



॥ न मे भक्तः प्रणश्यति ॥

## सोशल मीडिया पर्सनल किंवा इमोशनल होऊ नये

तंत्रज्ञान आणि विज्ञान याचा उपयोग सामाजिक कार्यासाठी अधिकाधिक झाला पाहिजे. सध्या आपल्या देशामध्ये मोठ्या प्रमाणावर चर्चेत असलेला सोशल मीडिया सामाजिक हेतूपेक्षा भावनिक किंवा खाजगी गोष्टींकरता सर्वात जास्त वापरला जातो असा एक निष्कर्ष समोर आला आहे. अनेक ठिकाणी प्रामुख्याने फेसबुक किंवा ट्विटरचा वापर हा वैयक्तिक अनुभव किंवा प्रसंग सांगण्यासाठी केला जातो. आणि म्हणून जागतिक पातळीवर भारतातल्या सोशल मीडियाची दखल घेताना तो प्रामुख्याने कोणत्या कारणांसाठी वापरला जातो याचाही विचार केला जात आहे. विशेषतः कौटुंबिक पातळीवर होणारे कार्यक्रम किंवा कुटुंबावर येणारे वेगवेगळे प्रसंग याची माहिती लागलीच फेसबुकवर वाचायला मिळते. अगदी उच्चशिक्षित लोकसुद्धा फेसबुकसारख्या सोशल मीडियाचा वापर एखाद्या पर्सनल मीडियासारखा करताना दिसतात. आज फेसबुकचा वापर प्रचंड प्रमाणात होतो यात काही शंका नाही. परंतु सहजपणाने या फेसबुकवर फेरफटका मारला तर वाढदिवसाच्या फोटोपासून ते तरुणांच्या एंगेजमेंटपर्यंतच्या प्रसंगांचे फोटो मोठ्या उत्साहाने फेसबुकवर टाकले जातात. अगदी लग्नसमारंभांमधल्या किंवा फार तर फार मित्र-मैत्रीणींच्या छोट्या-मोठ्या सहलींचे फोटो हमखासपणे फेसबुकवर आढळतात. एखादा सामाजिक विषय घेऊन मत व्यक्त करणे किंवा एखादी नवी कल्पना लोकांसमोर आणणे, एखाद्या चांगल्या गोष्टीचा प्रसार करणे याबाबत मात्र फेसबुकवर फार कमी प्रमाणात मते व्यक्त होताना दिसतात. आपापसातील किंवा खाजगी कॉमेंट्स किंवा निरोपांची देवाण-घेवाण फेसबुकवर निश्चितपणे दिसून येते. याचा अर्थ आज जो सोशल मीडिया जगभर वापरला जातो त्याचा उपयोग भारतात अतिशय मर्यादित हेतूने आणि कौटुंबिक भावनिक कारणांसाठी होत असल्याचे स्पष्टपणे दिसून येते. म्हणताना त्याला सोशल मीडिया म्हणायचे, परंतु भारतात त्याचा वापर पर्सनल किंवा इमोशनल मीडिया या हेतूसाठी केला जाणे हा फरक ठळकपणे लक्षात आल्याशिवाय राहत नाही. जगाच्या तुलनेने भारतात इंटरनेट, फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग याचा वापर त्या मानाने खूप वेगाने होत आहे. भारताची प्रचंड लोकसंख्या आणि त्यातही तरुणांकडून या मीडियाचा होणारा वापर याचा वेग आणि प्रमाणाही इतर मोठ्या पुढारलेल्या देशांपेक्षाही जास्त असल्याचे दिसून येईल. भारतासाठी हा प्रकार अजूनही आकर्षणाचा आणि त्याचा आणखी कसा कसा वापर करता येईल अशा प्रयोगासाठीच होत आहे.

### उच्चशिक्षकांच्या भावना

मात्र जगात होणारा सोशल मीडियाचा वापर आणि भारतातल्या लोकांची याविषयाकडे बघण्याची दृष्टी यामध्ये बरीच तफावत असल्याचे दिसून येते. यासंदर्भात अलीकडे काही उदाहरणे समोर आली. ज्यावेळी एखादा डॉक्टर आपण एखाद्या जीवघेण्या प्रसंगातून कसे वाचलो याचे सविस्तर वर्णन फेसबुकवर टाकतो. त्यावेळेला तो आपली सगळी कहाणी सांगताना किती भावनिक झालेला आहे हे दिसून येते. किंवा एखाद्या मुलाने आपल्या कुटुंबावर कोसळलेल्या आपत्तीचे असेच रसभरीत वर्णन करून आपली मते व्यक्त केलेली असतात. एवढेच नव्हे तर ज्या गोष्टींचा

समाजातल्या इतर घटकांशी कोणत्याही प्रकारे थेट संबंध येत नाही, अशा मुद्यांनादेखील फेसबुकवर स्थान मिळते. अनेकांच्या प्रेमकहाण्या हा तर अनेक तरुणांसाठी एक कट्टाच झाल्यासारखी स्थिती असते. आपल्या भावनांवर नियंत्रण न ठेवू शकणारे किंवा कुठे तरी तसाच भावनिक आधार शोधणारे लोक या माध्यमांचा वेगळ्याच हेतूसाठी वापर करताना दिसून येतात. आतापर्यंत जगात काय किंवा भारतातसुद्धा आपले खाजगी आयुष्य सांगणारे व्यासपीठ किंवा ज्याला आपण प्लॅटफॉर्म म्हणू तो उपयुक्त नव्हता. तंत्रज्ञानामुळे तो मिळाला. परंतु कुठे तरी आपले खाजगी आयुष्य किती सार्वजनिक करायचे किंवा एखाद्या सार्वजनिक माध्यमाचा खाजगी गोष्टींसाठी किती वापर करायचा याचे भान ठेवावे लागेल अन्यथा या सोशल मीडियाचा हेतू संपुष्टात येऊ शकतो. आणि एका चांगल्या माध्यमाला आपणच गालबोट लावल्यासारखे ठरू शकते. खरे तर काळ वेगाने बदलतो आहे. या रोज बदलणाऱ्या माध्यमाचे स्वरूप अधिक प्रगल्भपणे किंवा उदात्तपणे समजावून घ्यावे लागेल. त्याच त्या आणि केवळ वैयक्तिक स्वरूपाच्या खाजगी किंवा वैयक्तिक कहाण्यांसाठी सोशल मीडियाचा बळी जाऊ नये. याचा अर्थ आपली खाजगी मते मांडण्यासाठी त्याचा वापरच करू नये, असे आमचे म्हणणे नाही. परंतु त्यातून समाजाला किंवा कोणत्याही फेसबुक वाचणाऱ्याला काय उपयोग होणार आहे याचे तितकेच तारतम्य ठेवलेले बरे.

### बदलत्या काळातले प्रभावी माध्यम

आज भारताच्या संदर्भात सोशल मीडिया हे एक प्रभावी माध्यम मानले जाते. त्याचा तितकाच दमदारपणे वापर होऊ शकतो हे सिद्ध झाले आहे. प्रामुख्याने अण्णा हजारेंच्या भ्रष्टाचारविरोधी आंदोलनाच्या काळात मोठ्या प्रमाणावर जी युवाशक्ती एकवटली ती केवळ सोशल मीडियाच्या जोरावर होती हे नाकारता येणार नाही. किंवा २६ नोव्हेंबरच्या मुंबईवर झालेल्या दहशतवादी हल्ल्याच्यावेळी त्याचा निषेध करणारे निरोप काही क्षणात लाखो मुंबईकरांपर्यंत पोहचवण्याचे काम याच सोशल मीडियाने केले होते. एवढेच नव्हे तर नुकत्याच पार पडलेल्या लोकसभा निवडणुकीत भारतीय जनता पार्टी किंवा नरेंद्र मोदी यांनी आपला प्रचार करण्याकरता याच माध्यमाचा अत्यंत कौशल्याने आणि प्रभावीपणे वापर केला. मात्र असे काही प्रसंग वगळल्यास रोजच्या जीवनामध्ये अनेक सामाजिक घडामोडी घडतात. त्याबाबत अधिक अभ्यासपूर्ण किंवा नव्या कल्पना, योजना, उपक्रम मांडण्यासाठी याच फेसबुकचा वापर होऊ शकतो. तुलनेने तो होताना दिसत नाही. आणि म्हणूनच या सोशल मीडियावर पर्सनल अनुभवाचा अधिक पगडा असल्याचे दिसून येते. जागतिक पातळीवर फेसबुकचा होणारा वापर आणि भारतातल्या त्याच्या मर्यादा यातला हा फरक दुर्लक्ष करता येण्यासारखा नाही. किंबहुना हे माध्यम दिवसेंदिवस प्रभावी होत असल्यामुळे हळूहळू त्याचे स्वरूपही लक्षात घ्यावे लागेल. सोशल मीडिया हा सोशल राहिला पाहिजे. तो मोठ्या प्रमाणात इमोशनल किंवा पर्सनल होता कामा नये. विशेषतः उच्चशिक्षित वर्गाने आपल्या बौद्धिक पातळीवरून या आव्हानाचा किंवा बदलत्या विचाराचा सामना केला पाहिजे. खाजगी आयुष्य सार्वजनिक करण्यासाठी ही तितकीशी योग्य जागा नाही असाच त्यातून निष्कर्ष निघतो.