

टीआरपी संस्कृती आणि पत्रकारितेची मूल्ये

डॉ. संजय डाफ

सहाय्यक प्राध्यापक, पदव्युत्तर शैक्षणिक जनसंवाद विभाग, गोंडवाणा विद्यापीठ, गडचिरोली

सारांश (Abstract)- प्रसार माध्यमे हा लोकशाहीचा चौथा स्तंभ मानला जातो, ज्यावर समाजाला जागरूक ठेवण्याची आणि प्रशासकीय व्यवस्थेवर अंकुश ठेवण्याची मोठी जबाबदारी असते. मात्र, सध्याच्या तीव्र स्पर्धेच्या युगात टेलिव्हिजन रेटिंग पॉईंट (TRP) मिळवण्याच्या शर्यतीमुळे पत्रकारितेच्या मूळ नैतिक मूल्यांना तडा जात असल्याचे दिसून येते. नफा मिळवणे आणि जाहिराती आकर्षित करणे या व्यावसायिक उद्देशांमुळे अनेकदा लोकहिताच्या बातम्यांचे बाजारीकरण केले जाते. या संशोधन निबंधात टीआरपी संस्कृतीचा पत्रकारितेच्या गुणवत्तेवर होणारा परिणाम, त्यातील आव्हाने आणि घसरलेली मूल्ये सावरण्यासाठी आवश्यक असलेल्या दिशांचा चिकित्सक अभ्यास करण्यात आला आहे. विदर्भातील शेतकरी आत्महत्या, सिंचनाचा अनुशेष आणि कुपोषण यांसारख्या ज्वलंत प्रश्नांना अनेकदा टीआरपी मिळत नसल्याने डावलले जाते, या वास्तवावरही यात प्रकाश टाकण्यात आला आहे. अभ्यासाअंती असे स्पष्ट होते की, केवळ खळबळजनक बातम्या देण्यापेक्षा सामाजिक जबाबदारीचे भान राखून पारदर्शक पत्रकारिता करणे ही लोकशाही टिकवण्यासाठी काळाची गरज आहे.

महत्वाचे शब्द (Keywords)- टीआरपी (TRP), पत्रकारितेची मूल्ये, प्रसार माध्यमे, खळबळजनक बातम्या, व्यावसायिकता, नैतिकता, सामाजिक जबाबदारी, लोकशाही.

I. प्रस्तावना (INTRODUCTION)



पत्रकारिता हा लोकशाहीचा चौथा स्तंभ मानला जातो, ज्याचा मुख्य उद्देश समाजातील सत्य परिस्थिती लोकांसमोर मांडणे आणि प्रशासनाला जाब विचारणे हा असतो. विदर्भासारख्या

प्रदेशात जिथे नैसर्गिक साधनसंपत्ती असूनही विकासाचा अनुशेष आहे, तिथे माध्यमांची भूमिका केवळ माहिती देण्याची नसून सामाजिक बदल घडविणारी असते. १९६० मध्ये अखंड महाराष्ट्र निर्मितीनंतर विदर्भाचा विकास होईल अशी अपेक्षा होती, परंतु दुर्दैवाने विकासाचे प्रश्न आजही प्रलंबित आहेत. अशा परिस्थितीत, प्रसार माध्यमे हे समाजमनावर प्रकाश टाकण्याचे आणि अन्यायाला वाचा फोडण्याचे महत्त्वाचे साधन ठरतात. मात्र, गेल्या काही वर्षांत 'टीआरपी' (Target Rating Point) या संकल्पनेने पत्रकारितेच्या मूळ उद्देशाला तडा दिला आहे. टीआरपी म्हणजे कोणती वाहिनी किती काळ पाहिली जाते याचे मोजमाप, ज्यावर वाहिन्यांचा आर्थिक नफा आणि जाहिराती अवलंबून असतात. या आर्थिक स्पर्धेमुळे पत्रकारितेतील मूल्यांचा न्हास होऊन बातम्यांचे बाजारीकरण झाले आहे. या शोधनिबंधात टीआरपी संस्कृतीचा पत्रकारितेच्या नैतिकतेवर होणारा परिणाम आणि त्यातील आव्हानांचा सविस्तर आढावा घेण्यात आला आहे.

II. टीआरपी संस्कृती आणि पत्रकारितेची घसरलेली मूल्ये (IMPACT ON JOURNALISTIC VALUES)



टीआरपी मिळवण्याच्या स्पर्धेच्या आजच्या काळात बातम्यांच्या गुणवत्तेपेक्षा त्या कशा प्रकारे मांडल्या जातात, याला अधिक महत्त्व प्राप्त झाले आहे. प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी साध्या बातम्यांना देखील अत्यंत भडक आणि

खळबळजनक स्वरूपात मांडले जाते, ज्याला 'खळबळजनकीकरण' असे म्हटले जाते. या प्रक्रियेत अनेकदा तथ्यांची खातरजमा न करताच माहिती प्रसारित केली जाते, ज्यामुळे समाजात संभ्रम निर्माण होतो. विदर्भातील शेतकरी आत्महत्या, सिंचनाचा अभाव आणि कुपोषण यांसारख्या गंभीर मानवी समस्यांना टीआरपी मिळत नसल्यामुळे, अनेकदा मुख्य प्रवाहातील माध्यमे अशा विषयांकडे दुर्लक्ष करतात. त्याऐवजी सेलिब्रिटींचे खाजगी आयुष्य किंवा राजकीय वादांना अवाजवी प्रसिद्धी दिली जाते. जेव्हा पत्रकारितेत सामाजिक हितापेक्षा व्यावसायिक नफा मोठा होतो, तेव्हा तिथे 'पीत पत्रकारिता' (Yellow Journalism) जन्म घेते. यामुळे विदर्भातील ग्रामीण आणि दुर्गम भागातील लोकांच्या व्यथा दुर्लक्षित राहतात आणि केवळ शहरांकडे लक्ष केंद्रित केले जाते. टीआरपीच्या या दबावामुळे पत्रकारांना अनेकदा आपल्या नैतिक मूल्यांशी तडजोड करावी लागते, जी लोकशाहीसाठी एक मोठी धोक्याची घंटा आहे.

III. प्रसार माध्यमांची भूमिका आणि व्यावसायिकता (ROLE OF MEDIA)



प्रसार माध्यमे हे शासन आणि प्रशासन यांवर दबाव निर्माण करण्याचे महत्त्वाचे कार्य करतात. उदाहरणार्थ, विदर्भातील सिंचन घोटाळा किंवा शेतकरी आत्महत्येच्या प्रश्नावर माध्यमांनी प्रकाश टाकल्यामुळेच प्रशासनाला काही प्रमाणात कार्यवाही करणे भाग पडले. माध्यमांची जबाबदारी केवळ माहिती प्रसारणाची नाही, तर ती सामाजिक बदल घडविण्याची आणि लोकांना मार्गदर्शन करण्याची देखील आहे. विशेषतः ग्रामीण आणि आदिवासी भागातील स्थानिकांचा आवाज पोहोचविण्यासाठी स्थानिक वृत्तपत्रे आणि वाहिन्या आजही महत्त्वाची भूमिका बजावत आहेत. शोध पत्रकारितेच्या माध्यमातून स्थानिक समस्यांचे मूळ शोधून काढणे आणि त्यावरील उपाय सुचविणे हे माध्यमांचे नैतिक कर्तव्य आहे. मात्र, सध्याच्या कॉर्पोरेट जगात

संपादकीय स्वातंत्र्यावर मर्यादा येत आहेत. जेव्हा एखादा विषय टीआरपी मिळवून देऊ शकत नाही, तेव्हा त्या विषयातील सत्यता असूनही त्याला डावलले जाते. अशा परिस्थितीत, प्रसार माध्यमांनी आपली व्यावसायिकता जपतानाच सामाजिक जबाबदारीचा विसर पडू देऊ नये. केवळ आकड्यांच्या मागे न धावता लोकहित जपण्यासाठी धोरणात्मक निर्णय घेणे आज काळाची गरज बनले आहे.

IV. आव्हाने आणि मर्यादा (CHALLENGES BEFORE MEDIA)



टीआरपीच्या विरोधात उभे राहून मूल्याधिष्ठित पत्रकारिता करताना माध्यमांसमोर अनेक मोठी आव्हाने उभी आहेत. सर्वात महत्त्वाचे आव्हान म्हणजे आर्थिक संसाधनांची कमतरता; कारण बहुतेक खाजगी वाहिन्या या जाहिरातींवर चालतात आणि जाहिराती मिळवण्यासाठी टीआरपी आवश्यक असतो. यामुळे स्थानिक पत्रकारांना अनेकदा आर्थिक अडचणींचा सामना करावा लागतो, ज्याचा परिणाम त्यांच्या कामाच्या गुणवत्तेवर होतो. दुसरे आव्हान म्हणजे सरकारी आणि राजकीय दबाव; अनेकदा राजकीय नेते किंवा मोठे व्यावसायिक गट माध्यमांच्या धोरणांवर नियंत्रण ठेवतात, ज्यामुळे सत्य माहिती लोकांपर्यंत पोहोचविणे कठीण होते. याशिवाय, जनतेच्या पाठिंब्याचा अभाव हे देखील एक मोठे संकट आहे. अनेकदा जेव्हा माध्यमे गंभीर विषयांवर चर्चा घडवून आणण्याचा प्रयत्न करतात, तेव्हा प्रेक्षक अशा कार्यक्रमांकडे पाठ फिरवतात आणि मनोरंजक किंवा विवादास्पद विषयांना अधिक पसंती देतात. यामुळे माध्यमांना टिकून राहण्यासाठी नाईलाजाने टीआरपीच्या शर्यतीत उतरावे लागते. या आव्हानांमुळेच पत्रकारिता स्वातंत्र्य आणि नैतिक मूल्यांचा समतोल राखणे कठीण होऊन बसले आहे.

V. निष्कर्ष आणि भविष्यकालीन दिशा
(CONCLUSION AND FUTURE
DIRECTION)

विदर्भाच्या आणि देशाच्या ज्वलंत समस्यांवर प्रसार माध्यमांनी आजवर केलेले कार्य निश्चितच मोलाचे आहे, परंतु टीआरपीच्या वाढत्या प्रभावामुळे या कार्याला मर्यादा येत आहेत. भविष्यात या परिस्थितीत बदल घडवून आणण्यासाठी डिजिटल आणि समाज माध्यमांचा (Social Media) प्रभावी वापर करणे आवश्यक आहे, कारण इथे टीआरपीचे पारंपारिक बंधन नसते. स्थानिक पत्रकारितेचे सक्षमीकरण करणे आणि शोध पत्रकारितेला प्रोत्साहन देणे यामुळे मूळ समस्या पुन्हा केंद्रस्थानी येऊ शकतात. माध्यमांनी केवळ व्यावसायिक नफा न पाहता सामाजिक परिवर्तनाचे साधन म्हणून स्वतःकडे पाहिले पाहिजे. तसेच, प्रेक्षकांनीही जागरूक होऊन केवळ दर्जेदार आणि सत्य माहिती देणाऱ्या माध्यमांनाच पाठिंबा देणे गरजेचे आहे. पारंपारिक टीआरपी प्रणालीत बदल करून 'दर्जा' आणि 'लोकहित' यावर आधारित रेटिंग यंत्रणा विकसित करणे ही काळाची गरज आहे. जेव्हा प्रशासन, माध्यमे आणि जनता एकत्र येतील, तेव्हाच खऱ्या अर्थाने पत्रकारितेची मूल्ये जपली जातील आणि समाजाचा सर्वांगीण विकास साध्य होईल.

- [4] धांडेकर, रिता. (२०१९). प्रसार माध्यमांची भूमिका; अपेक्षा व वास्तव. अजंता पब्लिकेशन.
- [5] डाफ, संजय. विदर्भाच्या प्रश्नांवर प्रसार माध्यमांची भूमिका. पदव्युत्तर शैक्षणिक जनसंवाद विभाग, गोंडवाना विद्यापीठ, गडचिरोली.
- [6] Curran, J. A. The Role of Media in Social Change.
- [7] Malhotra, Kanchan K. Media and Development; A Critical Perspective.



संदर्भ (REFERENCES)

- [1] देसाई, दत्ता. (२०१०). विकासाची दिशा आणि पर्याय. पाक्षिक अंक १२.
- [2] देशपांडे, ए. व्ही. (२००६). पत्रकारितेचे मूलतत्व. सुखदा-सौरभ प्रकाशन.
- [3] चितळे, विनोद., भटकर, सुधीर., आणि सोरडे, गौरी. (२०१७). माध्यमे आणि सामाजिक बदल. अथर्व पब्लिकेशन्स.