



प्रसारमाध्यमांचे व्यावसायीकरण आणि समाजावर होणारा परिणाम

डॉ. संजय डाफ

सहाय्यक प्राध्यापक

पदव्युत्तर शैक्षणिक जनसंवाद विभाग
गोंडवाना विद्यापीठ, गडचिरोली.

daf.sanjay@unigug.ac.in

प्रस्तावना :

प्रसारमाध्यमे लोकशाही व्यवस्थेतील सर्वात महत्वाचा घटक आहे. प्रसार माध्यमांशिवाय सुदृढ लोकशाहीची आपण कल्पना करू शकत नाही, एवढी ती प्रभावी आणि गरजेची आहेत. केवळ माहितीचे आदान-प्रदान करणे किंवा संवाद साधणे एवढेच प्रसार माध्यमांचे कार्ये नाही, तर निकोप समाजासाठी आवाज उचलणे हेही प्रमुख कार्ये माध्यमांची आहेत. आणि ते कार्ये निरंतर माध्यमे करित आली आहेत. समाजातील प्रत्येक घटकातील लोकांना त्यांच्या न्याय हक्कांसाठी जागृत करणे, अन्यायाला वाचा फोडणे, त्यांना न्याय मिळवून देणे, त्यासाठी पाठपुरावा करणे, सामाजिक एकोपा टिकविणे ही माध्यमांची सामाजिक कार्ये आहेत. तसेच शासनाच्या कार्यप्रणालीवर लक्ष ठेऊन समाजातील प्रत्येक घटकापर्यंत शासकीय योजनांचा लाभ मिळाला पाहिजे यासाठी माध्यमे कार्य करित असतात. मात्र, गेल्या काही वर्षात प्रसार माध्यमांना व्यावसायिक स्वरूप आल्याचे दिसून येत आहे. माहितीचा प्रसार आणि लोकशिक्षणाच्या उद्दिष्टांपेक्षा 'कार्पोरेट कंपन्यां' सारखे नफा कमावणे हा माध्यमांचा प्रमुख हेतू आहे, असे म्हणण्याची वेळ आली आहे. माध्यमांमध्ये वाढत चाललेला राजकीय पक्षांचा हस्तक्षेप, मोठ्या उद्योग कंपन्यांची गुंतवणुक, तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे माध्यमांचा वाढत चाललेला खर्च, माध्यमांमधील अंतर्गत स्पर्धा, जाहिरातीच्या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात मिळत असलेले उत्पन्न यामुळे माध्यमे व्यवसाय केंद्रित झाली आहे. यामुळे पत्रकारितेच्या मुळ उद्देशाला तडा जात आहे. पत्रकारितेची विश्वासार्हता, नैतिकता आणि सामाजिक जबाबदारी यावर परिणाम होत आहे. समाजातील महत्वाच्या प्रश्नांवर माध्यमांचे दुर्लक्ष होत आहे. राजकीय बातम्यांचे प्रमाण वाढत असून ज्या बातम्यांना 'टीआरपी' आहे त्याच बातम्या दाखविल्या जात आहे. त्यामुळे समाजातील दुर्लक्षित, शोषित, पीडित अन्यायग्रस्त घटकांना न्याय मिळण्यासाठी बातम्यांच्या माध्यमातून प्रकाश टाकणाऱ्या बातम्या कुठतरी मागे राहून जातात किंवा दुर्लक्षित केल्या जातात. या संशोधन निबंधामध्ये प्रसार माध्यमांचे व्यावसायिककरण आणि त्यामुळे समाजावर होत असलेले सकारात्मक आणि नकारात्मक परिणाम याचा अभ्यास करण्यात आला आहे.

महत्वाचे शब्द : कार्पोरेट कंपन्या, डिजिटल क्रांती, इंटरनेट, टीआरपी, ऑनलाईन व्ह्यूज, डिजिटल प्लॅटफॉर्म, ऑनलाईन न्यूज, जाहिरात एजन्सी, ऑनलाईन न्यूज पोर्टल्स, फेक न्यूज

प्रसारमाध्यमांच्या व्यवसायीकरणाची सुरुवात :

प्रसार माध्यमांच्या बातम्यांना, कार्यक्रमांना जाहिरात दिल्यावर उत्पादनालाग्राहकांचा चांगला प्रतिसाद मिळत असल्याने व्यावसायिक कंपन्या माध्यमांना जाहिराती देऊ लागल्या. यामुळे माध्यमांना मोठा आर्थिक फायदा होत असल्याने त्यांनी जाहिरात केंद्रित धोरण अवलंबिले आहे. डिजिटल क्रांतीमुळे माध्यमांच्या व्यवसायीकरणाची गती अधिकच वाढली. माध्यमांचे डिजिटल स्वरूप इंटरनेट च्या माध्यमातून अनेक ठिकाणी प्रसारित होऊ लागले आहे. यामुळे माध्यमांचे क्षेत्र वाढले आणि ओघानेच जाहिरातींमध्ये सुद्धा वाढ होत गेली. आज अधिक जाहिराती मिळविण्यासाठी माध्यमे प्रेक्षकांपर्यंत मनोरंजन, ब्रेकिंग न्यूज, आणि आकर्षक शीर्षकांचा वापर करू लागली आहे. ज्या माध्यमांचा 'टीआरपी' अधिक त्यांना जाहिराती अधिक हे प्रमाण वाढत चालले आहे.

महत्वाचे घटक:

जाहिराती केंद्रित बातम्या:

माध्यमे जाहिरात केंद्रित झाल्याने आणि जाहिरातींवर अवलंबून असल्याने प्रेक्षकांच्या पसंतीनुसार बातम्या किंवा कार्यक्रम तयार केले जातात. कारण शेवटी प्रसार माध्यमांचा मुळ गाभा हा प्रेक्षक आहे. त्यामुळे प्रेक्षकांच्या पसंतीनुसार बातम्या केल्या तर त्या माध्यमांना प्रेक्षकांची पसंती अधिक मिळेल आणि जाहिराती सुद्धा वाढतील.

प्रेक्षकांची आकडेवारी:

'टीआरपी' अर्थात प्रेक्षकांची त्या माध्यमाला किती पसंती आहे ते तपासण्याचे निर्देशांक. तसेच 'ऑनलाईन व्ह्यूज' हे आज नफा मोजण्याचे मापक ठरले आहे. ज्यांचा 'टीआरपी' अधिक त्यांना अधिक जाहिराती दिल्या जातात. त्यामुळे माध्यमे 'टीआरपी' वाढविण्याच्या मागे लागले असतात.

डिजिटल प्लॅटफॉर्मचा पर्याय:

आज अनेक डिजिटल प्लॅटफॉर्म उपलब्ध आहेत. समाज माध्यमे आणि ऑनलाईन न्यूज पोर्टल्स हे सुद्धा माहितीचे स्रोत झाले आहे. त्यामुळे प्रेक्षकांना पर्याय उपलब्ध झाले आहेत. परिणामी स्पर्धा वाढली आहे. माध्यमांचे आर्थिक बजेट वाढले आहे. हा आर्थिक भार जाहिरातींमधून झालेल्या नफ्यातून पूर्ण होतो.

प्रसारमाध्यमांच्या व्यवसायीकरणाचे विहंगावलोकन



Made with Napkin



जाहिरात केंद्रित बातम्या

प्रेक्षकांच्या पसंतीनुसार बातम्या तयार करणे



प्रेक्षकांची आकडेवारी

टीआरपी आणि ऑनलाईन व्ह्यूज वाढविण्यावर लक्ष केंद्रित करणे



डिजिटल प्लॅटफॉर्मचा पर्याय

स्पर्धा आणि आर्थिक बजेट वाढविणे

व्यवसायीकरणाचा समाजावर सकारात्मक परिणाम :

१. माहितीचा वेगवान प्रसार:

माध्यमे अधिक व्यावसायिक झाल्यामुळे कुठल्याही माहितीचा प्रसार वेगाने आणि व्यापक प्रमाणावर होतो. माध्यमे अधिकाधिक चांगल्या बातम्या देण्याचे काम करतात. कुठलीही बातमी सर्वात आधी आपण देऊ अशी स्पर्धा माध्यमांमध्ये होते. परिणामी माहितीचा वेगवान प्रसार होऊन ती प्रेक्षकांपर्यंत पोहचते.

२. नवीन तंत्रज्ञानाचा वापर:

डिजिटल तंत्रज्ञानामुळे दर्जेदार आणि आकर्षक बातम्या, कार्यक्रम तयार करता येते. त्या त्वरित प्रेक्षकांपर्यंत पोहचवता येते. त्यामुळे लोकांना विविध प्रकारच्या विषयांवर माहिती उपलब्ध झाली आहे. लोकांच्या ज्ञानात वाढ झाली आहे. लोकांना उच्च गुणवत्ता असलेले सिनेमे,

कार्यक्रम, बातम्या, विशेष बातमीपत्रे बघायला मिळत आहेत.

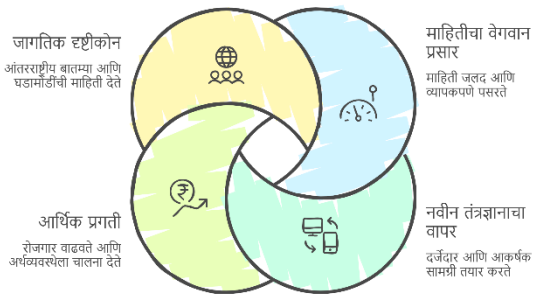
३. आर्थिक प्रगती:

व्यावसायीकरणामुळे प्रसारमाध्यमांच्या आर्थिक उत्पन्नात वाढ होते. त्यामुळे त्यावर आधारित व्यवसाय, जाहिरात एजन्सी आणि मीडिया हाऊसचा व्याप वाढतो, विस्तार होतो. त्यात वेगवेगळे कौशल्य असलेल्या तरुणांना रोजगार उपलब्ध होतो. अर्थकारणाला हातभार लागतो. ओघाने देशाची आर्थिक स्थिती मजबूत होण्यास हातभार लागतो.

४. जागतिक दृष्टीकोन:

डिजिटल तंत्रज्ञानामुळे माध्यमांचा आवाका वाढला आहे. माध्यमांना आंतरराष्ट्रीय स्वरूप प्राप्त झाले आहे. त्यामुळे माध्यमे आंतरराष्ट्रीय विषयांवरील महत्वाच्या बातम्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहचवित असतात. प्रेक्षकांना जागतिकघडामोडींचे ज्ञान मिळते.

व्यावसायीकरणाचे सकारात्मक परिणाम



व्यावसायीकरणाचा समाजावर नकारात्मक परिणाम :

१. नैतिकतेचा अभाव:

अनेकदा नफा मिळविणे हा प्रसार माध्यमांचा प्रमुख उद्देश असल्याने खऱ्या बातम्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहचत नाही. काहीवेळा प्रायोजक किंवा जाहिरातदाराच्या इच्छेनुसार बातम्या तयार केल्या जातात. त्यामुळे महत्वाचे

आणि संवेदनशील मुद्दे दुर्लक्षित होण्याची भीती असते. सामाजिक, शैक्षणिक, राजकीय, महितीविषयक बातम्यांचा अभाव असतो.

२. सामाजिक समस्या दुर्लक्षित होणे:

माध्यमांचे व्यावसायिकरण झाल्याने सामाजिक प्रश्नांकडे दुर्लक्ष होते. ज्या बातम्यांना 'टीआरपी' अधिक त्याच बातम्या अधिक दाखविल्या जातात. त्यामुळे समाजातील लहान घटकांच्या, ग्रामीण भागातील लोकांच्या, शेतकऱ्यांच्या बातम्या दुर्लक्षित होतात. केवळ जाहिराती आणि मनोरंजनात्मक बातम्यांचा समावेश असतो.

३. फेक न्यूजचा प्रसार:

माध्यमांमधील वाढत्या स्पर्धेमुळे अनेकदा अपूर्ण किंवा चुकीची माहिती प्रसारित केली जाते. इतर माध्यमांपेक्षा आपण आधी माहिती दिली पाहिजे, 'टीआरपी' वाढला पाहिजे, जाहिराती वाढल्या पाहिजे, या स्पर्धेत चुकीची माहिती लोकांपर्यंत पोहचून संभ्रम निर्माण होतो, असंवेदनशीलता वाढते.

४. माध्यम स्वातंत्र्यावर दबाव:

अनेकदा मोठ्या व्यावसायिक घराण्यांचा आणि राजकीय पक्षांचा माध्यमांवर दबाव असतो. त्यामुळे मुक्तपणे पत्रकारिता करता येत नाही, निष्पक्षपणे बातम्या करताना अनेक बंधने येतात, पत्रकारितेचे स्वातंत्र्य कमी होते. माध्यमांकडून समाजातील सर्व घटकांना न्याय देण्याचा उद्देश नाहीसा होतो.

माध्यमांचे व्यावसायिकरण



सामाजिक जबाबदारी:

पत्रकारांचे मुळ कर्तव्य हे समाजाला न्याय देणे आणि सामाजिक विकासासाठी योगदान देणे आहे. त्यामुळे केवळ नफा कमविणे हेच उद्देश न ठेवता समाजासाठी आपले काही देणे आहे, हे ध्येय ठेवावे आणि त्यांना तसे धडे त्यांना जेष्ठ पत्रकरांकडून देण्याची गरज आहे.

माध्यमांच्या उपाययोजना: नफा विरुद्ध सामाजिक जबाबदारी



समाजासाठी उपाययोजना :

माध्यम स्वातंत्र्य आबाधित ठेवणे:

माध्यमांचे स्वातंत्र्य कायम ठेवण्यासाठी राजकीय आणि कॉर्पोरेट कंपन्यांचा हस्तक्षेप कमी करणे किंवा त्यावर निर्बंध आणणे गरजेचे आहे. त्यासाठी कठोर नियमावली आवश्यक आहे. जेणेकरून निष्पक्षपणे बातम्या करता येईल.

‘फेक न्यूज’ रोखण्यासाठी उपाय:

चुकीच्या बातम्या रोखण्यासाठी तथ्य पडताळणी तंत्रज्ञान आणि संस्था उभारणे आवश्यक आहे. जेणेकरून समाजात संभ्रम निर्माण होणार नाही.

सामाजिक समस्यांवर भर:

जाहिरातदार कंपन्यांच्या दबावाखाली येऊन त्यांना अपेक्षित बातम्या न देता ग्रामीण भागातील आणि दुर्लक्षित घटकांच्या समस्यांकडे, प्रश्नांकडे लक्ष देण्याची गरज आहे.

नैतिक पत्रकारितेला प्रोत्साहन:

पत्रकारांमध्ये पूर्वीसारखी नैतिकता राहिली नाही. त्यामुळे बातम्या देताना एकतर्फी किंवा अर्धवट दिली जाते. यावर अंकुश ठेवण्यासाठी मार्गदर्शक तत्त्वे तयार करावी आणि त्याचे पालन करण्याची सक्ती करावी.

निरीक्षणे:

अंतर्गत स्पर्धा आणि वाढलेला खर्च यामुळे प्रसार माध्यमे व्यावसायिक होत चालली आहे. उत्पन्न वाढीसाठी ते वेगवेगळे बदल करीत असतात. मात्र, यामुळे वेगवान बातम्या, आर्थिक प्रगती, तंत्रज्ञानाचा वापर यासारखे सकारात्मक मुद्दे दिसत असले तरी नैतिकतेचा अभाव, फेक न्यूज, सामाजिक समस्यांकडे दुर्लक्ष यासारखे नकारात्मक मुद्देही पुढे आले आहे. त्यामुळे प्रसार माध्यमांनी व्यावसायिक व्हावे, नफा कमवावा, आर्थिक संपन्न व्हावे हा आजच्या आधुनिक काळातील अपरिहार्य बदल आहे. शेवटी आधुनिक तंत्रज्ञानाच्या युगात माध्यमे चालवत असताना मोठी गुंतवणूक, खर्च लागतो. तो खर्च निरंतर वाढतच जातो. मात्र, हे करत असताना अर्थकारण मर्यादित ठेवून

समाजकारण हा वसा माध्यमांनी जोपासण्याची गरज आहे. माध्यमांचा, पत्रकारांचा समाज हा केंद्रबिंदू असला पाहिजे.माध्यमांनी प्रेक्षकांच्या गरजा ओळखून त्यांना सेवा पुरवणे आवश्यकआहे. मात्र, हे करत असताना समाजातील सर्व वर्गाला न्याय देत समाजात सकारात्मक बदल घडवून आणणे, पारदर्शकता आणि सत्यता यावरही विशेष लक्ष देणे गरजेचे आहे. सर्वसमावेशक पत्रकारिता करून मनोरंजन आणि राजकीय बातम्यांसोबतच शैक्षणिक, सांस्कृतिक,आरोग्य, पर्यावरण विषयक बातम्या आणि माहितीसाठी अधिक वेळ देण्याची गरज आहे. पत्रकारांनी बातमी देताना केवळ जाहिरात कंपन्यांचे हित न लक्षात घेता नैतिकता आणि तठस्त राहण्याची गरज आहे.यासाठी केवळ बोलून होणार नाही तर काहीतरी ठोस उपाय, नियमावली, कायदे करण्याची आवश्यक आहे.

संदर्भ सूची :

१. प्रसार माध्यमे आणि समाज : डॉ. सुधीर भटकळ, अथर्व पब्लिकेशन, २००५
२. जनसंवाद सिद्धांत आणि व्यवहार : रमा पोटदुखे-गोळवळकर, श्री मंगेश प्रकाशन, २००५
३. पत्रकारिता आणि समाज: संतोष कुमार, ओमेगा पब्लिकेशन्स, २००८
४. पत्रकारिता विचार व व्यवहार : डॉ. सुधीर गव्हाणे, प्रचार प्रकाशन
५. प्रसार माध्यमांची भूमिका ; अपेक्षा व वास्तव : डॉ. रिता धांडेकर, अजंता पब्लिकेशन्स, २०१९ (संशोधन निबंध)
६. 'Media Ethics and Corporate Influence' :ParanjyGuhaThakurta, 2019
७. 'जागतिकीकरणाच्या तडाख्यात प्रसार माध्यमे' :रवींद्र चिंचोलकर, संवादक ब्लॉग, २०१८