लोकशाहीच्या चार महत्वाच्या घटकामधील "माध्यम" हा चवथा सर्वात महत्वाचा घटक आहे. विसाव्या शतकात समाजमाध्यमे (व्हॉटसअप, फेसबुक, इन्स्टाग्राम, ट्विटर, ब्लॉग्स) हा पाचवा घटक म्हणुन मानला गेला. लोकशाही मूल्यांची आणि आदर्शांची पेरणी आणि उभारणी करुन समताधिष्ठीत समाज निर्माण करण्याची क्षमता प्रसार माध्यमामध्ये आहे. पण अलीकडे प्रसार माध्यमांच्या जबाबदाऱ्या आणि बदलत्या भूमिकांचा प्रश्न ऐरणीवर आला आहे. माध्यमांचे नैतिक विश्व बदलले आहे. प्रसार माध्यमे आणि वास्तव यांचा संबंध तुटत चालला आहे. माहितीची वाहक असलेली जनसंवाद आणि सामाजिक माध्यमे सामाजिक बांधिलकी जोपासताना दिसत नाहीत. व्हॉटसअप, फेसबुक, ट्विटर इन्स्टाग्राम सारख्या समाज माध्यमांच्या प्रभावी जगात व्यक्ती अधिकाधिक गुरफटत चालली आहे. माध्यमे आणि समाज माध्यमाद्वारे मुद्दामहुन पसरविल्या जाणाऱ्या अफवा, फेक व्हिडिओ, फेक फोटो, पेड न्यूज, खोडसाळ बातम्या व्यक्ती व समाजाची दिशाभूल करु समाजाचे ध्रुवीकरण करण्यात हातभार लावीत आहेत. माध्यमे व समाज माध्यमांचे महत्व अनन्यसाधारण असेच आहे. परंतु आज हीच माध्यमे व समाज माध्यमे जाती, धर्मांच्या नावाखाली समाजात विसंवाद निर्माण करण्यासाठी कारणीभूत ठरत आहे. त्यामुळे देशाची एकता व अखंडता धोक्यात येत आहे. माध्यमांचा व समाज माध्यमांचा समाजावरील प्रतिकूल परिणाम बघता या संदर्भात वैचारिक मंथन होण्याच्या दृष्टीने मराठी समाजशास्त्र परिषदेच्या २९ व्या राष्ट्रीय अधिवेशनासाठी "जनसंवाद आणि सामाजिक माध्यमांचा भारतीय समाजावर प्रभाव" हा विषय निश्चित केलेला आहे. समाजशास्त्र विषयातील विचारवंत, प्राध्यापक, अभ्यासक व विद्यार्थी या विषयावर निश्चित विचारमंथन करुन या नव समस्येच्या निराकरणासाठी काही ठोस उपाय सुचविण्यासाठी प्रयत्न करतील असा विश्वास आहे.

Indexed

IMPACT FACTOR 5.131

Cosmos IMPACT FACTOR 5.234

Published By
Harshwardhan Publication Pvt.Ltd.
At.Post Limbaganesh, Tq.Dist.Beed-431 126
(Maharashtra) Mob.09850203295
E-mail: vidyawarta@gmail.com
www.vidyawarta.com

ISSN-2319 9318

Vidyawarta Special Issue, January-2019 SPECIAL ISSUE

MAH/MUL/03051/2012
ISSN-2319 9318

Special Issue, January- 2019
International Multilingual Refereed Research Journal

VIDYAWARTA®

डॉ.बाबासाहेब आंबेडकर शिक्षण संस्था, चांदा द्वारा संचालीत
आणि
गोंडवाना विद्यापीठ, गडचिरोली संलग्नित

डॉ.बाबासाहेब आंबेडकर कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय ब्रम्हपुरी, जि.चंद्रपुर

मराठी समाजशास्त्र परिषदेचे
२९ वे राष्ट्रीय अधिवेशन

दिनांक १८ व १९ जानेवारी २०१९

जनसंवाद आणि सामाजिक माध्यमांचा भारतीय समाजावर प्रभाव

आयोजक
समाजशास्त्र विभाग
डॉ.बाबासाहेब आंबेडकर कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय
ब्रम्हपुरी, जि.चंद्रपुर

52) जागतिकीकरण / उदारीकरण / खाजगीकरण आणि माध्यमे
प्रा. गोदावरी व्ही. बन, यवतमाळ || 231

53) विकसनशील भारतातील सामाजिक माध्यमाची भूमिका
डॉ. आनंद बनकर, अमरावती || 235

54) कुटूंब विवाह व आप्तसंबंधावर सामाजिक माध्यमाचांपरिणाम
प्रा. लिना वि. गादेवार, डोंगरगाव || 238

55) जागतिकिकरण आणि प्रसार माध्यमे
प्रा. डॉ. व्ही. जी. चव्हाण, गडचिरोली || 241

56) भारतीय समाजासाठी खाजगी वाहिन्या शाप की वरदान: एक सामाजिक अध्ययन
प्रा. पवित्रे किशन, नांदेड || 244

57) राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय वृत्तसंस्था : आधुनिक संपर्काचा कणा
प्रा. डॉ बाबा शंभरकर, वर्धा || 247

58) नव सामाजीक समस्यांच्या उदयात माध्यमांची भुमिका
प्रा. डॉ. आनंदा भिकुजी काळे, अकोला || 251

59) सामाजिक माध्यमे आणि अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य
प्रा. अनिल रा. गावंडे, नागपूर || 254

60) सामाजिक चळवळआणी माध्यमांची भूमिका
प्रा. डॉ. रमेश एम. घोनमोडे, उमरेड || 257

61) दृकश्राव्य माध्यम आणि ग्रामीण समाजातील आधुनिकता
प्रा. प्रमोद चंद्रभान शेन्डे, भंडारा || 263

62) महाराष्ट्रातील कृषी विकासात प्रसार माध्यमांची भूमिका
श्री. प्रमोद न. सातपुते, चंद्रपूर || 267

63) सामाजिक चळवळीमध्ये प्रसारमाध्यमाची भूमिका एक अभ्यास
प्रा.डॉ. महेश नारायण मोटे, प्रा. शरद शंकर गायकवाड, उस्मानाबाद || 274

64) भारतीय समाजजीवन आणि माध्यमाची भुमिका
प्रा. डॉ. प्रदिप गजभिये, नागपूर || 277

https://sites.google.com/site/vidyawartajournal | http://www.vidyawarta.blogspot.com

म्हणून आधुनिक काळात ''प्रसारमाध्यमे'' समाजीकरणाचे महत्वाचे साधन म्हणून कार्य करतात. परंतु याचा उपयोग कसा करायचा हे प्रत्येकावर अवंलबून असते. योग्य प्रमाणात उपयोग केल्यास त्याचे परिणाम चांगले दिसुन येतात परंतु याच समाजिक माध्यमांचा अतिरेख झाल्यास हानि झाल्याचे दिसून येते.

सारांश

थोडक्यात आपल्या या धकाधकीच्या आयुष्यात अजिबात वेळ नसतो पण वॉट्सअप, फेसबूक, इन्सटाग्राम, ट्विटर, चॅटीग, मॅसेजीग, सर्च, डाउनलोड अॅप्स, व्हॉईस मेल्स, कॉल असे असंख्य ऑपशन या सोशल मिडियाने आपल्याल दिलेले आहेत. कुटुंब मित्र, आपल्या आवडी—निवडी हे या गोष्टींशी इतक्या जुळलेल्या आहेत की आपण त्याशिवाय राहू शकत नाही. काही तरूण मुल तर आठ—आठ तास फक्त मोबाईलवर राहतात. आणि हळूहळू हे व्यसनात रूपांतरीत होतं.पूर्वी संयुक्त कुटुंब हेच कुटुंब सदस्यांसाठी मनोरंजनाचे एकमेव केंद्र होते. कुटुंबातील सदस्य परस्परांशी गप्पा व नकला करून एकमेकांची मनोरंजनाची गरज पूर्ण करण्याचे कार्य करीत असत. भजन व किर्तनात सहभागी होऊन आपला रिकामा वेळ खर्च करीत असत. थोडक्यात एकाकीपणे वेळ घालविण्याची पाळी व्यक्तींवर सामान्यपणे क्वचितच येत नसे. आज महानगरांमधील कुटुंबात सदस्यांना एकमेकांशी बोलण्यासाठी रिकामा वेळ देखिल नसतो. ग्रामीण कुटुंबाची स्थिती यापेक्षाथोडीशी बरी असली तरीही रेडीओ, चित्रपट, दुरदर्शन, क्लब ही मनोरंजनाची साधने नागरी आणि ग्रामीण क्षेत्रांत निर्माण झाली आहेत. यामुळे मनोरंजनाची गरज पुर्ण करण्यासाठी कुटुंबावर अवलंबून राहण्याची पाळी व्यक्तीवर येत नाही असे म्हणता येईल.

संदर्भ ग्रंथ

१. डॉ. प्रदिप आगलावे (समाजाशास्त्र) श्री साईनाथ प्रकाशन

२. डॉ. भाऊ दायदार (समाजाशास्त्र विषय आणि संकल्पना) सर साहित्य केद्र

३. प्रा. रा. ज. लोटे (भारतीय समाज आव्हाने आणि समस्या) पिंपळापुर अॅण्ड कं. पब्लिशर्स

४. सौ. अश्विनी दिक्षित चैतन्य वार्षिकांक २०१८ (ज्येष्ठ नागरिक मंडळ, पूर्व नागपूर)❑❑❑

55

जागतिकिकरण आणि प्रसार माध्यमे

प्रा. डॉ. व्ही. जी. चव्हाण

आदर्श कला व वाणिज्य महाविद्यालय,

देसाईगंज जि. गडचिरोली

****

प्रस्तावना :—

जागतिकिरण हा गेल्या काही वर्षात सर्वांत जास्त चर्चेल गेलेला एक ज्वलंत विषय आहे. जागतिकिरणाच्या चांगल्या वाईट परिणामाचीभिती सुरूवातीपासून व्यक्त करण्यात आलेली होती गेल्या. १५ ते २० वर्षात हे धोरण भारतात राबविण्याल्यामुळे देशाच्या समाजव्यवस्था अर्थव्यवस्था आणि प्रसार माध यमावर कोणते परिणाम झालेला यांचा आढावा घेणे आवश्यक आहे.

जागकिकरणाची चर्चा करण्यापूर्वी हे मान्य केले पाहिजे की, प्रसार माध्यमे ही एक जबरदस्त शक्ती असल्याचे सिध्द होत आहे. प्रसार माध्यमांची नवनविन साधने नवनविन तंत्रज्ञान व त्यांच्या मालकीवर सत्ता व संपतीचे इमारत उभारणे व तिला टिकवून ठेवणे शक्य असल्याने नवे भान हे आजचे युगभान झाले आहे. वेगवेगळया क्षेत्रातील सम्राटाप्रमाणे आज प्रसार माध्यमे ही सम्राट बनत आहे. शासन संस्थानी नेहमी त्या त्या युगातील प्रभावी प्रसार माध्यमाद्वारे आपली पकड कायम राहावी याचा प्रयत्न केलेलाच आहे. आणि आज सुध्दा करीत आहेत. अनेक देशातील प्रसार माध्यमे ही अगदी काल—परवा पर्यत सरकारच्याच मालकीची व नियंत्रणाखाली होती. समाजातील निर्णय प्रक्रियेवर तसेच सांस्कृतिक, राजकीय प्रक्रियेवर नियंत्रण राखणे. प्रसार माध्यमाद्वारे शक्य असल्याने त्याचा अधिकाधिक वापर आपल्या सोईने किंवा हितार्थ करण्याची वृत्ती केवळ शासन सत्ता, शासनकर्ते भांडवलदार, जाहीरातदार, आज प्रसार माध्यमांचे मालक व माध्यम क्षेत्रातही वेगाने वळवलेली दिसून येते.