Peer Reviewed Referred
and UGC Listed
Journal No. 47026

ISSN 2319 - 359X
AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY
HALF YEARLY RESEARCH JOURNAL

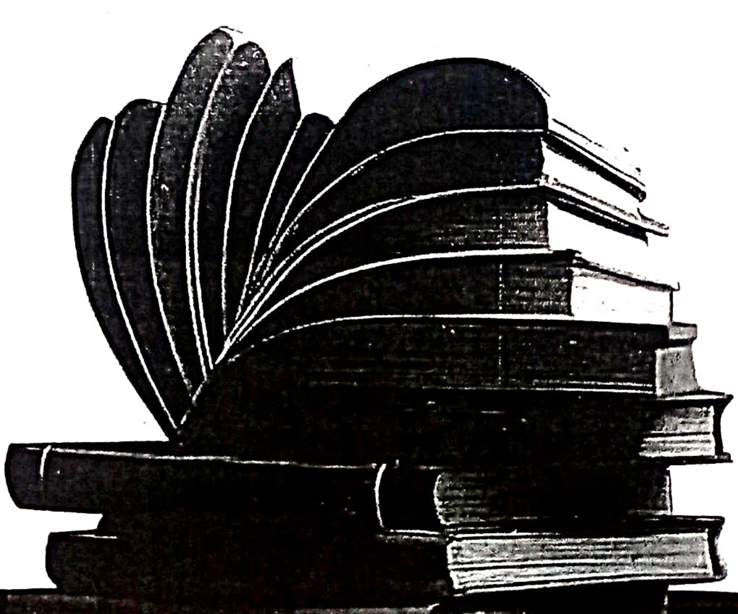
ISO 9001 : 2015 QMS
ISBN / ISSN

IDEAL

Single Blind Review/Double Blind Review

Volume - XII, Issue - II
March - August - 2024
Marathi Part - I

Impact Factor / Indexing
2023 - 7.537
www.sjifactor.com



Ajanta
Prakashan

ISSN 2319 - 359X
AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY
HALF YEARLY RESEARCH JOURNAL

IDEAL

Volume - XII Issue - II March - August - 2024

MARATHI PART - I

Peer Reviewed Referred and
UGC Listed Journal No. 47026

Single Blind Review/Double Blind Review

ज्ञान-विज्ञान विमुक्तये

IMPACT FACTOR / INDEXING
2023 - 7.537
www.sjifactor.com

❖ EDITOR ❖
Assit. Prof. Vinay Shankarrao Hatole
M.Sc (Math's), M.B.A. (Mkt), M.B.A (H.R),
M.Drama (Acting), M.Drama (Prod & Dirt), M.Ed.

❖ PUBLISHED BY ❖
Ajanta Prakashan
Aurangabad. (M.S.)

CONTENTS OF MARATHI PART - I

अ.क्र.	लेख आणि लेखकाचे नाव	पृष्ठ क्र.
१	सद्यस्थितीत एकल महिला सक्षमीकरण काळाची गरज **कु. रोहिणी दत्तात्रय सोनवणे** **प्रा. डॉ. बाभुळगावकर किशन एस.**	१-६
२	राष्ट्रीय शैक्षणिक धोरण : मराठी साहित्य, भाषेचे महत्त्व आणि रोजगाराच्या संधी **डॉ. बालाजी विठ्ठलराव डिगोळे**	७-११
३	राष्ट्रीय शैक्षणिक धोरणात ग्रंथालय आणि ग्रंथपालाची भूमिका **डॉ. दिलीप गोविंदा पाटील**	१२-१७
४	राज्यशास्त्रातील रोजगाराच्या संधी **डॉ. नामानंद गौतम साठे**	१८-२३
५	तंत्रज्ञानाष्ठित शिक्षण **प्रा. तरटे शरद कचरु**	२३-२७
६	शेतकऱ्यांसाठी विकसीत आर्थिक शिक्षणाचा उत्पन्न वाढीवरील परिणाम **खराडे वैभव जगन्नाथ** **डॉ. कुमावत ए.एस.**	२८-३१
७	तमाशा पंढरी : नारायणगाव **डॉ. रविशा धनराज टाक**	३२-३४
८	नवीन शैक्षणिक धोरण २०२०मधील उच्च शिक्षणापुढील संधी व आव्हाने **लेफ्ट. डॉ. पावडे खोब्राजी वामनराव**	३५-३९
९	विद्यार्थी हिताच्या दृष्टीने शैक्षणीक धोरण २०२० महत्त्व **डॉ. राम फुन्ने**	४०-४३
१०	परिवर्तनशील शैक्षणिक धोरण २०२० **डॉ. भालेराव जी. पी.**	४४-४६
११	राष्ट्रीय शिक्षण धोरण : मराठी साहित्य, भाषेचे महत्व आणि रोजगाराच्या संधी **प्रा. डॉ. अंशुमती राजेंद्र काहाणे**	४७-५२
१२	भारतातील शैक्षणिक धोरण **प्रा. डॉ. सूर्यकांत नागनाथ कळसकर**	५३-५९

VOLUME - XII, ISSUE - II - MARCH - AUGUST - 2024
IDEAL - ISSN - 2319 - 359X - IMPACT FACTOR - 7.537 (www.sjifactor.com)

११. राष्ट्रीय शिक्षण धोरण : मराठी साहित्य, भाषेचे महत्व आणि रोजगाराच्या संधी

प्रा. डॉ. अंशुमती राजेंद्र काहाणे
मराठी विभाग प्रमुख, श्रीमती राधाबाई सारडा कला, वाणिज्य आणि विज्ञान महाविद्यालय, अंजनगाव सुर्जी, जि.-अमरावती.

एकविसाव्या शतकाच्या आरंभाबरोबरच भारतात माहिती तंत्रज्ञानाचा प्रसार वाढू लागला होता. त्या काळात मला एका मित्राने म्हटले 'अरे गूगलवर शोधल्यावर तुझी काहीच माहिती दिसत नाही'. त्यावेळीच मला धक्का बसला होता. आता तर फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, लिंक्डइन, वॉटसअप यासारख्या समाज माध्यमांशिवाय आपल्या अस्तित्वाला काहीच अर्थ नाही असे प्रत्येक व्यक्तीला वाटू लागले आहे. मोबाईलचा वापर तर वेड म्हणावे इतका वाढला आहे.

भारतात 100 कोटीपेक्षा अधिक लोक मोबाईल वापरतात. शेतमजुरापासून उद्योगपतीपर्यंत प्रत्येकजण मोबाईलचा वापर करतो आहे. माणसाचे रुपांतर डाटामध्ये झाले आहे असे आता म्हटले जाते. अर्धा तास फेसबुक किंवा वॉटसअप बंद पडले तर अनेकांच्या मनाची मोठी तगमग होते. माहिती तंत्रज्ञानाच्या झपाटयामुळे जग गतीने बदलले आहे, हेच खरे. याचा मोठा प्रभाव समाजजीवनावर पडला असून त्यामुळे नवनवीन क्षेत्रे विकसित झाली. त्यात समाज माध्यमे (सोशल मिडिया), डिजिटल माध्यमे, ऑनलाईन माध्यमे यांचा प्रामुख्याने समावेश करता येईल.या नव्या क्षेत्रात रोजगाराच्या नवीन संधीही वाढल्या आहेत. संदेशाचा सर्वत्र व झटपट प्रसार करण्याची शक्ती या माध्यमात आहे. कमी खर्चात जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी ही माध्यमे उपयुक्त आहेत, त्यामुळे या माध्यमाकडील ओढा वाढतो आहे. या माध्यमांमध्ये ज्या करिअर संधी निर्माण झाल्या आहेत, त्यातील प्रमुख संधी खालीलप्रमाणे आहेत.

सोशल मिडिया मॅनेजर

आपल्या अथवा संस्थेच्या, कंपनीच्या प्रगतीसाठी सोशल मिडियाचा वापर केला तरच आपण टिकून राहू शकू याची जाणीव सर्वांना झाली आहे. त्यामुळे सोशल मिडियाव्दारे आपली चांगली प्रतिमा निर्माण करण्याचे, जोपासण्याचे काम व्यक्ती, संस्था, कंपनीला करावे लागते.फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, वॉटसाप इत्यादी सोशल मिडियाव्दारे लोकांपर्यंत संस्तेची, कंपनीची माहिती पोहोचविण्यासाठी कुशल मनुष्यबळ लागते. राजकीय पक्ष, कार्पोरेट संस्था, सेलेब्रिटी यांना तर त्यांच्यासाठी हे काम करणा-यांची मोठी फौजच लागते.यासाठी सोशल मिडिया मॅनेजर व त्यांच्या हाताखाली अनेकजण कार्यरत असतात. तालुक्याच्या , जिल्हयाच्या ठिकाणी काम करणा-या व्यक्ती आणि संस्थांनादेखील याची गरज भासू लागली आहे.प्रसिध्द व्यक्तींच्या समाजमाद्यमांवरील मजकुराचे नियोजन करणे, त्यातील मजकूर अद्यावत करणे, विचारल्या जाणा-या प्रश्नांना उत्तरे देणे इत्यादी कामे यात करावी लागतात.

या पदावर काम करण्यासाठी पत्रकारितेचा अभ्यासक्रम पूर्ण असणे, मराठी व इंग्रजी भाषेवर चांगले प्रभुत्व असणे, सोशल मिडियाच्या हाताळणीचे चांगले ज्ञान असणे, कमी शब्दात आशयघन लेखनाची सृजनशीलता असणे गरजेचे आहे.

डिजिटल मार्केटिंग मॅनेजर

ऑनलाईन विपणनासाठी केल्या जाणाया कार्याला एकत्रितपणे डिजिटल मार्केटिंग असे म्हटले जाते. वेबसाईट, सर्च इंजिन, इ मेल , मोबाईल ऍप इत्यादीव्दारे जाहिराती लक्ष्यित गटापर्यंत पोहोचविणे हे यात महत्वाचे असते. 'कंटेंट इज द किंग' हा आजच्या काळातील यशस्वितेचा मंत्र आहे. त्यामुळे आपल्या उत्पादन अथवा सेवांची माहिती प्रभावीपणे ग्राहकापर्यंत पोहोचविणे हे सर्वात महत्वाचे कार्य बनले आहे. विपणनाच्या क्षेत्रात सध्याच्या काळात फार मोठी स्पर्धा सुरु आहे. कंपन्यांची आणि उत्पादनांची संख्या मोठया प्रमाणात वाढल्यामुळे लक्ष्यित गटापर्यंत विपणनाचा संदेश कसा पोहोचवायचा हा अवघड प्रश्न आहे. याचे उत्तर डिजिटल मार्केटिंगमध्ये आहे. आता प्रत्येक कंपनी आपली उत्पादने, योजनांची माहिती देण्यासाठी डिजिटल मार्केटिंगचा उपयोग करतात. बाजारपेठ निश्चित करणे, जाहिरात धोरण ठरविणे यासाठी तसेच विपणन योजनेचे विश्लेषण करण्यासाठी डिजिटल मार्केटिंग उपयुक्त ठरते. ऍमेझॉन , फ्लिफकार्ट , ओ.एल.एक्स. यासारख्या ऑनलाईन विक्री करणा-कंपन्या, मेक माय ट्रिप ,रेडबस तसेच ओला, उबरसारख्या वाहन सेवा पुरविणा-या कंपन्यांसह अनेक कंपन्यांमध्ये अशी पदे उपलब्ध होतात.

या पदावर काम करण्यासाठी पत्रकारिता/ मार्केटिंगचा अभ्यासक्रम पूर्ण असणे, मराठी व इंग्रजी भाषेवर चांगले प्रभुत्व असणे, प्रभावी जाहिरात लेखनाचे कौशल्य असणे आवश्यक आहे.

ऑनलाईन प्रॉडक्ट जर्नालिस्ट

ऑनलाईन माध्यमांव्दारे उत्पादनाची माहिती ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम यात पत्रकाराला करावे लागते. कंपनीची उत्पादने ग्राहकासाटी कशी उपयुक्त आहेत, याचे फायदे कोणते आहेत, याचा वापर कसा करावा, ज्या ग्राहकांनी याचा वापर केला ते कसे समाधानी आहेत यावर आधारित वृतांत देण्याचे काम यात करावे लागते. ही माहिती फेसबुक, व्टिटर, यूटयुब यासारखी समाजमाध्यमे अथवा मोबाईल ऍपव्दारे ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम पत्रकाराला प्रभावीपणे करावे लागते. यात उत्पादनाला ब्रॅंड म्हणून प्रस्थापित करणे, ब्रॅंडची प्रतिष्ठा वाढविणे, ब्रॅंडबद्दल ग्राहकांचा दृष्टीकोण जाणून घेणे यासारखी कामे करणे अपेक्षित आहे.

या पदावर काम करण्यासाठी पत्रकारितेचा अभ्यासक्रम केलेला असण्याबरोबर, इंटरनेट वापराचे चांगले ज्ञान असणे गरजेचे आहे. समाजमाध्यमांव्दारे प्रभावीपणे लेखन करणे, ब्लॉगवर मजकूर लिहिणे, व्हिडिओ तयार करणे व संपादित करणे इत्यादी कामे करता येणे आवश्यक आहे.

कंटेंट रायटर / एडिटर

माहिती प्रस्फोटाच्या युगात आपण आहोत. माहितीचा प्रवाह सर्व दिशांनी लक्षावधी माहिती स्रोतातून निरंतर वाहता असतो. आपल्या वाचकांना नेमक्या ज्या माहितीत स्वसआहे अशीच माहिती तयार करणे आवश्यक झाले आहे. समाज माध्यमांवर असे लेखन करणायांची खूप गरज असते. असे लेखनाचे काम करण्यायास कटेंट रायटर म्हटले जातेवाचकांना हवी असणारी माहिती

निवडून संपादित करणयास कंटेंट एडिटर म्हणतात. यात प्रामुख्याने वेबसाईट, ब्लॉग, समाज माध्यमांसाठी मजकूर लेखन करणे, संपादित करणे ही कामे करावी लागतात. या पदावर नोकरीच्या अनेक संधी सोशल व डिजिटल माध्यम क्षेत्रात उपलब्ध आहेत. न्यूज हंट. वे टू एस.एम.एस. यासह विविध संस्थांमध्ये अशा नोकरीच्या संधी उपलब्ध आहेत.या पदावर काम करण्यासाठी पत्रकारिता / इंग्रजी भाषा अभ्यासक्रम पूर्ण केलेला असणे आवश्यक आहे. भाषेवर प्रभुत्व असणे, लेखनाची आवड व क्षमता असणे, मराठीतील मजकूर इंग्रजीत, इंग्रजीतील मजकूर मराठीत भाषांतरित करता यायला हवा.

वेब जर्नालिस्ट

वृत्तपत्रांच्या ऑनलाईन आवृत्ती तसेच ऑनलाईन वृत्तपत्रे (वेबपोर्टल) यांची त्याचबरोबर त्यांच्या वाचकांची संख्या मोठया प्रमाणात वाढते आहे. या माध्यमांसाठी उपसंपादक, वरिष्ठ उपसंपादक इत्यादी पदे गरजेची असतात. इनाडू , वेबदुनिया यासारख्या अनेक वेबपोर्टल्समध्ये, तसेच प्रमुख वृत्तपत्रांच्या ऑनलाईन आवृत्तीत या संधी उपलब्ध आहेत.स्वतःचे वेबपोर्टल सुरु करणे हा पर्यायही सहज उपलब्ध आहे. कारण वेबपोर्टल सुरु करणे फारसे खर्चिक नाही उस्मानाबाद लाईव, आज लातूर, बार्शी लाईव यासह जिल्हयाच्या ठिकाणी पत्रकारांनी सुरु केलेली वेब पोर्टल्स चांगली कार्यरत आहेत.

हे काम करण्यासाठी पत्रकारितेचा अभ्यासक्रम पूर्ण असणे. संगणक हाताळणीचे चांगले ज्ञान असणे. ऑनलाईन वृत्तपत्रासाठी लेखन व संपादन करण्याची क्षमता असणे गरजेचे आहे.

ऍडवोकसी मॅनेजर

एखादया विचाराचे , कार्याचे समर्थन करण्यासाठी, समाजाचा पाठिंबा मिळविण्यासाठी केल्या जाणाया कामगिरीला मिडिया ऍडवोकसी असे म्हटले जाते. या क्षेत्रात कार्यकरणाऱ्या नोकरीच्या अनेक संधी उपलब्ध आहेत.या पदावर कार्य करण्यासाठी पत्रकारितेची पदवी, सामाजिक प्रश्नांची जाण, संगणकावर काम करण्याचे तांत्रिक कोशल्य, भाषेवर प्रभुत्व ही कौशल्ये असणे आवश्यक आहे. याशिवाय मार्केटिंग ब्लॉगर, डिजिटल मिडिया एक्झिक्युटीव, डिजिटल मिडिया प्लॅनर, सोशल मिडिया एक्सपर्ट, सोशल मिडिया प्लॅनर, सोशल मिडिया मार्केटिंग हेड यासारखी समकक्ष पदेही उपलब्ध आहेत.स्वतःचे न्यूज ऍप सुरु करणे अथवा स्वतःचे यू ट्युब चॅनल सुरु करणे देखील सहज शक्य आहे. एकंदरित सोशल मिडिया, डिजिटल मिडिया हेच यापुढच्या काळातील वास्तव आहे. या क्षेत्रातील नोकरीच्या संधी मिळविण्यासाठी पत्रकारितेच्या अभ्यासक्रमाशिवाय डाटा ऍनालिटिक्, डिजिटल मार्केटिंग, सोशल मिडिया याच्याशी निगडित एखादा प्रमाणपत्र अभ्याक्रम पूर्ण करने आवश्यक आहे.

व्यापक संधी

वृत्तपत्रांच्या खपाच्या बाबतीत भारत जगातील दुसऱ्या क्रमांकाचा देश आहे. भारतात दररोज वृत्तपत्राचे 12 कोटींपेक्षा अधिक अंकांची दररोज विक्री होते, अशी आकडेवारी आहे. आपल्या महाराष्ट्रातही नव-नवी वृत्तपत्रे येत आहेत. पूर्वीपासून सुरू असलेल्या वृत्तपत्राच्या आवृत्ती वाढत आहेत. त्यामुळे वृत्तपत्र क्षेत्रात मोठ्या प्रमाणात करिअर संधी आहेत. या क्षेत्रात बातमीदार, उपसंपादक, विशेष प्रतिनिधी, ब्यूरो चीफ यासारखी पदे उपलब्ध असतात. स्वतःचे वृत्तपत्र सुरू करणे हे देखील शक्य आहे. प्रत्येक

वृत्तपत्राच्या ऑनलाइन आवृत्ती निघू लागल्या आहेत, त्यातही कंटेट एडिटर होता येते. वृत्तपत्रात इव्हेंट मॅनेजमेंट हा स्वतंत्र विभाग सुरू झालेला आहे. त्यातही इव्हेंन्ट मॅनेजर व इतर पदावर काम करण्याची संधी मिळू शकते. छायाचित्र पत्रकार हे पदही उपलब्ध असते. मॅगझिन जर्नालिजमचे क्षेत्रही नव्याने भरारी घेत आहे. या क्षेत्रातही उपसंपादक व इतर पदावर काम करता येते. प्रकाशन व्यवसाय क्षेत्रातही उपसंपादक, संपादक, लेखक, चरित्र लेखकं म्हणून कार्य करता येते.

आकाशवाणी

रेडिओच्या क्षेत्रात एफ.एम.च्या विस्ताराचा तिसरा टप्पा सुरू आहे. त्यामुळे एक लाखापेक्षा अधिक लोकसंख्या असलेल्या प्रत्येक शहरात एफ.एम.रेडिओचे केंद्र असणार आहे. त्यामुळे या क्षेत्रातील नोकरीच्या संधी मोठ्या प्रमाणात वाढल्या आहेत. रेडिओ जॉकी, निवेदक, वृत्त निवेदक, वृत्त संपादक, ड्युटी ऑफिसर, कार्यक्रम अधिकारी, केंद्र संचालक यासारख्या पदांवर काम करण्याची संधी प्राप्त होऊ शकते.

दूरचित्रवाहिन्यांतील संधी

टेलिव्हीजन क्षेत्रातही नोकरीच्या भरपूर संधी आहेत. यात स्ट्रींजर, अँकर, कंटेंट एडिटर, जिल्हा प्रतिनिधी यासह विविध पदावर नोकरीच्या संधी उपलब्ध आहेत. चित्रपट क्षेत्रात चित्रपट समीक्षक, पटकथा लेखक, चित्रपट प्रसिद्धी अधिकारी, चित्रपट दिग्दर्शक, लघुपट व माहितीपट तयार करणे यासारखी कामे करण्याची संधी मिळू शकते.

जाहिरात क्षेत्र

जाहिरात क्षेत्रात जाहिरात लेखक,जाहिरात प्रतिनिधी, जाहिरात व्यवस्थापक, जाहिरात सल्लागार, माध्यम खरेदी व्यवस्थापक, इत्यादी पदांवर कार्य करण्याची संधी लाभू शकते. स्वतःची जाहिरात संस्था सुरू करणेही सहज शक्य आहे. रेडिओसाठी, टेलिव्हिजनसाठी, इंटरनेटसाठी, होर्डिंगसारख्या बाह्य प्रसिद्धी माध्यमासाठीही जाहिराती तयार करण्याची संधी मिळू शकते.

वेब मीडियातील संधी

स्मार्टफोन युजर्सची संख्या झपाट्याने वाढत असल्याने वेब मीडियामध्ये करिअरच्या अनेक संधी उपलब्ध होत आहेत. आज जवळपास सर्वच राज्य, राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील दैनिके वेबपोर्टल आणि ॲपद्वारे वाचकांपर्यंत पोहोचवण्यात येत आहेत. त्यामुळे कमी खर्चात जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत ही माध्यमे पोहोचत आहेत. त्यातूनच वेबपोर्टल आणि न्यूज ॲपमध्ये करिअरच्या अनेक संधी उपलब्ध होत आहेत. न्यूज ॲप, न्यूज साईट, युट्यूब चॅनेल, सोशल मीडिया, डिजिटल मार्केटींग, ऑनलाइन ॲडव्हरटायजिंग, गुगल ॲडव्हर्टायजिंग, युट्यूब ॲडव्हर्टायजिंग, बहुराष्ट्रीय कंपन्यांमध्ये कंटेट एडिटर म्हणून अनेक रोजगाराच्या संधी उपलब्ध होत आहेत. सोशल मीडिया मार्केटिंगसाठी कंटेंट एडिटर हवे असतात. त्यामध्ये फेसबूक पेज, ट्विटर अकाऊंटन्ट, सोशल इमेज बिल्डींग करण्यासाठी माध्यम क्षेत्रातील पदवीधरांना प्राधान्याने संधी दिली जाते. ॲप क्षेत्रात सध्या, डेली हंट, न्यूज हंट, वे टू ऑनलाइन यांसारखे बहुभाषिक ॲप आहेत. यामध्ये कंटेंट एडिटर म्हणून संधी उपलब्ध आहेत. तर शॉर्टन्यूज ॲप क्षेत्रात रिलायन्ससारखा ग्रुपही उतरत असल्याने नोकरीच्या संधी वाढणार आहेत.

माध्यमाचे शिक्षण व संशोधन क्षेत्रातही नोकरीच्या संधी उपलब्ध आहेत. बॅचलर ऑफ जर्नालिझम, बॅचलर ऑफ मीडिया मॅनेजमेंट, एम.ए.मास कम्युनिकेशन यासारखे अभ्यासक्रम प्रत्येक शहरात उपलब्ध आहेत. माध्यमाच्या क्षेत्रात चांगले करिअर करू इच्छिणाऱ्यांनी एम.ए. मास कम्युनिकेशन हा अभ्यासक्रम पूर्ण करणे हितावह ठरते.

जनसंपर्क

जनसंपर्क क्षेत्रात शासकीय, सहकार, शिंक्षण, बँकिंग, कार्पोरेट क्षेत्र यासह सर्वच क्षेत्रात जनसंपर्क अधिकारी, जिल्हा माहिती अधिकारी, माहिती अधिकारी, जनसंपर्क सल्लागार यासारख्या पदांवर कार्य करण्याची संधी उपलब्ध होऊ शकते. केंद्र शासनाच्या प्रसार यंत्रणेत प्रवेश करण्यासाठी इंडियन इन्फॉर्मेशन सर्विसेस (आय.आय. एस.) ही स्पर्धा परीक्षा आहे. ही परीक्षा उत्तीर्ण झाल्यास प्रेस इफॉर्मेशन ब्युरो, रजिस्ट्रार ऑफ़ न्यूजपेपर्स, क्षेत्रीय प्रचार कार्यालय यासह विविध कार्यालयात महत्त्वाच्या पदांवर कार्य करता येते.

विशेषीकरणाचे युग

आजच्या काळात वृत्तपत्राचा वाचक, रेडिओचा श्रोता, टीव्हीचा दर्शक बदललेला आहे. त्यामुळे त्यांच्या अपेक्षांची व गरजांची पूर्तता करणारी पत्रकारिता करणे अवघड बनले आहे. आता बातमी देताना अत्यंत कमी वेळात, सखोल, अचूक, इतरांपेक्षा वेगळी बातमी द्यावी लागते. त्यासाठी त्या क्षमतेचे पत्रकार निर्माण होणे गरजेचे असते. नेमके प्रश्न विचारता येणे, शोधक दृष्टी असणे, तर्क लढवता येणे व विश्लेषण करता येणे आवश्यक असते. आता विशेषीकरणाचे युग आहे, त्यामुळे पर्यावरण, शेती, उद्योग, उर्जा, शिक्षण, राजकारण, सहकार, गुन्हेगारी वृत्त, न्यायालयीन वृत्त, आंतरराष्ट्रीय राजकारण, वित्त, संरक्षण अशा कोणत्यातरी एका विषयात सखोल अभ्यास असणाऱ्या पत्रकाराला सर्वत्र मागणी असते. पी. साईनाथ यांना केवळ भारतातच नव्हे, तर जगभरात महत्त्व दिले जाते कारण ग्रामीण भारताशी संबंधित समस्यांचा पूर्ण अभ्यास त्यांनी केला आहे. पत्रकारितेत करिअर करणाऱ्याने कुठल्या तरी एका विषयाबाबत सखोल ज्ञान मिळवणे उपयुक्त ठरते. हे क्षेत्र आव्हानात्मक आणि तेजोवलय लाभलेले आहे. उच्चपदस्थ राजकारणी, समाजकारणी, अधिकारी, चित्रपट कलावंत, साहित्यिक, शास्त्रज्ञ इत्यादींच्या सतत संपर्कात राहण्याची संधी पत्रकारांना मिळते.

सारांश

इंटरनेटवर आधारित जी माध्यमे आहेत, त्यांसाठी 'सोशल मीडिया' किंवा 'समाज माध्यमे' हा शब्द वापरला जातो. फेसबुक, ट्विटर, युट्युब अशा अनेक माध्यमांचा सोशल मीडियात समावेश होतो. या माध्यमांत खरचं किती सामाजिकता आहे, की हे आभासी जग आहे, हा एक गहन प्रश्न आहे. समाज माध्यमांची ताकद लोकांना दरवेळी सत्ता हस्तगत करायची असते किंवा सत्तेच्या समीप राहायचे असते. यासाठी समाज जसजसा विकसित होत गेला, तसं तशी साधने विकसित होत गेली असे म्हटल्यास वावगे ठरू नये. माणूस जेव्हा शेती करत होता, तेव्हा कृषिप्रधान समाजाची निर्मिती झाली. औद्योगिक क्रांती झाल्यानंतर समाज उद्योगप्रधान झाला. आता २१व्या शतकातील आजचा समाज माहितीप्रधान समाज म्हणता येईल. कारण, माहितीला प्राप्त झालेले अनन्यसाधारण महत्त्व. ही माहिती आपल्याजवळ असणे किंवा या माहितीचे जलद गतीने हस्तांतरण करणे या गोष्टी महत्त्वाच्या ठरल्या आहेत. यातली बरीचशी माहिती ही सकारात्मक पद्धतीने लोकांपर्यंत पोहोचते. कारण, मुख्य प्रवाहातील मुद्रित आणि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांवर कुणाचे

तरी वर्चस्व अथवा मालकी आहे. त्यामुळे या माहितीवर हे वर्चस्व सतत डोकावत असते. समाज माध्यमांचे मूलभूत वैशिष्ट्य असे की, सामान्य माणसांकडे याची मालकी आहे. इंटरनेटच्या माध्यमातून एक वेगळे आभासी जग प्रत्येक जण तयार करत असतो. अतिशय वेगाने बातम्यांचे आदान-प्रदान या समाज माध्यमांतून होत असते. समाजात जे वेगवेगळे घटक आहेत - व्यक्ती, संस्था, संघटना, राज्य-देश यांना सशक्त करण्याचे प्रयत्न या समाज माध्यमांतून होत आहेत. आर्थिक, सामाजिक, राजकीय या सगळ्याच दृष्टिकोनातून राष्ट्राला किंवा व्यक्तीला समृद्ध करण्याचे कार्य समाज माध्यमे करत आहे. या सगळ्यात जाती, धर्म, लिंग, भाषा यांचा अडसर होत नाही आहे, ही समाज माध्यमांची मोठी ताकद आहे. पाश्चात्य राष्ट्रांत फेसबुक, ट्विटर, युट्युब या सगळ्या माध्यमांचा वापर राजकीय व्यक्ती आणि संस्थांकडून राजकारणात आणि निवडणुकीत पूर्वीपासून केला जातो. भारतात त्याचा वापर तितका होत नव्हता. शशी थरूर हे काँग्रेस खासदार फार आधीपासून ट्विटरवर सक्रिय होते. त्यांच्या फॉलोअर्सचे प्रमाणसुद्धा लक्षणीय होते. पण, या माध्यमाचे महत्त्व त्यांच्याच पक्षाला माहीत नव्हते. २०१४च्या लोकसभा निवडणुकीवेळी भारतीय जनता पक्ष आणि पर्यायाने नरेंद्र मोदी यांनी समाज माध्यमांचा, तसेच त्या वेळच्या काँग्रेसविरोधी वातावरणाचा प्रचारासाठी पूर्ण उपयोग करून घेतला. तसेच युवा वर्गात निवडणुकीबद्दल जागरुकता निर्माण होण्यात समाज माध्यमांचा मोठा वाटा आहे. त्या आधी २०११ साली अण्णा हजारेंच्या आंदोलनाला समाज माध्यमातून मोठ्या प्रमाणात पाठिंबा मिळाला होता, तर २०१३ साली निर्भया प्रकरणात लोकांनी रस्त्यावर उतरून या घटनेचा निषेध केला. या गोष्टीसाठी समाज माध्यमे बऱ्याच अंशी कारणीभूत ठरली. सध्या मोठे सेलिब्रिटीदेखील समाज माध्यमांवर सक्रिय राहून, त्यावर पोस्ट टाकणे, लोकांशी संपर्कात राहून, त्यांना प्रतिसाद देणे याचे प्रमाण वाढले आहे.

संदर्भ

1. संवादक – मंगळवार १३ फेब्रुवारी २०१०
2. लोकराज्य मासिक फेब्रुवारी २०१८ च्या अंकात प्रसिद्ध झालेला लेख
3. माहिती स्रोत – महान्युज, लेखक – डॉ. रवींद्र चिंचोळकर
4. गजेंद्र देवडा ९ एप्रिल २०१८ (ब्लॉग)

ज्ञान-विज्ञान विमुक्तये

Peer Reviewed Referred and
UGC Listed Journal No. 47026

AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY HALF YEARLY RESEARCH JOURNAL

IDEAL

ISO 9001:2015 QMS
ISBN / ISSN

ISSN 2319 - 359X

Volume - XII, Issue - II, March - August - 2024

Impact Factor 2023 - 7.537 (www.sjifactor.com)

Single Blind Review/Double Blind Review

Is Hereby Awarding This Certificate To

प्रा. डॉ. अंशुमती राजेंद्र काहाणे

In Recognition of the Publication of the Paper Titled

राष्ट्रीय शिक्षण धोरण : मराठी साहित्य, भाषेचे महत्व आणि रोजगाराच्या संधी

Ajanta Prakashan,
Jaisingpura, Near University Gate, Aurangabad. (M.S.) 431 004
Mob. No. 9579260877, 9822620877,
ajanta2023@gmail.com, www.ajantaprakashan.in

M - I - 11

Editor : Vinay S. Hatole