



# REVIEW OF RESEARCH

ISSN: 2249-894X

IMPACT FACTOR : 5.7631 (UIF)

UGC APPROVED JOURNAL NO. 48514

VOLUME - 8 | ISSUE - 9 | JUNE - 2019



## वृत्तपत्रे व जनसंपर्क

Asst. Prof. Madhukar Digambar Jakkan  
P.A.H.Solapur University, Solapur.

### प्रस्तावना:-

समाजमनाची अभिव्यक्ती ही सामुदायिक क्रिया प्रतिक्रियांची होत असते. समुदायाच्या याप्रतिक्रियांना लोकमत ही संज्ञा वापरली जाते. लोकशाही मध्ये जनमताचा, लोकमताचा आदर महत्वाचा मानला जातो. त्याचप्रमाणे समाजजीवनात व्यक्तींचा ज्या व्यक्ती, संस्था, संघटनांशी प्रत्यक्ष जो संवाद असतो तो सुकर होण्यासाठी एकमेकांच्या मतांचा आदर करणे आवश्यक आहे, यातूनच जनसंपर्काचे शास्त्र उदयास येते.



### 1. जनसंपर्काचा उदय

भारतामध्ये प्राचीन काळापासून जनसंपर्काला अत्यंत महत्त्व असल्याचे दिसून येते. कल्याणकारी राज्यव्यवस्थेसाठी पूर्वीच्या काळी राजे-महाराजे गुप्तहेर नेमून लोकभावना जाणून घेत होते. बऱ्याच वेळा राजांच्या निर्णयाचा जनमानसावर काय परिणाम झाला? त्याबद्दलची लोकभावना काय आहे? हे समजून घेण्यासाठी हेरांच्या माध्यमातून जनसंपर्क प्रस्थापित केला जात होता. आधुनिक जनसंपर्कशास्त्राचा उदय हा अमेरिकेत झाला असे

म्हटले जाते. तेथे जनसंपर्कशास्त्राचा पाया रचला गेला असे दिसून येते. अमेरिकन क्रांतीयुद्धात त्याकाळातील जेफर्सन हॅमिल्टन जॅक्सन यादूरदृष्टी असलेल्या समाजसुधारकांनी नेत्यांनी शेतकरी आणि व्यापारी यांचा पाठिंबा मिळवण्यासाठी जनसंपर्काचा मोठ्या खुबीने व व्यापक प्रमाणात उपयोग केल्याचे नमूद आहे.

### 2. जनसंपर्काचा विकास

जगातील विविध देशात विविध खंडात जनसंपर्क विविध रूपात उदयास आले. जनसंपर्काचा प्रभावी उपयोग सर्वप्रथम राजकीय संघर्षासाठी झाल्याचे दिसून येते. अमेरिकन स्वातंत्र्ययुद्धात याशास्त्राचा

अत्यंत खुबीने वापर करून इंग्लंडच्या गुलामीतून मुक्त झाले. युद्धनीती शस्त्रास्त्रे यापेक्षाही अधिक प्रभावीअस्त्र म्हणून जनसंपर्क शास्त्राला आधार मिळाला असे अमेरिकन स्वातंत्र्ययुद्धाच्या ऐतिहासिक अवलोकनातून दिसून येते. त्यानंतर औद्योगिक व व्यावसायिक क्षेत्रात अत्यंत योग्य पद्धतीने जनसंपर्काचा उपयोग करण्यात आला होता. दुसऱ्या महायुद्धानंतर औद्योगिक प्रगतीमुळे तयार झालेला वस्तू व सेवासाठी ग्राहक मिळवण्याचे मोठे आव्हान उद्योगांपुढे उभे राहिले. जनसंपर्कशास्त्राच्या मदतीने ग्राहक व उत्पादक यांच्यात संवादाचा दुवा

निर्माण करण्यात यशस्वी झाले.

### 3. वृत्तपत्रांचे जनसंपर्क

जनसंपर्क कार्यात माध्यमांचे योगदान अत्यंत महत्त्वपूर्ण असते. किंबहुना माध्यमांमुळेच जनसंपर्क सहज शक्य होते असे म्हणता येईल. वृत्तपत्रव्यवसाय हेदेखील एक स्वतंत्र व्यवसाय म्हणून आज उदयास आलेले आहे. याव्यवसायालाही जनसंपर्काच्या विविध साधनांचा उपयोग व्यवसाय वाढीसाठी करावा लागत आहे. जनसंपर्क व्यवस्थापनातील अत्यंत उपयुक्त व परिणामकारक असे साधन म्हणजे उपक्रम व्यवस्थापन होय.

जनसंपर्क व्यवस्थापन मधूनच उदयास आलेला उपक्रम व्यवस्थापन हा आज परवलीचा शब्द बनला आहे. वृत्तपत्र व्यवसायात वाचक, ग्राहक, जाहिरातदार, कच्चा माल पुरवठादार आदींशी स्नेहपूर्ण संबंध प्रस्थापित करण्यासाठी वृत्तपत्र व्यवस्थापनाने उपक्रमांचा उपयोग करण्यास सुरुवात केली आहे.

### 4. वृत्तपत्रातील जनसंपर्काचे प्रकार

वृत्तपत्र व्यवसायात व्यवस्थापनाच्या दृष्टिकोनातून अत्यंत महत्त्वाची कामगिरी बजावणारा विभाग म्हणून जनसंपर्क विभागाचे कार्य पाहिले जाते. प्रतिस्पर्धी वृत्तपत्राच्या पुढे राहण्यासाठी जनसंपर्क विभागाचे महत्त्व अधिक आहे. वृत्तपत्राची प्रतिमा उंचावण्यासाठी व टिकवण्यासाठी या विभागांकडून वेळोवेळी विविध उपक्रमांचे आयोजन करण्यात येत आहे. वृत्तपत्र व्यवसायाच्या जनसंपर्क विभागांकडून वाचक, ग्राहक तसेच कर्मचार्यांसाठी विविध कार्यक्रमांची आखणी केली जाते. यातूनच जनसंपर्काचे अंतर्गत व बहिर्गत जनसंपर्क असे विभाग पडतात.

### 5. वृत्तपत्रातील अंतर्गत जनसंपर्क

वृत्तपत्र उद्योग, व्यवसायात कार्यरत संपादकीय विभाग, छपाई विभाग, जाहिरात वितरण विभागातील अधिकारी, कर्मचार्यांसाठी वेळोवेळी विविध उपक्रमांचे आयोजन केले जाते. कर्मचार्यांची आरोग्य तपासणी, कर्मचार्यांच्या मुलांसाठी शिष्यवृत्ती योजना, अंतर्गत वितरणासाठी पत्रक, स्नेहमेळावा, मनोरंजनाचे कार्यक्रम, उद्योग, व्यवसायाची वार्षिकसभा संमेलने, पुरस्कार वितरण, प्रशिक्षण आदींच्या माध्यमातून उद्योगांतर्गत कार्यरत कर्मचार्यांना प्रेरित करणे, प्रोत्साहित करणे व उच्च नैतिक मूल्यांची जोपासना करणे, आपल्या उद्योगाप्रति एकनिष्ठता निर्माण करणे आदींसाठी वृत्तपत्र व्यवस्थापन वेळोवेळी व्यवसाय अंतर्गत जनसंपर्कावर भर देत आहे.

### 6. वृत्तपत्रातील बहिर्गत जनसंपर्क

वृत्तपत्रे स्पर्धेत टिकण्यासाठी ग्राहक, वाचकांशी सदैव संपर्क करण्याचा प्रयत्न करतात. बातम्या, विचार, मनोरंजन यासोबतच जिव्हाळ्याचे स्नेहबंध निर्माण करण्याचे प्रयत्न वृत्तपत्रांकडून केले जात आहे. यासाठी वृत्तपत्रउद्योग संस्थांनी वाचकांचे विविध लक्षित गट तयार केले आहेत, संबंधित वाचक वर्गाच्या गटानुसार त्यांच्या आवडी-निवडीनुसार, वेगवेगळे उपक्रम हाती घेतले जात आहेत. सखी मंच, बालमंच, युवा मंच, फूड फेस्टिवल, तनिष्क, मधुरिमा, ज्येष्ठ नागरिकांसाठी सहल, संगणक प्रशिक्षण वर्ग, चर्चासत्र, विविध जागतिक दिन, पर्यावरण, धार्मिक, सामाजिक व सांस्कृतिक परंपरांच्या माध्यमातून वृत्तपत्रे ग्राहक, वाचकांशी जोडले जात आहेत. या बहिर्गत जनसंपर्क विभागाने आज वृत्तपत्रात महत्त्वाचे स्थान पटकावले आहे.

### 7. वृत्तपत्रांचे जनसंपर्क व उपक्रम व्यवस्थापन

उपक्रम व्यवस्थापनाच्या माध्यमातून वृत्तपत्राशी जोडले गेलेल्या विविध घटकांना मनोरंजन, जनजागृती, प्रबोधन, स्पर्धा, प्रशिक्षण आदी संधी उपलब्ध करून दिली जात आहे. एकाच वेळी शेकडो वाचक, जाहिरातदार, बालक, युवक-युवती, सर्वसामान्य नागरिक यांच्याशी जोडण्याचा अत्यंत सुंदर सुलभ व प्रभावी जनसंपर्काचे साधन म्हणून उपक्रमांकडे पाहिले जात आहे. अशा उपक्रमातून वृत्तपत्राबाबत वाचक, ग्राहकांच्या मनात चांगली प्रतिमा निर्माण करण्याचा प्रयत्न केला जात आहे. अशा उपक्रमातून संबंधित वृत्तपत्राचे ब्रँडिंग केले जात आहे. मौखिक प्रचाराच्या माध्यमातून जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत वृत्तपत्र पोचण्याचे प्रयत्न करत आहे.

### 8. वृत्तपत्रांच्या जनसंपर्क विभागातील उपक्रम व्यवस्थापनाचे महत्त्व

वृत्तपत्र व्यवसायात निर्माण झालेली प्रचंड स्पर्धा व व्यवस्थापकीय दृष्टिकोनात झालेल्या बदलामुळे उपक्रम व्यवस्थापनाला महत्त्व प्राप्त झाले आहे. उपक्रम व्यवस्थापन आज परवलीचा शब्द बनला आहे. वाचक, ग्राहकांशी जोडणारा सेतू म्हणून उपक्रम व्यवस्थापनाला पाहिले जात आहे. त्याचे महत्त्व पुढीलप्रमाणे सांगता येईल.

- १) आधुनिकीकरण व स्पर्धा यामुळे प्रत्येक वृत्तपत्र व्यवस्थापन हे सातत्याने बाजारपेठेचे संशोधन व विकास करण्यासाठी प्रयत्नशील असते.
- २) उपक्रम व्यवस्थापनाच्या माध्यमातून ग्राहकांचा कल, अभिरूची, आवडी-निवडी, वृत्तपत्राकडून असलेल्या अपेक्षा यांची माहिती मिळवण्यासाठी अत्यंत उपयुक्त ठरतात.
- ३) उपक्रमामुळे आपल्या उत्पादन प्रक्रिया व विक्रीतंत्र यात बदल करण्यास मदत मिळते.
- ४) उपक्रमामुळे बाजारपेठेतील आपली प्रतिमा उंचावण्यासाठी मदत होते.

### 9. वृत्तपत्रांच्या उपक्रम व्यवस्थापनाचे प्रकार

वृत्तपत्र व्यवस्थापनात जनसंपर्कासाठी प्रतिमा निर्मितीसाठी मोठ्या प्रमाणात विविध उपक्रम हाती घेतले जातात अशा उपक्रमांचे स्वरूपानुसार विविध प्रकार पाडता येतील.

- १) स्पर्धात्मक उपक्रम
- २) कलात्मक उपक्रम
- ३) सांस्कृतिक उपक्रम
- ४) प्रदर्शनात्मक उपक्रम
- ५) धर्मदाय उपक्रम
- ६) व्यावसायिक उपक्रम

### 10. सामाजिक उपक्रम

अशा उपक्रमातून विविध लक्षित घटकांना वृत्तपत्राशी जोडण्याचा प्रयत्न केला जातो. उदा. संपादक आपल्या दारी या उपक्रमाच्या माध्यमातून ग्राहकांचे व नागरिकांच्या समस्या शासनापर्यंत पोहोचवणे व त्यासमस्या निराकरणासाठी वृत्तपत्राच्या माध्यमातून प्रयत्न करणे असे उपक्रम दैनिक लोकमतने हाती घेतले होते.

मदतीची भिंत, कोरडी होळी, प्रदूषण विरहीत दिवाळी, पर्यावरण पूरक गणेश उत्सव, उन्हाळ्यात पक्षांसाठी दाना-पाणीची व्यवस्था, जलयुक्त शिवार, नदी, तलाव नाल्यांची सफाई, खोलीकरण, रुंदीकरण शहरातील विविध चौकांचे सुशोभीकरण, वृक्षारोपण, दैनिक सकाळचे कौशल्य विकास प्रशिक्षण उपक्रम (स्लिक), दैनिक दिव्य मराठीने महिला व ज्येष्ठ नागरिकांसाठी सुरु केलेले संगणक प्रशिक्षण आदींचा उल्लेख करता येईल.

### 11. व्यावसायिक उपक्रम

अर्थप्राप्तीही सर्वकार्या मागील मुख्य प्रेरणा असते. व्यावसायिक उपक्रमांशिवाय अर्थप्राप्ती होऊ शकत नाही. म्हणूनच अशा उपक्रमांना समाजातील विविध स्तरातील ग्राहक मोठ्या संख्येने भेटी देत असतात. बाजारपेठेतील बदललेली फॅशन, जीवन पद्धती, नवनवीन यांत्रिक साधने, सेवा-सुविधा आदींचा परिचय अशा व्यावसायिक उपक्रमात होत असतो. उदाहरणार्थ दैनिक सकाळ आयोजित केलेले खरेदी महोत्सव

### निष्कर्ष

जनसंपर्काचे सर्वात प्रभावी माध्यम म्हणून वृत्तपत्रांकडे पाहिले जाते. परंतु बदलत्या परिस्थितीनुसार वृत्तपत्रांना देखिले जनसंपर्कासाठी नव्यामाध्यम तंत्राची आवश्यकता निर्माण झाली आहे. टेक्नोसॅव्ही युगात वृत्तपत्रांचे महत्त्व अबाधित राहण्यासाठी नव्या रूपात, नव्या ढंगात वृत्तपत्रांना आपले स्थान निर्माण करावे लागत आहे. बातम्यांच्या पलीकडे जाऊन वाचकांशी ऋणानुबंध निर्माण करण्यासाठी जनसंपर्क तंत्राचा अवलंब वृत्तपत्र करत आहे. जनसंपर्कशास्त्रातील अत्यंत महत्त्वाचे तंत्र म्हणून उपक्रम व्यवस्थापनास विशेष महत्त्व प्राप्त झाले आहे.

### संदर्भ ग्रंथ

1. दै.लोकसत्ता, दि. २७ सप्टेंबर २०१२ पान क्र. ४ नाशिक -महसुल वाढीसाठी वर्तमानपत्रांना नव माध्यमांची जोड आवश्यक
2. रा. का. लेले, मराठी वृत्तपत्रांचा इतिहास, प्रकाशक अ. अ. कुलकर्णी, कॉन्टिनेन्टल प्रकाशन विजया नगर, पुणे. 30
3. प्रा. घाटोळे, समाजशास्त्रीय संशोधन तत्त्वे व पद्धती, पान क्रमांक ८, मंगेश प्रकाशन, सातवी आवृत्ती, नागपूर १०
4. त्रैतव
5. डॉ. कराड ए.बीएम, शास्त्रीय संशोधन पद्धती, पिंपळापुरे अँड कंपनी पब्लिशर्स, पान क्र. १२ तृतीय आवृत्ती जून २०११, नागपूर.