

## प्रसार माध्यमांचा साहित्य व संस्कृती वर होणारा परिणाम गायत्री मधाळे

के.एल.ई. संस्थेचे जी.आय. बागेवाडी कला, विज्ञान आणि वाणिज्य  
महाविद्यालय, निपाणी.

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17259986>

### ABSTRACT:

प्रस्तुत लेख प्रसारमाध्यमे, साहित्य आणि संस्कृती यांच्यातील गुंतागुंतीच्या संबंधांचे विश्लेषण करतो. प्रसारमाध्यमे, ज्यांना लोकशाहीचा चौथा स्तंभ मानले जाते, ती समाजाच्या सकारात्मक आणि नकारात्मक बाजूंचा आरसा आहेत. वर्तमानपत्रे, रेडिओ, दूरदर्शन आणि इंटरनेट यांसारखी माध्यमे माहिती आणि मनोरंजनाचा प्रसार करतात, जनजागृती करतात आणि सामाजिक बदल घडवतात. भारतीय संस्कृती प्राचीन आणि समृद्ध असून, ती एकता, अध्यात्म आणि कलांना महत्त्व देते. प्रसारमाध्यमे माहिती आणि मनोरंजन पुरवून समाजावर परिणाम करतात, कला व संस्कृतीचे जतन करतात. विद्यार्थ्यांच्या ज्ञानवृद्धीसाठी ती उपयुक्त आहेत, परंतु त्यांच्या अतिवापरामुळे आणि चुकीच्या माहितीमुळे दुष्परिणाम होऊ शकतात. निष्कर्षानुसार, प्रसारमाध्यम हे संस्कृतीचे दर्शन घडवणारे एक शक्तिशाली साधन आहे, पण त्याचे व्यापारीकरण झाले आहे.

### KEYWORDS:

प्रसारमाध्यमे, संस्कृती, साहित्य, समाज, डिजिटल क्रांती.

### प्रस्तावना:

लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हणजे प्रसारमाध्यमे ज्याला समाजाचे पालक मानले जाते. ज्येष्ठ समाजशास्त्रज्ञ “मॅक आयव्हर” आणि “पेज” यांनी समाजाची व्याख्या करताना सांगितले की, “समाज हे सामाजिक संबंधांचे जाळे आहे आणि प्रसारमाध्यमे या सामाजिक संबंधांना समाजाबरोबर मांडतात”. याद्वारे समाज आपली सकारात्मक आणि नकारात्मक मांडणी स्पष्ट आरसा पाहून त्यांची विविध रूपे समजून घेऊ शकतो. सोशल मीडियाचा समाजावर होणारा सकारात्मक परिणामावर

चर्चा करतात. सोशल मीडियाच्या द्वारे जनसामान्य योग्य लोकशाहीकरण माध्यमातूनच खेळू शकते. प्रत्येक समाजाची संस्कृती खोलवर रुजलेली असते. त्या त्या समूहांच्या जीवनसरणीनुसार त्या समूहाची संस्कृती आकाराला येत असते. त्यामुळे प्रत्येक समूहाचे कला, साहित्य, परंपरा, समजूती, धारणा, श्रद्धा, नैपुण्य, क्षमता, रुढी, गरजा, नैतिक संकल्पना जीवन पद्धती अशा अनेक गोष्टींमधून प्रत्ययाला येते. लोकसाहित्यामध्ये जगभरातील आदी मानव जीवनाचे दर्शन घडते. सांस्कृतिक व शैक्षणिक हक्क या कलम २९ मध्ये असे सांगितले आहे की “भारताच्या राज्यक्षेत्रात किंवा त्यांच्या कोणत्याही भागात राहणाऱ्या ज्या कोणत्याही नागरिक गटाला आपली स्वतःची वेगळी भाषा, लिपी व संस्कृती असेल, त्याला ती जतन करण्याचा हक्क असेल”. कोणतीही जिवंत संस्कृती ही परिवर्तनशील असते आणि परंपरेच्या आवरणाखाली ती आतून बदलत असते. प्रसारमाध्यमांचे माहिती आणि मनोरंजनाचा प्रसार, जनजागृती, शिक्षण, सामाजिक संबंध सुधारणे, लोकशाही आणि जागतिक बदल घडवण्यासाठी प्रोत्साहन देणे तसेच कला आणि संस्कृतीला प्रोत्साहन देणे हे उद्देश आहेत.

भारतीय प्रसारमाध्यमे खूप विस्तृत आणि वैशिष्ट्यपूर्ण आणि वैविध्यपूर्ण आहेत. प्रसारमाध्यमांचा अभ्यास करणे किंवा त्याबद्दल माहिती मिळवणे यामध्ये वर्तमानपत्रे, मासिके, रेडिओ, दूरदर्शन, इंटरनेट आणि इतर माध्यमांचा समावेश होतो. भारतामध्ये “प्रसारमाध्यम” याची सुरुवात मुख्य रूपाने ब्रिटिश शासन यांच्या काळात १९२७ मध्ये झाली. मुंबई आणि कोलकाता मध्ये निधी ट्रान्समीटर सोबत रेडिओ प्रसार माध्यम सुरू झाले ज्याला आकाशवाणी (ऑल इंडिया रेडिओ) च्या रूपाने आज प्रसारित आहे. यामध्ये टेलिव्हिजन प्रसार १९५९ मध्ये तर प्रिंट मीडियाची सुरुवात १७८० मध्ये झाली. १९९० मध्ये इंटरनेटचा आगमन भारतात झाले. भारतामध्ये १२१ भाषा दहा हजार हून जास्त लोक बोलतात त्यामध्ये १९,५०० मातृभाषा आहेत. भारतीय संविधान भाग ८ मध्ये २२ भाषांचा समावेश केला आहे. मानव जातीच्या आजपर्यंतच्या इतिहासातील सर्वात मोठा क्रांती इंटरनेट आणि सोशल मीडिया क्रांती आहे. संपूर्ण जगाला जवळ आणले आहे. आज अनेक व्यवसाय ऑफलाईन जगातून ऑनलाईन सोशल मीडियावर आलेले आहेत. आजच्या युगात सोशल मीडिया जगातील

सर्वात जलद संप्रेषणाचे साधन बनले आहे. त्यामुळे जीवन खूप सोपे झाले आहे. त्यामध्ये भारतीय संस्कृती ही जगातील सर्वात प्राचीन आणि समृद्ध संस्कृतीपैकी एक आहे. तिचे काही प्रमुख गुण सुद्धा आहेत. “संस्कृती” हा शब्द “प्रकृती” आणि “विकृती” या शब्दांशी संबंधित आहे. प्रकृती म्हणजे निसर्ग तर “विकृती” म्हणजे निसर्गात होणारा बदल. संस्कृती म्हणजे या विकृतीला रोखण्यासाठी आणि प्रकृतीला उन्नत करण्यासाठी केलेले प्रयत्न किंवा संस्कार.

भारतीय संस्कृतीमध्ये वेगवेगळ्या प्रादेशिक, भाषिक आणि धार्मिक लोकांचे मिश्रण आहे. तरीही, ही एकता आणि एकात्मतेच्या भावनेवर जोर देते. अध्यात्माला आणि आंतरिक शांतीला महत्त्व दिले जाते. कला, साहित्य, संगीत आणि नृत्य यासारख्या क्षेत्रात खूप मोठी प्रगती केली आहे. प्रसारमाध्यमे वृत्तपत्रे, मासिके, दूरदर्शन, रेडिओ, इंटरनेट, आणि चित्रपट यासारख्या विविध माध्यमांचा समावेश होतो. ही प्रसारमाध्यमे माहिती आणि मनोरंजन या दोन्ही प्रकारे समाजावर परिणाम करतात आणि समाजाच्या प्रतिमांना आकार देतात. माहिती आणि प्रसारण मंत्रालयाच्या आकडेवारीनुसार भारतात १.५५ लाखाहून अधिक प्रकाशने आणि १०८ खाजगी टीव्ही चॅनेल आहेत. यामुळे लोकांमध्ये सकारात्मक दृष्टिकोन वाढतो आणि समाजाची प्रगती होते. प्रसारमाध्यमे जगातील ताज्या बातम्या, विविध विषयांची माहिती आणि मनोरंजन कार्यक्रम लोकांपर्यंत पोहोचवितात. शिक्षण आणि प्रसार करण्यास माध्यमे महत्त्वाची भूमिका बजावतात, ज्यामुळे लोकांना नवीन गोष्टी शिकायला मिळतात. सामाजिक आणि राष्ट्रीय समस्यांबद्दल लोकांमध्ये जागरूकता निर्माण करण्याचे काम माध्यमांकडून होते. लोकांना विविध विषयांवर विचार करण्यास आणि सामाजिक बदलासाठी एकत्र येण्यास प्रोत्साहित करतात. विविध कला, संस्कृती आणि परंपरा बद्दल माहिती देतात, ज्यामुळे त्यांची जपणूक होते. चित्रपट, संगीत, खेळ अशा अनेक माध्यमांद्वारे लोकांना मनोरंजन मिळते. ते त्यांच्या मानसिक आरोग्यासाठी महत्त्वाचे असते.

### प्रसारमाध्यमे आणि विद्यार्थी:

आजच्या डिजिटल युगात प्रसारमाध्यमांचा (म्हणजे वृत्तपत्र, टीव्ही, रेडिओ, सोशल मीडिया, इंटरनेट) समाजावर आणि विशेषतः

विद्यार्थ्यांवर मोठा प्रभाव पडतो. माहितीच्या प्रसारासाठी ही माध्यमे अत्यंत प्रभावी साधने आहेत.

ज्ञानवृद्धी वृत्तपत्रे, शैक्षणिक टीव्ही कार्यक्रम आणि शैक्षणिक वेबसाईटमुळे विद्यार्थ्यांना अभ्यासाव्यतिरिक्त अधिक जास्त माहिती मिळते. विदेशातील चालू घडामोडीची माहिती मिळाल्यामुळे विद्यार्थी अपडेट राहतात. स्पर्धा परीक्षा देण्यासाठीही खूप महत्त्वाचे आहे. भाषा कौशल्य वाचनाच्या सवयीमुळे भाषा सुधारते, शब्द संपत्ती वाढते. करिअर मार्गदर्शन कार्यक्रम, मुलाखती, यशोगाथा यामधून विद्यार्थ्यांना प्रेरणा मिळते. प्रसारमाध्यमांचा उपयोग माहिती मिळवण्यासाठी करा, भटकण्यासाठी नाही.

गैरवापर मीडियाचा अतिवापर केल्यामुळे विद्यार्थ्यांचा अभ्यासाकडे दुर्लक्ष होऊ शकते. अपुरी किंवा चुकीची माहिती किंवा अफवा प्रसारित होतात, यांचा विद्यार्थ्यांवर वाईट परिणाम होऊ शकतो. मानव हिंसात्मक, नकारात्मक किंवा अश्लील सामग्री विद्यार्थ्यांचे मानसिक आरोग्य बिघडू शकते. प्रसारमाध्यमे ही एक शक्तिशाली साधन आहेत. विद्यार्थ्यांनी त्याचा योग्य वापर केल्यास ती माहिती मिळवण्याचे, विचार करायला शिकण्याचे आणि व्यक्तिमत्व घडण्याचे माध्यम ठरू शकते. मात्र अति किंवा चुकीचा वापर टाळणे गरजेचे आहे.

### प्रसारमाध्यमाची भूमिका:

माहिती देणे, शिक्षण देणे आणि मनोरंजन करणे ही प्रसारमाध्यमाची मुख्य भूमिका आहे. लोकांना जागरूक करणे, सामाजिक समस्यांवर प्रकाश टाकणे आणि सार्वजनिक चर्चांना प्रोत्साहन देणे हे देखील प्रसारमाध्यमाचे कार्य आहे. माध्यमांचा समाजावर मोठा प्रभाव असतो. त्यामुळे त्यांनी समाजासाठी सकारात्मक आणि जबाबदार भूमिका बजावणे आवश्यक आहे. भारतातील प्रसारमाध्यमे विविध कंपन्या, व्यक्ती आणि सरकारी संस्थांच्या मालकीची आहे. काही माध्यमे मोठ्या व्यावसायिक घराण्यांच्या मालकीची आहेत, तरी काही माध्यमे सरकारी मालकीची आहेत, जसे की, डीडी न्यूज आणि आकाशवाणी. प्रसारमाध्यमांमध्ये मुख्यत्वे मुद्रित माध्यमे (वर्तमानपत्रे, मासिके), श्राव्य माध्यमे (रेडिओ), श्राव्यदृक् श्राव्य माध्यमे (दूरदर्शन, चित्रपट, इंटरनेट, सोशल मीडिया) याचा समावेश होतो. ही माध्यमे माहिती, शिक्षण

आणि मनोरंजनासाठी वापरली जातात.

### निष्कर्ष:

सध्यास्थिती १९५० च्या दशकापासून भारतातील माध्यम क्षेत्र एक फायदेशीर व्यवसाय बनले आहे, ज्यामुळे जाहिरातीमध्ये वाढ झाली आहे आणि माध्यमांचे व्यापारीकरण झाले आहे. सध्या भारतात माध्यमांची एक मोठी आणि सक्रिय परिसंस्था आहे, ज्यात खाजगी आणि सरकारी दोन्ही प्रकारचे माध्यम क्षेत्र समाविष्ट आहे. भारत हा संस्कृतीचा समृद्ध देश आहे जिथे लोक त्यांच्या संस्कृतीत राहतात. प्रसारमाध्यम हे असे साधन आहे जेथे पृथ्वीपासून ते चंद्रापर्यंत संदेश पोहोचवण्याचे काम प्रसारमाध्यम करत आहे. विदेशी पर्यटक इंटरनेटच्या सहाय्याने व माध्यमांमुळे भारतीय संस्कृती जाणून घेण्याचा प्रयत्न करतात.

### संदर्भ ग्रंथ:

1. मोहन आपटे, संगणक, इंटरनेट, यंत्रमानव भविष्यवेध, राजहंस प्रकाशन, पुणे. २००१
2. श्री. के. क्षीरसागर, मराठी भाषा वाढ आणि बिघाड, मराठी राज्य विकास संस्था.
3. डॉ. पांडुरंग गायकवाड जनसंवाद माध्यमांचा सांस्कृतिक परिणाम. पृष्ठ क्र. १७
4. डॉ. माधव पाटील प्रसार माध्यमे संकल्पना आणि वास्तव. पृष्ठ क्र. ३६
5. डॉ. रा. भा. पाटणकर प्रसार माध्यमे आणि समाज. पृष्ठ क्र. ९९
6. काका जोशी आधुनिक माध्यमे आणि साहित्य. पृष्ठ क्र. ८४

#### Funding:

This study was not funded by any grant.

#### Conflict of interest:

The Authors have no conflict of interest to declare that they are relevant to the content of this article.

#### About the License:

© The Authors 2024. The text of this article is open access and licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.