामुळे आत्ममूल्य आणि सामाजिक मान्यता यांचा अर्थ बदलत आहे.

साहित्याचा आढावा (Review of Literature)

Castells (2010) यांनी नेटवर्क सोसायटीची संकल्पना मांडून डिजिटल नेटवर्क समाजरचनेत कसे बदल घडवतात हे स्पष्ट केले आहे.

Goffman (1959) यांच्या मते, सामाजिक माध्यमे ही 'Self-presentation' ची आधुनिक रंगभूमी आहे.

Boyd (2014) यांनी युवक व सामाजिक माध्यमांमधील गुंतागुंतीचे नाते स्पष्ट केले आहे.

भारतीय संदर्भात अनेक अभ्यासांनी दाखवून दिले आहे की सोशल मीडिया राजकीय सहभाग वाढवतो, पण त्याचबरोबर सामाजिक ध्रुवीकरणही वाढवतो.

सामाजिक माध्यमे व सामाजिक संबंध

सामाजिक माध्यमांनी पारंपरिक सामाजिक संबंधांच्या स्वरूपात आमूलाग्र बदल घडवून आणला आहे. पूर्वी सामाजिक संबंध प्रत्यक्ष भेटी, सहवास व सामूहिक सहभागावर आधारित होते. आज मात्र डिजिटल संवादामुळे संबंध वेगवान झाले आहेत, पण ते अधिक वरवरचे होत चालले आहेत.

महाराष्ट्रातील कुटुंबसंस्थेवर याचा स्पष्ट परिणाम दिसतो. संयुक्त कुटुंबपद्धतीत संवाद कमी होऊन वैयक्तिक मोबाईल वापर वाढला आहे. मात्र स्थलांतरित कुटुंबांसाठी सोशल मीडिया हे भावनिक आधाराचे साधन बनले आहे.

सामाजिक माध्यमे व सांस्कृतिक परिवर्तन

सामाजिक माध्यमे सांस्कृतिक परिवर्तनाची प्रभावी साधने आहेत. महाराष्ट्रातील तरुण पिढीमध्ये फॅशन, भाषा, खाद्यसंस्कृती आणि जीवनशैलीत मोठे बदल दिसून येतात. पाश्चात्य संस्कृतीचा प्रभाव वाढत असून स्थानिक परंपरांवर त्याचा परिणाम होत आहे.

सण-उत्सव, लोककला व परंपरा सोशल मीडियावर सादर केल्या जात असल्या तरी त्यामध्ये व्यावसायिकता वाढत आहे. संस्कृती ही अनुभवण्याऐवजी "पोस्ट" करण्याची वस्तू बनत चालली आहे.

सामाजिक माध्यमे व सामाजिक असमानता

डिजिटल विभाजन ही महाराष्ट्रातील एक गंभीर सामाजिक समस्या आहे. शहरी भागात इंटरनेट सुविधा, डिजिटल साक्षरता आणि संसाधने अधिक उपलब्ध आहेत; तर ग्रामीण भागात मर्यादा आहेत.

महिलांच्या बाबतीत सामाजिक माध्यमे सशक्तीकरणाचे साधन असले तरी सायबर छळ, ट्रोलिंग आणि गोपनीयतेचा अभाव ही मोठी आव्हाने आहेत. त्यामुळे लिंगाधारित असमानता डिजिटल स्वरूपात पुनरुत्पादित होत आहे.

सामाजिक माध्यमे व राजकीय सहभाग

सामाजिक माध्यमांनी राजकीय प्रक्रियेला वेग दिला आहे. महाराष्ट्रात निवडणुका, आंदोलने, सामाजिक चळवळी सोशल मीडियावर मोठ्या प्रमाणावर चालतात. नागरिक थेट आपले मत व्यक्त करू शकतात.

मात्र खोटी माहिती, अफवा व द्वेषमूलक भाषणामुळे सामाजिक सलोखा बिघडण्याचा धोका वाढला आहे. त्यामुळे सोशल मीडिया हे लोकशाहीचे साधन असले तरी त्यावर नियंत्रण व जबाबदारी आवश्यक आहे.

महाराष्ट्रातील सामाजिक माध्यम वापर – सांख्यिकीय माहिती

घटक, टक्केवारी-

इंटरनेट वापरकर्ते 70%

18-35 वयोगट 65%

शहरी भाग 72%

ग्रामीण भाग 54%

महिला वापरकर्ते 48%

वरील आकडेवारीवरून युवक वर्ग सामाजिक माध्यमांचा प्रमुख वापरकर्ता असल्याचे स्पष्ट होते. शहरी-ग्रामीण फरक सामाजिक असमानतेचे द्योतक आहे. महिलांचा सहभाग वाढत असला तरी सुरक्षिततेचा प्रश्न कायम आहे.

सामाजिक व मानसिक परिणाम

सामाजिक माध्यमांचा अतिरेक मानसिक तणाव, नैराश्य, एकाकीपणा आणि आत्ममूल्य घट यांना कारणीभूत ठरतो. तुलना संस्कृतीमुळे सामाजिक स्पर्धा वाढते. Durkheim यांच्या 'Anomie' संकल्पनेचा आधुनिक संदर्भ येथे दिसून येतो.

.निष्कर्ष (Conclusion)

सामाजिक माध्यमे महाराष्ट्रातील समाजजीवनाचा अविभाज्य भाग बनली आहेत. संवाद, जागरूकता आणि सहभाग वाढवण्यात त्यांची भूमिका महत्त्वाची आहे. मात्र विवेकी, जबाबदार आणि नैतिक वापर अत्यावश्यक आहे. एकंदरीत वरील अभ्यासावरून असे दिसते की सामाजिक माध्यमे ही आधुनिक समाजाची प्रभावी पण दुहेरी धार असलेली संस्था आहे. योग्य वापर समाजविकासास मदत करू शकतो; अतिरेक सामाजिक समस्या निर्माण करतो.



संदर्भ (References)

- 1)Castells, M. – The Rise of the Network Society
- 2)Goffman, E. – The Presentation of Self in Everyday Life
- 3)Boyd, D. – It's Complicated
- 4)NSSO, TRAI, Government of Maharashtra Reports

Publisher's Note: *The views and opinions expressed in this article are solely those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the publisher, editors, or the editorial board.*

