



REVIEW OF LITERATURE



पत्रकारिता नवे कल आणि आव्हाने



रमेश अर्जुन पवार
रिसर्च स्कॉलर

पत्रकारितेच्या क्षेत्रात मूलगामी बदल आणि परिवर्तन घडवून आणले आहेत आणि बातमी-बनवण्याच्या समकालीन जागतिक प्रवृत्तींना उत्तरोत्तर अनुकूलित करत आहे. पत्रकारितेचा व्यवसाय म्हणून पारंपारिक समजणे लक्षणीयरीत्या बदलले आहे, मुख्यतः डिजिटल मीडिया वातावरणामुळे नवीन संधी आल्या परंतु त्या पत्रकारितेच्या अभ्यासाशी संबंधित आव्हाने देखील आहेत. मजकूराचा उद्देश ऑनलाइन पत्रकारितेच्या मुद्द्यावर सैद्धांतिक प्रतिबिंब ऑफर करणे आहे. त्याच वेळी, या अध्यायात इंटरनेटद्वारे वितरित पत्रकारितेचे उत्पादन आणि डिजिटल बातम्यांमध्ये तज्ञ असलेल्या पत्रकारांवर ठेवल्या जाणाऱ्या व्यावसायिक आवश्यकता यावर चर्चा केली आहे. डिजिटल संप्रेषण फॉर्मच्या सध्याच्या विकासाच्या प्रवृत्तींचा विचार करता. पत्रकारांच्या सर्वसाधारण सिद्धांताशी आणि पत्रकारितेविषयीचे आमचे व्यावहारिक आकलन या दोन्ही गोष्टींशी संबंधित अनेक आवश्यक टर्मिनोलॉजिकल आणि पॅराडिजमॅटिक रिव्हिजन्सच्या प्रकाशात ऑनलाइन बातमीच्या स्वरूपाशी संबंधित असलेल्या अनेक बाबींवर चर्चा करणे आवश्यक आहे ही मूलभूत धारणा असलेले लेखक या संबंधित काम करतात.

परिचयः

साधारणपणे हे मान्य केले जाते की 'पारंपारिक' प्रेस आणि ऑनलाइन पत्रकारिता दोन दशकांपेक्षा जास्त काळापासून अस्तित्वात आहेत. या कालावधीतील प्रकाशकांनी डिजिटल माध्यमांबद्दलच्या संशयामुळे आणि वर्तमानपत्रांच्या निराशावादी दृष्टिकोनातून भविष्यकाळ लक्षणीय बनवविण्याचा प्रयत्न केला आहे. बऱ्याच माध्यम व्यावसायिकांनी असा दावा केला आहे की 'डिजिटल वळण' यामुळे वृत्तपत्र वाचक कमी होतील किंवा छापील वर्तमानपत्रांच्या 'संपूर्ण नामशेष' ही वारंवार दिसून येईल. म्हणूनच हे आश्चर्यकारक नाही की प्रकाशकांना त्यांच्या तत्कालीन विद्यमान वाचकांच्या

कल जपण्यासाठी विविध पावले उचलण्यास भाग पाडले आहे. तथापि, सद्य परिस्थिती नजीकच्या काळात प्रकरणांची स्थिती पूर्णपणे बदलेल असे सूचित करता येत नाही. उलटपक्षी दररोजच्या वर्तमानपत्रांच्या विक्रीत आणखी घट होण्याची अपेक्षा आहे.

अलिकडच्या वर्षात, इंटरनेट पत्रकारांनी अशा ठिकाणी प्रवेश केला आणि आपले जाले व्यापले आहे जिथे इंटरनेट वापरकर्त्यांनी आपला विनामूल्य वेळ खर्च केला आहे उदा. सामाजिक नेटवर्क ऑनलाईन माध्यमांनी वैकल्पिक बातम्यांचा प्रसार आणि तथाकथित नागरिक पत्रकारितेच्या विविध आयामांच्या विकासामध्येही आपली ओळख निर्माण केली आहे. व्यावसायिक बातम्यांचे उत्पादन आणि वितरण या क्षेत्रातील सद्यस्थितीवर प्रतिक्रिया व्यक्त करताना गॅन्ट यांनी नमूद केले की इंटरनेटच्या उदयापूर्वीच्या शतकामध्ये मोठ्या बातमीदार संघटनांचे वर्चस्व असलेला काळ, वाढत्या नफ्यावर आधारित कॉर्पोरेट्सद्वारे नियंत्रित होता, असे दिसते की कृत्रिमरीत्या पाठिंबा दर्शविला आहे पत्रकार आणि इतर प्रत्येकामधील फरक: 'एका अर्थाने आम्ही जिथे आपण प्रारंभ केला तेथे परत जात आहोत. संस्थात्मक प्रेसकडे यापुढे लोकांपर्यंत पोहोचण्याचे खास साधन नसते. उर्वरित जगापर्यंत कोणीही माहिती प्रसारित करू शकते'. विशेष उत्पादन पद्धती आणि पत्रकारितेच्या माहितीच्या प्रसारित करण्यासाठी नवीन साधनांचा उदय हे दर्शविते की १९९० च्या उत्तरार्धात ठराविक इंटरनेटवरील पब्लिशिंग हाऊस आणि संपादकीय कार्यालये हळूहळू नष्ट झाली आहेत, मुख्यतः द्रुत तांत्रिक सुधारणांमुळे आणि ऑनलाईन वातावरणाद्वारे ऑफर केलेल्या शक्यता. इंटरनेट एक चांगला साथीदार बनला आहे परंतु 'पारंपारिक' माध्यमांचा मजबूत प्रतिस्पर्धी देखील आहे. सध्या ते अत्यंत लोकप्रिय संप्रेषणाचे स्थान प्राप्त करीत आहे जे माध्यम प्रेक्षकांच्या तरुण आणि मध्यमवयीन पिढ्यांसाठी बंधनकारक आहे. हे कार्य, व्यवसाय आणि विपणन क्रियाकलापांच्या विस्तृत स्पेक्ट्रम आयोजित करण्यासाठी शिक्षणास सुधारण्याचे एक महत्त्वपूर्ण साधन म्हणून कार्य करते. पारंपारिक माध्यमांना हे ठाऊक आहे की ते या पैलूंकडे दुर्लक्ष करू शकत नाहीत. डिजिटल संप्रेषणाच्या ट्रेंडवर प्रतिक्रिया व्यक्त करताना, पत्रकारितेची सामग्री तयार करण्याचे पारंपारिक मार्ग इंटरनेटचे बरेच फायदे त्यांच्या स्वतःच्या फायद्यासाठी वापरण्याचा प्रयत्न करीत आहेत.

जरी आमची कोणतीही सहमती नसली तरीही इंटरनेटने आपल्याद्वारे निर्माण होणा-या बातम्यांचे प्रसारण, प्रसार आणि प्रवेश यावर नेमके कसे बदल केले आहेत हे स्पष्ट करणारे आहे, परंतु पत्रकारिता आणि व्यावसायिक पत्रकारांवर लक्ष देणारे विद्वान सहमत आहेत की आम्ही बातम्यांच्या व्यावसायिक निर्मितीच्या क्षेत्रात अनेक बदल घडवून आणत आहोत. माहिती. या चालू असलेल्या परिवर्तन प्रक्रियेची गती तथापि, पत्रकारितेच्या सिद्धांताबरोबरच पत्रकारितेच्या पद्धतींना सामोरे जाण्यास सक्षम नसण्याचे कारण आहे. वृत्तपत्रे 'पारंपारिक' किंवा ऑनलाईन स्वरूपात उपलब्ध आहेत का याची पर्वा न करता, त्यांच्या सार्वजनिक प्रभावाची आणि स्वीकृतीची कार्यक्षमता ठरविणारा घटक प्राप्तकर्त्यांचे लक्ष वेधून घेण्यावर अवलंबून आहे.

सरीकडे, लक्ष असलेले माध्यम प्रेक्षक विशिष्ट सामग्री प्रकल्पांना स्वतःच प्रेसशी संबंधित आर्थिक दृष्टीक्षेप करतात आणि अशा प्रकारे दुय्यम मीडिया मार्केट तयार करतात. मॅडेलोव्हच्या म्हणण्यानुसार, मीडिया मार्केट हा व्यवसाय क्षेत्र म्हणून ओळखला जाऊ शकतो ज्यामध्ये ग्राहक विभाग आणि जाहिरातींचे बाजार असे दोन भिन्न क्षेत्र आहेत.

ज्या परिस्थितीत मुद्रित पत्रकारिता स्वतःस आढळतो ते अनेक घटक आणि परिस्थितींचा एक परिणाम आहे. आम्ही वर नमूद केल्याप्रमाणे प्राप्तकर्ते वाढत्या प्रमाणात माहिती मिळविण्यास सक्षम आहेत. शिवाय इंटरनेट, टेलिव्हिजन आणि अगदी रेडिओदेखील पारंपारिक प्रेसपेक्षा वेगाने बातमी पसरवतात. नवीन माहिती तंत्रज्ञानाचा वापर करणे... दैनंदिन वास्तवाचा सामान्य भाग बनतात, विशेषतः तरुण आणि मध्यमवयीन लोकांसाठी. प्रेसचे कमी होणारे प्रसारण हे सिद्ध करते की सर्वसाधारणपणे लोक वर्तमानपत्र पूर्वीच्या तुलनेत खूपच कमी वाचतात. तथापि, ते संगणकावर कार्य करण्यात आणि खेळण्यात अधिक वेळ घालवतात. आणखी एक गोष्ट उल्लेखनीय आहे ती म्हणजे वर्तमानपत्र वाचण्याशी संबंधित माहितीची आवश्यकताही लक्षणीय बदलली आहे.

थोड्या प्राप्तकर्त्यांनी समाजाच्या राजकीय किंवा आर्थिक जीवनाकडे लक्ष दिले आहे; त्याऐवजी वाचकांना माहितीच्या मूल्यांपेक्षा करमणुकीला प्राधान्य देण्याऐवजी टॅब्लोइड पत्रकारितेमध्ये रस आहे. रौबल यांनी 'अनुभवाच्या समाज' विषयी चर्चा केली आणि असे म्हटले आहे की 'अमर्यादित संधींचे जग असे जग आहे जे अनुभव आणि करमणुकीच्या बाबतीतही अमर्यादित संसाधने पुरवते'.

गेल्या दशकात, इंटरनेट प्रवेश आणि किंमती या दोन्ही बाबतीत मोठ्या प्रमाणात उपलब्ध झाले आहे. २००२-२००७ मध्ये युरोपियन युनियनमधील फक्त ५५% कुटुंबे इंटरनेट कनेक्शनद्वारे सुसज्ज होती, २०१४ मध्ये युरोपियन युनियनमधील ८९% कुटुंब इंटरनेटमध्ये प्रवेश करू शकले. व्यापक आणि आर्थिकदृष्ट्या उपलब्ध ब्रॉडबँड इंटरनेट कनेक्शन माहिती सोसायटीचा आधारस्तंभ बनला आहे किंवा त्याऐवजी ज्ञान समाज. इंटरनेट वापरणाऱ्यांमध्ये कुटुंबांचे सर्वाधिक प्रमाण (९६%) लक्झमबर्ग आणि नेदरलँड्समध्ये नोंदवले गेले; डेनमार्क, फिनलँड, स्वीडन आणि युनायटेड किंगडममध्ये दहापैकी नऊ जण इंटरनेटवर प्रवेश करू शकले.

पत्रकारितेचे नवे आयाम (Online/Internet Journalism):

'ऑनलाईन जर्नलिझम' या शब्दाचा अर्थ असा आहे की त्यांच्या सर्व प्रकारच्या इंटरनेटवर पत्रकारिता सामग्री आणि बातम्या प्रकाशित करणे. ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी ऑफ जर्नलिझम हार्कप निर्दिष्ट करते की 'ऑनलाईन पत्रकारिता' मध्ये वेबसाइट्स, सोशल मीडिया, आरएसएस चॅनेल्स, ई-मेल, न्यूजलेटर्स आणि ऑनलाईन संवादाच्या अन्य प्रकारांद्वारे प्रसारित केलेल्या विविध प्रकारच्या बातम्यांचा समावेश आहे. ऑनलाईन पत्रकारिता प्रेसशी संबंधित पत्रकारितेच्या माहितीच्या प्रसारणाच्या पारंपारिक मार्गांच्या तीव्र विरोधाभासामुळे निर्मात्यांना बातमी नॉन-रेषीय मार्गाने सादर करण्यास परवानगी देते; प्राप्तकर्त्यांना ही बातमी केव्हा व कशी मिळवायची ते निवडण्यात सक्षम आहे.

इंटरनेटद्वारे पत्रकारितेचे प्रकाशन आणि ऑफर करण्याचे इलेक्ट्रॉनिक किंवा त्याऐवजी डिजिटल रूपात मूलभूत गुण म्हणून पाहिले जाऊ शकते जे आपल्याला 'पारंपारिक' आणि 'नवीन' पत्रकारितेमध्ये फरक करण्यास परवानगी देते. तथापि, पत्रकारितेची सर्जनशील तत्त्वे ज्यातून पत्रकारितेची उत्पादने तयार करण्याच्या दृष्टीने माहिती प्रक्रियेच्या विशिष्ट आकारात आणि परिणाम घडवितात त्या सर्जनशील तत्त्वांचे प्रमाण 'पारंपारिक' पत्रकारितेच्या बाबतीत अगदीच असते जसे की काटेकोरपणे निश्चित केलेल्या रोजगाराशी संबंधित असते. प्रक्रीया. ऑनलाइन पत्रकारितेच्या उत्पादनांशी संबंधित आणि त्याच्या अंतिम स्वरूपाशी संबंधित सर्जनशील क्रियांची संपूर्ण चौकट, तथापि, पत्रकारितेच्या कार्याच्या 'पारंपारिक' निकालांपेक्षा बरेचदा भिन्न असते.

पत्रकारितेच्या या स्वरूपाच्या सर्वात दृश्यात्मक पैलूंमध्ये 'पारंपारिक' माध्यमांच्या वेबसाइट्सचा समावेश आहे परंतु इंटरनेटवर केवळ विद्यमान मीडियाचा समावेश आहे. ऑनलाइन पत्रकारितेमध्ये विविध मल्टीमीडिया आणि परस्परसंवादी घटकांचा समावेश आहे ज्यात अनेकदा लक्ष्य प्रेक्षकांच्या मोठ्या संख्येच्या संपर्कात येण्यासाठी सामाजिक नेटवर्कवर एकाच वेळी प्रकाशित केलेले मजकूर, छायाचित्रे, व्हिडिओ, हायपरलिंक्स आणि वापरकर्त्यांच्या टिप्पण्या आहेत. इेक प्रचारक आणि समाजशास्त्रज्ञ बेडेने इंटरनेट पत्रकारितेची खालील वैशिष्ट्ये निर्धारित केली आहेत: वास्तविक वेळ प्रवेश, परस्पर क्रियाशीलता, स्पर्धेशी त्वरित तुलना करणे, हायपरटेक्स्टद्वारे माहितीचे इंटरकनेक्शन आणि मिश्रित स्वरूप.

हे अगदी स्पष्ट आहे की माहिती आणि प्रक्रीया प्रसारित करण्याच्या स्वतःच्या शक्यतांचा विस्तार करण्यासाठी प्रत्येक नवीन माध्यमात, कमीतकमी काही प्रमाणात, पूर्वी अस्तित्वात असलेल्या शैलींना दत्तक आणि सुधारित केले आहे. समजण्यासारखेच की ऑनलाइन पत्रकारितेचे प्रकार प्रेसमध्ये वापरल्या जाणाऱ्या शैली टाइपवर आधारित आहेत. दुसरीकडे, ऑनलाईन वातावरणासाठी ठराविक विशिष्ट शैली तयार करणे आणि स्थापित करण्यासाठी फ्रेमवर्क म्हणून इंटरनेटवरील ऑडिओ-व्हिड्युअल सामग्री आणि इतर ग्राफिक, मल्टीमीडिया आणि परस्पर घटकांची उपस्थिती.

इंटरनेटच्या संदर्भात पत्रकारितेच्या शैलीतील बदल आणि त्वरित उदय लक्षात घेता ओस्वाल्दोव्ह असे नमूद करतात की वेबवर प्रकाशित करण्याचे स्वातंत्र्य या माध्यमातील एक मूलभूत गुण आहे. तथापि, 'पत्रकारितात्मक लिखाण' च्या आवश्यक नियमांचे जतन करणे फायद्याचे वाटते, किमान लेखक आणि प्राप्तकर्त्यांसाठी तरी. पत्रकारितात्मक सामग्रीवरील त्याचे प्रभाव, त्याचे प्रकार आणि स्वरूप अद्याप अद्याप न पाहिलेले प्रकारची माहिती प्रवेश प्रदान करण्याच्या क्षमतेपेक्षा खूपच लहान आहे. तथापि, सद्य सराव सूचित करते की मजकूर, ऐकण्यायोग्य किंवा ऑडिओ-व्हिड्युअल फॉर्ममध्ये प्रकाशित केलेली ऑनलाइन सामग्री तसेच 'पारंपारिक' माध्यमांमध्ये सादर केली गेली आहे. ऑनलाइन पत्रकारिता या सामान्य नियमांना अपवाद नाही इंटरनेटवर प्रकाशित झालेले बऱ्याच पत्रकारितेचे मजकूर देखील उपलब्ध आहेत.

निष्कर्ष:

एकविसाव्या शतकाच्या जागतिकीकरण झालेल्या समाजातील पत्रकारितेवर आणि त्यावरील लक्ष केंद्रित करून, आपण असा निष्कर्ष घ्यावा लागेल की बातम्या बनवण्याच्या आणि सार्वजनिक कामकाजावरील मते प्रकाशित करण्याच्या प्रक्रियेचे आमूलाग्र बदल होत आहेत. मॅकेनेर यांनी नमूद केले की विसाव्या शतकाच्या पत्रकारितेचे प्रबळ मॉडेल, ज्याला व्यावसायिक पत्रकार वस्तुनिष्ठ आणि विश्वासाहर्ष माहिती तयार करतात, सध्या नवीन माध्यम आणि तंत्रज्ञानाच्या प्रभावामुळे खंडित झाले आहेत. इतर लेखकांनी प्रस्तावित केलेल्या अनेक निराशावादी दृष्टिकोनांची कल्पना करा, मॅकेनेर यांना स्वतः पत्रकारितेच्या भवितव्याची चिंता नाही: 'या वातावरणात पत्रकारिता मरणार नाही, कारण सामाजिक, राजकीय व सांस्कृतिक अशा अनेक स्तरांवर याची आवश्यकता आहे. पत्रकारितेला भविष्य असते. सुरुवातीच्या न्यूजबुकच्या प्राचीन शैलीपासून ते आधुनिक प्राइम टाइम न्यूज बुलेटिनच्या चमक आणि चमक पर्यंत हे विकसित होईल.

संदर्भ:

1. By Ján Višňovský and Jana Radošinská (2016), 'Online Journalism: Current Trends and Challenges', DOI: 10.5772/68086
2. Agarwal, Vir Bala and Gupta, V.S. (2001), 'A Handbook of Journalism and Mass Communication', New Delhi: Concept Publishing Company
3. Bhaduri, Aditi. (2009, February), 'The stress is on conflict, not its resolution', Info change Media.
4. Banjade, Arjun. (2006), 'Gaunle Deurali: Barefoot Community Journalism in Western Nepal', Global Media Journal, Vol. 5, Issue 5.
5. Barooah, R. Nath. (2007), 'The Assam Tribune: Contribution to Journalism in Assam', in C.P.Saikia (ed.) J 50 years of Journalism in Assam. Guwahati: Media Trust, Assam.