

Vol. 5 | No. 5 | October 2019



Impact Factor: 4.197 | ISSN: 2454-5503

CHRONICLE OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES

A Peer Reviewed Bimonthly International Journal

Special Issue On

IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY

Guest Editor

Dr. Vasant Satpute

Associate Editor

Dr. M. D. Kachave

Assistant Editors

Dr. B. V. Andhale

Dr. M. G. Somvanshi

Dr. A. B. Sarkale

IMPACT FACTOR:4.197(IJIF)

ISSN: 2454-5503

CHRONICLE

OF HUMANITIES AND CULTURAL STUDIES (CHCS)

VOL. 5

NO. 5

SPECIAL ISSUE

OCTOBER 2019

A Peer Reviewed Bimonthly International Journal

Special Issue On

IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY (Book 2)

Guest Editor

Dr. Vasant Satpute

Associate Editor

Dr. M. D. Kachave

Assistant Editors

Dr. B. V. Andhale

Dr. M. G. Somvanshi

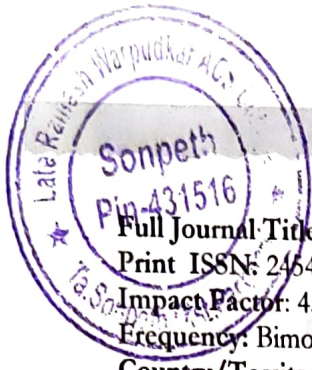
Dr. A. B. Sarkale



Mahatma Gandhi Education and Welfare Society's

**CENTRE FOR HUMANITIES AND
CULTURAL STUDIES, KALYAN (W)**

www.mgsociety.in +91 8329000732 Email: chcskalyan@gmail.com



Full Journal Title: Chronicle of Humanities & Cultural Studies(CHCS)

Print ISSN: 2454-5503

Impact Factor: 4.197 (IIJIF)

Frequency: Bimonthly / **Language:** Multi language / **Journal**

Country/Territory: India

Publisher: Director, Centre for Humanities & cultural Studies, A-102, Sanghavi Regency, Sahyadrinagar, Kalyan (W) (MS). Email: cheskalyan@gmail.com

Guest Editor

Dr. Vasant Satpute, Principal, L. R. W. College, Sonpeth, Dist. Parbhani

Associate Editor

Dr. M.D. Kachave, Co-ordinator, NSS, L. R. W. College, Sonpeth, Dist. Parbhani

Assistant Editor

Dr. B. V. Andhale, Dept. of Pol. Sci., L. R. W. College, Sonpeth, Dist. Parbhani

Dr. M. G. Somvanshi, HoD, Pub. Adm., L. R. W. College, Sonpeth.

Dr. A. B. Sarkale, Librarian, L. R. W. College, Sonpeth, Dist. Parbhani

Chief Editor :

Dr Kalyan Gangarde, Director, Centre for Humanities and Cultural Studies, Kalyan (W)

Executive Editor

Dr Grishma Khobragade, Asst. Prof., Birla College, Kalyan (W)

Co- editors

Dr Vishnu Patil, Asst. Professor, Deogiri College, Aurangabad

Dr Pandurang Barkale, Asst. Professor, Dept of English, SNDT Women's University, Churchgate, Mumbai

Dr Bharat Gugane, Asst. Professor, Bhosala Military College, Nashik, Maharashtra

Dr Dashrath Kamble, Asst. Professor, S.B.College, Shahapur, Dist. Thane, Maharashtra

Dr Sachin Bhumbe, Asst. Professor, P. N. Doshi College, Ghatkopar, Mumbai

EDITORIAL ADVISORY BOARD

Aju Mukhopadhyay,

Dr R.T. Bedre,

Dr (Mrs.) Smita R. Nagori,

Dr Arvind Nawale

Dr Rajiv Kumar,

Dr Kailash Nimbalkar,

Tsai-ching Yeh

Dr B. N. Gaikwad,

Dr Simon Philip,

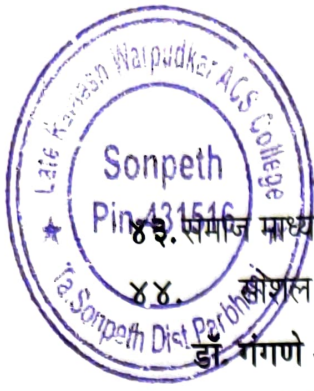
Dr Binu Anitha Josheph

Dr Ramkishan Bhise

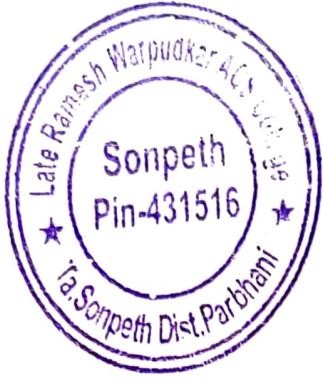
Subscription Rates

Annual Membership (Individual)	₹ 1,800
Bi-annual Membership	₹ 3,500
Institutional Annual Membership	₹ 2,200
Institutional Bi-annual Membership	₹ 4,200
Annual Membership for Foreigners)	\$150

DISCLAIMER: Academic facts, views and opinions published by authors in the Journal express solely the opinions of the respective authors. Authors are responsible for their content, citation of sources and the accuracy of their references. The editorial board or Editor in chief cannot be held responsible for any lacks or possible violations of third parties' rights.



४३. समाज माध्यमे आणि समाज / डॉ. मिरा वि. फड | 198
४४. सोशल मिडिया ही तत्कालीन परिस्थितीत काळाजी गरज /
डॉ. गंगणे आर. व्ही. | 202
४५. सोशल मिडियाच्या माध्यमातून होणारे लैंगिक गुन्हे /
डॉ. शिवाजी परळे | 208
४६. समाजमाध्यमांचा समाजावरील प्रभाव / बांगर नितीनकुमार बा. | 215
४७. सोशल मिडिया आणि फेकन्युज / डॉ. आंधळे बी. व्ही. | 218
४८. समाज माध्यमाचे दुष्परिणाम / डॉ. जाधव अशोक का. | 221
४९. छावा व किशोर मासिकाने प्रसिध्द केलेल्या साहित्याचा विषयनिहाय व साहित्य
निहाय अभ्यास / अशोक मा. बांगर | 225
५०. मुलांच्या मुद्रित प्रसार माध्यमातील साहित्याची मुलांसाठीची उपयुक्तता /
अशोक मा. बांगर | 228
५१. सामाजिक माध्यमांचे परिणाम व उपाय / डॉ. भिसे आर. एम. | 231
५२. सोशल मिडीया : मानवी जीवनावर पडलेला प्रभाव /
डॉ. कोटीवाले व्ही. एम. | 236
५३. प्रसारमाध्यमे : स्वरूप, उद्गम आणि विकास /
डॉ. सा. द. सोनसळे | 239
५४. व्यक्तिसंबंधावर सोशल मिडीयाचा प्रभाव : बिघडते सामाजिक संबंध /
वंदना गायकवाड | 243
५५. सोशल मीडियाचा समाजमनावरील दुष्परिणाम : एक अभ्यास /
डॉ. रामानंद बा. व्यवहारे | 247
५६. सोशल मिडिया का समाज पर प्रभाव / बांगर आकाश शे. | 255
५७. समाज और सोशल मीडिया / डॉ. मारोती उ. खडेकर | 259
५८. विश्वभाषा हिन्दी और मिडिया / डॉ. कुलकर्णी वनिता बा. | 262
५९. सोशल मीडिया और सामाजिक संबंधोंपर सैद्धांतिक नजरिया /
विनय कुमार | 269
६०. सोशल मीडिया रिपोर्टिंग का सवाल / डॉ. वडचकर एस. ए. | 273



47.

सोशल मिडिया आणि फेकन्युज

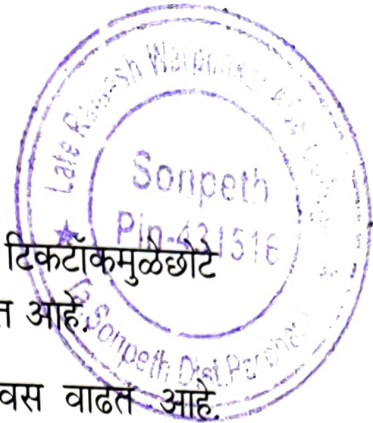
प्रा.डॉ. आंधळे बी. व्ही,

राज्यशास्त्र विभाग, कै. रमेश वरपुरडकर महा. सोनपेट

प्रस्तावना:-लेखक, पत्रकार जॉर्ज ऑक्सेल म्हणतो, “सत्ताधान्याना जे छापूनयावे असे वाटते तेछापणे म्हणजेच पत्रकारिता अन्य केवळ जनसंपर्कहोय.” पत्रकारितेचा रोल (भूमिका) हामिडीयम चा (मध्यस्थ) आहे. सरकारी धोरण, कामकाज जनतेपर्यंत पोहचविणे ही पत्रकाराची भूमिका असली पाहिजे. परंतु उदारिकरण ,खाजगीकरण आणि जागतिकीकरण (LPG) च्या काळापासून मिडियाच्या भूमिकेत मोठे बदल झालेआहेत. मिडियाचा मुळ उद्देश्य बदलला आहे.स्वातंत्र्यपूर्व काळातील भारतीय पत्रकारिताही एक मिशन पत्रकारिताहोती.ब्रिटीशांच्या जोखडातून देशालास्वातंत्र्य मिळवून देणे या उद्देश्याने पंडित जुगोल किशोर पासूनते पंडित नेहरू महात्मागांधी दिन दयाल उपाध्याय व डॉ. बी. आर आंबेडकरापर्यंत अनेकांनी पत्रकारितेच्या क्षेत्रात आपलाठसा उमठवला.स्वातंत्र्योत्तरकाळात याच पत्रकारितेत आलोचना व प्रति अलोचनाची पत्रकारितासुरू झाली.सन साठच्या दशकातसंस्थात्मक पत्रकारिता आलीतर ऐंशीच्या दशकात शोध पत्रकारिताआली. आज आजचीतांत्रिक पत्रकारिता आहे. विज्ञान तंत्रज्ञानाच्या क्रांतीमुळे पत्रकारितेमध्येसुद्धा अमुलाग्रहबदल झाले आहेत.येणाऱ्या काळात एखादा यंत्रमानव (रोबोट) पत्रकाराची भूमिका पार पाडेल यात आश्चर्य नाही.

प्रिन्ट मिडिया पासून पत्रकारितेचा सुरु झालेलाहा प्रवास सोशल मिडिया (social media) पर्यंत येवून पोहचला आहे.राजकारण, भांडवलशाही आणि मिडिया यांची जुनीयुतीसुरूवातीपासूनच राहिली आहे. म्हणून मिडियाचा प्रवास हा प्राव्हेट मिडिया ,पब्लिक मिडिया, को-ऑपरेटिव्ह मिडीयाआणि आता सोशल मिडिया असा होताना दिसत आहे. सोशल मिडियामुळे प्रत्येक नागरिक पत्रकाराच्या, भूमिकेत आला आहे.सामान्यातील सामान्य व्यक्ती आपल्या हातातील स्मार्टफोनच्या माध्यमातूनकोणतीही बातमी जगामध्ये पाहचवू शकतो. आज इंटरनेटमुळेसोशल नेटवरकींग च्या नावा खाली फेसबुक (FecBook) युटुब (TikTok) इस्टाग्राम (Instagram)पिन्टरेस्ट(Prinrest) स्नॅपचॅट (Snapchat) E-mail नेटफिक्स (Netfix) यांसारख्या विविध सोशलसाईटच्या माध्यमातून प्रसार आणि प्रचारकेला जात आहे. यामुळे जगाच्या कानाकोपऱ्यात घडलेली.घटनाकाहीक्षणातसर्वत्रसमजत आहे.ब्राजील मधील अमेझॉन जंगलाला लागलेल्या आगीचे फोटोसोशल मिडियाच्या माध्यमातून भारताच्याग्रामीण भागापर्यंत पोहचत आहेत.येवढेच नाहीतर आपल्या खेडयातील लहानसहान घटना

फेसबुक वॉटसपसारख्या सोशल साईटवरून वायरल होत आहेत. टिकटॉकमुळे छोटे व्हिडीओ वायरल करून प्रत्येक व्यक्ती स्वामःला प्रोजेक्टकरत आहे.

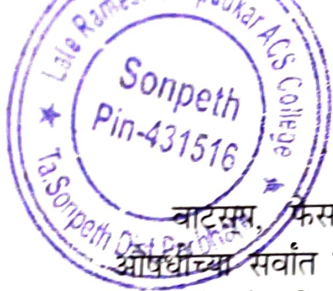


सोशल मिडीया चे स्वरूप: सोशल मिडीयाचीताकत दिवसेदिवस वाढत आहे. अर्निबंध अनियंत्रित आणि अमर्यादअभिव्यक्तीचे स्वातंत्र सौशलम्हणूनसोशल मिडीया पुढे येत आहे. शासकीय स्तरावर यावर नियंत्रण आणण्याचे वेगवेगळे सायबर कायदेकरण्यात येत आहेत.सरकारसदरबाबीवर नियंत्रन मिळविण्याचा प्रयत्न करत आहे.परंतूसोशल मिडीयाचा वाढता आवाका लक्षात घेता याचा सदुपयोग होण्याबरोबरच दुरुउपयोगहोत आहे.अभिव्यक्ती स्वातंत्रयाचा अतिरेककेला जात आहे. यामूळे माणूस आपला विवेक विसरत आहे.खोटया बातम्या प्रसारितकरणे, आफवा पसरविणे, धमकी देणे, घाण घाण शिव्या देणे, एखाद्या विशिष्ट व्यक्ती समुदायविरूध्द देषभावना भडकाविणे यासाठी आज सोशल मिडियाचा दुपयोगकरण्यात येत आहे. सोशल मिडियाचा या गैरवर्तनाबद्दल सर्वोच्च न्यायालयाने चिंता सोशल मिडियाच्या या गैरवर्तनाबद्दल सर्वोच्च न्यायालयाने चिंता व्यक्ती केली आहे.

सध्या भारताने स्मार्ट फोन वापर करणारांची संख्या ३० कोटी (२०१७) च्या जवळपास आहे.हेच प्रमाण चीन मध्ये ७७ कोटी, अमेरिकेतहाकोटी बाझील १४ कोटी जपान ११.८ कोटी राहिल १० कोटी एकूण लोकसंख्येच्या प्रमाणात भारतात सोशल मिडियाचा वापर करणारांची संख्या आयात आहे.पण सर्वांत जास्त सोशल मिडिया गैरवापर क रणारांची संख्या अधिक अर्थिक आहे.यांचेकारण भारतात डिजिटल लिटरसी (Digital Litacy) चीकमतरता आहे.सोशल मिडियावरील खोटया बातम्यामुळे जातीय, धार्मिकदंगलीहोत आहेत.

फेक न्युज :-कोणत्याही मिडियाचेकाम प्रचार व प्रसारकरणेहे आहे. परंतू आज सोशल मिडियाच्या माध्यमातून Fake News मोठयाप्रमाणात प्रसारितकेल्या जात आहेत. निवडणुकीच्या काळात यांचे प्रमाण अधिक असते.सनसनीखेज बातमी देणाऱ्या अनेकसाईटवरून ऑनलाईन शेअरिंग, क्लिक रेवेन्युकरूनखोटयाबातम्या प्रसारितकेल्या जातात.सध्या फेक न्युजही सर्वांत मोठी समस्या बनली आहे.

तज्ञांच्या मतानुसार भारतातील सोशल मिडियावर प्रसारितहोणाऱ्या बातम्यांपैकी ५५%बातम्या फेक न्युजच्या कक्षेत येतात. जगाच्या तुलनेत भारतात सर्वांत स्वता :Deta मिळतो. यामूळे वॉटसप, फेसबुक, इंस्टाग्राम युटुब सारख्यासाईट वरून अशा बातम्या पसरविणे सोपे जाते.ग्रामीण भागात यांचे प्रमाण जास्त आहे. जगबुडी होणार आहे, भूकंप येणार आहे. चंद्राच्या भागावर साईबाबा चा आदनारआहेत.यापासूनतेसांप्रदायिक भेदभावच्या खोटया बातम्या व्हायरल केल्या जातात.



वाट्सअप, फेसबुक, टिकटॉक, युट्युब यांच्यावर आरोग्य विषयक खोट्या आणि अशुद्धीच्या संवांत जास्त बातम्या आहेत. कोणता वस्तू खालल्याने कोणता आजार बरा होतो. दोन मिनिटात ऑसिडिटी जायब यासारख्या अनेक खोट्या बातम्यातून व जाहिराती मधुन केड न्यूज व्हा यराय मॉबलिंलिंगच्या केसमध्ये १८ लोकांच्या हत्या करण्यात आल्या.

ऑल्टन्यूजचे संस्थापक प्रतीक सिन्हा यांच्या मनानुसार भारतात फेकन्यूज वाढण्याचे कारण स्मार्टफोनच्या किंमतीकमीहोणे आणि इंटरनेट डेटाकमीकिंमती उपालब्ध होते हे आहे. भारतातील खेडयामातीतील लोकसोशल मिडियावर प्रसारित होणाऱ्या कोणत्याही बातमीवर विश्वास ठेवतात. यामूळे फेकन्यूजचे प्रमाण दिवसेंदिवस वाढत आहे. फेक न्यूजच्या पुढील पायरी म्हणून Post Truth News येत आहेत. २०१६ पासून सोशल मिडियांवर Post Truth ची सुरुवात झाली.

फेक न्यूजवरिल उपाय:- सोशल मिडियाच्या माध्यमातून येणाऱ्या फेक न्यूजमूळे कायसंकट ओढवू शकते. हे आपण अनेक उदाहरणावरून अनुभवले आहे. या खोट्या बातमांना आळा घालण्यासाठी अनेक देशकडक कायदे करत आहेत. सन २०१७ मध्ये सर्वप्रथम जर्मनी या देशाने कायदा केला आणि सोशल नेटवर्किंग साईटवर आक्षेपाहे मजकूर आढळल्यास त्या विरोधात ५० दशलक्ष युरोच्या दंडाची तरतुद केली याच बरोबर फान्स, ब्राझील, मालेशिया, सिंगापूर, केनिया आरी देशांनी कायदे करून दंडात्मक कारवाई करण्यासंबंधीचा तरतुदी केल्या आहेत. भारतात सुध्दा फेक न्यूजला संदर्भात कायदे करून त्यांना प्रतिबंध घातला जात आहे. पण अभिव्यक्ती स्वार्तंत्र्याला नावाखाली त्यावर प्रतिबंध घालणे हेही अवधड अले आहे

संदर्भ ग्रंथ

१. इंडिया टुडे -
२. मिडियाकॅम्प - जयप्रकाश गिमाटी
३. सोशल नेटवर्किंग सपा. संजय द्विवेरी
४. हमसब मुक - नीरज बधवार
५. सोशल मिडिया इ स्वर्ण सुमन
६. दै - लोकसत्ता

PRINCIPAL

Late Ramesh Warpudkar (ACS)
College, Sonpeth Dist. Parbhani

□□□