



REVIEW OF RESEARCH

ISSN: 2249-894X

IMPACT FACTOR : 5.7631 (UIF)

VOLUME - 9 | ISSUE - 6 | MARCH - 2020



विकास पत्रकारिता व बदलते स्वरूप

रमेश अर्जुन पवार

रिसर्च स्कॉलर

विकास परिभाषित करणे आणि मोजणे ही एक जटिल घटना आहे. प्रत्येक समाजाने आपली विकासाची उद्दीष्टे ओळखली पाहिजेत आणि आपल्या लोकांच्या गरजा भागविण्याचा प्रयत्न केला पाहिजे. विकास संप्रेषण म्हणजे राष्ट्रीय विकासासाठी संवादाचा पद्धतशीरपणे वापर. ते ग्रामीण, शहरी किंवा शेती, कुटुंब नियोजन, औद्योगिक उत्पादन इत्यादी क्षेत्रातील विकासाकडे लक्ष देणारे आहे. अशा प्रकारे संवादाद्वारे विकासाशी संबंधित पत्रकारितेची संकल्पनेला 'विकास पत्रकारिता' असे म्हटले जाते.

प्रस्तावना:

वेगवेगळ्या विकास कार्यक्रमांना सकारात्मक प्रतिसाद मिळावे म्हणून लोकांना प्रेरित करण्यासाठी व त्यांचे मन वळवण्याचे साधन म्हणून संवादाचे महत्त्व बऱ्याच विकसनशील देशांमध्ये 1960 च्या दशकाच्या सुरुवातीस आकारले गेले. अशा प्रकारे विकास पत्रकारितेचा उगम विकास संप्रेषणाच्या उत्पत्तीपर्यंतचा आहे, जो तृतीय-जगातील देशांच्या विकासासाठी व्यापकपणे वापरला जातो. लॉस बॅनोसच्या फिलिपीन्स युनिव्हर्सिटीत आंतरराष्ट्रीय चर्चेत जुआन मर्काडो आणि अलेन चाल्कलेय या पत्रकारांच्या प्रयत्नातून विकास पत्रकारिता हा शब्द अस्तित्वात आला. सुरुवातीला, विकासाचे पत्रकारिता हे आर्थिक अहवालाचे बरोबरीचे होते कारण आर्थिक विकास हा विकासाचा एकमेव सूचक मानला जात असे. 1970 च्या दशकात विकास पत्रकारिता ही कमिटमेंट जर्नलिझम म्हणून अधिक प्रभावी ठरली कारण असा विश्वास होता की पत्रकारिता ही देशाच्या विकास प्रक्रियेला विचारसरणी व राज्याच्या मोहिमेला प्रोत्साहन देईल.

अलेन चाल्कलेय यांच्या मते, विकास पत्रकारिता केवळ तथ्य सादर करण्यापेक्षा अधिक आहे; हे विविध विकास प्रकल्प आणि सरकारी यंत्रणांनी स्वीकारलेल्या योजनांचा एक गंभीर अंदाज देते. विकास पत्रकारितेने लोकांशी संपर्क साधला पाहिजे आणि व्यावहारिक समस्यांकडे वाचकांचे डोळे उघडून या समस्यांचे निराकरण केले पाहिजे. थोडक्यात, या प्रकारच्या



पत्रकारितेमध्ये विकासात्मक प्रकल्पांच्या नियोजनात आणि आकार घेताना लोकांचा सहभाग सुनिश्चित करून सहभागात्मक विकासाच्या दृष्टिकोनाचे समर्थन केले जाते. यासाठी माध्यमांची विश्वासाहता ही एक अनिवार्य अट आहे जी लोकांच्या आवाजाला अभिव्यक्ती देऊन आणि एखाद्या देशातील महत्त्वपूर्ण सामाजिक-आर्थिक समस्यांचे न्याय्य, अचूक आणि वस्तुनिष्ठ अहवाल देऊन सराव करणे आवश्यक आहे. असे गृहीत धरले जाते की पत्रकारिता विकास कार्यक्रमांवर आणि कार्यकलापांवर अहवाल देऊन विकास प्रक्रियेवर परिणाम करण्यास सक्षम आहे. त्यानुसार राष्ट्रीय आणि स्थानिक गरजांनुसार एखाद्या विकास प्रकल्पातील प्रासंगिकता, नियोजित योजना आणि त्याची प्रत्यक्ष अंमलबजावणी आणि सरकारी अधिका-यांनी दावा केल्याप्रमाणे लोकांवरील त्याचा फरक यातील फरक याची टीकाकारांचे परीक्षण करणे आणि त्यांचे मूल्यांकन करणे हे पत्रकारांचे कर्तव्य आहे. प्रत्यक्षात आहे.

सुनीत सेन नारायण यांनी सांगितले की विकास पत्रकारिता ही संकल्पना विकास संप्रेषणाच्या संकल्पनेशी संबंधित आहे, जरी ती नंतरची विस्तृत मुदत आहे. परंतु दोन्ही संकल्पना विकासासाठी माहिती प्रसारणाच्या कल्पनेशी जोडल्या गेल्या आहेत.

पत्रकारितेचे विकासाचे मूळ:

विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात विकसित देशांतील पत्रकारितांनी तृतीय जगातील देशांच्या विकासांमध्ये रस घेतला. नरुला आणि पियर्स म्हणतात, "आर्थिकदृष्ट्या तिसऱ्या जगात अशा राष्ट्रांचा समावेश आहे ज्यांचे सकल राष्ट्रीय उत्पादन आणि दरडोई उत्पन्न औद्योगिक राष्ट्रांनी ठरवलेल्या मानदंडांपेक्षा खाली येते. राजकीयदृष्ट्या, तृतीय जगात अशा राष्ट्रांचा समावेश आहे, ज्यांनी जाणीवपूर्वक निर्णय न घेतलेला असा आहे- भांडवलशाही किंवा लोकशाही पश्चिम आणि साम्यवादी पूर्व यांच्यामधील संघर्षात संरेखित होते. बरेच शैक्षणिक आणि धोरणकर्ते तिसरे जग विकसित करण्यात गुंतले होते आणि त्यानुसार जन पत्रकारिता आणि राष्ट्रीय विकास यांच्यातील संबंधांचे विश्लेषण करण्यासाठी संशोधन आणि अभ्यास तयार केले. ती सर्व पत्रकारिता संशोधन आणि तिसऱ्या जगातील विकासाच्या दृष्टीने आवश्यक असलेल्या सरावांना 'डेव्हलपमेंट जर्नलिझम/कम्युनीकेशन' म्हणून ओळखले जाऊ लागले. फिलिपिन्समधील लॉस बॅनोस युनिव्हर्सिटीच्या नोरा क्यूब्रल, जिथे विकास आयोग हा शब्द १९७० च्या दशकात अस्तित्वात आला आहे, त्यांनी विकास पत्रकारिताची व्याख्या अशी केली आहे की "मानवी पत्रकारितेची कला आणि विज्ञान गरिबीपासून देशाच्या वेगवान परिवर्तीत लागू होते जे आर्थिक विकासाच्या गतिशील अवस्थेत होते. शक्य तितकी मोठी आर्थिक आणि सामाजिक समानता आणि मानवी संभाव्यतेची मोठ्या प्रमाणात परिपूर्ती झाले. विकास पत्रकारिता म्हणजे समाजात सकारात्मक सामाजिक-आर्थिक बदल घडवून आणण्यासाठी पत्रकारिता माध्यमांचा उपयोग होय.

पत्रकारिता हे लोकशिक्षण व समाजशिक्षणाचे एक माध्यम आहे. पूर्वीही ते होते. आज ही आहे आणि उद्याही राहणार आहे, पण लोकशिक्षण, समाजशिक्षण म्हणजे काय याच्या आकलनात काळानुरूप

बदल होत गेल्याने पत्रकारितेची रूपे बदलत गेली आहेत. स्वातंत्र्यपूर्व काळात ब्रिटिश शासन हे परक्यांचे शासन आहे, त्या शासनाला उलथविले पाहिजे. समाजातील कुप्रथा संपुष्टात आल्या पाहिजेत यासाठी सर्व राजकारण्यांनी पत्रकारितेचा आधार घेतलेला आपल्याला दिसून येतो. मराठी भाषेचा विचार केला तर लोकमान्य बाळ गंगाधर टिळक यांनी 'केसरी' व इंग्रजीत 'मराठा' काढला. गोपाळराव आगरकर यांनीही समाजसुधारणेसाठी पत्रकारितेची कास धरली. लोकमान्यांच्या मृत्यूनंतर भारतीय राजकारणात आलेले महात्मा गांधी यांनीही 'स्वदेश' व 'हरिजन' ही वृत्तपत्रे काढली. राजकारणाचा वेगळ्या शैलीत वसा चालविणारे स्वातंत्र्यवीर बॅ. विनायक दामोदर सावरकर यांच्यातर प्रत्येक जीवनपैलूचे अधिष्ठान राष्ट्रभक्ती, प्रखर राष्ट्रभक्ती हेच होते. त्यांनीही पत्रकारिता केली.

खालील महत्वाचे काही मुद्दे ज्यामुळे मागिले काही वर्षांत पत्रकारितेमध्ये झालेल्या बदलाचे स्वरूप:

पत्रकारितेचा व्यवसाय वर्षानुवर्षे नाटकीयदृष्ट्या बदलला आहे आणि जर्नलिझमच्या नोकऱ्या काही दशकांपूर्वीच्या तुलनेत आज खूप वेगळ्या आहेत. इंटरनेट मीडिया माध्यमांच्या वातावरणाचा सर्वात मोठा अडथळा ठरला आहे, वर्तमानपत्रांचे प्रसार कमी होत गेले आहे महाराष्ट्रातील सकाळ आणि लोकमत सारख्या प्रमुख आउटलेट्सने स्वतःला राजकीय ब्लॉग आणि लोकप्रिय सोशल मीडिया खात्यांसह प्रतिस्पर्धी म्हणून शोधले आहे. पत्रकारितेचा व्यवसाय या क्षेत्रात प्रवेश करू इच्छित असलेल्या लोकांना संधी प्रदान करत राहिल, परंतु २४ तासांच्या बातमी चक्रातील निसर्गाचे राजकीयकरण आणि ट्रेडमिल हे पत्रकारांच्या भावी पिढीसाठी अपरिहार्य आहे.

१. क्लिक साठी स्पर्धा: ऑनलाइन पत्रकारितेच्या जाहिरातदारावर आधारित पेमेंट मॉडेलने एक खळबळजनक माध्यम वातावरण तयार केले आहे ज्यात बहुतेक त्यांच्या बातम्या आणि भाष्यात कमी चुकीचे असलेले स्वतंत्र सामग्री प्रदात्यांसह क्लिकसाठी प्रतिस्पर्धी वृत्तसंस्था स्पर्धा करतात. राजकारणी आणि सार्वजनिक व्यक्तिमत्त्वांबद्दल अधिक अविश्वसनीय कथा प्रकाशित करण्याच्या दबावाला प्रतिसाद मिळाल्यामुळे मोठी वर्तमानपत्रे आणि टीव्ही नेटवर्क लाजीरवाणे झालेल्या चुका आणि माघार घेत आहेत. हायपरलिंकड हेडलाइन्स वाचकांना अशा कथांवर क्लिक करण्यास आमिष दाखविण्यासाठी डिझाइन केल्या आहेत ज्यात बऱ्याचदा अविकसित किंवा चुकीच्या सामग्री असतात.
२. सामाजिक माध्यमे (Social Media): पत्रकार राजकारणाशी संबंधित नसलेले बऱ्याच विषयांचे कव्हरेज करणे निवडू शकतात, परंतु मुख्य बातम्या त्यांच्या प्रत्येक विषयाच्या कव्हरेजमध्ये राजकीय वकिलांची मिसळ करतात. क्रीडा आणि संगीत ते व्यवसाय आणि तंत्रज्ञान या विषयांवर राजकारणाशी थेट संबंध नसलेले विषय राजकीय बनतात कारण सोशल मीडिया अधिक धुवीय आणि गोंधळात पडतो. पत्रकार त्यांच्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी आणि त्यांची व्यावसायिक प्रतिष्ठा जोपासण्यासाठी फेसबुक, इन्स्टाग्राम आणि ट्विटर यासारख्या सोशल नेटवर्कवर अवलंबून असतात.

३. देणगी आधारित: आजचे पत्रकार सोशल मीडियावर अवलंबून आहेत आणि प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचू इच्छित असल्यास त्यांना ऑनलाइन राजकीय धुवीकरणात भाग घेण्यास भाग पाडले आहे. मोठ्या ऑनलाईन फॉलोअर्स असलेले पत्रकार रोजगारासाठी वृत्तपत्रे, नेटवर्क किंवा मीडिया आउटलेटवर अवलंबून नसतात, तथापि, पेपल, पॅट्रॉन किंवा बिकॉइन सारख्या पेमेंट चॅनेलद्वारे वाचकांचे थेट समर्थन, पत्रकारांना स्वतंत्रपणे कार्य करण्यास सक्षम करते आणि त्यांच्या वाचकांवर विश्वास वाढवते.
४. राजकारण: अक्षरशः प्रत्येक विषयावर बातमी देण्याचे राजकारण करणे ही कदाचित पत्रकारितातील सर्वात स्पष्ट अलीकडील बदल आहे. राजकीय धुवीकरण म्हणजे सापेक्षता आणि व्यक्तिपरक सत्याच्या उत्तर-आधुनिक उद्योगात पत्रकारितेच्या उत्क्रांतीचा फक्त एक भाग आहे. क्रिकेट किंवा चित्रपट पुरस्कार किंवा पंतप्रधान पदाच्या निवडणुकीची बातमी असो की येत्या काही वर्षात ते पत्रकारांना राजकारण अपरिहार्य ठरेल.

निष्कर्ष:

आधुनिक जगामध्ये बऱ्याच कामे केल्या जाणा पद्धतीमुळे इंटरनेट पूर्णपणे बदलला आहे आणि पत्रकारितेपेक्षा काही व्यवसाय जास्त बदलले आहेत. पत्रकारितेच्या नोकरीमध्ये रस असलेल्या कोणालाही सोशल मीडियावर स्वतःची जाहिरात कशी करावी आणि ऑनलाइन प्रेक्षकांसह विश्वास कसा वाढवायचा हे शिकले पाहिजे.

संदर्भ:

1. Kramp L., Loosen W. (2018) The Transformation of Journalism: From Changing Newsroom Cultures to a New Communicative Orientation?. In: Hepp A., Breiter A., Hasebrink U. (eds) Communicative Figurations. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research. Palgrave Macmillan, Cham
2. केशव धोंडीबा टिपरसे (२०१२), 'मराठी पत्रकारितेचे बदलते स्वरूप', Indian Streams Research Journal, Vol. I, Issue. XII, pp.
3. मार्शल मैक्लुहन, 'पत्रकारिता के विविध आयाम', पाने २७-४५
4. सुधीर पाठक, 'पत्रकारितेचे बदलते रूप व त्यापुढील आव्हाने', जेष्ठपर्व