MAHAMUL03014/13/1/2012-TC
Special Issue: 1 Month: February - 2016

ISSN :
Online : 2320-8341
Print : 2320-6446

RESEARCH FRONT

An International Multidisciplinary Research Journal

प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप आणि नोकरीच्या संधी

SHRI. RAOSAHEB RAMRAO PATIL MAHAVIDYALAYA
Tal. Tasgaon
Dist. Sangli
SAV'AJ

संपादक

प्रा.डॉ.शिवलिंग मेनकुदळे

प्रिं.डॉ.गणेश ठाकूर

MAHAMUL03014/13/1/2012-TC
Special Issue: 1 Month: February - 2016

ISSN :
Online : 2320-8341
Print : 2320-6446

RESEARCH FRONT

An International Multidisciplinary Research Journal

मराठी राष्ट्रीय चर्चासत्र

दि. 13 फेब्रुवारी, 2016

प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप आणि नोकरीच्या संधी

संपादक मंडळ

संपादक
प्रिं.डॉ.गणेश ठाकूर
प्रा.डॉ.शिवलिंग मेनकुदळे

संपादक सदस्य

प्रा.डॉ.सौ.कांचन नलवडे
प्रा.डॉ.सौ.मानसी लाटकर
प्रा.गजानन चव्हाण
प्रा.डॉ.संजयकुमार सरगडे

रयत शिक्षण संस्थेचे,

छत्रपती शिवाजी कॉलेज, सातारा

रयत शिक्षण संस्थचे,
छत्रपती शिवाजी कॉलेज, सातारा
प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप आणि रोजगाराच्या संधी

अनुक्रमणिका

अ.क्र.	लेखाचे नाव	लेखक	पृष्ठ क्र.
1.	प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप आणि नोकरीच्या संधी	श्री.हेमंत देसाई	1
2.	प्रसारमाध्यमांचे अर्थशास्त्र	प्राचार्य सयाजीराजे मोकाशी	5
3.	भारतीय चित्रपटांचे बदलते स्वरूप आणि रोजगार संधी	प्रा. प्रसाद ठाकूर	8
4.	जाहिरात संहिता लेखन : सद्यस्थिती	डॉ.उदय जाधव	18
5.	प्रसारमाध्यमांचे अर्थशास्त्र	डॉ.निला जोशी	22
6.	प्रसारमाध्यमातील अनुवादाच्या संधी	प्रा.दादासाहेब नवले	27
7.	प्रसारमाध्यमातील रोजगाराच्या संधी	प्रा.सौ.विजया पवार	33
8.	आकाशवाणी संहिता लेखन	प्रा.डॉ.रमेश पोळ	38
9.	आकशवाणीवरील बातमी संहिता आणि सादरीकरण	प्रा.डॉ.पांडुरंग भोसले	42
10.	प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान	प्रा.डॉ.बाबूराव उपाध्ये	46
11.	मराठी स्तंभलेखनाची परंपरा आणि वाटचाल	प्रा.डॉ.महेष गायकवाड	51
12.	पटकथा लेखन स्वरूप आणि व्याप्ती	प्रा.प्रवीण चंदनषिवे	57
13.	जागतिकीकरण व प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप	प्रा.डॉ.एल.पी.तांबे	64
14.	प्रसारमाध्यमे : सामाजिक मूल्यभानाची जाणीव	प्रा.डॉ.सुभाश आहेर	70
15.	प्रसार माध्यमातील रोजगाराच्या संधी	प्रा.मोहन चव्हाण	74
16.	मराठी स्तंभलेखनाची परंपरा व स्वरूप	प्रा.डॉ.बाबासाहेब चव्हाण	80
17.	प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप आणि भाशिक कौषल्ये	डॉ.राजेंद्र सांगळे	84
18.	प्रसारमाध्यमातील जाहिरात लेखन	डॉ.पाडुरंग ऐवळे	92
19.	प्रसारमाध्यमातील रोजगाराच्या संधी	प्रा.सुभाश वाघमारे	98
20.	मराठी स्तंभलेखनाची परंपरा व स्वरूप	प्रा.डॉ.विजय रेवजे	106
21.	प्रसारमाध्यमांची जमातवादी राजकारणातील भूमिका	प्रा.भगवान लोखंडे	109
22.	प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान	प्रा.डॉ.सुवर्णा गुंड–चव्हाण	112
23.	वृत्तपत्रीय जाहिरातीचे संहिता लेखन	प्रा.डॉ.सौ.माधवी नाखे	117
24.	प्रसारमाध्यमातील रोजगाराच्या संधी	प्रा.डॉ.अशोक तवर	122
25.	प्रसारमाध्यमे आणि भाशिक कौषल्ये	प्रा.विनायक राऊत	127
26.	प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान	डॉ.प्रज्ञा लामतुरे	133
27.	चित्रपट पटकथा स्वरूप आणि महत्व	प्रा.अजित कांबळे	138
28.	प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान	प्रा.डॉ.सौ. रेष्मा दिवेकर	143
29.	प्रसारमाध्यमे आणि भाशिक कौषल्ये	प्रा.डॉ.रंजना कदम	146
30.	मराठी स्तंभलेखनाची परंपरा व स्वरूप	प्रा.विद्या नावडकर	151
31.	प्रसारमाध्यमातील रोजगाराच्या संधी	प्रा.डॉ.मल्हारी मसलखांब	155
32.	जाहिरात संहिता लेखन सद्यस्थिती	प्रा.डॉ.अर्चना चव्हाण	158
33.	प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान	प्रा.धनःष्याम गिरी	162
34.	बदलती पारंपारिक प्रसारमाध्यमे आणि रोजगाराच्या संधी	प्रा.अनंता कस्तुरे	165
35.	प्रसारमाध्यमे आणि रोजगाराच्या संधी	प्रा.डॉ.संजयकुमार सरगडे	170

प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक मूल्यभान

प्रा. गिरी घनष्याम आनंदगिर
श्री. आर. आर. पाटील महाविदयालय, सावळज

आधुनिक काळामध्ये ज्ञान – विज्ञान व तंत्रज्ञानाच्या माहितीचा विस्फोट झाला आहे असे म्हणतात पण हे सर्व जनमाणसापर्यंत कसे पोहचले तर त्याचे माध्यम आहे 'प्रसारमाध्यमे 'आज प्रसार माध्यमांची संख्या वाढलेली आहे दृपूर्वीच्या काळी वृत्तपत्र आकाषवाणी अषी दोनच माध्यमे अगदी 1970 –1971 पर्यंत होते. दूरदर्षनसारखे प्रभावी माध्यम पोहोचायला 1985 साल उजाडले . या तीनही प्रसारमाध्यमांना लोकषाहिचा 4था स्तंभ असे म्हणतात. आज प्रसार माध्यमांची संख्या वाढली आहे दृमुद्रित प्रसारमाध्यमे –वर्तमानचत्रे ,मासिके ,नियतकालिके ,हस्तपुस्तके ,माहितीपुस्तिका ,भित्तीपत्रके ,दिनदर्षिका,दैनंदिनी ,लघुचित्रपट ,जाहिरातपट ,चित्रफिती इ. व अमुद्रित (इलेक्ट्रॉनिक)प्रसारमाध्यमे – समाजामध्ये घडणाऱ्या घटना पोहचविण्याचे काम करीत आहेत दृपण हे काम करीत असताना या माध्यमांना एक सामाजिक नितीमत्ता असते दृ किंवा या माध्यमांनाही एक भाशिक संकेत असतात दृकाय मांडावे काय मांडू नये ,काय दाखवावे व काय दाखवू नये ;काय लिहावे व काय लिहू नये . एक सामाजिक भान बाळगूनच या माध्यमांनी काम केले पाहिजे या माध्यमांवर अंकुष असतो तो प्रकाषक ,संपादक ,निर्माता प्रेस कौन्सिल ऑफ इंडिया आणि षेवटी न्यायालये इ ण्चे बंधने असतात. मात्र यामधून लोकविचार ,ठमत,समीक्षा विचारात न घेता ही प्रसार माध्यमे आपली गाडी सुसाटपणे चालवित असतात. स्वतःचेच खरे असे ते मानत असतात. याविशयी जयदेव डोळे लिहितात ,"पेपरात आलंय ,खोटं कसं असेल 'असा सर्वांचाच पक्का समज असतो हाच समज आहे ते स्वीकारण्यात अन ताटात पडेल ते खाण्यात कधी बदलून गेला कोणालाच समजले नाही. निष्चिंतता निश्क्रियतेत परावर्तित होऊन बसली दृनिवांतपणा नेहमीच गाफिलीत सामील होतो ण्माध्यमांची मुजोरी म्हणजेच त्यांचा रोखठोकपणा ,बेधडकपणा समजण्यात येऊ लागला दृ व्या !काय हाणलय आज 'अषी तारीफ बिनतक्रार आणि बेपर्वाईने केली जाऊ लागली . 'खुलासा छापतो ण्तुम्ही लिहून पाठवून द्या ' एवढया दिलाषावर प्रतिपक्षाची बोळवण केली जाऊ लागली .एकतर्फी वृत्त एकांगी मते ,अर्धसत्य विधाने वाचकांना समजत नाहीत असे नाही ण्पण कंटाळा आणि काय फरक पडणाराय ,त्यांचे बरोबरही असेल
अषासमजुती त्यांना सत्यापासून अथवा वास्तव परिस्थितीपासून दूर ठेवतात ."1

लोकप्रिय संपादक मग तो कोणत्याही माध्यमाचा असो त्याच्याकडे बुध्दिमत्ता ,नेतृत्वक्षमता ,संघटनकुषलता ,उदारमनस्कता ,विषाल दृश्टी ,कल्पकता ,भाशाप्रभुत्व , वैचारिक ठामपणा धाडस ,चारित्रसंपन्नता ,सहिश्णुता ,गुणपारख ,इ.गुण ज्या संपादकाकडे असतील अषा संपादकाला आदर्ष संपादक म्हणता येईल .याविशयी लेखक जयदेव डोळे म्हणतात," सार्वजनिक जीवनातील वावर ,सामाजिक समस्यांची जाण ,लोकमाणसाची नेमकी जाण व वाचकांच्या बुध्दिषी इमान या बाबी तर संपादकाकडे हव्याच –हव्या, एखादया संपादकाची तुटक लोकविन्मुखतेची वृत्ती आणि पढत पांडित्य काढून ,सर्वांना त्याच मोजपटटीने जोखण्याचे खरे तर काम नाही.एकांतप्रिय व आत्ममग्न संपादक ही मराठी पत्रसृश्टीतील ररतीभ्रश्टता आहे,

ती परंपरा नाही की सार्वत्रिक अनुभव नाही .'एंड ऑफ एडिटर 'अषा एकांडया व ओझेवाहू संपादकाचाच झाला आहे.हे आज विस्मृतीत गेलेल्या अनेक संपादकाकडे पाहून म्हणता येते . ''2

पत्रकारिता –माध्यमांचे मुख्य काम असते–माहिती देणे ,विचार पोहोचविणे व मनोरंजन करणे पण आज माहिती व मनोरंजनाबरोबरच पत्रकारितेचा भर असलेला दिसतो णविचार व्यक्त करताना ही पत्रकारिता भावनाधिश्ठीत होत चाललेली आढळते .'भावना चेतवून आपला माल खपवण्याचे धोरण सर्वांनी स्वीकारलेले दिसते .बहुतेक सर्व बातम्यांना आता भावनिक डूब दिलेली असते.''3 यांमध्ये राश्ट्रप्रेम व इतर भावनांची गुंतवणूक केली जाते.या अषा धोरणामुळे आपल्या पेपरचा खपही होतो व स्टंटबाजीही होते. विषिश्ट समाज गटाला अग्रेषित करण्याचे काम माध्यमे करताना दिसतात.एखादी घडलेली सामाजिक , धार्मिक ,घटना कषा पध्दतीने दाखवावी व्यक्त करावी याचे काही संकेत असतात पण समाजामध्ये एखादया बातमीने अस्थिरताच निर्माण होते.षक्यतो अषी बातमीदारी माध्यमांनी टाळावी .एखादा सामाजिक इष्यूज बातमीसाठी घेतला जातो.पण नंतर त्या बातमीच्या मुळापर्यंत जाण्याची तसदी माध्यमे घेताना दिसत नाहीत ण

काही वृत्तपत्रे राजकीय पक्षाची बांधिलकी मानून लेखन करताना दिसतात.अलीकडच्या काळात हे चित्र स्पश्टपणे दिसत आहे.त्यामुळे एकांगी लेखन ,आकसाची भूमिका दिसून येते..याविशयी लेखक जयदेव डोळे यांनी न.वि ण्गाडगीळ उर्फ काकासाहेब गाडगीळ यांचे मत मांडले आहे ,'' काकासाहेब कॉंग्रेसचे नेते होते.साहजिकच ते असे म्हणाले की ,'आजकालच्या मराठी वर्तमानपत्रातून जे लिहिले जाते त्यामध्ये सौजन्य व सद्भाव फार थोडा दिसून येतो वर्तमानपत्रे ही मार्गदर्षक सामाजिक नीतीमूल्यांची संरक्षक अषी असली पाहिजेत आणि म्हणून मुद्रण स्वातंत्र हा एक मौलिक हक्क मानला जातो.तथापि लोकषाही युगात कोणावरती काय आरोप केले जातील हे कोणी सांगू षकत नाही ण्हातात वर्तमानपत्र असले म्हणजे सत्य लपवून ,असत्य सूचित करून ,एखादयाकार्याचा संपूर्णपणे नाष करता येतो. ज्या सत्याचा षोध वादावादातून लागावयाचा त्यालाच प्रथम अपमृत्यू येतो आणि मग होणारी चर्चा षिवराळपणाच्या धुळीने समाजाला कलंकीत करीत असते .एखादया व्यक्तिच्या मागे लागावयाचे ठरविल्यानंतर सूक्तासूक्त ,योग्यायोग्य गोश्टींचा विचार न करता व्देषाने व विकृतपणे त्याच्यावर हल्ला केला जातोण्वादाचा विशय सार्वजनिक असला तरी वैयक्तिक जीवनातही कथित व तथाकथित गोश्टींवर भर देऊन बदनामी व अपकीर्ती याबाबत उच्चांक गाठला जातो ण्कार्याऐवजी कर्त्यावर टीका होते.''4

यामधून प्रसारमाध्यमे सामाजिक नीतीमूल्यांचे भान बाळगण्यास कसे विसरले आहेत हेच यामधून मांडले आहे.आज माध्यमेही पैसा व स्वार्थी वृत्तीपुढे सत्यकथन करीत नाहीत असेच म्हणावे लागते ण्याचे एकमेव उदा.म्हणजे आज प्रसारमाध्यमाव्दारे अनेक जाहिराती दाखविल्या जातात.त्यामध्ये सर्वच सत्यकथन असेल असे सांगता येत नाही.मराठी पत्रकाराची मनोवृत्ती आज कोती म्हणजेच कूपमंडूक वृत्तीची झालेलीआहे. आपल्यापेक्षा कुणी षहाणा नाही ण्दुसऱ्या पत्रकाराने चांगले लेखन केले असेल उदा.आपले वृत्तपत्र सोडून दुसऱ्या वृत्तपत्रातील मांडणी भाशेतील मार्दवता चांगली असेल तर आपणही तसे लिहिण्यास काय हरकत आहे ण्पण असे न करता हे पत्रकार आपली षैली सोडायला तयार नसतातण्उलट अधिकच तुसडेपणा दिसून येतो.संपादकीय लेखांचेही तसेच दिसते.म्हणूनच म्हणावेसे वाटते ,'' अतिषयोक्तीच करायची झाली तर मराठी पत्रकार हा वदतो व्याघ्यात होईल. तुसडा ,माणूसघाणा ,घुम्या ,तिरसट माणूस पत्रकार कसा असू षकेल ?तो मराठी माणूस असेल ,पण पत्रकार नाही.सरसकट साऱ्या पत्रकारांना हे वर्णन लागू पडणार नाहीव पडूही नये .''5

प्रसारमाध्यमे चालविणे आज तितके सोपे राहिले नाही. पैषाषिवाय ही माध्यमे चालविणे षक्य नसते प्रसारमाध्यमांचा उत्पन्नाचा भाग म्हणजे जाहिराती मिळविणे व त्या प्रसारीत करणे आज

टी.व्ही दूर्चनेल वृत्तपत्र व इंटरनेट,मोबाईलच्या व्दारे जाहिराती प्रसारीत केल्या जातात.गेल्या पंधरा वर्शामध्ये म्हणजेच 2001 नंतर जाहिरात प्रसारण वेगाने सुरू झाले व त्यामध्ये अतिरंजितपणा ,भडकपणा तोच तो पणा,स्त्री–पुरूश व मुले इ.चा वापर होताना दिसत आहे. काही कंपन्यांचे सुगंधी आंघोळीचे साबण,कपडे इ.चा खप वाढविण्यासाठी थेट उत्तान अषी जाहिरात दाखविली जाते. दूरदर्षन लहान मुलांपासून वृध्दापर्यंत पन्हत असतात ण्तसेच घरात आलेला पेपर लहान मुलेही चाळत असतात. या सर्व जाहिरातींचा खोलवर परिणाम बालमनावर होत असतात.नंतरच्या काळामध्ये आपली मुलेही अषी का वागतात असा प्रष्न पडतो याचे उत्तर प्रसारमाध्यमे आहेत. म्हणून प्रसारमाध्यमांनी समाजमनाला कुठेही गालबोट लागणार नाही अषा रीतीने आपल्या जाहिराती प्रदर्षित कराव्यात व जाहिरातींचा मालिका व कार्यक्रमामध्ये भडिमार करू नये. असे सांगावेसे वाटते.

आज जागतिकीकरणामुळे जग जवळ आले आहे व प्रसारमाध्यमे ही दलालांची कामे करू लागली आहेत. त्यांच्याषिवाय उत्पादक (कंपनी मालक)दुकानदार व ग्राहक यांच्यामधला दुवा सांधला जात नाही व सगळीकडे पैषाचा व्यवहार पाहिला जात आहे. सामाजिक नीतीमत्तेचे भान सर्वच माध्यमे विसरू लागली आहेत.याविशयी डॉ. भालचंद्र जोषी लिहितात,"जागतिकीकरण आणि संवाद माध्यमांच्या नात्याच्या पार्श्वभूमीवर आता नव्याने नव्या जगाच्या नव्या षक्यतांसाठी फक्त असे जग षक्य आहे.एवढी श्रध्दा बाळगून आणि ते निर्माण करण्याचे काम करणारे करतील आपल्याला काय त्याचे हा दृश्टिकोन बाळगून चालणार नाही .याची जाणीव वाढत आहे. जागतिकीकरणात निहित सर्वंकष षोशणाविरूध्द उभे राहायचे तर मानवी मेंदूचे सर्वंकष नियंत्रणकरणाऱ्या माध्यमसम्राटांचा माध्यम व्यवहार सतत तपासत राहणाऱ्या माध्यम साक्षरता चळवळीची नितांत गरज त्यातूनच उद्‌भवते आहे." 6

आज सर्वच संवाद प्रसार माध्यमांची मग प्रिंट मीडियापासून टी.व्ही. मोबाईल,इंटरनेट (वेबसाईटस) इण्माध्यमे ही भांडवलदारांची झालेली आहेत.इथे जनकल्यान व्हावे ,लोकहित व्हावे,कुणालाही गालबोटलागू नये हे आता विसरावे लागत आहे .म्हणून समाजातील कोणताच घटक दुखावला जाणार नाही असे सामाजिक भान राखून,समाज मूल्यांची जपणूक करून प्रसारमाध्यमांनी आपले काम करावे असे वाटते .

संदर्भ ग्रंथ –सूची

1)माध्यमांचीझाडाझडती –जयदेव डोळे लोकवाङ्‌मयगृह प्रकाषन मुंबईव्दितीय आवृत्ती एप्रिल 2011पान नं.
2)उ.नि. पान नं. 3
3)उ.नि. पान नं.16
4)उ.नि. पान नं.11
5)उ.नि. पान नं.35
6)जागतिकीकरण ,संवाद–माध्यमे आणि फेरमांडणीचे नवे आव्हान –डॉ. श्रीपाद भालचंद्र जोषी स्वर प्रकाषन –औरंगाबाद पान नं. 57