एम.ए. समाजशास्त्र

सत्र -III (CBCS)

समाजशास्त्र अभ्यासपत्रिका क्र.- IV

माध्यमे आणि समाज

विषय कोड :99078

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्राध्यापक सुहास पेडणेकर
कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्राध्यापक रवींद्र द. कुलकर्णी
प्र-कुलगुरु,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्राध्यापक प्रकाश महानवार
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई

प्रकल्प समन्वयक : **श्री. अनिल बनकर**
सहयोगी प्राध्यापक इतिहास विभाग, प्रमुख कला शाखा,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

अभ्यास समन्वयक : **प्रा. अमित सुवर्णा सिद्धार्थ जाधव**
सहाय्यक प्राध्यापक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

संपादक : **प्रा. शिवाजी उकरंडे**
गोगटे जोगळेकर महाविद्यालय,
रत्नागिरी, जि. रत्नागिरी

लेखक : **डॉ.आर.पी.हेंडगे**
सहाय्यक प्राध्यापक,
शिवराज महाविद्यालय, गडहिंग्लज, जि.कोल्हापूर.

: **प्रा. प्रतिमा पवार**
सहाय्यक प्राध्यापक,
एम. व्ही. पी.एस. कॉलेज ऑफ सोशल वर्क, नाशिक.

: **प्रा. अमित विजय जाधव**
सहाय्यक प्राध्यापक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

: **प्रा. संजय कांबळे**
सहाय्यक प्राध्यापक, शिवाजी विद्यापीठ.

: **प्रा. अमित सुवर्णा सिद्धार्थ जाधव**
सहाय्यक प्राध्यापक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

जुलै २०२२, मुद्रण - १, ISBN-978-93-95130-32-5

प्रकाशक : संचालक, दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ,
विद्यानगरी, मुंबई -४०० ०९८.

अक्षर जुळणी व मुद्रण : मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय
सांताक्रुझ (पूर्व), मुंबई - ४०००९८

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
१)	मास कम्युनिकेशन, डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशन	०१
२)	लोकसंस्कृती - माध्यम आणि समाज, जनसंस्कृती, माध्यम आणि समाज	१३
३)	कार्यवादी, चिकित्सक, राजकिय अर्थव्यवस्था आणि सामाजिक रचनावाद	२३
४)	सामाजिक बदल आणि विकास	३३
५)	सत्ता आणि असमानता	४२
६)	ट्रान्समिशन - रिसेप्शन मॉडेल (प्रक्षेपण - ग्रहण प्रारुप)	५०
७)	सिद्धांत - अधिकारवादी, उदारमतवादी	५७
८)	सामाजिक जबाबदारी, सार्वजनिक क्षेत्र	६५
९)	प्रसार माध्यमांचे परिणाम : एकीकरण, हिंसा	७३
१०)	नवोपक्रम आणि विकासाचा प्रसार	८४
११)	सार्वजनिक मत/ जनमत	९२
१२)	व्यावहारिक घटक - समस्या - आधारित फील्डवर्क (क्षेत्रभेट)	१००

❖❖❖❖

SYLLABUS
MA SOCIOLOGY
SEM III

MEDIA AND SOCIETY

Course Rational: The course aims to introduce the students to the basic conceptual understanding in media and society in general and Indian society in Particular in the changing context of globalization.

It also aims to acquaint the students with various theoretical perspectives critics and alternatives relating to the relation between media and society.

Unit.I. Conceptual Understandings

- Mass Communication,
- Development communication
- Folk Culture Media and Society
- Mass Culture Media and Society

Unit II. Approaches and Perspectives

- Functional, Critical, Political Economy and Social Constructionism
- Social Change and Development
- Social Integration and Identity
- Power and Inequality

Unit.III. Models and Theories of Media

- Transmission, Ritual or expressive, publicity and Reception Model
- Theories: Authoritarian, Libertarian
- Social Responsibility
- Public Sphere

Unit IV. Media Effects on Socio-cultural Life

- Media effects: Integration, Violence
- Diffusion of innovation and development , Social distribution of Knowledge, social learning.
- Effects on Public Opinion and Attitude, Effects of Political Communication in democracies.
- Practical Component-Issue based Field visit

Essential and Suggested Readings:

Tony Bennett 1982. "Theories of the Media, The Theories of Society."In Culture, Society and the Media.Edited by Michael Gurevitch et.al.London: Methuen,1982.

Kumar, K.J 2005. Mass Communication in India. Mumbai. Jaico Publishing House.

Castells, M.2009.Communication Power.Oxford.Oxford University Press.

Karl Marx. 2010. A contribution to the Critique of Political Economy. Peoples Publishing House (P)Ltd.

Mc Quail, D.2005. Mass Communication Theory. (5th Edition) New Delhi. Vistaar.

Sundaram, R (eds.) 2013.No Limit: Media Studies from India. Oxford India Studies.New Delhi: Oxford University Press.

Everett M. Rogers.Communication in Development.Annals of the American Academy of Political

and Social Science, Vol. 412, The Information Revolution. (Mar., 1974), pp. 44-54.Stable URL:

http://links.jstor.org/sici?sici=0002-7162%28197403%29412%3C44%3ACID%3E2.0.CO%3B2-T.

Roy Harvey Pearce.Mass Culture / Popular Culture: Notes for a Humanist's Primer College English,

Vol. 23, No. 6. (Mar., 1962), pp. 417-432.Stable URL:http://links.jstor.org/sici?sici=0010-

0994%28196203%2923%3A6%3C417%3AMC%2FPCN%3E2.0.CO%3B2-U.

Desmond Mark.Pop and Folk as a Going Concern for Sociological Research

International Review of the Aesthetics and Sociology of Music, Vol. 14, No. 1. (Jun., 1983), pp.93-98.Stable URL: http://links.jstor.org/sici?sici=0351-5796%28198306%2914%3A1%3C93%3APAFAAG%3E2.0.CO%3B2-2.

Charles R. Wright.Functional Analysis and Mass Communication.

The Public Opinion Quarterly, Vol. 24, No. 4. (Winter, 1960), pp. 605-620.

StableURL:http://links.jstor.org/sici?sici=0033-362X%28196024%2924%3A4%3C605%3AFAAMC%3E2.0.CO%3B2-J.The Public Opinion Quarterly is currently published by Oxford University Press.

Robert Holton.Globalization's Cultural Consequences.Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 570, Dimensions of Globalization. (Jul., 2000), pp. 140-152.Stable URL:

http://links.jstor.org/sici?sici=0002-7162%28200007%29570%3C140%3AGCC%3E2.0.CO%3B2-B

Annals of the American Academy of Political and Social Science is currently published by Sage Publications, Inc.

Chandra Mukerji; Michael Schudson.Popular Culture. Annual Review of Sociology, Vol. 12. (1986), pp. 47-66. Stable URL: http://links.jstor.org/sici?sici=0360-0572%281986%2912%3C47%3APC%3E2.0.CO%3B2-X

Annual Review of Sociology is currently published by Annual Reviews.

Denis Quail.Sociology of Mass Communication. Annual Review of Sociology, Vol. 11. (1985), pp.93-111.Stable URL: http://links.jstor.org/sici?sici=0360-0572%281985%2911%3C93%3ASOMC%3E2.0.CO%3B2-3

Annual Review of Sociology is currently published by Annual Reviews.

❖❖❖❖

१

मास कम्युनिकेशन, डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशन

MASS COMMUNICATION, DEVELOPMENT COMMUNICATION

घटक रचना

१.० उद्दिष्टे

१.१ परिचय

१.२ संवाद समजून घेणे

१.३ जनसंवाद

१.४ जनसंवादाचे प्रकार

१.५ दैनंदिन जीवनात जनसंवाद

१.६ महामारी आणि जनसंवाद

१.७ जनसंवादाची कार्ये

१.८ जनसंवादाचे सिद्धांत

१.९ जनसंवादाची पार्श्वभूमी

१.१० जनसंवादाच्या पद्धती

१.११ जनसंवादावर नियंत्रण

१.१२ समाजातील महत्त्वाच्या घटकांवर जनसंवादाचा प्रभाव

१.१३ विकास संप्रेषण

- १.१३.१ विकास संप्रेषणाचा अर्थ
- १.१३.२ विकास संप्रेषणाचा इतिहास
- १.१३.३ विकास संप्रेषणाची व्याख्या
- १.१३.४ भारतातील विकास संप्रेषण
- १.१३.५ विकास संप्रेषण संभाव्य टप्पे
- १.१३.६ आंतरराष्ट्रीय दृष्टीकोनातून विकास संप्रेषण

१.१४ सारांश

१.१५ प्रश्न

१.१६ संदर्भ

१.० उद्दिष्टे (Objectives)

1. जनसंवादाचा अर्थ, प्रकार, उपयोग आणि त्याचा परिणाम समजून घेणे.
2. विकास संप्रेषण आणि त्याच्याशी संबंधित राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय दोन्ही स्तरावरील वापरांबद्दल जाणून घेणे.

१.१ प्रस्तावना (Introduction)

तुम्ही विद्यार्थी म्हणून कोणताही व्यवसाय करीत असला तरीही, संवादाचा काही पैलू किंवा दुष्टीषेप समजून घेणे आवश्यक आहे. या प्रकरणात आपण संवादाशी संबंधित दोन विषयांबद्दल जाणून घेणार आहोत, यामध्ये प्रामुख्याने जनमाध्यम संकल्पना आणि तिचा विकास या मुद्द्यावरती चर्चा करणार आहोत.

संप्रेषण जुन्या काळापासून चालत आले आहे, याची रूपे बदलली आहेत पण ही कला अस्तित्वात आहे. याची सुरवात ही प्रामुख्याने आदिम समुदायात याचा आवाज, चिन्हे यांच्याद्वारे एकमेकांशी संवाद साधतात दिसून येतात. जसजसा समाज साधा ते गुंतागुंतीचा होत गेला तसतसे संवादाचे स्वरूपही बदलत गेले. जनसंवाद हे औद्योगिकीकरण, आधुनिकीकरण आणि समाजातील स्थित्यंतराचे उत्पादन आहे.

१.२ संवाद समजून घेणे (Understanding communication)

संप्रेषणाची व्याख्या प्रतीकांचा सामायिक संच वापरून व्यक्तींमधील अर्थांची देवाणघेवाण म्हणून केली जाते. "कम्युनिकेशन" हा शब्द लॅटिन शब्द "communicare" पासून आला आहे, ज्याचा अर्थ "देणे, वितरित करणे किंवा सामान्य करणे" असा होतो. व्यक्ती किंवा संस्थांसाठी डेटा, कल्पना आणि दृश्यांच्या अदलाबदलीद्वारे अर्थ आणि ज्ञान संप्रेषण करण्याची ही एक पद्धत आहे.

आपण सर्वजण अगदी लहानपणापासूनच अभिव्यक्ती, हावभाव, आवाज, शाब्दिक आणि गैर-मौखिक दोन्ही भाषेतून संवाद साधत आलो आहोत. संप्रेषणाने राष्ट्रांमधील समस्या सोडवल्या जातात किंवा चुकीच्या संवादामुळे राष्ट्रांमध्ये युद्ध देखील होऊ शकते. आजही चांगला संवाद असलेला करिष्माई नेता देशाचे आंतरराष्ट्रीय संबंध निर्माण करण्यात मदत करतो. संप्रेषणामुळे नातेसंबंध टिकून राहण्यास मदत होते उदाहरणार्थ – पती-पत्नी आपापसांत निरोगी संवाद नसल्यास घटस्फोट बदल घडवून आणतात. इंग्रजी सारख्या विशिष्ट भाषेत अस्खलितपणे बोलणे एखाद्याला विशेषत: प्रशिक्षक, ग्राहक सेवा व्यावसायिक इत्यादी म्हणून जलद नोकऱ्या मिळविण्यात मदत करू शकते. व्यक्तींना कामावर घेत असतानाही एखाद्या व्यक्तीचे संभाषण कौशल्य, नेतृत्व आणि पुढाकार, बोलण्याची कौशल्ये यांचे निरीक्षण करण्यासाठी गट चर्चा केली जाते. दुस-या शब्दात सांगायचे तर, चांगले संवाद हे संस्था आणि समाजासाठी आवश्यक कौशल्य आहे.

१ ३. जनसंवाद (Mass Communication)

लिटलजॉन आणि फॉस यांच्या मते प्रसार माध्यम, ही "प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे मीडिया संस्था मोठ्या लोकांपर्यंत संदेश तयार करतात आणि प्रसारित करतात. ही प्रक्रिया ज्याद्वारे ते संदेश शोधले जातात, वापरले जातात, समजले जातात आणि प्रेक्षकांना प्रभावित करतात".

मैक्वील (McQuail) यांच्या मते जनसंवाद म्हणजे, "समाज-व्यापी स्तरावर कार्यरत असलेल्या संप्रेषणाच्या प्रक्रियेपैकी फक्त एक, तिच्या संस्थात्मक वैशिष्ट्यांद्वारे सहजपणे ओळखली जाते"

सामान्य व्यक्तीच्या शब्दात, प्रसार माध्यम म्हणजे एखाद्या संस्थेकडून मोठ्या संख्येने वापरकर्त्यांपर्यंत मीडिया किंवा तंत्रज्ञान-चालित चॅनेलद्वारे संदेशांचे सार्वजनिक प्रसारण, बहुतेकदा किंमत किंवा किंमतीवर (जसे की जाहिरात, सदस्यता इ.). हा प्रेषक काही माध्यम संस्था असू शकतो जो आकाराने मोठा किंवा लहान असू शकतो आणि प्रेक्षक देखील वेगवेगळ्या वयोगटातील आणि स्थानांचे असू शकतात (Berger)

१.४ जनसंवादाचे प्रकार (Types of Mass communication)

सामान्यत: चार प्रकारचे मास कम्युनिकेशन वापरले जाते-

१. छपाई माध्यम - यामध्ये वर्तमानपत्रे, मासिके, पत्रिका, पुस्तक, कादंबरी, जर्नल्स, मोनोग्राफ किंवा इतर कोणतीही छापील सामग्री समाविष्ट असू शकते जी काही माहिती देण्यासाठी किंवा रेकॉर्ड म्हणून ठेवण्यासाठी प्रसारित केली जाते. मुद्रित माध्यमाचा हा प्रकार न्यायालयात पुरावा म्हणून सादर करण्यासाठी रेकॉर्ड म्हणून देखील वापरला जाऊ शकतो.

२. प्रक्षेपण माध्यम- यामध्ये चित्रपट, दूरदर्शन, रेडिओ, पेजर यांचा समावेश होतो.

३. आउटडोअर आणि ट्रान्झिट माध्यम - यामध्ये होर्डिंग्ज, पोस्टर्स, बिल बोर्ड, बॅनर यांचा समावेश आहे. याचे उदाहरण महामार्गांवर, फलकांजवळील ट्रॅफिक सिग्नलवर किंवा जाहिरातीबद्दलचे फलक असलेले सायकल चालवणाऱ्यांवरही दिसून येईल.

४. डिजिटल माध्यम/नवीन माध्यम – सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मने संवादामध्ये मोठ्या प्रमाणात बदल घडवून आणला आहे – काही उदाहरणांमध्ये youtube, वेबसाइट, मोबाइल ॲप्लिकेशन्स, व्हिडिओ शेअरिंग प्लॅटफॉर्म, ऑनलाइन रेडिओ, पॉडकास्ट, ईबुक्स इत्यादी प्लॅटफॉर्मचा समावेश आहे.

१.५ दैनंदिन जीवनात जनसंवाद (Mass Communication in Day to Day lives)

आपला फोन हरवल्याची भावना किंवा आपण त्याला जोडलेले मूल्य आपल्या सर्वांना माहीत आहे. शरीराच्या एखाद्या अवयवाप्रमाणे तो आपला एक भाग झाला आहे, दुसऱ्या

शब्दांत आपल्या जीवनाचा तो एक सदस्य आहे. आज, उपकरणाची किंमत स्वस्त, मोठ्या प्रमाणात लोकसंख्येमध्ये जनसंवादाचा अधिक प्रवेश आणि वापर करतांना आम्ही आता अशा टप्प्यावर पोहोचलो आहोत जिथे कोणीही दुसऱ्या देशाच्या व्यक्तीला विनामूल्य कॉल करू शकतो आणि झूम, गुगल मीट सारख्या प्लॅटफॉर्मद्वारे थेट व्हिडिओवर बोलू शकतो हे काही पूर्वी शक्य नव्हते. पूर्वी परिस्थिती अशी होती की एका व्यक्तीच्या घरी फक्त फोन किंवा फोन बूथ असायचे आणि लोक त्याद्वारे संवाद साधण्यासाठी रांगेत थांबायचे. अगदी ३० सेकंद ते तीन मिनिटांची वेळ मर्यादा होती आणि कॉल डिस्कनेक्ट होऊ शकत होता. आता, कंपन्या विनामूल्य योजना, स्वस्त योजना देतात आणि संवाद आता माहिती पोहोचवण्यापासून यादृच्छिक गोष्टींबद्दल बोलण्यापर्यंत गेला आहे. प्रेमात पडलेले लोक रात्रभर फोनवर बोलतात. वर्तनातील हा बदल संवाद सुलभतेमुळे होतो.

तुमची प्रगती तपासा (Check Your Progress)

1. जन संवादाची व्याख्या करा.

२. तुमच्या मते, आम्ही स्क्रीन टाइमचा जास्त वापर कसा प्रतिबंधित करू शकतो ?

१.६ महामारी आणि जनसंवाद (Pandemic and Mass communication)

जनसंवादाचा आपल्या जीवनावर कसा प्रभाव पडतो याचे उत्तम उदाहरण कोविड १९ ची महामारीचा वर्षात पाहण्यास मिळाले. जेव्हा बाह्य जगाशी कोणताही संवाद नव्हता, तेव्हा ते तंत्रज्ञान होते जे जोडण्यासाठी आणि अगदी माणसासारखे वाटण्यासाठी खूप वापरले गेले. लोकांनी रेडिओ ऐकले, रेडिओद्वारे त्यांच्या भावना व्यक्त केल्या, काही आरजेंनी त्यांच्या घरून कार्यक्रम आयोजित केले, शिक्षक आणि विद्यार्थी घरातून वर्गांना उपस्थित राहिले. तरुण पिढी जसे की नर्सरीची मुले, पहिली इयत्तेतील मुले देखील ऑनलाइन द्वारे वर्गांना उपस्थित राहिली. याचा स्वतःचा परिणाम असा आहे जिथे मुलांना आता मोबाईल फोनचा वापर माहित आहे. त्यांना सतत गेम खेळायचे आहेत किंवा झटपट कृती, तृप्ती इत्यादीकडे त्यांचा कल आहे. आता आपण जनसंवादाची काही कार्ये पाहू.

१.७ जनसंवादाची कार्ये (Functions of Mass Communication)

१. स्थानिक किंवा आंतरराष्ट्रीय किंवा आंतरराज्यीय माहिती मोठ्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचवणे.

२. प्रेक्षकांना मनोरंजन देणे - जसे की गाणी, चित्रपट, टीव्ही शो.

३. व्यक्तींना त्यांच्या हक्कांबद्दल, योजनांबद्दल जागरूक करणे,

४. लोकांना पक्षपातमुक्त, प्रचारमुक्त बातम्या देणे.

५. तटस्थ भूमिका बजावणे आणि समाजात जे चुकीचे किंवा अन्यायकारक आहे त्याविरुद्ध आवाज उठवणे – मग ते लोक असोत, राजकारणी असोत, सरकार असोत किंवा कोणतीही शक्तिशाली व्यक्ती असोत.

६. माहितीची देवाणघेवाण करण्यासाठी व्यासपीठ प्रदान करणे. आता आपण मास कम्युनिकेशनचे काही सिद्धांत पाहू या.

१.८ जनसंवादाचे सिद्धांत (Theories of Mass Communication)

सुरुवातीचे सिद्धांत या गृहितकांवर आधारित होते की प्रसार माध्यमाचा समाजावर प्रचंड आणि थेट प्रभाव आहे, परंतु त्यानंतरच्या संशोधनात असे दिसून आले की या दोघांमध्ये असे कोणतेही थेट कारण आणि परिणाम संबंध नाहीत.

जनसंवादाच्या सिद्धांताशी संबंधित अनेक सिद्धांत आहेत, त्यापैकी काही पाहूया-

- परस्परसंवादी दृष्टीकोन मास मीडियाला आकार आणि समाजाचे प्रतिबिंब दोन्ही मानतात.
- मानसशास्त्रीय दृष्टीकोनातून मीडिया संदेशांवरील प्रतिक्रियेसाठी व्यक्तीच्या मनोवैज्ञानिक प्रक्रियेला दोष दिला जातो. या दृष्टिकोनातून उदयास येणारी मुख्य तत्त्वे लोकांच्या जनसंवादाच्या थेट प्रभावाची व्याप्ती निवडक ओळख आणि निवडक धारणा कशी मर्यादित करतात याचे वर्णन करतात.
- माहिती सिद्धांतांचा द्वि-चरण आणि बहु-चरण प्रवाह मास मीडियाचा थेट प्रभाव नाकारतो. हे आंतरवैयक्तिक चॅनेल, ओपिनियन लीडर आणि प्रेक्षक सोशल रिलेशन यांसारख्या इतर अनेक कारणांमुळे आहे जे मास मीडिया आणि प्रेक्षक यांच्यात येऊ शकतात आणि मीडिया संदेश आणि इच्छित प्रभाव कमी करू शकतात.
- मास कम्युनिकेशन अभ्यासाचा समाजशास्त्रीय दृष्टिकोन दर्शकांवर अधिक भर देतो, ज्यांनी मिडीयाची हाताळणी करण्याऐवजी मीडियाच त्यांना हाताळताना दिसतो.
- वापर आणि समाधानाचा सिद्धांत असे दर्शवतो की लोक त्यांच्या स्वतःच्या अनोख्या पद्धतीने माध्यम निवडतात.

मीडिया अवलंबित्व सिद्धांत आणि अजेंडा-सेटिंग हे स्पष्ट करते की प्रेक्षकांनी त्यांचे वर्चस्व टाळण्यासाठी माध्यम कसे निवडले.

- प्रसार माध्यम चे मानक सिद्धांत वर्तमान राजकीय आणि आर्थिक परिस्थितीत कार्य करण्यासाठी मास मीडियावर लादलेले निर्बंध अधोरेखित करतात व शेवटी त्यांचा प्रभाव कमी करतात.
- मार्क्सवादी विचारांनुसार, माध्यमाला वर्ग कोन असतो. वर्गाच्या नियंत्रणाखाली काम करणारे आणि शासक वर्गाच्या आर्थिक आणि वैचारिक उद्दिष्टांची पूर्तता करणारे "वर्ग माध्यम" म्हणून त्याचा उल्लेख करतात. शेवटी, सांस्कृतिक आणि सेमिऑटिक सिद्धांत हे प्रकट करतात की संप्रेषण हे संदेशाच्या वितरणाऐवजी अर्थाच्या हस्तांतरणाद्वारे होते.

१.९ जनसंवादाची पार्श्वभूमी (Background of mass communication)

आधुनिक प्रसार माध्यमाचे तंत्रज्ञान हे विविध प्रकारच्या शोध आणि शोधांचा परिणाम आहे, ज्यापैकी काही (उदाहरणार्थ, प्रिंटिंग प्रेस) औद्योगिक क्रांतीपूर्वी सुरू झाले. एकोणिसाव्या आणि विसाव्या शतकात जनसंवादाचे नवीन साधन, विशेषत: प्रसारण, तंत्रज्ञानाच्या कल्पकतेने विकसित केले गेले होते, त्याशिवाय मुद्रित शब्द, चित्रे आणि ध्वनी यांचा सध्याचा जागतिक प्रसार अकल्पनीय स्वरुपात दिसून येतात. सध्याच्या स्वरुपात सार्वजनिक संप्रेषण होण्याआधी, स्टीम प्रिंटिंग प्रेस, रेडिओ, मोशन पिक्चर्स, टेलिव्हिजन आणि ध्वनी रेकॉर्डिंग - मोठ्या प्रमाणात उत्पादन आणि वितरण प्रणालीसह - तयार केले गेले.

जनसंवादाने लोकांच्या जीवनात मोठा बदल घडवून आणला आहे. माहिती पाठवणे आणि प्राप्त करणे आता वेगवान झाले आहे. जनसंवादात वापरल्या जाणाऱ्या काही पद्धती पाहू.

१.१० जनसंवादामध्ये वापरल्या जाणाऱ्या पद्धती (Methods used in mass communication)

जसा प्रसार माध्यम हा माणसांशी व्यवहार करतो. तसेच परिस्थितीनुसार त्याच्या अभ्यासपद्धती एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी बदलतात. तरीही अशा अनेक पद्धती आहेत ज्या सामान्यतः वापरल्या जातात. या पद्धती म्हणजे मजकूर, (साहित्य) क्षेत्रकार्यचे सामग्री विश्लेषण ज्यामध्ये गट चर्चा, केंद्रित गट चर्चा, वैयक्तिक मुलाखती, सखोल मुलाखती, सूक्ष्म अभ्यास, सर्वेक्षण इत्यादी विविध पद्धतींचा समावेश असू शकतो. यामध्ये मानववंशशास्त्र सारख्या लोकानाव्य पद्धतींचा देखील समावेश आहे.

१.११ जनसंवादावर नियंत्रण (Control over mass communication)

- जनसंवादावरील नियंत्रण हे प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष दोन्ही प्रकारे पाहिले जाऊ शकते आणि ते अनेक स्तरांवर घडते - गट, वैयक्तिक, राजकीय, भांडवलशाही इ. येथे थेट नियंत्रण म्हणजे दूरदर्शन, वृत्तपत्र इत्यादी माध्यमांमधील जाहिरातींचे प्रायोजकत्व म्हणून दिसून येते, जर एखादी विशिष्ट कंपनी माध्यम संस्था किंवा कंपनी मध्ये जाहिरात देत असते, त्याच माध्यमाने त्या कंपनीबद्दल नकारात्मक काहीही सांगणे चूक असते कारण त्यामुळे उत्पन्नाचे नुकसान होईल.

- अप्रत्यक्ष नियंत्रणामध्ये कोणत्याही वृत्तपत्र स्वातंत्र्याचा अभाव, नियम, सरकार, धोरणांच्या विरोधात लिहिणे समाविष्ट आहे, यामुळे शिक्षा होऊ शकतात. सरकारच्या विरोधात आवाज उठवल्यास खोट्या कार्यवाही मध्ये काही किंवा इतर आरोपांखाली काही व्यक्तींना अटक देखील होऊ शकते. जेव्हा ट्विटर, यूट्यूब, ब्लॉग इत्यादी सोशल मीडियावर कोणतीही पोस्ट लिहिली जाते तेव्हा छळ देखील होतो.

माध्यमा वरील नियंत्रण अगदी पायाभूत पातळीवर असू शकते जसे की एखाद्या पत्रकाराला वाटते की तेथील एखाद्या घटनेत सत्य आहे तथापि, संपादक संधी घेऊ इच्छित नाही किंवा हिंसा किंवा आरोपांना आमंत्रित करू इच्छित नाही म्हणून ते टाळतो. मध्यम समूहात देखील अहवाल/ कार्यक्रम एखाद्या विचारधारेद्वारे चालवले जातात - म्हणून जे एखाद्याच्या विचारसरणीच्या विरोधात असेल ते ते अहवाल देण्यात अयशस्वी ठरतात. तसेच जे विषय आपल्या विचारधारेला अनुकूल असतात ते नोंदवले जातात.

- जनसंवाद काही वेळा राजकीय गटांद्वारे देखील नियंत्रित केला जातो - कारण त्यांच्यासाठी मोठ्या प्रेक्षकांशी संवाद साधण्याचे ते एक सोपे माध्यम बनते.
- मार्क्सवादी इतिहासकार ग्राम्सी यांनी वर्चस्वाची भूमिका निदर्शनास आणून दिली ज्याद्वारे वर्चस्ववादी गटांच्या कल्पना कामगार वर्गापर्यंत पोचविल्या जातात, हे जनसंवादावरील नियंत्रणाद्वारे घडते.
- वैयक्तिक स्तरावरही नियंत्रण असते ज्याद्वारे प्रेक्षक त्याला/तिला काय वाचायचे किंवा ऐकायचे आहे ते ठरवते/निवडते. तो/ती माहितीच्या एखाद्या भागावर नियंत्रण ठेवतो किंवा स्वतःपर्यंत प्रवेश करू देतो.

१.१२ विविध भागधारकांवर जनसंवादाचे परिणाम (Effects of mass communication on different stakeholders)

जनसंवादाचा परिणाम तरुण, वृद्ध, मुले या सर्वांवर वेगवेगळ्या प्रकारे होतो. हे मत, चर्चा किंवा मतदान वयोगटातील लोकांच्या अत्यधिक कव्हरेजद्वारे राजकीय निर्णयांवर प्रभाव टाकू शकते निर्णय बदलू शकते. हे कपडे, अन्न, संगीताची चव, दुसऱ्या शब्दांत, ग्राहकांच्या वर्तनावर देखील प्रभाव टाकू शकते. लहान निर्णय असू द्या किंवा व्यवसाय निवडीसारखे मोठे निर्णय देखील जनसंवादाच्या माध्यमातून प्रभावित होऊ शकतात. समाजात मोठ्या प्रमाणावर पोहोचल्यामुळे, जनसंवादामध्ये मोठ्या प्रेक्षकांना प्रभावित करण्याची ताकद आहे. हे वर्ग, लिंग, जात किंवा स्थान विचारात न घेता देखील असू शकते. महामारी आणि ऑनलाइन वर्गांद्वारे, विद्यार्थ्यांना मोबाईल फोन कसा वापरायचा हे माहित आहे, परिणामी, आम्ही अशा पिढीमध्ये प्रवेश करत आहोत, ज्यांना लहान वयातच तंत्रज्ञानाची उपलब्धता झालेली आहे. ह्या वर्धित वास्तवासह जनसंवादाचे नवीन प्रकार देखील आहेत, कृत्रिम बुद्धिमत्ता उदयास घेत आहे ज्याचा आगामी वर्षांमध्ये समाजावर मोठ्या प्रमाणावर प्रभाव पडेल. आता आपण या प्रकरणातील दुसऱ्या विषयाकडे पाहू, विकास संवाद विषयी पाहूया.

१.१३ विकास संप्रेषण (Development Communication)

१.१३.१ विकास संप्रेषणाचा अर्थ (Meaning of Development Communication) :

सकारात्मक सामाजिक बदल घडवून आणण्यासाठी संवाद प्रक्रिया, पद्धती आणि संकल्पना वापरण्याच्या सरावाला विकास संप्रेषण म्हणतात. विकास संप्रेषण म्हणजे सामाजिक विकासाच्या प्रगतीमध्ये मदत करण्यासाठी संवादाचा वापर. माहितीचा प्रसार आणि शिक्षण,

वर्तन बदल, सामाजिक विपणन, सामाजिक गतिशीलता, मीडिया वकिली, सामाजिक बदलासाठी संप्रेषण आणि समुदाय प्रतिबद्धता ही सर्व विकास संप्रेषण पद्धतींची उदाहरणे आहेत. एस्काईन चाइल्डर्सने "विकास नियोजन आणि अंमलबजावणीमधील एक शिस्त ज्यामध्ये विकास कार्यक्रम आणि त्यांची उद्दिष्टे यांच्या डिझाइनमध्ये मानवी वर्तनात्मक पैलूंचा अधिक पुरेसा विचार केला जातो." अशी व्याख्या केली आहे.

विकास संप्रेषण हे विकासशील संस्कृतींमधील सामाजिक समस्यांचे निराकरण करण्यात मदत करण्यासाठी धोरणात्मक संप्रेषण वापरते. माहितीचा प्रसार आणि शिक्षण, वर्तन बदल, सामाजिक विपणन, सामाजिक गतिशीलता, माध्यम वकिली, सामाजिक बदलासाठी संप्रेषण आणि समुदाय प्रतिबद्धता ही सर्व विकास संप्रेषण पद्धतींची उदाहरणे आहेत.

सामाजिक प्रगतीचे उत्प्रेरक म्हणून संवादाची शक्ती ओळखणे म्हणजे विकास संप्रेषण होय. हे विद्यमान संप्रेषण तंत्रज्ञानाचा वापर देखील करते आहे, तसेच सामाजिक सुधारणेसाठी परिणाम-चालित पद्धतींसाठी सिद्धांत वापरते. विकास संप्रेषण ची व्याख्या विशिष्ट लक्ष्य प्रेक्षकांसाठी उद्देशपूर्ण संप्रेषण म्हणून देखील केली जाऊ शकते जी माहिती कृतीत अनुवादित करण्यास अनुमती देते, ज्यामुळे जीवनाची गुणवत्ता सुधारते.

विकास संप्रेषण शाश्वत विकासाच्या तत्त्वांशी देखील जवळून संबंधित असू शकते (ज्याला माहिती आणि तंत्रज्ञानाच्या वापराद्वारे समुदायाची वाढ म्हणून परिभाषित केले जाऊ शकते, तसेच त्याच्या पर्यावरण आणि संसाधनांना हानी न पोहोचवता ते उत्पादित आदर्श स्थिती राखण्याची समुदायाची क्षमता विकसित करते).

विकास संप्रेषण हे प्रत्येकाच्या आवडी, आवश्यकता आणि क्षमता विचारात घेणाऱ्या कृतीच्या मार्गावर करार साध्य करण्याच्या उद्देशाने माहितीची देवाणघेवाण म्हणून देखील पाहिले जाऊ शकते. परिणामी, एक सामाजिक प्रक्रिया घडून येते.

तुमची प्रगती तपासा (Check Your Progress)

१. विविध भागधारकांवर जनसंवादाच्या परिणामांची चर्चा करा.
२. विकास संप्रेषण परिभाषित करा .

१.१३.२ विकास संप्रेषणाचा इतिहास (History of Development Communication) :

विकास संप्रेषणाची संकल्पना १९४० च्या दशकात जगाच्या विविध भागांमध्ये हाती घेण्यात आलेल्या पुढाकारांमध्ये आढळू शकते, परंतु द्वितीय विश्वयुद्धाच्या पार्श्वभूमीवर उद्भवलेल्या आव्हानांमुळे त्याचा व्यापक वापर झाला. शैक्षणिक प्रणाली म्हणून संप्रेषण विज्ञानाची वाढ १९५० च्या दशकात, डॅनियल लर्नर, विल्बर श्रॅम आणि एव्हरेट रॉजर्स यांच्या सर्वात महत्त्वपूर्ण समर्थकांसह सुरू झाली.

मान्याझो (**Manyozo**) (२००६) यांच्या मता नुसार, इतिहास सहा वेगवेगळ्या शाळांमध्ये विभागला जाऊ शकतो, जसे की ब्रेटन वुड्स स्कूल, लॅटिन अमेरिकन, इंडियन, लॉस बॅनोस, आफ्रिकन आणि सहभागी विकास संप्रेषण शाळा.

जागतिक बँकेनेही त्यांच्या विकास संप्रेषण विभागामार्फत या क्षेत्राचा प्रचार करण्यात रस घेतला आहे आणि जून २००८ मध्ये विकास संवाद साधन पुस्तक प्रकाशित केले आहे. या विषयातील इतिहास, संकल्पना आणि व्यावहारिक अनुप्रयोगांना संबोधित करणारे संसाधन म्हणून समावेश केला आहे, या प्रकारच्या अनुप्रयोगांमध्ये वाढणारे स्वारस्य जागतिक बँक दर्शवते.

१.१३.३ विकास संप्रेषणाच्या व्याख्या (Definitions of Development Communication) :

नोरा सी. क्वेब्रल यांनी १९७२ मध्ये "विकास संवाद (डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशन)" हा शब्द तयार केला, त्यांनी त्याची अशी व्याख्या केली, "मानवी संप्रेषणाची कला आणि विज्ञान जी समाजाच्या गरिबीच्या स्थितीतून गतिशील सामाजिक-आर्थिक स्थितीत झालेल्या नियोजित परिवर्तनाशी जोडलेली आहे तिची अशी वाढ ज्यामुळे अधिक समानता आणि वैयक्तिक संभाव्यतेचा मोठा खुलासा होतो."

जागतिक बँकेने विकास संप्रेषणाची व्याख्या "विकास प्रकल्पांमध्ये धोरणात्मक संप्रेषणाचे एकत्रीकरण" अशी केली आहे, जी स्वदेशी वास्तविकतेच्या पूर्ण आकलनावर आधारित आहे.

१.१३.४ भारतातील विकास संप्रेषण (Development Communication in India) :

भारतात अजूनही ७० टक्के लोकसंख्या खेड्यात राहते. परंपरेने रेडिओचा वापर संवाद साधण्यासाठी केला जातो. या माध्यमाने हवामान अहवाल, आरोग्यविषयक इशारे इत्यादींद्वारे लोकांना वाचवले आहे, विशेषत: दुर्गम गावांमध्ये, जिथे आजही योग्य रस्ते नाहीत. सरकारच्या महत्त्वाच्या घोषणा, योजना लोकांपर्यंत पोहोचवण्यात रेडिओ मदत करतात. आजही, 'मन की बात' हा रेडिओ कार्यक्रम, सध्याच्या पंतप्रधानांनी संबोधित केला आहे- जिथे देशातील जनतेला स्वच्छ भारत अभियान, स्वयंसेवा, जलसंधारण, फिट इंडिया, परीक्षा किंवा महिला सक्षमीकरण, पर्यावरण यांसारख्या कोणत्या क्षेत्रांमध्ये एकत्र काम करायचे आहे याबद्दल चर्चा केली जाते. तसेच संबंधित समस्या आणि इतर कथा यांवरहीचर्चा केली जाते. काही लोकांना त्यांच्या स्वतःच्या आयुष्यातील गोष्टी रेडिओद्वारे व्यक्त करण्याची संधी दिली जाते. भारतासारख्या वैविध्यपूर्ण देशात सामाजिक विकासासाठी योजनांची चर्चा अत्यंत महत्त्वाची ठरते, येथे दूरचित्रवाणी, रेडिओ, वृत्तपत्रे यांसारखी संप्रेषणाची सध्याची माध्यमे मदत करतात. स्पर्धा, नाटके, भूमिका, रेखाचित्रे, बॅनर यांच्या माध्यमातून दुर्गम शाळांमधील मुलांपर्यंत महत्त्वाचे सामाजिक प्रश्न पोहोचवले जातात. कम्युनिटी रेडिओ हा अजूनही गावांचा एक महत्त्वाचा भाग आहे जो गावातील प्राधान्यक्रम, समस्या, गाणी, सण, गावाशी संबंधित महत्त्वाचे निर्णय याबद्दल बोलतो आणि भक्तिगीतेही ऐकवतो. हे रेडिओ गावकरी चालवतात.

हे कार्यक्रम कसे हाताळले जातात यासाठी एचआयव्ही/एड्स कार्यक्रमांच्या उदाहरणासह विकास संप्रेषण कसे घडते ते पाहू. वेळोवेळी आधारभूत नमुना सर्वेक्षण केले जात आहे,

पाठ्यपुस्तक, बॅनर, पॅम्फलेट, व्हिडिओ क्लिप, डॉक्युमेंटरी या स्वरूपात सामग्री विकसित केली जाते आहे आणि वार्षिक प्रभाव इत्यादींचे नियतकालिक मूल्यमापन केले जाते आहे.

१.१३.५ विकास संप्रेषण संभाव्य टप्पे (Development Communication Possible steps) :

1. परिस्थितीचे प्रारंभिक मूल्यांकन, प्रेक्षक ठरविणे.

2. संवाद साधण्यासाठी धोरण तयार करणे

3. संवादासाठी चर्चा थीम तयार करणे

4. संप्रेषण पद्धती, संप्रेषणासाठी साहित्य तयार करणे.

5. शेतात जाऊन संवाद साधणे

6. फीडबॅक / फीडबॅकचे मूल्यमापन करणे.

१.१३.६ आंतरराष्ट्रीय दृष्टीकोनातून विकास संप्रेषण (Development communication from International Perspective) :

आधी चर्चा केल्याप्रमाणे, जागतिक स्तरावरही विकास संवादाचे महत्त्व लक्षात आले आहे. दळणवळणाच्या वाढीसाठी आंतरराष्ट्रीय मंचांनी अनेक उपक्रम हाती घेतले आहेत त्यापैकी काही पाहूया –

१. द इंटरनॅशनल प्रोग्राम फॉर द डेव्हलपमेंट ऑफ कम्युनिकेशन (**IPDC**) हा एक संयुक्त राष्ट्र शैक्षणिक, वैज्ञानिक आणि सांस्कृतिक संस्था (**UNESCO**) कार्यक्रम आहे जो गरीब राष्ट्रांमध्ये मास मीडियाच्या वाढीला चालना देण्यावर लक्ष केंद्रित करतो.

२. युनायटेड नेशन्स जनरल असेंब्लीने १० डिसेंबर १९४८ रोजी मानवी हक्कांच्या सार्वत्रिक घोषणापत्रातील कलम १९ हा ठराव २१७ **A. (III)** म्हणून स्वीकारला आणि घोषित केला. प्रत्येकाला मत आणि अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याचा अधिकार आहे; या अधिकारामध्ये हस्तक्षेप न करता मते ठरविण्याचे आणि कोणत्याही माध्यमाद्वारे आणि सीमांची पर्वा न करता माहिती आणि कल्पना शोधणे, प्राप्त करणे आणि प्रदान करण्याचे स्वातंत्र्य समाविष्ट आहे, असे त्यात म्हटले आहे.

३. १९७७, **UNESCO** ने इंटरनॅशनल कमिशन फॉर द स्टडी ऑफ कम्युनिकेशन्स प्रॉब्लेम्सची स्थापना केली, ज्याला मॅकब्राइड कमिशन देखील म्हटले जाते आणि त्याचे अध्यक्ष, सीन मॅकब्राइड आहेत. आयोगाला तपास करण्यासाठी आणि युनेस्कोला अहवाल देण्यासाठी तीन वर्षांचा कालावधी देण्यात आला होता.

४. 'मेनी व्हॉइसेस, वन वर्ल्ड' हा अहवाल नंतर ऑक्टोबर १९८० मध्ये बेलग्रेड असेंब्लीला देण्यात आला. निष्कर्षांच्या परिणामी, **UNESCO** ने इंटरनॅशनल प्रोग्राम फॉर कम्युनिकेशन डेव्हलपमेंट (**IPDC**) ची स्थापना केली. कार्यक्रमाच्या वेबसाइटनुसार, "माध्यमांसाठी तांत्रिक आणि मानवी संसाधने वाढवून, सामुदायिक

माध्यमांची स्थापना करून आणि वृत्तसंस्था आणि प्रसारण संस्थांचे आधुनिकीकरण करून विकसनशील राष्ट्रांमध्ये जनसंवादाची साधने मजबूत करण्यासाठी ते अस्तित्वात आणले गेले आहे."

५. नोव्हेंबर १९८७ मध्ये पॅरिस येथे झालेल्या सर्वसाधारण परिषदेत, युनेस्कोने आपली प्रमुख योजना, कम्युनिकेशन इन द सर्व्हिस ऑफ मॅन सुरू ठेवण्याचे आवाहन केले, ज्यामध्ये त्याने पुष्टी केली की "संवादाच्या क्षेत्रातील विद्यमान असमतोल दूर करणे हळूहळू आवश्यक आहे. विशेषतः पायाभूत सुविधांचा विकास, लोकांचे प्रशिक्षण, आणि विकसनशील देशांमध्ये उत्पादन आणि प्रसार क्षमता बळकट करून आणि माहितीच्या मुक्त प्रवाहाला प्रोत्साहन देऊन हे घडविता येऊ शकते."

६. यूएन जनरल असेंब्लीच्या जून २००४ च्या सत्रात, "एक नवीन, अधिक न्याय्य आणि अधिक प्रभावी जगाच्या स्थापनेला चालना देण्याच्या आदेशासह" संयुक्त राष्ट्र सार्वजनिक माहिती धोरणे आणि क्रियाकलापांचे पुनरावलोकन करण्यासाठी समिती कायम ठेवण्याचा निर्णय घेण्यात आला. माहिती आणि संप्रेषण आदेशचा उद्देश शांतता आणि आंतरराष्ट्रीय समज बळकट करणे आणि मुक्त अभिसरण आणि माहितीचा व्यापक आणि अधिक संतुलित प्रसार आणि शिफारशी करणे यावर आधारित आहे." अधिक स्वतंत्र स्थानिक आणि स्वदेशी माध्यमांचे संरक्षण करणे हे याचे उद्दिष्ट होते.

तुमची प्रगती तपासा :

1. विकास संवादाद्वारे आपण आंतरराष्ट्रीय समस्या सोडवू शकतो असे तुम्हाला वाटते का**?**
2. विकास संप्रेषणाच्या विविध चरणांवर चर्चा करा.

१.१४ सारांश (Summary)

या प्रकरणात आम्ही जनसंवादाची संकल्पना समजून घेण्यापासून सुरुवात केली. लिटलजॉन आणि फॉस यांनी पाहिलेल्या जन संवाद ही "प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे मीडिया संस्था मोठ्या लोकांपर्यंत संदेश तयार करतात आणि प्रसारित करतात, ती प्रक्रिया ज्याद्वारे ते संदेश शोधले जातात, वापरले जातात, समजले जातात आणि प्रेक्षकांना प्रभावित केले जाते". या प्रकरणामध्ये प्रिंट माध्यम, ब्रॉडकास्ट माध्यम, आउटडोअर आणि ट्रान्झिट माध्यम,, डिजिटल माध्यम,/नवीन माध्यम, ब्रॉडकास्ट माध्यम, आउटडोअर आणि ट्रान्झिट माध्यम आणि डिजिटल मीडिया/नवीन मीडिया यासारख्या उपलब्ध माध्यमांच्या विविध प्रकारांची चर्चा केली आहे. भांडवलदार, प्रायोजक, सरकार, संपादक, अहवाल किंवा प्रेक्षक यांसारखे निर्णय घेणारे आणि त्याच बरोबर, प्रसारमाध्यमांवर कोण नियंत्रण ठेवते यावरही या प्रकरणात चर्चा आहे.

प्रकरणाचा दुसरा विभाग विकास संवादाविषयी आहे. नोरा सी. क्वेब्रल यांनी १९७२ मध्ये "विकास संवाद" हा शब्द तयार केला आणि त्यांनी त्याची व्याख्या अशी केली की, "मानवी संप्रेषणाची कला आणि विज्ञान समाजाच्या गरिबीच्या स्थितीतून गतिशील सामाजिक-आर्थिक विकासाशी नियोजित परिवर्तनाशी जोडलेले आहे. अधिक समानता आणि

वैयक्तिक संभाव्यतेचा मोठा उलगडा यातून होतो." भारतात अजूनही ७० टक्के लोकसंख्या खेड्यात राहते. परंपरेने रेडिओचा वापर संवाद साधण्यासाठी केला जातो. याने हवामान अहवाल, आरोग्यविषयक इशारे इत्यादींद्वारे लोकांना वाचवले आहे, विशेषत: दुर्गम गावांमध्ये, जिथे आजही योग्य रस्ते नाहीत. अशा प्रकारे, विकास संप्रेषण ही अशी गोष्ट आहे जी समाज सुधारण्यासाठी किंवा सामाजिक समस्या सोडवण्यासाठी वापरली जाते.

१.१५ प्रश्न (Questions)

1. जनसंवादाच्या प्रकारांवर एक टीप लिहा आणि जनसंवाद आणि नियंत्रणाबद्दल चर्चा करा.
2. जनसंवादाच्या सिद्धांतांची चर्चा करा.
3. संप्रेषणावर एक टीप लिहा.
4. विकास संवादाच्या इतिहासावर चर्चा करा.
5. डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशनच्या व्याख्या आणि डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशनबद्दल बोलणाऱ्या आंतरराष्ट्रीय मंचांची चर्चा करा.

१.१६ संदर्भ (References)

[1] https://www.mba-notes.com/2020/06/Definition-of-Communication.html

[1] https://courses.lumenlearning.com/introductiontocommunication/chapter/defining-mass-communication/

[1] https://leverageedu.com/blog/types-of-mass-communication/

[1] https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/7164/1/Unit-3.pdf

[1] https://www.britannica.com/topic/communication/The-psychology-of-communication

[1] https://www.igi-global.com/dictionary/building-knowledge-without-borders/7411

[1] Servaes, J. (2003). *Approaches to development communication*. Paris: Unesco.

[1] https://www.mygov.in/campaigns/mann-ki-baat/

https://www.caluniv.ac.in/academic/JMC/Study/DC.pdf

[1] Wilkins, K. G., & Mody, B. (2001). Reshaping development communication: Developing communication and communicating development. *Communication Theory*, *11*(4), 385-396.

❖❖❖❖

२

लोकसंस्कृती- माध्यम आणि समाज, जनसंस्कृती, माध्यम आणि समाज

घटक रचना

२.० उद्दिष्टे

२.१ परिचय

२.२ संवादाचे पारंपारिक प्रकार

२.३ लोकाचा अर्थ

२.४ संस्कृतीचा अर्थ

२.५ लोकसंस्कृती - माध्यम आणि समाज

२.६ लोकसंस्कृती आणि शिक्षण

२.७ लोक संस्कृती आणि पर्यटन

२.८ लोकसंस्कृती आणि सोशल मीडिया.

२.९ लोक माध्यम आणि निवडणूक

२.१० जनसंस्कृती

२.११ जनसंस्कृती मीडिया

२.१२ जनमाध्यम आणि शिक्षण

२.१३ जन-सांस्कृतिक उत्पादने

२.१४ जन-माध्यम म्हणून सामाजिक माध्यम

२.१५ लोक माध्यम आणि जन-माध्यम यातील फरक

२.१६ जनसंस्कृतीचे भविष्य

२.१७ सारांश

२.१८ प्रश्न

२.१९ संदर्भ

२.०उद्दिष्टे

- लोकसंस्कृती आणि जनसंस्कृती यांचा अर्थ समजून घेणे.
- लोकसंस्कृती आणि जनसंस्कृती माध्यम प्रकार यांच्यातील परस्परसंवाद अभ्यासणे.
- या परस्परसंवादाशी संबंधित समस्या आणि या स्वरूपांच्या भविष्याबद्दल जाणून घेणे.

२.१ परिचय

या प्रकरणात दोन मुख्य विषयांची चर्चा आहे. पहिला विषय म्हणजे माध्यम स्वरूप म्हणून लोकसंस्कृती आणि त्याचे समाजावर होणारे परिणाम तर दुसरा विभाग माध्यम स्वरूप म्हणून जन-संस्कृती आणि त्याचे समाजावर होणारे परिणाम यावर लक्ष केंद्रित करतो. लोक स्वरूप हे संवादाच्या मुलभूत प्रकारांशी संबंधित असू शकते. जनसंस्कृतीकडे प्रणालीचे एक स्वरूप म्हणून पाहिले पाहिजे, जे मोठ्या प्रमाणावर लोक एकतर उपभोक्ता किंवा उत्पादक म्हणून वापरतात . हे वर्तमान आहे आणि नेहमी बदलत आणि विकसित होत आहे. आपण या दोन प्रकारांमधील परस्परसंवाद देखील तपासू. या विषयांचा अभ्यासक्रमात समावेश करण्यात आला आहे कारण आपल्याला समाजशास्त्राचे विद्यार्थी म्हणून सामाजिक बदलांचे निरीक्षण आणि अभ्यास करणे आवश्यक आहे. प्रसारमाध्यमांद्वारे मोठ्या प्रमाणावर सामाजिक बदल घडवून आणले जातात. हे समाज बदलण्यास मदत करते. माहिती युग म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या काळात आपण जगत आहोत. परिणामी, या समस्यांचा अभ्यास करणे अत्यंत महत्त्वाचे बनते.

२.२ संवादाचे पारंपारिक प्रकार

लोकसंस्कृती, प्रसारमाध्यमे आणि समाज यांच्या परस्परसंवादाबद्दल जाणून घेण्याआधी, भूतकाळात ज्ञानाची देवाणघेवाण कशी होते हे आधी समजून घेतले पाहिजे. पूर्वीच्या काळी ढोल पारंपारिकपणे माहिती प्रसारित करण्यासाठी वापरला जात असे, ज्यामध्ये एक माणूस वाद्य वाजवत असे आणि राजाने दिलेला संदेश प्रसारित करत असे. अगदी भारतीय पौराणिक कथांमध्ये, असे देव/पात्र होते ज्यांनी एका क्षेत्रातून दुसऱ्या प्रदेशात किंवा एका लोकातून दुसऱ्या लोकात माहिती दिली. विस्तीर्ण संकुले असलेली मोठी मंदिरेसुद्धा ज्ञानाचे भांडार म्हणून काम करतात. मंदिराच्या भिंतींवर अनेक देशी भाषांमधील शिलालेख आढळतात.या शिलालेखांमध्ये कोणाला किती जमीन देण्यात आली, रेशनची माहिती, आणि परिसराच्या आजूबाजूच्या कथा आणि पुराणकथांचा समावेश आहे. जुन्या भारतीय सभ्यतेत असे प्रसंग घडले आहेत की जिथे राजांनी सुंदर गाणी आणि कविता तयार करणाऱ्या कलाकारांना जमीन दिली आहे. हे शिक्षणतज्ञ त्यांच्या कार्याचे प्रदर्शन करण्यासाठी लांबचा प्रवास करत असत. आम्ही पाम वृक्षाच्या पानांवरील माहितीचा मागोवा देखील ठेवला आहे. कबूतरांचा उपयोग युद्धाच्या योजनांबद्दल माहिती देण्यासाठी किंवा मदत मिळवण्यासाठी शत्रू देशांच्या सीमेवर दुसऱ्या राज्यापर्यंत पोहोचण्यासाठी माहिती

देण्यासाठी केला जात असे.लग्नाचे प्रस्ताव आणि प्रेमपत्रेही एकेकाळी कबुतरांनी नेली. भूर्जपत्रांवर छापलेले संदेश देण्यासाठी कबुतरांच्या पायांचाही वापर केला जातो.

पूर्वी व्हेनिसमध्ये एक भिंत होती त्यावर बातमी लिहिली जायची. अशा बातम्या वाचण्यासाठी काही नाणी लागतात. हे छापखान्याचा शोध लागण्यापूर्वीच होतं. दुसऱ्या शब्दांत, 'ज्ञान संवाद' हा नवीन नसून तो जुना आणि प्राचीन आहे. आता आपण धड्याच्या पहिल्या प्रमुख विषयाकडे आपले लक्ष वळवूया: लोकसंस्कृती, मीडिया आणि समाज. लोकांच्या व्याख्येसारख्या मूलभूत गोष्टींपासून सुरुवात करूया.

२.३ लोकाचा अर्थ

लोकसंस्कृती बहुधा मूळ, अस्सल आणि शुद्ध असण्यासोबतच समाजाच्या मुळाशी अधिक जोडलेली असते.

ॲलन डंडेस हे लोककथांचे संस्थापक मानले जातात. ते या विषयातील एक प्रसिद्ध विद्वान आहेत ज्यांनी या शाखेच्या विकासात महत्त्वपूर्ण योगदान दिले आहे. उदाहरणार्थ, 'लोकसाहित्याचा अर्थ' हे त्यांच्या एका महत्त्वपूर्ण पुस्तकाचे शीर्षक आहे. लोक सामान्यतः शेतकरी किंवा ग्रामीण लोकांशी संबंधित असतात आणि ते भूतकाळाशी देखील जोडलेले असतात. तथापि, तो निदर्शनास आणतो की शहरवासीयांकडेही लोककथा आहे, जी संपत नाही किंवा नष्ट होत नाही, परंतु संदर्भाच्या आधारे सतत तयार केली जाते किंवा पुन्हा शोधली जाते. ते पुढे म्हणतात की "लोक" म्हणजे "किमान एक सामान्य वैशिष्ट्य असलेल्या लोकांचा कोणताही गट." त्यांना जोडणारा घटक काय आहे याने काही फरक पडत नाही—तो एक सामायिक व्यवसाय, भाषा किंवा धर्म असू शकतो—काय महत्त्वाचे आहे की एक गट आहे... ज्याच्या स्वतःच्या परंपरा आहेत. यात लोककथा विविध रूपांत येतात, असेही त्यांनी नमूद केले. लोककथा, दंतकथा, पौराणिक कथा, बालगीत, सण, लोकनृत्य आणि गाणे, यमक, खाद्य पाककृती, पारंपारिक नावे आणि आवाज ही त्यांची काही उदाहरणे आहेत. (डंड्स, १९६५:२-३). आता संस्कृती म्हणजे काय याचा विचार करूया.

२.४ संस्कृतीचा अर्थ

ब्रिटीश मानववंशशास्त्रज्ञ एडवर्ड टायलर (१८७१, पृ. १) यांच्या मते, संस्कृतीची व्याख्या "ज्ञान, श्रद्धा, कला, कायदा, नैतिकता, सवय आणि समाजाचा एक सदस्य म्हणून माणसाने मिळवलेल्या इतर कोणत्याही क्षमतांचा समावेश असलेली सर्वसमावेशकता" अशी केली जाऊ शकते. . संस्कृती ही वेगळी अशासाठी असते की ती कालांतराने वाढते, मानवी-विशिष्ट असते आणि पिढ्यानपिढ्या पुढे जाते. दुसऱ्या प्रकारे सांगायचे तर ती संचयनक्षम आहे. ती कालांतराने बदलत राहते.

२.५ लोकसंस्कृती - माध्यम आणि समाज

"लोक" हा शब्दच विवादित आहे; जे आज लोकमान्य मानले जाते ते उद्या लोकमान्य मानले जाणार नाही. तंत्रज्ञान आणि पायाभूत सुविधांच्या वापराने आधुनिकीकरण झालेल्या समाजांना लोकसंस्कृती नसते असे म्हणता येईल का? वैकल्पिकरित्या, त्यांच्या कोणत्याही

पद्धती लोक पद्धती नाहीत. देवांचे आमंत्रण, स्मरण, पूर्वजांची पूजा, शेतात काम करणारे मजूर आणि माता आपल्या मुलांसाठी अंगाईगीत गाणे ही सर्व लोकसंस्कृतीची मूळे आहेत. हे फॉर्म नंतर मोठ्या प्रेक्षकांशी संवाद साधण्यासाठी वापरले जातील. पारंपारिक लोक माध्यमांचे स्वरूप हे सामान्य लोकांचे लाइव्ह परफॉर्मन्स आहेत.या प्रकारच्या माध्यमांचे सामर्थ्य हे आहे की ते खेड्यातील सामाजिक आणि सांस्कृतिक जडणघडणीत रुजलेले असतात. जागरुकता वाढवणे आणि विकास संकल्पना संप्रेषण करणे यासह विविध उद्देशांसाठी याचा वापर केला जाऊ शकतो. स्वातंत्र्याच्या लढाईतही लोकप्रिय माध्यमांनी महत्त्वाची भूमिका बजावली. भारतासारख्या देशाचे सौंदर्य हे आहे की प्रत्येक राज्याचे वेगळे लोककला प्रकार आहेत, जसे की महाराष्ट्रात लावणी आणि पोवाडा आणि काश्मीरमध्ये रुफ (रूफ) वसंत ऋतुच्या सुरुवातीला सादर केले जाते. विल्लू पट्टू (बो सॉन्ग) हे एक पारंपारिक तमिळ गाणे आहे ज्याचा उपयोग लोक नायकांची प्रशंसा करण्यासाठी केला जातो आणि एनजीओने जनजागृती करण्यासाठी ते दत्तक घेतले आहे.यक्षगान, नौटंकी, कथा-कीर्तन आणि कठपुतळी शो यांसारखे लोककला प्रकार भारतभर पाहायला मिळतात. लोककला प्रकार आपल्या जीवनात रुजलेले आहेत, गुंफलेले आहेत आणि भारतासारख्या वैविध्यपूर्ण देशात पिढ्यानपिढ्या जोपासले जातात. आपल्या समाजातील लोकसंस्कृतीच्या विविध पैलूंवर एक नजर टाकूया.

२.६ लोकसंस्कृती आणि शिक्षण

नुक्कड नाटक, ज्याचे भाषांतर "पथ-नाट्य" असे केले जाते, हा भारतातील लोक माध्यम प्रकारांपैकी एक आहे. हे आजही सर्रास वापरले जाते. या फॉर्मचा वापर एन.एस.एस स्वयंसेवक (राष्ट्रीय सेवा योजना) करतात जे हुंडा प्रथा, एड्स मोहीम आणि प्लास्टिकच्या वापराविरुद्ध सामाजिक संदेश देण्यासाठी त्यांचा वापर करतात. दरवर्षी, अंदाजे दहा दिवस, विद्यार्थी शिबिर म्हणून समुदायांमध्ये राहतात, समूह तयार करतात आणि गावोगावी परफॉर्म करतात. काही महाविद्यालये लोककथांमध्ये बॅचलर, मास्टर्स आणि डॉक्टरेट पदवी कार्यक्रम देखील देतात. लोककथा एक ज्ञानशाखा म्हणून स्वतःच्या युजीसी नेट/सेट चाचण्या आहेत, ज्या सहाय्यक प्राध्यापक होण्यासाठी उत्तीर्ण झाल्या पाहिजेत. या विषयावर अधिक अभ्यास, दस्तऐवजीकरण आणि क्षेत्रीय तपासणीसाठी देखील वाव आहे. संस्कृती मंत्रालयाकडून अनेक शिष्यवृत्ती दिल्या जातात आणि संपूर्ण भारतातील संग्रहालये तसेच युनेस्को विविध क्षेत्रात निधी उपलब्ध करून देतात. यावरून शिस्तीचे महत्त्व लक्षात येते. सध्याची परिस्थिती समजून घेण्यासाठी आधी भूतकाळाबद्दल जाणून घेतले पाहिजे. वसाहती संशोधकांनी विविध लोकसाहित्य, कथा, मौखिक ऐतिहासिक कथा, पुराणकथा आणि विधी यांचे दस्तऐवजीकरण केले आणि त्यांचे त्यांच्या स्वतःच्या भाषेत भाषांतर करण्याचे हे एक प्राथमिक कारण आहे.

२.७ लोक संस्कृती आणि पर्यटन

पर्यटनाच्या कारणास्तव, लोककला प्रकार, रेखाचित्रे, चाल आणि गीते यांचा सांस्कृतिक प्रतीक म्हणून उपयोग केला जातो. अतुल्य भारत सारख्या पर्यटनासाठी जाहिराती आहेत, ज्यात सेलिब्रिटींचा समावेश आहे. साथीच्या रोगांसारख्या अप्रत्याशित काळात स्थानिक पर्यटनाला अधिक प्रोत्साहन दिले गेले आहे. पर्यटन हे वैशिष्ट्यपूर्ण आहे कारण ते स्थानिक

समुदायाच्या कमाईमध्ये थेट योगदान देते. धार्मिक विधी करण्यासाठी लोक वारंवार धार्मिक स्थळांना भेट देतात; परिणामी, स्थानिक लोक वर्षभर काम करतात. प्रेक्षणीय स्थळे पाहण्यासाठी आणि संस्कृतीबद्दल जाणून घेण्यासाठी येणारे परदेशी पाहुणे देशाच्या अर्थव्यवस्थेला चालना देतात. परिणामी, हे लोक स्वरूप आहे जे अभ्यागतांना ग्रामीण भागात आकर्षित करते, जे त्यांना त्यांच्या स्वतःच्या घरात सापडत नाही. परिणामी, भूतकाळातील चिन्हक असलेल्या या स्वरूपांचे जतन करणे आता गंभीर बनले आहे. अशाप्रकारे, लोकसंस्कृतीच्या प्रदर्शनांचा उपयोग स्थानिक नसलेल्या प्रेक्षकांना देशाची परंपरा देण्यासाठी केला जातो.

तुमची प्रगती तपासा

१. संवादाचे पारंपारिक प्रकार स्पष्ट करा

२. संस्कृतीच्या अर्थाची अर्थ चर्चा करा

२.८ लोकसंस्कृती आणि सोशल मीडिया

लोककला प्रकार सध्या यु-ट्यूब आणि फेसबुक सारख्या प्लॅटफॉर्मवर अपलोड केले जात आहेत. एकेकाळी विशिष्ट लोकसंख्येपुरते मर्यादित असलेले अनेक कला प्रकार आता कोणासाठीही खुले आहेत. लोकांनी पूर्वी खाजगीत केले जाणारे आध्यात्मिक समारंभ देखील अपलोड केले आहेत. याची अनेक कारणे असू शकतात, त्यापैकी एक म्हणजे रेकॉर्ड जतन करणे. दुसरे, लोक प्रकारांची पोचपावती मिळवणे हे त्याचे उद्दिष्ट आहे, जे वर्षानुवर्षे नाकारले गेले आहे. सोशल मीडियावर लोक ज्या पद्धतीने शिकतात, शेअर करतात, सहभागी होतात आणि एकमेकांशी संवाद साधतात ते सतत बदलत असतात. स्थानिक अभिव्यक्तीच्या पारंपारिक प्रकारांना पूरक करण्यासाठी लोक तंत्रज्ञानाचा वापर वाढवत आहेत. परिणामी, पारंपारिक आणि नवीन माध्यम प्रकारांमध्ये डिजिटल संपर्क वाढला आहे. आभासी लोकसंस्कृतीची उपलब्धता आणि निर्मिती आपण आधीच पाहत आहोत. लोकप्रिय संगीतकार लोकगीते वापरतात, जी नंतर इन्स्टाग्राम वापरकर्त्यांद्वारे रील आणि यु-ट्यूब शॉर्ट्सच्या रूपात तयार केली जातात - 'काचा बदाम' आणि आसामी गाणे 'गेंदा फूल' ही दोन उदाहरणे आहेत. तथापि, या गाण्याचे मूळ लेखक - लोक कलाकार - यांना अनेकदा थेट लाभ मिळत नाही, जसे की आर्थिक भरपाई, आणि त्यांच्या राहणीमानात नेहमीच सुधारणा होते असे नाही.

२.९ लोक माध्यम आणि निवडणूक

लोकमाध्यम अजूनही सामान्यतः निवडणुका, रॅली आणि प्रचारांमध्ये वापरले जातात कारण ते सामान्य लोकांना आकर्षित करते. विरोधी पक्षाच्या कमकुवतपणाचे स्पष्टीकरण देण्यासाठी आणि स्वतःच्या पक्षाच्या तेजाचे समर्थन करण्यासाठी राजकीय भाषणांमध्ये 'लोक म्हणी' वापरल्या जातात. ती लोकांची भाषा आणि विचार असल्याने राजकारणी वारंवार लोकांसमोर तीचा वापर करतात. कारण ती लोकांची भाषा आहे, ती मोठ्या प्रेक्षकांना आकर्षित करते. रॅली, पोस्टर्स आणि इतर साहित्यांमध्ये लोकगीते, चिन्हे आणि नायक असतात. तंत्रज्ञान आणि परंपरा एकत्र कसे राहू शकतात हे ते माध्यम दाखवते.

तुमची प्रगती तपासा

१. लोक माध्यम आणि शिक्षण समजावून सांगा

२. लोकसंस्कृती आणि सोशल मीडियावर चर्चा करा

विभाग २

२.१० जनसंस्कृती

"मास कल्चर" हा शब्द सांस्कृतिक कलाकृतींना सूचित करतो ज्या मोठ्या प्रमाणात उत्पादित केल्या जातात आणि मोठ्या प्रेक्षकांना विकल्या जातात. चित्रपट, दूरचित्रवाणी मालिका, लोकप्रिय कादंबरी, वर्तमानपत्रे, मासिके, लोकप्रिय संगीत, मनोरंजन उत्पादने, घर आणि घरगुती उत्पादने आणि कपडे ही काही उदाहरणे आहेत. हे फॉर्म वारंवार यांत्रिक पद्धतीने बनवले जातात. दुसऱ्या मार्गाने सांगायचे तर, याचा हेतू नफा-चालित आहे आणि कमोडिटी ट्रेडिंग नियमांचे पालन करतो. एकजिनसीपणाचे तत्व येथे देखील लागू केले आहे. ही उत्पादने व्यापक प्रेक्षकांना आकर्षित करण्यासाठी डिझाइन केलेली आहेत. जागतिकीकरणाने लोकप्रिय संस्कृतीचा चेहरा बदलला आहे किंवा त्यावर लक्षणीय परिणाम केला आहे. अडॉर्नो आणि होरखेमेर सारख्या विद्वानांनी मानवावर मोठ्या प्रमाणावर संस्कृतीच्या मानसिक प्रभावांचे वर्णन करण्यासाठी "संस्कृती उद्योग" सारख्या संकल्पना तयार केल्या आहेत.

२.११ जनसंस्कृती मीडिया

येथे मास म्हणजे जन, हे मोठ्या जनसंख्येस संदर्भित करते. मोठ्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्याचा याचा उद्देश आहे. या प्रकारची माध्यमे किंवा फॉर्म कमी लोकांऐवजी व्यापक प्रेक्षकांना लक्ष्य करते. पाश्चात्य जगात औद्योगिकीकरण आणि यांत्रिकीकरणामुळे एका नवीन प्रकारच्या सामूहिक सांस्कृतिक माध्यमांची सुरुवात झाली. प्रिंटिंग प्रेस मशीनचा शोध ही पहिली पायरी होती. याने प्रणालीमध्ये सामाजिक बदल घडवून आणला, ज्यामुळे कोणालाही सांस्कृतिक उत्पादनांमध्ये प्रवेश करणारे ग्राहक म्हणून ओळखले जाऊ शकते. त्याचे अनुकूल आणि प्रतिकूल असे दोन्ही परिणाम होतात. नकारात्मक परिणामांमध्ये माध्यमांच्या पारंपारिक स्वरूपांना संभाव्य हानी आणि उपभोगवादी, भांडवलशाही समाजाचा विकास समाविष्ट आहे ज्यामध्ये मोठ्या संख्येने लोकांच्या विचारांवर सत्ता असलेल्या अल्पसंख्याक व्यक्तींचे वर्चस्व आहे. जनसांस्कृतिक-आधारित प्रसारमाध्यमांची आज जगभरात प्रभावशाली शक्ती आहे. उदाहरणार्थ, उठल्यावर पहिली गोष्ट म्हणजे वर्तमानपत्रे, फोनवरील बातम्या किंवा रेडिओवरील बातम्या. परिणामी, जनसंस्कृती आणि प्रेक्षक यांच्यात खूप जवळचे आणि वास्तविक नाते निर्माण झाले आहे. आता उपलब्ध चॅनेलची संख्या मास मीडियाचा प्रभाव दर्शवते. २०२१ पर्यंत, भारतात ९१५ सॅटेलाइट टेलिव्हिजन चॅनेल निर्माण झाले आहेत. पाश्चात्यीकरण, औद्योगिकीकरण आणि लोकांमधील उपभोगवादाची वाढ मोठ्या प्रमाणावर सांस्कृतिक माध्यमांमध्ये झाली. फुरसतीच्या वेळेवर आता प्रसारमाध्यमांचा खूप प्रभाव होता. फ्रँकफर्ट स्कूल आणि कल्चरल स्टडीजने एक शिस्त म्हणून मास कल्चरची विस्तृत चर्चा केली आहे. औद्योगिकरणा नंतरच्या युगात,

वस्तुमान संस्कृतीचा परिणाम मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन आणि मोठ्या प्रमाणात प्रसाराद्वारे मोठ्या प्रमाणात उपभोगासाठी वस्तू तयार करण्यात येतो. हे चक्र पाश्चात्य देशांमध्ये सुरू झाले आणि नंतर विकसनशील देशांमध्ये पसरले. उदाहरणार्थ, 'अमेरिका गॉट टॅलेंट' सारखे रिॲलिटी कार्यक्रम, ज्याचा उगम पश्चिमेतून झाला आहे, तो संपूर्ण भारतात आणि अनेक प्रादेशिक भाषांमध्ये पसरला आहे.

२.१२ जनमाध्यम आणि शिक्षण

२००० च्या दशकाच्या उत्तरार्धापासून, भारतात बॅचलर इन मास मीडिया आणि ॲडव्हर्टायझिंग सारखे नवीन पदवी कार्यक्रम सुरू केले गेले. पारंपारिकपणे, वाणिज्य, कला आणि विज्ञानातील त्यांच्या संबंधित वैशिष्ट्यांसह बॅचलर पदवी हा एकमेव पर्याय होता. तथापि, उद्योगातील संभावना वाढल्याप्रमाणे, नवीन अभ्यासक्रम विकसित झाले आहेत ज्यांना विद्यार्थ्यांमध्ये जास्त मागणी आहे. या अभ्यासक्रमांच्या वाढीमुळे कामगार बाजारपेठेतील कुशल कामगारांची गरज देखील वाढलेला दिसून येते. हे विद्यार्थी वर्तमानपत्रे आणि टेलिव्हिजन यांसारख्या पारंपारिक पत्रकारिता चॅनेलमध्ये काम करतात, परंतु ते ओटीटी प्लॅटफॉर्मवर देखील काम करतात आणि यु ट्यूब आणि इतर सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मवर त्यांचे स्वतःचे साहित्य तयार करतात.

२.१३ जन-सांस्कृतिक उत्पादने

मास मीडिया मोठ्या संख्येने लोकांवर प्रभाव टाकू शकतो. पुस्तके, वर्तमानपत्रे, मासिके, संगीत, रेडिओ, चित्रपट, दूरदर्शन, इलेक्ट्रॉनिक गेम्स, मनोरंजन क्षेत्र, इंटरनेट आणि सोशल मीडिया ही सर्व सांस्कृतिक उत्पादनांची उदाहरणे आहेत. आजकाल जवळजवळ प्रत्येक घरात एक दूरदर्शन संच आढळतो. टेलिव्हिजन नसल्यास, एक मोबाइल फोन किंवा रेडिओ पुरेसे आहे. जर ते त्यांच्यापाशी नसेल तर ते अद्याप खरेदी करू इच्छितात. मास कल्चरवर लक्ष केंद्रित करणारी माध्यमे आर्थिकदृष्ट्या अधिक प्रेरित आहेत; ती जलद आणि स्पर्धात्मक आहेत. बाजाराच्या आदेशानुसार हे कधीकधी रेटिंगवर चालते. हे संघर्ष किंवा उड्डाणाच्या कल्पनेवर चालते — सनसनाटीपणा, प्रासंगिकता आणि वेळ हे सर्व वस्तुमान संस्कृती-आधारित माध्यमांमध्ये महत्त्वपूर्ण चल आहेत.आजच्या जगात, टेलिव्हिजन न्यूज चॅनेल बातम्या संप्रेषक आणि मनोरंजनाचे स्रोत दोन्ही म्हणून काम करते. मीम्स, ट्विटर, फेसबुक आणि इंस्टाग्राम पोस्ट्सचा वापर पारंपारिक न्यूज आउटलेट्सद्वारे केला जाऊ लागला आहे, कारण त्यांचा मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जात आहे. जागतिक नेते, भारतीय नेते, आमदार, व्यावसायिक अधिकारी आणि इतर आज जलद आणि सहज संवाद साधण्यासाठी Twitter हँडल वापरतात. संवाद आणि अभिव्यक्ती कशी विकसित झाली हे यावरून दिसून येते.

२.१४ जन-माध्यम म्हणून सामाजिक माध्यम

सोशल मीडियाचा आवाका स्पष्ट करण्यासाठी आपण एक साधे उदाहरण वापरूया -

मी मुंबईत आलो तेव्हा रेल्वे रुळावरून घसरली होती. त्या दिवशी मी प्रवास करत होतो आणि मुंबई सेंट्रलला होतो. मी मुंबई सेंट्रल येथील एका नारळ विक्रेत्याकडे ताडी

पिण्यासाठी गेलो होतो. आमच्या संभाषणादरम्यान त्याने मला त्याचे व्हॉट्सअॅप चॅट दाखवले आणि पुढे म्हणाले, "बघा, दुबई आणि आखाती देशांतील लोकांनी मुंबई ट्रेनचे रेकॉर्डिंग पाठवले आहे." ते आपल्यापेक्षा जास्त ज्ञानी आहेत. या उदाहरणाद्वारे, अनौपचारिक क्षेत्रातील कामगार सोशल मीडियाचा कसा वापर करतात हे आपण पाहू शकतो. ती एक लोकप्रिय सांस्कृतिक वस्तू म्हणून विकसित झाली आहे. याचे एक स्पष्टीकरण म्हणजे साधा वापरकर्ता इंटरफेस आणि माहितीचे अनुसरण आणि देवाणघेवाण करण्याची मानवी इच्छा. आधुनिक मीडिया प्लॅटफॉर्म ज्या वेगाने कार्य करतात ते अविश्वसनीय आहे आणि अगदी ऐकीव बातम्या देखील त्वरीत पसरू शकतात.

'टिक टॉक'ची लोकप्रियता दाखवते की मूलभूत व्हिडिओ बनवणारे प्लॅटफॉर्म किती लवकर विकसित होतात आणि लोकांवर परिणाम करू शकतात. येथे लक्षात ठेवण्याची महत्त्वाची गोष्ट म्हणजे व्यक्तींच्या कल्पना आणि वर्तनाचा इतरांवर कसा प्रभाव पडतो हे अभ्यासणे. उदाहरणार्थ, अत्यधिक ऑनलाइन वापर, वैयक्तिक चित्रपट ऑनलाइन प्रकाशित करणे किंवा नवीन कपडे आणि मेकअप. व्यक्तींचे आचरण बदलते आणि मुलांच्या वर्तनावरही परिणाम होतो. वर्तणुकीतील बदल जसे की जलद समाधानाची इच्छा आणि वास्तविक जगापेक्षा आभासी कृत्रिम जगाला प्राधान्य. बाहेर उन्हात खेळण्यापेक्षा त्यांच्या इलेक्ट्रॉनिक्समध्ये जास्त वेळ घालवणाऱ्या मुलांवर याचा प्रभाव पडतो. यामुळे व्यक्ती मानसिक आणि शारीरिक दृष्ट्या प्रभावित होतात.

तुमची प्रगती तपासा

१. सामूहिक सांस्कृतिक उत्पादने स्पष्ट करा

२. तुमच्या मते, मास कल्चरचे भविष्य काय आहे ?

२.१५ लोक माध्यम आणि जन-माध्यम यातील फरक

लोक माध्यम हे वेगळे आहे कारण की लोक स्वतःला ओळखतात. ती व्यक्तीची ओळख, कुटुंब, मुळे, संस्कृती आणि घराशी जोडलेली असते. हे कधीकधी पिढ्यानपिढ्या पुढे पाठविले जाते. राष्ट्रे पारंपारिक फॉर्म आणि पद्धतींशी जोडतात आणि संग्रहालये स्थापन करून, उत्सव प्रायोजित करून, शिष्यवृत्ती प्रदान करून आणि कलाकार आणि विद्यार्थ्यांना शैक्षणिक मदत देऊन त्यांचे संवर्धन करण्यासाठी पावले उचलतात. जतन, परंपरा आणि प्रथा हे परिवर्तनशील आहेत जे यावर परिणाम करतात. हे मुख्य प्रवाहातील माध्यमांच्या विरुद्ध आहे, जिथे सर्व काही सध्याच्या लोकप्रियतेवर केंद्रित आहे.

एकीकडे पैसा, डेटा, हेतू आणि लोकप्रियता तर दुसरीकडे, सांस्कृतिक उत्पादन टिकून राहील की नाही हे ठरवणारे पैलू आहेत. कमी किमतीचे इंटरनेट आणि मोबाईल फोनच्या व्यापक वापरामुळे पारंपारिक माध्यमांची मागणी कमी झाली आहे, अशीही चिंता आहे. प्रेक्षक एका बटण पुश किंवा स्वाइपद्वारे त्यांच्या बोटांच्या टोकावर जलद समाधान आणि विस्तृत पर्यायांची अपेक्षा करण्यासाठी विकसित झाले आहेत.

लोकसंस्कृती अवलंबितांची उपजीविकाही जनसंस्कृतीमुळे नष्ट होते किंवा प्रभावित होते. उदाहरणार्थ, टेलिव्हिजनची लोकप्रियता वाढल्यामुळे लोककलाकारांची मागणी कमी झाली आहे. मालिकेप्रमाणे लोककला प्रकारांमध्ये प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी दर तीन मिनिटांनी क्लायमॅक्स नसतो. लोककलांमध्ये सनसनाटी सतत वापरली जात नाही. व्यावसायिक खेळाडूंच्या तुलनेत सरकारी दूरचित्रवाणी वाहिन्यांची संख्या कमी झाली आहे, ज्यामुळे लोक माध्यमांचे स्वरूप कमी झाले आहे. तरीही, जन्मापासून लग्नापर्यंत, सर्व जीवनचक्र समारंभांमध्ये पारंपारिक प्रकारांचा वापर केला जातो. ते मानवी सभ्यतेचे तसेच इतिहासाचे चित्रण करतात. दुसरीकडे, लोक कलाकार उपेक्षित आहेत आणि आपला उदरनिर्वाह करण्यासाठी धडपडत आहेत.

२.१६ जनसंस्कृतीचे भविष्य

'मेटाव्हर्स डेव्हलप' सारख्या ऑगमेंटेड रिॲलिटी प्लॅटफॉर्म्स म्हणून NFTs मोठ्या प्रमाणात वापरल्या जातील. कालांतराने ते जास्त प्रमाणात सेवन केले जाणारे पदार्थ बनतील. विविध प्रणालींमध्ये रोबोट्सचा वापर घडत असलेल्या घडामोडी हेच सूचित करतो. प्रिंट मीडिया आता लक्ष वेधण्यासाठी डिजिटल माध्यमांशी स्पर्धा करत आहे. नवीन चॅनेल देखील स्वतंत्र वेबसाइट म्हणून तयार होत आहेत आणि युट्युब सारख्या प्लॅटफॉर्मवर सदस्यता मॉडेलद्वारे वाढत आहेत. माध्यमांच्या डिजिटल स्वरूपाच्या वाढीमुळे, पाश्चात्य देशांतील काही वृत्तपत्र गृहांनी आपले दरवाजे बंद केले आहेत. हे सर्व दर्शविते की सामूहिक संस्कृती सतत स्पर्धा करत असते आणि ती त्याच्या प्रेक्षकांच्या आवडी आणि गरजांशी जुळवून घेते.

२.१७ सारांश

लोकांची व्याख्या बघून आम्ही या प्रकरणाची सुरुवात केली. लोककलेचे जनक अलन डंडेस, 'लोककथाचा अर्थ' या त्यांच्या पुस्तकात म्हणतात की लोकसाधारणपणे शेतकरी किंवा ग्रामीण लोकांशी संबंधित आहे; ते भूतकाळाशी देखील जोडलेले आहे. तथापि, शहरी लोककथा नाहीशी होत नाही किंवा मरत नाही हे तो दाखवतो; त्याऐवजी, परिस्थितीच्या आधारे ते सतत तयार केले जाते किंवा पुन्हा शोधले जाते. ते पुढे म्हणतात की "लोक" म्हणजे "किमान एक सामान्य वैशिष्ट्य असलेल्या लोकांच्या कोणत्याही गटाचा." जोडणारा पैलू काय आहे याने काही फरक पडत नाही - तो एक सामान्य व्यवसाय, भाषा किंवा धर्म असू शकतो - काय महत्त्वाचे आहे की समूहाची स्वतःची परंपरा आहे. लोककथा विविध रूपांत येतात, असेही त्यांनी नमूद केले. लोककथा, दंतकथा, पौराणिक कथा, बालगीत, सण, लोकनृत्य आणि गाणे, यमक, खाद्य पाककृती, पारंपारिक नावे आणि आवाज ही काही उदाहरणे आहेत. भारतातील लोककला प्रकारांमध्ये यक्षगान, लावणी, विल्लू पट्टू (बो गाणे), कथकली, पपेट शो आणि इतरांचा समावेश होतो. प्रत्येक राज्यात लोककला विपुल आहेत. निवडणुकीदरम्यान संवाद साधण्यासाठी आणि प्रदूषण, भ्रष्टाचार, प्लास्टिक आणि एड्स यांसारख्या सामाजिक समस्यांबद्दल जागरूकता निर्माण करण्यासाठी या फॉर्मचा वापर केला जातो. स्थानिक ज्ञान पिढ्यानपिढ्या हस्तांतरित होत असल्याने, लोक माध्यमांचे स्वरूप अधिक व्यापक आहे.

सामूहिक संस्कृती समजून घेणे यावर अध्यायाच्या दुसऱ्या विभागाचा भर आहे. औद्योगिकीकरण आणि यांत्रिकीकरणावर आधारित सभ्यता सामूहिक संस्कृती निर्माण करते. मास कल्चरमध्ये टेलिव्हिजन, रेडिओ आणि इंटरनेट सारख्या गोष्टींचा समावेश होतो. मास कल्चर मीडियावर मागणी आणि सनसनाटी, तसेच दूरदर्शन आणि जागतिकीकरण यांचा प्रभाव आहे. मेटाव्हर्स आणि NFT सारखी ऑगमेंटेड रिॲलिटी हे लोकप्रिय संस्कृतीचे भविष्य आहे. आम्ही जनसंस्कृतीच्या लोक माध्यमांच्या विरोधाभासी स्वरूपाकडे देखील पाहिले, कारण दोघांनी संवाद साधण्यास सुरुवात केली आहे. तथापि, लोकसंस्काराचा लोकसंगीतकारांच्या उपजीविकेवर नकारात्मक परिणाम झाला आहे.

२.१८ प्रश्न

1. लोकगीताचा अर्थ आणि त्याचा समाजावरील प्रभाव स्पष्ट करा
2. माध्यम स्वरूप आणि त्याचे भविष्य म्हणून जन- संस्कृतीची चर्चा करा
3. लोक आणि जनसंस्कृती यातील फरक माध्यम म्हणून समजावून सांगा

२.१९ संदर्भ

- [1] https://www.library.illinois.edu/sshel/specialcollections/folklore/definition/
- [1]https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/7263/1/Unit-3.pdf
- [1]Blank, T. J. (2012). Folk culture in the digital age: The emergent dynamics of human interaction. University Press of Colorado.
- [1]mass culture. *Oxford Reference.* Retrieved 2 Mar. 2022, from https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803100138730
- [1]https://www.statista.com/statistics/1177588/india-number-of-satellite-tv-channels/
- [1]Jacobs, N. (1960). Introduction to the Issue "Mass Culture and Mass Media." Daedalus, 89(2), 273–277. http://www.jstor.org/stable/20026570
- [1]Zhen, L. I. U. (2016). Relationship Between Mass Media and Mass Culture: Frankfurt School and Cultural Studies School. Canadian Social Science, 12(1), 23-28.
- [1]https://www2.palomar.edu/users/lpayn/115/GC115-Understanding-Media-and-Culture-An-Introduction-to-Mass-Communication. pdf
- [1] https://www.library.illinois.edu/sshel/specialcollections/folklore/definition/

❖❖❖❖

३

कार्यवादी, चिकित्सक, राजकीय अर्थव्यवस्था आणि सामाजिक रचनावाद

घटक रचना

३.० उद्दिष्टे

३.१ परिचय

३.२ मीडियाबाबतीत दृष्टीकोन

- ३.२.१ कार्यवादी दृष्टीकोन
- ३.२.२ चिकित्सक माध्यम सिद्धांत
- ३.२.३ मार्क्सवाद आणि राजकीय अर्थव्यवस्था
- ३.२.४ सामाजिक रचनावाद

३.३ सारांश

३.४ प्रश्न

३.५ संदर्भ

३.० उद्दिष्टे

- माध्यमांशी संबंधित विविध दृष्टिकोनांची विद्यार्थ्यांना ओळख करून देणे
- माध्यमांशी संबंधित विविध दृष्टीकोनांचा विस्तार करणे

३.१ परिचय

"मीडिया" हा शब्द लॅटिन शब्द "Medium (मेडियम)" पासून आला आहे, जो आधुनिक सभ्यतेच्या संप्रेषणाच्या साधनांचा संदर्भ देतो. लोकांना अचूक आणि संतुलित माहिती देणे ही माध्यमांची भूमिका आहे.

अलिकडच्या दशकात जगभरातील जनतेला विविध माध्यमे उपलब्ध करून देण्यात आली आहेत. मॅन्युअल कॅसल्स यांच्या मते उत्तर अर्वाचीन समाज म्हणजे नेटवर्क सोसायटी होय. माध्यम आणि तंत्रज्ञानासह एखाद्या व्यक्तीचा परस्परसंवाद अनेक भिन्न रूपे घेऊ शकतो. तंत्रज्ञानाची श्रेणी सोप्यापासून ते जटिलतेपर्यंत आहे. आपण आपल्या आजूबाजूला आणि आपल्या मालकीच्या प्रत्येक उपकरणावर मीडिया पाहतो. व्यक्ती ईमेल, सोशल नेटवर्किंग

साइट्स आणि पोर्टेबल उपकरणांवर वापरल्या जाणाऱ्या विविध इन्स्टंट मेसेजिंग ॲप्लिकेशन्सद्वारे परस्परसंवादाच्या जटिल प्रणालीमध्ये जोडल्या जातात.

३.२ मीडियाबाबतीत दृष्टीकोन

३.२.१ कार्यवादी दृष्टीकोन

कार्यवादी विचारसरणीनुसार, समाजातील प्रत्येक घटक एकमेकांशी जोडलेला असतो आणि समाजाच्या एकूण कार्यामध्ये योगदान देतो. कार्यात्मक दृष्टीकोनानुसार, मीडिया हे एक व्यावसायिक उत्पादन आहे जे व्यक्तींचे मनोरंजन करते, सामाजिकीकरण करते आणि भविष्यातील गटांना मानके, नैतिकता आणि विचारसरणी शिकवते. प्रसारमाध्यमांद्वारे मोठ्या राष्ट्रीय कार्यक्रमांच्या वेळी व्यक्तींना सांस्कृतिक नियमांबद्दल देखील अद्ययावत ठेवले जाते. कार्यवादी दृष्टिकोनानुसार, संपूर्ण समाजासाठी काय उचित आणि योग्य आहे हे शिकवण्यासाठी माध्यमांचा वापर केला पाहिजे.

मर्टनचे योगदान

मर्टनने जनसंवाद कार्यांची व्याख्या एकतर प्रकट (मॅनिफेस्ट) किंवा अव्यक्त (लॅटेन्ट) अशी केली आहे.

प्रकट (मॅनिफेस्ट) फंक्शन्स मीडियाचे दृश्यमान आणि हेतुपुरस्सर प्रभाव आहेत. दुसरीकडे, अव्यक्त (लॅटेन्ट) फंक्शन्स अशी आहेत जी अवांछित आहेत किंवा ज्यांचे निरीक्षण करणे कठीण आहे, किंवा जे अनावधानाने अस्तित्वात आलेले आहेत आणि ज्यांचे परिणाम हे छुपे आहेत.

उदाहरणार्थ, वस्तूंची विक्री करणे आणि उत्पादनांच्या मागणीला चालना देणे हे दोन्ही माध्यमांच्या मॅनिफेस्ट फंक्शन्सचे घटक आहेत, ज्यामुळे व्यवसायांन नफा होतो. राजकीय अफवा, चुकीची माहिती आणि गोंधळ पसरवणे हे एक उदाहरण आहे, कारण डिजिटल स्वरूपामुळे संपूर्ण तपास करण्यासाठी आवश्यक असलेले वित्त उभे करण्याचे कोणतेही व्यावहारिक माध्यम सहजासहजी वापरता येत नाही.

दुसरीकडे, सुप्त माध्यम कार्ये, लिंग किंवा वांशिक रूढींच्या सुदृढीकरणाद्वारे, तसेच काही अल्पसंख्याकांच्या उपेक्षिततेद्वारे यथास्थिती कायम ठेवण्याचा संदर्भ देतात. परिणामी, ही कार्यप्रणाली अनेकदा यथास्थिती का राखली जाते हे स्पष्ट करण्यात मदत करते.

उदाहरणार्थ, जेव्हा राजकीय अपयश आणि भ्रष्टाचाराचा प्रश्न येतो तेव्हा लोकांचे 'वॉचडॉग' म्हणून माध्यमे काम करतात.

माध्यमांची कार्ये

१. **पर्यावरणीय निगराणी ठेवणे:** जगभरात घडणाऱ्या प्रत्येक गोष्टीचा मागोवा ठेवणे आणि मानवी समाजाला माहिती देणे हे माध्यमांचे सर्वात महत्त्वाचे कार्य आहे. प्रसारमाध्यमे जनतेला माहिती देण्यासाठी आणि त्यांच्यासाठी महत्त्वाच्या विषयांच्या विस्तृत माहितीचे विश्लेषण करण्यासाठी जबाबदार असते.

प्रसारमाध्यमे लोकांना काय करावे याबद्दल सूचना देऊन सामाजिक सुव्यवस्था राखण्यास मदत करतात. सार्वजनिक गोंधळ कमी करण्यासाठी संकटाच्या वेळी तसे करणे आवश्यक असते.

उदा. नैसर्गिक आपत्ती, युद्धे आणि साथीच्या रोगांमध्ये, प्रसारमाध्यमांची जबाबदारी लोकांना माहिती देणे आणि लोकांना काय चालले आहे आणि ते कशी मदत करू शकतात याबद्दल माहिती देऊन जागरूकता वाढवणे आहे. प्रसारमाध्यमांनी पुरेशी साथ दिली तर आपत्तीतून वाचणे शक्य आहे.

२. **समाजातील विविध घटकांना जोडणे:** हे कार्य माध्यम समाजातील विशिष्ट घटकांची निवड कशी करते याच्याशी संबंधित आहे. समाज ज्या प्रकारे बातम्या पाहतो आणि त्यावर प्रतिक्रिया देतो, तसेच त्याचा अर्थ कसा लावला जातो, यावर त्याचा परिणाम होतो. प्रसारमाध्यमे राजकीय समस्या, घटना, सार्वजनिक धोरण आणि इतर विषयांचे चित्रण कसे करतात याचा देखील काही प्रमाणात लोकांच्या दृष्टीकोनांवर प्रभाव पडतो.

ते त्यांच्या युक्तिवाद आणि सादरीकरणांमध्ये काही विषय तयार करतात आणि व्यक्त करतात. उदाहरणार्थ, व्हिएतनाम युद्धाच्या मीडिया कव्हरेजमुळे लोकांचे मत प्रभावित झाले. अनेक अमेरिकन लोकांनी पराभूत झालेल्या संघर्षात सैन्य पाठवण्यास विरोध करण्यास सुरुवात केली. सेमिटिक विरोधी प्रचार मोहिमेत, हिटलरने माध्यमांचा मोठ्या प्रमाणात वापर केला.

३. **सांस्कृतिक प्रसारण:** सांस्कृतिक हस्तांतरण म्हणजे विविध नियम, आणि संकल्पना शिक्षित करणाऱ्या माध्यमांच्या क्षमतेचा संदर्भ देते जे लोकांना प्रतिबिंबित करतात आणि पिढ्यानपिढ्या त्यांचे प्रसारण सुनिश्चित करतात. हे आम्हाला आमची मूल्ये, श्रद्धा आणि परंपरा भावी पिढ्यांपर्यंत नेण्याची परवानगी देऊन समाजीकरणास मदत करते. खरंच, आपण आयुष्यभर माध्यमांद्वारे समाजीकरण आणि सामाजिकीकरण करतो. सर्व प्रकारची माध्यमे आपल्याला चांगले आणि इष्ट काय आहे, तसेच वेगवेगळ्या परिस्थितीत कसे बोलावे, कसे वागावे आणि प्रतिक्रिया कशी द्यावी हे शिकवते. बहुतेक भागांसाठी, टेलिव्हिजन शो ज्या समाजात ते प्रसारित केले जातात ते प्रतिबिंबित करतात आणि दर्शकांना त्यांचा सांस्कृतिक वारसा समजून घेण्यात मदत करतात. मुलांचे दूरचित्रवाणी कार्यक्रम चांगले वर्तन आणि नैतिक मूल्यांना प्रोत्साहन देण्यासाठी बनवले जातात.

४. **करमणूक:** माध्यमांचे मनोरंजन मूल्य हे माध्यमाचे स्पष्टपणे दिसणारे कार्य आहे. मीडियाचे हे लोकप्रिय कार्य लोकांना तणावमुक्त करण्यात मदत करण्याच्या माध्यमांच्या क्षमतेचा वापर करते. मीडियाच्या मनोरंजन कार्याचे मीडियाचे सकारात्मक आणि नकारात्मक दोन्ही परिणाम होऊ शकतात. खराब-गुणवत्तेच्या सामग्रीवर वारंवार टीका केली जाते, परंतु त्याचे इतर फायदे आहेत जसे की लोकांना नवीन परिस्थिती अनुभवण्यात मदत करणे, भावना जागृत करणे आणि त्यांचे ध्येय साध्य करण्यात त्यांना मदत करणे. लोक ज्या प्रकारे त्यांचा मोकळा वेळ घालवतात त्यावरून या कार्याचे महत्त्व दिसून येते. हे तंत्रज्ञान लोकांना संवाद साधण्याच्या आणि स्वत:साठी एक नवीन सोशल नेटवर्क तयार करण्याच्या, इंटरनेट गेमिंगपासून ते विविध ॲप्लिकेशन्स एक्सप्लोर करण्याच्या नवीन आणि आकर्षक संधी प्रदान करते ज्यामुळे ते स्वतःला व्यस्त ठेवतात.

उदाहरणार्थ, टेलिव्हिजन लोकांना इव्हेंट पाहण्याची परवानगी देतो जे ते अन्यथा पाहू शकणार नाहीत किंवा त्यात सहभागी होऊ शकणार नाहीत. शिवाय, ऑनलाइन मोड, आभासी मीटिंग्सने अशी परिस्थिती निर्माण केली आहे ज्यामध्ये एखाद्या व्यक्तीला साक्षीदार होण्यासाठी शारीरिकरित्या उपस्थित राहण्याची आवश्यकता नाही. परंतु त्याऐवजी त्यांच्या स्वतःच्या भौतिक स्थानाच्या आरामात उपस्थित राहू शकतात.

५. **व्यावसायिक:** प्रत्येक कुटुंब टेलिव्हिजन पाहण्यात किंवा इंटरनेटवर सर्फिंग करण्यात बराच वेळ घालवत असल्यामुळे, विविध व्यावसायिक संस्था आणि कॉर्पोरेट हाऊसेस या ट्रेंडला वापरण्यासाठी रोखण्यासाठी उगवले आहेत. उत्पादनांची विक्री वाढवण्यासाठी ग्राहकांना आकर्षित करणे त्यांच्यासाठी सर्वात सोयीचे आहे (निल्सन २०१२).

उत्पादनांच्या जाहिराती आणि विपणनासाठी मीडिया हे सर्वात प्रभावी साधन म्हणून ओळखले जाते. जाहिराती होर्डिंग, सार्वजनिक परिवहन, चित्रपट आणि शैक्षणिक संस्थांवर दिसू लागल्या आहेत आणि ह्या कंपन्या दर्शकांकडून डेटा गोळा करतात आणि त्यानुसार त्यांना लक्ष्य करतात. संस्थेला त्यांच्या उपक्रमांचे नियोजन करण्यात मदत करण्यासाठी प्रायोजकत्वाची व्यवस्था मिळते.

६. **जीवन बदलणारे:** तंत्रज्ञानाचे अनेक प्रकार, जसे की मीडिया, आपले मनोरंजन करतात आणि माहिती देतात. तंत्रज्ञानाचे अनेक प्रकार, जसे की मीडिया, आपले मनोरंजन करतात आणि त्याचबरोबर व्यापारीकरणासाठी व्यासपीठ प्रदान करतात आणि आपणास समाजीकरण करण्याची परवानगी देतात. उदा. काही संशोधने, सूचित करतात की लठ्ठपणा हा इलेक्ट्रॉनिक उपकरणांच्या वाढत्या वापरामुळे नियमित क्रियांना कमी करण्याशी संबंधित आहे. तंत्रज्ञानाचे काही प्रकार, समाजाच्या माध्यमांच्या वर्चस्वाचे छुपे कार्य निःसंशयपणे करतातच, पण तंत्रज्ञानाचे सर्वात दृश्य कार्य म्हणजे आपले जीवन बदलणे, कधीकधी नाटकीयरित्या देखील हे घडते.

कार्यवादी सिद्धांत समाजाच्या आणि व्यक्तींच्या गरजांच्या संदर्भात सामाजिक पद्धती आणि संरचनांचे वर्णन करतो. समाजाला परस्परसंबंधित कार्यरत तुकड्या किंवा उपप्रणालींची एक प्रणाली म्हणून पाहिले जाते, ज्यापैकी प्रत्येक तुकडी एकंदर सातत्य आणि सुव्यवस्थेत योगदान देते. यापैकी एक नेटवर्क मीडिया मानले जाऊ शकते. लोकप्रिय समजुतीनुसार, संघटित सामाजिक कृतीसाठी समाज आणि सामाजिक वातावरणाची कमी-अधिक अचूक, सातत्यपूर्ण, आधार देणारी आणि सर्वसमावेशक दृष्टी जतन करणे आवश्यक आहे.

जरी समाजशास्त्रामध्ये कार्यशीलता मुख्यत्वे समाजावर सोडून दिली गेली असली तरी, ती विविध स्वरूपात माध्यम दृष्टीकोन म्हणून जगते आणि मीडिया संशोधन समस्या परिभाषित करण्यात आणि सोडवण्यात भूमिका बजावते. हे अजूनही काही वर्णनात्मक हेतूंसाठी उपयुक्त आहे आणि ते मास मीडिया आणि समाज यांच्यातील दुवा समजून घेण्यासाठी एक संरचना देते.

या शब्दाला जनसंवादाची साधने आणि त्यांचे प्रेक्षक या दोहोंद्वारे सुप्रसिद्ध आणि व्यापकपणे वितरित होण्याचा फायदा आहे. मीडियाची सामाजिक कार्ये ओळखणे म्हणजे लासवेलच्या मते, आजच्या संप्रेषणाच्या मुख्य भूमिकांमध्ये पर्यावरणीय पाळत ठेवणे,

त्यांच्या पर्यावरणाला प्रतिसाद देण्यासाठी समाजाच्या घटकांचा परस्परसंबंध आणि सांस्कृतिक वारशाचे प्रसारण ही होत. माध्यमांच्या विघटनाचे विविध परिणाम समजून घेण्यासाठी, राइटने या मूलभूत संरचनेचा विस्तार करून मनोरंजनाचा चौथा आवश्यक माध्यम कार्य म्हणून समावेश केला.

राजकीय आणि कॉर्पोरेट प्रचारासाठी जनसंवादाचा व्यापक उपयोग प्रतिबिंबित करण्याच्या उद्देशाने पाचव्या घटकाच्या जोडणीसह समाजातील माध्यम कार्ये बद्दलच्या मूलभूत कल्पनांचा संग्रह आपण ओळखू शकतो: समाज आणि आसपासच्या वर्तमान घटनांची माहिती जग आणि सत्ता संबंध सूचित करते.

प्रगत करणे, नावीन्य आणणे आणि जुळवून घेणे माध्यमांमुळे सोपे झाले आहे. सहसंबंध इव्हेंट्स आणि डेटाची व्याख्या, व्याख्या आणि टिप्पणी करून त्यांचा अर्थ निश्चित करणे. स्थापन केलेल्या प्राधिकरणांना आणि मानदंडांना समर्थन देणे. समाजीकरण, एकमत निर्माण करणे हे अवघड काम आहे. प्राधान्य याद्या बनवणे आणि त्यांचे सापेक्ष महत्त्व दर्शवणे सातत्य उपसंस्कृती आणि नवीन सांस्कृतिक बदल ओळखणे, प्रबळ संस्कृतीशी खरे राहून मूल्यांचा सामान्य संच तयार करणे आणि टिकवून ठेवणे, मनोरंजन आनंद, विचलित करणे आणि आराम करण्याचे साधन प्रदान करणे इ. आपण या इव्हेंटना व्यापक रेटिंग देऊ शकत नाही किंवा त्यांच्या सापेक्ष वारंवारतेबाबत कोणतेही दावे करू शकत नाही. मीडिया फंक्शन (किंवा उद्देश) आणि विशिष्ट सामग्रीमधील संबंध अचूक नसतो कारण एक फंक्शन दुसऱ्या फंक्शनला ओव्हरलॅप करते आणि तीच माहिती एकाधिक फंक्शन्स देऊ शकते.

मीडिया सामग्रीच्या अभ्यासानुसार, मुख्य प्रवाहातील माध्यमे गंभीरतेपेक्षा प्रबळ आदर्शांना अधिक अनुरूप आणि समर्थन देणारी आहेत.

व्यवसाय, न्याय व्यवस्था आणि लोकशाही राजकारण यांसारख्या महत्त्वाच्या संस्थांवर मूलभूत टीका टाळणे यासह हे समर्थन अनेक रूपे घेते; सामाजिक शीर्षस्थानी विभेदक प्रवेश प्रदान करणे; आणि सद्गुण आणि कठोर परिश्रमाच्या मंजूर मार्गाने यश मिळविणाऱ्यांचे प्रतीकात्मक कौतुक करणे आणि नकार देणाऱ्यांना प्रतिकात्मक शिक्षा करणे इ. याची कार्ये आहेत.

ज्ञान आणि कॅट्झ यांचे म्हणणे आहे की मोठे सामाजिक कार्यक्रम जे वारंवार जगभरातील मोठ्या प्रेक्षकांना आकर्षित करतात ते सामाजिक संबंध जोडतात जे अन्यथा आभावाने आढळू शकतात.

तथाकथित "मीडिया इव्हेंट्स" च्या परिणामांपैकी एक म्हणजे ते समाजातील प्रमुख व्यक्ती आणि विषय यांची प्रतिमा उंचावतात. आणखी एक सामाजिक संबंधांबद्दल आहे: 'आम्ही पाहिले आहे की कम्युनिटा आणि सौहार्द हे पारंपारिकपणे अणुयुक्त - आणि बऱ्याचदा मोठ्या प्रमाणात विभाजित - जवळजवळ प्रत्येक घटना असलेल्या समुदायांमधून उद्भवतात'. हे निष्कर्ष लक्षात घेता, हे आश्चर्यकारक नाही की प्रभावांवरील अभ्यासात असे फारसे पुरावे मिळाले नाहीत की मीडिया, त्यांचे सर्व लक्ष गुन्हेगारी, संवेदना, हिंसा आणि विचलित वर्तनावर केंद्रित आहे, सामाजिक, किंवा अगदी वैयक्तिक, गुन्हेगारी आणि

अव्यवस्थितपणा फंक्शनलिस्ट मीडिया थिअरीवर जितका जास्त विश्वास ठेवतो, तितके सामाजिक विघटनकारी प्रभाव गृहीत धरणे कमी वाजवी होते.

तरीही, थेट आघाताच्या परिस्थितीत, हा सैद्धांतिक दृष्टीकोन वापरला जाऊ शकतो. प्रत्येक सामाजिक व्यवस्था अपयश किंवा त्रुटीसाठी असुरक्षित आहे, आणि "डिसफंक्शन" हा शब्द वाईट दिसणाऱ्या परिणामांचे वर्णन करण्यासाठी तयार केला गेला आहे. माध्यमांना समाजात स्पष्ट उद्दिष्ट नसल्यामुळे, ते इतर संस्थांच्या तुलनेत खराब होण्यास जास्त प्रवण असतात आणि त्यांचे निराकरण करणे अधिक कठीण असते. तथापि, एखादी बाब कार्यक्षम आहे की नाही हा प्रश्न जवळजवळ नेहमीच व्यक्तिनिष्ठ कारणास्तव वादातीत असतो. उदाहरणार्थ, गंभीर माध्यमे महत्त्वपूर्ण वॉचडॉग म्हणून काम करू शकतात, परंतु ते त्याच वेळी अधिकार आणि राष्ट्रीय एकात्मता देखील कमी करू शकतात.

३.२.२ चिकित्सक माध्यम सिद्धांत

'चिकित्सक माध्यम सिद्धांत' याच्या उत्थानाचा शोध तथाकथित "नवीन डाव्या" विचारांशी संबंधित तत्त्वज्ञांनी चिकित्सक सिद्धांतात शोधला. १९२० आणि १९३० च्या दशकात याला फ्रँकफर्ट स्कूल असे नाव देण्यात आले. फ्रँकफर्ट स्कूल चा चिकित्सक सिद्धांत हा मूळचा नव-मार्क्सवादी आणि हेगेलियन होता आणि त्याने सकारात्मक, मुख्य प्रवाहातील सामाजिक विज्ञान आणि तत्त्वज्ञान यावर जोरदार टीका केली. परिणामी, विसाव्या शतकातील उदयोन्मुख "मास मीडिया" चे विश्लेषण करण्याचा फ्रँकफर्ट स्कूलच्या दृष्टिकोनाने एक भक्कम पाया घातला.

माध्यम राजकीय अर्थव्यवस्थेचे स्वरूप जे त्यांच्या काळात विकसित झाले ते कदाचित फ्रँकफर्ट स्कूलच्या चिकित्सक सिद्धांताचे (औद्योगिक संस्कृतीच्या नंतरच्या समालोचनाद्वारे) सर्वात जवळचे सैद्धांतिक वंशज आहेत.

तथापि, १९६० आणि १९७० च्या दशकात प्रतिस्पर्धी मार्क्सवादी व्याख्यांनी फ्रँकफर्ट स्कूलच्या आणि राजकीय अर्थव्यवस्थेच्या दृष्टिकोनातील अर्थवाद, घटवाद आणि निर्धारवाद यावर वाद घालण्यास सुरुवात केली. बर्मिंगहॅम विद्यापीठाच्या सेंटर फॉर कंटेम्परपरी कल्चरल स्टडीज (CCCS) ने या आंदोलनाचे नेतृत्व केले. अलथूजर आणि ग्राम्सी यांच्या कार्यावर आधारित, बर्मिंगहॅम स्कूलने संरचनात्मक आणि सांस्कृतिक मार्क्सवाद विकसित केला.

CCCS ने चिकित्सक माध्यम अभ्यासामध्ये सेमीओटिक आणि एथनोग्राफिक पद्धतींचाही प्रामुख्याने वापर केला, रोलँड बार्थेस आणि क्लिफर्ड गीर्ट्झ सारख्या सिद्धांतकारांवर विचार चित्रित केले आणि परिणामी मीडिया प्रेक्षकांच्या कल्पना ज्या फ्रँकफर्ट स्कूल आणि राजकीय अर्थशास्त्रज्ञांच्या विचारांपेक्षा खूप भिन्न ठरल्या. १९७० च्या दशकाच्या उत्तरार्धात आणि १९८० आणि १९९० च्या दशकात, बर्मिंगहॅम स्कूलचा चिकित्सक माध्यम सिद्धांत, स्त्रीवादी सिद्धांत आणि राजकारण, तसेच चिकित्सक वंश सिद्धांताशी जवळून संबंधित होता; ते पोस्टस्ट्रक्चरलिझम, पोस्ट-मॉडर्निझम, पोस्ट-मार्क्सवाद आणि उत्तर-वसाहतवाद यांच्याशी संवाद आणि वादविवादांमध्ये गुंतले आणि "सांस्कृतिक अभ्यास" या संक्षिप्त शीर्षकाखाली आंतरराष्ट्रीय स्तरावर ते विस्तृत झाले.

अनेक चित्रपट सिद्धांतकारांनी "संवादाचे माध्यम" म्हणून सिनेमाचे पदनाम नाकारले आणि अनेक चिकित्सक माध्यम सिद्धांतकारांनी (किमान दीर्घ काळासाठी) टेलिव्हिजनशी संलग्नता नाकारली ज्याने अनेक चिकित्सक माध्यम सिद्धांताला वाव दिला आणि दूरदर्शन अभ्यासाच्या क्षेत्राला जन्म देण्यास मदत केली विशेषतः १९७० आणि १९८० च्या दशकात. जरी मनोविश्लेषणाचे विविध घटक सर्वसाधारणपणे चिकित्सक माध्यम सिद्धांतामध्ये सादर केले गेले आहेत आणि काही स्तरावर अभ्यास प्रसारित केले गेले आहेत, तरीही अनेक वर्षांपासून चित्रपट सिद्धांत (कदाचित सिनेमॅटिक उपकरणाच्या विशिष्टतेमुळे) मनोविश्लेषणात्मक दृष्टीकोन वापरला गेला नाही.

३.२.३ मार्क्सवाद आणि राजकीय अर्थव्यवस्था

जरी कार्ल मार्क्सने केवळ प्रेस हे खरे मास मीडिया होण्यापूर्वीचे समजले असले तरीही भांडवलशाही समाजातील मीडिया समालोचनाचा मार्क्सवादी वारसा आजही लागू आहे. मर्डोक आणि गोल्डिंग यांनी मार्क्सवादी-प्रेरित मीडिया विश्लेषणाचे अनेक प्रकार ओळखले जे आजच्या गंभीर राजकीय अर्थशास्त्रात विलीन झाले आहेत. ' मीडियाच्या मार्क्सवादी विचारांच्या केंद्रस्थानी सत्तेचा मुद्दा आहे. आधुनिक काळात, भांडवलदार उद्योजकांद्वारे माध्यमांच्या मालकीच्या अधिक एकाग्रतेकडे झालेल्या प्रवृत्तीचा पुरावा तसेच अशा संघटित माध्यमांच्या सामग्रीमधील पुराणमतवादी प्रवृत्तींचे बरेच परस्परसंबंधित पुरावे या मतांना समर्थन देतात.

विसाव्या शतकात, मार्क्सवादी माध्यम सिद्धांताच्या सुधारणावादी आवृत्त्यांनी भौतिक संरचनांपेक्षा कल्पनांवर अधिक लक्ष केंद्रित केले. त्यांनी अशा वैचारिक परिणामांवर लक्ष केंद्रित केले की मीडिया शोषणात्मक संबंधांचे 'पुनरुत्पादन' करून, हाताळणी करून, तसेच भांडवलशाहीचे वर्चस्व आणि कामगारांच्या अधीनता श्रेणीला कायदेशीर ठरवून सत्ताधारी अभिजात वर्गाच्या हिताचे प्रतिनिधित्व करते. मार्क्सने प्रसारमाध्यमांना मोठ्या प्रमाणावर उत्पादन प्रक्रियेच्या इतर पैलूंसह 'विक्री' किंवा पूर्ण सामाजिक रचना लादताना पाहिले जी इष्ट आणि जाचक दोन्ही आहे. एकूणच, मार्क्सवादी सिद्धांताचा संदेश स्पष्ट आहे, तरीही बरेच प्रश्न अनुत्तरीत आहेत.

मार्क्सवादी परंपरेत, मास मीडियाचे समीक्षक एकतर प्रचार आणि गैरव्यवहार उघड करण्याचे हत्यार वापरतात किंवा काही प्रकारच्या सामूहिक मालकी किंवा पर्यायी माध्यमांची आकांक्षा बाळगतात. राजकीय अर्थव्यवस्था सिद्धांत हा मार्क्सवादी सिद्धांताचा सर्वात महत्वाचा वर्तमान वारस आहे. सिद्धांत हा एक सामाजिकदृष्ट्या गंभीर दृष्टीकोन आहे जो अर्थशास्त्र आणि समाज यांच्यातील संबंधांवर लक्ष केंद्रित करतो तसेच मीडिया उद्योगांची रचना आणि गतिशीलता तसेच त्यांची वैचारिक सामग्री यावरही भाष्य करतो.

त्यामुळे, माध्यमसंस्थेकडे सरकारशी घट्ट संबंध ठेवणाऱ्या आर्थिक व्यवस्थेचा एक अविभाज्य भाग म्हणून पाहिले पाहिजे. स्वतंत्र माध्यमांचे स्त्रोत गमावणे हा त्याचा एक परिणाम आहे. सर्वात फायदेशीर बाजारपेठांवर लक्ष केंद्रित करणे, जोखीम टाळणे आणि कमी फायदेशीर बाजारपेठांमध्ये कमी गुंतवणूक या माध्यमांच्या जबाबदाऱ्या आहेत. दृष्टीकोनाचा फोकस एक आर्थिक प्रक्रिया म्हणून मीडिया क्रियाकलापांवर आहे, ज्यामुळे कमोडिटीचा एक राजकीय-आर्थिक दृष्टीकोन बनला आहे.

व्यावसायिक माध्यमे त्यांच्या ग्राहकांना काय विकतात हे जवळजवळ नेहमीच खात्रीशीर असते. इंटरनेटच्या बाबतीत सध्या राजकीय अर्थव्यवस्थेची पद्धत वापरली जात आहे. मीडिया व्यवसाय आणि तंत्रज्ञानातील प्रगती, तसेच कठोर मार्क्सवादी दृष्टीकोनाच्या कृपेने झालेल्या पतनाने, राजकीय-आर्थिक सिद्धांताची प्रासंगिकता लक्षणीयरीत्या विस्तारली आहे. प्रथम, जगभरात मीडिया एकाग्रतेत वाढ झाली आहे, मालकी शक्ती मोजक्या हातात केंद्रित झाली आहे आणि इलेक्ट्रॉनिक हार्डवेअर आणि सॉफ्टवेअर उद्योगांमध्ये विलीनीकरण अधिक सामान्य होत आहे.

दुसरे, टेलिकम्युनिकेशन आणि ब्रॉडकास्टिंग यांच्यात वाढते अभिसरण होत आहे, परिणामी जगभरात "माहिती अर्थव्यवस्था" विकसित होत आहे. तिसरे, 'नियंत्रण', 'खाजगीकरण' किंवा 'उदारीकरण' या नावाखाली प्रसारमाध्यमांच्या सार्वजनिक क्षेत्रात आणि संप्रेषणावरील थेट सार्वजनिक नियंत्रणात घट झाली आहे. राजकीय-आर्थिक सिद्धांताचा मूलभूत परिसर बऱ्याच काळापासून बदललेला नाही, जरी अनुप्रयोगांची श्रेणी नाटकीयरित्या विस्तारली आहे. अर्थशास्त्रातील गंभीर राजकीय-आर्थिक सिद्धांत नियंत्रण आणि तर्कशास्त्राचे मुख्य प्रस्ताव महत्त्वपूर्ण आहेत.

माध्यमांची रचना मक्तेदारी प्रवण आहे. माध्यमांच्या मालकीचे जागतिकीकरण होत आहे. खाजगी हितसंबंधांच्या बाजूने दळणवळणातील सार्वजनिक हित मागे टाकले जाते आहे.

३.२.४ सामाजिक रचनावाद

बर्जर आणि लकमन यांच्या 'द सोशल कन्स्ट्रक्शन ऑफ रिॲलिटी' या पुस्तकाच्या प्रकाशनाने सामाजिक विज्ञानामध्ये एक व्यापक आणि महत्त्वाचा कल निर्माण केला, ज्याला सामाजिक बांधकामवाद म्हणून ओळखले जाऊ लागले. 'वास्तविकता' या कल्पनेत, कृतीसाठी पर्याय तसेच निवडींवर सर्वसाधारण भर दिला जातो. मानवी कलाकारांनी सामाजिक वास्तव निर्माण केले पाहिजे आणि त्याला अर्थ दिला पाहिजे. या व्यापक संकल्पना इतर सैद्धांतिक कल्पनांवर अवलंबून, विविध मार्गांनी व्यक्त केल्या गेल्या आहेत आणि त्या विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात मानवी विज्ञानामध्ये मूलभूत प्रतिमान बदल दर्शवितात.

बहुसंख्य लोक ज्याला वास्तव मानतात त्यावर मास मीडिया प्रभाव पाडतो ही एकंदर धारणा, अर्थातच, प्रचार आणि विचारधारा सिद्धांतांमध्ये रुजलेली एक प्राचीन धारणा आहे. प्रसारमाध्यमांद्वारे राष्ट्रवाद, देशभक्ती, सामाजिक अनुरूपता आणि विश्वास प्रणालीची निर्विवाद, परंतु कधीही न संपणारी जाहिरात ही सर्व सामाजिक बांधणीची उदाहरणे मानली जाऊ शकतात. नंतरच्या चिकित्सक सिद्धांताने वास्तविकतेच्या निवडक आणि पक्षपाती दृष्टिकोनाचे एक अतिशय प्रभावी पुनरुत्पादक म्हणून मीडियावर अशा वैचारिक लादण्यांना विरोध करण्याच्या आणि प्रतिकार करण्याच्या शक्यतेचा पुरस्कार केला. विचारसरणीच्या मुद्द्याव्यतिरिक्त, विचारधारा, बातम्या, मनोरंजन आणि प्रसारमाध्यमांमधील लोकप्रिय संस्कृती, तसेच लोकांच्या मताला आकार देण्यासाठी काम करताना सामाजिक बांधणीवर बरेच लक्ष केंद्रित केले गेले आहे.

बातम्यांच्या बाबतीत, प्रसारमाध्यमांचे अभ्यासक या निष्कर्षापर्यंत पोहोचले आहे की वास्तविकतेचे चित्र' जे बातम्या सादर करायचे आहे ते नेहमीच तथ्यात्मक माहिती आणि निरीक्षणाच्या तुकड्यांपासून बनलेली एक निवडक रचना असते आणि विशिष्ट फ्रेम, कोनातून तिला अर्थ दिलेला असतो. दृष्टी, किंवा दृष्टीकोन. ज्या प्रक्रियांद्वारे घटना, लोक, मूल्ये आणि कल्पना प्रथम परिभाषित केल्या जातात किंवा विशिष्ट रीतीने समजल्या जातात आणि त्यांना महत्त्व आणि प्राधान्य दिले जाते, (सामान्यत: मास मीडियाद्वारे) वास्तविकतेच्या विस्तृत प्रतिनिधित्वाची इमारत बनवते, त्यांना सामाजिक रचना म्हणून संबोधले जाते. प्रचलित पॅराडाइमच्या समालोचनाचे अनेक भाग आहेत आणि त्यापुढील विविध आवाजांमधून तयार केलेले एक संमिश्र चित्र आहे जे नेहमी सहमत नसते. हे सर्व शक्तिशाली माध्यमांच्या कल्पनेला दुर्बल बनवते.

हायपोडर्मिक सिरिंज किंवा 'मॅजिक बुलेट' ज्याचा नेहमीच अपेक्षित परिणाम होईल अशा माध्यमांच्या सुरुवातीच्या कल्पना अल्पावधीतच अपुरी असल्याचे दाखवण्यात आले. अनेक दशकांपासून हे स्पष्ट झाले आहे की मास मीडियावर एकदा श्रेय दिल्यावर त्यांचे थेट परिणाम होत नाहीत. सर्वसाधारणपणे, 'पर्यायी प्रतिमान' समाजाच्या एका वेगळ्या दृष्टीकोनावर आधारित आहे, जो सध्याच्या उदारमतवादी-भांडवलशाही व्यवस्थेला न्याय्य, अपरिहार्य किंवा मानवतेच्या पतन अवस्थेत ज्याची आकांक्षा बाळगू शकते ती स्वीकारत नाही. ते सामाजिक जीवनातील तर्कसंगत-गणनात्मक, उपयुक्ततावादी प्रतिमान तसेच माध्यम चालवण्याचा एकमेव किंवा सर्वोत्तम मार्ग म्हणून हे व्यावसायिक मॉडेल नाकारते.

एक पर्यायी तत्वज्ञान आहे जे आदर्शवादी आणि कधीकधी युटोपियन देखील आहे, परंतु आदर्श समाजव्यवस्थेचे कोणतेही कार्य केलेले मॉडेल नाही. मीडिया सामग्रीमध्ये समाविष्ट असलेले निश्चित अर्थ असे आहेत ज्याने अंदाज लावता येण्याजोगा आणि निरीक्षण करण्यायोग्य प्रभाव पाडला आहे. त्याऐवजी, आपण सामाजिक परिस्थिती आणि प्राप्तकर्त्यांच्या हिताच्या प्रकाशात डिकोड करण्याचे संकेत आणि रचना करण्याचा अर्थ विचारात घेतला पाहिजे. दुसरे, मास मीडिया संस्था आणि संरचनांचे आर्थिक आणि राजकीय स्वरूप राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावर पुन्हा तपासले गेले पाहिजे.

जसजसा चिकित्सक नमुना विकसित झाला आहे, तसतसे ते स्पष्टीकरण कामगार-वर्गाच्या दडपशाहीवर लक्ष केंद्रित करण्यापासून विविध प्रकारच्या दडपशाही, विशेषत: तरुण, पर्यायी उपसंस्कृती, लिंग आणि वांशिकतेच्या व्यापक आकलनाकडे वळले आहे. तिसरे, हे बदल अधिक "गुणात्मक" अभ्यासाकडे वळण्याशी संबंधित आहेत, मग ते संस्कृती, प्रवचन किंवा मास मीडियाच्या वापराच्या एथनोग्राफीच्या क्षेत्रात असो. याला वारंवार 'भाषिक वळण' म्हणून संबोधले जाते कारण ते भाषा आणि समाज यांच्यातील नातेसंबंध तपासण्यात पुनरुज्जीवित स्वारस्य प्रतिबिंबित करते तसेच वास्तविकतेची प्रतीकात्मक मध्यस्थी खरोखरच वास्तविकतेपेक्षा संशोधनासाठी अधिक महत्त्वपूर्ण आणि उपलब्ध आहे असा विश्वास दर्शविते. नमुना विकसित झाला.

३.३ सारांश

मागील युनिटमध्ये, आपण मास मीडियाच्या दृष्टीकोनांच्या संदर्भात विविध विचारसरणींचे परीक्षण केले. कार्यवादी, चिकित्सक, राजकीय अर्थव्यवस्था आणि सामाजिक रचनावादाच्या दृष्टीकोनातून केलेल्या ह्या परीक्षणानंतर हे आता अगदी स्पष्ट झाले आहे की मास मीडिया समाज आणि त्याच्या विषयांप्रती आपली विविध कार्ये कशी करतो. हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की मीडिया हे एक महत्त्वाचे कार्य बजावते आणि ते केवळ मनोरंजनाचे स्त्रोत नसून समाजासाठी प्रदान केलेल्या "इन्फोटेनमेंट" चा एक कायदेशीर स्त्रोत आहे, ते नैतिकदृष्ट्या कार्य करते.

३.४ प्रश्न

- मीडियावरील कार्यवादी/ चिकित्सक/ राजकीय अर्थव्यवस्था आणि सामाजिक रचनावादाचे दृष्टीकोन स्पष्ट करा.
- वर नमूद केलेल्या कोणत्याही दृष्टीकोनांवर संक्षिप्त टिपा लिहा.

३.५ संदर्भ

- Escote, Alixander (April 2008). *Limited Effects Theory.* http://www.socyberty.com/Sociology/Limited-Effects-Theory.112098
- CliffsNotes.com (July 2008). *The Role and Influence of Mass Media.* http://www.cliffsnotes.com/WileyCDA/CliffsReviewTopic/topicArticleId-26957
- Media and Society : A Critical Perspective, Third Edition ARTHUR ASA BERGER
- Media Images and the Social Construction of Reality William A. Gamson, David Croteau, William Hoynes and Theodore Sasson

❖❖❖❖

४

सामाजिक बदल आणि विकास

घटक रचना

४.० उद्दिष्टे

४.१ प्रस्तावना

४.२ जनसंचार माध्यमाचे सिद्धांत

४.२.१ विकास संप्रेषण सिद्धांत

४.२.२ सामाजिक शिक्षण सिद्धांत

४.२.३ सामाजिक विपणन सिद्धांत

४.३ जनसंचार माध्यमाची कार्ये

४.४ जनसंचार माध्यमाचे बिघडलेले कार्य

४.५ समाजावर जनसंचार माध्यमाचा प्रभाव

४.६ निष्कर्ष

४.७ सारांश

४.८ प्रश्न

४.९ संदर्भ

४.० उद्दिष्टे

- सामाजिक बदलामध्ये जनसंचार माध्यमाची भूमिका तपासणे.
- विविध सिद्धांतांच्या दृष्टीद्वारे जनसंचार माध्यमाचे विश्लेषण करणे आणि परिणामांचे गंभीर मूल्यांकन करणे.

४.१ प्रस्तावना

जनसंवादाच्या उद्देशाने जनसंचार माध्यमाची निर्मिती केली जाते. ही माहिती एका स्त्रोताद्वारे दिली जाते जी सार्वजनिक वापरासाठी आहे. दर्शकांचे मनोरंजन करणे आणि त्यांना आकर्षित करणे हे त्याचे उद्दिष्ट असले तरी ते सामाजिक आणि राजकीय संदेश प्रसारित करण्याचे एक साधन बनते. हे दर्शकांच्या धारणा कार्यन्वित करते आणि त्यांच्या

दैनंदिन जीवनात घेतलेल्या निर्णयांना आकार देते. कोणती उत्पादने विकत घ्यावीत याविषयीच नव्हे तर इष्ट आणि अनिष्ट काय आहे याविषयी लोकांच्या सामान्य दृष्टीकोनाचा प्रचार करणाऱ्या माहितीचा भडिमार व्यक्तीवर केला जातो. मोठ्या लोकसंख्येपर्यंत पोहोचण्याच्या क्षमतेमुळे जनसंचार माध्यम हे सामाजिक बदलामध्ये एक प्रभावी उत्प्रेरक ठरू शकते.

वृत्तपत्रे, मासिके, होर्डिंग, टेलिव्हिजन, रेडिओ, चित्रपट, व्हिडिओ गेम्स, समाज माध्यमे इ. सारख्या विविध माध्यमांमध्ये संवाद साधण्याचे माध्यम समाविष्ट केले जाऊ शकते. लोक आठवड्यातून सरासरी 25 तास टेलिव्हिजन पाहण्यात घालवतात आणि त्याव्यतिरिक्त वेळ काढतात. रेडिओ ऐकणे, सिनेमा पाहणे, वर्तमानपत्र आणि मासिके वाचणे किंवा समाज माध्यमा द्वारे ब्राउझ करणे इ. एकीकडे, ही अशी माध्यमे आहेत ज्यात व्यक्ती सक्रियपणे गुंतलेली असते; बिलबोर्ड आणि जाहिराती सारख्या इतर, संदेशांना प्रेरक प्रतिमा किंवा लहान व्हिडिओंच्या रूपात सूक्ष्मपणे प्रसारित केल्या जातात. प्रसारमाध्यमांचे परिणाम अनेकदा आव्हानात्मक असतात आणि त्यांचे उद्दिष्ट भोळसट प्रेक्षकांना लक्ष्य करणे असते.

४.२ जनसंचार माध्यमाचे सिद्धांत

गेल्या काही वर्षांमध्ये, समाजशास्त्रज्ञ जनसंचार माध्यमाच्या प्रभावाचे विश्लेषण करत आहेत आणि या विषयाला संबोधित करण्यासाठी अनेक सिद्धांत जसे की: मानक, सामाजिक-वैज्ञानिक आणि गंभीर संप्रेषण सिद्धांत त्यांनी मांडले आहेत. पूर्वी, प्रसारमाध्यमांचा व्यक्तीच्या वर्तनाच्या सर्व पैलूंवर आणि त्यामुळे समाजावर थेट प्रभाव पडतो असे मानले जात असे.

४.२.१ विकास संप्रेषण सिद्धांत

'विकास संप्रेषण सिद्धांत' हे राष्ट्राच्या विकासासाठी किंवा कोणत्याही गुप्त हेतूशिवाय सामग्रीमध्ये प्रवेश करणाऱ्या लोकांना मदत करण्यासाठी माध्यमांचा वापर करण्याच्या कल्पनेचे मूळ आहे. हे फेरफार न करता संवाद साधण्याचा प्रयत्न करते आणि अस्सल प्रतिसाद प्रेरीत करते. डॅनियल लर्नरचे 'द पासिंग ऑफ ट्रॅडिशनल सोसायटी' (1958) आणि विल्बर श्रॅमचे 'मास मीडिया आणि नॅशनल डेव्हलपमेंट' हे या विषयावरील अग्रगण्य ग्रंथ होत. हा सिद्धांत सामाजिक बदलासाठी वैज्ञानिकदृष्ट्या आकर्षक केलेल्या सामग्रीचा वापर करतो. या सिद्धांताचा विकास या कल्पनेवर आधारित आहे की तिसऱ्या जगातील देश प्रथम जगातील देशांचे अनुसरण करू इच्छितात आणि त्यांच्या तंत्रज्ञानाच्या संदर्भात त्यांच्या राजकीय प्रणाली, अवजड उद्योग, भांडवली तंत्रज्ञान इत्यादींच्या संदर्भात त्यांच्या विकासाशी जुळवून घेतात. विकास पाश्चात्यीकरणाशी जोडला गेला आहे आणि विकसनशील देशांच्या आधुनिकीकरणाशी सतत तुलना केली गेली आहे.

विकासाची व्याख्या बदलत चालली आहे याचे कारण असे दिसून येते की, पहिल्या जगातील महामंडळे विकसनशील राष्ट्रांना आवश्यक तांत्रिक उपकरणे आणि माहिती पुरवत असताना, त्यांचा फायदा घेण्यासाठी विकसनशील देशांच्या संस्कृतीवर नियंत्रण ठेवण्यासाठी सामाजिक अभियांत्रिकी संदेश आणि प्रचारासाठी त्यांची देवाणघेवाण देखील करत आहेत. या प्रणालीवर सांस्कृतिक साम्राज्यवाद आणि माध्यमांच्या वापराद्वारे

वसाहतवाद्यांचे गौरव केल्याबद्दल टीका केली जाते. या संदर्भात, सर्व माध्यमांद्वारे प्रसारित केलेल्या पाश्चात्य वारशाच्या श्रेष्ठतेची प्रथा ओळखण्यासाठी एव्हरेट रॉजर्सने 1978 मध्ये 'प्रबळ नमुना' हा शब्द तयार केला होता. ज्याच्यात उत्तर अमेरिका आणि पश्चिम युरोपमधील औद्योगिक क्रांतीचा वारसा समाविष्ट आहे; लॅटिन अमेरिका, मध्य पूर्व, आफ्रिका आणि आशिया या विकसनशील जगात वसाहतवाद; भांडवलशाही; आणि अमेरिकन सामाजिक विज्ञानाची परिमाणात्मक परंपरा हीदेखील यात अभ्यासली गेली होती.

या सिद्धांतावर 1978 मध्ये रॉजर्स एव्हरेट यांनी अदूरदर्शीपणासाठी टीका केली होती. त्यांनी असा युक्तिवाद केला की प्रबळ प्रतिमान तिसऱ्या जगात तंत्रज्ञानाच्या समस्या सोडवण्यावर अवलंबून आहे. दुसरीकडे, अमेरिकन सोशल सायन्स रिसर्चने दिलेल्या अभ्यासावरील अवलंबित्वामुळे राहणीमानाचा दर्जा समजून घेण्यासाठी इतर क्षेत्रांचे मूल्यांकन करण्याऐवजी विकसनशील देशांना किमान संख्येपर्यंत कमी केले. पूर्वी गृहीत धरल्या गेलेल्या पेक्षा जनसंचार माध्यमाकडे माहिती बऱ्यापैकी मर्यादित आणि अप्रत्यक्ष पोहोचत आहे हे समजून घेतल्यावर, रॉजर्सने विकासाची पुनर्व्याख्या "समाजातील सामाजिक बदलाची व्यापक सहभागी प्रक्रिया, बहुसंख्य लोकांसाठी सामाजिक आणि भौतिक प्रगती घडवून आणण्याच्या उद्देशाने केली आहे" अशी केली.

नंतर, रॉबर्ट हॉर्निक यांनी 'जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन' मध्ये प्रकाशित केलेल्या त्यांच्या लेखात सर्व संबंधित माहितीचे पुनर्मूल्यांकन केले आणि तीन प्रश्न विचारले. पहिला विकास प्रक्रियेत संप्रेषणाद्वारे निभावल्या जाणाऱ्या भूमिकेबद्दल, दुसरा संप्रेषण प्रकल्प यशस्वी किंवा अयशस्वी बनवणाऱ्या परिस्थितीबद्दल आणि तिसरा विकास संप्रेषणातील विशिष्ट अनुप्रयोगांबद्दल होता. हॉर्निकने अनेक विकसनशील राष्ट्रांमधील विकास प्रकल्पांची उदाहरणे दिली ज्यामुळे ते विवेचन भौगोलिकदृष्ट्या वैविध्यपूर्ण बनले. विविध सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरणात विकास प्रकल्प एकतर कसे कार्य करतात किंवा बिघडतात हे अधोरेखित केलेले आहे. त्याच वेळी, हॉर्निकला असे आढळले की संप्रेषणाने सामाजिक बदलासाठी उत्प्रेरक, संयोजक, प्रेरक आणि समानता निर्मिक म्हणून काम केले. याला पूरक म्हणून, हे ओळखले गेले की विकासाचे धोरण हे संसाधने आणि पर्यावरणात बदल करण्याच्या धोरणाइतकेच प्रभावी होते.

४.२.२ सामाजिक शिक्षण सिद्धांत

लोक निरीक्षणातून शिकली गेलेली मूलभूत परंतु शक्तिशाली कल्पना सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांना चालना देते. ही धारणा वर्षानुवर्षे सामान्य ज्ञान म्हणून स्वीकारली गेली आहे आणि ती शिक्षण आणि प्रशिक्षण यासारख्या क्षेत्रात वापरली जात आहे.जनसंचार माध्यमावर लागू केल्यावर, हा आधार अधिक समस्याप्रधान आणि सत्यापित करणे कठीण बनते, कारण माध्यमातील विद्वान लोक माध्यमांकडून कोणती वर्तणूक शिकतात, कोणत्या प्रमाणात आणि कोणत्या परिस्थितीत शिकतात यावर सहमती होऊ शकत नाही. अशी काही उदाहरणे आहेत जिथे प्रेक्षक, विशेषत: तरुण, टेलिव्हिजन शो किंवा चित्रपटातील परिस्थितीची अगदी जवळून नक्कल करतात. अनुकरणाच्या सर्वात संबंधित प्रकारांपैकी एक म्हणजे 'कॉपीकॅट गुन्हा' जिथे हा काल्पनिक गुन्हा वास्तविक जीवनात तत्सम घटनांचे

अनुकरण करण्यास प्रेरित करतो. दुसरीकडे, बहुसंख्य लोक, त्यांना टेलिव्हिजनवर भेटलेल्या चित्रांची आणि कृतींची निवडकपणे प्रतिकृती बनवू इच्छितात.

सामाजिक मानसशास्त्रज्ञ अल्बर्ट बांडुरा यांनी त्यांच्या 'सायकॉलॉजिकल मॉडेलिंग: कॉन्फ्लिक्टिंग थिअरी' (1971) या पुस्तकात समाजातून मिळवलेल्या चित्रांवर लोक त्यांचे वर्तन कसे अनुकरणशील करतात याचा अप्रत्यक्ष आणि जटिल दृष्टिकोनासाठी युक्तिवाद केला. मानवांना कृती आणि वर्तनाची प्रतिकात्मक चित्रे मिळतात, जी ते स्वीकारतात आणि नंतर त्यांच्या स्वत: च्या वर्तनास प्रेरित करण्यासाठी वापरतात. बांडुरा सामाजिक शिक्षण प्राप्त करण्याच्या पद्धतींचे तीन प्रकारांमध्ये वर्गीकरण करतात: निरीक्षणात्मक शिक्षण, प्रतिबंधात्मक प्रभाव आणि अप्रतिबंधात्मक प्रभाव.

1. **निरीक्षणात्मक शिक्षण** - हा सामाजिक शिक्षणाचा सर्वात सरळ प्रकार आहे. हे या कल्पनेवर आधारित आहे की लोक एखाद्या वर्तनाला साक्षी ठेवून कसे करावे हे शिकू शकतात. उदाहरणार्थ, प्रशिक्षणार्थी ची उत्पत्ती मुख्यतः व्यावसायिक प्रशिक्षणातील निरीक्षणात्मक शिक्षणावर आधारित आहे. मास्तरांना काम करताना पाहून पुढील शिकाऊ उमेदवार शिकत जातात.

2. **प्रतिबंधात्मक प्रभाव-** हे या कल्पनेवर कार्य करते की जर एखाद्या व्यक्तीला एखाद्या विशिष्ट प्रकारे वागण्यासाठी शिक्षा होत असल्याचे पाहिले तर ती व्यक्ती अशा प्रकारे वागू नये हे शिकेल. दुसऱ्या शब्दांत, प्रतिबंधात्मक प्रभावांमुळे लोक शिक्षेशी संबंधित वर्तन टाळतात.

3. **अप्रतिबंधात्मक प्रभाव** - जेव्हा अप्रतिबंधात्मक प्रभावांचा विचार केला जातो, तेव्हा उलट हे सत्य आहे.

एखाद्याला विध्वंसक कृतीसाठी बक्षीस मिळाल्यास, इतर त्याचे अनुसरण करतील अशी शक्यता आहे. म्हणूनच काही टेलिव्हिजन समीक्षक हिंसाचाराचे गौरव करणारे आणि ते करणाऱ्यांना शिक्षा न करणाऱ्या शोमुळे विशेषतः नाराज झाले आहेत. सामाजिक शिक्षण ही प्रत्यक्ष अनुकरणाची अंध प्रक्रिया नसून निरीक्षण आणि प्रतिसाद या दोहोंवर असंख्य प्रभाव पडतात हे मान्य केल्यामुळे, सामाजिक शिक्षण सिद्धांताचा प्रसार माध्यमांद्वारे सामाजिक बदल घडवून आणण्याच्या प्रयत्नांवर त्यांचा कायमस्वरूपी प्रभाव पडला आहे.

४.२.३ सामाजिक विपणन सिद्धांत

1971 मध्ये, फिलिप कोटलर आणि गेराल्ड झाल्टमन यांनी जर्नल ऑफ मार्केटिंगमध्ये प्रकाशित केलेल्या पेपरमध्ये "सोशल मार्केटिंग थिअरी" हा शब्द सादर केला. लेखकांनी सामाजिक समस्यांचे निराकरण करण्यासाठी ग्राहक विपणन धोरणांचा वापर करण्यासाठी युक्तिवाद केला आणि त्यांच्या दृष्टिकोनासाठी वैचारिक आधार सादर केला. लोकांना इतरांपेक्षा काही गोष्टी विकत घेण्यास जास्त प्रवृत्त करण्यात मार्केटिंग इतके यशस्वी ठरले आहे की, त्याच रणनीती लोकांना विशिष्ट आचरणाचा अवलंब करण्यास प्रवृत्त करण्यासाठी उपयुक्त ठरल्या पाहिजेत ज्यामुळे शारीरिक आणि मानसिक आरोग्य सुधारेल आणि शेवटी व्यापक सामाजिक बदल होईल. सामाजिक विपणन सिद्धांत हा एक आंतरविद्याशाखीय प्रयत्न आहे ज्यासाठी अनेक पारंपारिक क्षेत्रातील संशोधकांच्या सहकार्याची आवश्यकता आहे.

सोशल मार्केटिंग उपक्रमांमध्ये एकाच वेळी दोन प्रेक्षकांना लक्ष्य केले जाते. वर्तणुकीतील बदलांमुळे सामाजिक समस्या उद्भवतात हे लक्षात घेऊन, सामाजिक विपणन धोरणे व्यक्ती आणि गटांवर लक्ष केंद्रित करतात ज्यांना त्यांचे वर्तन बदलल्याने फायदा होईल. दुसरे, सामाजिक समस्यांची सामाजिक-आर्थिक मुळे असल्यामुळे, सामाजिक विपणन उपक्रम धोरणकर्त्यांना धोरणात्मक बदल घडवून आणण्याचे अधिकार देतात ज्यामुळे सामाजिक विपणन मोहिमा यशस्वी होण्याची शक्यता वाढते.

तीन संकल्पना सामाजिक विपणन प्रयत्नांच्या संघटनेला मार्गदर्शन करतात. प्रथम, मोहीम यशस्वी होण्यासाठी ती ग्राहकाभिमुख असणे आवश्यक आहे. याचा अर्थ असा होतो की लक्ष्यित प्रेक्षकांना सामाजिक परिवर्तनाच्या प्रक्रियेत सक्रिय सहभागी मानले जाते. दुसरे, मोहीम आयोजक आणि लक्ष्यित प्रेक्षक यांच्यातील मूल्ये आणि विचारांच्या सामाजिक देवाणघेवाणीवर ती बांधली गेली पाहिजे. ही चर्चा सोशल मार्केटिंगमधील ऐच्छिक वर्तनाच्या महत्त्वपूर्ण संकल्पनेवर केंद्रित आहे. तिसरे म्हणजे मोहिमांमध्ये दीर्घकालीन धोरण असावे जे तात्काळ आणि अल्प-मुदतीच्या यश निर्देशकांच्या पलीकडे विस्तारित असेल. देखरेख, अभिप्राय आणि मूल्यमापन यंत्रणा यात समाविष्ट केली पाहिजे. त्याच्या अंतर्निहित भांडवलशाहीच्या आधारे, सामाजिक बदलासाठी ग्राहक दृष्टिकोनाला प्रोत्साहन देण्यासाठी सामाजिक विपणनावर टीका केली गेली आहे. असे असले तरी, सकारात्मक सामाजिक बदल निर्माण करण्यासाठी आणि टिकवून ठेवण्यासाठी सामाजिक विपणन ही एक पसंतीची पद्धत म्हणून उदयास आली आहे.

४.३ जनसंचार माध्यमाची कार्ये

जनसंचार माध्यमाची कार्ये खालीलप्रमाणे आहेत:

1. **माहिती:** आपल्या जवळच्या वातावरणाबद्दल आणि संपूर्ण जगाविषयी माहितीचे सतत प्रसारण होत असते. रहदारीचा खोळंबा अनेकदा रेडिओ चॅनेलद्वारे नोंदवला जातो, टीव्ही अहवालांद्वारे हवामानासाठी कार्यक्रम तयार केले जातात आणि शेअर बाजार आणि राजकीय पक्षांमधील शत्रुत्व यांसारख्या विषयांबद्दलच्या इतर बातम्या ही असतात. जे वैयक्तिकरित्या आपल्यावर परिणाम करू शकतात.

2. **करमणूक:** प्रसारमाध्यमे दैनंदिन जीवनातून आणि त्यातील आव्हानांपासून सुटका देतात. यात दर्शकाला एका पर्यायी वास्तवात विसर्जित करण्याची क्षमता आहे जी वास्तविक जगाच्या त्रासांपासून मुक्त असते. हे व्यक्तींना पुनरुज्जीवित होण्यासाठी एक संक्षिप्त परंतु तात्पुरता आराम देते.

3. **सहसंबंध:** माध्यम हे संदर्भाद्वारे प्रदान केलेल्या माहितीचे आकलन करण्यास अनुमती देते. हे सामाजिक नियमांचे पालन करण्यास मदत करते; मुलांचे सामाजिकीकरण करताना; आणि घटनांचा अर्थ लावण्यासाठी एक चौकट प्रदान करण्याचे देखील त्याचे उद्दिष्ट आहे.

4. **समीपता:** यात दोन समाजांमधील अंतर कमी करण्याची क्षमता आहे. तंत्रज्ञानामुळे जगात कोठेही कोणीही एकाच वेळी अनेक माध्यमांमध्ये प्रवेश करू शकतो. उदाहरणार्थ,

एखादा थेट स्पोर्ट्स मॅच पाहतो तेव्हा, मॅच खेळल्या जात असलेल्या स्टेडियममधील गर्दीचा एक भाग असल्याचा त्याला भास होतो.

5. **सातत्य:** प्रसारमाध्यमांमध्ये प्रबळ संस्कृती आणि समान मूल्ये ठामपणे मांडण्याची क्षमता असते. हे उदयोन्मुख सामाजिक घडामोडींना दृश्यमान करते आणि समाजाचा पहारेकरी म्हणून भूमिका बजावते.

6. **ग्राहक वर्तणूक:** जाहिरातींचा वापर कंपन्यांनी देऊ केलेल्या उत्पादनांची आणि सेवांबद्दल लोकांना माहिती देण्यासाठी एक साधन म्हणून केला जातो. त्यांच्याकडे त्यांच्या जाहिरातींच्या सौंदर्यात्मक किंवा भावनिक आवाहनासह ग्राहकांच्या निर्णयांवर प्रभाव टाकण्याची क्षमता आहे. विविध व्यासपीठांद्वारे उत्कृष्ट प्रत दृश्यमानता सहसा उत्कृष्ट प्रत पोचपावती आणि निष्ठा मध्ये रुपांतरीत करते, आणि त्यांची उपस्थिती कंपनीसाठी मोठ्या नफ्यात रूपांतरित करते.

7. **एकत्रीकरण:** जेव्हा समाजाचे वर्तन निर्देशित करण्याची गरज असते तेव्हा लोकसंख्येचे एकत्रीकरण होऊ शकते. याचा उपयोग युद्धासाठी जनतेला एकत्र आणण्यासाठी, काही नैतिक मूल्यांना प्रोत्साहन देण्यासाठी किंवा निवडणुकीच्या काळात विशिष्ट राजकीय निर्णय घेण्यासाठी केला जाऊ शकतो. हे सार्वजनिक मोहिमेद्वारे अगदी थेट केले जाऊ शकते किंवा ते टीव्ही मालिका किंवा चित्रपटांसाठी नैतिक शेवट असलेल्या अचेतन संदेशाद्वारे देखील केले जाऊ शकते.

४.४ जनसंचार माध्यमांचे बिघडलेले कार्य

1. **सत्यता:** प्रसारित केलेल्या माहितीच्या सत्यतेशी सहसा तडजोड केली जाते कारण चॅनेलला मोठ्या कॉर्पोरेट एजन्सी आणि राजकीय पक्षांकडून निधी दिला जातो जे या माध्यमांचा त्यांच्या स्वत: च्या उद्दिष्टां साठी वापर करतात. सामग्रीवरील या मक्तेदारीमुळे सशुल्क बातम्या.साठी वास्तविक आणि महत्त्वाच्या माहितीचा त्याग झालेला आढळतो.

2. **असभ्यता:** जनसंचार माध्यमाकडे सर्जनशीलतेला धोका निर्माण करणारे आणि क्षीण करणारे आणि सांस्कृतिक उत्पादनांचे प्रमाण कमी करणारे दलाल म्हणून पाहिले जाऊ शकते. म्हणून, संस्कृतीची विशिष्ट वैशिष्ट्ये सामान्यीकृत आणि टाइपकास्ट करणाऱ्या प्रवाहामध्ये स्थानिक भाषा आणि स्थानिक पैलू सहसा धोक्यात असतात. उदा. लोकप्रिय सिनेमा आणि गाण्यांमधून देशी भाषा आणि लोकगीतांचे असभ्यीकरण.

3. **सनसनाटी:** बनावट किंवा बनावट माहितीचे उत्पादन सामान्यतः T.R.P वाढवण्यासाठी केले जाते. (टेलिव्हिजन रेटिंग पॉइंट) प्रेक्षकांना आकर्षित करण्यासाठी सादर केलेल्या सामग्रीला सनसनाटी बनवली जाते. हा पॅटर्न सर्व प्रसारमाध्यमांवर दिसतो, पण तिथे जास्त जिथे विशेषत: ज्या वृत्तवाहिन्या वारंवार हिंसाचार दाखवतात किंवा मनोरंजनाच्या नावाखाली 'रिॲलिटी' शोचे स्क्रिप्टिंग करतात. पत्रकारिता महत्त्वाच्या बातम्या देण्यावर कमी लक्ष केंद्रित करते आणि सेलिब्रिटी संस्कृती आणि गप्पाटप्पा टिकवून ठेवण्यावर लक्ष केंद्रित करते.

4. **अति-वास्तव::** अति-वास्तव: हे अतिशयोक्तीपूर्ण परंतु अत्यंत आकर्षक आणि वास्तववादी तपशीलवार जगाचे प्रतिनिधित्व करते. हे नक्कल आणि वास्तव यांच्यातील सीमारेषा अस्पष्ट करते कारण त्यामुळे त्यात स्वतःला विसर्जित करणे सोपे होते. हे खरे वाटते पण वास्तवापासून दूर असते. समाजशास्त्रज्ञ जॉन थॉम्पसन यांनी सामाजिक परस्परसंवादाच्या मर्यादित आणि संकुचित स्वरूपाचा संदर्भ देत 'मध्यस्थ-अर्धसंवाद' ही संकल्पना मांडली. उदा. व्हिडिओ किंवा चॅट संदेश जे सामाजिक परस्परसंवादामध्ये गुंतवून ठेवतात आणि तशी परवानगी देतात परंतु त्यावेळी त्या व्यक्तीला वैयक्तिकरित्या किंवा सर्वसमावेशकपणे जाणून घेणे आवश्यक नसते.

5. **व्यसनाधीनता:** सावधगिरी न बाळगता जनसंचार माध्यमामध्ये बराच वेळ घालवण्यामुळे देखील प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्षपणे व्यसन होऊ शकते.

6. **सुरक्षितता:** बनावट ओळख आणि प्रोफाइल तयार करणे, वैयक्तिक माहिती फोडणे करणे किंवा विकणे, संमतीविना विकणे, खोट्या व्यवसायासाठी डीप वेबवर प्रवेश करणे इत्यादींसह सायबर गुन्ह्यांची संख्या वाढत आहे. काही वेळा बनावट माध्यमातून राष्ट्रवादाच्या रूपात द्वेष सहज पसरतो. ज्यामुळे प्रदर्शित केलेल्या सामग्रीचा मानसिक आरोग्यावर परिणाम होऊ शकतो (उदा. दररोज दुःखद बातम्या पाहणे, ज्यामुळे नैराश्य येते) आणि व्यक्तींचे निर्णय घेण्याचे कौशल्य, विशेषत: ज्यांना त्यांच्यासमोर सादर केलेल्या सामग्रीवर टीका करण्याची क्षमता नाही (उदा. मुले सुपरहिरो चित्रपट पाहतात आणि त्या स्टंटचे अनुकरण करतात).

४.५ समाजावर जनसंचार माध्यमाचा प्रभाव

तांत्रिक प्रगतीमुळे हिंसक मनोरंजन अधिक प्रमाणात उपलब्ध झाले आहे. परिणाम आहे दर्शकांसाठी आर्थिक शत्रुत्व, विशेषतः तरुण दर्शकांनी हिंसक माध्यम प्रतिमांवर लक्ष केंद्रित केले आहे. अमेरिकन घरांमध्ये टेलिव्हिजन दाखल झाल्यानंतर काही काळानंतर हिंसक गुन्ह्यांमध्ये लक्षणीय वाढ झाली. काही अभ्यासक आणि निरीक्षकांचा असा विश्वास आहे की या दोघांमध्ये एक दुवा आहे. सामाजिक शिक्षण सिद्धांत अनुकरण प्रक्रियेवर जोर देतो. आक्रमकता हे सामान्यत: इतर व्यक्तीला हानी पोहोचवण्याचा हेतू असलेल्या कोणत्याही व्यक्तीचे वर्तन म्हणून वर्णन केले जाते. ही आक्रमकता विशेषतः हिंसाचाराकडे सतत पाहण्याच्या संदर्भात ज्या व्यक्तीवर हे कृत्य केले जात आहे त्या व्यक्तीला दुखापत करण्याचा हेतू असू शकतो किंवा नसू शकतो.

माध्यम पात्रांच्या भावनिक अनुभवांचे निरीक्षण करून मुले अनेक भावनांची उत्पत्ती आणि कारणे जाणून घेऊ शकतात आणि त्यांना वारंवार त्यांच्याबद्दल सहानुभूती वाटते. मुलांच्या भावनिक कौशल्य विकासावर माध्यम उदासीनतेच्या दीर्घकालीन प्रभावावर कोणताही अभ्यास नसला तरी, मुलांच्या चिंतांमध्ये ते योगदान देऊ शकते याचे भरपूर पुरावे आहेत. काल्पनिक आणि बातम्या दोन्ही दूरदर्शन तरुणांमध्ये दीर्घकालीन भावनिक तणाव निर्माण करू शकतात.

माध्यमांमध्ये शरीराचे लैंगिकीकरण प्रभावशाली तरुण मनावर परिणाम करू शकते. व्हिडीओ गेम्स, चित्रपट, टीव्ही आणि गाण्यांच्या चित्रणांमध्ये महिलांच्या शरीराचे

अनावश्यक लैंगिकीकरण करून मुलांना प्रौढ होण्यास प्रवृत्त केले जाते. या अवास्तविक प्रतिनिधित्वामुळे तरुण प्रौढांमध्ये शरीराच्या विकृतीमध्ये वाढ झाली आहे आणि सौंदर्याच्या मुख्य प्रवाहाच्या मानकांची पूर्तता करण्यासाठी प्लास्टिक सर्जरी नेहमीपेक्षा अधिक सामान्य होत आहेत. आपण आरसा वापरतो आणि कधीकधी लैंगिकतेला बळकटी देणारी माध्यमे देखील वापरतो. नम्र, अविचारी, भावनिक, आश्रित, कमकुवत, ग्रहणक्षम, भित्रा आणि लैंगिक वस्तू यांसारख्या स्त्रियांसाठीचे स्टिरियोटाइप चित्रपट, टेलिव्हिजन आणि अगदी लहान मुलांच्या सामग्रीमध्ये त्यांचे स्थान शोधतात. दुसरीकडे, पुरुषांना वर्चस्ववादी, तर्कसंगत, हुशार, शूर आणि लैंगिक आक्रमक म्हणून दाखविणे हे प्रेक्षकांना समाजातील त्यांच्या स्वतःच्या भूमिकेबद्दल एक विकृत कल्पना देते. हे चित्रण केवळ टेलिव्हिजनमध्येच नाही तर लोकसंख्येद्वारे मोठ्या प्रमाणावर वापर केलेल्या पॉर्नमध्ये देखील आढळते.

इतर प्रभावांमध्ये भीती किंवा घृणा निर्माण होणे, बहुविध कामांमुळे लक्ष कमी होणे, सत्य आणि कल्पनापूरक यांच्यात वेगळे होणे आणि चुकीचे रोल मॉडेल यांचा समावेश होतो. सावधगिरी न बाळगता माध्यमांचा वापर केल्याने भावनिक प्रतिसाद कमी होणे, उदासीनता वाढणे आणि अगदी नैराश्य येण्याची समस्या उद्भवू शकते. वजन कमी करण्याच्या जाहिरातींच्या दाव्यांमुळे नियमित आहारासाठी एनर्जी ड्रिंक्स, ज्यूस, ग्रीन टी किंवा तृणधान्ये यासारख्या फॅड आहाराचा शारीरिक आरोग्यावर होणारा प्रभाव देखील हे स्पष्ट करू शकते.

४.६ निष्कर्ष

रेडिओ, दूरदर्शन, लोकप्रिय संगीत आणि इंटरनेट ही सर्वात शक्तिशाली मन वळवण्याची साधने आहेत. ही माध्यमे प्रचंड प्रभावशाली आहेत आणि त्यांच्यात विधायक सामाजिक बदलाची भरपूर क्षमता आहे. रचनात्मक सामाजिक बदल साध्य करण्याच्या उद्देशाने लोकांशी ग्राहक किंवा नागरिक म्हणून वागणे यामधील रेषा काढणे समजणे कठीण आहे. माध्यम आणि सामाजिक बदलाच्या सिद्धांतांमध्ये भरपूर क्षमता आहेत, परंतु त्यांच्यामध्ये खूप कमतरता देखील आहेत. सामाजिक बदलाच्या आधीच्या प्रतिमानाच्या च्या पलीकडे जाण्यासाठी, संशोधनाने सामाजिक बदलासाठी माध्यमांच्या वापरामध्ये अधिक परस्परसंवाद, पारदर्शकता आणि संदर्भ संवेदनशीलता वाढवली आहे. जरी मीडियाचा प्रभाव अप्रत्यक्षरित्या शोधून काढणे, मोजणे आणि समजणे कठीण आहे, तरीही लोकांच्या जीवनाची गुणवत्ता सुधारण्यासाठी चालू असलेल्या प्रयत्नांमध्ये वापरण्यासाठी मीडिया हे एक महत्त्वपूर्ण साधन आहे.

४.७ सारांश

मोठ्या लोकसंख्येपर्यंत पोहोचण्याच्या क्षमतेमुळे जनसंचार माध्यम हे सामाजिक बदलामध्ये एक प्रभावी उत्प्रेरक ठरू शकते.

गेल्या काही वर्षांपासून, समाजशास्त्रज्ञजनसंचार माध्यमाच्या प्रभावाचे विश्लेषण करत आहेत आणि त्यांनी या विषयाला संबोधित करण्यासाठी अनेक मानक, सामाजिक-वैज्ञानिक आणि गंभीर संप्रेषण सिद्धांत मांडले आहेत.

विकास संप्रेषण सिद्धांत हे राष्ट्राच्या विकासासाठी किंवा कोणत्याही गुप्त हेतूशिवाय सामग्रीमध्ये प्रवेश करणाऱ्या लोकांना मदत करण्यासाठी माध्यमांचा वापर करण्याच्या कल्पनेचे मूळ आहे.

लोक निरीक्षणातून शिकली गेलेली मूलभूत परंतु शक्तिशाली कल्पना सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांना चालना देते

सामाजिक विपणन सिद्धांत हा एक आंतरविद्याशाखीय प्रयत्न आहे ज्यासाठी अनेक पारंपारिक क्षेत्रातील संशोधकांच्या सहकार्याची आवश्यकता आहे.

रेडिओ, दूरदर्शन, लोकप्रिय संगीत आणि इंटरनेट ही सर्वात शक्तिशाली मन वळवण्याची साधने आहेत. ही माध्यमे प्रचंड प्रभावशाली आहेत आणि त्यांच्यात विधायक सामाजिक बदलाची भरपूर क्षमता आहे.

४.८ प्रश्न

- जनसंचार माध्यमाची कार्ये आणि बिघडलेले कार्य यावर चर्चा करा.
- 'डेव्हलपमेंट कम्युनिकेशन थिअरी' तपशीलवार सांगा.
- 'सामाजिक शिक्षण सिद्धांत' आणि 'सामाजिक विपणन सिद्धांत' यांचे परीक्षण करा.
- समाजमाध्यमांचा समाजावर काय परिणाम होतो याचे विवेचन करा.

४.९ संदर्भ

Mehraj, Hakim Khalid, et al. "Impacts of Media on Society: A Sociological Perspective." *Http://Www.ijhssi.org/*, https://jogamayadevicollege.ac.in/uploads/1586841455.pdf.

Kraidy, Marwan M. "Social Change and the Media." *ScholarlyCommons*, https://repository.upenn.edu/asc_papers/328/.

❖❖❖❖

५

सत्ता आणि असमानता

घटक रचना

५.० उद्दिष्टये

५.१ प्रस्तावना

५.२ सत्ता समजून घेणे

५.३ असमानता समजून घेणे

५.४ मीडियामध्ये प्रवेश

५.५ असमानतेविषयी भिन्न दृष्टीकोन

५.६ सारांश

५.७ प्रश्न

५.८ संदर्भ

५.० उद्दिष्टे (Objectives)

- मीडिया विरुद्ध सत्ता आणि असमानता या संकल्पना समजून घेणे.
- मानवी जीवनाच्या विविध पैलूंवर परिणाम करणाऱ्या शक्ती आणि त्यानंतरच्या असमानतेच्या परिणामांच्या तपासण्या करणे.

५.१ प्रस्तावना (Introduction)

परिवर्तन घडवून आणण्यासाठी प्रसारमाध्यमे हे एक प्रभावी साधन असल्याचे दिसून आले आहे. त्याने मानवाने कधीही कल्पनाही केली नसेल अशा भविष्यवादी समाजात मानवी उत्क्रांतीची सोय केली आहे. ज्ञानापर्यंत अप्रतिबंधित प्रवेशामुळे सामाजिक गतिशीलता सुलभ झाली आहे. हे एक सशक्त साधन असले तरी, ते उच्चभ्रू दृष्टीकोनांमुळे देखील जोरदारपणे प्रभावित आहे आणि त्यामुळे ते वारंवार प्रबळ प्रतिमानाचे चित्रण करते. जेव्हा सामान्य लोक कोणता मजकूर पाहतात त्यावर नियंत्रण ठेवण्याचा अधिकार लोकांच्या छोट्या गटाच्या हातात जातो, ह्या बहुतेकदा श्रीमंत व्यक्ती असतात. ज्यामुळे असंतुलन होऊ शकते. या व्यवहाराच्या प्राप्त झालेल्या लोकांचे 'इतर' मध्ये रूपांतर होते, परिणामी अनेक स्तरांवर असमानता निर्माण होते.

शतकानुशतके संप्रेषण असमानतेचे विविध प्रकार आढळून आले आहेत. असमानतेचे अनेक प्रकार पारंपारिक ते डिजिटल शासनाच्या संक्रमणानंतर टिकून आहेत, तर काही कमी सुद्धा झाले आहेत. डिजिटल माध्यमाच्या जगात, काही प्रकारची असमानता वाढली आहे (उदा. जगभरातील काही अभिनेत्यांचा प्रभाव) आणि काही नवीन आहेत जसे की, बिग डेटा, पाळत ठेवणे आणि सोशल स्कोअरिंग, अल्गोरिदमिक फिल्टरिंग आणि निवड इत्यांदी स्वरूपाचे आहेत. समकालीन प्रसारमाध्यमांमधील वाढती असमानता आणि माध्यमांच्या परिणाम हे सामाजिक एकता धोक्यात येण्याचा, बहिष्कार आणि उपेक्षितपणा निर्माण होण्याचा धोका निर्माण होतो. या विभागात आपण प्रसारमाध्यमांद्वारे आणि प्रसारमाध्यमांमधील सत्ता आणि असमानता यावर चर्चा करू.

५.२ सत्ता समजून घेणे (Understanding Power)

येथे, सामाजिक सत्तेची व्याख्या गट किंवा संस्थांमधील सामाजिक संबंध म्हणून केली जाते, ज्यात अधिक शक्तिशाली गट किंवा संस्था (आणि त्याचे सदस्य) कमकुवत गटाच्या कृती आणि त्यांचे विचार नियंत्रित करतात. असा अधिकार सहसा सामर्थ्य, संपत्ती, उत्पन्न, शिक्षण किंवा पद यांसारख्या सामाजिकदृष्ट्या मौल्यवान संसाधनांमध्ये विशेषाधिकारप्राप्त प्रवेश सूचित करतो. माध्यम सत्ता ही सहसा प्रतिकात्मक आणि मन वळवणारी असते, ती या अर्थाने की त्यात काही प्रमाणात वाचक किंवा दर्शकांच्या मनावर प्रभाव टाकण्याची क्षमता असते, परंतु त्यांच्या कृतींवर थेट प्रभाव पडत नाही.

वृत्त माध्यमांची प्रतिकात्मक ताकद कितीही असली तरी किमान काही माध्यम वापरकर्ते अशा फेरफाराचा प्रतिकार करू शकतील. याचा अर्थ असा होतो की जेव्हा मीडिया वापरकर्ते अशा नियंत्रणाचे स्वरूप किंवा परिणाम याबद्दल अनभिज्ञ असतात आणि त्यांच्या स्वत:च्या स्वतंत्र निवडीबद्दल त्यांचे मत बदलतात, जसे की जेव्हा ते बातम्या घटक सत्य किंवा पत्रकारितेचा दृष्टीकोन वैध किंवा अचूक म्हणून स्वीकारतात तेव्हा मीडियाचे मानसिक नियंत्रण सर्वात प्रभावी असते. सामाजिक सत्ता आणि त्याच्या प्रतीकात्मक घटकांचा असा अभ्यास सत्तेच्या संकुचित सामाजिक किंवा राजकीय दृष्टिकोनाच्या पलीकडे जाण्याची मागणी करतो.

"माध्यम सत्ता" हा शब्द वारंवार शक्तीचा दुरुपयोग दर्शवितो-म्हणजे, विशिष्ट मानके, मानदंड किंवा मूल्यांद्वारे परिभाषित केल्यानुसार, विविध प्रकारच्या बेकायदेशीर किंवा अन्यथा अयोग्य शक्तीचा वापर दिसून येतो. उदा. मॅनिप्युलेशन, सामान्यतः माध्यम सत्ता ॲक्टमेंटचा नकारात्मक प्रकार मानला जातो, कारण मध्यस्थी केलेली माहिती अशा रीतीने संदिग्ध किंवा अस्पष्ट केली जाते की प्रेक्षकांचे ज्ञान आणि मते नेहमी त्यांच्या हितासाठी नसलेल्या दिशेने वळवली जातात.

५.३ असमानता समजून घेणे ((Understanding Inequality)

सार्वजनिक संप्रेषणाच्या सुरुवातीपासून, असमानता ही माध्यमे आणि संप्रेषणांचा एक अप्रिय साथीदार आहे. पारंपारिक माध्यमांवर पक्षपाती, वर्चस्ववादी हितसंबंधांना प्रोत्साहन देणे, शक्तिशाली औद्योगिक कॉर्पोरेशनच्या हातात खूप जास्त सत्ता एकत्र करणे, तसेच त्यांच्या विविध प्रेक्षकांमध्ये माहितीचे अंतर निर्माण करणे ह्या कृती घडतात.अशी टीका

केली जाते. पत्रकारितेने न्यूजरूममध्ये लिंग आणि वंश भेदभाव तसेच लोकशाहीमध्ये वॉचडॉग म्हणून त्यांच्या स्थानाचा प्रभाव टाकून, सत्तेत असलेल्यांना अनुकूल असलेल्या अनौपचारिक बातम्या निवड मानकांच्या स्वीकृतीमध्ये योगदान दिले आहे.

१९९० च्या दशकाच्या उत्तरार्धात प्राथमिक वितरण प्लॅटफॉर्म म्हणून इंटरनेटचा उदय झाल्याच्या सुमारास यातील बहुतेक असमानता कायम राहिली आणि त्यासोबत डिजिटल राजवटीत नवीन असमानता उद्भवली आहे. ज्ञानातील अंतर डिजिटल विभागांमध्ये रूपांतरित झाले आहे, जाहिरातींचे उत्पन्न सोशल नेटवर्किंग साइट्सकडे वळले आहे, ज्यामुळे पारंपारिक वृत्त पत्रकारितेला आव्हान निर्माण झाले आहे तसेच जागतिक कॉर्पोरेट मक्तेदारीने मीडिया व्यवसाय याचबरोबर राष्ट्र-राज्य मीडिया नियमन या दोन्हीपेक्षा जास्त कामगिरी केली आहे. शिवाय, अल्गोरिदमिक निवड, पाळत ठेवणे, मोठा डेटा इत्यादींमुळे वर्ग, लिंग, पैसा आणि शिक्षणाच्या पारंपारिक नमुन्यांचे अनुसरण करणाऱ्या नवीन प्रकारच्या असमानता निर्माण होत आहेत.

असमानता ही विविध स्वरूपात अस्तित्वात आहे, परंतु सर्वात प्रमुख म्हणजे संपत्ती वितरण आणि गरिबी या दोन्हीमध्ये हा संबंध स्पष्ट आढळून येतो. पियरे बॉर्डीयू यांनी खालील भांडवलाचा संदर्भ देत यातून विविध प्रकारच्या असमानतेचे वर्गीकरण केले आहे.

1. आर्थिक भांडवल- आर्थिक संसाधनांच्या प्रवेशाशी संबंधित
2. सामाजिक भांडवल- सामाजिक संबंध आणि सामाजिकीकरणाला प्रोत्साहन देणाऱ्या संस्थात्मक नेटवर्कशी संबंधित.
3. सांस्कृतिक भांडवल- शिक्षण, बुद्धी, बोलण्याची शैली किंवा पोशाख याद्वारे मिळवलेली कौशल्ये आणि ज्ञान यांच्याशी संबंधित.

अनेकदा, समाजातील वंचित स्थानावर असलेल्या व्यक्तींना त्यांची सामाजिक स्थिती सुधारण्याची इच्छा असते, याला ‘सामाजिक गतिशीलता’ म्हणतात. व्यक्तीच्या स्थितीतील या बदलासाठी आर्थिक भांडवल प्राथमिक आधार आहे. आजच्या जगात, परवडणाऱ्या दरात तंत्रज्ञान आणि माहितीपर्यंतच्या प्रवेशामुळे या चळवळीला अनुमती मिळाली आहे. तरीही, तिसऱ्या जगातील देशांत मात्र हे चित्र भयंकर दिसत आहे कारण गरिबांना केवळ इंटरनेट कनेक्शनसाठी पैसे द्यावे लागत आहे. माध्यमांमध्ये गरीब आणि उपेक्षित लोकांचे चित्रण देखील अनेकदा कृष्ण वर्ण किंवा वंचित समुदाय किंवा जातींच्या संदर्भात साचेबद्ध केले जाते, परंतु प्रत्यक्षात, चित्र खूप वेगळे असू शकते. "प्रयत्नांचा अभाव" किंवा "सैल नैतिकता आणि मद्यधुंदपणा" या कथनाच्या प्रदर्शनासह हा साचेबद्धपणा आणखी गहन झाला आहे.

विविध वर्णांचे लोक, दिव्यांग, स्थलांतरित, महिला आणि LGBTQ+ व्यक्ती अनेकदा दुर्लक्षित झाल्यामुळे रूढीवादी असतात. हॉलिवूडमधील बहुसंख्य दिग्दर्शक हे पुरुष आहेत आणि ते जातीय असंतुलित चित्रपट बनवतात असे विद्वानांचे निरीक्षण आहे. मूलभूत हक्क आणि स्वातंत्र्यांनुसार सर्व मानव कायद्यानुसार समान आहेत. हा लोकशाही राज्यघटनेचा पाया आहे; आंतरराष्ट्रीय राजनैतिक संबंध या कल्पनेवर आधारित आहेत; आणि तिसरी इस्टेट (न्यायव्यवस्था) प्रामुख्याने समानतेच्या कल्पनेवर आधारित आहे. दुसरीकडे,

आपल्या दैनंदिन जीवनातील फरक अधिक स्पष्ट होऊ शकत नाही. व्यक्तींचे लिंग, त्वचेचा रंग, वंश, सामाजिक स्थिती, वर्ग, पैसा आणि उत्पन्न आणि समानतेच्या मूलभूत अधिकाराला धोका निर्माण करणाऱ्या इतर अनेक कारणांमुळे त्यांच्याशी नियमितपणे भेदभाव केला जातो.

५.४ माध्यामांमध्ये प्रवेश (Access to Media)

सत्तेच्या अभ्यासात प्रवेश ही आणखी एक महत्त्वाची संकल्पना आहे. आजच्या माहितीयुक्त समाजात, जनसंवादाच्या साधनांवर नियंत्रण ठेवणे हा सामाजिक शक्तीचा सर्वात महत्वाचा निकष आहे. खरंच, सत्तेच्या आर्थिक किंवा इतर सामाजिक परिस्थितींव्यतिरिक्त, सामाजिक गटांना विविध प्रकारच्या सार्वजनिक, इतर प्रभावशाली किंवा परिणामी प्रवचन, जसे की प्रसार माध्यम, शिष्यवृत्ती किंवा राजकीय आणि कॉर्पोरेट निर्णय घेणे या साठी 'प्रवेश' महत्वाचा ठरतो. हे लोक माध्यमांचा वापर करतात हे तथ्य असूनही, त्यांचा सहसा प्रसृत सामग्रीवर थेट प्रभाव किंवा नियंत्रण नसते.

आधीच विशेषाधिकार असलेल्या लोकांमध्ये शैक्षणिक आणि नेटवर्किंग संसाधने केंद्रित करून, माध्यम सामाजिक असमानता वाढवण्याची हमी देतो. दुसरीकडे, 'टेक्नो-युटोपियन' दृष्टिकोन, सोशल मीडियाला असमानतेसाठी उपाय म्हणून पाहतो, गरीब व्यक्तींना इंटरनेटद्वारे संसाधनांमध्ये वाढीव प्रवेश प्रदान करतो. 'डिजिटल डिव्हाइड' ची संकल्पना या विश्वासाने प्रेरित आहे की नवीन माहिती आणि संप्रेषण तंत्रज्ञान समाजातील पूर्व-अस्तित्वातील असमानता वाढवते: यामध्ये गरीब लोकांना वगळण्यात आले आहे, तर श्रीमंत लोकांना अधिक चांगला प्रवेश आहे. प्रारंभिक संशोधन, जे इंटरनेट प्रवेशावर केंद्रित होते, बहुतेक विकसित राष्ट्रांमध्ये आयोजित केले गेले होते, आणि असे आढळले की, बहुसंख्य लोकांकडे इंटरनेटचा प्रवेश होता, परंतु लक्षणीय प्रमाणात कमी किंवा खराब कनेक्शन होते. वय, कौटुंबिक उत्पन्न, शैक्षणिक प्राप्ती, इंग्रजी भाषेतील प्रवीणता, अपंगत्व आणि ग्रामीण/शहरी स्थान हे वारंवार येणारे अडथळे होते जे लोकांना ऑनलाइन संप्रेषणात प्रवेश करण्यास प्रतिबंधित करतात.

डिजिटल विभाजने वस्तुतः माहितीच्या असमानतेच्या परिमाणापेक्षा जास्त आहेत यासर्वाचा जीवनाच्या शक्यतांवर परिणाम करण्यासाठी विभाजन सामान्यतः अधिक विस्तृत करतात. ग्रामीण भारताच्या संदर्भात परिस्थिती अधिक वाईट आहे. अपुरी तांत्रिक साधने हा भारतातील डिजिटल विभाजनावर मात करण्यासाठी पहिला आणि मोठा अडथळा आहे. अपुऱ्या तांत्रिक माध्यमांमुळे तंत्रज्ञानात प्रवेश करण्यात येणाऱ्या अडचणींचा ग्रामीण समुदायांना सामना करावा लागतो कारण डिजिटल संसाधने असमानपणे वितरित केली जातात. डिजिटल संसाधनांची केवळ उपलब्धता भारतात इंटरनेटचा प्रवेश सुनिश्चित करत नाही. इतर घटक जसे की आर्थिक विषमता देखील डिजिटल संसाधनांच्या प्रवेशास प्रतिबंध करते. सामाजिक समर्थन नेटवर्क नसल्यामुळे, विशेषत: महिला आणि वृद्धांसाठी, या संसाधनांचा वापर करण्यासाठी ज्ञान मिळवण्याचे साधन ग्रामीण समुदायांमध्ये आढळून येत नाही. या व्यतिरिक्त, जात आणि वर्ग यासारखे इतर सामाजिक अडथळे देखील उपेक्षित समुदायांना पाठिंबा नसण्यास कारणीभूत ठरतात.

५.५ असमानतेबाबत भिन्न दृष्टिकोन (Different Approches to Inequality)

विचारधारा: ज्ञानाचे धोरणात्मक नियंत्रण हा समजून घेण्यासाठी आवश्यक घटक आहे आणि म्हणूनच सामग्रीचे गंभीर वाचन महत्वाचे आहे. या ज्ञानाच्या पलीकडे 'सामाजिक आकलन' किंवा 'ॲटिट्यूड' आहे ज्यात सामाजिकरित्या सामायिक केलेली पारंपारिक मते असतात. मनोवृत्तीचे नियंत्रण निर्णयावर त्याच प्रकारे प्रभाव पाडते ज्याप्रमाणे माहितीचे नियंत्रण आकलनावर प्रभाव टाकते. इराक विरुद्धच्या युद्धाची स्वीकृती, तसेच त्याआधी कम्युनिस्टांविरुद्ध शीतयुद्ध, त्यांच्या वैधतेवर आणि न्याय्यतेवर आधारित आहे, जे सातत्यपूर्ण बातम्यांमध्ये शत्रू आणि त्याच्या कृतींचे चित्रण कसे केले जाते यावर आधारित आहे, जे व्यापक आणि अस्पष्ट प्रतिमा स्पष्ट करते. 'एव्हिल एम्पायर्स', दहशतवादी, हुकूमशहा, अप्रत्यक्ष आक्रमकता, एखाद्याच्या सुरक्षिततेला आणि कायदेशीर हितसंबंधांना संभाव्य धोका दर्शवतात.

जात: विद्वानांनी असे निरीक्षण केले आहे, की भारतातील माध्यम उद्योगाने प्रबळ जातींचे वर्चस्व पाहिले आहे. अशा वर्चस्वाचा दैनंदिन जीवनावर आणि व्यक्ती जगाचा कसा अनुभव घेतात यावर प्रभाव टाकतात. शोषित जातींवर हिंसाचार घडवून आणण्यासाठी प्रसारमाध्यमे उत्प्रेरक बनू शकतात कारण ती लोकप्रिय धारणा आणि संस्कृतीशी संबंधित प्रबळ प्रवचन लादतात आणि आकार करतात. काहीवेळा माध्यमे, विशेषत: सिनेमा आणि टेलिव्हिजनचा उपयोग यथास्थिती टिकवून ठेवण्यासाठी एक साधन म्हणून आणि प्रतिकार आणि प्रतिपादनाचे माध्यम म्हणून केला जाऊ शकतो.

वांशिकता: जेव्हा प्रेसचे अहवाल बहुसंख्य वाचकांच्या आवडींशी जुळतात तेव्हा प्रेसची मन वळवण्याची शक्ती वाढते. युनायटेड स्टेट्स, युरोप आणि इतर युरोपियनीकृत देशांमध्ये जेव्हा वंश आणि जातीय समस्या येतात तेव्हा हे विशेषतः खरे आहे. सन १९६० च्या दशकात युनायटेड स्टेट्समधील नागरी हक्क चळवळीपासून ते १९८० च्या दशकात युनायटेड किंग्डममधील शहरी दंगलीपर्यंत वांशिक संघर्ष हा बातम्यांचा प्रमुख विषय आहे. समकालीन युरोपियन राजकारण आणि मीडिया कव्हरेजमधील दोन सर्वात संबंधित सामाजिक पैलू आहेत: स्थलांतर आणि एकत्रीकरण. वंश आणि वंशावर आधारित भेदभाव दूर झालेला दिसत नाही. अल्पसंख्याकांना "अंडरक्लास" म्हणून वर्गीकृत केलेल्या सामाजिक-आर्थिक स्थितींमध्ये असमानतेने प्रतिनिधित्व केले जाते. ते बऱ्याचदा साचेबद्ध केलेले असतात आणि यासंबधीच्या बातम्यांमध्ये आणि लोकप्रिय संस्कृतीत गुन्हेगार म्हणून चित्रित केले जातात, यातून आदर्श आणि परिपूर्ण अभिजात वर्गाचे एकांगी वर्णन वाढवतात.

लिंग: आर्थिक प्रगती आणि स्पष्ट वैचारिक बदल असूनही, बहुसंख्य पत्रकार पुरुष आहेत आणि महिलांना उच्च संपादकीय पदांवर अगदी कमी प्रवेश आहे. स्त्रिया स्त्रोत म्हणून कमी विश्वासार्ह आहेत आणि परिणामी, कमी उद्धृत केल्या जातात आणि वृत्त निवेदक म्हणून, कमी बातम्या देण्यायोग्य असतात. अलीकडील पुरावे दर्शवितात की लिंगाशी संबंधित डिजिटल असमानता दोन मूलभूत मार्गांनी आहे: एक म्हणजे कौशल्य आणि सामग्री उत्पादन पद्धतींचे लिंग आणि दोन, तंत्रज्ञानाचा समावेश असलेल्या नोकऱ्यांशी संबंधित लिंगबद्ध श्रम बाजार प्रक्रियांद्वारे ही असमानता दिसून येते.

मीडिया आणि संप्रेषण संस्थांमधील लैंगिक असमानता डिजिटल परिवर्तनात टिकून आहे. प्रवेश, कौशल्ये, जीवन परिणाम, जीवनाची शक्यता आणि लिंग यामध्ये असमानतेचे अनेक प्रकार आहेत. प्रत्येक नवीन माहिती आणि संप्रेषण तंत्रज्ञान नवीन असमानता निर्माण करण्याच्या क्षमतेसह नवीन प्रकारचे सामाजिक विघटन निर्माण करण्याचा धोका वाढवते. अल्गोरिदम आपल्या विद्यमान सामाजिक स्तरीकरणाला त्याच्या सर्व अन्यायांसह बळकट करतात. तसेच पाळत ठेवण्याच्या तंत्रज्ञानाच्या बाबतीत, जे लोक निरीक्षण करतात आणि ज्यांच्यावर पाळत ठेवली जाते त्यांच्यामध्ये प्रचंड सत्ता असमतोल आहे.

पर्यायी लैंगिकता असलेल्या व्यक्ती: विचित्र व्यक्तींना समकालीन प्रवचनातून बऱ्याच काळासाठी वगळण्यात आले आहे. बहुतेक पाश्चिमात्य देशांच्या धार्मिक आणि पारंपारिक कल आणि त्यांच्या विचित्रतेला विरोध यामुळे त्यांच्या स्वतःच्या राष्ट्रांवर आणि त्यांच्या पूर्वीच्या वसाहतींवर प्रभाव पडला आहे. समकालीन पिढीने त्यांच्या 'वेगळेपणाचे' प्रतिपादन करून, आणि सामग्री निर्मितीचा कणा देखील असल्याने, उपेक्षितांचे आवाज पुढे नेले आहेत. 'कमिंग आउट'साठी LGBTQ+ व्यक्तींना स्वीकारण्याच्या बदलत्या ट्रेंडमुळे, बऱ्याच कॉर्पोरेट्सनी त्यांच्या नवीन उपेक्षित बाजारावर (आणि हितचिंतकांना) "गे-फ्रेंडली" ब्रँड म्हणून भांडवल करण्याची इच्छा व्यक्त केली आहे. हे ब्रँड त्यांच्या लैंगिक अभिमुखतेकडे दुर्लक्ष करून प्रत्येकाला सामावून घेण्यासाठी मोहिमा चालवतात, तर काहीवेळा ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी आणि नफा मिळविण्यासाठी नवीन विलक्षण धोरण वापरण्याचा सक्तीचा प्रयत्न देखील होतो. या त्याच कंपन्या आहेत ज्यांची LGBTQ+ समुदायाप्रती कमी सहिष्णुता आहे आणि अनेकदा संभाव्य LGBT+ कर्मचाऱ्यांना नाकारतात, परंतु लाखो रुपयाची कमाई करण्यासाठी त्यांची प्रतिमा वापरण्यास प्राधान्य देतात.

वर्ग: केवळ पाश्चिमात्य देशातच नाही, तर जगभरातील बहुसंख्य माध्यमे ही कॉर्पोरेट कॉर्पोरेट्स आहेत तसेच उत्पादनाच्या भांडवलशाही पद्धतीत अडकलेली आहेत. व्यावसायिक बातम्यांचा भर कामगारांपेक्षा व्यावसायिक उच्चभ्रूंवर आहे. अर्थव्यवस्थेत कामगारांचे योगदान गृहित धरले जाते आणि त्यामुळे दुर्लक्ष केले जाते, हे तथ्य असूनही मंदीसाठी त्यांना दोषी ठरवले जाऊ शकते. अपवादात्मक घटनांमध्ये दुर्घटना, शोषण, कारखान्यांमधील आरोग्य धोके आणि इतर कोणतीही परिस्थिती ज्यासाठी व्यवस्थापन किंवा मालक जबाबदार असू शकतात त्याकडे दुर्लक्ष केले जाते किंवा कमी नोंदवले जाते. संप हे वारंवार सार्वजनिक-संबंध समस्या म्हणून चित्रित केले जातात, परंतु अर्थव्यवस्थेला धोका नाही असे भासवले जाते. औद्योगिक संघर्षांमधील परिस्थिती, मुलाखती, कोट्स, विषय आणि कव्हरेजची शैली यांच्या वर्णनात व्यवस्थापनाचा दृष्टीकोन प्रबळ आहे. कामगारांना प्रेक्षकांचे सदस्य मानले जात नाही. कामगार, सर्वसाधारणपणे, त्यांच्या नेत्यांशी बार्गेनिंगच्या बातम्या किंवा संघर्षाच्या प्रतिकूल बातम्यांशिवाय अन्यत्र कमी दिसत आहेत.

जागतिक स्तरीकरण: नताली फेंटन (२०१६) ने मीडिया माध्यमे आणि संप्रेषणा मधील नव-उदारमतवादी नियमांच्या विश्लेषणात असे निरीक्षण केले आहे की पारंपारिक माध्यमांनी नेहमीच वर्चस्ववादी हित साधले आहे. याचा परिणाम म्हणून सहभागात्मक लोकशाही, निर्णयप्रक्रियेला आळा बसला आहे आणि सामाजिक विषमतेला कायदेशीर मान्यता दिली आहे. इंटरनेटच्या आगमनाने ही असमानता नाहीशी झाली नाही, असे तिचे म्हणणे आहे. उलट विषमता दिवसेंदिवस वाढत आहे. गरीब राष्ट्रांपेक्षा श्रीमंत राष्ट्रे जास्त इंटरनेट वापरतात. विकसित जग अत्यंत विस्तृत आहे, ज्यामध्ये जवळजवळ सर्व श्रीमंत

राष्ट्रे इंटरनेट वापरतात, ज्या बाबतीत विकसनशील राष्ट्रे खूप मागे आहेत. डिजिटल डिव्हाइडचा अभ्यास करणारे संशोधक डिजिटल तंत्रज्ञानाचा प्रसार आणि डिजिटली मध्यस्थ जगात देश, प्रदेश आणि लोकांचा समावेश किंवा वगळण्यात योगदान देणारे विविध घटक यांच्यातील संबंध समजून घेण्याचा प्रयत्न करतात.

५.६ निष्कर्ष (Conclusion)

असमानता म्हणजे काय आणि ती कशी लागू केली जाते हे समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. माध्यम प्रवेशाच्या दोन संभाव्य परिणामांमध्ये फरक केला गेला पाहिजे: समानता जी स्वतःच आणि स्वतःचे प्रतीक आहे, आणि त्यामुळे व्यापक प्रकारच्या असमानतेवर त्याचा संभाव्य प्रभाव आढळून येतो. याविषयी काही मार्गांनी माध्यमांनी समानतेची सोय केली आहे. ब्राझील, चीन आणि भारत इत्यांदी सारख्या राष्ट्रांमधील कमी उत्पन्न असलेल्या लोकसंख्येच्या मोठ्या लोकसंख्येच्या माध्यमात प्रवेश असलेला स्मार्टफोन त्यांच्या जीवनातील महत्त्वपूर्ण परिवर्तनाचे प्रतिनिधित्व करतो. त्यांच्याकडे आता अत्याधुनिक तंत्रज्ञान आहे जे बहुधा श्रीमंतांद्वारे वापरल्या जाणाऱ्या तंत्रज्ञानासारखे असते.

उपकरणांचा ताबा, मीडियामध्ये प्रवेश किंवा अगदी मीडिया साक्षरता ही वास्तविक जीवनात असमानतेमध्ये कोणत्याही बदलाची हमी नाही. जगाचा प्रसारमाध्यमांवर कसा प्रभाव पडला याचे सर्वात ठळक उदाहरण म्हणजे दक्षिण भारताचे उदाहरण. अत्यंत कठोर आणि श्रेणीबद्ध सामाजिक संरचनांनी या नवीन माध्यमांची वसाहत केली आहे. त्यांना यातून जाती आणि श्रेष्ठतेचे भेद प्रतिबिंबित केले आहेत. प्रसारमाध्यमांचा प्रामुख्याने वैश्विक दाव्यांवर जोर देऊन प्रभाव पडतो, ज्याला परकीय संसाधनांचा शोध सामायिक करण्याच्या कृतींद्वारे समर्थित केले जाऊ शकते.

५.७ सारांश (Summary)

मीडिया सत्ता ही सहसा प्रतिकात्मक आणि मन वळवणारी संकल्पना असते, या अर्थाने की त्यात काही प्रमाणात वाचक किंवा दर्शकांच्या मनावर प्रभाव टाकण्याची क्षमता असते, परंतु त्यांच्या कृतींवर थेट प्रभाव पडत नाही.

मॅनिप्युलेशन, उदाहरणार्थ, सामान्यतः मीडिया पॉवर ॲक्टमेंटचा नकारात्मक प्रकार मानला जातो, कारण मध्यस्थी केलेली माहिती अशा संदीग्ध तिरकी किंवा अस्पष्ट केली जाते, की प्रेक्षकांचे ज्ञान आणि मते नेहमी त्यांच्या हितासाठी नसलेल्या दिशेने हलवली जातात.

पारंपारिक माध्यमांवर पक्षपाती, वर्चस्ववादी हितसंबंधांना प्रोत्साहन देणे, शक्तिशाली औद्योगिक कॉर्पोरेशनच्या हातात खूप जास्त शक्ती एकत्र करणे आणि त्यांच्या विविध प्रेक्षकांमध्ये माहितीचे अंतर निर्माण करणे अशी टीका केली जाते.

ज्ञानातील अंतर डिजिटल विभागांमध्ये रूपांतरित झाले आहे, जाहिरातींचे उत्पन्न सोशल नेटवर्किंग साइट्सकडे वळले आहे, ज्यामुळे पारंपारिक वृत्त पत्रकारितेला आव्हान निर्माण झाले आहे आणि जागतिक कॉर्पोरेट मक्तेदारीने मीडिया व्यवसाय आणि राष्ट्र-राज्य मीडिया नियमन या दोन्हीपेक्षा जास्त कामगिरी केली आहे.

शिवाय, अल्गोरिदमिक निवड, पाळत ठेवणे, मोठा डेटा इत्यादींमुळे वर्ग, लिंग, पैसा आणि शिक्षणाच्या पारंपारिक नमुन्यांचे अनुसरण करणाऱ्या नवीन प्रकारच्या असमानता निर्माण होत आहेत.

नियमित लोक नियमितरित्या मीडिया वापरतात हे तथ्य असूनही, त्यांचा सामग्रीवर थेट प्रभाव किंवा नियंत्रण नसते.

मनोवृत्तीचे नियंत्रण निर्णयावर त्याच प्रकारे प्रभाव पाडते ज्याप्रमाणे माहितीचे नियंत्रण आकलनावर प्रभाव टाकते.

वांशिक अल्पसंख्याकांना बऱ्याचदा साचेबद्ध केले जाते याविषयच्या बातम्या आणि लोकप्रिय संस्कृतीत त्यांना गुन्हेगार म्हणून चित्रित केले जाते, जे आदर्श आणि परिपूर्ण अभिजात वर्गाचे वर्णन वाढवते.

जोपर्यंत स्त्रियांना संघर्षाचे खुले स्वरूप किंवा मनोरंजक अपुरेपणा म्हणून चित्रित केले जात नाही तोपर्यंत, लिंग समस्यांना किमान बातम्यांचे मूल्य असते.

अर्थव्यवस्थेत कामगारांचे योगदान गृहित धरले जाते आणि त्यामुळे त्यांच्याकडे दुर्लक्ष केले जाते, हे तथ्य असूनही मंदीसाठी त्यांना दोष दिला जाऊ शकतो.

५.८ प्रश्न

- भारताच्या विशेष संदर्भात माध्यमांमधील शक्ती आणि असमानता तपासा.
- प्रवेशाच्या मुद्द्यांवर आणि असमानतेच्या विविध दृष्टिकोनांवर चर्चा करा.

५.९ संदर्भ (References)

Tuchman, Gaye. *Women's Depiction by the Mass Media - JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/3173399.

Miller, Daniel, and Elisabetta Costa.*9 Inequality - JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69z35.16.

Van Dijk, Teun a. “Power and the News Meida: By Teun A. Van Dijk.” *Kelsey's Anthology*, 8 Apr. 2014, https://kelseysanthology.wordpress.com/2014/04/08/power-and-the-news-meida-by-teun-a-van-dijk/.

Trappel, Joseph (2019) ‘Inequality, (new) media and communications’, in Josef Trappel (ed) Digital media inequalities: Policies against divides, distrust and discrimination, pp. 9-30, Goteborg, Nordicom

http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1535713/FULLTEXT01.pdf

❖❖❖❖

६

ट्रान्समिशन -रिसेप्शन मॉडेल
(प्रक्षेपण-ग्रहण प्रारूप)

घटक रचना :

६.० उद्दिष्टे

६.१. परिचय

६.२ ग्रहण सिद्धांत

६.३ अनेक संशोधन परंपरांचे अभिसरण

६.४ संशोधनाचा सर्वसामान्य तत्त्वाची रचना

६.५ ग्रहण सिद्धांताची सिद्धी

६.६ रिसेप्शन सिद्धांताची समीक्षा

६ .७ अंतिम विचार

६ .८ सारांश

६.९ प्रश्न

६ .१० संदर्भ

६.0 उद्दिष्टे

१) रिसेप्शन सिद्धांताच्या मुख्य तत्त्वांचे परीक्षण करणे.

२) रिसेप्शन सिद्धांत त्याच्या उपलब्धी आणि टीकांच्या दृष्टीने समजून घेणे

६.१. परिचय

"मास कम्युनिकेशन" हा शब्द आपल्या वैयक्तिक आणि सांस्कृतिक जीवनातील विविध पैलू तसेच सामाजिक संरचनांना सूचित करतो. जनसंवादाचे सिद्धांत सामाजिक घटनांचे स्पष्टीकरण आणि अंदाज लावण्याचा प्रयत्न करतात, तसेच लोक जनसंवादात कसे गुंततात, या नुसार आपल्या जीवनात त्याची भूमिका आणि त्याचे परिणाम तपासतात. संदेश माध्यमांमधून प्रवास करत असताना ते सतत एन्कोड आणि डीकोड केले जातात. निर्माता त्यांच्या माध्यमात संदेश आणि आदर्श पेरतो, जे प्रेक्षक डीकोड करतात. भिन्न प्रेक्षक सदस्य, दुसरीकडे, मीडियाला वेगवेगळ्या प्रकारे डीकोड करतील, संभाव्यत:

निर्मात्याच्या इच्छेनुसार नाही. या विभागात, आपण प्राप्त मॉडेल वापरून संदेश कसे प्रसारित केले जातात ते पाहू.

६.२ रिसेप्शन थिअरी (ग्रहण सिद्धांत)

ग्रहण सिद्धांत, ज्याला अनेकदा प्रेक्षक थिअरी किंवा वाचक ग्रहण सिद्धांत म्हणून ओळखले जाते, जी स्टुअर्ट हॉलने १९७३ मध्ये विकसित केली होती. प्रेक्षक त्यांच्या स्वत:च्या जीवनातील अनुभवांच्या आधारे त्यांना जी काही सामग्री देऊ केली जाते ते पाहतील आणि समजून घेतील या आधारावर त्याची स्थापना केली गेली आहे. व्यक्तींना त्यांच्या वातावरणातून शिकलेल्या मूलभूत तत्त्वांचा आणि कल्पनांचा वापर करून सादर केलेले ज्ञान समजते. परिणामी, प्रत्येक व्यक्ती समान माहितीचा वेगळा अर्थ लावू शकते. सामग्री समान असूनही, प्रत्येक व्यक्ती स्वतःमध्ये प्रवेश केलेल्या भावना, संदर्भ आणि दुवे त्यांच्या सामाजिक परिस्थितीनुसार प्रभावित होते.

संप्रेषण प्रक्रिया खालीलप्रमाणे आहे: आपण पाहतो की संदेशाचा स्त्रोत किंवा प्रेषक त्यांच्या कल्पना एन्क्रिप्ट करतो आणि कोणत्याही संप्रेषणामध्ये इच्छित प्राप्तकर्त्यापर्यंत पोहोचवतो. संप्रेषण समजून घेण्यासाठी, प्राप्तकर्ता ते डीकोड करतो.

एन्कोड: एन्कोडिंग ही विचार आणि भावनांचे लेखन, बोलणे, कला, संगीत, सांकेतिक भाषा आणि हावभाव या माध्यमात रूपांतरित करण्याची प्रक्रिया आहे जेणेकरून इतर व्यक्ती अधिक मूर्त मार्गांनी एखाद्या कल्पनेप्रमाणे अमूर्त काहीतरी समजू शकेल. संदेश एन्कोड करणाऱ्या व्यक्तीने त्याने निवडलेल्या माध्यमांद्वारे प्राप्तकर्ता त्यांचा संदेश योग्यरित्या समजेल की नाही हे तपासले पाहिजे. लेखन हे सर्वात ठोस आहे कारण ते एकमेव माध्यम आहे जे गैरसमज किंवा चुकीचा अर्थ लावण्याची शक्यता दूर करते.

डीकोड: डीकोडिंग ही संदेशाची सामग्री समजून घेण्याची आणि चिन्हे आणि चिन्हांचा अर्थ डीकोड करण्याची प्रक्रिया आहे (उदा. अक्षरे ही ध्वनीला नियुक्त केलेली चिन्हे आहेत). ज्या चॅनेलद्वारे संदेश पाठविला गेला होता ते संदेश कसे डीकोड केले जाते हे निर्धारित करेल. शाब्दिक/अशाब्दिक संकेतांद्वारे संप्रेषित केलेले संदेश प्राप्तकर्त्याद्वारे प्रेषकाच्या हेतूपेक्षा वेगळ्या पद्धतीने डीकोड केले जाऊ शकतात. जेव्हा संदेश प्राप्त करणाऱ्या व्यक्तीला वय, लिंग, धर्म, वंश, वंश, राजकीय विचार, वर्ग, संस्कृती, मनःस्थिती आणि भावनिक स्थिती इत्यादींचा अडथळा असतो, तेव्हा अशी समस्या येऊ शकते.

प्रेषक आणि प्राप्तकर्ता यांच्यातील संप्रेषण दोनपैकी एका मॉडेलमध्ये वर्गीकृत केले जाऊ शकते:

सममित मॉडेल: हे ट्रान्समीटर आणि रिसीव्हरला त्याच प्रकारे माहितीची देवाणघेवाण करते. यांत दोन्ही बाजूंनी सक्रिय सहभाग आवश्यक असतो. उदा. दोन व्यक्तींमधील संभाषण असममित मॉडेल संप्रेषणाचे वर्णन करते ज्यामध्ये प्रेषक माहिती प्रसारित करतो, प्राप्तकर्त्यास माहिती प्राप्त होते, परंतु प्रेषक प्राप्तकर्त्याने कोणताही अभिप्राय प्रदान करण्याची अपेक्षा करत नाही आणि संप्रेषण चक्र पूर्ण होते. या संबंधात प्रेषक सक्रिय सहभागी आहे, तर प्राप्तकर्ता एक निष्क्रिय सहभागी आहे. वृत्तपत्रे, उदाहरणार्थ, नियमितपणे

माहिती प्रकाशित करतात, परंतु वापरकर्ते क्वचितच अनिवार्य प्रत्याभरण सादर करण्यास बांधील असतात.

अनेक पर्यायांसह, संदेशाचा विविध प्रकारे अर्थ लावला जाऊ शकतो. परिणामी, मीडिया कंपन्या आणि इतर प्लॅटफॉर्म त्यांच्या ग्राहकांचे सामाजिक संदर्भ अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी प्रेस रीलिझ, जाहिराती, फॅन लेटर्स आणि मेसेज बोर्ड, पुनरावलोकने यासारखी साधने वापरतात, ज्यांना तीन श्रेणींमध्ये विभागले जाऊ शकते.

प्रबळ वाचक- या प्रकारचे प्रेक्षक पुढील स्पष्टीकरणाची गरज न पडता सामग्रीचा संदेश समजून घेतात आणि स्वीकारतात. उदाहरणार्थ, जर पालकांनी मुलाला अभ्यास करण्यास सांगितले, तर मुलाला ते समजते आणि कोणत्याही अतिरिक्त निर्देशांची आवश्यकता न घेता ते करते. उदाहरणार्थ, काल्पनिक सामग्रीमध्ये, दुष्ट पात्राचे भयावह स्वरूप लगेच समजले व स्विकारले जाते.

चोरबंदळ वाचक- या प्रकारात, प्रेक्षक हे जाणतात की सामग्रीची कृती नैतिकदृष्ट्या संदिग्ध आहे, परंतु ते पर्वा न करता ते स्वीकारतात कारण त्यांना विश्वास आहे की त्यासाठी एक तर्क आहे. वाटाघाटी केलेले प्रेक्षक त्यांच्या वैयक्तिक समजुतीशी तडजोड करतात किंवा वाटाघाटी करतात की वर्तन, जे अन्यथा निषिद्ध मानले जाईल, अधिक चांगले कार्य करते. उदाहरणार्थ, चित्रपट आणि व्हिडिओ गेममध्ये, नायक खलनायकाच्या जीवनाचा पाठलाग करत असतो.

विरोधी वाचक- जे दिले गेले आहे त्याबद्दल श्रोत्यांना सहन होत नाही कारण ते त्यांच्या संपूर्ण विश्वास प्रणालीला विरोध करते. सामग्री नैतिकदृष्ट्या चुकीची, भावनिकदृष्ट्या त्रासदायक, अनावश्यक प्रौढ सामग्री, हिंसाचार, धार्मिक भावना दुखावणारी, राजकीय भूमिका असणे इत्यादी कारणे विविध असू शकतात. कॉमेडीमध्ये वापरलेले धार्मिक घटक, उदाहरणार्थ, सहसा स्वीकारले जात नाहीत.

पूर्वगामी सिद्धांताचा परिणाम म्हणून, हे स्पष्ट आहे की सामग्री निर्माता या अनेक पैलूंचा विचार करू शकतो परंतु प्रतिक्रियांच्या परिणामाचा अंदाज कधीच सांगू शकत नाही कारण प्रतिक्रिया कालांतराने आणि वेगवेगळ्या सामाजिक संदर्भांमध्ये बदलतील.

६.३ अनेक संशोधन परंपरांचे अभिसरण

प्रेक्षक आणि माध्यम यांच्यातील व्याख्यात्मक परस्परसंवाद, ज्याचा व्यापक मानववंश विज्ञानाच्या फ्रेमवर्कमध्ये अर्थ लावला जातो, तो प्रेक्षकांच्या स्वागत अभ्यासाचा केंद्रबिंदू आहे. रिसेप्शन अभ्यासाचे श्रेय एकाच उत्पत्तीला देणे चुकीचे ठरेल आणि त्यांच्या सुरुवातीची वेळ देखील महत्त्वाची मॉडेल्स कशी परिभाषित केली जाते यावर अवलंबून असते.

१९७० च्या दशकाच्या उत्तरार्धात एक व्यापक बहुविद्याशाखीय सामाजिक विज्ञान दृष्टिकोनाचा भाग म्हणून रिसेप्शन अभ्यासाकडे अनेक मार्ग एकत्र आले. त्यापैकी एकाला संस्कृती निर्मिती आणि पुनरुत्पादन तंत्रात रस होता. स्टुअर्ट हॉलने मजकूर आणि प्रेक्षकांचा अभ्यास एकत्र करण्यासाठी एन्कोडिंग आणि डीकोडिंगची जोडलेली तत्त्वे सादर

केली. "व्यक्तिकरण," एन्कोडर/निर्माता आणि डीकोडर/रिसीव्हरच्या स्थानांदरम्यान स्थापित केलेल्या सममिती/असममितीचे अंश (समतुल्य संबंध म्हणूनही ओळखले जाते), संप्रेषणात्मक देवाणघेवाणीमध्ये "समज" आणि "गैरसमज" ची प्रत निर्धारित करतात.

मीडिया ग्रंथांच्या वैचारिक आणि संस्थात्मक पैलूंपासून अगदी संभाव्य सक्रिय, परंतु 'अदृश्य' लोकांच्या भूमिकेकडे जोर दिला गेला. यामुळे वर्चस्ववादी विचारधारा प्रबंध, सांस्कृतिक साम्राज्यवाद प्रबंध आणि राजकीय अर्थव्यवस्थेचा दृष्टिकोन यासारख्या वर्चस्ववादी सिद्धांतांच्या समालोचनाचा भाग म्हणून प्रतिरोधक प्रेक्षकांवर लक्ष केंद्रित करण्यात आले.

उत्तर-संरचनावादाकडे वळल्यामुळे मजकूर विश्लेषणाचा प्रबळ 'संरचनात्मक दृष्टीकोन' नष्ट झाला. इकोचा १९७९ चा "वाचकांची भूमिका" हा सिद्धांत एकात्मिक दृष्टीकोनातील मुख्य मजकूर बनला. लोकप्रिय संस्कृतीकडे स्त्रीवादी दृष्टीकोनांमुळे सांस्कृतिक सिद्धांतामध्ये प्रेक्षकांच्या वारंवार अपमानित (म्हणजे स्त्रीवादी) भूमिकेचा पुनर्विचार करण्याची परवानगी दिली जाते. परिणामी, उत्कृष्ट आणि वाईट, 'पुल्लिंगी' आणि 'स्त्रीलिंग' शैलींमधील सीमारेषा पुन्हा रेखाटल्या जातात. परिणामी, उपेक्षित श्रोत्यांवर लक्ष केंद्रित करणे हे त्या लोकांचे पुनर्मूल्यांकन किंवा आवाज देण्याबद्दलच्या संभाषणासाठी केंद्रबिंदू बनले ज्यांना पूर्वी सामान्य सिद्धांताने दुर्लक्ष केले होते.

६.४ संशोधनाच्या सर्वसामान्य तत्त्वाची रचना

साहित्याचा परंपरागत संग्रह ज्याच्या विरूद्ध नवीन लेखनाचे विश्लेषण आणि मोजमाप केले जाते त्याला संशोधन सिद्धांत म्हणून संबोधले जाते. प्रेक्षक अभ्यासामध्ये, संशोधन कॅनन खूपच लहान आहे आणि प्रेक्षकांना समजून घेण्यासाठी केलेल्या संशोधनाचे समर्थन करण्यासाठी संदर्भांचा वारंवार वापर केला जातो. शिवाय, रिसेप्शन सिद्धांताचा एक कॅनन ग्रंथ पूर्व ज्ञानावर आधारित आहे. जरी मागील मजकूराचा लेखाजोखा महत्त्वाचा असला आणि सिद्धांताच्या यशात योगदान दिले असले, तरी ते संकीर्ण आणि संदिग्ध आहे, आणि ते हाती घेतलेल्या संशोधनातील विविधता कमी करते. उदाहरणार्थ, स्त्रीवादी प्रेक्षक रिसेप्शन अभ्यास हे वस्ती किंवा उपेक्षित होण्याच्या भीतीने समाविष्ट केले जात नाहीत कारण ते मुख्य प्रवाहातील स्वागत सिद्धांत अभ्यासापासून विचलित होतात.

६.५ ग्रहण सिद्धांताची सिद्धी

उत्पादन, मजकूर आणि संदर्भ विश्लेषणामध्ये प्रेक्षकांबद्दल अनेक संदिग्ध गृहितकं बांधली गेली असली तरी, हे अलीकडेच ओळखले गेले आहे की प्रेक्षक या गृहितकांमध्ये बसू शकत नाहीत कारण अनेक माध्यम सिद्धांतांची वैधता सध्याच्या अनुभवजन्य प्रेक्षक संशोधनावर अवलंबून आहे जे चालू आहे किंवा भविष्यात आयोजित केले जाईल. सर्वात महत्त्वाचे म्हणजे, रिसेप्शन अभ्यासांनी असे प्रेक्षक ओळखले आहेत ज्यांना धोरण आणि सिद्धांतामध्ये आतापर्यंत दुर्लक्ष केले गेले होते, वगळले गेले होते आणि गृहीत धरले गेले होते.

पूर्वी, असे गृहीत धरले गेले होते की मीडिया प्रभाव एका रेखीय पद्धतीने निष्क्रिय प्रेक्षकांना अर्थ संप्रेषण करून कार्य करतो आणि प्रेक्षक हे एकसंध, निर्विवाद वस्तुमान आहेत. तथापि, तेव्हापासून हे स्थापित केले गेले आहे की प्रेक्षक अनेक प्रकारे डीकोड करतात (बहुवचन डीकोडिंग), त्यांची सांस्कृतिक पार्श्वभूमी महत्त्वाची असते आणि ते नियमितपणे मजकूर वाचनाशी असहमत असतात/आशु शकतात.

६.६ रिसेप्शन सिद्धांताची टीका

या क्षेत्रातील सर्वात तीव्र समीक्षकांपैकी एकाने प्रश्न केला आहे की 'मुक्त प्रेक्षक विविध मार्गांनी मजकूर कसे वाचतात'. एकेकाळी प्रेक्षक नाहीसे होण्याचा धोका होता असे मानले जात असताना आता हा मजकूर धोक्यात आला आहे. फिस्के जे. (१९८९) यांनी "सेमिऑटिक लोकशाही" या बहुचर्चित अभिव्यक्तीचा शोध लावला त्याच्या अति किंवा "अभद्र तृप्तिवाद" बद्दलच्या त्यांच्या चिंतेला प्रतिसाद म्हणून. आँग I. निरीक्षण करता येण्याजोग्या समानता वगळण्याच्या संबंधात व्याख्येतील भिन्नतेवर भर देण्यावर टीका करतात, तर कॉर्नर जे. जसा दावा करतात की अनेकदा 'सक्रिय प्रेक्षक' संशोधनामुळे मजकूर पूर्णपणे दृष्टीस पडतो.

मुख्य प्रवाहातील संशोधनाच्या वापरामुळे सिद्धांत रेषीय असण्यास प्रतिबंधित केले आहे, पर्यायी डेटाचे संकलन आवश्यक आहे. टीव्ही मालिकांवरील महिला दर्शकांच्या प्रतिक्रिया विचारात घेतल्या जात असल्या तरी पुरुष दर्शकांच्या प्रतिक्रिया विचारात घेतल्या जात नाहीत; रेडिओ, ओटीटी प्लॅटफॉर्म, वृत्तपत्रे आणि यासारख्या इतर माध्यमांच्या तुलनेत टीव्ही सामग्रीच्या प्रतिसादाचे मोठ्या प्रमाणावर संशोधन केले जाते; प्रौढ प्रेक्षकांच्या ग्रहणाबद्दल माहिती सहज उपलब्ध आहे परंतु तरुण प्रेक्षकांच्या ग्रहणांबाबत तितकी माहिती नाही; फंडोम्स ने एका विशिष्ट सामग्रीबद्दल त्यांची आवड व्यक्त केली आहे परंतु सामग्री पाहणाऱ्या लोकांच्या कंटाळ्यावर फारशी नाही; परिणामी, मजकूर-वाचक इंटरफेसवर सममितीयपणे भिन्न मार्गांनी पोहोचण्यासाठी, संशोधन निष्कर्षांमध्ये विविधता समाविष्ट करणे आवश्यक आहे.

असे दिसून आले आहे की प्रेक्षक सदस्यांना त्यांनी आत्मसात केलेल्या सामग्रीवर चिंतन करण्यासाठी, विवाद करण्यासाठी किंवा सत्यापित करण्यासाठी खूप कमी वेळ असतो. पाहिल्या जाणाऱ्या मजकुराच्या भावनेशी संबंध असतो. याचा परिणाम काहीवेळा गंभीर माहितीच्या सनसनाटी, रोमँटिक, सरलीकृत किंवा क्षुल्लक आवृत्तीमध्ये होऊ शकतो. इतर, दुसरीकडे, असा दावा करतात की सामग्री कमीतकमी या विषयाची जागरूकता वाढवते. कच्च्या स्वरूपात संबोधित करण्यासाठी अयोग्य वाटणाऱ्या आशयाचे निर्जंतुकीकरण करण्याची समस्या देखील आहे, ज्यामुळे प्रेक्षक गंभीर किंवा भयंकर आशय इच्छूक, आशावादी किंवा आदर्शवादी दृष्टीकोनातून पाहू शकतात आणि सत्याची दृष्टी गमावू शकतात.

६ .७ अंतिम विचार

आकलनाच्या दृष्टीने, ग्रहण सिद्धांत समजणे कठीण आहे कारण प्रत्येक मन वास्तविकतेचा वेगळा अर्थ लावते. समस्या प्रतिरोधक आवाज, संदर्भित एम्बेडेड प्रेक्षक किंवा भिन्न वाचन

असो, कोणतीही एक परंपरा किंवा प्रश्न प्रेक्षकांच्या संशोधनाचे ओझे सहन करू शकत नाही. संदेश प्राप्त करताना, एकट्या व्यक्तीकडे वर्चस्व, विरोधी आणि वाटाघाटी प्रतिक्रियांचे मिश्रण असू शकते. या व्यतिरिक्त, एखाद्या मोठ्या योजनेमध्ये सर्व चल दृष्टीकोनांचा समावेश असलेल्या भव्य प्रणालीचा पाठपुरावा करू शकत नाही कारण अशी मॉडेल्स सहसा घटवादी आणि कार्यात्मक असतात. प्रेक्षकांचा निर्णय काही काळासाठी योग्य असेल, परंतु वेळ निघून जाईल तसे तो बदलू शकतो.

६ .८ सारांश

ग्रहण सिद्धांतमागील गृहीतक हे आहे की प्रेक्षकांना कोणतीही सामग्री प्रदान केली जात असली तरी ते त्यांच्या स्वतःच्या जीवनातील अनुभवांवर आधारित ते पाहतील आणि त्याचा अर्थ लावतील. संप्रेषण मॉडेलनुसार ट्रान्समीटर संदेश एन्कोड करतो आणि प्राप्तकर्ता तो डीकोड करतो. १९७० च्या दशकाच्या उत्तरार्धात एक व्यापक बहुविद्याशाखीय सामाजिक विज्ञान दृष्टिकोनाचा भाग म्हणून रिसेप्शन अभ्यासाकडे अनेक मार्ग एकत्र आले. उदाहरणार्थ, संरचनावादी, पोस्ट-स्ट्रक्चरलिस्ट आणि स्त्रीवादी हे सर्व प्रकारचे संरचनावादी आहेत.

रिसेप्शन अभ्यासांनी असे प्रेक्षक ओळखले आहेत ज्यांना पूर्वी दुर्लक्षित केले गेले होते, वगळले गेले होते आणि धोरण आणि सिद्धांतामध्ये गृहीत धरले गेले होते. प्रेक्षक रिसर्च कॅनॉनचा अभ्यास करतात आणि रिसेप्शन सिद्धांताचा एक कॅनन मजकूर आधीच्या मजकुराच्या ज्ञानावर आधारित असतो.

संशोधनामध्ये विविधता एकत्रित करण्यासाठी, अ-रेषीय पद्धत घेणे आवश्यक आहे. महत्त्वपूर्ण माहितीचे सनसनाटी, उत्कर्ष, सरलीकरण आणि क्षुल्लकीकरण या सर्व शक्यता आहेत. आकलनाच्या दृष्टीने, रिसेप्शन सिद्धांत समजणे कठीण आहे कारण प्रत्येक मन वास्तविकतेचा वेगळा अर्थ लावते.

६.९ प्रश्न

- रिसेप्शन सिद्धांताची मुख्य वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
- संशोधन परंपरांचे अभिसरण, संशोधन कॅननचे बांधकाम यावर चर्चा करा.
- रिसेप्शन सिद्धांताची उपलब्धी आणि समीक्षा यांची तपासणी करा.

६ .१० संदर्भ

- Livingstone, S (1998): Relationships between media and audiences: Prospects for future audience reception studies. In Liebes, T., and Curran, J. (eds).
- 'Media, Ritual and Identity: Essays in honor of Elihu Katz', London, UK : Routledge, 1998, pp. 237-255.

- McQuail's Mass Communication Theory:

https://us.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/67529_McQuail_Mass_Communication_Theory_Chapter_4.pdf

- Communication Theory: available at

https://www.communicationtheory.org/reception-theory/#:~:text=The%20reception%20theory%20concept%20points,of%20the%20text%20or%20screen

❖❖❖❖

७

सिद्धांत-अधिकारवादी, उदारमतवादी

घटक रचना :

७.० उद्दिष्टे

७.१ प्रस्तावना

७.२ लोकशाहीचे उप-समूह

७.३ अधिकारवादी सिद्धांत

७.४ उदारमतवादी सिद्धांत

७.५ उदारमतवाद आणि माध्यम धोरण

७.६ नवउदारवाद

७.७ निष्कर्ष

७.८ सारांश

७.९ प्रश्न

७.१० संदर्भ

७.० उद्दिष्टे (Objectives)

- जनसंवादाचे सिद्धांत समजून घेणे
- माध्यम धोरणावरील होणाऱ्या पद्धती आणि प्रभावांचे परीक्षण करणे

७.२ प्रस्तावना (Introduction)

पाश्चात्य लोकशाहीमधील माध्यम धोरणासंबंधीचे बहुतेक वादविवाद हे प्रेसच्या मानक धारणांवर आधारित असतात. विद्वानांचे निरीक्षण आहे की प्रसारमाध्यमांमध्ये प्रचंड माहिती देण्याची शक्ती आहे, ज्याचा लोकशाहीवर परिणाम होतो. लोकशाही समाजात, सरकारवर लक्ष ठेवण्याची आणि त्याला लोकांप्रती उत्तरदायी बनवण्याची जबाबदारी माध्यमांची असणे अपेक्षित असते. प्रसारमाध्यमे देखील जनता आणि राजकीय नेते यांच्यात प्रसारक म्हणून काम करतात. माध्यमातून तो लोकांचा आवाज आणि अत्याचारित गटांची भूमिका करतो. जेव्हा प्रसारमाध्यमांना होणारा कोणताही धोका हा लोकशाहीला धोका मानला जातो. लोकशाहीचे पालन न करणाऱ्या देशांमध्ये, लोकशाही अभिनेत्याऐवजी प्रसारमाध्यमांचा

वापर केला जातो. या संबधीचा हुकूमशाही सिद्धांत, स्वातंत्र्यवादी सिद्धांत, सामाजिक जबाबदारी सिद्धांत आणि सोव्हिएत मीडिया सिद्धांत हे प्रेस/माध्यमांचे 'मूळ' चार सिद्धांत आहेत. हे प्रत्येक आर्थिक आणि राजकीय परिस्थितीच्या विशिष्ट संचाला लागू होतात, दुसऱ्या शब्दांत, ते प्रामुख्याने मालकी आणि नियंत्रणाच्या समस्या हाताळतात. या विभागात आपण अधिकारवादी सिद्धांत आणि स्वातंत्र्यवादी सिद्धांत हाताळू आणि या माध्यम धोरणांवर कसा परिणाम होतो याचे या घटकात परीक्षण करूया.

फ्रेड सिबर्ट, थिओडोर पीटरसन आणि विल्बर श्रॅम, यांना संवाद सिद्धांतवेत्ते म्हणून ओळखतात. त्यांनी माध्यम व्यवस्थेचे वर्गीकरण कसे करावे यासाठी पाया घातला. १९५६ मध्ये इलिनॉय विद्यापीठाने प्रसिद्ध केलेले 'फोर थिअरीज् ऑफ द प्रेस' हे त्यांचे पुस्तक जनसंवाद सिद्धांतांसाठी एक महत्त्वाचा संदर्भ आहे. पुस्तकाच्या लेखकांनी प्रेसच्या विविध प्रकारांवर प्रकाश टाकला, ज्याचा त्यांना विश्वास आहे की ती जगभरात अस्तित्वात आहे. सामान्य सिद्धांत इतर संप्रेषण सिद्धांतांपेक्षा भिन्न आहेत. ते काहीवेळा पाश्चात्य मास मीडिया सिद्धांत म्हणून ओळखले जातात कारण ते केवळ वैज्ञानिक स्पष्टीकरण आणि अंदाजांवर आधारित नाहीत.

७.२ लोकशाहीचे उप-समूह (Sub-groups of Democracy)

लोकशाहीचे दोन मूलभूत उपसमूह आहेत: ते किमानवादी आणि कमालवादी म्हणून ओळखले जातात. माध्यमांचा सूक्ष्म गट लोकशाहीवर एक प्रणाली म्हणून लक्ष केंद्रित करतो, ज्यामध्ये समाजातील प्रौढ नागरिकांना त्यांच्या पसंतीच्या नेत्याला मतदान करण्याचा अधिकार असतो. कमालवादी व्याख्येमध्ये सामाजिक आणि आर्थिक मूल्ये समाविष्ट आहेत जसे की माहिती प्राप्त करण्याचे आणि देण्याचे स्वातंत्र्य, सहवासाचे स्वातंत्र्य, समान संधी याचसोबत राजकीय मूल्यांव्यतिरिक्त प्रेस स्वातंत्र्य. लोकशाही हा शासनाचा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये लोकांना त्यांच्या पसंतीच्या नेत्याला मतदान करण्याचा अधिकार आहे असे मत आहे. हे सार्वजनिक वादविवादांमध्ये समान सहभागाद्वारे देखील वैशिष्ट्यीकृत आहे, ज्याद्वारे गंभीर निर्णय घेतला जाऊ शकतो. प्रभावीपणे लोकशाहीची व्याख्या "लोकांद्वारे, लोकांसाठी आणि लोकांद्वारे चालवलेले शासन" ही लोकांच्या शासनात सहभागी होण्याच्या क्षमतेचा संदर्भ देते.

७.३ अधिकारवादी सिद्धांत (Authoritarian theory)

प्लेटोच्या तत्त्वज्ञानाने जनसंवादाच्या हुकूमशाही सिद्धांताला (४०७-३२७ ईसापूर्व) प्रेरणा दिली. जेव्हा मुद्रणालयाची स्थापना झाली, तेव्हा इंग्लिश सम्राटांनी सेन्सॉरिंग, परवाना, कर आकारणी आणि कायदे करून ही रणनीती वापरली. हे प्रसार माध्यमाचे एक मानक तत्त्वज्ञान आहे, ज्यामध्ये माध्यमांवर राष्ट्रीय सत्ता आणि अधिकाराने प्रभाव टाकला जातो तसेच त्यावर मात केली जाते. तथापि, माध्यमांनी अधिकाऱ्यांच्या इच्छेचा आदर केला पाहिजे त्याचा राज्य किंवा सत्ताधारी वर्गाच्या थेट नियंत्रणाखाली न राहता स्वतःच्या इच्छेनुसार कार्य केले पाहिजे. प्रेस आणि मीडिया स्वतंत्रपणे कार्य करू शकत नाहीत आणि त्यांच्या कार्यावर सेन्सॉर केल्याचा आरोप केला जातो.

हुकूमशाही प्रशासनाद्वारे हुकूमशाही सिद्धांताचा प्रामुख्याने वापर केला जातो, परंतु तो लोकशाही आणि हुकूमशाही दोन्ही राज्यांमध्ये आढळू शकतो. प्रसारमाध्यमे या संदर्भात बहुसंख्य किंवा प्रबळ गटांचा अपमान किंवा विरोध करू शकत नाहीत. हुकूमशाही सिद्धांतामध्ये माध्यमांनी शासकाच्या अधीन राहणे आवश्यक आहे. असे मानले जाते की जर राष्ट्रीय माहिती पसरली तर ती राष्ट्रीय सुरक्षेला धोका निर्माण करू शकते. त्यामुळे या कल्पनेनुसार, युद्धे आणि संघर्षांसारख्या परिस्थितीत, राज्य माध्यमांवर नियंत्रण ठेवते कारण राज्य वैयक्तिक अधिकारांपेक्षा मोठे मानले जाते. यात अंतर्गत किंवा बाह्य परिस्थिती देखील असू शकतात. या प्रकारच्या परिस्थितींमध्ये, लोकशाही प्रशासन देखील एकमेव पर्याय म्हणून ही रणनीती निवडतात. सामाजिक समतोल आणि स्थैर्य राखण्यासाठी ते आवश्यक आहे असा दावा करून ते कार्यपद्धती तर्कसंगत करतात, तरीही अल्पसंख्याकांच्या दृष्टिकोनावर बंदी घातली जात नाही जोपर्यंत ते अधिकाऱ्यांच्या सामर्थ्याला धोका देत नाहीत. युनायटेड किंगडम आणि भारतामध्ये 'अधिकृत गुपिते कायदा' ज्या तीव्रतेने लागू केला जातो ते त्याचे एक उदाहरण आहे.

प्रेसकडे एक भयंकर शस्त्र म्हणून पाहिले जाते. याचा उपयोग राज्यकर्त्यांची शक्ती मजबूत करण्यासाठी आणि वाढवण्यासाठी केला जातो. इतरांना नाकारताना काही मीडिया अधिकार आणि परवाने देऊन अधिकारी माध्यमावर नियंत्रण ठेवतात. माध्यमांना संदिग्ध अधिकार दिले जातात, ह्या पत्रकारांनी सेन्सॉरशिप मार्गदर्शक तत्त्वांचे पालन न केल्यास त्यांचे नुकसान होते. अत्यंत टोकांच्या प्रकरणामध्ये त्यांचा परवाना अधिकारी रद्द करू शकतात.

संवेदनशील बाबी लोकांसमोर क्वचितच चर्चिल्या जातात किंवा फक्त बातम्यांच्या प्रसरणामध्ये त्यांचा उल्लेख केला जातो. राजकीय सेन्सॉरशिप, लष्करी सेन्सॉरशिप, धार्मिक सेन्सॉरशिप, आर्थिक सेन्सॉरशिप आणि सेन्सॉरशिपचे इतर प्रकार अस्तित्वात आहेत. तथापि, सर्वसत्तावादाच्या उलट, तत्त्वज्ञान एकसमान आणि राष्ट्रीय संस्कृतीला प्रोत्साहन देत नाही.

अधिकारशाही सिद्धांताची वैशिष्ट्ये

- सरकार आणि अधिकाऱ्यांचे माध्यमांवर पूर्ण नियंत्रण असते. नियंत्रण प्रस्थापित करण्यासाठी विविध स्वरूपात शक्ती वापरली जाते.
- शक्तिशाली अल्पसंख्याक किंवा बहुसंख्याकांच्या अभिजात वर्गाद्वारे शासित.
- प्रशासन आणि धोरणांच्या संदर्भात सत्ताधारी किंवा वर्चस्व असलेल्या गटांवर टीका करण्याची मीडियाला शक्ती नाही, अशा प्रकारे प्रकाशित केली जाऊ शकणारी सामग्री मर्यादित करते.
- सत्ताधारी पक्षांना कोणत्याही स्वरुपात नाराज करू शकत नाही. जे अपमान करतात त्यांना धमकावले जाते आणि शिक्षा केली जाते.

- परवाना देणे आणि नोंदणीच्या स्वरूपात मर्यादित अधिकार देणे, शिक्षेच्या स्वरूपात परवाना रद्द करण्याची परवानगी देणे.
- प्रबळ गट किंवा सरकारची माध्यम समूहाची मालकी असणे.
- प्रचाराचा वापर करून सार्वजनिक मत बदलणे.
- माध्यमांचा वापर सरकारला सक्षम करण्यासाठी एक साधन म्हणून केला जाणे.

सामर्थ्य:

- सामाजिक-सांस्कृतिक संघर्ष निराकरणात प्रभावी आहे.
- व्यक्तींना देशासाठी काम करण्यास प्रवृत्त करते.
- मीडियाच्या वतीने बेजबाबदार वर्तन प्रतिबंधित करते.
- इच्छित प्रचाराचा यशस्वीपणे प्रसार करण्यासाठी वापरला जाऊ शकतो.
- **कमकुवतपणा:**
- सामान्य माणसाला मूर्ख समजले जाते आणि म्हणूनच एखादे उद्दिष्ट जे सहजपणे हाताळले जाऊ शकते कारण ते ब्रेनवॉशिंगला प्रोत्साहन देते
- प्रबळ गट त्यांची स्वार्थी उद्दिष्टे पूर्ण करण्यासाठी माध्यमांचा वापर करतात
- भाषण स्वातंत्र्य, अभिव्यक्ती आणि माहितीचा प्रवेश धोक्यात आला आहे.

या सिद्धांताची उदाहरणे अफगाणिस्तानमध्ये दिसून येतात, जिथे तालिबान राजवटीने हुकूमशाही धोरणात्मक योजना वापरली. २०११ पर्यंत, बर्मी मीडियाला देखील हुकूमशाहीचे अनुसरण करण्यास भाग पाडले गेले. सरकारविरोधी बातम्या प्रकाशित करणाऱ्या माध्यमांना दंड आणि तुरुंगात टाकण्यात आले. नॅशनल सिक्युरिटी ऍक्ट आणि ऑफिशियल सिक्रेट्स ऍक्टच्या आवृत्त्या अनेक विकसनशील देशांमध्ये आढळतात. सेन्सॉरशिपमुळे अनेक लेखकांना तुरुंगात डांबले गेले आणि हुकूमशाहीचे दर्शन घडवत पुस्तके, लेखांवर बंदी घालण्यात आली. इस्त्रायल, सीरिया, झिम्बाब्वे, चीन, उत्तर कोरिया इत्यादी काही अशा देशांची उदाहरणे आहेत जे हुकूमशाही राज्य करतात.

७.४ उदारमतवादी सिद्धांत (Libertarian theory)

स्वातंत्र्यवादी गृहीतक, ज्याला फ्री प्रेस सिद्धांत असेही म्हणतात, हा जनसंवादाच्या सामान्य सिद्धांतांपैकी एक आहे. या सिद्धांतानुसार प्रेसला कोणत्याही वेळी काहीही प्रसारित करण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य दिले जाते. हे समाजाचे वॉचडॉग म्हणून काम करते. १६ व्या शतकात मुद्रणालयाची निर्मिती आणि प्रेस चळवळीनंतर हा सिद्धांत युरोपच्या

स्वातंत्र्यवादी विचारांतून निर्माण झाला. लाओ त्झू, जॉन लॉक, जॉन मिल्टन, जॉन स्टुअर्ट मिल, थॉमस जेफरसन आणि इतरांसह अनेक सुप्रसिद्ध व्यक्तींनी याचा प्रचार केला आणि तो अजूनही इंग्लंड आणि अमेरिकेत लोकप्रिय आहे.

प्रसार माध्यमाचा हुकूमशाही दृष्टीकोन, ज्यामध्ये माहिती राज्य किंवा प्राधिकरणाद्वारे नियंत्रित केली जाते, हे स्वातंत्र्यवादी कल्पनेच्या अगदी विरुद्ध आहे. उदारमतवादी सिद्धांतानुसार प्रसारमाध्यमांची मालकी खाजगी असावी. व्यक्तिवाद आणि विचारांची स्वायत्तता या विचारसरणीचा केंद्रबिंदू आहे. तेथे कोणताही हस्तक्षेप नाही आणि प्रत्येकाला व्यक्त होण्याचा अधिकार आहे. कोणतीही सेन्सॉरशिप नाही आणि सरकारला प्रसारमाध्यमांवर निर्बंध घालणे किंवा दडपण्यास सक्षम नसावे. विविध प्रकारच्या डेटाचा सतत प्रवाह वहात असतो. प्रत्येकाला आवश्यक असलेली माहिती, तसेच माहितीची सत्यता याचा अर्थ लावणे आणि निर्णय घेणे बंधनकारक आहे. मानवाची तर्कशुद्धता त्यांना असे करण्यास सक्षम करते. पत्रकारांनी धोरणावर टीका केली तरीही ती कोणत्याही प्रकारे सेन्सॉर होऊ नये. प्रसारमाध्यमांना महत्त्वपूर्ण अधिकार असूनही, सत्तेचा दुरुपयोग कायदेशीररित्या संबोधित केला जाऊ शकतो.

उदारमतवादी सिद्धांताची वैशिष्ट्ये:

- समाजाचा वॉचडॉग म्हणून मीडिया
- विचार आणि अभिव्यक्ती, माहिती आणि व्यक्तिवाद यांचे पूर्ण स्वातंत्र्य
- कोणतीही सेन्सॉरशिप नाही
- वैकल्पिक माहितीसाठी प्रवेशयोग्यता जी मुख्य प्रवाहातील कल्पना नाही आणि बहुवचनवादी सत्यांना अनुमती देते (एकाच बातमीसाठी भिन्न सत्ये)
- मीडिया सरकारच्या मालकीचा नाही
- माध्यमांना देशाच्या कायद्यांचे पालन करावे लागेल
- माध्यमांनी आचारसंहितेचे पालन केले पाहिजे

सामर्थ्य:

- सत्याचा शोध घेण्याची क्षमता कारण कोणत्याही विशिष्ट पक्षाच्या फायद्यासाठी प्रकाशित सामग्रीवर सेन्सॉरशिप किंवा नियंत्रण नाही
- माध्यमांच्या वापराद्वारे विचार आणि कल्पनांची मुक्त अभिव्यक्ती
- वादविवादाला सुरुवात करते आणि सत्यापर्यंत पोहोचण्यासाठी निरोगी स्पर्धा वाढवते
- प्रदान केलेल्या माहितीमध्ये पारदर्शकता आणते.

- प्रबळ गटांना नियंत्रणात ठेवते आणि जबाबदारीची मागणी करून भ्रष्टाचार रोखते
- हे लोकशाही स्वरूपाचे आहे.

कमकुवतपणा:

- जबाबदार आणि भ्रष्टाचार माध्यमांनाच त्रास देऊ शकतात
- मीडियामधील अनैतिक प्रथा फोफावू शकतात.
- माहिती गोळा करणाऱ्या लोकांचे तर्कहीन निर्णय
- कल्पना, मते, गट उद्दिष्टे आणि विचारसरणीमधील विविधता विवादाचे स्रोत असू शकते, एखाद्या विषयावर एकमत होऊ देत नाही
- एखाद्या व्यक्तीच्या गोपनीयतेकडे आणि प्रतिष्ठेकडे दुर्लक्ष करणे हा माध्यमांच्या शक्तीचा गैरवापर असू शकतो
- बदनामी, देशद्रोह, निंदा, अभद्रता, असभ्यता इ. प्रकाशित करणे आणि अशांतता निर्माण करणे या सर्व माध्यमांसाठी शक्य आहे.
- हानीकारक हेतू असलेल्या लोकांच्या हाती संवेदनशील माहिती पडल्यास ते राज्याच्या सुरक्षेसाठी धोकादायक ठरू शकते.

७.५ उदारमतवाद आणि माध्यम धोरण (Libertarianism and media policy)

प्रचलित सामाजिक निकष साध्य करण्यासाठी किंवा राखण्यासाठी माध्यमांनी कसे कार्य करावे याबद्दल नागरिकांच्या अपेक्षा मानक सिद्धांतांमध्ये संबोधित केल्या जातात. लोकशाहीच्या यशात महत्त्वाचा भाग असलेल्या माहितीचे व्यवस्थापन करण्याची जबाबदारी माध्यमांवर सोपवण्यात आली आहे. माध्यमांकडून काही मागण्या करण्याचा अधिकार जनतेला आहे. सामान्य सिद्धांत पत्रकारितेचे विश्लेषण नैतिक वचनबद्धतेवर करण्यास पत्रकारितेला सक्षम करतात.

उदारमतवादी सिद्धांतानुसार प्रेस ही कल्पनांची बाजारपेठ असावी जिथे परिणाम किंवा छळाची भीती न बाळगता वेगवेगळी मते व्यक्त करता येतील. हे एक माध्यम असावे ज्याद्वारे जनतेला युक्तिवाद आणि प्रतिवाद सादर केले जातील, जेणेकरून जनता सुशिक्षित निर्णय घेऊ शकेल. या संकल्पनेच्या समर्थकाचे म्हणणे आहे की, प्रेस स्वतंत्र आणि मुक्त असावी आणि सरकारने नियमन करू नये. हे असे आहे कारण राज्य-नियंत्रित प्रेस त्याचे मुख्य कार्य करू शकत नाही; त्यामुळे कठोर प्रश्न विचारण्यात आणि सरकारला जबाबदार धरण्यात अक्षम आहे.

स्वातंत्र्यवादी विचारसरणीनुसार, प्रेस स्वायत्ततेशिवाय, पत्रकारिता समाजासाठी पहारेकरी म्हणून काम करू शकत नाही. असा युक्तिवाद केला जाऊ शकतो की प्रेस स्वातंत्र्याच्या

स्वातंत्र्यवादी संकल्पनेमुळे मीडिया मालकांच्या व्यावसायिक हितसंबंधांचा फायदा होतो ज्यामुळे प्रेसला जबाबदारीशिवाय पोस्ट करून इतर लोकांच्या स्वातंत्र्यांचे उल्लंघन करणे सोपे होते. याला "नकारात्मक स्वातंत्र्य" असे संबोधले जाते. तथापि, स्पर्धात्मक माध्यमांच्या बाजारपेठांनी लोकशाहीविरोधी वर्तन केले आहे. जेव्हा बाजार दबावाखाली असतो, तेव्हा व्यावसायिक फायद्याच्या शोधात नैतिकता मागे टाकली जाते. युनायटेड स्टेट्समधील प्रेस फ्रीडमवरील १९४७ हचिन्स कमिशनने "सामाजिक जबाबदारी" ही संकल्पना मांडली. अमेरिकन प्रेसच्या वाढत्या टीकेच्या प्रतिक्रियेत, विशेषत: सनसनाटीपणा, व्यावसायिकता आणि मालकी केंद्रीकरण, तसेच त्याच्या अधिकारांचा कथित गैरवापर यांच्या प्रतिक्रिया म्हणून आयोगाची स्थापना करण्यात आली. त्यामुळे पत्रकारांची जबाबदारी पार पाडण्याची गरज होती.

७.६ नवउदारवाद (Neoliberalism)

नवउदारवादाच्या व्यापक संकल्पनेने नवउदारवादी प्रेस सिद्धांताचा पाया म्हणून काम केले. त्याच्या आधुनिक आवृत्तीमध्ये, नवउदारवाद हा राजकीय आणि आर्थिक पद्धतींचा एक सिद्धांत आहे, जो सूचित करतो की मानवी कल्याण वाढवण्याचा सर्वात मोठा मार्ग म्हणजे संस्थात्मक चौकटीमध्ये उद्योजक स्वातंत्र्य आणि कौशल्ये मुक्त करणे. हे मजबूत मालमत्ता अधिकार, मुक्त बाजार आणि मुक्त व्यापार इ. द्वारे वैशिष्ट्यीकृत आहे. नवउदारवादी विचारसरणीनुसार, खाजगी क्षेत्राला व्यवसायात यशस्वी होण्यासाठी अनुकूल वातावरण निर्माण करणे हे राज्याचे कर्तव्य आहे, ज्यामध्ये बाजारातील अपयश टाळण्यासाठी हस्तक्षेप करणे समाविष्ट आहे. माध्यमांच्या नियमनात सरकारने हस्तक्षेप केला तरच माध्यमांच्या मालकीमध्ये न्याय्य भूमिका सुनिश्चित करण्यासाठी हे केले जाते. त्यामुळे, शुद्ध उदारमतवाद राज्याचा कोणताही हस्तक्षेप नाकारतो, तर त्याचे नवउदारवादी स्वरूप, सामाजिक जबाबदारी मॉडेलप्रमाणे, राज्यासाठी मर्यादित भूमिका स्वीकारते, परंतु ती भूमिका बाजारातील अपयश टाळण्यासाठी मर्यादित असते.

७.७ निष्कर्ष (Conclusion)

माध्यमांनी आपले कर्तव्य बजावले तरच सुदृढ लोकशाहीचा विकास होईल. माध्यमांच्या कार्यांपैकी एक म्हणजे सार्वजनिक जबाबदारी म्हणून काम करणे, ज्यामध्ये नागरिक वादविवाद करू शकतात आणि धोरणात्मक निर्णयांवर प्रभाव टाकू शकतात. सशक्त सार्वजनिक जागेच्या अनुपस्थितीत, स्वार्थासाठी संकुचित दृष्टीकोनांसह वादविवाद वरवरचे असू शकतात. पत्रकारांना उत्तरदायी बनवण्यासाठी, सर्जनशील आणि कठोर वादविवाद व्हायला हवेत आणि त्यासाठी लोकशाही समाजात प्रेसला पुरेशा प्रमाणात स्वातंत्र्य मिळायला हवे. तेव्हाच प्रेस प्रबळ गटांवर लक्ष ठेवू शकतात जेणेकरून ते त्यांच्या शक्तीचा गैरवापर करणार नाहीत. पण प्रेसला कितपत स्वातंत्र्य द्यायचे, हा वादाचा प्रश्न आहे. सामाजिक लोकशाहीच्या सिद्धांतानुसार, प्रेस नियमनमध्ये राज्याचा थोडासा हस्तक्षेप आवश्यक आहे आणि त्यामुळे प्रेस स्वातंत्र्याचे नुकसान होत नाही. परंतु जास्त हस्तक्षेप केल्याने ते हुकूमशाही प्रेसची आवृत्ती बनू शकते. या प्रश्नांना दैनंदिन परिस्थितीत संबोधित करणे आवश्यक आहे.

७.८ सारांश (Summary)

फ्रेड सिबर्ट, थिओडोर पीटरसन आणि विल्बर श्रॅम हे संप्रेषण सिद्धांतवादी होते, ज्यांनी आम्ही माध्यम प्रणालींचे वर्गीकरण कसे करावे यासाठी पाया घातला.

प्रसारमाध्यमांच्या जबाबदाऱ्यांपैकी एक म्हणजे सरकार जनतेला उत्तरदायी आहे याची खात्री करण्यासाठी त्यावर लक्ष ठेवणे. लोकशाहीचे पालन न करणाऱ्या देशांमध्ये प्रसारमाध्यमे लोकशाही अभिनेत्याऐवजी प्रचाराचे साधन म्हणून काम करतात.

हुकूमशाही प्रशासनाद्वारे हुकूमशाही सिद्धांताचा प्रामुख्याने वापर केला जातो, परंतु तो लोकशाही आणि हुकूमशाही दोन्ही राज्यांमध्ये आढळू शकतो.

स्वातंत्र्यवादी गृहितक, ज्याला फ्री प्रेस थिअरी असेही म्हणतात, हा जनसंवादाच्या सामान्य सिद्धांतांपैकी एक आहे ज्यामध्ये मीडिया किंवा प्रेसला कोणत्याही वेळी काहीही प्रसारित करण्याचे पूर्ण स्वातंत्र्य दिले जाते.

७.९ प्रश्न (Questions)

1. माध्यमांच्या अधिकारवादी सिद्धांतावर चर्चा करा. योग्य उदाहरणांसह त्याची वैशिष्ट्ये, सामर्थ्य आणि कमकुवतपणा सांगा.
2. मीडियाच्या उदारमतवादी सिद्धांतावर चर्चा करा. मीडिया धोरणावर त्याचा परिणाम गंभीरपणे तपासा.

७.१० संदर्भ (References)

Ogbebor, Binakuromo ."British Media Coverage of the Press Reform Debate."*SpringerLink*, Palgrave Macmillan, Cham, https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-37265-1.

Bajracharya, Shraddha. "Authoritarian Theory of Mass Communication."*Businesstopia*, 15 Feb. 2018, https://www.businesstopia.net/mass-communication/authoritarian-theory-mass-communication.

Bajracharya, Shraddha. "Four Theories of the Press: Authoritarian vs. Libertarian." *Businesstopia*, Businesstopia, 22 Mar. 2018, https://www.businesstopia.net/mass-communication/four-theories-of-press-authoritarian-libertarian.

Bajracharya, Shraddha. "Libertarian Theory of Mass Communication."*Businesstopia*, 15 Feb. 2018, https://www.businesstopia.net/mass-communication/libertarian-theory-mass-communication.

In Mass Communication, Political Communication."Libertarian Theory."*Communication Theory*, 10 July 2014, https://www.communicationtheory.org/libertarian-theory/.

❖❖❖❖

८

सामाजिक जबाबदारी, सार्वजनिक क्षेत्र

घटक रचना

८.० उद्दिष्टे

८.१ परिचय

८.२ सर्वसाधारणपणे सामाजिक जबाबदारीचा अर्थ

८.३ भारतातील माध्यमांचा इतिहास

८.४ सामाजिक जबाबदारी

८.५ प्रेसचे सिद्धांत (मीडिया)

८.६ सामाजिक जबाबदारी सिद्धांत

८.७ सार्वजनिक क्षेत्र

८.८ सार्वजनिक क्षेत्राचा इतिहास

८.९ सार्वजनिक क्षेत्रातील अभिनेते

८.१० सार्वजनिक क्षेत्र म्हणून मीडिया

८.११ स्त्रीवाद आणि सार्वजनिक क्षेत्र

८.१२ सारांश

८.१३ प्रश्न

८.१४ संदर्भ

८.० उद्दिष्टे

1. सामाजिक जबाबदारी आणि माध्यम क्षेत्रावर त्याचा प्रभाव याविषयी जाणून घेणे.
2. सार्वजनिक क्षेत्राचा अर्थ आणि त्याचे विविध पैलू जाणून अभ्यासणे.
3. माध्यमांच्या दृष्टीने सार्वजनिक क्षेत्र समजून घेणे.

८.१ परिचय

या प्रकरणामध्ये दोन विषयांवर चर्चा केली जाईल, पहिले 'सामाजिक दायित्व' दुसरे 'सार्वजनिक क्षेत्र'. दोन्ही महत्त्वाचे विषय आहेत जे आपणास आपल्या सभोवतालचे जग समजून घेण्यास मदत करतील.

८.२ सर्वसाधारणपणे सामाजिक जबाबदारीचा अर्थ

केंब्रिज डिक्शनरीमध्ये सामाजिक जबाबदारीचे असे वर्णन केले आहे 'समाज किंवा पर्यावरणास हानिकारक नसलेल्या मार्गाने वस्तू आणि सेवांचे उत्पादन करणे'. अगदी लहान फर्मचे मूल्यमापन तिच्या कॉर्पोरेट सामाजिक जबाबदारीवर केले जाऊ शकते. सामाजिक उत्तरदायित्वाचा अर्थ असा आहे की एंटरप्राइझनी अशा प्रकारे कार्य केले पाहिजे जे शेअरहोल्डरचे मूल्य वाढवण्याव्यतिरिक्त समाजाची सेवा करेल. गुंतवणूकदार आणि ग्राहक अशी गुंतवणूक शोधतात जी केवळ फायदेशीर नसून समाज आणि पर्यावरणाच्या कल्याणासाठी देखील योगदान देतात. इंटरनॅशनल ऑर्गनायझेशन फॉर स्टँडर्डायझेशन (ISO) हे ठळकपणे मांडते की आर्थिक यश मिळवणे आणि सामाजिक आणि पर्यावरणीय समस्यांशी सुसंगतपणे समतोल साधण्याची कंपनीची क्षमता म्हणून सामाजिक जबाबदारी ही कार्यक्षमतेने आणि प्रभावीपणे चालवण्यासाठी एक महत्त्वाची बाब आहे. दुसऱ्या शब्दांत, कंपन्यांमध्ये उच्च दर्जाची सामाजिक जबाबदारी असली पाहिजे. या प्रकरणात आपण ज्या दृष्टीकोनातून सामाजिक जबाबदारीचा अभ्यास करणार आहोत तो म्हणजे मीडिया. कोणत्याही संस्थेप्रमाणे मीडियाची एकक म्हणून प्रेक्षक/लोकांप्रती एक सामाजिक जबाबदारी असते. स्वातंत्र्य चळवळीत प्रसारमाध्यमे कशी जबाबदार होती ते पाहू.

८.३ भारतातील माध्यमांचा इतिहास

भारतातील स्वातंत्र्य चळवळीपूर्वी प्रसारमाध्यमांनी महत्त्वाची भूमिका बजावली होती. प्रत्यक्षात, स्वातंत्र्य चळवळीदरम्यान लोकांना एकत्र आणण्यात, विचारांची देवाणघेवाण करण्यात आणि व्यासपीठ प्रदान करण्यात त्याची महत्त्वपूर्ण भूमिका होती. ब्रिटीश शासकांचे लक्ष वेधून घेतले घेऊ नये म्हणून वृत्तपत्रे काही वेळा गुप्तपणेही चालत असत.

१७८० मध्ये, बंगाल गॅझेट, भारतातील पहिले छापील वृत्तपत्र, स्थापन झाले. ब्रिटीश राजवटीचा तिरस्कार आणि सतत उपहास करण्यासाठी हे वृत्तपत्र ओळखले गेले. हे वृत्तपत्र जेम्स ऑगस्टस हिकी नावाच्या आयरिश व्यक्तीद्वारे चालवले जात होते, ज्यावर अधूनमधून ब्रिटीश राज एजंट्सनी खटला भरला होता किंवा प्रतिबंधित केले होते. दुर्दैवाने, १७८२ मध्ये ह्या दैनिकाचे प्रकाशन बंद झाले, परंतु त्याचा कायमस्वरूपी परिणाम झाला. याने भारतीय प्रकाशनांसाठी एक फाउंडेशन स्थापन करण्यात मदत केली, ज्यापैकी काहींनी महत्त्वपूर्ण योगदान दिले. उदाहरणार्थ, १८५७ मध्ये स्वातंत्र्याच्या पहिल्या लढाईदरम्यान, दैनिक पायम-ए-आझादीने ब्रिटीश देशाचे विभाजन आणि शासन करत राहतील आणि लोकांना परत लढा देण्याची गरज आहे अशी कथा पसरवण्यास सुरुवात केली.

ब्रिटीश राजने १८०० च्या सुरुवातीपासून विविध सेन्सॉरशिप नियमांचा अवलंब केला, त्यापैकी किमान एक आजही अस्तित्वात आहे: 'देशद्रोह कलम'. त्यांनी १८७८ मध्ये व्हर्नाक्युलर प्रेस ॲक्ट देखील पारित केला, ज्याने गैर-इंग्रजी माध्यमांसाठी राजवर टीका करणे बेकायदेशीर ठरविले. दरम्यान, भारतीय नियतकालिकांनी बंदी, मर्यादा आणि तुरुंगवासाच्या धमक्यांचे उल्लंघन केले. प्रेसने चिकाटी ठेवली, सेन्सॉरशिपपासून वाचण्यासाठी नवीन मार्ग विकसित केले, मग ते शतकानुशतके कठीण नियमनामुळे असो किंवा त्यांना त्याचा कंटाळा आला म्हणून असे १८५९ च्या इंडिगो क्रांतीमधील एक

महत्त्वाची घटना म्हणजे द हिंदू पॅट्रियटमध्ये प्रकाशित झालेले निल दर्पण हे यातील सर्वात उल्लेखनीय उदाहरण आहे. बाळ गंगाधर टिळक, त्यांचे वृत्तपत्र केसरी, आणि डॉ. आंबेडकर, यांनी १९२० मध्ये मूक नायक सुरू केले. या दोन उल्लेखनीय व्यक्ती आहेत, ज्यांनी भारतीय वृत्तपत्रांच्या वाढीसाठी आणि अन्यायाविरुद्ध आवाज उठवण्यासाठी आणि साहित्याद्वारे जागृती निर्माण करण्यासाठी योगदान दिले.

८.४ सामाजिक जबाबदारी

एक संस्था म्हणून, वृत्तपत्र किंवा दूरचित्रवाणी वृत्त केंद्र इतर गोष्टींबरोबरच जनमत तयार करण्यासाठी, जागरूकता वाढवण्यासाठी, व्यक्तींना संवेदनशील बनवण्यासाठी आणि माहितीचा प्रसार करण्यासाठी जबाबदार असते. दुसऱ्या शब्दांत, तो किंवा ती समाजासाठी, नंतर त्याच्या किंवा तिच्या व्यवसायासाठी, जिथे त्याने किंवा तिने योग्य नैतिकता आणि आचारसंहितेचे पालन केले पाहिजे आणि शेवटी स्वतःसाठी जबाबदार आहे हे मानले गेले पाहिजे.

८.५ प्रेसचे सिद्धांत (मीडिया)

प्रेसशी संबंधित अनेक सिद्धांत आहेत जसे की हुकूमशाही, स्वातंत्र्यवादी, सामाजिक जबाबदारी आणि कम्युनिस्ट सोव्हिएत. सामाजिक उत्तरदायित्व सिद्धांताचा आता आपण तपशीलवार विचार करूया कारण हा अभ्यासक्रमाचा भाग आहे.

१. हुकूमशाही सिद्धांत - येथे सरकार थेट प्रेस नियंत्रित करते. उदा. अफगाणिस्तान, म्यानमार

२. उदारवादी सिद्धांत - इथे प्रेस स्वातंत्र्य आहे. उदा. कॅनडा, स्वित्झर्लंड, न्यूझीलंड

३. सामाजिक जबाबदारी सिद्धांत - कृती स्वातंत्र्यवादी आणि हुकूमशाही सिद्धांत यांच्यात अस्तित्वात आहे. उदा. भारत, यूके, यू.एस.ए.

४. कम्युनिस्ट सोव्हिएत सिद्धांत - सरकार प्रेसवर नियंत्रण ठेवते पण ते समाजासाठी काम करायला मोकळे आहे. उदा. रशिया, चीन, क्युबा

८.६ सामाजिक जबाबदारी सिद्धांत

एफ.एस. सीबर्ट, टी.बी. पॅटरसन, आणि डब्ल्यू. श्रॅम यांनी १९५६ मध्ये सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी मीडिया सिद्धांत मांडला. सिद्धांताचा प्राथमिक आधार असा आहे की 'स्वातंत्र्य हे जबाबदाऱ्यांसह येते' आणि सरकारकडून विशेष वागणूक मिळवणाऱ्या प्रेसने जनसंवादाची काही आवश्यक कार्ये करण्यासाठी समाजाला उत्तरदायी असणे अपेक्षित असते. मीडिया सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी ही संकल्पना तुलनेने नवीन आहे, ती विसाव्या शतकाच्या मध्यात विकसित झाली आहे आणि विकसनशील आणि कमी विकसित देशांनी मोठ्या प्रमाणावर स्वीकारली आहे. या सिद्धांताची सुरुवात युरोपमध्ये झाली आणि १९४७ मध्ये प्रेस फ्रीडम ऑन कमिशनच्या स्थापनेसह युनायटेड स्टेट्समध्ये तीचे औपचारिक रूपांतर करण्यात आले.

या चौकटीच्या परिचयानंतर माध्यम व्यावसायिकतेकडे गांभीर्याने पाहिले जाऊ लागले. प्रेस फ्रीडमवरील हचिन्स कमिशनची स्थापना स्वातंत्र्यवादी किंवा मुक्त प्रेस तत्त्वज्ञानातील प्रेस स्वातंत्र्याचा अर्थ पुन्हा तपासण्यासाठी करण्यात आली. हे या वस्तुस्थितीमुळे घडले होते की स्पष्टपणे "विचारांचे मुक्त बाजार" प्रेस स्वातंत्र्याची हमी देण्यात आणि अपेक्षित सामाजिक फायदे साध्य करण्यात अयशस्वी ठरले होते. हे विवेचन वास्तवावर आधारित नसल्याने समस्या निर्माण झाल्या आणि त्यामुळे समाजव्यवस्था बिघडली.

माहिती, वादविवाद आणि विवेचनासाठी सार्वजनिक प्रवेश वाढवून राजकीय व्यवस्थेला मदत केली पाहिजे. सरकारवर मॉनिटर म्हणून काम करून वैयक्तिक अधिकारांचे संरक्षण केले पाहिजे. प्रसारमाध्यमे सरकारची अंशतः स्वायत्त मानली जात असूनही, त्यावर देशाच्या रहिवाशांचे राज्य आहे. विसाव्या शतकाच्या मध्यात, अनेक देशांनी या सामाजिक जबाबदारीचा आदर्श स्वीकारला, युनायटेड स्टेट्सने १९४९ मध्ये "द कमिशन ऑफ द फ्रीडम ऑफ द प्रेस" ची स्थापना केली.

कोणीही, या दृष्टिकोनानुसार, त्यांच्या कल्पना संप्रेषण करण्यासाठी माध्यमांचा वापर करू शकतो. शिवाय, भेदभाव आणि भ्रष्टाचाराबाबत जागरूकता वाढवण्यात मीडिया महत्त्वाची भूमिका बजावते. उदाहरणार्थ, भारत, युनायटेड स्टेट्स आणि युनायटेड किंगडम.

तुमची प्रगती तपासा

१. माध्यमांच्या चार सिद्धांतांची माहिती द्या.

२. तुमच्या मते, समाजात मीडिया सामाजिकदृष्ट्या जबाबदार आहे असे तुम्हाला वाटते का?

८.७ सार्वजनिक क्षेत्र

"सार्वजनिक क्षेत्र" ही जर्मन शब्द "öffentlichkeit" वरून घेतलेली संकल्पना आहे. "सार्वजनिक" सार्वजनिक क्षेत्रामध्ये वक्ता आणि श्रोत्यांच्या गटाचा संदर्भ देते, तर "सार्वजनिकता" सार्वजनिकपणे दृश्यमान आणि छाननीसाठी खुले असण्याच्या स्थितीचा संदर्भ देते. "सार्वजनिक क्षेत्र" ही एक सामाजिक जागा म्हणून वारंवार परिभाषित केली जाते जिथे भिन्न दृष्टिकोन व्यक्त केले जातात, सामान्य समस्यांवर चर्चा केली जाते आणि संवादाद्वारे सहयोगी उपाय विकसित केले जातात. सार्वजनिक क्षेत्र हा सामाजिक संवादाचा एक महत्त्वाचा भाग आहे. हाबर्मास च्या मते, सार्वजनिक क्षेत्र (ffentlichkeit) हे एक असे ठिकाण आहे जेथे खाजगी व्यक्ती सार्वजनिक समस्यांवर चर्चा करतात. हे एक क्षेत्र आहे जे समाज आणि सरकार यांच्यातील सेतूचे काम करते.

सहभागी लोकशाही प्रणालींमध्ये सार्वजनिक जागेची संकल्पना महत्त्वाची असते. सार्वजनिक क्षेत्र हे नागरिकांसाठी चर्चा करण्यासाठी, वादविवाद करण्यासाठी आणि अखेरीस त्यांच्याशी संबंधित विषयांवर सार्वजनिक मत तयार करण्यासाठी एकत्र जमण्याचे ठिकाण आहे. हे रिंगण स्थानिकांसाठी (जसे की टाउन हॉल मीटिंग) एक भौतिक एकत्र येण्याचे ठिकाण असू शकते किंवा ते एक संप्रेषण पायाभूत सुविधा देखील असू शकते जे रहिवाशांना माहिती आणि टिप्पण्या पाठवू आणि प्राप्त करू देते. सार्वजनिक क्षेत्र हा प्रभावी

प्रशासनाचा एक महत्त्वाचा घटक आहे. कार्यप्रणाली आणि लोकशाही सार्वजनिक क्षेत्राशिवाय, सरकारी अधिकाऱ्यांना त्यांच्या कृतींसाठी जबाबदार धरले जाऊ शकत नाही आणि नागरिकांना राजकीय निर्णयांवर प्रभाव टाकण्याचा कोणताही मार्ग उरत नाही.

सार्वजनिक क्षेत्राची ही संकल्पना आदर्श आहे. उत्तम, खुल्या प्रशासनाचे ते ज्वलंत उदाहरण आहे. माहितीचा मुक्त प्रवाह, मुक्त अभिव्यक्ती आणि मुक्त संभाषण हे सर्व यासाठी आवश्यक आहे. आदर्श सार्वजनिक क्षेत्र अत्यंत परस्परसंवादी आहे आणि सत्तेच्या गैरवापरापासून सर्वोत्तम संरक्षण प्रदान करते. प्रत्यक्षात, आपल्याला फक्त या आदर्शाचा अंदाज येतो. दुसरीकडे प्रभावी प्रशासनाला चालना देण्यासाठी, खऱ्या अर्थाने सर्वसमावेशक सार्वजनिक क्षेत्रासाठी प्रयत्न करणे आवश्यक आहे.

दुसऱ्या मार्गाने सांगायचे तर, सार्वजनिक क्षेत्र हे खाजगी कुटुंब आणि सरकार यांच्यामध्ये दुवा असते. हे एक असे ठिकाण आहे "जेथे मुक्त आणि समान व्यक्ती ज्ञान सामायिक करण्यासाठी, वादविवाद करण्यासाठी, चर्चा करण्यासाठी किंवा सामायिक समस्यांवर विचार करण्यासाठी एकत्र येतात."

८.८ सार्वजनिक क्षेत्राचा इतिहास

पूर्वी, सार्वजनिक क्षेत्र हे एक परिभाषित संमेलनाचे स्थान होते. माध्यम आणि संप्रेषण तंत्रज्ञानातील सुधारणांच्या परिणामी, सार्वजनिक क्षेत्र एका ठिकाणाहून संप्रेषण नेटवर्कमध्ये बदलले आहे.

• प्राचीन ग्रीस—सार्वजनिक क्षेत्राची सर्वात मूलभूत संकल्पना प्राचीन ग्रीक शहर-राज्यांमध्ये आढळू शकते, जेव्हा नागरिकांचा राजकीय निर्णयांमध्ये थेट सहभाग होता. • सलून—अभिजात आणि मध्यमवर्गीय सदस्यांनी 17व्या शतकाच्या उत्तरार्धात आणि 18व्या शतकाच्या सुरुवातीला कॉफीहाऊस, सलून आणि टेबल क्लबमध्ये कला आणि राजकारणावर वादविवाद केला. या बैठकांमध्ये, "वितर्क अधिकाराने शीर्षकाच्या अधिकाराची जागा घेतली," आणि सामाजिक दर्जाकडे पूर्णपणे दुर्लक्ष केले गेले. प्रथम मास मीडिया, वृत्तपत्र, सलून आणि कॉफी शॉपमध्ये भेटलेले गट पूर्णपणे सार्वजनिक झाले: "वृत्तपत्रांनी सार्वजनिक घडामोडी आणि अशा समस्यांबद्दल संभाषणे संपूर्ण जागेत वितरीत केलेल्या लोकांसाठी उपलब्ध करून दिली."ही सार्वजनिक डोमेनची अधिकृत सुरुवात आहे कारण आज आपल्याला हे माहित आहे. • सलून—अभिजात आणि मध्यमवर्गीय सदस्यांनी 17व्या शतकाच्या उत्तरार्धात आणि 18 व्या शतकाच्या सुरुवातीला कॉफीहाऊस, सलून आणि टेबल क्लबमध्ये कला आणि राजकारणावर वादविवाद केला. आदिवासी मेळावे - आफ्रिकेतील राज्यविहीन समुदायांमध्ये किंवा मजबूत आदिवासी परंपरा असलेल्या ठिकाणी, जमाती संमेलने पाश्चात्य नागरिक संमेलने किंवा अगदी प्राचीन अगोराप्रमाणेच काम करतात. हे मेळावे आदिवासी समाजाच्या सार्वजनिक जीवनाचे प्रतिनिधित्व करतात. चर्चचे मंडळे-राजकीय संघर्षाच्या काळात, चर्चने वारंवार अत्याचारित किंवा वंचित लोकांना एकत्र येण्यासाठी आणि त्यांच्या ध्येयांसाठी आवाज देण्यासाठी जागा देऊ केली.

८.९ सार्वजनिक क्षेत्रातील सदस्य

- सार्वजनिक- त्याच्या सर्वात मूलभूत अर्थामध्ये, सार्वजनिक लोकांचा एक काल्पनिक गट आहे जे एक किंवा अधिक सार्वजनिक समस्यांमध्ये समान हितसंबंधाने एकत्रित आलेले आहेत. जनतेतील सर्व सदस्यांनी एकाच वेळी उपस्थित राहणे आवश्यक नाही. आधुनिक सामाजिक विज्ञानामध्ये, हा शब्द मोठ्या प्रमाणावर लोकांच्या राजकीयदृष्ट्या महत्त्वपूर्ण गटांना संदर्भित करण्यासाठी वापरला जातो, उदा. मतदार, नागरी समाज, स्थानिक समुदाय किंवा मास मीडिया प्रेक्षक.

- 'नागरी समाज' आणि 'जनता' हे असे शब्द आहेत जे कधी कधी परस्पर बदलून वापरले जातात, परंतु त्यांची वैचारिकदृष्ट्या तुलना करता येत नाही. नागरी समाजामध्ये अशा संस्था आणि क्रिया असतात ज्या प्रामुख्याने राजकीय किंवा व्यावसायिक नसतात किंवा ते लोभ किंवा शक्तीने प्रेरित नसतात. काही परिस्थितींमध्ये, त्यांच्याकडे सार्वजनिक क्षेत्राचा भाग बनण्याची क्षमता असते.

- सार्वजनिक अधिकारी—सरकार सार्वजनिक क्षेत्राचा एक भाग नसला तरी, त्याला त्यात सहभागी होण्याची संधी आहे पण जबाबदारी नसते. लोकशाही सार्वजनिक क्षेत्रातील सरकारी अधिकारी लोकांचे ऐकतात आणि त्यांना काय हवे आहे ते ठरवतात, त्यांच्या स्वतःच्या चिंता आणि मते प्रसारित करतात आणि लोकांना निवडी आणि क्रियाकलापांबद्दल माहिती देतात.

- मीडिया - "राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावर सार्वजनिक हितसंबंधांच्या संघटनेला अनुमती देणारी संस्थात्मक वास्तुकलाच्या स्थापनेमध्ये मीडिया महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते," अहवालानुसार. दळणवळणाची साधने पुरवण्याव्यतिरिक्त, माध्यमे सार्वजनिक वादविवाद विषयांची ओळख करून देतात आणि मग त्याला आकार देतात.

- खाजगी सदस्य —खाजगी व्यक्ती आणि व्यवसाय अनेकदा सार्वजनिक क्षेत्राला पुढील खाजगी किंवा सार्वजनिक उद्दिष्टांसाठी गुंतवून ठेवतात. नंतरच्या प्रकरणात, ते लोकांचे सदस्य असल्याचे उघड होते.

तुमची प्रगती तपासा

१. सार्वजनिक क्षेत्रातील ऐतिहासिक स्थानांची माहिती द्या.

२. सार्वजनिक क्षेत्रातील सदस्यांची माहिती द्या.

८.१० सार्वजनिक क्षेत्र म्हणून मीडिया

एखाद्या संस्कृतीचे कौतुक करण्यासाठी मोठ्या संख्येतील प्रेक्षकांना मार्गदर्शन करण्याऐवजी, कमी शिक्षण असलेल्या ग्राहकांमधील अभोग आणि आनंदासाठी ग्राहकांच्या मागणीद्वारे सामूहिक संस्कृती प्राप्त झाली आहे आणि सोशल मीडिया आज सामूहिक संस्कृतीचे उत्पादन बनले आहे.

मास मीडिया, विशेषत: इंटरनेट नेटवर्क मीडियाने सार्वजनिक संवादाला अशा प्रकारे प्रोत्साहन दिले आहे आणि टिकवून ठेवले आहे जे कोणत्याही समाजात यापूर्वी कधीही पाहिले गेले नव्हते. हौसरच्या मते, सोशल मीडिया ही संभाषणाची अशी जागा आहे जिथे लोक एकमत होण्याच्या प्रयत्नात त्यांचे दृष्टिकोन सामायिक करतात. मास मीडियाची ताकद ही आहे की ते बहुसंख्य समाजाला निष्क्रिय प्रेक्षक बनवते, तसेच ग्राहक संस्कृती प्रस्थापित करते. परिणामी, लोकशाही माध्यम प्रणालीच्या सर्वात मूलभूत गरजांपैकी एक अशी आहे की ती सर्व प्रमुख सामाजिक हितसंबंधांचे प्रतिनिधित्व करते. परिणामी, प्रसारमाध्यमे ही सार्वजनिक क्षेत्रातील सर्वात महत्त्वाची संस्था आहेत, किंवा एकोणिसाव्या शतकातील उदारमतवादी सिद्धांतकारांनी म्हटल्याप्रमाणे, "लोकशाहीचा चौथा स्तंभ" आहे. परिणामी, लोकशाही माध्यम प्रणालीच्या सर्वात मूलभूत गरजांपैकी एक अशी आहे की ती सर्व प्रमुख सामाजिक हितसंबंधांचे प्रतिनिधित्व क**रते.**

८.११ स्त्रीवाद आणि सार्वजनिक क्षेत्र

स्त्रीवादी शिक्षणतज्ञ हेबरमासच्या उदारमतवादी मॉडेलवर उत्तर युरोपीय समाजातील ऐतिहासिक कालखंडाचे आदर्शीकरण तसेच स्त्रियांच्या डोमेनमधील कृतीचे महत्त्व दुर्लक्षित करणारी एक अपवादात्मक ऐतिहासिक कथा म्हणून टीका करतात.

८.१२ सारांश

आपण सर्वसाधारणपणे सामाजिक जबाबदारीची चर्चा करून या प्रकरणाची सुरुवात केली. कंपन्यांनी पर्यावरणाची काळजी घेणे आवश्यक आहे. प्रसारमाध्यमांमध्ये सामाजिक जबाबदारीचे महत्त्वही आपण पाहिले. नैतिकतेचे महत्त्व आणि त्यावर चर्चा करणारे आयोग सार्वजनिक क्षेत्र या प्रकरणाच्या दुसऱ्या विभागात संबोधित केले आहे. व्यक्तींना त्यांच्या राज्याशी आणि स्थानाशी जोडण्यासाठी आपण त्याचे महत्त्व जाणून घेतो. अध्यायाने सार्वजनिक क्षेत्रातील कलाकारांना देखील संबोधित केले.

८.१३ प्रश्न

1. सामाजिक उत्तरदायित्व सिद्धांत स्पष्ट करा
2. वृत्तपत्रांच्या इतिहासावर चर्चा करा
3. सदस्यांच्या दृष्टीने सार्वजनिक क्षेत्रावर चर्चा करा.

८.१४ संदर्भ

- [1] https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-responsibility
- [1] https://www.investopedia.com/terms/s/socialresponsibility.asp
- [1] https://www.deccanherald.com/national/how-the-press-participated-in-indias-freedom-struggle-873361.html

- [1] Uzuegbunam, Chikezie. (2015). THE SOCIAL RESPONSIBILITY THEORY OF THE PRESS: A CONTEMPORARY REVIEW.
- [1] Ineji, P. U., Nkanu, E. A., & Okoi, P. E. SOCIAL RESPONSIBILITY MEDIA THEORY AND ITS IMPLICATION FOR MEDIA PROFESSIONALISM IN NIGERIA.
- [1] https://newsmoor.com/four-theories-of-the-press-authoritarian-libertarian-social-responsibility-theory/
- [1] Odugbemi, A. (2008). Public opinion, the public sphere, and quality of governance: An exploration. In S. Odugbemi & T. Jacobson (Eds.), Governance reform under real-world conditions. Citizens, stakeholders, and voice (pp. 15–37). Washington, D.C.: The World Bank. (p. 17).
- Habermas, J.(1991): “The public sphere” In Mukerji, C.; Schudson, M.(Ed.): Rethinking popular culture. Contemporary perspectives in cultural studies. Berkeley/Los Angeles: University of California Press. pp.398-404
- [1] https://eprints.lse.ac.uk/48964/1/Amended%20_Livingstone_Mass_media_democaracy.pdf
- Sonia Livingstone and Peter Lunt The mass media, democracy and the public sphere 1994
- [1] Public Sphere, Hartmut Wessler, Rainer Freudenthaler, DOI: 10.1093/OBO/9780199756841-0030 2018
- https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/ obo-9780199756841/obo-9780199756841-0030.xml
- [1] https://www.socialmediatoday.com/content/public-sphere-and-new-media
- [1] Gerhards, J., & Schäfer, M. S. (2010). Is the internet a better public sphere? Comparing old and new media in the USA and Germany. New Media & Society, 12(1), 143–160. https://doi.org/10.1177/1461444809341444
- [1] Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change. Foreign Affairs, 90(1), 28–41. http://www.jstor.org/stable/25800379
- [1] https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203977880-1/rethinking-media-public-sphere-james-curran
- [1] McLaughlin, L. (1993). Feminism, the public sphere, media and democracy. Media, Culture & Society, 15(4), 599–620. https://doi.org/10.1177/016344393015004005

❖❖❖❖

९

प्रसार माध्यमांचे परिणाम : एकीकरण, हिंसा

प्रकरणाची रचना

९.० उद्दिष्टे

९.१ प्रस्तावना

९.२ प्रसार माध्यमांचे प्रभाव समजून घेणे

९.३ मुलांवर प्रसार माध्यमांचे प्रभाव

९.४ प्रौढ, ज्येष्ठ नागरिकांवर माध्यमांचा प्रभाव

९.५ नागरिक पत्रकारिता

९.६ प्रसार माध्यमांचे परिणाम यावरील सिद्धांत

९.७ प्रसार माध्यमांचे एकत्रीकरण

९.८ एकात्मिक माध्यमांचे फायदे

९.९ एकात्मिक माध्यमांचे व्यक्तींवर होणारे परिणाम

९.१० प्रसार माध्यम - इंटिग्रेटिंग मीडिया

९.११ प्रसार माध्यमंचा प्रभाव – हिंसा

९.१२ प्रसार माध्यमांमधील मुलांवरील हिंसाचाराचे चित्रण

९.१३ माध्यमांमधील हिंसेचा प्रौढांवर प्रभाव

९.१४ प्रसार माध्यमांचा प्रभाव - महिलांवरील हिंसा

९.१५ सूचना

९.१६ निष्कर्ष

९.१७ प्रश्न

९.१८ संदर्भ

९.० उद्दिष्टे

१) माध्यमांचा व्यक्तींवर होणारा परिणाम समजून घेणे.

२) प्रसार माध्यमांचे एकत्रीकरण आणि त्याचे परिणाम जाणून घेणे.

३) प्रसार माध्यमांद्वारे हिंसा कशी भडकवली जाते हे जाणून घेणे.

९.१ प्रस्तावना

आज प्रसारमाध्यमे आपल्या जीवनात महत्त्वाची भूमिका बजावत आहेत. दररोज आपण प्रसार माध्यमांचा वापर कोणत्या ना कोणत्या स्वरूपात करतो. वर्तमानपत्राप्रमाणे ऑटोरिक्षा, कार, बसमध्ये किंवा मोबाईलमध्ये इंटरनेट वापरताना गाणी वाजतात. माध्यमांचे वर्गीकरण 'लोक माध्यम' आणि 'इलेक्ट्रॉनिक माध्यम' अशा दोन प्रकारात करता येते. लोकमाध्यमांचा उगम स्थानिक संस्कृती, शेतकरी, गावे आणि आदिवासी समाजातून झाला आहे. दुसरीकडे, इलेक्ट्रॉनिक प्रसार माध्यमांचा उदय औद्योगिकीकरण, जनसंस्कृतीशी जोडला जाऊ शकतो.

लोकमाध्यमे अजूनही मानवी कला, भाषा, चालीरीती, परंपरा वापरतात. उदाहरणे म्हणजे कठपुतळी, पारंपारिक नृत्य प्रकार, लोकगीते, नुक्कड नाटक (रस्ता थिएटर). दुसरीकडे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मशीन्सशी अधिक जोडलेले आहे. इलेक्ट्रॉनिक फॉर्मद्वारे संवाद साधणाऱ्या आधुनिक माध्यमांच्या बाबतीत शहरवासी अधिक अग्रेसर आहेत.

९.२ प्रसार माध्यमांचा प्रभाव समजून घेणे

प्रसार माध्यमांचा प्रभाव तात्कालिक किंवा दीर्घकालीन असू शकतो, तो तात्पुरता किंवा कायमचा देखील असू शकतो. त्याचा परिणाम सकारात्मक किंवा नकारात्मक दोन्ही असू शकतो. परिणामाची पातळी स्थूल आणि सूक्ष्म दोन्हीवर दिसू शकते. धोरण, जागरूकता, वादविवाद, चर्चा, मान्यता यासारखे काही परिणाम यामुळे स्पष्टपणे दिसू शकतात, पैकी काही दीर्घकालीन आधारावर देखील दृश्यमान आहेत. काही वेळा आपण माध्यमांमध्ये पाहत असलेल्या गोष्टी लक्षात ठेवतो आणि कालांतराने, त्यांचा एक प्रकारचा संचय होतो. माध्यमांचा प्रभाव आयुष्यभर टिकू शकतो - जसे की आपल्याला आपली बालपणीची व्यंगचित्रे, मालिका इ. कायम स्मरणात राहत असतात.

वैयक्तिक स्तरावर प्रसार माध्यमांचे परिणाम हे संज्ञानात्मक प्रभाव देखील असू शकतात, ज्यामुळे विश्वास, दृष्टिकोन, शारीरिक बदल आणि अगदी वर्तणुकीतील बदल देखील होऊ शकतात. माध्यमांचे इतर प्रभाव देखील आहेत जसे की त्या विचारधारा सुरू करणे, बदलणे, बळकट करणे, इ

९.३ मुलांवर प्रसार माध्यमांचा प्रभाव

सर्व वयोगटातील व्यक्तींवर माध्यमांचा प्रभाव पडतो. मुले टीव्हीसमोर बसून कार्टून पाहण्यात बरेच तास घालवतात. किंबहुना, हा समाजीकरणाचा एक प्रकार बनतो ज्याद्वारे

मुले त्या पात्रांमध्ये स्वतःची कल्पना करू शकतात, नैतिकता, मूल्ये, जीवन कौशल्ये, समस्या सोडवणे, भावना व्यक्त करणे इत्यादी शिकू शकतात. खरं तर ते त्या पात्रांचे अनुकरण करू लागतात कारण ते स्वतःला त्याच्याशी जोडू शकतात. त्यामुळे, जर त्यांचा सुपरहिरो हिंसक असेल तर ते मूल देखील काही वेळा त्या वर्तनाचे अनुकरण करेल, विशेषत: ज्या मुलांना टीव्ही पाहायला जास्त वेळ मिळतो. जास्त वेळ असतो. आजच्या काळात, टच किंवा अॅलेक्सा, मोठ्या स्क्रीनचे मोबाईल फोन, स्मार्ट टेलिव्हिजन, डेस्कटॉप यासारख्या स्मार्ट उपकरणांच्या तंत्रज्ञानामुळे मुलांमध्ये माध्यमांचा जास्त वापर होत आहे. जाहिराती देखील मुलांचा वापर करून त्यांची उत्पादने विकतात. काही अंशी अशी मुले आहेत जी प्रौढांप्रमाणे कपडे घालतात आणि नंतर उत्पादन प्रसार करण्यासाठी वापरली जातात. ह्या जाहिराती प्रौढ आणि मूल दोघांचेही लक्ष वेधून घेतात हे ही त्यांचे वेगळेपण आहे.

९.४ प्रौढ, ज्येष्ठ नागरिकांवर माध्यमांचा प्रभाव

जे लोक एकटे राहतात किंवा सेवानिवृत्त झाले आहेत आणि त्यांच्याकडे भरपूर मोकळा वेळ आहे, त्यांच्यासाठी मानवी सहवासाची भरपाई टेलिव्हिजनद्वारे होते. विशेषत: ती मुले महानगरे व शहरांमध्ये जिथे जीवनाचा वेग अधिक आहे आणि जॉर्ज सिमेलने आपल्या प्रसिद्ध पेपर 'मेट्रोपोलिस अँड मेंटल लाइफ' मध्ये नमूद केल्याप्रमाणे शहरातील रहिवाशांमध्ये एक प्रकारची उदास वृत्ती असते. शहरात राहिल्याने माणूस माणसापासून दूर होतो, वेळ, पैशाचा हिशोब ठेवतो, यामुळे एकाकीपणा येतो, ही पोकळी प्रसार माध्यमांनी भरून काढली आहे. सोशल मीडिया देखील लोकांना कंटाळवाणेपणाची, शून्यतेची भावना भरून काढण्यास मदत करते आणि म्हणूनच आपण YouTube व्हिडिओंच्या खाली लोक टिप्पणी करणे , वाद घालणे, शाप देणे, शारीरिक व्यंगावर बोलणे किंवा सकारात्मक बोलणे, आभार मानणे, प्रोत्साहन देणे हे सर्व पाहतो. हे सर्व घरात आणि स्क्रीनच्या स्पर्शाने घडत असते. वर्तणूक मानसशास्त्रानुसार समान आवडीचे लोक एकत्र येतात कारण समाज माध्यमांचा वापर सर्व वयोगटांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर केला जातो.

सध्याच्या काळात, पॉपकॉर्न नेटफ्लिक्स किंवा प्राइमसोबत बसून मालिका पाहण्यासारख्या प्रकारांमुळे अनेकांसाठी सप्ताहांती विश्रांतीची पद्धत बदलली आहे.एखादी मालिका पूर्ण करण्यासाठी लोक रात्री झोपत नाहीत. समाज माध्यमांमध्ये समवयस्कांचा दबाव देखील असतो, जेव्हा एखादी व्यक्ती विशिष्ट मालिका पाहत नाही आणि मित्रांसह चर्चेत योगदान देऊ शकत नाही, तेव्हा त्याला/तिला बाजूला पडल्यासारखे वाटते आणि परिणामी, मालिका पाहणे आणि बराच वेळ घालवणे घडत जाते. ओटीटी प्लॅटफॉर्म आकर्षण व मोह तत्त्वावर कार्य करतात - जिथे ते सोयीस्कर व्यक्तींमध्ये एक सवय निर्माण करतात आणि नंतरत्या व्यक्ती एक नियमित ग्राहक बनतात आणि त्याचे व्यसनी देखील होऊ शकतात. याचा परिणाम, असा होतो की व्यक्ती घराबाहेर कमी वेळ घालवतात आणि त्यांना सामाजिक कौशल्ये विकसित करण्यास फारसा वाव राहत नाही.

९.५ नागरिक पत्रकारिता

कॅमेऱ्याने 'मोबाईल ॲक्सेसिबिलिटी सिटिझन जर्नालिझम' चा उदय झाला आहे. सिटिझन जर्नलिझमच्या(नागरिक पत्रकारिता) माध्यमातून व्यक्ती स्थानिक समस्यांची तक्रार करू शकतात आणि मोठ्या प्रमाणात प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचवू शकतात. काही वेळा धोरणकर्तेही या व्हिडिओंकडे लक्ष देतात आणि नंतर काही इच्छुक देणगीदार, प्रसिद्ध व्यक्ती, राजकारणी पुढे येतात आणि आवश्यक त्या कारणानुसार त्यांना मदत करतात. भारतातील एका दुर्गम खेड्याचे हे उदाहरण घेऊ या, काही विद्यार्थिनींनी त्यांच्या शाळांमध्ये स्वच्छतागृहांच्या सुविधेअभावी त्यांना येणाऱ्या अडचणींचा एक व्हिडिओ बनवला. त्यांनी तो यूट्यूबवर अपलोड केला. नंतर ही बातमी टेलिव्हिजनच्या बातम्यांमध्ये आली आणि त्यानंतर ती समस्या दूर झाली. प्रसारमाध्यमांचा हा एक सकारात्मक परिणाम होता – संबंधित लोकांना बातम्या देण्याच्या माध्यमातून मदत करणे.आणि समस्या सर्वश्रूत होईल हे पाहणे.

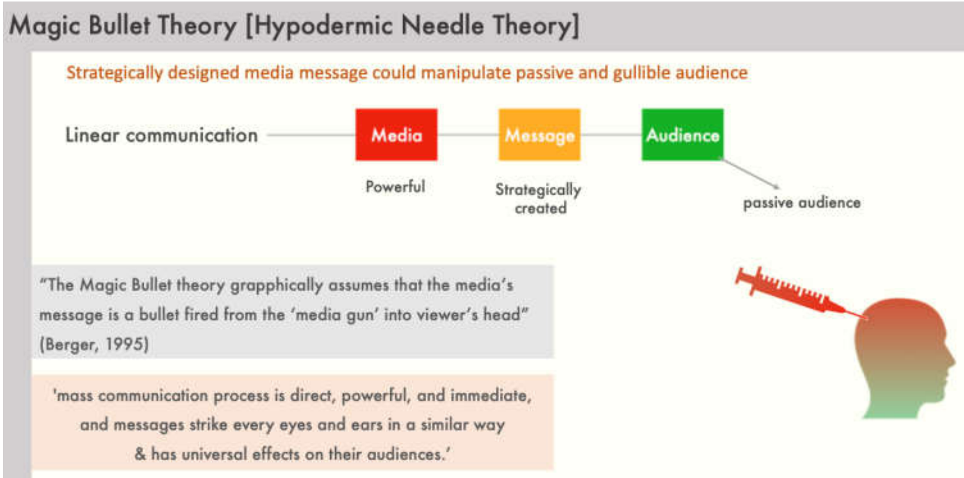
तर आजच्या काळात माध्यमांचा असाही एक परिणाम असा आहे की, प्रसारमाध्यमे केवळ एकतर्फी नसून विषय आणि माहितीचे निर्माते/प्रसारणकर्तेही यात गुंतलेले आहेत.

९.६ प्रसार माध्यमांच्या प्रभावांचे सिद्धांत

व्यक्तींच्या मनावर होणाऱ्या माध्यमांच्या परिणामाबद्दल चर्चा करणारे अनेक सिद्धांत आहेत. त्यापैकी काही पाहूया-

• बुलेट सिद्धांत

बुलेट सिद्धांत, ज्याला 'हायपोडर्मिक सुई' सिद्धांत देखील म्हणतात, 1920 आणि 1930 च्या सुरुवातीस उदयास आला. हा सिद्धांत वर्तनवादाच्या प्रारूपाशी जोडलेला आहे. या सिद्धांताचा मुख्य युक्तिवाद असा आहे की माध्यम एखाद्याच्या शरीरात सुईसारखे कार्य करते. ते संदेश प्रेक्षकांच्या मनात भिनवते. संदेशाद्वारे प्रेक्षकांच्या वागण्यात आणि मानसिकतेत बदल घडवून आणते. परिणामी, हा सिद्धांत मास मीडिया प्रेक्षक सदस्यांना निष्क्रिय मानतो आणि लोक माध्यमांच्या दयेवर जगत असल्याचे प्रतिपादित करतो.



• अजेंडा सेटिंगचा सिद्धांत

प्रसारमाध्यमांचा अजेंडा-सेटिंग सिद्धांत, पूर्वीच्या सिद्धांतांच्या विरूद्ध असे दर्शवितो की मास मीडिया प्रेक्षकांना त्यांचे स्वतःचे मत बनवू देण्याऐवजी लोकांच्या आवडीचे विषय स्वत: ठरवितो . या सिद्धांतानुसार, ज्या समस्यांना सर्वाधिक मीडिया कव्हरेज मिळते त्या समस्यावरच लोक चर्चा करतात, वाद घालतात आणि हट्टी बनतात. याचा अर्थ असा की जनतेला कोणत्या समस्या आणि कथांमध्ये स्वारस्य आहे किंवा असावे हे माध्यम ठरवते. परिणामी, जेव्हा मीडिया एखाद्या विशिष्ट विषयावर प्रकाश टाकण्यात अयशस्वी ठरतो, तेव्हा तो विषय लोकांच्या दृष्टीकोनातही दुर्लक्षित होतो. (हॅनसन).

• दृष्टीकोण विकसनाचे विश्लेषण

दृष्टीकोण विकसनाच्या विश्लेषणाच्या सिद्धांतानुसार, प्रसार माध्यमांनी दिलेल्या अति महत्वामुळे व्यक्ती स्वत:त वास्तविकतेचा भ्रामक दृष्टीकोन विकसित करतात, जो दिलेल्या माध्यमाच्या सर्वाधिक पुनरावृत्ती आणि सुसंगत संदेशांवर आधारित असतो. प्रचंड व्यापकता आणि पुनरावृत्तीमुळे, हा सिद्धांत बहुतेक टेलिव्हिजनच्या विश्लेषणासाठी लागू केला जातो. या गृहीतकानुसार, जो कोणी टेलिव्हिजन पाहण्यात बराच वेळ घालवतो तो वास्तविकतेचे एक असे चित्र तयार करू शकतो जे नेहमीच अचूक नसते. आपण हे देखील लक्षात घेतले पाहिजे की टेलिव्हिजन वरील हिंसक दृश्ये, मग ती बातम्यांच्या कार्यक्रमांवर नोंदवलेली असोत किंवा दूरचित्रवाणी नाटकांमध्ये दाखवली गेलेली असोत तरीही, बहुतेक लोक त्यांच्या दैनंदिन जीवनात ज्या हिंसक दृश्यांचा सामना करतात त्यापेक्षा जास्त आहेत. त्यामुळे हे पाहणारे म्हणजेच, जे टीव्ही पाहण्यात बराच वेळ घालवतात, त्यांना असा विश्वास वाटू शकतो की हे जग आहे त्यापेक्षा जास्त हिंसक आणि धोकादायक आहे.

तुमची प्रगती तपासा

1. सध्याच्या परिस्थितीत तुम्ही बुलेट सिद्धांत कसा लागू करू शकता ते स्पष्ट करा

2. अजेंडा सेटिंगच्या सिद्धांतावर चर्चा करा

९.७ प्रसार माध्यमांचे एकत्रीकरण

माहिती किंवा जाहिराती प्रसारित करण्यासाठी अनेक माध्यम प्रकार, घटक आणि धोरणांचे एकत्रीकरण 'एकात्मिक माध्यम' म्हणून ओळखले जाते. यामध्ये अनेकदा पारंपारिक सामग्री, घरोघरी ठराविक उत्पादनाचीच जाहिरात , माहिती पत्रके , जाहिराती आणि तत्सम इतर घटक समाविष्ट असतात. एकात्मिक माध्यम अनेक प्रकारच्या माध्यमांना जोडते ज्याचा उपयोग एकच घटक निर्माण करण्यासाठी केला जातो 'जो संवाद साधण्यासाठी वापरला जातो. आपण आता उदाहरणाद्वारे मीडिया एकत्रीकरण पाहू - एक राजकारणी त्याच्या परिसरात निवडणुकीसाठी उभा आहे. त्यामुळे त्यांची जनसंपर्क टीम सर्व प्रकारच्या माध्यम प्रकारांचा वापर करणार आहे, उदा. पत्रकांचे वाटप करणे, घोषणा असलेले डिजिटल फलक लावणे, फ्लेक्स बॅनर, राजकारण्यांच्या फोटोसह सायकल वापरणे, ऑटोच्या मागे फोटो, तरुण मतदारांचे लक्ष वेधण्यासाठी फेसबुक जाहिराती, व्हॉट्सॲप जाहिराती. नोट्स पाठवणे, आधीच रेकॉर्ड केलेल्या आवाजासह वैयक्तिकरित्या कॉल करणे, घरोघरी प्रचार

करणे, वाहनांसह रॅली काढणे, संगीतसह ढोल वाजवणे, दूरचित्रवाणी जाहिराती, वृत्तपत्रातील जाहिराती इ. ते रेशन-साखर, मैदा, डाळ, मुळात गृहोपयोगी वस्तू यांसारख्या मोफत भेटवस्तू देखील देतात. , मुद्रित कार्ड वापरतात जे त्याच्या/तिच्या उपलब्धी, दृष्टी, कृती योजना इत्यादींबद्दल माहिती देते. थोडक्यात, तो/ती प्रिंट, संगीत (लोक) आणि डिजिटल मीडिया यांसारखे जवळजवळ दोन्ही पारंपारिक माध्यम वापरेल - हे सर्व माध्यम एकत्रीकरण आहे. म्हणजे एकापेक्षा जास्त माध्यमांचे मिश्रण आहे.

९.८ एकात्मिक माध्यमांचे फायदे

एकात्मिक प्रसार माध्यमांची रणनीती लागू करण्याचे फायदे म्हणजे संभाव्य ग्राहकांसाठी व्यवसायातील संपर्क विस्तारणे. एकच माध्यम वापरणे हा सर्वोत्तम पर्याय आहे. तथापि, एकत्रीकरणाचा वापर केल्याने संपर्क शक्यता लक्षणीयरीत्या वाढतात. एका क्षणासाठी असे गृहीत धरा की एक कॉर्पोरेशन त्यांच्या प्रचार मोहिमेचा आधार डिजिटल केवळ जाहिरातींवर अवलंबून ठेवते. आणखी एक कॉर्पोरेशन बहुविध प्लॅटफॉर्म वापरतो जसे की परपरिक छापील जाहिराती आणि सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म जसे की Youtube, Instagram, Facebook जिथे जाहिराती जास्त पोहोचू शकतात.

हे लक्षात घेणे आवश्यक आहे की डिजिटल अर्थव्यवस्थेतील माहितीचा एकमेव स्त्रोत इंटरनेट नाही. रेडिओ आणि टेलिव्हिजन सारख्या ॲनालॉग तंत्रज्ञानाला देखील डिजिटल अर्थव्यवस्थेचे महत्त्वाचे पैलू मानले पाहिजेत कारण ते आता काळाबरोबर विलीन होत आहेत. फायर स्टिक सारखी साधने आहेत ज्याद्वारे कोणीतरी टेलिव्हिजनवर नेटफ्लिक्स सारखे OTT प्लॅटफॉर्म पाहू शकतो किंवा स्क्रीनवर फोटो शेअर करू शकतो.

९.९ व्यक्तींवर एकात्मिक माध्यमांचा प्रभाव

आर्थिकदृष्ट्या, वाणिज्य दृष्टिकोनातून, सेवा पुरवठादारांसाठी एकात्मिक माध्यम खूप उपयुक्त आहे कारण ते अनेक प्लॅटफॉर्मवरून ग्राहक आणते आणि उत्पन्न मिळवते. हे ब्रँडला त्वरित ओळख देण्यास मदत करते आणि ग्राहकांसाठी एक मोठा महितीस्त्रोत देखील तयार करते.

ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातून ते त्यांना विस्तृत निवडीसाठी मदत करते. तथापि, येथे समस्या अशी आहे की काही वेळा एखादी व्यक्ती स्वेच्छेने एखादे उत्पादन विकत घेत नाही परंतु ग्रामसीने सांगितल्याप्रमाणे तेथे वर्चस्वाची संकल्पना वापरली जाते. वर्चस्ववादी गटांच्या कल्पना जसे की – भांडवलशाही, सुखासीनता, भ्रामक भावना, चांगली भावना, भौतिकवाद याद्वारे विकला जात आहे. सर्वोत्तम असण्याची कल्पना, आशय, सौंदर्य या गोष्टी माध्यमांद्वारे व्यक्तीला विकल्या जात आहेत.

९.१० प्रसार माध्यमांचे परस्पर संबंध

प्रोफाइलमध्ये अधिकृत शब्द वापरून, ब्लू टुथ सारख्या अनेक सेटिंग्जद्वारे सोशल मीडियावरील बातम्या अविश्वसनीय असल्याचा समज आता दूर झाला आहे. तथापि, तरीही एक समस्या अस्तित्वात आहेच कारण सोशल मीडिया 'रिअल टाइम' आधारावर चालतो,

त्यामुळे तो धोका अधिक आहे. खोट्या बातम्यांचा प्रसार हे असेच एक उदाहरण आहे ज्यामुळे काही वेळा सामूहिक हिंसा (मॉब लिंचिंग) देखील होते. मात्र, सोशल मीडियाचे वास्तवही नाकारता येत नाही. आज ती सर्वत्र इतकी पोहोचली आहे की, पारंपरिक दूरचित्रवाणी, मुद्रित माध्यमेही सोशल मीडियाची माहिती वापरत आहेत. वृत्तवाहिन्या सोशल मीडियावरील मीम्स, माहिती, विधाने, ट्विट त्यांच्या स्वतःच्या प्लॅटफॉर्मवर माहिती म्हणून समाविष्ट करतात. हे सगळे आजच्या काळात सोशल मीडियाची पोहोच देखील दर्शवते.

दुसरे उदाहरण म्हणजे पत्रकारिता ही केवळ दूरचित्रवाणीशी संलग्न न राहता स्वतंत्र अस्तित्व म्हणून उदयास येऊ लागली आहे. उदाहरणार्थ – द प्रिंट, द क्विंट, मोजो स्टोरी. हे पत्रकारिता गट वेबसाइट, ब्लॉग, यूट्यूबच्या माध्यमातून त्यांच्या बातम्या, माहिती, विश्लेषण पोस्ट करतात. नवीन युगातील ही मीडिया हाऊसेस प्रेक्षकांशी जोडले जाण्यासाठी यूट्यूबचा मोठ्या प्रमाणावर वापर करतात. यूट्यूबवर थेट मुलाखती, चर्चा, विश्लेषण, रिपोर्टिंग देखील आहेत जसे ते टेलिव्हिजनमध्ये असायचे. हे प्लॅटफॉर्म नियतकालीन वर्गणीच्या आधारावर देखील चालतात. हे देखील पारंपारिक माध्यम आणि डिजिटल माध्यमांच्या एकत्रीकरणाचे एक उदाहरण आहे.

तुमची प्रगती तपासा

1. व्यक्तींवर एकात्मिक माध्यमांच्या प्रभावाची चर्चा करा

2. एकात्मिक माध्यमांच्या फायद्यांची चर्चा करा

९.११ प्रसार माध्यमांचा प्रभाव – हिंसा

त्याच माहितीचे पुनरावृत्ती संपादन व प्रसारण केल्याने खोट्या माहितीवर वास्तव म्हणून विश्वास बसू शकतो. आजच्या काळात माहितीचा महापुर आहे जिथे उपलब्ध माहिती आपल्या पूर्वजांकडे असलेल्या माहितीपेक्षा खूप जास्त आहे. एखाद्याला आज इतरांना प्रश्न विचारण्याची गरज नाही. 'भविष्यातील मदतीसाठी संपर्क तयार करा' इत्यादी अनेक गोष्टी आज अंतरजालाच्या वापराने सहज साध्य बनल्या आहेत. हे आजचे वास्तव आहे.

डिजिटल युगात, खूप माहिती उपलब्ध असताना, व्यक्तींना माध्यमांद्वारे काही सेकंदातच अनेक प्रकारच्या भावनांचा सामना करावा लागतो – मग ते यू ट्यूब शॉर्ट्स, इन्स्टाग्राम स्टोरीज, रील किंवा रिॲलिटी शो यापैकी कशाहीद्वारे होऊ द्या. हाणामारी, मारामारी, राग व्यक्त करणे इत्यादींमधून नाट्य तयार केले जाते आणि तेच प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेते आणि टीआरपी रेटिंग वाढवण्यास मदत करते.

जातीवर आधारित हिंसाचाराचे अहवाल, बलात्काराशी संबंधित बातम्यांसारख्या संवेदनशील मजकुरामुळे काही वेळा मोठ्या समस्या निर्माण होऊ शकतात. योग्य आचारसंहितेशिवाय अहवाल दिल्यास ते व्यक्तींसाठी चांगल्यापेक्षा हानिकारकच ठरू शकतात. धर्म, दंगली इत्यादी संवेदनशील विषयावर वृत्तवाहिन्यांद्वारे अस्मितेची भावना निर्माण केल्यामुळे वांशिकतेची भावना निर्माण होऊ शकते आणि लोक हिंसक होऊ शकतात.

अभ्यासात असे दिसून आले आहे की टेलिव्हिजन, चित्रपट, व्हिडिओ गेम, सेल फोन आणि इंटरनेट द्वारे सतत हिंसाचाराच्या संपर्कात राहण्यामुळे दर्शकांमध्ये हिंसक वर्तनाचा धोका वाढतो, त्याचप्रमाणे हिंसक वातावरणात वाढल्याने हिंसक वागण्याचा धोका देखील वाढतो.

९.१२ मुलांवरील प्रसार माध्यमांमधील हिंसाचाराचे चित्रण

एक मूल त्याच्या सभोवतालच्या माहितीद्वारे जगाकडे पाहत असते. जिथे व्यंगचित्रांमधला नायक खलनायकांना मारतो किंवा एखादा असा व्हिडिओ गेम जिथे एखाद्याला शत्रूला ठार मारायचे असते आणि गुण मिळवायचे असतात - हा देखील हिंसाचाराचा एक प्रकार आहे ज्याकडे आपण लक्ष देण्यास अपयशी ठरतो. किंबहुना, पालक, प्रौढ, भावंड देखील त्यात सामील होतात आणि असे खेळ खेळतात. याचा त्याच्या/तिच्या शारीरिक आरोग्यावर आणि मानसिक आरोग्यावर नकारात्मक परिणाम होत असतो.

नॅशनल इन्स्टिटट्यूट ऑफ मेंटल हेल्थने १९८२ मध्ये एक अभ्यास केला ज्यामध्ये टेलिव्हिजनवर हिंसा पाहण्याचे खालील प्राथमिक परिणाम दिसून आले.

- इतरांच्या वेदना आणि दुःखांबद्दल मुलांची संवेदनशीलता कमी होण्याची शक्यता जास्त असते.
- मुले काही वेळा त्यांच्या परिसरालाच घाबरतात;
- मुले आक्रमकपणे वागण्याची किंवा इतरांना पूर्णपणे हानी पोहोचवण्याची शक्यता असते.

असे आढळून आले की दूरचित्रवाणी, व्हिडीओ गेम्स हे आपल्या वयात जास्त असल्याने मुलांमध्ये तीव्र संवेदनाक्षम प्रभाव आणि आक्रमकतेची शक्यता निर्माण होते.

अभ्यासात असे दिसून आले आहे की दूरदर्शन, चित्रपट, संगीत आणि व्हिडिओ गेम यांसारख्या माध्यमांमधील हिंसाचारामुळे मुलांच्या आणि किशोरवयीनांच्या आरोग्याला मोठा धोका निर्माण होतो. ज्यामुळे प्रसार माध्यम हिंसा, हिंसक वर्तन, हिंसेबाबत संवेदनाशून्यता, भयानक स्वप्ने आणि मुलांमध्ये इजा होण्याच्या भीतीमध्ये देखील वाढ होते. बालरोगतज्ञ आणि इतर बाल आरोग्य सेवा प्रदाते, पालक, शिक्षक यांनी माध्यम साक्षरतेचा प्रचार करून मुलांसाठी सुरक्षित माध्यम वातावरणाचा पुरस्कार करणे आवश्यक आहे. ज्यामुळे मुले आणि त्यांचे पालक अधिक विचारशील आणि सक्रिय माध्यमांचा वापर करतील.

९.१३ माध्यमांमधील हिंसेचा प्रौढांवर प्रभाव

18 ते 21 वयोगटातील शंभर पुरुषांमध्ये आयोजित केलेल्या एका अभ्यासात ज्यांनी पदवीपूर्व अभ्यास केला होता, असे नोंदवले आहे की, हिंसाचारामुळे वर्तनात बदल होतो. प्रसारमाध्यमांच्या हिंसाचाराची आरोग्याच्या वाईट वृत्ती आणि वर्तनांच्या विकासात भूमिका असू शकते. अभ्यासादरम्यान हिंसक माध्यमांच्या संपर्कात आलेल्या प्रौढांना रक्तदाब (सिस्टोलिक आणि डायस्टोलिक) विकसित झाला होता; नकारात्मक प्रभाव; प्रतिकूल सामाजिक माहिती प्रक्रिया; असहकारी वर्तन; आणि कंडोमच्या वापराशिवाय संभोग,

अल्कोहोल सेवन , गांजाचा वापर आणि लैंगिक क्रियाकलापांबद्दल चिथावणी देणारी वृत्ती देखील विकसित होऊ शकते.

प्रौढांवरील प्रायोगिक संशोधनात असे दिसून आले आहे की हिंसक माध्यमांच्या संपर्कात येण्याने नकारात्मक भावना वाढतात, प्रदर्शनानंतर लगेचच आक्रमक वर्तन होते, ज्यात मुले आणि तरुण किशोरवयीन मुलांमध्ये शारीरिक हल्ला (मारणे, लाथ मारणे, गुदमरवणे, कुस्ती) यांचा समावेश होतो. पक्व पौगंडावस्थेतील आणि तरुण प्रौढ समवयस्कांना विद्युत शॉक किंवा मोठ्याने कर्कश त्रासदायक आवाज काढण्याची तयारी देखील दर्शविली होती. काही वर्तमान व्यापक सर्वेक्षण संशोधनाच्या निष्कर्षांनुसार, बालपणातच दूरदर्शन आणि प्रसार माध्यमाच्या हिंसाचाराच्या वाढत्या संपर्कामुळे नव-प्रौढांमध्ये आक्रमकता-संबंधित परिणाम आणि गुन्हेगारी वर्तनाची वृत्ती वाढते.

• व्हिडिओ गेम्स –

'ब्लू व्हेल' सारख्या व्हिडीओ गेम्सचा प्रचंड वापर सर्वांचे लक्ष वेधून घेतो आणि व्यक्ती वास्तविक जगात जगणे आणि व्हिडिओ गेमला वास्तविकता म्हणून न पाहणे विसरते. परिणामी, व्यक्ती त्यांचे जीव देतात. दुसऱ्या शब्दांत, हिंसा स्वतःवर केली जाते. लोक रात्री घरी गेम खेळण्यात घालवतात आणि व्हिडिओ गेमचे व्यसन जडते. परिणामी, ते व्यसनाधीन होतात, निराश होतात, आणि स्वतःवर नियंत्रण ठेवू शकत नाहीत.

९.१४ प्रसार माध्यमांचा प्रभाव - महिलांवरील हिंसा

सिनेमात चित्रित केलेल्या विषारी पुरुषत्वाचे अनुकरण वास्तविक जगातल्या व्यक्तींनीही केले आहे. याचा परिणाम म्हणजे, व्यक्तींमध्ये श्रेष्ठत्वाचे विचार निर्माण होतात आणि काहीवेळा जे शक्तीहीन असतात त्यांची अन्यायकारक अशी हानी होते.

• पोर्नोग्राफीचा प्रभाव

कोणत्याही गोष्टीचे नियमित सेवन केल्याने त्या गोष्टीबाबतचे आपले मत बदलण्याची मानवी प्रवृत्ती असते आणि पोर्नोग्राफीही त्याला अपवाद नाही. जर कोणी नियमितपणे हिंसक पोर्नोग्राफी पाहिली, तर ते पोर्नोग्राफी आणि हिंसा, विशेषत: महिलांवरील हिंसाचार या दोन्हींबद्दल संवेदनाहीन होतील. कोलंबिया युनिव्हर्सिटीचे प्रोफेसर, नॉर्मन डॉइज म्हणतात, "पोर्नोग्राफी, लैंगिक वस्तूंचा एक न संपणारा खाजगी कुंटणखाना प्रदान करून,लैंगिक भूक प्रणालीला अतिसक्रिय करते." त्यांनी पाहिलेल्या छायाचित्रे आणि व्हिडिओंच्या आधारे, पॉर्न ग्राहक त्यांच्या मेंदूमध्ये नवीन नकाशे तयार करतात. कारण मेंदू हे "वापरा किंवा गमवा" यंत्र आहे. जेव्हा आपण नकाशाचे क्षेत्र तयार करतो, तेव्हा आपल्याला ते सक्रिय ठेवायचे असते." पोर्नमुळे आपली समज, न्यूरोलॉजिकल मार्ग आणि जीवनही बदलते, विशेषत: तरुणांना ओळख झाल्यावर. ज्या वयात पुरुष प्रथम पॉर्नच्या संपर्कात येतात, त्यांच्या लैंगिक वर्तनावर आणि स्त्रियांवरील वर्चस्वाच्या इच्छेवर प्रभाव पाडतात. दुसरीकडे, पौगंडावस्थेतील स्त्रिया, पोर्नोग्राफी पाहण्याच्या परिणामी भावनिक, शारीरिक आणि लैंगिक अत्याचार सहन करण्यास अधिक प्रवण बनतात. तरीही,त्याचा महिलांना त्रास होतो. पॉर्नच्या नकारात्मक परिणामांचा फटका असा असतो. अनेक प्रोडक्शन स्टुडिओ असे

कार्यक्रम तयार करतात जे कामावर, शाळेत आणि अगदी डॉक्टरांच्या कार्यालयात स्त्रियांना एक विशिष्ट लैंगिक अर्थ देतात, ज्यामध्ये सहभागी महिला सामान्यतः एकतर हिंसक लैंगिक कृतींमुळे आनंद घेतात किंवा दुखावल्या जातात असे दाखवले जाते. याचा मोठ्या प्रमाणावर नकारात्मक परिणाम होतो. बाल पोर्नोग्राफी, हा पुन्हा गैरवर्तनाचाच एक प्रकार आहे जो आजही संपूर्ण इंटरनेटवर अस्तित्वात आहे, हे हानिकारक आहे कारण या व्हिडिओंमध्ये दर्शकांवर प्रभाव टाकण्याची क्षमता आहे

९.१५ सूचना

पालक काही पावले उचलू शकतात ती म्हणजे मुलांचा माध्यमांशी संपर्क टाळणे, विशेषत: दोन वर्षांपेक्षा कमी वयाचे मूल, कारण मुले त्यावेळी जग, समाज, वर्तन, भाषा, कृती इ. समजून घेण्याच्या त्यांच्या सुरुवातीच्या वर्षांत असतात.

कुटुंब ही एक अशी प्राथमिक संस्था आहे जी मुलावर प्रभाव टाकते. मुलाच्या जगाबद्दलच्या दृष्टिकोनात कुटुंब महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. त्यामुळे बदलाची सुरुवात घरापासूनच व्हायला हवी. पालकांनी स्वतःच्या वागण्यावर नियंत्रण ठेवावे. मुले त्यांच्या स्वतःच्या पालकांच्या वर्तनाचे अनुकरण करतात, जर पालकांनी टीव्ही पाहण्याऐवजी पुस्तके वाचणे, बागकाम, फिरणे, छंद यासारख्या निरोगी क्रियाकलापांमध्ये स्वत:ला गुंतले तर मुलांना देखील या क्रियाकलापांचा आनंद मिळेल. मूल रडत असताना अनेकदा असे दिसून येते की मूल रडू नये म्हणून पालक कार्टून पाहण्यासाठी मोबाईल फोन देतात, तथापि, याचा मुलावर दीर्घकालीन परिणाम होतो – मुलाच्या अनेक पैलूंवर परिणाम होतो – एकाग्रतेचा अभाव, त्वरित समाधान इ. त्यामुळे पालकांनी त्यांना मोबाईल देऊ नये.

तुमची प्रगती तपासा

1. पोर्नोग्राफीच्या आपल्या मेंदूवर होणाऱ्या परिणामाची चर्चा करा.

2. तुमच्या मते, व्यक्तींवर माध्यमांचा प्रभाव कमी करण्यासाठी काय केले पाहिजे?

९.१६ सारांश

या प्रकरणात, आम्ही सकारात्मक आणि नकारात्मक दोन्ही असू शकतील अशा माध्यमांचे परिणाम शोधण्यास सुरुवात केली. सकारात्मकतेमध्ये सामाजिक समस्यांशी संबंधित माहिती देणे , कथा, विश्लेषण, दृष्टीकोन समोर आणणे, आवाजहीनांना आवाज देणे इत्यादि समाविष्ट आहे. आपण वेळ, कालावधी, पुनरावृत्ती इत्यादी अनेक घटकांवर अवलंबून असलेल्या माध्यमांचा प्रभाव देखील पाहिला. धड्यातील पहिला विषय मीडिया एकत्रीकरणाचा आहे- ज्यामध्ये सर्व माध्यमांच्या मिश्रणावर चर्चा केली जाते- उदा. पारंपारिक आणि डिजिटल मीडिया. दुसऱ्या विभागात मीडियाचा प्रेक्षकांवर होणाऱ्या प्रभावाविषयी चर्चा करण्यात आली आहे – 'माध्यमांची हिंसा'. माध्यमांमध्ये हिंसेचे चित्रण केल्याचा जीवनावर, प्रौढांच्या मनावर, लहान मुलांच्या आणि महिलांवर मोठा प्रभाव पडतो. हिंसेचे वारंवार प्रदर्शन केल्याने मनातील वास्तवाप्रमाणे विश्वास निर्माण होऊ शकतो आणि त्यामुळे एखाद्यामध्ये गुन्हेगारी वर्तन विकसित होऊ शकते. आपण या प्रकरणात

पोर्नोग्राफीबद्दल देखील चर्चा केली आहे जी स्त्रियांना नकारात्मक आणि अवास्तव परिस्थितीत चित्रित करते आणि वास्तविकता भिन्न असली तरीही तिला विश्वासनीय प्रकार बनवते.

या प्रकरणाचे उद्देश जागरूकता निर्माण करणे, माध्यमांशी संबंधित संकल्पना, सिद्धांत स्पष्ट करणे हे होते.

आपण बुलेट थिअरी इत्यादीसारख्या काही सिद्धांतांवर देखील चर्चा केली आहे जी सध्याच्या मीडिया प्रभावांना समजून घेण्यासाठी खूप लागू केली जाऊ शकते.

९.१७ प्रश्न

1. माध्यमांच्या प्रभावांवर चर्चा करा- "मुलांवरील हिंसा"
2. माध्यम एकत्रीकरण आणि त्याच्याशी संबंधित दोन सिद्धांत स्पष्ट करा.
3. माध्यमांमधील हिंसाचाराचे चित्रण समाजातील महिलांच्या स्थितीवर कसे परिणाम करते हे स्पष्ट करा.

९.१८ संदर्भ

[1]Potter, W. (2012). What is a media effect?. In *Media effects* (pp. 33-50). SAGE Publications, Inc., https://dx.doi.org/10.4135/9781544308500.n3

[1]https://courses.lumenlearning.com/suny-massmedia/chapter/2-2-media-effects-theories/

[1]https://www.canto.com/blog/integrated-media/

https://medium.com/@Omlette/early-theories-of-mass-communication-1-magic-bullet-f7a5281a4f07

Magic bullet theory image source

https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/media-integration

[1]Huesmann L. R. (2007). The impact of electronic media violence: scientific theory and research. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*, *41*(6 Suppl 1), S6–S13. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2007.09.005

[1]Council on Communications and Media; Media Violence. *Pediatrics* November 2009; 124 (5): 1495–1503. 10.1542/peds.2009-2146

https://publications.aap.org/pediatrics/article/124/5/1495/72111/Media-Violence

[1]Brady SS, Matthews KA. Effects of Media Violence on Health-Related Outcomes Among Young Men. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2006;160(4):341–347. doi:10.1001/archpedi.160.4.341

[1]https://www.focusforhealth.org/how-pornography-impacts-violence-against-women-and-child-sex-abuse/

❖❖❖❖

१०

नवोपक्रम आणि विकासाचा प्रसार

घटक रचना

१०.० उद्दिष्ट्ये

१०.१ परिचय

१०.२ प्रसार सिद्धांत

१०.३ नवोपक्रमाची निर्णय प्रक्रिया

१०.४ नवीन कल्पनांपासून ते माध्यमांपर्यंत

१०.५ नवीन तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे

१०.६ नवोपक्रम आणि सोशल मीडियाचा प्रसार

१०.७ अभिनव सिद्धांताच्या प्रसाराच्या मर्यादा

१०.८ निष्कर्ष

१०.९ सारांश

१०.१० प्रश्न

१०.११ संदर्भ

१०.० उद्दिष्ट्ये

- विद्यार्थ्यांना डिफ्यूजन थिअरीशी (प्रसरणवाद सिद्धांताशी) परिचित करणे आणि त्यांची वैशिष्ट्ये आणि प्रक्रिया समजून घेण्यास मदत करणे.
- विविध प्रकारच्या संप्रेषणात त्याचा वापर कसा करता येईल हे पाहणे.

१०.१ परिचय

सामाजिक व्यवस्थेमध्ये, नवीन कल्पना, वर्तन किंवा उत्पादनाचा अवलंब एकाच वेळी आणि आपोआप होत नाही. उलट, ही एक अशी प्रक्रिया आहे ज्यामध्ये काही लोक इतरांपेक्षा नैसर्गिकरित्या एक विशिष्ट नवकल्पना स्वीकारण्यास प्रवृत्त होत असतात. संशोधकांनी शोधून काढले की जे लोक नावीन्यपूर्ण अवलंब करतात त्यांची वैशिष्ट्ये नंतर स्वीकारणाऱ्यांपेक्षा भिन्न असतात. नवकल्पनांच्या प्रसाराची कल्पना हे वर्णन करते की नवीन तंत्रज्ञान आणि इतर विकास संस्कृती आणि संस्कृतींमध्ये, संकल्पनेपासून व्यापक

स्वीकृतीपर्यंत कसे पसरले. नवकल्पनांच्या गृहीतकांचा प्रसार कालांतराने नवीन कल्पना आणि पद्धती कशा आणि का स्वीकारल्या जातात हे समजावून सांगण्याचा प्रयत्न करते, कालांतराने दशकांपासून ते शतकांपर्यंत क्या स्पष्टीकरणाची व्याप्ती आहे.

नवकल्पना समाजाच्या विविध भागांमध्ये ज्या पद्धतीने प्रसारित केल्या जातात, तसेच नवकल्पनांशी संबंधित व्यक्तिनिष्ठ मते, ती किती वेगाने पसरतात याचे महत्त्वाचे निर्धारक आहेत. या विभागात, आपण विशेषत: दळणवळण, कृषी, सार्वजनिक आरोग्य आणि विपणन या क्षेत्रांमध्ये, तसेच त्यांच्या स्विकारण्याच्या दरावर प्रभाव टाकणाऱ्या घटकांच्या प्रसाराचे मूल्यमापन करू.

१०.२ प्रसार सिद्धांत

प्रसरणवादाच्या अभ्यासाच्या बहुतेक नोंदी समाजशास्त्रज्ञ गॅब्रिएल टार्ड यांच्या कार्यात सापडतात. १९०३ मध्ये, टार्ड यांनी प्रसार प्रक्रियेचे वैशिष्ट्यपूर्ण "एस-कर्व" लक्षात घेतले (प्रारंभिक स्विकृतीचा एक मंद दर, नंतर टेक-अपमध्ये तीव्र प्रवेग आणि तो हळूहळू कमी होणे). १९४० च्या दशकात संप्रेषण अभ्यासामध्ये प्रसार संशोधन समाविष्ट करण्याचे प्रयत्न सुरू झाले, एव्हरेट रॉजर्सचे (१९६२) 'डिफ्यूजन ऑफ इनोव्हेशन्स' हे महत्त्वपूर्ण कार्य होते. प्रसाराची व्याख्या "एक प्रक्रिया ज्याद्वारे समाज व्यवस्थेच्या सदस्यांना ठराविक मार्गांद्वारे वेळोवेळी पोचवली जाते. अशी केली गेली"

इनोव्हेशन डिफ्यूजनच्या सिद्धांतामध्ये खालील प्रमुख घटक आहेत:

नवोन्मेषक: जे जोखीम पत्करण्यास तयार आहेत आणि नवीन कल्पनांचा प्रयत्न करणारे पहिले आहेत त्यांना नवोदित म्हणून ओळखले जाते.

प्रारंभिक अवलंबकर्ते: हे असे लोक आहेत ज्यांना नवीन तंत्रज्ञान वापरण्यात आणि समाजात त्यांची उपयुक्तता प्रदर्शित करण्यात रस आहे.

प्रारंभिक बहुसंख्य: व्यक्ती जे, सामान्य लोकांचे सदस्य म्हणून, मुख्य प्रवाहात समाजात नवीन तंत्रज्ञानाचा अवलंब करण्याचा मार्ग मोकळा करतात.

उशीरा बहुसंख्य: सामान्य लोकसंख्येचा एक उपसमूह जो सुरुवातीच्या बहुसंख्य लोकांनी असे केल्यानंतर त्यांच्या दैनंदिन जीवनाचा भाग म्हणून नाविन्य स्वीकारतो.

मागे पडलेले: नाविन्यपूर्ण उत्पादने आणि नवीन कल्पनांचा अवलंब करण्यात सामान्य लोकांपेक्षा मागे राहिलेल्या व्यक्ती. हे मुख्यतः त्यांच्या जोखीम आणि त्यांच्या कार्यपद्धतीतील कडकपणाच्या तिरस्कारामुळे घडते. मुख्य प्रवाहातील समाजात नावीन्यपूर्णतेचा प्रसार केल्यामुळे अखेरीस त्यांच्या शिवाय त्यांचे दैनंदिन जीवन (आणि कार्य) चालणे अशक्य होते. परिणामी, त्यांना ते वापरण्यास भाग पाडले जाते.

सध्याच्या स्वरूपात, रॉजर्सची पद्धत प्रसार प्रक्रियेला दोन उप-प्रक्रियांमध्ये विभागते: नवकल्पना-विकास (नवीन शोधाची निर्मिती) आणि नवोपक्रम-निर्णय (नवीनता स्वीकारण्याचा निर्णय) (नवीन शोध स्वीकारण्याचा निर्णय). प्रत्येक उपप्रक्रियेचे अनेक टप्पे असतात. विकासाचे टप्पे खालीलप्रमाणे आहेत:

- एखादी समस्या किंवा गरज ओळखणे ज्याला नवकल्पना संबोधित करते.
- संशोधनाच्या टप्प्यात, वेगवेगळ्या उपायांची तपासणी केली जात आहे.
- डेव्हलपमेंट स्टेजमध्ये, इच्छित स्वीकृत करणाऱ्यांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी सानुकूलित उपाय.
- व्यापारीकरणाच्या टप्प्यात, अंतिम पॅकिंग, विपणन आणि वितरण धोरणे नियोजित आहेत.
- दत्तक/प्रसरण टप्प्यात, नावीन्य लोकांसाठी उपलब्ध करून दिले जाते.
- नवोपक्रमाच्या परिणामांचे निरीक्षण करणे (प्रत्यक्ष/अप्रत्यक्ष, अपेक्षित/अनपेक्षित, इच्छित/अवांछित).

नवोन्मेषक, जे नवीन प्रगतीसह प्रयोग करण्यास खुले असतात, त्यांच्यामागे लवकर बहुसंख्य, अधिक संशयी उशीरा बहुसंख्य आणि शेवटी नाविन्याचा सक्रियपणे प्रतिकार चिकित्सक करणारे मागे पडतात.

सुरुवातीचे संशोधन वैयक्तिक स्वीकृतीवर केंद्रित असताना, अलीकडच्या दशकात कॉर्पोरेट कम्युनिकेशनच्या वाढीमुळे गट निर्णय घेण्याच्या संशोधनात वाढ झाली आहे. रॉजर्सने विकासाच्या सुरुवातीच्या टप्प्यावर अधिक लक्ष केंद्रित करण्याची वकिली केली आहे.

१०.३ नवोपक्रमाची निर्णय प्रक्रिया

नावीन्यपूर्ण निर्णय प्रक्रियेचे पाच मूलभूत टप्पे म्हणजे ज्ञान, अनुनय, निर्णय, अंमलबजावणी आणि पुष्टीकरण. नवकल्पनाबाबत निर्णय घेण्याची प्रक्रिया नवकल्पना ओळखून सुरू होते आणि वृत्ती विकास किंवा पुष्टीकरणाचा टप्पा गाठेपर्यंत चालू राहते.

ज्ञान: नवोपक्रमाची माहिती मिळवणे. सुरक्षित करावयाच्या रकमेची गणना करणे आणि ती योग्य प्रकारे कशी वापरायची

मन वळवणे: ही एखाद्याने शिकलेल्या गोष्टींच्या आधारे त्याचे मन बदलण्याची प्रक्रिया आहे. हा टप्पा अंतर्ज्ञानी आणि भावनांवर आधारित आहे. मन वळवण्याच्या टप्प्यात, लोकांना सामान्यतः "नवीन शोधांचे परिणाम काय आहेत?" हे जाणून घ्यायचे असते. आणि "माझ्या परिस्थितीत काय फायदे आणि तोटे असतील?" या संदर्भात, असे म्हटले जाऊ शकते की मन वळवण्याच्या टप्प्यात व्यक्ती नवीनतेमध्ये अधिक मानसिकरित्या गुंतलेली असते.

निर्णय: नवकल्पना स्वीकारायची की नाकारायची याचा निर्णय घेणे. दत्तक घेणे म्हणजे जेव्हा तुम्ही सर्वोत्तम उपलब्ध कृती म्हणून नावीन्यपूर्णतेचा पूर्णपणे वापर करण्याचे ठरवता; नकार म्हणजे जेव्हा तुम्ही त्याच्याशी जुळवून न घेण्याचे ठरवता.

अंमलबजावणी: ही नवकल्पना कृतीत आणण्याची प्रक्रिया आहे. या टप्प्यावर, एखाद्याचे मत बदलणे अद्याप शक्य आहे. ही प्रक्रिया या क्षणापर्यंत पूर्णपणे मानसिक होती. नवकल्पनाभोवती अजूनही काही शंका असते, तेव्हा, हे घडते. .

पुष्टीकरण: निर्णयासाठी मंजुरी आणि समर्थन शोधणे. नवोपक्रमाबद्दलच्या विरोधाभासी संदेशांचा सामना करताना, व्यक्ती नवकल्पना स्वीकारण्याच्या किंवा नाकारण्याच्या त्यांच्या पूर्वीच्या निर्णयाची पुष्टी शोधते किंवा नाविन्य स्वीकारण्याचा किंवा नाकारण्याचा त्यांचा पूर्वीचा निर्णय मागे घेते.

नवोपक्रमाची (इनोव्हेशन) वैशिष्ट्ये

रॉजर्सच्या इनोव्हेशन डिफ्यूजन मॉडेलची चार मूलभूत वैशिष्ट्ये नवीन तंत्रज्ञानाच्या व्यापक वापराशी संबंधित आहेत. ही वैशिष्ट्ये समजून घेतल्यास नवीन तंत्रज्ञानाचा प्रभावी आणि कार्यक्षम वापर करता येईल.

सुसंगतता : सुसंगततेची व्याख्या अशी आहे की ज्या प्रमाणात नवकल्पना विद्यमान मूल्य, पूर्वीचे अनुभव आणि संभाव्य मालकांच्या गरजा यांच्याशी सुसंगत असल्याचे समजले जाते. त्या संभाव्य मालकांना अधिक सुसंगत कल्पनेबद्दल कमी शंका आहे आणि ती व्यक्तीच्या जीवन परिस्थितीशी अधिक चांगली जुळते. या सुसंगततेचा परिणाम म्हणून, व्यक्ती नावीन्यपूर्णतेला अर्थ देण्यास सक्षम आहे आणि त्यास परिचित समजू शकते.

जटिलता: ज्या प्रमाणात नवकल्पना समजणे आणि लागू करणे तुलनेने कठीण आहे असे समजले जाते त्याला जटिलता म्हणतात. नवोपक्रमाची जटिलता त्याच्या स्वीकृत दराच्या व्यस्त प्रमाणात असते.

चाचणीक्षमता: म्हणजे एखाद्या नवोपक्रमाची छोट्या आधारावर चाचणी किती प्रमाणात केली जाऊ शकते. वैयक्तिक चाचणी हा एखाद्या नावीन्यपूर्णतेला स्वतःच्या परिस्थितीत कसे कार्य करते हे ठरवून त्याला अर्थ देण्याचा एक मार्ग आहे. या चाचणीचा उद्देश नवीन संकल्पनेबद्दल कोणत्याही शंका दूर करणे, हा आहे.

निरीक्षणक्षमता: हे इतर लोक किती सहजतेने नावीन्यपूर्ण परिणाम ओळखू शकतात याचा संदर्भ देते. काही कल्पना असे परिणाम देतात ज्यांचे निरीक्षण करणे आणि इतरांशी संवाद साधणे सोपे असते, तर काही असे परिणाम देतात ज्यांचे निरीक्षण करणे किंवा वर्णन करणे कठीण असते. सामाजिक व्यवस्थेच्या सदस्यांद्वारे समजल्या जाणाऱ्या नवोपक्रमाची निरीक्षणक्षमता त्याच्या स्वीकार करण्याच्या दराशी थेट संबंधित आहे.

सापेक्ष फायदा: नवकल्पना ज्या प्रमाणात बदलते त्या कल्पनेपेक्षा श्रेष्ठ असल्याचे मानले जाते त्याला सापेक्ष फायदा म्हणून संबोधले जाते. आर्थिक नफा, सामाजिक प्रतिष्ठा किंवा इतर फायद्यांच्या संदर्भात सापेक्ष फायद्याची प्रत वारंवार व्यक्त केली जाते. अनुकूलन दर जितका जलद तितका सापेक्ष लाभ जास्त.

१०.४ नवीन कल्पनांपासून ते माध्यमांपर्यंत

नवीन कल्पनांमुळे सामाजिक व्यवस्थेतही मोठ्या प्रगती होऊ शकते. प्रसारमाध्यमांच्या प्रसारावरील संशोधनानुसार, सामाजिक बदलाच्या प्रक्रियेत मीडिया महत्त्वाची भूमिका बजावते. यावर राजकीय मोहिमेच्या अभ्यासाचा महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडला आहे, ज्यामध्ये अध्यक्षीय निवडणुकीवरील प्रिंट आणि ब्रॉडकास्ट मीडियाच्या प्रभावावरील सुरुवातीच्या कामापासून ते सोशल मीडिया मोहिमांच्या अलीकडील अभ्यासापर्यंतचा प्रभाव आहे. विकास सिद्धांताने विकसनशील देशांमध्ये प्रसारमाध्यमांच्या प्रसारावर संशोधनास प्रारंभिक प्रेरणा दिली. हे दाखवून दिले की मजबूत राष्ट्रीय संप्रेषण प्रणाली आधुनिकीकरणाशी अतूटपणे जोडलेली आहे. अलीकडील कामामुळे क्रांतिकारी चळवळींमध्ये, विशेषत: मध्य पूर्व आणि इतरत्र मोबाइल संप्रेषणाच्या तळाशी-अप अनुप्रयोगांवर जोर दिला गेला आहे.

कल्पनांचा प्रसार करण्यासाठी मीडियाचा वापर हा फार पूर्वीपासून मीडिया प्रसार संशोधनाचा केंद्रबिंदू आहे. तथापि १९८० पासून, डिजिटल मीडियाच्या उदयामुळे मीडिया तंत्रज्ञानाच्या प्रसारावर अधिक लक्ष केंद्रित केले गेले आहे. रॉजर्स प्रसरणाच्या या पैलूवर जोर देण्याचा प्रयत्न करतात. "डिजिटल डिव्हाइड," ते म्हणतात, की खराब प्रसार व्यवस्थापनाचे उदाहरण आहे.ते परस्परसंवादी तंत्रज्ञान आहे म्हणून, डिजिटल मीडियाने पारंपारिक प्रसार सिद्धांतामध्ये अनेक बदल करणे आवश्यक आहे. एम. लीन मार्कस सूचित करतात की परस्परसंवादी माध्यमांच्या यशस्वी प्रसारासाठी मध्यवर्ती सामग्री प्रदात्याऐवजी एकमेकांवर अवलंबून असणा-या वापरकर्त्यांची "जन चळवळ" विकसित करणे आवश्यक आहे.

१०.५ नवीन तंत्रज्ञानाचा अवलंब करणे

नवीन तंत्रज्ञानाच्या सांस्कृतिक प्रसाराचा अभ्यास करण्यासाठी विज्ञान आणि तंत्रज्ञानाने तीन दृष्टिकोन विकसित केले आहेत.

प्रणाली सिद्धांत मोठ्या सामाजिक, आर्थिक आणि नियामक प्रणालींमधील संबंध तपासते जे तांत्रिक प्रगती आणि वापरावर प्रभाव टाकतात.

तंत्रज्ञानाच्या सामाजिक बांधणीकडे पाहण्याचा दृष्टीकोन: समकालीन नवकल्पनांच्या "व्याख्यात्मक लवचिकतेवर" आणि विविध सामाजिक गटांद्वारे त्याचे प्रतिस्पर्धी अनुप्रयोग यावर लक्ष केंद्रित करते.

अभिनेता-नेटवर्क सिद्धांत: मानवी आणि गैर-मानवी एजंट दोन्ही विचारात घेते. हे प्रतिस्पर्धी अनुप्रयोग तसेच तंत्रज्ञानाची व्याख्यात्मक लवचिकता मर्यादित करणारी वैशिष्ट्ये ओळखते.

१०.६ नवोपक्रम आणि सोशल मीडियाचा प्रसार

इंटरनेट पुनरावलोकन प्रक्रियेतील अंतिम टप्पा म्हणून, सोशल मीडिया एक महत्त्वपूर्ण नवकल्पना मानली जाऊ शकते. सोशल मीडियाचा प्रसार आणि व्यापक वापर नाविन्यपूर्ण

निर्णय प्रक्रियेशी जोडणे शक्य आहे. इंटरनेट आणि सोशल मीडिया विविध कारणांसाठी लोकप्रिय आणि मोठ्या प्रमाणावर वापरले जातात. सोशल मीडियाचा वापर निरीक्षणक्षमता दर्शवतो, जे एक महत्त्वपूर्ण वैशिष्ट्य आहे.

शेवटी, सापेक्ष फायदा, जसे की आर्थिक नफा, सामाजिक प्रतिष्ठा किंवा इतर फायदे, मन वळवण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावतात. संवाद आणि परस्परसंवादाच्या दृष्टीने, सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मवर अनिर्बंध प्रवेश हा किफायतशीर फायदा आहे. दुसरीकडे, सोशल मीडिया लोकांना विविध मार्गांनी स्वतःला व्यक्त करण्याची परवानगी देतो आणि असा युक्तिवाद केला जाऊ शकतो की या अभिव्यक्तीच्या परिणामी, त्यांनी त्यांच्या आत्म-वास्तविक गरजा पूर्ण करण्याचा एक नवीन मार्ग शोधला आहे. सोशल मीडियामुळे लोक पूर्वीपेक्षा अधिक संपर्कीत झाले आहेत.

सोशल मीडियावर सक्रिय राहणे, मोठ्या संख्येने लोक फॉलो करणे आणि पसंत करणे यामुळे आत्मविश्वास वाढू शकतो. विद्यार्थ्यांचा शाळेबाहेर सोशल नेटवर्किंग साईटचा वापर वाढल्याने त्याचा प्रसार सामान्य लोकांपर्यंत आणि त्यापलीकडेही झाला आहे.

१०.७ अभिनव सिद्धांताच्या प्रसाराच्या मर्यादा

अभिनव सिद्धांताच्या प्रसाराला अनेक मर्यादा आहेत, ज्या खालीलप्रमाणे आहेत: १) या सिद्धांताचे बरेचसे पुरावे सार्वजनिक क्षेत्रातून आलेले नाहीत. हे केवळ नवीन आचरण किंवा आरोग्य नवकल्पनांचा अवलंब करण्यासाठी लागू करण्यासाठी डिझाइन केलेले नाही. २) सार्वजनिक आरोग्य कार्यक्रमाच्या अंमलबजावणीसाठी ते "सहभागी दृष्टीकोन" विचारात घेत नाही. ३) हे नवीन वर्तन किंवा नवकल्पना स्वीकारण्यात एखाद्या व्यक्तीच्या संसाधनांकडे किंवा सामाजिक समर्थनाकडे दुर्लक्ष करते.

तरीही, हा सिद्धांत दळणवळण, कृषी, सार्वजनिक आरोग्य, फौजदारी न्याय, सामाजिक कार्य आणि विपणन यांमध्ये यशस्वीरित्या लागू केला गेला आहे. या सिद्धांताचा उपयोग सार्वजनिक आरोग्यामध्ये महत्त्वाच्या सार्वजनिक आरोग्य कार्यक्रमांच्या अवलंबनाला गती देण्यासाठी केला जातो, ज्याचा परिणाम लक्ष्यित लोकसंख्या आणि त्यांच्या स्वीकृत घेण्याच्या दरावर परिणाम करणारे विविध घटक समजून घेण्यात होतो.

१०.८ निष्कर्ष

मीडिया इतिहासात प्रथमच, सोशल मीडियाने वापरकर्त्यांना त्यांचे मीडिया संबंध मॉडेल निवडण्याचा पर्याय दिला आहे. ग्राहकांकडे केवळ सामग्री प्रेक्षक, केवळ सहभागी किंवा स्वतः सामग्री निर्माते असण्याचा पर्याय आहे. हे स्पष्ट आहे की सोशल मीडियाने वापरकर्त्याला सशक्त केले आहे आणि वापरकर्त्याकडे आता सर्व अधिकार एकाच वेळी नसले तरीही मीडियाशी त्याच्या किंवा तिच्या नातेसंबंधात अनेक भूमिका बजावण्याची क्षमता आहे. या संदर्भात, व्यक्तीवर मोठा जोर देणे हे त्याच्या लोकप्रियतेचे आणखी एक महत्त्वपूर्ण पैलू म्हणून पाहिले जाऊ शकते.

लोकांना सोशल मीडियाचा फायदा होतो कारण ते त्यांना लोकशाही आणि खुल्या सेटिंगमध्ये स्वतःला व्यक्त करू देते. कारण ते त्यांच्या स्वतःच्या सामग्रीचे प्रकाशक देखील आहेत, प्रत्येक सोशल मीडिया वापरकर्ता त्यांच्या स्वतःच्या प्रेक्षकांसह अभिनेता बनतो. माहितीचा सुलभ प्रवेश आणि सोशल मीडियाद्वारे प्रदान केलेली सामाजिक संपर्काची संधी हे देखील त्याच्या यशस्वी प्रसारणासाठी महत्त्वाचे घटक आहेत.

१०.९ सारांश

डिफ्यूजनची व्याख्या "ज्या प्रक्रियेद्वारे विशिष्ट मार्गांद्वारे सामाजिक व्यवस्थेच्या सदस्यांना कालांतराने सूचित केली जाते." नवोपक्रमाच्या निर्णय प्रक्रियेतील पाच पायऱ्या म्हणजे ज्ञान, अनुनय, निर्णय, अंमलबजावणी आणि पुष्टीकरण. नवनिर्मितीची वैशिष्ट्ये म्हणजे सुसंगतता, जटिलता, ट्रायबिलिटी, निरीक्षणक्षमता आणि सापेक्ष फायदा.

स्वीकार करण्याच्या प्रक्रियेच्या ज्ञानाच्या टप्प्यात मास मीडिया महत्त्वाचा असला तरी, रॉजर्सचा दावा आहे की एखाद्याच्या समवयस्क गटातील "ओपिनियन लीडर" सोबतच्या संभाषणांचा मन वळवणे आणि निर्णय घेण्यावर जास्त प्रभाव पडतो.

रॉजर्सच्या मते, नवोपक्रम यशस्वी दत्तक घेण्यासाठी सहा वैशिष्ट्ये आवश्यक आहेत: किमान जटिलता, विचार आणि कार्य करण्याच्या सध्याच्या पद्धतींशी सुसंगतता, परंतु मागील नवकल्पनांवरील फायदे, समान उत्पादने/कल्पनांसंदर्भात नवकल्पनांची चांगली स्थिती, चाचणीक्षमता,आणि इतरांच्या स्वीकृत परिणामांचे निरीक्षण करणे ही ती वैशिष्ट्ये होत.

लोक सोशल मीडियावर विविध मार्गांनी स्वतःला व्यक्त करू शकतात आणि असा युक्तिवाद केला जाऊ शकतो की या अभिव्यक्तीच्या परिणामी, त्यांनी त्यांच्या आत्म-वास्तविक गरजा पूर्ण करण्याचा एक नवीन मार्ग शोधला आहे.

१०.१० प्रश्न

- प्रसारणवाद सिद्धांताचे परीक्षण करा आणि नवोपक्रमाची वैशिष्ट्ये आणि निर्णय घेण्याची प्रक्रिया यावर चर्चा करा.
- प्रसारमाध्यमांमधील प्रसाराच्या भूमिकेचे विश्लेषण करा.
- नवीन कल्पना, संप्रेषण नेटवर्क, नवीन तंत्रज्ञान आणि सोशल मीडियाच्या संबंधात प्रसार प्रक्रियेचे मूल्यांकन करा.

१०.११ संदर्भ

- Vancour, Shawn (2017): “Media Diffusion.” In the SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods, *Sage Research Methods*
- https://methods.sagepub.com/reference/the-sage-encyclopedia-of-communication-research-methods/i8590.xml

- Kocak, Gizem N., et al. (2013): Social Media from the Perspective of Diffusion of Innovation Approach, The Macrotheme Review
- https://www.researchgate.net/publication/242013642_Social_Media_From_the_Perspective_of_Diffusion_of_Innovation_Approach
- Halton, Clay (2022): "What Is the Diffusion of Innovations Theory?" *Investopedia*, Investopedia, 8 Feb. 2022
- https://www.investopedia.com/terms/d/diffusion-of-innovations-theory.asp

❖❖❖❖

११

सार्वजनिक मत/ जनमत

घटक रचना

११.१ प्रस्तावना

११.२ जनमत सिद्धांत

११.३ बातम्या आणि जनमत

११.४ राजकीय प्रक्रिया आणि जनमत

११.५ सार्वजनिक ओळख आणि जनमत

११.६ एकसंध विरुद्ध विषम मते

११.७ निष्कर्ष

११.८ सारांश

११.९ प्रश्न

११.१० संदर्भ

घटक

१) जनमताच्या संकल्पनेची सैद्धांतिक अंतर्दृष्टी समजून घेणे विविध क्षेत्रांमध्ये जनमतावर प्रभाव पाडण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या धोरणांचे विश्लेषण कारण

११. १ प्रस्तावना

एखादी परिस्थिती अशी उद्भवते की ज्यामध्ये सार्वजनिकरित्या समाजातील सदस्यांनी त्याच विषयावर त्यांचे मत सामायिक करावे या अपेक्षेनुसार प्रत्येक सदस्य एखाद्या समस्येला प्रतिसाद म्हणून वागतो. या मनोवैज्ञानिक आणि सामाजिक प्रक्रियेचे उत्पादन म्हणजेचसार्वजनिक मत/ जनमत हे आहे. वैयक्तिक दृष्टिकोन आणि कल्पना, समूह मतप्रक्रिया, "वैयक्तिक नमुना" आणि आंतर-समूह संप्रेषण हे सर्वजनमत प्रक्रियेचे भाग आहेत. मास मीडिया/समूह माध्यम हा सार्वजनिक/ जनमतांचा एक शक्तिशाली निर्माता आहे.जो जनमत प्रतिबिंबित करण्याचा प्रयत्न करतो. लोकांची मते त्यांच्या जातीय किंवा लोकसंख्याशास्त्रीय गटसदस्यत्वावर आधारित असतात, अशा जगाची निर्मिती करून माध्यमे सावधपणे परंतु प्रभावीपणे त्यांचे प्रतिनिधित्व करून इच्छित मते तयार करू शकतात. लोकांच्या मताशी संबंधित लोकप्रिय प्रवचन सध्याच्या घटनांवर केंद्रित आहे. एखाद्या विशिष्ट मुद्द्यावर जनतेचा विशिष्ट दृष्टिकोन कसा स्वीकारावा यासाठी नागरिक संभ्रमात आहेत. जास्तीत जास्त पाठिंबा मिळवण्यासाठी राजकीय उमेदवार एखाद्या समस्येची व्याख्या आणि रणनीती कशी तयार करतील याचा मतदार अंदाज लावतात.

व्यक्ती बातम्या आणि ब्लॉग वाचण्यासाठी इंटरनेटचा वापर करतात आणि नंतर त्यांचे मत व्यक्त करण्यासाठी टिप्पणी बॉक्स वापरतात. शैक्षणिक क्षेत्रातील सार्वजनिक अभिप्राय संशोधन समान विषयांवर केंद्रित आहे. माहिती कशी वितरीत केली जाते, नागरिक विविध विषयांबद्दल कसे शिकतात आणि ही माहिती त्यांच्या वृत्ती, कल्पना आणि वर्तनावर कसा परिणाम करते हे ते पाहतात. तर दुसरीकडे, सार्वजनिक मत संशोधन, हे केवळ अनुभवजन्य नसते; जनमताला प्रमाणिक विश्वासांच्या मजबूत संचाद्वारे देखील समर्थित केले जाते. खालील विभाग सार्वजनिक मताची संकल्पना आणि सैद्धांतिक समज याच्याशी संबंधित आहेत. राजकीय प्रक्रिया आणि सामाजिक अस्मिता कशाप्रकारे सार्वजनिक मत बनवते आणि मार्गदर्शन करते याचे ते परीक्षण करतात.

११.२ जनमत सिद्धांत

प्राचीन ग्रीसपासून नागरिकांची क्षमता अनेक सार्वजनिक चर्चेच्या केंद्रस्थानी आहे. वर्षानुवर्षे, नागरिक राज्य करण्यास पुरेसे सक्षम होते की नाही किंवा राज्यकारभार प्लेटोच्या तात्विक निष्कर्षांवर अवलंबून ठेवला पाहिजे की नाही यावर वादविवाद सुरू आहेत. खरंच, १९०० च्या दशकाच्या सुरुवातीस, सामाजिक/सार्वजनिक विद्वान वॉल्टर लिप्पमन (Walter Lippmann) आणि सिद्धांतकार जॉन ड्यूई (John Dewey) यांनी लोकांना कसे समजून घेतले याचे हे सारच होते.

जनमत (१९२२) आणि बनावट लोक (द फँटम पब्लिक) (१९२५) या पुस्तकांमध्ये लिप्पमनने जे माहिती काळजीपूर्वक समजू शकत नाहीत किंवा तार्किकदृष्ट्या कार्य करू शकत नाहीत असेलोकांचे एक अपमानजनक चित्रण तयार केले आहे. लिपमन यांनी प्लेटोच्या ‘द रिपब्लिक इन पब्लिक ओपिनियन’ या पुस्तकाच्या VII/७ मधील गुहेचे रूपक वापरले आहे. या कथेत लहानपणापासून पुरुषांचा समूह एका गुहेत बांधला गेलेला असतो. कारण साखळ्यात्यांनात्यांचे पाय हलवण्यापासून किंवा त्यांचे डोके फिरवण्यापासून प्रतिबंधित करत असतात, ते फक्त त्यांच्या समोर जे आहे ते पाहू शकत असतात. आग तसेच गुहेचे प्रवेशद्वार त्यांच्या मागे असल्यामुळे, जेव्हा इतर लोक जात असतात तेव्हासाखळदंडाने बांधलेले लोक फक्त गुहेच्या भिंतीवर पडलेल्या सावल्या पाहूशकत असतात. 'पब्लिक ओपिनियन' या पुस्तकात, लिप्पमनने आणखी एक रूपक दिले आहे, या वेळी १९१४ मध्ये महायुद्धाच्या सुरूवातीस, इंग्रज, फ्रेंच आणि जर्मन लोक सभ्यतेपासून दूर असलेल्या एका बेटावर राहत असतात. त्यांना दर दोन महिन्यांनी फक्त पत्रे मिळत असतात. सप्टेंबर १९१४ च्या मध्यात जेव्हा त्यांना मेल मिळाला तेव्हा त्यांचे विविध देश युद्धात कसे सामील झाले होते हे त्यांना समजले. सहा विचित्र आठवडे त्यांनी आपण मित्र असल्याचे नाटक केले, परंतु जर त्यांना वेळीच कळले असते की त्यांचे देश एकमेकांविरुद्ध युद्धात आहेत तर ते एकमेकांचे शत्रू आहेत हे त्यांना कळले असते.नागरिकांना ते ज्या वातावरणात राहतात त्या वातावरणाची अस्पष्ट समज कशी असते हे लिपमन यांनी या दोन उदाहरणांचा उपयोग करून दाखवून दिले. इतके बारकावे, भिन्नता आणि विविध क्रमपरिवर्तन आणि संयोजनांना सामोरे जाण्यासाठी नागरिक तयार नसतात. परिणामी, नागरिकांना त्यांच्या आवाक्याबाहेरील जगाची विश्वासार्ह प्रतिमा तयार करण्यासाठी त्यांच्याकडे असलेल्या संसाधनांवर अवलंबून राहण्याची सक्ती केली जाते.

दुसरीकडे, जॉन ड्यूई लोकांबद्दल अधिक आशावादी होता. लिप्पमन प्रमाणेच नागरिकही सदोष आहेत हे त्यांनी ओळखले, परंतु त्यांच्या ॲरिस्टोटेलियन दृष्टीकोनाने लोकशाहीची सर्वात मजबूत हमी म्हणून लोकप्रिय मतांचे वर्चस्व अधोरेखित केले. 'द पब्लिक अँड इट्स प्रॉब्लेम्स'/नागरिक आणि त्यांच्या समस्या (१९२७) या त्यांच्या उत्कृष्ट कार्यात/ग्रंथात, ड्यूईने असा युक्तिवाद केला की मुख्यतः संदिग्ध आणि असंघटित संस्था सुधारण्यासाठी संरचनात्मक सुधारणा आवश्यक आहेत. त्यासाठी वादविवाद, चर्चा आणि प्रेरक पद्धती आणि परिस्थिती मजबूत करणे याची सर्वात जास्त गरज आहे.

हॅरोल्ड लासवेल(Harold Lasswell) (१९२७) यांनी दुसऱ्या महायुद्धात सर्व देशांनी वापरलेले प्रचार तंत्र समजून घेण्यावर काम केले. आधुनिक युद्ध हे केवळ लष्करी आणि आर्थिक आघाड्यांवरच नव्हे तर प्रचार आघाडीवरही लढले जाते, असा युक्तिवाद त्यांनी केला. शेवटी, युद्ध करणाऱ्या देशांना राष्ट्रवादी भावना जागृत करणे, युद्धाप्रती नागरिकांची निष्ठा वाढवणे आणि त्यांच्या शत्रूंना प्रतिकूल परिप्रेक्ष्यात चित्रित करणे आणि त्यांचे मनोधैर्य खचण्यासाठी काम करणे भाग होते. लासवेलच्या मते, प्रचाराचा मूळ उद्देश जनमतावर प्रभाव पाडणे हा असतो.

११. ३ बातम्या आणि जनमत

मीडिया/माध्यम -प्रेरित मताचे सर्वात स्पष्ट उदाहरण म्हणजे जाहिरात. जाहिरातींच्या यशस्वी प्रयत्नांमुळे, सामान्य लोक ज्या उत्पादनाशिवायसहज जगू शकतात अशी उत्पादने आवश्यक वस्तू बनतात. तर दुसरीकडे, समज आणि मतांवर पडलेले माध्यमांच्या बातम्यांचे अधिक सूक्ष्म प्रभाव अधिक महत्त्वाचे आहेत. उदाहरणार्थ, आर्चर (Archer) आणि सहकाऱ्यांनी १९८३मध्ये शोधून काढले की पुरुष आणि स्त्रिया वारंवार बातम्यांच्या प्रतिमांमध्ये वेगळ्या पद्धतीने चित्रित केल्या जातात, पुरुषांना स्त्रियांपेक्षा अधिक क्लोज-अप शॉट्स मिळतात. या प्रभावाला "फेस-इझम" असे म्हटले गेले, ज्याने शोधून काढले की जवळच्या प्रतिमांमध्ये दर्शविलेले लोक (उच्च फेस-इझम असलेले फोटो) अधिक दूरच्या शॉट्समध्ये चित्रित केलेल्या लोकांपेक्षा हुशार मानले जातात.

झुकरमन (Zuckerman) आणि किफर (Kieffer) यांच्या मते, एखाद्या विशिष्ट व्यक्तीच्या वंशाच्या उद्देशाने फेस -इझम (चेहरा - वाद) भिन्न असतो. काळ्या लोकांच्या क्लोज-अपपेक्षा गोऱ्या लोकांचे क्लोज-अप अधिक सामान्य आहेत. झुकरमन आणि किफर यांनी संशोधनाची एक मालिका आयोजित केली ज्यामध्ये उच्च स्तरावरील चेहरा-विवाद आणि वर्चस्वाचे वैशिष्ट्य यांच्यातील दुवा आढळला. परिणामी, प्रसारमाध्यमे सावधपणे पण प्रभावीपणे असा समज देऊ शकतात की पुरुष आणि गोरे अनुक्रमे स्त्रिया आणि कृष्णवर्णीयांपेक्षा अधिक बुद्धिमान आणि शक्तिशाली आहेत. परिणामी, लिंग आणि वांशिक साचेबद्ध लोकप्रिय चेतनेमध्ये खोलवर अंतर्भूत झाले आहेत.

याहूनही चिंताजनक अशी शक्यता आहे की अशा काळजीपूर्वक व्यक्त केलेल्या धारणा आणि वृत्तींचा वास्तविक जगावर निवडणूक निकाल, सार्वजनिक धोरण आणि अजेंडा सेटिंगच्या रूपात परिणाम होईल. मुलेन (Mullen) आणि इतर विद्वानांनी शोधून काढले आहे की काही न्यूजकास्टर्स/वृत्तनिवेदक, ज्यांना बातम्यांचे वृत्तांकन करताना तटस्थ राहणे

आवश्यक असते, ते त्यांचे दृष्टिकोन आवाजाच्या ऐवजी किरकोळ गैर-मौखिक चेहऱ्यावरील हावभावांद्वारे व्यक्त करतात. त्यांनी असेही शोधून काढले की रोनाल्ड रेगनच्या (Ronald Reagan) १९८४ च्या मोहिमेवर चर्चा करताना, पत्रकार पीटर जेनिंग्स (Peter Jennings) हे रीगनचे राजकीय विरोधक, वॉल्टर मोंडेल (Walter Mondale) यांच्याशी चर्चा करताना जास्त वेळा हसले, ज्याला अनेकांनी/विषयांनी सहजपणे उचलून धरले. लेखकांनी हे दाखवून दिले की ज्या लोकांनी पीटर जेनिंग्जच्या एबीसीच्या बातम्या पाहिल्या त्यांनी त्याला अधिक आणि वारंवार मते दिली.

१९८८ ते १९९२ पर्यंत, गिलेन्सने (Gilens) देशातील तीन प्रमुख वृत्त नियतकालिकांमध्ये (टाईम, न्यूजवीक आणि यूएस न्यूज अँड वर्ल्ड रिपोर्ट) प्रकाशित केलेल्या अमेरिकेतील गरिबीबद्दलची प्रत्येक कथा, तसेच सोबतची छायाचित्रे एकत्रित केली आणि त्यांचे मूल्यमापन केले. गरिबांमध्ये दर्शविले गेले ६२% आफ्रिकन अमेरिकन होते, जे युनायटेड स्टेट्समध्ये गरिबीत जगणाऱ्या कृष्णवर्णीय लोकांच्या वास्तविक प्रमाणापेक्षा दुप्पट आहे (२९%). या प्रभावाचा परिणाम म्हणून गोरे मतदार गरिबी आणि सुरक्षा-निव्वळ सेवांना कमी समर्थन देऊ शकतात.

११.४ राजकीय प्रक्रिया आणि जनमत

पंचाहत्तर वर्षांहून अधिक काळ, युनायटेड स्टेट्स/अमेरिकन माध्यमांमध्ये जनमत मतदान हे निवडणूक वार्तांकनाचे वैशिष्ट्य आहे. वृत्त कंपन्यांसाठी निवडणुका महत्त्वाच्या असतात कारण त्यांना वाटते की त्यांचे वाचक आणि दर्शकांसाठी त्यांच्याकडे वास्तविक अर्थ आणि परिणाम आहेत. एखाद्या ठरवलेल्या तारखेला घडणाऱ्या, विवाद असलेल्या, तो उद्धृत करण्यासाठी उत्सुक असलेल्या विविध स्त्रोतांसाठी आणि मतांची मोजणी झाल्यावर स्पष्ट निष्कर्ष काढण्यासाठी एखाद्या संस्थेकडून वार्तांकन पॅकेज दिले जाऊ शकते. अशा कार्यक्रमाचे वार्तांकन करणे सामान्यतः सरळ आहे. यामुळे वृत्तसंस्थांना त्यांच्या संसाधनांचे नियोजन करण्यास आणि मोहिमेचे कार्यक्रम उघडकीस आल्यावर आवश्यकतेनुसार त्यांचे पुन्हा वाटप करण्यात मदत होते.

१९३६ च्या राष्ट्राध्यक्षीय प्रचारादरम्यान जॉर्ज गॅलपने (George Gallup) जेव्हा वॉशिंग्टन पोस्ट सोबत त्यांच्या सर्वेक्षणाचे निष्कर्ष प्रकाशित करण्यासाठी व्यवसाय व्यवस्था स्थापन केली तेव्हा आधुनिक मतदानाचा कालावधी सुरू झाला.दलिटररी डायजेस्ट, यात्यापूर्वीच्या राष्ट्राध्यक्षीय निवडणुकीचा अग्रगण्य अंदाजकर्ता, याच्या सदोष दृष्टिकोनाच्या समजुतीच्या आधारे, गॅलपने पैसे परत मिळण्याच्या हमीसह सांगितले की तो अधिक चांगले काम करू शकतो, त्यामुळे वृत्तपत्राला कमी नुकसान झाले.गॅलपला सार्वजनिक जागरुकतेच्या बाबतीत बरेच काही मिळवायचे होते, ज्यामुळे त्याच्या सार्वजनिक क्षेत्रातील प्रतिष्ठेच्या आधारावर व्यावसायिक ग्राहकांकडून अधिक व्यवसाय होऊ शकत होता. अनेक वृत्तसंस्था अनुभवत असलेल्या आर्थिक आव्हानांसह आणि नवीन तंत्रज्ञानाचा आणि मतदान पद्धतींवर बदलत्या जीवनशैलीचा प्रभाव असतानाही, ही माध्यम संस्था आणि पोलस्टर/मतदान अंदाजकर्ते यांच्यातील दीर्घकालीन सहजीवन भागीदारीची सुरुवात होती जी आजही सुरू आहे.

निवडणूकपूर्व मतदानाची वृत्तसंस्थांना विविध प्रकारे निवडणूक वार्तांकन करण्यात मदत होऊ शकते. ते उमेदवारांवरील मतदारांच्या प्रतिक्रिया, तसेच त्यांचे उमेदवार आणि प्रचार, जसे की विषयावरील मतांचे मोजमाप आणि विशिष्ट कार्यक्रमांवरील प्रतिसादांची माहिती देतात. ते अनुदैर्ध्य/रेखांश धोरणाचा भाग म्हणून मोहिमांच्या प्रभावांच्या बदलत्या गतिशीलतेचे परीक्षण करतात. हे खरे आहे की कोण पुढे आहे आणि कोण मागे आहे हे ठरवण्यात ते मदत करतात, वृत्तसंस्थांच्या सर्वात वाईट प्रवृत्तीं बातम्यांसाठी असणाऱ्या "घोड्यांच्या शर्यती" या पत्रकारितेच्या वार्तांकनामध्ये व्यस्त ठेवण्यास ते सक्षम करतात. एकूणच, हे निवडणूकपूर्व मतदान ट्रेंड, जेव्हा पूर्वानुमानकर्ते आणि डेटा एकत्रित करणाऱ्यांनी वापरलेल्या निवडणूक निकालांच्या अधिक अत्याधुनिक सांख्यिकीय मॉडेल्ससह एकत्रित केले जातात, तेव्हा आधुनिक काळातील "सार्वजनिक/जनमत" या शब्दाच्या अर्थासंबंधी महत्त्वपूर्ण प्रश्न निर्माण होतात.

११.५ सार्वजनिक ओळख आणि जनमत

आतापर्यंत, सिद्धांताचा आधार या कल्पनेवर होता की पर्सीव्हर/समजून घेणारा ही एक निष्पक्ष माहिती प्रक्रिया/प्रोसेसर आहे जी माध्यमाचा दृष्टिकोन निष्क्रीयपणे स्वीकारते आणि कोणतीही बदललेली मते ही दिशाभूल करणारी अहवाल प्राप्त करण्याचा तार्किक परिणाम आहेत. परंतु समजणाऱ्यांची स्वतःची उद्दिष्टे आणि पूर्वाग्रह असतात ज्याद्वारे माहिती तपासली/चाळली/फिल्टर आणि पचवली जाते. हा तो घटक आहे जो पूर्वी विचारात घेतला गेला नव्हता. समजणाऱ्याची सामाजिक ओळख हा पूर्वग्रहाचा एक स्रोत आहे. व्यक्तींना त्यांच्या सामाजिक ओळखीचा एक भाग ते ज्या सामाजिक गटाशी संबंधित आहेत त्यांच्याकडून मिळते आणि परिणामी त्यांना त्यांच्या गटातील उप-गटांना अधिक योग्य, योग्य आणि श्रेष्ठ समूह मानण्यास भाग पाडले जाते.

वादविवादाच्या दोन्ही बाजूंच्या सदस्यांना अनेकदा त्यांच्या स्वत:च्या गटासाठी अनुकूल नसलेल्या निवडणुकीसारख्या वादग्रस्त कार्यक्रमाचे तटस्थ माध्यम वार्तांकन समजत असते. कारण एखाद्या समस्येच्या सर्व बाजूंच्या वार्तांकनामुळे दोन्ही बाजूंमधील असमानता ठळकपणे दिसून येते, त्यामुळे जाणणाऱ्याचे स्वतःचे गट सदस्यत्व महत्त्वाचे ठरते. हे जाणकाराला आपला गट श्रेष्ठ आणि बाहेरील गट कनिष्ठ म्हणून पाहण्यास प्रवृत्त करतात. एखाद्याच्या योग्यतेबद्दल अतिशयोक्तीपूर्ण मतांच्या तुलनेत, गटातील तटस्थ वार्तांकन अयोग्य आणि विरोधी म्हणून पाहिले जाते.

सामाजिक ओळख केवळ धारणांनाच आकार देत नाही, तर मतांनाही आकार देते. संशोधनानुसार, गटातील इतर सदस्यांद्वारे मतांवर वारंवार प्रभाव पडतो. १९९० मध्ये मॅकी (Mackie,), वर्थ (Worth) आणि असुनसियन (Asuncion) यांनी प्रकाशित केलेल्या एका पेपरनुसार, जेव्हा एखाद्या गटातील सदस्याने एखाद्याच्या नैसर्गिक प्रवृत्तीच्या विरोधात असे लोकप्रिय मत व्यक्त केले तरीही, गटातील सदस्य कोणत्याही बाहेरच्या पेक्षा कितीतरी जास्त अशी प्रेरक शक्ती राहतो.

या प्रतिरूपानुसार, मन वळवण्याच्या मध्यवर्ती आणि परिघीय पद्धती, हे दोन प्रमुख मार्ग आहेत ज्याद्वारे वृत्ती आणि मते बदलली जातात. मन वळवण्याची मध्यवर्ती पद्धत अशा

परिस्थितींचे वर्णन करते ज्यामध्ये प्रेरक आणि संज्ञानात्मकदृष्ट्या सक्षम समजणारा व्यक्ती/समूह संप्रेषण/संवादाच्या सर्व पैलूंचा काळजीपूर्वक आणि जाणीवपूर्वक विचार केल्यानंतर एका निष्कर्षापर्यंत पोहोचतो. तथापि, बऱ्याच वेळा जाणकारांमध्ये एकतर प्रेरणा किंवा संदेशाची बरीचशी माहिती योग्यरित्या समजून घेण्याची क्षमता कमी असते (उदाहरणार्थ, वेळेचे बंधन किंवा संज्ञानात्मक संसाधने कमी करणाऱ्या इतर कठीण अडचणींमुळे). जेव्हा हे खरे असते, तेव्हा समजणारे "मानसिक शॉर्टकट" वापरू शकतात ज्याचा ते अभिप्राय तयार करण्यासाठी किंवा निर्णय घेण्यासाठी वापर करू शकतात.

जाहिरात धोरणे परिधीय संकेतांचा वापर करून (जसे की उत्पादनाचे आकर्षक प्रायोजक प्रदान करणे किंवा उत्पादनाला विनोदाशी जोडणे) मन वळवण्याचा परिघीय मार्ग यशस्वीपणे वापरतात. गटातील सदस्यत्व हे मन वळवण्याच्या प्रक्रियेत पूरक संकेत म्हणून काम करतील असे मानले जाते.जर गटातील सदस्य एखाद्या युक्तिवादाच्या एका बाजूचे समर्थन करत असतील तर एका गटातील सदस्यत्वामुळे इतर गटातील सदस्यांमध्ये साम्य दिसून येते. यावरून हे उघड आहे की, संदेशाच्या मजकुराचा विचार न करता जाणणारा/ पर्सीव्हर त्याच बाजूचे समर्थन करेल.

११.६ एकसंध विरुद्ध विषम मते

अभ्यासातून असे दिसून आले आहे की, गटातील आणि गटाबाहेरील सदस्यांद्वारे काही बाबतीत विश्वास व्यक्त केला जातो. विश्वासांची एकसंधता बदलून, संशोधक थेट जनमतावर प्रभाव टाकण्याच्या क्षमतेचे मूल्यांकन करतात. एका अभ्यासातील सहभागींना समवयस्क/पीअर नाययधिकरण/ ट्रिब्युनलची चा एक व्हिडिओ दाखवण्यात आला होता. ज्यामध्ये एका बंधुता सदस्यावर शाळेच्या मालमत्तेची तोडफोड केल्याचा आरोप होता. ओ.जेसिम्पसन केस (Simpson case) चे(जो काळ्या/कृष्णवर्णीय समुदायाचा होता आणि त्याला खुनाच्या आरोपाखाली अटक करण्यात आली होती) याचे माध्यम वार्तांकन समजून घेण्यासाठी एक अभ्यास तयार करण्यात आला होता. या अभ्यासात त्याच्या अपराधीपणाची किंवा निर्दोषतेची धारणा थेट वांशिक गटाच्या सदस्यत्वाशी जोडलेली असल्याचे दर्शविले गेले. ग्रीक संस्थांचे सदस्य किंवा गैर-सदस्य म्हणून त्यांच्या स्थानावर आधारित विषयांचे वर्गीकरण गटात किंवा गटाबाहेर केले गेले. सर्व सहभागींना समान गोंधळात टाकणारे न्यायाधिकरण दाखवण्यात आले होते, ज्याच्या आधी प्रतिवादीचे सहकारी "विद्यार्थी" यांच्या मुलाखती घेण्यात आल्या होत्या, ज्यांना त्याच्या अपराधाबद्दल किंवा निर्दोषतेबद्दल त्यांच्या भावना प्रकट करण्यास सांगितले होते.

संबंधित व्यक्तींनी प्रतिवादीच्या अपराधावर टिप्पण्या दिल्या आणि मुलाखती पाहिल्यानंतर आणि सुनावणीनंतर योग्य शिक्षेची शिफारस देखील केली. प्रतिवादीच्या अपराधाबद्दल आणि शिफारस केलेल्या शिक्षेच्या प्रमाणावरील मतांवर दृश्याच्या एकरूपतेचा महत्त्वपूर्ण प्रभाव असल्याचे आढळून आले. जेव्हा इतरांची वृत्ती एकसंध होती आणि गट सदस्यत्वाशी पूर्णपणे निगडीत होती, तेव्हा ग्रीक प्रजेने प्रतिवादीला पाठिंबा दिला तर गैर-ग्रीक प्रजेने त्याला विरोध केला. जेव्हा मते गटांमध्ये समान रीतीने वितरीत केली गेली होती, तथापि, तेव्हा हा प्रभाव पूर्णपणे नाहीसा झाला. या अभ्यासातून असे दिसून आले आहे की अनेकदा एखाद्याला गटात जुळवून घेण्याची ही प्रवृत्ती असते.

११.७ निष्कर्ष

प्रसारमाध्यमे अनेक प्रकारे जगाचा चुकीचा दृष्टिकोन दाखवतात. ती माहिती सादर करताना आंतरगट फरकांवर जोर देऊन अचूक माहितीच्या पक्षपाती प्रक्रियेस देखील मदत करू शकतात. विशिष्ट समस्यांबद्दल व्यापक लोकसंख्येला कसे वाटते (उदा., सिम्पसन खटला, क्लिंटनची महाभियोग चाचणी) हा अहवाल देण्याऐवजी, माध्यमे वारंवार गटांमध्ये विभागलेल्या भावनांवर अहवाल देतात. संशोधनात असे दिसून आले आहे की अशा प्रदर्शनामुळे शक्यतो परिस्थितीचा काळजीपूर्वक विचार करण्याची मोहीम कमी करून,गटातील लोकांच्या बाजूने प्रबळ झुकाव बिघडू शकतो. दुसरीकडे, मिश्र गटाच्या दृष्टिकोनाचे प्रदर्शन या प्रवृत्तीचा प्रतिकार करण्यास मदत करू शकते.

११.८ सारांश

सार्वजनिक/जनमत हे मनोवैज्ञानिक आणि सामाजिक प्रक्रियेचे असे उत्पादन आहे ज्यामध्ये जेव्हा एखादी परिस्थिती उद्भवते तेव्हा समाजाच्या इतर सदस्यांनी त्याच विषयावर त्यांचे मत सामायिक करावे या अपेक्षेने सशर्त असलेल्या एखाद्या समस्येला प्रतिसाद म्हणून सार्वजनिक वर्तन केले जाते.

निवडणूकपूर्व मतदान उमेदवारांवरील मतदारांच्या प्रतिक्रिया, तसेच त्यांचे उमेदवार आणि प्रचार, उदा. विषयावरील मतांचे मोजमाप आणि विशिष्ट कार्यक्रमांवरील प्रतिसादांची माहिती प्रदान करतात.

व्यक्तींना त्यांच्या सामाजिक ओळखीचा भाग ते ज्या सामाजिक गटांशी संबंधित आहेत त्यांच्याकडून मिळतो आणि परिणामी त्यांना त्यांच्या गटाला बाहेरील गटांपेक्षा अधिक योग्य, बरोबर आणि श्रेष्ठ मानण्यास भाग पाडले जाते.

जाहिरात धोरणे परिधीय संकेतांचा वापर करून (जसे की उत्पादनाचे आकर्षक प्रायोजक प्रदान करणे किंवा उत्पादनाला विनोदाशी जोडणे) मन वळवण्याचा परिघीय मार्ग यशस्वीपणे वापरतात.

जेव्हा मते गटांमध्ये समान रीतीने वितरीत केली जातात तेव्हा विविध दृष्टीकोनांच्या कल्पनेने एखाद्याच्या गटाशी संरेखित करण्याची प्रवृत्ती पूर्णपणे अधिलिखित केली जाते.

११.९ प्रश्न

- जनमताच्या सिद्धांतांची तपशीलवार चर्चा करा.
- जनमताच्या निर्मितीमध्ये बातम्या आणि राजकीय प्रक्रियेचे परिणाम आणि निष्कर्ष तपासा.
- सार्वजनिक मतांच्या निर्मितीमध्ये सामाजिक ओळख, एकसंधता आणि विषमता यांच्या भूमिकेचे विश्लेषण करा.

११.१० संदर्भ

Abrams, Mark. *Opinion Polls and Party Propaganda - JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/2747324.

Anastasio, Phyllis A., et al. *Can the Media Create Public Opinion? A Social ... - JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/20182590.

Hyman, Herbert H. *Mass Communication and Socialization - Jstor Home*. https://www.jstor.org/stable/2747855.

Perrin, Andrew J., and Katherine McFarland.*Vol. 37, 2011 of Annual Review of Sociology on JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/i40058191.

Vasterman, Peter. *11.Media Hypes and Public Opinion M - JSTOR*. https://www.jstor.org/stable/j.ctt21215m0.16.

❖❖❖❖

१२

व्यावहारिक घटक - समस्या-आधारित फील्डवर्क (क्षेत्रभेट)

घटक रचना

१२.० उद्दिष्ट्ये

१२.१ परिचय

१२.२ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) चा अर्थ

१२.३ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) आणि मीडिया

१२.४ पारंपारिक माहिती संकलन पद्धत

१२.५ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) मध्ये मानसशास्त्राची भूमिका

१२.६ मुख्य माहिती देणाऱ्याद्वारे फील्डकडे जाणे

१२.७ संवेदनशील विषयांचा अभ्यास करताना लक्षात ठेवण्यासारखे मुद्दे

१२.८ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) मध्ये व्यावहारिक चिंता

१२.९ महिला आणि फील्डवर्क (क्षेत्रभेट)

१२.१० संवेदनशील विषय हाताळलेली महत्त्वाची कामे

१२.११ थेट अहवाल

१२.१२ नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टँडर्ड असोसिएशन मार्गदर्शक तत्त्वे.

१२.१३ सारांश

१२.१४ प्रश्न

१२.१५ संदर्भ

१२.० उद्दिष्ट्ये

- फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) चा अर्थ समजावून सांगणे
- समस्या आधारित क्षेत्रात फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) करताना विचारात घेण्याच्या महत्त्वाच्या मुद्द्यांबद्दल जाणून घेण्यासाठी.
- माध्यम संशोधन आणि सामाजिक विज्ञानातील शैक्षणिक संशोधन यातील फरक समजून घेणे

१२.१ परिचय

फील्डवर्कचा परिचय आणि मागील सत्रातील काही महत्त्वाच्या विद्वानांच्या कार्याची चर्चा असे विषय होते. हा अध्याय मागील चर्चेचा एक सातत्य आहे; तुम्ही या प्रकरणात फील्डवर्कबद्दल अधिक जाणून घ्याल. समस्या-आधारित फील्ड आणि इतर तपशील कसे हाताळायचे ते तुम्ही या प्रकरणात शिकाल. गैर-सरकारी संस्थांमध्ये काम करू इच्छिणाऱ्या किंवा पीएचडी सारखे उच्च शिक्षण घेऊ इच्छिणाऱ्या विद्यार्थ्यांनाही हा अध्याय फायदेशीर ठरेल. कारण या प्रकरणाचा विषय मीडिया आणि सोसायटी आहे, आपण मीडिया व्यावसायिकांच्या दृष्टीकोनातून फील्ड ट्रिपकडे देखील पाहू.

दिलेल्या समस्येचा अभ्यास करण्यासाठी किंवा समस्या निवडण्यासाठी वापरली जाणारी पहिली पद्धत म्हणजे विद्यमान साहित्य वाचणे. दुसरे, या विषयावर पद्धतशीर पुस्तके आहेत. तिसरी पायरी म्हणजे प्रायोगिक अभ्यास (पायलट स्टडीज) करणे. प्रायोगिक अभ्यास हा केवळ दिलेल्या लोकसंख्येचा (विश्वाचा) अभ्यास केलेला एक लहान नमुना आहे. एक साधे उदाहरण घेऊ: दुकानातून तांदळाची पोती विकत घेण्यापूर्वी, पहिली पायरी म्हणजे तांदळाचे काही दाणे तोंडात घालणे आणि ते चघळण्याचा प्रयत्न करणे. काही लोक तांदळाचा वास घेण्यापर्यंत जातात. संपूर्ण पोते खरेदी करायची की नाही हे ठरवण्यापूर्वी तुम्ही एक किंवा दोन किलोग्रॅम देखील खरेदी करू शकता आणि ते शिजवू शकता.

१२.२ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) चा अर्थ

शब्दकोषानुसार फील्ड वर्क हे प्रयोगशाळा किंवा कार्यालयाऐवजी वास्तविक परिस्थितीत संशोधकाद्वारे केलेले कार्य आहे. यामध्ये संशोधन, शोध, सर्वेक्षण आणि मुलाखती यासारख्या फील्डवर्कचा देखील समावेश आहे.

१२.३ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) आणि मीडिया

विविध संशोधन समस्या तपासण्यासाठी समाजशास्त्रज्ञ आणि मानववंशशास्त्रज्ञांद्वारे फील्डवर्कचा वारंवार वापर केला जातो. मानववंशशास्त्रज्ञ आणि समाजशास्त्रज्ञ सामान्यत: दीर्घ कालावधीसाठी फील्डवर्क आयोजित करतात, जे काही महिन्यांपासून वर्षांपर्यंत असू शकतात. विद्वान लोकांच्या भाषा शिकण्यासाठी ओळखले जातात. हे संप्रेषण सुधारण्यासाठी आणि स्थानिकांच्या दृष्टीकोनातून विचार करण्यात व्यक्तींना मदत करण्यासाठी तसेच चिन्हे, अर्थ आणि संदर्भ समजून घेण्यासाठी केले जाते. ही तंत्रे संशोधक आणि विषय यांच्यातील अंतर कमी करण्यास देखील मदत करतात. गुणात्मक अभ्यासामध्ये, संशोधक खेड्यात राहतो आणि त्याचे निष्कर्ष नोंदवण्यापूर्वी दैनंदिन क्रियाकलापांमध्ये भाग घेतो.

आता व्यावसायिक माध्यम संशोधन आणि समाजशास्त्रीय संशोधन यांच्यातील फरक पाहू. शोध संशोधक, पीएचडी विद्यार्थी किंवा प्राध्यापक यांनी शैक्षणिक अटींमध्ये लिहिलेले आहेत. सैद्धांतिक दृष्टीकोन देखील वारंवार क्षेत्रात वापरला जातो, एकतर विद्यमान सिद्धांताची चाचणी घेण्यासाठी किंवा नवीन विकसित करण्यासाठी. तथापि, एखाद्या समस्येचा अभ्यास करणाऱ्या माध्यम व्यावसायिकांचे ध्येय सत्य पकडणे आहे; तथापि,

वेळेच्या मर्यादांमुळे आणि प्रथम बातमी कोण वितरित करते यावरील स्पर्धेमुळे, व्यावसायिक अनेकदा एका गावात किंवा प्रकरणासाठी महत्त्वपूर्ण वेळ घालवू शकत नाहीत. कव्हर स्टोरी असल्याशिवाय जास्त वेळ घालवण्याकडे त्यांचा कल असतो. माध्यम व्यावसायिक संशोधनाचे परिणाम साध्या इंग्रजीमध्ये लिहिलेले आहेत. भाषा इतकी सोपी आहे की वर्तमानपत्रात काय लिहिले आहे ते लहान मूलही समजू शकते. शोध संप्रेषणाची पद्धत कधीकधी व्हिडिओ असते. तथापि, प्रसारणासाठी लिखित आणि व्हिडिओ या दोन्ही स्वरूपांमध्ये वेळ मर्यादा आहे. क्रॉस-चेक करण्यासाठी नेहमीच पुरेसा वेळ नसतो. मीडिया व्यावसायिकांच्या लेखनात सैद्धांतिक ज्ञानावर फारसा भर दिला जात नाही. सत्य समोर आणणे, आवाजहीनांना व्यासपीठ देणे आणि तटस्थ राहून सत्य समोर आणणे हे ध्येय आहे. तथापि, अनेक समानता आहेत. उदाहरणार्थ, क्षेत्र भेटी देणारे माध्यम व्यावसायिक मानववंशशास्त्रज्ञांसारख्याच पद्धती वापरतात, जसे की कथाकथन, केस स्टडी इ. आणि ते ऑडिओ आणि व्हिज्युअल दोन्ही पद्धती वापरतात.

मीडिया व्यावसायिकांच्या संशोधनाच्या परिणामांसह काही समस्या देखील आहेत. जाहिरातदार वारंवार मीडिया संस्थांवर प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्षपणे नियंत्रण ठेवतात. परिणामी, सर्व तपशील किंवा अचूक तपशील नेहमी प्रदान केले जात नाहीत. अनेक उपेक्षित गट, जसे की जमाती, अपंग, आणि गैर-बायनरी लिंग बातम्या, त्यांच्या समस्यांची तीव्रता असूनही कमी प्रतिनिधित्व केले जाते.

१२.४ पारंपारिक माहिती संकलन पद्धत

पूर्वी, विद्वान इतर देशांना शोधक, व्यापारी आणि खलाश यांच्यामार्फत पत्रे आणि प्रश्नावली पाठवत असत. त्यानंतर ते त्या देशातील शास्त्रज्ञांना पाठवतील आणि प्रश्नावली भरली जाईल. नंतर, हे मूळ देशात परत केले गेले आणि व्युत्पन्न केलेला डेटा रेकॉर्ड केला गेला. या पद्धतीने पुरेसे साहित्य जमा झाले. ही सामग्री नंतर संकलित, मुद्रित आणि पुस्तके म्हणून प्रकाशित केली गेली. आर्मचेअर समाजशास्त्रज्ञ आणि मानववंशशास्त्रज्ञ हे विद्वान होते ज्यांनी इतर लोकांची पुस्तके वाचली आणि अंतर्दृष्टी विकसित केली. तथापि, ठराविक कालावधीनंतर, अनेक मानववंशशास्त्रज्ञांनी फील्डवर्कचे महत्त्व सांगितले आणि समर्थन केले, ज्यात फंक्शनलिस्ट - मालिनोव्स्की आणि अमेरिकन मानववंशशास्त्रज्ञ - फ्रांझ बोआस यांचा समावेश आहे.

१२.५ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) मध्ये मानसशास्त्राची भूमिका

प्रत्येक क्षेत्र अद्वितीय आहे, जे ते मनोरंजक बनवते. प्रत्येक दिवस, प्रत्येक मिनिट वेगळा असतो. जणू काही तुमच्यावर सतत नजर ठेवली जात आहे. एक संशोधक म्हणून, तुमचा असा विश्वास असेल की तुम्ही अभ्यास कराल आणि लोकांकडून माहिती गोळा कराल. मात्र, असे नाही. दोन्ही बाजू एकमेकांशी संवाद साधत आहेत. अभ्यास केलेले लोक आणि संशोधक खालील परिस्थितीचा विचार करा: कल्पना करा की तुम्ही ५० किलोमीटरचा प्रवास केल्यानंतर एखाद्या गावात जात आहात आणि तुम्ही शोधण्यासाठी गेलेल्या प्रश्नांची उत्तरे तुम्हाला मिळाली नाहीत. निराशा, राग आणि द्वेष या सर्व संभाव्य भावना आहेत. तुम्ही खूप पैसे गुंतवले आणि त्याबदल्यात काहीही मिळाले नाही.

१२.६ मुख्य माहिती देणाऱ्याद्वारे फील्डकडे जाणे

गटातील प्रमुख माहिती देणाऱ्यांशी संपर्क साधणे, जसे की नेते, सामाजिक कार्यकर्ते, स्वयंसेवक, कलाकार आणि त्या क्षेत्रातील धार्मिक नेते, काही वेळा फायदेशीर ठरू शकतात. त्यांच्यासोबत राहिल्याने संशोधकांना या क्षेत्रात अधिक चांगला प्रवेश मिळतो. उदाहरणार्थ, जर तुम्ही त्या क्षेत्रातील एखाद्या ओळखीच्या व्यक्तीसोबत पाहिले तर लोक तुमच्यावर विश्वास ठेवतील कारण ओळखल्या गेलेल्या व्यक्तीचा तुमच्यावर विश्वास आहे आणि त्यामुळे ते तुमच्याशी मुक्तपणे संवाद साधू शकतील.

तुमची प्रगती तपासा

१. फील्डवर्क आणि मीडिया यांच्यातील परस्परसंबंध स्पष्ट करा.

२. तुमच्या मते एखाद्या समस्येवर आधारित विषयाचा अभ्यास करताना माणसामध्ये कोणते गुण असले पाहिजेत.

१२.७ संवेदनशील विषयांचा अभ्यास करताना लक्षात ठेवण्यासारखे मुद्दे

१. कोणत्याही प्रकारचे रेकॉर्डिंग, व्हिडिओ किंवा व्हॉईस रेकॉर्डिंग कोणत्याही मोबाइल डिव्हाइस किंवा कॅमेरासारख्या गॅझेटमध्ये, संबंधित व्यक्तीच्या परवानगीनेच वापरावे. रेकॉर्डिंग का आवश्यक आहे हे स्पष्ट केले पाहिजे. सहभागी नकार देत असल्यास किंवा त्यास अस्वस्थ असल्यास, ते टाळणे चांगले आहे. सूचित संमती प्राप्त करणे आवश्यक आहे. माहितीपूर्ण संमतीची व्याख्या मानवी विषयांच्या संशोधनासाठी नैतिक मानके आणि नियम म्हणून केली जाते. सूचित संमती प्रक्रियेचे उद्दिष्ट हे आहे की दिलेल्या सहभागीला त्याला किंवा तिला समजत असलेल्या भाषेत पुरेशी माहिती प्रदान करणे जेणेकरून तो किंवा ती संशोधन प्रकल्पात भाग घ्यायचा की नाही याबद्दल माहितीपूर्ण निर्णय घेऊ शकेल.

२. माहिती मिळविण्यासाठी, एखाद्याने कोणत्याही प्रकारच्या आर्थिक व्यवहारात गुंतू नये. कारण हा मूर्खपणाचा निर्णय असेल ज्याचा परिणाम तुमच्यानंतर त्याच क्षेत्राला भेट देणाऱ्या इतरांना होईल.

३. एखादा विषय तपासू शकतो, प्रश्न करू शकतो आणि चर्चा करू शकतो. तथापि, स्वतःचे पूर्वाग्रह आणि मते टाळली पाहिजेत किंवा कमीतकमी ठेवली पाहिजेत.

४. विषयांचा विश्वास संपादन करणे महत्त्वाचे आहे; हे तेव्हा घडते जेव्हा एखादी व्यक्ती संबंध विकसित करते आणि प्रामाणिक असते, जसे की प्रकल्पाचे परिणाम स्पष्ट करणे, स्वतःची ओळख करून देणे आणि केवळ माहिती काढण्याऐवजी विषयाशी एक संबंध निर्माण करणे. लोकांचा विश्वास वाढेल आणि त्यांना त्रास देत असलेल्या समस्या आणि समस्यांबद्दल उघड होईल.

५. कोणत्याही प्रकारच्या फील्डवर्कमध्ये नैतिकता अत्यंत महत्त्वाची असते; प्रसिद्ध होण्यासाठी किंवा टीआरपी रेटिंग वाढवण्यासाठी, कोणत्याही अन्यायकारक प्रथेला

ठळक केले जाऊ नये, मग ते रिपोर्टिंग, टेलिव्हिजन किंवा रेकॉर्ड केलेले साहित्य असो. व्यक्तीच्या ओळखीचे रक्षण करण्यासाठी, हिंसा आणि बलात्कार पीडितांसारखे तपशील काल्पनिक नावांनी बदलले पाहिजेत.

६. तात्काळ फायद्यासाठी, अनैतिक लेखन आणि रेकॉर्डिंग पूर्णपणे टाळणे आवश्यक आहे.

७. विषयांच्या भविष्यातील परिस्थितीचा विचार करणे आवश्यक आहे; एक संशोधक किंवा रिपोर्टर म्हणून, तुम्ही मुलाखत घेऊ शकता आणि फील्ड सोडू शकता, परंतु ज्या लोकांनी तुम्हाला उत्तरे दिली आहेत किंवा प्रश्नांचा संच तेथेच राहतील. परिणामी, डेटा प्रकाशित करताना, सावधगिरी बाळगणे आवश्यक आहे. कोणत्याही थेट अहवाल किंवा प्रकाशित दस्तऐवजांच्या परिणामी कोणतीही समस्या उद्भवणार नाही याची खात्री करणे हे संशोधनाचे उद्दिष्ट असावे.

८. बालमजुरी किंवा गरिबी यांसारख्या विषयांवर संशोधन करताना, पीडित व्यक्तीची मुलाखत घ्या. एखाद्याने अधिक सावध असले पाहिजे की प्रश्न आघात निर्माण करणार नाही आणि सहानुभूतीचा दृष्टिकोन पाळला पाहिजे. मुलाखतीची पद्धत देखील वापरली जाणे आवश्यक आहे, आणि सहभागीला संशोधकावर विश्वास निर्माण करण्यासाठी पुरेसा वेळ दिला पाहिजे. एखाद्या व्यक्तीने संशोधकावर विश्वास ठेवण्यासाठी आणि त्याच्यावर विश्वास ठेवण्यासाठी आवश्यक असलेला वेळ दिला पाहिजे.

९. जेव्हा एखादे घर तुटलेले असते, किंवा आग लागण्यासारखी संकटाची परिस्थिती असते किंवा लोक पुरात अडकतात तेव्हा प्रश्न उपस्थित करण्यात फार तर्कसंगत असणे आवश्यक आहे. अशा परिस्थितीत कोणी विचारू नये, आपको कैसा लगा रहा है? समस्या अनुभवत असलेल्या व्यक्तीसाठी असे प्रश्न अप्रासंगिक आहेत.

१०. जेव्हा एखादे घर फोडले जाते किंवा संकटाची परिस्थिती उद्भवते, जसे की आग किंवा पुरात अडकलेले लोक, तेव्हा प्रश्न उपस्थित करण्यात अतिशय तर्कसंगत असणे आवश्यक आहे. अशा स्थितीत ‘आपको कैसा लगा रहा है?’ अशी चौकशी करू नये. असे प्रश्न ज्या व्यक्तीच्या समस्येतून जात आहेत त्यांच्यासाठी अप्रासंगिक आहेत.

११. संशोधनाची स्थिती आहे आणि हानी करू तत्त्वाचे पालन करणे आवश्यक आहे. संघर्षाच्या क्रमांकावर, कमी मूल्यवान आणि कमी प्रतिनिधित्व गटाने देखील लक्ष केंद्रित केले पाहिजे.

शिवाय, सोशल मीडियाने समाजात आणि अगदी फील्डवर्कमध्येही बदलाचे नवीन युग सुरू केले आहे. व्हिडिओ एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे आणि एका ठिकाणाहून दुसऱ्या स्थानावर काही सेकंदात पाठवले जाऊ शकतात. त्याला/तिला. गोष्टी इतक्या लवकर घडू शकतात की विचार करायला किंवा विचार करायला वेळ नसतो. संशोधकांनाही फेक न्यूजच्या समस्येचा सामना करावा लागू शकतो. परिणामी, शेतात अतिरिक्त सावधगिरी बाळगणे आवश्यक आहे.

१२.८ फील्डवर्क (क्षेत्रभेट) मध्ये व्यावहारिक चिंता

संशोधकाला प्रत्येक वेळी एकाच समस्येला सामोरे जावे लागेल असे नाही; तथापि, काही सर्वात सामान्य समस्या खाली सूचीबद्ध केल्या आहेत -

१. जेव्हा एखादा संशोधक किंवा मीडिया व्यावसायिक संवेदनशील, संघर्षग्रस्त भागात जसे की दहशतवादी निवासी क्षेत्रे, संघर्ष क्षेत्र किंवा गटाबाहेर प्रवेश करतो, तेव्हा व्यावसायिकांचे अपहरण यांसारख्या जोखमीचा घटक असतो. हे काही देशांमध्ये दिसून आले आहे, विशेषत: ज्या देशांमध्ये युद्ध सुरू आहे. महिला व्यावसायिकांकडून कधीकधी देशाच्या कायद्यांचे पालन करणे अपेक्षित असते आणि कोणतेही उल्लंघन व्यक्तीसाठी अत्यंत धोकादायक असू शकते.

२. मुलाखती घेणे आणि संघर्ष झोनमध्ये प्रवेश करणे ही प्रक्रिया वेळखाऊ आहे. संवेदनशील विषयांवर संशोधन करणे देखील वेळखाऊ आहे. एका विद्यार्थ्याने तिच्या विषयांमध्ये आणि वस्तूंमध्ये प्रवेश मिळवण्यासाठी विविध प्रक्रिया हाताळण्यात तेरा वर्षे घालवली. तिच्या प्रबंधाचा विषय लष्करी समाजशास्त्राशी संबंधित होता.

३. संशोधकाची ओळख देखील कधीकधी समस्या असू शकते. धर्म, जात, लिंग, वांशिकता, स्थान – जसे की देश – ही सर्व ओळखीची उदाहरणे आहेत.

४. संशोधक आणि सहभागी यांच्यातील भाषेतील अडथळ्यांमुळे दोन्ही बाजूंनी चुकीचा संवाद आणि चुकीचा अर्थ लावला जाऊ शकतो.

५. दिलेल्या संस्कृतीत अनुचित प्रथा आढळल्यास, प्रथा अनुयायांवर कोणतेही नकारात्मक परिणाम होणार नाहीत याची खात्री करण्यासाठी पुरेशी खबरदारी घेणे आवश्यक आहे.

६. प्रश्नांची उत्तरे देणाऱ्या प्रतिसादकर्त्यांना मानसिक त्रास होणार नाही याची काळजी घेण्यासाठी आवश्यक ती सर्व खबरदारी घेण्यात यावी.

७. संवेदनशील विषयांचे संकलन, विश्लेषण आणि निष्कर्ष काढल्यानंतर, फील्डवर परत संवाद साधणे एक आव्हान बनते. विशेषत: जर असे तपशील असतील ज्यात संशोधकाने एखाद्या गोष्टीची माहिती नोंदवली असेल जी बाह्य जगासाठी अयोग्य आहे परंतु केवळ समाजासाठी आहे, तर त्याबद्दल लिहिणे खूप कठीण परिस्थिती बनते. मात्र, एक संशोधक म्हणून सत्य समोर आले पाहिजे. उदाहरणार्थ, स्त्री भ्रूणहत्या, हिंसाचार इत्यादी मुद्द्यांचा विचार करा.

या क्षेत्रातील महिलांचे अनुभव अद्वितीय आहेत. अनेक वेळा मादीकडे केवळ संशोधकच नाही तर मादी म्हणूनही पाहिले जाते. चला ते जवळून बघूया.

१२.९ महिला आणि फील्डवर्क (क्षेत्रभेट)

एखाद्या स्त्रीने शेतात जाऊन लोकांचा अभ्यास केला तर. दोन परिस्थिती असू शकतात. प्रथम सकारात्मक प्रतिसाद आहे. लोक महिला संशोधकाची तुलना कुटुंबातील सदस्याशी करतील. बहीण किंवा मुलीप्रमाणे, संशोधकाला मदत करा, अन्न वाटून घ्या किंवा अगदी

जवळच्या बस स्टॉपवर किंवा एखाद्याला हवे तिथे सोडा. काही त्यांच्यासोबत असतील आणि मुख्य माहिती देणाऱ्यांशी त्यांची ओळख करून देण्यात मदत करतील. दुसरे उदाहरण म्हणजे एखादी स्त्री संशोधक म्हणून काम करत असेल तर तिला स्त्री म्हणून तिच्या अगतिकतेची आठवण करून दिली जाऊ शकते. जरी ते संवाद साधत असले तरी ते तिला गांभीर्याने घेत नाहीत.

खालील उदाहरण विचारात घ्या: एक महिला सामाजिक कार्यकर्ती एकदा ठाण्यातील एका झोपडपट्टी भागात गेली होती. येथे मुद्दा असा होता की हे लोक जवळपास १८ वर्षांपासून दुसऱ्या व्यक्तीला भाडे देत होते आणि त्यांनी अचानक सर्वांना घर रिकामे करण्यास सांगितले होते. म्हणून, एक सामाजिक कार्यकर्ता म्हणून, त्या समस्येबद्दल अधिक जाणून घेण्यासाठी त्या ठिकाणी गेल्या. स्थानिकांनी उत्तर दिले, "आम्हाला तुमच्याशी बोलायचे नाही; तुमची टीम इथे आणा." त्यांना संघाची गरज का आहे, असा प्रश्न समाजसेवकाला पडला होता. ती ग्राउंड-लेव्हल माहिती गोळा करण्यासाठी, त्यांच्या टीमला कळवण्यासाठी आणि नंतर समस्येचे निराकरण करण्यासाठी कोणती कृती किंवा पावले उचलली जाऊ शकतात हे ठरवण्यासाठी तिथे होती. पण इथले लोक बोलायला तयार नव्हते; तिने त्यांचे मन वळवण्याचा प्रयत्न केला, पण ते व्यर्थ ठरले. थोड्या वेळाने, तिला समजले की त्यांना संघाचा अर्थ काय आहे ते म्हणजे त्यांना तिच्याशी बोलायचे नाही, तर पुरुषाशी बोलायचे आहे. बहुधा, त्या समुदायांमध्ये, स्त्रियांमध्ये निर्णय घेण्याची शक्ती जास्त नव्हती, म्हणून त्यांनी त्याच लेन्समधून एक स्त्री पाहिली.

तुमची प्रगती तपासा

१. संशोधन करताना महिलांचे फील्डवर्क अनुभव वेगळे असतात असे तुम्हाला वाटते का?

२. फील्डवर्क आयोजित करताना संशोधकाला भेडसावणारी एक व्यावहारिक समस्या ओळखा.

१२.१० संवेदनशील विषय हाताळलेली महत्त्वाची कामे

विल्यम व्हाईट यांचे 'स्ट्रीट कॉर्नर सोसायटी' हे पुस्तक शहरी समाजशास्त्राच्या क्षेत्रातील सर्वात महत्त्वाचे कार्य आहे. विल्यम शिकागोमधील झोपडपट्टीच्या अपार्टमेंटमध्ये राहतो, जिथे तो टोळ्यांशी मैत्री करतो आणि त्यांचे जीवन आणि काम करण्याच्या पद्धती शिकतो. तो रात्री उशिरा घरी परतायचा आणि त्याच्या टाईपरायटरवर नोट्स टाईप करायचा. ऐतिहासिकदृष्ट्या, पाश्चात्य विद्वानांना पूर्वेकडील किंवा इतर देशांबद्दल जाणून घेण्यात नेहमीच रस आहे. दुसरीकडे, विल्यमचे कार्य हे पहिले होते ज्यामध्ये संशोधकाने स्वतःच्या समाजाकडे पाहिले.

रोहीन कुमार यांचे लालचौक

भारतीय संसदेच्या अध्यक्षांनी अलीकडेच या पुस्तकाची शिफारस केली आहे. हे पुस्तक पाच वर्षांच्या कार्यकाळात पत्रकाराने एकत्रित केलेल्या सत्यकथांचा संग्रह आहे. यात काश्मीरचे राजकारण, वेदनादायक आठवणी, अनुभव, अतिरेकी, भ्रष्टाचार आणि इतिहास यांचा शोध घेण्यात आला आहे. या पुस्तकाचे महत्त्व हे आहे की ते सामान्य लोकांच्या

दृष्टीकोनातून परिस्थितीचे परीक्षण करते, ज्याकडे मुख्य प्रवाहातील माध्यमांनी दुर्लक्ष केले आहे. प्रभाव निर्माण करणे, बदल घडवून आणणे आणि चर्चेसाठी वातावरण निर्माण करणे हे लेखन, कलेचे खरे ध्येय आहे.

प्रत्येकजण चांगला दुष्काळ अनुभवतो - पी साईनाथ.

हे पुस्तक वाचण्यासारखे महत्त्वाचे आहे कारण त्यात खेडेगावात राहणाऱ्या शेतकऱ्यांच्या जीवनाचा इतिहास आहे. दुष्काळाच्या कथा, लोकांचे दु:ख, स्त्रियांच्या कथा कथाकथन आणि लघुकथांच्या स्वरूपात लिहिल्या गेल्या आहेत. पुस्तकानुसार या कथा गोळा करण्यासाठी लेखकाने खोल खेड्यांमध्ये प्रवास केला.

क्षेत्र भेटीदरम्यान उद्भवलेल्या समस्येकडे एक नजर टाकूया.

१२.११ संवेदनशील समस्यांवर थेट अहवाल

संवेदनशील काळात, जसे की बॉम्बस्फोट किंवा दहशतवादी हल्ले, लाइव्ह रिपोर्टिंग, कॅमेरा सर्व ठिकाणी झूम इन करणे आणि सर्व तपशील रिअल टाइममध्ये रिपोर्ट करणे समस्या सोडवण्याचा प्रयत्न करणाऱ्यांसाठी समस्या निर्माण करू शकतात. ज्या लोकांना समस्या निर्माण झाली त्यांना रिपोर्टिंगच्या परिणामी रिअल-टाइम अपडेट्स मिळतात आणि त्यानुसार ते त्यांच्या योजना समायोजित करतात. यामध्ये बॉम्बस्फोटांसारख्या धोकादायक परिस्थितीत जीव वाचवण्यासाठी लढणाऱ्या सैनिकांना धोक्यात घालण्याचाही समावेश आहे. प्रोटोकॉलचे पालन करण्यात अयशस्वी झाल्यास ओलिस किंवा युद्धात अडकलेल्या लोकांचा तसेच जीव वाचवण्यासाठी लढणाऱ्या सैनिकांचा मृत्यू होतो. पत्रकारांनी शेतात प्रवेश करणे, वापरलेली शस्त्रे आणि त्यांचे प्रसारण युद्धाच्या काळात चांगल्यापेक्षा जास्त नुकसान करते. न्यूयॉर्क शहरातील वर्ल्ड ट्रेड सेंटरवरील ९/११ चा हल्ला युनायटेड स्टेट्समध्ये कसा हाताळला गेला याचा विचार करा. त्या काळात माध्यमांनी प्रस्थापित नियमांचे पालन केले. समस्या निर्माण करणारी दृश्ये अस्पष्ट होती. प्रक्षेपण माहिती बुद्धिमान, प्रशासकीय अधिकारी आणि पोलिस ब्रीफिंगमधून आली. बाधित कुटुंबांसाठी नियंत्रण कक्ष स्थापन करण्यात आला. मीडिया हाऊसेसला वेळोवेळी ब्रीफिंग्ज देण्यात आल्या, ज्याचा अहवाल सादर देण्यात आला.

१२.१२ नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टॅंडर्ड असोसिएशन मार्गदर्शक तत्त्वे

नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टॅंडर्ड्स असोसिएशन (iv) ने संकट आणि संघर्ष अहवालासाठी मार्गदर्शक तत्त्वे जारी केली आहेत, ज्यात खालील मुद्द्यांचा समावेश आहे:

१. कव्हरेजचे मूल्यमापन "सार्वजनिक हिताच्या टचस्टोन" विरुद्ध केले जावे आणि प्रदान केलेली माहिती तथ्यात्मक असावी यावर जोर देते. ते अचूक आणि वस्तुनिष्ठही असले पाहिजे.

२. जिवंत ओलिस परिस्थिती आणि सुटका यासारख्या परिस्थितीत, प्रलंबित बचाव कार्य, विशेषतः पद्धती किंवा कर्मचारी (व्यक्ती) जे संघर्ष सोडवण्यासाठी काम करत आहेत, याबद्दल कोणतेही तपशील प्रदान किंवा प्रसारित केले जाऊ नयेत.

३. मृतांना पुरेसा आदर दिला गेला पाहिजे आणि टेलिव्हिजनवर कोणतेही गौरवपूर्ण दृश्य दाखवले जाऊ नये.

४. हे देखील लक्षात घेतले पाहिजे की पत्रकारांनी पीडित, सुरक्षा दल, तांत्रिक व्यावसायिक किंवा गुन्हेगार यांच्याशी थेट किंवा थेट संपर्क मर्यादित केला पाहिजे.

५. सर्व नेटवर्कने अभिलेखीय फुटेजचे सतत/अनावश्यक प्रसारण थांबवले पाहिजे ज्यामुळे संघर्ष होऊ शकतो. असल्यास, तारीख आणि वेळ देखील उघड करावी.

तुमची प्रगती तपासा

१. नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टँडर्ड असोसिएशनच्या दोन सूचनांवर चर्चा करा.

२. तुमच्यावर प्रभाव पाडणारी आणि सामाजिक समस्या हाताळणारी दोन पुस्तके ओळखा.

१२.१३ सारांश

या प्रकरणात, आपण फील्डवर्क म्हणजे काय आणि संशोधक ते नैसर्गिक वातावरणात कसे चालवतात हे शिकलो. शिवाय, आपण संशोधन करणारे माध्यम व्यावसायिक आणि संशोधन करणारे संशोधक यांच्यातील फरक पाहिला. समाजशास्त्रातील संशोधक म्हणून मानववंशशास्त्र सिद्धांतावर वारंवार जोर दिला जातो. कथा सांगणे, केस स्टडी, कथन पद्धती, जीवन कथा आणि इतर तत्सम पद्धती माध्यम आणि शैक्षणिक संशोधन दोन्हीमध्ये वापरल्या जातात. फिल्डवर्कमध्ये मानसशास्त्र महत्त्वाची भूमिका कशी बजावते हे देखील आपण शोधून काढले. संयम, ऐकण्याचे कौशल्य, तपासणी कौशल्ये आणि सहानुभूतीपूर्ण दृष्टिकोन यासारखे गुण देखील अत्यंत फायदेशीर आहेत. स्वतःचे मत किंवा पक्षपाती चर्चा करण्यापेक्षा, एखाद्याने चौकशी करावी, प्रश्न विचारावे आणि विषयावर चर्चा करावी.

सामाजिक विज्ञान संशोधनाचे वैशिष्ट्य म्हणजे संशोधक जेव्हा संवेदनशील विषयांचा शोध घेतो तेव्हा संशोधकावरही परिणाम होतो. संवेदनशील विषयांचा अभ्यास करताना आणि नैतिकता राखण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या विविध पद्धतींसह आपण अनेक विषयांवर चर्चा केली. महिलांचे फील्डवर्कचे अनुभव काही वेळा पुरुषांपेक्षा कसे वेगळे असतात हे देखील आपण पाहिले. या प्रकरणामध्ये संवेदनशील विषयांवर अहवाल कसा द्यायचा यावर NBSA (नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टँडर्ड्स असोसिएशन मार्गदर्शक तत्त्वे) ची चर्चा देखील समाविष्ट आहे.

१२.१४ प्रश्न

1. संवेदनशील समस्यांवरील लाईव्ह रिपोर्टिंग आणि नॅशनल ब्रॉडकास्टिंग स्टँडर्ड असोसिएशनने दिलेल्या मार्गदर्शक तत्त्वांवर टीप लिहा.
2. फील्डवर्कशी संबंधित व्यावहारिक समस्यांवर चर्चा करा.
3. संवेदनशील विषयांचा अभ्यास करताना लक्षात ठेवायचे मुद्दे सूचीबद्ध करा.
4. फील्डवर्क आणि मीडिया समजावून सांगा.

१२.१५ संदर्भ

- [1] The title of the chapter field visit is used, here field visit and fieldwork means the same and is used interchangeably.
- [1] https://www.dictionary.com/browse/fieldwork
- [1] Nijhawan, L. P., Janodia, M. D., Muddukrishna, B. S., Bhat, K. M., Bairy, K. L., Udupa, N., & Musmade, P. B. (2013). Informed consent: Issues and challenges. Journal of advanced pharmaceutical technology & research, 4(3), 134–140. https://doi.org/10.4103/2231-4040.116779
- [1] Browne, Brendan. (2020). Conflict Fieldwork. 10.1007/978-3-030-11795-5_90-1. https://www.researchgate.net/publication/338541010_Conflict_Fieldwork
- [1] Moss, S. M., Uluğ, Ö. M., & Acar, Y. G. (2019). Doing research in conflict contexts: Practical and ethical challenges for researchers when conducting fieldwork. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology, 25*(1), 86–99. https://doi.org/10.1037/pac0000334
- [1] Whyte, W. F. (2012). Street corner society: The social structure of an Italian slum. University of Chicago press.
- [1] https://kashmirage.net/2021/12/17/book-titled-lal-chowk-released-in-new-delhi/
- https://www.youtube.com/watch?v=PqXFoTgh1oQ
- [1] Sainath, P. (1996). Everybody loves a good drought: stories from India's poorest districts (Vol. 10). Penguin Books India.
- [1] https://www.orfonline.org/expert-speak/2611-and-the-media-where-were-the-protocols-45705/

❖❖❖❖

Turnitin Originality Report

Processed on: 19-Oct-2022 12:42 IST
ID: 1929470524
Word Count: 60256
Submitted: 1

madhyame aani samaj By Amit Jadhav

Similarity Index	Similarity by Source	
3%	Internet Sources:	2%
	Publications:	1%
	Student Papers:	3%

1% match (student papers from 02-Aug-2022)
Class: MA
Assignment: Industry Labour and globalization
Paper ID: 1878025496

< 1% match (student papers from 26-Apr-2013)
Submitted to Middlesex University on 2013-04-26

< 1% match (Internet from 25-Sep-2022)
https://journals.bcit.ca/index.php/ehj/article/download/211/193/226

< 1% match (Internet from 26-Feb-2022)
https://informatika.stei.itb.ac.id/~rinaldi.munir/Kriptografi/2021-2022/Makalah-2021/Makalah-UAS-Kripto-2021%20%2850%29.pdf

< 1% match (Internet from 30-Oct-2021)
https://dokumen.pub/researching-peace-conflict-and-power-in-the-field-methodological-challenges-and-opportunities-1st-ed-9783030441128-9783030441135.html

< 1% match (student papers from 18-Dec-2011)
Submitted to University of Leicester on 2011-12-18

< 1% match (Internet from 20-May-2019)
http://etheses.whiterose.ac.uk/23884/1/e-thesis.pdf

< 1% match (student papers from 24-Jul-2019)
Submitted to University Der Es Salaam on 2019-07-24

< 1% match (student papers from 22-Feb-2022)
Submitted to Polytechnic High School on 2022-02-22

< 1% match (Internet from 06-Sep-2014)
http://archpedi.jamanetwork.com/article.aspx?articleid=204843&resultClick=3

< 1% match (student papers from 22-Apr-2022)
Submitted to INTO University of East Anglia London on 2022-04-22

< 1% match (Internet from 06-Jul-2022)
http://vital.seals.ac.za:8080/vital/access/services/Download/vital:32562/SOURCE1

< 1% match (student papers from 18-Feb-2019)
Submitted to Laureate Education Inc. on 2019-02-18

< 1% match (student papers from 20-Nov-2021)
Submitted to Hofstra University on 2021-11-20

< 1% match (Internet from 01-Jun-2019)
https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1299036/FULLTEXT01.pdf

< 1% match (Internet from 26-Aug-2022)
https://sk.sagepub.com/books/media-effects/i187.xml

< 1% match (student papers from 06-May-2018)
Submitted to American School Foundation of Monterrey on 2018-05-06

< 1% match (student papers from 16-Sep-2019)
Submitted to American University in Cairo on 2019-09-16