एम. ए. (कम्युनिकेशन आणि जर्नलिझम)

सत्र - II (CBCS)

पेपर - I

दूरचित्रवाणी अभ्यासाची ओळख

विषय संकेतांक : ११६०१

© UNIVERSITY OF MUMBAI

Prof. Ravindra Kulkarni
Vice Chancellor
University of Mumbai, Mumbai.

Prin. Dr. Ajay Bhamare
Pro Vice-Chancellor,
University of Mumbai.

Prof. Santosh Rathod
I/c, Director
CDOE, University of Mumbai.

Programe Co-ordinator : **Anil R. Bankar**
Head, Faculty of Humanities,
CDOE, University of Mumbai.

Course Co-ordinator : **Juilee Joshi**
MACJ,
CDOE, University of Mumbai

Course Editor : **Daivata Patil**
Asst. Professor,
Department of Communication and Journalism,
University of Mumbai.

Course Writers : **Vasundhara Kashikar**
TV Anchor and former journalist,
Pune.

June 2024, Print I,

Published by
Director
Centre for Distance and Online Education, University of Mumbai,Vidyanagari,
Mumbai - 400 098.

DTP COMPOSED AND PRINTED BY
Mumbai University Press,
Vidyanagari, Santacruz (E), Mumbai - 400098.

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
१.	दूरचित्रवाणीपरिचय	१
२.	दूरचित्रवाणीचे आगमन	१८
३.	सांस्कृतिक उद्योगांचा पुनर्विचार करणे	४३
४.	समाजावर दूरचित्रवाणीचा होणारा प्रभाव - सामाजिक प्रवाह सिद्धांत	५३
५.	दूरचित्रवाणी वर बातम्या कशा बनतात	७४
६.	दूरचित्रवाणी वृत्त संघ	९७
७.	भारताचा विशेष संदर्भ असलेली दूरचित्रवाणी आणि समाज	१११
८.	दुरचित्रवाणीची भाषा, संहिता आणि अर्थ, कथानक मांडणी (भारताच्या विशेष संदर्भासह वर्णनात्मक कार्ये)	१२५
९.	भारताच्या विशेष संदर्भासह विभाजन, विखंडन आणि प्राधान्यक्रम	१४३
१०.	दूरचित्रवाणीवरील रचना-प्रकार	१५५
११.	दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचा लेखक कोण असतात?	१६९
१२.	वास्तववाद, विचारधारा आणि दूरचित्रवाणी	१७९
१३.	दूरचित्रवाणीचे दर्शक	१९०
१४.	भारतातील दूरचित्रवाणीचा प्रेक्षक	१९८
१५.	दूरचित्रवाणीच्या पलीकडे	२१०

*****

SYLLABUS

Introduction to Television Studies (Core Course)

The course provides the learner into insights into television as a medium. It covers the technology, the content, the production and more importantly looks closely at the way audiences and their relation with television is undergoing change. It looks at the power of television in society and over society.

<u>The course shall comprise of the following units :</u>

<table>
<tr><td>Week 1</td><td>What is Television Studies, why study television?</td><td rowspan="9">Television: Technology and Cultural Form, Raymond Williams, Ederyn Williams, Routledge, 1990

An Introduction to Television Studies, Jonathan Bignell, Routledge, 2013

The Television Studies Reader, Robert Clyde Allen, Annette Hill, Routledge, 2004</td></tr>
<tr><td>Week 2</td><td>Bringing Television Home: Domestic Space and “New” Technologies. Social learning theories</td></tr>
<tr><td>Week 3</td><td>Rethinking the Cultural Industries</td></tr>
<tr><td>Week 4</td><td>Cultural Production in the Network Era, The ‘flow’ theory</td></tr>
<tr><td>Week 5</td><td>What makes news on TV, The Power of Television, , Difference between TV News and Print News Gathering</td></tr>
<tr><td>Week 6</td><td>How television news teams work together – Team, Responsibilities, planning your story for your audience, how do you get the best possible shots & audio for your news story</td></tr>
<tr><td>Week 7</td><td>Television and society with special reference to India</td></tr>
<tr><td>Week 8</td><td>The language of television, connotations and codes, narrative structures, narrative functions with special reference to India</td></tr>
<tr><td>Week 9</td><td>Segmentation, fragmentation and prioritization with special reference to India</td></tr>
</table>

Week 10	**Television genre**	
Week 11	**Who is the author of television content?**	
Week 12	**Realism, ideology and television**	
Week 13	**The television audience**	
Week 14	**The television audience in India**	
Week 15	**Beyond television**	
Total Hours	**60 hours**	

*****

१

दूरचित्रवाणी अभ्यासाचा परिचय

पाठाची रूपरेषा

१.० उद्दिष्टे

१.१ परिचय

१.२ दूरचित्रवाणीचा संदर्भ

  १.२.१ दूरचित्रवाणी, चित्रपट आणि नवीन माध्यमांमधील संदर्भात्मक फरक

१.३ दूरचित्रवाणी अभ्यास काय आहे

१.४ बाजारपेठ आणि दूरचित्रवाणी

१.५ निष्कर्ष

१.६ प्रश्न

१.७ संदर्भ ग्रंथसूची

१.० उद्दिष्टे

या पाठाच्या अध्यायनाने, तुम्हाला आकलन होईल -

१. दूरचित्रवाणी अभ्यासाची संज्ञा आणि दूरचित्रवाणी अभ्यास करणे म्हणजे काय

२. एक औपचारिक शाखा म्हणून दूरचित्रवाणीचा अभ्यास करण्याची गरज

३. दूरचित्रवाणी अभ्यासामध्ये समाविष्ट असलेल्या विविध पद्धती

१.१ परिचय

"दूरचित्रवाणी अभ्यास" हा शब्दच बहुविद्याशाखीय दृष्टीकोनांना सामावून घेणारा आहे, दूरचित्रवाणीत सरकार नियंत्रित आणि प्रसारित रूढीवादी वाहिनी पासून अनेक खाजगी केबल टीव्ही वाहिन्या ते गेल्या दशकातील डिजिटायझेशन आणि सामाजिक माध्यम (सोशल मिडिया) एकत्रीकरण आणि आंतर्जाल (इंटरनेट) आधारित टीव्ही किंवा वेब टीव्ही- जसे की Netflix आणि इतर अपारंपारिक विषय-सामग्री चे एकत्रीकरण असा आमुलाग्र परिवर्तन झाले आहे.

त्यामुळे "दूरचित्रवाणी अभ्यासाची व्याख्या काय ?" याची सुरुवात ऐतिहासिक दृष्टीकोनातून मानवता, तत्त्वज्ञान, मानसशास्त्र, सामाजिक शास्त्रे, साहित्यिक टीका आणि जवळपास इतर सर्व विषयांचा दूरचित्रवाणी आणि त्या विषयाची विषय-सामग्री याचा अर्थ समजण्यासाठी किंवा जाणीव होण्यासाठी समावेश करण्यात आला होता. मात्र आपण जे समजण्यात अयशस्वी झालो ते म्हणजे दूरचित्रवाणी हे केवळ एक दृकश्राव्य माध्यम आहे. त्याचा वापर

प्रसारक, निर्माते, जाहिरातदार दर्शकांच्या उपभोगासाठी वा सरकारी हेतू/ उद्देशांसाठी विषय-सामग्री आणि संदेश प्रसारित/वितरित करण्यासाठी करू शकतात, अर्थातच कोणीही त्याचा वापर उत्पादनासाठी आणि त्यांचा एखादा विषय किंवा संदेश वितरित करण्यासाठी करू शकतो. एखादा आशय प्रसारित करण्यासाठी विशिष्ट तंत्रज्ञानावर आधारित फक्त एक साधन म्हणून मानले पाहिजे . परिणामी इतर डिजिटल माध्यमांतून हे विशेष पैलू झपाट्याने नष्ट होत आहेत.

ऐतिहासिकदृष्ट्या दूरचित्रवाणीच्या अभ्यासाला खूप अर्थ प्राप्त झाला कारण ते एकमेव दृकश्राव्य माध्यम होते जे लोकांवर प्रभाव टाकणारे मनोरंजन, माहिती, बातम्या आणि दृश्ये यांचे घरगुती स्त्रोत म्हणून अस्तित्वात होते आणि त्या बदल्यात हे माध्यम देखील विविध मार्गांनी प्रभावित होत होते परंतु आज आधुनिक जगात कदाचित एकात्मिक परिणाम किंवा प्रभावांसाठी मास मिडियाला एक केंद्राभिमुख घटक म्हणून समजण्यासाठी हे क्षेत्र मोठ्या प्रमाणात मिडिया अभ्यासासह एकत्रित केले जाऊ शकते.

या मताचे शार्लोट ब्रन्सडन सारख्या काही विद्वानांनी समर्थन केले आहे. त्यांच्या मते दूरचित्रवाणी अभ्यास हे “दूरचित्रवाणीच्या शैक्षणिक अभ्यासाला दिलेले महत्त्वाकांक्षी शिस्तबद्ध नाव आहे” .[विकिपीडिया]

"दूरचित्रवाणी अभ्यासाद्वारे माध्यम कसे संवाद साधते हे परिभाषित करण्याचा प्रयत्न केला आहे आणि यामध्ये दूरचित्रवाणी आणि सिनेमा किंवा रेडिओच्या माध्यमांचा संवाद यातील फरक समाविष्ट आहे. परंतु दूरचित्रवाणी संहितेचे वर्णन आणि विश्लेषण करण्यासाठी वापरण्यात येणाऱ्या पद्धती चित्रपट-अभ्यास या सारख्या शाखांशी तर प्रेक्षकांशी संवाद तसेच दूरचित्रवाणी संस्थांवर चर्चा करण्याच्या पद्धती या समाजशास्त्राशी तर दूरचित्रवाणीच्या विकासाचे वर्णन करण्याच्या पद्धती या माध्यमाच्या वेगवेगळ्या इतिहासाशी संबंधित आहेत.” दूरचित्रवाणी अभ्यासावरील जोनाथन बिग्नेल यांची ही महत्वपूर्ण टिप्पणी त्याचे विश्लेषणात्मक उत्पत्ती आणि इतिहास याचे योग्यरित्या प्रतिनिधीत्व करते.

याच विषयी पुढे सांगायचे झाले तर , शार्लोट ब्रन्सडन यांनी याविषयीचा गोषवारा मांडताना स्पष्ट केले आहे: "बऱ्याचदा दुरचित्रवाणीच्या विशिष्टतेचा लेखाजोखा तयार करण्याचा प्रयत्न हे दूरचित्रवाणी अभ्यासाच्या बहुतेक साहित्याचे वैशिष्ट्य असू शकते. या प्रयत्नात एकीकडे, रेडिओ (प्रसारण, जिवंतपणा, जनमानसाला संबोधन) आणि दुसरीकडे, सिनेमा (हलती चित्रे, काल्पनिकता) यांच्याशी तुलना करतात मात्र ते ही विशेष लक्षपूर्वक ... दूरचित्रवाणीवरील मजकूर आणि दूरचित्रवाणी दर्शक यांच्या स्वरूपाबद्दल चर्चा करण्यासाठी."

१.२ दूरचित्रवाणीचा संदर्भ

दूरचित्रवाणी अभ्यासचा संपूर्ण आवाका, दूरचित्रवाणी /नवीन माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम समजून घेण्यासाठी आपल्याला प्रथम जुन्या आणि समकालीन दूरचित्रवाणीचे संदर्भ आणि सर्व आवश्यक घटक आणि त्यांचे संबंध समजून घेणे आवश्यक आहे.

१.२.१ दूरचित्रवाणी, चित्रपट आणि नवीन माध्यमांमधील संदर्भात्मक फरक:

घरात असलेली प्राथमिक उपलब्धता (घरगुती आणि साधेपणा) आणि जिवंतपणा तसेच विविध प्रकारच्या विषय-सामग्री शैलीसाठी समर्थन यामुळे जाहिरातदारांसाठी तसेच बहुतेक घरांत बातम्या समजण्यासाठी आणि फुरसतीचे प्राथमिक माध्यम म्हणून दूरचित्रवाणी हे एक अतिशय आकर्षक माध्यम ठरते.

अगदी अलीकडचे आंतरजाल (नेट) देखील दूरचित्रवाणीला लाभलेले स्थान काढून टाकण्यात यशस्वी झालेले नाही

दूरचित्रवाणी अभ्यासात आणि त्याचा विविध पैलूंवर होणाऱ्या प्रभावामध्ये महत्त्वाच्या ठरलेल्या काही संदर्भात्मक गुणधर्मांची यादी केली आहे

दूरचित्रवाणी अभ्यास आणि त्याचा विविध पैलूंवर होणारा परिणाम.

परिमाण-पैलू	गुणधर्म	दूरचित्रवाणी (पारंपारिक)	चित्रपट	नेट व्हिडिओ (YouTube, Facebook,)
विषय-सामग्री आणि वितरण				
	कथन / मांडणी	कथनात्मक गुंतागुंतीचे गुंफणे (काव्यसंग्रह वगळता) बहुतेकवेळा)	तुलनेने टीव्हीपेक्षा सोपे, केवळ या वस्तुस्थितीमुळे कथन 2/3 तासात संपवावे लागते. (सर्वात कमी)	टीव्हीपेक्षा सोपे परंतु चित्रपटांसाठी अधिक योग्य होऊ शकतात (मध्यम)
	वितरण	नेटवर्कवर हंगामी/एपिसोडिक /केबलद्वारे प्रसारण (विशिष्ट वेळी, दिवस किंवा आठवड्यात)	एकदाच प्रदर्शित	वेबीसोड्स
	कालावधी	कालावधी अर्धा तास किंवा एक तास, ठराविक कार्यात्मक, बातम्या आणि दृश्यांसाठी कार्यक्रम	लघुपट 40 मिनिटे तर माहितीपट सुमारे 2 तासांचे असतात(जास्तीत जास्त)	सामान्यत: 5-15 मिनिटांचे व्हिडिओ असू शकतात(सर्वात लहान).
	विषय-सामग्री	सर्व आणि	दुरचित्रवाणीच्या	चित्रपटांपेक्षा

	प्रकार	कुठलाही (सर्वात जास्त)	तुलनेत मर्यादित	काहीसे चांगले आहे परंतु दुरचित्रवाणीच्या तुलनेत मर्यादित
	पात्र संयोजन	गुंतागुंतीचे	तुलनेने कमी क्लिष्ट कारण समय मर्यादा 2 तास असल्याने पात्र -विस्तारास मर्यादा	चित्रपटांपेक्षा चांगले असू शकते परंतु दूरचित्रवाणीपेक्षा कमी (मध्यम)
	पात्रांचे वास्तव्य	वास्तविक जीवनाला समांतर(बऱ्याचदा)	संमिश्र, विशेष आणि लक्षणीय कथा असणे आवश्यक आहे; कथानकआणि पात्रांची जाहिरात केली जाते.	टीव्हीपेक्षा कमी पण चित्रपटांपेक्षा चांगले
	सामाजिक सदस्यांद्वारे चारित्र्य ओळख	नियमितपणे घडणे शक्य	कधीतरी	कमी शक्यता
समाज				
	प्रभाव	उच्चतम	मध्यम उच्च-	निम्नतम - मध्यम
सरकार				
	नियंत्रण धोरण	सर्वोच्च	जवळजवळ कोणतेही नियंत्रण नाही वा सामाजिक वेबसाइट्सद्वारे प्रदान केलेले अगदी नाममात्र नियंत्रण	
	प्रसार	संभव ,सरकार समर्थित दूरचित्रवाणी वर सर्वात जास्त	संभव परंतु व्यक्तिवादी	व्यक्तीवादी परंतु धोरण म्हणून नाही.

१.३ दूरचित्रवाणी अभ्यास म्हणजे काय?

यामध्ये आपण दूरचित्रवाणी अभ्यासाची संकीर्ण तसेच आधुनिक व्यापक व्याप्ती आणि त्यात काय समाविष्ट असावे याविषयी लोकप्रिय सिद्धांतकारांची मते पाहू या.

दूरचित्रवाणी अभ्यास काय आहे?

विकिपीडियानुसार सोप्या भाषेत सांगायचे तर "दूरचित्रवाणी अभ्यास ही एक दूरचित्रवाणीच्या चिकित्सक दृष्टिकोनांशी संबंधित शैक्षणिक शाखा आहे. "

मात्र शैक्षणिक शाखा काय आहे तसेच वापरता येण्याजोग्या विविध चिकित्सक पध्दती काय आहेत हा खूपच सरधोपट दृष्टिकोन झाला. यात वर्षानुवर्षे अनेक सुधारणा होत आल्या **आहेत.**

शैक्षणिक शाखा :

अनेक शाखांची मिळून झालेली एक शाखा! दूरचित्रवाणी अभ्यास हे एक वेगळे शास्त्र नाही तर मानसशास्त्र, समाजशास्त्र-सामाजिक विज्ञान, गुन्हेगारी, शाब्दिक विश्लेषण, साहित्य, मानववंशशास्त्र, मानसोपचार, तत्वज्ञान, भाषाशास्त्र, वित्त, व्यवस्थापन, तंत्रज्ञान, अभियांत्रिकी, सांख्यिकी, विज्ञान – भौतिकशास्त्र, इलेक्ट्रॉनिक किंवा संगणक विज्ञान, शैक्षणिक आणि अर्थशास्त्र यासारख्या विविध शैक्षणिक शाखांचे एकत्रीकरण इथे होते. बहुतेक स्थानिक, राष्ट्रीय किंवा जागतिक संदर्भातील अभ्यासांमध्ये, आणि तेसुद्धा एक विशिष्ट कालखंडाच्या किंवा विस्तृत श्रेणी पलीकडे वरीलपैकी एक किंवा अनेक क्षेत्रांचा समावेश असू शकतो.

उदा. दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांचा सामाजिक वर्तणूकीवर होणाऱ्या समग्र प्रभावाचे संपूर्ण चित्र उभे करायचे झाले तर त्यासाठी मानसशास्त्र, समाजशास्त्र, संस्कृती , कार्यक्रमाचे प्रारूप , त्याची शैली आणि तत्वज्ञान यांची देखील गरज लागते.

दूरचित्रवाणी अभ्यास म्हणजे दूरचित्रवाणीचा अभ्यास नव्हे. , कारण दूरचित्रवाणी अभ्यास म्हणजे केंद्रवर्ती विचारधारणेतून एखाद्या विषयाचे विश्लेषण करण्याच्या पद्धतींवर लक्ष केंद्रित करणे आणि दूरचित्रवाणीचा अभ्यास मुख्यतः विषय -सामग्री आणि प्रभावावर लक्ष केंद्रित करणे होय; दूरचित्रवाणी अभ्यासात दूरचित्रवाणीचा अभ्यास (होरेस न्यूकॉम्ब) अंतर्भूत होऊ शकते.

तसेच दूरचित्रवाणी अभ्यास विविध महत्वाच्या दृष्टीकोनांचा वापर करू शकतात जसे की दूरचित्रवाणी आणि समाज, दूरचित्रवाणी आणि स्त्रीवाद किंवा स्त्री-विषयक अभ्यास, दूरचित्रवाणी आणि मुलांविषयीचा अभ्यास, दूरचित्रवाणी आणि हिंसा, दूरचित्रवाणी आणि अर्थव्यवस्था, दूरचित्रवाणी आणि संस्कृती, दूरचित्रवाणी आणि चित्रपट आणि माध्यम सिद्धांत, दूरचित्रवाणी आणि विषय-सामग्री आणि साहित्य, दूरचित्रवाणी आणि शैली, दूरचित्रवाणी आणि सांस्कृतिक अभ्यास, दूरचित्रवाणी आणि जागतिकीकरण-स्थानिकीकरण, दूरचित्रवाणी आणि व्यवसाय, दूरचित्रवाणी आणि विपणन, दूरचित्रवाणी आणि तंत्रज्ञान अभ्यास. मास मीडिया म्हणून दूरचित्रवाणीच्या व्यापक प्रभावामुळे अभ्यासाचे क्षेत्र विज्ञान, वाणिज्य किंवा कला किंवा अभियांत्रिकी आणि व्यवस्थापनाच्या बहुतांशी शाखांसाठी खुले आहे.

कालांतराने, दूरचित्रवाणी अभ्यासाला जुन्या चित्रपटांचा अभ्यास तसेच मोठ्या प्रमाणात आधुनिक माध्यम अभ्यास (डिजिटल किंवा इतर) यांचा समृद्ध वारसा लाभला आहे.

कालानुरूप परिवर्तन त गेलेल्या दूरचित्रवाणीच्या स्वरूपाचा अभ्यास करून या क्षेत्राची विस्तृतता अधिक चांगल्याप्रकारे समजून घेता येते. तंत्रज्ञान, प्रक्रिया आणि दूरचित्रवाणी व्यवसायातील सततच्या परिवर्तन त्या प्रवाहामुळे अभ्यासाचे असे क्षेत्र तयार झाले आहे ज्यात सतत अद्ययावत राहणे आवश्यक आहे. कारण आपण माध्यमाच्या उत्क्रांतीतून जात आहोत; इंटरनेटवर आधारित नेटफ्लिक्स किंवा आयपीटीव्ही किंवा अगदी यूट्यूब सारखी नवीन मॉडेल्स आणि त्यावरील वितरित विषय-सामग्री पारंपारिक दूरचित्रवाणीवर आघात तर करत आहेतच त्याच बरोबर टिकून राहण्यासाठी परिवर्तन ण्यास / जुळवून घेण्यास भाग पाडत आहेत.

जोनाथन बिगेलच्या मते, अभ्यासात इतिहास, सौंदर्यशास्त्र, शैली, निर्मिती आणि प्रसारण (रिसेप्शन) यांचा समावेश असावा.

जोनाथन ग्रे आणि अमांडा डी. लोट्झ यांच्या मते, अभ्यास हा कार्यक्रम, दर्शक , उद्योग आणि संदर्भ यासारख्या पैलूंच्या विविध दृष्टीकोन आणि समय-परिमाण या संदर्भात असू शकतो; ते पुढे या व्याप्तीला संबोधित करताना म्हणतात “माध्यम वेगवेगळ्या लोकांसाठी खूप काही आहे आणि त्यातून जाणारे संदेश अनंत आहेत. जसे की, जेव्हा विद्वान, कार्यकर्ते, पालक, धोरणकर्ते आणि दर्शक ठिकठिकाणी दूरचित्रवाणीविषयी वैविध्यपूर्ण चर्चा करू लागले. ” जे त्याच्या बहुविध ज्ञान शाखांशी संबंधित असण्याचे संकेत देतात.

काही प्रस्थापित संशोधकांमधे शार्लोट ब्रन्सडन, जॉन फिस्के, क्रिस्टीन गेराघी, ब्रूस ग्रोनबेक, जॉन हार्टले, हेन्री जेनकिन्स, डेव्हिड मॉर्ले, होरेस न्यूकॉम्ब, पॅडी स्कॅनेल, एलेन सीटर आणि लिन स्पिगेल [जोनाथन ग्रे आणि अमांडा डी २०१९] यांचा समावेश आहे.

दूरचित्रवाणी अभ्यासामधे खाली सूचीबद्ध केलेल्या बाबींसह बरेच काही समाविष्ट केले जाऊ शकते.

१. अभ्यास

२. तंत्रज्ञानाच्या उत्क्रांतीचे तांत्रिक प्रायोजन अनुसूची (प्रोग्रामिंग शेड्यूल) आणि त्याच्या उत्पत्तीपासून आजपर्यंतची विषय-सामग्री, त्यात परिवर्तनाची गती आणि शैली देखील समाविष्ट असू शकते.

३. हा अभ्यास बदलादरम्यान प्रायोजन (प्रोग्रामिंग) विषय-सामग्री वर पडणाऱ्या सामाजिक आर्थिक आणि राजकीय प्रभावांचा किंवा त्याचप्रमाणे उलट यांचा समावेश करेल.

४. प्रायोजनातील (प्रोग्रामिंग) परिवर्तनाचा नवा प्रवाह आणि पद्धत किंवा स्थानिक, प्रादेशिक आणि जागतिक संदर्भात तसेच शहरी, ग्रामीण किंवा निम-शहरी भागातील लक्ष्यीत दर्शक यांचा देखील अभ्यासात समावेश होऊ शकतो.

५. दूरचित्रवाणी अभ्यासांमध्ये जागतिकीकरण किंवा आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील इतर महत्वाच्या बाबी यासारख्या इतर प्रभावशाली घटकांचा देखील समावेश असेल.

६. इतर नवीन माध्यम मार्ग किंवा तंत्रज्ञान जसे की सामाजिक माध्यम (सोशल मिडिया), आयपी टीव्ही इत्यादींचा प्रसार व त्याचा होणारा परिणाम यांचा दूरचित्रवाणी अभ्यासात विचार व्हावा.

७. दूरचित्रवाणी अभ्यासात लक्ष केंद्रित केले जाईल-

८. निर्मिती आणि परिवर्तन यांच्या शैली आणि स्वरुपांमधील परिवर्तन.

९. निर्मिती तंत्रात परिवर्तन

१०. अंदाज-पत्रकानुसार परिवर्तन

११. कार्यक्रम आणि शैलींची लोकप्रियता

१२. रचनात्मक आणि प्रतिबंधात्मक सरकारी धोरणे आणि त्याचा प्रभाव

१३. साचेबद्ध पात्रं आणि कथानकावर सांस्कृतिक आणि सामाजिक प्रभाव

१४. ट्रान्समीडिया आणि नवीन प्रयोगांचा प्रभाव

१५. समाजशास्त्रीय, मानसशास्त्रीय पद्धत,वापर आणि परिवर्तन

१६. जाहिराती आणि आर्थिक, प्रायोजकतेच्या मॉडेलमधील परिवर्तन आणि वाढ

१७. व्यवसाय पद्धती आणि परिवर्तन

१८. ग्राहकांची प्राधान्ये आणि परिवर्तन

१९. उपस्थित केलेल्या बहुतेक मुद्द्यांमागील ‘का आणि काय’ हे समजून घेणे

२०. महसूल निर्मिती आणि सांघिक तसेच ऑनलाइन मार्ग

२१. नवीन नेटफ्लिक्स ओटीटी मॉडेल आणि त्याचा टीव्ही उद्योगाच्या वाढीवर आणि निर्देशावर होणारा परिणाम

२२. मल्टी मिडियम उद्दिष्ट विषय-सामग्री आणि महसूल

२३. फंडिंग मॉडेल, क्राउड फंडिंग...

२४. प्रबळ कल, कारणे आणि परिवर्तन समजून घेणे

२५. मास मीडियाचे संमीलन आणि दूरचित्रवाणीवर होणारा परिणाम, उद्योग आणि पुराणमतवादी विचारधारेत होणारी घट, परस्परसंवादी वैयक्तिक लहान फुटप्रिंट विषय-सामग्री चा जन्म.

२६. समाज आणि/किंवा दूरचित्रवाणीवर पडणारा वैचारिक प्रभाव आणि ते इतरांच्या बाबतीत ते रुजणे.

सराव प्रश्न:

१. दूरचित्रवाणी अभ्यासाची गरज स्पष्ट करा

२. OTT म्हणजे काय?

३. दूरचित्रवाणीच्या प्रभावाखाली येणारी विविध क्षेत्रे यावर चर्चा करा.

१.४ बाजारपेठ आणि दूरचित्रवाणी

दूरचित्रवाणी स्टुडिओशी संबंधीत अभिनेते किंवा इतर घटकांचे संबंध आकृती २ **(missing chart) मधे दर्शवले आहेत, या आढावा आकृती मधे अभिनेत्यांमधील परस्पर संवाद, विश्लेषण परिमाण किंवा दूरचित्रवाणी अभ्यास ही या सरलीकृत आकृतीची निष्पत्ती आहे. जाहिरातदार हे वाहिनी किंवा त्याच्या कार्यक्रमांच्या लोकप्रियतेवर दरांबद्दल वाटाघाटी करतात किंवा ते सर्वात लोकप्रिय कार्यक्रमांमधे,ठराविक वेळेलाच (स्लॉट) त्यांच्या जाहिराती दाखवू इच्छितात; अशा इतर सर्व घटकांमधील मूलभूत देवाणघेवाण इथे दर्शविते. निर्माते आणि प्रसारकांना दर्जेदार विषय-विषय-सामग्री किंवा सर्वाधिक विकली जाणारी कलाकृती आणि मुख्य प्रवाहात स्थान देऊन त्यांची कमाई आणि फायदा वाढवायची इच्छा असते. ग्राहकांना किंवा प्रेक्षकांना त्यांच्या पैशांचा जास्तीत जास्त मोबदला मग एकतर ते सदस्यत्व किंवा परवान्याचा खर्च म्हणून आणि दुसरे त्यांच्याकडे असलेल्या मोकळ्या वेळेतील करमणूकीसाठी! रेटिंग एजन्सी, समीक्षक आणि विश्लेषक एकत्रित केलेली किंवा अनुमानित आकडेवारी यावर त्यांची मते किंवा परिणाम वा निष्कर्ष प्रकाशित करतात. अर्थात त्यांच्या निष्कर्षाप्रत पोहोचण्यासाठी ते दूरचित्रवाणी अभ्यासाच्या अनेक पद्धती वापरतील.

आकृती 3, सर्वसामान्य जनतेवर दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम आणि चित्रपट कसा प्रभाव पाडतात हे दर्शवते, याचा परिणाम समाजाच्या मूल्य प्रणालीत कायमस्वरूपी शाश्वत बदल होतो. इथे दाखवल्याप्रमाणे जनमानसात होणारा बदल हा एकात्मतावर्धक व हितकारक असावा तसा तो हिंसात्मक, अनैतिक, तिरस्कारयुक्त वा इतर अनिच्छीत बदलांचा नक्कीच नसावा हीच नियामक मंडळ आणि सरकारच्या समोरील चिंतेची बाब आहे.

आकृती SEQ आकृती * अरबी २ बाजारपेठ आणि दूरचित्रवाणी

आकृती ३ : दूरचित्रवाणी अभ्यासाचे बदलणारे

Society--- समाज---

Tv programs and their behavioural attributes of stories, characters

Behavioural influence--- दूरचित्रवाणी कार्यक्रम आणि कथा, पात्रांची त्यांची वर्तणूक वैशिष्ट्ये

Programming, re programming of the masses/individuals -जनतेचे/व्यक्तीचे प्रोग्रामिंग, री-प्रोग्रामिंग

Changes to Society to new level of value system and changes to behaviour- Acceptance or dissonance or harmony or disharmony or ideology-belief--समाजात मूल्यप्रणालीच्या नवीन स्तरावर बदल आणि वर्तनात बदल- स्वीकृती किंवा विसंगती किंवा सुसंवाद किंवा विसंगती किंवा विचारधारा-विश्वास

Influence on citizens – socio, political, economic, and industrial groups- नागरिकांवर प्रभाव - सामाजिक, राजकीय, आर्थिक आणि औद्योगिक गट

आकृती ४ ही दूरचित्रवाणीच्या विषय-विषय-सामग्री चा कोणत्या प्रकारचा प्रभाव असू शकतो याचे सूचक आहे, यामुळे खालील बाबतीत बदल संभवतात-

- सामाजिक-राजकीय स्थिती
- वागणुकीत किंवा जीवनशैलीमध्ये नवीन मानके किंवा निकष तयार होऊ शकतात
- हे संस्कृतींचा संकर तयार करू शकते किंवा या कल्पनांच्या मांडणीवर आधारित संस्कृती तयार होऊ शकते.
- यामुळे अधिक संतुलित सामाजिक जीवन देखील निर्माण होऊ शकते
- ह्यामुळे आधारभूत माहिती (नॉलेज बेस) वाढू शकते आणि विद्यार्थ्यांसाठी तसेच इतर सामाजिक घटकांमध्ये शिकण्याचे साधन म्हणून उपयोगी ठरू शकते

आकृती ४ दूरचित्रवाणी आणि त्याच्या विषय- सामग्री चा सामाजिक,नैतिक, राजकीय आणि आर्थिक प्रभाव:

Socio-political changes society / Government -सामाजिक-राजकीय बदल समाज/शासन

Establishment of norms and standards निकष आणि मानकांची स्थापना

Creation – morphing of cultures निर्मिती - संस्कृतींचे रूपांतर

Behavioural changes – individual/masses वर्तणुकीतील बदल - वैयक्तिक/गट

Facilitation of appropriate financial levers and gains distribution across the supply and demand chain and industrial growth

पुरवठा आणि मागणी साखळी आणि औद्योगिक वाढीमध्ये योग्य आर्थिक लीव्हर आणि लाभ वितरणाची सुविधा

Education information accuracy and social life betterment and balance of moral code

शैक्षणिक माहितीची अचूकता आणि सामाजिक जीवन सुधारणे आणि नैतिक संहितेचे संतुलन

Balance and enrichment in policies to further the cause

हेतु पुढे नेण्यासाठी धोरणांमध्ये संतुलन आणि समृद्धी

Understand and make sense of patterns across the actors involved

गुंतलेल्या कलाकारांमधील नमुने समजून घ्या आणि समजून घ्या

१. दुरचित्रवाणीचे प्रत्येक क्षेत्र आणि त्या संबंधित सर्व शाखा आणि अभिनेते यांचा - दूरचित्रवाणी निर्मिती, वितरण, महसूल निर्मिती, नियमन आणि उपभोग यामधे तसेच दूरचित्रवाणीच्या विश्लेषण,त्याचे परिणाम, प्रभाव आणि इतर बाबी जसे की परिणामाची फलनिष्पत्ती वा अपेक्षित निष्पत्तीसाठी चालवलेले अभियान - यामधे मोठा वाटा आहे.

२. जाहिरातदारांना हे जाणून घेण्यात रस असतो की लोकप्रिय कार्यक्रम कोणते आहेत आणि त्यांना त्यांच्या गुंतवणुकीवर मूर्त किंवा अमूर्त स्वरूपात किती आणि काय परतावा मिळत आहे.

३. दूरचित्रवाणीचे अधिकारी हे जाणून घेऊ इच्छितात की कोण चांगली विषय-सामग्री तयार करेल, ते बघण्याच्या पद्धती काय आहेत आणि दर्शक वर्ग वाढवण्यासाठी योग्य नियोजित वेळ (schedule) कोणती असेल.

४. तसेच ते सदस्यांकडून आणि जाहिरातींवर किती दराने शुल्क आकारू शकतील.

५. समाजशास्त्रज्ञ आणि सामाजिक विज्ञान तसेच मानसशास्त्रज्ञ, संस्कृती शास्त्रज्ञांना हे जाणून घ्यायचे आहे की दूरचित्रवाणीचा वर्तणुकीवरील प्रभाव आणि समाजाच्या सामाजिक आणि नैतिक रचनेतील परिवर्तन किंवा सादर कार्यक्रमाचे प्रकार जे निर्मित आणि वितरित केले जातात.

६. राजकीय पक्ष तसेच राजकीय विश्लेषक यांचे विषय-विषय-सामग्री चा गाजावाजा व विपर्यास करता येईल का आणि कसे याकडे लक्ष असते.

७. स्त्रीवादी कार्यकर्ते विषय-सामग्रीतील स्त्री चित्रण (कोणत्याही स्टिरियोटाइप) आणि निर्मिती क्षेत्रात वा निर्मिती संस्थात स्त्रीची भूमिका जाणून घेऊ इच्छितात.

८. लहान मुले व किशोरवयीन मुलांचे कार्यक्रम विश्लेषण विषय-सामग्री त्यांच्या वयानुरूप आहे का आणि हा कार्यक्रम लहान मुले, किशोरवयीन मुलांवर त्यांच्या

सवयी, संस्कृती किंवा वर्तन, हिंसाचारासाठी उत्तेजन किंवा कमी नैतिक-सामाजिक आचारसंहितेबाबत कसे परिणाम करतात या विषयी सजग असते.

९. कोणता कार्यक्रम लोकप्रिय आहे, विषय-सामग्री च्या बाबतीत कोण लोकप्रिय आहे हे दर्शकांना जाणून घ्यायचे असते.

१०. साहित्यिक विश्लेषक आणि सिद्धांतकारांना विविध शैली/ स्वरूप आणि कार्यक्रम सर्व स्तरांवर स्वीकारले जात आहेत हे जाणून घ्यायचे आहे.# incomplete sentence

११. विपणन करणाऱ्यांना (मार्केटिंग) हे जाणून घ्यायचे आहे की काय लोकप्रिय आहे आणि उत्पादक ब्रँड आणि उत्पादने त्या कार्यक्रमात कशी लावावीत, त्या साठी किती पैसे द्यावे, परिणामकता वाढवण्यासाठी कुठे- स्थानिक किंवा प्रादेशिक किंवा जागतिक स्तरावर- पैसे द्यावे;

१२. दूरचित्रवाणी निर्मात्यांना हे जाणून घ्यायचे असते की कोणत्या सामाजिक घटना महत्त्वाच्या आहेत, सामाजिकतेवर त्याचा पडलेला प्रभाव कितपत आहे आणि त्याचे भांडवल करून त्यांच्या विषय-सामग्री मध्ये ते कसे समाविष्ट करू शकतात, त्यांना जागतिक वितरणाची व्याप्ती देखील जाणून घ्यायची आहे, त्याचे कसे मार्केटिंग करू शकतील याचा विचार करायचा आहे. त्यांची विषय-सामग्री जागतिक संदर्भात - स्थानिक दूरचित्रवाणी केंद्रांना विषय-सामग्रीची विक्री (syndication) वा ग्राहकाविषयीची माहिती वापरुन लक्ष्यीत विषय-वस्तु तयार करणे (personalization) किंवा लक्ष्यीत स्थानिक समूहाची भाषा वापरुन विषयाचे सादरीकरण(localizations)- कसे वितरित करावे. त्यांना शैली, संक्षिप्त कथानक, कथा बीज आणि कार्यक्रमांची लोकप्रियता जाणून घ्यायची आहे जेणेकरून ते त्यांच्या विषय-सामग्री मध्ये समाविष्ट करू शकतील किंवा अशा विषय-सामग्रीशी साधर्म्य असणारे कार्यक्रम सुरू करू शकतील.

१३. मानसशास्त्रज्ञांना सिगमंड फ्रॉईडच्या सिद्धांतानुसार समाजात आणि नागरिकांमध्ये जागृत तसेच सुप्त मूल्य रुजवायची आहेत.

१४. दूरचित्रवाणी समूहाला तांत्रिक नावीन्य आणि विषय-सामग्रीच्या सौंदर्यात्मक सादरीकरणामध्ये स्वारस्य असते. लोकप्रिय शॉट्स, कार्यक्रम आणि त्यांचे छायांकन (सिनेमॅटोग्राफी) किंवा त्यांच्या विषय-सामग्री मध्ये समाविष्ट करण्यासाठी ध्वनी उपाययोजना : काय चर्चेत आहे आणि काय नाही हे हे बघून कुठे गुंतवणूक करायची ते ठरवतात. (जाहिरातदार आणि प्रायोजक आणि विपणक यांच्या ही बाबतीत असेच असते.)

१५. अर्थशास्त्रज्ञ या उद्योगांसाठी विषय-सामग्री प्रकार-खर्च-परतावा-लाभ, जागतिक किंवा स्थानिक सनसनाटीशी संबंध, सकल देशांतर्गत उत्पादन (जीडीपी), वर्गीय वितरण, निर्मिती संस्थांचा निर्मिती खर्च किंवा स्थानिक किंवा जागतिक अर्थव्यवस्थांमधील सूक्ष्म आणि स्थूल (मायक्रो आणि मॅक्रो) अर्थचक्रांवर अवलंबून असलेली प्रेक्षकांची उपभोग प्राधान्ये जाणून घ्यायची इच्छा असते तसेच विषय-

सामग्री वर आर्थिक वर्गांचा प्रभाव आणि आर्थिक वर्गांवर विषयाचा प्रभाव असे दोन्हीही.

१६. सामाजिक शास्त्राला समाजातील विविध गट (वर्ग , वांशिक......) आणि त्याच्याविषयीचे दुरचित्रवाणीवरील चित्रण तसेच कार्यक्रम बघण्याचे स्वरूप याविषयी माहिती हवी असते.

१७. तंत्रज्ञांना वितरण आणि कार्यक्षमता तसेच त्यांचे एकत्रीकरण याविषयी जाणून घ्यायचे आहे.

१८. गुन्हेशास्त्र विशेषकांना (क्रिमिनोलॉजिस्ट) गुन्हे-विषयक कथा-सामग्री आणि गुन्ह्यांचा दर यांच्यातील संबंध शोधायचा असतो.

१९. समाजातील प्रत्येक सदस्याचा आणि शैक्षणिक शाखेचा दूरचित्रवाणी आणि त्याची एकल प्रभावकारी शक्तीमधे वाटा असतो.

असे नमुने आणि माहिती जाणून घेतल्याने त्यांना त्यांचे कार्य अधिक चांगल्या प्रकारे करण्यास आणि दूरचित्रवाणी आणि त्यातील विषय-सामग्री चा अर्थ समजण्यास मदत होईल.

दर्शक:

दूरचित्रवाणी का अस्तित्वात आहे?

या प्रश्नाचे उत्तर म्हणजे माध्यम आणि दर्शक यांच्यातील प्रभाव आणि परिणाम याविषयी दूरचित्रवाणी अभ्यास विश्लेषणाचे प्राथमिक परिमाण होय. ते दर्शकच असतात ज्यांच्यासाठी दूरचित्रवाणी कार्यक्रम आणि वाहिन्या त्यांची रचना आणि विषय-सामग्री आखतात जेणेकरून जास्तीतजास्त दर्शक इकडे वळतील त्यामुळे नफावृद्धी होईल. कार्यक्रम बघण्याविषयीची सर्व माहिती -काय,कधी, कुठे, केव्हा आणि त्याविषयीचा कल समजून घेणे हे स्वतः दर्शकांसह प्रत्येक कलाकारासाठी महत्त्वाचे आहे.

आणखी एक मनोरंजक पण अतिशय मूलभूत प्रश्न उद्भवतो तो म्हणजे "दर्शक म्हणजे कोण आणि दर्शक म्हणजे काय?"

जॉन फिस्क यांनी त्यांच्या "टेलिव्हिजन कल्चर" (२०००) या पुस्तकातील प्रेक्षकांची व्याख्या खालीलप्रमाणे आहे: "प्रेक्षक हा एक अनोखा इतिहास असलेला सामाजिक विषय आहे, जो वर्ग, लिंग, वय, धर्म यांसारख्या घटकांनी आकारलेल्या विशिष्ट सामाजिक संदर्भामध्ये राहतो., हा सामाजिक विषय एका जटिल सांस्कृतिक इतिहासाने देखील तयार केला आहे जो सामाजिक आणि मजकूर या दोन्ही प्रभावांचे उत्पादन आहे."

दूरचित्रवाणीच्या संदर्भात, आपण दर्शक परिभाषित करताना - एक व्यक्ती, अस्तित्व, कार्य आणि भूमिका- म्हणून करू शकतो. म्हणजे तो काय पाहतो आणि ऐकतो याची जाणीव आहे असा जो तो दर्शक. आणि तो त्याच्या आवडी-निवडीनुसार आणि समजूतीनुसार दृक-श्राव्य मजकूर आत्मसात करतो आणि तसा प्रतिसाद देतो.

नवीन माध्यमांच्या रूपात दूरचित्रवाणीसमोर अधिक स्पर्धा निर्माण होते - सोशल मिडिया; यामुळे दोन गोष्टी घडतात, पहिली म्हणजे एकत्रीकरण आणि दुसरी म्हणजे संवादात्मकता, संवादात्मकतेचे काही गुणधर्म नवीन स्वरूपाद्वारे दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांना वारशाने मिळतात. याचा एकंदरीत परिणाम म्हणजे डिश किंवा केबल वा ब्रॉडकास्ट यांसारख्या विविध माध्यमांमुळे आणि प्रसारण सेवांमुळे प्रेक्षकांची विभागणी होत असली तरी, त्यामुळे एकत्रित माध्यमांना लक्ष्य करण्याची संधी देखील प्रदान केली जाते .

लक्ष वेधून घेण्यासाठी आणि जास्तीत जास्त दर्शक/ प्रेक्षक जोडण्यासाठी विषय-सामग्री प्रदाते निर्माण संस्था नवीन विषय-सामग्री तयार करतात जी अधिक प्रासंगिक आहे किंवा सध्या चालू असलेला विषय प्रेक्षकांच्या इच्छेनुसार बदलतात.

BARC द्वारे प्रसिद्ध माहितीनुसार TRP रेटिंग म्हणजे जितकी घरे दूरचित्रवाणी माध्यमाचे कार्यक्रम बघतात त्यावरुन काढले जाते. त्यावरून प्रसारक, जाहिरातदार आणि प्रायोजक हे जाहिरात दर किंवा नवीन कार्यक्रम वा विषय-सामग्री संबंधित निर्णय घेतात किंवा सध्या चालू असलेल्या विषयात करत असलेल्या बदलांशी संबंधित निर्णय घेण्याचे ठरवतात. अर्थात दर्शकांची संख्या वाढवणे हाच उद्देश असतो.

दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांमधून दर्शक काय अर्थ काढतो आणि काय बोध घेतो याच्याच बरोबरीने दैनंदिन जीवनात दूरचित्रवाणीचे महत्त्व, विशेषत: जेव्हा इंटरनेट माध्यम आणि चित्रपटांची स्पर्धा असताना, याविषयी दूरचित्रवाणी अभ्यासात जाणून घेतले जाते. कसे ओळखतात, विशेषत: जेव्हा ते चित्रपट आणि इंटरनेट नवीन माध्यमांच्या स्पर्धेला सामोरे जातात. दूरचित्रवाणीचे दर्शक त्यांचे अनुभव, त्यांची पार्श्वभूमी, त्यांचे स्वारस्य आणि त्यासाठी येणारा खर्च यानुसार ते माध्यमला प्रतिसाद देतात.

दर्शक मोजमाप हे सांख्यिकीय आहे, ते दर्शकांच्या नमुन्यांवर आधारित आहे आणि दर्शकांना काय आनंददायी वाटते याचे सामान्यीकरण केले जाते.

प्रसारक त्यांच्या रेटिंगसाठी कार्यक्रमांची दर्शक संख्या वाढवण्याचा प्रयत्न करतात आणि इतर चॅनेलवरील निर्मित कार्यक्रमांच्या तुलनेत त्यांचे स्वतःचे कार्यक्रम पाहण्यासाठी दर्शक सहभाग वाढवण्याचा प्रयत्न करतात.

प्रेक्षकांचे वर्गीकरण:

त्यांच्या लोकसंख्या, निवासस्थान, वय, लिंग, ... ,तसेच शहरी किंवा ग्रामीण किंवा निमशहरी, अथवा प्रौढ आणि मुले म्हणून किंवा उत्पन्न, सवयी आणि जीवनशैली किंवा आवड या नुसार केले जाऊ शकते; निर्माते प्रेक्षकांना त्यांच्या कार्यक्रम पाहण्याच्या सवयी समजून घेण्यासाठी लक्ष्य करतात. जेणेकरून त्याबरहुकूम ते तसेच किंवा थोडे वेगळे कार्यक्रम देऊ शकतील. असे करत असताना त्यांना सामाजिक नियम आणि सामंजस्य, स्त्रीचे चित्रण करताना मूल्यांबाबत किंवा किशोरवयीन किंवा मुलाच्या मनाला अस्वस्थ कार्य शकणाऱ्या चित्रणापासून संरक्षण मिळावे यासाठी संवेदनशील असणे आवश्यक आहे.

साधारणपणे निर्माते आणि मोठे नेटवर्क त्यांचे मूळ दर्शक ओळखण्यासाठी रेटिंगनुसार नियोजित दर्शक लक्ष्यानुसार विषय-सामग्री विश्लेषण करतात. विशिष्ट चॅनेल प्रेक्षकांच्या

विशिष्ट जीवनशैली वा सवयींना लक्ष्य करतात, त्यांना हे माहित असणे आवश्यक आहे की ही एक बाजारपेठ आहे जिथे जो तो त्याच्या खर्चाची वसुली करून लक्षणीय कमाई करत असतो. कञ्झ्यूमर डिसीजन ट्री हे एक उपयुक्त तंत्र आहे जे नेटवर्क वा निर्मात्याद्वारे त्यांच्या निर्मितीत वापरले जाते आणि विषय-सामग्री आणि बाजारपेठेचा आकार नियोजित करते, ते इतर वस्तूंच्या विपणनासारखेच (मार्केटिंग) कार्य करते परंतु दूरचित्रवाणी प्रोग्राम हा विक्रेय वस्तूंपेक्षा भिन्न असल्याने त्यात अधिक क्लिष्टता येते. (जरी दूरचित्रवाणी माध्यमांचे उद्दिष्ट म्हणजे अंदाज करण्यायोग्य प्रेक्षकांचे विवरण तयार करणे). एकदा तरी दूरचित्रवाणीच्या निर्मितीमध्ये अगदी मनापासून नवप्रयोग व्हायला हवा कारण प्रत्येक कार्यक्रमाचा जवळजवळ प्रत्येक भाग हा जुन्याची काहीही नक्कल न करता एक नवीन विषय असावा आणि अर्थात प्रेक्षकांची मने जिंकण्यासाठी व त्यांना गुंतवून ठेवण्यासाठी त्यात सातत्य आणि सतत नावीन्य आवश्यक आहेच , तर एक पारंपारिक निर्मिती ही नक्कल आहे जे विकले जाते त्याची! नवीन निर्मिती प्रसारमाध्यम आणि मनोरंजन माध्यमांपेक्षा इतर डोमेनमधे कमी वेळा प्रक्षेपीत केली जाईल. कारण जिथे नवीनता महत्त्वाची आहे आणि प्रत्येक कार्यक्रम आणि प्रत्येक भाग हा 'मेक वा ब्रेक' सूत्रानूसार करावा लागतो. त्यात जाहिरातदार किंवा सदस्यांच्या कमाईच्या हिताचा समावेश असलेला निर्णय समाविष्ट असावा लागतो.

आधुनिक दर्शकांमध्ये गुणवत्ता गृहीत धरली जाऊ शकत नाही, त्यांना माहिती आहे की ते ....(missing words), ते हुशार आहेत; त्यांना वापरुन गुळगुळीत झालेले तसेच कथन क्लृप्त्या नवीन वेष्टनात दिलेल्या समजतात. अनिश्चितता ही माध्यमे आणि मनोरंजन व्यवसायाच्या केंद्रस्थानी आहे, विशेषत: सोयीचे आणि नवीन कार्यक्रम किंवा दैनंदिन मालिका यांना आता गृहीत धरू शकत नाही. कथा-वस्तु म्हणजे देव आहे परिणामी लेखक हा निर्माता कथाभाग निर्माण करणारा तर दिग्दर्शक त्या कथाभागाला चालवणारा असतो तर अभिनेते ते आपल्या अभिनयातून प्रस्तुत करतात.

Influence of Television:

- Casual Crimes & Crime justifiability- आकस्मिक गुन्हे आणि गुन्ह्यांची न्याय्यत
- Feminism & Awareness- स्त्रीवाद आणि जागरूकत
- Political Polarization & Influence- राजकीय ध्रुवीकरण आणि प्रभाव
- Classism, Racism, Bigotry, Discrimination or its awareness and improvements- वर्गवाद, वंशवाद, कट्टरता, भेदभाव किंवा त्याची जाणीव आणि सुधारणा
- Child-youth media addiction, lack of concentration, carrier defocus, lethargy- बाल-तरुण माध्यमाचे व्यसन, एकाग्रतेचा अभाव, वाहक डिफोकस, सुस्त
- Substance abuse and immoral activity

- मादक पदार्थांचा गैरवापर आणि अनैतिक क्रियाकलाप

- Respect for elders or peers and general way of communication – lack of propriety - वडीलधारे किंवा समवयस्कांचा आदर आणि संवादाचा सामान्य मार्ग - योग्यतेचा अभाव

- Physical and mental health issues such as obesity, physical weakness, loneliness, social alienation, and awkwardness - शारीरिक आणि मानसिक आरोग्याच्या समस्या जसे की लठ्ठपणा, शारीरिक अशक्तपणा, एकटेपणा, सामाजिक परकेपणा आणि अस्ताव्यस्तता

- Increase in crimes against women, children, violent crimes, other crimes- महिला, लहान मुले यांच्यावरील हिंसक गुन्हे, इतर गुन्ह्यांमध्ये वाढ

- Good source of learning and knowledge and career guidance and boost- शिकण्याचा आणि ज्ञानाचा चांगला स्त्रोत आणि करिअर मार्गदर्शन आणि चालना

- Social up-liftment and equalization- सामाजिक उन्नती आणि समानीकरण

- De-stressing, general sport and happiness- तणावमुक्ती , सामान्य खेळ आणि आनंद

- Tv and therapy and social surrogacy- टीव्ही आणि थेरपी आणि सामाजिक सरोगसी

प्रत्येक घरातील एक सदस्य म्हणून जवळजवळ कायमस्वरूपी असणा-या तुमच्या घरातील किंवा बेडरुममधील दूरचित्रवाणीची निकटता आणि जिव्हाळा ह्या बाबी दूरचित्रवाणीला शक्तिशाली माध्यम बनवतात. दूरचित्रवाणी हे काम करणाऱ्या पुरुषांसाठी विसाव्याचे माध्यम असू शकते त्यामुळे तो दिवसभराच्या कामानंतर संध्याकाळी इथे निवांतपणा शोधतो.

इतर काही गोष्टी ज्यात दूरचित्रवाणी प्रमुख किंवा किरकोळ भूमिका आहे आणि त्यांचा प्रभाव आहे

तक्ता ३ दूरचित्रवाणी चा प्रभाव, काही प्रमुख गोष्टी:

समाज, व्यक्ती, उद्योग किंवा सरकारवरील प्रभाव	प्रभावाचे प्रमाण / प्रभावाची तीव्रता
आकस्मिक गुन्हे आणि गुन्हेगारी न्याय्यता	मध्यम, तरी चित्रपटांना देखील जबाबदार धरले गेले आहे
स्त्रीवाद आणि जागरूकता	उच्च

राजकीय ध्रुवीकरण आणि प्रभाव	उच्च
वर्गवाद, वंशवाद, कट्टरता, भेदभाव किंवा त्या विषयीची जागरूकता आणि सुधारणा	ज्ञान / जागरूकता उच्च भेदभावाला चिथावणी मध्यम
बाल-तरुण वर्गात या माध्यमांचे व्यसन, एकाग्रतेचा अभाव,. करियरकडे दुर्लक्ष , सुस्ती	कमी: गेमिंग आणि सोशल मीडिया अधिक कारणीभूत
व्यसनाधीनता आणि अनैतिक क्रिया	मध्यम
वडिलधाऱ्यांचा किंवा समवयस्कांचा आदर आणि संवादाची सामान्य पद्धत-योग्यतेचा अभाव,	मध्यम, दूरचित्रवाणीवर नैतिक अध:पतन आणि अयोग्यतेचा आरोप आहे.
शारीरिक आणि मानसिक आरोग्याच्या समस्या जसे की लठ्ठपणा, शारीरिक कमकुवतपणा, एकाकीपणा, सामाजिक परकेपणा आणि विचित्र अवघडलेपण	मध्यम-उच्च, जरी सोशल मीडिया आणि गेमिंग यांची समान भूमिका
महिला, मुले विषयक हिंसक गुन्हे, इतर गुन्ह्यांमधील वाढ	मध्यम
सामाजिक उन्नती आणि समानीकरण	सामाजिकदृष्ट्या जबाबदार कार्यक्रम सकारात्मक मूल्यांच्या विकासास कारणीभूत ठरू शकतात
तणावमुक्ती, सामान्य खेळ आणि आनंद	**उच्च:** फुरसतीच्या वेळात क्रियाकलापांसाठी प्राथमिक साधन
टीव्ही आणि थेरपी आणि सामाजिक सरोगसी	**मध्यम :** टीव्हीचे उपचारात्मक फायदे असल्याचे देखील सांगण्यात आले आहे
राजकीय पक्षाचा प्रचार	उच्च
उत्पादनांचा प्रभाव -ब्रँडची ओळख	उच्च दर्जेदार जाहिराती आणि पोझिशनिंग आणि प्लेसमेंट असल्याने

सराव प्रश्न

१. तुमच्या दैनंदिन जीवनात टीव्हीच्या प्रभावाची चर्चा करा.

२. टीव्हीविषयीचा जिव्हाळा म्हणजे काय?

३. दूरचित्रवाणीच्या राजकीय प्रभावाची चर्चा करा.

१.५ निष्कर्ष

दूरचित्रवाणी अभ्यास ही तुलनेने नवीन शाखा आहे ज्यामध्ये एकाधिक शाखांचा वापर करून ग्राहक/दर्शक यांचे मनोवेधक स्वरूप, काय आणि का याविषयीच्या रचना, समाजवस्त्रविषयक आणि विश्व जिथे हे दर्शक उपस्थित असतात, त्यामध्ये अंतर्भूत असलेल्या विविध घटकांच्या संदर्भात गुंतागुंतीचे परस्परसंवाद निश्चित करणे समाविष्ट आहे. हे एक विज्ञान आहे तसेच कला आणि हृदयाचा/ मनाचा अभ्यास आहे कारण ते भावना आणि बौद्धिक अंतर्दृष्टी कलात्मक पद्धतीने गुंफण करतात.

अंतिम ध्येय गाठायचा मार्ग शोधत असताना रूपांतरण आणि एकत्रीकरण यामुळे विश्लेषणाचे विविध आयाम विस्तारत राहतील, ****ज्यानंतर आपण मास मीडियाचे अर्थ आणि रहस्ये आणि त्याचे परिणाम सोडविण्याचा आणि समजून घेण्याचा एक मार्ग म्हणून एकात्मिक माध्यम अभ्यासाकडे पाहू शकतो. पण उत्क्रांतीचा मार्ग काहीही असला, तरी त्याच्या विशेष संदर्भातील दूरचित्रवाणी अभ्यासाचे निष्कर्ष नेहमीच पुढे नेले जातील हे नक्की. प्रेक्षकांशी असलेली जिव्हाळा आणि प्रत्येक घरात जपला गेलेला त्याचा सामाजिक दृष्टिकोन

१.६ प्रश्न

१. दूरचित्रवाणी संदर्भातील विविध घटक कोणते आहेत

२. पारंपारिक माध्यम म्हणून टेलिव्हिजन चित्रपट आणि नवीन माध्यमांपेक्षा कसे वेगळे आहे?

३. दूरचित्रवाणी अभ्यासाची मूलभूत परिमाणे कोणती आहेत?

४. प्रेक्षक आणि रिसेप्शन सिद्धांत म्हणजे काय?

५. टेलिव्हिजनचे भविष्य काय असू शकेल ?

६. टेलिव्हिजनमधील नियमनाची भूमिका काय आहे?

७. टेलिव्हिजन शैलींचे विश्लेषण कोणत्या प्रकारे केले जाऊ शकते?

*****

२

दूरचित्रवाणीचे आगमन

पाठाची रूपरेषा

२.० उद्दिष्टे

२.१ परिचय

२.२ दूरचित्रवाणी व नवीन माध्यमांचा परिचय

२.२.१ माध्यम संमिलन आणि प्रसारमाध्यमांच्या सोयीसाठी एक प्रकरण

२.३ दूरचित्रवाणी विरुद्ध न्यू मीडियाचे सामाजिक शिक्षण सिद्धांत आणि भूमिका काय आहे.

२.३.१ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचे भवितव्य आणि सामाजिक शिक्षण

२.४ समारोप

२.५ प्रश्न

२.० उद्दिष्टे

या पाठात विद्यार्थी शिकतील

१. आपल्या घरात दूरचित्रवाणी असणे म्हणजे काय हे समजून घेणे.

२. घराच्या संदर्भात दूरचित्रवाणी व नवीन माध्यम साधने समजून घेणे.

३. दूरचित्रवाणी सामग्री आणि त्याचे दर्शक यांच्या संदर्भात सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांचा प्रभाव समजून घेणे.

२.१ परिचय

पूर्वी केवळ दूरचित्रवाणीचा अभ्यास करणे पुरेसे होते कारण मनोरंजन, माहिती, बातम्या आणि जनसामान्यांवर प्रभाव टाकणारे आणि पर्यायाने विविध प्रकारे प्रभावित होणारे मनोरंजनाचे, माहितीचे, बातम्यांचे आणि विचारांचे घरगुती स्त्रोत म्हणून उपलब्ध असलेले हे एकमेव दृकश्राव्य माध्यम होते; तथापि, आधुनिक जगात, एकत्रित परिणाम किंवा प्रभावांसाठी एक केंद्राभिमुख संस्था म्हणून मास मीडियाला समजून घेण्यासाठी दूरचित्रवाणी अभ्यासाला व्यापक मीडिया अभ्यासासह एकत्र करावे लागेल.

उदाहरणार्थ, शार्लोट ब्रुन्सडन असा युक्तिवाद करते की "दूरचित्रवाणी स्टडीज" म्हणजे "दुरचित्रवाणीच्या शैक्षणिक अभ्यासास दिलेले महत्वाकांक्षी शिस्तबद्ध नाव आहे” या मताशी अनेकानेक विद्वान सहमत आहेत.

जोनाथन बिग्नेल यांच्या मते, दूरचित्रवाणी अभ्यास दूरचित्रवाणी सामग्रीचे विश्लेषण करण्यासाठी फिल्म स्टडीजच्या पद्धती, प्रेक्षक आणि दूरदर्शन संस्थांचा अभ्यास करण्यासाठी समाजशास्त्रीय दृष्टिकोन आणि विविध ऐतिहासिक दृष्टीकोनांवर आधारित, चित्रपट आणि रेडिओ सारख्या इतर माध्यमांपासून दूरदर्शनचे संप्रेषणात्मक कार्य वेगळे करतात.

दूरचित्रवाणी अभ्यास फिल्म स्टडीजसारख्या विषयांमधून दूरदर्शन ग्रंथांचे विश्लेषण करण्यासाठी पद्धती वापरतात, प्रेक्षक आणि दूरदर्शन संस्थांचे परीक्षण करण्यासाठी समाजशास्त्रीय दृष्टिकोन वापरतात आणि दूरचित्रवाणी च्या वाढीसाठी विविध ऐतिहासिक दृष्टीकोन सादर करतात. "दूरचित्रवाणी अभ्यासाद्वारे माध्यम कसे संवाद साधते हे परिभाषित करण्याचा प्रयत्न केला आहे आणि यामध्ये दूरचित्रवाणी आणि सिनेमा किंवा रेडिओच्या माध्यमांचा संवाद यातील फरक समाविष्ट आहे. समाजशास्त्र, आणि दूरचित्रवाणीच्या वाढीचे वर्णन करण्याचे मार्ग जे माध्यमाच्या वेगवेगळ्या इतिहासाशी संबंधित आहेत." परंतु दूरचित्रवाणी संहितेचे वर्णन आणि विश्लेषण करण्यासाठी वापरण्यात येणाऱ्या पद्धती दूरचित्रवाणी अभ्यासावरील जोनाथन बिग्नेल यांची ही महत्वपूर्ण टिप्पणी त्याचे विश्लेषणात्मक उत्पत्ती आणि इतिहास याचे योग्यरित्या प्रतिनिधीत्व करते.

बी.एफ. स्किनर यांनी प्रायोगिक, मानसशास्त्र-केंद्रित दृष्टीकोन स्वीकारून मौखिक वर्तनाचा अभ्यास वाढविला, तर अमेरिकन मानसशास्त्रज्ञ लिओनार्ड हल यांनी प्रगत वर्तनवादी उत्तेजक-प्रतिसाद सिद्धांत विकसित केले.

तथापि, ज्युलियन रॉटर्स यांनी त्यांच्या "सोशल लर्निंग अँड क्लिनिकल सायकॉलॉजी" या पुस्तकात व्यक्ती आणि पर्यावरण यांच्यातील एकात्मिक आणि समग्र दृष्टीकोन, वर्तनवाद आणि गेस्टाल्ट सिद्धांत मानसशास्त्राचे एकीकरण, ज्याला अपेक्षा-मूल्य सिद्धांत (Expectancy value theory) म्हणून देखील ओळखले जाते.

"अपेक्षा: एखाद्या व्यक्तीची व्यक्तिगत धारणा असते की जे काम तो करतोय ते त्याला इच्छित परिणाम देईल. एखाद्या व्यक्तीचे प्रबलन मूल्य (reinforcement value) हे विशिष्ट परिणामासाठी त्यांच्या प्राधान्यक्रमाची पातळी आहे आणि ते ० ते १ या दरम्यान (range) असू शकते, १ पूर्ण निश्चितता दर्शविते. "B.P. = f (E & RV)" हे द्विपदीय वैचारिक समीकरण आहे, तथापि सिद्धांत संकेतांशिवाय दिलेल्या प्रतिक्रियेचे (unlearned reaction) स्पष्टीकरण देऊ शकला नाही.

चॉम्स्की यांनी वर्तनाच्या उत्तेजन-प्रतिसाद/ स्टिम्युलस- रिस्पॉन्स सिद्धांतांमधील त्रुटी शोधून काढल्या, त्यानुसार विशेषत: भाषा कशी प्राप्त केली जाते हे स्पष्ट होऊ शकत नाहीत. संज्ञानात्मक क्रांतीच्या अभ्यासाची पुढची (missing something)

सामाजिक शिक्षण/ सोशल लर्निंग थिअरीनुसार जेव्हा आपण लोकांच्यात मिसळतो तेव्हा आपण अनेक गोष्टी शिकतो. मॉडेलिंग आणि ऑब्झर्व्हेशनल लर्निंग सारख्या संकल्पना तसेच शिक्षणाचा सिद्धांत हे सामाजिक सक्षमतेच्या विकासासाठी प्राथमिक किंवा एकमेव मांडणी म्हणून सर्व सामाजिक गटाकडे निर्देश करतात.

स्किनर, रॅाटर, मिलर आणि डॅालार्ड यांच्यापेक्षा अधिक सर्वसमावेशक दृष्टिकोन स्वीकारत अल्बर्ट बंडुरा यांनी लोक इतरांना पाहून नवीन वर्तनशैली कशी आत्मसात करतात याचा अभ्यास करून सामाजिक शिक्षण सिद्धांताच्या क्षेत्रात मोलाची भर घातली.

२.२ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचा परिचय

दूरचित्रवाणी अभ्यास, दूरचित्रवाणी / नवीन माध्यमांची संपूर्ण व्याप्ती समजून घेण्यासाठी आपल्याला, खाली आकृती १ मध्ये दर्शवल्यानुसार, प्रथम जुन्या आणि समकालीन दूरचित्रवाणीचे संदर्भ आणि सर्व आवश्यक घटक व त्यांचे परस्परसंबंध समजून घेणे आवश्यक आहे.

भारतीय दूरचित्रवाणीवरील सुरुवातीपासूनचे लोकप्रिय कार्यक्रम:

दूरचित्रवाणीचे वैविध्यपूर्ण कार्यक्रम	सारांश
हमलोग	भारतातील पहिली कौटुंबिक मालिका यात प्रातिनिधिक कुटुंब म्हणून समतोल दृष्टीकोन होता, तरी अनेकांना असे वाटले की ते बहुतांशी उत्तरेकडील जीवनशैलीशी मिळते-जुळते होते; स्त्रियांच्या शहरी वा इतर पुरोगामी विचारांशी नाही.
नुक्कड़	शहरी निम्नवर्गीय आणि मध्यमवर्गीय जीवन हे वास्तविकतेच्या जवळ जाणारे दाखविण्यात आले (विशेषत: स्थलांतरित आणि नवीन वसाहतींसाठी बनत असलेल्या मुंबई उपनगरांसंदर्भात)
करमचंद	अनेक गुन्ह्यांची उकल करणारा गुप्तहेर आणि त्याची तऱ्हेवाईक सहाय्यक किटी अशी ही मालिका लोकप्रिय ठरली होती
रजनी	पुरोगामी महिलांचे सामाजिक प्रश्नांवर भाष्य
चुनौती	डीडीवरील पहिली मालिका जी महाविद्यालयीन मुले आणि त्यांचे जीवन आणि समस्या याबद्दल भाष्य करते
डिस्कव्हरी ऑफ इंडिया	नेहरूंच्या पुस्तकावर आधारित एका उच्च दर्जाच्या एपिसोड्सनी आपला ठसा उमटवला
मालगुडी डेज	अशा प्रकारचे पहिलेच अस्सल कथाकथन
लाईफलाईन	रुग्णालयीन जीवनाचे दर्शन घडवणारा पहिला कार्यक्रम
सीआयडी	भारतीय दूरचित्रवाणी वरील पहिला कॉपीकॅट क्राईम शो
शक्तिमान	भारतीय दूरचित्रवाणी चा पहिला सुपरहिरो आणि कदाचित भारतातील पहिला कॉमिक पुस्तकांसारखा सुपरहिरो (साबू हा कॉमिक्समध्ये प्रसिद्ध असला तरी)
सुबह	अंमली पदार्थांचा मुद्दा समोर आणला अमिताभ बच्चन यांचा समावेश होता
तमस	फाळणीची कथा, अतिशय प्रभावी कथा आणि गोविंद

	निहलानी दिग्दर्शित तासाभराच्या भागांच्या सिनेमॅटिक अनुभवाने सांगितली गेलेली कथा लोकप्रिय झाली
रामायण, महाभारत	रविवारची सकाळ राखून ठेऊन प्रत्येक भारतीयाने अवश्य पाहावी अशी मात्र सामान्य प्रतीचे स्पेशल इफेक्ट्स असलेली पौराणिक मालिका सादर केली गेली. पौराणिक मालिकांच्या गरजेचा फायदा घेतला, (त्या दिवसांत असा फार प्रघात नव्हता)
फ्रेंडस	न्यूयॉर्कमध्ये पोहोचलेल्या सहा तरुणांचविषयीचे आकर्षण पुनर्प्रक्षेपित होऊनही अजूनही कमी झालेले नाही जरी त्यात भिन्न-वर्णीयांना आकर्षित करण्याचा अभाव आहे (कारण प्रत्येकजण कॉकेशियन गोरा होता)_, परंतु ते पात्र-निर्मिती, बुद्धीमत्तापूर्ण कथानक आणि विनोदाने ते भरून काढले गेले.
सेनफ्लेड	फ्रेंडसच्या आधी सेनफेल्ड हा एका कॉमेडियनचा कॉमेडी शो होता, शहरी जीवनातील चार मित्रांची कहाणी.
द पॉन शॉप	पॉन शॉप मालकाचे आयुष्य आणि त्याभोवतीचा वास्तववादी कार्यक्रम
ओएमजी ये मेरा इंडिया	आधुनिक काळातील काल्पनिक नसणारी खास भारतीयांविषयीची.
इंडियन आयडॉल	देशातील अव्वल गायकाचा समावेश असणारी जागतिक फ्रँचायझीची भारतीयीकृत आवृत्ती,
बिग बॉस	प्रसिद्ध व्यक्तींचा सहभाग असलेल्या रिॲलिटी शोची भारतीय आवृत्ती, जिथे सेलिब्रिटींना ठराविक दिवस (सामान्यत: 3 महिने) एका घरात ठेवले जाते आणि खेळांच्या नियमांनुसार काढून टाकले जाते, सार्वजनिक मतदानाने त्यांना खेळात ठेवण्यात येते वा काढून टाकण्यात येते. पुढे मराठीसारख्या प्रादेशिक भाषांमध्ये ही मालिका स्वीकारली गेली आहे,
स्टार ट्रेक	60 च्या दशकात प्रसारित झालेली खऱ्या अर्थाने जागतिक भविष्यकालीन घटना जी अजूनही संकेतस्थळं आणि चाहता-वर्गावर वर्चस्व गाजवत आहे. 80 आणि 90 च्या दशकाच्या उत्तरार्धात भारतीय दूरचित्रवाणी वर दाखवला गेला
शेरलॉक होम्स	बीबीसी क्लासिक दूरचित्रवाणीवर अनेक अवतारात दाखवण्यात आलं
प्राइड अँड प्रिज्यूडाइज्ड	जेन ऑस्टेनच्या क्लासिक कादंबरीवर आधारित या बीबीसी शोने उच्च दर्जाचे चित्रीकरण आणि ..(missing)

	कारकीर्द सुरू केली. इतर ब्रिटीश मालिकांसह दूरदर्शनवर ही मालिका दाखवण्यात आली
क्यूंकी सास भी कभी बहू थी	नव्वदच्या दशकाच्या उत्तरार्धात आणि २००० च्या दशकाच्या सुरुवातीला उदयास आलेल्या 'सास बहू' मालिकांची लोकप्रिय लांबलचक साखळी असली, तरी या भूमिकांमधून स्त्रीच्या रुढीवादाला प्रोत्साहन मिळालं
कौन बनेगा करोडपती	Who wants to be the millionaire चे यशस्वी भारतीयकरण, उच्च सादरीकरण तसेच भारतीय संदर्भीकरण आणि बच्चन यांचे ब्रँड अपील आणि करिष्मा यामुळे भारतीयीकृत आवृत्ती यशस्वी झाली.
कॉफी विथ करण	करण जोहरचा चित्रपट सृष्टीतील लोकप्रिय अभिनेते यांच्या मुलाखत वजा हा इंग्रजीतील टॉक शो, बॉलीवूडचे आकर्षण, चमकदार आणि थट्टेखोर गप्पा यांमुळे लोकप्रिय झाला
छायागीत, चित्रहार, रंगोली	हिन्दी फिल्मी गाण्यांचा सुरुवातीचा शो, प्रथम छायागीत नंतर चित्रहार आणि नंतर रंगोली आली आणि आतातर आपल्याकडे गाण्यांना समर्पित वाहिन्या आहेत
फूल खिले है गुलशन गुलशन	डीडीवर आयोजित तबस्सुमचा चित्रपट सृष्टीतील लोकप्रिय कलाकारांसोबतचा पहिला टॉक शो
द कपिल शर्मा शो	आपल्या निर्मात्याला खऱ्या अर्थाने ग्लॅमर आणि प्रसिद्धी मिळवून देणारा पहिला हिंदी टॉक शो
सत्यमेव जयते	लोकप्रिय स्टार आमीर खानने होस्ट केलेल्या या कार्यक्रमामागे एक वेगळाच हेतू होता.

नेटफ्लिक्स आणि अमॅझॉन वरील लोकप्रिय कार्यक्रम:

दूरचित्रवाणीचे वैविध्यपूर्ण कार्यक्रम	**सारांश**
द क्राउन	ब्रिटीश राणीच्या आयुष्यातील महत्त्वाच्या घटनांवर भाष्य करणारं चरित्रात्मक नाटक
स्नों पियर्सर	जगाच्या सर्वनाशानंतरच्या परिस्थितीतील कथा जिथे उत्तम जीवनाची एकमेव शक्यता म्हणून ट्रेन पुढे जात आहे
सेक्रेड गेम्स	भारतातील पहिली नेटफ्लिक्स ओरिजिनल सीरिज, बड्या अभिनेते आणि दिग्दर्शकांसोबत गुन्हेगारी विषयक चित्तथरारक मालिका
दिल्ली क्राइम	16 डिसेंबर 2012 रोजी निर्भयावर झालेल्या क्रूर सामूहिक बलात्काराच्या तपासावर आधारित 'दिल्ली

	क्राइम' या चित्रपटाला 48 व्या आंतरराष्ट्रीय एमी पुरस्कारांमध्ये सर्वोत्कृष्ट नाट्यमय मालिकेचा पुरस्कार मिळाला.
लिटिल थिंग्ज	सहवास आणि एकत्र जीवनाचा शोध घेण्याची कहाणी
कोटा फॅक्टरी	कोचिंग क्लासेस आणि पात्रांबद्दल कादंबरी कथा

दूरचित्रवाणी, चित्रपट आणि नवीन माध्यमांमधील संदर्भीय फरक:

प्राथमिक घराची उपलब्धता (घरगुतीपणा आणि घरगुतीपणा) आणि जगण्याच्या क्षमतेसह विविध सामग्री प्रकारांना पाठिंबा यामुळे जाहिरातदारांना तसेच बहुतेक घरांना त्यांच्या बातम्या मिळविण्यासाठी आणि विश्रांतीचे प्राथमिक माध्यम म्हणून दूरदर्शन एक अतिशय आकर्षक गंतव्य स्थान बनवते.

अलीकडील नेट देखील दूरचित्रवाणी बघून मिळणारा आनंद दूर करू शकले नाही हे काही संदर्भित गुणधर्म आणि त्याचा विविध पैलूंवर होणारा परिणाम आहेत जे दूरचित्रवाणी अभ्यासात महत्त्वपूर्ण ठरतात.

दूरचित्रवाणी, चित्रपट आणि नवीन माध्यमांमधील संदर्भीय फरक:

तक्ता १ टीव्ही विरुद्ध फिल्म्स विरुद्ध न्यू मीडियाच्या गुणधर्मांची सूची

परिमाण- पैलू	**गुणधर्म**	**दूरचित्रवाणी (परंपरावादी)**	**चित्रपट**	**नेटवर्क आधारित (यू-ट्यूब,फेसबुक)**
सामग्री आणि वितरण				
	कथन/मांडणी	गुंतागुंतीचे आणि एकमेकांशी जोडलेले (संग्रह वगळता) (सर्वात जास्त)	दूरचित्रवाणीपेक्षा तुलनेने सोपे, फक्त या वस्तुस्थितीमुळेच की कथन 2 किंवा 3 तासांच्या आत बंद करावे लागायचे (सर्वात कमी)	दूरचित्रवाणीपेक्षा सोपे, परंतु चित्रपटांमध्ये गुंतले जाऊ शकतो (मध्यम)
	वितरण	नेटवर्कवर हंगामी/एपिसोड प्रमाणे वितरण /केबल प्रसारण (विशिष्ट वेळ, दिवस किंवा आठवड्यात)	एका वेळीच प्रसारण	वेबिसोड

	कालावधी	ठराविक कार्यात्मक, बातम्या आणि प्रक्षेपणासाठी अर्धा तास किंवा एक तासाचा कार्यक्रम /पुन:प्रक्षेपण 10-20 मिनिटे (मध्यम))	लघुपट 40 मिनिटे असून वैशिष्ट्य सुमारे 2 तासांचे असते (सर्वात जास्त)	सामान्यत: 5-15 मिनिटांचे व्हिडिओ असू शकतात (सर्वात लहान)
	सामग्रीचा प्रकार	सर्व आणि कोणताही (सर्वोच्च)	दुरचित्रवाणीच्या तुलनेत मर्यादित (सर्वात कमी)	चित्रपटांपेक्षा थोडा चांगला परंतु दुरचित्रवाणीच्या तुलनेत मर्यादित असू शकतो.(मध्यम)
	पात्र-रचना	गुंतागुंतीचे	तुलनेने कमी क्लिष्ट,2 तासात संपवायचे असल्याने पात्र विकासासाठी कमी वेळ (सर्वात कमी)	चित्रपटांपेक्षा चांगला असू शकतो परंतु टीव्हीपेक्षा कमी (मध्यम)
	पात्रांचे वास्तव्य	वास्तविक जीवनाला समांतर (बऱ्याचदा)	संमिश्र, विशेष आणि लक्षणीय कथा असणे आवश्यक आहे; कथानकआणि पात्रांची जाहिरात केली जाते.	टीव्हीपेक्षा कमी पण चित्रपटांपेक्षा चांगले
	सामाजिक सदस्यांद्वारे चारित्र्य ओळख	नियमितपणे घडणे शक्य	कधीतरी	कमी शक्यता
	वितरण	रेखीय/ सलग काही आठवडे किंवा महीने, DVD	एकदाच प्रसिद्ध करणे आणि DVD	वेबच्या साह्याने मात्र अरेखीय / विलग

	कथन क्रम आणि प्रवाह	जटिल (उच्चतम)	खूपच कमी (सर्वात कमी)	मध्यम
	व्याप्ती आणि कालावधी	हंगामानुसार - महिने (उच्च आणि जटिल)	खूपच कमी	मध्यम
	लवचिकता	कथानकात बदल,वळण शक्य आहे. (सर्वोच्च).	अजिबात नाही	सर्वोच्च
	पुनर्वापर	शक्य कारण कथानक प्रवाही व हंगामी असते (सर्वोच्च).	पुढील भाग प्रदर्शीत होत असल्यास काही प्रमाणात शक्य अन्यथा नाही	सर्वोच्च
	उपलब्धता	नेटवर्कवर उपलब्धता	सर्वात कमी (DVD विक्रीमुळे मदत)	मागणीनुसार - कधीही, कुठेही
	सुगमता	ॲन्टीना किंवा सेट टॉप बॉक्सच्या साह्याने दुरचित्रवाणी संच	चित्रपटगृह (सामान्यत:) जरी Netflix आणि amazon नेटवर चित्रपट प्रदर्शित करत आहेत	वेबवर
	सामग्री एकत्रीकरण	शक्य	काही प्रमाणात घडते	गरज नाही
	सामग्री सानुकूलन/वैयक्तिकरण	जागतिक/राष्ट्रीय /प्रादेशिक सानुकूलन स्थानिकीकरण शक्य आहे	कमी	होण्याची शक्यता आहे परंतु अद्याप प्रवेश केलेला नाही
	थेट प्रक्षेपण	शक्य (टीव्ही जेव्हा सुरू झाला तेव्हा होता फक्त रिअल टाइम)	शक्य नाही	शक्य आहे परंतु दूरचित्रवाणी प्रमाणे स्थापित नाही
	सामग्री वर्गवारी	विविध	कमीत कमी	विविध
	थेट प्रक्षेपीत कार्यक्रम	शक्य	शक्य नाही	शक्य
	रिॲलिटी शो	प्रमाण-चिन्ह यामुळेच टीव्ही जतन केला गेला.	शक्य नाही	शक्य

	खेळाविषयीचे कार्यक्रम	प्रमाण-चिन्ह यामुळेच टीव्ही जतन केला गेला	शक्य नाही	शक्य
	क्रीडा	दैनंदिन दिनचर्या शक्य नाही आणि घडते	शक्य नाही	शक्य आहे आणि असतात
	दिवसातील मालिका	रोजची दिनचर्या	शक्य नाही	शक्य आहे आणि असतात
	बातम्या, मत-मतांतर	रोजची दिनचर्या	शक्य नाही	शक्य आहे आणि बऱ्याचदा असतात(बनावट बातम्या हा चिंतेचा भाग)
निर्मिती				
	अंदाजे खर्च	प्रति आठवड्याचे भाग किंवा अगदी काही दिवस (दैनंदिन मालिका) मध्यम ते मोठ्या प्रमाणात	मोठ्या प्रमाणात (इंडी चित्रपट वगळता)	सर्वात कमी
	समयसारणी/ वेळापत्रक	अतीव्यस्त	आरामशीर असू शकते	व्यस्त किंवा आरामशीर असू शकते.
	लवचिकता	कमी	अधिक	कमी किंवा जास्त असू शकते
	प्रक्रिया	चित्रपटापेक्षा तुलनेने कमी जटिल	जटिल	इतरांपेक्षा खूपच कमी
वेळ				
	ठराविक निर्मितीसाठी लागणारा वेळ	खूपच कमी , काही वेळा दर आठवड्याला किंवा दररोज, थेट प्रक्षेपीत कार्यक्रमांसाठी निर्मिती-पश्चात खर्च खूपच कमी	इतर दोन पेक्षा तुलनेने खूपच जास्त.	इतर दोन पेक्षा तुलनेने खूपच कमी
	कार्यक्रम चालू राहण्याची वेळ उत्तम	महिने	जास्तीत जास्त दोन महिने	शाश्वत
गुंतवणूक मूल्य				
	निर्मिती खर्च	पायलट भागासाठी कमी परंतु विविध हंगामासाठी	सर्वोच्च (इंडी चित्रपट	सर्वात कमी

		मध्यम	असल्याशिवाय)	
	वितरण खर्च	नाही	मध्यम	सर्वात कमी
		गुणवत्ता		
	अभिरुचीपूर्ण सामग्री	बऱ्याचदा सामान्य	चित्रपट योग्य	सर्वात कमी
परतावा	गुंतवणुकीचा परतावा	जर मालिका लोकप्रिय झाली तर सर्वाधिक (फ्रेंड्स, सीनफेल्ड, बिग बँग थिअरी, आयडॉल, बिग बॉस, ऑफिस...) जाहिराती, सदस्यता, डाउनलोड, डीव्हीडी सामग्री सिंडिकेशन, जागतिक वितरण आणि स्थानिकीकरण मर्चंडाईज विक्रीद्वारे कमाई केली जाते (पात्र लोकप्रिय असल्यास)	चित्रपटावर अवलंबून कमाई अब्जावधीमधे असू शकते परंतु सरासरीपेक्षा चांगल्या चित्रपटांसाठी दूरचित्रवाणी पेक्षा अधिक चांगली कमाई. चित्रपट-गृहातील सुरुवातीच्या प्रदर्शनात कमाई केली जाते , मागणीनुसार व्हिडिओ, आदरातिथ्य, नेटवर्क विक्री, माल विक्री (जर पात्रे लोकप्रिय असतील)	कमी कालावधी असल्यास सर्वात कमी परंतु जाहिरात महसूल केवळ अपवादात्मक प्रकरणांमध्ये मोठ्या प्रमाणात वाढू शकतो परंतु इतर दोनपेक्षा कमी
प्रेक्षक	वापर	रोजच्या रोज , कौटुंबिक, अनेक तास	साप्ताहिक/मासिक...	अलिप्त व्यक्ति
	आकलन	वेळ घालवण्यासाठी उत्तम	विशेष प्रसंगासाठी राखीव	कधीही पाहू शकतो पण चित्रपट किंवा टीव्ही सारखा शोषक नाही

	संबद्धता पातळी	सर्वात जास्त	काहीशी	सर्वात कमी आहे परंतु ती वाढत आहे
समाज				
	प्रभाव	सर्वात जास्त	मध्यम – उच्च	कमी -मध्यम
सरकार				
	धोरण नियंत्रण	सर्वात जास्त	जवळजवळ कोणतेही नियंत्रण नाही किंवा सामाजिक वेबसाइट द्वारे केलेले फारच कमी नियंत्रण	सर्वात जास्त
	प्रसार	सरकार समर्थित दूरचित्रवाणीवर शक्य आणि सर्वात जास्त	संभाव्य परंतु व्यक्तिवादी	व्यक्तीवादी परंतु धोरण म्हणून नाही

२.२.१ माध्यम संमिलन आणि प्रसारमाध्यमांच्या सोयीसाठी एक प्रकरण:

जसजसा माध्यमांचा विस्तार आणि एकत्रिकरण होत आहे, विशेषत: वेब किंवा अगदी मोबाइल नेटवर्कचा वापर करून वितरणाच्या नवीन आकृतिबंधाद्वारे प्रक्षेपण किंवा नेटवर्कचा न वापर करता (ऑफलाइन) करत आहेत, दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांमधील फरक कमी होत चालला आहे. ग्राहक जे प्रक्षेपीत केलं जात आहे किंवा स्ट्रीम होत आहे; थोडक्यात त्याला उपलब्ध करून दिलं जात आहे ते सर्व त्याला सोयीस्कर असलेल्या कोणत्याही माध्यमाचा वापर करत; मग तो पारंपारिक दूरचित्रवाणी संच असो किंवा स्मार्ट दूरचित्रवाणी किंवा मोबाइल वा संगणक असो; तो ते पाहतो. पूर्वी असणारे फरक जसं दूरचित्रवाणी आणि समाज माध्यमं / वेब असणे आणि मोबाइल जोडलेले नसणे दूर झाले आहेत आणि नवीन इंटिग्रेटेड मॉडेल म्हणजे समाज माध्यम सामग्री आधुनिक स्मार्ट दूरचित्रवाणी संचावर देखील उपलब्ध आहे.

प्रसारमाध्यमांचे संमिलन माध्यमांसाठी सोयीचे होत आहे, परंतु हे लक्षात घेतले पाहिजे की अमेरिकन सरकारने नुकत्याच प्रकाशित केलेल्या आकडेवारीनुसार लोकांनी संगणक ब्राउझिंग किंवा विश्रांतीच्या इतर मार्गांपेक्षा पारंपारिक दूरचित्रवाणी पाहणे पसंत केले.

सराव

१. माध्यम संमिलन (मीडिया कन्व्हर्जन) म्हणजे काय?

२. दूरचित्रवाणी आणि ओटीटी प्लॅटफॉर्मवरील टॉप ५ शोजबद्दल चर्चा करा आणि ते कोणत्या शैली मधे येतात?

३. दूरचित्रवाणी विरुद्ध चित्रपट विरुद्ध नवीन माध्यमं यांच्या वैशिष्ट्यांची सूची करा.

२.३ दूरचित्रवाणी विरुद्ध नवीन माध्यमांचे सामाजिक शिक्षण सिद्धांत आणि भूमिका काय आहे.

सामाजिक शिक्षण सिद्धांत (सोशल लर्निंग थिअरीज) हे मूलत: आपल्या शिकण्यामागील प्रणाली सुचवणारे सिद्धांत आहेत - त्यांच्या मतानुसार सामाजिक शिक्षण नेहमीच सामाजिक वातावरणात घडते म्हणूनच ते जाणीवपूर्वक केलेले प्रयत्न असो किंवा सुप्त प्रयत्न. सिद्धांत शिकण्याच्या प्रक्रियेचे मॉडेल तयार करण्याचा प्रयत्न करतात,

अल्बर्ट बंडुरा यांनी शिकणे म्हणजे एखाद्याला काहीतरी करताना पाहणे, लक्ष देणे, जे पाहिले आहे ते टिकवून ठेवणे आणि नंतर पुनरुत्पादन करणे ही सामाजिक प्रक्रिया असल्याचे स्पष्ट केले. यात पाच तत्त्वे असतात (कधीकधी ४ कारण निरीक्षण हे मुख्य वैशिष्ट्य मानले जाते ज्यावर आधारित सिद्धांत तयार केला जातो) किंवा शिकलेले कौशल्याच्या देवाण-घेवाणीसाठी एकमेकांशी संवाद साधणारे घटक, ते आहेत:

१. निरीक्षण

२. लक्षपूर्वक ऐकणे/ पाहणे

३. धारण करणे

४. पुनर्बांधणी

५. प्रेरणा

कधीकधी हे निरीक्षण आणि मॉडेलिंग वर्तनाच्या कोणत्याही प्रकारात ४ घटकांमध्ये विभागले जाते: लक्षपूर्वक पाहणे/ऐकणे, धारण करणे, पुनर्निर्माण आणि प्रेरणा कारण निरीक्षण हा तत्त्वांचा अंतर्निहित भाग मानला जातो.

अमेरिकन सायकॉलॉजिकल असोसिएशनमध्ये म्हटल्याप्रमाणे "अल्बर्ट बंडुरा यांनी आपल्या सामाजिक शिक्षण सिद्धांतावर आधारित मालिका-नाट्य यांच्या साह्याने लोकांना त्यांच्या जीवनशैलीत बदल करण्यास आणि हानिकारक सामाजिक प्रथा बदलण्यास कसे प्रवृत्त करू शकतात यावर प्रकाश टाकला", दूरचित्रवाणी मालिका, त्या रोजच्या पाहण्यानं आणि त्या विषयीच्या जिव्हाळ्यामुळे त्वरित वर्तन बदलण्याची क्षमता बाळगून असतात. विशेषत: जेव्हा तरुण त्यांच्या दैनंदिन जीवनात नायक किंवा खलनायकाच्या सवयी आणि त्या पात्रांचे अनुसरण करू शकतात.

तसेच बाल, समुदाय आणि सामाजिक विज्ञान मंत्रालयाचा एक अभ्यास अहवाल-

“माध्यमांवरील हिंसाचारामुळे खऱ्या आयुष्यात देखील आक्रमकता आणि हिंसाचार निर्माण होतो, याचे स्पष्ट आणि सातत्याने पुरावे आहेत,” असे या अहवालात म्हटले आहे. अमेरिकन मेडिकल असोसिएशन आणि अमेरिकन सायकॉलॉजिकल असोसिएशनने जून २००० मध्ये मनोरंजन हिंसाचाराच्या पॅथॉलॉजिकल परिणामांबद्दल एक संयुक्त जाहीरनामा जारी केला. (अमेरिकन अकॅडमी ऑफ पेडियाट्रिक्स, २०००) या संघटनांच्या म्हणण्यानुसार, प्रसारमाध्यमांत दाखवण्यात येणारा हिंसाचार आणि काही तरुणांमधील हिंसक वर्तन यांच्यात संबंध असल्याचे पुरावे आढळून येतात.

१. लेव्ह वायगोत्स्की हे सामाजिक संदर्भाने शिक्षणाच्या क्षेत्रातही अग्रदूत मानले जातात; ते संज्ञानात्मक विकासाच्या समाजशास्त्रीय सिद्धांताचे- ज्यानुसार शिकणे म्हणजे समूहातील लोकांमधील संवादाचा परिणाम होय असे मानले जाते - समर्थक होते ; आपल्या कार्यात, वायगोत्स्की यांनी असे प्रतिपादन केले की शिक्षक त्यांच्या विद्यार्थ्यांच्या शैक्षणिक अनुभवांच्या बऱ्याच पैलूंवर अधिक चांगल्या प्रकारे प्रभाव टाकू शकतात, ज्यात विद्यार्थ्यांची कार्ये, वर्तन आणि प्रतिसाद यांचा समावेश आहे, विद्यार्थ्यांचे विषयावरील प्रभुत्व सुधारण्याच्या उद्देशाने.

२. वास्तविक जगातील शिकण्याच्या परिस्थितीतील बहुजिनसीपणाचा लेखाजोखा मांडण्यासाठी, "सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांनी शिक्षणाचे वर्तनात्मक आणि संज्ञानात्मक सिद्धांत एकत्रित केले."

संदर्भ: [विकिपीडिया][https://en.wikipedia.org/wiki/Social_learning_theory]I

३. समकालीन सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांच्या (सोशल लर्निंग थिअरी) काही मध्यवर्ती कल्पना येथे आहेत, जसे जोन ग्रुसेक यांनी त्यांच्या "सोशल लर्निंग थिअरी अँड डेव्हलपमेंट सायकॉलॉजी: द हेरिटेज ऑफ रॉबर्ट सीअर्स अँड अल्बर्ट बंडुरा" (विकिपीडियावरून रूपांतरित सामग्री) या पुस्तकात नमूद केले आहे.

४. शिक्षण ही केवळ प्रेक्षणीय वर्तनांचा संच नसून एक संज्ञानात्मक आणि सामाजिक प्रक्रिया आहे,

५. पर्यायी प्रबलन ही अशी प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे शिकणारा आचरण आणि त्याचे परिणाम पाहून ज्ञान प्राप्त करतो.

६. शिक्षणामध्ये निरीक्षण, माहिती काढणे आणि वर्तन कसे करावे याबद्दल निर्णय घेणे (ऑब्झर्व्हेशनल लर्निंग किंवा मॉडेलिंग) समाविष्ट आहे.

७. प्रबलनामुळे शिकण्यास हातभार लागतो, परंतु त्यासाठी ते एकमेव जबाबदार घटक नाही.

८. विद्यार्थी हा सादर करण्यात येणाऱ्या माहितीचा त्रयस्थ निरिक्षक नसतो. विचार, भावना आणि कृती यांचा परस्परसंबंध समजून घेणे म्हणजे पारस्परिक नियतत्ववाद (reciprocal determinism) होय.

९. लेव वायगोत्स्कीचा संज्ञानात्मक-संरचनात्मक सिद्धांत

१०. सिद्धांतानुसार संज्ञानात्मक प्रतिभा समाजाद्वारे आकाराला येतात आणि समाजामुळेच प्रभावित होतात. शिकणे, स्मरणशक्ती, चौकसपणा आणि समस्या सोडविणे या काही क्षमता आहेत ज्या एखाद्याच्या संस्कृतीमुळे प्रभावित होऊ शकतात. शिकण्यासाठी हे संकेत लक्षात घेतले पाहिजेत.

११. शिक्षणात दूरचित्रवाणी आणि इतर नवीन माध्यमांची भूमिका: सामाजिक सिद्धांतांचे सिंहावलोकन

१२. वैयक्तिक मुलाखत आणि दृश्य पुरावे

१३. बंडुरा यांनी वर्णन आणि विस्तारीत केल्याप्रमाणे आधुनिक सामाजिक शिक्षण सिद्धांत (Modern social learning theory) हा निरीक्षण आणि प्रतिरूपण (मॉडेलिंग) जोडून उत्तेजन-प्रतिसाद सिद्धांतांवर (stimulus-response theories) तसेच पारस्परिक नियतत्ववादाची (reciprocal determinism,) संकल्पना ज्याच्या आधारे वर्तन हे व्यक्ती आणि त्याच्या वातावरणाचा परिणाम म्हणून निर्धारित केले जाते, तसेच पर्यावरणाचा व्यक्तीच्या वर्तनावर परिणाम होतो किंवा त्या उलट. त्यांच्या सभोवतालच्या संकेतांमुळे व्यक्ती विशिष्ट वर्तनात गुंतण्यासाठी प्रेरित होऊ शकतात.जसे की क्रिकेटचा हंगाम किंवा एखादा विशिष्ट सामना, जो नंतर इतरांना त्याच खेळात गुंतण्यासाठी प्रेरित करू शकतो, इत्यादी.

१४. मानसिक अनुकरण (मेंटल सिम्युलेशन) तयार करणे

१५. [हा विभाग विकिपीडियावर आधारित आहे आणि तेथूनच मोठ्या प्रमाणात घेतलेला आहे. या विषयाचे उत्तम व संक्षिप्त विवेचन विकिपीडियावर सापडेल.]

१६. प्रतिरूपण उत्तेजनाचे (मॉडेलिंग स्टीम्युलस) तीन वेगवेगळे वर्ग आहेत.

१७. लाइव्ह मॉडेल्स, -म्हणजे ज्यामध्ये एखादी व्यक्ती इच्छित वर्तन करीत आहे- त्याचा थेट परिणाम होतो, त्याचे प्रमुख कारण लोक त्यांच्या दैनंदिन जीवनात वागताना त्यांच्या रोल मॉडेल्सकडून शिकतात.

१८. शिक्षक आणि विद्यार्थी यांच्यातील संवाद जिथे शिक्षक इच्छित आचरण करण्याच्या पायऱ्या स्पष्टपणे सांगतो. ऐकून शिकण्याला निरीक्षणाइतकेच महत्त्व आहे.

१९. प्रतीकात्मक मॉडेल म्हणून माध्यमे (चित्रपट, दूरचित्रवाणी, इंटरनेट, पुस्तके आणि रेडिओ) कार्य करतात. वास्तविक आणि कल्पित दोन्ही पात्रे उत्तेजना म्हणून कार्य करू शकतात. या टप्प्यावर, या टप्प्यावर, रोल मॉडेलच्या रूढिबद्धतेचा व्यक्तीच्या कृतींवर अधिक लक्षणीय परिणाम होईल.

मॉडेलचे स्वरूप, तसेच मानसिक आणि वर्तणूक प्रक्रिया, निरीक्षणाच्या माहिती गोळा करण्याच्या क्षमतेवर परिणाम करतात.

शिकण्यासाठी नमुनेदार वर्तनाकडे बारकाईने लक्ष देणे आवश्यक आहे. काय शिकत आहेत आणि प्रबलन कसे कार्य करते हे जाणून घेणे हे प्रयोगांमध्ये शिकण्याचे परिणाम मोठ्या प्रमाणात वाढवण्यासाठी दर्शविले गेले आहे. लक्ष (उदाहरणार्थ, प्रासंगिकता, नाविन्यपूर्णता, भावात्मक संयोजकता आणि कार्यात्मक मूल्य) हे निरीक्षक आणि कृती किंवा घटनेच्या क्षमता (उदाहरणार्थ, आकलन क्षमता, संज्ञानात्मक क्षमता, उत्तेजना, भूतकाळातील कामगिरी) या दोन्हींद्वारे प्रभावित होते. भिन्न मॉडेल्स निरीक्षणाच्या प्रासंगिकतेवर आणि व्यावहारिक मूल्यावर परिणाम करतात, ज्यामुळे लक्ष प्रभावित होते.

पाहिलेल्या वर्तनाचे पुनर्निर्माण करण्यासाठी, त्याची ठळक वैशिष्ट्ये टिकवून ठेवण्यास निरीक्षक सक्षम असणे आवश्यक आहे. इथेही, प्रक्रियेची गुंतागुंत ही निरीक्षक वैशिष्ट्ये (संज्ञानात्मक क्षमता, संज्ञानात्मक तालीम) आणि घटना वैशिष्ट्ये या दोन्हींमुळे प्रभावित होते. स्मृति संचय हा मनाच्या कार्यावर अवलंबून असतो.

पुनर्निर्माण करण्याची क्रिया :

जरी सरळ वाटत असली तरी वाटते त्यापेक्षा अधिक कठीण असू शकते कारण ती अनुभव, प्रेरणा आणि इतर तत्सम घटकांवर अवलंबून असते. कालांतराने, अभिप्राय आणि अतिरिक्त व केंद्रित प्रयत्नांच्या (लक्ष) मदतीने सहभागींचे परिणाम सुधारतील.

निरीक्षकाची उद्दिष्टे आणि अपेक्षा ते प्रत्यक्ष-वर्तनाची पुनरावृत्ती करणे निवडतात की नाही यावर प्रभाव टाकतात. एखादे कौशल्य किंवा कार्य शिकण्याची (आणि अखेरीस परिपूर्ण) व्यक्तीची आंतरिक प्रेरणा ही संपूर्ण शिक्षण प्रक्रियेमागील प्रेरक शक्ती म्हणून काम करते.

याव्यतिरिक्त, सांस्कृतिक बुद्धिमत्तेचा सिद्धांत, जो असा युक्तिवाद करतो की मानव सामाजिक शिक्षणाचा जास्तीत जास्त वापर करण्यासाठी, विशेषतः सांस्कृतिक माहितीसाठी, सामाजिक शिक्षण गृहीतकासाठी एक उदाहरण आहे.

सामाजिक शिक्षणाच्या मार्गांसाठी मानवांची निवड करण्यात आली आहे या संकल्पनेला प्रायोगिक पुराव्यांद्वारे समर्थन दिले जाते जे दर्शविते की मानव चिंपांझींच्या तुलनेत वर्तनाची जास्त नक्कल करतो . काही संशोधकांच्या मते एक प्रजाती म्हणून आपल्या यशाचे श्रेय आपल्या सामाजिक आणि सांस्कृतिक शिक्षणाच्या क्षमतेस दिले जाऊ शकते. या चौकशीतून मिळणाऱ्या सर्वात महत्त्वाच्या निष्कर्षांपैकी एक म्हणजे अपेक्षित परिणाम साध्य करण्यासाठी सामाजिक शिक्षण कौशल्ये इतर प्रकारच्या शिक्षण आणि बुद्धिमत्तेशी जोडली जातात.

एक मानसशास्त्रज्ञ आणि शिक्षक म्हणून लेव्ह वायगोत्स्की, या कल्पनेचे आद्य समर्थक होते की जेव्हा लोक त्यांच्या स्वतःच्या वातावरणात सक्रियपणे सहभागी होतात तेव्हा ते सर्वोत्तम शिकतात. मार्गदर्शित संभाषणे, रचनात्मक टिप्पण्या आणि सहयोगात्मक शिक्षण यासारख्या माध्यमातून प्राध्यापकांनी विद्यार्थ्यांशी अधिक अर्थपूर्ण संवाद साधला पाहिजे, असे त्यांनी आपल्या प्रस्तावात म्हटले आहे. मुले त्यांची मूल्ये आणि दृष्टीकोन त्यांच्या कुटुंबांमधून आणि समुदायांकडून घेतात, असेही त्यांचे मत होते.

सर एडविन सदरलँड यांनी त्यांच्या विभेदक संबंधांच्या सिद्धांतात अशी कल्पना मांडली की लोक इतरांशी त्यांच्या सामाजिक संवादातून बेकायदेशीर वर्तनाचे निकष, दृष्टीकोन, धोरणे आणि समर्थन निवडतात. सर एडविन सदरलँड यांनी सामाजिक शिक्षण गृहीतक तयार केले होते आणि असे म्हटले आहे की लोक त्यांच्या समवयस्कांकडून बेकायदेशीर वर्तनाचे निकष, विश्वास, धोरणे आणि प्रेरणा घेतात. लोक गुन्हेगार कसे बनतात हा या कल्पनेचा केंद्रबिंदू आहे, ते गुन्हेगार का बनतात हा नाही.

विभेदक संघटना असा अंदाज वर्तवते की जेव्हा कायदा मोडणारे आणि समतोल कायद्याचे पालन करणारे यातील तोल बिघडेल तेव्हा एखादी व्यक्ती बेकायदेशीर मार्ग स्वीकारेल". जर एखादी व्यक्ती आता उच्च सामाजिक पदावर असलेल्या पण जो पूर्वी संभाव्य गुन्हेगार असलेल्या व्यक्तीच्या संपर्कात आली किंवा त्याच्या प्रभावाखाली आली तर हे त्या व्यक्तीच्या जीवनात अधिक लक्षणीय होईल.

२.३.१ दूरचित्रवाणीचे भवितव्य आणि नवीन माध्यम सामाजिक शिक्षण:

दूरचित्रवाणीचे काय होईल या जुन्या प्रश्नाचे उत्तर एकच असल्याचे दिसते- संमिलन. जो एक कल आधीच सुरू झाला आहेः नेटफ्लिक्स कार्यक्रम आता स्मार्ट टीव्हीवर प्रक्षेपीत केले जात आहेत आणि कुटुंबे ऑनलाइन किंवा त्यांच्या दूरचित्रवाणी संचांवर त्याचा आनंद घेऊ शकतात. जसजसे तंत्रज्ञान डिजिटल केबल आणि डिजिटायझेशनच्या दिशेने पुढे गेले, तसतसे ॲनालॉग सिग्नलचा वापर करून होणारे जुन्या पद्धतीचे प्रसारण बंद करण्यात आले. इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि अगदी गेमिंग प्लॅटफॉर्म्सचा वारसा घेत, तसतसे इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि अगदी गेमिंग प्लॅटफॉर्मचा वारसा पुढे चालवत दुरचित्रवाणीची पुढची पिढी टीव्हीचे रिमोट कंट्रोल किंवा कीबोर्ड (आभासी/वास्तविक) वापरून वास्तविक-वेळेच्या निर्णयांमध्ये (दूरध्वनी लाईन्सद्वारे निष्क्रिय निर्णय घेणे हे वास्तविक कार्यक्रमांसाठी आजकाल अगदी सामान्य आहे) प्रेक्षकांना सहभागी करून घेता येईल.

दूरचित्रवाणी ब्रॉडकास्टमध्ये रिअल-टाइम सोशल मीडिया कॉमेंट्रीचे एकत्रीकरण दर्शकांच्या पसंतींवर आधारित कथानक आणि कथेमध्ये संभाव्य बदलांना अनुमती देते. या संकल्पनेमध्ये कथनात्मक कथाकथनावर लागू केलेले विशेष प्रभाव आणि वैयक्तिकृत गेमिंगचा क्रॉस-सेक्शन समाविष्ट आहे. हे शोच्या "खऱ्या गेमिफिकेशन" च्या संभाव्य भविष्याचे प्रतिनिधित्व करते, जेथे शोचे बेसलाइन वर्णन जसजसे पुढे जाईल तसतसे जटिल नियमांनुसार दर्शकांच्या सानुकूलित आवृत्त्या त्यांच्या आवडत्या टीव्ही शो भूमिकांमध्ये भाग घेऊ शकतात.

जाहिरातदार आणि प्रायोजकांना क्रॉस-प्लॅटफॉर्म जाहिरात हवी आहे जी वैयक्तिक वापरकर्त्यांसाठी अधिक प्रासंगिक असेल. गेमिंग, सोशल मीडिया आणि दूरचित्रवाणी मध्ये एकात्मिक ग्राहक ओळखीचे फायदे वाढू शकतात.

जाहिरातदार आणि प्रायोजकांना क्रॉस-प्लॅटफॉर्म जाहिराती हव्या आहेत ज्या वैयक्तिक वापरकर्त्यांसाठी आहेत. गेमिंग, सोशल मीडिया आणि दूरचित्रवाणी मधील एकगठ्ठा ग्राहक अस्तित्वाचे फायदे वाढू शकतात.

कॉमिक बुक्स, व्हिडिओ गेम्स, चित्रपट आणि दूरदर्शन हे सर्व ट्रान्समीडिया कथेच्या गुंतागुंतीत योगदान देऊ शकतात. वायर्ड किंवा वायरलेस/ प्रसारणाद्वारे पूर्ण डिजिटलायझेशन, माध्यमांमधील संमिलन , एकीकरण, सखोल संवाद, प्रेक्षकांचा प्रत्यक्ष किंवा थेट सहभाग किंवा अगदी कार्यक्रमाचे वर्णन आणि अनुकूलन किंवा वैयक्तिकरण यामुळे नवीन दूरचित्रवाणी क्रांतिकारी ठरू शकते. दर्शकांना सर्व माध्यमांमध्ये अधिक अखंड आणि एकीकृत अनुभव प्रदान करण्यासाठी तंत्रज्ञानामुळे त्यांच्यातील रेषा अस्पष्ट होऊ शकते. यामुळे निर्माते आणि माध्यम नेटवर्कसाठी नवीन संधी निर्माण होतील, परंतु नियमन आणि धोरण नियंत्रणाच्या बाबतीतही सरकारसमोर नवीन आव्हाने निर्माण होतील (कदाचित राष्ट्रीय संघटना किंवा संयुक्त राष्ट्रांनी ठरवल्याप्रमाणे जागतिक धोरणेही).

सराव

१. दूरचित्रवाणी प्रसारणात थेट प्रसारण भाष्य एकत्रीकरण (रिअल-टाइम सोशल मीडिया) कॉमेंट्रीचे एकत्रीकरण म्हणजे काय?

२. ॲनालॉग सिग्नल का बंद करण्यात आला?

३. सामाजिक शिक्षण (सोशल लर्निंग) म्हणजे काय?

२.४ समारोप

तुलनेने परंपरावादी माध्यम असले तरी केबल आणि उपग्रह सेवांचा प्रसार आणि डिजिटल दूरचित्रवाणी चा मोठ्या प्रमाणात अवलंब यामुळे दूरचित्रवाणी आता घरोघरी उपलब्ध झाली आहे. स्मार्ट फोन (जे इंटरनेट आणि समाज मध्यमांसह संगणक आणि प्रसारण तंत्रज्ञान प्रभावीपणे एकत्र करतात) त्याआधारे प्रत्येकाला नवीन माध्यमांचा वापर करणे शक्य झाले आहे.

संगणकीय, प्रसारण आणि इंटरनेटच्या एकत्रीकरणाद्वारे 'स्मार्ट' बनलेल्या दूरचित्रवाणीच्या बाबतीतही असेच म्हटले जाऊ शकते आणि नवीन माध्यमे वास्तविक मानक बनली असतील ज्याद्वारे सर्व माहिती पाहिली जाते, दूरदर्शन, चित्रपट आणि सामाजिक माध्यमे/इंटरनेट एकत्र आणले जातील. यामुळे इतर लोकांकडून गर्भित किंवा मौखिक ज्ञान मिळवण्याची संधी लक्षणीयरीत्या वाढते. सुप्त प्रभाव आपल्या चेतनेत खोलवर प्रवेश करत आहेत, ज्यामुळे पाहिलेल्या आणि मिळवलेल्या वर्तनांमध्ये वाढ होत आहे, हे लक्षात घेता की आपण जाणीवपूर्वक शिक्षण आणि आनंद या दोन्हींसाठी सर्व प्रकारच्या माध्यमांच्या सामग्रीच्या सतत संपर्कात असतो. संभाव्यतः एक अशी पिढी तयार करणे जी सक्रिय आणि सामाजिकदृष्ट्या जागरूक आहे, परंतु आभासी मैत्रीत भरभराटीला येऊ शकते परंतु वास्तविक मैत्रीत कमकुवत होऊ शकते.

शैक्षणिक वर्तुळात घटकांचे आपले ज्ञान आणि त्यांचा प्रभाव आणि उत्कृष्टता वाढविण्याव्यतिरिक्त, तपशील, मॉडेलिंग आणि एकात्मिक जुन्या आणि नवीन माध्यमांच्या विस्ताराचा विकास शिक्षण प्रक्रिया अधिक वापरकर्त्या-अनुकूल, सहज उपलब्ध, सुलभ आणि परिष्कृत बनवून जगभरातील लोकांना फायदेशीर ठरेल. या प्रकारचे ज्ञान अधिक प्रभावी शिक्षण सहाय्यांच्या विकासास अनुमती देईल जे प्रत्येक व्यक्तीसाठी त्यांच्या परिस्थिती आणि जनसांख्यिकीय प्रोफाइलच्या आधारे समायोजित केले जाऊ शकते.

घटकांविषयीचे आपले ज्ञान आणि त्यांचा शैक्षणिक वर्तुळातील प्रभाव आणि उत्कृष्टता वाढवण्याव्यतिरिक्त, तपशीलांचा विकास, मॉडेलिंग आणि एकीकृत जुन्या आणि नवीन माध्यमांपर्यंत विस्तार केल्याने शिकण्याची प्रक्रिया अधिक वापरकर्ता-अनुकूल, सहज उपलब्ध, सुलभ आणि सुसंस्कृत केल्याने जगभरातील लोकांना फायदा होईल. अशा प्रकारचे ज्ञान अधिक प्रभावी शिक्षण साधनांच्या विकासास अनुमती देईल जे प्रत्येक व्यक्तीसाठी त्यांची परिस्थिती आणि जनसांख्यिकीय रेखाचित्राच्या आधारे समायोजित केले जाऊ शकते.

२.५ प्रश्न

१. नवीन माध्यमे पारंपारिक दूरचित्रवाणी पेक्षा कशी वेगळी आहेत?

२. दूरचित्रवाणीसाठी पुढील दशकाची योजना काय आहे, दूरचित्रवाणीचे भवितव्य काय आहे?

३. बंडुरा यांचा सामाजिक शिक्षण सिद्धांत काय आहे आणि त्यामध्ये समाविष्ट प्रक्रिया / घटक / तत्त्वे थोडक्यात समजावून सांगा

४. सामाजिक शिक्षण सिद्धांतातील कोणत्याही दोन प्रक्रिया घटकांचे स्पष्टीकरण करा

५. बोधाचा समाजशास्त्रीय सिद्धांत म्हणजे काय?

६. डिफरेंशियल असोसिएशनचा सिद्धांत काय आहे?

२.२.१ माध्यम संमिलन आणि प्रसारमाध्यमांच्या सोयीसाठी एक प्रकरण:

जसजसा माध्यमांचा विस्तार आणि एकत्रिकरण होत आहे, विशेषत: वेब किंवा अगदी मोबाइल नेटवर्कचा वापर करून वितरणाच्या नवीन आकृतिबंधाद्वारे प्रक्षेपण किंवा नेटवर्कचा न वापर करता (ऑफलाइन) करत आहेत, दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांमधील फरक कमी होत चालला आहे. ग्राहक जे प्रक्षेपीत केलं जात आहे किंवा स्ट्रीम होत आहे; थोडक्यात त्याला उपलब्ध करून दिलं जात आहे ते सर्व त्याला सोयीस्कर असलेल्या कोणत्याही माध्यमाचा वापर करत; मग तो पारंपारिक दूरचित्रवाणी संच असो किंवा स्मार्ट दूरचित्रवाणी किंवा मोबाइल वा संगणक असो; तो ते पाहतो. पूर्वी असणारे फरक जसं दूरचित्रवाणी आणि समाज माध्यमं / वेब असणे आणि मोबाइल जोडलेले नसणे दूर झाले आहेत आणि नवीन इंटिग्रेटेड मॉडेल म्हणजे समाज माध्यम सामग्री आधुनिक स्मार्ट दूरचित्रवाणी सेटवर देखील उपलब्ध आहे.

प्रसारमाध्यमांचे संमिलन माध्यमांसाठी सोयीचे होत आहे, परंतु हे लक्षात घेतले पाहिजे की अमेरिकन सरकारने नुकत्याच प्रकाशित केलेल्या आकडेवारीनुसार लोकांनी संगणक ब्राउझिंग किंवा विश्रांतीच्या इतर मार्गांपेक्षा पारंपारिक दूरचित्रवाणी पाहणे पसंत केले.

प्रगती तपास

१. माध्यम संमिलन (मीडिया कन्व्हर्जन) म्हणजे काय?

२. दूरचित्रवाणी आणि ओटीटी प्लॅटफॉर्मवरील टॉप ५ शोजबद्दल चर्चा करा आणि ते कोणत्या शैली मधे येतात?

३. दूरचित्रवाणी विरुद्ध चित्रपट विरुद्ध नवीन माध्यमं यांच्या वैशिष्ट्यांची सूची करा.

२.३ दूरचित्रवाणी विरुद्ध नवीन माध्यमांचे सामाजिक शिक्षण सिद्धांत आणि भूमिका काय आहे.

सामाजिक शिक्षण सिद्धांत (सोशल लर्निंग थिअरीज) हे मूलत: आपल्या शिकण्यामागील प्रणाली सुचवणारे सिद्धांत आहेत - त्यांच्या मतानुसार सामाजिक शिक्षण नेहमीच सामाजिक वातावरणात घडते म्हणूनच ते जाणीवपूर्वक केलेले प्रयत्न असो किंवा सुप्त प्रयत्न. सिद्धांत शिकण्याच्या प्रक्रियेचे मॉडेल तयार करण्याचा प्रयत्न करतात,

अल्बर्ट बंडुरा यांनी शिकणे म्हणजे एखाद्याला काहीतरी करताना पाहणे, लक्ष देणे, जे पाहिले आहे ते टिकवून ठेवणे आणि नंतर पुनरुत्पादन करणे ही सामाजिक प्रक्रिया असल्याचे स्पष्ट केले. यात पाच तत्त्वे असतात (कधीकधी ४ कारण निरीक्षण हे मुख्य वैशिष्ट्य मानले जाते ज्यावर आधारित सिद्धांत तयार केला जातो) किंवा शिकलेले कौशल्याच्या देवाण-घेवाणीसाठी एकमेकांशी संवाद साधणारे घटक, ते आहेत:

१. निरीक्षण

२. लक्षपूर्वक ऐकणे/ पाहणे

३. धारण करणे

४. पुनर्निर्माण

५. प्रेरणा

कधीकधी हे निरीक्षण आणि मॉडेलिंग वर्तनाच्या कोणत्याही प्रकारात ४ घटकांमध्ये विभागले जाते: लक्षपूर्वक पाहणे/ऐकणे, धारण करणे, पुनर्निर्माण आणि प्रेरणा कारण निरीक्षण हा तत्त्वांचा अंतर्निहित भाग मानला जातो.

अमेरिकन सायकॉलॉजिकल असोसिएशनमध्ये म्हटल्याप्रमाणे "अल्बर्ट बंडुरा यांनी आपल्या सामाजिक शिक्षण सिद्धांतावर आधारित मालिका-नाट्य यांच्या साह्याने लोकांना त्यांच्या जीवनशैलीत बदल करण्यास आणि हानिकारक सामाजिक प्रथा बदलण्यास कसे प्रवृत्त करू शकतात यावर प्रकाश टाकला", दूरचित्रवाणी मालिका, त्या रोजच्या पाहण्यानं आणि त्या विषयीच्या जिव्हाळ्यामुळे त्वरित वर्तन बदलण्याची क्षमता बाळगून असतात. विशेषत: जेव्हा तरुण त्यांच्या दैनंदिन जीवनात नायक किंवा खलनायकाच्या सवयी आणि त्या पात्रांचे अनुसरण करू शकतात.

तसेच बाल, समुदाय आणि सामाजिक विज्ञान मंत्रालयाचा एक अभ्यास अहवाल-

“माध्यमांवरील हिंसाचारामुळे खऱ्या आयुष्यात देखील आक्रमकता आणि हिंसाचार निर्माण होतो, याचे स्पष्ट आणि सातत्याने पुरावे आहेत,” असे या अहवालात म्हटले आहे. अमेरिकन मेडिकल असोसिएशन आणि अमेरिकन सायकॉलॉजिकल असोसिएशनने जून २००० मध्ये मनोरंजन हिंसाचाराच्या पॅथॉलॉजिकल परिणामांबद्दल एक संयुक्त जाहीरनामा जारी केला. (अमेरिकन अकॅडमी ऑफ पेडियाट्रिक्स, २०००) या संघटनांच्या म्हणण्यानुसार, प्रसारमाध्यमांत दाखवण्यात येणारा हिंसाचार आणि काही तरुणांमधील हिंसक वर्तन यांच्यात संबंध असल्याचे पुरावे आढळून येतात.

१. लेव्ह वायगोत्स्की हे सामाजिक संदर्भाने शिक्षणाच्या क्षेत्रातही अग्रदूत मानले जातात; ते संज्ञानात्मक विकासाच्या समाजशास्त्रीय सिद्धांताचे- ज्यानुसार शिकणे म्हणजे समूहातील लोकांमधील संवादाचा परिणाम होय असे मानले जाते - समर्थक होते ; आपल्या कार्यात, वायगोत्स्की यांनी असे प्रतिपादन केले की शिक्षक त्यांच्या विद्यार्थ्यांच्या शैक्षणिक अनुभवांच्या बऱ्याच पैलूंवर अधिक चांगल्या प्रकारे प्रभाव टाकू शकतात, ज्यात विद्यार्थ्यांची कार्ये, वर्तन आणि प्रतिसाद यांचा समावेश आहे, विद्यार्थ्यांचे विषयावरील प्रभुत्व सुधारण्याच्या उद्देशाने.

२. वास्तविक जगातील शिकण्याच्या परिस्थितीतील बहुजिनसीपणाचा लेखाजोखा मांडण्यासाठी, "सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांनी शिक्षणाचे वर्तनात्मक आणि संज्ञानात्मक सिद्धांत एकत्रित केले."

संदर्भ: [विकिपीडिया] [https://en.wikipedia.org/wiki/Social_learning_theory].

३. समकालीन सामाजिक शिक्षण सिद्धांतांच्या (सोशल लर्निंग थिअरी) काही मध्यवर्ती कल्पना येथे आहेत, जसे जोन ग्रुसेक यांनी त्यांच्या "सोशल लर्निंग थिअरी अँड डेव्हलपमेंट सायकॉलॉजी: द हेरिटेज ऑफ रॉबर्ट सीअर्स अँड अल्बर्ट बंडुरा" (विकिपीडियावरून रूपांतरित सामग्री) या पुस्तकात नमूद केले आहे.

४. शिक्षण ही केवळ प्रेक्षणीय वर्तनांचा संच नसून एक संज्ञानात्मक आणि सामाजिक प्रक्रिया आहे,

५. पर्यायी प्रबलन ही अशी प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे शिकणारा आचरण आणि त्याचे परिणाम पाहून ज्ञान प्राप्त करतो.

६. शिक्षणामध्ये निरीक्षण, माहिती काढणे आणि वर्तन कसे करावे याबद्दल निर्णय घेणे (ऑब्झर्व्हेशनल लर्निंग किंवा मॉडेलिंग) समाविष्ट आहे.

७. प्रबलनामुळे शिकण्यास हातभार लागतो, परंतु त्यासाठी ते एकमेव जबाबदार घटक नाही.

८. विद्यार्थी हा सादर करण्यात येणाऱ्या माहितीचा त्रयस्थ निरिक्षक नसतो. विचार, भावना आणि कृती यांचा परस्परसंबंध समजून घेणे म्हणजे पारस्परिक नियतत्ववाद (reciprocal determinism) होय.

९. लेव वायगोत्स्की यांचा संज्ञानात्मक-संरचनात्मक सिद्धांत

१०. सिद्धांतानुसार संज्ञानात्मक प्रतिभा समाजाद्वारे आकाराला येतात आणि समाजामुळेच प्रभावित होतात. शिकणे, स्मरणशक्ती, चौकसपणा आणि समस्या सोडविणे या काही क्षमता आहेत ज्या एखाद्याच्या संस्कृतीमुळे प्रभावित होऊ शकतात. शिकण्यासाठी हे संकेत लक्षात घेतले पाहिजेत.

११. शिक्षणात दूरचित्रवाणी आणि इतर नवीन माध्यमांची भूमिका: सामाजिक सिद्धांतांचे सिंहावलोकन

१२. वैयक्तिक मुलाखत आणि दृश्य पुरावे

१३. बंडुरा यांनी वर्णन आणि विस्तारीत केल्याप्रमाणे आधुनिक सामाजिक शिक्षण सिद्धांत (Modern social learning theory) हा निरीक्षण आणि प्रतिरूपण (मॉडेलिंग) जोडून उत्तेजन-प्रतिसाद सिद्धांतांवर (stimulus-response theories) तसेच पारस्परिक नियतत्ववादाची (reciprocal determinism,) संकल्पना ज्याच्या आधारे वर्तन हे व्यक्ती आणि त्याच्या वातावरणाचा परिणाम म्हणून निर्धारित केले जाते, तसेच पर्यावरणाचा व्यक्तीच्या वर्तनावर परिणाम होतो किंवा त्या उलट. त्यांच्या सभोवतालच्या संकेतांमुळे व्यक्ती विशिष्ट वर्तनात गुंतण्यासाठी प्रेरित होऊ शकतात.जसे की क्रिकेटचा हंगाम किंवा एखादा विशिष्ट सामना, जो नंतर इतरांना त्याच खेळात गुंतण्यासाठी प्रेरित करू शकतो, इत्यादी.

१४. मानसिक अनुकरण (मेंटल सिम्युलेशन) तयार करणे

१५. [हा विभाग विकिपीडियावर आधारित आहे आणि तेथूनच मोठ्या प्रमाणात घेतलेला आहे. या विषयाचे उत्तम व संक्षिप्त विवेचन विकिपीडियावर सापडेल.]

१६. प्रतिरूपण उत्तेजनाचे (मॉडेलिंग स्टीम्युलस) तीन वेगवेगळे वर्ग आहेत.

१७. लाइव्ह मॉडेल्स, -म्हणजे ज्यामध्ये एखादी व्यक्ती इच्छित वर्तन करीत आहे- त्याचा थेट परिणाम होतो, त्याचे प्रमुख कारण लोक त्यांच्या दैनंदिन जीवनात वागताना त्यांच्या रोल मॉडेल्सकडून शिकतात.

१८. शिक्षक आणि विद्यार्थी यांच्यातील संवाद जिथे शिक्षक इच्छित आचरण करण्याच्या पायऱ्या स्पष्टपणे सांगतो. ऐकून शिकण्याला निरीक्षणाइतकेच महत्त्व आहे.

१९. प्रतीकात्मक मॉडेल म्हणून माध्यमे (चित्रपट, दूरचित्रवाणी, इंटरनेट, पुस्तके आणि रेडिओ) कार्य करतात. वास्तविक आणि कल्पित दोन्ही पात्रे उत्तेजना म्हणून कार्य करू शकतात. या टप्प्यावर, या टप्प्यावर, रोल मॉडेलच्या रूढिबद्धतेचा व्यक्तीच्या कृतींवर अधिक लक्षणीय परिणाम होईल.

मॉडेलचे स्वरूप, तसेच मानसिक आणि वर्तणूक प्रक्रिया, निरीक्षणाच्या माहिती गोळा करण्याच्या क्षमतेवर परिणाम करतात.

शिकण्यासाठी नमुनेदार वर्तनाकडे बारकाईने लक्ष देणे आवश्यक आहे. काय शिकत आहेत आणि प्रबलन कसे कार्य करते हे जाणून घेणे हे प्रयोगांमध्ये शिकण्याचे परिणाम मोठ्या प्रमाणात वाढवण्यासाठी दर्शविले गेले आहे. लक्ष (उदाहरणार्थ, प्रासंगिकता, नाविन्यपूर्णता, भावात्मक संयोजकता आणि कार्यात्मक मूल्य) हे निरीक्षक आणि कृती किंवा घटनेच्या क्षमता (उदाहरणार्थ, आकलन क्षमता, संज्ञानात्मक क्षमता, उत्तेजना, भूतकाळातील कामगिरी) या दोन्हींद्वारे प्रभावित होते. भिन्न मॉडेल्स निरीक्षणाच्या प्रासंगिकतेवर आणि व्यावहारिक मूल्यावर परिणाम करतात, ज्यामुळे लक्ष प्रभावित होते.

पाहिलेल्या वर्तनाचे पुनर्निर्माण करण्यासाठी, त्याची ठळक वैशिष्ट्ये टिकवून ठेवण्यास निरीक्षक सक्षम असणे आवश्यक आहे. इथेही, प्रक्रियेची गुंतागुंत ही निरीक्षक वैशिष्ट्ये (संज्ञानात्मक क्षमता, संज्ञानात्मक तालीम) आणि घटना वैशिष्ट्ये या दोन्हींमुळे प्रभावित होते. स्मृति संचय हा मनाच्या कार्यावर अवलंबून असतो.

पुनर्निर्माण करण्याची क्रिया - जरी सरळ वाटत असली तरी वाटते त्यापेक्षा अधिक कठीण असू शकते कारण ती अनुभव, प्रेरणा आणि इतर तत्सम घटकांवर अवलंबून असते. कालांतराने, अभिप्राय आणि अतिरिक्त व केंद्रित प्रयत्नांच्या (लक्ष) मदतीने सहभागींचे परिणाम सुधारतील.

निरीक्षकाची उद्दिष्टे आणि अपेक्षा ते प्रत्यक्ष-वर्तनाची पुनरावृत्ती करणे निवडतात की नाही यावर प्रभाव टाकतात. एखादे कौशल्य किंवा कार्य शिकण्याची (आणि अखेरीस परिपूर्ण) व्यक्तीची आंतरिक प्रेरणा ही संपूर्ण शिक्षण प्रक्रियेमागील प्रेरक शक्ती म्हणून काम करते.

याव्यतिरिक्त, सांस्कृतिक बुद्धिमत्तेचा सिद्धांत, जो असा युक्तिवाद करतो की मानव सामाजिक शिक्षणाचा जास्तीत जास्त वापर करण्यासाठी, विशेषतः सांस्कृतिक माहितीसाठी, सामाजिक शिक्षण गृहीतकासाठी एक उदाहरण आहे.

सामाजिक शिक्षणाच्या मार्गांसाठी मानवांची निवड करण्यात आली आहे या संकल्पनेला प्रायोगिक पुराव्यांद्वारे समर्थन दिले जाते जे दर्शविते की मानव चिंपांझींच्या तुलनेत वर्तनाची जास्त नक्कल करतो. काही संशोधकांच्या मते एक प्रजाती म्हणून आपल्या यशाचे श्रेय आपल्या सामाजिक आणि सांस्कृतिक शिक्षणाच्या क्षमतेस दिले जाऊ शकते. या चौकशीतून मिळणाऱ्या सर्वात महत्त्वाच्या निष्कर्षांपैकी एक म्हणजे अपेक्षित परिणाम साध्य

करण्यासाठी सामाजिक शिक्षण कौशल्ये इतर प्रकारच्या शिक्षण आणि बुद्धिमत्तेशी जोडली जातात.

एक मानसशास्त्रज्ञ आणि शिक्षक म्हणून लेव्ह वायगोत्स्की, या कल्पनेचे आद्य समर्थक होते की जेव्हा लोक त्यांच्या स्वतःच्या वातावरणात सक्रियपणे सहभागी होतात तेव्हा ते सर्वोत्तम शिकतात. मार्गदर्शित संभाषणे, रचनात्मक टिप्पण्या आणि सहयोगात्मक शिक्षण यासारख्या माध्यमातून प्राध्यापकांनी विद्यार्थ्यांशी अधिक अर्थपूर्ण संवाद साधला पाहिजे, असे त्यांनी आपल्या प्रस्तावात म्हटले आहे. मुले त्यांची मूल्ये आणि दृष्टीकोन त्यांच्या कुटुंबांमधून आणि समुदायांकडून घेतात, असेही त्यांचे मत होते.

सर एडविन सदरलँड यांनी त्यांच्या विभेदक संबंधांच्या सिद्धांतात अशी कल्पना मांडली की लोक इतरांशी त्यांच्या सामाजिक संवादातून बेकायदेशीर वर्तनाचे निकष, दृष्टीकोन, धोरणे आणि समर्थन निवडतात. सर एडविन सदरलँड यांनी सामाजिक शिक्षण गृहीतक तयार केले होते आणि असे म्हटले आहे की लोक त्यांच्या समवयस्कांकडून बेकायदेशीर वर्तनाचे निकष, विश्वास, धोरणे आणि प्रेरणा घेतात. लोक गुन्हेगार कसे बनतात हा या कल्पनेचा केंद्रबिंदू आहे, ते गुन्हेगार का बनतात हा नाही.

विभेदक संघटना असा अंदाज वर्तवते की जेव्हा कायदा मोडणारे आणि समतोल कायद्याचे पालन करणारे यातील तोल बिघडेल तेव्हा एखादी व्यक्ती बेकायदेशीर मार्ग स्वीकारेल". जर एखादी व्यक्ती आता उच्च सामाजिक पदावर असलेल्या पण जो पूर्वी संभाव्य गुन्हेगार असलेल्या व्यक्तीच्या संपर्कात आली किंवा त्याच्या प्रभावाखाली आली तर हे त्या व्यक्तीच्या जीवनात अधिक लक्षणीय होईल.

२.३.१ दूरचित्रवाणीचे भवितव्य आणि नवीन माध्यम सामाजिक शिक्षण:

दूरचित्रवाणीचे काय होईल या जुन्या प्रश्नाचे उत्तर एकच असल्याचे दिसते- संमिलन. जो एक कल आधीच सुरू झाला आहेः नेटफ्लिक्स कार्यक्रम आता स्मार्ट टीव्हीवर प्रक्षेपीत केले जात आहेत आणि कुटुंबे ऑनलाइन किंवा त्यांच्या दूरचित्रवाणी संचांवर त्याचा आनंद घेऊ शकतात. जसजसे तंत्रज्ञान डिजिटल केबल आणि डिजिटायझेशनच्या दिशेने पुढे गेले, तसतसे ॲनालॉग सिग्नलचा वापर करून होणारे जुन्या पद्धतीचे प्रसारण बंद करण्यात आले. इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि अगदी गेमिंग प्लॅटफॉर्म्सचा वारसा घेत, तसतसे इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि अगदी गेमिंग प्लॅटफॉर्मचा वारसा पुढे चालवत दुरचित्रवाणीची पुढची पिढी टीव्हीचे रिमोट कंट्रोल किंवा कीबोर्ड (आभासी/वास्तविक) वापरून वास्तविक-वेळेच्या निर्णयांमध्ये (दूरध्वनी लाईन्सद्वारे निष्क्रिय निर्णय घेणे हे वास्तविक कार्यक्रमांसाठी आजकाल अगदी सामान्य आहे) प्रेक्षकांना सहभागी करून घेता येईल.

दूरचित्रवाणी प्रसारणामध्ये सामाजिक माध्यमातील प्रत्यक्ष-वेळेचे (रियल टाइम) भाष्याचे एकत्रीकरण लोकांनी निवडल्यास कथानक आणि कथेत बदल असे केले जाऊ शकतात. विशेष प्रभाव आणि गेमिंगचे वैयक्तिकरण यांचे क्रॉस-सेक्शन कथाकथनावर लागू होते हे कार्यक्रमांच्या "खऱ्या गेमिफिकेशन" चे भविष्य असू शकते, ज्यामध्ये दर्शक-अनुकूल

आवृत्त्या कार्यक्रमाची आधारभूत कथा जसजशी पुढे सरकते तसतशी गुंतागुंतीच्या नियमांनुसार त्यांच्या आवडत्या टीव्ही कार्यक्रमांच्या भूमिका साकारतात.

जाहिरातदार आणि प्रायोजकांना क्रॉस-प्लॅटफॉर्म जाहिरात हवी आहे जी वैयक्तिक वापरकर्त्यांसाठी अधिक प्रासंगिक असेल. गेमिंग, सोशल मीडिया आणि दूरचित्रवाणी मध्ये एकात्मिक ग्राहक ओळखीचे फायदे वाढू शकतात.

जाहिरातदार आणि प्रायोजकांना क्रॉस-प्लॅटफॉर्म जाहिराती हव्या आहेत ज्या वैयक्तिक वापरकर्त्यांसाठी आहेत. गेमिंग, सोशल मीडिया आणि दूरचित्रवाणी मधील एकगठ्ठा ग्राहक अस्तित्वाचे फायदे मिळू शकतात.

कॉमिक बुक्स, व्हिडिओ गेम्स, चित्रपट आणि दूरदर्शन हे सर्व ट्रान्समीडिया कथेच्या गुंतागुंतीत योगदान देऊ शकतात. वायर्ड किंवा वायरलेस/प्रसारणाद्वारे पूर्ण डिजिटलायझेशन, माध्यमांमधील संमिलन, एकीकरण, सखोल संवाद, प्रेक्षकांचा प्रत्यक्ष किंवा थेट सहभाग किंवा अगदी कार्यक्रमाचे वर्णन आणि अनुकूलन किंवा वैयक्तिकरण यामुळे नवीन दूरचित्रवाणी क्रांतिकारी ठरू शकते. दर्शकांना सर्व माध्यमांमध्ये अधिक अखंड आणि एकीकृत अनुभव प्रदान करण्यासाठी तंत्रज्ञानामुळे त्यांच्यातील रेषा अस्पष्ट होऊ शकते. यामुळे निर्माते आणि माध्यम नेटवर्कसाठी नवीन संधी निर्माण होतील, परंतु नियमन आणि धोरण नियंत्रणाच्या बाबतीतही सरकारसमोर नवीन आव्हाने निर्माण होतील (कदाचित राष्ट्रीय संघटना किंवा संयुक्त राष्ट्रांनी ठरवल्याप्रमाणे जागतिक धोरणेही).

आपली प्रगती तपासा

१. दूरचित्रवाणी प्रसारणात प्रत्यक्ष-वेळेबाबत भाष्य एकत्रीकरण (रिअल-टाइम सोशल मीडिया कॉमेंट्री) एकत्रीकरण म्हणजे काय?

२. ॲनालॉग सिग्नल का बंद करण्यात आला?

३. सामाजिक शिक्षण (सोशल लर्निंग) म्हणजे काय?

२.४ समारोप

तुलनेने परंपरावादी माध्यम असले तरी केबल आणि उपग्रह सेवांचा प्रसार आणि डिजिटल दूरचित्रवाणी चा मोठ्या प्रमाणात अवलंब यामुळे दूरचित्रवाणी आता घरोघरी उपलब्ध झाली आहे. स्मार्ट फोन (जे इंटरनेट आणि समाज मध्यमांसह संगणक आणि प्रसारण तंत्रज्ञान प्रभावीपणे एकत्र करतात) त्याआधारे प्रत्येकाला नवीन माध्यमांचा वापर करणे शक्य झाले आहे.

संगणकीय, प्रसारण आणि इंटरनेटच्या एकत्रीकरणाद्वारे 'स्मार्ट' बनलेल्या दूरचित्रवाणीच्या बाबतीतही असेच म्हटले जाऊ शकते आणि नवीन माध्यमे वास्तविक मानक बनली असतील ज्याद्वारे सर्व माहिती पाहिली जाते, दूरदर्शन, चित्रपट आणि सामाजिक माध्यमे/इंटरनेट एकत्र आणले जातील. यामुळे इतर लोकांकडून गर्भित किंवा मौखिक ज्ञान मिळवण्याची संधी लक्षणीयरीत्या वाढते. सुप्त प्रभाव आपल्या चेतनेत खोलवर प्रवेश करत आहेत, ज्यामुळे पाहिलेल्या आणि मिळवलेल्या वर्तनांमध्ये वाढ होत आहे, हे लक्षात घेता की आपण जाणीवपूर्वक शिक्षण आणि आनंद या दोन्हींसाठी सर्व प्रकारच्या माध्यमांच्या सामग्रीच्या सतत संपर्कात असतो. संभाव्यतः एक अशी पिढी तयार करणे जी सक्रिय आणि सामाजिकदृष्ट्या जागरूक आहे, परंतु आभासी मैत्रीत भरभराटीला येऊ शकते परंतु वास्तविक मैत्रीत कमकुवत होऊ शकते.

शैक्षणिक वर्तुळात घटकांचे आपले ज्ञान आणि त्यांचा प्रभाव आणि उत्कृष्टता वाढविण्याव्यतिरिक्त, तपशील, मॉडेलिंग आणि एकात्मिक जुन्या आणि नवीन माध्यमांच्या विस्ताराचा विकास शिक्षण प्रक्रिया अधिक वापरकर्त्या-अनुकूल, सहज उपलब्ध, सुलभ आणि परिष्कृत बनवून जगभरातील लोकांना फायदेशीर ठरेल. या प्रकारचे ज्ञान अधिक प्रभावी शिक्षण सहाय्यांच्या विकासास अनुमती देईल जे प्रत्येक व्यक्तीसाठी त्यांच्या परिस्थिती आणि जनसांख्यिकीय प्रोफाइलच्या आधारे समायोजित केले जाऊ शकते.

घटकांविषयीचे आपले ज्ञान आणि त्यांचा शैक्षणिक वर्तुळातील प्रभाव आणि उत्कृष्टता वाढवण्याव्यतिरिक्त, तपशीलांचा विकास, मॉडेलिंग आणि एकीकृत जुन्या आणि नवीन माध्यमांपर्यंत विस्तार केल्याने शिकण्याची प्रक्रिया अधिक वापरकर्ता-अनुकूल, सहज उपलब्ध, सुलभ आणि सुसंस्कृत केल्याने जगभरातील लोकांना फायदा होईल. अशा प्रकारचे ज्ञान अधिक प्रभावी शिक्षण साधनांच्या विकासास अनुमती देईल जे प्रत्येक व्यक्तीसाठी त्यांची परिस्थिती आणि जनसांख्यिकीय रेखाचित्राच्या आधारे समायोजित केले जाऊ शकते.

२.५ प्रश्न

१. नवीन माध्यमे पारंपारिक दूरचित्रवाणी पेक्षा कशी वेगळी आहेत?

२. दूरचित्रवाणीसाठी पुढील दशकाची योजना काय आहे, दूरचित्रवाणीचे भवितव्य काय आहे?

३. बंडुरा यांचा सामाजिक शिक्षण सिद्धांत काय आहे आणि त्यामध्ये समाविष्ट प्रक्रिया / घटक / तत्त्वे थोडक्यात समजावून सांगा

४. सामाजिक शिक्षण सिद्धांतातील कोणत्याही दोन प्रक्रिया घटकांचे स्पष्टीकरण करा

५. बोधाचा समाजशास्त्रीय सिद्धांत म्हणजे काय?

६. विभेदक संघटन सिद्धांत (थिअरी डिफरेंशियल असोसिएशन) सिद्धांत काय आहे?

*****

३

सांस्कृतिक उद्योगांचा पुनर्विचार करणे

पाठाची रूपरेषा

३.० उद्दिष्टे

३.१ परिचय

३.२ विभिन्न परिमाण

३.३ प्रभाव आणि सिद्धांत

३.४ पुनर्विचार

३.५ समारोप

३.६ प्रश्न

३.० उद्दिष्टे

या पाठामुळे तुम्हाला समजेल

- सांस्कृतिक उद्योगामागील मानसशास्त्र.
- पारंपारिक उद्योगाच्या पलीकडे असलेले घटक
- संस्कृती, त्याचे स्रोत आणि सांस्कृतिक उद्योग यांचा पुनर्विचार करण्याची गरज आहे.

३.१ परिचय

पहिल्यांदा व्यायाम करायला, जिमला जायला किंवा धावायला सुरुवात केली ते तुम्हाला आठवतंय का? होय, मला कल्पना आहे, ते सगळं गोंधळाचे होते; ते दिवस होते जेव्हा तुमचे शरीर दिवसभर "वेदना" ओरडत होते; ते कठीण होते, बरोबर?

जेव्हा तुम्ही पहिल्यांदा काहीतरी करायला सुरुवात करता तेव्हा परिस्थिती कठीण असते, हो न? तथापि, आपण आपल्या उद्देशाला चिकटून राहिल्यास, आपल्यासाठी पूर्वी कठीण वाटणारी कामं पूर्ण करणे सोपे होऊन जाते.

तुम्ही परिवर्तनाचे वर्णन कसे कराल? वर्णन हा संस्कृतीच्या निर्मितीचा आधार आहे. कसं? पाहूया...

विल्यम ग्लासर (अमेरिकन मनोचिकित्सक) यांच्या मते, आपल्या अस्तित्वाचे गुण आपण निवडलेल्या वर्तनाद्वारे परिभाषित केले जातात. जगणे, प्रेम आणि आपलेपणा, स्वातंत्र्य,

मजा आणि सामर्थ्य या पाच अनुवांशिकदृष्ट्या निर्धारित गरजा आहेत ज्या आपल्या निर्णयांना मार्गदर्शन करतात.

हे निर्णय एखाद्या विशिष्ट विषयाबाबत आपले वर्तन तयार करतात. जेव्हा तुम्ही पॅटर्न लक्षात घ्याल तर तुमच्या लक्षात येईल की तुमच्या वागणुकीचे/नैतिक तत्त्वज्ञानाच्या सवयीचे चक्र हा संस्कृतीचा पाया आहे.

आधीचे व्यायामाचे उदाहरण आठवते? आधी उठा, मग धावा किंवा व्यायाम करा, असा नियम तुम्हाला नक्कीच मनाविरूद्ध वाटत असणार. काही दिवसांच्या सरावाने हाच नियम तुमच्यासाठी एक अनुशासन बनून गेला आहे. परिणामी तुम्ही अशी सवय अंगी बाणवता जे तुमचे नैतिक तत्वज्ञान ठरवते.

समाजाचे सामान्य नैतिक तत्त्वज्ञान हे संस्कृती म्हणून ओळखले जाते. त्यामुळे संस्कृती बदलण्यासाठी किंवा प्रभाव पाडण्यासाठी नेहमी समाजातील लोक आचरणात आणत असलेल्या नियमांना लक्ष्य केले पाहिजे. लक्षात ठेवा, हा बदल किंवा प्रभाव व्यवहारात समकालीन संस्कृतीसाठी सकारात्मक आणि नकारात्मक दोन्हीप्रकारे असू शकतो.

कसे? हे अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी खालील प्रश्नाचे उत्तर द्या.

तुम्ही कधी अशा परिस्थितीला तोंड दिलं आहे का जेव्हा तुम्हाला कठोर निर्णय किंवा कृती करावी लागली? एखादी विशिष्ट गोष्ट कोणी, काय किंवा कशी करायची हे ठरवताना तुम्हाला हे सोपे जाते का? तसे असल्यास, हे शक्य आहे की तुमच्या निर्णय प्रक्रियेची सवय आधीच पक्की झालेली आहे. अशी निवड करणे सोपे होते कारण तुमच्यासाठी ही निवड आधीच केलेली आहे.

हे सर्व सिग्मंड फ्रॉइडच्या पुनरावृत्ती सक्ती आणि लक्षण प्रतिस्थापनाच्या सिद्धांतात (Theory of repetition compulsion and symptom substitution) मांडले आहे. (सिग्मंड फ्रॉइड हे ऑस्ट्रियन न्यूरोलॉजिस्ट होते ज्यांनी मनोविश्लेषण विकसित केले, मानसिक आजारांवर उपचाराचा दृष्टीकोन तसेच मानवी वर्तनाचे स्पष्टीकरण देणारा एक सिद्धांत आहे.) जेव्हा फक्त पूर्वी हे केलेलं आहे हया एका कारणामुळे माणूस मानसिकदृष्ट्या आधी केलेल्या गोष्टींचा प्रतिकार करू शकत नाही तेव्हा पुनरावृत्ती सक्ती होते. आपण हे सवयीने करतो, परंतु आधी केले आहे म्हणून आपण तसे करणे थांबवू शकत नाही. जुन्या वर्तनाला नव्याने बदलण्याचा मार्ग आपल्याला शोधून काढावा लागेल. म्हणूनच त्वचेचा एक संपूर्ण थर सोलणे किंवा सांस्कृतिक उत्पादन पाहण्यापेक्षा त्वचेचा थर सोलणे यासारख्या सवयींमध्ये गुंतणे मनासाठी खूप सोपे आहे.???.

मानसशास्त्रात, आपण निर्णय कसे घेतो हे स्पष्ट करण्यात लक्षण प्रतिस्थापन (symptom substitution) मदत करते. फ्रॉइडचा असा विश्वास होता की मानवी मन हे मुळात असे यंत्र आहे जे जोपर्यंत सगळे मार्ग बंद होत नाहीत तोपर्यन्त मानवी वर्तनाची वारंवार पुनरावृत्ती करते - जोपर्यंत तुम्ही "माणूस" बनत नाही तोपर्यंत तुम्हाला जे करायचे ते न करण्याचा निर्णय घेता.

लक्षण प्रतिस्थापना मागील तर्क असा आहे की आपल्याला काहीतरी करायचे आहे, परंतु आपले मन आपल्याला करू देत नाही. म्हणून आपण असे काहीतरी करण्याचे ठरवतो जे आपल्याला काय करायचे होते असे वरवर पाहता दिसते, परंतु आपल्याला जे करायचे आहे ते हे नसतेच. उदाहरणार्थ, एखाद्या व्यक्तीला त्याला आवडत असलेल्या मुलीबरोबर बाहेर जायचे आहे. पण त्याला माहित आहे की ती त्याला नकार देईल कारण तिने त्याला या आधीच नाकारले आहे. त्यामुळे तिला डेटवर येण्याविषयी विचरण्याऐवजी, तो वर्कआउट आणि व्यायाम करण्यास सुरुवात करतो कारण त्याला वाटते की हे त्याच्यासाठी चांगले आहे. तो डेटिंगला वर्कआउटने प्रतिस्थापित करतो कारण अन्यथा त्याला पुन्हा नकाराचा सामना करावा लागेल.

सामान्यतः लक्षण प्रतिस्थापनाचे पहिले लक्षण म्हणजे वास्तविक समस्या नाकारणे.

- जे एक व्यसन किंवा आत्मघातकी वर्तन असू शकते. खाण्याचे किंवा खरेदीचे वेड असणारी व्यक्ती स्वत:ला पटवून देऊ शकते की जर त्यांनी काम केले नाही तर ते "व्यायाम थांबल्याच्या दुष्परिणामा च्या" (exercise withdrawl) भयंकर संघर्षातून जात आहेत. अंमली पदार्थांच्या व्यसनाबाबतही असेच होते. मद्यपान करणारी व्यक्ती मद्यपान चालू ठेवू शकते कारण त्यांना वाटते की ते "कमी पीत आहेत" किंवा "त्यांचे नैराश्य कमी करण्यासाठी ते दारू पीत आहेत."

बऱ्याचदा एखाद्या गोष्टीचे व्यसन असलेली व्यक्ती त्यांना खरोखर त्रासदायक असणाऱ्या गोष्टींपासून स्वत:चे लक्ष विचलित करण्याचा एक मार्ग म्हणून एखाद्या लक्षणाचा वापर करून खऱ्या समस्येचा सामना करण्यापासून स्वतःचा बचाव करत असते. व्यसनाधीनता व्यक्तींचे मूळ समस्यांपासून लक्ष विचलित करण्याचा एक मार्ग असू शकतो. उदाहरणार्थ, मद्यपी फ्रिक्वेंसी न बदलता वापरत असलेल्या अल्कोहोलचे प्रमाण वाढवू शकतो. सक्तीने खाणारा तो कमी वेळा न खाता खाण्याचे प्रमाण कमी करू शकतो आणि ड्रग व्यसनी व्यक्ती औषधांचा वापर प्रमाणाच्या दृष्टीने कमी करू शकतो परंतु कमी वारंवारतेने नाही.

मानव सतत कोणत्या ना कोणत्या गोष्टीच्या शोधात असतो ज्यामुळे त्यांचा जगाकडे पाहण्याचा दृष्टीकोन वाढतो. आधी म्हटल्याप्रमाणे, सवयी जगाविषयीच्या सारासार विचारावर प्रभाव टाकतात. माणसं त्यांच्या आनंदाची प्रतिमा, पर्यायी वास्तव, सुटका किंवा फक्त दुसऱ्या जगाच्या शोधात विविध सवयींची देवाणघेवाण करतात जिथे ते लोकांचे नायक असतात (नायकाची व्याख्या व्यक्तीपरत्वे बदलते) आणि इथेच सांस्कृतिक उद्योगाला वाव मिळतो.

३.२ विभिन्न परिमाण

सांस्कृतिक उद्योग म्हणजे संस्कृतीच्या क्षेत्रात वस्तू किंवा सेवांचे उत्पादन. सांस्कृतिक उद्योगांच्या उत्पादनांमध्ये पुस्तके, चित्रपट, रेकॉर्डिंग, थेट प्रदर्शन आणि इतर कलात्मक बाबींचा समावेश होतो. उत्पादनामध्ये संग्रहालये आणि ग्रंथालये यासारख्या सार्वजनिक संस्थांचा समावेश होतो.

आजच्या समाजात, आपण आपल्या जगाकडे कसे पहायच्या दृष्टीवर सांस्कृतिक उद्योगांचा खोलवर परिणाम होतो. उपभोगतावाद आणि सामाजिक मूल्यांवर प्रभाव टाकण्याबरोबरच, ते मनोरंजनाचे स्त्रोत असे आहेत जे जगभरातील विविध भागांमध्ये भोवतालच्या जगाबद्दल विशेषत: जेथे जागतिकीकरणामुळे सांस्कृतिक फरक नेहमीपेक्षा अधिक स्पष्ट आहेत ते चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यास हातभार लावतात. इतर देशांतील लोकांना त्यांच्या दैनंदिन जीवनात ज्या वेगवेगळ्या मार्गांनी सामोरे जावे लागते ते समजून घेण्यास आणि स्वीकृतीला प्रोत्साहन देण्यासाठी ते आपल्याला मदत करतात.

१९४० च्या दशकाच्या उत्तरार्धापासून हा शब्द वापरात यायला लागला , जेव्हा हॉलीवूड चित्रपटांनी चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी निर्मितीचे बजेट अशा प्रकारे वापरण्यास सुरुवात केली जी वस्तूंच्या जाहिरातींपेक्षा अधिक महत्त्वपूर्ण होती. इतर उद्योगांनी तितकीच फायदेशीर उत्पादने तयार करण्यास सक्षम असलेल्या समान उत्पादन तंत्रांचा शोध लावला असूनही, निर्मिती बजेटने चित्रपट स्टुडिओसाठी कमाईचा अधिक लक्षणीय ओघ सुरू केला.

सांस्कृतिक उद्योगांना ऐतिहासिकदृष्ट्या प्रकाशनासह साहित्य, संगीत, कला आणि नाट्य यासारखे "कला" उद्योग मानले गेले आहे. ही व्यावसायिक क्षेत्रे सर्जनशील प्रतिभांवर अवलंबून आहेत आणि मुख्यतः मूळ सामग्री विकसित करणे किंवा विशिष्ट सेवा प्रदान करण्याशी संबंधित आहेत.

अर्थशास्त्रज्ञ आणि समाजशास्त्रज्ञ डॅनियल बेल (डॅनियल बेल हे अमेरिकन समाजशास्त्रज्ञ, लेखक, संपादक आणि हार्वर्ड विद्यापीठाचे प्राध्यापक होते. उत्तर-औद्योगिकीविषयक त्यांच्या कार्यासाठी सर्वाधिक ओळखले गेले होते). बेलच्या मते, सांस्कृतिक उद्योगांनी हे तीन निकष पूर्ण केले पाहिजेत: १) ते मूळ सामग्री तयार करण्याशी संबंधित आहेत; २) त्यांच्याकडे तुलनेने कमी संवेदनशीलता असलेले प्रेक्षक आहेत; ३) ते विशिष्ट प्रदेशांशी आणि राष्ट्रीय सीमांमधील सामाजिक गटांशी जवळून जोडलेले आहेत. बेलनी आखलेल्या या चौकटीनुसार त्याने निर्मात्यांचे सात गट पाडले

प्रत्येक गट ग्राहकांसाठी एकसमान कार्ये करतो, परंतु किंमत आणि गुणवत्तेच्या पातळ्या भिन्न असतात. सांस्कृतिक उद्योग सांस्कृतिक देवाणघेवाणीच्या आधाराने कार्य करतात, जिथे संस्कृतीची व्याख्या समाजाच्या सदस्यांमध्ये सामायिक असलेले काहीतरी म्हणजे संस्कृती अशी केली जाते. बेलच्या सिद्धांताने सांस्कृतिक उद्योग ओळखण्याचा एक मार्ग दाखवला, परंतु अनेक दशकांनंतर देशांतर्गत आणि देशांमधील संस्कृतींच्या निर्मिती आणि संबंधांबाबत असे सिद्धांत विकसित झाले नाहीत.

प्रिंट मीडिया, रेडिओ, दूरचित्रवाणी , सॅटेलाइट ब्रॉडकास्ट आणि इंटरनेट वेब साइट्सद्वारे सांस्कृतिक माध्यमे आता मोठ्या प्रमाणावर वितरित आणि सहज उपलब्ध आहेत. इंटरनेटने सर्जनशील व्यक्तींसाठी एक नवीन संधी निर्माण केली आहे ज्यांना त्यांची निर्मिती जगाला मोठ्या प्रमाणावर दाखवायची आहे. (म्हणजे "नेटिझन्स").

सांस्कृतिक उत्पादने सहसा प्रकाशन गृहे, रेकॉर्ड लेबल किंवा फिल्म स्टुडिओ यासारख्या संस्थांद्वारे तयार केली जातात.

"ठांडा मतलब?", "क्या आपके टूथपेस्ट मे नमक है!?" जेव्हा तुम्ही ही वाक्ये ऐकता तेव्हा तुमच्या मनात कोणते उत्पादन येते? तुम्हाला माहिती आहेच की! या उद्योगाने आपल्या मनाचा ताबा घेतला आहे, असे हे सांस्कृतिक उद्योगाचे उदाहरण आहे. प्रभाव नकारात्मक किंवा सकारात्मक दोन्ही असू शकतो. हे संवादाची किंवा विपणनाची साधी निर्मिती असू शकते. कोणत्याही परिस्थितीत, जर तुम्हाला तुमच्या स्वतःच्या मनावर ताबा मिळवायचा असेल, तर तुम्हाला प्रभावीत करणाऱ्या या शक्तीला कसे सामोरे जावे हे शिकावे लागेल.

सांस्कृतिक उद्योगाकडे दुर्लक्ष करणे जवळजवळ अशक्य आहे कारण ते आपल्याभोवती असते आणि "सर्वसाधारण" काय आहे ते ठरवते. त्याचा दबाव तुम्हाला दिशाभूल करू शकतो आणि तुमच्या मूल्यांमध्ये आणि वर्तनात बदल घडवून आणू शकतो. पण गोष्ट अशी आहे - हा प्रभाव प्रत्येकासाठी चांगला असू शकतो! संस्कृती व्यक्तिमत्त्वांसह एकत्रितपणे विकसित होते आणि नवीन ट्रेंड तयार करते ज्यामुळे आपला स्वाभिमान वाढू शकतो आणि आपल्याला उत्तम माणूस बनवू शकतात. हे लक्षात ठेवणे महत्त्वाचे आहे की सर्व सांस्कृतिक उत्पादने हानीकारक नसतात — काही केवळ किरकोळ किंवा मनोरंजक असतात, परंतु इतर मूल्ये किंवा व्यक्तिमत्त्वाला आकार देण्यावर मजबूत प्रभाव पाडतात.

दुर्दैवाने आपण अशा काळात राहतो जेव्हा सांस्कृतिक उद्योग पूर्वीपेक्षा अधिक शक्तिशाली आहे आणि त्याचा लोकसंख्येवर अधिक प्रभाव पडतो. म्हणूनच लोकांना या प्रभावाचा सामना कसा करायचा आणि सांस्कृतिक उद्योगातील उत्पादनांचा जाणीवपूर्वक वापर कसा करायचा हे शिकण्याची गरज आहे. कारण त्यासाठी आपल्या सवयी आणि मूल्यांमध्ये बदल आवश्यक आहे हे सोपे नाही,पण शक्य आहे!

सांस्कृतिक उत्पादनांबद्दल लोकांच्या विचारात बदल होणे आवश्यक आहे. सांस्कृतिक उद्योगाची विविध सांस्कृतिक उत्पादने किंवा संस्कृतीच्या शाखा काय आहेत? या रणनीतीतील बदल समजून घेण्यासाठी आपल्याला प्रथम हे जाणून घेणे आवश्यक आहे. सांस्कृतिक उद्योगाच्या विविध शाखांमध्ये खालील गोष्टींचा समावेश असू शकतो:

पर्यटन: ऐतिहासिक स्थळे, पर्यावरण, संग्रहालये यासारखे पर्यटकांचे आकर्षण

प्रकाशन: मासिके, साहित्य यासारखी प्रकाशित कामे

उपक्रम: सण-समारंभ

कलाविषयक: ललित कला, व्यावसायिक कला ;जसे की चित्रकला, संगीत,चित्रपट, वास्तुकला व स्थापत्य , नृत्य , आविष्कार, जाहिराती

मनोरंजन: ब्रॉडकास्ट, थीम पार्क, कॉलेज फेस्टिव्हल

खेळ: क्रिकेट, बॅडमिंटन, सॉकर, टेनिस इ...

हस्तकला: पारंपारिक आणि समकालीन हस्तकला जसे की ओरीगामी , शिवणकाम, इ...

खाद्यपदार्थ : अद्वितीय सांस्कृतिक संदर्भ जसे की सुशी

थोडक्यात, अशी उत्पादने तुम्हाला समाजाची संस्कृती (देश, संस्था इ.) समजून घेण्यास मदत करतात, पूर्वी सूचित केल्याप्रमाणे, सांस्कृतिक उद्योगाचा व्यक्तींवर लक्षणीय मानसिक प्रभाव पडतो. तुम्ही जगाला कसे पाहता आणि इतर तुम्हाला आणि तुमच्या संस्कृतीला कसे पाहतात यावर सांस्कृतिक उद्योगाचा मोठा प्रभाव पडतो. आपण कोण आहोत, आपण कोठून आलो आहोत, आपण आपले जीवन कसे जगतो, आपण कोणासोबत राहतो आणि जगण्यासाठी आपण काय करतो यावर सांस्कृतिक उद्योगाचा मोठा प्रभाव पडतो. सांस्कृतिक उद्योग हा कोणत्याही देशाच्या अर्थव्यवस्थेचा एक महत्त्वाचा भाग असतो आणि तो जागतिक स्तरावर एक महत्वाचा घटक असतो. सांस्कृतिक उद्योग माध्यमं आणि मनोरंजनाच्या संस्कृतीला आकार देणाऱ्या कथा सामायिक करतो. आपल्या संस्कृतीत आपल्याला आपल्या समाजाचे प्रतिनिधित्व करणाऱ्या कलाकृतींचे अनेक प्रकार पाहायला मिळतात. वर म्हटल्याप्रमाणे हे तुकडे उद्योगाच्या वेगवेगळ्या शाखांमध्ये तयार केले जातात, मग त्या कला असोत वा साहित्य आणि चित्रपट!!

सराव

१. संस्कृती उद्योगाला कला उद्योग का संबोधले जाते?

२. सिगमंड फ्रॉइड कोण आहे?

३. इतर उद्योगांपेक्षा संस्कृती उद्योगाचे वेगळेपण नमूद करा.

३.३ प्रभाव आणि सिद्धांत

कला लोकांच्या वागण्यावर, विचार करण्याच्या आणि वागण्याच्या पद्धतीवर प्रभाव टाकते. आजही प्रसारमाध्यमे लोक काही गोष्टी करत असल्याचे चित्रण करतात. सांस्कृतिक प्रभाव इतका मजबूत आहे, तो पिढ्यानपिढ्या टिकून आहे आणि आजच्या समाजावरही प्रभाव टाकत आहे. खालील सिद्धांत स्पष्ट करतात की उद्योग देश, संस्था आणि वैयक्तिक लोकांच्या संस्कृतीवर कसा प्रभाव पाडतो.

१. इव्हान पावलोव्हचा क्लासिकल कंडिशनिंगचा सिद्धांत (theory of classical conditioning)

२. हायपोडर्मिक निडल सिद्धांत (Hypodermic Needle Theory)

३. कल्टीवेशन सिद्धांत (Cultivation theory)

इव्हान पाव्हलोव्हचा (रशियन फिजियोलॉजिस्ट) अभिजात अभिसंधान (क्लासिकल कंडिशनिंग) सिद्धांत:

सहयोग आणि सतत पद्धतीने शिकवणे म्हणजे क्लासिकल कंडिशनिंग सिद्धांत मांडणारे इव्हान पाव्हलॉव्ह पहिलेच. पावलोव्हने दाखवून दिले की जर ठराविक वेळी नियमितपणे घंटा वाजवून अन्न दिलं गेलं, तर त्याला प्रतिसाद म्हणून कुत्र्यांना लाळ स्त्रवण्याचे प्रशिक्षण दिले जाऊ शकते.

जेवण दिले जात नसताना, केवळ घंटा ऐकून कुत्र्यांच्या तोंडात लाळ तयार होऊ लागली . अभिसंहीत उद्दीपक(conditioned stimulus) ही घंटा होती, आणि अभिसंहीत प्रतिक्षेप (conditioned response) लाळ तयार होणे होते.

प्रेरणा आणि प्रतिसाद यांच्यातील हा संबंध मानवांनाही लागू होतो. तुमच्या चेहऱ्यावर हसू आणणारी बालपणीची एक सुखद आठवण आठवून पहा! त्याचप्रमाणे, पुरेशी उत्तेजना प्रदान केली असल्यास, व्यक्ती अखेरीस योग्य प्रतिक्रिया शिकतील. उत्तेजक बदल करून उत्तरे देखील प्रभावित होऊ शकतात. हा दुवा सांस्कृतिक उद्योगासाठी अत्यंत महत्त्वाचा आहे. सांस्कृतिक उद्योग उद्दीपकता प्रदान करून वास्तवाबद्दलची लोकांची धारणा बदलण्यासाठी जबाबदार आहे. जर ती समज पुरेशा वेळा बदलली गेली तर, व्यक्ती अखेरीस त्यानुसार प्रतिक्रिया द्यायला शिकतील.

जनमानसावर परिणाम करण्यासाठी सांस्कृतिक उद्योग या साधनांचा वापर कसा करू शकतो याचे एक प्रमुख उदाहरण म्हणजे कोका-कोला! कोका-कोला हा एक आंतरराष्ट्रीय ब्रँड आहे ज्याने अविश्वसनीय यश मिळवले आहे. पेयाची लोकप्रियता मुख्यत्वे त्याच्या संस्मरणीय विपणन मोहिमेमुळे झाली . १९५० आणि ६० च्या दशकात प्रसारित झालेल्या जाहिराती सामान्यत: एका तरुण मुलाच्या त्याच्या आवडत्या पेयाचे गुणगान गाणाऱ्या होत्या. जसजसे जाहिराती चालू राहिल्या आणि अधिक लोक ती जिंगल ओळखू लागले, पालक आपल्या मुलांना (आणि मुलींना) विचारू लागले की ते इतके कोक का पितात. हे स्पष्ट करू शकते की आजच्या मुलांसाठी सोडा पिणे "कुल" का मानले जाते, जे ५० वर्षांपूर्वी तसे नव्हते.

हायपोडर्मिक निडल आणि कल्टीवेशन सिद्धांत:

हा सिद्धांत मास मीडियाशी संबंधित आहे, सांस्कृतिक उद्योगाचा एक अतिशय महत्वाचा घटक म्हणून, माध्यमं सातत्याने त्यांचा प्रभाव दाखवतात. हायपोडर्मिक नीडल थिअरी हा एक रेखीय संवाद सिद्धांत आहे त्यानुसार माध्यमांचे संदेश विशिष्ट लक्ष्यित प्रेक्षकांच्या मेंदूमध्ये प्रभावीपणे स्थापित केले जातात. हे असे सूचित करते की आपण सर्व समान आहोत आणि आपण सर्व मीडिया संदेशांवर समान प्रतिक्रिया देतो.

कल्टीवेशन सिद्धांतानुसार जे लोक सातत्याने, दीर्घ कालावधीसाठी माध्यमांच्या संपर्कात असतात त्यांचे विचार आणि कृती त्या माध्यमांद्वारे चित्रित केल्या गेलेल्या जगाच्या सामाजिक वास्तवाप्रमाणेच प्रभावित होतात.

कल्टीवेशन सिद्धांताच्या एका भागात असा युक्तिवाद केला होता की प्रसारमाध्यमांना त्यांचा संदेश यादृच्छिकपणे लक्ष्यित प्रेक्षकांपर्यंत प्रसारित करणे शक्य नाही, या सिद्धांताचा बराचसा भाग आपण "सामाजिक प्राणी" आहोत या कल्पनेशी संबंधित आहे.

"प्रत्येक वेळी जेव्हा तुम्ही माध्यमांचे स्वरूप पाहता, तेव्हा तुम्हाला एखादा संदेश समोर येतो, जो कदाचित अचेतन असू शकतो, परंतु सुप्त स्तरावर तुमच्या विचारांवर आणि कृतींवर परिणाम करतो. … तुमचे लक्ष हायपोडर्मिक निडलसारखे आहे: जे तुम्हाला दिलं जातं परंतु तुम्ही लक्ष देत नाही. आणि त्यामुळे शेवटी तुम्ही काही विशिष्ट वर्तनांमध्ये "संमोहित" झालेले असता … परिणामत: हुषारीने केलेली निवड अगदी मूर्खपणाने केल्यासारखी दिसते.

३.४ पुनर्विचार

माध्यमांद्वारे कोणत्याही समाजातील सदस्यांचे केलेले चित्रण सदस्य पाहतात आणि त्यानुसार प्रतिक्रिया देतात. म्हणूनच माध्यमांद्वारा केल्या जाणाऱ्या तुमच्या संस्कृतीच्या चित्रणाची जाणीव तुम्हाला असणे आणि त्यांचे महत्त्व आणि वृत्तींवर होणारा परिणाम समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. तुम्ही संस्कृतीबद्दल जितके अधिक समजून घ्याल, मग ती तुमची स्वतःची असो किंवा इतर कोणाची (एक अनोळखी व्यक्ती म्हणूया), तितके चांगले तुम्ही स्वतःला समायोजित करू शकता आणि सामाजिक परिस्थितींमध्ये योग्य पद्धतीने प्रतिक्रिया देऊ शकता जिथे ही वृत्ती महत्वाची भूमिका बजावते.

ऐतिहासिक मूल्यांचे जतन करून, सांस्कृतिक संक्रमण स्वीकारा आणि नवीन परिवर्तनाशी जुळवून घ्या. कारण सांस्कृतिक व्यवसाय प्रभाव आणि प्रतिक्रियेचे जग निर्माण करतो, मुलभूतरित्या इथे जबाबदारी गृहीत धरली जाते. संस्कृती उद्योगाचा पुनर्विचार करणे गंभीर आहे. एक जटिल समस्या आणि बदलत्या परिस्थितीचे संपूर्ण चित्रण आहे. अनेक लोकांसाठी, सांस्कृतिक उद्योग त्यांना एकत्र आणतो आणि त्यांच्यात सुरक्षिततेची भावना निर्माण करतो. सांस्कृतिक उद्योगांनी या बदलांशी केवळ जुळवून घेणेच नव्हे, तर त्यांच्याकडून शिकून घेणेही आता महत्त्वाचे आहे.

सांस्कृतिक उद्योगाला इतके उच्च आर्थिक मूल्य आहे की देशाच्या विकासासाठी ते अत्यावश्यक आहे हे उघड आहे. संस्कृती क्षेत्राला अनेक विरोधक असूनही, सांस्कृतिक उत्पादन आणि उपभोगाचे फायदे नाकारणे कठीण आहे. इंटरनेटद्वारे माहितीच्या सोप्या प्रवेशामुळे कोणीही नाविन्यपूर्ण मार्गांनी ज्ञान आणि क्षमता मिळवू शकतो.

सांस्कृतिक व्यवसायाचे मोठे GDP दर आणि सुधारित जीवनमान यासह अनेक फायदे आहेत. तथापि, अधिक फुरसतीच्या वेळेमुळे (जसे की टीव्ही शो पाहणे किंवा संगीत ऐकणे) मुळे कमी तांत्रिक प्रगती होणे यांसारख्या कमतरता देखील आहेत, ज्यामुळे नावीन्य कमी होते. तथापि, काही काळासाठी, असे दिसून येते की जगभरातील बहुतेक समुदायांमध्ये तोट्यांपेक्षा फायदेच जास्त आहेत.

सांस्कृतिक उद्योगाचे युग आपल्यावर आहे. लोक संगीत ऐकणे, दूरचित्रवाणी पाहणे, पुस्तके वाचणे आणि इंटरनेट सर्फ करणे आवडते, म्हणूनच मनोरंजन उद्योग आजकाल खूप

महत्वाचा आहे. मनोरंजन उद्योग मोठ्या संख्येने उच्च दर्जाच्या वस्तू तयार करतो ज्या सांस्कृतिक क्षेत्रामुळे मिळणे अधिक सोपे आहे. ग्राहकांना आता खरेदी करण्याची गरज नाही तर बहुतांशी लोक ते मोफत डाऊनलोड करतात वा नाममात्र शुल्क भरून ते त्याचा आनंद घेतात. दुसरीकडे, जर हा व्यवसाय अस्तित्वात नसेल तर लाखो नोकऱ्या नष्ट होतील आणि लाखो लोक काहीही न करता घरात बसून राहतील.

"सांस्कृतिक उद्योग हे सांस्कृतिक वारसा उद्योग आणि सर्जनशील उद्योग आहेत, ज्यात मजबूत स्पष्टीकरण शक्ती, विस्तृत बाजारपेठ आणि दीर्घकालीन विकासाच्या संधी आहेत." सांस्कृतिक उद्योग हा सांस्कृतिक अर्थव्यवस्थेचा एक महत्त्वाचा भाग आहे आणि देशाच्या आर्थिक समृद्धीमध्ये योगदान देतो. सखोल आर्थिक सुधारणांसह, चीनच्या सांस्कृतिक उद्योगाने खूप प्रगती केली आहे. २०१३ मध्ये, सांस्कृतिक उद्योगांमध्ये चीनचा एकूण महसूल १७० अब्ज युआनपेक्षा जास्त होता.

सांस्कृतिक उद्योग हे पारंपारिक उत्पादन उद्योगांपेक्षा वेगळे आहेत:

याउलट बहुतेक उद्योग हे उत्पादन-केंद्रित आहेत, जे उत्पादने बनविण्यावर लक्ष केंद्रित करतात; सांस्कृतिक उद्योग हे व्यवस्थापन-केंद्रित आहेत, त्यांच्या स्वतःच्या ब्रँडच्या विकासावर लक्ष केंद्रित करतात. सांस्कृतिक उद्योग हे उत्पादन उद्योगांपेक्षा खालील प्रकारे वेगळे आहेत:

१) मानसशास्त्र आणि तत्वज्ञान

२) संदर्भ

३) हेतू

आता पर्यन्त अभ्यासल्या प्रमाणे, सांस्कृतिक उद्योगांचा मुख्य फायदा म्हणजे मोठ्या संख्येने ग्राहक/लोक/समाज यांना आकर्षित करणारी मॉडेल्स आणि शैली तयार करण्याची त्यांची क्षमता, किंवा दुसऱ्या शब्दात सांगायचे तर, समूहाचे वर्तन. उद्योगाचा पुनर्विचार करण्यासाठी आणि उदयोन्मुख सांस्कृतिक मूल्ये आणि कलांना सामोरे जाण्यासाठी सोप्या आणि अधिक प्रभावी मार्गांचा समावेश करण्यासाठी ही मूलभूत प्रेरणा असली पाहिजे.

परिणामी, सांस्कृतिक उद्योग केवळ उत्पादनेच विकसित करू शकत नाही, तर ब्रँड, सामाजिक संबंध देखील विकसित करू शकतो आणि सांस्कृतिक जागरूकता मध्यस्थ म्हणून देखील कार्य करू शकतो. सांस्कृतिक उद्योगाचे ब्रँड परिभाषित करणे, विकसित करणे आणि व्यवस्थापित करणे यात कौशल्य आहे, जे सांस्कृतिक उद्योगातील सदस्यांना त्यांच्या सांस्कृतिक उत्पादनाची प्रतिमा प्रतिस्पर्ध्यांपेक्षा काकणभर सरस ठेऊन जास्त विक्री होऊन गटाचा आर्थिक फायदा होतो.

सराव

१. सांस्कृतिक उद्योग उत्पादनांचा विकास कसा करतो?

२. सांस्कृतिक उद्योग हा इतर सर्वमान्य उत्पादन निर्मिती उद्योगांपेक्षा कसा भिन्न आहे?

३. पुनर्विचार म्हणजे काय?

३.५ समारोप करताना

व्यापक अर्थाने, सांस्कृतिक उद्योग उत्पादन आणि वितरण क्षमता, ब्रँडिंग क्षमता आणि विपणन क्षमता असताना पारंपारिक सांस्कृतिक उत्पादने तयार करतो; संकुचित अर्थाने सांस्कृतिक उद्योग म्हणजे विशेषत: सांस्कृतिक उत्पादन उद्योगासाठी तयार केलेली औद्योगिक साखळी होय. हे एखाद्या व्यक्तीच्या वर्तनाला आकार देण्यासाठी वर्तनाच्या चार वाहकांवर लक्ष केंद्रित करते: मानसशास्त्र, विचार, भावना आणि कृती.

दुसऱ्या शब्दात सांगायचे तर, बहुतेक सांस्कृतिक कृती जेव्हा आत्मसात केल्या जातात तेव्हा लोकांना त्यांचे वर्तन बदलावे लागते. जर त्यांनी स्वतःची वागणूक बदलली नाही तर ते निरुपयोगी आहेत. परिणामी, सांस्कृतिक व्यवसायाचा लोकांच्या विचारांवर आणि भावनांवरच नव्हे तर त्यांच्या कृतींवरही पूर्ण प्रभाव पडतो.याच्या वापराचा मुख्य उद्देश म्हणजे व्यक्तींना त्यांचे उद्दिष्ट गाठण्यासाठी तसेच पुढे नेण्यासाठी आणि त्यांना फायदेशीर अशी कृती करण्यास प्रवृत्त करणे; दुसऱ्या शब्दांत, कृतीने एखाद्याचा उद्देश पूर्ण केला पाहिजे. या परिस्थितीत व्यक्तीचे ध्येय वेगळे असू शकते.

३.६ प्रश्न

१. एखाद्या व्यक्तीचे वर्तन आणि संस्कृतीची निर्मिती यांचा परस्पर संबंध कसा आहे?

२. सांस्कृतिक उद्योगाचा एखाद्या व्यक्तीच्या मानसशास्त्रावर कसा परिणाम होतो?

३. पुनर्विचारावर उदाहरणांसह चर्चा करा.

*****

४

समाजावर दूरचित्रवाणीचा होणारा प्रभाव - सामाजिक प्रवाह सिद्धांत

पाठाची रूपरेषा

४.० उद्दिष्टे

४.१ परिचय

४.२ सामाजिक वर्तन आणि सामाजिक शिक्षण सिद्धांत

४.३ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचा सामाजिक प्रभाव

४.४ समाजावर दूरचित्रवाणी चा प्रभाव तपशीलवार चित्र आणि तर्क

४.५ दूरचित्रवाणी आणि अभ्यासाचा प्रभाव

४.६ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचे भविष्य

४.७ निष्कर्ष

४.८ पाठाखालील प्रश्न

४.९ संदर्भ

४.० उद्दिष्टे

- समाजावर दूरचित्रवाणीचा प्रभाव थोडक्यात समजून घेणे
- समाज आणि त्याच्या विविध घटकांवरील दूरचित्रवाणीच्या प्रभावाचे तपशीलवार वर्णन करणे

४.१ परिचय

समुदाय, गट, भिन्न व्यक्तिमत्त्वे आणि अभिरुची असलेल्या व्यक्ती, लोकसंख्याशास्त्र, वर्ग यांनी समाज बनलेला असतो. असा समाज सर्व धर्म, वंश, संस्कृती, भिन्न निष्ठा आणि विचारधारा असलेल्या लोकांचे घर असते.

समाज हे शिक्षण आणि प्रशिक्षण देणाऱ्या वा संशोधन करणाऱ्या किंवा विषय- सामग्री तयार करणाऱ्या तसेच विविध व्यवसाय करणाऱ्या संस्था, भागीदारी संस्था आणि ज्याची या सर्वांमध्ये भागीदारी आहे आणि जगावर परिणाम करणारी धोरणे आणि कायद्यांचे निर्माते सरकार अशा सर्व संस्थांचे घर आहे,. प्रसारमाध्यमे केवळ व्यक्ती आणि सामाजिक गटांसाठीच नव्हे तर कोणत्याही संस्थेसाठी प्रासंगिक बनतात कारण ते एकतर सवडीचा उपक्रम म्हणून किंवा त्यासाठी सामग्री तयार करण्यासाठी किंवा माहिती प्रदान करण्यासाठी आणि दृश्ये आणि मते तयार करण्यासाठी काही भूमिका बजावतात.

दूरचित्रवाणी अभ्यासाची संपूर्ण व्याप्ती आणि समाजावर त्यांचा होणारा परिणाम समजून घेण्यासाठी, आपल्याला प्रथम ऐतिहासिक आणि सध्याच्या दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांची पार्श्वभूमी समजून घेणे आवश्यक आहे, तसेच ते पुढे येणाऱ्या भविष्याच्या विरोधात कसे उभे केले जातात हे समजून घेणे आवश्यक आहे.

होरेस न्यूकॉम्ब (१९७४), एक दूरचित्रवाणी सिद्धांतकार, यांनी प्रसारण दूरचित्रवाणीचे प्राथमिक गुणधर्म ओळखले: जवळीकता, सातत्य आणि तात्काळता . होरेसला ज्या गोष्टी उमजल्या आणि समजल्या त्या आधुनिक तंत्रज्ञानासह नवीन माध्यमांच्या नवीन जगापर्यंत आपण आता विस्तारित करू शकतो आणि चांगले दिवस आणण्यासाठी आपण नवीन आणि जुने यांचं मिश्रण करून विषय-सामग्रीचे ग्राहक, निर्माते आणि वितरकांसाठी चांगले दिवस आणू शकतो.

- प्रेक्षकांना त्यांच्या कथा, कथन आणि पात्रांसह गुंतवून ठेवणे, हा कार्यक्रम दीर्घकालीन असल्याचा परिणाम आहे, कारण कथानकांसोबतच पात्रे लांबीनुसार आणि वातावरणानुसार विकसित केली जातात आणि दर्शकांच्या वास्तविक जीवनाशी संबंधित असतात.

- जेव्हा न्यूज अँकर किंवा टॉक शोचे होस्ट चालू घडामोडी विशद करतात, जेव्हा थेट प्रक्षेपण केले जाते तेव्हा आपण बातम्या पाहतो, जणू काही आपल्या समोर उलगडत आहे, आपले घर त्याचाच एक हिस्सा बनतो. इतर रिॲलिटी शो देखील अशी एक जागा तयार करतात जिथे आपण आपल्या घरातून भाग घेऊ शकतो.

- स्मार्ट फोनमुळे हे अजूनच पुढच्या टप्प्यावर गेले आहे; कारण ते अगदी आपल्या हातात आहेत त्यामुळे वैयक्तिकरित्या स्वतंत्रपणे पाहण्याची आणि अनुभवण्याची क्षमता आहे (फक्त इतरांसोबत घरात सामायिक केलेले नाही) सातत्य

- दूरचित्रवाणी आपल्या बोटांच्या टोकावर उपलब्ध आहे, आपल्याला पाहिजे ते पाहिजे तेव्हा आपण पाहू शकतो.

- स्मार्ट फोन्सने ही संकल्पना पुन्हा एक पाऊल पुढे नेली आहे कारण आपण जिथे जाऊ तिथे नवीन मीडिया उपलब्ध आहे, कारण आपल्यासोबत पारंपारिक दूरचित्रवाणी संच घेऊन जाणे अवघड आहे., स्मार्ट दूरचित्रवाणी आणि स्मार्ट फोनमध्ये एकात्मिक तंत्रज्ञान आहे अगदी आपण फोनवर दूरचित्रवाणी देखील पाहू शकतो. इंटरनेट किंवा मोबाईल किंवा वाय-फाय किंवा अगदी ब्रॉडकास्ट तंत्रज्ञानाचा वापर करून (एफएम रेडिओ चॅनेल सर्व आधुनिक मोबाइलवर उपलब्ध आहेत, लवकरच प्रसारण डिजिटल दूरचित्रवाणी देखील त्याचा भाग होऊ शकतो) आणि निश्चितपणे लवकरच उपग्रह देखील एकात्मिक तंत्रज्ञान स्टॅकचा भाग बनू शकेल. (ते आधीच GPS वर आहे)

- सातत्य याचा अर्थ ट्रान्समीडिया सामग्री आणि संदर्भासाठी त्याचा वापर म्हणून थोड्या वेगळ्या पैलूंमध्ये देखील लावला जाऊ शकतो जिथे एक माध्यम जे दाखवते

ते दुसऱ्याद्वारे माध्यमांमध्ये पसरलेल्या कथानकाची रि ओढून विस्तारित केले जाते.
तात्काळता :

- मध्यस्थताः दूरचित्रवाणी आपल्या सभोवतालच्या घटनांशी जोडलेले आहे, हे वर्तमान घडामोडींबद्दलची आपली भूक आणि कुतूहल वाढवणाऱ्या बातम्या आणि चर्चा कार्यक्रमांमुळे, अगदी अनेक मालिकांमध्येही सामाजिक घटनांचा काही ना काही प्रकारे समावेश असतो.

- त्यामुळे, अधिक समन्वय साधण्यासाठी, नवीन माध्यमे विशेषतः मोबाईल स्मार्टफोन्सवरील सामग्री एक पाऊल पुढे गेली आहे, ती आता वैयक्तिक झाली आहे, म्हणजे, ती केवळ प्रत्येक घरातच नाही तर बहुतेक प्रौढ आणि किशोरवयीन मुलांच्या हातात आहे, परंतु ती इंटरनेटशी देखील जोडली जाऊ शकते, सामग्री थेट मोबाईल प्रोटोकॉलचा वापर करून किंवा इंटरनेटद्वारे डाउनलोड केली जाऊ शकते आणि त्यामुळे इंटरनेट आपल्या बोटांच्या टोकावर आणता येते (केवळ संगणकाप्रमाणेच केवळ घरी नाही)

४.२ सामाजिक वर्तन आणि सामाजिक शिक्षण सिद्धांत

अमेरिकन सायकोलॉजिकल असोसिएशनच्या मते "अल्बर्ट बंडुरा यांनी त्यांच्या सामाजिक शिक्षण सिद्धांतावर आधारित मालिका नाटके लोकांना जीवनशैलीमध्ये बदल करण्यास आणि हानिकारक सामाजिक पद्धतींमध्ये बदल करण्यास कसे प्रवृत्त करू शकतात यावर प्रकाश टाकला". युनिट II मध्ये चर्चा केलेले सामाजिक शिक्षण सिद्धांत सामाजिक संदर्भात कार्य करू शकतात आणि निरीक्षण, लक्ष, धारणा आणि पुनरुत्पादनाद्वारे शिकल्या जाऊ शकणाऱ्या वर्तनावर परिणाम करू शकतात. आपण जे पाहतो आणि ऐकतो, तसेच एक्सपोजरचे प्रमाण आणि तीव्रता या सर्वांचा परिणाम होऊ शकतो .

दूरचित्रवाणी मालिकांमध्ये त्यांच्या तात्कालिक, निकटता आणि जवळीक यामुळे वर्तनावर परिणाम करण्याची क्षमता असते, विशेषतः तरुण लोकांमध्ये जे त्यांच्या दैनंदिन जीवनात नायक किंवा खलनायकाच्या वर्तनाचे आणि पात्रांचे अनुकरण करू शकतात.

वायगोत्स्कीचा (१९६२) सिद्धांत, संज्ञानात्मक विकासाचा सामाजिक-सांस्कृतिक सिद्धांत, सामाजिक आणि सांस्कृतिक अनुभवाच्या संदर्भात, विशेषतः मुलाच्या विकासासाठी, चांगल्या प्रकारे समजला जातो. सामाजिक संवादाकडे विकासाची एक महत्त्वाची शक्ती म्हणून पाहिले जाते.

पामेला टोंटोडोनाटो आणि बी. कीथ क्रू यांच्या रिसर्च गेट पेपरनुसार, "डेटिंग हिंसेचे विश्लेषण सामाजिक शिक्षण सिद्धांतावर अवलंबून असते (ग्वार्टनी-गिब्स आणि इतर, १९८७; रिग्स आणि ओ 'लेरी, १९८९ पहा), जेथे असा युक्तिवाद केला जातो की वर्तणूक इतरांचे निरीक्षण आणि अनुकरण करून शिकवली जाते (बंदुरा, १९७३).

आणखी एक सिद्धांत जो सामान्य सामाजिक शिक्षण सिद्धांतासारखाच आहे परंतु क्रिमिनोलॉजीमध्ये व्यापक प्रयोग केला जातो तो म्हणजे डिफरेंशियल असोसिएशनचा

सिद्धांत, जो "एडविन सदरलँडने विकसित केलेला एक सिद्धांत आहे त्यानुसार व्यक्ती इतरांशी संवाद साधून गुन्हेगारी वर्तनाची मूल्ये, दृष्टिकोन, तंत्रे आणि हेतू शिकतात." हा सिद्धांत लोक गुन्हेगार कसे बनायला शिकतात यावर लक्ष केंद्रित करतो परंतु ते गुन्हेगार का बनतात याकडे लक्ष देत नाहीत.

विभेदक संघटना असा अंदाज वर्तवते की जेव्हा कायदा मोडणारे आणि समतोल कायद्याचे पालन करणारे यातील तोल बिघडेल तेव्हा एखादी व्यक्ती बेकायदेशीर मार्ग स्वीकारेल". जर एखादी व्यक्ती आता उच्च सामाजिक पदावर असलेल्या पण जो पूर्वी संभाव्य गुन्हेगार असलेल्या व्यक्तीच्या संपर्कात आली किंवा त्याच्या प्रभावाखाली आली तर हे त्या व्यक्तीच्या जीवनात अधिक लक्षणीय होईल.

सराव

१. वर्तन म्हणजे काय?

२. सामाजिक शिक्षण सिद्धांत कोणत्या आहेत?

३. समाज म्हणजे काय?

४.३ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचा सामाजिक प्रभाव

प्रसारमाध्यमांच्या हिंसेमुळे खऱ्या जगात आक्रमकता आणि हिंसा होते याचे भक्कम आणि सातत्यपूर्ण पुरावे आहेत. अमेरिकन मेडिकल असोसिएशन आणि अमेरिकन सायकोलॉजिकल असोसिएशनसह अनेक अमेरिकन वैद्यकीय आणि मानसशास्त्रीय संघटनांनी मनोरंजन हिंसाचाराच्या पॅथॉलॉजिकल प्रभावांबद्दल जून २००० मध्ये एक संयुक्त निवेदन जारी केले (अमेरिकन ॲकॅडमी ऑफ पेडियाट्रिक्स, २०००). या संघटनांच्या म्हणण्यानुसार, पुराव्यांवरून प्रसारमाध्यमांवरील हिंसाचार आणि काही तरुणांमधील हिंसक वर्तन यांच्यात संबंध असल्याचे दिसून येते.

Figure 1 television and society high-level context diagram

Social Influence सामाजिक प्रभाव:

- impact fields प्रभाव क्षेत्र
- Control नियंत्रण

- Input इनपुट
- Change context संदर्भ बदल
- Theories सिद्धांत
- Output Influence आउटपुट प्रभाव

Figure २

Television and society influence change context diagram – detail level

Content –genera, format, programs Inputs • Content –genera, format, programs • Govt Policies • Channels-cost and revenue • Networks/producers • Audience demographics: Age, sex, culture, place, education, job profile, economic class **Control Actors of influence** • Mother, Father, immediate family • members & upbringing • Friends and Colleagues and teachers • Social groups associated at work or leisure • Culture and surroundings environment • Time of exposure • Media that individual sees and hears: TV, Films, and Internet/social media content • Age, sex, education, job profile, class and culture	• सामग्री - पिढी, स्वरूप, कार्यक्रम • सरकारी धोरणे • चॅनेल-खर्च आणि महसूल • नेटवर्क/निर्माते • प्रेक्षक लोकसंख्या: वय, लिंग, संस्कृती, ठिकाण, शिक्षण, नोकरी प्रोफाइल, आर्थिक वर्ग • प्रभावाचे अभिनेते नियंत्रित करा • आई, वडील, जवळचे कुटुंब • सदस्य आणि संगोपन • मित्र आणि सहकारी आणि शिक्षक • कामावर किंवा विश्रांतीच्या ठिकाणी संबंधित सामाजिक गट • संस्कृती आणि सभोवतालचे वातावरण • एक्सपोजरची वेळ • मीडिया जो व्यक्ती पाहतो आणि ऐकतो: टीव्ही, चित्रपट आणि इंटरनेट/सोशल मीडिया सामग्री • वय, लिंग, शिक्षण, नोकरी प्रोफाइल, वर्ग आणि संस्कृती सकारात्मक किंवा नकारात्मक आउटपुटवर प्रभाव/प्रभाव • लठ्ठपणा • हिंसा • अफवा आणि चुकीची माहिती • अनैतिकता

Influence/ impact positive or negative output • Obesity • Violence • Rumours and missinfromation • immorality • Social harmony • Crimes –petty or violent • Sexual liberation or exploitation • Discrimination LGBTQ, minority groups • propoganda • Political polarization and voting • Discrimination-attitude Woman • Awareness • Knowledge /learning • news and information • social surrogecy • Disrespect social structures and values • Social disharmony between groups • Selfishness • Social isolation / alienation • Concentration and focus • Physicality • Addiction © Theories • Psychological, social • Economics Impact Dimensions & Fields	• सामाजिक समरसता • गुन्हे - किरकोळ किंवा हिंसक • लैंगिक मुक्ती किंवा शोषण • भेदभाव LGBTQ, अल्पसंख्याक गट • प्रचार • राजकीय ध्रुवीकरण आणि मतदान • भेदभाव-वृत्ती स्त्री • जागरूकता • ज्ञान/शिक्षण • बातम्या आणि माहिती • सामाजिक सरोगसी • सामाजिक संरचना आणि मूल्यांचा अनादर करा • दरम्यान सामाजिक विसंगती गट स्वार्थ • सामाजिक अलगाव / परकेपणा • एकाग्रता आणि लक्ष केंद्रित करा • शारीरिकता • व्यसन © सिद्धांत • मानसिक, सामाजिक • अर्थशास्त्र प्रभाव परिमाण आणि फील्ड • मानसशास्त्रीय • शारीरिक/शारीरिक • सामाजिक/सांस्कृतिक • नैतिक • राजकीय • बौद्धिक / ज्ञान • आर्थिक/आर्थिक • औद्योगिक / संस्था

• Psychological • Physiological/physical • Social /cultural • Moral • Political • Intellectual / knowledge • Financial /economical • Industrial / organizations • Environmental Change Context • Local, regional, national, and global • Urban, rural, semi-urban • Short term, long term • Individual and masses • Adults and non adults	• पर्यावरणीय संदर्भ बदला • स्थानिक, प्रादेशिक, राष्ट्रीय आणि जागतिक • शहरी, ग्रामीण, निमशहरी • अल्पकालीन, दीर्घकालीन • वैयक्तिक आणि वस्तुमान • प्रौढ आणि प्रौढ नसलेले

Figure 3

- Change dynamics of television studies
- influence on citizens socio-political-economic and industrial groups
- नागरिकांच्या सामाजिक -राजकीय-आर्थिक आणि औद्योगिक गटांवर पडणारा प्रभाव
- Society समाज
- TV programs and their behavioural attributes of stories, characters
- टीव्ही कार्यक्रम आणि कथा, पात्रांचे त्यांचे वर्तन गुणधर्म
- Behavioural influence, programming, reprogramming of the masses/individuals
- वर्तणूक प्रभाव, प्रोग्रामिंग, जनसामान्य/व्यक्तींचे पुनर्प्रोग्रामिंग
- ○ Changes to society to new level of value system and changes to behaviour Acceptance or dissonance or harmony or disharmony or ideology-beliefs

- समाजातील बदल मूल्य प्रणालीच्या नवीन स्तरावर आणि वर्तनातील बदल स्वीकृती किंवा विसंगती किंवा सुसंवाद किंवा विसंगती किंवा विचारधारा-विश्वास

आकृती ४ दूरचित्रवाणी सामग्रीचा कोणत्या प्रकारचा प्रभाव असू शकतो याचे सूचक , यामुळे बदल होऊ शकतात

- सामाजिक-राजकीय आस्थापना
- याचा परिणाम वर्तन किंवा जीवनशैलीमध्ये नवीन मानके किंवा मानदंड तयार करण्यात येऊ शकतो
- ते संस्कृतींचा संकर तयार करू शकते किंवा विश्वासांच्या संचाची स्वतःची संस्कृती तयार करू शकते
- यामुळे अधिक संतुलित सामाजिक जीवन निर्माण होऊ शकते
- हे ज्ञान वाढवू शकते आणि विद्यार्थ्यांसाठी तसेच अनेकांमधील सामाजिक घटकांसाठी शिकण्याचे साधन म्हणून मदत करू शकते

<<<<<<<<<<

Figure ४

The social, moral, political and economic influence of television and its content

दूरचित्रवाणी आणि त्यातील सामग्रीचा सामाजिक, नैतिक, राजकीय आणि आर्थिक प्रभाव

TV Content टीव्ही सामग्री

socio-political changes society and government

सामाजिक-राजकीय बदल समाज आणि सरकार

- Establishment of norms and standards

  मानदंड आणि मानकांची स्थापना

- Creation-morphing of cultures

  संस्कृतींची निर्मिती- अदलाबदल (मॉर्फिंग)

- Behavioural individual/masses changes

  वर्तणुकीतील बदल व्यक्ती/जनता

- Facilitation of appropriate financial levers and gains distribution across the supply and demand chain and industrial growth

  पुरवठा आणि मागणी साखळी आणि औद्योगिक विकासामध्ये योग्य आर्थिक लीव्हर्स आणि लाभ वितरणाची सुविधा

- Education information accuracy and social life betterment and balance of moral code

  शैक्षणिक माहितीची अचूकता आणि सामाजिक जीवन सुधारणे आणि नैतिक संहितेचे संतुलन

- Balance and enrichment in policies to further the cause

  हेतू पुढे नेण्यासाठी धोरणांमध्ये संतुलन आणि समृद्धी

- Understand and make sense of patterns across the actors involved

  सहभागी कलाकारांच्या पद्धती समजून घेणे

१. दूरचित्रवाणी आणि त्याचे परिणाम, प्रभाव आणि घटकांचे विश्लेषण शिस्त, अनुशासन, तसेच दूरचित्रवाणी निर्माण, वितरण, महसूल निर्मिती, नियमन आणि उपभोग यामध्ये गुंतलेल्या विविध कलाकारांसाठी फार महत्त्व आहे. हे प्रभावाचे परिणाम आणि इच्छित परिणाम साध्य करणे या दोन्हीशी संबंधित आहे.

२. जाहिरातदार कोणते कार्यक्रम लोकप्रिय आहेत हे समजून घेण्यास आणि त्यांच्या गुंतवणुकीवरील परताव्याचे मूल्यांकन करण्यास उत्सुक असतात, जाहिरातींचे मूर्त किंवा अमूर्त फायद्यांमध्ये रुपांतर करण्याच्या दृष्टीने. ही माहिती त्यांना त्यांच्या जाहिरात धोरणांबद्दल माहितीपूर्ण निर्णय घेण्यास मदत करते.

३. उच्च दर्जाची सामग्री निर्मात्यांना ओळखणे, बघण्याच्या पद्धतींचे विश्लेषण करणे आणि ग्राहक आधार वाढवण्यासाठी इष्टतम शेड्यूलिंग निर्धारित करणे हे टीव्ही कार्यकारीकारांचे उद्दिष्ट आहे. हा डेटा त्यांना दर्शकसंख्या आणि सामग्रीची गुणवत्ता वाढविण्यासाठी धोरणात्मक निर्णय घेण्यास मदत करतो.

४. ग्राहक आणि जाहिरातदारांकडून शुल्क आकारण्यासाठी योग्य दर निश्चित करणे.

५. समाजशास्त्रज्ञ, सामाजिक शास्त्रज्ञ, मानसशास्त्रज्ञ आणि सांस्कृतिक संशोधकांना दूरचित्रवाणी चा वर्तनात्मक प्रभाव आणि त्याचा समाजाच्या सामाजिक आणि नैतिकतेवर होणारा प्रभाव समजून घेण्यात रस आहे.

६. राजकीय पक्ष आणि राजकीय विश्लेषक दूरचित्रवाणी सामग्रीमधील प्रचार घटक आणि कोणत्याही संभाव्य हाताळणीबद्दल चिंतित आहेत. जनमतावर प्रभाव

टाकण्यासाठी किंवा राजकीय अजेंडा पुढे नेण्यासाठी सामग्रीचा वापर केला जाऊ शकतो का आणि कसे हे ते समजून घेण्याचा प्रयत्न करतात.

७. स्त्रीवादी विद्वानांना दूरचित्रवाणी सामग्रीमध्ये स्त्रियांच्या चित्रणात रस आहे. ते दूरचित्रवाणी नेटवर्कमधील महिलांच्या भूमिका आणि प्रॉडक्शन हाऊसमधील निर्मिती देखील तपासतात. हे विश्लेषण लिंग प्रतिनिधित्व आणि दूरचित्रवाणी उद्योगातील गतिशीलता आणि समाजावर त्याचा प्रभाव यावर प्रकाश टाकण्यास मदत करते.

८. किशोर आणि मुलांच्या प्रोग्रामिंगवर लक्ष केंद्रित करणारे संशोधक सामग्री वयानुसार आहे की नाही याचे विश्लेषण करतात आणि सवयी, सांस्कृतिक मूल्ये, वर्तन आणि हिंसा भडकावण्याची किंवा नैतिक आणि सामाजिक आचारसंहिता आव्हानात्मक करण्याच्या संभाव्यतेच्या दृष्टीने तरुण प्रेक्षकांवर कसा प्रभाव पाडतात याचे मूल्यांकन करतात.

९. प्रेक्षक आणि दर्शकांना हे जाणून घेण्यात रस आहे की लोकप्रिय काय आहे आणि दूरचित्रवाणी प्रोग्रामिंगच्या दृष्टीने लोकप्रिय व्यक्ती किंवा विषय कोण आहेत.

१०. साहित्यिक विश्लेषक आणि सिद्धांतकारांना दूरचित्रवाणी मध्ये वेगवेगळ्या वेळा तसेच स्वीकारलेल्या शैली, स्वरूप आणि कार्यक्रम समजून घेण्यात रस आहे आणि incomplete????

११. विपणन व्यावसायिक सध्या काय लोकप्रिय आहे आणि त्यांचे ब्रँड आणि उत्पादने टीव्ही सामग्रीमध्ये धोरणात्मकरित्या कशी ठेवायची हे ओळखण्यास उत्सुक आहेत. ते स्थानिक, प्रादेशिक किंवा जागतिक स्तरावर असले तरीही, जास्तीत जास्त प्रभावासाठी किती गुंतवणूक करायची आणि त्यांचे जाहिरात बजेट कोठे वाटप करायचे हे निर्धारित करायचे आहे.

१२. टीव्ही निर्मात्यांना महत्त्वाच्या सामाजिक घटना ओळखण्यात आणि त्यांचा समाजावर होणारा परिणाम समजून घेण्यात रस असतो. दर्शकांना गुंतवून ठेवण्यासाठी आणि त्यांना आकर्षित करण्यासाठी त्यांच्या सामग्रीमध्ये संबंधित सामाजिक समस्यांचा समावेश करण्याचे त्यांचे उद्दिष्ट आहे. याव्यतिरिक्त, ते सामग्री सिंडिकेशन, वैयक्तिकरण आणि स्थानिकीकरण यासारख्या पर्यायांचा विचार करून जागतिक स्तरावर त्यांच्या सामग्रीचे विपणन करण्यासाठी जागतिक वितरणाची व्याप्ती आणि धोरणे शोधण्याचा प्रयत्न करतात. शैली, कथानक, कथानक आणि कार्यक्रमांची लोकप्रियता समजून घेणे प्रेक्षकांना आवडेल आणि वर्तमान ट्रेंड आणि प्राधान्यांशी संरेखित होणारी सामग्री तयार करण्यासाठी महत्त्वपूर्ण आहे.

१३. मानसशास्त्रज्ञांना सिग्मंड फ्रॉइडच्या अवचेतन आणि मूल्ये आणि प्रभाव समाजात आणि व्यक्तींच्या चेतनेमध्ये कसे प्रवेश करतात याबद्दलच्या सिद्धांतांच्या वापरामध्ये रस आहे.

१४. तांत्रिक नवकल्पनांवर आणि सामग्रीच्या सौंदर्यात्मक सादरीकरणावर अद्ययावत राहण्यासाठी दूरचित्रवाणी उद्योगाची गुंतवणूक केली जाते. हे ट्रेंड त्यांच्या सामग्रीमध्ये समाविष्ट करण्यासाठी ते लोकप्रिय शॉट्स, कार्यक्रम आणि सिनेमॅटोग्राफी किंवा ध्वनी उपचारांचे विश्लेषण करतात. ही माहिती त्यांना त्यांची संसाधने कोठे गुंतवायची हे निर्धारित करण्यात मदत करते, त्यांची निर्मिती सध्या ट्रेंडमध्ये असलेल्या आणि दर्शकांना आकर्षित करणारी आहे.

१५. सामाजिक शास्त्रज्ञांना दूरचित्रवाणी सामग्रीमधील विविध वर्ग, वंश आणि लोकसंख्या यासारख्या विविध सामाजिक गटांचे प्रतिनिधित्व समजून घेण्यात स्वारस्य आहे.

१६. दूरचित्रवाणी उद्योगातील तंत्रज्ञ वितरणाची साधने समजून घेणे, कार्यक्षमता वाढवणे आणि संमिलन शोधणे यावर लक्ष केंद्रित करतात.

१७. क्रिमिनोलॉजिस्टला दूरचित्रवाणी सामग्री आणि गुन्ह्यांचा दर यांच्यातील संबंध शोधण्यात रस आहे.

१८. दूरचित्रवाणी चे समाजात महत्त्व आणि प्रभाव आहे आणि समाजातील प्रत्येक सदस्याचा आणि शैक्षणिक शिस्तीचा त्याच्या एकल प्रभाव शक्तीमध्ये वाटा आहे.

१९. या पद्धती आणि माहिती समजून घेतल्याने व्यक्ती, व्यावसायिक आणि शिक्षणतज्ञांना त्यांचे कार्य वाढवता येते आणि दूरचित्रवाणी आणि त्यातील सामग्रीची चांगली समज मिळते.

४.४ दूरचित्रवाणीचा समाजावर प्रभाव सविस्तर चित्र आणि तर्क

मुख्य श्रेणी	**उपश्रेणी सकारात्मक प्रभाव नकारात्मक प्रभाव**	**सकारात्मक प्रभाव**	**नकारात्मक प्रभाव**
बौद्धिक			
	शिक्षण आणि अध्ययन	दूरचित्रवाणीचा सकारात्मक प्रभाव पडला आहे, विशेषत: ज्ञान दर्शन किंवा इतर गैर-काल्पनिक चॅनेल जसे की डिस्कवरी सायन्स, नॅशनल जिओग्राफिक ॲनिमेशन आणि किड्स चॅनेल - डिस्ने, पोगो, निकेलोडियनमध्ये लहान मुलांना शिकण्यास मदत करण्यासाठीची विषय सामग्री आहे, विशेषत: गेमिफिकेशन वापरून.	विचलन प्रभाव आणि लक्ष किंवा एकाग्रतेचा अभाव

	सर्वसामान्य जागरूकता	दूरचित्रवाणी हे वृत्तवाहिन्यांसह विविध प्रकारचे शिक्षण, जीवनशैली आणि गैर-काल्पनिक चॅनेल वापरून तुम्हाला सामान्य माहितीची जाणीव करून देण्यासाठी एक साधन आहे.	
	माहितीचा प्रसार.	प्रत्येक घरात प्रभावीपणे माहिती वितरीत केली जाऊ शकते, विशेषत: वृत्त चॅनेल किंवा गैर-काल्पनिक चॅनेलची भरपूर संख्या बहुतेक वेळा वृत्त चॅनेल थेट असतात	काही माहिती सेन्सर प्रसार प्रतिबंधित करू शकते, विशेषतः नियंत्रित आणि उच्च नियंत्रित दूरचित्रवाणी उद्योगात.
	माहितीची अचूकता / ध्रुवीकरण		माहिती पक्षपाती असू शकते कारण चॅनेल सरकारी किंवा खाजगी पक्षांच्या मालकीचे आहेत ज्यांचा हेतू गुप्त असू शकतो.
	विशिष्ट जागरूकता (विषय/क्षेत्र)	दूरचित्रवाणी विशिष्ट गट आणि स्वारस्यांना समर्थन देऊ शकते, विशेषत: एक विशिष्ट चॅनेल जीवनशैली बनली आहे - फॉक्स लाइफ स्टाइल, एनडीदूरचित्रवाणी गुड टाइम, डिस्कव्हरी सायन्स क्रीडा, धर्मविषयक	
	लैंगिक मुक्ती, शोषण	चांगले कार्यक्रम नातेसंबंधात किंवा समाजात चांगल्या वर्तनाचे आणि मूल्य रुजवण्याचे काम करू शकतात. माध्यम जे चांगल्या पद्धतींचे पालन करत नाही, मग ते दूरदर्शन असो किंवा वेब असो, वेबवरील सामग्रीचे नियमन	कालांतराने, पाश्चिमात्यीकरण आणि जुनी कलाकृति सामग्री- बेवॉच,...असे बरेच काही केबल दूरचित्रवाणी आणि आधुनिक शहरी कार्यक्रमांद्वारे

		करण्यातील आव्हाने ही एक मोठी अडचण आहे आणि मर्यादा देखील आहे; यात तांत्रिक आणि कायदेशीर समस्या किंवा लागू होण्याचे डोमेन आहेत, विशेषत: जगाच्या कोणत्याही कोपऱ्यातील कोणीही कोणत्याही साइटवर सामग्री अपलोड करू शकते (सहज साध्य आहेत आणि दररोज त्यात भर पडत आहे) ज्यामुळे अनुचित सामग्री येते, नियमन/सेन्सॉर किंवा सर्जनशीलता/मुक्त भाषणाला अनुमती द्यायची हे सरकारला ठरवण्याची आणखी एक मर्यादा आहे आणि ती समाजावर अनेक मार्गांनी प्रभाव टाकू शकते. पुन्हा तरुणांना किंवा मुलांचे संरक्षण कसे करावे हा सर्वच पक्षांचा कळीचा मुद्दा आहे	देशभरात उपलब्ध असल्यामुळे लैंगिक मुक्ती निर्माण झाली आहे, ज्यामुळे काही वेळा लहान वयातच लैंगिक संबंधांचे अनैतिकीकरण होऊ शकते (विशेषतः योग्य मार्गदर्शनाभावी) सामग्री सहज परिणाम होईल अशा वर्गांना त्यांचे मन भ्रष्ट करण्यासाठी आणि त्यांचे शोषण करण्यासाठी आणि गुन्हे करण्यासाठी देखील लक्ष्य करू शकते नवीन माध्यमांच्या अनियंत्रित स्वरूपामुळे आणि तंत्रज्ञानाच्या एकत्रीकरणामुळे / अभिसरणामुळे जोखीम पूर्वीपेक्षा कितीतरी जास्त आहे.
	आदर्श आणि त्याची नक्कल	लोक जसे वयाने मोठे होतात तसतसे ते समाजातील आणि तुमच्या सभोवतालच्या वर्तुळातील आपले आदर्श बनवत असतात, दूरचित्रवाणी असा एक शक्तिशाली मार्ग प्रदान करतो, अनेक मार्गांनी, अशा आदर्श/ व्यक्तिमत्त्व यांचे विविधांगी प्रदर्शन, आदर्श सकारात्मक मूल्ये आणि चारित्र्य दर्शवतात. नंतर त्यांचे	काही वेळा न-नायक वा विरोधी किंवा अगदी विरोधक वाढत्या पिढीचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी एक शक्तिशाली सादरीकरण होऊ शकते, ज्यामुळे वर्तन स्वीकारणे किंवा त्याची नक्कल करणे शक्य होते.

		अनुसरण केल्याने चांगली व्यक्ती आणि एक चांगला समाज घडतो	
राजकीय- बौद्धिक			
	वापर-गैरवापर आणि राजकीय पक्षपातीपणा आणि छाननी	दूरचित्रवाणी हे वर्तमान घडामोडींचे ज्ञान आणि सामाजिक जबाबदार नागरिकांपर्यंत पोहोचणाऱ्या बातम्यांचे एक चांगले माध्यम बनू शकते,	दूरचित्रवाणी हे एक असे शक्तिशाली मास मीडिया साधन आहे, जर कार्यक्रम चुकीचे तथ्य दाखवत असतील किंवा दिशाभूल करणारी विधाने करणे आणि त्याचे समर्थन करणे तर त्याचा मोठ्या प्रमाणात गैरवापर होऊ शकतो
	ध्रुवीकरण		दूरचित्रवाणी कार्यक्रम लोकांमध्ये ध्रुवीकृत दृश्ये आणि मते तयार करू शकतात अनेक चॅनेलना खाजगी पक्षांकडून निधी पुरवले जात असल्याने, त्या चॅनलच्या मदतीने अभिव्यक्ती किंवा प्रचाराचे माध्यम म्हणून वापर करून त्यांच्या सादरीकरणांमध्ये त्यांची संलग्नता आणि लक्ष कमी होईल.
	निर्णयाची कोंडी. आवेगपूर्णता किंवा अतार्किक निर्णय,	दूरचित्रवाणीचा वापर वस्तुनिष्ठपणे वस्तुस्थिती दाखवण्यासाठी योग्यरितीने केल्यास संदिग्धता कमी	दूरचित्रवाणी शेवटच्या क्षणाच्या प्रभावावर आधारित आवेगपूर्ण मतदान

		होऊ शकते आणि तर्कशुद्ध निर्णय घेऊन तर्कशुद्ध विचारधारा तयार केले जाऊ शकते	तयार करू शकते , जरी निवडणुकीच्या दोन दिवस आधी अशा गोष्टींना मनाई असते तरीही सर्वेक्षण आणि एक्झिट पोल देखील प्रभावित करू शकतात
	'जज बुक बाय कव्हर' सिंड्रोम		दूरचित्रवाणीचे वादविवाद कार्यक्रम उमेदवाराची प्रतिमा तयार करू शकतात मात्र प्रतिमा सत्य बोलू शकत नाही. कार्यक्रमांच्या मर्यादित प्रदर्शनामुळे बहुसंख्यांना प्रभावीत करायचे साधन बनू शकते कधी-कधी उमेदवार स्वत:ची बतावणी करून जनतेची फसवणूकही करू शकतात त्यांच्या खऱ्या स्वभावाबद्दल चुकीची छाप पाडणाऱ्या चर्चेच्या या मर्यादित तासात काही वेळा लोक उमेदवाराचे सौंदर्य किंवा ड्रेस कोडला किंवा फक्त त्याच्या वा तिच्या दिसण्यावर जाऊन मतदान देतात.

प्रसारमाध्यमे विशेषतः दूरचित्रवाणी जन-जागरूकता, जनआंदोलन आणि प्रसारमाध्यमांद्वारे चाचणी / चारित्र्य हनन या गोष्टींद्वारे समाजात मोठी भूमिका बजावू शकतात.

जन-जागरुकतेसाठी दूरचित्रवाणी बातम्यांचे चॅनेल (जागतिक, राष्ट्रीय आणि प्रादेशिक रूपात) तसेच सामाजिक जागरुकतेला हातभार लावणाऱ्या गैर-काल्पनिक/माहितीपूर्ण चॅनेलमुळे सर्वोत्कृष्ट आणि सर्वात मोठे योगदानकर्ता आहे.

जनआंदोलनाच्या बाबतीत- जसं की निर्भया आणि अण्णा हजारे आंदोलन या दोन्ही बाबतीत, हे दूरचित्रवाणीच्या सतत कव्हरेजमुळे जनआंदोलनाला चालना मिळाली किंवा नंतरच्या प्रकरणात गुन्हेगारांना शिक्षा,किमान घटनांमध्ये कायद्यात बदल आणि पीडितेला न्याय मिळण्यापर्यंत हे प्रकरण जिवंत ठेवलं गेलं. दिल्लीतील सत्ता रचनेत बदल करून 'आप'ला सत्तेत आणण्यात हातभार लागला.

प्रत्येक घराघरात आणि प्रत्येक भाषेतील चॅनेल्सच्या उपस्थितीमुळे बातम्यांचे कव्हरेज शक्य तितके क्रूर बनू शकते किंवा ते वस्तुनिष्ठ आणि स्थितप्रज्ञ असू शकते, परंतु काहीवेळा माध्यमांद्वारे चाचणी केली जाते, अशा परिस्थितीत माध्यमांचा पूर्वग्रहदूषित दृष्टिकोन अजाणांना अपायकारक ठरू शकतात. हे सुशांत सिंगच्या प्रकरणात दिसून आले बहुतेक न्यूज चॅनेलद्वारे त्याच्या प्रेयसीवर त्याच्या हत्येचा खोटा आरोप करून तीचा पिच्छा पुरवून शाब्दिक छळ केला गेला.

काल्पनिक कार्यक्रम जसे की pawn stars, forged in fire वा OMG या कार्यक्रमांनी त्यांचे स्वतःचे स्थान तसेच लोकप्रिय प्रेक्षकवर्ग तयार केला आहे, विविध सामाजिक आवडींना snakes and the city ने चालना दिली तसेच Nature सारखा शो स्थानिक पातळीवर तयार केला आहे. Man, vs Wild या शोमध्ये येण्यासाठी देशातील सर्वोच्च नेते आणि चित्रपट व्यक्तिमत्त्वांना भुरळ घातली आहे.

'आप की अदालत' हा कार्यक्रम विविध व्यक्तिमत्त्वांच्या विशेषत: राजकीय किंवा सामाजिक आणि करमणूक क्षेत्रातील व्यक्तींच्या मुलाखती घेण्यात अग्रेसर आहे, बीबीसीवरील हार्ड टॉकच्या अगदी उलट जिथे थेट स्टुडिओ रेकॉर्डिंगमध्ये जनता देखील समाविष्ट असते, ज्यामुळे अधिक चैतन्यशील परस्परसंवादी आणि वैयक्तिक अपील तयार होते, जणू काही तुम्ही तिथे आहात आणि त्या उपस्थित मान्यवराला असे प्रश्न विचारत आहात की ज्याची तुम्हाला उत्तरे हवी आहेत.

Figure 5 Influence of Television on Society and Individuals and Even govt.

Influence of television:

Influence of Television	**दूरदर्शनचा प्रभाव**
• Casual Crimes & Crime justifiability	• आकस्मिक गुन्हे आणि गुन्ह्यांची न्याय्यता
• Feminism & Awareness	• स्त्रीवाद आणि जागरूकता
• Political Polarization & Influence	• राजकीय ध्रुवीकरण आणि प्रभाव • वर्गवाद, वंशवाद, कट्टरता, भेदभाव

• Classism, Racism, Bigotry, Discrimination or its awareness and improvements • Child-youth media addiction, lack of concentration, carrier defocus, lethargy • Substance abuse and immoral activity • Respect for elders or peers and general way of communication – lack of propriety • Physical and mental health issues such as obesity, physical weakness, loneliness, social alienation, and awkwardness • Increase in crimes against women, children, violent crimes, other crimes • Good source of learning and knowledge and career guidance and boost • Social up-liftment and equalization • De-stressing, general sport and happiness • Tv and therapy and social surrogacy	किंवा त्याची जाणीव आणि सुधारणा • बाल-तरुण मीडिया व्यसन, एकाग्रतेचा अभाव, वाहक डिफोकस, सुस्ती • मादक पदार्थांचा गैरवापर आणि अनैतिक क्रियाकलाप • वडील किंवा समवयस्कांचा आदर आणि संवादाचा सामान्य मार्ग - योग्यतेचा अभाव • शारीरिक आणि मानसिक आरोग्याच्या समस्या जसे की लठ्ठपणा, शारीरिक अशक्तपणा, एकटेपणा, सामाजिक परकेपणा आणि अस्ताव्यस्त • महिला, लहान मुले, हिंसक गुन्हे, इतर गुन्ह्यांमध्ये वाढ • शिकण्याचा आणि ज्ञानाचा चांगला स्त्रोत आणि करिअर मार्गदर्शन आणि चालना • सामाजिक उन्नती आणि समानीकरण • तणावमुक्त, सामान्य खेळ आणि आनंद • टीव्ही आणि थेरपी आणि सामाजिक सरोगसी

प्रत्येक घराचा एक कायमस्वरूपी भाग असणा-या तुमच्या राहत्या घरातील किंवा बेडरुममध्ये दूरचित्रवाणीची तात्काळता आणि सहजसाध्यता हेच दूरचित्रवाणीला प्रभावशाली आणि सर्वात शक्तिशाली माध्यम बनवते. तसेच काम करणाऱ्या पुरुषांसाठी विश्रांतीचे माध्यम असू शकते जिथे दिवसभरच्या कामानंतर तो संध्याकाळी निवांतपणा शोधतो.

इतर काही गोष्टी ज्यात दूरचित्रवाणी ची प्रमुख किंवा किरकोळ भूमिका आहे आणि त्यांचा प्रभाव आहे.

तक्ता १ दूरदर्शनचा प्रभाव, काही प्रमुख गोष्टी:

समाज, व्यक्ती, उद्योग किंवा सरकारवरील प्रभाव	प्रभावाचे प्रमाण / प्रभावाची तीव्रता
आकस्मिक गुन्हे आणि गुन्हेगारी न्याय्यता	मध्यम, चित्रपटांना बऱ्याचदा जबाबदार धरले गेले आहे
स्त्रीवाद आणि जागरूकता	उच्च
राजकीय ध्रुवीकरण आणि प्रभाव	उच्च
वर्गवाद, वंशवाद, कट्टरता, भेदभाव किंवा त्याविषयी जागरूकता आणि सुधारणा	उच्च ज्ञान / जागरूकता भेदभावाला उत्तेजन देणे -मध्यम
बाल-तरुण माध्यमांचे व्यसन, एकाग्रतेचा अभाव. करियरकडे दुर्लक्ष (Carrier defocus) / आळशीपणा	कमी: गेमिंग आणि सोशल मीडिया अधिक भूमिका बजावते
अंमली पदार्थांचे सेवन, अनैतिक क्रियाकलाप	मध्यम
वडिलधाऱ्या लोकांचा किंवा समवयस्कांचा आदर आणि संवादाचा सामान्य मार्ग- औचित्याचा अभाव, टीव्हीवर	मध्यम -नैतिक अध:पतन आणि अयोग्यतेचा दुरचित्रवाणीवर आरोप आहे.
शारीरिक आणि मानसिक आरोग्याच्या समस्या जसे की लठ्ठपणा, शारीरिक कमकुवतपणा, एकाकीपणा, सामाजिक फारकत आणि अडमुठेपणा	मध्यम-उच्च, सोशल मीडिया आणि गेमिंगचा तितकाच सहभाग
महिला आणि मुले यांच्या बाबत हिंसक गुन्हे, इतर गुन्ह्यांमधील वाढ	मध्यम
अध्ययन आणि ज्ञानाचा चांगला स्रोत आणि करिअर मार्गदर्शन आणि चालना देणारे	मध्यम: जरी डिजिटल मीडिया आणि अभिसरणाने व्याप्ती खूप जास्त आहे, आजही त्याचा पूर्णपणे उपभोग घेतला जात नाही. ज्ञान दर्शन चॅनेल आहे पण लोक शिकण्यासाठी नेटवर गर्दी करतात
सामाजिक उन्नती आणि समानीकरण	सामाजिकदृष्ट्या विश्वसनीय कार्यक्रम सकारात्मक मूल्यांच्या विकासास कारणीभूत ठरू शकतात.
ताण-तणाव कमी करणे , खेळ आणि	उच्च: वेळ आरामात घालवण्याचे प्राथमिक

आनंद	साधन
दूरचित्रवाणी आणि थेरपी आणि सामाजिक सरोगसी	मध्यम : दूरचित्रवाणीचे उपचारात्मक फायदे देखील असल्याचे सांगण्यात आले आहे
राजकीय पक्षाचा प्रचार	उच्च
उत्पादनावर प्रभाव -ब्रँड ओळख	उच्च -दर्जेदार जाहिराती आणि पोझिशनिंग आणि प्लेसमेंटमुळे
सामाजिक कारणांसाठी योग्य मध्यम	उच्च- माहितीपट, बातम्या, दृश्ये किंवा मोहिमेद्वारे योग्य सादरीकरणामुळे मोठा प्रभाव पडू शकतो.

४.६ दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचे भविष्य

दूरचित्रवाणी आणि नवीन माध्यमांचे भविष्य तसेच दूरचित्रवाणीचे भविष्य काय आहे हा एक प्रश्न इंटरनेटच्या उदयापासून कायम विचारला जात आला आहे, आपण एकत्र येणे हा मार्ग आहे, जो आधीपासूनच उपलब्ध आहे..तंत्रज्ञान डिजिटल केबल आणि डिजिटायझेशनमध्ये विकसित झाल्यामुळे एनालॉग सिग्नलचा वापर करणारे पूर्वीचे प्रसारण आधीच थांबले आहे.

नवीन दूरचित्रवाणीचा समाविष्ट असलेले इतर प्रमुख बदल म्हणजे आंतरक्रियाशीलता, जी आंतरजाल, सामाजिक माध्यमे आणि अगदी खेळांच्या व्यासपीठांवरूनही वारशाने मिळते. नवीन दूरचित्रवाणी संचात समावेश असणारा महत्त्वाचा बदल म्हणजे इंटरॅक्टिव्हिटी, इंटरनेट, सोशल मीडिया आणि अगदी गेमिंग प्लॅटफॉर्मचे अनुसरण करून मिळाले आहे त्यामुळे नवीन दूरचित्रवाणी मध्ये प्रेक्षक गुंतलेले असतील.

थेट दूरचित्रवाणीवर दूरस्थ कीबोर्डचा वापर करून किंवा थेट दूरचित्रवाणीच्या प्लॉट लाईन्समध्ये समाविष्ट केल्या जाणाऱ्या सामाजिक माध्यमांवर (आभासी/वास्तविक) सक्रिय टिप्पणी देता येते, जेणेकरून थेट दूरचित्रवाणीवर एकतर सक्रियपणे किंवा प्रत्यक्षपणे निर्णय घेणे (दूरध्वनी लाईन्सचा वापर करून निष्क्रीय निर्णय घेणे हे रिॲलिटी शोसाठी आधीपासूनच प्रचलित आहे) आणि बहुसंख्य विनंत्यांनुसार कथात्मक बदल देखील केले जाऊ शकतात.

कार्यक्रमांचे खरे गेमिफिकेशन भविष्यात देखील घडू शकते जेथे ग्राहकांच्या वैयक्तिक आवडीनुसार त्याचे स्वरूप त्यांच्या आवडत्या दूरचित्रवाणी कार्यक्रमातील नायक किंवा इतर भूमिकांची जागा घेऊ शकते आणि मूळ कथानक उलगडत असताना (विशेष परिणामांसह क्रॉस सेक्शन आणि वर्णनात्मक कथाकथनावर लागू केलेल्या खेळाचे वैयक्तिकरण करून) जटिल नियमांनुसार खेळू शकते.

जाहिरातदार आणि प्रायोजक प्लॅटफॉर्मवरील ग्राहकांच्या पसंतीनुसार जाहिराती तयार करू शकतील.

गेमिंग जगामध्ये किंवा सोशल मीडियाच्या जगामध्ये किंवा दूरचित्रवाणी मध्ये पुढील फायदे देण्यासाठी ग्राहकाची स्वतःची ओळख सार्वत्रिक होऊ शकते.

कॉमिक्स, खेळ, चित्रपट किंवा दूरचित्रवाणी यासारख्या विविध माध्यमांमध्ये ट्रान्समीडिया कथाकथन गुंतागुंतीची कथा तयार करू शकते. वायर्ड किंवा वायरलेस प्रसारणामध्ये संपूर्ण डिजिटायझेशन, विविध माध्यमांचे एकत्रीकरण,एकीकरण, सखोल परस्परसंवाद, थेट समालोचन वा प्रेक्षकांच्या सहभागात जिवंतपणा किंवा अगदी कार्यक्रमांचे कथन आणि सानुकूलन किंवा वैयक्तिकरण नवीन दूरचित्रवाणीवर निर्मितीतील क्रांतीसाठी वर्चस्व गाजवू शकते. यामुळे तंत्रज्ञान विविध गोष्टींमधील फरक अगदीच अस्पष्ट होईल.ग्राहकांना अद्वितीय आणि एकसंध अनुभव देण्यासाठी आणि त्याच वेळी उत्पादक आणि त्यांच्या नेटवर्कसाठी नवीन संधी उपलब्ध करून देण्यासाठी आणि नियमन आणि धोरण नियंत्रणाबद्दल सरकारसमोर काही आव्हाने निर्माण होतील. (राष्ट्रीय संघ किंवा संयुक्त राष्ट्रांनी ठरविल्याप्रमाणे जागतिक धोरणे देखील अस्तित्वात असू शकतील)

तुमची प्रगती तपासा

१. डिजिटायझेशन म्हणजे काय?

२. ट्रान्समीडिया स्टोरीटेलिंग म्हणजे काय

३. ग्राहक कोण असतो ?

४.७ निष्कर्ष

खरंच, तंत्रज्ञानाची मध्यवर्ती भूमिका असलेल्या मीडिया लँडस्केपमध्ये महत्त्वपूर्ण बदल आणि अभिसरण होत आहे. पारंपारिक टीव्ही अनुभव विकसित होत आहे कारण तो केबल, इंटरनेट, सॅटेलाइट आणि डिजिटल ब्रॉडकास्ट अशा विविध माध्यमांद्वारे वितरित केला जाऊ शकतो.(तंत्रज्ञान एकीकरण आणि पुढील उत्क्रांती (५G)) स्मार्ट टीव्हीचा उदय दर्शकांना त्यांच्या दूरचित्रवाणी सेट्सवर वेब सामग्रीमध्ये प्रवेश करण्यास अनुमती देतो, पारंपारिक टीव्ही आणि ऑनलाइन मीडियामधील रेषा अस्पष्ट करते. शिवाय, डिस्प्ले तंत्रज्ञानातील प्रगती घर पाहण्याचा अनुभव वाढवत आहे, ज्यामुळे तो पारंपारिक सिनेमांसोबत अधिक स्पर्धात्मक बनत आहे. ही परिवर्तने आम्ही सामग्री कशी वापरतो आणि मीडिया उद्योगातील पारंपारिक नियमांना आव्हान देत आहे हे बदलत आहे.

विशिष्ट परिस्थिती काहीही असो, या प्रकरणात चर्चा केलेले मुद्दे संबंधित राहतात आणि सतत लक्ष देण्याची आवश्यकता असते. या समस्यांचे निराकरण करण्यासाठी विचारशील

धोरणे, कायदे, जागतिक सहकार्य, तांत्रिक प्रगती आणि उत्पादक आणि नेटवर्कद्वारे जबाबदार कृती आवश्यक आहेत. दूरचित्रवाणी सामग्री सकारात्मक आणि रचनात्मक शक्ती आहे याची खात्री करून व्यक्ती आणि समाजाच्या कल्याणासाठी योगदान देणे हे ध्येय आहे.

४.८ प्रश्न

१. दूरचित्रवाणी मुळे कोणते पाच सामाजिक घटक प्रभावित होतात

२. दूरदर्शनद्वारे व्यक्तींच्या आरोग्यावर दोन शारीरिक प्रभाव पाडणारे घटक स्पष्ट करा

३. टीव्ही आणि सोशल मीडियावरील सामग्रीमध्ये काय फरक आहे

४. थिएटरमधील चित्रपट आणि टीव्हीवरील चित्रपट यांच्यात काय फरक आहे.

*****

५

दूरचित्रवाणी वर बातम्या कशा बनतात

पाठाची रूपरेषा

५.० उद्दिष्टे
५.१ दूरचित्रवाणीच्या इतिहासाचा परिचय
५.२ दूरचित्रवाणीच्या बातम्या/पत्रकारितेचे मूलभूत नियम
५.३ बातम्यांचा पिरॅमिड दृष्टीकोन म्हणजे काय?
५.४ दूरचित्रवाणी वर बातम्या कशा बनतात?
५.४.१ खाजगी दूरदर्शन वृत्तवाहिन्यांचे उद्योग आधारित कार्य मॉडेल
५.४.२ दूरचित्रवाणी ची ताकद
५.५ दूरचित्रवाणी बातमीदाराची भूमिका आणि जबाबदारी
५.५.१ दूरचित्रवाणी मीडियाची वैशिष्ट्ये
५.७ दूरचित्रवाणी वृत्त संकलन आणि मुद्रित वृत्त संकलनमधला फरक
५.८ वार्तांकनाचे वेगवेगळे बीट्स
५.९ समारोप
५.१० प्रश्न

५.० उद्दिष्टे

या पाठद्वारे समजून घेता येईल –

१. 'जर्नी ऑफ टेलिव्हिजन अँड प्रिंट मीडिया' ची माहितीपूर्ण कालक्रमिका गोळा करणे.

२. 'दूरदर्शन बातम्या म्हणजे काय' हे समजून घेणे.

३. मुद्रित माध्यमे (वर्तमानपत्रे) आणि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांमधील बातम्यांमधील फरक समजून घेणे.

४. दूरचित्रवाणी वरील बातम्यांच्या रिपोर्टिंगच्या तंत्राची चर्चा करण्यासाठी

५. दूरचित्रवाणी वरील बातम्यांच्या मुलाखतींमध्ये दूरचित्रवाणी वरील बातमीदाराच्या भूमिकेचे वर्णन करण्यासाठी

६. रिपोर्टिंगच्या बिट्सची मूलभूत माहिती जाणून घेणे.

५.१ दूरचित्रवाणीच्या इतिहासाचा परिचय

दूरचित्रवाणी बातम्यांची कथा हा माध्यमांच्या इतिहा सातील तुलनेने अलीकडचा अध्याय आहे. पाश्चात्य देशांमध्ये, १९५० च्या दशकात माहिती आणि मनोरंजन या दोन्हीसाठी दूरचित्रवाणी ची ओळख झाली. या काळात दूरचित्रवाणी अजूनही कृष्णधवल दिवसात होते. न्यूज बुलेटिन्स, इतर कार्यक्रमांसह, प्रसारित करण्यास सुरुवात झाली आणि बातम्या सामान्यत: वृत्तपत्रकारा द्वारे सादर केल्या जात होत्या, ज्याला त्यावेळचे न्यूजरीडर म्हणून ओळखले जाते आणि आधुनिक काळात अँकर म्हणून ओळखले जाते. या सुरुवातीच्या दूरचित्रवाणी वाहिन्या मक्तेदारीवादी वातावरणात कार्यरत होत्या, कारण दूरचित्रवाणी उद्योगात खाजगी वाहिन्या किंवा खाजगीकरण नव्हते. स्पर्धा अक्षरशः अस्तित्वात नव्हती, आणि टीव्ही रेटिंगसाठी (TRP) लढण्याची संकल्पना अद्याप टीव्ही बातम्या उद्योगात आली नव्हती.

१९६३ मध्ये, युनायटेड स्टेट्सचे अध्यक्ष जॉन एफ. केनेडी यांच्या हत्येसह दूरचित्रवाणी बातम्यांमध्ये एक महत्त्वपूर्ण क्षण आला. या दु:खद घटनेने दूरचित्रवाणी च्या बातम्यांचे सामर्थ्य दाखवले कारण बातम्यांचा इतिहास चित्रे आणि व्हिडिओंद्वारे आकारला जाईल यावर प्रकाश टाकला. व्हिज्युअल सामग्री अधिक विश्वासार्ह होती आणि त्याचा दर्शकांवर खोल प्रभाव पडला. तथापि, महत्त्वपूर्ण घटनांच्या दृश्यावरून व्हिडिओ फुटेज, चित्रपट किंवा प्रतिमा मिळवणे हे एक आव्हान होते. उपकरणे आणि तंत्रज्ञान आजच्याइतके प्रगत नव्हते आणि प्रत्येक पत्रकाराला घटनास्थळी घटना रेकॉर्ड करण्यासाठी आवश्यक साधने उपलब्ध नव्हती. यामुळे व्हिएतनाम युद्धासारख्या बातम्या प्रसारित करण्यात अनेकदा विलंब होतो, ज्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यापूर्वी काही दिवस जुन्या असू शकतात. याव्यतिरिक्त, जगभरात व्हिडिओ त्वरित प्रसारित करण्यासाठी उपग्रह अद्याप उपलब्ध नव्हते.१९८० च्या दशकाच्या सुरुवातीस दूरचित्रवाणी बातम्यांच्या उत्क्रांतीत एक महत्त्वपूर्ण वळण आले. तंत्रज्ञानातील प्रगती आणि प्रसारमाध्यमांमधील व्यावसायिकतेच्या वाढीमुळे वृत्तवाहिन्या सुरू झाल्या, बातम्यांच्या सादरीकरणाच्या शैलीत बदल झाले, नवीन शैलींचा परिचय झाला आणि व्हिज्युअल्सवर भर दिला गेला. कार्यक्रमांचे 'लाइव्ह' कव्हरेज हा टीव्ही बातम्यांचा अविभाज्य भाग बनवण्यात उपग्रहांनी महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली. भारतात दूरचित्रवाणी च्या बातम्यांचा प्रवास वेगळ्या वाटेने झाला. दूरचित्रवाणी चाचणी सप्टेंबर १९५९ मध्ये सुरू झाली, परंतु १९८० पर्यंत देशात दूरचित्रवाणी ला महत्त्व प्राप्त झाले नाही. दूरदर्शन (DD) ने भारतात रंगीत दूरचित्रवाणी ची संकल्पना मांडली आणि ती १९८२ च्या आशियाई खेळांच्या यजमानाशी जोडली. डीडी, जे विविध सामाजिक-आर्थिक, सांस्कृतिक, कृषी आणि बातम्यांचे कार्यक्रम प्रसारित करत होते, त्यांनी रेकॉर्ड करणे आवश्यक असलेल्या बातम्यांच्या बुलेटिनचे प्रसारण देखील सुरू केले. CNN आणि Star TV सारख्या आंतरराष्ट्रीय चॅनेलने भारतीय बाजारपेठेत प्रवेश केल्यामुळे १९९० च्या दशकात भारताच्या दूरचित्रवाणी बातम्यांच्या लँडस्केपमध्ये लक्षणीय बदल झाला. या काळात मोठ्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्याच्या उद्देशाने असंख्य वृत्तवाहिन्यांचा उदय झाला. भारतात प्रथमच, २४-तास दूरचित्रवाणी बातम्यांची संकल्पना प्रत्यक्षात आली, ज्यामुळे लोक देशातील बातम्यांचा वापर कसा करतात.

५.२ टेलिव्हिजन वृत्त पत्रकारितेचे मूलभूत नियम

दूरचित्रवाणी वृत्त पत्रकारितेच्या क्षेत्रात, अनेक मूलभूत तत्त्वे बातम्या तयार करण्याच्या आणि प्रेक्षकांसमोर सादर करण्याच्या पद्धतीला आकार देतात. ही तत्त्वे माध्यमाच्या अद्वितीय स्वरूपाभोवती फिरतात, जे दृश्य आणि श्रवण इंद्रियांना गुंतवून ठेवतात. दूरचित्रवाणी वृत्त पत्रकारितेच्या या मूलभूत नियमांचा शोध घेऊया: तुम्ही जसे बोलता तसे लिहा: दूरचित्रवाणी बातम्या हे दृकश्राव्य माध्यम आहे आणि प्रेक्षकांना प्रभावीपणे गुंतवून ठेवण्यासाठी संवादात्मक लेखनशैलीचा अवलंब करणे अत्यावश्यक आहे. याचा अर्थ भाषा आणि नैसर्गिक भाषणाचा स्वर वापरणे, सामग्री अधिक संबंधित आणि दर्शकांसाठी प्रवेशयोग्य बनवणे. २४/७ उपलब्धता: आज, आठवड्याचे सातही दिवस, बातम्या चोवीस तास उपलब्ध आहेत. हे सतत बातम्यांचे चक्र पत्रकारांनी जागरुक आणि ब्रेकिंग इव्हेंट्सबाबत अद्ययावत राहणे, प्रेक्षकांना वेळेवर आणि संबंधित माहिती देण्यासाठी तयार असणे आवश्यक आहे. स्पर्धा :दूरचित्रवाणी बातम्या उद्योग प्रचंड स्पर्धात्मक आहे. असंख्य चॅनेल आणि प्लॅटफॉर्म प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेत असताना, केवळ अचूकच नाही तर आकर्षक, समर्पक आणि वेगळे सामग्री ऑफर करणे आवश्यक आहे. प्रेक्षकांच्या आवडीनिवडी समजून घेणे आणि नाविन्यपूर्ण राहणे ही यशाची गुरुकिल्ली आहे.

दूरचित्रवाणी वृत्त पत्रकारिता “५ Cs” वर कार्य करते

Complete

Compelling

Clear

Consistent

Concise

दूरचित्रवाणी वृत्त पत्रकारिता हा कथाकथनाचा एक अनोखा प्रकार आहे ज्यासाठी वेगळ्या दृष्टिकोनाची आवश्यकता आहे. वैविध्यपूर्ण आणि व्यापक प्रेक्षकांशी प्रभावीपणे संवाद साधण्यासाठी, खालील तत्त्वे पाळली पाहिजेत:

१. Complete: पूर्णता:

दूरचित्रवाणी बातम्यांमध्ये विषयाच्या सर्व आवश्यक पैलूंचा समावेश असावा. बातम्यांच्या सर्वसमावेशक आकलनासाठी प्रेक्षक बातम्यांच्या प्रसारणावर अवलंबून असतात, आणि म्हणूनच, कथेचे सर्वांगीण दृश्य प्रदान करणे महत्त्वाचे आहे.

२. Compelling आकर्षक कथा:

एक आकर्षक बातमी अशी आहे जी माहिती अशा प्रकारे विणते जी दर्शकांना कारवाई करण्यास किंवा विशिष्ट दृष्टिकोन स्वीकारण्यास प्रवृत्त करते. कुशल कथाकथनाद्वारे,

पत्रकार त्यांच्या श्रोत्यांना गुंतवून ठेवण्यासाठी, सहानुभूती दाखवण्यासाठी किंवा मते तयार करण्यासाठी प्रेरित करू शकतात.

३. Clear स्पष्टता आणि साधेपणा:

शब्दजाल आणि गुंतागुंतीची भाषा टाळा. दूरचित्रवाणी वरील बातम्या संक्षिप्त, सहज पचनी पडतील अशा पद्धतीने सादर कराव्यात. निरनिराळ्या आणि नियमित दर्शकांद्वारे संदेश समजला जाईल याची खात्री करण्यासाठी लहान, शक्तिशाली वाक्ये महत्त्वाची आहेत. हे लक्षात ठेवणे महत्त्वाचे आहे की तुमचे प्रेक्षक एकसंध नाहीत; यात विविध पार्श्वभूमी आणि शिक्षणाच्या स्तरांतील लोकांचा समावेश आहे.

४. Consistent सुसंगतता:

सर्व बातम्यांमध्ये सातत्यपूर्ण लेखन शैली राखणे आवश्यक आहे. ही सातत्य दर्शकांना तुमच्या रिपोर्टिंगशी एकरूप होण्यास मदत करते, कारण ते तुमचा अद्वितीय आवाज आणि सादरीकरण ओळखतात. हे प्रेक्षकांमध्ये विश्वास आणि निष्ठा वाढवते.

५. Concise स्पष्टतेसह संक्षिप्तता:

दूरचित्रवाणी बातम्या संक्षिप्ततेवर भरभराट करतात, परंतु या संक्षिप्ततेने स्पष्टतेशी कधीही तडजोड करू नये. बातम्यांचा आशय संक्षिप्त आणि मुद्द्यापर्यंत असावा, ज्यामुळे गोंधळ किंवा चुकीचा अर्थ न लावता ती मोठ्या प्रेक्षकवर्गापर्यंत पोहोचू शकेल.

या तत्त्वांचे पालन करून, दूरचित्रवाणी वृत्तपत्रकार संवादक म्हणून त्यांची भूमिका प्रभावीपणे पार पाडू शकतात, विविध आणि विखुरलेल्या प्रेक्षकांच्या गरजा पूर्ण करतात.

५.३ बातम्यांचा पिरॅमिड दृष्टिकोन म्हणजे काय ?

बातम्यांचे पिरॅमिड मॉडेल, ज्याला बऱ्याचदा वृत्त लेखनाची उलटी पिरॅमिड शैली म्हणून संबोधले जाते, हे मुद्रित माध्यमांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर वापरल्या जाणाऱ्या बातम्यांच्या अहवालासाठी एक मूलभूत चौकट आहे. हा दृष्टिकोन प्रेक्षकांना सुरुवातीपासूनच आवश्यक माहिती पुरवण्यावर लक्ष केंद्रित करतो. दूरचित्रवाणी बातम्यांमध्ये, सर्वसमावेशक आणि आकर्षक बातम्यांचे अहवाल तयार करण्यासाठी ही तत्त्वे लागू करणे तितकेच महत्त्वाचे आहे.

कल्पना करा की तुम्ही तुमच्या मित्रांसमवेत बसला आहात आणि अचानक तुमच्या दूरचित्रवाणी स्क्रीनवर ब्रेकिंग न्यूज चमकू लागल्या. तुम्हाला घडलेल्या घटनेची झलक देणारी मथळा आकर्षक आहे. तुम्ही ताबडतोब आकर्षित झाला आहात, परंतु तुम्हाला सर्वसमावेशक समजून घेण्याची तहान उरली आहे. इव्हेंटवर पूर्ण ३६०-अंश दृष्टीकोन मिळविण्यासाठी, तुम्हाला बातम्यातील प्रत्येक पैलू जाणून घेण्याची इच्छा आहे.

पिरॅमिड शैलीच्या संदर्भात बातम्यांचा अहवाल प्रभावीपणे कसा तयार करायचा हे समजून घेण्यासाठी, ५ W's आणि One H सूत्राचे पालन करणे महत्त्वाचे आहे:

बातम्यांचे पिरॅमिड मॉडेल

५Ws आणि एक H समाविष्ट आहे

What? – काय

- When? - - कधी?

- Where? - कुठे?

- Why? - का?

- Who? -कोणी

- & How? - & कसे

५.४ दूरचित्रवाणी वर बातम्या कशा बनतात?

या विभागात, आम्ही दूरदर्शनवरील बातम्यांच्या रचनेत योगदान देणारे घटक शोधू. गेल्या काही वर्षांमध्ये दूरदर्शन विकसित होत गेले आणि पाहण्याच्या सवयी सतत बदलत गेल्याने बातम्या तयार करण्याची आणि सादर करण्याची प्रक्रियाही विकसित होत गेली. बातम्या गोळा करण्याच्या आणि लेखनाच्या सुरुवातीच्या टप्प्यापासून ते दर्शकांसमोर अंतिम सादरीकरणापर्यंत, बातम्या अधिक आकर्षक, आकर्षक आणि विक्रीयोग्य बनवण्यासाठी विविध घटक कार्यरत असतात.

खाजगीकरणामुळे मीडिया क्षेत्रात विशेषत: वृत्त माध्यम उद्योगात लक्षणीय बदल झाले आहेत. या बदलांवर संस्थेची कार्यसंस्कृती आणि त्याचा राजकीय प्रभाव यासह अनेक घटकांचा प्रभाव पडतो. मीडिया लँडस्केपवर या घटकांचा प्रभाव लक्षणीय आहे आणि कमी लेखता येणार नाही.

दूरचित्रवाणी पत्रकारिता अनेकदा कुत्र्याने माणसाला चावल्यास ती बातमी नसते, पण माणूस कुत्र्याला चावला तर ती बातमी असते. दूरदर्शन, दृकश्राव्य माध्यम म्हणून, प्रेक्षकांपर्यंत पोचवलेल्या सामग्रीच्या दृश्य पैलूंना महत्त्वपूर्ण महत्त्व देते ही कल्पना प्रतिबिंबित करते. दूरचित्रवाणी पत्रकारितेमध्ये काय बातमीयोग्य मानले जाते हे ठरवण्यासाठी कथेची नवीनता आणि दृश्य आकर्षण महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते.

आजच्या दूरचित्रवाणी वृत्त-निवेदक सामायिक केलेली सामग्री अनेक उद्देशांसाठी काम करते, जसे की

माहिती:

मन वळवणे:

शिक्षण:

बातम्या एकत्र केल्यानंतर आणि चाचपणी केल्यानंतर, निवडलेल्या कथा प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचवल्या जातात, त्या संबंधित आहेत याची खात्री करून आणि हेतू साध्य करण्यासाठी, मग ते लोकांना माहिती देणे, पटवणे किंवा शिक्षित करणे असो.

दूरचित्रवाणी पत्रकारिता केवळ दृश्यास्पद सामग्रीसह बातम्या सादर करण्यापलीकडे जाते. ज्या परिस्थितीत संबंधित व्हिज्युअल्स मिळवणे अशक्य आहे, तेथे दूरदर्शन बातम्या प्रभावीपणे माहिती पोहोचवण्यासाठी इतर पद्धतींवर अवलंबून असतात. यात ग्राफिक प्लेट्स, अँकर स्पष्टीकरण, ऑन-स्क्रीन मजकूर, व्हॉईसओव्हर्स आणि इतर ऑडिओ-व्हिज्युअल एड्सचा समावेश आहे ज्यामुळे प्रेक्षकांना घटना समजण्यास मदत होते. अशा परिस्थितीत, टेलिव्हिजन पत्रकारिता हे ऑडिओ घटक असलेल्या वृत्तपत्रासारखे असू शकते, जेथे अचूक आणि तपशीलवार माहिती प्रदान करण्यावर भर दिला जातो. वृत्त उद्योगातील मूलभूत नियम असा आहे की "नवीन" ही नेहमीच बातमी असते, परंतु दृश्यमानदृष्ट्या समृद्ध बातम्या आणि घटना या माध्यमाच्या स्वरूपामुळे दूरचित्रवाणी वर विशेषतः प्रभावशाली असतात, जे माहिती प्रभावीपणे व्यक्त करण्यासाठी दृश्य आणि श्रवण इंद्रियांना गुंतवून ठेवण्यावर अवलंबून असते. दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांसाठी बातम्यांच्या कथा अधिक आकर्षक आणि आकर्षक बनवण्यात व्हिज्युअल घटक महत्त्वाची भूमिका बजावतात दूरचित्रवाणी बातम्या अनेकदा अशा कथांना प्राधान्य देतात ज्यामुळे अधिक दर्शक आणि उच्च रेटिंग मिळू शकते, ज्यामुळे उद्योगात सनसनाटी निर्माण होऊ शकते. कधी-कधी टीव्हीवर मोठ्या गाजलेल्या बातम्यांचा वृत्तपत्रात उल्लेखही आढळत नाही, असे निरीक्षण केले जाते. दूरचित्रवाणी च्या खाजगीकरण आणि व्यापारीकरणामुळे ही प्रवृत्ती अधिक ठळक झाली. उच्च टीआरपी (टेलिव्हिजन रेटिंग पॉइंट्स) च्या शोधात, काही टेलिव्हिजन चॅनेल घटनेची माहिती देण्याऐवजी बातम्या शिजण्यास सुरुवात केली आहे, अधिक महत्त्वाच्या किंवा माहितीपूर्ण सामग्रीपेक्षा सनसनाटी किंवा भावनिकरित्या चार्ज केलेल्या कथांना प्राधान्य देऊ शकतात. खाजगी वाहिन्यांचे व्यावसायिक मॉडेल महसूल निर्मितीवर अवलंबून असते आणि यामुळे त्यांच्या संपादकीय निर्णयांवर परिणाम होऊ शकतो. सनसनाटीमुळे प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेणे आणि जाहिरातींच्या कमाईला चालना मिळू शकते, परंतु ते बातम्यांच्या अहवालाची गुणवत्ता आणि वस्तुनिष्ठता देखील प्रभावित करू शकते. नैतिक पत्रकारितेसह कमाईची गरज संतुलित करणे हे टेलिव्हिजन वृत्त उद्योगासाठी एक आव्हान आहे.

सराव

१. टेलिव्हिजनवर काय बातम्या बनवतात

२. बातम्यांचे पिरॅमिड मॉडेल काय आहे?

३. बातम्यांचे पिरॅमिड मॉडेल महत्त्वाचे का आहे?

५.४.१ Industry Based Working Model of Private Television News Channels

- Ashish Richhariya

Owners of the channel	वाहिनीचे मालक
Profit from the investment	गुंतवणुकीतून नफा मिळेल
Fight in the market to get advertisement	जाहिरात मिळविण्यासाठी बाजारात भांडणे
TRP from audience viewership	प्रेक्षकवर्गातून टीआरपी
Audio Viewership = Sensational	ऑडिओ व्ह्यूअरशिप = सनसनाटी

टीव्ही बातम्यांच्या या परिपत्रक मॉडेलचे वर्णनदूरचित्रवाणी बातम्या उद्योगातील त्या परिस्थितीच्या भिन्न परिस्थिती आणि परिणामांच्या संदर्भासह खाली दिले आहे.

खाजगी दूरदर्शन बातम्या चॅनेल = सनसनाटी बातम्या = प्रेक्षक संख्येत बदल	दूरदर्शन रेटिंग पॉइंट (TRP). कमी प्रेक्षक =दूरचित्रवाणी रेटिंगमध्ये घट पॉइंट (TRP).
TRP नुसार निकाल चॅनेलचे आयुष्यात बदल	TRP मध्ये वाढ = भरपूर जाहिरात TRP मध्ये घट = जाहिरात कमी किंवा अजिबात नाही
जाहिराती मधील बदलानुसार परिणामात बदल	अधिक जाहिराती = चांगला नफा कमी जाहिराती किंवा जाहिराती नसणे = कमी नफा किंवा तोटा
पुन्हा नोंदवलेल्या जाहिरातींच्या स्लॉटच्या संख्येच्या पुनरावृत्तीनुसार निकाल बदलतो	जाहिरातीसाठी पुनरावृत्ती होणारे स्लॉट = त्या जाहिरात स्लॉटमधून जाहिरातदाराला नफा जाहिरात स्लॉटमध्ये घट = जाहिरातदाराचे नुकसान
त्या चॅनेलवर जाहिराती नंतर कमावलेल्या नफा/तोटा नुसार मॉडेल बदलते	जाहिरातदाराला नफा = अधिक जाहिरात स्लॉटचे बुकिंग जाहिरातदाराचे नुकसान = बुक केलेला स्लॉट रद्द करणे
स्लॉटच्या अटींनुसार निकालात बदल केले जातात	अधिक जाहिरात स्लॉट = अधिक महसूल चॅनेल बुक केलेला स्लॉट रद्द करणे = चॅनेलचे नुकसान

महसूल स्थितीतील बदलानुसार निकाल बदलतो	चॅनेलला अधिक महसूल = चांगली वाढ चॅनल चॅनेलला कमी महसूल = चॅनेलला तोटा
वाढीनुसार परिणाम बदलतो	चॅनेलची चांगली वाढ = बाजारात वाहिनीचे चांगले अस्तित्व आणि स्थिरता चॅनेलची वाढ नाही = बाजारात चॅनेल टिकून राहता न येण्याचा धोका
बाजारातील स्थिरतेच्या स्थितीनुसार परिणाम बदलतो	चॅनेलची स्थिरता = कर्मचाऱ्यांना चांगले वेतन आणि भागधारकांना नफा चॅनेलच्या अस्तित्वाला धोका = भागधारकांचे नुकसान आणि चॅनल बंद होण्याची शक्यता

आणि म्हणूनच भागधारक पैशाच्या मागे आहेत आणि संस्थेला मागण्या पूर्ण करणे आवश्यक आहे.

सनसनाटी बातम्यांचे चक्र = बाजारात नफा

५.४.२ दूरदर्शनची ताकद:

दूरदर्शन हे दृकश्राव्य माध्यम असल्याने प्रेक्षकांवर मोठा प्रभाव पडतो. आता टेलिव्हिजनचे दर्शक देखील तीन वेगवेगळ्या श्रेणींमध्ये विभागले गेले आहेत.

शिक्षित	दर्शक शिक्षित असेल आणि बरेच चॅनेल बदलून बघत असेल तर त्याला स्वारस्य आहे. ही श्रेणी कोणती हे सहज समजू शकते जास्त गाजावाजा झालेला आहे.
अशिक्षित	जे परत परत दाखवले जाते त्यावर दर्शक थेट विश्वास ठेवतात. अतिउत्साही किंवा सनसनाटी कथा दर्शकांना प्रभावित करते.
सक्रिय दर्शक	संशयाची शक्यता वाटली तर प्रेक्षक कथेवर आंधळेपणाने विश्वास ठेवत नाही नंतर अनेक स्त्रोतांकडून दर्शक कथा क्रॉस-व्हेरिफाय करतील मग संशोधीत मत देईल ..

Diagram:

Information	माहिती
Education	शिक्षण
Entertainment	मनोरंजन
Advertisement	जाहिरात
Awareness	जाणीव
Edument	एज्युमेंट

Infotainment	इन्फोटेनमेंट
Persuation	मन वळवणे

५.५ दूरचित्रवाणी बातमीदाराची भूमिका आणि जबाबदारी

दूरचित्रवाणी सामग्रीचा प्रेक्षकांवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडतो, निर्माते त्यांच्या गृहीतकांद्वारे प्रभावाला आकार देतात. मनोरंजन, बातम्या आणि माहिती, शिक्षण, जाहिराती, सामाजिक आणि सांस्कृतिक प्रभाव, खेळ, जीवनशैली आणि वास्तव, मुलांचे प्रोग्रामिंग, संकट संप्रेषण आणि सांस्कृतिक आणि ऐतिहासिक संरक्षण यांसारख्या श्रेणींमध्ये मोडणारी सामग्रीची प्रत्येक विविधता एक विशिष्ट उद्देश पूर्ण करते. या श्रेण्या दर्शकांच्या पसंती आणि गरजांच्या विस्तृत श्रेणीची पूर्तता करतात, ज्यामुळे दूरदर्शन हे संवाद आणि अभिव्यक्तीसाठी एक बहुमुखी माध्यम बनते

१. माहिती:

दूरचित्रवाणी वरील माहिती ही महत्त्वाच्या बातम्या आणि वस्तुस्थिती मोठ्या प्रमाणात दर्शकांना पोहोचवण्याच्या उद्देशाने आहे. यामध्ये विविध विषयांवरील बातम्यांचा समावेश असू शकतो, जसे की सरकारी निर्णय (उदा. नोटाबंदी किंवा शेतकऱ्यांची बिले पास करणे) किंवा COVID-१९ साथीच्या आजारासारख्या घटनांशी संबंधित माहिती इ . सध्याच्या परिस्थितीत तुम्ही टीव्हीवर बातम्या पाहता तेव्हा हे लक्षात येते. ते COVID-१९ प्रकरणांची संख्या, लसीकरणा बद्दल अद्ययावत माहिती आणि सरकारी मार्गदर्शक तत्त्वे यासारख्या नवीनतम घडामोडींची माहिती देतात. या प्रकारची दूरचित्रवाणी सामग्री लोकांना जगामध्ये काय घडत आहे याबद्दल माहिती देण्यासाठी आहे.

२. शिक्षण:

दूरचित्रवाणी समाजाला शिक्षित करण्यात आणि दीर्घकाळ चालत आलेल्या समजुती आणि चालीरीतींना आव्हान देण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावते. भारतात, अनेक पारंपारिक प्रथा आहेत ज्या प्रश्नाशिवाय पाळल्या जातात. समाजाला हानी पोहोचवणाऱ्या या अंधश्रद्धा आणि प्रथा मोडून काढण्यास दूरदर्शन मदत करते. उदाहरणार्थ, दूरचित्रवाणी कार्यक्रम मुलींचा गर्भपात, बालविवाह आणि सर्वांसाठी शिक्षणाचे महत्त्व यांसारख्या विषयांबद्दल जागरूकता वाढवू शकतात. या समाजासाठी शाप असलेल्या या सर्व अंधश्रद्धा आणि प्रथा मोडून काढण्यासाठी त्यावर प्रकाश टाकून, दूरचित्रवाणी लोकांना शिक्षित करू शकते आणि सकारात्मक सामाजिक बदलाला हातभार लावू शकते. हे लोकांना माहिती आणि ज्ञानाने सक्षम बनवते, आणि चांगल्या समाजासाठी कार्य करण्यास प्रोत्साहित करते.

३. करमणूक:

नक्कीच दूरचित्रवाणी हे प्रेक्षकांसाठी मनोरंजनाचे साधन आहे. जेव्हा लोकांचा दिवस आव्हानात्मक असतो, तेव्हा ते काही आनंददायक सामग्रीसाठी टीव्हीकडे वळतात. दूरचित्रवाणी वरील मनोरंजनाच्या पैलूंपैकी एक म्हणजे बॉलीवूड बातम्या किंवा सेलिब्रिटी बातम्या, जे गप्पाटप्पा आणि सेलिब्रिटी बातम्यांसाठी एक व्यासपीठ प्रदान करते.हे लक्षात

घेणे महत्त्वाचे आहे की दूरचित्रवाणी सह, सर्व मनोरंजन माध्यमांमध्ये, लोकांच्या विविध गटांबद्दल साचेबंद विचार व्यक्त करण्याची आणि मजबूत करण्याची शक्ती आहे. हा प्रभाव संगीतासह अनेक वर्षांमध्ये माध्यमांच्या विविध स्वरूपात दिसून येतो. दूरचित्रवाणी , मनोरंजन कार्यक्रमांद्वारे, विविध समुदाय आणि व्यक्तींबद्दलच्या धारणा आणि वृत्तींना आकार देऊ शकतात, कधीकधी प्रक्रियेत रूढीवादी गोष्टी कायम ठेवतात. त्यामुळे,दूरचित्रवाणी विश्रांती आणि करमणुकीची सुविधा देत असताना, ते जे संदेश देतात त्याकडे लक्ष देणे देखील आवश्यक आहे.

४. जाहिरात:

दूरचित्रवाणी माध्यम हे जाहिरातींसाठी, ब्रँड्स, उत्पादने आणि सेवांचा प्रचार करण्यासाठी एक शक्तिशाली साधन आहे. जाहिरातींचे मनमोहक आणि आकर्षक स्वरूप जनतेवर प्रभाव टाकू शकते, काहीवेळा त्यांना पर्यायी उत्पादने किंवा वारंवार जाहिरात केल्या जाणाऱ्या निवडींवर जाण्यास प्रवृत्त करतात. उदाहरणार्थ, लोक जे जाहिरातीत पाहतात त्यावरून "वॉशिंग पावडर निरमा" वरून "टाइड++" वर किंवा "हजमोला" वरून "ENO" वापरू करू शकतात

दूरचित्रवाणीचा व्यापक प्रेक्षकांवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडतो आणि त्याची भूमिका केवळ एका विशिष्ट उद्देशाच्या पलीकडची आहे. कालांतराने, ते आपल्या जीवनात विविध कार्ये देण्यासाठी विकसित झाले आहे. येथे दूरचित्रवाणी माध्यमांची सात प्रमुख कार्ये आहेत जी आपल्या दैनंदिन जीवनातील तिच्या भूमिकेवर प्रकाश टाकतात

- **निरीक्षण:**

पाळत ठेवणे हे दूरचित्रवाणी माध्यमांचे, विशेषत: पत्रकारितेतील महत्त्वाचे कार्य आहे. दूरचित्रवाणी पत्रकारितेत एक म्हण आहे की कुत्रा माणसाला चावला तर ती बातमी नसते, पण माणूस कुत्र्याला चावला तर ती बातमी होते.. हे प्रेक्षकांसोबत अद्वितीय आणि उल्लेखनीय व्हिज्युअल शेअर करण्याच्या महत्त्वावर भर देते.

हे स्पष्ट करण्यासाठी, २०११ मध्ये झालेल्या ताज दहशतवादी हल्ल्याचा विचार करू या. आपल्यापैकी अनेकांना या घटनेची माहिती दूरचित्रवाणी द्वारे मिळाली. थेट अहवाल आणि तात्काळ अद्यतने प्रदान करण्याच्या दूरचित्रवाणी च्या क्षमतेमुळे रीअल-टाइममध्ये पाळत ठेवणे सुलभ झाले. कार्यक्रमाच्या काही मिनिटांतच आम्हाला माहिती दिली, महत्त्वाच्या घटना घडत असताना त्याविषयी लोकांना माहिती देण्यात दूरचित्रवाणी ची महत्त्वाची भूमिका अधोरेखित केली.

- **सहसंबंध:**

दूरचित्रवाणी माध्यमातील "सहसंबंध" ही संकल्पना ही माध्यमे माहिती कशी सादर करतात ज्यावर आपण जग समजून घेण्यासाठी अवलंबून असतो याच्याशी संबंधित आहे. दूरचित्रवाणी मधे सहसा अशी माहिती समाविष्ट असते जी वस्तुनिष्ठ किंवा निःपक्षपाती नसते. काहीवेळा, लोक गंमतीने म्हणतात, "ते इंटरनेटवर असेल तर ते खरे असले पाहिजे," मीडियाच्या विश्वासार्हतेबद्दल चिंता व्यक्त करतात. दूरचित्रवाणी मीडिया किती विश्वासार्ह

आहे यावर प्रश्नचिन्ह उपस्थित करणे आवश्यक आहे आणि त्यामागील प्रेरणा आणि अजेंडा विचारात घेतल्याशिवाय माहिती घेऊ नका. माध्यमांमध्ये सादर केलेली माहिती काळजीपूर्वक निवडली जाते, संघटित केली जाते, अर्थ लावला जातो, संपादित केली जाते आणि व्यक्तींद्वारे टीका केली जाते. आपण रिॲलिटीदूरचित्रवाणी शोमध्ये काम करणाऱ्या एखाद्याला विचारले की आपण जे पाहतो ते वास्तविक जीवनाचे अचूक प्रतिनिधित्व करते का, ते कदाचित "नाही" म्हणतील. दूरचित्रवाणी माध्यमे काही प्रमाणात वास्तवाबद्दलच्या आपल्या समजाला आकार देऊ शकतात किंवा विकृत करू शकतात ही कल्पना यातून अधोरेखित होते.

- **विराष्ट्रीयकरण:**

मीडिया इंडस्ट्रीमधील डिनॅशनलायझेशन हे जुन्या म्हणीद्वारे उदाहरण दिले जाऊ शकते, "if it bleeds, it leads," (जर रक्त वाहीलं तर ते पुढे जाते,") जे सनसनाटीपणाची प्रथा प्रतिबिंबित करते. जेव्हा माध्यम ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी सर्वात रोमांचक किंवा लक्ष वेधून घेणाऱ्या कथांना प्राधान्य आणि प्रोत्साहन देते तेव्हा सनसनाटी निर्माण होते. या संदर्भात, प्रसारमाध्यम व्यवस्थापक अनेकदा नागरिकांना माहिती देण्याच्या आणि गुंतवून ठेवण्याची व्यापक भूमिका बजावण्याऐवजी ग्राहकांच्या हिताची पूर्तता करण्यावर लक्ष केंद्रित करतात. सनसनाटी करण्यामागील कल्पना अशी आहे की चांगली पत्रकारिता आणि वाईट पत्रकारिता दोन्ही विकली जाऊ शकते, म्हणजे शंकास्पद किंवा खळबळजनक घटक असलेल्या कथा देखील प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेऊ शकतात आणि स्वारस्य निर्माण करू शकतात. हा दृष्टीकोन काहीवेळा पत्रकारितेच्या अधिक गंभीर किंवा महत्त्वाच्या पैलूंवर छाया टाकू शकतो, कारण संभाव्यत: जबाबदार आणि माहितीपूर्ण अहवालाच्या आधारावर कोणतेही माध्यम दर्शकांना किंवा वाचकांना काय आकर्षित करेल याला प्राधान्य देतो,

- **प्रसार:**

म्हणजे सांस्कृतिक मूल्ये, निकष आणि वर्तन व्यक्त करण्यात मास मीडिया, विशेषतः दूरचित्रवाणी प्रसारक म्हणून काम करते . लोक नवीनतम फॅशन ट्रेंड, लोकप्रिय संगीत आणि विविध सांस्कृतिक पैलूंबद्दल कसे शिकतात यात ते महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. दूरचित्रवाणी हा समाजीकरण प्रक्रियेचा एक महत्त्वाचा भाग आहे, कारण तो अनेकदा आदर्श सादर करतो आणि प्रेक्षकांसाठी सांस्कृतिक नियम प्रदर्शित करतो. उदाहरणार्थ, जेव्हा आपण दूरचित्रवाणी पाहतो, तेव्हा आपण आदर्श शोधू शकतो किंवा विशिष्ट सांस्कृतिक आदर्श आणि वर्तनांना मूर्त रूप देणाऱ्या पात्रांची प्रशंसा करू शकतो. कालांतराने, हे प्रभाव व्यक्ती कशा खरेदी करतात, कपडे घालतात, वागतात आणि अगदी बोलतात याला आकार देऊ शकतात. लोक सहसा दूरचित्रवाणी वर पाहतात, जे निरीक्षण करतात त्यावर आधारित फॅशन शैली आणि ट्रेंडचे अनुकरण करतात आणि ते त्यांच्या पेहरवात बदल करू शकतात, जसे की विशिष्ट फॅशन आयटम खरेदी करणे किंवा त्यांच्या केसांचा रंग बदलणे इ. सांस्कृतिक प्रसाराची ही प्रक्रिया चालू आहे आणि फॅशन ट्रेंड आणि सामाजिक प्रभावांमधील बदलांशी जुळवून घेते, आपल्या सांस्कृतिक पद्धती आणि मूल्यांना आकार देण्यासाठी मीडिया कशी निर्णायक भूमिका बजावते हे प्रतिबिंबित करते.

सराव

१) विराष्ट्रीयकरण (Denationalization) वर चर्चा करा

२) दूरचित्रवाणी बातमीदाराची भूमिका आणि जबाबदारी याविषयी चर्चा करा?

५.५.१ दूरचित्रवाणी माध्यमांची वैशिष्ट्ये:

दूरचित्रवाणी माध्यम आणि मास मीडियाची वैशिष्ट्ये सर्वसाधारणपणे, माहिती कशी पोचविली जाते आणि वापरली जाते ह्याला आकार देण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. येथे नमूद केलेल्या वैशिष्ट्यांचे तपशीलवार वर्णन असे आहे:

- दूरदर्शनमध्ये व्यापक आणि वैविध्यपूर्ण प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्याची क्षमता आहे. हे शिक्षित आणि अशिक्षित आणि भौगोलिक स्थानांमधील मोठ्या संख्येने लोकांना संदेश प्रभावीपणे संप्रेषित करू शकते.

- माहिती तयार करणारे आणि पोचवणारे (संदेश प्रवर्तक) आणि ते प्राप्त करणारे आणि वापरणारे (प्रेक्षक) यांच्यात काही प्रमाणात पृथक्करण आहे. दूरचित्रवाणी या प्रक्रियेत मध्यस्थ म्हणून काम करते, स्रोतापासून दर्शकांपर्यंत सामग्री वितरीत करते.

- माहितीचे संयोजक आणि माहिती पचवणारे किंवा वापरणारे लोक यांच्यात नेहमीच अंतर असते

- दूरचित्रवाणी हे अनेक माध्यमांपैकी एक आहे ज्याद्वारे माहिती प्रसारित केली जाऊ शकते. इतर माध्यमांमध्ये इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (जसे की इंटरनेट), रेडिओ आणि प्रिंट मीडिया (वृत्तपत्रे आणि मासिके) यांचा समावेश होतो. प्रत्येक माध्यम त्याचे अद्वितीय फायदे आणि प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचते.

- या विविध माध्यमांचा एक विषम प्रेक्षकवर्ग आहे. उदाहरणार्थ, दूरचित्रवाणी विविध रूची, प्राधान्ये आणि पार्श्वभूमी असलेल्या विविध दर्शकांना सामग्री पुरवतो. त्या त्या प्रेक्षकांच्या वैविध्यपूर्ण अभिरुचीनुसार आणि गरजा पूर्ण करण्यासाठी त्याची सामग्री अनुकूल करणे आवश्यक आहे.

५.७ दूरचित्रवाणी वृत्त संकलन आणि मुद्रित बातम्यांचे संकलन यामधील फरक

फरकाचे मुद्दे	**दूरचित्रवाणी वृत्त संकलन**	**मुद्रित बातम्यांचे संकलन**
परिभाषित	दूरचित्रवाणी वृत्त संकलन ही एक बहु-चरण प्रक्रिया आहे जिथे बातमीदाराद्वारे स्त्रोताकडून बातम्या संकलित केल्या जातात आणि संपादक दिलेल्या फुटेजवर ग्राफिक्स, मजकूर, वृत्त निवेदक इत्यादींसह वेधक स्वरूपात रूपांतरित करण्यासाठी कार्य करतो.	मुद्रित बातम्या स्त्रोताकडून संकलित केल्या जातात आणि छायाचित्रासह किंवा त्याशिवाय उच्च अधिकाऱ्यांना पाठवल्या जातात आणि बातमीच्या प्रासंगिकतेनुसार ते प्रकाशित केले जाते.
समयसूचकता	दूरचित्रवाणी च्या बातम्यांशी दर्शक खूप लवकर जोडले जातात. होतात. प्रेक्षकांसाठी पत्रकार हे प्रत्यक्ष वृत्तांकन करतात.	मुद्रणासाठी एक समयरेषा असते ती प्रत्यक्ष वृत्तांकनाच्या आधारावर कार्य करत नाही. मुद्रित बातम्या छापल्या जातात ज्यासाठी बातम्या आधी सादर करणे आवश्यक आहे.
परिणामकारकता	बातम्या अधिक प्रभावशाली असतात कारण बातम्यांचे अहवाल डोळे आणि कानांना आकर्षीत करणारे असते ते अहवाल अधिक मनोरंजक बनवण्यात व्हॉइस मॉड्युलेशनची मोठी भूमिका असते.	वाचकांना आकर्षित करण्यासाठी हेडलाईन्सची तोडमोड केली जाऊ शकते किंवा तशा प्रकारे डिझाइन केले जाऊ शकतात, परंतु तरीही कागदावरचा मजकूर जास्त महत्त्वाचा असतो.
प्रेक्षक	प्रेक्षक हा दर्शकांच्या भूमिकेत असतो असतो मग जो सुशिक्षित किंवा अशिक्षित असू शकतो.	प्रेक्षक हे वाचक आहेत जिथे शिक्षण ही मूलभूत गरज बनते.
पाठपुरावा	त्वरित पाठपुरावा केला जातो आणि अद्ययावत माहिती दर्शकांना दिली जाते.	त्या कथेचा पाठपुरावा करणे कथेच्या प्रासंगिकतेवर अवलंबून असते आणि ते इतके लवकर होत नाही.
यश	दूरचित्रवाणी रेटिंग पॉइंट्स त्या विभागाला यश देतात.	असे कोणतेही सूत्र नाही परंतु मागणी किंवा प्रकाशित किंवा विकल्या गेलेल्या प्रतींची संख्या ही न्यूजपेपरची यशोगाथा सांगते.

५.८ वार्तांकनाचे वेगवेगळे बीट्स

न्यूज गॅदरिंगची व्याख्या करा?

वृत्त संकलन म्हणजेच (न्यूज गॅदरिंग) ज्याला बऱ्याचदा ENG (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज गॅदरिंग) म्हणून संबोधले जाते, ही एक बातमी किंवा अहवाल तयार करण्यासाठी माहिती, तथ्ये आणि स्रोत गोळा करण्याची प्रक्रिया आहे. यात विश्वासार्ह स्रोत ओळखणे आणि आवश्यक तथ्ये मिळवण्यापासून ते कथेसाठी एक अद्वितीय कोन ठरवण्यापर्यंत सर्व गोष्टींचा समावेश आहे. एका व्यावसायिक व्हिडिओ कॅमेऱ्यासह काम करणाऱ्या एकल पत्रकारापासून ते पूर्णत: सुसज्ज ब्रॉडकास्ट ट्रकसह रिपोर्टर आणि कॅमेरा ऑपरेटर यांच्या टीमपर्यंत बातम्या गोळा करणे बदलू शकते. १९८० आणि १९९० च्या दशकात "ENG" हा शब्द प्रचलित असताना, तंत्रज्ञानातील प्रगती आणि बातम्यांच्या अहवाल पद्धतीतील बदलांमुळे आज तो कमी सामान्य झाला आहे. बातम्या गोळा करण्याचा दृष्टीकोन वृत्तवाहिन्यांची रचना आणि आवश्यकतांवर आधारित भिन्न असू शकतो, कारण ती वेगवेगळ्या प्रकारच्या बातम्यांच्या विशिष्ट गरजा पूर्ण करण्यासाठी तयार केलेली असते.

जर तुम्ही कथांच्या प्रकारांची विभागणी केली तर मुख्य श्रेणीनुसार बातम्यांचे दोन भिन्न प्रकार आहेत:

१) सॉफ्ट न्यूज,

२) हार्ड न्यूज

सॉफ्ट न्यूज:

सॉफ्ट न्यूज, बहुतेकदा त्याच्या कमी गंभीर आणि अधिक मनोरंजक सामग्रीद्वारे वैशिष्ट्यीकृत ही बातम्यांची एक श्रेणी आहे ज्याचा दर्शकांवर त्वरित किंवा गंभीर प्रभाव पडत नाही. ही अशा प्रकारची बातमी आहे जी प्रेक्षकांच्या मानसिक स्थितीवर लक्षणीय परिणाम न करता अधिक आरामशीर वेगाने वापरता येते. दूरचित्रवाणी वर प्रसारित होणाऱ्या माहितीबद्दल मानवी आवड निर्माण करणाऱ्या सर्व कथा आणि गॉसिप्स आणि प्रसिद्धी ज्या श्रेणीतील बातम्या बनवतात त्या सॉफ्ट न्यूजचा भाग बनतात. या प्रकारच्या बातम्या सामान्यत: "अधिक सनसनाटी, सेलिब्रिटी प्रेरित किंवा सहज पचण्याजोग्या बातम्या असतात. जे अधिक व्यक्तिमत्व-केंद्रित आणि कमी वेळ-बद्ध आहे...आणि इतर बातम्यांपेक्षा अधिक घटना-आधारित आहे" (पॅटरसन, ४) ज्यात गप्पाटप्पा आणि प्रसिद्धी समाविष्ट असू शकते. या कथा प्रेक्षकांना कुतुहल म्हणून गुंतवून ठेवण्याचे उद्दिष्ट ठेवतात, प्रेक्षकांचे मनोरंजन करणाऱ्या आणि मोहित करणाऱ्या बातम्या वैशिष्ट्ये देतात. सॉफ्ट न्यूज, सहसा "नवीन बातम्या" शी संबंधित असतात, जो गंभीर पत्रकारिता आणि हलक्या, व्यक्तिमत्व-केंद्रित सामग्रीचे मिश्रण आहे, जे त्यास पूर्वीच्या पिढ्यांच्या बातम्यांपासून वेगळे करते. हे प्रेक्षकांची मनोरंजनाची इच्छा आणि कमी गंभीर बातम्यांच्या माहितीची पूर्तता करते.

हार्ड न्यूज:

नावाप्रमाणेच, महत्त्वाच्या आणि प्रभावशाली घटनांचे कव्हरेज समाविष्ट करते ज्यात अनेकदा महत्वाचे नेते, स्थानिक, राष्ट्रीय किंवा आंतरराष्ट्रीय समुदायांवर परिणाम करणारे प्रमुख मुद्दे आणि दैनंदिन जीवनातील व्यत्यय यांचा समावेश होतो. या बातम्यांच्या कथा ब्रेकिंग इव्हेंट्सभोवती फिरतात, ज्या आपत्ती, संकटे किंवा दूरगामी परिणाम असलेल्या घटना असू शकतात. कठीण बातम्यांमध्ये भूकंप यांसारख्या नैसर्गिक आपत्तींसारख्या घटनांचा समावेश असू शकतो, ज्यामुळे मानवी जीवन आणि पायाभूत सुविधांच्या बाबतीत बाधित क्षेत्राला मोठ्या प्रमाणावर नुकसान होते किंवा एअरलाइन आपत्तींसारख्या शोकांतिका इ. या कथा समाजावर थेट आणि तात्काळ परिणाम करणाऱ्या घटनांवर लक्ष केंद्रित करतात आणि ते नेहमीच आनंददायी नसतात. ते वास्तविक-जगातील समस्या, आणीबाणी आणि लोकांचे लक्ष आवश्यक असलेल्या मोठ्या घडामोडींना सामोरे जातात. हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की कठोर बातम्यांचा गंभीर पत्रकारितेशी गोंधळ होऊ नये.

दुसरीकडे, गंभीर पत्रकारितेमध्ये विवादास्पद विधाने किंवा कृतींमुळे घटना, व्यक्ती, राजकारणी किंवा सार्वजनिक व्यक्तींबद्दल नकारात्मक अहवाल देणे समाविष्ट असते. त्याचा राष्ट्रावर थेट परिणाम होऊ शकत नाही परंतु विशिष्ट प्रेक्षक किंवा स्वारस्य असलेल्या गटांना प्रभावित करू शकतो. गंभीर पत्रकारितेचे उद्दिष्ट घोटाळे उघड करणे, सरकारी चुका उघड करणे आणि गंभीर दृष्टीकोन प्रदान करणे आहे. गंभीर पत्रकारितेवर माजी PBS अँकर रॉबर्ट मॅकनील म्हणतात की ट्रेंड "सर्व प्रकारच्या सनसनाटी, अति उत्साह आणि गंभीर गोष्टींना बाहेर काढण्यासाठी टॅब्लॉइड-शैलीतील रिपोर्टिंगकडे कल आहे. " (पॅटरसन, ३). आजच्या माध्यम परिदृश्यामधे सनसनाटीपणा आणि, ज्याला बऱ्याचदा "अपमानकारकतेची पत्रकारिता" म्हणून संबोधले जाते. जेव्हा मॅथ्यू कार्लटन एहरलिचचा विचार केला जातो तेव्हा आजच्या बातम्यांचे वर्णन "आक्रोशाची पत्रकारिता" (पॅटरसन, ३) असे केले जाते. भारतीय मीडियाकडे पाहताना ज्येष्ठ पत्रकार आणि अँकर श्री रविश कुमार म्हणतात की आज भारतीय मीडिया (काही सोडून बहुतेक मीडिया हाऊसेसकडे निर्देश करून) अशा बातम्या पूर्णपणे दाखवत आहेत ज्या एका पक्षासाठी खळबळजनक ठरतात आणि बाकीच्या पक्षाच्या प्रतिमेला बाधा आणू शकतात.हा दृष्टीकोन कधीकधी गंभीर आणि परिणामकारक हार्ड न्यूज रिपोर्टिंगला आच्छादित करू शकतो, जे सुजाण समाजासाठी आवश्यक आहे.

वरील दोन प्रकारच्या बातम्या सोडून वेगवेगळ्या प्रमुख श्रेणींवर आधारित माध्यम इच्छुकांनी पत्रकारितेतील विविध महत्त्वाचे बिट्स समजून घेतले पाहिजेत.

बीट्स:

पत्रकारितेतील बीट रिपोर्टिंग हे विशिष्ट विषय, क्षेत्रे, संस्था किंवा संस्था कव्हर करण्यात तज्ञ असलेले एक कौशल्याचे क्षेत्र असल्यासारखे आहे. हे विशेष रिपोर्टिंग, ज्याला सहसा बीट रिपोर्टिंग म्हणतात, त्यात बातम्यांच्या विस्तृत विषयांवर अहवाल देण्याऐवजी विशिष्ट विषयावर लक्ष केंद्रित करणे समाविष्ट असते.

पत्रकारांना त्यांच्या आवडी आणि कौशल्याच्या आधारावर विशिष्ट बीट्स नियुक्त केले जाऊ शकतात किंवा ते त्यांच्या मीडिया आउटलेटच्या गरजांनुसार निर्धारित केले जाऊ

शकतात. हा दृष्टिकोन पत्रकारांना त्यांच्या निवडलेल्या क्षेत्राचा सखोल अभ्यास करण्यास आणि त्या क्षेत्रातील तज्ञ बनण्यास अनुमती देतो, त्यांच्या बीटशी संबंधित बातम्यांचे सखोल आणि व्यापक कव्हरेज प्रदान करतो. विशेष क्षेत्रातील महत्त्वाच्या कथांना त्यांच्या पात्रतेचे लक्ष आणि कौशल्य प्राप्त होईल याची खात्री करण्याचा हा एक मार्ग आहे.

पत्रकारितेमध्ये, व्यवसाय, वित्त, करमणूक किंवा राजकारण यासारख्या विशिष्ट विषयांवरील अहवाल देण्या पुरते बीट मर्यादित नाही. पत्रकारांसाठी स्वारस्याच्या विविध क्षेत्रांमध्ये खोलवर जाण्याचा आणि सर्वसमावेशक कव्हरेज देण्याचा हा एक मार्ग आहे. यामध्ये हवामान अंदाज, टीव्ही नेटवर्क शेड्यूल, खेळ, स्थानिक बातम्या, सरकारी निर्देशिका, राशिभविष्य, पैसा आणि शेअर बाजार, वैयक्तिक आरोग्य, जनसंपर्क, सोशल मीडिया अपडेट्स आणि माहितीच्या इतर अनेक क्षेत्रांचा समावेश असू शकतो.

'बीट' हा शब्द मूलत: एखाद्या व्यक्तीने घेतलेला नियमित मार्ग किंवा फोकस दर्शवतो. पत्रकारितेमध्ये, बीट हे एका विशिष्ट क्षेत्रासारखे असते, एक कोनाडा जो पत्रकार नियमितपणे कव्हर करतो. हे क्षेत्र सामान्यत: रिपोर्टरला नियुक्त केले जाते, त्यांना त्या क्षेत्रातील तज्ञ बनण्याची आणि त्यांच्या बीटमधील विशिष्ट विषयांवर सखोल अहवाल प्रदान करण्याची परवानगी देते. हे सुनिश्चित करते की या विशेष क्षेत्रातील बातम्यांना समर्पित आणि ज्ञानपूर्ण कव्हरेज मिळते.

बीट्सचे अनेक प्रकार आहेत त्यापैकी प्रमुख बीट्स खालील प्रमाणे :-

राजकीय बीट्स

आर्थिक बीट्स

कोर्ट बीट

हेल्थ बीट

क्राईम बीट

लाइफस्टाइल बीट

फूड बीट

एज्युकेशन बीट

सिव्हिक बीट

पर्यावरण बीट

इन्व्हेस्टिगेटिव्ह बीट

बिझनेस बीट

इतर

१. राजकीय वृत्तांकन :

राजकीय वृत्तांकन ही पत्रकारितेची एक महत्त्वाची शाखा आहे ज्यात राजकीय पैलूंच्या विस्तृत श्रेणीचा समावेश असतो. या बीटमध्ये तज्ञ असलेले पत्रकार त्यांचा स्वतःचा ब्रँड आणि प्रतिष्ठा विकसित करतात. यात राजकारणाच्या सर्व पैलूंचा समावेश आहे आणि पत्रकारांनी धाडसी, जाणकार आणि राजकीय घडामोडींची अद्ययावत असणे आवश्यक आहे. राजकीय पत्रकाराने राजकारण्यांनी केलेली विधाने, चालू धोरणविषयक चर्चा आणि भूतकाळातील धोरणात्मक वादविवाद याबद्दल माहिती असणे आवश्यक आहे.

या संदर्भात "राजकीय" हा शब्द सरकारी क्रियाकलाप आणि राजकीय प्रभावाच्या कव्हरेजला सूचित करतो. राजकीय घडामोडींवर अद्ययावत राहण्यासाठी राजकीय पत्रकारांना विविध स्त्रोतांची सखोल माहिती असणे आवश्यक आहे. या स्त्रोतांवरील त्यांची आज्ञा त्यांना राजकीय व्यक्तींशी,ज्याला सामान्यतः "नेता" म्हणून संबोधले जाते, संबंधित बातम्या त्वरीत बातमी देण्यास सक्षम करते, हे बीट राजकीय बातम्यांकडे लक्ष देण्याची आणि राजकीय घटना आणि समस्यांचे वेळेवर आणि संबंधित कव्हरेज प्रदान करण्याची क्षमता आवश्यक आहे.

२. फूड रिपोर्टिंग:

फूड रिपोर्टिंग ही एक विकसित होत जाणारी आणि वाढत्या लोकप्रियता आहे जी आजच्या ग्राहक-चालित जगात महत्त्वाची भूमिका बजावते. रेस्टॉरंट, फूड हब किंवा रेस्टॉरंटला भेट देण्यापूर्वी, लोक ती जागा भेट देण्या योग्य आहे याची खात्री करण्यासाठी पुनरावलोकने आणि माहितीकडे वळतात. या संदर्भात फूड रिपोर्टर आवश्यक आहेत. ग्राहकांना स्वयंपाकासंबंधीच्या जगामध्ये मौल्यवान उमज प्रदान करणे ही त्यांची भूमिका आहे. खाद्यप्रेमी, सामान्यतः फूडीज म्हणून ओळखले जाणारे, सर्व नवीन फ्लेवर्स आणि जेवणाचे अनुभव एक्सप्लोर करण्यासाठी नेहमीच उत्सुक असतात. ते विविध चव आणि कॉम्बोचे सेवन आणि प्रयोग करण्यात फूडीज नेहमीच अतिक्रियाशील असतात. फूड रिपोर्टर रेस्टॉरंट उघडणे, स्थानिक भोजनालये आणि ट्रेंडिंग फूड ट्रेंडसह पाककला दृश्यातील नवीनतम घडामोडींची माहिती लोकांना देत असतात. ते शिफारशी देऊन, मुलाखती घेऊन आणि लोकांच्या पसंती आणि नापसंती जाणून घेऊन प्रेक्षकांशी संपर्क साधतात. लोकांना कोठे आणि काय खावे याबद्दल माहितीपूर्ण निवड करण्यात मदत करण्यासाठी अन्न अहवाल आवश्यक आहे, ज्यामुळे आधुनिक पत्रकारितेमध्ये ते महत्त्वपूर्ण आहे.

३. एज्युकेशन रिपोर्टिंग:

एज्युकेशन रिपोर्टिंग ही पत्रकारितेतील एक गंभीर बीट आहे जी मुले आणि किशोरवयीन मुलांशी संबंधित शिक्षण समस्यांवर लक्ष केंद्रित करते. या बीटचे कव्हर करणारे रिपोर्टर लोकांना शैक्षणिक घडामोडी, परीक्षेतील गुण आणि कॅम्पसच्या कथांपासून ते क्रीडा स्पर्धांपर्यंत माहिती देण्यास समर्पित आहेत. ते विद्यार्थ्यांसाठी शालेय सुरक्षा नियम आणि कमी पगार असलेल्या शिक्षकांसमोरील आव्हाने यासारख्या बाबींचाही अभ्यास करतात. उदाहरणार्थ, भारतात, शिक्षण पत्रकार शाळा आणि संस्था प्रवेश, परीक्षा निकाल आणि शिक्षणाशी संबंधित सरकारी निर्देशांबद्दल माहिती प्रसारित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका

बजावतात. लॉकडाऊन दरम्यान, एज्युकेशन रिपोर्टर्स परीक्षेचे वेळापत्रक, ऑनलाइन आणि ऑफलाइन वर्ग, मिश्रित शिक्षण पद्धती, परीक्षांना होणारा विलंब, विद्यार्थ्यांसाठी मुदतवाढ आणि बरेच काही यासारख्या विविध विषयांवर लोकांना अद्ययावत करण्यासाठी जबाबदार आहेत. नवीनतम शैक्षणिक अद्यतने लोकांपर्यंत त्वरित आणि अचूकपणे वितरित केली जातील याची खात्री करण्यासाठी त्यांची भूमिका महत्त्वपूर्ण आहे.

४. हेल्थ रिपोर्टिंग:

आरोग्य अहवाल हा आजच्या जगाशी अत्यंत संबंधित आणि चर्चेचा विषय आहे. आरोग्य आणि तंदुरुस्तीवर अधिकाधिक लक्ष केंद्रित करून, या बीटमध्ये आरोग्याशी संबंधित विविध विषयांचा समावेश आहे. आरोग्य पत्रकार कुपोषण, रोग, आरोग्य सेवा, बालरोग काळजी, पोषण, फिटनेस, उदयोन्मुख महामारी आणि बरेच काही यासारख्या विषयांना कव्हर करतात. त्यांचे अहवाल अनेकदा रोग प्रतिबंधकतेवर भर देतात, वार्ताहरांना आरोग्य सेवा क्षेत्राचे विस्तृत ज्ञान आणि मौल्यवान अंतर्दृष्टी प्रदान करण्याची क्षमता असणे आवश्यक असते.

उदाहरणार्थ, जागतिक कोविड-१९ महामारी दरम्यान, आरोग्य पत्रकारांनी व्हायरसशी संबंधित माहिती, मार्गदर्शक तत्त्वे आणि अद्यतने प्रसारित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली. त्यांच्या अहवालामुळे लोकांना या गंभीर काळात काय करावे आणि काय करू नये हे समजण्यास मदत झाली, सार्वजनिक जागरूकता आणि सुरक्षिततेमध्ये योगदान दिले.

५. स्पोर्ट्स रिपोर्टिंग:

क्रीडा रिपोर्टिंग हे सहसा एक रोमांचक क्षेत्र म्हणून ओळखले जाते, परंतु प्रेक्षकांपर्यंत माहिती वितरीत करण्यासाठी रिपोर्टरकडून महत्त्वपूर्ण प्रयत्न आणि समर्पण आवश्यक असते. या बीटमधील रिपोर्टर्स जागतिक स्तरावर होणाऱ्या हॉकी, फुटबॉल आणि क्रिकेट स्पर्धांसह विविध क्रीडा स्पर्धांचा समावेश करतात. खेळाविषयी मूलभूत माहिती

सामान्यत: कव्हर केली जाते, जसे की

गेम हायलाइट,

संघाची नावे,

अंतिम गुण आणि

कार्यक्रम तपशील

क्रीडा पत्रकारांनी खेळाडूंच्या क्रिया आणि कथांवर लक्ष केंद्रित करणे महत्वाचे आहे.

स्पोर्ट्स रिपोर्टिंगमध्ये, ॲथलीट काय करतो यावर भर दिल्याने कथेत मानवी घटक जोडले जातात, ज्यामुळे ते प्रेक्षकांशी संबंधित होते. क्रीडाकथा या केवळ स्पर्धेच्याच नाहीत; ते वैयक्तिक ऍथलीट्सच्या नाटक, आव्हाने आणि यशांबद्दल आहेत, जे दर्शकांना एक वैयक्तिक आणि भावनिक कनेक्शन प्रदान करतात.

६. एंटरटेनमेंट रिपोर्टिंग :

मनोरंजन पत्रकारिता हा पत्रकारितेचा एक विशेष प्रकार आहे जो लोकप्रिय संस्कृती, मनोरंजन उद्योग आणि त्याच्या विविध पैलूंवर लक्ष केंद्रित करतो. यामध्ये जीवनशैली, दूरदर्शन, चित्रपट, थिएटर, संगीत, व्हिडिओ गेम्स आणि सेलिब्रिटी कव्हरेजशी संबंधित बातम्या आणि कथांचा समावेश आहे. रिपोर्टिंगच्या या शैलीचा उद्देश मनोरंजनाच्या जगामध्ये ज्ञान प्रदान करणे आहे आणि उद्योगात थेट सहभागी असलेल्यांच्या पलीकडे व्यापक प्रेक्षकांना गुंतवून ठेवण्यासाठी डिझाइन केलेले आहे. मनोरंजन पत्रकार अनेकदा जगातील सर्वात प्रसिद्ध व्यक्तींबद्दल मनोरंजक आणि रसाळ गप्पाटप्पा करून बोलतं करण्याचा प्रयत्न करतात, परंतु हे सोपे काम नाही. ख्यातनाम व्यक्तींची झलक पाहण्यासाठी, मुलाखती घेण्यासाठी, संगीत आणि चित्रपटांचे पुनरावलोकन करण्यासाठी आणि मनोरंजन-संबंधित विषयांच्या विस्तृत श्रेणीवर भाष्य करण्यासाठी पत्रकारांना तासनतास प्रतीक्षा करावी लागेल. पत्रकारितेमध्ये अनेक भिन्न बीट्स असताना, मनोरंजन अहवाल हा सर्वात लोकप्रिय आणि व्यापकपणे मान्यताप्राप्त प्रकारांपैकी एक आहे.

७. लाइफस्टाइल रेपोर्टिंग :

सेलिब्रिटी संस्कृती आणि जीवनशैली अहवाल हे सेलिब्रिटींचे जीवन, त्यांच्या क्रियाकलाप आणि त्यांच्या जीवनशैलीच्या विविध पैलूंवर केंद्रित आहेत. रिपोर्टिंगचा हा प्रकार दूरचित्रवाणी सोप ऑपेरा, रिॲलिटी टीव्ही शो, राजघराण्यातील सदस्य आणि मनोरंजनाच्या इतर स्रोतांवर खूप प्रभाव पाडतो. या श्रेणीतील मनोरंजन पत्रकारितेमध्ये अनेकदा रेड कार्पेट रिपोर्टिंग, फिल्म फेस्टिव्हल आणि अवॉर्ड इव्हेंट्समध्ये सेलिब्रिटींच्या मुलाखती घेणे आणि मनोरंजन उद्योगातील ग्लॅमरस पैलू कव्हर करणे यासारख्या क्रियाकलापांचा समावेश असतो.याव्यतिरिक्त, मनोरंजन पत्रकारितेमध्ये नव्याने प्रदर्शित झालेल्या चित्रपटांचे पुनरावलोकन आणि समालोचन करण्याची प्रथा समाविष्ट आहे. ही पुनरावलोकने व्यक्तिनिष्ठ आणि उपदेशात्मक आहेत, ज्याचा उद्देश प्रेक्षकांना माहिती देणे आणि त्यांचे मनोरंजन करणे दोन्ही आहे. समीक्षक चित्रपटाच्या गुणवत्तेबद्दल आणि विविध पैलूंबद्दल त्यांची मते देतात, दर्शकांना काय पहावे याबद्दल माहितीपूर्ण निर्णय घेण्यास मदत करतात.

चित्रपट समीक्षेने सिनेमाला मुख्य प्रवाहातील माध्यमांमध्ये समाकलित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. तथापि, १९६० च्या दशकापर्यंत चित्रपट समीक्षण एक वेगळा कला प्रकार म्हणून ओळखला जात नव्हता. कालांतराने, चित्रपट समीक्षेला अधिक मान्यता आणि प्रभाव प्राप्त झाला आहे, ज्यामुळे प्रेक्षक ज्या प्रकारे चित्रपट समजून घेतात आणि त्यांचे कौतुक करतात. इंटरनेटच्या उदयामुळे चित्रपट समीक्षेसह मनोरंजन पत्रकारितेचा आवाका आणि स्वीकृती आणखी वाढली आहे. ऑनलाइन प्लॅटफॉर्म, वेबसाइट्स आणि सोशल मीडियाने चित्रपटांच्या अधिक वैविध्यपूर्ण आणि प्रवेश करण्यायोग्य चर्चा आणि समीक्षकांना परवानगी दिली आहे. परिणामी, चित्रपट टीका हा आधुनिक मीडिया परिदृश्याचा अविभाज्य भाग बनला आहे, ज्यामुळे जागतिक प्रेक्षकांद्वारे चित्रपट कसे प्राप्त होतात आणि त्यावर चर्चा केली जाते यावर परिणाम होतो.

व्हिडिओ गेम खेळणे: व्हिडिओ गेम पत्रकारिता हे पत्रकारितेचे एक विशेष क्षेत्र आहे जे व्हिडिओ गेम उद्योगावर लक्ष केंद्रित करते. १९९० च्या दशकात संगणक युगात जेव्हा मीडिया कंपन्यांनी उदयोन्मुख व्हिडिओ गेम पिढीसाठी सामग्री तयार करण्याची गरज ओळखली तेव्हा याला महत्त्व प्राप्त झाले. यामुळे व्हिडीओ गेम उद्योगाला कव्हर करण्यासाठी समर्पित अशी आकर्षक मासिके तयार झाली. काही सुप्रसिद्ध व्हिडिओ गेम पुनरावलोकन वेबसाइट्स आणि प्रिंट प्रकाशनांमध्ये IGN, गेम इन्फॉर्मर, Nintendo Power, आणि GameSpot यांचा समावेश आहे. हे आउटलेट्स व्हिडिओ गेमच्या जगामध्ये सखोल कव्हरेज, पुनरावलोकने, बातम्या आणि अंतर्दृष्टी प्रदान करतात, ज्यामुळे ते गेमर आणि उत्साही लोकांसाठी मौल्यवान संसाधने बनतात. व्हिडिओ गेम पत्रकारिता हा मीडिया लँडस्केपचा एक आवश्यक भाग बनला आहे, ज्यामुळे प्रेक्षकांना नवीनतम गेम, ट्रेंड आणि उद्योगातील घडामोडींची माहिती दिली जाते.

८. सिविक रेपोर्टिंग :

नागरी अहवाल हा पत्रकारितेचा एक प्रकार आहे जो नागरिकांच्या आणि त्यांच्या समुदायांच्या कल्याणावर लक्ष केंद्रित करतो. हे पारंपारिक बातम्यांच्या पलीकडे जाऊन श्रोत्यांकडून विचारशील प्रतिबद्धता निर्माण करते. नागरी अहवालाचा प्राथमिक उद्देश महत्त्वाच्या मुद्द्यांबद्दल जनजागृती करणे आणि असे करताना समाजात सकारात्मक बदल घडवून आणणे हा आहे. पत्रकारितेचा हा प्रकार सार्वजनिक जीवनाच्या गुणवत्तेवर आणि कल्याणावर परिणाम करणाऱ्या समस्यांचे निराकरण करण्यात आणि अधोरेखित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. याचा उद्देश नागरिकांना माहिती देऊन सक्षम करणे, त्यांच्या समुदायाला आकार देण्यासाठी आणि सकारात्मक बदलासाठी समर्थन देण्यासाठी सक्रिय भूमिका घेण्यास प्रोत्साहित करणे आहे. नागरी अहवाल हा जबाबदार पत्रकारितेचा एक आवश्यक पैलू आहे जो सार्वजनिक आणि त्यांच्या स्थानिक समुदायांच्या हिताची सेवा करतो.

९. क्राइम रिपोर्टिंग:

गुन्हेगारी अहवाल हा पत्रकारितेचा सर्वात व्यापकपणे ओळखला जाणारा एक प्रकार आहे आणि गुन्हेगारी घटनांबद्दल लोकांना माहिती देण्यात ती महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. गुन्ह्यांचे अहवाल सामान्यत: व्यापक प्रेक्षक वापरतात, ज्यामुळे प्रकाशन करण्यापूर्वी अचूक आणि सर्वसमावेशक तपशील प्रदान करणे आवश्यक असते . गुन्ह्याच्या अहवालात गुन्हेगारी घटनांची विस्तृत श्रेणी समाविष्ट असते आणि हिंसाचाराची पातळी किंवा गुन्ह्याची तीव्रता अनेकदा प्रेक्षकांचा रस निर्माण होऊन आणि प्रतिक्रिया निर्माण करते. क्राईम रिपोर्टर म्हणून अनेक नैतिक जबाबदाऱ्या पार पाडल्या पाहिजेत. यामध्ये अचूक आणि निष्पक्ष अहवाल सुनिश्चित करणे, पीडित आणि संशयितांच्या गोपनीयतेचा आदर करणे आणि सनसनाटी किंवा गुन्ह्याचे गौरव टाळणे समाविष्ट आहे. कायद्याची अंमलबजावणी करणाऱ्या एजन्सींना त्यांच्या कृतींसाठी जबाबदार धरतानाच नागरिकांना सार्वजनिक सुरक्षा आणि कायदेशीर बाबींची माहिती ठेवण्यास मदत करणारी माहिती प्रदान करण्यात क्राइम रिपोर्टर महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. सुजाण आणि व्यस्त समाजासाठी अचूक आणि जबाबदार गुन्हे अहवाल आवश्यक आहे.

१०. इन्व्हेस्टिगेटिव्ह रेपोर्टिंग:

शोधात्मक अहवाल हा पत्रकारितेचा एक प्रकार आहे जो त्याच्या नावाप्रमाणे असतो. यात लपलेली तथ्ये आणि कथा उघड करण्यासाठी परिश्रमपूर्वक आणि कसून तपास केला जातो. शोध पत्रकारांना त्यांच्या माहितीच्या शोधात अपवादात्मकपणे समर्पित, हुशार आणि चिकाटी असणे आवश्यक आहे. या प्रकारच्या अहवालासाठी बऱ्याचदा वेळ आणि मेहनत आवश्यक असते, कारण त्यात जटिल समस्यांचा शोध घेणे, भ्रष्टाचार किंवा चुकीचे काम उघड करणे आणि सहज उपलब्ध नसलेली माहिती उघड करणे समाविष्ट असते.तथापि, जेव्हा अन्वेषणात्मक अहवाल पूर्णतः उघड करण्यात आणि एखाद्या समस्येचा पर्दाफाश करण्यात यशस्वी होतो, तेव्हा यामुळे रिपोर्टरला व्यापक प्रेक्षकांमध्ये एक मजबूत प्रतिष्ठा आणि ओळख मिळू शकते. शक्तिशाली घटकांना जबाबदार धरण्यात, सत्य प्रकट करण्यात आणि अन्यथा लपविलेल्या महत्त्वाच्या बाबींवर प्रकाश टाकण्यात तपासात्मक अहवाल महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. हे सहसा सखोल संशोधन, मुलाखती, दस्तऐवज विश्लेषण आणि सार्वजनिक हितासाठी वचनबद्धतेशी संबंधित असते.

११. लाइफस्टाइल रिपोर्टिंग:

जीवनशैली अहवाल सध्याच्या फॅशन, फिटनेस ट्रेंड आणि बाजारात ट्रेंड होत असलेल्या इतर विविध लोकप्रिय विषयांशी संबंधित बातम्या कव्हर करण्यावर लक्ष केंद्रित करते. हे नवीन आणि प्रचलित काय आहे याबद्दल लोकांच्या उत्सुकतेची पूर्तता करते, विशेषत: या सोशल मीडियाच्या युगात. लाइफस्टाइल रिपोर्टर त्यांच्या प्रेक्षकांना फॅशन, फिटनेस किंवा दैनंदिन जीवनातील इतर पैलूंबद्दल नवीनतम ट्रेंडबद्दल अपडेट ठेवतात. या प्रकारच्या अहवालात विविध विषयांचा समावेश होतो जे जीवनशैलीच्या श्रेणीत येतात, ट्रेंड आणि घडामोडींसह वर्तमान राहण्यास इच्छुक असलेल्यांना मौल्यवान माहिती प्रदान करते...

१२. बिझिनेस रेपोर्टिंग :

व्यवसाय अहवाल प्रामुख्याने व्यवसाय जगाच्या विविध पैलूंशी संबंधित बातम्या वितरीत करण्यावर लक्ष केंद्रित करते. यामध्ये आयात/निर्यात क्रियाकलाप, व्यापार, वस्तू, स्टॉक एक्सचेंज अपडेट्स आणि व्यवसाय आणि आर्थिक क्षेत्रांशी संबंधित इतर बातम्यांसह विविध विषयांचा समावेश आहे. या प्रकारचे रिपोर्टिंग बऱ्याचदा लक्षणीय प्रेक्षक मिळवते कारण आजच्या जागतिकीकृत जगात व्यवसायाच्या बातम्या लोकांना आवडीच्या आणि महत्त्वाच्या आहेत. हे आर्थिक उलाढाल, बाजारातील कल आणि आर्थिक घडामोडींवर मौल्यवान ज्ञान प्रदान करते. हा अहवाल प्रामुख्याने व्यवसाय जगाच्या विविध पैलूंशी संबंधित बातम्या वितरीत करण्यावर लक्ष केंद्रित करतो.

सराव

१. तीन प्रकारच्या रिपोर्टिंगची चर्चा करा

२. आरोग्य अहवाल (हेल्थ रेपोर्टिंग) महत्वाचे का आहे?

३. हार्ड न्यूज काय आहे?

५.८ समारोप

दूरदर्शनवर बातम्या बनवणारे घटक भिन्न असू शकतात.

बातम्यांचे मूल्य किंवा बातमीयोग्यता: महत्त्व, संघर्ष, विषमता आणि मानवी स्वारस्य यांसारख्या घटकांसह कथेचे महत्त्व किंवा प्रासंगिकता, त्याची बातमीयोग्यता निर्धारित करू शकते.

समयसूचकता: वर्तमान आणि प्रेक्षकांसाठी प्रासंगिक असलेल्या कथांना प्राधान्य दिले जाते.

समीपता: प्रेक्षकाच्या स्थानाच्या जवळ घडणाऱ्या घटना किंवा समस्या अनेकदा जास्त स्वारस्यपूर्ण असतात.

मानवी स्वारस्य: भावनिक किंवा वैयक्तिक पातळीवर लोकांशी जोडलेल्या कथा कव्हर केल्या जाण्याची शक्यता जास्त असते.

संभाव्य प्रभाव: प्रेक्षक किंवा समाजावर लक्षणीय परिणाम करणाऱ्या कथा महत्त्वाच्या मानल्या जातात.

व्हिज्युअल किंवा नाट्यमय फुटेज: आकर्षक प्रतिमा किंवा व्हिडिओंची उपलब्धता दूरचित्रवाणी कव्हरेजसाठी कथा अधिक आकर्षक बनवू शकते.

संस्थात्मक आणि प्रेक्षक प्राधान्य: बातमी संस्थेची मूल्ये आणि प्राधान्यक्रम आणि लक्ष्यित प्रेक्षकांची प्राधान्ये कथा निवडीत भूमिका बजावतात.

राजकीय आणि आर्थिक विचार: मोठे राजकीय आणि आर्थिक घटक देखील बातम्यांच्या कार्यक्रमावर प्रभाव टाकू शकतात.

हे घटक एकत्रितपणे दूरचित्रवाणी बातम्यांच्या कव्हरेजसाठी कोणत्या कथा निवडल्या जातात हे आकार देतात, मीडिया संस्था आणि प्रेक्षक या दोघांच्या आवडी आणि गरजा प्रतिबिंबित करतात.

५.९ प्रश्न

१. हार्ड न्यूज आणि सॉफ्ट न्यूज यात फरक करा. उदाहरणांसह विस्तृत करा.

२. बीट या शब्दाची व्याख्या करा. पत्रकारितेच्या क्षेत्रातील कोणतेही १० बीट्स समजावून सांगा.

३. व्हिज्युअल लोकांना कसे पटवून देऊ शकतात. स्पष्ट करा.

४. दूरचित्रवाणी वृत्त संकलन आणि मुद्रित बातम्यांचे संकलन यात फरक स्पष्ट करा.

५. दूरचित्रवाणी माध्यमाच्या वैशिष्ट्यांबद्दल लिहा?

*****

६

दूरचित्रवाणी वृत्त संघ

पाठाची रूपरेषा

६.० उद्दिष्टे

६.१ परिचय

६.२ वृत्तवाहिनीची पदानुक्रम

६.३ दूरचित्रवाणी बातम्यांमधील पदे

६.४ दूरचित्रवाणी बातमी-कक्षात कोण काम करते?

६.५ दूरचित्रवाणीवरील बातम्यांची रचना

६.५.१ बातम्या का लावल्या पाहिजेत?

६.५.२ बातम्या कव्हरेजचा प्रकार आणि त्याचे महत्त्व

६.६ समारोप

६.७ प्रश्न

६.० उद्दिष्टे

या प्रकरणात आपण अभ्यास करू या:

- वृत्तवाहिनीची रचना
- दूरचित्रवाणी बातमी-कक्षाचा प्रभाव
- बातम्यांचे महत्त्व

६.१ परिचय

दूरचित्रवाणीने प्रेक्षकांमध्ये मोठ्या प्रमाणात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. आज दूरचित्रवाणीची जागा भ्रमणध्वनीने (cell phones) घेतली आहे, परंतु वाहिनी बदललेली नाही. विषय-सामग्री, वाहिनी, सादरीकरण आणि या सामग्रीविषयीचे आकलन सतत विकसित होत आहे. आज जेव्हा आपण 'दूचित्रवाणी ' म्हणतो, तेव्हा मनात येणारी प्रतिमा त्याच जुन्या साधनाची नाही. आजची सुधारित प्रतिमा सहज आणि आकर्षक तर आहेच त्या बरोबरच गुणवत्ता आणि त्याला साजेसे voice recognition ही ओळख सांभाळत आहे. दूरचित्रवाणीचे स्वरूप विकसित झाल्यापासून, कार्यक्रमांचे चित्रीकरण, तपास आणि दिग्दर्शन करण्याची पद्धतही विकसित झाली आहे.

आपल्याला दाखवलेल्या मजकुराच्या माध्यमातून दूरचित्रवाणी अनेक कर्तव्ये पार पाडली जातात. कधीकधी माहिती, शिक्षण प्रदान करते तर कधी उद्युक्त करते आणि कधीकधी ते जाहिरातींद्वारा उत्पादनसुद्धा विकते. परिणामी, सामग्री आणि ती वितरित करण्याची पद्धत

दोन्ही विकसित होत आहेत असे गृहीत धरणे नक्कीच योग्य होईल अर्थात विषय- सामग्री देखील आकर्षक असणे तेवढेच आवश्यक आहे.

दूरचित्रवाणी अभ्यास हा फक्त दूरचित्रवाणीच्या अभ्यासाला पर्यायी शब्द नाही कारण पहिला प्रकार विविध केंद्रीय दृष्टीकोनांद्वारे आशयांचे विश्लेषण करण्याच्या पद्धतींवर लक्ष केंद्रित करतो, तर दुसरा प्रकार प्रामुख्याने आशय आणि त्याचा परिणाम यावर लक्ष केंद्रित करतो. तथापि, दूरचित्रवाणी अभ्यासांमध्ये नंतरच्या प्रकाराचा समावेष असू शकतो. (होरेस न्यूकॉम्ब) तसेच दूरचित्रवाणी अभ्यास विविध गंभीर दृष्टिकोनांचा वापर करू शकतो जसं की दूरचित्रवाणी आणि समाज, दूरचित्रवाणी आणि स्त्रीवादी किंवा महिलांविषयक अभ्यास, दूरचित्रवाणी आणि मुलांचा अभ्यास, दूरचित्रवाणी आणि हिंसाचार आणि दूरचित्रवाणी आणि अर्थव्यवस्था असे अनेक.

ज्या संस्था जनहितार्थ उपक्रमात गुंतलेल्या असतात, अशा संस्था मग ते प्राथमिक उद्दिष्ट म्हणून किंवा त्यांच्या उपक्रमांना पाठिंबा मिळवण्याचे साधन म्हणून असोत त्या प्रसारमाध्यमांसमोर वारंवार कथा सादर करतात, असे कथानक दूरचित्रवाणीवर आढळून येतात. तुमचा संदेश लोकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी बातम्यांचे लेख वापरणे ही सर्वात किफायतशीर पद्धत असू शकते.

तुम्ही कितीतरी वेळा रेडिओ किंवा दूरचित्रवाणी वार्ताहराला असे म्हणताना ऐकले असेल, "पुढे ऐका, एका महिलेबद्दल जीने स्वत: बेघर असताना सुद्धा स्वतःचा व्यवसाय सुरू केला"- हे वृत्तपत्रातील लेखाचे शीर्षक असू शकते. तुम्हाला ते नक्कीच आकर्षित करेल नंतर तुम्ही ते पाहणे किंवा वाचणे सुरू ठेवाल. हे लेख पत्रकारांच्या तपासणीपेक्षा, तुमच्यासारख्याच एखाद्या संस्थेतून किंवा उपक्रमातून आलेले असू शकतात. (तिसरा para repeated आहे)**

६.२ वृत्त वाहिनीतील पदानुक्रम

वृत्तवाहिनीची पदानुक्रम समजून घेण्यासाठी, प्रथम वाहिनीची स्थिती समजून घेणे आवश्यक आहे.

दूरचित्रवाणी	वृत्त कक्ष मूलभूत पदानुक्रम
अप्पर डिसीजन मेकर	वृत्त संचालक,/संपादकीय प्रमुख/चॅनल प्रमुख
संपादकीय कर्मचारी	इनपुट- असाइनमेंट रिपोर्टर आउटपुट- रन डाउन प्रोड्यूसर
अँकर आणि तंत्रज्ञान कर्मचारी	संपादन, ग्राफिक्स-ऑन एअर ग्राफिक डिझायनर आणि ऑफ एअर ग्राफिक्स डिझायनर
कॅमेरा पर्सन	पीसीआर वरिष्ठ कॅमेरा ऑपरेटर सबऑर्डिनेट कॅमेरा ऑपरेटर कनिष्ठ कॅमेरा व्यक्ती / प्रशिक्षणार्थी

वरील सारणी तुम्हाला पत्रकारितेच्या क्षेत्रात अवलंबल्या जाणाऱ्या मूलभूत पदानुक्रमाबद्दल सांगते.

६.३ दूरचित्रवाणी बातम्यांमध्ये नोकरीची शीर्षके

दूरचित्रवाणी बातम्यांमध्ये काही विशिष्ट नोकरी शीर्षके काय आहेत.

पत्रकारिता

- उद्घोषक
- प्रसारित बातम्या विश्लेषक.
- प्रसारण आणि ध्वनी अभियांत्रिकी तंत्रज्ञ.
- सारक.
- पत्रकार.
- बातम्या विश्लेषक.
- पोर्टर.
- दूरचित्रवाणी उद्घोषक

१) माध्यम व्यावसायिकांकडे असलेली शक्ती किंवा अतिरिक्त ताकद यासंबंधी एक गैरसमज आहे. भारतीय राज्यघटनेनुसार पत्रकारांना कोणतेही अतिरिक्त अधिकार दिलेले नाहीत; म्हणून सामान्यतः कोणत्याही नागरिकाला दिलेले किंवा त्याच्यावर लादलेले अधिकार आणि कर्तव्ये कोणत्याही माध्यम व्यावसायिकांच्या अधिकारावरही लागू होतात.

२) समाजात, माहिती प्रसारित करण्यासाठी नेहमीच एखाद्या व्यक्तीची आवश्यकता असते जेणेकरून लोकांना बातम्या मिळू शकतील; हे पत्रकार किंवा बातमीदाराचे काम आहे.

३) पत्रकार हे प्रत्येक वर्तमानपत्र आणि नवीन दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाचे डोळे आणि कान असतात. बातमीदाराची सर्व वैशिष्ट्ये संदिग्धतेशिवाय वर्गीकृत केली जाऊ शकत नाहीत.

४) याउलट, वार्ताहरांना दिलेले कोणतेही कार्य आत्मविश्वासाने, धैर्याने आणि चिकाटीने पूर्ण करण्यास ते सक्षम असले पाहिजेत. उदाहरणार्थ, सार्वजनिक तक्रारींचे निराकरण करण्यासाठी नियुक्त केलेल्या सरकारी विभागाच्या कामकाजाची जबाबदारी घेतल्यास, त्यांना या विषयाची सर्वंकश माहिती असणे आवश्यक आहे.

५) तुमच्याकडे नवीन संकल्पना निर्माण करण्यासाठी जबाबदार व्यक्ती किंवा गट असावा.

६) नवीन वातावरणात काम करताना येणाऱ्या अडचणी स्वीकारण्यास तुम्ही तयार असले पाहिजे.

७) एक वार्ताहर म्हणून, तुम्ही कोठूनही आणि सगळीकडूनच माहिती गोळा करण्यास सक्षम असणे आवश्यक आहे.

८) तुम्ही स्पष्ट आणि वाकबगार वक्ता असावे.

९) बातमी लिहिण्याची पद्धत तुम्हाला आली पाहिजे.

१०) सक्षम वार्ताहर हा तिच्या किंवा त्याच्या समाजाविषयी असलेल्या जबाबदाऱ्या, ती किंवा तो ज्या संस्थेसाठी काम करतो तसेच संपूर्ण मानवतेबद्दल जागरूक असले पाहिजे.

११) त्याने/तिने आपला कॅमेरा आणि पेन सावधगिरीने आणि काळजीपूर्वक वापरावे.

१२) पत्रकार हे समाजसेवक, समाजसुधारक किंवा मंत्री नसतात हे लक्षात घेणे आवश्यक आहे.

१३) तो समाजाचा पहारेकरी म्हणून काम करतो, केवळ जगात घडणाऱ्या घटनांबद्दल लोकांना माहिती देतो किंवा शिक्षित करतो.

१४) पत्रकार हा जिज्ञासू आणि जागृत असणे महत्त्वपूर्ण आहे कारण महत्त्वपूर्ण सामाजिक घटना लोकांच्या नजरेस आणून देणे त्याचा एकमेव उद्देश आहे.

१५) ती किंवा तो निरोगी असावा.

१६) जेणेकरुन तिला/त्याला सर्वात आव्हानात्मक कामे देखील सहजतेने करता येतील, त्याच्याकडे अमर्यादित क्षमता असली पाहिजे. वार्ताहर हा लोकांशी सतत संपर्क ठेवणारा सामाजिक प्राणी असावा.

१७) बातम्यांचा सुगावा लावण्यात सक्षम असणे म्हणजे एखादी विशिष्ट माहिती किंवा घटना बातमीयोग्य आहे किंवा ती लपविली जात आहे की नाही याचा अंदाज लावणे.

१८) अर्थात हे वैशिष्ट्य एका रात्रीत मिळवता येत नाही. हे कौशल्य आत्मसात करण्यासाठी कष्टाचे डोंगर उपसावे लागतात.

१९) पत्रकाराचे सर्वात आवश्यक वैशिष्ट्य म्हणजे सतत बदलत असलेल्या सामाजिक संबंधांच्या जडण-घडणी विषयी अंदाज घेण्याची आणि अहवाल देण्याची क्षमता असणे होय.

२०) व्यावसायिक पत्रकार अंतर्मुख लेखक असू शकत नाहीत. एकलकोंडा माणूस सक्षम पत्रकार होऊ शकत नाहीत.

२१) पत्रकारांनी नियमितपणे बऱ्याच व्यक्तींशी संवाद साधला पाहिजे, त्यांचा विश्वास संपादन केला पाहिजे आणि आपले माहिती-स्त्रोत जोपासले पाहिजेत. अन्वेषणात्मक पत्रकारितेला जास्त मागणी आहे कारण लोकांना पडद्यामागे काय चालले आहे हे जाणून घ्यायचे आहे. अशा कथा गोळा करण्यासाठी पत्रकार बहिर्मुख असलायला हवा.

२२) 'संधान' किंवा 'माहिती स्रोत' यांच्या विश्वासार्हते विषयी नियमितपणे मूल्यमापन करणे महत्त्वाचे आहे, तसेच तुमच्या कॉन्टॅक्ट्सच्या (संपर्क) नजरेत तुमची विश्वासार्हता राखणेही तितकेच महत्त्वाचे आहे.

२३) पत्रकारांची कारकीर्द जसजशी वाढत जाते, तसतसा त्यांचा अनुभव, तसेच त्यांच्या कॉन्टॅक्ट्सची संख्या आणि व्याप्ती वाढत जाते.

२४) त्यांना कॉन्टॅक्ट्स पूर्णपणे उपलब्ध असतात. हे वृत्तवाहिनी किंवा प्रकाशनासाठी काम करतात की नाही याची पर्वा न करता कॉन्टॅक्ट्स अस्तित्वात असतात.

२५) वार्ताहर अहवाल देताना वगळणे आणि टाळणे ह्या आधारभूत चुका होऊ नयेत यासाठी सर्वतोपरी प्रयत्न करतो. पत्रकारांची एखादी घटना किंवा घटनेबाबत त्यांची स्वतःची मते असली, तरी त्यांचा दृष्टिकोन आणि त्यांची वैयक्तिक मते बातम्यांच्या मजकुरात समाविष्ट करता येत नाहीत.

२६) जेव्हा माहिती आणि तथ्ये एकत्रित करून वस्तुनिष्ठपणे संकलित केली जातात आणि त्यांविषयी निष्कर्ष काढायचे काम दर्शकांवर सोडले जाते तेव्हाच बातम्या वस्तुनिष्ठता आणि संतुलन साधू शकतात.

२७) एक वार्ताहर म्हणून, तुम्हाला विज्ञान, तंत्रज्ञान, अर्थशास्त्र इत्यादी विविध विषयांचा मागोवा घेणे आवश्यक असते .तुम्हाला विविध विषयांवर अस्खलितपणे संभाषण करता आले पाहिजे.

२८) अगदी गुंतागुंतीच्या मुद्द्यांवरही साध्या भाषेत संवाद साधण्यासाठी, पत्रकाराला विविध क्षेत्रांची वैविध्यपूर्ण समज असणे आवश्यक आहे.

सराव

१. दूरचित्रवाणी नोकरीच्या कोणत्याही तीन शीर्षकांवर चर्चा करा.

२. वृत्तवाहिनीच्या पदानुक्रमावर चर्चा करा.

३. दूरचित्रवाणीच्या भूमिकेची तपशीलवार चर्चा करा.

६.३ दूरचित्रवाणीच्या बातमी-कक्षात कोण काम करते?

दूरचित्रवाणी वृत्तसंघाचे सर्वात दृश्यमान सदस्य हे सूत्रसंचालक, बातमीदार आणि हवामानशास्त्रज्ञ यासारखी ऑन-एअर व्यक्तिमत्त्वं असतात; तथापि, वृत्तपत्र कक्षांमध्ये आणखी अनेक व्यक्ती असतात. त्यांच्याशिवाय, हे रात्रीचे किंवा २४ तासांचे प्रसारण शक्य झाले नसते. बातमी-कक्ष हे रोजगाराचे एक रोमांचक, वेगवान आणि स्पर्धात्मक ठिकाण आहे तसेच हे अत्यंत तणावपूर्ण देखील आहे, तेव्हा यापैकी कोणती कारकीर्द योग्य आहे हे ठरवताना तुम्ही हे सर्व विचारात घेण्यासारखे आहे. दिवसाच्या आणि रात्रीच्या सर्व तासांमध्ये सतत बातम्या येत असल्याने, बातमी- कक्षातील कर्मचारी त्या बातम्या लगेच प्रक्षेपित करतात. सकाळी ९ ते संध्याकाळी ५ वाजेपर्यंत तुम्ही काम करण्याची अपेक्षा करू शकता. दूरचित्रवाणीवरील बातम्यांमधील कारकिर्दीत अनियमित वेळापत्रक, कामाचे दीर्घ तास आणि कठोर डेडलाईन्स असू शकतात. बातम्यांच्या कार्यक्रमात वृत्तनिवेदिका बातम्या सादर करतात, संवाददात्यांशी संवाद साधतात आणि संवाद साधतात

बातम्यांच्या कार्यक्रमात वृत्तनिवेदिक बातम्या सादर करतात, संवाददात्यांशी संवाद साधतात आणि तज्ज्ञांच्या मुलाखती घेतात. तो/ती बातम्यांचे विश्लेषण आणि भाष्य करतात.

बातमी-कक्षाचा चेहरा म्हणून, निवेदक प्रेक्षकांचा विश्वास आणि दूरचित्रवाणी वृत्त-संघाचा पाठिंबा प्राप्त करत असतो. जरी तो वा ती संघातील केवळ एक सदस्य असली तरी प्रेक्षक यांच्यामुळेच कार्यक्रमाशी जोडले जातात. जेव्हा जेव्हा प्रसारमाध्यमांमध्ये वार्ताहर /कॅमेरामनची गरज असते, तेव्हा संस्था अशा उमेदवाराचा शोध घेते जो बातम्यांच्या सर्जनशील चक्रात सहभागी होण्याची आवड असणारा असेल तसेच तपशीलवार आणि निःपक्षपाती असलेल्या 'स्कूप्स' चा तपास आणि रचना करण्याची आवड असणारा असेल.

बातमीदार:

जनता सतत पत्रकारांच्या संपर्कात येत असते. सामान्यतः, ते घटना-स्थळावर उपस्थित राहून वार्तांकन करत असतात. मग ती युद्धभूमी असो, वादळाने उद्ध्वस्त झालेला भाग असो की आपत्तीग्रस्त भाग अशा ठिकाणाहून वार्तांकन करताना ते आपला जीव धोक्यात घालत असतात. रस्त्यांवरून सुद्धा ते प्रसंगाच्या तीव्रतेनुसार प्रत्यक्ष मुलाखती घेतात.

दूरचित्रवाणीवरील हवामानशास्त्रज्ञ:

लोक बातम्या पाहतात याचे हे एक प्रमुख कारण आहे. उदया काय कपडे घालायचे हे ठरवता आले नसते तर आपण काय केले असते? हवामानाचा अंदाजाने आपल्याला एकतर येणाऱ्या दिवसांसाठी तरतरी देत असतो किंवा आपल्या भावना पूर्णपणे नष्ट करू शकतो. शास्त्रज्ञ आणि प्रसारण व्यावसायिक असल्याने हवामानशास्त्रज्ञांना विज्ञान आणि प्रसारण या दोन्हींचे प्रशिक्षण दिले गेले पाहिजे, हवामानशास्त्रज्ञ आवश्यक आहे म्हणून नोकरीसाठी, हवामानशास्त्रातील पदवी किंवा या क्षेत्रातील अभ्यासक्रम आहे तुम्हाला हवामानाचा अंदाजकर्ता, हवामान-वक्ता, हवामान सांगणारी व्यक्ती यासारखे पर्यायी शीर्षक

वापरायचे असल्यास, तुम्हाला हवामानशास्त्र पदवी प्राप्त करण्याची किंवा हवामानशास्त्र अभ्यासक्रमांना उपस्थित राहण्याची आवश्यकता नाही.

समाजमाध्यम व्यवस्थापक:

वाहिनीचा समाजमाध्यम व्यवस्थापक सामान्य लोकांसाठी अदृश्य असतो मात्र निवेदक किंवा बातमीदाराप्रमाणेच बातम्या प्रसारित करतो. वेबमास्टर हा न्यूजकास्टच्या संकेतस्थळासाठी आणि नियतकालिकांसाठी काम करत असतो. समाजमाध्यम व्यवस्थापक बातम्यांचे लेख सामायिक करतो आणि फेसबुक, ट्विटर आणि इन्स्टाग्राम सारख्या सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्मवर प्रेक्षक सदस्यांशी संवाद साधतो. ज्यांना इंटरनेटद्वारे जनतेशी संवाद साधण्याची गरज आहे, जसे की बातमी संचालक, निर्माते, बातमीदार, पत्रकार, हवामानशास्त्रज्ञ आणि लेखक इत्यादि. थोडक्यात ज्यांना संकेतस्थळाद्वारे किंवा सोशल मीडिया स्त्रोतांद्वारे वेबमास्टर आणि सोशल मीडिया व्यवस्थापकांमार्फत जनतेशी संवाद साधण्याची आवश्यकता आहे. यासाठी पत्रकारितेचा अनुभव, विशेषतः दूरचित्रवाणी वृत्तवाहिन्यांमधील अनुभव, तसेच ऑनलाइन संवादकला आणि सोशल नेटवर्किंगचे ज्ञान आवश्यक आहे.

तुम्ही कदाचित अँकरप्रमाणेच एका छोट्या वाहिनीसाठी किंवा छोट्या शहरात तुमचा कार्यकाळ सुरू कराल. तुम्ही एखाद्या महत्त्वाच्या शहरात किंवा राष्ट्रीय वृत्तसंस्थेसाठी वार्ताहर म्हणून काम करू शकता आणि कालांतराने सूत्रसंचालकाच्या पदावर पोहोचू शकता. संस्थेचा सदस्य म्हणून, प्रसारमाध्यमांच्या सदस्याच्या खालील जबाबदाऱ्या असतातः

- बातमीयोग्य माहिती संकलित करण्यासाठी, सत्यापित करण्यासाठी आणि संपूर्णपणे विश्लेषण करण्यासाठी. एका सुसंगत कथेमध्ये निष्कर्ष संकलित करण्यासाठी.
- वाचकांचा दृष्टिकोन लक्षात घेऊन बातम्या तयार करणे आणि वितरित करणे.
- लक्षणीय दृष्टीकोनातून बातम्यांचे लेख प्रकाशित आणि प्रसारित करणे.
- असाइनमेंट प्राप्त करण्यासाठी आणि बातम्यांच्या टिप्स/लीड्सची तपासणी करण्यासाठी.
- पत्रकारितेच्या आचारसंहिता आणि नियमांचे पालन करणे.
- स्त्रोतांशी संपर्क साधणे, मुलाखती घेणे आणि त्यांच्या दायित्वाची चौकशी करणे.
- भविष्यातील वापरासाठी लायब्ररीचा भाग म्हणून सर्व संभाव्य नोट्स आणि ऑडिओ रेकॉर्डिंग अबाधित ठेवणे.
- वार्ताहर, संपादक, निर्माते इ. सह सहयोग करणे

- इतर माध्यमांबरोबरच वर्तमानपत्र वाचणे आणि कार्यक्रमांना उपस्थित राहून त्यांच्या "बीट" मधील अलीकडील घटनांची माहिती ठेवणे.
- दूरचित्रवाणी पत्रकारितेच्या क्षेत्रात प्रवेश करण्यासाठी उमेदवाराला आवश्यक असणारा पायाभूत तपशील (लागू असेल तर): रिपोर्टर म्हणून कामाचा अनुभव.
- व्यावसायिक, विद्यार्थी किंवा संशोधन अभ्यासक म्हणून प्रकाशित लेख किंवा न्यूजकास्टचा पोर्टफोलिओ इ.
- बातम्या संकलित करण्यास, तयार करण्यास आणि संपादित करण्यास सक्षम होण्यासाठी.
- शीर्षकांची सर्वसमावेशक समज आणि ते तयार करण्याची क्षमता असणे आवश्यक आहे.
- उमेदवार संगणक (एमएस ऑफिस, डिजिटल संपादन, वेब शोध, डेटाबेस) निपुण असणे आवश्यक आहे.
- उत्कृष्ट संवाद, मन वळवणे आणि

चारित्र्य आणि सद्गुण:

- पत्रकारिता किंवा जनसंवादातील कोणतीही पदवी फायदेशीर असू शकते.
- जबाबदाऱ्यांप्रमाणेच, माध्यम संस्थेसाठी कोणतेही वैयक्तिक संचालन किंवा प्रशिक्षण हे कर्तव्यांच्या संचाचे पालन करणे आवश्यक आहे.
- Facebook, Twitter, Pinterest आणि Instagram ची दररोज तपासणी करणे आवश्यक आहे.
- बातम्यांचे अहवाल तयार करण्यासाठी, व्यक्तीने वैयक्तिक मुलाखती आणि बातम्यांच्या ब्रीफिंगसह विविध माध्यमांद्वारे माहितीचे विश्लेषण आणि संकलन करणे आवश्यक आहे.
- दैनंदिन घटनांबद्दल लोकांना माहिती देण्यासाठी त्यांनी अहवाल तयार करणे आवश्यक आहे.
- अहवाल लेखनासाठी कथा संकल्पना विकसित करण्यासाठी वृत्त संपादक आणि इतर पत्रकारांशी जवळून समन्वय आवश्यक आहे.

- कथेच्या कल्पना निर्माण करण्यासाठी आणि अपेक्षित प्रेक्षक आणि संस्थेसाठी योग्य असलेले अहवाल संकलित करण्यासाठी एखाद्याला दररोज सर्व बातम्या स्रोतांशी संबंध राखणे आवश्यक आहे.

- त्यांनी तपास केला पाहिजे आणि स्थानिक, प्रादेशिक आणि राष्ट्रीय बातम्या तयार केल्या पाहिजेत.

- आणि त्याची अचूकता आणि स्पष्टता सुनिश्चित करणे.

- कथनाचे सादरीकरण सुधारण्यासाठी वृत्त संपादकाचे सहकार्य आवश्यक आहे.

- सर्व स्थानिक बातम्या गोळा करण्यासाठी आठवड्यातून एकदा नियुक्त केलेल्या बीट भागात काम करणे.

- कथेच्या आवश्यकतेनुसार योग्य छायाचित्रे किंवा ग्राफिक्ससह प्रत्येक कथेसाठी दृश्य घटक तयार करण्यासाठी ग्राफिक्स विभागाशी समन्वय.

- स्थानिक कार्यक्रमांच्या सर्व कव्हरेजसाठी कर्मचारी छायाचित्रकारांचे व्यवस्थापन कसे करावे हे समजले पाहिजे.

- कोणत्याही महत्त्वाच्या बातम्यांसाठी मुख्य घटक विकसित करा जेणेकरून ब्रेकिंग न्यूज तयार करता येईल.

- डिलिव्हरी डेडलाइन पूर्ण करण्यासाठी, तुम्ही सर्व बातम्या लेखन आणि पॅकेजेस दिलेल्या वेळेत पूर्ण करणे आवश्यक आहे.

- कंपनीच्या धोरणे आणि आवश्यकतांवर अद्ययावत राहण्यासाठी किमान साप्ताहिक कामाच्या ठिकाणी मीटिंग आणि स्टाफ मीटिंगमध्ये सहभागी होणे.

- महत्त्वपूर्ण आणि विक्रीयोग्य विषयांच्या बातम्या कव्हरेज प्राप्त करण्यासाठी.

पत्रकारितेचे नैतिक मानक:

भारतीय राज्यघटनेची पहिली दुरुस्ती आपल्या देशासाठी स्वतंत्र प्रेसची हमी देते. याउलट, बहुसंख्य व्यावसायिक पत्रकारांचा असा विश्वास आहे की केवळ प्रेस "मुक्त" आहे, याचा अर्थ असा होत नाही की त्याला हवे ते वार्तांकन करण्याचा, लिहिण्याचा किंवा प्रकाशित करण्याचा अधिकार आहे. किंबहुना, बहुसंख्य पत्रकारांचा असा विश्वास आहे की पत्रकारितेसाठी नैतिकता किंवा नैतिकतेने प्रेरित तत्त्वे आणि मानकांचा संच आवश्यक आहे आणि सर्व पत्रकारांनी त्यांचे कर्तव्य बजावताना काही मूल्यांचे पालन केले पाहिजे.

सर्व पत्रकार समान आचारसंहितेचे पालन करत नाहीत हे तथ्य असूनही, जगभरातील संघटनांनी नैतिक पत्रकारांना पालन करण्यासाठी तत्त्वे आणि मानकांचा संच स्थापित केला आहे.

सोसायटी ऑफ प्रोफेशनल जर्नलिस्टच्या चार स्तंभांचा मार्गदर्शक म्हणून वापर करून, हा अभ्यासक्रम पत्रकारितेच्या नैतिकतेचे परीक्षण करतो.

पत्रकारितेतील नैतिकतेचा समावेश होतो: पत्रकारितेच्या नैतिकतेसाठी पत्रकारांनी सत्य उघड करणे आणि अहवाल देणे आवश्यक आहे, ते कितीही आव्हानात्मक किंवा अस्वस्थ असले तरीही.

मीडिया संस्थांना विषयांवर आणि समाजावर संभाव्य प्रभावांसह निष्पक्ष अहवाल संतुलित करण्याचे आव्हान आहे, एक कार्य जे कठीण असू शकते आणि कठोर निर्णय घेऊ शकते.

बातम्यांच्या अहवालाच्या नैतिकतेची तत्त्वे:

आचार:

- सत्यता आणि अचूकता
- निष्पक्ष-निपक्षपाती
- स्वतंत्र
- प्रभाव
- जबाबदारी
- मानवता आणि सामाजिक कारण
- मोठ्या प्रमाणावर फायदे आणि शिकण्याची क्षमता

६.५ टीव्हीवरील बातम्यांची रचना

- मथळा
- स्टुडिओ अँकर आणि पॅनेलचा परिचय
- ग्राउंड रिपोर्टर कम्युनिकेशन - परिचय आणि चर्चा

जमिनीवरील कर्मचारी आणि नागरिक आणि प्राधिकरणाच्या मुलाखतीचे मूल्य -

एकाधिक सत्रे

- स्टुडिओ तज्ज्ञांची मते आणि पुनरावलोकन आणि विश्लेषण
- ग्राउंड रिपोर्टर क्लोजर -मुलाखत-एकाधिक सत्रे
- सारांश किंवा POV सह स्टुडिओ अँकर बंद करणे

६.५.१ बातम्या का प्रसारित केल्या पाहिजेत?

बातम्यांचे महत्त्व आणि माहिती = बातमीचे मूल्य.

बातम्यांच्या अहवालाच्या नैतिकतेची तत्त्वे

- लक्ष केंद्रित करा आपण आर्थिक बातम्या आहेत चॅनेल किंवा सामान्य किंवा बातम्या म्हणजे हवामान विभाग किंवा..
- अद्वितीय आणि वेगळे मूल्य आणि मूल्य घटना किंवा माहिती देते स्थानिकांवर प्रभाव आहे, जागतिक स्तरावर?
- खळबळजनक युद्ध, गुन्हे, घडामोडी, हालचाली, भ्रष्टाचार येथे उंच ठिकाणे
- मनोरंजन किंवा मनोरंजक
- प्रादेशिक, राष्ट्रीय किंवा जागतिक प्रभाव आणि वैयक्तिक सामाजिक प्रभाव आणि रक्कम प्रभावाचा राहतात
- किंवा वास्तव किंवा वर्तमान नेस
- लोकसंख्याशास्त्रीय स्पेशलायझेशन लक्ष्यीकरण (हे पुन्हा कोणामुळे आहे पहात आहे आणि किती आणि जाणीवपूर्वक लक्ष्यीकरण आर्थिक वृत्तवाहिन्या करतील
- वितरण प्रोफाइल
- अनुपालन आणि मानकीकरण आणि परिमाण अवरोधित करणे (नियमांनुसार आणि नियमन आणि सामग्री असणे
- स्पर्धा (जर ते स्पर्धा करत आहे, मग तुम्ही कराल करावे लागेल)
- व्यावसायिक नफा (जाहिरात प्रवर्तक लक्ष्य करू शकतात ही सामग्री आणि त्यामुळे अधिक महसूल)
- ग्राहक अपेक्षा (ग्राहकांची अपेक्षा आहे एक भाग म्हणून हवामान माहिती (दैनिक प्रक्षेपण)
- राजकीय आणि प्रायोजक संरेखन) तुम्ही आर्थिक वृत्तवाहिनी आहात की सामान्य किंवा बातम्या ही हवामान विभाग आहे किंवा.
- अद्वितीय आणि वेगळे - मूल्य आणि मूल्य घटना किंवा माहितीचा स्थानिक, जागतिक स्तरावर प्रभाव आहे का?

- खळबळजनक युद्ध, गुन्हे, घडामोडी, हालचाली, उच्च ठिकाणी भ्रष्टाचार स्पर्धा (जर स्पर्धा करत असेल तर तुम्हाला हे करावे लागेल)

- राजकीय आणि प्रायोजक संरेखन- ग्राहकांच्या अपेक्षा (दैनिक प्रसारणाचा भाग म्हणून ग्राहक हवामान माहितीची अपेक्षा करतात

६.५.२ बातम्या कव्हरेजचा प्रकार आणि त्याचे महत्त्व:

- वेगळे कार्यक्रम आणि माहिती

- मनोरंजन टीव्ही, बॉलिवूड हॉलिवूड

- सेलिब्रिटी

- दहशतवाद

- सामूहिक निदर्शने

- निवडणुका आणि राजकीय विश्लेषण

- मान्यवर आणि सेलिब्रिटी

- राजकारणी, भ्रष्टाचार आणि संस्थात्मक

भ्रष्टाचार आणि गुन्हे

- वित्त आणि अर्थशास्त्र आणि धोरणे आणि जागतिक राष्ट्रीय बाजार चढउतार आणि उतार

- अल्पसंख्याक किंवा गट कव्हरेज

महत्त्वाचे दिवस

- राष्ट्रीय प्रजासत्ताक दिन,

- महिला दिन.

सराव

१) बातम्यांचे कव्हरेजचे प्रकार आणि ते महत्त्वाचे का मानले जातात?

२) माध्यम सदस्याच्या कोणत्याही तीन जबाबदाऱ्या सांगा.

३) बातमी महत्त्वाची का आहे?

६.६ समारोप

बातम्या ही एक लेख किंवा मुलाखत आहे जी प्रेक्षकांना वर्तमान घटना, चिंता किंवा दृश्यांबद्दल माहिती देते. ते लिहीले जाऊ शकते, रेकॉर्ड केले जाऊ शकते किंवा थेट देखील.

तुम्ही सामान्यतः लेख लिहित नाही - जरी स्थानिक माध्यमे तुमचे अचूक शब्द वापरत असतील - परंतु तुम्ही पत्रकारांना कथा कल्पना पुरवता, जे नंतर अंतिम उत्पादन तयार करण्यासाठी तुमची कल्पना मांडतात.

त्यावर नंतर) आणि जे टीव्ही पाहतात, रेडिओ ऐकतात किंवा वर्तमानपत्र वाचतात त्यांच्यासाठी हे किती मनोरंजक आहे.

कथेच्या माध्यमानुसार आणि कालबद्धतेनुसार ती लिहिली जाऊ शकते, रेकॉर्ड केली जाऊ शकते, थेट किंवा टेप केली जाऊ शकते.

एका मीडिया संस्थेतील टीमबद्दल बोलताना, संपूर्ण टीम टीआरपीसाठी काम करते आणि प्रेक्षकांना आकर्षित करण्यासाठी काही कथा मिळवते. बातम्यांचे कार्यक्रम वरच्या श्रेणीतील लोकांकडून ठरवले जातात आणि खालच्या श्रेणीतील लोक कठपुतळी किंवा कलाकार असतात. टेलिव्हिजन न्यूज अँकरिंग आणि रिपोर्टिंगचे विविध पैलू या प्रकरणाचा एक भाग आहेत. आशा आहे की ही चर्चा इच्छुक अँकरना अँकरिंगची गतिशीलता समजून घेण्यास मदत करेल आणि त्यांना त्यांचे अँकरिंग कौशल्य सुधारण्यास मदत करेल. टेलिव्हिजन न्यूज अँकरिंगसाठी खूप आवश्यक काम आणि प्रामाणिकपणा, चिकाटी आणि ज्ञान आवश्यक आहे. विविध क्षेत्रे आणि चालू घडामोडींचे ज्ञान, भाषेवर प्रभुत्व, मल्टीटास्किंगची क्षमता, पत्रकारितेतील नैतिकता आणि कायद्यांचे ज्ञान, व्हॉईस मॉड्युलेशन आणि टेलीप्रॉम्प्टर हाताळण्याचे कौशल्य हे एका चांगल्या टेलिव्हिजन न्यूज प्रेझेंटरसाठी आवश्यक असलेले काही आवश्यक गुण आहेत.

६.७ प्रश्न

१. बातम्या का प्रसारित केल्या पाहिजेत? बातम्या आणि माहितीचे महत्त्व काय आहे?

२. वृत्त वाहिनीतील वरचा ते खालचा पदानुक्रम काय आहे?

३. बातमीदाराचे काम आणि जबाबदारी परिभाषित करा?

४. नैतिक अहवालाचे प्रमुख काय आहेत?

५. बातमीची व्याख्या काय आहे?

६. टेलिव्हिजन, वर्तमानपत्रे आणि रेडिओवरील कथा वापरण्याचे काय फायदे आहेत?

७. बातम्या देण्यायोग्य असलेल्या कथा कोणत्या आहेत?

८. माझ्या कथा कल्पना मांडण्याचा सर्वोत्तम मार्ग कोणता आहे?

९. एखादी व्यक्ती योग्य माध्यम संधी कशी निवडू शकते?

*****

७

भारताचा विशेष संदर्भ असलेली दूरचित्रवाणी आणि समाज

पाठाची रूपरेषा

७.८ उद्दिष्टे
७.१ समाज आणि वर्तन/परिचय
७.२ सशर्त उत्तेजना आणि सामान्यीकरणाचा सिद्धांत.
७.३ भारतातील दूरदर्शनचा इतिहास आणि विकास.
७.४ भारतीय संस्कृती आणि स्वरूप.
७.५ समारोप
७.६ प्रश्न
७.८ ग्रंथसूची

७.० उद्दिष्टे

या पाठाच्या अध्ययनानंतर तुम्हाला समजेल

- दूरचित्रवाणीच्या संदर्भात समाज आणि वर्तन यांच्यातील संबंध.
- भारतीय समाजात दूरचित्रवाणीच्या इतिहासाचे योगदान काय आहे?
- समाजातील संस्कृतीचा प्रभाव. दूरदर्शन कसे योगदान देते?

७.१ समाज आणि वर्तन/परिचय

एक मशीन ज्याने संपूर्ण जगाला वेड लावले. हा एक उल्लेखनीय शोध आहे ज्याने त्याच्या निर्मितीपासून जगाला मोहित केले आहे. हे एक उपकरण आहे जे आपल्याला हलत्या प्रतिमा आणि विविध प्रकारचे ध्वनी प्रसारित करण्यास अनुमती देते आणि ते सामान्यतः "दूरचित्रवाणी संच" म्हणून ओळखले जाते.

दूरचित्रवाणी हे एक शक्तिशाली तंत्रज्ञान आहे ज्याने पृथ्वीवरील एका ठिकाणाहून दुसऱ्या ठिकाणी दृकश्राव्य प्रसारण करणे शक्य करून महत्त्वपूर्ण वैज्ञानिक प्रगती सक्षम केली आहे. तो आपल्या आधुनिक जगाचा एक आवश्यक भाग आहे.

कोणत्याही प्रकारची निर्मिती वा शोध जगाला अनेक उत्तरे प्रदान करतात यात शंका नाही; असे असले तरी, प्रत्येक शोध आपल्यासोबत उपायांचा संच आणि त्याच वेळी नवीन

आव्हाने घेऊन येतो. हा मानवी शोधाचा नैसर्गिक भाग आहे. दूरचित्रवाणीचाही फायदा आणि समस्यांचा वाटा आहे.

मूलतः दुरचित्रवाणीची कल्पना शैक्षणिक साधन म्हणून केली गेली होती, जगभरात घडणाऱ्या घटनांबद्दल जगाला माहिती देण्याचा एक मार्ग. २० व्या शतकाच्या सुरुवातीस, विकसित तंत्रज्ञानाच्या माध्यमातून एकमेकांशी जोडले जाण्याची भावना निर्माण करणे आणि शिक्षण प्रदान करणे हे त्याचे उद्दिष्ट होते. पण २० व्या शतकाच्या मध्यापर्यंत ते एका शक्तिशाली प्रसारण माध्यमात बदलले होते.

दूरचित्रवाणी विकासाच्या वेगवेगळ्या टप्प्यांमधून गेला आहे, यांत्रिक ते इलेक्ट्रिकल, रंग आणि आता डिजिटल, तंत्रज्ञान प्रगत झाले आहे. या प्रत्येक टप्प्याने दूरचित्रवाणीच्या उत्क्रांतीमध्ये आणि ते कसे कार्य करते यासाठी योगदान दिले आहे.

दूरचित्रवाणीचा समाजावर खोलवर परिणाम झाला आहे.

हा प्रभाव समजून घेण्यासाठी, आपण प्रथम "समाज" ची संकल्पना आणि त्यात समाविष्ट असलेल्या अनेक वर्तन आणि परस्परसंवाद समजून घेणे आवश्यक आहे. समाजातील लोक कसे जोडले जातात, कसे संवाद साधतात आणि माहिती कशी वापरतात हे घडवण्यात दूरचित्रवाणीने महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे, ज्यामुळे संस्कृती, मूल्ये आणि दैनंदिन जीवनावर दूरगामी प्रभाव पडतो.

समाज म्हणजे काय?

समाज म्हणजे एका व्यवस्थित संघटित समुदायात एकत्र राहणाऱ्या लोकांचा समूह. एखाद्या विशिष्ट हेतूसाठी किंवा विशिष्ट क्रियाकलाप करण्यासाठी तयार केलेला गट किंवा क्लब म्हणून देखील याचा विचार केला जाऊ शकतो.

आता विचार करा, जेव्हा तुम्ही लहान मुलाला खेळताना पाहिले असेल, कदाचित अशा चुका करतील ज्यामुळे तुमचे मन आनंदाने भरून जाईल. आपण कदाचित या विचारावर हसत आहात, बरोबर?

तर, लहान मुले असे का वागतात? उत्तर अगदी सोपे आहे - ते कुतूहलाने भरलेले आहेत आणि त्यांच्या सभोवतालच्या गोष्टी समजून घेण्याची किंवा त्यांच्याशी संवाद साधण्याची तीव्र इच्छा आहे. ते शिकणे असो किंवा चुकून काहीतरी तोडणे असो, ते नेहमी नवीन गोष्टी शोधत असतात आणि आत्मसात करत असतात.

तुम्हाला काय वाटतं, लहान मुलं असं का वागतात? उत्तर सोपे आहे... त्यांच्याकडे खूप कुतूहल आणि शिकण्याचा विषय समजून घेण्याची किंवा नष्ट करण्याची इच्छा असते. कोणत्याही परिस्थितीत, ते काहीतरी शिकतात.

विविध जीवन स्वरूपांचे आणि त्यांच्या अनुभवांचे निरीक्षण केल्यावर, हे स्पष्ट होते की शिकणे आणि वर्तन एकमेकांशी जुळतात. दुसऱ्या शब्दांत, आपले वर्तन सहसा आपल्या नैसर्गिक कुतूहलाने आणि आपल्या सभोवतालचे जग जाणून घेण्याची आणि शोध घेण्याच्या इच्छेवरच चालविले जाते.

तर, वर्तन म्हणजे काय?

वर्तन हे मूलत: आपण आपल्या सभोवतालशी कसा संवाद साधतो. ही संकल्पना स्पष्ट करण्यासाठी, इव्हान पावलोव्ह, रशियन फिजियोलॉजिस्ट आणि 1904 मध्ये फिजियोलॉजी किंवा मेडिसिनमध्ये नोघंटा पारितोषिक विजेते यांनी केलेला प्रयोग समजून घेऊ.

७.२ सशर्त प्रेरणा आणि सामान्यीकरणाचा सिद्धांत

इव्हान पावलोव्ह यांनी शास्त्रीय कंडिशनिंग म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या शिक्षणाची संकल्पना मांडली, जी मूलत: सहवासाद्वारे शिकली जाते. ही संकल्पना स्पष्ट करण्यासाठी त्यांनी कुत्र्यांवर एक मनोरंजक प्रयोग केला.

पावलोव्हचा प्रयोग असा झाला: त्याने शोधून काढले की जर आपण कुत्र्यांना अन्न देण्यापूर्वी वारंवार घंटा वाजवली तर ते घंटाचा आवाज अन्नाच्या आगमनाशी जोडू लागतात. ते शिकतात की जेव्हा ते घंटा ऐकतात, याचा अर्थ रात्रीचे जेवण सुरू आहे. परिणामी, अन्न पाहण्याआधी किंवा चाखण्याआधीच ते अपेक्षेने लाळ सुटू लागते. या सेटअपमध्ये, जेवण बिनशर्त उत्तेजना (लाळ काढण्यासाठी नैसर्गिक ट्रिगर) म्हणून कार्य करते, कुत्र्यांचे लाळ एक बिनशर्त प्रतिसाद (नैसर्गिक प्रतिक्रिया) असते आणि घंटा चा आवाज एक तटस्थ उत्तेजना असतो.

पावलोव्हला जे आकर्षक वाटले ते म्हणजे काही 'घंटा आणि अन्न' या जोडणीनंतर त्याने अन्न देणे बंद केले तरीही घंटा ऐकून कुत्रे लाळ सोडत राहिले. घंटा एक कंडिशन्ड उत्तेजना बनली होती, आणि त्याला प्रतिसाद म्हणून त्यांची लाळ एक सशर्त प्रतिसाद होती.

त्याच्या केंद्रस्थानी, शिकणे हे कंडिशन केलेल्या उत्तेजनाच्या आणि कंडिशन केलेल्या प्रतिसादाच्या चक्राबद्दल आहे. कारण समाज अनेक व्यक्तींनी बनलेला आहे, प्रत्येक संस्कृतीचा जीवनाबद्दलचा स्वतःचा वेगळा दृष्टीकोन असतो, ज्यामुळे भिन्न वर्तन होते. ही भिन्न वर्तणूक अशा लोकांची उदाहरणे आहेत ज्यांना विविध प्रकारच्या कंडिशन केलेल्या उत्तेजनांना सामोरे जावे लागले आहे, ज्यामुळे भिन्न कंडिशन प्रतिसाद मिळतात. यामुळे लोक वेगळे वागतात; त्यांचे अनुभव त्यांच्या वर्तनाला आकार देतात.

ही संकल्पना आणखी समजून घेण्यासाठी, 2 वर्षांच्या बाळाचा विचार करा. भिन्न लोक आणि परिस्थितींबद्दल त्यांच्या प्रतिक्रियांचे निरीक्षण करा. ते वेगवेगळ्या क्षणी हसतात, रडतात आणि वेगळ्या पद्धतीने वागतात. उदाहरणार्थ, जेव्हा एखादे बाळ रडत असते, तेव्हा त्यांना त्यांच्या आईकडे सोपवले जाते, जेव्हा आई मुलाला घेते तेव्हा रडणे थांबते. तुम्हाला काय वाटते? याचे स्पष्टीकरण काय आहे?

येथे मुख्य संकल्पना आहे "परिचय"! आपली पाच इंद्रिये - दृष्टी, श्रवण, स्पर्श, गंध आणि चव - आपल्या मनाला आपल्या सभोवतालचे जग समजून घेण्यास मदत करतात. आपण जे पाहतो, ऐकतो, अनुभवतो, वास घेतो आणि चव घेतो ते आपल्याला आपल्या सभोवतालची किंवा आपण शोधत असलेल्या गोष्टींची चांगली समज देतात.

जेव्हा आपण एखाद्या गोष्टीचा वारंवार अनुभव घेतो किंवा शोध घेतो तेव्हा ती आपल्याला परिचित होते.

ओळखीच्या या भावनेला "कंडिशण्ड स्टिमुलस" असे संबोधले जाते.

जीवनाच्या अनेक पैलूंमध्ये, दूरचित्रवाणी एक कंडिशण्ड स्टिमुलस म्हणून काम करते. जेव्हा आपण दूरचित्रवाणीवर गोष्टी पाहतो तेव्हा मांडलेल्या कल्पना किंवा परिस्थितींशी आपण परिचित होतो. आपली मने या अनुभवांना ओळखू लागतात आणि संबद्ध जोडू लागतात, ज्यामुळे कालांतराने सशर्त प्रतिसाद मिळतो. हे वास्तव आणि दूरचित्रवाणीवर सादर केलेले वास्तव यांच्यातील सीमा अस्पष्ट होते.

आधी चर्चा केलेल्या संकल्पना भारतीय सभ्यतेवर लागू करण्याआधी, सामान्यीकरणाचा सिद्धांत नावाचा एक महत्त्वाचा सिद्धांत समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. हा सिद्धांत चार्ल्स हबर्ड जुड (१८७३ ते १९४६) या अमेरिकन शैक्षणिक मानसशास्त्रज्ञाने विकसित केला होता.

या कल्पना अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी, अमेरिकन शैक्षणिक मानसशास्त्रज्ञ चार्ल्स हबार्ड जड यांनी विकसित केलेल्या सामान्यीकरणाच्या सिद्धांताबद्दल बोलूया. हा सिद्धांत स्पष्ट करतो की लोक आणि प्राणी नवीन परिस्थितींमध्ये संबंध आणि समानता शोधण्यासाठी त्यांचे पूर्वीचे ज्ञान कसे वापरतात. दुसऱ्या शब्दांत, नवीन परिस्थिती समजून घेण्यासाठी आणि त्यांच्याशी जुळवून घेण्यासाठी आपण आधी शिकलेल्या गोष्टींचा वापर करतो.

वरील बाब समजून घेण्यासाठी खालील उदाहरणाचा विचार करा.

उदाहरणार्थ, आपल्यापैकी बहुतेकांनी एक मांजर पाहिली आहे. तुम्हाला पाळीव प्राणी म्हणून आवडेल का याला आपल्यापैकी बरेच जण हो म्हणू शकतात. परंतु जर मांजर किंवा कुत्रा दत्तक घेणे यापैकी एक पर्याय दिला तर, आपल्यापैकी बरेच जण कुत्रा निवडतील. हे प्राधान्य आपल्या मांजर आणि कुत्र्यांच्या मागील अनुभवांच्या सामान्यीकरणावर आधारित आहे, ज्यामुळे आम्हाला एकमेकांबाबत अनुकूलता मिळते. अशाप्रकारे आपले भूतकाळातील ज्ञान आपल्या आवडी आणि वर्तनाला आकार देते.

याचे कारण 'सामान्यीकरण' किंवा 'जनरलायझेशन' आहे.

सामान्यीकरण हे आपण सर्वजण करतो. उदाहरणार्थ, जर तुम्हाला एक किंवा दोन कुत्र्यांचे चांगले अनुभव आले असतील, तर तुम्ही सर्व कुत्र्यांनी सारखेच वागण्याची अपेक्षा करू शकता. तुम्ही मागील चकमकींमधून जे शिकलात ते तुम्ही नवीन परिस्थितीत लागू करत आहात. सोप्या भाषेत, नवीन परिस्थिती समजून घेण्यासाठी तुम्ही "सामान्यीकरण" नावाची प्रक्रिया वापरत आहात; हे आपल्याला जगाची जाणीव करण्यात मदत करते.

आता, जेव्हा आपण भारतातील दूरचित्रवाणी पाहतो, आपल्याला कल्पना आहे की जागतिक स्तरावर तुलनेने भारतात उशिरा दूरचित्रवाणी आली. तथापि, एकदा भारतीय घराघरात प्रवेश केल्यावर, ते पटकन कुटुंबाचा एक भाग बनला. दूरचित्रवाणी हे भारतीय

समाजात मुक्त करणारे भारतीय समाजातील प्रत्येकाच्या जीवनाचा तो अत्यंत आवश्यक घटक बनला आहे. जसे की इतर अनेक ठिकाणी आहे.

दूरचित्रवाणी उद्योगात सामान्यीकरणाची ही संकल्पना मोठ्या प्रमाणावर वापरली जात आहे. भारतीय दूरचित्रवाणी उद्योग समाजापेक्षा वेगळा नाही.

कोणतीही गोष्ट त्याच्या पार्श्वभूमीबद्दल अधिक जाणून घेतल्यास अधिक चांगल्या प्रकारे समजू शकते. भारतातील दूरचित्रवाणी च्या इतिहासाबद्दल थोडेसे जाणून घेऊन सुरुवात करूया.

सामान्यीकरणाची ही संकल्पना केवळ आपल्या दैनंदिन जीवनाचा एक भाग नाही तर दूरचित्रवाणी उद्योगातही ती मोठ्या प्रमाणावर वापरली जाते आणि भारतीय दूरचित्रवाणी उद्योगही त्याला अपवाद नाही. कोणत्याही विषयाची पार्श्वभूमी समजून घेतल्याने आपल्याला ते अधिक चांगल्या प्रकारे समजण्यास मदत होते आणि तेच दूरचित्रवाणीलाही लागू होते. भारतातील दूरचित्रवाणी चे महत्त्व समजून घेण्यासाठी, त्याच्या इतिहासाबद्दल थोडे जाणून घेणे आवश्यक आहे.

७.३ भारतातील दूरचित्रवाणीचा इतिहास आणि विकास

- दूरचित्रवाणी हे खरोखरच एक शक्तिशाली आणि मुक्ती देणारे माध्यम आहे.
- भारतात दूरचित्रवाणीची ओळख जगाच्या तुलनेने अलीकडे झाली असली,तरी तिचा विस्तार आश्चर्यकारकपणे वेगाने झाला आहे. भारतातील टेलिव्हिजनच्या इतिहासाचे येथे थोडक्यात विहंगावलोकन आहे:
- ज्या काळात तंत्रज्ञान झपाट्याने प्रगती करत होते, त्या काळात भारत प्रामुख्याने वसाहतीच्या इतिहासासाठी ओळखला जात होता परिणामी तांत्रिक प्रगतीवर कमी भर दिला जात होता.
- मात्र, भारताला स्वातंत्र्य मिळाल्यानंतर ही परिस्थिती बदलली.
- स्वातंत्र्य मिळाल्यानंतर सुमारे १२ वर्षांतच, १९५९ मध्ये, भारताने प्रायोगिक दूरचित्रवाणीचे प्रसारण सुरू केले. याआधी देशाने पायाभूत सुविधा, कृषी, औद्योगिकीकरण आणि दळणवळण विकसित करण्यावर भर दिला होता.
- सुरुवातीला,रेडिओ ट्रान्समिशन युनिट म्हणून, आधीपासून अस्तित्वात असलेल्या ऑल इंडिया रेडिओने (एआयआर) दिल्लीतून पहिले प्रायोगिक दूरदर्शन प्रसारण सुरू केले.
- ट्रान्समीटरला फक्त १२ ते २१ दूरदर्शन संच जोडलेले हा मूलभूत सेटअप होता.
- १९६१ मध्ये, विद्यार्थ्यांसाठी, विशेषत: जवळच्या गावांमध्ये आपले पहिले सामुदायिक टेलिव्हिजन नेटवर्क स्थापन केले.
- सारण कालावधी ३० मिनिटांपासून एक तासापर्यंत मर्यादित होता.

- या सुरुवातीच्या दूरचित्रवाणी प्रसारणाचे प्राथमिक उद्दिष्ट लोकांना शिक्षण आणि माहिती प्रदान करणे हे होते.
- या काळात आपल्याकडे उपग्रह प्रक्षेपण तंत्रज्ञान नव्हते.
- ही अडचण दूर करण्यासाठी, आपण बँडविड्थ सॅटेलाइट ट्रान्समिशन सिस्टम एका वर्षासाठी भाड्याने घेतली.
- १९६५ मध्ये, नियमित बातमी सेवा, ज्याला समाचार म्हणून ओळखले जाते, सुरू करण्यात आली.
- १९६७ पर्यंत, बँडविड्थ आणि एअरटाइमचा विस्तार करण्यात आला आणि कृषी दर्शन नावाचा नवीन कार्यक्रम सुरू करण्यात आला. वाढत्या भारतीय अर्थव्यवस्थेला हा प्रतिसाद होता आणि लोक ताज्या आणि वास्तववादी सामग्रीसाठी उत्सुक होते. लोकांचे मन वळवणे, माहिती देणे आणि शिक्षित करणे या उद्देशाने प्राथमिक लक्ष शेतीवर होते.
- १९७२ मध्ये, दूरदर्शन प्रसारणाचा विस्तार मुंबईत झाला.
- १९७५ मध्ये, सॅटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलिव्हिजन एक्सपेरिमेंट (SITE) लाँच करण्यात आले, हा नासा आणि भारतीय अंतराळ संशोधन संस्था (ISRO) यांचा सहयोगी प्रकल्प आहे.
- SITE चे उद्दिष्ट ग्रामीण भागाला शैक्षणिक दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांपर्यंत पोहोचवण्याचे होते.,
- त्याची पोहोच अंदाजे २४०० खेड्यांपर्यंत वाढवणे, सुरुवातीचे कव्हरेज दिल्ली आणि मुंबई पुरते मर्यादित होते.
- १९७६ मध्ये, दूरदर्शन ऑल इंडिया रेडिओ (AIR) पासून वेगळे झाले आणि एक स्वतंत्र संस्था बनून व्यापारीकरणाकडे वाटचाल केली
- खाजगीकरणाकडे वळल्याने टेलिव्हिजन प्रेक्षकांसाठी अधिक आकर्षक बनले.
- भारतीय दूरचित्रवाणी इतिहासातील एक महत्त्वपूर्ण क्षण 25 एप्रिल 1982 रोजी घडला, भारताच्या दूरचित्रवाणी इतिहासातील हा एक ऐतिहासिक क्षण आहे.
- या दिवशी दूरदर्शनने पहिले रंगीत प्रसारण केले.
- "हम लोग" या हिंदी भाषेतील मालिकेने पदार्पण केले. ही भारतातील पहिली मालिका होती.
- ती दूरदर्शनवर प्रसारित झाली.
- १९८३ मध्ये, युनिव्हर्सिटी ग्रँट्स कमिशनने (UGC) मुलांसाठी आणि प्रौढांसाठी विविध शैक्षणिक कार्यक्रमांना प्रोत्साहन देण्यास सुरुवात केली.

- गेल्या काही वर्षांत, सॅटेलाइट नेटवर्कच्या पायाभूत सुविधांमध्ये लक्षणीय प्रगती झाली.
- १४ मार्च १९९५ मध्ये डीडी इंडिया नावाने एक भारतीय दूरदर्शन प्रसारक, डीडी इंटरनॅशनल म्हणून सुरू झाला. हे जगभरातील सुमारे 146 देशांमध्ये उपलब्ध आहे.
- त्याचे २००० मध्ये डीडी वर्ल्ड असे नामकरण करण्यात आले, त्यानंतर 2002 मध्ये त्याचे नाव डीडी इंडिया असे करण्यात आले.
- दूरदर्शन हे भारताचे सरकारी मालकीचे दूरदर्शन नेटवर्क, डीडी इंडियाचे मालक आणि संयोजक आहे.
- भारताचे सार्वजनिक प्रसारक, प्रसार भारती, नवी दिल्ली येथे स्थित आहे आणि देशाच्या प्रसारण प्रयत्नांवर देखरेख आणि व्यवस्थापित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते.
- प्रसार भारती ही संसदेच्या कायद्याने स्थापन केलेली कायदेशीर स्वतंत्र संस्था आहे. यामध्ये दूरदर्शन टेलिव्हिजन नेटवर्क आणि ऑल इंडिया रेडिओ या दोन्हींचा समावेश आहे, जे पूर्वी माहिती आणि प्रसारण मंत्रालयाचा भाग होते. प्रसार भारतीची स्वायत्तता भारताच्या संसदेने १९९० मध्ये पारित केलेल्या 'प्रसार भारती कायद्या'द्वारे प्रदान करण्यात आली, तरी ती १५ सप्टेंबर १९९७ पर्यंत लागू झाली नव्हती.
- प्रसार भारतीच्या स्थापनेनंतर, माहीतगार आणि उद्योगाचा स्पष्ट रोडमॅप असलेल्या व्यक्तींनी बँडविड्थ मिळवण्याची आणि टेलिव्हिजन चॅनेल तयार करण्याची क्षमता प्राप्त केली. परिणामी, भारताने आपल्या टेलिव्हिजन लँडस्केपमध्ये लक्षणीय वाढ पाहिली आहे. २०१८ पर्यंत, देशभरात ८५० हून अधिक दूरदर्शन केंद्रे आहेत, जी विविध प्रमुख भाषांमध्ये प्रसारित होत आहेत. या विकासामुळे भारतातील अंदाजे 197 दशलक्ष लोक टेलिव्हिजनचे मालक बनले आहेत, ज्याने देशातील दूरदर्शनची व्यापक पोहोच आणि प्रभाव अधोरेखित केला आहे.

हे टप्पे भारतातील दूरचित्रवाणीच्या सुरुवातीच्या टप्प्यापासून ते देशाच्या मीडिया लँडस्केपचा महत्त्वपूर्ण भाग बनण्यापर्यंतची वाढ आणि विकास दर्शवतात.

दूरचित्रवाणीने त्याच्या तांत्रिक उत्क्रांतीपासून ते प्रसारित केलेल्या कार्यक्रमांच्या प्रकारांपर्यंत खूप मोठा पल्ला गाठला आहे. आधी सांगितल्याप्रमाणे, समाज हा वर्तणुकीभोवती फिरतो, जो मानसशास्त्र आणि त्याच्या विविध घटकांशी जवळून जोडलेला आहे.

भारतातील रहिवाशांच्या मानसशास्त्रावर आणि त्याचा समाजावर कसा प्रभाव पडतो; हा प्रभाव सकारात्मक आणि हानिकारक दोन्ही असू शकतो हे लक्षात घेऊन दूरचित्रवाणीने काय भूमिका बजावली आहे ते पाहू या.

दूरचित्रवाणीचा समाजावर कसा प्रभाव पडतो हे चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी अनेक वर्षांमध्ये अनेक अभ्यास केले गेले आहेत. एक महत्त्वपूर्ण उदाहरण घेऊ: स्वातंत्र्य मिळाल्यानंतर भारताला आर्थिक आव्हानांचा सामना करावा लागला, ज्यामुळे मंदीचा काळ

आला. भारतीय संस्कृतीत व्यक्तींच्या नैतिक मूल्यांना बळकटी देण्यासाठी हे महत्त्वाचे ठरले. तेव्हा दूरचित्रवाणीवरील कृषी दर्शन हा कार्यक्रम सुरू झाला. देशातील शेतकऱ्यांना शिक्षित करणे आणि शेती ही भारताची ताकद आहे हे इतर लोकांना पटवून देणे हा त्याचा उद्देश होता. या कार्यक्रमाचा प्रभाव सकारात्मक होता, कारण याने लोकांना ज्ञानाने सशक्त केले आणि भारतीय शेतीबद्दल अभिमानाची भावना निर्माण केली.

दूरचित्रवाणीने लोकांना कल्पनारम्य आणि नाटकाच्या पर्यायी जगाची ओळख करून दिली आहे. या कार्यक्रमामुळे अनेकांना तणावमुक्त करण्यात आणि त्यांच्या विचारसरणी आणि वर्तनात सकारात्मक बदल करण्यात मदत झाली आहे. तथापि, हे मान्य करणे महत्त्वाचे आहे की सर्व दूरचित्रवाणी सामग्रीचा सकारात्मक प्रभाव पडत नाही. काही कार्यक्रमांचे समाजावर नकारात्मक परिणाम झाले आहेत. दूरचित्रवाणीचा प्रभाव आपल्या जीवनाच्या जवळजवळ प्रत्येक पैलूला स्पर्श करतो. महत्त्वाचे म्हणजे संस्कृती, कल्पना आणि माहिती जपण्यासाठी दूरचित्रवाणी हे एक महत्त्वाचे साधन आहे. हे ज्ञान आणि सर्जनशीलतेचा प्रसार करण्यास मदत करते.ही एक वैज्ञानिक प्रगती आहे हे ओळखणे महत्त्वाचे आहे आणि कोणत्याही तांत्रिक प्रगतीप्रमाणे, यात आशीर्वाद किंवा शाप होण्याची क्षमता आहे.

आधी सांगितल्याप्रमाणे, समाज समजून घेण्यासाठी वर्तन समजून घेणे आवश्यक आहे आणि संस्कृतीची संकल्पना समजून घेतल्याशिवाय आपण खरोखर प्रभाव समजू शकत नाही.

संस्कृती ही मूलत: समाजातील सामायिक वागणूक आहे.

जर दूरचित्रवाणी विषय-सामग्री मानवी नैतिकता आणि प्रगतीशी संरेखित करताना लोकांच्या मोठ्या गटाच्या सामान्य वर्तनात सकारात्मक बदल घडवून आणते, तर तो सकारात्मक प्रभाव मानला जातो. तथापि, जर बदल मानवी नैतिकता आणि उत्क्रांतीबद्दल प्रतिगामी असेल तर तो नकारात्मक प्रभाव म्हणून पाहिला जातो.

दूरचित्रवाणीचा समाजावर होणारा परिणाम अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी भारतीय संस्कृतीची संकल्पना पाहू.

सराव

१. भारतातील दूरदर्शनचे महत्त्व सांगा?

२. सामान्यीकरणाच्या इतिहासाची चर्चा करा?

३. समाज म्हणजे काय?

७.४ भारतीय संस्कृती आणि स्वरूप

आधी सांगितल्याप्रमाणे, वर्तन हा नियमांचा एक संच आहे जो बर्याच काळापासून पाळला जातो आणि वर्तनामध्ये दीर्घ-सरावलेले नियम असतात जे सामाजिक नियम बनतात. संस्कृतीची व्याख्या बहुसंख्य लोकांच्या सामायिक नियम आणि वर्तनाद्वारे केली जाते. वर्तनात आणि सामाजिक नियमांमध्ये खोलवर रुजलेली आहे भारतीय संस्कृतीत नैतिक मूल्यांना महत्त्वाचे स्थान आहे. भारताच्या वास्तव्य आणि वसाहतीच्या इतिहासाने देशातील वर्तन आणि नियमांच्या विविधतेमध्ये योगदान दिले आहे. भारतीय समाजाला आकार देणाऱ्या विविध समुदायांनी त्यांची स्वतःची पारंपारिक मूल्ये आणली आहेत, ज्यांचा वर्तमानावर प्रभाव पडत आहे.

राजकीय, धार्मिक आणि तांत्रिक समजुतींमध्ये बदल होऊनही, भारतीय संस्कृतीत मूळ सांस्कृतिक मूल्ये कायम आहेत.

सांस्कृतिक वर्तनाचे हे पैलू समजून घेणे एखाद्या विशिष्ट देशाच्या सामान्य मानसिकतेचे ज्ञान प्रदान करू शकतात.

विविध क्षेत्रांमध्ये सामाजिक मूल्ये मजबूत किंवा कमकुवत करण्यात दूरचित्रवाणी महत्त्वाची भूमिका बजावते. चला यापैकी काही प्रमुख मुद्दे शोधूया जिथे दूरचित्रवाणीने भारतीय संस्कृतीवर प्रभाव टाकला आहे:

१) राजकीय स्थिरता:

राजकीय स्थैर्य हे समजून घेण्यासाठी एक महत्त्वाचा घटक आहे आणि देशाच्या विकासात महत्त्वाची भूमिका बजावते. हे एखाद्या व्यक्तीच्या व्यक्तिमत्त्वाला आकार देऊ शकते तसेच मोठ्या संख्येने लोकांवर प्रभाव टाकू शकते. भारताचा एक गुंतागुंतीचा राजकीय इतिहास आहे आणि लोकांना मतदानाच्या महत्त्वाविषयी शिक्षित करण्यापासून ते त्यांच्या जातीवर आधारित व्यक्तींवर प्रभाव टाकण्यापर्यंत विविध कारणांसाठी दूरचित्रवाणीचा वापर केला जातो. जात, वंश आणि सत्ता हे जगामध्ये कायमचे मुद्दे राहिले आहेत आणि भारताच्या विविध आक्रमणकर्त्यांनी केलेल्या शासनाच्या इतिहासामुळे तेथील अनेक नागरिकांना शिक्षण आणि आर्थिक संसाधनाचा उपभोग घेता आला नाही. हे मुद्दे राजकीय अस्थिरतेच्या इतिहासातून आले आहेत. विविध प्रभावशाली व्यक्ती विविध उद्देशांसाठी दूरदर्शनचा वापर करतात, वर्तमानाला सकारात्मक आणि नकारात्मक अशा दोन्ही प्रकारे आकार देतात. काही क्षेत्रांमध्ये प्रगती होत असताना, आव्हाने अजूनही कायम आहेत आणि इतरांमध्ये सुधारणेला वाव आहे.

२) आर्थिक वाढ आणि आर्थिक स्थिरता:

भारताचा इतिहास येथील लोकांना परिचित आहे, ज्यांना राष्ट्रासमोरील आव्हानांची चांगली जाणीव आहे. त्यांना माहीत आहे की भारताने कसे चिकाटीने, परिस्थितीशी जुळवून घेतले आणि विविध परिस्थितींवर मात केली. अशा परिस्थितीत दूरचित्रवाणीने महत्त्वाची भूमिका बजावली आहे. आधी सांगितल्याप्रमाणे, दूरचित्रवाणी तणाव कमी करण्यास मदत करते आणि दर्शकांना शिक्षण देते, माहिती देते आणि पटवून देते. अनेक घटनांमध्ये,

दूरचित्रवाणीने आर्थिक वाढीचे नियमन करण्यात आणि आर्थिक स्थिरता प्रस्थापित करण्यात योगदान दिले आहे. पूर आणि आर्थिक मंदीच्या काळात ते प्रेरणादायी ठरले आहे. दूरचित्रवाणीने लोकांना जगाविषयी अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यास मदत केली आहे आणि ते अनेक मार्गांनी फायदेशीर ठरले आहे. शिवाय, जागतिक बाजारपेठेत भारतीय ब्रँडचा प्रचार करण्यात आणि परकीय चलन मिळविण्यात योगदान देण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावली आहे.

३) पर्यावरण, आरोग्य, तंत्रज्ञान आणि परंपरा:

आधी म्हटल्याप्रमाणे, आपण आपल्या सभोवतालच्या वातावरणातून शिकत असतो. पर्यावरण, आरोग्य, तंत्रज्ञान आणि परंपरा याविषयीची आपली समज तयार करण्यात दूरचित्रवाणी महत्त्वाची भूमिका बजावते. यामुळे डिजिटल युगात भारतीय संस्कृती जगासमोर आली आहे. नाटके, खेळ आणि बातम्यांसह विविध कार्यक्रमांद्वारे, तसेच माहितीपट आणि इतर कार्यक्रमांद्वारे, दूरचित्रवाणीने इतर राष्ट्रांमध्ये सांस्कृतिक चालीरीती लोकप्रिय केल्या आहेत, ज्यामुळे भारतातील पर्यटन उद्योगाची भरभराट होत आहे. तथापि, भारतातील गुन्ह्यांची माहिती प्रसारित करून त्याचे नकारात्मक परिणाम देखील झाले आहेत. आरोग्य, पर्यावरणीय परिस्थिती आणि तंत्रज्ञान सुधारण्याच्या जागतिक प्रयत्नांवर प्रकाश टाकण्यासाठी दूरचित्रवाणी महत्त्वपूर्ण आहे, अनेकदा या समस्यांवर मानसिक दबाव आणतो. जगाने त्यांचे आरोग्य, पर्यावरण आणि तंत्रज्ञान क्षेत्रात सुधारणा करण्यासाठी देशादेशांमधील संघर्ष पाहिला आहे. बदल अधोरेखित करण्यात आणि मानसिक दबाव निर्माण करण्यासाठी दुरचित्रवाणीने मदत केली.

दूरचित्रवाणीने भारतामध्ये विविध विषयांना संबोधित करून महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. माहिती, शिक्षण आणि मन वळवण्याचे हे एक साधन आहे. त्याच्या प्रभावाचा लोकांवर सकारात्मक आणि नकारात्मक अशा दोन्ही प्रकारे परिणाम झाला आहे. थोडक्यात, भारतीय समाजातील दुरचित्रवाणीची भूमिका बहुआयामी आणि प्रभावशाली म्हणून वर्णन केली जाऊ शकते.

भारतीय समाजातील दुरचित्रवाणीची भूमिका आपण खालीलप्रमाणे मांडू शकतो.

- दुरचित्रवाणी "काय" आणि "कसे" विचारण्यापासून विकसित झाली आहे जे आपल्याला “हे आणि हा मार्ग" एकत्रितपणे परिभाषित करण्यात मदत करते.
- जगाला अनेक सांस्कृतिक आणि पारंपारिक मूल्यांचा परिचय करून दिला आहे आणि त्या बदल्यात त्यांच्या बाबींचा स्वीकार केला आहे.
- हे मूलभूत बदल समजून घेण्यात आणि विविध नवकल्पना आणि कल्पनांच्या अंमलबजावणीमध्ये मदत करते.
- दुरचित्रवाणीने उर्वरित जग, तांत्रिक प्रगती, व्यावसायिक संस्था आणि उद्योग संघटनांशी संबंध प्रस्थापित केले आहेत.

- तसेच तरुण मनाच्या व्यक्तिमत्त्वाचा विकास किंवा ऱ्हास घडवण्यात ते महत्त्वाची भूमिका बजावते.

शेवटी, आपण हे स्वीकारले आहे की मनाला आकार देण्यामध्ये दुरचित्रवाण महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते आणि त्याचा प्रभाव नकारात्मक आणि सकारात्मक दोन्ही असू शकतो. समाजातील व्यक्तीच्या वर्तनाचा संबंध हा संस्कृतीचा मूलभूत घटक आहे. समाजाच्या या मनोवैज्ञानिक पैलूला संबोधित करण्यासाठी दुरचित्रवाणी विविध स्वरूप आणि वैशिष्ट्ये वापरते.

स्वरूप काय आहेत?

स्वरूप हे संदेश संप्रेषण करण्याचे संरचित मार्ग आहेत. यशस्वी संप्रेषणासाठी संदेशांचे एन्कोडिंग आणि डीकोडिंग अचूक असणे आवश्यक आहे. हे स्वरूप विविध अभिरुची आणि प्राधान्ये यामुळे पूर्ण होते. ज्यामुळे विविध भाषा, मानसिकता आणि संस्कृती असलेल्या लोकांसाठी दूरदर्शन सुलभ होते.

एन्कोडिंग आणि डीकोडिंग, स्टुअर्ट हॉलने वर्णन केल्याप्रमाणे, संदेशाचे भाषांतर समाविष्ट आहे. जेव्हा एखादा संदेश एन्कोड केलेला असतो, तेव्हा तो अशा प्रकारे तयार केला जातो ज्यामुळे अभिप्रेत अर्थ कळतो. जेव्हा संदेश डीकोड केला जातो, तेव्हा प्राप्तकर्ता त्याच्या स्वतःच्या समज आणि संदर्भावर आधारित त्याचा अर्थ समजतो आणि समजतो. ही प्रक्रिया संप्रेषणासाठी अविभाज्य आहे आणि विविध व्यक्ती किंवा गटांकडून विविध व्याख्या आणि प्रतिसाद होऊ शकतात.

भारतीय टेलिव्हिजन बातम्या, नाटक, रिॲलिटी शो, कॉमेडी, पौराणिक मालिका, गेम शो, शैक्षणिक कार्यक्रम, टॉक शो, क्राईम शो, ट्रॅव्हल आणि फूड शो, स्पोर्ट्स ब्रॉडकास्ट आणि त्याच्या वैविध्यपूर्ण प्रेक्षकांसाठी बरेच काही यासह विविध फॉरमॅट ऑफर करतो.

टॉक शो:

टॉक शो हे एक परिचित स्वरूप आहे.

जेथे एक व्यक्ती किंवा व्यक्तींचा समूह होस्टद्वारे सादर केलेल्या विविध विषयांवर चर्चा करतात. सामान्यतः, पाहुणे म्हणजे शोच्या विषयातील तज्ञ किंवा अनुभव असलेल्या व्यक्ती. हे स्वरूप दर्शकांना स्वारस्य असलेल्या विषयांवर शिक्षित करण्याचे साधन म्हणून काम करते, जे राजकारण, अर्थशास्त्र किंवा मनोरंजन यासारख्या विविध क्षेत्रांमध्ये पसरू शकते. "फूल खिले हैं गुलशन गुलशन" हा भारतातील पहिला टॉक शो होता, जो डीडी नॅशनलवर प्रसारित झाला.

पुनरावलोकन:

पुनरावलोकन हे प्रकाशन सेवेचे किंवा फर्मचे मूल्यांकन असते, जेथे लेखक कामाचे समीक्षक मूल्यमापन करतो आणि त्याचे सापेक्ष मूल्य दर्शविण्यासाठी रेटिंग नियुक्त करू शकतो. पुनरावलोकनांमध्ये वर्तमान घडामोडी, ट्रेंड किंवा बातम्यांचा समावेश असू शकतो आणि ग्रामीण भागातील व्याप्ती लक्षात घेता ते विशेषतः भारतीयांसाठी फायदेशीर आहेत. ऑडिओ

आणि प्रतिमांचा वापर कमी शिक्षण असलेल्या लोकांना विषयाचे गुण आणि कमतरता चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यास अनुमती देतो.

वादविवाद:

वादविवाद हे एक संरचित स्वरूप आहे जे मते, कल्पना आणि संशोधन सामायिक करण्यासाठी मुक्त संप्रेषण आणि सहयोग सुलभ करते, तसेच अभिप्राय देखील देते आणि प्राप्त करते. टॉक शोमधून वादविवाद वेगळे करणे महत्त्वाचे आहे, कारण एखाद्या विशिष्ट विषयाशी संबंधित समस्यांचे निराकरण करण्यासाठी वादविवादांचे विशिष्ट ध्येय आणि जबाबदारी असते. भारतीय संदर्भात, वादविवाद विशेषतः मौल्यवान आहेत, कारण देशात सतत बदल होत आहेत आणि सामाजिक बदलांमुळे विविध आव्हाने आणि उपाय समोर येतात.

टीका/टिप्पणी:

समालोचनांमध्ये रेडिओ किंवा टेलिव्हिजनवर घटना घडत असताना त्याचे वर्णन करणे समाविष्ट असते. पुरावे "काय" उत्तर देत असताना, समालोचन सामान्यत: "कसे" आणि/किंवा "का" संबोधित करते. हे स्वरूप भारतीय समाजासाठी मनोरंजक आहे कारण ते गोष्टींचे विश्लेषण करण्यास आनंदित आहे. हे दर्शकांना समालोचकाचा दृष्टीकोन आणि त्यांची स्वतःची कल्पनाशक्ती दोन्ही एकाच वेळी अनुभवू देते.

माहितीपट:

एक डॉक्युमेंटरी फिल्म, ज्याला नॉन-फिक्शनल मोशन पिक्चर म्हणूनही ओळखले जाते, त्याचे उद्दिष्ट "वास्तविकता टिपणे, प्रामुख्याने समजून घेणे, शिक्षण घेणे किंवा ऐतिहासिक नोंदी जतन करणे" आहे. माहितीपट उच्च शैक्षणिक असतात आणि अनेकदा विविध संकल्पना स्पष्ट करण्यासाठी शाळांमध्ये वापरले जातात. ते जीवन जसे आहे तसे सादर करतात, वास्तविक पैलू (मानवी आणि गैर-मानवी दोन्ही) कव्हर करतात, विशिष्ट संदेशांसह मते देतात आणि वास्तविक जीवन आणि वास्तविक कथांचा शोध घेतात.

- आयुष्य जसे आहे तसे मांडणे.
- वास्तविक चित्रपट (कोणत्याही मानवी किंवा गैर-मानवी पैलू)
- वस्तुस्थितीसह विशिष्ट संदेशासह मत प्रदान करते.
- वास्तविक जीवन + वास्तविक कथा.

ते मानवी किंवा गैर-मानवी विषयांशी संबंधित असले तरी, तथ्यात्मक पैलू कव्हर करतात.

डॉक्युड्रामा:

डॉक्युड्रामामध्ये वास्तविक घटनांचे पुनरावर्तन आणि नाट्यीकरण यांचा समावेश होतो.

- त्यामध्ये ऐतिहासिक घटनांदरम्यान वास्तविक लोकांद्वारे बोललेले वास्तविक शब्द समाविष्ट असू शकतात
- वास्तविक जीवनातील स्थानांवर चित्रित केले जाऊ शकतात.
- डॉक्युड्रामा उघडपणे ऐतिहासिक घटनांना संबोधित करतात, विशेषतः अलीकडील आणि ध्रुवीकरण करणाऱ्या घटना.

डॉक्युफिक्शन:

काहीवेळा डॉक्युफिक्शन आणि डॉक्युड्रामा यात गोंधळ होऊ शकतो. डॉक्युफिक्शन हा एक सिनेमॅटिक प्रकार आहे जो माहितीपट आणि काल्पनिक दोन्ही घटकांचे मिश्रण करतो, सामान्यत: कथात्मक चित्रपटांमध्ये पाहिले जाते. प्रायोगिक दिग्दर्शकांनी स्वीकारलेला हा एक प्रकार आहे.

- वास्तविक घडामोडींचे रिअल-टाइममध्ये चित्रीकरण.
- सर्जनशील अभिव्यक्तीद्वारे तिचे प्रतिनिधित्व वाढविण्यासाठी वास्तविक कथेमध्ये अवास्तव, काल्पनिक किंवा कलात्मक घटक समाविष्ट करणे.

सराव

१. माहितीपट म्हणजे काय?

२. डॉक्युड्रामा म्हणजे काय?

३. भारतीय संस्कृती आणि स्वरूप काय आहे?

७.५ समारोप

चर्चा केलेले विविध दूरचित्रवाणी स्वरूप हे समाजाचे प्रतिबिंब आहेत. तथापि, काहीही शाश्वत नाही. ट्रेंड बदलतात, दृष्टीकोन बदलतात, माहितीचे ज्ञानात रूपांतर करण्याची प्रक्रिया बदलते आणि समाजातील अनेक पैलू बदलतात. भारत विकसित होत आहे आणि दूरचित्रवाणी बदल हा एक स्थिर आहे आणि समाज आणि दूरचित्रवाणी दोन्ही बदलत राहतील आणि बदलत्या काळाशी जुळवून घेत राहतील.

७.६ प्रश्न

१) तुमचे 'वर्तन' हे कंडिशन केलेल्या उत्तेजनाला प्रतिसाद आहे का? स्पष्ट करा.

२) दूरचित्रवाणीचा भारतीय समाजावर मोठा प्रभाव कसा आहे?

३) दूरचित्रवाणीच्या विविध स्वरूपांची चर्चा करा.

BIBLIOGRAPHY

- Hunter, William Wilson (1893). A Brief History of the Indian Peoples. Oxford: Clarendon Press.
- 1998. India 1947-1997: New light on the Indus civilization. New Delhi: Aryan Books International.
- Bajaj, Vikas (11 February 2007). "In India, the Golden Age of Television Is Now". The New York Times. ISSN 0362-4331. Retrieved 23 July 2015.
- Vilanilam, J (2005). Mass Communication In India: A Sociological Perspective. SAGE Publishing India.
- https://www.edinformatics.com/inventions_inventors/television
- https://uca.edu/psychology/files/2013/08/Ch3-Fundamentals-of-the-Scientific-Approac h

- Hunter, William Wilson (1893). A Brief History of the Indian Peoples. Oxford: Clarendon Press.
- 1998. India 1947-1997: New light on the Indus civilization. New Delhi: Aryan Books International.
- Bajaj, Vikas (11 February 2007). "In India, the Golden Age of Television Is Now". The New York Times. ISSN 0362-4331. Retrieved 23 July 2015.
- Vilanilam, J (2005). Mass Communication In India: A Sociological Perspective. SAGE Publishing India.
- https://www.edinformatics.com/inventions_inventors/television

- https://uca.edu/psychology/files/2013/08/Ch3-Fundamentals-of-the-Scientific-Approach

*****

८

दुरचित्रवाणीची भाषा, संहिता आणि अर्थ, कथानक मांडणी

(भारताच्या विशेष संदर्भासह वर्णनात्मक कार्ये)

पाठाची रूपरेषा

८.० उद्दिष्टे

८.१ परिचय

८.२ परिचयात्मक दूरचित्रवाणी दृश्ये

 ८.२.१ कॅमेरा अँगल

 ८.२.२ कॅमेरा हालचाली

८.३ संकेत आणि सूचितार्थ

८.४ कथानक मांडणी

 ८.४.१ कथानक मांडणी महत्त्वाची का असते ?

 ८.४.२ दुरचित्रवाणीवरील कथा रचना.

८.५ समारोप

८.६ प्रश्न

८.७ ग्रंथसूची

८.० उद्दिष्टे

या पाठात खालील उद्दिष्टे समाविष्ट केली जातील

- दूरचित्रवाणी दृश्ये काय आहेत
- कॅमेरा अँगल आणि त्यांचे महत्त्व
- कथन

८.१ परिचय

दुरचित्रवाणी प्रामुख्याने दृश्यांद्वारे संवाद साधते. ही समानता त्याच्या अद्वितीय भाषा आणि व्याकरणाचा आधार बनते. पुढील विभागांमध्ये, आपण दुरचित्रवाणीच्या भाषेच्या मूलभूत पैलूंची ओळख करून घेऊ. यामध्ये संकेत, आदेश, संक्षेप, चिन्हे आणि संकेतांचा समावेश आहे. निर्मात्याचे आदेश, स्टुडिओमध्ये किंवा चित्रीकरण स्थळावर वापरलेले फ्लोअर मॅनेजरचे सिग्नल आणि स्क्रिप्ट्स, कॅमेरा कार्ड्स, फ्लोअर प्लॅन आणि क्यू शीटवर आढळणारी चिन्हे आणि संक्षेप समजून घेणे हे संबंधितांसाठी महत्त्वाचे आहे. दुरचित्रवाणी

निर्मितीच्या जगात, विशेषत: निर्माता किंवा दिग्दर्शकासाठी प्रभावी आणि द्रुत संवाद महत्त्वाचा आहे. सर्व प्रॉडक्शन टीम त्यांच्या भूमिका अचूकपणे आणि त्वरीत पार पाडू शकतील याची खात्री करण्यासाठी त्यांनी नियंत्रण कक्ष किंवा गॅलरीमधून सूचना देताना विशिष्ट शब्दावली वापरणे आवश्यक आहे. विविध व्यावसायिकांना एकत्र आणण्यासाठी आणि यशस्वी दुरचित्रवाणी निर्मिती सुनिश्चित करण्यासाठी ही विशिष्ट भाषा महत्त्वपूर्ण आहे.

८.२ परिचयात्मक दुरचित्रवाणी शॉट्स

दुरचित्रवाणी निर्मितीतील एक प्रास्ताविक संकल्पना ही "शॉट" आहे, जी तुम्ही दुरचित्रवाणीवर किंवा चित्रपटांमध्ये पाहत असलेला सर्वात लहान दृश्य-घटक आहे. कॅमेऱ्याच्या दृश्यात काय आहे यावर अवलंबून शॉट्स वेगवेगळ्या आकारात आणि प्रकारांमध्ये घेता येतात, ज्याला "फील्ड ऑफ व्यू" म्हणून ओळखले जाते. जेव्हा शॉटमध्ये एखादी गोष्ट असते, तेव्हा ती कुठे आहे यावर आधारित शॉट ठरवला जातो. कॅमेरा-पर्सनसाठी, दाखवायच्या वस्तू किंवा गोष्टींची संख्या आणि कॅमेरा अँगल यानुसार शॉट्सचे वर्गीकरण केले जाऊ शकते. दुरचित्रवाणीमध्ये, पाच प्राथमिक प्रास्ताविक शॉट्स आहेत, ज्यांची चर्चा त्यांच्या “फील्ड ऑफ व्यू " वर आधारित करू या.

लॉन्ग शॉट (LS):

दुरचित्रवाणी किंवा चित्रपटातील "लॉन्ग शॉट" (एलएस) हा एक प्रकारचा शॉट आहे जो एक विशिष्ट स्थान दर्शवितो जेथे मुख्य क्रिया होत आहे. सोप्या भाषेत, हे एक कॅमेरा दृश्य आहे जे स्पष्ट फोकसमध्ये पार्श्वभूमीसह संपूर्ण दृश्य टिपते. प्रेक्षकांना एकूणच संपूर्ण मांडणीची जाणीव होईल याची खात्री करण्यासाठी लॉन्ग शॉट्सचा अधूनमधून वापर केला जातो, तसेच आजूबाजूची हालचाल टिपण्यासाठी ह्या शॉट्सची वेळोवेळी पुनरावृत्ती केली जाऊ शकते. "वेरिटेबली लाँग शॉट" (व्हीएलएस) किंवा "एक्स्ट्रीम लाँग शॉट" (ईएलएस) सारख्या लांब शॉट्सचे प्रकार आहेत, जे वाइल्ड शॉट्ससारखेच आहेत आणि दृश्याचे भिन्न दृष्टीकोन प्रदान करतात.

मिडियम लॉन्ग शॉट (एमएलएस):

"मिडियम लाँग शॉट" ज्याला कधीकधी "मिडियम फूल शॉट" म्हटले जाते, हे असे कॅमेरा दृश्य आहे ज्यात कॅमेरा त्या व्यक्तीला गुडघ्यापर्यंत टिपतो. हा एक सामान्य मिडियम शॉट (जो सामान्यत: त्या व्यक्तीला कंबरेपासून फ्रेम करतो) आणि पूर्ण शॉट (जो संपूर्ण व्यक्तीला डोक्यापासून पायापर्यंत टिपतो) या दोन्हीच्या दरम्यान येतो. मध्यम पूर्ण शॉटला "मध्यम लाँग शॉट", "3/4 शॉट" किंवा "काउबॉय शॉट" असेही संबोधले जाऊ शकते. या शॉटमध्ये, मुख्य पात्र गुडघ्यापासून वरच्या दिशेने दाखवलं जाते , फ्रेममध्ये पार्श्वभूमी देखील दिसते.

[** चित्र वर्णन ---हा एक शॉट आहे ज्यामध्ये चित्रातील पार्श्वभूमीसह मुख्य पात्र गुडघ्यापासून वरच्या बाजूस दाखवलं आहे.]

मिडशॉट:

ज्याला मिड-शॉट किंवा वेस्ट-शॉट (waist shot) देखील म्हणतात. मिडियम शॉटमध्ये, पात्र कंबरेपासून वरच्या दिशेने चित्रित केले जाते. पात्र आणि त्याची पार्श्वभूमी दोन्ही काही तपशीलाने दृश्यमान असतात. हा शॉट विशेषत: प्रात्यक्षिक स्वरूप असलेल्या कार्यक्रमांमध्ये फायदेशीर आहे, जसे की जेव्हा एखादा विषय मॉडेलचे वर्णन करत असतो किंवा प्रदर्शित करत असतो,.छायाचित्रणाचा दिग्दर्शक अभिनेत्याचा चेहरा आणि भावना स्पष्टपणे दर्शविण्यासाठी एक मीडियम शॉट वापरतो. या प्रकारच्या शॉटमध्ये पार्श्वभूमी काही तपशीलात दिसत असली तरी मुख्य फोकस हा पात्रं असते. तेव्हा प्रेक्षक प्रस्तुतकर्ता आणि तो चर्चा करत असलेली वस्तू दोन्ही पाहू शकतात.

मीडियम क्लोज अप" (MCU):

हा कॅमेरा शॉट आहे जो छातीच्या खालच्या भागापासून ते बगलेच्या अगदी वर किंवा खालीपर्यंत विषय दाखवण्यासाठी फ्रेम केलेला असतो. या शॉटमध्ये, प्राथमिक फोकस त्या पात्रावर असतो आणि पार्श्वभूमी कमी लक्षणीय किंवा अगदी अस्पष्ट होते. मिडियम क्लोज-अप शॉट्स बहुतेकदा मुलाखती, पॅनेल चर्चा आणि तत्सम प्रस्तुतकर्ता-केंद्रित प्रोग्राम फॉरमॅटमध्ये वापरले जातात. हे फ्रेमिंग विषयाचे अधिक जवळचे आणि तपशीलवार दृश्यासाठी योग्य असते. त्यांच्या चेहऱ्यावरील हावभाव व प्रतिक्रिया टिपल्या जातात आणि आजूबाजूला लक्ष जात नाही.

क्लोज अप (CU):

नावाप्रमाणेच "क्लोज अप" (CU) शॉट हा व्यक्ती/ वस्तु अगदी जवळून दाखवतो. एखाद्या व्यक्तीच्या बाबतीत, ते सामान्यत: कॉलरवर किंवा अगदी जवळ फ्रेम करते. क्लोज-अप शॉटमध्ये प्राथमिक लक्ष्य ते पात्रं असते. अनेकदा त्यांच्या चेहऱ्याची वैशिष्ट्ये आणि हावभाव यावर जोर दिला जातो. क्लोज-अप शॉट्स विशेषत: नाट्यीकरणाच्या स्वरूपामध्ये मौल्यवान असतात जेथे चेहऱ्याचे गुंतागुंतीचे भाव आणि तपशील अधोरेखित करणे महत्त्वाचे असते, ज्यामुळे प्रेक्षकांना विषयाच्या भावना आणि बारकावे यांचे संबंध जोडणे सोपे होते.

एक्सट्रीम क्लोज अप" (ECU):

हा एक असा कॅमेरा शॉट आहे जो एका व्यक्तीवर फोकस करतो, फक्त त्याचा संपूर्ण चेहरा टिपतो आणि अनेकदा फ्रेममधून बाकीच्या बाबी वगळतो. हे तंत्र सामान्यतः अभिनेत्याच्या चेहऱ्यावरील तीव्र भावना आणि गुंतागुंतीचे तपशील दाखवण्यासाठी वापरले जाते. एक्स्ट्रीम क्लोज-अप मिनिटाचा तपशील हायलाइट करण्यासाठी उपयुक्त आहेत आणि विविध स्वरूपांमध्ये नाट्य तीव्र करण्यासाठी वारंवार वापरले जातात. तीव्र भावना व्यक्त करण्यासाठी, छोट्या गोष्टींवर जोर देण्यासाठी आणि पात्राच्या भावना आणि प्रतिक्रियांमध्ये प्रेक्षकांना बुडवून ठेवण्यासाठी हे एक शक्तिशाली साधन आहे. हा शॉट दर्शकांना पात्र आणि कथानकात गुंतवून ठेवतो.

तुमची प्रगती तपासा

१. टिपा लिहा

I. मिड-शॉट

II. एक्स्ट्रीम क्लोज अप

२) क्लोज अप अँगलचे महत्त्व चर्चा करा.

८.२.१ कॅमेरा ॲंगलछ

शॉट्समधील व्यक्तिनिष्ठता आणि वस्तुनिष्ठता (objective shot and subjective shot):

जेव्हा कॅमेरा चित्रीकरणासाठी ९०-अंश कोनात ठेवला जातो, तेव्हा त्याला " व्यक्तिनिष्ठ शॉट" (objective shot) असे संबोधले जाते. या प्रकारच्या शॉटचा उपयोग दृश्यांना अलिप्त किंवा तटस्थ दृष्टिकोनातून सादर करण्यासाठी केला जातो. जसं की रेफरीच्या दृष्टीकोनातून टेनिस सामना पाहणे. जेथे कॅमेरा कोणत्याही खेळाडूच्या दृष्टिकोनाशी संरेखित केलेला नाही. तथापि, जेव्हा तोच शॉट खेळाडूंपैकी जणू एकाच्या खांद्यावर ठेवावा तशा कोनात फिरतो, तेव्हा तो व्यक्तिनिष्ठ शॉटची (subjective shot) सुरुवात सूचित करतो. सब्जेक्टिव कॅमेरा अँगल खेळाडूंपैकी एकाच्या शारीरिक हालचालींशी समन्वय ठेवून चित्रण करतो, दर्शकाला त्या खेळाडूच्या दृष्टीकोनासह संरेखित करतो. हे मूलत: प्रेक्षकांना त्या खेळाडूच्या जागी ठेवते, त्यांना त्या पात्राचे अनुभव आणि परिस्थिती सामायिक करते. या तंत्राचा वापर दर्शकांना पात्राच्या दृष्टीकोनाशी एकरूप होण्यासाठी आणि कथा बघताना अधिक तल्लीन अनुभव निर्माण करण्यासाठी केला जातो.

आय-पोझिशन:

तटस्थ दृष्टीकोन राखण्यासाठी एक सामान्य तंत्र म्हणजे "आय पोझिशन शॉट ",म्हणजे . जेव्हा पात्राच्या डोळ्याच्या पातळीवर कॅमेरा ठेऊन चित्रित केला जाते तसे केल्याने एक तटस्थ दृष्टीकोन प्रदान करतो, .यात पात्राच्या चेहऱ्यावर लक्ष केंद्रित करणे आवश्यक नाही परंतु कॅमेरा कोन तटस्थ ठेवून त्यांच्या नजरेचे स्थान किंवा फोकस कॅप्चर करणे समाविष्ट आहे आपण नैसर्गिकरित्या वास्तविक जीवनात लोकांना कसे पाहतो, आपली डोळ्यांची रेषा त्यांच्याशी जोडली जाते, कनेक्शन आणि सापेक्षतेची भावना निर्माण करते तीच भावना हयात आणायचा प्रयत्न केला जातो. टिम बर्टनच्या "ॲलिस इन वंडरलँड" या सर्वोत्कृष्ट

चित्रपटात आय लेव्हल शॉटचे उदाहरण मिळू शकते, जिथे हे तंत्र प्रेक्षकांना पात्र आणि कथानकाशी नैसर्गिक आणि भावनिक वाटेल अशा प्रकारे गुंतवून ठेवण्यासाठी वापरले जाते.

लो अँगल (low angle):

सिनेमॅटोग्राफीमध्ये एक "इंटिमेट पर्स्पेक्टिव्ह" एखाद्या दृश्यात अधिक व्यक्तिनिष्ठ आणि भावनिकरित्या भरलेला अनुभव आणतो. कॅमेरा थेट समोर पाहण्यापेक्षा कमी सोयीच्या बिंदूपासून पुढे न जाता पात्राकडे कोन करतो. हा कमी अंशी कोन एखादे पात्र दुसऱ्या वर्णाच्या तुलनेत धोकादायक, प्रबळ किंवा सामर्थ्याच्या स्थितीत दाखवण्यासाठी उपयुक्त असतो. उदाहरणार्थ, जेव्हा एखादा शिक्षक अधिकाराची भावना व्यक्त करण्यासाठी विद्यार्थ्याकडे टक लावून पाहतो तेव्हा थोडा कमी अंशातला कोन वापरला जाऊ शकतो. दुसरीकडे, गॉडझिला किंवा किंग कॉंग सारख्या मोठ्या प्राण्याचे चित्रण करण्यासाठी, इतर पात्रांवर क्लोजिंग करताना, त्या प्राण्याची अफाट शक्ती आणि वर्चस्व यावर जोर देण्यासाठी खूप कमी अंशाच्या कोनातील दृश्य वापरले जाऊ शकते. या प्रकरणांमध्ये कॅमेरा अँगलची निवड ही पात्र आणि कथेबद्दल प्रेक्षकांची धारणा आणि भावनिक प्रतिसाद घडवण्यात महत्त्वाची भूमिका बजावते.

हाय अँगल (High angle):

"हाय ॲंगल शॉट" लो ॲंगल शॉट च्या अगदी उलट असतो. पात्र लहान किंवा कमी शक्तिशाली दाखवण्यासाठी हे तंत्र वापरले जाते. या प्रकारच्या शॉटमध्ये, कॅमेरा पात्रापेक्षा वरच्या स्थानावर असतो, तिथून त्याच्याकडे खाली पाहतो. उदाहरणार्थ, किंग कॉंगच्या दृष्टिकोनातून एक हाय ॲंगल शॉट त्याच्या तुलनेत नायकाच्या शक्तीहीनतेवर जोर देईल. वरचे दृश्य किंवा बर्ड्स आय व्ह्यू ही संकल्पना पुढील स्तरावर घेऊन जाते. यामध्ये अभिनेत्याला वरून खाली पाहण्यासाठी कॅमेरा पोझिशन करणे समाविष्ट आहे, जे घरामध्ये आणि बाहेर दोन्ही वापरले जाऊ शकते. उदाहरणार्थ, जेव्हा तुमचे पात्र चर्च किंवा स्टेडियममध्ये प्रवेश करतो तेव्हा भव्यतेची भावना व्यक्त करण्यासाठी तुम्ही हाय ॲंगल शॉट वापरू शकता. हेलिकॉप्टरमधून पळून जाणारे पात्र चित्रित करण्यासाठी देखील याचा वापर केला जाऊ शकतो, अशा परिस्थितीत ते एरियल किंवा ड्रोन शॉट वापरून ते चित्रित केले जाऊ शकते. असुरक्षितता, असहायता किंवा सेटिंग किंवा सीनच्या भव्य स्केलवर जोर देण्यासाठी हाय ॲंगल शॉट्स हे सिनेमॅटोग्राफीमधील मौल्यवान साधन आहेत.

डच अँगल (Dutch angle):

डच ॲंगल, ज्याला कॅन्टेड ॲंगल किंवा तिरकस कोन म्हणूनही ओळखले जाते, हे एक लोकप्रिय तंत्र आहे जे सिनेमॅटोग्राफीमध्ये गोंधळ, अस्वस्थता किंवा दिशाहीनतेची भावना व्यक्त करण्यासाठी वापरले जाते. हा प्रभाव साध्य करण्यासाठी, कॅमेरा एका बाजूला झुकलेला असतो, ज्यामुळे क्षितिज फोकसच्या बाहेर किंवा तिरकस दिसतो. एखाद्या दृश्यात विशिष्ट मूड किंवा दृष्टीकोन तयार करण्यासाठी हे तंत्र विविध संदर्भांमध्ये वापरले जाऊ शकते. उदाहरणार्थ, कॅमेऱ्याला बाजूला झुकवण्याचा उपयोग एखाद्या दारूच्या नशेत असलेल्या पात्राच्या दृष्टीकोनातून रस्त्यावर अडखळत, त्यांची दिशाभूल आणि दृष्टीदोष यावर जोर देण्यासाठी केला जाऊ शकतो. भयपट चित्रपटात, एका झपाटलेल्या घरातील

भिंती आणि परिसराचा अस्वस्थ आणि विचलित करणारा दृष्टीकोन दर्शविण्यासाठी, अस्वस्थता आणि अनिश्चिततेची भावना तीव्र करण्यासाठी याचा वापर केला जाऊ शकतो.

ओव्हर-द-शोल्डर (OTS):

"ओव्हर-द-शोल्डर" (ओटीएस) शॉट हा असा कॅमेरा अँगल आहे जो एखाद्या दृश्याबद्दल दर्शकाची धारणा बदलू शकतो. या ओटीएस शॉटमध्ये, कॅमेरा एका पात्राच्या चेहऱ्याचा क्लोज-अप दुसऱ्या पात्राच्या "खांद्यावरून" टिपतो. हा शॉट सामान्यतः दोन पात्रांमधील संघर्ष किंवा संघर्षाची भावना व्यक्त करण्यासाठी वापरला जातो. हे संभाषण किंवा परस्परसंवाद दरम्यान खेळताना भावनिक गतिशीलता दर्शविण्यास मदत करू शकते

नाट्यमय टकरावांसाठी क्लोज-अप ओटीएस शॉट्स व्यतिरिक्त, मोठ्या संदर्भात पात्राची उपस्थिती अधोरेखित करण्यासाठी विस्तीर्ण ओटीएस शॉट्स देखील वापरले जाऊ शकतात. उदाहरणार्थ, एक ओटीएस वाइड शॉट एखाद्या पात्राचे चित्रण करण्यासाठी वापरले जाऊ शकते जे एखाद्या लँडस्केपकडे पहात आहे किंवा कृती क्रमाने फिरत आहे, विशेषत: जेव्हा पॉइंट-ऑफ-व्ह्यू (POV) शॉट योग्य नसतो. या प्रकारचा शॉट एक वेगळा दृष्टीकोन प्रदान करतो, ज्यामुळे प्रेक्षकांना पात्राच्या प्रतिक्रिया आणि दृश्याचा व्यापक संदर्भ या दोन्हींचे निरीक्षण करता येते.

नी लेवल शॉट (knee level shot):

जेव्हा कॅमेरा अंदाजे पात्राच्या समान उंचीवर ठेवला जातो तेव्हा एक "नी लेवल शॉट" टिपला जातो. कमी दृष्टिकोनासह एकत्रित केल्यावर, एखाद्या दृश्यातील पात्राच्या वर्चस्वावर किंवा शक्तीवर जोर देण्यासाठी याचा वापर केला जाऊ शकतो.

** चित्रपट होम अलोन

शॉट टाईप -नी लेव्हल शॉट

ग्राउंड लेव्हल शॉट (ground level shot):

जेव्हा कॅमेरा पात्राच्या समान पातळीवर ठेवला जातो तेव्हा एक "ग्राउंड लेव्हल शॉट" कॅप्चर केला जातो, जो पात्राच्या डोळ्याच्या पातळीशी संरेखित करणारा दृष्टीकोन प्रदान करतो. या प्रकारचा शॉट प्रेक्षकांना अधिक तल्लीन करणारा अनुभव देण्यासाठी आणि त्यांना पात्राप्रमाणे गोष्टी पाहण्याची परवानगी देण्यासाठी उपयुक्त आहे.

** चित्रपट ब्लॅक स्वॅन

शॉट टाईप -ग्राउंड लेव्हल शॉट

एरियल शॉट (Aeriel shot):

हेलिकॉप्टर किंवा ड्रोनचा वापर करून जेव्हा एखादे छायाचित्र खूप उंच ठिकाणावरून घेतले जाते तेव्हा ते खाली लँडस्केपचे विस्तृत आणि व्यापक दृश्य प्रदान करते. विस्तृत दृश्ये कॅप्चर करण्यासाठी या प्रकारचा शॉट वारंवार वापरला जातो.

परवडणाऱ्या ड्रोनमुळे, चित्रपट निर्मात्यांना आता एरियल फोटोग्राफी सहज उपलब्ध आहे. एरियल शॉट्स, जे एकेकाळी उच्च श्रेणीचे लक्झरी मानले जात होते किंवा स्टॉक फुटेजपुरते मर्यादित होते, ते प्रकल्पांच्या विस्तृत श्रेणीसाठी किफायतशीर झाले आहेत. ड्रोनच्या वापरामुळे हे अक्षरशः कोणत्याही उत्पादनासाठी सुलभ झाले आहे

** चित्रपट ब्लेड रनर

शॉट टाईप - एरियल शॉट

तुमची प्रगती तपासा

१) टिपा लिहा

I. लो अँगल शॉट

II. ओवर द शोल्डर (OTS)

८.२.३ कॅमेरा मुवमेन्ट:

कॅमेराची हालचाल, आपली तिसरी श्रेणी, हा सिनेमॅटोग्राफीचा एक महत्त्वाचा पैलू आहे. आपण चर्चा केलेले अनेक शॉट आणि कोन एकतर स्थिर किंवा गतिमान असू शकतात. कॅमेरा मूव्हमेंट हे एक प्रभावी फिल्ममेकिंग तंत्र आहे ज्याचा उपयोग विषय आणि कॅमेरा फ्रेममधील डायनॅमिक बदलण्यासाठी केला जातो, ज्याचा उद्देश जागा आणि वेळेबद्दल दर्शकांच्या आकलनावर प्रभाव पाडणे, परिणामी अधिक प्रभावशाली आणि इमर्सिव्ह व्हिज्युअल कथाकथनाचा अनुभव येतो. काहीवेळा त्याच दृश्यात गती सादर केल्याने विविध कॅमेरा कोनांमध्ये सहजतेने फिरवणे शक्य होते, शॉटमध्ये देखील, संपूर्ण दृश्य कथा वाढवते.

- Pan or tilt Picture :

सर्वात सोपी कॅमेरा हालचाल पॅन आणि टिल्ट आहेत. "पॅन" मध्ये कॅमेरा एका जागी ठेवणे आणि क्षैतिज बाजूने पिव्होट करणे यांचा समावेश होतो, तर "टिल्ट" म्हणजे जेव्हा तुम्ही लंबवत, वर किंवा खाली फिरता. जेव्हा तुमचा कॅमेरा ट्रायपॉडवर बसवला जातो, तेव्हा

तुम्ही ट्रायपॉड हेड ॲडजस्ट करून या हालचाली करू शकता, जसे की तुम्ही दृश्य बदलण्यासाठी तुमचे डोके कसे फिरवता.

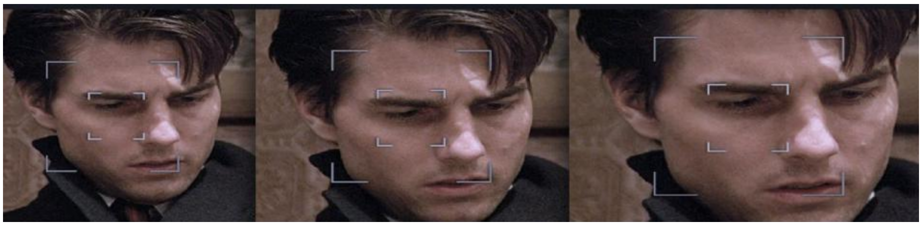
उदाहरणार्थ, एखादं पात्र उभं राहिल्यास, कॅमेरा जसजसा उठतो तसतसा तो वरच्या दिशेला झुकवून तुम्ही डोळ्याच्या स्तरावरील शॉटमधून लो-अँगल शॉटमध्ये बदलू शकता. पॅन आणि टिल्ट हालचाली देखील वेगासह करू शकता तसेच अगदी हळूहळू पण करू शकता जसं की खोली किंवा लँडस्केप दाखवण्यासाठी डावीकडून उजवीकडे हळूहळू पॅनिंग करत पूर्ण मिनिट घालवू शकता किंवा तुम्ही एक व्हिप पॅन तयार करू शकता, जिथे हालचाल इतकी जलद होते की ती अस्पष्ट होते, ज्यामुळे एक डायनॅमिक आणि उत्साही प्रभाव जोडला जातो. शॉट दृश्यातील भिन्न दृष्टीकोन आणि मूड व्यक्त करण्यासाठी या मूलभूत कॅमेरा हालचाली आवश्यक आहेत.

ट्रॅकिंग शॉट, डॉली शॉट किंवा क्रेन शॉट:

प्रेक्षकाला कलाकृतीमध्ये अधिक सखोलपणे गुंतवून ठेवण्यासाठी आणि पात्रासह हालचालीची भावना निर्माण करण्यासाठी, चित्रपट निर्माते सहसा ट्रॅकिंग, डॉली किंवा क्रेन शॉट्स वापरतात. या प्रत्येक कॅमेऱ्याची हालचाल एक वेगळा उद्देश पूर्ण करते:

ट्रॅकिंग शॉटमध्ये विषयाचे अनुसरण करताना कॅमेरा आडवा हलतो. डॉली शॉटमध्ये, कॅमेरा पात्राकडे सरकतो किंवा मागे हटतो. क्रेन शॉटमध्ये कॅमेरा अनुलंब हलतो, वर आणि खाली हलतो. उपकरणांची निवड हे देखील निर्धारित करू शकते की तुम्ही या हालचालींचा स्वतंत्रपणे वापर कराल की एकत्रितपणे जटिल आणि दृष्यासाठी आकर्षक शॉट्स तयार करण्यासाठी वापर कराल.

झूम:



झूम शॉट

झूम शॉट्समध्ये कॅमेरा शारीरिकरित्या हलवण्याऐवजी झूम लेन्स वापरून कॅमेरा फ्रेममध्ये किंवा फ्रेम बाहेर हलवणे समाविष्ट आहे. तुम्ही एखाद्या अभिनेता भावनिक स्वगत म्हणत असेल तेंव्हा त्याच्या चेहऱ्यावर हळू हळू झूम करून मध्यम शॉटचे क्लोज-अप शॉटमध्ये रूपांतर करू शकता. झूमिंगचा वापर एखादे पात्र किंवा गोष्ट उघड करण्यासाठी देखील केला जाऊ शकतो जे सुरुवातीला फ्रेममध्ये नव्हते.

झूम शॉट्स सामान्यत: हळूहळू आणि सूक्ष्म रीतीने अंमलात आणले जातात, त्यामुळे दर्शकाला हे बदल लक्षात येत नाहीत किंवा नाट्यमय प्रभाव प्राप्त करण्यासाठी ते अधिक स्पष्टपणे केले जाऊ शकतात.

रॅण्डम मोशन (Random motion):

एखादी कृती तीव्र करण्यासाठी रॅण्डम मोशनचा वापर केला जातो, विशेषत: "द बॉर्न आयडेंटिटी" या चित्रपटात, कॅमेरा इतक्या वेगाने पुढे आणि मागे फिरतो की दृश्याचा मध्यवर्ती बिंदू नेहमी शॉटमध्ये फ्रेम केला जात नाही.

रॅण्डम मोशन प्रभावीपणे दिशाभूल करण्याची भावना निर्माण करू शकते, परंतु त्याचा विवेकपूर्वक वापर करणे महत्त्वाचे आहे. काही वेळा ते खूप चांगले कार्य करू शकते, ज्यामुळे दर्शक अस्थिर आणि गोंधळात पडतात.

360-डिग्री मोशन:

कॅमेरा मोशनचा अंतिम प्रकार आपण बघू या .जिथे कॅमेरा संपूर्णपणे शॉटच्या पात्राभोवती फिरतो. मोठ्या फिल्म सेटवर हे शॉट्स मिळवणे आव्हानात्मक असू शकते कारण त्यासाठी कर्मचारी वर्ग (crew) आणि उपकरणे त्या दृश्यापासून लपवणे आवश्यक आहे. तथापि, स्टेडीकॅम्स आणि सीजीआय सारख्या तंत्रज्ञानामुळे चित्रपट निर्मितीच्या आधुनिक युगात असे शॉट्स घेणे अधिक सामान्य झाले आहेत.

उदाहरणार्थ "द मॅट्रिक्स" मधे त्यातील 360-डिग्री लढाऊ दृश्यांसाठी अत्याधुनिक कॅमेरा उपकरणे वापरली. वैकल्पिकरित्या, या प्रकारचे शॉट साध्य करण्यासाठी हॅन्डहेल्ड कॅमेरे किंवा ड्रोन देखील वापरले जाऊ शकतात.

कंपाऊंड मोशन:

कॅमेरा मोशनचे सौंदर्य हे आहे की तुम्ही एका वेळी फक्त एका अक्षापुरते (axis) मर्यादित नाही. आपण एकाच वेळी अनेक आयामांमध्ये हलणारे शॉट्स तयार करण्यासाठी हालचाली एकत्र करू शकता, परिणामी अधिक जटिल आणि आकर्षक दृष्य तयार होतात. कंपाऊंड शॉट्सची दोन लोकप्रिय उदाहरणे येथे आहेत:

डॉली झूम:

हे एक कॅमेरा तंत्र आहे जे चक्कर येणे किंवा अस्वस्थतेची भावना निर्माण करण्यासाठी वापरले जाते. अल्फ्रेड हिचकॉकच्या "व्हर्टिगो" आणि स्टीव्हन स्पीलबर्गच्या "जॉज" सारख्या चित्रपटांमध्ये ते ठळकपणे वापरले गेले आहे. या शॉटमध्ये, कॅमेरा पुढे किंवा मागे अशी हालचाल करत असताना लेन्स मात्र उलट मार्गाने झूम करते.

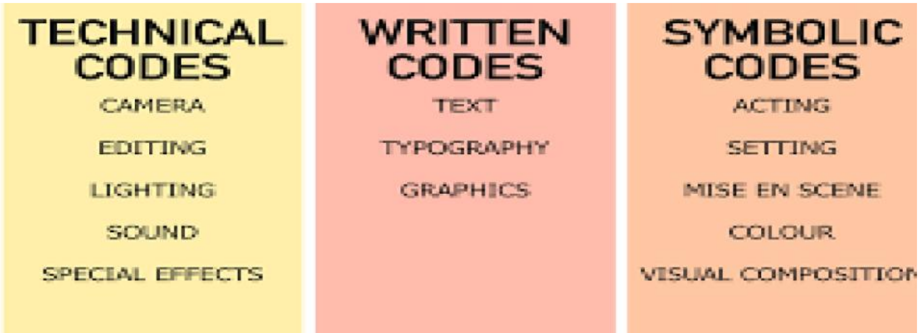
सिंगल टेक:

हे एक सिनेमॅटिक तंत्र आहे जे एका सतत शॉटमध्ये अनेक हालचाली, शॉट आकार आणि कोन एकत्र करते. एका शॉटमधून दुसऱ्या शॉटमध्ये कट करण्याऐवजी, कॅमेरा अखंडपणे फिरतो, ट्रॅकिंग, झूमिंग, पॅनिंग, टिल्टिंग आणि इतर विविध तंत्रांचा समावेश करून एकाच अखंड शॉटमध्ये विविध दृष्टीकोनांची श्रेणी टिपत जातो. सिंगल टेक तांत्रिकदृष्ट्या आव्हानात्मक असू शकतात आणि इच्छित परिणाम साध्य करण्यासाठी कॅमेरा ऑपरेटर आणि कलाकार यांच्यात अचूक समन्वय आवश्यक आहे. परंतु दर्शकांना नवीन

वातावरणाकडे निर्देशित करण्यासाठी किंवा विशिष्ट सिनेमॅटिक अनुभव तयार करण्यासाठी ते अत्यंत प्रभावी आहेत. जसं "गुडफेलास" च्या सुरुवातीच्या शॉटमध्ये वा बर्डमॅन" मधील सिंगल टेक- जो एका खूप लांब शॉटसारखे दिसण्यासाठी तयार केला आहे- चित्रपटाला नाट्यमय आणि तल्लीन करणारा अनुभव देऊ शकतो.

८.३ संकेत आणि त्यांचे सूचितार्थ

*



तांत्रिक संकेत	लिखित संकेत	प्रतीकात्मक संकेत
कॅमेरा	कथानक	अभिनय
संकलन	छापील साहित्य	सेटिंग्स
प्रकाशयोजना	रेखाचित्रण	mise-en-scene
ध्वनि		कलर
स्पेशल इफेक्टस		विज्यूअल कॉम्पोजिशन

दूरचित्रवाणी संकेत हा माध्यमांचा पाया आहे. त्यांचा दर्शकांमध्ये सामायिक अर्थ असतो. आणि ते प्रतिकात्मक, तांत्रिक आणि लिखित असे वर्गीकृत केले जातात, जे आपल्याला दूरचित्रवाणी सामग्री समजण्याचा आणि अर्थ लावण्यास मदत करतात.

१. प्रतिकात्मक संकेत:

दूरचित्रवाणीतील प्रतिकात्मक संहिता आपण जे पाहतो त्याच्या पलीकडे जाते , पात्रांच्या भावना आणि हेतूंविषयी समज प्रदान करतात. हे संकेत अनेकदा इतर श्रेणींतही जातात जसे की संगीत, जे तांत्रिक आणि प्रतीकात्मक दोन्ही असू शकतात. प्रतिकात्मक कोड सामाजिक संदर्भांमध्ये खोलवर रुजलेले आहेत आणि ते माध्यम उद्योगापुरते मर्यादित नाहीत. ते प्रेक्षकांच्या वास्तविक जीवनात विस्तारतात. उदाहरणार्थ, जर तुम्ही एखाद्या चित्रपटात लाल गुलाब मिळवलेले पात्र पाहिल्यास, तुम्ही कदाचित त्या पात्रांमधील रोमँटिक कनेक्शनचा अंदाज लावू शकता. खऱ्या आयुष्यात जर तुम्ही एखाद्याला लाल गुलाब दिलात तर हाच संदेश जाईल. सेटिंग, mise-en-scene, अभिनय आणि कलर यासारखे घटक दूरचित्रवाणी आणि चित्रपटातील प्रतिकात्मक संकेतांची सामान्य उदाहरणे आहेत, कारण ते प्रेक्षकांपर्यंत सखोल अर्थ आणि भावना व्यक्त करण्यात मदत करतात.

सेटिंग:

कथानकाचे सेटिंग करणे म्हणजे कथा उलगडणारी वेळ आणि ठिकाण. यात संपूर्ण कथेची पार्श्वभूमी समाविष्ट असू शकते किंवा विशिष्ट दृश्यासाठी विशिष्ट पद्धतीची असू शकते. सेटिंग प्रचंड असू शकते, जसे की ऑस्ट्रेलियन आउटबॅक किंवा अंतराळ, किंवा ते एका लहान खोलीइतके मर्यादित असू शकते. याव्यतिरिक्त, वातावरण किंवा मनाच्या प्रचलित फ्रेमद्वारे सेटिंग स्थापित केली जाऊ शकते, कथेच्या एकूण मूड आणि टोनमध्ये योगदान देते.

Mise-en-scène:

"Mise-en-scène" हा फ्रेंच शब्द आहे ज्याचा अर्थ “फ्रेममधील सर्व काही" असा होतो. मीडियाच्या संदर्भात, मीडिया निर्मितीच्या फ्रेममध्ये उपस्थित असलेल्या सर्व घटकांचे वर्णन आणि ते कसे व्यवस्थित केले जातात याचे वर्णन त्यात समाविष्ट आहे. मिस-एन-सीनचे विश्लेषण करताना खालील विविध घटकांचे परीक्षण करणे समाविष्ट आहे,:

- सेट डिझाइन
- वेशभूषा
- प्रॉप्स:
- स्टेजिंग आणि कंपोझिशन
- अभिनय

माध्यम निर्मितीमधे, अभिनेते पात्रांना जिवंतपणे उभे करतात, जे या पात्रांना प्रभावीपणे आकार देण्यासाठी आणि चित्रित करण्यासाठी विविध साधने वापरतात. या साधनांमध्ये हे समाविष्ट आहे:

- चेहऱ्यावरील हावभाव:
- शारीरिक भाषा:
- स्वर गुणवत्ता
- हालचाल
- शारीरिक संपर्क:
- कलर

रंग अत्यंत सांस्कृतिक अर्थ धारण करतो आणि माध्यमांमध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतो. माध्यम निर्मितीत त्याचा वापर करताना, त्यात खालील विविध पैलूंचा समावेश होतो-

- प्रबल रंग
- काँट्रास्टींग फॉइल्स
- रंग प्रतीकवाद

२. तांत्रिक संकेत:

माध्यमांच्या विविध प्रकारांसाठी विशिष्ट असतात आणि त्यांच्या पलीकडे त्यांना प्रासंगिकता नसते. उदाहरणार्थ, चित्रपट पाहताना आणि छायाचित्र पाहताना कॅमेरा अँगल आणि त्यांचे परिणाम अर्थपूर्ण असतात परंतु या माध्यमांच्या बाहेर फारसे महत्त्व नसते. तांत्रिक संकेतांमधे मध्ये कॅमेरावर्क, एडिटिंग, ऑडिओ आणि लाइटिंग यासारख्या घटकांचा समावेश असतो, जे मीडिया सामग्रीमध्ये अर्थ निर्माण करण्यासाठी आणि त्याचा अर्थ लावण्यासाठी आवश्यक घटक असतात.

कॅमेरावर्क:

कॅमेरावर्कमध्ये माध्यम निर्मितीमधे इच्छित परिणाम साध्य करण्यासाठी कॅमेरा ऑपरेट, कॅमेरा -स्थिती आणि कॅमेरा -हालचाल यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या विशिष्ट तंत्रे आणि पद्धतींचा समावेश होतो. यात खालील विविध पैलूंचा समावेश आहे-

- पोझिशनिंग
- हालचाल
- फ्रेमिंग
- एक्सपोजर
- लेन्स निवड

संपादन:

संपादन ही माध्यम निर्मितीमध्ये प्रतिमा आणि ध्वनी यांच निवड, त्यात सुधार करणे आणि व्यवस्थापित करण्याची प्रक्रिया आहे. खालील चार प्राथमिक कारणांसाठी हे केले जाते:

- ग्राफिक संपादन
- तालबद्ध संपादन
- विशेष संपादन
- तात्पुरती संपादन

ऑडिओ:

माध्यम ऑडिओमध्ये ध्वनीचा अर्थपूर्ण किंवा नैसर्गिक यांचा समावेश असतो. त्याचे वर्गीकरण डायजेटिक (कथेच्या जगाबाहेरील आवाज) किंवा नॉन-डायजेटिक (कथेच्या जगाबाहेरून येणारा आवाज) असे केले जाते. ऑडिओचे खालील तीन प्राथमिक पैलू आहेत:

- संवाद
- ध्वनी प्रभाव
- संगीत:

प्रकाशयोजना:

प्रकाशयोजना म्हणजे कृत्रिम किंवा नैसर्गिक प्रकाश वापरून दृश्याच्या विशिष्ट घटकांना मुद्दाम अधोरेखित करणे. प्रकाशाच्या घटकांमध्ये हे समाविष्ट आहे:

- गुणवत्ता
- दिशा
- स्त्रोत
- रंग

३. लिखित संकेत:

लिखित संकेत हे माध्यम निर्मितीमधे वापरल्या जाणाऱ्या औपचारिक लिखित भाषेत सादर केले जातात. विविध माध्यमांच्या स्वरूपातील प्रभावी कथाकथनाचा अविभाज्य भाग आहेत. तांत्रिक आणि प्रतिकात्मक संकेतां प्रमाणेच, लिखित संकेतांचा उपयोग माध्यमांच्या विषय- सामग्रीमधे कथन वाढवण्यासाठी, भूमिकेबद्दल माहिती देण्यासाठी किंवा थीम आणि विषय संबोधित करण्यासाठी केला जातो. लिखित संकेतांमधे बोली-भाषेचा समावेश होतो, जसे की संवाद आणि संगीत गीत, तसेच मुद्रित भाषेचाही समावेश असतो.

८.४ कथानक मांडणी

कथेच्या विषय आणि आशयाच्या दृष्टीने आणि ती कशी सांगितली जाते त्या दोन्हीला कथा रचना म्हणून संबोधले जाते. हे एखाद्या कथेच्या ब्लूप्रिंटसारखे आहे. कथानक (काय घडते) आणि सेटिंग (कोठे आणि केव्हा घडते) हे या संरचनेचे महत्त्वाचे भाग आहेत. कथेचा प्रकार आणि ती कशी सादर केली जाते यावर अवलंबून कथेची रचना बदलू शकते. उदाहरणार्थ, "whodunnit" या कथेमध्ये, आपल्याकडे सहसा तीन भाग असतात. प्रथम, तुम्हाला गुन्ह्याबद्दल, पीडितेबद्दल आणि ते सोडवण्याचा प्रयत्न करणारा गुप्तहेर यांचा परिचय करून सुरू होते..... **अभिमुखता (सुरुवात).** मग, **मध्येच**, गुप्तहेर तपास करतो आणि गुन्हा कोणी

आणि कसा केला असेल याचा विचार करतो आणि त्यांनी हे कसे केले. शेवटी, कथा गुन्हेगार कोण आहे हे उघड करते आणि त्यांनी गुन्हा कसा केला हे स्पष्ट करते.....**शेवट.**

माध्यमासाठी, नाटके आणि चित्रपट हे एक चांगले उदाहरण म्हणून काम करतात, कारण ते पारंपारिकपणे थ्री ॲक्ट स्ट्रक्चर वापरतात जे एका कथनात तणाव आणि रहस्य निर्माण करण्यास मदत करतात.

८.४.१ कथानक मांडणी महत्त्वाची का असते?

कथनात्मक रूपरेषा महत्त्वाची असते कारण त्याआधारे कथा सांगितली जाते. कथा हे मनोरंजनाचे साधन आणि वाचकांसोबत अनुभव शेअर करण्याचा एक मार्ग आहे. कथा कादंबरी, लघुकथा, कविता, डायरी आणि चरित्रे असे विविध प्रकार असू शकतात. लेखकांसाठी, वर्णनात्मक चौकट हे एक महत्त्वपूर्ण साधन आहे जे त्यांना वाचकांना गुंतवून ठेवण्यास आणि त्यांची आवड टिकवून ठेवण्यास अनुमती देते.

कथा ज्या प्रकारे सादर केली जाते त्यावरून ती निस्तेज, सामान्य किंवा मनमोहक आहे हे ठरवू शकते. लेखकाच्या शस्त्रागारातील एक महत्त्वपूर्ण साधन म्हणजे कथनात्मक चौकट, जे त्यांना वाचकांना आकर्षित करण्यास आणि त्यांची आवड टिकवून ठेवण्यास सक्षम करते. हे लेखकांना त्यांचे विचार आणि कल्पना अधिक प्रभावीपणे व्यवस्थित करण्यास मदत करते, लेखन अधिक सुसंगत आणि आकर्षक बनवते. थोडक्यात, कथन रचना हे एक शक्तिशाली साधन आहे जे विविध माध्यमांमध्ये कथाकथन आणि संवादाचा प्रभाव वाढवते.

याव्यतिरिक्त, कथन रचना स्पष्ट आणि संघटित चौकट देऊन लेखन प्रक्रिया सुव्यवस्थित करते. हा संरचित दृष्टिकोन लेखकांना त्यांचे विचार आणि कल्पना स्पष्टता आणि अचूकतेने मांडण्याची परवानगी देतो, ज्यामुळे लेखन प्रक्रिया अधिक कार्यक्षम आणि प्रभावी होते.

८.४.२ दुरचित्रवाणीवरील कथा रचना:

कथाकथनासाठी दूरचित्रवाणी एक प्रमुख व्यासपीठ म्हणून काम करते, नायक आणि खलनायक असलेल्या कथांची विस्तृत श्रेणी सादर करते. दूरचित्रवाणीवर सादर केलेल्या विषय-सामग्रीत सामाजिक मूल्ये प्रतिबिंबित केल्याने दर्शकांवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडतो. तथापि, कथाकथनाच्या इतर प्रकारांच्या तुलनेत दूरचित्रवाणी कथांमध्ये काही विशिष्ट वैशिष्ट्ये आहेत. जेन फ्युअरने तीच्या अभ्यासात असे म्हटले आहे की कथा सिद्धांत प्रामुख्याने कादंबरी किंवा चित्रपटांसारख्या रेखीय, मर्यादित कथांचे परीक्षण करण्यासाठी वापरले गेले आहे दुर्दैवाने, फ्युअरच्या निरीक्षणापासून दूरदर्शनवर कथात्मक सिद्धांताचा मर्यादित प्रमाणात प्रयोग झाला आहे. तथापि, माध्यम साक्षरतेसाठी कथनात्मक सिद्धांत वापरण्याची क्षमता आहे, जी दूरचित्रवाणी कथाकथनाच्या जगात मौल्यवान ज्ञान देऊ शकते.

दूरचित्रवाणी कथा आणि आपल्या संस्कृतीची मूल्ये आणि वास्तविकतेची धारणा यांच्यातील संबंध कथनात्मक सिद्धांताशी जुळवून घेण्यासाठी आणि अधिक प्रभावी होण्याच्या गरजेवर प्रकाश टाकतो. दूरचित्रवाणी कथनात कादंबरीसारखी एकरेषीय रचना असू शकते, परंतु त्यांच्याकडे वेगळे गुण आहेत जे त्यांना इतर कथा प्रकारांपेक्षा वेगळे

करतात. हे फरक म्हणजे भूमिका विकासावर जोरदार भर देणे आणि मालिकेच्या भागांमध्ये पसरलेल्या सलग कथानकाची उपस्थिती!. आपल्या सांस्कृतिक मूल्यांवर आणि कथाकथन परंपरेवर दूरचित्रवाणी कथांचा प्रभाव पूर्णपणे समजून घेण्यासाठी या अद्वितीय वैशिष्ट्यांना ओळखणे आणि समजून घेणे आवश्यक आहे.

कथा कशा कार्य करतात हे समजून घेण्यासाठी कथांची रचना आणि भाषा समजण्यासाठी कथा सिद्धांत आपल्याला मदत करतात. कथांमध्ये नियम आणि धोरणे असतात जे कथेतील घटकांना तार्किक अनुक्रमात (ओ'सुलिव्हन, सॉन्डर्स आणि फिस्क) व्यवस्थित करतात. कथन विशिष्ट नियम आणि धोरणांद्वारे नियंत्रित केले जाते कथा ही कालक्रमानुसार घटनांची साखळी आहे. उदाहरणार्थ, एखादी कथा एखाद्या समस्येने सुरू होऊ शकते, नंतर एक मोठे आव्हान आणि शेवटी, एक उपाययोजना अशा मार्गाने जाते. कथेचे अभ्यासक म्हणतात की प्रत्येक कथेचे दोन भाग असतात: एक कथा आणि कथन. तर चॅटमन, यांच्या मते पुढे कथेचे दोन आवश्यक भागांमध्ये विभाजन करतो: घटना (कथनामधील क्रिया आणि घडामोडी) आणि अस्तित्व (पात्र आणि कथा ज्यामध्ये उलगडते).सोप्या भाषेत सांगायचे, दुस-या शब्दात सांगायचे तर, तुम्ही पहात किंवा वाचता त्या कथेमध्ये काय आहे तर कथाबीज आहे आणि कथाकथन आहे, म्हणजे कथा कशी सांगितली जाते, ती कशी सादर व केली जाते आणि श्रोत्यांपर्यंत आशय पोहोचवला जातो.

दूरचित्रवाणी कथानका मध्ये, कथा ज्या प्रकारे सांगितली जाते (कथन) कथेच्या मध्यातून सुरू करणे हे अयोग्य नाही उदाहरणार्थ, एका सामान्य गुप्तहेर कथेमध्ये, 'जेव्हा खून होतो' इथपासून दर्शकाला सुरुवातीच्या घटनांशी ओळख करून कथन सुरू होऊ शकते किंवा 'मृतदेह सापडला' इथून ते सुरू होऊ शकते, नंतर खून उघड करण्यासाठी मागे जाऊ शकते. दुसऱ्या शब्दांत, कथा ज्या क्रमाने सादर केली जाते त्या क्रमाने कथेतील घटनांच्या अचूक क्रमाचे पालन करणे आवश्यक नाही.

कथन हे कथेची रचना आणि सादरीकरण कसे केले जाते याबद्दल आहे - त्यात कथेची शैली, वातावरण आणि गती समाविष्ट आहे. कथन हे कथेत कसे दिसते आणि अनुभवायला येतं आणि ते कसे उलगडते यावर लक्ष केंद्रित करते. जे एकत्रितपणे कथेचा आशय तयार करतात त्या वास्तविक घटना (क्रिया, घडामोडी) आणि कथेतील घटक (पात्र, ठिकाणे) या दोन्ही गोष्टींचे परीक्षण करणे महत्त्वाचे आहे. कथेतील घटना प्रेक्षकांसमोर मांडल्या जातात त्याच क्रमाने घडत नसल्या तरीही कथा वेगवेगळ्या प्रकारे तयार केल्या जाऊ शकतात हे समजून घेण्यास हा फरक मदत करतो.

कथेतील घटनांचे दोन मुख्य गटांमध्ये वर्गीकरण केले जाऊ शकते: गाभा (kernels) आणि सहाय्यक कथाभाग (satellites). चॅटमनच्या मते, घटना एकतर तार्किकदृष्ट्या आवश्यक असतात किंवा नसतात. चॅटमनच्या चौकटीनुसार, गाभा कथानक हे अधिक महत्त्वाचे आहे आणि सहाय्यक कथाभागाच्या तुलनेत कथेच्या विकासावर अधिक प्रभाव पाडतात. गाभा कथानक हे महत्त्वपूर्ण वर्णनात्मक क्षण आहेत जे कथा कोणत्या दिशेने उलगडते हे ठरवतात. या महत्त्वपूर्ण घटना आहेत ज्या कथनाच्या मार्गावर लक्षणीय परिणाम करतात. कथेत अशी उदाहरणे आहेत जिथे पात्र किंवा कथानकाला गंभीर निर्णयाचा सामना करावा लागतो आणि त्या क्षणी केलेली निवड कथेला वेगवेगळ्या मार्गावर नेऊ शकते. उदाहरणार्थ,

जर एखाद्या पात्राने पलायन करण्याऐवजी अधिकाऱ्यांना शरण जाण्याचा निर्णय घेतला, तर कथा न्याय व्यवस्थेतील पात्राच्या संघर्षांचे अनुसरण करू शकते. याउलट, जर पात्राने अधिकाऱ्यांपासून पळून जाण्याचा निर्णय घेतला, तर कथा त्या पात्राचा पाठलाग करणे किंवा पोलिसांपासून ते कसे पळून जाणे याभोवती फिरू शकते. गाभा हे कथेतील क्रॉसरोडसारखे असतात जिथे कथा पात्रांनी केलेल्या निवडींवर आधारित कथा भिन्न दिशेला जाऊ शकते.

वर्णन केलेल्या घटना गाभा कथानकाचे स्पष्ट उदाहरण आहे, जे कथनातील निर्णायक क्षण आहेत. गाभा हे कथेतील एका गंभीर टप्प्याचे प्रतिनिधित्व करते जेथे कथेचे स्वरूप त्या क्षणी निवड किंवा विकासाच्या आधारावर लक्षणीय बदलले जाऊ शकते. जर गाभा बदलायचा असेल, तर त्याचा कथानकावर खोलवर परिणाम होईल, संभाव्यत: पूर्णपणे भिन्न कथा होईल.

दूरचित्रवाणी कथांचा अभ्यास करणाऱ्या विद्यार्थ्यांसाठी गाभा कथाभाग (kernels) आणि सहाय्यक कथाभाग (satellites) यांच्यातील फरक समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. हे त्यांना दूरचित्रवाणी कथांचे अधिक प्रभावीपणे विश्लेषण करण्यास आणि कथेला आकार देण्यामध्ये कथनात्मक रचना बजावणारी भूमिका ओळखण्यास मदत करतात. दुसरीकडे, सहाय्यक कथानक एकतर कथनाची शैली आणि सादरीकरण (कथन) किंवा कथेतील घटक, जसे की पात्र-योजना आणि सेटिंग्ज (अस्तित्व) यांच्याशी अधिक जवळून संबंधित आहेत. जर एखादी घटना गाभा कथाभाग म्हणून कार्य करत नसेल ज्याचा कथेच्या विकासावर लक्षणीय परिणाम होतो, तर त्याचे वर्गीकरण सहाय्यक कथाभाग म्हणून केले जाते. थोडक्यात एखादी घटना गाभा नसेल तर ती सहाय्यक नक्कीच असते.

वर्णन केलेल्या घटना गाभा कथानक ची स्पष्ट उदाहरणे आहेत, जे कथनातील निर्णायक क्षण आहेत. गाभा कथानक कथेतील एका गंभीर टप्प्याचे प्रतिनिधित्व करते जेथे कथेचे स्वरूप त्या क्षणी निवड किंवा विकासाच्या आधारावर लक्षणीय बदलले जाऊ शकते. जर गाभा कथानक बदलायचा असेल, तर त्याचा कथानकावर खोलवर परिणाम होईल, संभाव्यत: पूर्णपणे भिन्न कथा होईल. दूरचित्रवाणी कथांचा अभ्यास करणाऱ्या विद्यार्थ्यांसाठी कथेचा गाभा आणि सहाय्यक कथानक यांच्यातील फरक समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. हे त्यांना दूरचित्रवाणी कथांचे अधिक प्रभावीपणे विश्लेषण करण्यास आणि कथेला आकार देण्यामध्ये कथनात्मक रचना बजावणारी भूमिका ओळखण्यास मदत करतील. दुसरीकडे, सहाय्यक कथानक एकतर कथनाची शैली आणि सादरीकरण (कथन) किंवा कथेतील घटक, जसे की पात्र योजना आणि सेटिंग्ज (अस्तित्व) यांच्याशी अधिक जवळून संबंधित आहेत. जर एखादी घटना गाभा कथानक म्हणून कार्य करत नसेल ज्याचा कथेच्या विकासावर लक्षणीय परिणाम होतो, तर त्याचे वर्गीकरण सहाय्यक कथानक म्हणून केले जाते, कथनाच्या इतर पैलूंमध्ये योगदान देते.

कथनात, सहाय्यक कथाभाग घटक कथेमध्ये खोली आणि समृद्धता जोडतात परंतु मूळ कथानकावर लक्षणीय परिणाम करत नाहीत. ते बऱ्याचदा चारित्र्य विकासावर, वर्णनांची मांडणी किंवा मध्यवर्ती कथानकाला पुढे जाण्यासाठी आवश्यक नसलेल्या क्रियांवर लक्ष केंद्रित करतात चॅटमनच्या म्हणण्यानुसार, “जेव्हा कथेतून सहाय्यक कथाभाग काढून

टाकला जातो तेव्हा मुख्य कथानक अखंड राहते, परंतु एकूणच कथनात त्याचे काही सौंदर्यात्मक आकर्षण आणि जटिलता कमी होऊ शकते." (54, italics added).??? कॅरेक्टर संबंधांसाठी आणि पात्रांची पार्श्वभूमी माहिती प्रदान करण्यासाठी विशेषतः सहाय्यक कथाभाग मौल्यवान आहेत. कथेला सखोलता आणि समृद्धीचे अतिरिक्त स्तर देऊन ते कथेच्या पोतमध्ये योगदान देतात. कथा विकासासाठी जरी ते महत्त्वाचे नसले तरी कथन अधिक आकर्षक आणि पूर्ण करण्यासाठी ते महत्त्वपूर्ण आहेत.

गाभा कथाभाग (kernels) आणि सहाय्यक कथाभाग (satellites) हे शब्द कथनात्मक घटनांवर चर्चा करण्यासाठी एक चौकट प्रदान करतात, परंतु ते बरेच विस्तृत असू शकतात आणि दूरचित्रवाणी कथनात लागू करणे कठीण आहे कारण संकल्पनांमध्ये विशिष्टता नाही.. एखाद्या घटनेला केव) सहाय्यक कथाभाग वा गाभा कथाभाग आणि असे लेबल केल्याने कथनाच्या स्वरूपाचे सखोल आकलन होत नाही. श्रोत्यांसाठी अर्थ निर्माण करण्यासाठी घटना कसे कार्य करतात हे अधिक अचूक समजून घेण्यासाठी, कथनाच्या संदर्भात गाभा कथाभाग आणि सहाय्यक कथाभाग यांची वैशिष्ट्ये आणि कार्ये अधिक परिभाषित करणे आणि ओळखणे आवश्यक आहे. हे सखोल विश्लेषणांने आपल्याला हे समजून घेता येते की वैयक्तिक घटनांचा एकूण कथनात कसा वाटा आहे आणि त्याचा दर्शकांवर काय परिणाम होतो. कथेतील घटक समजून घेतल्याने संपूर्ण कथेचे अधिक तपशीलवार आणि सर्वसमावेशक चित्र रंगवण्यास मदत होते.

तुमची प्रगती तपासा

१. प्रतीकात्मक संकेत म्हणजे काय ते स्पष्ट करा.

२. दुरचित्रवाणीवरील कथारचना थोडक्यात स्पष्ट करा.

८.५ समारोप

सोप्या भाषेत, दृकश्राव्य अशी दूरचित्रवाणीची स्वतःची भाषा आहे. संकेत आणि अर्थ संदेश पोहोचविण्यात मदत करतात आणि दर्शकांना कार्यक्रम कसा समजतो यावर प्रभाव पडतो. एका चांगल्या टीव्ही शोच्या कथानकात सामान्यतः सुरुवात, मध्य आणि शेवट असतो. दूरचित्रवाणी मनोरंजन, माहिती देणे, शिक्षण देणे, पटवणे आणि टीका करणे यासारखे विविध उद्देश पूर्ण करते.

भारतीय संस्कृती, राजकारण आणि समाजावर दूरचित्रवाणीचा महत्त्वपूर्ण प्रभाव आहे. भारतीय दूरचित्रवाणी विविध प्रकार आणि भाषा ऑफर करतो. भारतीय दूरचित्रवाणीमध्ये संहिता आणि अर्थ कसे वापरले जातात यावर सांस्कृतिक नियमांचा मोठ्या प्रमाणावर प्रभाव पडतो. वेगवेगळ्या साहित्यिक प्रकारांमुळे कथेचे वेगवेगळे उद्देश आणि रचना होतात. उदाहरणार्थ, बातम्यांचे कार्यक्रम त्वरीत माहिती देण्याचे उद्दिष्ट ठेवतात, तर भारतीय सोप ऑपेरामध्ये दीर्घकाळ चालणाऱ्या कथानक असतात. दूरचित्रवाणीचे विश्लेषण आणि टीका करण्यासाठी आणि प्रभावशाली सामग्री तयार करण्यासाठी, माध्यमाची अनोखी भाषा, संहिता, कथा रचना आणि कार्ये यांचे मजबूत आकलन आवश्यक आहे.

८.६ प्रश्न

१. कथन कसे आयोजित केले जाते?

२. कथनात भूमिकांचा वापर कसा केला जातो?

*****

९

भारताच्या विशेष संदर्भासह विभाजन, विखंडन आणि प्राधान्यक्रम

पाठाची रूपरेषा

९.० उद्दिष्टे

९.१ परिचय

९.२ विभाजन

९.३ विखंडन

९.४ प्राधान्यक्रम

९.४.१नवप्रयोगांची सुरुवात

९.४.१.१मनोरंजन वाहिन्यांसह प्रयोग

९.४.१.२क्रीडा चॅनेल्सचे कोरस

९.४.१.३वृत्तवाहिन्यांचे चढ-उतार

९.४.१.४चॅनल चित्रपट आणि इन्फोटेनमेंट

९.५ समारोप

९.६ प्रश्न

९.७ संदर्भ

९.० उद्दिष्टे

या पाठात तुम्ही अभ्यास करू शकाल

- दूरचित्रवाणीची गरज आणि व्यवसाय
- वृत्तवाहिनीचे प्राधान्यक्रम
- प्रयोग

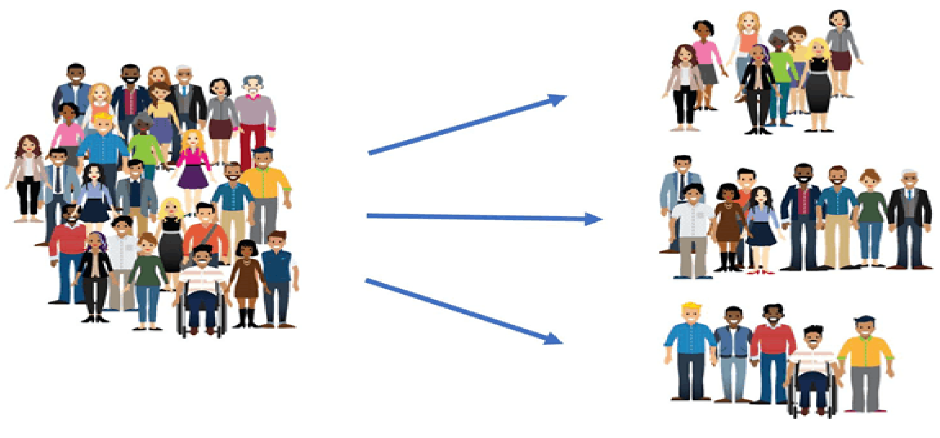
९.१ परिचय

माध्यम आणि मनोरंजन संस्थांनी पारंपारिकपणे त्यांच्या प्रेक्षकांचे वर्गीकरण लोकसंख्यानुसार केले आहे, जसे की वय, लिंग आणि उत्पन्न. तथापि, या लोकसंख्याशास्त्रीय वर्गवाऱ्या प्रेक्षकांना सर्वसमावेशक समज प्रदान करण्यात तितकेसे यशस्वी होण्यात मर्यादा दिसत आहेत.तंत्रज्ञान अधिक सुलभ होत असताना, पारंपारिक जनसंख्याशास्त्रीय निर्देशकांवरून माध्यम आणि केबल टीव्ही उद्योग 18-ते-35 वयोगटाच्या चौकटीतील माध्यम वापराच्या वर्तनाच्या अधिक तपशीलवार विश्लेषणाकडे आपले लक्ष

केंद्रित करत आहे. याचा अर्थ असा नाही की प्रत्येक नेटवर्कला नेटफ्लिक्सच्या -जे अल्गोरिदमसह ते सुमारे 75,000 भिन्न शैली विकसित करू शकतात- अशा विशाल सामग्री शैलीतील विविधतेची प्रतिकृती तयार करण्याची आवश्यकता आहे, परंतु हे सूचित करते की प्रदात्यांना त्यांच्या प्रेक्षकांना समजून घेण्यासाठी अधिक बारकाइने आणि वर्तन-आधारित दृष्टिकोनाचा फायदा होऊ शकतो. Deloitte's Digital Media Trends Survey ची १२ वी आवृत्ती अधोरेखित करते की माध्यम वापराचे वर्तन मोजणे ग्राहकांना आकर्षित करण्यासाठी, गुंतवून ठेवण्यासाठी आणि दीर्घकाळ टिकवून ठेवण्यासाठी अधिक अचूक पद्धत देऊ शकते.

९.२ विभाजन

दूरचित्रवाणी जाहिरातींमध्ये प्रेक्षक वैशिष्ट्यांवर आधारित विभागणी, समान जाहिरात स्लॉटमध्ये तयार केलेल्या जाहिराती वितरित करण्याबद्दल आहे. दर्शकांना संबंधित जाहिराती अधिक प्रमाणात देण्यासाठी हा दृष्टिकोन महत्त्वाचा आहे. यामुळे प्रसारण उद्योग आणि जाहिरातदार दोघांनाही फायदा होऊन अधिक सरळ आणि व्यवस्थापित करण्यायोग्य आणि व्यवस्थापित करण्यायोग्य विभागांची आवश्यकता निर्माण झाली आहे. ही विभागणी रणनीती दर्शकांचे आठवड्याचे दिवस आणि शनिवार व रविवारच्या कार्यक्रमांसाठी त्यांच्या प्राधान्याच्या आधारे तीन भिन्न गटांमध्ये वर्गीकरण करते. सोप्या भाषेत, दूरचित्रवाणी जाहिरातींमध्ये विभागणी म्हणजे दर्शकांच्या वेगवेगळ्या गटांना वेगवेगळ्या जाहिराती दाखवणे, जाहिराती अधिक आकर्षक आणि प्रभावी बनवणे. हे सर्व जाहिरातदारांना योग्य संदेशांसह योग्य लोकांपर्यंत पोहोचण्यास मदत करते, दर्शक आणि व्यवसाय दोन्हीसाठी एकूण जाहिरात अनुभव सुधारते.



दर्शक विभागणी

दर्शकांच्या विविध गटांमध्ये त्यांची अशी वैशिष्ट्ये आणि प्राधान्ये असतात. भारतातील दूरचित्रवाणी बाजार जगातील सर्वात मोठ्यांपैकी बाजारांपैकी एक आहे, ज्यामध्ये 60% पेक्षा जास्त घरांमध्ये केबल टीव्ही, सॅटेलाइट (DTH) सेवा, IPTV, आणि दूरदर्शन, भारताचे सार्वजनिक सेवा प्रसारक यासारख्या विविध सेवांशी जोडलेले टीव्ही सेट आहेत.

यापैकी, डीटीएच हे टीव्ही सामग्री घरोघरी पोहोचवण्यासाठी सर्वात प्रगत तंत्रज्ञान आहे. भारतातील काही प्रमुख DTH सेवा प्रदात्यांमध्ये टाटा स्काय आणि डिश नेटवर्क यांचा

समावेश आहे. भारतात सर्वाधिक दर्शक असलेली कंपनी झी नेटवर्क आहे. भारतात फॉक्स, सीएनएन, बीबीसी, सोनी, वायाकॉम, वॉर्नर ब्रदर्स आणि वॉल्ट डिस्ने सारखे आंतरराष्ट्रीय नेटवर्क देखील आहेत जे भारतीय प्रेक्षकांना सामग्री प्रदान करतात.

९.३ विखंडन

गेल्या काही वर्षांत दूरचित्रवाणीमध्ये लक्षणीय बदल झाला आहे. नेटवर्क, प्रोग्रामिंग आणि सामग्रीचा विस्तार प्रेक्षकांच्या मोठ्या श्रेणीला आकर्षित करण्यासाठी केला आहे. याला "दूरचित्रवाणी फ्रॅगमेंटेशन" म्हंटले जाते, जे विविध प्रकारच्या सामग्रीमध्ये दर्शकांच्या वितरणाच्या संबंधित असते . हा तांत्रिक आणि नियामक बदलांचा परिणाम आहे ज्यामुळे स्पर्धा वाढली आहे आणि दर्शकांना अधिक पर्याय दिले गेले आहेत. आधुनिक तंत्रज्ञान, जसे की अल्ट्रामॉडर्न व्हिडिओ टेप वितरणाने, दर्शकांसाठी प्रोग्रामिंगची एक विशाल श्रेणी उपलब्ध करून दिली आहे. उपग्रह आणि केबल टीव्ही सारख्या तंत्रज्ञानाचा वापर करणारे मल्टीचॅनल ब्रॉडकास्टर प्रत्येक घरात शेकडो चॅनेल देऊ शकतात. मागणीनुसार व्हिडिओ टेप (VOD) दर्शकांना पाहिजे तेव्हा सामग्री निवडण्याची आणि पाहण्याची परवानगी देते. डिजिटल व्हिडीओ रेकॉर्डर (DVR) लोकांना कोणताही कार्यक्रम त्यांच्या सोयीनुसार रेकॉर्ड करून पाहणे सहजशक्य करतात.तथापि, या सर्व पर्यायांसह, दर्शक केवळ मर्यादित संख्येत कार्यक्रम पाहू शकतात. याचा अर्थ असा आहे की प्रेक्षक पूर्वीपेक्षा मोठ्या कार्यक्रमांच्या संचामध्ये पसरलेले आहेत, परिणामी आपण ज्याला "फॉलोअरशिप फ्रॅगमेंटेशन" म्हणतो. दर्शक कोठे आहेत आणि त्यांची लोकसंख्या यासारख्या घटकांवर अवलंबून, भिन्न दूरचित्रवाणी संस्कृती वेगवेगळ्या प्रमाणात खंडित होऊ शकतात. एक खंडित दर्शकसंख्या जाहिरातदारांसाठी त्यांच्या संदेशांसह पोहोचण्यासाठी अधिक आव्हानात्मक असू शकते. विशिष्ट ग्राहक गटांना लक्ष्य करण्याचा प्रयत्न करणाऱ्या जाहिरातदारांसाठी आणि विविध प्रेक्षकांसाठी सामग्री तयार करणाऱ्या प्रोग्राम डिझाइनरसाठी फॉलोअरशिप विखंडन होण्यास कारणीभूत घटक म्हणून समजून घेणे महत्वाचे आहे. फॉलोअरशिप वैशिष्ट्ये, फॉलोअरशिप फ्रॅगमेंटेशन आणि जाहिरात खर्च यांच्यातील संबंध स्पष्ट करणे हा या प्रबंधाचा उद्देश आहे.

अलीकडच्या काळात, नवीन तंत्रज्ञानाच्या वाढीमुळे आणि सामग्रीच्या विस्तृत निवडीमुळे व्हिडिओ पाहणारे प्रेक्षक वाढत्या प्रमाणात वैविध्यपूर्ण झाले आहेत. पर्यायांची विस्तृत श्रेणी असताना, लाइव्ह टीव्ही, ज्याला अनेकदा रेखीय टीव्ही (linear TV.) म्हणून संबोधले जाते, त्यांचा सिंहाचा वाटा असतो.50-64 वयोगटातील प्रौढ लोक प्रामुख्याने पारंपारिक दूरचित्रवाणी मध्यमांवर त्यांचा वेळ घालवतात. 35-49 वयोगटातील लोक देखील त्यांच्या वेळेचा एक महत्त्वपूर्ण भाग लाइव्ह टीव्ही पाहण्यात घालवतात. तथापि, 18-34 वयोगटातील प्रौढ लोक कमी पारंपारिक टीव्ही पाहत असतात आणि ते व्हिडिओ सामग्रीसाठी इतर स्त्रोतांना प्राधान्य देतात. भारतात अंदाजे दोन तृतीयांश घरे , Netflix, Amazon प्राइम आणि इतर विविध ओव्हर-द-टॉप (OTT) प्लॅटफॉर्म सारख्या सेवांचे सदस्यत्व घेतात, जे मागणीनुसार व्हिडिओ सामग्री देतात. याव्यतिरिक्त, यापैकी सुमारे दोन तृतीयांश घरांमध्ये Apple TV, Google Chromecast आणि Amazon Fire TV सारखी इंटरनेट-सक्षम टीव्ही-कनेक्ट केलेली उपकरणे आहेत. दर्शकांच्या पसंतींमधील हा बदल आणि विविध सामग्री स्त्रोतांची उपलब्धता दूरचित्रवाणी आणि माध्यमांच्या वापराचे विकसित होणारे चित्र प्रतिबिंबित करते.

विखंडन दोन प्रमुख दृष्टीकोनांवर लक्ष केंद्रित करते जसे की वैयक्तिक दर्शक आणि दूरचित्रवाणीच्या सेटवरील प्रेक्षकांच्या वितरणाचे विश्लेषण:

वैयक्तिक दर्शक दृष्टीकोन:

हा दृष्टिकोन वैयक्तिक दूरचित्रवाणी दर्शकांच्या निवडी आणि प्राधान्ये समजून घेण्यावर लक्ष केंद्रित करतो. यात एकल प्रेक्षक सदस्याच्या वर्तनाचे विश्लेषण करणे आणि विशिष्ट दूरचित्रवाणी सामग्री निवडण्यामागील कारणांचा शोध घेणे समाविष्ट आहे. हे विश्लेषण अनेकदा निवडक प्रदर्शनाशी संबंधित सिद्धांतांचा वापर करते, जे इतरांना टाळून काही कार्यक्रम पाहणे का निवडतात हे शोधतात. दर्शकांचे वर्गीकरण करण्यासाठी, संशोधक "चॅनेल रिपर्टॉयर्स" ची संकल्पना वापरू शकतात, जे दूरदर्शन चॅनेल किंवा व्यक्ती नियमितपणे पाहत असलेल्या कार्यक्रमांच्या संचाचा संदर्भ देते. या दृष्टिकोनामध्ये, प्रत्येक दर्शकाच्या पाहण्याच्या वर्तनाचा शोध घेणे आणि समजून घेणे हे ध्येय आहे.

प्रेक्षकांचे वितरण:

कोणते चॅनेल सर्वात लोकप्रिय आहेत आणि कोणते कमी लोकप्रिय आहेत हे दाखवणारे तक्ते आणि स्तंभालेख बनवून लोक टीव्ही कसे पाहतात याचे आपण विश्लेषण करू शकतो. हे आपल्याला दर्शकांना सर्वात कोणते स्टेशन आवडते हे कळू शकते. दर्शक संख्येच्या बाबतीत कोणते टीव्ही स्टेशन सर्वात वर आहेत हे शोधण्यासाठी आपण "एकाग्रता गुणोत्तर " (concentration ratio) वापरू शकतो.

तुमची प्रगती तपासा

१) फॉलोअरशिप फ्रॅगमेंटेशन/ विखंडन कशाला म्हणतात?

२) ज्यावर विखंडन केंद्रित आहे असे दोन मुख्य दृष्टीकोन लिहा

३) विभाजन म्हणजे काय थोडक्यात लिहा.

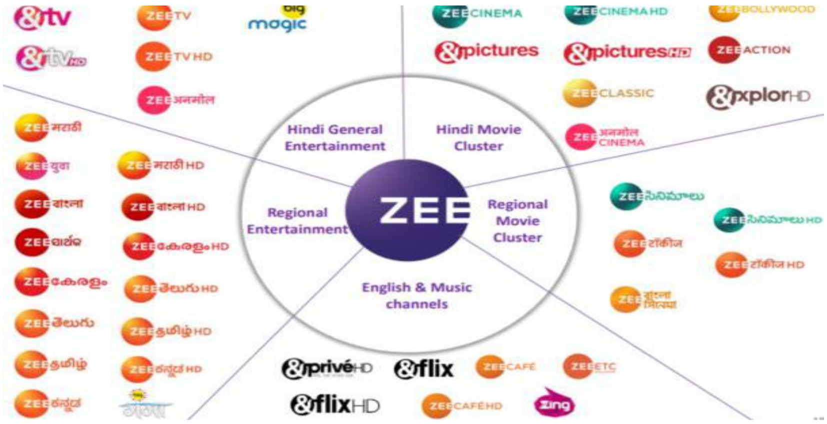
९.४ प्राधान्यक्रम

जेव्हा फक्त दूरदर्शन होते तेव्हा संपूर्ण कुटुंबाचे मनोरंजन अधिक महत्त्वाचे होते. त्यामुळे बातम्या, खेळ, शेती, मनोरंजन, चित्रपट, मैफिली, मालिका हे सर्व एकाच वाहिनीवर होते. उपग्रह वाहिन्यांच्या सुरुवातीच्या काळात दूरदर्शननेही रिॲलिटी शोच्या लोकप्रियतेत उडी घेतली. कार्यक्रमाची रचना धोरणांवर सरकारचे बरेच वर्चस्व होते. टेलिव्हिजनवर 'हमलॉग',

'बुनियाद', 'मालगुडी डेज', 'तेनाली रामण', 'विक्रम वेताळ' असे अनेक रंजक कार्यक्रम आले. 'रामायण' मालिकेमुळे दूरदर्शनला खूप प्रसिद्धी मिळाली. त्यावेळी इतर कोणत्याही वाहिन्यांची स्पर्धा नसल्याने दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रम हे घरच्या मनोरंजनाचे साधन होते. त्यामुळे दूरदर्शन हे सरकारी माध्यम असल्याने १९९० च्या सुरुवातीपर्यंत निर्मात्यांना बाहेरून कार्यक्रम तयार करणे शक्य नव्हते. त्यांच्या माध्यमातून दूरदर्शनला जाहिरातींचा महसूल मिळत असे. वरिष्ठ निर्मात्यांना त्यांचा कार्यक्रम त्या विशिष्ट स्लॉटमध्ये दाखवण्यासाठी ठराविक स्लॉट विकत घ्यावा लागतो, तसेच जाहिरातींसाठीही तेच होते. जाहिराती विकण्याचे काम निर्माते करायचे.

मालिकेच्या निर्मितीचा खर्च आणि जाहिरातीतून मिळणारा महसूल यांचा मेळ बसत नव्हता.

दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांवरील देशभरातील जाहिराती आणि त्यातून मिळणारा महसूल याकडे अनेकांनी व्यवसायाची उत्तम संधी म्हणून पाहिले. याव्यतिरिक्त, 1991 मध्ये नरसिंह राव सरकारने सुरू केलेल्या आर्थिक सुधारणांमुळे खाजगी कंपन्यांना प्रसारण क्षेत्रात मर्यादित आधारावर दूरदर्शन सेवा सुरू करण्याची परवानगी मिळाली. ही संधी झी आणि स्टारने 1992 मधे घेतली. पुढच्या वर्षी दक्षिणेतील ईनाडू आणि सन टीव्हीनेही या व्यवसायात सहभाग घेतला. झी वाहिनी हिंदीत सुरू झाली होती आणि झी सिनेमा आणि झी न्यूज हे दोन स्वतंत्र चॅनेल होते. 1999 मध्ये आणखी पाच वाहिन्या सुरू झाल्या. अल्फा मराठी त्यापैकीच एक. झी ने मोठा विस्तार केला. आज, ते 10 भाषांमध्ये सुमारे 54 चॅनेल कव्हर करतात.



दुसरीकडे, स्टारने कार्यक्रमांची निर्मिती केली. चॅनेलची मूळ कंपनी रुपर्ट मर्डोक, एक जगप्रसिद्ध 'मीडिया मोगल' होती. स्टार प्लसची सुरुवात झी सोबत १९९२ मध्ये झाली.

पण २००१ ते २०१० हा काळ स्टार इंडियासाठी प्रगतीचा काळ होता. स्टारने दक्षिणेकडील प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी स्टार सुवर्णा, विजय सुपर यांसारख्या कन्नड आणि तमिळ भाषांमध्ये चॅनेल सुरू केले. आज, स्टार समूहाकडे तीन हिंदी, सात प्रादेशिक आणि क्रीडा अशा २६ वाहिन्या आहेत. स्टारने गुजराती आणि मराठी चॅनल्सवर प्रयोग केले पण त्यांना पुरेसे यश मिळाले नाही. सोनी चॅनल १९९५ मध्ये सुरू करण्यात आले. त्यांनी प्रादेशिक वाहिन्यांपेक्षा शहरांवर अधिक लक्ष केंद्रित केले. त्यांनी बंगाली वाहिनी सुरू केली पण ती फार काळ टिकली नाही. चित्रपटांसाठी सुरू झालेल्या सेट मॅक्सने नंतर खेळात प्रवेश केला.

'Viacom18' समूह उशिरा आला आणि १९९७ मध्ये MTV लाँच करून भारतीय बाजारपेठेत प्रवेश केला. त्यांची सुरुवात वेगळी होती. तोपर्यंत टेलिव्हिजन मार्केटमध्ये हा विभाग पूर्णपणे दुर्लक्षित होता. वायाकॉमने नंतर VH1, Nickelodeon लाँच केले. पण त्यांनी जनरल एंटरटेनमेंट विभागात आक्रमकपणे सुरुवात केली, २०१० नंतर कलर्स नावाचे चॅनल सुरू केले आणि ETV चे मनोरंजन चॅनेल ताब्यात घेतले. याशिवाय सीएनएन, आयबीएन, इंडिया टुडे, एनडीटीव्ही यांसारख्या वृत्तवाहिन्यांचे समूह सुरू झाले. भारतीय बाजारपेठेत डिस्कव्हरी आणि नॅशनल जिओग्राफिक सारख्या माहितीपर कार्यक्रमांचा शुभारंभ झाला. क्रीडा वाहिन्या उशिरा आल्या, पण त्यांनी अनेक प्रस्थापित संरचना मोडून काढल्या आणि नवीन बाजारपेठ निर्माण केली. झी आणि स्टारनेच सुरुवातीला मनोरंजन क्षेत्रात वर्चस्व गाजवले. सोनी काहीशी स्पर्धेत होती. आणि आता ही जोडी वायाकॉमवरही उतरली आहे कारण या चॅनल्सची संख्या वाढल्याने त्यांच्यातील स्पर्धाही वाढली आहे.

९.४.१ नवप्रयोगांची सुरुवात:

९.४.१ .१ मनोरंजन वाहिन्यांसह प्रयोग:

जनरल एंटरटेनमेंट चॅनल (जीईसी) ही टेलिव्हिजन क्षेत्रातील लोकांची सर्वात प्रिय संकल्पना आहे. त्यात खूप मोठी दरी होती जी लक्षात आली नव्हती. खासगी वाहिन्यांनी अतिशय वेगाने आणि स्पर्धात्मक पद्धतीने जागा ताब्यात घेतली. खरं तर, GEC हा टेलिव्हिजनचा चेहरा बदलणारा घटक होता. चॅनेलचे संपूर्ण लक्ष 1992 मध्ये आले आणि नजीकच्या भविष्यात GEC वर होते.? त्यामुळे ज्यांना सुरुवातीला बातम्या, खेळ, चित्रपट या सर्व प्रकारच्या गोष्टी आवडल्या, त्यांनी त्यांना मनोरंजनाचे साधन म्हणून महत्त्व देऊन हळुवारपणे मोकळे केले. मनोरंजन उद्योगाचे दोन सर्वात लोकप्रिय प्रकार होते. एक मालिका आणि दुसरा रिॲलिटी शो. दोन्ही प्रकरणांमध्ये संपूर्ण पाचक होते. या दोघांशिवाय भारतीय मनोरंजन टेलिव्हिजन पूर्ण होऊ शकत नाही.

खासगी वाहिन्यांच्या आगमनानंतर त्यांनी मालिकेचे स्वरूप बदलण्यास सुरुवात केली, 'क्यूं की' आणि 'कहानी'या दोन मालिकांनी सर्व काही बदलून टाकले आणि त्याचे श्रेय स्टार प्लसला जाते. श्रीमंत घरे, चकाकणारी कार्यालये आणि चोवीस तास मेकअप घातलेल्या पात्रांचे संपूर्ण वेगळे जग पाहण्याचा आनंद दर्शकांनी घेतला. महिलांमध्ये मालिका पाहण्याच्या सवयीबाबत लोकप्रभाने २०१३ मध्ये सर्वेक्षण केले होते. या सर्वेक्षणातून लक्षात आलेली सर्वात महत्त्वाची गोष्ट म्हणजे काही मालिकांचा अपवाद वगळता हे सर्व

प्रेक्षक टीव्हीचे आभासी मित्र बनले आहेत, आभासी मैत्रीचे वास्तव आजही बरेच जिवंत आहे.

गेल्या काही वर्षांत टीव्ही मालिकांवर बरीच टीका झाली असली, तरी त्यांना मिळणारा प्रेक्षक आणि पर्यायाने जाहिरातीतून मिळणारे फायदे हे खूपच लक्षणीय आहेत. खरं तर, आजही कोणत्याही सामान्य मनोरंजन वाहिनीला मालिकेच्या निर्मितीसाठी त्याच्या एकूण बजेटपैकी ५०-६०% खर्च करावा लागतो. भारतीय प्रेक्षकांसाठी रिॲलिटी शो पूर्णपणे नवीन होता. त्याची खरी कसोटी होती. बोर्नविटा क्विझ स्पर्धेमुळे असाच एक प्रकार भारतीय ओळखला गेला. १९७२ मध्ये कॅडबरीने सुरू केलेला हा प्रयोग नंतर रेडिओवर ऐकू आला. झी ने १९९२ मध्ये हा प्रयोग थेट टीव्हीवर आणला. तो बौद्धिक प्रकार होता. कौन बनेगा करोडपती २००० मध्ये अमेरिकन टीव्हीवर प्रदर्शित झाला असला तरी, ग्लॅमर आणि पैशांव्यतिरिक्त, बुद्धिमत्ता हा मुख्य घटक होता. पण त्यात संगीत, नृत्य, तसंच लोकांना पाहण्यासारखे काहीतरी देणाऱ्या भडकपणाचा अभाव होता. छोट्या पडद्यावर जे काही चाललंय त्यात लोकांना सहभागी करून घेणं ही यामागची रणनीती होती. प्रेक्षक वाढवण्यासाठी आणि त्याच वेळी जाहिराती मिळवण्यासाठी हे केले गेले.

१९९७ चा रिॲलिटी शो 'कोलगेट जेल बूगी वूगी' हा खाजगी वाहिन्यांवरील पहिला रिॲलिटी शो म्हणून उल्लेख केला जात असला तरी, १९९६ मध्ये मुंबई दूरदर्शनवर 'क्लोजअप तक धिना धीन' हा म्युझिकल रिॲलिटी शो सुरू झाला. दूरदर्शनच्या मदतीने असा शो मिळणे कठीण होते. त्यानंतर २००० मध्ये कौन बनेगा करोडपती आला, ज्याने मोठ्या प्रमाणात प्रेक्षकांना आकर्षित केले. याला टेलिव्हिजन गेम शो किंवा रिॲलिटी शो म्हणणे ही वेगळी बाब आहे. पण २००० मध्ये सुरू झालेला हा कार्यक्रम अजूनही जोरात सुरू आहे. स्टार प्लसने हा शो पहिली १० वर्षे केला आणि तेव्हापासून आजतागायत तो सोनी टीव्हीवर सादर करत आहे. या पार्श्वभूमीवर मराठीतही अनेक शो झाले, पण कौन बनेगाची कल्पना कुणाला सुचली नाही किंवा तसे यश मिळाले नाही. २००४ मध्ये अमेरिकन आयडॉलच्या स्टाईलमध्ये इंडियन आयडॉल सोनीवर लॉन्च करण्यात आला. त्यालाही अशीच लोकप्रियता मिळाली.

खासगी वाहिन्या थेट जनतेपर्यंत पोहोचू लागल्या. मालिका पाहणे म्हणजे एखाद्या छोट्या पडद्यावरची कथा पाहण्यासारखे होते. कथेने प्रेक्षकांच्या वैयक्तिक अनुभवाची भर घातली असेल आणि नाही तर ती एक स्वप्नपूर्ती होती. पण त्यापलीकडे प्रेक्षक मालिकेशी जोडले जाऊ इच्छित नाहीत. पण काहीतरी थेट सर्वसामान्यांसमोर मांडण्याची संधी या रिॲलिटी शोमुळे मिळाली. मध्यंतरीच्या भागांमध्ये हा शो थोडासा विचलित दिसत होता , परंतु अलीकडील भागांमध्ये हा शो ठीक केलेला दिसत आहे. आणि त्यांच्यापैकी अनेकांना गायन, अभिनय आणि इतर कला प्रकारात नशीब आजमावता आले हे निश्चित.

खरं तर, रिॲलिटी शो जवळजवळ अमेरिकन टीव्हीची कॉपी होता. भारतीय पद्धतीत रुजलेल्यांचीच वाढ होत राहिली. या धोरणाचे पालन करणाऱ्या वाहिन्या टिकल्या. मग हा शो कोण सादर करतंय आणि किती मोठा अभिनेता हा प्रश्न वेगळाच राहतो. असे असले तरी, एखाद्याची मालकी असणे अजूनही सरासरी व्यक्तीच्या आवाक्याबाहेर आहे. कुठूनतरी हक्क विकत घेऊन बहुतेक शो त्यांच्या भारतीय रूपात दिसतात. जरी ते यशस्वी झाले

असले तरी हे मूळ शो नाहीत हे सत्य नाकारता येत नाही. नुकत्याच यशस्वी झालेल्या 'मराठी बिग बॉस'मध्येही हे पाहायला मिळाले.

९.४.१.२ क्रीडा चॅनेलचे कोरस:

फुटबॉल, कबड्डी, बॅडमिंटन आणि हॉकीच्या प्रसारणाचे हक्क सध्या सोनी वाहिनीकडे आहेत. नुकताच झालेला फिफा विश्वचषक ४०० दशलक्ष प्रेक्षकांनी पाहिला आहे. "भारतात प्रत्येक वेळी क्रिकेटचे प्रसारण होते तेव्हा त्याला प्रेक्षक असतात, पण इतर खेळांनाही प्रेक्षक असतात," असे सोनीच्या अधिकाऱ्यांनी सांगितले.

क्रीडा संघटनांनी आयोजित केलेल्या खेळांऐवजी वेगळ्या पद्धतीने खेळांचे आयोजन करून नवीन बाजारपेठ निर्माण केली. चॅम्पियन्स लीग ही आयपीएलपूर्व स्पर्धांपैकी एक आहे. त्याची सुरुवात झी वाहिनीचे सुभाष चंद्रा यांनी केली होती; पण तिला पाहिजे तसा प्रतिसाद मिळाला नाही; पण त्यानंतर आलेल्या आयपीएलने क्रीडा आणि चॅनेल्ससाठीही नवीन बाजारपेठ उघडली. स्पोर्ट्स चॅनेल्सना नवीन प्रेक्षक मिळतात. स्थानिक क्रीडा बाजारपेठ काबीज करण्याच्या उद्देशाने, स्टार टीव्हीने हॉकी, फुटबॉल, बॅडमिंटन आणि कबड्डीसह खेळांची लीग सुरू केली. काही खेळांमध्ये हा प्रयोग अयशस्वी झाला, पण कबड्डीसारख्या खेळाला प्रचंड लोकप्रियता मिळाली. स्पोर्ट्स लीग आणि त्यातून निर्माण झालेला बाजार पाहता मनोरंजन झी युवा वाहिनीनेही कुस्ती लीगच्या प्रसारणाचे हक्क विकत घेतले आहेत. सोनी वाहिनीवरील प्रो-रेसलिंग लीग, प्रो-व्हॉलीबॉल लीग आणि इतर सामन्यांनाही चांगला प्रेक्षकवर्ग मिळत असल्याचे सोनी वाहिनीच्या अधिकाऱ्यांचे म्हणणे आहे. सोनीने अलीकडेच तीन वर्षांसाठी क्रिकेट चॅम्पियन्स लीगचे हक्क विकत घेतले आहेत, तर स्टारने पुढील पाच वर्षांसाठी आयपीएलच्या प्रसारणाचे अधिकार विकत घेतले आहेत.

क्रीडा वाहिन्यांवरील प्रवास हा एकूणच बाजारातील स्पर्धा आहे, खरे तर तो खेळापेक्षाही रोमांचक आहे.

९.४.१.३ वृत्तवाहिन्यांचे चढ-उतार:

टीव्ही हे केवळ मनोरंजनाचे साधन नसून बातम्या, वृत्त मालिका अशा अनेक गोष्टी एकाच वेळी मोठ्या संख्येने लोकांपर्यंत पोहोचवण्याचे साधन आहे, याची जाणीव दूरचित्रवाणीच्या काळातच झाली. पण दूरदर्शन हे सरकारी माध्यम होते. प्रणव रॉय 1988 मध्ये याच टेलिव्हिजनवर 'वर्ल्ड धिस वीक' हा कार्यक्रम सादर करत असत. नवी दिल्ली टेलिव्हिजनच्या अलीकडील भागांमध्ये हा कार्यक्रम थोडासा अनफोकस झालेला दिसत होता. पुढे हीच कंपनी खाजगी वृत्तवाहिनी म्हणून NDTV म्हणून ओळखली जाऊ लागली. आज देशभरात वृत्तवाहिन्यांवर प्रचंड गर्दी आहे. अशा वाहिन्या अगदी छोट्या शहरांमध्येही पाहायला मिळतात. एबीपी नेटवर्क, एनडीटीव्ही, इंडिया टुडे आणि नेटवर्क 18 सारखे प्रमुख समूह यामध्ये कार्यरत आहेत.

न्यूज नेटवर्क:

कोणत्याही बातमीचे महत्त्व तिच्या ताजेपणात असते. त्यामुळे वृत्तवाहिन्या आल्या की घटना तात्काळ पाहणे आणि त्याची माहिती घेणे त्यांच्यासाठी महत्त्वाचे होते. पण त्यासाठी

टीव्हीसमोर बसावं लागलं. पण आज तीच गोष्ट हाताच्या तळहातावर विसावलेल्या स्मार्टफोनने केली आहे. राजीव खांडेकर भविष्यातील स्पर्धेबद्दलही हाच मुद्दा मांडतात. वृत्तवाहिन्यांचे २५-३०% दर्शक डिजिटल मीडियाकडे वळले आहेत, असे त्यांचे म्हणणे आहे. डिजिटल माध्यम प्रेक्षकांसाठी सोयीचे आणि फायदेशीर असल्याने ही श्रेणी वाढतच जाईल, असे त्यांनी नमूद केले.

वृत्तवाहिन्यांच्या उदयाचा एक महत्त्वाचा पैलू, मनोरंजन वाहिन्यांच्या पलीकडे, लोकांच्या विशिष्ट वर्गाच्या मनावर प्रभाव टाकण्याची त्यांची क्षमता आहे. त्यामुळे ज्याप्रमाणे राजकीय पक्षांना या क्षेत्रात पाऊल ठेवण्याची हातोटी असते, त्याचप्रमाणे बड्या उद्योग समूहांनाही. २०१४ मध्ये रिलायन्सचे नेटवर्क १८ चे अधिग्रहण हा त्याचा पुरावा आहे.

९.४.१.४ चॅनल चित्रपट आणि इन्फोटेनमेंट:

दूरचित्रवाणीवर चित्रपट प्रसारित करण्याची पद्धत दूरदर्शनच्या काळातही तशीच होती. नंतर खासगी वाहिन्यांनीही ही पद्धत वापरली, तर काहींनी खास चित्रपटांसाठी स्वतंत्र वाहिन्या सुरू केल्या. पण त्यापलीकडे जाऊन काही वाहिन्यांनी चित्रपट दिग्दर्शित करायला सुरुवात केली. परदेशी स्टुडिओ आणि चॅनल्सनी यात गुंतवणूक केली असली तरी इथले चॅनल्सही मागे नाहीत. झी स्टुडिओ, फॉक्स स्टार स्टुडिओ, वायकॉम १८, सोनी खूप पुढे गेले आहेत. हा चित्रपट एअरवेव्हवर कसा मिळवायचा यावरून लवकरच लढाई सुरू झाली. सोनी मॅक्सचा पहिला प्रीमियर झाला. वाहिन्यांच्या बॅनरखाली चित्रपट निर्मिती हा चित्रपटाचा आदर्श बनला. सॅटेलाइट चॅनेलवरील उपग्रह हक्कांच्या विक्रीमुळे चित्रपट निर्मात्यांना उत्पन्नाचा नवा स्रोत निर्माण झाला. अर्थातच या व्यवसायात वाहिन्यांचा एक फायदा होता. कारण सर्वच प्रेक्षक ठराविक सिनेमांना जात नाहीत. त्यांना टीव्हीवर चित्रपट पाहण्याची एक नवीन संधी मिळाली आणि त्या चित्रपटांच्या प्रदर्शनादरम्यान चॅनेल्सना जाहिरातींमधून कमाई करण्याची संधी मिळाली.

वाहिन्यांनी सॅटेलाइट वितरणाचे अधिकार तर घेतलेच शिवाय तयार झालेल्या चित्रपटाची निवडही केली, पण वेळोवेळी चित्रपटाची निर्मिती, प्रमोशन, सादरीकरण आणि वितरण या सर्व कामांमध्ये वाहिन्यांनी सहभाग घेतला. हा फॉर्म्युला खूप फायदेशीर ठरत असला तरी या वाहिन्यांनी चांगल्या चित्रपटांना चांगली बाजारपेठ दिली आहे हे स्पष्ट आहे.

मराठीतील सैराट हे त्याचे ताजे उदाहरण आहे. हा व्यवसायाचा एक भाग होता, जरी काहीजण म्हणतात की यामुळे मक्तेदारी निर्माण झाली.

अनेकदा चॅनल स्टुडिओसह हिंदीत चित्रपट बनवताना स्टार व्हॅल्यू हा महत्त्वाचा घटक आहे, हिंदू चित्रपटांचा अर्थ अधिक स्टार आधारित असतो. मात्र, काही वाहिन्यांचे स्टुडिओ थेट हिंदी चित्रपट तयार करतात. अगदी अलीकडे, वायाकॉम 18 ने मंटो, अंधाधुनची निर्मिती केली. रिॲलिटी शोच्या पलीकडे जाऊन मालिकेचा हा विस्तार आणखी काही घटकांपर्यंत आहे. गेल्या वर्षभरात झी मराठीने नाटक निर्मिती, दिवाळी अंक आणि लग्न जुळवण्यासाठी वेबसाइटही तयार केली आहे. खाजगी चॅनेल्सच्या सुरुवातीच्या काळात, जरी सामान्य मनोरंजन आणि काही प्रमाणात खेळांवर लक्ष केंद्रित केले गेले असले तरी, नंतरच्या टप्प्यात इन्फोटेनमेंट सेगमेंटला खूप आकर्षण मिळाले. अन्न आणि जीवनशैली विभागात सध्या सहा वाहिन्या आहेत. फूड फॉर फूड चॅनेलची सुरुवात प्रसिद्ध शेफ संजीव कपूर यांनी केली होती. गेल्या सात वर्षांत या वाहिनीने चांगली प्रगती केली असून पहिल्या तीन-चार वर्षांत या वाहिनीने हिंदी मनोरंजन वाहिन्यांइतकाच प्रेक्षकवर्ग मिळवला होता. आता चॅनेलच्या स्पर्धेत लिव्हिंग फूड्स, एनडीटीव्ही गुड टाइम्स, ट्रॅव्हल एक्सपी, टीएलसी, होम शॉप १८ चॅनेलचा समावेश आहे.

सेलिब्रिटी शेफ संजीव कपूर हे FMCG मार्केटमधील काही खाद्यपदार्थांचे राजदूत होते. त्यांनी चॅनल सुरू केल्यापासून स्वयंपाकघरातील अनेक उत्पादने त्यांच्या चॅनलवर आली आहेत. त्यामुळे पहिल्या तीन ते चार वर्षांत चॅनलच्या नफ्यात वाढ झाली.

शेफ ते इतर चॅनलवर कार्यक्रम सादर करणाऱ्या त्यांच्या या प्रवासाला एकूणच दूरचित्रवाणी क्षेत्रात खूप मोठा वाव असल्याचे दिसते. डिस्कव्हरी, नॅशनल जिओग्राफिक आणि त्यांच्या स्वतंत्र वाहिन्यांनी भारतीय बाजारपेठेत स्थान मिळवले.

सध्या इतिहासासारख्या स्वतंत्र विषयाला वाव आहे. याशिवाय लहान मुलांचा विचार करून कार्टून चॅनेल्सचा एक वेगळा अध्याय तयार करण्यात आला आहे. तथापि, दूरचित्रवाणीच्या पडद्यावर प्रचंड प्रेक्षकसंख्या मिळवून देणारा एक भाग म्हणजे धार्मिक, आध्यात्मिक मालिका. प्रदेशातील या प्रकारची वाहिनी पूर्णपणे भिन्न धोरणांवर चालते. देशभरातील सर्व वाहिन्यांचा विस्तार इतका प्रचंड आहे की त्या सर्वांची नोंद येथे करणे शक्य नाही. परंतु उपग्रह चॅनेलच्या आगमनानंतर उदयास आलेले काही महत्त्वाचे ट्रेंड येथे आहेत. आधी हिंदी चॅनेल्स, मग स्पोर्ट्स, न्यूज विभाग, मग प्रादेशिक वाहिन्या (प्रामुख्याने मराठी, बंगाली आणि दक्षिणेतील चार भाषा) आणि नंतर चित्रपट, जीवनशैली इ. यात प्रादेशिक वाहिन्यांवरही अनेक गटांचा जोर दिसून येतो. गेल्या चार वर्षांत. दूरचित्रवाणीच्या प्रेक्षकांची विभागणी पाहता दक्षिण भारतात स्थानिक भाषेला अधिक महत्त्व आहे. पण त्याच बरोबर हा डॉलर फक्त हिंदी आणि इंग्रजी जोडून मनोरंजनाचे अनेक पर्याय उपलब्ध करून देण्यासाठी आहे. पुढील वर्षांमध्ये ते वाढतच जाईल.

येणारी वर्षे टीव्ही चॅनेल्सची सध्याची जीवघेणी स्पर्धा ही या वाहिन्यांमध्ये काम करणाऱ्यांची सवय झाली आहे. तंत्रज्ञान आज सर्वत्र आहे. ओटीटी असो किंवा लिव्हिंग रूम टीव्ही, उत्तम सामग्री तयार करण्याचे आव्हान आहे. त्यामुळे, सध्याची स्पर्धा अधिक चांगली आणि अर्थपूर्ण आहे, असे अपर्णा भोसले यांना वाटते. ओटीटी आणि टीव्हीचे प्रेक्षक वेगळे आहेत ही वस्तुस्थिती सध्या सर्वमान्य आहे. पण भविष्यात हे असेच चालू राहण्याची शक्यता किती? हे माध्यम पूरक आहे असे म्हणणे अधिक योग्य ठरेल. कारण आजही ओटीटी कंटेंटमधील प्रत्येक गोष्ट मूळ नाही. पण जेव्हा त्यांना असा मूळ आशय तयार करणे परवडेल तेव्हा गणित बदलले असेल. आज ॲप्सवर अनेक चॅनल कार्यक्रम विनामूल्य उपलब्ध आहेत. दुसरीकडे, अशा चॅनेलसाठी केबल किंवा डीटीएचद्वारे पैसे द्यावे लागतील.

तुमची प्रगती तपासा

१) वृत्तवाहिन्यांच्या चढ-उतारांबद्दल लिहा.

२) इन्फोटेनमेंट स्रोत म्हणून चॅनेलबद्दल थोडक्यात लिहा.

३) टीव्हीच्या प्रवासाची सविस्तर चर्चा करा.

९.५ समारोप

आजपर्यंतचा दूरचित्रवाणीचा प्रवास पाहिला तर सवय बदलणे गरजेचे आहे. परवडणारे दूरचित्रवाणी आज परवडण्याच्या बाबतीत अगदी खालच्या स्तरावर पोहोचले आहेत. याचे मुख्य कारण म्हणजे ते सर्वांसाठी परवडणारे मनोरंजनाचे साधन आहे. दूरचित्रवाणीने लोकांच्या सवयी बदलण्याचे काम केले आहे. हेच विधान आज OTT सामग्री वितरण प्लॅटफॉर्मद्वारे केले जात आहे. हे पाहता आज लोकांच्या मनोरंजनाची जी सवय आणि परवडणारी साधने आहेत ती भविष्यातही कायम ठेवावी लागतील हे निश्चित.

९.६ प्रश्न

१. परवडणारी क्षमता आणि दूरचित्रवाणीचा उदय याविषयी चर्चा करा

२. टीव्हीवरील खेळांची चर्चा करा

३. दूरदर्शनच्या उदयावर चर्चा करा.

*****

१०

दूरचित्रवाणीवरील रचना-प्रकार

पाठाची रूपरेषा

१०.० उद्दिष्ट

१०.१ परिचय

१०.२ दूरचित्रवाणीवरील रचना प्रकार व उप-प्रकार

१०.३ समारोप

१०.४ प्रश्न

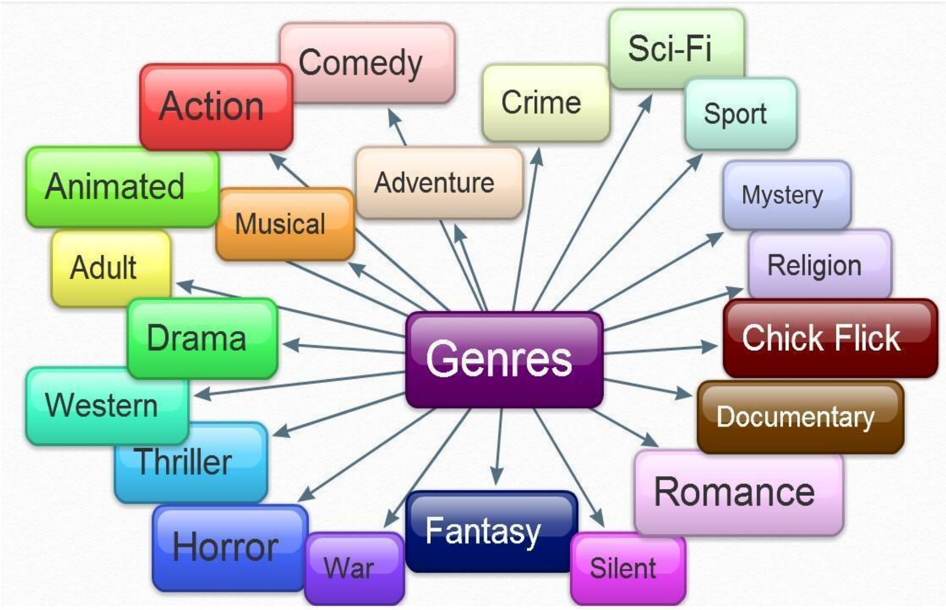
१०.५ संदर्भ

१०.० उद्दिष्ट

दूरचित्रवाणी हे दृकश्राव्य माध्यम असल्याने ते मास मिडियाचे प्रमुख माध्यम आहे, ते दोन्हीसाठी उपयुक्त आहे: जे वाचू किंवा पाहू शकत नाही त्यांच्यासाठी देखील!! हे आपल्याला जगभरातील सर्व गोष्टींचे ज्ञान देते. दूरचित्रवाणीच्या अनेक मुख्य आणि उपशैली आहेत. आपल्या भाषेत मनोरंजन, ज्ञान, शिक्षण इत्यादींसाठी दूरचित्रवाणी हे एक चांगले माध्यम आहे. दूरचित्रवाणी म्हणजे "दूरदर्शन" आणि आता त्याला दूरचित्रवाणी म्हणतात.

१०.२ परिचय

"रचना-प्रकार " हा एक असा शब्द आहे जो आपण वेगवेगळ्या प्रकारांबद्दल किंवा शैलींबद्दल बोलण्यासाठी वापरतो, जसे की पुस्तके, चित्रपट, संगीत किंवा लोक ज्या पद्धतीने बोलतात. कोणत्याही प्रकारचे कथन, मग ते लिखित किंवा बोललेले असो, श्रवणीय असो किंवा दृश्यमान असो, किंवा ते शैलीच्या काही निकषांद्वारे समर्थित असले पाहिजे, त्याला रचना-प्रकार म्हणून संबोधले जाते. प्रत्येक रचना-प्रकाराची स्वतःची ठरविक वैशिष्ट्ये आहेत जी त्यास अद्वितीय बनवतात. उदाहरणार्थ, दूरचित्रवाणी शोमध्ये, कथा सांगण्याची, भूमिका करण्याची, विनोद वापरण्याची आणि विशिष्ट पद्धतीने दिसण्याची स्वतःची पद्धत असते. म्हणून, जेव्हा आपण "रचना-प्रकार" म्हणतो तेव्हा आपण एखाद्या विशिष्ट शैलीबद्दल बोलत असतो आणि प्रत्येक शैलीचे स्वतःचे विशिष्ट गुण असतात.



गुगलवरून साभार विविध रचना प्रकार

१०.२ दूरचित्रवाणीवरील रचना प्रकार

दूरचित्रवाणीवरील रचना प्रकार व उप-प्रकार खालीलप्रमाणे

१. वृत्त:

हॅरिसनने वर्णन केल्याप्रमाणे "शुद्ध बातम्या" ची संकल्पना माध्यमांच्या पडद्यावर मध्यवर्ती स्थान व्यापते. शुद्ध बातम्यांमध्ये अशा बातम्यांचा समावेश होतो ज्यांचा व्यापक प्रभाव असतो, जसे की निवडणुका आणि प्रमुख व्यक्तींचे निधन इ. या बातम्या एक विशिष्ट

कार्यक्रम किंवा वाहिनी पुरत्या मर्यादित नसून त्या विविध कार्यक्रमांमध्ये दाखवल्या जातात, ज्यामुळे त्या मीडिया वातावरणाच्या त्या एक केंद्रबिंदू बनतात. न्यूज चॅनेल सामान्यत: सर्वसमावेशक विषयपत्रिकेचे (अजेंडा) पालन करतात ज्यामध्ये विविध सामग्री समाविष्ट असते. यात वादविवाद प्रसारित करणे, वर्तमान घटना आणि सामाजिक समस्यांवरील माहिती प्रसारित करणे, हिंसाचाराच्या विरोधात आवाज देणे शिक्षण आणि आरोग्य सल्ल्यांवर लक्ष केंद्रित करणारे कार्यक्रम, तसेच विविध सरकारी धोरणे, समाजातील वास्तव, हिंसाचाराच्या विरोधात आवाज समस्या आणि संबंधित बाबींवर माहिती देणे समाविष्ट आहे. बातम्या सादर करण्याचा हा एक बहुआयामी दृष्टीकोन आहे जो विविध प्रेक्षकांना सेवा पुरवतो. मुद्रित माध्यमे प्रथम काय चालले आहे याचा अभ्यास करतात, संशोधन करतात आणि नंतर त्यांच्या चॅनेलवर वस्तुस्थिती आणि सांख्यिकीय माहिती प्रसारित करतात. ते नंतर दूरदर्शनवर कव्हर केलेल्या बऱ्याच बातम्यांसाठी पाया घालतात. बातम्यांच्या प्रोग्रामिंगचे क्षेत्र विस्तृत आहे, ज्यामध्ये स्वरूप आणि वेळेची विस्तृत श्रेणी आहे. यामध्ये संध्याकाळच्या स्थानिक बातम्या, केबल नेटवर्कवरील दुपारचे राष्ट्रीय प्रसारण आणि आठवड्याच्या कार्यक्रमांचा सारांश देणारे शो, विशेषत: शुक्रवारी किंवा आठवड्याच्या शेवटी प्रसारित केले जातात. संपूर्णपणे क्रीडा बातम्यांवर लक्ष केंद्रित करणारे समर्पित कार्यक्रम देखील आहेत. बातम्यांच्या निर्मितीमध्ये सहभागी होणे हा एक गतिमान आणि वेगवान अनुभव असू शकतो. उद्योग काटेकोर मुदतीनुसार चालतो, जेव्हा परिस्थिती बदलते तेव्हा व्यावसायिकांना त्वरीत जुळवून घेणे आवश्यक असते, मग ते एखाद्या कथेचा फोकस बदलत असेल किंवा बदली लेख शोधत असेल काहीही असू शकते. बातम्यांच्या निर्मितीमध्ये गुंतलेले सहसा प्रादेशिक रेडिओ किंवा दूरचित्रवाणी रिपोर्टिंगची पार्श्वभूमी असलेले प्रशिक्षित पत्रकार असतात. तथापि, अलिकडच्या वर्षांत वृत्तकक्षाला बजेट कपातीचा सामना करावा लागला आहे, ज्यामुळे काही सादरकर्ते अतिरिक्त भूमिका स्वीकारतात , जसे की त्यांच्या स्वतःच्या कथानकांचे चित्रीकरण, ध्वनी आणि प्रकाश यासाठी जबाबदार असलेल्या कर्मचाऱ्यांसह ते मर्यादित संसाधनांसाठी देखील स्पर्धा करू शकतात. कथानकामधे समाविष्ट असलेले विषय अत्यंत वैविध्यपूर्ण असतात , जे प्रेक्षकांना जणू जागतिक प्रवासासाठी घेऊन जातात. जर तुम्ही आश्चर्यकारकरित्या मोठी कथा निर्माण करण्यात किंवा अत्यंत विलक्षण योगदानकर्ता शोधण्यात सक्षम असाल, तर तुम्हाला परिणाम म्हणून खूप यश मिळू शकते. शिवाय, बातम्यांची कारकीर्द माहितीपट, तथ्यात्मक कार्यक्रम, खेळ आणि मनोरंजन यांसारख्या इतर शैलींना पूरक आहे. या सर्व शैली एक "लाइव्ह" किंवा अप्रत्याशित घटक सामायिक करतात, हे सुनिश्चित करतात की प्रत्येक दिवस अद्वितीय आव्हाने आणि संधी सादर करतात.कारण प्रत्येक दिवस वेगळा असतो.

२) दूरचित्रवाणी माहितीपट किंवा फीचर्स (वास्तविक दूरचित्रवाणी):

माहितीपट किंवा तथ्यात्मक दूरचित्रवाणी म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या नॉन-फिक्शन / अकल्पनिक दूरचित्रवाणी कार्यक्रम वास्तविक जीवनातील सामग्री आणि वास्तविक लोकांचे जीवन चित्रित करते. निरीक्षणात्मक माहितीपट, फ्लाय-ऑन-द-वॉल डॉक्युमेंट्री, डॉक्युड्रामा आणि रिॲलिटी दूरचित्रवाणी अशी या कार्यक्रमांची वेगवेगळी नावे आहेत. डॉक्युमेंटरी थिएटर्स हे या प्रकाराचे दुसरे नाव आहे. हे वास्तविक जग, ऐतिहासिक घटना, महत्त्वपूर्ण समस्या, समाजातील तथ्ये, निसर्गातील समस्या आणि इतर तत्सम विषयांशी संबंधित असू

शकते. तुमच्या दूरचित्रवाणीवर आणलेल्या वास्तविक जीवनातील कथा म्हणून त्यांची कल्पना करा. ते वास्तविक जग, भूतकाळात घडलेल्या गोष्टी, मोठ्या समस्या, समाजातील तथ्ये, निसर्गातील समस्या आणि यासारख्या इतर अनेक गोष्टींबद्दल असू शकतात. कधीकधी, "डॉक्युड्रामा" नावाचा प्रकार असतो. गैर-काल्पनिक आणि वास्तविक जीवनातील घटनेवर आधारित असलेल्या शोला डॉक्युड्रामा म्हणतात. काहीवेळा, डॉक्युड्रामा बनवणारे लोक घटना ज्या ठिकाणी घडली त्याच ठिकाणी घडलेल्या गोष्टींचे पुन्हा चित्रीकरण करण्याचा निर्णय घेतात, जसे की हत्येचा प्रयत्न किंवा दहशतवादी हल्ला. उदाहरणार्थ, सुभाषचंद्र बोस यांच्या हत्येचा प्रयत्न, ताजवरील दहशतवादी हल्ला, नीरजा चित्रपट इ इतिहास तुमच्या डोळ्यांसमोर जिवंत करण्याचा एक मार्ग आहे, काही वेळी ते अधिक प्रेरक विषयांवर लक्ष केंद्रित करतात. काही वेळेस वास्तविक जीवनातील लोकांचे वास्तविक शब्द समाविष्ट करून शो तयार करतात. हे सर्व लोक खरोखर बोललेल्या शब्दांबद्दल असते कारण ते इतिहासात नोंदवले गेले आहेत.

३) डॉक्युमेंटरी, मॅगझिन शो, कला आणि संस्कृती, इतिहास, राजकारण, विज्ञान, निसर्ग, ट्रॅव्हल शो आणि चर्चासत्र:

या प्रकारात निसर्ग आणि वन्यजीव माहितीपट, ऐतिहासिक कार्यक्रम, चरित्रात्मक मालिका, विज्ञान आणि तंत्रज्ञान स्पष्टीकरण, प्रवास आणि साहसी कार्यक्रम आणि खऱ्या गुन्हेगारी कथांसह दूरचित्रवाणी शोच्या विस्तृत श्रेणीचा समावेश होतो. या सर्व शोमध्ये गोष्टी व्यवस्थित आणि आकर्षक ठेवण्यासाठी स्क्रिप्ट्स आहेत.तथ्यात्मक प्रोग्रामिंगच्या स्क्रिप्ट्स सामान्यत: संपादकीय विभागाद्वारे तयार केल्या जातात, ज्यांच्या सदस्यांना पत्रकारितेची पार्श्वभूमी असते. ते संशोधन करतात आणि सत्य कथांसाठी स्क्रिप्ट तयार करतात. काही स्क्रिप्ट्स निर्मिती पश्चात एकत्र ठेवल्या जातात, तर इतर फक्त निर्माण स्थितीत असतात आणि नंतर पोस्ट-प्रॉडक्शनमध्ये एक वेगळी भाष्य स्क्रिप्ट असते हे ड्रामा शोपेक्षा वेगळे आहे, ज्यात काल्पनिक स्क्रिप्ट लिहिण्यासाठी स्वतंत्र टीम आहेत. काहीवेळा, हे शो तज्ञ किंवा ख्यातनाम व्यक्तींद्वारे होस्ट केले जातात, जसे की इतिहासकार किंवा विनोदवीर जे साहसी बनले आहेत. ते कार्यक्रमांमध्ये त्यांची खास शैली आणतात, त्यांना अधिक आकर्षक बनवतात. अशी सामग्री सहसा काटेकोर बजेटवर कार्य करते, म्हणून कर्मचारी अनेक भूमिका घेतात. सुरुवातीला, तुम्ही बहुधा ऑफिस रनर, कनिष्ठ संशोधक आणि लॉगर किंवा लोकेशन रनर यांसारख्या प्रवेश-स्तरीय पदांवर प्रारंभ करू शकतात, हळूहळू अधिक जबाबदाऱ्या घेतात. जोपर्यंत तुम्ही BBC सारख्या ब्रॉडकास्टरमध्ये काम करत नसाल, जे त्यांना प्रशिक्षण कार्यक्रमांवर पाठवून त्यांच्या प्रतिभेचे पालनपोषण करतात त्यांची कौशल्ये विकसित करण्यात मदत करतात.जे लोक वास्तविक दूरचित्रवाणीमध्ये काम करतात ते बऱ्याचदा बातम्या, मनोरंजन किंवा मुलांच्या दूरचित्रवाणीमधील करिअरमध्ये बदलतात. मनोरंजक ठिकाणी प्रवास करण्याची आणि अप्रत्याशित परिस्थितीशी जुळवून घेण्याची क्षमता आवश्यक असते. जे लोक वास्तविक दूरचित्रवाणीमध्ये काम करतात ते बऱ्याचदा बातम्या, मनोरंजन किंवा मुलांच्या दूरचित्रवाणीमधील करिअरमध्ये बदलतात, जिथे त्यांची पत्रकारिता कौशल्ये वापरली जातात. या करिअरसाठी व्यक्तीने या करिअर मार्गांना उच्च-दबाव परिस्थिती हाताळण्यास सक्षम असणे, आकर्षक ठिकाणी प्रवास करणे आणि अप्रत्याशित वेळापत्रकांशी जुळवून घेणे

आवश्यक आहे त्यामुळे, वास्तविक दूरचित्रवाणीमध्ये काम केल्याने मीडिया जगतात रोमांचक संधींचे दरवाजे उघडू शकतात.

४) टॉक शो:

चॅट शो किंवा टॉक शो, मग ते दूरचित्रवाणीवर असो किंवा रेडिओवर, हा एक असा कार्यक्रम असतो जिथे एक व्यक्ती किंवा व्यक्तींचा समूह विविध विषयांवर मुलाखत कार्यक्रमाचे संचलन करणाऱ्याच्या नेतृत्वाखाली चर्चा करतो. सामान्यतः, या शोमध्ये आमंत्रित अतिथी तज्ञ असतात ते त्या विशिष्ट क्षेत्रात खूप अनुभव आणि कौशल्य बाळगणारे लोक असतात. काहीवेळा, यजमान आणि सह-यजमानासह केवळ एक अतिथी त्याचे ज्ञान सामायिक करू शकतो.अनेक चॅट शोमध्ये, प्रेक्षक थेट कॉल करू शकतात आणि प्रश्न विचारून किंवा त्यांचे विचार शेअर करून सहभागी होऊ शकतात. प्रेक्षकांशी हा संवाद कॉल-इन शोमध्ये सामान्य आहे. टॉक शो, मग ते दूरचित्रवाणी किंवा रेडिओवर, यजमान आणि त्यांनी आमंत्रित केलेले अतिथी यांच्यात द्वि-मार्गी संभाषणांसाठी एक व्यासपीठ प्रदान करतात. हे कार्यक्रम दिवसा आणि आठवड्याच्या दिवशी सकाळी होऊ शकतात. हे मोठ्या प्रमाणात लोकप्रिय असतात. तथापि, सर्वात सुप्रसिद्ध टॉक शो सहसा रात्री उशिरा, अनेकदा मध्यरात्रीनंतर प्रसारित केले जातात. या शोमध्ये केवळ राजकारणच नाही तर लोकप्रिय संस्कृती आणि चालू घडामोडी यासह विविध विषयांचा समावेश होतो, ज्यामुळे ते मनोरंजन आणि माहितीचे लोकप्रिय स्रोत बनतात.

५) लहान मुलांचे कार्यक्रम:

वाढत्या व्हिडिओ-ऑन-डिमांड मार्केटमुळे मुलांच्यादूरचित्रवाणीचे जग रोमांचक अशा नवीन प्रदेशांमध्ये विस्तारत आहे. नेटफ्लिक्स आणि ॲमेझॉन प्राइम सारख्या कंपन्या किशोरवयीन मुलांसाठी असलेल्या शो मधे अधिक गुंतवणूक करत आहेत. ही चांगली बातमी आहे, विशेषत: मुलांचे प्रोग्रामिंग तयार करण्यासाठी जबाबदार असलेल्या स्वतंत्र उत्पादन कंपन्यांसाठी लहान मुलांच्यादूरचित्रवाणीवर काम करणे हे नाटक, सिटकॉम किंवा मालिका यांच्या स्टुडिओ निर्मितीमध्ये काम करण्यासारखे नाही कारण यांच्या स्टुडिओ निर्मितीच्या तुलनेत मुलांचे दूरचित्रवाणी शो तयार करणे ही एक अनोखी प्रक्रिया आहे. तथापि, ते सर्व समान निर्मिती प्रक्रियेचे अनुसरण करतात, ज्यात ठरवलेल्या स्क्रिप्ट्ससह काम करणे आणि निर्मिती वेळापत्रक तयार करणे समाविष्ट आहे. मुलांचे प्रोग्रामिंग बदलते;

काही कार्यक्रम विज्ञान, निसर्ग किंवा गणित यासारख्या वस्तुस्थितीवर लक्ष केंद्रित करतात आणि त्यात डॉक्युमेंटरी घटकांचा समावेश असू शकतो. यात निर्मिती स्क्रिप्ट अनुसार होते. परंतु तथ्ये सांगण्याआधी संघाकडे मजबूत संशोधन कौशल्ये असणे आवश्यक आहे. तुम्हाला मुलांच्यादूरचित्रवाणीमधील करिअरमध्ये स्वारस्य असल्यास, तुम्ही सामान्यत: लहान मुलांच्या सामग्रीमध्ये विशेषत्वाने काम करणाऱ्या निर्मिती संस्था किंवा स्वतंत्र निर्मिती संस्था किंवा इन-हाउस स्टुडिओ किंवा ब्रॉडकास्टरमधे स्टुडिओ रनर किंवा ऑफिस रनर म्हणून सुरुवात करू शकता, सुमारे सहा ते बारा महिने रनर म्हणून काम केल्यानंतर, तुम्ही कनिष्ठ संशोधक म्हणून संपादकीय भूमिकेत जाऊ शकता. या स्थितीत, तुमच्यावर शोमध्ये सहभागी होण्यासाठी लोकांना शोधणे, कथा शोधणे आणि शूटमध्ये मदत करणे याची जबाबदारी असेल. काही कनिष्ठ संशोधकांना कॅमेऱ्यासमोर येण्याची संधीही मिळते. चिल्ड्रन्सदूरचित्रवाणीने फिलीप स्कोफिल्ड, अँथिया टर्नर आणि फर्न कॉटन यांसारख्या इतर क्षेत्रात यशस्वी कारकीर्द करणारे सादरकर्ते तयार केले आहेत. तुम्ही स्टुडिओ सेटिंगला प्राधान्य दिल्यास, तुम्ही असिस्टंट फ्लोअर मॅनेजर म्हणून सुरुवात करू शकता आणि फ्लोअर मॅनेजर होण्यासाठी तुमच्या मार्गाने काम करू शकता. मुलांचे प्रोग्रॅमिंग सहसा मुलांसाठी सकाळ आणि दुपारच्या वेळी तयार केले जाते, विशेषत: त्यांच्यासाठी डिझाइन केलेले आणि त्या वेळी प्रसारित केलेल्या सामग्रीसह. मुलांचे शिक्षण आणि मनोरंजन करणे हे या शोचे मुख्य उद्दिष्ट आहेत. ते अनेकदा विविध प्रकारच्या सामग्रीद्वारे नैतिक धडे देतात. याव्यतिरिक्त, मुलांचे कार्यक्रम स्वप्नासारखे अनुभव तयार करतात, कल्पनारम्य, परीकथा, व्हिडिओ गेम आणि बरेच काही समाविष्ट करतात, ज्यामुळे मुलांमधे आश्चर्य आणि साहसाची भावना निर्माण होते.

तुमची प्रगती तपासा

१. मुलांसाठी असलेल्या काही एज्युटेनमेंट शोची नावे सांगा

२. काही टॉक शोची नावे द्या आणि त्यातील विषय -सामग्रीचे विश्लेषण करा

३. माहितीपट म्हणजे काय?

५) टॅलेंट हंट शो:

टॅलेंट हंट शो हे लोकांमध्ये, विशेषतः तरुण पिढीत लपलेल्या कलागुणांचा शोध घेण्याविषयी असतात. हे शो व्यक्तींना त्यांची कौशल्ये आणि प्रतिभा दाखवण्यासाठी एक व्यासपीठ प्रदान करतात, त्यांना ओळख निर्माण करण्याची संधी देतात.गेम शो हा आणखी एक प्रकारचा कार्यक्रम आहे जेथे स्पर्धकांचे गट किंवा प्रेक्षक सदस्य कोडी सोडवण्याचा

किंवा क्षुल्लक प्रश्नांची उत्तरे देण्याचा प्रयत्न करतात. जर ते यशस्वी झाले तर ते बक्षिसे जिंकतात. प्रेक्षकांसोबत गुंतण्याचा हा एक मजेदार आणि अनेकदा संवादी मार्ग आहे. दुसरीकडे, व्हरायटी शो वेगवेगळ्या परफॉर्मन्सचे मिश्रण आहेत. त्यामध्ये स्टँड-अप कॉमेडी, संगीत कृती आणि नृत्य समाविष्ट असू शकतात, जे विविध प्रकारच्या प्रतिभांचे प्रदर्शन करतात. विविध कार्यक्रमांची मुळे व्हिक्टोरियन काळातील थेट थिएटर शोमध्ये आहेत आणि २० व्या शतकाच्या मध्यात युनायटेड स्टेट्समधील दूरचित्रवाणीवर खूप लोकप्रिय होते, त्यातील काही आजही लोकप्रिय आहेत. हे शो प्रेक्षकांना आनंद घेण्यासाठी वैविध्यपूर्ण आणि मनोरंजक कामगिरीचे मिश्रण देतात.

६) रीॲलिटि टेलिविजन:

रिॲलिटी शो हे दूरदर्शन कार्यक्रमांची एक वैविध्यपूर्ण श्रेणी आहेत ज्यात सामान्य लोक सहभागी असतात. या कार्यक्रमांना अनेकदा "फेव्हर्ड फॅक्चुअलदूरचित्रवाणी" म्हणून संबोधले जाते. ते मनोरंजन, माहिती आणि नाटकाच्या पंक्तीच्या मध्यभागी येतात. हे शो सामान्यत: अनस्क्रिप्ट/अलिखित केलेले असतात आणि वास्तविक जीवनातील घटनांभोवती फिरतात, ज्यात सामान्य लोक किंवा सेलिब्रिटींचा समावेश असतो. रिॲलिटी शोचे निर्माते शोची संकल्पना आणि पात्रे घेऊन येतात, परंतु जे घडते ते बरेच काही अलिखित असते. सहभागींच्या अस्सल प्रतिक्रिया आणि वास्तविक परिस्थितींवरील प्रतिसाद कॅमेऱ्यात टिपले जातात आणि नंतर प्रोग्रामची गरज किंवा कथानकानुसार संपादित केले जातात. रिॲलिटी दूरचित्रवाणीचा एक उल्लेखनीय पैलू असा आहे की त्यात प्रसिद्ध व्यक्तींऐवजी सामान्य लोक दाखवले जातात. काही रिॲलिटी शो स्पर्धांचे स्वरूपात असतात. तर काही वास्तविक जीवनातील विविध पैलूंचे चित्रण करतात. अनेक रिॲलिटी शो हे दोन्ही घटक एकत्र करतात, डेटिंग किंवा घरातील सुधारणा यासारख्या वास्तविक जीवनातील क्रियाकलापांमध्ये स्पर्धा निर्माण करतात. हे शो यात गुंतलेल्या लोकांचे जीवन आणि अनुभव यांचा एक अनोखा आणि अनेकदा आकर्षक स्वरूप देतात.

७) सोप ऑपेरा / मालिका:

सोप ऑपेरा हे काल्पनिक कथांचे निरंतर कार्य आहे जे भागांमध्ये सादर केले जाते आणि सामान्यत: दूरचित्रवाणी किंवा रेडिओवर प्रसारित केले जाते. ते दर्शकांसाठी पुरेसे मनोरंजक प्रकार म्हणून राहिले आहेत

सोप हा शब्द वापरायचे कारण असे की जेव्हा याचे रेडिओ प्रसारण सुरू झाले, त्यात असंख्य साबण उत्पादकांनी शोचे जाहिरातदार म्हणून भाग घेतला. साबण दूरचित्रवाणी-समर्थित काल्पनिक कथा ज्याला सोप ऑपेरा एअर डेली म्हणून ओळखले जाते. आजकाल, प्रत्येकजण विविध प्रकारच्या शांत साबण ऑपेराशी परिचित आहे, ज्यात दैनिक मालिका, साप्ताहिक मालिका, douc सोप, रीॲलिटि सोप, माहितीपट रीॲलिटि सोप, विविध रचना प्रकरतले सोप इत्यादींचा समावेश आहे. "सोप ऑपेरा" हा शब्द २० व्या शतकाच्या मध्यभागी गृहिणींना उद्देशून दिवसा नाटकांना प्रायोजित करणाऱ्या डिटर्जंट कंपन्यांपासून तयार झाला आहे. सोप ऑपेरा त्यांच्या मधुर कथानक आणि अवास्तविक कथानकांच्या प्रवृत्तीसाठी ओळखले जातात. काही सोप ऑपेरा आहेत जे वैद्यकीय नाटकांसारखे आहेत, तर इतर प्रेमकथांवर अधिक लक्ष केंद्रित करतात.

प्राइम-टाइम मालिकांना मोठ्या प्रमाणावर प्रेक्षकवर्ग मिळतो.

खेळ: क्रीडा कार्यक्रमांसाठी समर्पित प्रोग्रामिंग दूरचित्रवाणीसाठी काही सर्वोच्च रेटिंग्स सातत्याने मिळवते.

इतर अनेक माध्यमांच्या व्यतिरिक्त, क्रीडा स्पर्धांचे वारंवार थेट प्रक्षेपण केले जाते, जे पाहण्याचा अनुभव तात्काळ आणि निकडीच्या भावनेने प्रभावित असतो. क्रीडा स्पर्धांचे प्रक्षेपण (स्पोर्ट्स ब्रॉडकास्टिंगचा) व्यवसाय स्पर्धात्मक आहे, कारण प्रिमियम स्पोर्टिंग इव्हेंट्स, तसेच ऑलिम्पिकसारख्या कमी वारंवार होणाऱ्या परंतु अधिक प्रख्यात जागतिक स्पर्धा जिंकण्यासाठी नेटवर्क सतत बोली लावण्याच्या युद्धांमध्ये गुंतलेले असतात. स्पर्धा लाइव्ह इव्हेंट आणि चर्चा कार्यक्रम, सामन्यानंतरचे विश्लेषण आणि इतर स्पिन-ऑफ सामग्री मनोरंजक असण्याची शक्यता आहे, परंतु त्यांचे अनुसरण करणे कठीण होऊ शकते. बाहेरील प्रक्षेपणात (outside broadcasting -OB) अडचणी आहेत, परंतु जर तुम्हाला खेळ पाहण्यात आनंद वाटत असेल, तर तुम्हाला कदाचित या सेटिंगमध्ये काम करायला देखील आवडेल तसेच खेळाच्या इतिहासाचे किंवा लॉजिस्टिक्सचे ज्ञान तुम्हाला नोकरीसाठी अर्ज करताना फायदेशीर ठरेल. तुम्हाला माहितीपट किंवा बातम्या प्रसारणासारख्या वस्तुस्थितीदर्शक सामग्री तयार करण्याचा अनुभव असल्यास, तुम्हाला क्रीडा उत्पादनाच्या जगात संक्रमण करणे सोपे जाईल. परफॉर्मिंग आर्ट्समधील नोकरीपासून ॲथलेटिक्समधील नोकरीकडे शिफ्ट करणे अत्यंत आव्हानात्मक असू शकते परंतु पूर्णपणे अशक्य नाही.

८) स्केच कॉमेडी:

स्केच कॉमेडीचे अनेक प्रकार उदाहरणार्थ स्केच कॉमेडी शोमध्ये एकापेक्षा जास्त व्यक्तींचा समावेश असलेली विविध मजेदार स्किट्स सादर केली जातात.

स्केच कॉमेडी शोमध्ये विनोदी तंत्रांची विस्तृत श्रेणी आहे, सिली स्लॅपस्टिकपासून तीक्ष्ण व्यंग्यांपर्यंत. "स्केच कॉमेडी" हा शब्द कॉमेडीच्या एका प्रकाराशी संबंधित आहे जेथे मजेदार कलाकार किंवा विनोदी कलाकारांचा एक गट "स्केचेस" नावाच्या छोट्या, मजेदार दृश्यांची किंवा विग्नेट्सची मालिका सादर करतो. हे "स्केचेस" सामान्यत: संक्षिप्त असतात, एक ते दहा मिनिटांपर्यंत. स्केच कॉमेडीची संकल्पना वाउडेव्हिलमध्ये सादर झाली आणि त्वरीत लोकप्रियता मिळवली. हे आता विविध स्वरूपांमध्ये मोठ्या प्रमाणावर वापरले जाते, ज्यात विविध कार्यक्रम, विनोदी टॉक शो आणि अगदी विशिष्ट सिटकॉम आणि लहान मुलांच्या दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांचा समावेश आहे.

स्केच कॉमेडीमधील स्किट्स वेगवेगळ्या स्वरूपात असतात. ते कलाकारांद्वारे थेट सुधारित केले जाऊ शकतात, वास्तविक कामगिरीपूर्वी सुधारणेद्वारे तयार केले जाऊ शकतात किंवा पूर्णपणे नियोजित आणि आगाऊ तालीम केली जाऊ शकते, अगदी एखाद्या नाटकाप्रमाणे. स्केच कॉमेडियन अनेकदा त्यांचे काम "स्किट" कॉमेडियनपेक्षा वेगळे करतात. त्यांचा असा युक्तिवाद आहे की "स्किट" हा सामान्यत: एकच नाट्यमय विनोद किंवा "बिट" असतो, तर "स्केच" एखाद्या कल्पना, पात्र किंवा परिस्थितीचे विनोदी अन्वेषण करते. हा फरक कॉमेडी आणि स्केच कॉमेडियनमध्ये सामान्य आहे, स्केच कॉमेडियन सामान्यतः त्यांचे काम "स्किट" कॉमेडियनपेक्षा वेगळे करतात. ज्यांना "स्किट" कॉमेडियनच्या अधिक सरळ विनोदाच्या तुलनेत त्यांच्या कामाची खोली आणि जटिलता यावर जोर द्यायचा आहे.

९) सीटकॉम्स:

"सिच्युएशन कॉमेडीज"चे संक्षिप्तरूप म्हणजे सिटकॉम!! हा विनोदी दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांचा एक लोकप्रिय प्रकार आहे जेथे सर्व पात्रे एकाच सेटिंगमध्ये राहतात, जसे की घर किंवा कार्यालय, आणि त्यांच्या दैनंदिन जीवनाशी संबंधित विनोदी संवादांमध्ये गुंतलेले असतात. सिटकॉमची मुळे रेडिओवर सापडतात, परंतु आजकाल ते दूरचित्रवाणी उद्योगात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात आणि सर्वात प्रचलित कथाकथन शैलींपैकी एक आहेत.Sitcoms, ज्याचा अर्थ "परिस्थितीविषयक कॉमेडी" आहे, विशेषत: कुटुंबे, कामाची ठिकाणे किंवा मित्र आणि ओळखीच्या गटांच्या जीवनाभोवती केंद्रस्थानी असते. हे शो विविध फॉरमॅटमध्ये येतात. काहींना मल्टी-कॅमेरा सिटकॉम असे संबोधले जाते, आणि ते निश्चित सेटवर चित्रित केले जातात आणि संपूर्ण सेटमध्ये विशिष्ट ठिकाणी अनेक कॅमेरे लावले जातात. इतरांना सिंगल-कॅमेरा सिटकॉम म्हणून ओळखले जाते, आणि ते इतर सिटकॉमपेक्षा वेगळे आहेत कारण ते फिचर फिल्म्ससारखेच चित्रित केले जातात, अधिक सिनेमॅटिक अनुभव देतात. लाइव्ह-ॲक्शन सिटकॉम्स व्यतिरिक्त, काही सिटकॉमच्या ॲनिमेटेड आवृत्त्या देखील आहेत, ज्या अनन्य आणि सर्जनशील मार्गाने विनोद आणि कथा सांगण्यासाठी ॲनिमेशन तंत्र वापरतात.

१०) रोमँटिक कॉमेडीज:

ज्याला रोम-कॉम्स म्हणून संबोधले जाते, मनोरंजनाच्या जगात एक आनंददायक आणि विनोदी शैली आहे, ज्यामध्ये चित्रपट आणि इतर कार्यक्रमांचा समावेश आहे. या कथा प्रामुख्याने प्रेमसंबंधांच्या विकासाभोवती फिरतात. रोम-कॉम हे किफायतशीर म्हणून

ओळखले जातात, जे फ्रँचायझींना जन्म देतात आणि पुस्तके, चित्रपट आणि दूरचित्रवाणीसह विविध माध्यमांमध्ये त्यांची लोकप्रियता टिकवून ठेवतात.सिटकॉमशी जवळून संबंधित, रोम-कॉम्स प्रेम आणि नातेसंबंधांच्या विचित्रपणा आणि मूर्खपणापासून त्यांचा विनोद निर्माण करतात. ते रोमँटिक चकमकींचे मजेदार आणि मोहक पैलू सादर करतात. रॅम-कॉमचे उत्कट चाहते असले तरी, ते नेहमी सिटकॉम सारखे मोठ्या बाजारपेठेतील हिस्सा मिळवू शकत नाहीत. तरीही, ते मनोरंजन उद्योगातील एक लोकप्रिय आणि टिकाऊ शैली आहेत.

११) टीन ड्रामा:

टीन ड्रामा ही नाटक मालिकेची एक विशिष्ट शैली आहे जी प्रामुख्याने किशोरवयीन आणि तरुण प्रौढ पात्रांवर केंद्रित आहे. १९९० च्या दशकाच्या सुरुवातीस "बेव्हरली हिल्स, ९०२१०" सारख्या उल्लेखनीय मालिकांसह आणि अलीकडेच फॉक्स मालिका "द ओसी" च्या यशासह या शोज ना लक्षणीय महत्त्व प्राप्त झाले. किशोरवयीन नाटकांमध्ये अनेकदा त्यांच्या तरुण पात्रांना स्वत:ची तीव्र भावना असल्याचे चित्रित केले जाते, जे त्यांना हरवलेल्या आणि गोंधळलेल्या किशोरवयीन चित्रणापासून वेगळे करते. ही पात्रे परिपक्वता आणि आत्म-जागरूकतेच्या प्रमाणात तयार केली गेली आहेत जी प्रौढ किशोरवयीन मुलांची कल्पना कशी करतात हे प्रतिबिंबित करतात आणि कथा कथनात लक्षणीय फरक करतात. हे हाय-स्कूल दूरचित्रवाणी शो पाहणे दर्शकांना त्यांच्या किशोरवयीन वर्षांची एक आदर्श पुनर्प्रत्ययाचा आनंद देतात आणि त्यांनी गोष्टी वेगळ्या पद्धतीने कशा हाताळल्या असतील याचा विचार करू शकतात.

१२) पोलिस कथा:

ज्याला कॉप/डिटेक्टीव्ह प्रोसिजरल असेही म्हटले जाते, ही डिटेक्टिव्ह फिक्शनची एक उपशैली आहे जी पोलिसांच्या कामाच्या तपास आणि प्रक्रियात्मक पैलूंवर केंद्रित आहे. या कथांमध्ये, मुख्य पात्रे, बहुतेकदा कायद्याची अंमलबजावणी करणारे अधिकारी किंवा गुप्तहेर यांना महत्त्वपूर्ण गुन्ह्यांची उकल करण्याचे काम दिले जाते. पोलिस प्रक्रिया संरचित आणि सूत्रबद्ध कथानकाचे अनुसरण करतात जे तपास प्रक्रियेभोवती फिरते. पोलिस प्रक्रिया ही गूढ शैलीचा एक मोठा भाग आहे त्याच शैलीमध्ये पोलिस महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात आणि गुन्ह्यांचे निराकरण करण्यासाठी एक असामान्य दृष्टीकोन देतात. ते प्रकरणांचा छडा लावण्यासाठी कायद्याची अंमलबजावणी करणाऱ्या क्लिष्ट मार्गांचा शोध घेतात, ज्यामुळे तपास हाच केंद्रबिंदू बनतो. सामान्यतः, हे शो एखाद्या गुन्ह्यापासून सुरू होतात, जो उत्कट गुन्हा किंवा सिरीयल किलरचे काम असू शकतो. नंतर कथन तपासाच्या विविध टप्प्यांतून दर्शकांना मार्गदर्शन करून, अटक आणि काही प्रकारचे कायदेशीर न्याय मिळवून उलगडते. काही पोलिस प्रक्रिया न्यायालयीन नाट्यासह असतात ज्यामुळे कथानकात कायदेशीर गुंतागुंतीचा अतिरिक्त भाग जोडला जातो. अशा कथांचे आकर्षण त्यांच्या एपिसोडिक स्वरूपामध्ये असते, ज्यामुळे ते प्रसारण सिंडिकेशनमध्ये लोकप्रिय होतात. या प्रकारात दीर्घकालीन कथा नसल्यामुळे लहान भागांमुळे दर्शकांना सोयीस्करपणे त्या बघता येतात. देते, ज्यामुळे ते मोठ्या प्रेक्षक वर्गासाठी आकर्षक बनतात.

१३) विज्ञान-कथा आणि कल्पनारम्य कथा:

हा चित्रपट आणि दूरचित्रवाणीचा एक प्रकार आहे जो भविष्यातील संकल्पना किंवा प्रगत सारख्या तंत्रज्ञानाशी संबंधित आहे. या शैलीला "सायन्स फिक्शन" (sci-fi) आणि "फॅंटसी" असे संबोधले जाते. वैज्ञानिक कल्पना आणि कल्पनारम्य चित्रपट आणि दूरदर्शन कार्यांची विस्तृत श्रेणीत भविष्यवादी आणि काल्पनिक संकल्पना समाविष्ट असतात. ही शैली प्रगत विज्ञान, भविष्यवादी तंत्रज्ञान, अंतराळ संशोधन, टाईम ट्रॅवल , समांतर विश्व संकल्पना आणि परग्रहावरील जीवनाशी सामना करतात.चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी जगात, विज्ञान-कथा आणि कल्पनारम्य विशेषत: केबल आणि स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्मवर आश्चर्यकारकपणे लोकप्रिय आहेत. ते मिथ्या-ऐतिहासिक महाकाव्यांपासून ते डायस्टोपियन सायन्स फिक्शन नॉइर्सपर्यंत विविध रूपे घेऊ शकतात. या शैलीमध्ये, तुम्हाला थीम आणि सेटिंग्जची वैविध्यपूर्ण श्रेणी सापडेल, ज्यात टाईम ट्रॅवलच्या तलवारीच्या लढाईपासून एलियन्ससह अलौकिक चकमकींपर्यंतचा समावेश आहे. साय-फाय आणि कल्पनारम्य कथाकारांना कल्पनारम्य आणि इतर जगाच्या संकल्पना एक्सप्लोर करण्यासाठी एक सर्जनशील आणि अमर्याद कल्पनाशक्ती प्रदान करतात, ज्यामुळे ते प्रेक्षकांसाठी आकर्षक बनतात.

१४) ॲनिमे (Anime):

जपानमधील "ॲनिमेशन"चे लघुरूप आहे, ॲनिमेटेड शैलीत ती हाताने काढली आणि संगणकाद्वारे तयार केली जाते. जपानबाहेरील इंग्रजी भाषिक प्रदेशांमध्ये, "ॲनिमे" विशेषतः जपानी ॲनिमेशनला सूचित करते, त्याची विशिष्ट शैली आणि सांस्कृतिक उत्पत्ती अधोरेखित करते. तथापि, जपानमध्ये, "ॲनिमे" हा शब्द व्यापक आहे आणि सर्व प्रकारच्या ॲनिमेटेड कार्यांचा समावेश आहे, त्यांची शैली किंवा मूळ देश विचारात न घेता. "ॲनिमे -प्रभावित ॲनिमेशन" म्हणून ओळखली जाणारी एक श्रेणी देखील आहे, जी जपानच्या बाहेर बनवलेल्या परंतु जपानी ॲनिम सारख्या शैलीमध्ये बनवलेल्या ॲनिमेटेड कामांचे वर्णन करते.ॲनिमेची उत्पत्ती १९१७ पासून झाली जेव्हा पहिले व्यावसायिक जपानी ॲनिमेशन तयार केले गेले. १९६० च्या दशकापर्यंत ॲनिमसाठी एक अनोखी कला शैली उदयास आली, ज्याचे श्रेय प्रसिद्ध व्यंगचित्रकार ओसामू तेझुका यांना देण्यात येते. या शैलीने आगामी दशकांमध्ये लोकप्रियता मिळवली आणि घरगुती प्रेक्षक मोठ्या प्रमाणावर आकर्षित केले. ॲनिमे थिएटर, दूरचित्रवाणी, होम मीडिया आणि इंटरनेटसह विविध प्लॅटफॉर्मद्वारे वितरित केले जातात. हे बऱ्याचदा जपानी कॉमिक बुक्स (मांगा), हलकी कादंबरी किंवा व्हिडिओ गेममधून प्रेरणा घेतात, ज्यामुळे विविध प्रकारच्या आणि विशिष्ट प्रेक्षकांची पूर्तता करणाऱ्या शैलींची विस्तृत श्रेणी मिळते. ॲनिममधे विविध निर्मिती पद्धतींसह वैविध्यपूर्ण माध्यम बनण्याची क्षमता आहे जी उदयोन्मुख तंत्रज्ञानामुळे विकसित झाली आहे. यात कला, व्यक्तिचित्रण, सिनेमॅटोग्राफी आणि इतर सर्जनशील तंत्रांसह विविध घटकांचा समावेश आहे. पाश्चात्य ॲनिमेशनपेक्षा ॲनिम वारंवार क्लिष्ट सेटिंग्ज आणि पॅनिंग, झूमिंग आणि विशिष्ट कॅमेरा अँगल यांसारख्या सिनेमॅटिक तंत्रांचा वापर करण्यावर जोरदार भर देते. वेगवेगळ्या कला शैली वापरल्या जातात, आणि पात्र योजना लक्षणीयरीत्या बदलू शकतात, मोठे आणि अर्थपूर्ण डोळे हे एक वेगळेपण आहे.स्टुडिओ घिब्ली, सनराईज, बोन्स, यूफोटेबल, एमएपीपीए, कोमिक्स वेव्ह फिल्म्स आणि तोई ॲनिमेशन सारख्या उल्लेखनीय स्टुडिओसह ॲनिम उद्योगात सुमारे ४३० उत्पादन कंपन्या आहेत. ॲनिम हा एक बहुमुखी

प्रकार आहे जो कॉमिक पुस्तके, व्हिडिओ गेम, चित्रपट आणि दूरचित्रवाणीचा विस्तार करतो. हे शनिवार सकाळच्या लहान मुलांसाठीच्या व्यंगचित्रांपासून ते किशोरवयीन आणि प्रौढांसाठी असलेल्या ज्वलंत थीमपर्यंत प्रेक्षकांच्या विस्तृत श्रेणीची पूर्तता करते.

१५) दूरचित्रवाणीवरील मालिका / दूरचित्रवाणी ड्रामा:

मालिका/ दूरचित्रवाणी ड्रामा ही एक वैविध्यपूर्ण आणि गतिमान शैली आहे ज्याचे जे त्याच्या कर्मचारी संख्या आणि निर्मितीसाठी उपलब्ध संसाधनांवर परिणाम करते. इथे काम करणे चित्रपटात काम करण्यात बरेच साम्य आहे, परंतु दूरचित्रवाणीचे बजेट सामान्यत: लहान असते, जर त्यात मोठ्या प्रमाणात आंतरराष्ट्रीय सह-निर्मिती समाविष्ट नसते, जसे की बीबीसीचे 'व्हर्साय', ज्याचे बजेट दहा भागांसाठी. £२४ दशलक्ष होते. दूरचित्रवाणी मालिका आणि चित्रपट या दोन्ही निर्मितीची सुरुवात एका आधीच तयार केलेल्या पटकथेने होते, कथेला जिवंत करण्यासाठी एक कुशल सर्जनशील आणि तांत्रिक कर्मचारी नियुक्त करतात आणि बऱ्याचदा तथ्यात्मक सामग्रीपेक्षा निर्मितीसाठी जास्त वेळ लागतो, वस्तुस्थिती सामग्रीपेक्षा (तुम्ही आर्क्टिक कोल्ह्याच्या आयुष्यातील एक वर्षाचे चित्रीकरण करत नाही तोपर्यंत) निर्मितीसाठी बराच वेळ लागतो. इंडस्ट्रीमधील कलाकार आणि कर्मचारी अनेकदा दूरचित्रवाणी आणि चित्रपटांमध्ये काम करताना बदलू शकतात, कारण तेथे अनेक कौशल्ये आणि अनुभव आहेत. तथापि, दूरचित्रवाणी शो मधील उत्पादन विभाग लहान असतात आणि व्यक्तींना मोठ्या प्रमाणात जबाबदाऱ्या असू शकतात. मालिका आणि चित्रपट उद्योगात काम करण्याची सवय असलेल्यांसाठी, संगीत व्हिडिओ, कॉमेडी आणि लहान मुलांसाठी दूरचित्रवाणी यांसारख्या इतर क्षेत्रांमध्ये प्रवेश करण्याची संधी असू शकते, विशेषत: "भयानक इतिहास" सारख्या मोठ्या-बजेट लाइव्ह-ऍक्शन शोच्या बाबतीत. किंवा "हँक झिपझर." बातम्या, माहितीपट, तथ्यात्मक प्रोग्रामिंग, क्रीडा आणि थेट प्रक्षेपण यासारखे इतर दूरचित्रवाणी प्रकार मालिकांपेक्षा वेगळे असतात.ज्यांची ठराविक वैशिष्ट्ये आहेत. नाटकातील कारकीर्दीपासून या शैलींमध्ये बदल करणे अधिक आव्हानात्मक असू शकते, कारण वेग आणि मागण्या बऱ्याचदा भिन्न असतात. लाइव्ह ब्रॉडकास्टवर काम करणारे व्यावसायिक, मग ते क्रीडा असो किंवा बातम्या, जलद, लवचिक आणि तीव्र दबावाखाली काम करताना काटेकोर मुदत पूर्ण करण्यास सक्षम असणे आवश्यक आहे. प्रत्येक शैलीसाठी आवश्यक कौशल्ये लक्षणीयरीत्या बदलू शकतात जेणेकरून हे संक्रमण अधिक सहजतेने होऊ शकते.

१६) विनोदी कार्यक्रम / कॉमेडी:

दूरचित्रवाणी विनोदी कार्यक्रमात सिटकॉम, पॅनेल शो, स्टँड-अप, व्यंग्य आणि स्केच शो यासह उप-शैलींची विस्तृत श्रेणी समाविष्ट आहे. स्टँड-अप कॉमेडी त्याच्या फॉरमॅटमध्ये वेगळी असली तरी, दूरचित्रवाणीवरील इतर विनोदी कार्यक्रम मालिकांप्रमाणेच तयार केले जातात. ते सामान्यत: तयार केलेल्या पटकथेनुसार काम करतात, विविध ठिकाणं आणि स्टुडिओ सेटअप वापरतात, संरचित निर्मिती वेळापत्रकाचे अनुसरण करताना सर्जनशील, प्रशासकीय आणि तांत्रिक कर्मचाऱ्यांचे संयोजन समाविष्ट करतात. कॉमेडी प्रॉडक्शनचे बजेट नाटकापेक्षा अधिक माफक असते, परिणामी निर्मिती मूल्ये कमी होतात.दुसरीकडे, लाइव्ह परफॉर्मन्स ही टीव्ही कॉमेडीच्या क्षेत्रातील एक अनोखी श्रेणी आहे. हे शो थेट

प्रेक्षकांसह मनोरंजन कार्यक्रम म्हणून संरचित केले जातात आणि वेळापत्रकांचे काटेकोर पालन करतात, बहुतेकदा एकाच दिवसात किंवा संध्याकाळी होतात. त्रुटीसाठी जागा नाही, म्हणून सूक्ष्म नियोजन आणि तालीम आवश्यक आहे. अशा परफॉर्मन्सचे सादरीकरण आव्हानात्मक असू शकते, विशेषत: जेव्हा ते साउंडप्रूफिंग, स्टेज लाइटिंग रिग्स, ग्रीन रूम आणि इतर सुविधांनी सुसज्ज स्टुडिओमध्ये न करता दुर्गम ठिकाणी होतात. कॉमेडी प्रॉडक्शनमध्ये करिअर सुरू केल्यावर (उदाहरणार्थ, " ८ out of १० Cats Does countdown " सारख्या शोमध्ये फ्लोअर रनर म्हणून) "स्ट्रिक्टली कम डान्सिंग" आणि "ब्रिटन्स गॉट टॅलेंट" सारख्या मोठ्या स्टुडिओ निर्मितीमध्ये काम करण्याची संधी मिळू शकते. " तुमचे करिअर जसजसे पुढे जाईल, तसतसे तुमच्याकडे मालिका किंवा मुलांच्या दूरचित्रवाणीमधे जाण्याचा पर्याय असू शकतो, कारण दोन्हीकडे सारखीच कार्य परिस्थिती असू शकते. तथापि, या प्रकारचे शो मुळे प्रवासासाठी अधिक उत्तम संधी मिळू शकते .

१७) मनोरंजक कार्यक्रम:

मनोरंजन कार्यक्रम सामान्यत: हलके आणि कौटुंबिक-अनुकूल असतात, ज्यात विनोदी, स्पर्धा किंवा प्रतिभा असे घटक असतात. स्टुडिओ गेम शो, अवॉर्ड शो, व्हरायटी शो, टॉक शो (जसे की So Graham Norton),), वाहने, पाककला आणि रिॲलिटी टीव्ही शो ही सर्व मनोरंजनाची उदाहरणे आहेत. हे असे शो आहेत ज्यांना सर्वोच्च रेटिंग मिळते आणि त्यांना दूरचित्रवाणीवर प्राइम टाइम दिला जातो कारण त्यांना लोकांना आकर्षित करणे आवश्यक असते आणि ते खूप पाहण्यायोग्य/फॉर्म्युलेटिक असतात. बरेच मनोरंजन कार्यक्रम मोठ्या बजेटसह येतात आणि वारंवार सुप्रसिद्ध होस्ट आणि सहभागी होतात , ज्यामुळे त्यांच्या आकर्षणात भर पडते.

स्ट्रिक्टली कम डान्सिंग," "बिग ब्रदर" आणि "आय एम सेलिब्रिटी " यासारखे काही सर्वात लोकप्रिय मनोरंजन शो पुनरावृत्ती आणि संरचित स्वरूपाचे अनुसरण करतात. काटेकोर निर्मिती वेळापत्रकांची आवश्यकता असते. अनेकदा कर्मचारी सदस्य त्याच शोमध्ये काम करण्यासाठी वर्षानुवर्षे परत येतात, सातत्य आरामदायक आणि कार्यक्षम कार्य वातावरणास अनुमती देते, कारण निर्मिती कार्यसंघ समान सहकाऱ्यांशी आणि ऑन-स्क्रीन प्रतिभांशी परिचित होतो, ज्यामुळे या कार्यक्रमांच्या यशामध्ये आणि सातत्यात योगदान होते.

सराव

टिपा लिहा

१) क्रीडा प्रकार

२) मनोरंजन शैली

३) दूरचित्रवाणी माहितीपट

१०.३ समारोप

दूरचित्रवाणीचे रचना प्रकार तुम्हाला आवडणारे शो शोधण्यात मदत करतात. ते टीव्ही नेटवर्कला प्रेक्षकांना आवडणारी सामग्री तयार करण्यात मदत करतात. शैली अपेक्षा नक्की करते, त्यामुळे तुम्हाला काय अपेक्षा करावी हे कळते. टीव्ही नेटवर्कला त्यांचे प्रेक्षक कोण आहेत हे जाणून घेण्यास मदत करतात. ते लोकांच्या विशिष्ट गटांना आकर्षित करण्यासाठी विशिष्ट शैलींमध्ये बसणारे शो करतात. उदाहरणार्थ, ते रहस्यकथांच्या प्रेमींसाठी एक गुन्हेगारी शो तयार करू शकतात. जाहिरातदारांसाठी शैली ही एक मोठी गोष्ट आहे. शो कोणत्या प्रकारच्या लोकांना आकर्षित करतो यावर आधारित त्यांच्या जाहिराती कुठे दाखवायच्या हे ते ठरवतात. उदाहरणार्थ, फॅशन शो दरम्यान सौंदर्य उत्पादनांची जाहिरात केली जाते. शैली जाणून घेतल्याने जाहिरातदारांना त्यांच्या जाहिराती अधिक चांगले कार्य करण्यास मदत होते. शैली आपल्याला दूरचित्रवाणीबाबत चर्चा करण्यासाठी एक सामान्य भाषा देखील देतात. जर दोघांना माहीत असेल की शो ही रिॲलिटी स्पर्धा आहे, तर आपल्याला मूळ स्वरूप समजल्याने त्याबद्दल अधिक सहज बोलू शकतो. थोडक्यात, दूरचित्रवाणीचे रचना प्रकार अशासाठी महत्त्वपूर्ण आहेत कारण ते आपल्याला आवडणारी सामग्री शोधणे, अपेक्षा सेट करणे, कार्यक्रमाचे वेळापत्रक आखणे आणि व्यवसायाच्या यशास चालना देणे सोपे करतात.

१०.४ प्रश्न

१. आपण दूरचित्रवाणी रचना प्रकारांचा अभ्यास का करतो?

२. तीन महत्त्वाच्या दूरचित्रवाणी रचना प्रकार सांगा आणि त्यांचे विश्लेषण करा

३. क्रीडा प्रकारांचे विश्लेषण करा.

*****

११

दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचा लेखक कोण असतात ?

पाठाची रूपरेषा

११.० उद्दिष्टे

११.१ परिचय

११.२ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीबद्दल

११.३ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचे लेखक कोण असतात?

११.३.१ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचे लेखन.

११.४ संकल्पना आणि दूरचित्रवाणी विषय-सामग्री

११.४.१ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीची शैली आणि प्रकार

११.४.२ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीमधील विविध प्रकारांचा अभ्यास

११.५ समारोप

११.६ प्रश्न

११.७ ग्रंथसूची

११.० उद्दिष्टे

या पाठाच्या अध्ययनाने तुम्हाला समजेल:

१) दूरचित्रवाणी आणि दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीमधील सखोल ज्ञान

२) दूरचित्रवाणी विषय-विषय-सामग्रीचे लेखक

३) दूरचित्रवाणी विषय-सामग्री तयार करण्यात गुंतलेले विविध घटक.

११.१ परिचय

मोठ्या संख्येने प्रेक्षकवर्ग जेव्हा दूरचित्रवाणी बद्दल बोलतो, त्यावरून हे सिद्ध होते की हे माध्यम पूर्णपणे त्यांच्या जीवनाचा एक भाग बनले आहे आणि दूरचित्रवाणीशिवाय त्यांचा एक दिवसही जात नाही. मग दूरचित्रवाणी अभ्यास का आवश्यक आहे? जर हे फक्त एक उपकरण आहे जे तुम्ही वापरू शकता आणि हवे तसे चॅनेल बदलू शकता. अगदी चुक! जसजसे लोक काही सांस्कृतिक समजुती आणि पद्धतींचा अभ्यास करून त्या समजून घेण्याचा प्रयत्न करतात, तस तसे दूरचित्रवाणी साठी विषय-सामग्री तयार करण्या संदर्भातील प्रश्न नेहमीच अनुत्तरित राहतो. बहुतेक दूरचित्रवाणी निर्मितीचे मोठ्या प्रमाणात सहयोगात्मक आणि प्रमाणित स्वरूप तयार केलेल्या सामग्रीवर अवलंबून असते आणि दूरचित्रवाणी निर्माते प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेण्याचा प्रयत्न करत असताना, दूरचित्रवाणी काळाच्या कसोटीवर पारखून निघाली आहे. दूरचित्रवाणी ही वास्तविक जीवनापासून

विचलित करणारी आहे या सांस्कृतिक विश्वासाचा वापर करून दूरचित्रवाणीने लोकांच्या जगण्याची पद्धत कशी बदलली आहे याबद्दल प्रश्न निर्माण केला जाऊ शकतो. लोक शब्द कसे वापरतात आणि ते कसे वागतात हे समजून घेण्यासाठी विशिष्ट पद्धती वापरून, आपण कथात्मक वा गैर-कथात्मक सांस्कृतिक समजुती आणि पद्धतींबद्दल जाणून घेऊ शकतो. त्यानंतर दूरचित्रवाणी जीवनात कसे आले हा प्रश्न निर्माण केला जाईल.

दूरचित्रवाणीने जनमानसात क्रांती घडवून आणली असली तरी, त्याचा समाजावर पूर्णपणे परिणाम होऊ शकतो का, असा प्रश्न अजूनही लोकांना पडतो. आजूबाजूला तयार केलेल्या सामग्रीच्या प्रकाराबद्दल लोकांना विश्वासात घेण्यास कदाचित वेळ लागला असेल, परंतु जेव्हा ते तयार झाले, तेव्हा मिळालेला प्रतिसाद प्रचंड होता. दूरचित्रवाणीविषयी अनेक अभ्यास केले गेले आहेत. लोकांना उपलब्ध असलेल्या चॅनेल आणि प्रोग्रामच्या मोठ्या सूचीतून वर्गवारी करण्याने दूरचित्रवाणीला विशाल बनवले आहे. पूर्वी सर्वांना आवडणारे *'मस्ट वॉच' शो''* असायचे, पण आता स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्ममुळे असे अनेक पर्याय उपलब्ध झाले आहेत की एकत्र बघण्याचा उत्साह कमी झाला आहे. विविध स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्म्स आणि मोड्सच्या येण्यामुळे, तसेच अनेक उपलब्ध पर्यायांमुळे दर्शकांच्या निवडी नाटकीयरित्या वाढल्या आहेत. दूरचित्रवाणीत व्हिज्युअल मोडद्वारे किंवा लागू केलेल्या सेटिंग्जद्वारे त्यात बदल झाला असला तरी, मुख्य गोष्ट जी समान राहिली ती म्हणजे दूरचित्रवाणीच्या विषय-सामग्रीची संकल्पना."

दूरचित्रवाणी विषय-सामग्री किंवा दूरचित्रवाणी लेखन दर्शवतात की हे तयार करण्यासाठी बरेच सांघिक कार्य आणि काही नियमांचे पालन करणे आवश्यक असते. दूरचित्रवाणीवरील आशय कशामुळे चांगला होतो याबद्दल अजूनही प्रश्न असला तरी, शैली, प्रकार आणि विविध स्वरूपाच्या दूरचित्रवाणी कथांबद्दल विचार करण्यास आपल्याला मदत करणारी लिखित वर्णने आहेत. या पाठाद्वारे, ही कल्पना समजून घेणे आवश्यक आहे की दूरचित्रवाणी लेखक किंवा आशय सिद्धांताला संपूर्णपणे समर्थन देऊ शकतील. जरी दूरचित्रवाणीच्या आशयाशी संबंधित जागेचा विचार करणे महत्त्वाचे असले, तरी हेच नेमके कारण आहे की दूरचित्रवाणीचा जनतेने अधिक बारकाईने अभ्यास करणे आवश्यक आहे. या पाठाच्या माध्यमातून, अशा घटकांची कल्पना करू शकतो जी या सिद्धांताचे संपूर्ण समर्थन करू शकतील. शेवटी, दूरचित्रवाणी अभ्यास करताना ही वस्तुस्थिती समजून घेणे आवश्यक आहे की निर्माते, मग ते कोणत्याही माध्यमाचे असोत, छटा आणि दर्जा ठरवण्यात ते त्यांचे नियंत्रण ठेवू शकतात.

११.२ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीबद्दल

२१व्या शतकात दूरचित्रवाणी यशाच्या शिखरावर पोचले. माध्यमाच्या क्रांतीमुळे, अनेक संज्ञा आणि सिद्धांतांनी आजही अनेकांना मार्गदर्शन केले आहे आणि अशा प्रकारे जनतेसाठी समाजशास्त्रीय -संस्कृतीचा दृष्टीकोन तयार केला आहे. जरी समकालीन समीक्षेला शैक्षणिक तसेच इतर उद्योगांच्या विकासासाठी संपूर्ण बदलाची आवश्यकता होती, तरी शाब्दिक विश्लेषण नेहमीच लेखकहीन असल्याचे दिसून आले आहे. दूरचित्रवाणीने हळूहळू विविध पद्धती आणि पद्धतींच्या समावेशासह एक क्रांतिकारी माध्यम बनण्याचा मार्ग मोकळा केला आहे, दूरचित्रवाणी उद्योग लेखकाला त्याच्या कामाचे श्रेय देते ह्या

वस्तुस्थितीमुळे दूरचित्रवाणी विषय- सामग्रीला नाट्यनिर्मितीचा एक भाग म्हणून ओळखण्यास लोकांना प्रवृत्त करते.

जेव्हा आपण विविध प्रकारच्या दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांमधील शैली आणि वर्गीकरण यासारख्या गोष्टींबद्दल विचार करतो, तेव्हा आपल्याला जाणवते की ते लिहिणारे लोक, जसे पटकथा लेखक किंवा लेखक, आशयाला आकार देण्यासाठी किती महत्त्वाचे आहेत. दूरचित्रवाणी मध्ये अनेक प्रकारच्या सामग्रीचा समावेश होतो, त्यात कार्यक्रम, जाहिराती, बातम्यांशी संबंधित कार्यक्रम देखील मोठ्या प्रमाणात समाविष्ट आहेत जे माध्यम अधिक लक्षणीय बनवतात. आता लोकांना पडलेला मुख्य प्रश्न हा आहे की दूरचित्रवाणीचा अभ्यास केल्याने त्याची विशिष्ट वैशिष्ट्ये समजण्यास कशी मदत होऊ शकते. जेव्हा आपण दूरचित्रवाणीकडे सांस्कृतिक दृष्टीकोनातून पाहतो, तेव्हा आपण त्याची शैली, प्रभाव, कथाकथन आणि इतिहास यासारख्या गोष्टीत त्याची ताकद आणि उणीव पाहू शकतो आणि यामुळे आपल्याला दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचे अधिक वस्तुनिष्ठपणे विश्लेषण करण्यात मदत मिळते. कालांतराने, दूरचित्रवाणी सामग्री बनवण्याची संकल्पना लोकांसाठी महत्त्वाची बनली आहे. विविध स्त्रोतांकडून सखोल ज्ञान आणि परिणाम एकत्रित करून, हे स्पष्ट आहे की सोशल मीडिया, जागतिक सर्जनशील परंपरा आणि इतर सामाजिक प्रभावांसारख्या सहयोगी मॉडेल्स यामुळे, रचित्रवाणी विषय-सामग्रीची कल्पना बदलत आहे; त्याला नवजीवन आणि नवकल्पना मिळत आहे.

मॅन्युएल अल्वाराडो यांनी म्हटल्याप्रमाणे दूरचित्रवाणी ही एक घटना म्हणून " हा एक उद्योग आणि संस्था संगठन दोन्ही आहे... ज्याचा उद्देश आहे स्वतःला सतत आणि ठळकपणे प्रकाशात ठेवणे हा आहे जे इतर संस्था करत नाहीत." आशय आणि कथा तयार करण्यातील महत्त्व आणि उपलब्धी ओळखणे हे दूरचित्रवाणीचे मुख्य उद्दिष्ट आहे. दूरचित्रवाणी स्वत:च अनेक विषय,चर्चा आणि यांचे भांडार आहे, ज्यामुळे उद्योग कोणाचा आहे आणि त्यावर नियंत्रण कोणाचे आहे याबद्दल वादविवाद होतात. दूरचित्रवाणी संस्कृतीच्या प्रभावातून शिकून, हे स्पष्ट होते की जे दूरचित्रवाणीची विषय-सामग्री तयार करतात त्यांची मध्यवर्ती तसेच व्यावसायिक वातावरण तयार करण्यात महत्त्वपूर्ण तसेच बंधमुक्त भूमिका असते. हे वातावरण विविध दृष्टीकोनांना प्रोत्साहन देते, विविध संस्कृतीतील लोकांना जोडणे आणि नवीन कल्पनांना चालना देणे हे त्याचे उद्दिष्ट आहे.

११.३ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीचे लेखक कोण असतात ?

दूरचित्रवाणीच्या जगात, चित्रपटांप्रमाणेच, ऑटरिझम किंवा ऑट्युअर थिअरी नावाची एक संकल्पना आहे जी १९९० च्या दशकाच्या सुरुवातीपासून दूरचित्रवाणी जगताचा एक भाग बनली आहे., जिथे दूरचित्रवाणी कार्यक्रम त्याच्या निर्मात्याची अद्वितीय शैली आणि कल्पना प्रतिबिंबित करू शकतो. दूरचित्रवाणीमधे कार्यक्रम, जाहिराती आणि बातम्या यासारख्या विविध गोष्टींचा समावेश होतो आणि मनोरंजक कथा बनवण्याची कल्पना ही एक मोठी उपलब्धी गांभीर्याने पाहिली जाते, जेथे दूरचित्रवाणी एक लेखक म्हणून कार्य करू शकतो असा निष्कर्ष काढला जातो. दूरचित्रवाणी कार्यक्रमामधील हे विशेष गुण चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी मालिका बनवणाऱ्या लोकांचे लक्ष वेधून घेतात.

जेव्हा आपण प्रसिद्ध लोकांच्या कार्याकडे पाहतो तेव्हा आपल्या लक्षात येते की पुस्तके, कविता, चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी कार्यक्रम अनेकदा त्यांच्या व्यक्तिमत्त्वाचे प्रतिबिंब असतात. विशेषत: दीर्घकाळ चालणाऱ्या दूरचित्रवाणी कार्यक्रमामध्ये, कल्पना विकसित करण्यासाठी बरेच काम आणि संशोधन केले जाते. त्यामुळे, कथांचा प्रकार आणि शैली यासारख्या दूरचित्रवाणीच्या महत्त्वाच्या पैलूंवर लेखक किंवा सामग्री विकसक यांचे असलेले नियंत्रण ही मोठी गोष्ट आहे.

११.३.१ दूरचित्रवाणीच्या विषय-सामग्रीचे लेखन ?

जेव्हा दूरचित्रवाणी सामग्रीचे खरे लेखक कोण असतात याचा विचार केला जातो, तेव्हा आपल्याला त्यामागील ऑट्अर सिद्धांत समजून घेणे आवश्यक आहे. अँड्र्यू सॅरिसच्या शब्दात वर्णन करायचे तर - "ऑट्अर सिद्धांत याला इंग्रजी भाषेत निश्चित अर्थ नाही." दूरचित्रवाणी आणि चित्रपटाच्या जगात लोकप्रिय झालेल्या या सिद्धांताने असे सुचवले आहे की एखाद्या चांगल्या कामामागील सर्जनशील शक्ती एकच व्यक्ती असावीफ्रँकोइस ट्रुफॉट, ज्यांना या सिद्धांतातील 'प्रमुख' व्यक्तिमत्त्व मानले जाते, त्यांनी चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी दिग्दर्शक यातील फरक स्पष्ट केला आहे. ते या सर्जनशील व्यक्तींना 'शो-रनर' म्हणतात. जे लेखनावर देखरेख करतात. हे शो-रनर्स दूरचित्रवाणी शो कार्यक्रमाचे लेखन आणि निर्मितीवर देखरेख करण्यासाठी जबाबदार असतात, जसे चित्रपट दिग्दर्शक चित्रपटांच्या निर्मितीवर देखरेख करतात. ट्रूफॉटचे वेगळेपण हे आहे की ते चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी च्या क्षेत्रात दिग्दर्शकांच्या विविध भूमिका आणि सर्जनशील नियंत्रणावर प्रकाश टाकतात.

ऑटरिझम समीक्षक तीन गोष्टींचा विचार करतात:

अ) **प्रथम:** कथानक , रचना आणि शैली. थोडक्यात महत्त्वाचे घटक असणे.

ब) **द्वितीय:** दिग्दर्शकाची संपूर्ण कारकीर्द. कारकीर्दीमधे त्यांचा अनुभव आणि कौशल्य दिसून येते

क) **तृतीय :** पैशापेक्षा कलेला प्राधान्य देणे-. सर्वोत्तम कार्य करण्यावर लक्ष केंद्रित करणे

अँड्र्यू सॅरिस सारख्या समीक्षकांच्या मते,, चित्रपट किंवा दूरचित्रवाणी कार्यक्रमातील विविध घटकांचे महत्त्व निश्चित करण्यासाठी दिग्दर्शकाची सर्जनशील दृष्टी हा एक प्रमुख घटक असतो.

तथापि, दूरचित्रवाणीवर ऑटरिझम लागू करणे अवघड असू शकते, कारण भिन्न दिग्दर्शक अनेकदा वेगवेगळ्या भागांवर काम करतात. काहीवेळा, दूरचित्रवाणीची रचना आणि प्रघात सर्जनशीलतेला आच्छादून टाकू शकतात, ज्यामुळे ऑट्अर सिद्धांत कमी प्रभावी ठरतो. यामुळे खरा लेखक कोण असा प्रश्न निर्माण होतो. जॉन कॅल्डवेल असा युक्तिवाद करतात की "समकालीन चित्रपट आणि दूरचित्रवाणी मधे हे बहुतेक वेळा वाटाघाटी आणि सामूहिक लेखन प्र असते ज्यामध्ये अनेक लोकांचा समावेश होतो."

तुमची प्रगती तपासा

१. लेखन-कार्य म्हणजे काय ?

२. दूरचित्रवाणी सामग्रीचे लेखक कोण आहेत?

३. लेखकाची भूमिका स्पष्ट करा.

११.४ दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीमधील घटक

दूरचित्रवाणी हे स्वतःचे विविध उद्देश साध्य करणारे माध्यम बनले असले तरी, विविध तंत्रज्ञानात तयार होत असलेल्या विविध नवकल्पनांमुळे या माध्यमाला चालना मिळाल्याने त्याचे पुनरुज्जीवन झाले आहे, ज्याचा परिणाम म्हणून वर्षभर अनेक प्रवाह मंच उदयाला आले आहेत विविध तंत्रज्ञान आणि स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्मच्या उदयाने दूरचित्रवाणी विकसित झाले आहे., अद्वितीय जागतिक दृश्ये आणि शैली आणण्यात लेखक आणि निर्माते महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. सांस्कृतिक अर्थ सांगण्यासाठी ते उत्तम शब्द आणि उपमा वापरतात. गेल्या दशकांमध्ये, दूरचित्रवाणी अभ्यासातील सध्याच्या घडामोडींमुळे माध्यमासाठी लागू करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या काही पद्धती आणि संकल्पना लक्षात घेऊन बहुआयामी दृष्टीकोन आणण्यात प्रगती होत असताना, दूरचित्रवाणीवरील परिसंवादाचा अभ्यास विविध श्रेणी आणि साहित्य पुरवठ्यासाठी मूलभूत आणि महत्त्वाचा बनला आहे.

जस जसे आपण विविध घटक आणि वैशिष्ट्ये अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेतो तस तसे अधिक कलात्मक शैलीने हे सर्व लोक कलेशी जोडले जातात आणि प्रसारण कार्यांमधे असलेल्या विविध बाबींचा शोध कसा घेतात याबद्दल पूर्णपणे नवीन मार्ग पाहण्याबद्दल आहे.

आणि साहित्य. दूरचित्रवाणी बद्दल अधिक महत्त्वाची माहिती आणण्यासाठी विविध घटक आणि वैशिष्ट्ये अधिक हानिकारक बनल्यामुळे, प्राप्त झालेल्या परिणामांमुळे सौंदर्यशास्त्राची वाढती संख्या तसेच अभ्यासाकडे विविध शैली आणि शैलीचा दृष्टिकोन निर्माण झाला आहे. शेवटी, लोक कलेमध्ये कसे गुंतले जातात आणि प्रसारण कार्यांमध्ये निसर्गाशी संबंधित असलेले विविध शोध कसे शोधतात हे पूर्णपणे नवीन मार्गाने पाहण्याबद्दल आहे.

प्रदीर्घ गृहितकांमुळे काही विशिष्ट स्वारस्य निर्माण होऊ शकतात. इतर अभ्यासांना निर्मिती पद्धतींचे परीक्षण करून आव्हान दिले गेले आहे ज्याचा वापर शैलीबद्ध आणि शैली-संबंधित स्पष्टीकरणासाठी गृहितक तयार करण्यासाठी केला जाऊ शकतो. आता, आपली समज वाढवणारी काही दूरचित्रवाणी वैशिष्ट्ये शोधूया.

११.४.१. दूरचित्रवाणी विषय-सामग्रीमधील शैली आणि शैलीविचार:

चित्रपटांनी आधीच शैली आणि कलात्मक अभिव्यक्तीमध्ये उत्कृष्ट कामगिरी केली असताना, दूरचित्रवाणी आता अधिक शैलीदार कसे असावे हे शोधत आहे. समीक्षक अधिक मनमोहक आणि विलक्षण दूरचित्रवाणी सामग्रीसह दूरचित्रवाणी सिद्धांताची समज अधिक सखोल करण्यासाठी परंपरा आणि वारशाने मिळालेल्या प्रकारांचा शोध घेण्यास प्रवृत्त केले आहे.

जेव्हा आपण दूरचित्रवाणी सामग्रीच्या शैली आणि सौंदर्यशास्त्राचा खोलवर विचार करतो तेव्हा 'शैली-विचार ' हा शब्द तो कसा दिसतो आणि कसा वाटतो याचा अभ्यास करतो. दूरचित्रवाणी विशिष्ट परिस्थितींमध्ये शैली कशी भूमिका बजावते हे दर्शवते, जेव्हा माध्यमात लक्षणीय बदल होत होते तेव्हाची वेळ चिन्हांकित करते. दूरचित्रवाणीमधील शैली आणि सौंदर्यशास्त्राबद्दल काही आव्हाने आणि वादविवाद असूनही, जर्मन लेखक रुडॉल्फ अर्नहेम यांनी असा युक्तिवाद केला की “दूरचित्रवाणी वास्तविकता समजून घेण्यासाठी नवीन मार्ग प्रदान करत नाही. त्याऐवजी, आपण गोष्टी कशा पाहतो आणि त्याचा अर्थ कसा लावतो यावर प्रभाव टाकून ते माध्यमासाठी पर्यायी दृष्टीकोन तयार करते."

दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांमध्ये रंगमंच व्यवस्था, ध्वनी, व्हिडिओग्राफी, संपादन आणि ध्वनी डिझाइन यांसारखे विविध घटक वापरले जातात. एक शैलीविचार - जो शैली विश्लेषणामध्ये माहिर आहे, तो या घटकांचे बारकाईने परीक्षण करतो. जस-जसे माध्यम अभ्यास विकसित होत गेले, तसे हे स्पष्ट झाले आहे की दूरचित्रवाणी मधील शैली कालांतराने बदलली आहे. काही विश्लेषक अतिशय तपशीलवार अभ्यास करण्याऐवजी विस्तृत आणि समक्रमित पद्धतीचा अभ्यास करण्यास प्राधान्य देतात. दूरचित्रवाणी शैलीविचार चांगल्या प्रकारे समजून घेण्यासाठी, समीक्षकांनी संकल्पना चार भागांमध्ये विभागली आहे..

शैलीत्मक विश्लेषणाबद्दल. माध्यम अभ्यासामध्ये काही घटक सामान्य होत असल्याने, हे देखील लक्षात आले आहे की शैली कालांतराने बदलत आहे, ज्यामुळे काही शैलीशास्त्रज्ञ तपशीलवार एकापेक्षा अधिक शुद्ध आणि समकालिक दृष्टिकोनाला पसंती देतात. दूरचित्रवाणी शैलीशास्त्र अधिक चांगल्या प्रकारे समजून घेत असताना, समीक्षकांनी या शब्दाचे चार भागांमध्ये वर्गीकरण केले आहे -

A) वर्णनात्मक शैलीविचार:

दूरचित्रवाणीची शैली समजून घेणे आणि त्याचे वर्णन करण्यासाठी आपल्याला शैली म्हणजे काय आणि ती दूरचित्रवाणी कार्यक्रमात कशी कार्य करते याचे विश्लेषण करणे आवश्यक आहे. दूरचित्रवाणीच्या सुरुवातीच्या वर्षांत, लोक मोठ्या प्रश्नांवर लक्ष केंद्रित करत होते जसे की कथांची रचना कशी केली जाते. यासाठी त्यांनी सेमिऑटिक्ससारख्या साधनांचा वापर केला. त्यांनी कॅमेरा पोझिशन आणि हालचाली दर्शविणारी आकृती तयार केली आणि दृश्ये एकत्र कशी संपादित केली गेली. जॉन फिस्क, भिन्न दूरचित्रवाणी कार्यक्रम एकमेकांशी कसे संबंधित आहेत याबद्दल बोलत असताना, वर्णनात्मक शैलीमध्ये वस्तुनिष्ठ असणे आणि परिमाणवाचक पद्धती वापरण्याच्या महत्त्वावर जोर देतात. वर्णनात्मक दृष्टीकोन

आपल्याला प्रत्येक फ्रेमचे स्पष्टीकरण आणि विश्लेषण करण्यात मदत करू शकतो, अर्थात आपल्याला शैलीची अधिक व्यापक समज असली पाहिजे.

b) विश्लेषणात्मक शैलीविचार:

शैलीसंबंधी वर्णनाची अति-व्याख्या करण्याचा प्रयत्न केलेला कोणताही प्रयत्न, विश्लेषणात्मक शैलीशास्त्राच्या सामान्य श्रेणीमध्ये येतो जो शैलीच्या उद्देश आणि कार्याबद्दल स्पष्ट किंवा अप्रत्यक्ष गृहीतके आणतो. या प्रकारचे विश्लेषण शैलीचा उद्देश आणि कार्य समजून घेण्यावर लक्ष केंद्रित करते, मग ते स्पष्टपणे सांगितलेले किंवा निहित असले तरीही. शैलीविचार मजकुराच्या संरचनेकडे लक्ष देते, शैली त्याचे कार्य कसे करते यावर विशेष लक्ष केंद्रित करते, ज्यामुळे ते प्रेक्षकांना अधिक समजण्यायोग्य बनते. नॉएल कॅरोलने वर्णन केल्याप्रमाणे शैलीचे स्वरूप अनेक निवडी दर्शविते, तो पुढे त्याचा दृष्टिकोन वर्णनात्मक शैलीपासून वेगळे करतो आणि प्रत्येक कार्यक्रमाच्या शेवटी अधिक कार्ये देतो. या सर्व वैशिष्ट्यांसह, दूरचित्रवाणी सांख्यिकीशास्त्रज्ञांनी आणखी समाधान व्यक्त केले आहे की शैली ही खालील प्रकारे असू शकते

i. **प्रतीकात्मक:** हे प्रतीकात्मकपणे पात्राच्या कथानकाशी संबंधित अर्थ व्यक्त करू शकते.

ii. **सजवणे:** शैली स्वतःच्या फायद्यासाठी अस्तित्वात असते, कथन किंवा विषयाला अपरिहार्यपणे समर्थन न करता सजावट प्रदान करते.

iii **मन वळवणे:** हे संपादकीय, क्रीडा समालोचन आणि जाहिरातींमधील घटक समाविष्ट करून, शैलीला एक प्रेरक साधन बनवून, प्रेरक कार्य करू शकते.

iv. **हेल किंवा इंटरपेलेट:** हे कार्य जाहिरातींमध्ये सर्वात स्पष्टपणे दिसून येते जेथे शैलीचा हेतू प्रेक्षकांना काही कृती करण्यासाठी पटवणे किंवा समजावणे आहे.

लोकांना एखाद्या गोष्टीत पटवून देण्याचा प्रयत्न करणाऱ्या टाळ्या वाजवण्यावर दूरचित्रवाणी खूप अवलंबून असते.

v. **उत्पादनातील फरक**: एकदा दर्शकाने त्याचे कौतुक केले की, फरक करण्यासाठी समान ब्रँडची ओळख आवश्यक असते .

c) मूल्यमापनात्मक शैलीविचार:

दूरचित्रवाणी सामग्रीच्या सौंदर्यात्मक गुणांचे मूल्यांकन करणे समाविष्ट आहे. तत्वज्ञान आणि कलेमधे सौंदर्यशास्त्राचा मोठा इतिहास असला तरी, त्याने दूरचित्रवाणी अभ्यासातही त्याचा मार्ग शोधला आहे. क्रिस्टीन गेराघी सारख्या समीक्षकांनी शैलीचे मूल्यमापन करण्याच्या कल्पनेचे समर्थन केले आहे, तिने पुढे मिशेल फुकॉल्ट आणि पियरे बॉर्डीयू यांनी दिलेल्या कल्पना मान्य केल्या आणि ते सारांशीत करून अभ्यसनीय निर्णय दिले. तथापि, हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की दूरचित्रवाणी अभ्यासामध्ये, मूल्यमापन हे निर्णयात्मक असेलच असे नाही. हे दूरचित्रवाणी कार्यक्रमातील सौंदर्यविषयक घटकांचे विश्लेषण आणि

समजून घेण्याविषयी अधिक आहे. सांस्कृतिक नियमांच्या पलीकडे जाणे आणि दूरचित्रवाणीच्या कलात्मक पैलूंचा शोध घेणे हे ध्येय आहे.

जोपर्यंत दूरचित्रवाणी एक विशिष्ट स्वरूप आणि प्रणाली विकसित करत नाही जी मूल्यमापन करण्यात आणि सांस्कृतिक नियमांच्या पलीकडे जाण्यास मदत करेल तोपर्यन्त दूरचित्रवाणीचे मूल्यांकन करताना जी काही आव्हाने आणि जोखीम अस्तित्वात आहेत,ते काळजीपूर्वक संपर्क न केल्यास ते सौंदर्यविरोधी होऊ शकतात.

d) ऐतिहासिक शैलीविचार:

सोप्या भाषेत सांगायचे तर दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम कालांतराने कसे बदलले याचा अभ्यास आहे. हे तंत्रज्ञान, उद्योग मानके आणि सेमोटिक कोड यासारख्या गोष्टी पाहते. त्यासाठी या घटकांकडे अर्ध-स्वतंत्र दृष्टिकोन आहे. डेव्हिड बोर्डवेल यांनी त्यांच्या "पोएटिक्स ऑफ सिनेमा" या पुस्तकात दूरचित्रवाणीचे विशिष्ट संदर्भ कसे प्रभाव पाडतात याबद्दल सांगितले आहे. त्यांनी टीव्हीमध्ये "थीमॅटिक्स" (थीम्स) आणि "लार्ज स्केल फॉर्म" (मोठे पॅटर्न) देखील नमूद केले आहेत. या थीम आणि नमुने हे दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम वेगवेगळ्या सामग्री आणि शैलींचा वापर कसा करतात हे आपल्याला समजून देण्यात मदत करतात.

या प्रकारच्या दृष्टिकोनाकडे पाहून, असा निष्कर्ष काढला जातो की दूरचित्रवाणीचे औपचारिक गुणधर्म सांस्कृतिक अर्थ आणि गृहितके समोर आणतात ज्यामुळे समस्या सोडवण्याचे मार्ग समोर येतील आणि यामुळे शेवटी कलेचा इतिहास पुढे जाईल.

११.४.२ रचना प्रकारांचा अभ्यास:

दूरचित्रवाणीचा प्रत्येक पैलू मुख्यतः रचना प्रकारावर अवलंबून असतो . दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम अनेकदा "रचना प्रकार" (genre) अशा वेगवेगळ्या श्रेणींमध्ये गटबद्ध केले जातात. या कार्यक्रमात कोणत्या प्रकारचा आशय आहे हे समजून घेण्यासाठी हे रचना प्रकार आपल्याला मदत करतात. प्रेक्षक आणि संशोधक यांच्यासह लोक, दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांचे वर्गीकरण आणि विश्लेषण करण्यासाठी हे रचना प्रकार वापर करतात. दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाचे विशिष्ट रचना प्रकार समजून घेण्यासाठी, समीक्षक आणि तज्ज्ञ काही पद्धती वापरतात:

- **सिद्धांत:** ते शैलीची वैशिष्ट्ये परिभाषित करण्यासाठी स्थापित सिद्धांत किंवा गंभीर दृष्टिकोन वापरतात. हे त्यांना विशिष्ट प्रकारचा कार्यक्रम कशामुळे अद्वितीय बनतो हे ओळखण्यात मदत करते.

- **इतिहास:** ते एखाद्या रचना प्रकाराविषयी ऐतिहासिक आणि सांस्कृतिक एकमत देखील विचारात घेतात. याचा अर्थ विशिष्ट प्रकारच्या कार्यक्रमाबद्दल लोक पारंपारिकपणे काय विचार करतात ते पाहणे.

१. अनुमानित प्रेक्षकांच्या प्रतिसादाद्वारे व्याख्या: या पद्धतीमध्ये संगीत किंवा कथा यासारख्या कार्यक्रमातील विविध घटकांवर प्रेक्षक कशी प्रतिक्रिया देतील याचा

अंदाज लावणे समाविष्ट आहे. हे नॉन-फिक्शन विषय- सामग्रीवर लागू होत नाही, कारण त्यात काल्पनिक कथा सांगत नाहीत.

२. विषयवस्तू द्वारे व्याख्या: कथनात्मक आणि गैर-कथनात्मक स्वरूपात सामग्री कशी उपस्थित आहे याचे वर्णन करणे आणि सिद्धांतामागील विशिष्ट थीम समजून घेणे.

३. शैलीसंबंधी योजनांची व्याख्याः जरी शैलीसंबंधीच्या संदर्भात हे सामान्य नसलेल्या तंत्रांपैकी एक असले तरी मालिका, माहितीपट आणि चित्रीकरण शैली यासारख्या इतर शैलींपासून वेगळे करण्यासाठी महत्त्वपूर्ण ठरते.

११.४.३ दूरचित्रवाणी अभ्यासातील चिन्ह-मीमांसा (सेमिऑटिक्स):

दूरचित्रवाणीच्या जगात, चिन्हे आणि प्रतिमा संदेश कशा प्रकारे पोहोचवतात याबद्दलचा अभ्यास म्हणजे सेमीओटिक्स. हे प्रेक्षक काय विचार करू शकतात आणि वरवर असंबंधित चिन्हे अद्याप किती अर्थपूर्ण असू शकतात हे समजून घेण्याबद्दल आहे. तत्त्वज्ञानी रोलँड बार्थेस यांनी माध्यमांमध्ये चिन्हे संरचनेत कशी आयोजित केली जातात याबद्दल विचार मांडले. ही एक वाक्यरचनात्मक रचना आहे जी चिन्हे एका रेषीय किंवा तात्पुरत्या पॅटर्नमध्ये आयोजित केली आहेत की नाही हे दर्शवेल. ही रचना एकतर "सिंटॅगमॅटिक" किंवा "पॅराडिग्मॅटिक" असू शकते. तथापि, एक अडसर आहे. सेमियोटिक्सचा स्वतःचा दोष असा आहे की काहीवेळा दर्शकांना टीव्ही शोमधील संदेश पूर्णपणे समजत नाहीत. यामुळे चिन्हे आणि आकृत्यांचा अर्थ लावणे थोडे अवघड होऊ शकते. परंतु हे आव्हान असूनही,दूरचित्रवाणी अभ्यासामध्ये सेमिओटिक्स महत्त्वाचे राहिले कारण ते आपल्याला दूरचित्रवाणी कल्पना आणि अर्थ कसे संप्रेषण करते याबद्दल सखोल शोधण्यात मदत करते.

तुमची प्रगती तपासा

१. सेमिओटिक्स म्हणजे काय?

२. शैलीचा अभ्यास का महत्त्वाचा आहे

३. ऐतिहासिक शैलीविचार काय आहे.

११.५ समारोप

थोडक्यात, आपल्याला हे समजले आहे की दूरचित्रवाणी अभ्यासात शिकण्यासारखे बरेच काही आहे. विविध तंत्रे आणि वैशिष्ट्ये आपल्याला आशय, लेखन, सेमिओटिक्स शैली आणि बरेच काही यासह त्याचे विविध पैलू समजून घेण्यात मदत करतात. दूरचित्रवाणी हे एक माध्यम म्हणून काम करते जे जगाच्या असंख्य घटकांना प्रतिबिंबित करते, ते शोध

आणि विश्लेषणासाठी एक महत्त्वपूर्ण आणि मौल्यवान माध्यम बनते.. सारांश, दूरचित्रवाणी अभ्यास सखोल ज्ञान देतात.

११.६ प्रश्न

१) दूरचित्रवाणी सामग्रीच्या लेखकाचे उदाहरणांसह वर्णन करा.

२) सिमोटिक्स दूरचित्रवाणी सामग्री समजून घेण्यास कशी मदत करतात? अधिक तपशीलवार जोर द्या.

*****

१२

वास्तववाद, विचारधारा आणि दूरचित्रवाणी

पाठाची रूपरेषा

१२.० उद्दिष्टे

१२.१ दूरचित्रवाणीतील वास्तववादाची भूमिका

१२.२ वास्तववादाचे स्वरूप

१२.२.१ दूरचित्रवाणीची वास्तविकता: स्वरूप आणि पद्धती

१२.२.२दूरचित्रवाणी चे वास्तव: शैली

१२.३ वास्तववाद आणि विचारधारा

१२.४ समारोप

१२.५ प्रश्न

१२.६ ग्रंथसूची

१२.० उद्दिष्टे

या पाठाच्या अध्ययनानंतर तुम्हाला समजेल:

१) दूरचित्रवाणीमधील वास्तववाद आणि विचारसरणीची संकल्पना.

२) दूरचित्रवाणी समजून घेण्यात गुंतलेली विविध रूपे आणि पद्धती.

३) दूरचित्रवाणी अभ्यासामागील 'कल्पना' आणि 'वास्तव' तत्त्वे.

१२.१ दूरचित्रवाणीतील वास्तववादाची भूमिका

दूरचित्रवाणीने अनेक दशकांमध्ये खरोखरच महत्त्वपूर्ण विकास पाहिला आहे आणि तो विविध मार्गांनी विकसित झाला आहे. त्याच्या विशिष्ट वैशिष्ट्यांपैकी एक म्हणजे मुख्य सिद्धांत आणि मुद्दे अधोरेखित करण्याची क्षमता आहे ज्याचे उद्दीष्ट माध्यमाद्वारे वास्तववादी प्रतिनिधित्व सादर करणे आहे. दूरचित्रवाणी विविध स्वरूपांमधील संबंधांचा शोध घेते आणि नैतिकता, राजकारण आणि सत्य-सांगणे यासारख्या विविध गुंतागुंतीच्या मुद्द्यांचा शोध घेते, तरीही एक सौंदर्यात्मक अजेंडा ज्याचे अनुसरण चित्रपट निर्माते आणि कथा निर्माते करत आले आहेत. दूरचित्रवाणी एक माध्यम म्हणून, कलात्मक अभिव्यक्तीसाठी आणि महत्त्वपूर्ण सामाजिक आणि नैतिक बाबींना संबोधित करण्यासाठी एक शक्तिशाली साधन आहे.

साहित्य आणि इतर कला प्रकारांमधील वास्तववादाच्या संकल्पनेची विविध व्याख्या आहेत आणि इयान वॅट सारख्या साहित्यिक समीक्षकांनी १७व्या आणि १८व्या शतकात कादंबऱ्यांना महत्त्व मिळू लागल्याच्या काळात त्याचा उगम शोधला आहे. अनुभववाद आणि

मानवतावादाच्या बरोबरीने वास्तववादाचा उदय झाला. समीक्षकांसाठी, वास्तववादामध्ये अनेकदा अत्याधिक अधिकृत आविष्काराचा अभाव असतो, जो दूरदर्शनमध्ये जिवंतपणा आणि प्रामाणिकपणाची भावना निर्माण करण्यासाठी आवश्यक आहे. दूरचित्रवाणीमधील वास्तववाद अनेकदा रिअल टाइमच्या उत्तीर्णतेशी संरेखित होतो, याचा अर्थ असा होतो की घटना प्रत्यक्षात घडतील त्याप्रमाणे उलगडतात

जरी वास्तववादाशी संबंधित सर्व प्रश्नांची निश्चित उत्तरे नसली तरी, भूतकाळातील वास्तववाद्यांचा दृष्टीकोन इंद्रिय आकलनावर आधारित वस्तूंचे प्रतिनिधित्व करण्याच्या महत्त्वावर जोर देते, जे खऱ्या "वास्तववाद" च्या अर्थामध्ये योगदान देते. दूरचित्रवाणीच्या संदर्भात, जरी दूरचित्रवाणी प्रतिमा यांत्रिक प्रक्रियेचा परिणाम आहेत, तरीही सौंदर्याची तत्त्वे, आर्थिक निवडी, तांत्रिक मर्यादा, सामग्री प्रवाहाची मूलभूत रचना, व्याख्या आणि विभाजन या सर्व गोष्टी आकार देण्यामध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका कशी बजावतात याचा विचार करणे महत्त्वाचे आहे. वास्तवाचे प्रतिनिधित्व करत आहे. हे घटक दूरचित्रवाणीतील वास्तववादाच्या चित्रणात एकत्रितपणे योगदान देतात. वास्तववाद, वास्तवाच्या भ्रमावर जोर देऊन, १९५० पासून दूरदर्शनवरील सामग्रीचा एक मूलभूत घटक आहे. स्पर्धा, बातम्या, क्रीडा आणि जाहिरातींसह विविध दूरचित्रवाणी शैलींमध्ये ती महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते. जरी हे कार्यक्रम नेहमी शुद्ध वास्तव सादर करत नसले तरी ते मानक लिखित दूरचित्रवाणी कल्पनेपेक्षा लक्षणीय भिन्न असतात.

दूरचित्रवाणीमधील वास्तववाद हा विविध कार्यक्रमांचा एक महत्त्वाचा पैलू आहे, १९५० च्या दशकात जेव्हा प्रश्नमंजुषा कार्यक्रमाने वास्तवाचा भ्रम निर्माण करण्याची कल्पना लोकप्रिय केली. दूरदर्शनवरील स्पर्धा, बातम्यांचे वृत्तांकन, क्रीडा वृतान्त आणि जाहिरातींमध्ये वास्तववाद हे घटक आवश्यक आहे. जरी हे कार्यक्रम नेहमीच वास्तविकतेचे शुद्ध स्वरुपात चित्रण करत नसले तरी ते ठराविक स्क्रिप्टेड दूरचित्रवाणी कल्पनेपेक्षा वेगळे असतात. दूरचित्रवाणीमधील वास्तववाद केवळ त्याच्या बाह्य स्वरूपाबद्दल नाही तर ते व्यक्त केलेल्या सामग्रीबद्दल देखील आहे. प्रेक्षकांना सहज समजेल अशा पद्धतीने घटना सादर करण्याचा त्याचा उद्देश आहे. अमेरिकन तत्त्ववेत्ता जॉन फिस्क यांच्या मते, "वास्तविक" ही संकल्पना बहुआयामी किंवा "बहुरूपी" आहे". याचा अर्थ असा आहे की वास्तविकता विविध आकार आणि शैली धारण करू शकते, ज्यामुळे वास्तविक काय आहे याचे अनेक व्याख्या आणि समज मिळू शकते. थोडक्यात, वास्तव ही एक निश्चित, एकवचन संकल्पना नाही; ते विविध प्रकारे प्रकट होऊ शकते. सरतेशेवटी, वास्तवाबद्दलचे आपले आकलन घडवण्यात माध्यमांची महत्त्वपूर्ण भूमिका असते. माध्यमेच प्रेक्षकांसमोर वास्तवाची प्रत्यक्ष प्रतिमा ठरवतात. हे यावर जोर देते की आपले वास्तवाचे ज्ञान बहुधा मास मीडियाद्वारे फिल्टर केले जाते आणि आपण जे वास्तविक समजतो ते व्यक्तींमध्ये बदलू शकते आणि काळानुसार बदलू शकते.

१२.२ वास्तववादाचे स्वरूप

दूरचित्रवाणी हे एक अत्यंत लोकप्रिय सांस्कृतिक माध्यम आहे आणि त्याचे उत्पादन आणि वितरण अर्थशास्त्राद्वारे चालविले जाते, जागतिक प्रेक्षकांपर्यंत त्याची पोहोच आवश्यक आहे. तथापि, या विस्तृत आवाक्यात, प्रेक्षक आणि सामग्रीच्या अन्वयार्थांमध्ये फरक सतत

तणावात असतो. या भिन्नता असूनही, एक समान पाया अस्तित्वात आहे जेथे प्रबळ विचारधारा आणि मजकूर संमेलने एकत्र येतात आणि दूरचित्रवाणी सामग्रीचे निर्माते आणि ग्राहक दोघांनाही एक सामायिक ऐतिहासिक अनुभव देतात. दुसऱ्या शब्दांत, दूरचित्रवाणी सामग्री विविध प्रेक्षकांना आकर्षित करण्यासाठी तयार केलेली असली तरी, काही घटक आहेत, जसे की प्रचलित विचारधारा आणि कथाकथन संमेलने, जे एक सेतू म्हणून काम करतात, एक सामायिक ऐतिहासिक संदर्भ आणि अर्थ प्रदान करतात जे निर्माता आणि दर्शकांना जोडतात. हे सामान्य घटक विविध सांस्कृतिक आणि भौगोलिक सीमा ओलांडून एकतेची आणि समजून घेण्याची भावना निर्माण करण्यात मदत करतात.

१२.२.१ दूरचित्रवाणीची वास्तविकता: स्वरूप आणि पद्धती:

नॉन-फिक्शन दूरचित्रवाणी कार्यक्रम आणि संकल्पनांचे प्रतिनिधित्व करण्यासाठी विविध धोरणे आणि दृष्टिकोन वापरतात. जसजसे नवीन पद्धती आणि स्वरूपे उदयास येतात, तसतसे ते वास्तविकतेबद्दल नवीन दृष्टीकोन प्रदान करतात आणि यामुळे प्रतिनिधित्वाच्या पारंपारिक पद्धती अधिक ठळकपणे दिसतात. असे केल्याने, ते नॉन-फिक्शन दूरचित्रवाणीच्या नियम आणि नियमांबद्दल जागरूकता वाढवते. यापैकी काही स्वरूप आणि धोरणांमध्ये हे समाविष्ट आहे:

A) विवरणात्मक पद्धती (Expository Mode):

विवरणात्मक पद्धती ही विवरणात्मक दूरचित्रवाणी मजकूराचा महत्त्वाचा घटक आहे. हे मजकूर भाष्यांभोवती बांधले गेले आहेत ज्याचा उद्देश भ्रम किंवा विरोधाभास निर्माण करणे आहे. ही पद्धत वस्तुनिष्ठता आणि योग्य निर्णयाची छाप टिकवून ठेवण्याचा प्रयत्न करते. ते आत्मविश्वासाने जगाची "तथ्ये" निवडते आणि व्यवस्थित करते आणि ते थेट दर्शकांपर्यंत पोहोचवते. हे त्या प्रक्रियेशी संरेखित होते ज्याद्वारे ज्ञान तयार केले जाते आणि विशिष्ट श्रेणी आणि विशिष्ट काळ आणि स्थानाशी संबंधित संकल्पनांचे पालन करते. जरी प्रदर्शनाच्या विविध पद्धती पात्र ठरू शकतात, पुरावे वाद घालण्यात आणि कथांची रचना करण्यात मध्यवर्ती भूमिका बजावतात. तथापि, संपूर्णपणे दुरचित्रवाणीची औपचारिक रचना परिभाषित करण्याकडे जगाविषयी थेट वाद घालण्यापासून लक्ष केंद्रित केले जाते. पेंटागॉनमधील सीएनएनचे वरिष्ठ वार्ताहर जेमी मॅकइन्टायर यांनी जोर दिल्याप्रमाणे, "आम्ही दिलेली विशिष्ट माहिती घेणे आणि त्याचा अर्थ काय ते तुम्हाला सांगणे अधिक महत्त्वाचे आहे." हे निवडलेल्या माहितीचे महत्त्व अधोरेखित करते.

विवरणात्मक दूरचित्रवाणी मजकूर अशा घटकांचा समावेश करू शकतात जे विविध प्रश्नांचा शोध घेतात आणि उत्तरे देतात. ते घटनांचे तार्किक क्रम उलगडून, सामान्य संवेदनाक्षम जगाच्या अपेक्षांना संबोधित करतात. विवरणात्मक पद्धतीत, विशेषत: बातमी-कक्षात युक्तिवाद सादर करताना कॅमेरा थेट प्रेक्षकांसमोर असतो. टेलीप्रॉम्प्टर या पद्धतीची सुविधा देतात, ज्यामुळे एक्सपोझिटरी मजकूर आकार घेऊ शकतो आणि प्रेक्षकांसोबत सामायिक संवाद तयार केला जाऊ शकतो.

B) परस्परसंवादी पद्धती (Interactive Mode):

दूरचित्रवाणी मधील यात साक्षीदार काय बोलतात यापेक्षा ते काय करतात याच्या प्रतिमा दाखवण्यावर लक्ष केंद्रित करते. टिप्पण्या आणि प्रतिसादांवर जोर देण्यासाठी हे विविध प्रकारचे मोनोलॉग आणि संवाद वापरते, ऐतिहासिक जगाला व्हिडिओ/फिल्ममेकिंगच्या क्षेत्रासह मिश्रित करते.

या पद्धतीत आंशिक ज्ञान आणि स्थानिक समजूतदारपणाचा परिचय होतो जो चित्रपट निर्माता आणि इतर यांच्यातील थेट संवादातून येतो. जेव्हा ऐतिहासिक जगाचे घटक दूरचित्रवाणी घटकांसह मिसळतात तेव्हा पारंपारिक विचारांना आव्हान देणारे विरोधाभास असू शकतात, ज्यामुळे अभ्यासकांसाठी अद्वितीय नैतिक चिंता निर्माण होते.

परस्परसंवादी पद्धती चांगल्या प्रकारे समजावून सांगण्यासाठी, हे सामान्यत: दोन प्रकारे घडते. एकामध्ये, परस्परसंवादी मजकूराचा पत्ता दर्शकांना उद्देशून नसून या प्रक्रियेचे अनुसरण करतो: एका सामाजिक अभिनेत्याला दूरचित्रवाणी स्टुडिओमध्ये आणले जाते आणि एक प्रतिनिधी सामाजिक अभिनेत्याकडून प्रतिसाद देण्यासाठी बाहेर जातो. हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की दूरचित्रवाणीवर दिसणाऱ्या कोणत्याही सामाजिक अभिनेत्याने विशिष्ट नियम आणि नियमांचे पालन केले पाहिजे.

संवादात्मक पद्धती मध्ये दोन मूलभूत प्रकारच्या मुलाखतींचा समावेश आहे- संवाद आणि छद्म स्वगत

C) संवाद (Dialogue):

या प्रकारच्या मुलाखतीत, मुलाखत घेणारा आणि मुलाखत घेणारा दोघेही कॅमेऱ्यासमोर असतात आणि तुम्हाला त्यांचे दोन्ही आवाज ऐकू येतात. तथापि, मुलाखत घेणारी व्यक्ती, मुलाखत घेणारा, या परिस्थितीत सर्वात जास्त नियंत्रण आणि शक्ती आहे. या मुलाखतींमधील संवाद नेहमीच दुरचित्रवाणीच्या मर्यादांमुळे मर्यादित असतात, याचा अर्थ ते सामान्य लोकांसाठी पूर्णपणे विनामूल्य किंवा अनिर्बंध नाहीत.

१. मिथ्या स्वगत (Pseudo Monologue):

छद्म स्वगत किंवा स्यूडो मोनोलॉगमध्ये, सामाजिक अभिनेता आणि दूरचित्रवाणी प्रतिनिधी यांच्यात सतत देवाणघेवाण होते आणि ते नेहमीच्या संवादापेक्षा वेगळ्या पद्धतीने सादर केले जाते. या प्रकारात तुम्हाला मुलाखत घेणाऱ्यांचे किंवा त्यांच्या प्रश्नांचे पुरावे दिसणार नाहीत. त्याऐवजी, सामाजिक अभिनेता थेट दर्शकांशी बोलत असल्याची छाप पाडली जाते.

II) निरीक्षण पद्धती (Observational Mode):

दूरचित्रवाणी मधील निरीक्षण पद्धतीमधे वाद किंवा संवाद सादर करण्याऐवजी वास्तविक जीवनातील परिस्थितींचे निरीक्षण आणि चित्रण करण्यावर लक्ष केंद्रित करते. या पद्धतीमधे नैतिक विचारांवर जोरदार भर दिला जातो, कारण त्याचा उद्देश वास्तविक आणि अपरिवर्तित पद्धतीने घटना आणि दृश्ये मिळवणे अपेक्षित आहे. दृश्यात कॅमेऱ्याची उपस्थिती ही घटना घडत असताना चित्रित करण्याची वचनबद्धता दर्शवते, जसे की एखादा

निरीक्षक किंवा सहभागी त्यांचा अनुभव घेतो. निरीक्षण पद्धतीचे उदाहरण म्हणजे 'ॲन अमेरिकन फॅमिली' (१९७३) ही माहितीपट मालिका. या मालिकेत कोणतेही भाष्य किंवा मुलाखती नाहीत; हे फुटेजच्या सत्यतेवर आणि मध्यस्थी नसलेल्या स्वरूपावर जोर देऊन, वास्तविक जीवनातील घटनांचे पूर्णपणे निरीक्षण आणि दस्तऐवजीकरण करते. या पद्धतीचा उद्देश दर्शकांना निरीक्षण केलेल्या विषयाचे थेट आणि वास्तविक दृश्य प्रदान करणे आहे.

D) प्रतिक्षिप्त पद्धती (Reflexive Mode):

टेलिव्हिजनमधील प्रतिक्षिप्त पद्धती ऐतिहासिक जग आणि त्याचे प्रतिनिधित्व यांच्यातील संबंधांवर जोर देऊन इतर गैर-कथनात्मक स्वरूपांपासून वेगळे करतो. इतर गैर-कथनात्मक दुरचित्रवाणीच्या विपरीत, प्रतिक्षिप्त मजकूर केवळ युक्तिवाद सादर करत नाही; हे दर्शकांचे लक्ष स्वतःच्या प्रतिनिधित्वाच्या प्रक्रियेकडे निर्देशित करते. हे चित्रित केलेल्या ऐतिहासिक वास्तवापासून वास्तव आणि दूरचित्रवाणीच्या माध्यमातील गुंतागुंतीच्या संबंधाकडे लक्ष केंद्रित करते. ही पद्धती दर्शकांना दूरचित्रवाणीच्या माध्यमातून वास्तव कसे चित्रित केले जाते आणि त्याचा अर्थ कसा लावला जातो याचा विचार करण्यास प्रवृत्त करतो.

सराव

१. निरीक्षण पद्धती म्हणजे काय?

२. परस्परसंवादी पद्धती म्हणजे काय?

३. वास्तववाद म्हणजे काय?

१२.२.२ दुरचित्रवाणीची वास्तविकता: रचना-प्रकार:

दूरचित्रवाणीने, इतर कथानकांप्रमाणेच, विविध रूपे आणि वास्तवाची वैशिष्ट्ये त्याच्या आशयात समाविष्ट केली आहेत. दुरचित्रवाणीचा अभ्यास सहसा रचना प्रकारचा वापर करतो, जे कथनातील घटना कोठे आणि केव्हा घडतात यासाठी एक नैसर्गिक दृष्टीकोन घेते. दुरचित्रवाणीच्या संदर्भात वास्तववादाचा स्वतःचा एक निश्चित अर्थ नाही. त्याऐवजी, प्रेक्षक ओळखू शकतील आणि त्यांच्याशी संबंधित असतील अशा अनुभवांचे प्रतिनिधित्व करण्याचे माध्यम म्हणून दूरचित्रवाणीचे उद्दिष्ट आहे. हे दर्शक आणि सामग्री दरम्यान परस्परसंवाद आणि प्रतिबद्धतेची भावना निर्माण करते. दूरचित्रवाणीमध्ये विविध प्रकारच्या गैर-कथात्मक सामग्रीचा समावेश आहे, ज्याचा आम्ही पुढे विचार करू-

I) नेटवर्क आणि स्थानिक न्यूजकास्ट:

कशामुळे कोणतीही घटना बातमीयोग्य बनते?

ऐतिहासिक वास्तवाबद्दल एक सामान्य धारणा अशी आहे की एखादी घटना सामान्यांना व्यत्यय आणत नाही तोपर्यंत ती बातमीयोग्य मानली जात नाही. दुस-या शब्दात सांगायचे तर, बातम्यांमध्ये येण्यासाठी काहीतरी असामान्य असणे आवश्यक आहे. हे गृहितक समजूनच वृत्त-निर्माते कोणत्या गोष्टीला बातमीयोग्य मानतात आणि जे शेवटी दूरदर्शनवर दाखवले जाते. सामान्यतः, बातम्या उत्पादक ऐतिहासिक जगातून घटना निवडतात ज्या अनेक श्रेणींमध्ये येतात:

I. **आपत्ती:** या नैसर्गिक आपत्ती असू शकतात जसे की भूकंप वा मानवनिर्मित आपत्ती.

II. **आंतरराष्ट्रीय संबंध:** यामध्ये राजकीय संघर्ष आणि राष्ट्रांमधील सशस्त्र संघर्षांचा समावेश आहे.

III. **राष्ट्रीय राजकारण:** कायदेशीर उपक्रम, न्यायालयीन कार्यवाही आणि निवडणूक प्रचार.

IV. **कायदा आणि सुव्यवस्था:** बातम्यांमध्ये अनेकदा गुन्हेगारी आणि गुन्हेगारांच्या घटनांचा समावेश असतो.

V. **अर्थविषयक:** आर्थिक ट्रेंड आणि आर्थिक घडामोडी.

VI. **सेलिब्रिटी:** विवाह, घोटाळे आणि इतर हाय-प्रोफाइल घडामोडी यासारख्या प्रसिद्ध लोकांसंबंधित कार्यक्रम.

स्थानिक वृत्तवाहिन्या विविध विषय छोट्या प्रमाणात हाताळतात. ते तपशीलवार माहिती सादर करण्यासाठी, ऐतिहासिक जगातून पुरावे गोळा करण्यासाठी विवरणात्मक पद्धती वापरतात. गोळा केलेले पुरावे मग सत्ताधारी विरुद्ध विरोधक, पोलीस विरुद्ध गुन्हेगार किंवा व्यक्ती विरुद्ध संस्था असा संघर्ष निर्माण करण्यासाठी वापर केला जातो. ह्यामुळे वृत्त वाहिनीची रचना आणि सामग्री सादर करण्यात मदत होते. युद्ध-संबंधित परिस्थितीत, समान घटना अनेकदा वेगवेगळ्या वाहिन्यांवर वेगवेगळ्या प्रकारे सादर केल्या जातात. अमूर्त विषयांचे स्पष्टीकरण देण्यासाठी सामाजिक अभिनेत्यांना (कार्यक्रमांमध्ये सामील असलेले लोक) कास्ट करण्यात पत्रकार महत्त्वाची भूमिका बजावतात आणि नेटवर्क आणि स्थानिक प्रसारण दोन्ही बातम्या सादर करण्यासाठी मूलभूत आयोजन तत्त्वाचे पालन करतात. हा दृष्टिकोन संरचित आणि आकर्षक बातम्या सादरीकरण तयार करण्यात मदत करतो.

दूरचित्रवाणी बातम्यांचे उत्पादन एक सुसंगत संरचनेचे अनुसरण करते, ज्यात निवेदक दैनंदिन घडामोडींचा अर्थ लावण्यासाठी महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात आणि अनेकदा बातम्या कार्यक्रमाचे प्रवक्ते म्हणून काम करतात. पत्रकारितेची मानके, सौंदर्यशास्त्र आणि आर्थिक घटकांसह विविध तत्त्वांवर आधारित निर्माता न्यूजकास्टचा क्रम ठरवतात. बातम्यांच्या क्रमावर प्रभाव टाकणारी काही मूलभूत मार्गदर्शक तत्त्वे येथे आहेत:

अ) समयसूचकता: घटना किती अलीकडे घडली? अलीकडील घटनांना अधिक प्राधान्य दिले जाते कारण ते अधिक संबंधित आहेत.

ब) प्रमुखता: सहभागी किती प्रसिद्ध आहेत? सुप्रसिद्ध व्यक्तींचा समावेश असलेल्या कथा अनेकदा अधिक लक्ष वेधून घेतात.

क) समीपता: हे दर्शकाच्या जवळ आहे का? स्थानिक किंवा प्रादेशिक कार्यक्रमांना प्राधान्य दिले जाऊ शकते.

ड) प्रासंगिकता: याचा दर्शकांवर परिणाम होईल का? प्रेक्षकांवर थेट परिणाम करणाऱ्या कथांना प्राधान्य दिले जाते.

इ) असामान्यता: ही एक सामान्य घटना आहे की ती असामान्य आहे? असामान्य किंवा दुर्मिळ घटनांमुळे बातमी बनण्याची शक्यता जास्त असते.

फ) संघर्ष: ते pro versus con'? प्रकारची बातमी तयार होईल का स्पष्ट संघर्ष किंवा विरोधी दृष्टिकोन असलेल्या कथा अनेकदा अधोरेखित केल्या जातात.

ग) दृश्य परिणाम: मजबूत, भावनिक प्रतिमा उपलब्ध आहेत का? आकर्षक छायाचित्रे किंवा व्हिडिओंसारखी दृश्य सामग्री, कथा अधिक आकर्षक बनवू शकते.

ह) किंमत: थेट प्रसारणादरम्यान कोणतीही वस्तू भाड्याने घेतली होती का? उत्पादन खर्चासह आर्थिक घटक कथा निवडीवर परिणाम करू शकतात.

इ) प्रमोशनल व्हॅल्यू: कथेमुळे नेटवर्कची प्रतिष्ठा वाढते का? नेटवर्कची प्रतिष्ठा वाढवणाऱ्या किंवा अधिक दर्शक आकर्षित करणाऱ्या कथांना उच्च प्राधान्य दिले जाऊ शकते.

ही तत्त्वे बातम्या निर्मात्यांना दिवसाच्या बातम्या प्रभावीपणे कशा क्रमाने आणि सादर करायच्या हे ठरवण्यात मदत करतात. बातम्यांचे कार्यक्रम बऱ्याचदा महत्वाच्या बातम्यांनी सुरू होतात, ज्यात राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय घडामोडी यांसारख्या विषयांचा समावेश होतो. दुसरीकडे, सौम्य बातम्या ज्या वैयक्तिक गप्पाटप्पा, घोटाळे आणि मानवी स्वारस्य कथांवर लक्ष केंद्रित करतात. स्थानिक बातम्यांचे प्रसारण सहसा व्यावसायिक ब्रेकसह विभागांमध्ये विभागले जाते. ही रचना आणि कार्यक्रम प्रवाहातील व्यत्यय पुढील गोष्टींना कारणीभूत ठरतात:

- बातम्या ब्लॉक
- व्यावसायिक ब्रेक
- हवामान
- व्यावसायिक ब्रेक

- खेळ
- व्यावसायिक ब्रेक
- बातम्या ब्रेक

या विभागांव्यतिरिक्त, प्रचारात्मक विभाग, सुरवातीचे आणि शेवटचे करणारे टीझर देखील आहेत जे बातम्या आणि जाहिरातींवर विविध दृष्टिकोन प्रदान करतात. काही मार्गांनी बातम्यांप्रमाणेच उत्पादने आणि सेवांबद्दल माहितीपूर्ण सामग्री म्हणून व्यावसायिकांकडे पाहिले जाऊ शकते. तथापि, फिक्शन प्रोग्रामिंग हे वर्णनात्मक आहे आणि ते विवरणात्मक नाही, म्हणून ते जाहिरातींप्रमाणे समान वैशिष्ट्ये सामायिक करत नाही.

II) क्रीडा विषयक कार्यक्रम (Sports Programs):

क्रीडा स्पर्धा न्यूजकास्टमध्ये प्रदर्शित केलेल्या कार्यक्रमापेक्षा,जरी ते वास्तविक जगात उद्भवले असले तरीही वेगळे असतात , क्रीडा कार्यक्रम प्रेक्षकांसाठी नियोजित केले जातात आणि इतर बातम्यांच्या कार्यक्रमांप्रमाणे यादृच्छिकपणे होत नाहीत. खेळांच्या प्रक्षेपणाच्या दूरचित्रवाणीच्या खर्चामुळे नेटवर्कने स्वतः गेममध्ये जाहिराती समाविष्ट करण्याचे सर्जनशील मार्ग शोधले आहेत. क्रीडा आणि हार्ड न्यूजमधील फरक स्पष्ट असताना, कॉर्पोरेशन दूरचित्रवाणीच्या दृश्य आणि श्रवणविषयक पैलूंवर अशा प्रकारे प्रभाव टाकू शकतात. क्रीडा कार्यक्रम इतर बातम्यांच्या कार्यक्रमांपेक्षा वेगळे असतात कारण ते प्रेक्षकांचे मनोरंजन करण्यासाठी आणि त्यांना व्यस्त ठेवण्यासाठी तयार केलेले असतात. फॉरमॅटवर परिणाम करण्यासारखे आर्थिक परिणाम असले तरी, खेळांसाठीचे प्रसारण हक्क बातम्यांपेक्षा वेगळे असतात कारण त्यात खरेदी आणि वाटाघाटींचा समावेश असतो.

क्रीडा स्पर्धांच्या यशामध्ये दूरचित्रवाणीचा मोठा वाटा आहे आणि क्रीडा संघ दूरचित्रवाणीच्या माध्यमातून भरपूर पैसे कमावतात. क्रीडा अनेकदा दूरचित्रवाणीच्या स्वरूपाशी जुळवून घेतात आणि हे वेळ आणि जागेच्या दृष्टीने ते कसे आयोजित केले जातात यावर परिणाम करतात. यामुळे खेळ अधिक लोकप्रिय झाले आहेत. हे घडण्याचे काही मार्ग येथे आहेत:

A) समय संयोजन:

खेळ अनेकदा दूरदर्शनच्या प्रवाहात बसण्यासाठी समायोजित केले जातात, ज्याची स्वतःची लय आणि व्यत्यय असतात. दर्शकांचे लक्ष विचलित होऊ नये म्हणून "इन्स्टंट रिप्ले" सारखे तंत्र आणले गेले. गेल्या काही वर्षांमध्ये, जाहिरातदारांसाठी दूरचित्रवाणी ही एक वस्तू बनली आहे आणि खेळांना दूरचित्रवाणीच्या वेळेच्या बंधनात बसण्यासाठी अनुकूल करणे आवश्यक आहे. निवेदक, रंग आणि प्ले-बाय-प्ले, दोन्ही खेळ दूरदर्शन प्रवाहाशी जुळतील आणि दर्शकांना गुंतवून ठेवतील अशा प्रकारे खेळ सादर करून या अनुकूलनात मदत करतात.

हे उद्घोषक प्रेक्षकांसाठी प्रवाह सुलभ करण्यासाठी ऐतिहासिक वास्तव ठेवतात, अशा प्रकारे दूरचित्रवाणीच्या प्रवाहाशी जुळतात.

b) स्थान संयोजन:

दूरचित्रवाणीवर खेळांची स्थानिक संघटना आवश्यक आहे, विशेषत: फुटबॉल, बास्केटबॉल आणि हॉकी यांसारख्या खेळांमध्ये जेथे मैदान किंवा कोर्ट प्रादेशिक युद्धभूमीचे प्रतिनिधित्व करते. खेळाडूंमधील प्रादेशिक संघर्ष प्रभावीपणे टिपण्यासाठी आणि व्यक्त करण्यासाठी दूरचित्रवाणी कॅमेरा प्लेसमेंट आणि उद्घोषक यांसारख्या विविध तंत्रांचा वापर करते. तथापि, हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की दूरचित्रवाणीवर हायलाइट केलेले खेळाडू त्यांच्या संबंधित खेळांमध्ये नेहमीच सर्वोत्तम असतात असं नाही. उदाहरणार्थ, ॲना कोर्निकोव्हा, ही १९९० च्या दशकातील एक रशियन टेनिसपटू होती तिच्या माफक टेनिस कारकीर्दी असूनही, प्रचंड लोकप्रियता इतकी प्रचंड होती की, Google च्या title search च्या यादीत ती ८ व्या स्थानावर होती.

C) गुण-नोंदणी/ स्पर्धेचे संयोजन:

टेलिव्हिजन ज्या प्रकारे क्रीडा स्पर्धा सादर करतो ते मालिका काल्पनिक कथांसारखेच आहे. प्रत्येक गेममध्ये एक विजेता असतो, परंतु बंद होताना उत्कंठा वाढलेली असते, ज्यामुळे अपेक्षा आणि उत्साहासाठी जागा उरते. दर्शकांना स्पष्ट विजेते पहायचे असले तरी, उत्कंठा घटक टेलिव्हिजनच्या तत्त्वाशी संरेखित करतो ज्यामध्ये लहान क्लोजर हे ज्ञान असते की नेहमी मोठ्या होण्याची शक्यता असते.

गेम शो ही टेलिव्हिजनमधील एक अनोखी आणि टिकाऊ शैली आहे. इतर अनेक दूरदर्शन कार्यक्रमांप्रमाणे, गेम शो ऐतिहासिक वास्तवाचे प्रतिनिधित्व करण्याचा किंवा वास्तविक जीवनातील घटनांचे चित्रण करण्याचा प्रयत्न करत नाहीत. त्याऐवजी, ते माध्यमात त्यांचे स्वतःचे विशिष्ट वास्तव तयार करतात.

III) गेम शो संयोजन:

गेम शो टेलिव्हिजनवर जन्माला आले आणि ते माध्यमाचा मुख्य भाग राहिले आहेत. ऐतिहासिक वास्तव चित्रण करण्याचा त्यांचा हेतू नसून स्पर्धेवर केंद्रित त्यांचे अद्वितीय वास्तव निर्माण करणे. स्पर्धेची उत्कंठा आणि विजेता कोण होईल हे शोधण्याच्या अपेक्षेने प्रेक्षकांना गुंतवून ठेवण्याच्या त्यांच्या क्षमतेमध्ये गेम शोचे आकर्षण आहे. जरी ते ऐतिहासिक वास्तवाचे प्रतिनिधित्व करत नसले तरी ते स्वतःचे एक वास्तव तयार करतात, ज्यामुळे त्यांना टेलिव्हिजनच्या जगात एक प्रिय आणि टिकाऊ शैली बनते. हा गेम कोण जिंकणार?" हा कळीचा प्रश्न दर्शकांना गुंतवून ठेवतो. कार्यक्रमात यजमान महत्त्वाची भूमिका बजावतो, संपूर्ण स्पर्धेमध्ये वर्णन आणि मार्गदर्शन प्रदान करतो. हा यजमान -स्पर्धक परस्परसंवाद कथाकथन कार्यक्रमांमध्ये आढळणाऱ्या कथाकथनाच्या घटकांसारखा आहे, जरी संदर्भ पूर्णपणे भिन्न असल तरी!!. गेम कथेप्रमाणे स्पर्धकांना मार्गदर्शन करणारे यजमानांसह कथा आणि थेट संबोधन यांचे मिश्रित घटक दाखवतो.

गेम शोमधे यजमान अनेकदा प्रेक्षकांना थेट संबोधित करतात, ज्यामुळे दर्शकांच्या सहभागाची भावना निर्माण होते. उदाहरणार्थ, गेम शो "Jeopardy" कथनासारख्या स्वरूपाचा आहे जेथे स्पर्धकांना होस्टकडून मार्गदर्शन मिळते आणि दर्शक थेट भूमिका

बजावू शकत नाहीत. हे शो सहयोगास अनुमती देत नसले तरी, ते थेट आणि अप्रत्यक्ष स्वरूपाचे संबोधन यामुळे एक आकर्षक आणि परस्परसंवादी अनुभव तयार करतात.

गेम शो आणि क्रीडा कार्यक्रम त्यांच्या स्पर्धेकडे पाहण्याच्या दृष्टिकोनात भिन्न असतात. व्यावसायिक खेळांना कौशल्य आणि धोरण आवश्यक असताना, गेम शो स्पर्धा केवळ ज्ञानावर आधारित असू शकत नाहीत. गेम शो रेखीय दुरचित्रवाणीच्या फॉरमॅटनुसार आणि ऐतिहासिक जगाशी त्यांच्या अनोख्या पद्धतीने संवाद साधण्यासाठी तयार केलेले जातात. ते अनेकदा पारंपारिक खेळांच्या पलीकडे स्पर्धा आणि मनोरंजनाच्या विविध प्रकारांवर भर देतात.

Iv) रिॲलिटी टेलिव्हिजन:

हा दूरचित्रवाणीचा एक जटिल आणि संकरित प्रकार आहे जे एका निश्चित व्याख्येत बसणारा नाही. यात विवरणात्मक (एक्सपोझिटरी), सहभागात्मक (पार्टिसिपेटरी), निरीक्षणात्मक (ऑब्झर्व्हेशनल) आणि प्रतिक्षिप्त (रिफ्लेक्झिव्ह) यासह विविध पद्धती समाविष्ट आहेत. रिॲलिटी टीव्ही कार्यक्रमांमध्ये बऱ्याचदा किमान लिहिलेले संवाद आणि वास्तविक जगातून सामाजिक कलाकार योजले जातात, कथन आणि वास्तव यांच्यातील रेषा अस्पष्ट करतात. ही शैली रेखीय टेलिव्हिजन आणि नेटवर्क तंत्रज्ञानाच्या छेदनबिंदूवर अस्तित्त्वात आहे, एक अद्वितीय माध्यम तयार करते जे कथाकथन आणि वास्तविक जीवनातील घटना कॅप्चर करण्याच्या दोन्ही पैलूंना एकत्र करते.

रिॲलिटी टेलिव्हिजन कार्यक्रमांमध्ये सामान्यत: मर्यादित लिखित संवाद असतात आणि वास्तविक जगातील व्यक्तींना सहभागी किंवा स्पर्धक म्हणून दाखवतात. ते विविध दृकश्रवण घटक समाविष्ट करतात. ही शैली मूलत: एक संकरित स्वरूप आहे जी कथाकथनाच्या घटकांना वास्तविक जीवनातील घटनांच्या चित्रणासह मिश्रित करते, एक अद्वितीय आणि विशिष्ट दूरदर्शन अनुभव तयार करते.

१२.३ वास्तववाद आणि विचारसरणी

वैचारिक चौकट ते जगाचा अर्थ लावण्यासाठी वापरतात. इंग्रजी शैक्षणिक लेखक कॉलिन मॅककेब यांनी वास्तववादाचे मुख्य औपचारिक वैशिष्ट्य ठळकपणे मांडले आहे, जे वास्तववादी कथांना आकार देणाऱ्या जटिल "प्रवचनांच्या पदानुक्रमावर" भर देतात. याचा अर्थ असा की वास्तववादी कथाकथनात अनेकदा विविध आणि कधी कधी विरोधाभासी प्रवचने समाविष्ट केली जातात, जी उघडपणे मान्य केली जातात.

टेलिव्हिजन, एक व्यापक लोकप्रिय माध्यम म्हणून, त्याचे उत्पादन आणि वितरण व्यापक जागतिक प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी आर्थिक दबावांच्या अधीन आहे. प्रेक्षक व्याख्या आणि अर्थांमधील फरक अस्तित्त्वात असताना आणि सतत तणाव निर्माण करत असताना, तरीही एक समान आधार आहे जिथे प्रबळ विचारधारा आणि मजकूर संमेलने निर्माते आणि दर्शक दोघांनाही विशिष्ट ऐतिहासिक अनुभव देण्यासाठी एकत्रितपणे कार्य करतात.

तुमची प्रगती तपासा

१. वास्तववाद ही टीव्ही अभ्यासाची मुख्य रूपरेषा का आहे

२. विचारधारेवर एक टीप लिहा

३. गेम शो काय आहेत आणि ते कोणत्या उद्देशाने कार्य करतात?

____

____

____

____

____

१२.४ समारोप

टेलिव्हिजन आणि चित्रपट काही वैशिष्ट्ये सामायिक करतात, परंतु त्यांच्यात महत्त्वपूर्ण फरक देखील आहेत. टेलिव्हिजन सहसा सामान्य आणि दैनंदिन जीवनाचे प्रतिनिधित्व करते, त्याला विशेष मूल्य न देता. तथापि, रिॲलिटी टेलिव्हिजनच्या उदयाने माध्यम बदलले आहे, नवीन स्वरूप आणि वैशिष्ट्ये सादर केली आहेत. या रिॲलिटी टेलिव्हिजनच्या कार्यात असे घटक समाविष्ट आहेत जे संवाद आणि ओळखीची एक पद्धत तयार करतात, कथन एक महत्त्वपूर्ण पैलू बनवतात. दूरदर्शनचे वास्तववाद आणि विचारसरणीच्या दृष्टीने विश्लेषण केले गेले आहे, संस्कृती आणि समाजातील तिची भूमिका आणि दर्शक आणि ते काय पाहत आहेत यामधील व्यस्ततेवर प्रकाश टाकतात.

१२.५ प्रश्न

१) टेलीव्हिजनमधील वास्तवाच्या पद्धती उदाहरणांसह स्पष्ट करा.

२) टेलिव्हिजनमधील वास्तववाद आणि विचारधारा याविषयी थोडक्यात माहिती द्या.

३) दूरदर्शनवरील विविध कार्यक्रमांवर चर्चा करा.

*****

१३

दूरचित्रवाणीचे दर्शक

पाठाची रूपरेषा

१३.० उद्दिष्टे
१३.१ परिचय
१३.२ दर्शक सिद्धांत
    १३.२.१ दर्शक सिद्धांताच्या पर्यायी संकल्पना
१३.३ प्रेक्षकांचे वर्तन
    १३.३.१ प्रेक्षकांच्या वर्तनाचे टप्पे
१३.४ समारोप
१३.५ प्रश्न
१३.६ ग्रंथसूची

१३.० उद्दिष्टे

ह्या पाठानंतर तुम्हाला समजेल -

- दर्शक संकल्पना
- दर्शक दूरचित्रवाणी वर कसा प्रभाव टाकतात हे अत्यंत महत्त्वाचे आहे.
- विविध वर्तणुकीचे नमुने जे लक्ष्यित प्रेक्षकांचे सखोल आकलन सुलभ करतात.

१३.१ परिचय

प्रचंड मोठ्या दर्शक वर्गाच्या दैनंदिन जीवनात दूरचित्रवाणी चे मध्यवर्ती स्थान आहे आणि त्याचे महत्त्व केवळ चॅनल बदलणे एवढेच अपेक्षित नाही. दूरचित्रवाणी संशोधन हा एक महत्त्वाचा उद्देश आहे. दूरचित्रवाणी सामग्रीला आकार देणाऱ्या सांस्कृतिक भावना आणि पद्धतींचे गुंतागुंतीचे जग समजून घेण्यास हे आम्हाला मदत करते. दूरचित्रवाणी सामग्री तयार करण्याची प्रक्रिया एक जटिल आणि अनुत्तरीत प्रश्न आहे. बहुतेक दूरचित्रवाणी वर उत्पादन सहयोगीपणे चालते आणि विशिष्ट मानकांचे पालन करते, ते वितरित केलेल्या सामग्रीवर जोरदारपणे प्रभावित होते. दूरचित्रवाणी वर कालांतराने टिकून आहे कारण निर्माते प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेण्याचा प्रयत्न करतात. माध्यमाच्या रणनीतींचा अभ्यास करून आणि वर्तनात्मक आणि मजकूर घटकांचे विच्छेदन करून, आम्ही कथा आणि अकथात्मक चौकटीच्या बांधणीबद्दल समज प्राप्त करतो. हे, यामधून, आपल्याला संस्कृती आणि समाजाच्या संदर्भात दूरचित्रवाणी वरची उत्पत्ती आणि उत्क्रांती शोधण्याची परवानगी देते.

दूरचित्रवाणी ने निर्विवादपणे सामाजिक क्रांती घडवून आणली आहे, तरीही त्याच्या चिरस्थायी प्रभावाबद्दल प्रश्न कायम आहेत. कालांतराने, लोकांनी ती ऑफर केलेली सामग्री स्वीकारली आहे, परिणामी मोठा प्रतिसाद मिळाला आहे. अभ्यासांमुळे आमची समज वाढली आहे, परंतु ही वर्गीकरण प्रणाली आहे जी असंख्य चॅनेल आयोजित करण्यात मदत करते ज्याने दूरचित्रवाणी ला त्याच्या मोठ्या प्रमाणात पोहोचवले आहे. "मस्ट-वॉच प्रोग्राम्स" चे युग कमी झाले आहे, ज्यामुळे एकसंध प्रेक्षकाच्या संकल्पनेत घट झाली आहे. याव्यतिरिक्त, स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्मच्या प्रसारामुळे दर्शकांच्या निवडी मोठ्या प्रमाणात वाढल्या आहेत. दृश्यमान माध्यम आणि लागू पॅरामीटर्स विकसित होत असताना, दूरचित्रवाणी सामग्रीची मूलभूत संकल्पना मोठ्या प्रमाणात अपरिवर्तित राहिली आहे.

दूरचित्रवाणी लेखक आणि सामग्री निर्मिती दूरचित्रवाणी उद्योगाच्या अत्यंत सहयोगी आणि प्रमाणित स्वरूपाचे उदाहरण देतात. मजकूर घटक सामग्रीच्या स्पष्टीकरणामध्ये अंतर्निहित संदिग्धता असूनही, शैली, शैली आणि दूरचित्रवाणी कल्पनेचे विविध स्वरूप परिभाषित करण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. परिणामी, लेखकत्व किंवा सामग्री ओळखण्यावर भर देणे दूरचित्रवाणी सामग्री समजून घेण्यासाठी महत्त्वपूर्ण असलेल्या विशिष्ट कथांभोवती फिरते.

या संदर्भात, दूरचित्रवाणी लेखन आणि सामग्री निर्मिती व्यापक सिद्धांताला कसा आकार देऊ शकते हे समजून घेणे आवश्यक आहे. दूरचित्रवाणी मधील सामग्रीच्या भूमिकेचे परीक्षण करून, हे स्पष्ट होते की माध्यमाचे जवळून परीक्षण करणे आवश्यक आहे. हे समजून घेणे महत्त्वाचे आहे की निर्माते, माध्यमाची पर्वा न करता, त्यांच्या सामग्रीवर लक्षणीय नियंत्रण ठेवतात, त्याचा सुर आणि एकूण स्थिती प्रभावित करतात. ही ओळख दूरचित्रवाणी च्या कथा आणि प्रभावाला आकार देण्यासाठी सामग्री निर्मात्यांची महत्त्वपूर्ण भूमिका अधोरेखित करते.

हे स्पष्ट आहे की ऐतिहासिक दर्शक गतीशीलतेने वर्तमान व्याख्यांवर जोरदार प्रभाव पाडला आहे. दर्शकांची समज आणि अपेक्षा यांच्या उत्क्रांतीमुळे दर्शक नियोजन आणि व्यवस्थापनाच्या बाबतीत कमी अंदाज लावू शकले आहेत, ज्यामुळे ते मूळ प्रेक्षकांचे उत्कृष्ट उदाहरण बनले आहे.

आजच्या मल्टीमीडिया लँडस्केपमध्ये, दर्शक विविध स्त्रोतांसह व्यस्त आहेत आणि दर्शक आणि या स्त्रोतांमध्ये मानक संधान विकसित झाले आहेत, ज्यामुळे ओळख आणि उद्देशाची भावना वाढली आहे. दर्शक वर्ग अनेकदा अधिक स्थिर असतात आणि सामग्री निर्मिती आणि वितरणावर प्रभाव टाकू शकतात. जरी सामान्य संलग्नक महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतो, विशेषत: मजबूत ओळख किंवा सहभागाच्या बाबतीत! माध्यम प्रतिमा, भूमिका आणि थीम यांच्या अतिरिक्त संलग्नकांनी कालांतराने एक सुसंगत आणि टिकाऊ वातावरणात योगदान दिले. ही गुंतागुंत समकालीन प्रेक्षकांच्या गतिमान आणि बहुआयामी स्वभावाला अधोरेखित करते.

या प्रकारच्या सिद्धांतामध्ये, सामाजिक उत्पत्ती दरम्यान तणाव निर्माण होतो, जिथे एक मजबूत सामाजिक आणि मानक संधान एका गटाला फायदेशीर ठरतो आणि दुसरा गट स्वार्थावर अवलंबून असतो. माध्यमांवर लागू केलेल्या मानक सिद्धांतावर निर्णय देणे

कदाचित शहाणपणाचे ठरणार नाही, परंतु संलग्न मूल्यांचे परिणाम होऊ शकतात, ज्यामुळे अधिक सखोल आणि गुणात्मक संदर्भांचा परिचय होईल. नाटकातील विविध दर्शक पद्धती आणि पात्रांसह, सुरुवातीच्या दर्शक संकल्पना उपलब्धता आणि अनुकूलता यांच्या आधारे अगणित शक्यता उघडतात. बदलाची दूरचित्रवाणी ची क्षमता त्याच्या प्रेक्षकांशी जोडलेली आहे, जी यामधून, प्रकटीकरण आणून सामाजिक अनुभवाला आकार देते.

दर्शकांना चांगली समज मिळविण्यासाठी, समीक्षक आणि शिक्षणतज्ञांनी दूरदर्शनच्या रचनेवर प्रकाश टाकणारे सिद्धांत आणि अभ्यास यांचा शोध घेणे आवश्यक आहे. लोक वेगवेगळ्या वेळी वेगवेगळे कार्यक्रम निवडत असताना, एक मूलभूत प्रश्न हा आहे की शैक्षणिक दर्शक दर आठवड्याला सातत्य राखण्याची अपेक्षा करतात. क्रियाकलापांची विविधता आणि त्यांची अद्वितीय आव्हाने असूनही, दैनंदिन जीवनातील अनेक पैलूंची छाननी झाली आहे, ज्यामुळे लोकांच्या विचारांवर दूरचित्रवाणी चा महत्त्वपूर्ण प्रभाव आहे असा विश्वास निर्माण झाला आहे.लोकांच्या जीवनावर दूरचित्रवाणी चा प्रभाव निर्विवाद आहे, तरीही दूरचित्रवाणी चा अर्थ लावताना ज्ञानाचे महत्त्व अनेकदा दुर्लक्षित केले जाते. सामाजिक जीवनाचा विकास आणि समज यांच्यातील समांतर दूरचित्रवाणी कथा आणि नैतिक निष्कर्षांवरील सामान्य ज्ञानाला प्राधान्य दर्शवितात. दूरचित्रवाणी चे सर्वसमावेशक दृश्य प्राप्त करण्यासाठी शैक्षणिक आणि समीक्षकांनी जगभरातील दर्शक काय पसंत करतात, त्यांचे दृष्टीकोन आणि व्याख्या स्वीकारणे आवश्यक आहे. दर्शक सिद्धांताच्या भिंगातून हे अधिक शोधले जाऊ शकते.

सक्रिय दर्शक सिद्धांत ही मीडिया अभ्यासामध्ये तुलनेने नवीन घटना आहे. दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या पद्धतींचा अभ्यास करण्यासाठी एथनोग्राफिक संशोधन पद्धतींचा वापर करताना, हा नमुना उदयास आला. याव्यतिरिक्त, या पद्धती दर्शकांच्या पद्धतींचे पुनर्मूल्यांकन प्रदान करतात जे मोठ्या प्रमाणावर स्वीकारल्या गेलेल्या नियमांना आव्हान देऊ शकतात.जे मोठ्या प्रमाणावर स्वीकारल्या गेलेल्या नियमांना आव्हान देऊ शकतात. दर्शक कोणत्याही विशिष्ट विचारसरणीचे पालन न करता मीडिया मजकुरात गुंतू शकतात या संकल्पनेमुळे वादविवाद झाले. विल्यम सीमन सूचित करतात की सक्रिय प्रेक्षकांचा दृष्टीकोन काहीवेळा स्पष्ट करण्याऐवजी अस्पष्ट असू शकतो आणि तो काही विशिष्ट पद्धतींना तर्कसंगत बनवू शकतो ज्यामुळे अधिक वैध आणि वेधक अंतर्दृष्टी उघड होऊ शकते. हा सिद्धांत दर्शक मीडिया सामग्रीशी कसा संवाद साधतात आणि त्याचा अर्थ कसा लावतात यावर नवीन दृष्टीकोन उघडतो.

दर्शक विविध आणि अधिव्याप्ती मार्गांनी परिभाषित केले जाऊ शकतात आणि माध्यम आणि संस्कृती विकसित झाल्यामुळे, प्रेक्षकांचे वर्गीकरण करण्याच्या वेगळ्या पद्धती उदयास आल्या आहेत.

'एकत्रित लोक' म्हणून दर्शक म्हणजे एका विशिष्ट क्षणी प्रेझेंटेशनमध्ये सक्रियपणे गुंतलेल्या आणि लक्ष देणाऱ्या सामूहिक व्यक्तींना सूचित करते. या संदर्भात, त्यांना "दर्शक" म्हणून संबोधले जाते.

'संबोधित केलेल्या व्यक्ती' म्हणून दर्शक हा असा गट आहे ज्या गटाची संवादक म्हणून कल्पना केली गेली आहे आणि ज्यासाठी आशय तयार केला गेला आहे;.हा गट "अंकित दर्शक " म्हणूनही ओळखला जातो.

'हॅपनिंग" असलेले प्रेक्षकः दैनंदिन जीवनात एकटे किंवा इतरांशी संवाद साधण्याचा अनुभव हा जागा आणि इतर वैशिष्ट्यांद्वारे संदर्भित केला जातो.

'श्रवण' म्हणून दर्शक म्हणजे सहभागी दर्शक जो कार्यप्रदर्शनात सक्रियपणे गुंतलेला असतो. हे दर्शक इव्हेंट किंवा कामगिरीमध्ये अंतर्भूत केले जातात आणि विविध माध्यमांद्वारे त्वरित प्रतिसाद देऊन सहभागी होण्यासाठी प्रोत्साहित केले जाते.

विशिष्ट दर्शक प्रकारांच्या व्याख्या प्रश्नातील माध्यमावर अवलंबून बदलू शकतात, परंतु विविध प्रकारच्या संप्रेषणात्मक संबंधांनी प्रेक्षकांच्या संकल्पनेच्या समकालीन समजला आकार देण्यात भूमिका बजावली आहे. फरक असूनही, प्री-मीडिया दर्शकांची प्रमुख वैशिष्ट्ये चालू घडामोडी समजून घेण्यासाठी आणि व्यापक सामाजिक अपेक्षांवर प्रभाव टाकण्यासाठी महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावत आहेत. चला अनेक पर्यायी दर्शक सिद्धांत संकल्पना अधिक तपशीलवार एक्सप्लोर करूया.

१३.२.१ दर्शक सिद्धांताच्या पर्यायी संकल्पना:

I) प्रेक्षक, वाचक, श्रोते यांचा संच म्हणजे दर्शक:

दर्शक ही संकल्पना प्रामुख्याने परिमाणवाचक पैलूंवर केंद्रित आहे. ज्यांनी मीडिया सामग्रीच्या विशिष्ट प्रकार निवडला आहे आणि ज्यांच्याकडे इच्छित जनसंख्याशास्त्रीय वैशिष्ट्ये आहेत त्यांच्या संख्येवर हे लक्ष केंद्रित करते. विद्वान श्रोत्यांच्या सहभागाच्या विविध अंशांशी संबंधित जटिलतेचे अस्तित्व असते, तरीही या गुंतागुंत अद्याप पूर्णपणे समजल्या नाहीत.हा दृष्टिकोन अनेक दर्शक विभाग ओळखतो:

पहिले आणि सर्वात मोठे दर्शक, जे संवाद करण्यासाठी उपलब्ध आहेत, दूरचित्रवाणी दर्शकांसाठी एक पाया प्रदान करतात.

दुसरा दर्शक विभाग जो दूरचित्रवाणी सामग्रीसह त्याच्या प्रतिबद्धतेच्या पातळीवर बदलतो.

एक तिसरा विभाग जो सामग्रीच्या रिसेप्शनची नोंदणी करतो.

एक लहान चौथा विभाग जो केवळ प्राप्तच करत नाही तर सादर केलेली सामग्री आंतरिक बनवतो.

II) जनसमुह म्हणून दर्शक:

विद्वानांनी जनसंवादात श्रोत्यांच्या महत्त्वावर भर दिला आहे, परंतु ते श्रोत्यांना अवास्तव मोठ्या जनसमुदायाच्या रूपात पाहण्यापासून सावधगिरी बाळगतात. रेमंड विल्यम्स सूचित करतात की सामाजिक महत्त्व निश्चित करण्यासाठी मीडिया मूल्यमापन सहसा प्रेक्षकांच्या आकारावर आणि तात्काळतेवर अवलंबून असते. तथापि, भ्रामक गैरसमजासह "वस्तुमान"

ची बरोबरी न करणे आवश्यक आहे, कारण प्रेक्षकांच्या व्यस्ततेची गुंतागुंत समजून घेण्यासाठी विविध दृष्टिकोन विकसित केले जातात.

III) सार्वजनिक किंवा सामाजिक गट म्हणून श्रोत्यांचा सहभाग:

या दृष्टीकोनातून, एका विशिष्ट माध्यमाद्वारे सेवा दिलेल्या स्वायत्त सामाजिक गटावर लक्ष केंद्रित केले जाते. जनतेच्या संकल्पनेवर विविध संदर्भात चर्चा केली गेली आहे, परंतु मास मीडिया अनेकदा खऱ्या सार्वजनिक निर्मितीमध्ये अडथळा आणतो. ड्यूई सारख्या समीक्षकांनी असे सुचवले आहे की व्यक्ती परस्पर ओळखीद्वारे सामाजिक एकके बनवतात, अशा गटांमुळे संवादाची विविध माध्यमे होऊ शकतात, ज्यामुळे विविध दर्शक निर्मितीचे अस्तित्व दिसून येते.

दर्शकांचा विभाग माहितीच्या विविध स्रोतांमधून काढत असताना, अनेक देशांनी इतर वाचक गटांशी जोडलेले घटक कायम ठेवले आहेत. अशा प्रकरणांमध्ये, दर्शक अनेकदा पूर्व-अस्तित्वात असलेल्या समुदायांशी संरेखित होतात, सामाजिक गट तयार करतात जे भरीव माध्यम पुरवठ्याचा पाया बनतात. जरी माध्यमांच्या इतर प्रकारांशी संबंध आढळल्यास अपवाद अस्तित्त्वात असले तरी, टेलिव्हिजनच्या मोठ्या चॅनेल क्षमतेमुळे दर्शक उदयास आले आहेत जे सामाजिक गटांची अधिक वैशिष्ट्ये प्रदर्शित करतात आणि प्रभावासाठी अतिरिक्त संधी निर्माण करतात.

IV) बाजारपेठ म्हणून प्रेक्षक:

सामाजिक घडामोडींनी प्रेक्षकांच्या संकल्पनेला सार्वजनिक स्वरूपात आकार देण्यात भूमिका बजावली आहे, तर आर्थिक विकासाने ती बाजारपेठ म्हणून तयार केली आहे. माध्यम उत्पादन हे त्याच्या व्यावसायिक स्वरूपावर जोर देऊन इतर माध्यम उत्पादनांच्या स्पर्धेतील एक वस्तू म्हणून पाहिले जाऊ शकते. यामध्ये विशिष्ट वैशिष्ट्यांसह लोकसंख्येचे एकत्रीकरण देखील समाविष्ट असू शकते. उत्पादनासाठी संभाव्य ग्राहक म्हणून आणि जाहिरातीसाठी लक्ष्य म्हणून सेवा देणारे माध्यमांसाठी प्रेक्षकांचे दुहेरी महत्त्व आहे. मीडिया उत्पादन बाजार इतर उत्पादनांच्या बाजारपेठेत देखील विस्तारू शकतो. व्यावसायिकरित्या अर्थसहाय्यित माध्यमांसाठी त्यांच्या प्रेक्षकांचा विचार करणे आवश्यक असताना, या दृष्टिकोनाचे अनेक परिणाम आहेत, खाली वर्णन केल्याप्रमाणे:

- ग्राहक-उत्पादन संबंध म्हणून मीडिया आणि प्रेक्षकांना जोडणे.
- लोकसंख्याशास्त्र आणि सांस्कृतिक गुणधर्मांसह प्रेक्षकांच्या अंतर्गत सामाजिक संबंधांवर प्रकाश टाकणे.
- उत्पन्न आणि उपभोग पद्धती आणि प्रेक्षकांच्या वैशिष्ट्यांवर आधारित प्रेक्षकांचे सामाजिक-आर्थिक स्तरीकरण समजून घेण्यासाठी अधिक संबंधित मार्ग विकसित करणे.
- प्रेक्षकांच्या वर्तनाच्या महत्त्वपूर्ण पैलूंवर प्रकाश टाकणे.
- बाजारपेठेचा दृष्टीकोन आणि लक्ष्य गटामध्ये ओळखल्या गेलेल्या श्रेणी समजून घेणे.

सारांश, प्रेक्षक हे संभाव्य ग्राहक म्हणून परिभाषित केले जाऊ शकतात ज्यांच्याकडे माध्यम किंवा संदेश निर्देशित केला जातो. हे वस्तुमान संकल्पनेशी समानता सामायिक करत असताना, ते सांस्कृतिक अभिरुची आणि प्राधान्ये देखील विचारात घेते, जे प्रेक्षक लोकसंख्या आणि संप्रेषणाच्या परिणामकारकतेच्या दृष्टीने लक्षणीय बदलू शकतात.

सराव

१. बाजारपेठ म्हणून प्रेक्षक म्हणजे काय?

२. सार्वजनिक गट म्हणून प्रेक्षक म्हणजे काय?

३. दर्शकांची व्याख्या करा.

१३.३ दर्शक वर्तन

औद्योगिक राष्ट्रांमध्ये दूरचित्रवाणी हा घरगुती बाब आहे, परंतु बदलत्या काळानुसार दर्शकांची प्राधान्ये विकसित होत आहेत. डिजिटल माध्यम परिदृश्य जागतिक प्रेक्षकांना असंख्य पर्याय उपलब्ध करते, परंतु एक स्पष्ट उद्देश महत्त्वाचा आहे. मोठे चित्र समजून घेण्यासाठी प्रोग्रामिंग स्टेशनमधील स्पर्धा आवश्यक आहे. दर्शक माध्यम समजून घेण्यासाठी महत्त्वाचे, व्यावसायिक प्रसारणाला देखील चालना देतात. प्रोग्रॅमिंगसाठी त्यांची तीव्र भूक टीव्हीच्या आर्थिक यशाला चालना देते, परंतु प्रभावशाली मीडिया सिद्धांतांमध्ये भिन्न एक्सपोजर गृहीतके असूनही, सामग्री एकसमान आहे. माध्यम परिदृश्यामधे क्रांती होत असताना, विविध राष्ट्रांमधील टीव्ही वित्तपुरवठा, स्पर्धेचे परिणाम आणि प्रोग्रामिंग बद्दलचे प्रश्न केंद्रस्थानी आहेत. योग्य परिस्थितीत, वैयक्तिक टीव्हीचा वापर कालांतराने लक्षणीय बदलतो. सध्या सुरू असलेली मीडिया क्रांती नवीन माध्यम परिदृश्यावर अधिक वैविध्यपूर्ण दृष्टीकोन देते. दूरचित्रवाणी चे वित्तपुरवठा आणि स्पर्धेचा प्रभाव, सकारात्मक आणि नकारात्मक दोन्ही वेगवेगळ्या देशांमध्ये उपलब्ध असलेल्या प्रोग्रामिंगच्या प्रकाराला आकार देण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. योग्य परिस्थिती आणि घटकांनुसार, वैयक्तिक दूरचित्रवाणी दर्शकांची संख्या लक्षणीयरीत्या बदलू शकते आणि विशिष्ट वेळी सामान्यतः कमी असते.

प्रेक्षकांच्या वर्तनाची आणि दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या पद्धतींची सध्याची समज अंदाज लावता येईल असे आहे. समीक्षक आणि विश्लेषकांनी सतत बदल नोंदवले असूनही, भविष्यात दूरदर्शन हे एक क्रांतिकारी माध्यम राहील यात काही शंका नाही.

१३.३.१ दर्शक वर्तनाचे टप्पे:

i) प्रारंभिक अनुभववादी टप्पा:

दर्शक त्यांच्या दूरचित्रवाणी च्या वापरामध्ये फरक करतात. बहुसंख्य लोकांमध्ये वेगळेपणा असला तरी, सामान्य घटक म्हणजे त्यांचे वर्तन. १९३० आणि १९४० च्या दशकात, "आर्थिक मनुष्य" च्या कल्पनेला महत्त्व प्राप्त झाले, ज्याने शास्त्रीय आर्थिक तत्त्वांमध्ये मूळ असलेल्या विद्वान आणि गंभीर सिद्धांतांवर प्रभाव टाकला.या कालावधीत, ग्राहकांना तर्कसंगत निर्णय घेणारे मानले गेले जे कार्यक्षमतेने त्यांचा वेळ खर्च करू शकतील आणि कार्यक्रम प्राधान्यांबद्दल निवड करू शकतील. या युगाने प्रेक्षकांच्या वर्तनाला सर्वसमावेशकपणे आकार देणारे महत्त्वपूर्ण घटक आणि गुणधर्म अधोरेखित करून वितरण, प्रमोशन आणि जाहिरातींमधील विवेकी प्रभावांवर लक्ष केंद्रित केले.

विद्वानांनी सध्याच्या प्रतिमानासाठी अधिक तर्कहीन दृष्टीकोनाचे समर्थन केले आहे. त्यांनी पुरावे सादर केले आहेत जे दर्शवितात की अ) काही सिद्धांत निर्णयामागील कारणे आणि मानसशास्त्रीय घटकांच्या प्रभावामध्ये फरक करण्यासाठी संघर्ष करतात आणि ब) जरी शारीरिक आणि भावनिक हेतूंमध्ये फरक केला जात असला तरीही, हे पैलू स्वतंत्रपणे मोजले जाऊ शकत नाहीत.

ii) प्रेरणा संशोधन टप्पा:

श्रोत्यांच्या वर्तनाच्या गैर-आर्थिक पैलूंचा अभ्यास करणाऱ्या विद्वानांनी काही तर्कहीन आणि आवेगपूर्ण घटक ओळखले. परिणामी, निर्णय घेणाऱ्यांनी ग्राहकांच्या वर्तनाबद्दल समज यावी यासाठी नवीन दृष्टिकोन शोधण्यास सुरुवात केली. फोकस ग्रुप्स, सखोल मुलाखती आणि व्यक्तिसापेक्ष व्याख्या यासारख्या तंत्रांमुळे असे दिसून आले आहे की कमीत कमी निम्मी लोकसंख्या वेगवेगळ्या वेळी दूरचित्रवाणी पाहण्यापेक्षा इतर क्रियाकलापांना प्राधान्य देते. जरी दर्शक वैविध्यपूर्ण आहेत आणि मोठ्या संख्येत आहेत, त्यांचे क्रियाकलाप दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या तुलनेत कमी सवयीचे आणि अधिक वैविध्यपूर्ण असतात.

प्रेक्षकांचे दूरचित्रवाणी पाहण्याचे नमुने भिन्न असू शकतात, परंतु प्रेक्षकांचा विशालकाय समूह आहेत मात्र एकसंघ नसतात असा निष्कर्ष काढला जातो. ग्राहकांच्या वर्तणुकीवर प्रकर्षाने प्रभाव असलेल्या युगात, प्रेक्षकांनी समस्या सोडवणारी भूमिका बजावली, आणि अशा प्रकारे लोकांद्वारे पाहिल्या जाणाऱ्या कार्यक्रमांबद्दल सवयीऐवजी अधिक जाणूनबुजून आणि निवडक म्हणून पाहिले गेले.

iii) दर्शक टप्पा:

आजचे दर्शक संवादाच्या बाबतीत अधिक सांस्कृतिक दृष्टिकोनाकडे झुकतात. प्रेक्षकांना केवळ माहिती प्रोसेसर म्हणून पाहण्याऐवजी, त्यांना एकाधिक परस्परसंवादी संस्कृतींमध्ये गुंतलेले सामाजिकरित्या जोडलेले व्यक्ती म्हणून पाहिले जाते. दृष्टीकोनातील या बदलामुळे प्रेक्षकांमधील वर्तन पद्धती बदलत आहेत. दूरचित्रवाणी आपल्या प्रेक्षकांना अधिक आनंददायक अनुभव प्रदान करतो आणि शैलीच्या तत्त्वांचा व्यापक वापर, जे एकेकाळी आक्षेपार्ह मानले जात होते, त्याला प्रेक्षकांच्या मोठ्या गटाची पसंती मिळाली आहे.

आनंदाच्या शोधाने अनेक समकालीन अभ्यासांना चालना दिली आहे आणि दूरचित्रवाणी ची एकंदर लोकप्रियता टीकेसाठी योग्य विषय म्हणून त्याची छाननी योग्य ठरवते.

दर्शक आनंद कसा मिळवतात हे समजून घेण्यात स्त्री-पुरुष , उपसांस्कृतिक ओळख, वर्ग ओळख आणि वांशिक एकता यांचा समावेश होतो. हा दृष्टीकोन प्रेक्षकांच्या अभ्यासात आनंदाच्या व्याख्येवर वादविवाद सुरू करतो. समीक्षक जॉन फिस्क यांनी सुचविल्याप्रमाणे, दूरदर्शन पाहण्याचा आनंद प्रबळ विचारधारेच्या विरोधात असू शकतो. तथापि, समीक्षक आणि विद्वानांना अद्याप "दर्शक-आनंद" ही संकल्पना पूर्णपणे समजू शकलेली नाही, ते समजून घेण्याच्या सतत प्रयत्नात अनेकदा स्वतःला दर्शकांच्या दृष्टीकोनाशी संरेखित करतात.

सराव

१. दर्शक टप्पा काय आहे?

२. प्रारंभिक अनुभववादी टप्पा काय आहे?

३. प्रेक्षकांच्या वर्तनाचा तुम्हाला काय अर्थ आहे?

१३.४ समारोप

संपूर्णपणे दूरचित्रवाणी उद्योगाला आकार देण्यामध्ये दर्शकांचा हात असला तरी, हे लक्षात ठेवणे महत्त्वाचे आहे की त्यांच्यात फेरफार होत असतानाही, तरीही ते एखादे उत्पादन विशिष्ट माध्यम चिन्हांच्या संचासह संबद्ध करतात, मग ते पात्र असो, एक प्लॉट पॉइंट, किंवा एक व्यापक थीम.

१३.५ प्रश्न

१) प्रेक्षकांच्या वर्तनाच्या टप्प्यांबद्दल तपशीलवार लिहा.

२) संकल्पनांसह प्रेक्षकांच्या सिद्धांताचे वर्णन करा.

३) प्रेक्षकांनी दूरचित्रवाणी ला आकार देण्यास कशी मदत केली आहे?

*****

१४

भारतातील दूरचित्रवाणीचा प्रेक्षक

पाठाची रूपरेषा

१४.० उद्दिष्टे

१४.१ परिचय

१४.२ भारतीय दूरदर्शन: उपग्रहांच्या साह्याने कक्षा रूंदावताना

१४.२.१ दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांच्या कल्पना

१४.३ भारतातील दूरचित्रवाणीचा व्यावसायिक संदर्भ

१४.४ समारोप

१४.५ प्रश्न

१४.६ संदर्भग्रंथ

१४.० उद्दिष्टे

या पाठाच्या अध्ययनानंतर तुम्हाला समजेल -

- भारतात दूरदर्शन प्रणाली कशी कार्य करते.
- भारतीय प्रेक्षकांसाठी प्रेक्षकांची वागणूक.
- श्रोत्यांच्या वर्तनाच्या कल्पना
- व्यावसायिक संदर्भ जे भारतीय दूरचित्रवाणी प्रणालीवर प्रेक्षकांचा प्रभाव जाणून घेण्यास कारणीभूत ठरतील.

१४.१ परिचय

जागतिक स्तरावर पाश्चात्य दूरचित्रवाणीच्या प्रभावामुळे स्वारस्य मोठ्या प्रमाणात वाढले आहे, ज्यामुळे जगभरातील मीडिया आउटलेट्सना एक माध्यम म्हणून दूरचित्रवाणीबद्दलची त्यांची समज वाढविण्यासाठी विविध वैशिष्ट्ये आणि वैशिष्ट्यांचे विश्लेषण आणि अवलंब करण्यास प्रवृत्त केले. एक प्रबळ दृष्टीकोन प्रेक्षकांच्या स्वीकारण्यावर लक्ष केंद्रित करत असताना, ही घटना प्रेक्षकांच्या विविध गतिशीलता आणि धारणांकडे जाण्यासाठी अनेक पर्यायी मार्गांना अस्पष्ट करते. दूरचित्रवाणीच्या दुहेरी स्वभावाची ओळख ही पर्यायी सिद्धांतांमधून घेतलेले महत्त्वपूर्ण शहाणपण आहे . त्याच्या केंद्रस्थानी, दूरदर्शन दोन भिन्न भूमिकांमध्ये कार्य करते. या भूमिका विविध घटकांवर अवलंबून असतात, ज्यात शक्यता आणि परिस्थिती विकसित होते. परिणामी, श्रोत्यांच्या रचनेचा अंदाज बांधणे हे एक जटिल आणि गतिमान आव्हान बनते. 'इंटरॅक्टिव्ह मीडिया' चे आगमन हे च्या उत्क्रांतीच्या

सुरुवातीच्या टप्प्याचे प्रतिनिधित्व करते. हे अशा परिस्थितीत आले आहे जिथे प्रेक्षकांना, एका विशिष्ट क्षणी विशिष्ट ठिकाणी, जवळजवळ समान सामग्री प्राप्त होते. तथापि, दूरचित्रवाणीचे लँडस्केप सतत प्रवाहीत असते, इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांच्या परिचयामुळे. मीडिया प्लॅटफॉर्मचे हे संमिलन अनेक स्तरांवर कार्य करते, परिणामी पारंपारिक आणि त्याच्या आधुनिक समकक्षांमधील रेषा अधिक अस्पष्ट करते. प्रेक्षकांसमोर असंख्य सामग्री स्त्रोत येत असल्याने, ग्राहक-केंद्रित माध्यमांमध्ये लक्षणीय वाढ झाली आहे. तरीसुद्धा, श्रोते त्यांची वैयक्तिक प्राधान्ये कायम ठेवतील. ते मास मीडिया लँडस्केपमध्ये अधिक स्थानिकीकृत आणि त्यांच्या विशिष्ट रूचीनुसार तयार केलेल्या सामग्रीकडे आकर्षित होऊ शकतात. प्रेक्षकांच्या पसंतींमधील ही विविधता माध्यमाची जटिलता आणि समृद्धता अधोरेखित करते कारण ते जागतिक आणि तांत्रिक बदलांच्या प्रतिसादात विकसित होत आहे.

भारताच्या संदर्भात, दूरचित्रवाणी ही एक अत्यंत महत्वाकांक्षी संकल्पना आहे जी इतक्या काळानंतरही तिचे महत्त्व टिकवून आहे. दूरचित्रवाणीच्या प्रभावाचे बरेचसे मूल्यमापन निर्देशांक आणि प्रेक्षक रेटिंग यांच्याभोवती फिरत असताना, त्याचा प्रभाव प्रसारण क्षेत्राच्या पलीकडे विस्तारला आहे. सार्वजनिक अधिकारी आणि विविध भागधारक दूरचित्रवाणी परिदृश्यामधे खोलवर गुंतले आहेत.भारतात इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांच्या लोकप्रियतेत वाढ झाल्यामुळे, विविध सामग्री आणि वितरण पद्धतींचा प्रसार झाला आहे. यामुळे विविध स्वाद-संस्कृतींना जन्म दिला गेला आहे, ज्यांनी गैर-जनसांख्यिकीय घटकांचे महत्त्व आणि प्रेक्षकांच्या आच्छादित स्वरूपावर जोर दिला आहे. थोडक्यात, भारतातील दूरचित्रवाणी परिदृश्य विविध पार्श्वभूमी आणि रूची असलेल्या सामग्री आणि दर्शकांच्या समृद्ध टेपेस्ट्रीचा समावेश करण्यासाठी विकसित झाला आहे. भारतीय दूरचित्रवाणी बाजार अनेक वर्षांपासून भरीव आणि टिकाऊ आहे. त्याचे विशाल आणि वैविध्यपूर्ण प्रेक्षक सोपे वर्गीकरण किंवा पदानुक्रमाला नकार देतात, ज्यामुळे बहु-आयामी आणि गतिशील सामाजिक परिदृश्य तयार होते. ही जटिलता भारतासारख्या समृद्ध आणि वैविध्यपूर्ण सांस्कृतिक वारसा असलेल्या देशात मीडिया वापर, सामग्री निर्मिती आणि प्रेक्षकांच्या पसंतीचे सतत बदलणारे स्वरूप प्रतिबिंबित करते. दूरचित्रवाणी , या संदर्भात, जटिल आणि बहुआयामी समाजाचा आरसा म्हणून काम करते.

१४.२ भारतीय दूरदर्शन: उपग्रहांच्या साह्याने कक्षा रूंदावताना

भारतासारख्या देशात उपग्रह-प्रेरित दूरचित्रवाणी वाढीचा वेग विलक्षण आहे, ज्या प्रमाणात अनेक निरीक्षक भविष्यातील मीडिया लँडस्केपचा एक महत्त्वाचा भाग असल्याचे भाकीत करतात. विविध प्लॅटफॉर्मचा उदय आणि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांच्या सतत विस्तारामुळे, दर्जेदार सामग्री आणि सामग्रीचा वापर केला जात असल्याचे दिसून येते.1959 मधे सुरू झालेल्या भारतातील दूरचित्रवाणीच्या सुरुवातीच्या दिवसांचा विचार केल्यास, ते प्रामुख्याने शैक्षणिक आणि विकासाचे साधन म्हणून उपलब्ध होते. त्याच्या सुरुवातीच्या टप्प्यात, त्याला लक्षणीय दर्शक आकर्षित करण्यासाठी संघर्ष करावा लागला. तथापि, जसजसा वेळ गेला, दूरचित्रवाणीचे आकर्षण वाढू लागले, विशेषतः त्या काळात जेव्हा "रामायण" आणि "महाभारत" सारखे आयकॉनिक शो प्रसारित केले जात होते. या मालिका भारतीय प्रेक्षकांच्या मनाला भावल्या तो या देशातील दूरचित्रवाणीसाठी एक टर्निंग पॉइंट

ठरला.हळुहळू, माध्यमात परिवर्तन झाले, ते मुख्यत्वे सरकारी एजन्सीद्वारे नियंत्रित केले जाण्यापासून ते देशभरातील विशाल आणि वैविध्यपूर्ण प्रेक्षकांना पूर्णवेळ मनोरंजन सेवा प्रदान करण्याकडे सरकले. मालकी आणि प्रोग्रामिंग फोकसमधील हा बदल भारतातील आधुनिक दूरचित्रवाणी लँडस्केपला आकार देण्यासाठी महत्त्वपूर्ण ठरला. हे अधोरेखित करते की दूरदर्शन हे शिक्षणाच्या साधनापासून देशातील मनोरंजन, माहिती आणि सांस्कृतिक अभिव्यक्तीचे प्रमुख माध्यम बनले आहे.

चित्रपट, संगीत आणि मालिका यांच्या प्रभावाने भारतीय दूरचित्रवाणी लँडस्केप निःसंशयपणे आकाराला आला आहे, ज्यामुळे एकूणच माध्यमांच्या परिस्थितीवर महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडतो. तथापि, हा प्रभाव सरळ नाही. भारतीय दूरचित्रवाणीची भरभराट उघड आहे, परंतु तो एक सूक्ष्म आणि हळूहळू विकास आहे.भारतातील दूरचित्रवाणी चा प्रभाव केवळ दृष्टीकोन, मते आणि वर्तन दाखवण्यापलीकडे आहे. हे उच्च मानके ठरवण्यासाठी विकसित झाले आहे आणि समुदाय, नातेसंबंध आणि ओळख यांचे मुद्दे आहे. हे वैशिष्ट्यपूर्ण अर्थ आणि सामान्यतेच्या भावनेमधे योगदान देते जे दूरचित्रवाणी द्वारे जागतिकीकरणाचे आर्थिक आणि सांस्कृतिक परिणाम समजून घेण्यास मदत करते. दूरचित्रवाणी ने स्व-प्राच्यवादाचे घटक स्वीकारले असले तरी, ते एक भ्रामक जग देखील तयार करते, जिथे प्रेक्षकांना पूर्णपणे नवीन वास्तवाची समज दिली जाते. या विकसनशील भारतात, जरी काही व्याख्या आणि प्रभाव इतर ठिकाणाहून आले असले तरी, हे स्पष्ट आहे की भारतीय प्रेक्षक ही आणखी एक उदयोन्मुख बाजारपेठ मानली जाते. या दृष्टिकोनातून, जागतिक बनणे, प्रेक्षकांच्या दृष्टीने, विकसित होत असलेल्या मीडिया लँडस्केपमध्ये प्रभाव आणि नियंत्रण ठेवण्याचा एक मार्ग म्हणून पाहिले जाऊ शकते.

भारतीय दूरचित्रवाणी , जरी ते नेहमीच प्रत्येकासाठी समान पातळीचे समाधान प्रदान करत नसले तरी, मीडिया लँडस्केपमध्ये एक प्रमुख दावेदार आहे आणि स एक महत्त्वपूर्ण शक्ती म्हणून ओळखले जात आहे. गेल्या काही वर्षांत, भारतातील उपग्रह दूरचित्रवाणीच्या उत्क्रांतीने एका वेगळ्या घटनेला जन्म दिला आहे. या परिवर्तनामुळे समकालीन जीवन, आधुनिकता आणि त्यांचा कुटुंबे आणि नातेसंबंधांवर प्रभाव पडणाऱ्या विविध चर्चा आणि कथनाचा विकास झाला आहे. त्यामुळे , प्रेक्षक-संबंधित वर्तणूक आणि प्रतिसादांची विविधता याने वर्धित केली आहे, जो अभ्यासक आणि समीक्षकांसाठी आवडीचा आणि छाननीचा विषय आहे.

भारतातील दूरचित्रवाणी ने सामाजाचे प्रतिबिंब आणि आकार दोन्ही व्यवस्थापित केले आहे, त्यामुळे भारतातील दूरचित्रवाणी ही बहुआयामी भूमिका निभावते, ती केवळ समाज आणि संस्कृतीचे प्रतिबिंबच देत नाही तर विविध मार्गांनी आकारही देते. हे वेगाने बदलणाऱ्या आणि जागतिकीकरणाच्या राष्ट्राच्या संदर्भात संवाद, प्रतिनिधित्व आणि प्रभावासाठी एक शक्तिशाली साधन म्हणून काम करते.समकालीन समस्या, नातेसंबंध आणि सामाजिक गतिशीलता यांविषयीच्या चर्चेत प्रेक्षकांशी संवाद साधण्याची आणि त्यांना गुंतवून ठेवण्याची या माध्यमाची क्षमता भारतीय संस्कृती आणि समाजावर त्याचा महत्त्वपूर्ण प्रभाव अधोरेखित करते. परिणामी, भारतीय दूरचित्रवाणी हे एक शक्तिशाली आणि गतिमान माध्यम बनले आहे, जे देशातील मीडिया, संस्कृती आणि समाजावर व्यापक चर्चेसाठी योगदान देत आहे.

भारतीय दूरचित्रवाणीचा प्रभाव देशाच्या सीमेपलीकडे पसरलेला आहे आणि व्यापक आशिया खंडात चालू असलेल्या सामाजिक आणि आर्थिक बदलांच्या मालिकेने तो प्रतिध्वनित झाला आहे. ग्राहक संस्कृतीच्या उदयाने दैनंदिन जीवनावर लक्षणीय परिणाम केला आहे आणि प्रसारमाध्यमे आणि ग्राहक उत्पादनांच्या विस्तृत श्रेणीने भांडवलशाही राष्ट्रांमध्ये घुसखोरी केली आहे. इथे प्रसारमाध्यमे आणि ग्राहकोपयोगी वस्तूंची एक चकचकीत विविधता कायम आहे, या ट्रेंडमुळे प्रेक्षकांचे वैयक्तिकरण झाले आहे, प्रेक्षक त्यांच्या जीवनशैली आणि ओळखीबद्दल प्रतिक्षिप्त निवड करतात.भारतीय दूरचित्रवाणी शक्तिशाली समकालीन माध्यमांसह परंपरावादी बाबी एकत्र करण्याच्या क्षमतेमध्ये अद्वितीय आहे. भारताच्या मीडिया लँडस्केपला आकार देण्यामध्ये त्याची महत्त्वपूर्ण भूमिका अधोरेखित करून, व्यावसायिक आणि राज्य अशा दोन्ही क्षेत्रांतून याला भरीव गुंतवणूक मिळाली आहे. विद्वान आणि विश्लेषकांनी, अपवादात्मक दृष्टिकोन वगळता , भारतीय दूरचित्रवाणीच्या विकसित होत असलेल्या सामाजिक-सांस्कृतिक भूमिकेबद्दल व्यापक स्तरावर समज प्रदान केली आहे.भारतीय दूरचित्रवाणीने प्रेक्षकांवर खोलवर आणि दीर्घकाळ प्रभाव टाकला आहे, परंतु सध्याच्या दूरचित्रवाणीच्या लँडस्केपमध्ये असा युक्तिवाद केला जातो की सामाजिक, राजकीय, आर्थिक आणि सांस्कृतिक संरचना त्यांच्या उत्पादनाच्या देशांमध्ये आधुनिकतेच्या विशिष्ट इतिहासामध्ये अंतर्भूत असतात. वैज्ञानिक विचारांचे धर्मनिरपेक्षीकरण आणि लिंग यासारख्या सामाजिक संकल्पनांचा परिचय यासह सांस्कृतिक बदलांनी एक समुदाय म्हणून प्रेक्षकांच्या सामूहिक कल्पनेला हातभार लावला आहे. हे बदल असमान, भिन्न आणि अप्रत्याशितपणे विविध समाजांमध्ये पसरले आहेत आणि अनेकदा ऐतिहासिक प्रक्रियांना मानक म्हणून सादर केले जाते. हा बहुवचनवाद ओळखणे भारतीय प्रोग्रामिंगच्या विविध पद्धतींशी संलग्न होण्यासाठी एक महत्त्वपूर्ण संकल्पनात्मक फ्रेमवर्क प्रदान करते. स्थानिक, राष्ट्रीय आणि प्रादेशिक वैशिष्ट्यांनी अधिक विशिष्ट विचारसरणीला प्रोत्साहन देऊन प्रेक्षक गुंतलेल्या काही विश्वासांना बळकटी दिली आहे. भारतीय माध्यमांच्या संदर्भात, आत्म-सुधारणा, वैयक्तिक ओळख आणि प्रतीक्षिप्त स्वत्व यावर केंद्रित प्रवचनांच्या उदयाने आधुनिक संकल्पनांमध्ये एक वेगळी उत्क्रांती दर्शविली आहे, जी कदाचित पाश्चात्य केंद्राकडे संमिलित व्हायची आवश्यकता नाही. त्याऐवजी, या घडामोडी भारताच्या सूक्ष्म आणि वैविध्यपूर्ण सांस्कृतिक लँडस्केप आणि त्याचे विकसित होणारे माध्यम वातावरण प्रतिबिंबित करतात.

१४.२.१ दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांच्या कल्पना:

भारतात उपग्रह दूरचित्रवाणी चा परिचय 1991 मध्ये आखाती युद्ध आणि भारत सरकारच्या आर्थिक उदारीकरणाच्या धोरणांनंतरच्या काळात सापडतो. मीडिया लँडस्केपमधील हा महत्त्वपूर्ण बदल निःसंशयपणे विविध अमेरिकन कार्यक्रमांनी प्रभावित झाला होता. तथापि, भारतातील उपग्रह दूरचित्रवाणीची स्फोटक वाढ प्रामुख्याने त्या काळात झालेल्या प्रचंड आणि उत्साही वृत्तीमुळे झाली.उपयोजित विज्ञानाच्या प्रमुख यशांपैकी एक मानला जाणारा दूरदर्शन हा भारतातील लोकांच्या जीवनाचा अविभाज्य भाग बनला. दूरचित्रवाणी मीडियासाठी सर्वात मोठ्या फॅन बेससह भारत अग्रगण्य देशांपैकी एक आहे. हे केवळ मनोरंजनच करत नाही तर बहु-भाषिक आणि बहु-सांस्कृतिक समाजात एकात्म शक्ती म्हणून काम करते.भारतात दूरचित्रवाणी ची सुरुवात सप्टेंबर 1959 पासून झाली जेव्हा प्रायोगिक दूरचित्रवाणी केंद्राची स्थापना झाली. त्या वेळी,केंद्राची पोहोच

मर्यादित होती, आणि तिची सेवा प्रामुख्याने शैक्षणिक उद्देशांसाठी होती.आंतरराष्ट्रीय दळणवळण अभ्यासक आणि प्रेक्षक अभ्यासकांनी उपस्थित केलेल्या चिंता परस्परविरोधी दिसू शकतात, परंतु प्रसारमाध्यमांच्या आणि सांस्कृतिक उत्पादनाच्या वाढत्या मक्तेदारीच्या संदर्भात ते प्रासंगिकता प्राप्त करतात. अफाट आंतरराष्ट्रीय संसाधनांसह श्रीमंत आणि प्रभावशाली कॉर्पोरेशन्सच्या हातात सत्तेच्या या एकाग्रतेचा मीडिया लँडस्केप आणि ते प्रतिनिधित्व करत असलेल्या विविध आवाज आणि दृष्टीकोनांवर खरोखरच महत्त्वपूर्ण परिणाम होऊ शकतो. माहिती आणि संस्कृतीच्या जागतिक प्रवाहावर मीडिया मालकी आणि नियंत्रणाचा प्रभाव विचारात घेण्याचे महत्त्व हे अधोरेखित करते.

दूरचित्रवाणी उद्योग त्याच्या गतिमान आणि वेगाने विकसित होत आहे. तांत्रिक प्रगती, विशेषत: सॉलिड-स्टेट तंत्रज्ञानाने उद्योगाला नवीन उंचीवर नेले आहे आणि पूर्वीपेक्षा मोठ्या प्रेक्षकांना आकर्षित केले आहे. विविध ऑनलाइन स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्मचे आगमन उद्योगात एक परिवर्तनकारी शक्ती आहे.या विकसित होत असलेल्या लँडस्केपमधील एक महत्त्वपूर्ण विकास म्हणजे "अर्थ नमुना" चा उदय. ही संकल्पना दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांच्या समजुतीतील एक महत्त्वाचा क्षण दर्शवते. हे समकालीन सिद्धांत आणि अंतर्दृष्टीद्वारे सूचित केले जाते जे दूरचित्रवाणी दर्शकांच्या गुंतागुंतीचे निराकरण करण्यात मदत करतात. " meaning paradigm" हे मान्य करते की दूरचित्रवाणी सामग्री ही केवळ निष्क्रिय मनोरंजन नसून प्रेक्षकांसाठी अर्थ आणि प्रासंगिकतेचा एक गतिशील स्रोत आहेहे समकालीन सिद्धांत दूरचित्रवाणी प्रेक्षक ते वापरत असलेल्या सामग्रीसह कसे व्यस्त असतात आणि त्याचा अर्थ लावतात यावर प्रकाश टाकण्यास मदत करतात. ते त्यांच्या वैयक्तिक प्राधान्ये, सांस्कृतिक पार्श्वभूमी आणि वैयक्तिक अनुभव लक्षात घेऊन दर्शकांना दूरचित्रवाणी मधून अर्थ प्राप्त करण्याच्या विविध मार्गांवर जोर देतात. दृष्टीकोनातील हा बदल प्रेक्षकांनी पाहत असलेल्या सामग्रीची जाणीव करून देण्यासाठी त्यांची सक्रिय भूमिका समजून घेण्याचे महत्त्व अधोरेखित करते आणि संवाद आणि कथा सांगण्याचे माध्यम म्हणून दूरचित्रवाणी चे विकसित होणारे स्वरूप आहे.

तुमची प्रगती तपासा

१. दूरचित्रवाणीचे दर्शक कोण आहेत

२. तुमच्या मते दूरचित्रवाणी दर्शकांचे वेगळेपण दाखवणारे कोणते घटक आहेत

३. परस्परसंवादी माध्यम म्हणजे काय?

I) वैचारिक प्रेक्षक

वैचारिक प्रेक्षकांची संकल्पना प्रामुख्याने ब्रिटीश सांस्कृतिक अभ्यास परंपरेशी संबंधित आहे, जी मीडिया कम्युनिकेशनचे एन्कोडिंग-डिकोडिंग मॉडेल समजून घेण्यासाठी सैद्धांतिक चौकट प्रदान करते. हे मॉडेल निर्मात्यांद्वारे मीडिया संदेश कसे एन्कोड केले जातात आणि प्रेक्षकांद्वारे डीकोड केले जातात हे शोधून काढते, हे ओळखून की प्रेक्षकांची व्याख्या निष्क्रीय किंवा एकसमान असणे आवश्यक नाही.या मॉडेलच्या समीक्षकांनी अनेकदा असा युक्तिवाद केला आहे की ते माध्यम कथांची पुनरावृत्ती करणारे आणि केवळ लोकप्रिय संस्कृतीच्या वर्चस्ववादी संभाव्यतेची सेवा करतात. या टीकेला प्रतिसाद म्हणून, कोणत्याही अभ्यासासाठी या मुद्द्याचे पुरेसे निराकरण करणे महत्त्वाचे आहे.भारताच्या संदर्भात, जो जागतिक प्रेक्षक लँडस्केपचा एक भाग बनला आहे, दर्शक विविध प्रकारे माध्यम ग्रंथांचे अर्थ लावण्यासाठी सिद्धांतबद्ध केले गेले आहेत आणि यामुळे एकाच सामग्रीमधून भिन्न अर्थ काढले जातात. हा दृष्टीकोन माध्यमांच्या वापराची जटिलता आणि प्रेक्षक ज्या माध्यमांच्या सामग्रीमध्ये अंतर्भूत असलेल्या प्रबळ विचारधारेशी संलग्न असतात, त्याचा अर्थ लावतात आणि काहीवेळा त्यांना आव्हान देतात, त्या मार्गांना अधोरेखित करते. हे ओळखण्याची गरज अधोरेखित करते की माध्यम ग्रंथांमधून अर्थ काढण्याच्या प्रक्रियेत प्रेक्षक सक्रिय सहभागी आहेत आणि ही अर्थ-निर्मिती प्रक्रिया अत्यंत वैविध्यपूर्ण आणि वैयक्तिक आणि सांस्कृतिक घटकांवर अवलंबून असू शकते.

मीडिया अभ्यासाच्या क्षेत्राने विविध विश्लेषणात्मक क्षेत्रांमध्ये माध्यमांचे वाढते महत्त्व अधोरेखित करून त्यात चिरस्थायी योगदान दिले आहे. आपल्या दैनंदिन जीवनात प्रसारमाध्यमे कोणत्या मार्गांनी अंतर्भूत आहेत हे समजून घेण्यात प्रेक्षकांविषयीच्या अभ्यासाने महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. हे दाखवून दिले आहे की मध्यस्थी समस्या समजून घेण्याचा एक सामान्य आणि सामान्य समजूतदार मार्ग आहे, वास्तविकपणे, अनियंत्रित, ऐतिहासिक, बांधणी आणि वैचारिक संदर्भांनी आकार दिला जातो.या संशोधनातून असे दिसून आले आहे की प्रेक्षक ज्या मार्गांनी मीडियाशी संलग्न असतात ते विशिष्ट ऐतिहासिक संदर्भांमधील वर्ग, लिंग आणि इतर सामाजिक घटकांशी संबंधित परस्परसंबंधाद्वारे प्रभावित होतात. हे या कल्पनेवर जोर देते की मीडिया सामग्रीची धारणा आणि व्याख्या मूल्य-तटस्थ नसून ते अस्तित्वात असलेल्या व्यापक सामाजिक आणि सांस्कृतिक भूदृश्यांशी खोलवर गुंफलेले आहेत. मीडिया हे धारणांना आकार देण्यासाठी एक शक्तिशाली साधन आहे आणि प्रेक्षकांचा अभ्यास केल्याने मीडिया समाजावर कोणत्या बहुआयामी मार्गांनी प्रभाव टाकतो आणि व्यक्ती त्यांच्या सभोवतालच्या जगाची जाणीव कशी करतात हे उघड करण्यात मदत करते

भारतीय संदर्भात दूरचित्रवाणी खरोखरच २० व्या शतकातील एक महत्त्वपूर्ण घटना म्हणून विकसित झाले आहे आणि त्यात विशेषत: इलेक्ट्रॉनिक संप्रेषणाच्या संमिलनात लक्षणीय प्रगती झाली आहे. संपूर्ण दूरचित्रवाणी मीडिया लँडस्केपच्या डिजिटायझेशनने परिवर्तनात्मक प्रभाव आणला आहे. या बदलाचा केवळ दूरचित्रवाणी वरच परिणाम झाला नाही तर भारतातील व्यापक माध्यम परिसंस्थेवरही त्याचा खोल प्रभाव पडला आहे.डिजिटायझेशनमुळे दूरचित्रवाणी उद्योगात लक्षणीय सुधारणा झाली आहे, ज्यामुळे सामग्री वितरण, प्रसारण आणि दर्शकसंख्या यासारख्या पैलूंवर परिणाम झाला आहे.

शिवाय, डिजिटायझेशनने विविध डिजिटल प्लॅटफॉर्म, स्ट्रीमिंग सेवा आणि मागणीनुसार सामग्रीचे दरवाजे उघडले आहेत, ज्यामुळे अधिक वैविध्यपूर्ण आणि स्पर्धात्मक मीडिया लँडस्केप तयार झाले आहे. याने पारंपारिक ॲनालॉग ब्रॉडकास्टिंगपासून डिजिटल फॉरमॅटमध्ये संक्रमण सुलभ केले आहे, दर्शकांना चॅनेल आणि सेवांची विस्तृत श्रेणी, सुधारित चित्र आणि आवाज गुणवत्ता आणि परस्परसंवादी वैशिष्ट्ये ऑफर केली आहेत. डिजिटल युगातील जागतिक ट्रेंडशी संरेखित करून, भारतातील माध्यमांच्या उत्क्रांतीत एक महत्त्वपूर्ण मैलाचा दगड आहे.

II) प्रतिरोधक प्रेक्षक:

भारतीय माध्यमांच्या अभ्यासात वाढणारा कल म्हणजे लोकप्रिय संस्कृतीच्या प्रेक्षकांचे सक्रिय आणि प्रतिरोधक म्हणून विश्लेषण करणे. हा दृष्टीकोन आशादायक आहे, परंतु भारतीय टेलिव्हिजन संदर्भात "प्रतिकार" ही संकल्पना समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. या दृष्टिकोनांवरील गंभीर प्रतिबिंब अनेकदा भांडवल किंवा विचारसरणीच्या बंधनांपासून मुक्त युटोपियन भविष्याच्या कल्पनेभोवती फिरतात. सांस्कृतिक अभ्यासाच्या क्षेत्रामध्ये, सांस्कृतिक पद्धतींचे परीक्षण करण्यावर लक्ष केंद्रित केले जाते ज्यामध्ये सामान्य काळजीपोटी सांस्कृतिक पद्धतींमध्ये, विशेषत: वर्चस्व आणि मुक्तीच्या दृष्टीने निरीक्षण कसे केले जाते हे समजून घ्यावे लागेल. सांस्कृतिक अभ्यासाच्या चौकटीत भारतीय प्रेक्षकांचा विचार करताना, माध्यम लेखन हे बहुविध (एकाधिक अर्थ लावण्यासाठी खुले) आहेत आणि एकच अर्थ सांगण्यास असमर्थ आहेत या कल्पनेने माध्यमांच्या विविध प्रकारांमध्ये वाढती आवड निर्माण झाली आहे.माध्यमांना मुख्यतः प्रेक्षकांसाठी आनंदाचे स्रोत म्हणून पाहण्याचा मोह होत असला तरी, आंतरराष्ट्रीय संदर्भात प्रेक्षकांना गांभीर्याने घेण्याचा कलही वाढत आहे. यामुळे पाश्चात्य कार्यक्रमांच्या गैर-पाश्चात्य प्रेक्षकांवर होणाऱ्या प्रभावाबाबत विद्वान आणि समीक्षकांकडून वैध टीका करण्यात आली आहे. जागतिक माध्यमे, अनेकदा पश्चिमेतून उगम पावतात, विविध सांस्कृतिक संदर्भांमध्ये प्रेक्षकांवर कसा प्रभाव टाकतात आणि त्याचा अर्थ कसा लावला जातो हा प्रश्न एक महत्त्वाचा प्रश्न आहे. हे भारतातील आणि इतरत्र असलेले प्रेक्षक प्रबळ मीडिया कथन, निष्क्रियतेच्या आव्हानात्मक संकल्पनांशी कसे गुंततात आणि त्यांचा प्रतिकार करतात आणि मीडिया लँडस्केपमध्ये अर्थ आणि ओळख घडवण्यात त्यांच्या सक्रिय भूमिकेवर जोर देतात यावर विचार करण्याची गरज अधोरेखित करते.

जागतिक माध्यम आणि सांस्कृतिक अभ्यासाच्या संदर्भात भारतीय प्रेक्षकांचा अभ्यास एक जटिल आणि सूक्ष्म आव्हान आहे. जागतिक संदर्भात मीडिया संस्थांचे वर्चस्व ओळखून प्रेक्षकांच्या प्रतिसाद आणि एजन्सीला मान्यता देणाऱ्या अभ्यासक्रमाच्या वाटाघाटीमध्ये एक नाजूक संतुलन आवश्यक आहे. काही समीक्षकांनी प्रतिरोधक प्रेक्षकाच्या संकल्पनेवर भर दिला असला तरी, प्रेक्षकांना मिळणारा आनंद एकाच वेळी प्रबळ संस्कृतीच्या प्रतिमेला हातभार लावू शकतो हे लक्षात घेणे आवश्यक आहे. हे द्वैत माध्यम सामग्रीसह प्रेक्षकांच्या व्यस्ततेचे बहुआयामी स्वरूप अधोरेखित करते. एकीकडे, प्रेक्षक त्यांच्या वाचनाद्वारे आणि माध्यमांवरील प्रतिसादांद्वारे प्रबळ सांस्कृतिक कथनांचा प्रतिकार करू शकतात, पुनर्व्याख्या करू शकतात किंवा विघटित करू शकतात. हा प्रतिकार एजन्सी आणि सशक्तीकरणाचा एक महत्त्वाचा प्रकार असू शकतो, ज्यामुळे प्रेक्षकांना त्यांचे स्वतःचे अर्थ

आणि ओळख तयार करता येते.दुसरीकडे, मीडिया सामग्री वापरून मिळालेला आनंद, विशेषत: प्रबळ सांस्कृतिक मानदंडांशी संरेखित सामग्री, त्या मानदंडांना बळकट आणि कायम ठेवू शकते. यामुळे श्रोत्यांचा काहीसा विनम्र दृष्टीकोन होऊ शकतो, जे सूचित करते की ते अविवेकीपणे स्वीकारत आहेत किंवा निष्क्रियपणे मीडिया वापरत आहेत. या संदिग्धतेला बाजूला ठेऊन माध्यम आणि सांस्कृतिक अभ्यासांसाठी प्रेक्षकांच्या प्रतिसादांची विविधता आणि माध्यम संस्था, सांस्कृतिक संदर्भ आणि वैयक्तिक एजन्सी यांच्यातील जटिल परस्परसंबंध ओळखणारा सूक्ष्म दृष्टिकोन स्वीकारणे महत्त्वाचे आहे. हा दृष्टीकोन माध्यमांचा समाजावर कसा प्रभाव पडतो आणि प्रेक्षक विविध मार्गांनी प्रसारमाध्यमांसोबत सक्रियपणे कसे गुंततात, मग ते प्रतिकार, आनंद किंवा दोन्हीच्या संयोजनाद्वारे कसे अधिक व्यापक समजून घेण्यास अनुमती देते.

III) मायावी प्रेक्षक:

1970 आणि 1980 च्या दशकाच्या उत्तरार्धात भारतीय प्रेक्षकांच्या वैचारिक आणि प्रतिरोधक कल्पनेसाठी महत्त्वपूर्ण कालावधी असताना, सर्वात दृश्यमान आणि प्रमुख संकल्पना अनेक कारणांमुळे प्रतिरोधक दृष्टिकोनाकडे झुकली आहे. वास्तविक प्रेक्षक कधीही संस्थात्मक परिसंवादामधे पूर्णपणे पकडले जाऊ शकत नाहीत किंवा बंदिस्त केले जाऊ शकत नाहीत या दृष्टिकोनाचे समर्थन करणारे, या काळात कल्पनांचा एक मूलगामी संच उदयास आला. या दृष्टीकोनाने या कल्पनेला आव्हान दिले की प्रेक्षकांना माध्यम संस्थांद्वारे सहजपणे वर्गीकृत किंवा परिभाषित केले जाऊ शकते.शिवाय, या काळात पाश्चात्य तत्त्वज्ञानाच्या वाढत्या प्रभावामुळे मानवता आणि सामाजिक विज्ञान विषयांवर अधिक लक्ष केंद्रित केले गेले, जिथे प्रेक्षकांविषयीच्या अभ्यासाला गती मिळाली. शैक्षणिक भरातील या बदलामुळे प्रेक्षक, त्यांची गुंतागुंत आणि त्यांच्या माध्यमांसोबतच्या परस्परसंवादाची अधिक गंभीर समज होण्यास हातभार लागला आहे.या घडामोडींकडे अधिक समीक्षेने पाहिल्यास, हे लक्षात येते की अधिक गंभीर पद्धतीने समजून घेताना, या तथ्यांवरील घडामोडी स्पष्ट झाल्या आहेत आणि अशा प्रकारे भारतीय श्रोत्यांच्या अभ्यासाचे एक महत्त्वपूर्ण कार्य असलेल्या युक्तिवादांमध्ये त्याची परिणती झाली आहे.. जसजसे जगाची लोकसंख्या अधिक तांत्रिकदृष्ट्या प्रगत होत आहे, तसतसे प्रेक्षक सामग्रीसह कसे गुंतले जातात हे घडवण्यात माध्यमांची उत्क्रांती मध्यवर्ती भूमिका बजावते. "मायावी प्रेक्षक" ची कल्पना सूचित करते की प्रेक्षक सहजपणे परिभाषित केले जात नाहीत आणि त्यांचे वर्तन आणि मीडियावरील प्रतिसाद जटिल आणि बहुआयामी आहेत, जे वेगाने बदलत असलेल्या तांत्रिक लँडस्केपमध्ये मीडियाच्या वापराचे गतिशील स्वरूप प्रतिबिंबित करतात.

जागतिकीकरण आणि उत्तर-आधुनिकतावादाच्या संदर्भात प्रेक्षकांच्या मायावी कल्पनेच्या उदयाने खरोखरच जटिल संज्ञा आणि संकल्पनांचे मिश्रण घडवून आणले आहे. यामुळे माध्यमे, प्रेक्षक आणि आधुनिकतेच्या बदलती गतिमानता यांच्यातील गुंतागुंतीच्या नातेसंबंधाची व्यापक समज झाली आहे.प्रसारमाध्यमांच्या वापरामध्ये आधुनिकता समजून घेण्याच्या अधिक योग्य समज प्रदान करण्यात अनुभवजन्य प्रेक्षक अभ्यास महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात. हे अभ्यास प्रायोगिक संशोधन आणि डेटावर आधारित आहेत, प्रेक्षक मीडिया सामग्रीमध्ये कसे गुंततात यावर प्रकाश टाकतात, त्यांची प्राधान्ये, वर्तन आणि

प्रतिसादांबद्दल मौल्यवान माहिती प्रदान करतात.भारतीय प्रेक्षक, इतर प्रेक्षकांप्रमाणेच, वास्तविक जगाच्या गुंतागुंतीशी नेहमीच झुंजत राहतील हे खरे असले तरी, ही मायावीपणा जागतिक वर्चस्वात बदलेल असे नाही. त्याऐवजी, हे राज्यातील प्रेक्षकांसाठी पर्यायी ज्ञान आणि दृष्टीकोन निर्माण करण्याची संधी देते. ही कल्पना एकच जागतिक दृष्टीकोन लादण्याची नाही तर स्थानिक आणि प्रादेशिक अनुभवांची विविधता आणि मीडिया सामग्रीची व्याख्या स्वीकारण्याचा आहे. आधुनिक जगाला आकार देण्यासाठी माध्यमांच्या भूमिकेच्या अधिक समावेशक आणि सर्वसमावेशक आकलनासाठी अनेक दृष्टिकोनांची ही ओळख आवश्यक आहे.

१४.३ भारतातील दूरचित्रवाणीचे व्यावसायिक संदर्भ

भारतीय दूरचित्रवाणी लँडस्केपमध्ये जागतिक माध्यमांच्या प्रवेशाने खरोखरच माध्यमात बदल घडवून आणला आहे, नवीन प्रणाली आणि बदलांची सुरुवात केली आहे ज्यामुळे ते वेगळ्या पातळीवर नेले आहे. हे परिवर्तन एक क्रमिक प्रक्रिया आहे आणि वर्षानुवर्षे विकसित होत आहे. भारतात दूरचित्रवाणी ची सुरुवात लक्षणीय होती आणि वसाहतोत्तर राष्ट्रवादाच्या व्यापक प्रकल्पाशी त्याचा जवळचा संबंध होता. दूरदर्शन, सरकारी मालकीचे प्रसारक, भारतातील सुरुवातीच्या दूरचित्रवाणी व्यासपीठाला आकार देण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली. या टप्प्यात, दूरदर्शन प्रेक्षकांची अनेकदा नागरिक प्रेक्षक म्हणून कल्पना केली जात होती, जे दूरदर्शन हे राष्ट्रनिर्मितीच्या प्रकल्पात नागरिकांना माहिती देण्याचे, शिक्षित करण्याचे आणि गुंतवून ठेवण्याचे एक साधन आहे ही कल्पना प्रतिबिंबित करते.तथापि, आर्थिक उदारीकरणाच्या आगमनाने आणि भारतीय अर्थव्यवस्था खुली झाल्यामुळे, दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांमध्ये लक्षणीय बदल झाला. उदारीकरणानंतरच्या दूरचित्रवाणीच्या प्रेक्षकामध्ये असे ग्राहक असतात ज्यांना मनोरंजनाचा एक प्रकार म्हणून माध्यम पाहण्यात आनंद वाटेल अशी कल्पना केली जात होती. हे राष्ट्रनिर्मितीचे साधन म्हणून दूरचित्रवाणी वर पूर्वीच्या भरापासून ते मनोरंजन आणि व्यावसायिक संधींसाठी एक व्यासपीठ बनले आहे. दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांच्या समजातील ही उत्क्रांती भारतीय मीडिया लँडस्केपची बदलती गतिशीलता आणि जागतिक मीडिया मार्केटमध्ये त्याचे एकत्रीकरण दर्शवते. हे अधोरेखित करते की दूरचित्रवाणी शी संबंधित उद्दिष्टे आणि अपेक्षा कालांतराने नागरिकत्वावर लक्ष केंद्रित करण्यापासून उपभोक्तावादाकडे कशा बदलल्या आहेत.

भारतातील दूरचित्रवाणीची लोकप्रियता मजबूत आहे आणि हे माध्यम देशांतर्गत आणि जागतिक स्तरावर विस्तृत आणि समर्पित प्रेक्षकांचा पाठिंबा मिळवत आहेत. भारतीय दूरचित्रवाणी परिदृश्याला आकार देणारे आर्थिक उदारीकरण हे केवळ राजकीय हटवणे म्हणून नव्हे तर सामाजिक, आर्थिक आणि राजकीय क्षेत्रांसह समाजाच्या विविध पैलूंवर प्रभाव टाकणाऱ्या व्यापक बाजार यंत्रणेचा भाग म्हणून समजून घेणे आवश्यक आहे. उदारीकरणाच्या या टप्प्याचा एक महत्त्वाचा परिणाम म्हणजे भारतातील ग्राहक इलेक्ट्रॉनिक्समध्ये प्रचंड वाढ आणि सरकारी मालकीच्या प्रसारक दूरदर्शन सारख्या संस्थांचे व्यापारीकरण होय. 1980 चे दशक भारतीय दूरचित्रवाणीच्या विकासासाठी एक महत्त्वपूर्ण कालावधी म्हणून नोंदवले गेले, ज्यादरम्यान देशात आर्थिक उदारीकरण सुरू झाले. या काळात, भारतीय दूरचित्रवाणीने जगभरातील उत्साही प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेत विविध जागतिक कार्यक्रम आणि कथांसह सहयोग करण्यास सुरुवात केली. भारतीय

दूरचित्रवाणी लँडस्केपमधील हे परिवर्तन आशियाई देशांमध्ये आणि जगभरातील मीडिया उद्योगातील व्यापक बदलांचे प्रतिबिंब आहे. प्रस्थापित प्रसारकांना अत्यंत स्पर्धात्मक बाजारपेठेत त्यांच्या भूमिकांचे पुनर्मूल्यांकन करण्यास भाग पाडले गेले आहे. हे विश्लेषण भारतीय परिस्थितीच्या पलीकडे विस्तारित आहे, विकास प्रसारणाविषयीच्या गृहितकांना आव्हान देणारे आणि मीडिया जगतात स्पर्धा आणि जागतिकीकरणावर भर देणारे नवीन मॉडेल सादर करते.गेल्या 50 वर्षांमध्ये, तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे आणि माध्यमांच्या वापरातील बदलांमुळे दूरचित्रवाणी प्रणाली सतत विकसित होत आहेत, पश्चिमेकडील माध्यम विद्वान आणि माध्यम नियोजकांनी प्रसारणाचे महत्त्व ओळखले असल्याने, त्यांनी आधुनिक प्रकल्प आणि मोहिमांसाठी नवीन मार्ग देखील शोधले आहेत. हे बदलते परिदृश्य बदलत्या मीडिया वातावरणात नवीन भूमिका स्वीकारण्यासाठी आणि शोधण्यासाठी सार्वजनिक प्रसारणासाठी संधी देते, समकालीन मीडिया इकोसिस्टममध्ये सार्वजनिक सेवा प्रसारणासाठी नाविन्यपूर्ण दृष्टीकोनांच्या गरजेवर जोर देते.

भारत सध्या त्याच्या दूरचित्रवाणी आणि मीडिया लँडस्केपमध्ये तांत्रिक आणि प्रोग्रामिंग नवकल्पनांवर लक्ष केंद्रित करत आहे आणि यामुळे विकासात्मक प्रसारणाच्या क्षेत्रात एक असामान्य स्थिती निर्माण झाली आहे. भारतीय दूरचित्रवाणी प्रणाली अशा प्रकारे नाविन्यपूर्ण आहे ज्यामध्ये देशभरातील विविध क्षेत्रांना फायदा होण्याची क्षमता आहे. भारतीय राज्यांनी ऐतिहासिकदृष्ट्या व्यवसायांच्या हिताचे प्रतिनिधित्व केले आहे, परंतु भारतातील उदारीकरणाच्या प्रक्रियेने "भूतकाळातील अडथळे पेक्षा जास्त सातत्य" दर्शवले आहे. हे राज्य हितसंबंध, बाजार शक्ती आणि माध्यम विकास यांच्यातील जटिल परस्परसंवादावर प्रकाश टाकते.सामाजिक बदल घडवून आणण्यासाठी प्रसारमाध्यमांची भूमिका हा सतत चर्चेचा विषय आहे. सिद्धांत आणि संशोधनाने सामाजिक बदलासाठी जनसंवादाची सकारात्मक क्षमता दाखवून दिली आहे, तर असे मतमतांतरी आवाज देखील आहेत जे माध्यमांच्या वास्तविक परिणामावर प्रश्नचिन्ह निर्माण करतात. प्रसारणाच्या विकसित होत असलेल्या लँडस्केपसाठी विशिष्ट आणि स्थानिक उपायांची आवश्यकता आहे, कारण भारतासह प्रत्येक देशाचा मीडिया इतिहास, नियम आणि पायाभूत सुविधा आहेत. मीडिया लँडस्केपमधील सर्वात महत्त्वपूर्ण घटकांपैकी एक म्हणून दूरचित्रवाणी ने प्रेक्षकांची समज आणि मीडिया अभ्यासांना आकार देण्यात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. तथापि, या क्षेत्रात काम चालू आहे आणि भविष्यात या माध्यमासाठी अनेक शक्यता आहेत.भारतातील आर्थिक उदारीकरणाच्या प्रवेशामुळे देशाची प्रतिमा बदलली आहे आणि क्षेत्रांची भरभराट झाली आहे, नवीन संकल्पनांचा परिचय झाला आहे आणि प्रेक्षकांचा विस्तार झाला आहे. यामुळे प्रगत तंत्रज्ञानामुळे दूरचित्रवाणी सेवा क्षेत्रात झपाट्याने वाढ झाली आहे. जागतिक बाजारपेठेतील एकात्मतेच्या भारताच्या समकालीन वक्तृत्वाचा दूरचित्रवाणी उद्योगावरही लक्षणीय परिणाम झाला आहे.या बदलत्या लँडस्केपने कुशल व्यक्तींना उद्योगात काम करण्यासाठी आकर्षित केले आहे आणि उद्योजक मध्यमवर्गाच्या वाढीमुळे दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांच्या विशाल-समूहा उपलब्ध झाली आहे. दूरचित्रवाणी हे आधुनिकीकरण, विकास आणि मीडिया अभ्यासाच्या प्रगतीचे प्रतीक बनले आहे, जे विशिष्ट सामाजिक आणि राजकीय ओळख निर्माण करण्यात योगदान देते.खाजगी उपग्रह प्रक्षेपण आणि बहुराष्ट्रीय कंपन्यांच्या प्रवेशामुळे, भारतातील दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांना आता 300 हून

अधिक चॅने उपलब्ध झाले आहेत, जो सतत विकसित होत असलेल्या गतिमान आणि वैविध्यपूर्ण मीडिया लँडस्केपचे प्रतिबिंब दर्शवतो.

भारतातील दूरचित्रवाणीचे एक आंतरराष्ट्रीय स्वरूप आहे आणि ते समकालीन दूरचित्रवाणी लँडस्केपमध्ये एक व्यापक आणि सर्वव्यापी माध्यम बनले आहे. लोकसंख्येचा एक महत्त्वपूर्ण भाग, सुमारे 47.8 टक्के घरात केबल कनेक्शन आहेत, जे माहिती आणि मनोरंजनाचे स्रोत म्हणून दूरचित्रवाणीचा व्यापक अवलंब यावर प्रकाश टाकतात.भाषा आणि संस्कृती भारतीय दूरचित्रवाणी लँडस्केपमध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात, कारण ते प्रोग्रामिंग निवडी आणि दर्शकांच्या पसंतींवर प्रभाव टाकतात. वैविध्यपूर्ण बाजारपेठ काबीज करण्यासाठी, अनेक चॅनेल्सना त्यांच्या सामग्रीचे "भारतीयीकरण" करण्यास भाग पाडले गेले आहे, परिणामी प्रादेशिक भाषांच्या चॅनेलचा प्रसार झाला आहे. या चॅनेलमध्ये रिअल इस्टेट आणि टेलिशॉपिंगपासून प्रवास आणि खाद्यपदार्थ, विविध प्रेक्षक वर्गांना केटरिंग आणि प्रेक्षकांच्या वर्तनाची सखोल माहिती मिळण्यासाठी विविध विषयांचा समावेश आहे.

इतर देशांप्रमाणेच, भारतातील दूरचित्रवाणी प्रोग्रामिंग प्रेक्षकांच्या विविध आवडी आणि प्राधान्यांना संबोधित करण्यासाठी विभागलेले आहे. खाजगी दूरचित्रवाणी चॅनेल बातम्या, चित्रपट, प्रादेशिक भाषा, शैक्षणिक माहिती आणि बरेच काही यासह विविध श्रेणींचा समावेश होतो भारतीय दर्शकांना कार्यक्रम आणि प्रोग्रामिंग प्रकारांची विस्तृत श्रेणी अनुभवायची संधी आहे. कार्यक्रमाच्या यशाचे निर्धारण करण्याचा -तो वेगवेगळ्या भाषांमध्ये डब केला जात असला तरीही -मुख्य घटक म्हणजे त्याची दर्शक संख्या. दूरचित्रवाणी सामग्रीच्या जागतिक अपीलचे उदाहरण म्हणजे ब्रिटिश शो "माइंड युवर लँग्वेज" हा यूएस मध्ये बनला आणि त्याने जगभरात लोकप्रियता मिळवली. हे भारतासह विविध भाषांमध्ये "जबान संभाल के" म्हणून प्रसारित केले गेले आणि ते भारतीय प्रेक्षकांमध्ये अत्यंत लोकप्रिय झाले. या वरून हे कळते की दूरचित्रवाणी सामग्री सांस्कृतिक आणि भाषिक सीमा ओलांडते, जगभरातील प्रेक्षकांना कसे जोडते.!! दूरचित्रवाणी च्या अभ्यासामध्ये अनेक स्तर आहेत, ज्यामुळे ते एक वैचित्र्यपूर्ण आणि गतिशील माध्यम बनते जे जागतिक संस्कृतींची विविधता आणि सामायिक मानवी अनुभव प्रतिबिंबित करते.

तुमची प्रगती तपासा

१. जागतिक माध्यमांनी दूरदर्शन कसे बदलले

२. दूरचित्रवाणीच्या विस्ताराविषयी सविस्तर चर्चा करा

३. मायावी प्रेक्षक कोण आहेत?

१४.४ समारोप

देशातील 1.3 अब्जपेक्षा जास्त आणि वैविध्यपूर्ण लोकसंख्या पाहता भारतीय दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांचा अभ्यास करणे खरोखरच महत्त्वाचे आहे. भारतातील दूरचित्रवाणी उद्योग हा जगातील सर्वात मोठ्या उद्योगांपैकी एक आहे तो प्रामुख्याने या प्रचंड लोकसंख्याशास्त्रीय आधारामुळे.

भारत हे भाषिक आणि सांस्कृतिकदृष्ट्या वैविध्यपूर्ण राष्ट्र आहे ज्यामध्ये 22 हून अधिक अधिकृत भाषा आणि शेकडो बोलीभाषा आहेत. ही विविधता समृद्ध आणि वैविध्यपूर्ण भाषिक आणि सांस्कृतिक लँडस्केप तयार करते, परिणामी दूरचित्रवाणी दर्शक वांशिक, भाषिक आणि सामाजिक-आर्थिक पार्श्वभूमीच्या विस्तृत भागांमधून येतात. हे सांस्कृतिक आणि सामाजिक घटक मीडियाच्या वापराच्या सवयींवर कसा प्रभाव टाकतात हे समजून घेणे भारतीय दर्शकांसोबत प्रतिध्वनी करणारी सामग्री तयार करण्यासाठी अत्यावश्यक आहे.

भारतीय दूरचित्रवाणी उद्योग देशाच्या वाढत्या मध्यमवर्गामुळे वेगाने विस्तारासाठी सज्ज आहे. मनोरंजनासाठी लोकांचे उत्पन्न वाढत असल्याने, विविध अभिरुची पूर्ण करणाऱ्या प्रीमियम शोची मागणी वाढत आहे. ब्रॉडकास्टर आणि निर्माते भारतीय दर्शकांच्या विकसित होणाऱ्या पसंतींना आकर्षित करणारी सामग्री तयार करून या ट्रेंडचा फायदा घेऊ शकतात.

याव्यतिरिक्त, भारतीय दूरचित्रवाणी बाजार अत्यंत स्पर्धात्मक आहे, असंख्य प्रसारक आणि निर्माते दर्शकसंख्या आणि जाहिरातींच्या कमाईसाठी इच्छुक आहेत. या स्पर्धात्मक लँडस्केपमध्ये यशस्वी होण्यासाठी, भारतीय ग्राहकांच्या पाहण्याच्या सवयी आणि प्राधान्यांबद्दल सखोल माहिती प्राप्त करणे आवश्यक आहे. ही माहिती प्रेक्षकांच्या अपेक्षा आणि आवडींशी जुळणारी सामग्री तयार करण्यास अनुमती देते.

शेवटी, देशातील विस्तारत असलेल्या मध्यमवर्गाशी जुळणारे कार्यक्रम तयार करण्यासाठी भारतीय दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांना समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. जागतिक दूरचित्रवाणी बाजारपेठेत भारताची स्पर्धात्मकता कायम राखण्यातही ती महत्त्वाची भूमिका बजावते. भारतीय दर्शकांच्या विविध गरजा पूर्ण करून, उद्योग जागतिक मीडिया लँडस्केपमध्ये एक प्रमुख दिग्गज म्हणून आपले स्थान टिकवून ठेवू शकतो.

१४.५ प्रश्न

अ) टेलिव्हिजन प्रेक्षकांच्या कल्पना स्पष्ट करा.

ब) संपूर्ण व्यावसायिक परिस्थितीवर प्रेक्षकांचा कसा प्रभाव पडला आहे?

*****

१५

दूरचित्रवाणीच्या पलीकडे

पाठाची रूपरेषा

१५.० उद्दिष्टे

१५.१ परिचय

१५.२ दूरदर्शनच्या पलीकडे

१५.२.१ नेटवर्क युगासह दूरचित्रवाणीचा अलिकडचा भूतकाळ

१५.३ थोडं थांबू या: **दूरचित्रवाणीच्या** पलीकडे काय बदल होत आहेत ?

१५.४ समारोप

१५.५ प्रश्न

१५.६ ग्रंथसूची

१५.० उद्दिष्टे

या पाठानंतर , तुम्ही समजू शकाल -

- संपूर्ण दूरचित्रवाणी स्पेक्ट्रमच्या पलीकडे असलेले घटक.
- प्रख्यात विद्वान आणि समीक्षकांनी दूरचित्रवाणी च्या पलीकडे उपलब्ध असलेल्या पद्धतींवर केलेल्या व्याख्या आणि चर्चा.
- काही स्वयंसिद्ध सूत्रे आणि वैशिष्ट्ये पुढील दूरचित्रवाणी संस्कृती निर्धारित करण्यात मदत करतात.

१५.१ परिचय

१९७० च्या दशकापासून, केबल दूरचित्रवाणीचे तथाकथित युग भरभराटीच्या मार्गावर आहे, जे दर्शकांना मनोरंजन आणि माहितीच्या विस्तृत श्रेणी प्रदान करते. माध्यम सामग्री आणि दृष्टीकोनांमध्ये अधिक विविधता प्रदान करणे अपेक्षित होते. दूरचित्रवाणीने माध्यमांच्या विविध प्रकारांमध्ये आणि दृष्टिकोनांमध्ये प्रवेश प्रदान केला असला तरी, वेगाने विस्तारत असलेल्या उद्योगात असे लक्षणीय अडथळे आहेत जे स्वतंत्र संस्थांना केबल नेटवर्क सुरू करण्यास आणि उदयाला प्रोत्साहन देणे,माध्यम आणि कार्यक्रमांचे नवीन प्रकार सादर करणे आव्हानात्मक होते. पूर्वी, फक्त काही दूरचित्रवाणी लोकांचे लक्ष वेधून घेत होते, परंतु आता, बहुतेक घरांमध्ये स्थानिक प्रसारणे आणि केबल चॅनेल दोन्ही आहेत. यामुळे दूरचित्रवाणी उद्योगाला आकार आला आहे, प्रसारण आणि केबल दूरचित्रवाणी मधील रेषा अस्पष्ट आहेत. तथापि, प्रसारण नेटवर्कच्या व्यावसायिक स्वरूपाने लोकांच्या हिताचे प्रतिनिधित्व करण्याच्या दूरचित्रवाणीच्या सामर्थ्याबद्दल आशावाद आणि संशयवाद

दोन्ही निर्माण केले आहेत. दूरचित्रवाणीची स्थापना सुरुवातीला जनतेच्या हिताची सेवा करण्याच्या उद्देशाने करण्यात आली होती, परंतु त्याचे अधिकाधिक व्यावसायिकीकरण होत आहे, जनतेच्या "हितासाठी" त्याचे दायित्व पूर्ण करण्यापेक्षा जाहिरातदारांवर अधिक अवलंबून आहे. या बदलामुळे दूरचित्रवाणीच्या खऱ्या शक्तीबद्दल आणि ते अजूनही लोकांच्या गरजांना प्राधान्य देते की नाही याबद्दल प्रश्न उपस्थित केले आहेत.

दूरचित्रवाणी खूप पुढे आले आहे आणि आंतरराष्ट्रीय परिणामांसह सामाजिक, सांस्कृतिक आणि तांत्रिक प्रगतीचे प्रतीक बनले आहे. हे एक शक्तिशाली माध्यम आहे ज्याने विविध जीवनशैलीचे प्रदर्शन केले आहे, उपभोक्तावादापासून समाजवादापर्यंत आणि जगभरात मोठ्या प्रमाणात प्रेक्षक मिळवले आहेत. दूरचित्रवाणी पूर्व आणि पश्चिमेकडील सामाजिक, सांस्कृतिक आणि तांत्रिक प्रगतीचे प्रमुख प्रतीक बनले असल्याने, तो आंतरराष्ट्रीय वाटाघाटींचा आणि परस्पर निरीक्षणाचा विषय बनला आहे तथापि, दूरचित्रवाणीच्या अभ्यासात विद्वत्तापूर्ण लक्ष केंद्रित केले गेले आहे. दूरचित्रवाणी विद्वत्तेचा बहुसंख्य भाग प्राइम टाइम ब्रॉडकास्टिंग आणि टॉक शो, सोप ऑपेरा आणि मुलांचे प्रोग्रामिंग यासारख्या काही दिवसाच्या शैलींवर केंद्रित आहे.. नियामक पद्धतींसह केबल उद्योगाच्या विविध आयामांवर अभ्यासपूर्ण कार्याचा अभाव आहे. दूरचित्रवाणी अभ्यासाचे सर्वसमावेशक विहंगावलोकन करण्याचे प्रयत्न केले जात असताना, मल्टीचॅनल व्हिडिओ प्रोग्रामिंग सिस्टमच्या वाढीसह दूरचित्रवाणीचे लँडस्केप बदलले आहे. प्रेक्षक-अनुकूल कार्यक्रम देण्यासाठी काही चॅनेल केंद्रस्थानी बनले आहेत.अलीकडील अभ्यास आणि जर्नल्स यांनी केबल प्रोग्रामिंगचे वर्चस्व अधोरेखित केले आहे. सार्वजनिक क्षेत्राच्या संकल्पना एका जागतिक समाजावर लागू केल्या गेल्या आहेत सार्वजनिक क्षेत्रांची सामान्य मॉडेल्स जागतिक समाजाच्या उदाहरणांवर लागू केली गेली आहेत ज्यांना संस्कृती घरी आणण्याची, 'नवीन माणसाला' शिक्षित करण्याची आणि इतर दूरचित्रवाणी स्टेशनसह स्पर्धेत नवीन तांत्रिक प्रगती दाखवण्याची संधी आहे... दूरदर्शन विकसित होत आहे आणि आपल्या जगाला महत्त्वपूर्ण मार्गांनी आकार देत आहे.

१५.२ दूरचित्रवाणीच्या पलीकडे

दूरचित्रवाणी मध्ये गेल्या काही वर्षांमध्ये महत्त्वपूर्ण बदल झाले आहेत, जे भौगोलिक राजकारणातील बदलांचे प्रतिबिंबित करतात. दूरचित्रवाणी हे एक माध्यम, उपकरणे किंवा संप्रेषण तंत्रज्ञान आहे की नाही याबद्दल सतत वादविवाद होत आहेत आणि हा वाद कायम राहण्याची शक्यता आहे, अनेकदा विशिष्ट संदर्भांमध्ये उद्भवतो. विद्वान, समालोचक आणि समीक्षकांनी दूरचित्रवाणीच्या इतिहासातील महत्त्वाचे क्षण ओळखले आहेत जे विविध घटना आणि बदलांनी प्रभावित झालेल्या महत्त्वपूर्ण बदलांना चिन्हांकित करतात.तथापि, दूरचित्रवाणी चे आर्थिक आणि सांस्कृतिक वर्चस्व असूनही, अनेक कारणांमुळे सेमोटिक संशोधनाने मोठ्या प्रमाणावर दूरदर्शन निर्मितीकडे दुर्लक्ष केले आहे. यामध्ये मजबूत सेमोटिक संस्कृतीचा अभाव आणि "मजकूर" या संकल्पनेचे अवमूल्यन समाविष्ट आहे. याचा अर्थ असा नाही की दूरचित्रवाणी मधील मजकुराला प्रेक्षकांची आवश्यकता नाही किंवा प्रेक्षक बिनमहत्त्वाचे आहेत. त्याऐवजी, हे सुचवते की मजकूर हा मजकूरातच स्वयं-समाविष्ट न राहता, मुख्यतः संप्रेषणाच्या प्राप्तीच्या शेवटी राहणारा, मूळतः प्रेक्षकांशी जोडलेला काहीतरी म्हणून पाहिला पाहिजे.दूरचित्रवाणी च्या उत्क्रांतीमध्ये योगदान देणाऱ्या

अनेक घटकांच्या दरम्यान, दूरचित्रवाणी निर्मितीबद्दलच्या आपल्या समजुतीचा पुनर्विचार करणे आणि अनुकूल करणे महत्वाचे आहे, विशेषत: जेव्हा ते मजकूर आणि कथांबद्दल येते. दूरचित्रवाणीच्या संदर्भात या घटकांना पुन्हा परिभाषित करणे आणि त्यांच्याशी वेगळ्या पद्धतीने संपर्क साधणे आवश्यक आहे.

१९८० च्या दशकात केबल टीव्ही आणि व्हीसीआरपासून ते १९९० च्या दशकात इंटरनेट आणि व्हिडिओ गेम्सपर्यंत, त्यानंतर २००० च्या दशकात iPods आणि २०१० मध्ये स्मार्टफोन्सपर्यंत टेलिव्हिजनला अनेक वर्षांमध्ये अनेक आव्हानांचा सामना करावा लागला आहे. मनोरंजनाच्या या पर्यायांच्या श्रेणी असूनही, व्हिज्युअल मनोरंजनाचे प्राथमिक माध्यम आणि मोठ्या प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी जाहिरातदारांसाठी एक मौल्यवान व्यासपीठ म्हणून त्याची स्थिती. टेलिव्हिजनने कायम राखले आहे.तथापि, हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे की टेलिव्हिजन दर्शकांची संख्या कमी होत चालली आहे आणि लोक माध्यमांच्या नवीन प्रकारांकडे वळत आहेत. या बदलामुळे जाहिरातदारांना तांत्रिक उपकरणांचा वाढता वापर आणि बदलत्या माध्यम परिदृष्याबद्दल अस्वस्थ केले आहे. मनोरंजनाच्या जगात दूरचित्रवाणीला अजूनही महत्त्वाचे स्थान आहे, हे स्पष्ट आहे की माध्यम परिदृष्य विकसित होत आहे आणि जाहिरातदार या बदलांशी जुळवून घेत आहेत.

त्याच्या सुरुवातीच्या दिवसांमध्ये, दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम चित्रपट, क्रीडा कार्यक्रम, संगीत आणि कॉमेडी स्किट्स यांसारख्या विविध स्त्रोतांद्वारे तयार केले . कथनात्मक रणनीती आणि सुरुवातीच्या दूरचित्रवाणीचे स्वरूप तयार करण्यात प्रसारणाने महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली. तेव्हापासून दूरदर्शन लक्षणीयरीत्या विकसित झाले आहे आणि इतर माध्यमांशी त्याचा संबंध इतका गहन झाला आहे की सुरुवातीच्या दूरदर्शनच्या तुलनेत रेडिओची लोकप्रियता कमी झाली. जसजसे शतक पुढे जात आहे, लोक वाढत्या प्रमाणात YouTube आणि इतर व्हिडिओ स्त्रोतांसारख्या प्लॅटफॉर्मकडे वळले आहेत. या बदलामुळे "अनिश्चिततेचे युग" आले आहे कारण माध्यम परिदृष्य बदलत आहे आणि वैविध्यपूर्ण आहे.

१५.२.१ नेटवर्क युगासह दूरचित्रवाणीचा अलिकडचा भूतकाळ:

१९८० च्या दशकात नेटवर्क दूरचित्रवाणी युगाची सुरुवात झाली. दर्शकांना दूरचित्रवाणी वेळापत्रकांचा मागोवा ठेवण्यास मदत करण्यासाठी, वर्तमानपत्र आणि मासिके यांसारख्या प्रिंट मीडियाने ग्रिड प्रणाली वापरली. या ग्रिडने लोकांना त्यांच्या आवडत्या शोची वेळ एका दृष्टीक्षेपात शोधणे सोपे केले, दूरचित्रवाणीच्या मूलभूत संरचनेबद्दल त्यांची समज सुधारली आणि पाहण्याचा अनुभव वाढवला. दूरचित्रवाणी ग्रिडने दोन महत्त्वाच्या पैलूंचे दृश्यमानपणे प्रतिनिधित्व केले: अनुक्रम (एकामागून एक शो) आणि असोसिएशन (कार्यक्रमांमधील कनेक्शन). कार्यक्रम सूचीच्या या पद्धतीने नेटवर्क युगात दूरचित्रवाणीची काही मूलभूत तत्त्वे स्पष्ट केली. त्याचा केवळ दूरचित्रवाणीची रचना आणि प्रवाहच नाही तर कथा कशा सादर केल्या जातात, जाहिराती कशा तयार केल्या गेल्या आणि दूरचित्रवाणी दृश्ये कशी तयार केली गेली यावरही प्रभाव पडला. १९७४ मध्ये रेमंड विल्यम्सने युक्तिवाद केल्याप्रमाणे, कथा, माहिती आणि जाहिरातींना अखंडपणे एकत्रित करून दूरचित्रवाणी इतर कला प्रकारांपेक्षा वेगळे आहे. लोक विशेषत: विशिष्ट कार्यक्रम शोधण्याऐवजी सतत दूरचित्रवाणी

पाहतात. दूरचित्रवाणीची अनोखी रचना आणि सतत प्रवाह यामुळे आपण या माध्यमाचा कसा वापर करतो याची व्याख्या केली आहे.

अशा प्रकारे, या तत्त्वाचे तीन मूलभूत परिणाम झाले आहेत: **. विविधार्थिता/पॉलिसेमी**, व्यत्यय आणि विभाजन.

सराव

१. नेटवर्क युग काय आहे

२. आम्ही नेटवर्कचा अभ्यास का करतो

३. दूरदर्शन विकसित झालेल्या काही घटकांची नावे सांगा.

A. विविधार्थिता/पॉलिसेमी, विरोधाभास आणि विभाजन

१. विविधार्थिता/पॉलिसेमी :

अनेक समीक्षकांनी असा युक्तिवाद केला आहे की दूरचित्रवाणी एकच आवाज किंवा दृष्टीकोन सादर करते, ज्यामुळे विशिष्ट दृष्टिकोनाचे वर्चस्व होते. उदाहरणार्थ, १९९२ च्या यूएस अध्यक्षपदाच्या निवडणुकीच्या प्रचारादरम्यान, उपाध्यक्ष डॅन क्वेले यांनी कौटुंबिक मूल्यांवर दूरचित्रवाणीच्या प्रभावाचे उदाहरण म्हणून कॅंडिस बर्गनचा वापर केला. उपराष्ट्रपती दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांच्या प्रचंड संख्येचा लेखाजोखा मांडण्यात अयशस्वी ठरले, तरी दूरचित्रवाणीद्वारे प्रदान केलेल्या अर्थांची भरपूरता दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाचा एक महत्त्वपूर्ण भाग स्पष्ट करते.तथापि, हे या वस्तुस्थितीकडे दुर्लक्ष करते की दूरचित्रवाणी त्याच्या प्रोग्रामिंगचा एक महत्त्वपूर्ण भाग बनवून, दृष्टीकोन आणि अर्थांची विस्तृत श्रेणी देते.अर्थांची विपुलता असूनही, नेटवर्क युगात दूरचित्रवाणीने रात्रीच्या कार्यक्रमांना विविध प्रकारचे अर्थ प्रदान केले. या विवेचनांनी त्यांच्यासोबत मार्गदर्शक तत्त्वे आणली ज्याद्वारे माध्यमांनी आपल्या दृष्टिकोनावर प्रभाव टाकला. दूरचित्रवाणी हे एक बहुआयामी व्यासपीठ आहे.

गृहीतक १ सांगते की दूरचित्रवाणी सामग्रीचा विभाग पुढे काय ठरवण्यासाठी महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतो, मग तो एक कार्यक्रम असावा , व्यावसायिक कार्यक्रम की बातम्यांचे प्रसारण किंवा संपूर्ण संध्याकाळचे कार्यक्रम असावेत. ही एक संकल्पना देखील मानली जाऊ शकते ज्यामध्ये दूरचित्रवाणी अनेक अर्थ देते. म्हणून पाहिला जाऊ शकतो ज्यामध्ये दूरचित्रवाणी विविध अर्थ समाविष्ट आहेत. मजकूर, या संदर्भात, एक घटना म्हणून सादर

केले जातात जे दर्शकांसाठी महत्त्वपूर्ण अर्थांसह घटक एकत्र आणतात. या घटकांमध्ये वर्णनात्मक आणि अकथात्मक रचना, प्रकाशयोजना, सेट डिझाइन, कॅमेरा तंत्र आणि संपादन यांचा समावेश होतो. ते एकत्रितपणे दूरचित्रवाणीचे मजकूर घटक तयार करतात आणि प्रेक्षकांशी संवाद साधण्यासाठी वापरतात. दुसऱ्या शब्दांत, हे घटक कसे एकत्र केले जातात आणि दूरचित्रवाणी सामग्रीमध्ये कसे सादर केले जातात ते दर्शकांच्या अनुभवावर आणि माध्यमाच्या आकलनावर प्रभाव टाकू शकतात.

दूरचित्रवाणी मजकूर सर्व अर्थ एकसारख्याच सकारात्मक किंवा जोरदारपणे मांडत नाहीत. त्याऐवजी, ते इतर अर्थ कमी करताना काही अर्थ अधोरेखित करण्यासाठी संवाद, अभिनय शैली, संगीत आणि इतर वैशिष्ट्ये यासारख्या घटकांचा वापर करतात. दूरचित्रवाणी खरोखरच पॉलिसेमस आहे, याचा अर्थ असा नाही की सर्व सादर केलेले सर्व समान महत्त्वाचे किंवा अर्थाचे आहेत. दूरचित्रवाणी ची रचना असते आणि त्यात अर्थांची अमर्याद श्रेणी नसते. जॉन फिस्कच्या मते, "दूरचित्रवाणी ची पॉलिसेमिक क्षमता अमर्याद किंवा संरचनेपासून विरहित नाही; उलट, मजकूर एक फ्रेमवर्क प्रदान करतो ज्यामध्ये अर्थ तयार केला जाऊ शकतो." दूरचित्रवाणी अभ्यासाच्या क्षेत्रात, मुख्य फोकस बहुतेकदा अर्थांच्या पदानुक्रमाचे विश्लेषण करण्यावर असतो, ज्यामुळे "मजकूर कोणत्या अर्थांना प्राधान्य देतो?" सारखे प्रश्न उद्भवतात. आणि "ते त्यांना कसे प्राधान्य देते?" या प्रश्नांची उत्तरे देण्यासाठी, वर्ग, लिंग आणि वंश यासारख्या प्रबळ सामाजिक गटांच्या दृष्टीकोनांचा उलगडा करण्यात मदत करणारे सांस्कृतिक कोड समजून घेणे महत्त्वाचे आहे. जरी दूरचित्रवाणी अनेक अर्थ लावत असले तरी, त्याची रचना आर्थिक आणि राजकीय सत्तेच्या पदांवर असलेल्यांना समर्थन देते. तथापि, विरोधाभासी व्याख्या आणि वैविध्यपूर्ण दृष्टिकोनासाठी नेहमीच जागा असते.

दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या कृतीमध्ये दोन प्रमुख घटकांचा समावेश होतो: प्रेक्षकांचे कथन आणि पाहिलेला मजकूर. जॉन फिस्कने परिभाषित केल्याप्रमाणे “कथन एखाद्या महत्त्वाच्या विषयाबद्दल सुसंगत अर्थ सांगण्यासाठी सामाजिकदृष्ट्या विकसित झालेली भाषा किंवा प्रतिनिधित्व प्रणालीचा संदर्भ देतात.” तथापि, हे अर्थ प्रामुख्याने समाजाच्या त्या भागाचे हित साधतात ज्यातून कथनाचा उगम होतो. फिस्कचा असा युक्तिवाद आहे की प्रबळ कथन इतके व्यापक आहे की ते सामान्य अर्थाने अंतर्भूत होते आणि सामान्यपणे स्वीकारले जाणारे सत्य हेच प्रबळ प्रवचनाचे मूलभूत घटक आहे. ही परिस्थिती समीक्षकांना या प्रचलित आदर्शांचा सखोल अभ्यास करण्यास आणि त्यांचे अधिक तपशीलवार अन्वेषण करण्यास प्रवृत्त करते. थोडक्यात, दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या कृतीमध्ये दर्शकांचा दृष्टीकोन आणि सामग्रीमध्ये उपस्थित अंतर्निहित कथन यांच्यातील गतिशील परस्परसंवाद समाविष्ट असतो, जे सहसा विशिष्ट सामाजिक गटांच्या आवडी आणि मूल्ये प्रतिबिंबित करतात.

II. व्यत्यय आणि क्रमवारी:

दूरचित्रवाणीचे वर्णन अनेकदा ध्वनी, प्रतिमा आणि अर्थांचा सतत प्रवाह म्हणून केले जाते. तथापि, दूरचित्रवाणी अनुभवाचा भाग असलेल्या व्यत्यय आणि विश्रांती (ब्रेक्सची) कबुली देणे आवश्यक आहे. दूरचित्रवाणी पाहताना, दर्शकांना जाहिराती किंवा कार्यक्रमातील बदलांच्या रूपात व्यत्ययांचा सामना करावा लागतो आणि जाहिरातदार दर्शकांना गुंतवून

ठेवण्याचे आणि त्यांना चॅनेल बदलण्यापासून रोखण्याचे उद्दिष्ट ठेवतात. दूरचित्रवाणीमधे विविध प्रकारच्या सामग्रीचा समावेश होतो, जसे की कथा नसलेले मजकूर, जाहिराती, माहितीचे विभाग आणि सल्लागार. रिमोट कंट्रोल डिव्हाइसची उपस्थिती आणखी क्लिष्टता जोडते. या उपकरणासह, स्क्रीनवरील सामग्रीच्या विशिष्ट प्रवाहात व्यत्यय आणला जातो, मजकुराचे एक मोज़ेक (a mosaic of texts तयार केले जाते ज्यामध्ये कथा आणि गैर-कथनात्मक कार्यक्रम, चित्रपट, जाहिराती, घोषणा आणि क्रेडिट्स यांचा समावेश असू शकतो.ह्याने दर्शक अस्वस्थ होऊ शकतो .हे व्यत्यय त्यांचा पाहण्याचा अनुभव बदलतात, ज्यामुळे तो खूप वेगळा वाटतो. तथापि, या व्यत्ययादरम्यान दर्शकांचे लक्ष टिकवून ठेवण्यासाठी दूरचित्रवाणी सक्रियपणे कार्य करते. जाहिरातदार आणि नेटवर्क हे सुनिश्चित करण्यासाठी प्रयत्न करतात की कथानक, संगीत, व्हिज्युअल डिझाइन आणि संवाद दर्शकांची आवड टिकवून ठेवण्यासाठी, अगदी व्यावसायिक ब्रेकच्या वेळी, त्यांना चॅनेल बदलण्यापासून रोखण्यासाठी पुरेसे गुंतलेले आहेत. दूरचित्रवाणी अनुभवाच्या विविध भागांमधील संक्रमणे शक्य तितक्या अखंडपणे करणे हे ध्येय ठेवते .

III. विभाजन:

दूरचित्रवाणीच्या खंडित स्वरूपामुळे माहितीपूर्ण आणि व्यावसायिक कथा दोन्ही समजून घेण्याचा एक अनोखा मार्ग निर्माण झाला आहे. जरी दूरचित्रवाणी सामग्री लहान, तार्किकदृष्ट्या जोडल्या गेलेल्या विभागांमध्ये विभागली गेली असली तरी, दूरदर्शनचा एक विभाग कारण आणि परिणामाच्या साखळीद्वारे पुढील भागाकडे नेत नाही. फिस्कने वर्णन केल्याप्रमाणे, "दूरचित्रवाणी हे संकुचित, ज्वलंत विभागांच्या जलद उत्तराधिकाराने बनलेले असते जेथे तर्कशास्त्र आणि कारण आणि परिणामाचे तत्त्व एखाद्या असोसिएशनच्या अधीन असते आणि अनुक्रमाच्या परिणामानुसार असते." दुस-या शब्दात सांगायचे तर, दूरचित्रवाणी चा प्रवाह काटेकोरपणे कारण-आणि-प्रभाव संबंधांऐवजी तुलनेने यादृच्छिक संबंध आणि सामग्रीच्या क्रमाने अधिक नियंत्रित केला जातो. एका विभागातून दुस-या विभागातील संक्रमण अनेकदा थेट तार्किक प्रगतीऐवजी सहवास किंवा परिणामाच्या भावनेवर अवलंबून असते, जे दूरदर्शनच्या अद्वितीय पाहण्याच्या अनुभवात योगदान देते.

३०-सेकंदांच्या जाहिरातींमध्ये त्यांनी दूरचित्रवाणी चे विभागलेले स्वरूप स्पष्ट केले आहे, परंतु ते वृत्तवाहिन्या, गेम शो आणि बरेच काही यासह इतर प्रकारच्या कार्यक्रमांना देखील लागू होते. अगदी बातम्या कार्यक्रम, ज्यांना बातम्या, हवामान आणि क्रीडा विभागांमध्ये स्पष्ट विभागणी आहे असे वाटू शकते, ते त्यांच्या सामग्रीला **९०**-सेकंदांच्या लहान पॅकेजेस किंवा कथांमध्ये विभागतात. बऱ्याच गेम शोच्या प्रसारण वेळा पूर्वनिर्धारित असतात आणि कथनात्मक कार्यक्रमांना त्यांचे वर्णन व्यवस्थित आणि संरचित करणे आवश्यक आहे जेणेकरून विभाग व्यावसायिक ब्रेकमध्ये बसू शकतील. दूरचित्रवाणी प्रोग्रामिंग नाटकीय चित्रपटांशी जवळून संरेखित केले जाते आणि बहुतेकदा जाहिराती केव्हा शेड्यूल केल्या जातात याची जाणीव असलेली कथा भागांमध्ये सादर केली जाते. शेवटी, हे कार्यक्रम दूरचित्रवाणी उद्योगासाठी फिलर म्हणून काम करतात, जे दूरचित्रवाणीच्या प्राथमिक कार्यामुळे-व्यावसायिक प्रसारणामुळे एक आवश्यक गैरसोय आहे. दूरचित्रवाणी चे विभागलेले स्वरूप सामग्री आणि जाहिरातींमध्ये संतुलन राखण्याच्या गरजेचा परिणाम आहे, ज्यामुळे ते दूरचित्रवाणी पाहण्याच्या अनुभवाचा अविभाज्य पैलू बनते.

जाहिरातदार, निर्माते आणि प्रोग्रामर यांच्यासाठी दूरचित्रवाणी कार्यक्रमांची रचना ही एक मोठी गोष्ट आहे. कोणाला स्पॉटलाइट मिळतो आणि कोणाला नाही हे सर्व त्यात आलेच. दूरचित्रवाणी ची ही विभागीय रचना ठरवते की किती कथा आणि माहितीचे तुकडे दाखवले जावेत आणि दूरचित्रवाणीवर उत्पादनांचा प्रचार कसा केला जातो. त्यामुळे, दूरचित्रवाणी कसे कार्य करते हे समजून घेण्यासाठी ही रचना समजून घेणे महत्त्वाचे आहे.

१५.३ थोडं थांबू या: दूरचित्रवाणीच्या पलीकडे काय बदल होत आहेत ?

दूरदर्शन एक महत्त्वपूर्ण परिवर्तनातून जात आहे. लोक या बदलांना कसे समजून घेतात आणि त्यांच्याशी कसे जुळवून घेतात यावर परिणाम करणारे विविध घटक असूनही, दूरचित्रवाणीने आपल्या जीवनात महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे. चालू असलेले परिवर्तन मूलभूत घटकांद्वारे होत आहे ,ज्यामुळे परिणाम अनिश्चित होतो. दूरचित्रवाणीने संमीलन युगात प्रवेश केला आहे, आणि परत जाताही येणार नाही. या परिवर्तनामुळे संभाव्य परिणाम आणि या बदलांचा फायदा कोणाला होणार याबाबत प्रश्न निर्माण होत आहेत.

दर्जेदार दूरचित्रवाणीने अनेकदा विद्यमान दूरचित्रवाणी फॉरमॅट्स आणि शैलींद्वारे सेट केलेल्या अपेक्षा ओलांडण्याचा आणि आव्हान देण्याचा प्रयत्न केला आहे, जे दर्शकांना आकर्षित करण्यासाठी तयार केलेले आहेत. दर्जेदार दूरचित्रवाणी शोधणारे प्रेक्षक उच्च सांस्कृतिक मूल्याकडे आकर्षित होतात जे कास्टिंग, स्क्रिप्टिंग, अभिनय, दिग्दर्शन, निर्मिती आणि दूरचित्रवाणीचे गंभीर मूल्यमापन यासारख्या पैलूंमध्ये दिसून येते.सतत विकसित होत असलेल्या डिजिटल परिदृश्यामधे (लँडस्केप) दूरचित्रवाणी , इंटरनेट, प्रिंट मीडिया, चित्रपट आणि टेलिफोनसह विविध माध्यमांचे एक एकीकृत डिजिटल वातावरणात विलीन झाले आहे. या संमीलनामुळे ट्रान्समीडिया स्टोरीटेलिंगचा जन्म झाला आहे, अशी एक संकल्पना ज्यामध्ये एकाधिक मीडिया प्लॅटफॉर्मवर कथा सांगणे समाविष्ट आहे. "ट्रान्समीडिया स्टोरीटेलिंग" हा शब्द तुलनेने अलीकडील असला तरी, कथेची अभिप्रेत कल्पना व्यक्त करण्यासाठी अनेक चॅनेल वापरण्याची कल्पना पूर्वीपासून अस्तित्वात आहे. निर्मात्यांनी अनेकदा या चॅनेलचा वापर स्वतःला अधिक पूर्णपणे व्यक्त करण्यासाठी केला आहे, जरी अशा प्रकारच्या अभिव्यक्तीमुळे उल्लंघन किंवा हानी झाली आहे.कादंबरी, चित्रपट आणि कॉमिक बुक्स यांसारख्या पारंपारिक माध्यमांमध्ये मूळ असलेले ट्रान्समीडिया कथाकथन, मनोरंजन संदर्भांमध्ये एक प्रचलित आणि प्रभावी तंत्र आहे.

ट्रान्समीडिया कथाकथनाचा उदय २० व्या शतकाच्या मध्यात काल्पनिक पात्रांच्या कॉर्पोरेट मालकीच्या विस्ताराबरोबरच झाला. सुपरमॅन आणि सोनिक द हेजहॉग सारख्या पात्रांच्या उत्क्रांतीद्वारे या विकासाचे उदाहरण दिले जाते. विविध संस्थांच्या संसाधने आणि मीडिया-स्पॅनिंग क्षमतांनी मनोरंजन उद्योगात ट्रान्समीडिया कथाकथनाच्या वाढीमध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावली आहे.दूरचित्रवाणी सध्या एका महत्त्वाच्या टप्प्यातून जात आहे, ज्यामध्ये दोन क्रांतिकारक बदल घडून आले आहेत जे या माध्यमासह प्रेक्षकांच्या अनुभवाने प्रेरित आहेत. या बदलांमध्ये हे समाविष्ट आहे:

a) दर्शक एजन्सीची क्षमता आणि लक्षणीय वाढलेली संवादात्मकता.

b) दर्शकांना निष्क्रीय प्राप्तकर्त्यांऐवजी निर्मात्यांमध्ये बदलण्याची शक्यता, अशा प्रकारे वास्तविकतेचा एक प्रकार तयार होतो. दूरचित्रवाणी पाहण्यातील हा बदल दर्शकांच्या सामग्रीमध्ये गुंतण्याच्या पद्धतीत एक महत्त्वपूर्ण परिवर्तन दर्शवते, ज्यामुळे अधिक परस्परसंवादी आणि सहभागी अनुभव मिळू शकतात.

१९९० च्या दशकापासून दूरदर्शनचे कथन विकसित झाले आहे, ज्यामुळे संस्थात्मक संरचना आणि माध्यमाच्या उद्देशांमध्ये अधिक महत्त्वपूर्ण बदल झाले आहेत. या परिवर्तनामुळे वापरकर्त्यांच्या सहभागाच्या नवीन प्रकारांना आणि वास्तविक परस्परसंवादाला चालना मिळाली आहे. नेटवर्क दूरचित्रवाणीच्या युगात, दर्शकांसाठी मर्यादित एजन्सी किंवा संवादात्मकता होती, चॅनल टॉगलिंग हे प्राथमिक परस्परसंवादी वैशिष्ट्य, अनिच्छेने का असेना, त्यांच्यासाठी उपलब्ध होते, जरी हे अधिक दूरदर्शनच्या परस्परसंवादाच्या दिशेने एक पाऊल म्हणून चिन्हांकित केले असले तरी, यामुळे चॅनेलचा प्रसार झाला आणि शेवटी, रिमोट कंट्रोलचा शोध लागला. परिणामी, सतत चॅनेल टॉगल करणे हे विचलित होऊ शकते. दूरचित्रवाणी प्रोग्रामिंगवर दर्शक एजन्सीचा महत्त्वपूर्ण प्रभाव पडला आहे. रिमोट कंट्रोलने, दूरचित्रवाणीचे अखंड स्वरूप वाढवताना आणि वाढत्या व्यत्ययांमुळे, प्रोग्रामिंगच्या प्रवाहात व्यत्यय आणण्यास मदत केली, कारण दर्शक आता ग्रिडवरील चॅनेल निवडू किंवा स्विच करू शकले.

दूरचित्रवाणी मधील सद्य परिस्थितीचे पूर्णपणे निराकरण किंवा स्पष्टीकरण झालेले नाही, कारण तंत्रज्ञान, दूरदर्शनचा अनुभव आणि प्रसारक आणि दर्शक यांच्यातील संबंध हळूहळू विकसित होत आहेत. चालू असलेल्या विकासाच्या दोन प्रमुख ओळी लक्षात घेण्यासारख्या आहेत: प्रथम, नवीन फिल्टरिंग सेवांशी संबंधित वाढत्या उद्योगाकडे शक्ती आणि नियंत्रण बदलणे आणि दुसरे, संगणक आणि इंटरनेट वापराशी संबंधित नेटवर्क आणि सामग्रीसाठी दूरचित्रवाणी प्रणाली उघडण्याची क्षमता.या घडामोडींमुळे "प्रवाह" ही पुनर्रचना केलेली संकल्पना विविध उद्देशांसाठी कितपत समर्पक राहते असा प्रश्न निर्माण होतो. संकल्पनेच्या उपयुक्ततेबद्दल प्राथमिक निष्कर्ष काढले जाऊ शकतात, परंतु डिजिटल दूरचित्रवाणीच्या संभाव्यतेमध्ये अधिक स्वातंत्र्य आणि दर्शक नियंत्रण समाविष्ट आहे. व्हिडिओ ऑन डिमांड (VOD) सेवांच्या उदयाने परिदृश्य बदलू लागले. या सेवांनी प्रोग्रामिंग ग्रिडमधून वेळ-आधारित horizontal axis काढून टाकला आहे, शिल्लक "पुश" वरून "पुल" वर हलवली आहे. दर्शकांना आता समय निर्धारित ग्रिडवर अवलंबून न राहता त्यांच्या स्वतःच्या वेळापत्रक आणि प्राधान्यांच्या आधारावर प्रोग्रामिंग निवडण्याचा, प्रवाहित करण्याचा आणि मागणी करण्याचा पर्याय आहे.

सराव

१. आज दूरचित्रवाणी का बदलत आहे यावर चर्चा करा.

२. विभाजनावर चर्चा करा

३. पॉलिसेमीची तपशीलवार चर्चा करा

१५.४ समारोप

नवीन तंत्रज्ञानाने दूरचित्रवाणीचा पारंपारिक प्रवाहात केवळ व्यत्यय आणला नाही तर तो पूर्णपणे थांबवला आहे. या बदलत्या परिदृश्याशी जुळवून घेण्यासाठी, नवीन कथन रूपे, व्हिज्युअल आणि ऑरल शैली आणि दूरचित्रवाणी साठी वितरण पद्धतींची आवश्यकता आहे. जरी लक्षणीय बदल ताबडतोब अपेक्षित नसले तरी, उद्योग विश्लेषक भविष्याचे वर्णन करतात जेथे "प्राइम टाइम ब्रॉडकास्ट एक तंबू म्हणून काम करत राहील," समान सामग्री वापरणाऱ्या दूरचित्रवाणीच्या विविध व्युत्पन्न प्रकारांना समर्थन देतात. हे बदलते परिदृश्य दूरचित्रवाणी प्रवाहाच्या पारंपारिक संकल्पनेच्या सतत वापरास आव्हान देते. सामग्री एका लहान संख्येपासून मोठ्या संख्येने वापरकर्त्यांना एकाच वेळी पाठवली किंवा ऑफर केली जाण्याऐवजी, ती आता प्रत्येकासाठी उपलब्ध आहे. दूरचित्रवाणीने गेल्या काही वर्षांत निर्माण केलेल्या प्रतिमेने माध्यम अभ्यासाच्या क्षेत्रावर अमिट छाप सोडली आहे.

१५.५ प्रश्न

अ) नेटवर्क युगासह दूरचित्रवाणी चा भूतकाळ समजून घेण्यात कोणती गृहीतके आणि वैशिष्ट्ये समाविष्ट आहेत?

ब) दूरचित्रवाणीने अनेक वर्षांमध्ये ओहोटी आणि प्रवाहावर कसे नियमन केले आहे?

*****