




भारतीय वन्यजीव संस्थान
Wildlife Institute of India

Implemented by
giz
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

On behalf of:

Federal Ministry for the
Environment, Nature Conservation,
Building and Nuclear Safety
of the Federal Republic of Germany

Curriculum on
Coastal and Marine Biodiversity and Protected Area Management
किनारी आणि समुद्री जैवविविधता आणि संरक्षित क्षेत्र व्यवस्थापन
यावरील अभ्यासक्रम

Module 8 Communicating Coastal and Marine Biodiversity Conservation and Management Issues

For Field-Level MPA Managers

मोड्युल 8
किनारी आणि समुद्री जैवविविधता संवर्धन आणि
व्यवस्थापनाच्या समस्या व्यक्त करणे

क्षेत्रीय-पातळीवरील MPA व्यवस्थापकांसाठी



Imprint

Training Resource Material on Coastal and Marine Biodiversity and Protected Area Management for field-level MPA managers of Maharashtra

Module 1: An Introduction to Coastal and Marine Biodiversity and Ecosystem Services
Module 2: Coastal and Marine Biodiversity and Ecosystems Services in the Overall Environment and Development Context
Module 3: Mainstreaming Coastal and Marine Biodiversity Conservation Concerns into Overall Development and Environmental Planning
Module 4: Coastal and Marine Protected Areas and Sustainable Fisheries Management
Module 5: Governance, Law and Policies for Managing Coastal and Marine Ecosystems, Biodiversity and Protected Areas
Module 6: Assessment and Monitoring of Coastal and Marine Biodiversity and Relevant Issues
Module 7: Effective Management Planning of Coastal and Marine Protected Areas
Module 8: Communicating Coastal and Marine Biodiversity Conservation and Management Issues

ISBN 978-81-933215-4-6

November 2016 (first edition)		
<p>Published by:</p> <p>Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH</p> <p>Indo-German Biodiversity Programme</p> <p>A-2/18, Safdarjung Enclave</p> <p>New Delhi 110029, India</p> <p>T +91-11-4949 5353</p> <p>E biodiv.india@giz.de</p> <p>W http://www.indo-germanbiodiversity.com</p>	<p>Wildlife Institute of India (WII)</p> <p>P.O. Box 18, Chandrabani</p> <p>Dehradun 248001</p> <p>Uttarakhand, India</p> <p>T +91-135-2640 910</p> <p>E dwii@wii.gov.in</p> <p>W www.wii.gov.in</p>	<p>Mangrove Cell- Maharashtra Forest Department</p> <p>2nd Floor, A Wing, S.R.A. Building, Anant</p> <p>Kanekar Marg,</p> <p>Bandra East- 400051,</p> <p>Mumbai.</p> <p>T +22- 26476151</p> <p>E ccfmangrove@mahaforest.gov.in</p>
<p>GIZ is a German government-owned not-for-profit enterprise supporting sustainable development.</p>		

This training resource material has been developed under the Human Capacity Development component of the project ‘Conservation and Sustainable Management of Existing and Potential Coastal and Marine Protected Areas (CMPA)’, under the Indo-German Biodiversity Programme, in partnership with the Ministry of Environment, Forest and Climate Change (MoEFCC), Government of India. The CMPA Project has been commissioned by the German Federal Ministry for Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety (BMUB) with the funds provided under the International Climate Initiative (IKI). The CMPA Project is being implemented in selected coastal states in India and focuses on capacity developed of the key stakeholders in the forest, fisheries and media sectors.

With Guidance from:

Director, Indo-German Biodiversity Programme, GIZ India

Dr. V B Mathur, Director, Wildlife Institute of India

Dr. J. Michael Yakily, Team Leader, CMPA Project, Indo-German Biodiversity Programme, GIZ India

Compiled and edited by:

Dr. Neeraj Khera, Senior Advisor, Indo-German Biodiversity Programme, GIZ India

Dr. K. Sivakumar, Scientist E, Wildlife Institute of India

Dr. Sarang Kulkarni, Marine Biologist, Indian Institute of Scuba Diving and Aquatic Sports (IISDA)

Mr. N. Vasudevan, IFS, Mangrove Cell, Maharashtra Forest Department

Text and editing contributions from:

Dr. J.A. Johnson, Scientist D, Wildlife Institute of India; Dr. Ramesh Chinnasamy, Scientist C, Wildlife Institute of India; Dr. D. Adhavan, Project Associate, Wildlife Institute of India; Dr. Pradeep Mehta, Research and Programme Manager, Earthwatch Institute India; Mr. Luke Mendes, Writer, Filmmaker and Media Trainer, Mumbai; Mr. S. Gopikrishna Warriier, Regional Environment Manager, PANOS South Asia [Module 8]; Mr. Darryl D'Monte, Chairperson, Forum of Environmental Journalists of India (FEJI) [Module 8]; Dr. Dirk Asendorpf, Journalist and Media Trainer, Germany [Module 8]; Ms Atiya Anis, Communications Expert, Indo-German Biodiversity Programme, GIZ India; Mr. Sanjay Dave, Charkha and Mr. Bharat Patel, MASS Gujarat [case studies of turtle rescue and community plantation of mangroves]; Dr. R. Ramesh and team, NCSCM [ecosystem services, differences between terrestrial and coastal ecosystems, GIS]; Ms Helina Jolly [economic valuation methods and examples]; Ms Janki Teli [case study of Whale Shark];

Designed by:

Aspire Design, New Delhi

Translated from English to Marathi:

Cuttingedge Translation Services Pvt. Ltd

Photos by:

Neeraj Khera, unless credited otherwise.

Disclaimer:

This training resource material is work in progress. The material in this publication is meant to be used for educational purposes only. It has been compiled, developed and edited by the named authors, contributors and editors and does not necessarily reflect the views of the GIZ or its partners. The master text has been created and compiled from documented and published references/resources, as cited in the text. The master text has subsequently been edited and customized to develop training material for field-level MPA managers, senior MPA managers, media students and trainers. While due care has been taken in preparing this document, the publisher, editors and text contributors assume no responsibility for the authenticity, correctness, sufficiency or completeness of such information or examples. Any geographical maps are for informational purposes only and do not constitute recognition of international boundaries or regions; publishers make no claims concerning the accuracy of the maps nor assumes any liability resulting from the use of the information therein. Any feedback and suggestions for improving this training material are welcomed at neeraj.khera@giz.de.

ओळखचिन्ह

महाराष्ट्रातील क्षेत्र–स्तरीय MPA व्यवस्थापकांसाठी किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता आणि संरक्षित क्षेत्र व्यवस्थापन प्रशिक्षण संसाधन साहित्य

मोड्युल 1: किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता आणि परिस्थितीक व्यवस्था सेवेचा परिचय
मोड्युल 2: एकूण पर्यावरण आणि विकासाच्या संदर्भात किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता आणि परिस्थितीक व्यवस्था सेवा
मोड्युल 3: एकूण विकास आणि पर्यावरणीय नियोजनामध्ये किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता संवर्धनाबाबतचे विषय मुख्य प्रवाहात आणणे
मोड्युल 4: किनारी आणि समुद्री संरक्षित क्षेत्रे आणि शाश्वत मत्स्योद्योग व्यवस्थापन
मोड्युल 5: किनारी आणि समुद्री परिस्थितीक व्यवस्था, जैवविविधता आणि संरक्षित क्षेत्रांचे व्यवस्थापन करण्यासाठी प्रशासन, कायदा व घोरणे
मोड्युल 6: किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता आणि संबंधित समस्यांचे मूल्यमापन आणि संनियंत्रण
मोड्युल 7: किनारी आणि समुद्री संरक्षित क्षेत्रांचे प्रभावी व्यवस्थापन नियोजन
मोड्युल 8: किनारी आणि समुद्रीजैवविविधता संवर्धन आणि व्यवस्थापनाच्या समस्या व्यक्त करणे

ISBN 978-81-933215-4-6

नोव्हेंबर 2016 (पहिली आवृत्ती)

द्वारे प्रकाशित:		
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया (WII)	खारफुटी सेल – महाराष्ट्र वन विभाग
भारत–जर्मनी जैवविविधता कार्यक्रम	ए–2 / 18, सफदरगंज एनक्लेव्ह	पी.ओ. बॉक्स 18, चंद्रबनी
नवी दिल्ली 110029, भारत	नवी दिल्ली 110029, भारत	डेहराडून 248001
दू + 91–11–4949 5353	दू + 91–11–4949 5353	उत्तराखंड, भारत
ई biodiv.india@giz.de	ई dwii@wii.gov.in	दू +22– 26476151
वे http://www.indo-germanbiodiversity.com	वे http://www.indo-germanbiodiversity.com	ई ccfmangrove@mahaforest.gov.in
		वे www.wii.gov.in

GIZ हा एक जर्मन शासनाच्या मालकीचा विना नफा उद्योग आहे जो शाश्वत विकासास आधार देतो.

हे प्रशिक्षण साधनस्त्रोत साहित्य पर्यावरण, वन आणि हवामान बदल मंत्रालय (MoEFCC), भारत सरकारच्या भागीदारीमध्ये इंडो–जर्मनी जैवविविधता कार्यक्राममध्ये विद्यमान किनारी आणि समुद्री संरक्षित क्षेत्रांच्या संवर्धन आणि शाश्वत व्यवस्थापन (CMPA) प्रकल्पाच्या मानवी क्षमता विकास घटकांतर्गत विकसीत करण्यात आले आहे. CMPA प्रकल्प जर्मन फेडरल पर्यावरण, निसर्ग संवर्धन, उभारणी व अणू सुरक्षा मंत्रालय (BMUB) यांच्याद्वारे आंतरराष्ट्रीय हवामान पुढाकार (IKI) द्वारे प्रदान केलेल्या निधींसह कार्यान्वित करण्यात आला आहे. CMPA प्रकल्प हा भारतातील निवडक किनारी राज्यांमध्ये अंमलात आणला जात आहे आणि वन, मासेमारी आणि माध्यम क्षेत्रातील प्रमुख भागधारकांच्या विकसीत केलेल्या क्षमतांवर लक्ष केंद्रित करतो.

यांच्या मार्गदर्शनासह:

संचालक, इंडो–जर्मन जैवविविधता कार्यक्रम, GIZ इंडिया,

डॉ. व्ही बी माथूर, संचालक वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया

डॉ. जे मायकेल वॅकिली, संघ नेता, CMPA प्रकल्प, इंडो–जर्मन जैवविविधता कार्यक्रम, GIZ इंडिया

संकलन व संपादन, द्वारे:

डॉ. नीरज खेरा, वरिष्ठ सल्लागार, इंडो–जर्मन जैवविविधता कार्यक्रम, GIZ इंडिया

डॉ. के. सिवाकुमार, वैज्ञानिक ई, वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया

डॉ. सारंग कुलकर्णी, समुद्री जीवशास्त्रज्ञ, इंडियन इन्स्टिट्यूट ऑफ स्कुबा डायविंग अँड ऍक्वेटिक स्पोर्ट्स (IISDA)

श्री. एन वासुदेवन, खारफुटी सेल, महाराष्ट्र

मजकूर आणि संपादन योगदान, द्वारे:

डॉ. जे.ए. जॉन्सन, वैज्ञानिक डी, वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया; डॉ. रमेश चिन्नसामी, वैज्ञानिक सी, वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया; डॉ. डी. आधवन, प्रकल्प सहकारी, वाईल्डलाईफ इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया; डॉ. प्रदीप मेहता, संशोधन आणि कार्यक्रम व्यवस्थापक, अर्थवॉच इन्स्टिट्यूट ऑफ इंडिया; श्री. ल्युक मेंडेस, लेखक, फिल्म्मेकर आणि मिडिया प्रशिक्षक, मुंबई; श्री. गोपीकृष्ण वॉरिअर, प्रादेशिक पर्यावरणीय व्यवस्थापक, पॅनोस दक्षिण आशिया (मोड्युल 8), श्री. डेरील डि'मॉंटे, चेअरपर्सन, फोरम ऑफ एन्व्हायर्नमेंटल जर्नालिस्ट्स ऑफ इंडिया (FEJI) (मोड्युल 8); डॉ. डर्क एसेनडोर्फ, पत्रकार आणि मिडिया प्रशिक्षक जर्मनी (मोड्युल 8); कु. अतिया एनिस, संचार तज्ञ, इंडो–जर्मन जैवविविधता कार्यक्रम, GIZ इंडिया; श्री. संजय दवे, चरखा आणि श्री. भरत पटेल, MASS गुजरात (कासव बचाव आणि खारफुटीच्या समुदाय वृक्षारोपणाच्या केस स्टडीज); डॉ. आर. रमेश आणि संघ, NCSCM (इकोसिरिस्टम सर्व्हिसेस, भूप्रदेशीय आणि किनारी परिस्थितीक व्यवस्थेतील फरक, जीआयएस); कु. हेलिना जोली (आर्थिक मूल्यांकन पद्धती आणि उदाहरणे); कु जानकी तेली (व्हेल शार्कच्या केस स्टडीज);

डिझाईन द्वारे:

ऍस्पायर डिझाईन, नवी दिल्ली

मराठीमध्ये अनुवाद:

कटिंगएज ट्रान्सलेशन सर्व्हिसेस प्रा.लि. (Cuttingedge Translation Services Pvt. Ltd.)

छायाचित्रे द्वारे:

नीरज खेरा, जोपर्यंत अन्यथा श्रेय दिले जात नाही.

अस्वीकृती:

हे प्रशिक्षण साधनस्त्रोत साहित्य हे प्रगतीपथावरील काम आहे. ह्या प्रकाशनातील साहित्य केवळ शैक्षणिक उद्देशांसाठी आहे. नामांकित लेखक, योगदानकर्ते आणि संपादकांनी हे संकलित, विकसीत आणि संपादित केले आहे आणि त्यामध्ये GIZ किंवा त्यांच्या भागीदारांचे दृष्टीकोन प्रतिबिंबित होतीलच असे नाही. प्रमुख मजकूर हा मजकूरामध्ये मांडल्यानुसार, दस्तऐवजीत आणि प्रकाशित संदर्भ / साधनस्त्रोतांतून निर्माण व संकलित केलेला आहे. त्यानंतर प्रमुख मजकूर क्षेत्र पातळीवरील MPA व्यवस्थापक, वरिष्ठ MPA व्यवस्थापक, मिडिया विद्यार्थी आणि प्रशिक्षकांसाठी प्रशिक्षण साहित्य विकसीत करण्यासाठी संपादित व सानुकूल केला गेला आहे. हा दस्तऐवज तयार करताना योग्य ती काळजी घेतली गेली असली तरी, प्रकाशक, संपादक आणि मजकूर योगदानकर्ते अशा माहिती किंवा उदाहरणांच्या सत्यता, अचूकता, पुरकता किंवा पूर्णतेबाबत कोणतीही जबाबदारी गृहीत धरत नाहीत. कोणतेही भौगोलिक नकाशे केवळ माहितीपर उद्देशाने आहेत आणि आंतरराष्ट्रीय सीमा किंवा प्रदेशांची ओळख नाही नकाशांच्या अचुकतेबाबत प्रकाशक कोणतेही दावे करत नाहीत किंवा त्यातील माहितीच्या वापरातून उद्भवणारे कोणतेही दायित्व गृहीत धरत नाहीत. ह्या प्रशिक्षण साहित्यामध्ये सुधारणा करण्यासाठीच्या कोणत्याही अभिप्राय व सूचनांचे येथे स्वागत आहे neeraj.khera@giz.de

Module 8 Communicating Coastal and Marine Biodiversity Conservation and Management Issues

For Field-Level MPA Managers

Summary

This module will help field-level MPA managers understand how media looks at coastal and marine conservation issues. Since conservation is not in the media priority and MPAs come into news only when an event happens, the module will help managers to gain knowledge and skills for effectively engaging media on conservation issues. The module will introduce the different tools for media relations, their strengths and limitations. It will also discuss how to use these tools during a crisis communication situation.

मॉड्यूल 8 किनारी आणि समुद्री जैवविविधता संवर्धन आणि व्यवस्थापनाच्या समस्या व्यक्त करणे

क्षेत्रीय-पातळीवरील MPA व्यवस्थापकांसाठी

सारांश

हे मॉड्यूल प्रादेशिक स्तराच्या MPA व्यवस्थापकांना किनारी आणि समुद्री संवर्धन समस्यांकडे प्रसार माध्यम कसे पहातो हे समजण्यास मदत करेल. कारण संवर्धन हे प्रसार माध्यमांच्या प्राथमिकतेमध्ये नसते आणि MPAs फक्त जेव्हा कार्यक्रम पार पडतात तेव्हाच बातमीत येतात, हे मॉड्यूल व्यवस्थापकांना ज्ञान मिळवण्यात करण्यात आणि प्रसार माध्यमाला प्रभावीपणे संवर्धन समस्यांमध्ये व्यस्त करण्याचे कौशल्य मिळवण्यात मदत करेल. हे मॉड्यूल प्रसार माध्यमांच्या संदर्भात, त्यांचे सामर्थ्य आणि मर्यादांसाठी विविध साधनांचा परिचय देतील. संकट स्थितीत संपर्कासाठी ही साधने कशी वापरावी यावरही हे चर्चा करेल.



Table of contents

Acronyms	7
8.1 Why we do not hear much about the coasts from the media?	11
8.2 The end of the horizon: Why the media is more interested with land than with the sea and the coasts?	13
8.3 Why is media important?	15
8.4 Media is growing in India	17
8.5 Limitations with the media....and implications for the MPA managers:	19
8.5.1 What are the limitations?	19
8.5.2 What media wants and covers	21
8.6 The coastal and marine stories that the media usually covers	23
8.6.1 Connecting the dots with reference to trade	23
8.6.2 Conflicts with reference to acquisition of land	23
8.6.3 Fishworkers conflicts	24
8.6.4 CRZ conflicts	25
8.6.5 Coastal tourism	25
8.7 How to get media attention on coastal issues?	27
8.7.1 The concept of sustainability	27
8.7.2 Ecosystem Services: provisioning, regulating, supporting and cultural ecosystem services	28
8.8 Strategic communication for media relations	29
8.8.1 Four principles:	29
8.9 Conventional and time-tested tools for engaging with the media	31
8.9.1 Press release or press statement	31
8.9.2 Press meeting	32
8.9.3 Media tour	33
8.9.4 Media workshop	34
8.9.5 Media fellowship	34
8.10 Linking to the world with online media	35
8.10.1 Overview of social media platforms:	35
8.10.2 How social media can help the managers in conserving their sites?	36
8.10.3 Social media and International conservation organizations:	38
Main sources	44
Further Resources	44

अनुक्रमणिका

अद्याक्षरे	7
8.1 आपण प्रसारमाध्यमांद्वारे किनाऱ्यांबद्दल जास्त का ऐकत नाही?	11
8.2 क्षितिजाचा अंतः प्रसार माध्यमांचे अधिक स्वारस्य समुद्र आणि किनारपट्ट्यांपेक्षा भूभागात जास्त का आहे?	13
8.3 प्रसार माध्यमे महत्वाची का आहेत?	15
8.4 भारतात प्रसार माध्यमे वृद्धिंगत होत आहेत.	17
8.5 प्रसार माध्यमांसोबत मर्यादा.... आणि MPA व्यवस्थापकांसाठी परिणामः	19
8.5.1 कोणत्या मर्यादा आहेत?	19
8.5.2 प्रसार माध्यमांना कशाचा समावेश करायचा आहे?	21
8.6 सामान्यपणे प्रसार माध्यमांद्वारे समावेश केल्या गेलेल्या किनारी आणि समुद्री कथा	23
8.6.1 व्यापाराच्या संदर्भात बिंदूना जोडणे	23
8.6.2 जमिनीवर कब्जा करण्याच्या संदर्भात विरोध	23
8.6.3 कोळ्यांचे विरोध	24
8.6.4 CRZ विरोध	25
8.6.5 किनारपट्टी पर्यटन	25
8.7 किनारी समस्यांवर प्रसार माध्यमांचे लक्ष कसे वेधावे?	27
8.7.1 शाश्वततेची संकल्पना	27
8.7.2 परिस्थितीकी सेवा: पुरवठा, नियमन, पाठिंबा आणि सांस्कृतिक परिस्थितीकी सेवा	28
8.8 प्रसार माध्यमांच्या संबंधी घोरणात्मक संपर्क	29
8.8.1 चार तत्त्वे	29
8.9 प्रसार माध्यमांसोबत जुळण्यासाठी पारंपारिक आणि वेळ-चाचणी केलेली साधने	31
8.9.1 पत्रकार प्रकाशन किंवा पत्रकार विधान	31
8.9.2 पत्रकार बैठक	32
8.9.3 प्रसार माध्यमाचा दौरा	33
8.9.4 प्रसार माध्यमाची कार्यशाळा	34
8.9.5 प्रसार माध्यमाची शिष्यवृत्ती	34
8.10 ऑनलाईन प्रसार माध्यमांसोबत जगाशी जुळणे	35
8.10.1 सामाजिक प्रसार माध्यमाच्या मंचाचा आढावा:	35
8.10.2 प्रसार माध्यमे त्यांची साईट संवर्धन करण्यासाठी व्यवस्थापकाला कशी मदत करतात?	36
8.10.3 सामाजिक प्रसार माध्यमे आणि आंतरराष्ट्रीय संवर्धन संस्था:	38
मुख्य स्रोत	44
पुढील संसाधने	44



Acronyms

CBD	Convention on Biological Diversity
CMS	Convention on Migratory Species
EIA	Environmental Impact Assessment
EMP	Environment Management Plan
FAO	Food and Agriculture Organization
GCBA	Generational cost benefit analysis
NBAP	National Biodiversity Action Plan
NEP	National Environment Policy
SEA	Strategic Environmental Assessment
SLEIAA	State Level Environmental Impact Assessment Authority

आद्याक्षरे

CBD	जीवशास्त्रीय वैविध्यावर अधिवेशन
CMS	स्थलांतरी प्रजातींवर अधिवेशन
EIA	पर्यावरणीय प्रभाव मूल्यांकन
EMP	पर्यावरणीय व्यवस्थापन योजना
FAO	अन्न आणि कृषी संस्था
GCBA	पिढीजात दर लाभ मूल्यांकन
NBAP	राष्ट्रीय जैवविविधता कृती योजना
NEP	राष्ट्रीय पर्यावरण धोरण
SEA	धोरणात्मक पर्यावरणीय मूल्यांकन
SLEIAA	राज्य स्तराचे पर्यावरणीय प्रभाव मूल्यांकन अधिकारी



Learning outcomes

After completing this module, the participants are able to:

- analyse the reason for less coverage of coastal and marine biodiversity issues in the popular media
- communicate their ideas and concerns on technical issues on coastal and marine biodiversity and MPA management in simple language
- choose the right communication methods to communicate with different sectors and stakeholders

Key messages

- A lot more needs to be reported and communicated to place the conservation issues on priority among decision-makers on one hand, and to make coastal and marine conservation a popular and common topic among the citizens, students, coastal communities and other key stakeholders.
- Only media has the potential of taking the message on conservation of coastal and marine biodiversity to the public.
- The media has strengths, but also limitations. The most important limitation is that the media works with catchwords. The second limitation is that there are certain time periods when the media has interest on coastal issues
- Media is a key stakeholder of the conservation movement, its support is pivotal for saving the biological diversity. However, many a times it does not work the way it should for the lack of awareness among the media professional and for the inabilities of the protected area managers to engage with media in a more proactive way.
- Knowing how and why people value the natural environment can help environmental managers manage their sites more effectively. At a more general level, the values that people place on nature affect which types of habitats and species are deemed important to conserve. This, in turn, affects where and when conservation takes place.
- Social media can provide great insights into how people interact with nature—most people enjoy the outdoors with a camera and often share their photos on networking sites. Websites like Flickr contain millions of photographs of natural spaces that people have taken and chosen to make publicly available. Importantly, many of these photographs are “geo-tagged” (i.e., the location where the photograph was taken is recorded. The photos visitors take and share, then, can provide valuable information for researchers and conservationists.
- Trust and communication bridges have to be built with journalists. This will help strengthen journalists’ understanding of the importance of the MPAs and also help strengthen communication during crisis situations.

प्रशिक्षणाचे परिणाम :

खालील विभाग पूर्ण केल्यानंतर, सहभागी खालील गोष्टी करण्यास सक्षम असतील:

- लोकप्रिय प्रसार माध्यमात, किनारी व समुद्री जैवविविधतेच्या समस्यांच्या कमी वार्ताकनाच्या कारणाचे विश्लेषण करणे
- किनारी व समुद्री जैवविविधता आणि MPA व्यवस्थापनातील तांत्रिक समस्यांवरचे त्यांचे विचार व काळजी सोप्या भाषेत व्यक्त करणे.
- विविध क्षेत्रे आणि भागधारकांशी संपर्क साधण्यासाठी योग्य संवाद पद्धत निवडणे.

महत्वाचा संदेश

- एका बाजूस, निर्णय घेणाऱ्यांमध्ये संवर्धन समस्या प्राधान्य सूचीत ठेवण्यासाठी बऱ्याच गोष्टींची दखल घेणे आणि सूचना देणे आवश्यक आहे आणि नागरिक, विद्यार्थी, समुद्री समुदाय आणि इतर महत्वाच्या भागधारकांमध्ये किनारी आणि समुद्री संवर्धन लोकप्रिय आणि समान विषय बनविणे.
- किनारी आणि समुद्री जैवविविधतेच्या संवर्धनाचा संदेश सार्वजनिक करण्याची क्षमता केवळ प्रसार माध्यमांमध्ये आहे.
- प्रसार माध्यमांमध्ये ताकद असली तरीही, मर्यादाही आहेत. प्रसार माध्यमे घोषवाक्यांमध्ये काम करतात ही सगळ्यात मोठी मर्यादा आहे. दुसरी मर्यादा अशी आहे की, असा विशेष कालावधी असतो, जेव्हा प्रसार माध्यमांना किनारी समस्यांबद्दल आपुलकी असते.
- प्रसारमाध्यमे, संवर्धन चळवळीचे महत्वाचे भागधारक आहेत, जीवशास्त्रीय विविधता वाचवण्यात त्यांचा आधार महत्वाचा आहे. तथापी, प्रसार माध्यम व्यावसायिकांमधील जागरूकतेच्या कमतरतेमुळे आणि संरक्षित क्षेत्र व्यवस्थापकांच्या प्रसार माध्यमांशी अधिक स्वयंप्रेरित मार्गाने व्यस्त होण्यामुळे, ज्या पद्धतीने झाले पाहिजे त्या पद्धतीने ते होत नाही.
- लोक कशा प्रकारे आणि का नैसर्गिक पर्यावरणाचे मूल्य जाणतात हे समजणे पर्यावरण व्यवस्थापकांना त्यांची कार्यक्षेत्रे अधिक प्रभावकारकरीत्या व्यवस्थापित करण्यासाठी मदत करू शकते. अधिक सर्वसाधारण स्तरावर, लोकांनी निसर्गाबद्दल निश्चित केलेली अशी मूल्ये, जी कोणती वस्तीस्थाने आणि प्रजाती संवर्धनासाठी महत्वाच्या मानल्या जातात यावर परिणाम करते. यामधून, कोटे आणि कॅम्पे संवर्धन घडते यावर हे परिणाम करते.
- सामाजिक प्रसारमाध्यमे, लोक नैसर्गिक प्रकारे संवाद साधतात यावर प्रकाश टाकू शकतात—बरेच लोक मोकळ्या जागांचा आनंद कॅमेऱ्याने घेतात आणि बऱ्याचदा त्यांचे छायाचित्रे नेटवर्किंग साईट्सवर टाकतात. फिलकरसारख्या वेबसाईटवर नैसर्गिक ठिकाणांचे लोकांनी घेतलेले आणि सार्वजनिकरीत्या उपलब्ध करण्यासाठी निवडलेली लाखो छायाचित्रे आहेत. महत्वाचे म्हणजे, यापैकी बरेचसे छायाचित्रे “भौगोलिकरीत्या चिन्हांकित” आहेत (छायाचित्र जेथे घेतले गेले ते ठिकाण नोंदवलेले होते. पर्यटकांनी काढलेले आणि सामायिक केलेले छायाचित्र संशोधक आणि संवर्धकांना मौल्यवान माहिती पुरवू शकतात.
- पत्रकारांबरोबर विश्वास आणि संवादाचे पूल बांधले गेले पाहिजेत. यामुळे पत्रकारांचे MPA च्या महत्वाबद्दलचे ज्ञान बळकट करण्यासाठी मदत करेल आणि संकटांच्या परिस्थितीत संवाद बळकट करण्यासाठी मदत करेल.



8.1 Why we do not hear much about the coasts from the media?

If you pick up a newspaper, any daily newspaper that comes home, and then if you check the number of news items that feature the sea or the coast, you may not find many. You would probably first turn the pages first casually, then frantically to look for anything that has remotely, even a snippet of news, about marine issues.

Of course, there would be days when this is not true. Say, when a super-cyclone claims hundreds of lives, does irreparable damage, there is a tsunami alert put out by an international agency, an oil slick that has thrown up dead whales on the coast.

That means that whenever there is an 'event', the media does its job of reporting basic facts and alerts, details of casualties, arrangements (or lack of it) made by the administration to safeguard people and property and much later, probably a follow-up or two of the state of the region on its way to recovery. But by and large, deeper concerns related to the coastal health of one's own state or country do not figure in the media as often as they ought to be.

How then does one analyse this virtual blank in media coverage of the coastal and marine conservation issues? Does it mean that marine biodiversity issues, conflicts, diminishing of species are not relevant to city or non-coastal area dwellers? Or that rising sea levels or the increasing temperature do not affect those of us who do not live by the sea or live close enough to be impacted by the changing patterns?

The answer is much more layered than a simple 'no'. This Module shall attempt to go deeper and break down some of those reasons in the Indian media scenario.

8.1 प्रसार माध्यमांकडून आपण किनाऱ्यांबद्दल जास्त का ऐकत नाही?

जर तुम्ही एखादे वर्तमानपत्र घेतले, घरी येणारे कोणतेही दैनिक वर्तमानपत्र, आणि जर समुद्र किंवा किनारपट्टीवरील बातम्यांची संख्या तपासली तर जास्त बातम्या सापडणार नाहीत. कदाचित, सुरुवातीस तुम्ही सहजपणे चाळाल, नंतर समुद्री समस्यांबाबत कमी प्रमाणात असलेली एखादी तरी किरकोळ बातमी भराभर शोधाल.

अर्थात, हे खरे ठरणार नाही असे काही दिवस असतील. जसे की, जेव्हा एखादे मोठे चक्रीवादळ शेकडो जीवांचा बळी घेते, न भरून येणारे नुकसान पोहोचवते, आंतरराष्ट्रीय संस्थांकडून त्सुनामीचा इशारा दिला जातो, तेलाचे तवंग मृत व्हेल्सना किनाऱ्यावर फेकतात.

याचा अर्थ, जेव्हा एखादी 'घटना' घडते, प्रसार माध्यमे, मुलभूत वस्तुस्थिती आणि धोक्याचे इशारे, मृतांच्या संख्येचे तपशील, लोकांच्या आणि मालमत्तेच्या सुरक्षेसाठी शासनाकडून केलेली उपाय व्यवस्था (किंवा त्यांची उणीव), आणि बऱ्याच नंतर, नुकसान भरपाई करत असलेल्या राज्यांचा पाठपुरावा यांच्या वार्ताकनाचे त्यांचे काम करतात. पण एकंदर पाहता, स्वतःच्या राज्याच्या किंवा देशाच्या किनारी स्वास्थ्याबद्दलची प्रखर चिंता जितक्या वारंवार यावयास पाहिजे तितक्या वेळेस प्रसार माध्यमातून येत नाही.

तर मग एखादी व्यक्ती किनारी आणि समुद्री संवर्धन समस्यांच्या प्रसार माध्यमांच्या वार्ताकनातील वास्तविक भावना शून्यतेचे कसे विश्लेषण करेल? याचा अर्थ असा होतो का, की समुद्री जैवविविधतेच्या समस्या, संघर्ष, कमी होत जाणाऱ्या प्रजाती यांचा शहरे किंवा बिगर किनारी रहिवाश्यांशी संबंध नाही? किंवा वाढणारे समुद्र स्तर अथवा वाढणारे तापमान यांचा परिणाम आपल्यापैकी समुद्राजवळ न राहण्यांवर किंवा बदलत्या हवामानाचा परिणाम होण्याइतपत समुद्राजवळ न राहण्यांवर होत नाही?

एखाद्या साध्या 'नाही' पेक्षा या उत्तरावर अनेक थर आहेत. हा विभाग, अधिक खोलात जाईल आणि भारतीय प्रसार माध्यमांच्या परिस्थितीतील त्या कारणांपैकी काही कारणे स्पष्ट करेल.



8.2 The end of the horizon: Why the media is more interested with land than with the sea and the coasts?

Does the media love land more than the sea? Not necessarily. Does the media cover land issues more than sea issues? A resounding 'yes'.

To understand the gap between the love for the sea versus the actual coverage of matters pertaining to the sea, it is essential to go back to where it all began for the Indian media.

The earliest form of journalism in the Indian context was the newspaper, and it had a cause attached to it: The freedom struggle of the Indians against the British rulers.

Almost till the middle of the 20th century, the print media therefore had only one mandate. This was to aid the struggle for independence of India by carrying the words of those who led its struggle, reporting atrocities by the rulers and critiquing the policies of the Crown. Any other subject that needed the attention of the then-administration or the people was clearly given a secondary treatment in the spaces within a newspaper.

8.2 क्षितिजाचा अंत: प्रसार माध्यमांचे अधिक स्वारस्य समुद्र आणि किनारपट्ट्यांपेक्षा भूभागात जास्त का आहे?

प्रसार माध्यमांना समुद्रापेक्षा भूभाग अधिक आवडतो का? जरूरी नाही. प्रसार माध्यमे समुद्र समस्यांपेक्षा भूभाग समस्यांचे वार्ताकन अधिक करतात का? एक मोट्टा 'होय'.

समुद्राबद्दलचे प्रेम विरुद्ध समुद्राशी संबंधित घटनांचे प्रत्यक्ष वार्ताकन यामधील अंतर समजण्यासाठी, भारतीय प्रसार माध्यमांसाठी हे सर्व जिथे चालू झाले तिथपर्यंत मागे जाणे आवश्यक आहे.

भारतीय संदर्भात पत्रकारितेचे पहिले स्वरूप वृत्तपत्र होते, आणि त्याला एक कारणही जोडलेले होते: भारतीयांचा ब्रिटिश सत्ताधान्यांविरुद्धचा स्वातंत्र्यलढा.

जवळजवळ 20व्या शतकापर्यंत, छापील प्रसार माध्यमांसाठी एकच आदेश होता. तो म्हणजे, ज्यांनी लढ्याचे नेतृत्व केले त्यांचे विचार पोहोचवून, सत्ताधान्यांच्या अत्याचाराच्या बातम्या देऊन आणि राजमुकुटाच्या धोरणांची टीका करून, भारताच्या स्वातंत्र्य लढ्याची मदत करणे. इतर एखादा विषय ज्याकडे तेंव्हाच्या प्रशासनाचे किंवा लोकांचे लक्ष देणे गरजेचे होते त्याला वृत्तपत्रांमधील स्थानामध्ये उघडपणे दुय्यम वागणूक दिली जात असे.

After Independence in 1947, this self-imposed mandate continued for a while with a little change in outlook. Now it was time for the media to help the fledgling government work towards building India both from within as well as externally so it could stand up to the might of its peers across the world.

This period lasted right upto the 1970s, which saw the Emergency, which is when the anti-establishment face of the media began to show up. Newspapers and magazines, which until then had had a milder role, began to proactively question and criticise the government and began to report on the sorry state of the common people who had to bear the brunt of flawed policies and corruption in administration.

Conflicts arising out of these issues, protests, factory worker issues, the gross abuse of human rights, hunger, starvation, famine, droughts, custodial deaths, were the stories that interested the media. All these happen only – or at least mostly – on land, and not the sea! Therefore somewhere along the line the media in its own mind has come to prioritise land-related issues as more important for – and as more impacting – the people than sea-related concerns.

However the sea – in all its enormity – cannot be ignored either. From centuries, the sea has had a certain mystery, a sense of the unknown. Besides, there is no saying even for those who live by it when its calm placid waters can turn into a deathly storm. The media without exception has treated the sea therefore as an entity that is unpredictable, wild and ‘treats’ news related to it in those terms – of the deaths, cyclones, tsunami toll et al.

The onset of television in the late 1970s, cable TV in the 1990s after the Gulf war, and private FM radio in the early 2000s did not change it much as far as coverage of the coast is concerned.

Besides, there is another crucial factor: The issue of lack of access to authentic information regarding marine issues. It’s not an area easily understood by journalists, especially those in the frontline of reporting in the coastal areas. Often, these journalists are only stringers, paid per article and not on the roll of a media house which would have given them the credibility, wherewithal and free access to government authorities, marine experts and online resources on the matters.

Certain niche magazines – and of late television channels too - have done a stellar job in reporting even in non-catastrophic times about marine species, day to day conflicts faced by fishing communities, changing trends in fishing and impact say of deep sea trawling besides coastal erosion leading to depletion of beaches etc. One prime example was NDTV’s ‘Save India’s coasts’ campaign, in which a team from the channel travelled across the coast for six weeks and reported about the issues and problems being faced by the coasts.

But a lot more needs to be reported to save and conserve the marine world in every which way. Journalism needs a sea-change in attitude towards coastal issues and its coverage.

1947, मध्ये स्वातंत्र्यानंतर, हा स्वतः लादलेला आदेश दृष्टीकोनात थोडासा बदल करून काही काळापुरता चालू राहिला. आणि आता प्रसार माध्यमांसाठी उदयोन्मुख प्रशासनास भारत बांधणीच्या कामात आतून तसेच बाहेरून मदत करण्याची वेळ आली होती, ज्यामुळे ते जगभरातील त्याच्या साथीदारांबरोबर सामर्थ्याने उभे राहू शकेल.

हा कालावधी 1970 पर्यंत टिकला, ज्याने आणीबाणी पाहिली, आणि तेंव्हाच प्रसार माध्यमांचा व्यवस्थापन विरोधी चेहरा दिसू लागला. वृत्तपत्रे आणि मासिके, ज्यांची तोपर्यंत सौम्य भूमिका होती, ती प्रशासनास स्वयंप्रेरित होऊन जाब विचारू लागली व टीका करू लागली आणि प्रशासनातील सदोष धोरणे व भ्रष्टाचाराचे चटकसे सहन कराव्या लागणाऱ्या सामान्य माणसाच्या दुर्दशेच्या बातम्या देऊ लागली.

अशा समस्यांमधून उद्वेगाने संघर्ष, निशेध, गिरणी कामगारांच्या समस्या, मानवी हक्कांचा एकूण दुरुपयोग, भूक, उपासमार, अवर्षण, दुष्काळ, कोठडीतील मृत्यु, या अशा घटना होत्या, ज्यांनी प्रसार माध्यमांना आकर्षित केले. हे सर्व केवळ किंवा बऱ्याचदा तरी भूभागावर घडते आणि समुद्रावर नाही! त्यामुळे स्वतःच्या मनात, कुठेतरी एका पातळीवर, प्रसार माध्यमे लोकांसाठी भूभाग संबंधित समस्यांना समुद्र संबंधित समस्यांपेक्षा अधिक महत्त्वपूर्ण आणि अधिक परिणामकारक म्हणून प्राधान्य देत आली आहेत.

तरीही एकतर त्याच्या संपूर्ण भव्यतेत समुद्र दुर्लक्षिला जाऊ शकत नाही. शतकांपासून, समुद्रामध्ये एकप्रकारच गूढ, अज्ञाताची जाणीव आहे. याशिवाय, समुद्राजवळ राहणाऱ्यांसाठी कधी त्याचे शांत स्तब्ध पाणी प्राणघातक वादळ बनेल हे सांगता येत नाही. त्यामुळे प्रसार माध्यमांनी अपवादाखेरीज समुद्राला एक अस्तित्व जे, लहरी, वादळी आहे, आणि समुद्र संबंधित घटनांना मृत्यु, चक्रीवादळ, त्सुनामीमुळे होणारे नुकसान अशी वागणूक दिली आहे.

समुद्राशी संबंधित वार्ताकनाचा विचार केल्यास, 1970 च्या शेवटी दूरदर्शनचा प्रारंभ, 1990 मधील आखाती युद्धानंतरचा केबल टी.व्ही., आणि 2000च्या प्रारंभातील खाजगी एफ.एम. रेडिओ यांनी त्यात विशेष काही बदल केला नाही.

याशिवाय, आणखी एक महत्त्वाचा घटक आहे: समुद्राशी संबंधित समस्यांबद्दलची खात्रीलायक माहिती प्राप्त करण्यातली कमतरता. हा भाग पत्रकारांकडून विशेषतः किनारपट्टीच्या भागातील वार्ताकनात अग्रेसर असणाऱ्यांकडून समजून घेतला जात नाही. बऱ्याचदा हे पत्रकार केवळ प्रती लेख मोबदला मिळणारे हंगामी पत्रकार असून, प्रसार माध्यमांचे कार्यालय ज्यांनी त्यांना विश्वासार्हता, अर्थसहाय्य, शासकीय अधिकारी, समुद्री तज्ञ आणि संबंधित ऑनलाईन संसाधन स्रोतांसाठी मुक्त प्रवेश दिला असता अशा प्रसार माध्यम कार्यालयाच्या कर्मचारी सूचीमध्ये नसतात.

काही निश मासिके – आणि अलीकडच्या दूरदर्शन वाहिन्या – यांनी विना आपत्तीजन्य काळात देखील समुद्री प्रजाती, मासेमारी समाज सामोरे जात असलेले दैनंदिन संघर्ष, मासेमारीतील बदलत्या पद्धती, खोल समुद्रातील ट्रॉलिंगचे परिणाम याशिवाय समुद्र किनाऱ्यांच्या न्हासाकडे नेणारी किनारी धूप याविषयीच्या वार्ताकनात उत्कृष्ट काम केले आहे. याचे मोठे उदाहरण म्हणजे NDTV चे ‘भारताचे किनारे वाचवा’ मोहिम, या अंतर्गत वाहिनीच्या एका गटाने सहा आठवड्यांसाठी किनाऱ्याच्या दोन्ही तीरांवर प्रवास केला आणि समुद्र किनारे सामोरे जात असलेल्या समस्या आणि अडचणी यांचे वार्ताकन केले, हे होते.

परंतु जमेल त्या प्रत्येक पद्धतीने समुद्री जगाच्या रक्षण आणि संवर्धनासाठी खूप अधिक वार्ताकन गरजेचे आहे. समुद्री समस्या आणि त्याच्या वार्ताकनाच्या वृत्तीत पत्रकारितेला मोठ्या बदलाची गरज आहे.

8.3 Why is media important?

“Media” is the plural of the word “medium”, which the Oxford dictionary defines as “an agency or means to do something.”

Only media has the potential of taking the message on conservation of coastal and marine biodiversity to the public and to the decision-makers, and therefore media is a key player in gathering public and policy support for coastal and marine conservation.

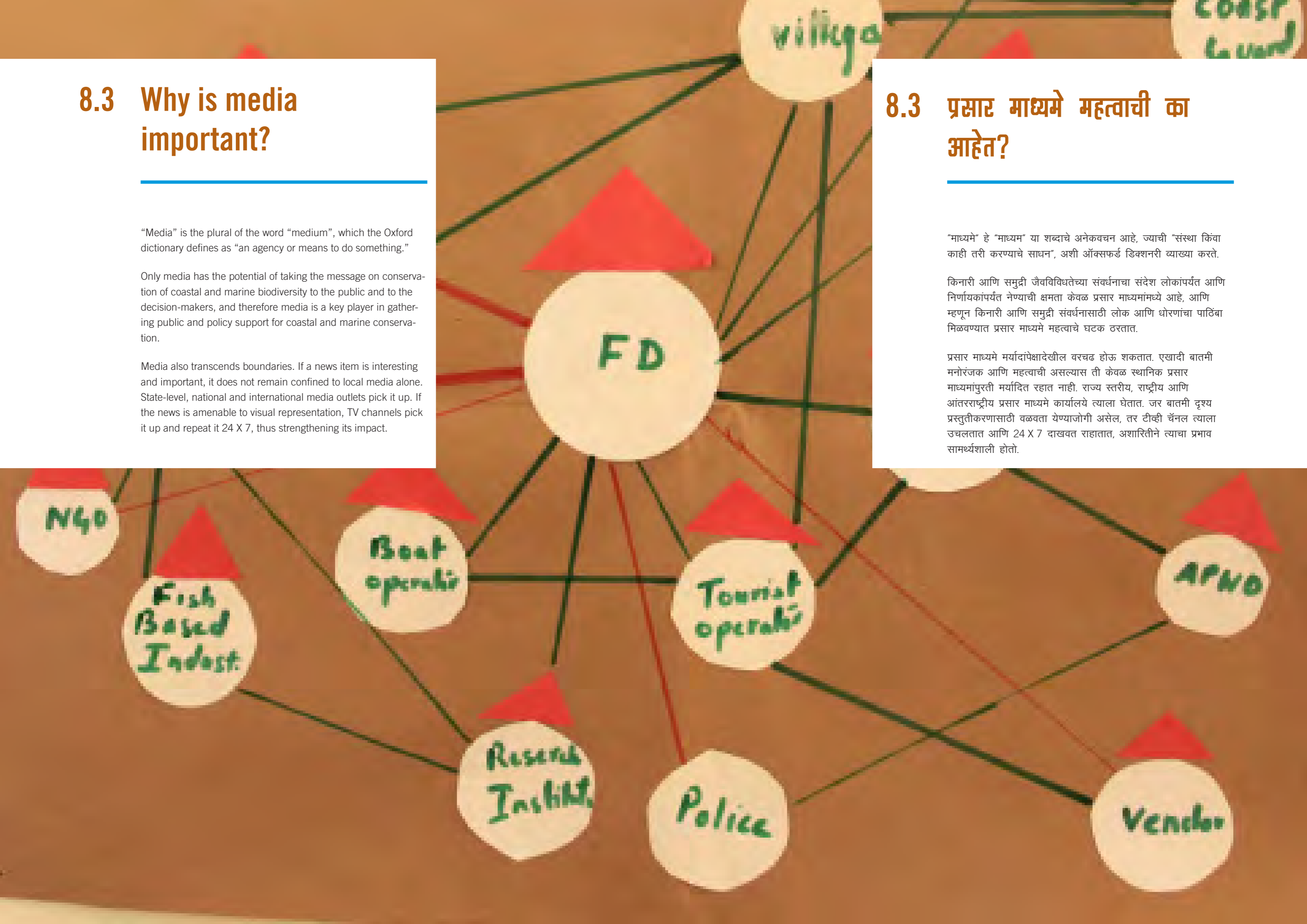
Media also transcends boundaries. If a news item is interesting and important, it does not remain confined to local media alone. State-level, national and international media outlets pick it up. If the news is amenable to visual representation, TV channels pick it up and repeat it 24 X 7, thus strengthening its impact.

8.3 प्रसार माध्यमे महत्वाची का आहेत?

“माध्यमे” हे “माध्यम” या शब्दाचे अनेकवचन आहे, ज्याची “संस्था किंवा काही तरी करण्याचे साधन”, अशी ऑक्सफर्ड डिक्शनरी व्याख्या करते.

किनारी आणि समुद्री जैवविविधतेच्या संवर्धनाचा संदेश लोकांपर्यंत आणि निर्णयकांपर्यंत नेण्याची क्षमता केवळ प्रसार माध्यमांमध्ये आहे, आणि म्हणून किनारी आणि समुद्री संवर्धनासाठी लोक आणि धोरणांचा पाठिंबा मिळवण्यात प्रसार माध्यमे महत्वाचे घटक ठरतात.

प्रसार माध्यमे मर्यादांपेक्षादेखील वरचढ होऊ शकतात. एखादी बातमी मनोरंजक आणि महत्वाची असल्यास ती केवळ स्थानिक प्रसार माध्यमांपुरती मर्यादित रहात नाही. राज्य स्तरीय, राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय प्रसार माध्यमे कार्यालये त्याला घेतात. जर बातमी दृश्य प्रस्तुतीकरणासाठी वळवता येण्याजोगी असेल, तर टीव्ही चॅनल त्याला उचलतात आणि 24 X 7 दाखवत राहातात, अशारितीने त्याचा प्रभाव सामर्थ्यशाली होतो.





F-VNG/05/01058

05-11-13

8.4 Media is growing in India

The media has been growing in importance in the recent years. According to the Indian Readership Survey¹ at the end of 2012, the print media registered a cumulative annual growth rate of 0.8%, TV of 5.2%, cable and satellite of 8.9%, radio of 1.9%, cinema of 11.6% and internet of 24.2%. There has been an overall growth in media's reach in the recent years in India.

	2012 Q2	2012 Q3	2012 Q4	% CAGR (2012 Q2-2012 Q4)
Literacy	649715	656259	661772	3.7
Any Media	647036	653824	659844	4.0
Press	352004	353338	353409	0.8
TV	563435	571426	578011	5.2
C&S	488642	499437	509821	8.9
Radio	158165	159820	159699	1.9
Cinema	79258	81406	83724	11.6
Internet	39944	42322	44521	24.2

Indian Readership Survey report for the fourth quarter of 2012.

¹ The IRS topline figures for 2012 Q4 can be seen at <http://mruc.net/sites/default/files/IRS%202012%20Q4%20Topline%20Findings.pdf>

8.4 भारतात प्रसार माध्यमे वृद्धिंगत होत आहेत

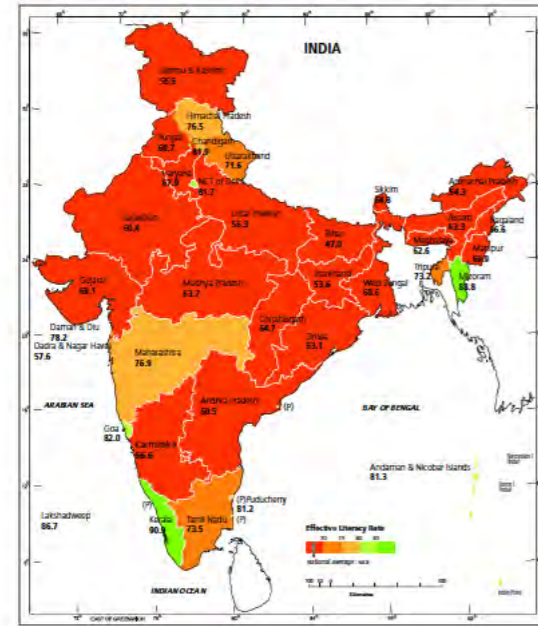
अलिकडल्या वर्षांमध्ये प्रसार माध्यमांचे महत्त्व वाढत आहे. भारतीय वाचक सर्वेक्षणानुसार¹ 2012 च्या शेवटास प्रकाशन प्रसार माध्यमाने एकूण वार्षिकवाढ दर 0-8%, टिव्ही 5-2%, केबल आणि सॅटेलाईट 8.9%, रेडिओ 1-9%, सिनेमा 11-6% आणि इंटरनेटने 24-2% दर्शवली आहे. भारतात अलिकडच्या वर्षांमध्ये एकंदर प्रसार माध्यमांच्या आवाक्यामध्ये वाढ आहे.

	2012 Q2	2012 Q3	2012 Q4	% CAGR (2012 Q2-2012 Q4)
साक्षरता	649715	656259	661772	3.7
कोणतेही माध्यम	647036	653824	659844	4.0
प्रेस	352004	353338	353409	0.8
टीव्ही	563435	571426	578011	5.2
सीआणिएस	488642	499437	509821	8.9
रेडियो	158165	159820	159699	1.9
सिनेमा / चित्रपट	79258	81406	83724	11.6
इंटरनेट	39944	42322	44521	24.2

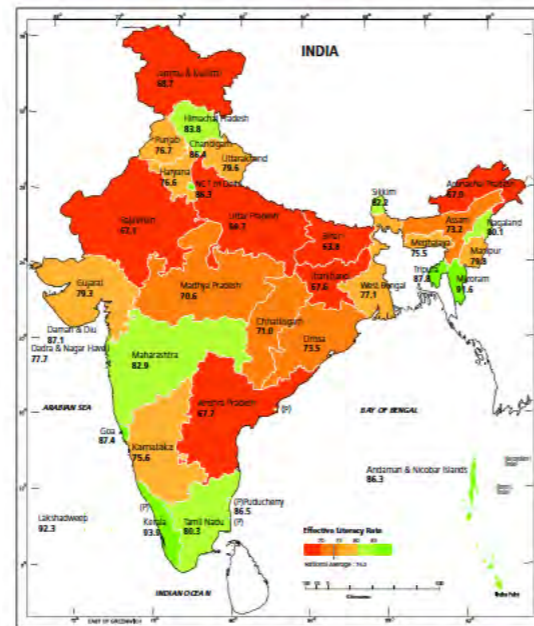
2012 च्या चौथ्या तिमाहीचे भारतीय वाचक सर्वेक्षण अहवाल.

¹ 2012 क्यू4 साठी आयआरएस टापलाईन आकडे <http://mruc.net/sites/default/files/IRS%202012%20Q4%20Topline%20Findings.pdf> येथे पहिले जाऊ शकतात.

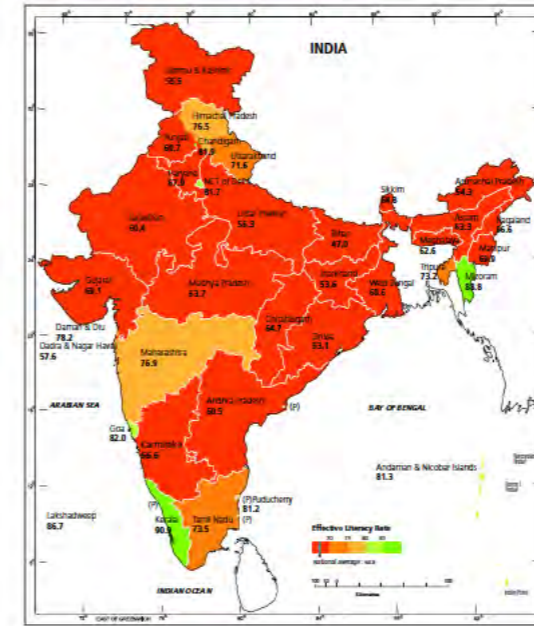
Effective Literacy Rate, 2001 (States/Union territories)



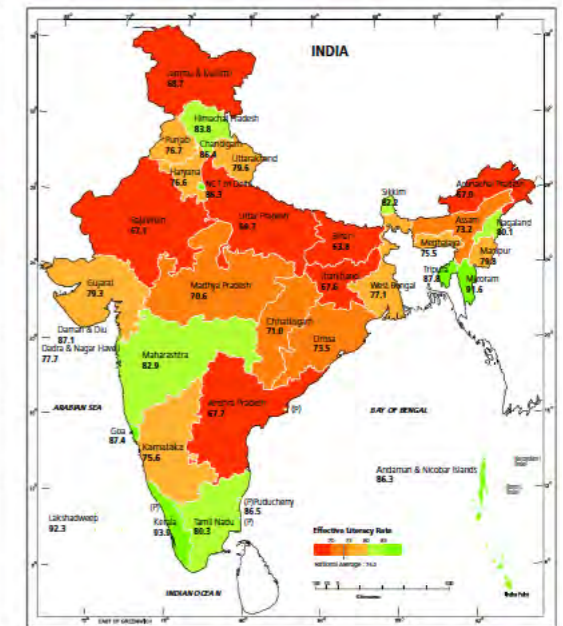
Effective Literacy Rate, 2011 (States/Union Territories)



लागू साक्षरता दर, 2001 (राज्ये/केंद्रशासित प्रदेश)



लागू साक्षरता दर, 2011 (राज्ये/केंद्रशासित प्रदेश)



The most important factor for this is the growth in literacy in the country. Census of India data from 2001 and 2011, show an increase in literacy in many states, especially those in the middle of the country.²

This reflects also in the fact that Hindi media registered the most growth, followed by publishing from other Indian languages.

देशातील साक्षरतेत वाढ हा यासाठी सर्वात महत्वाचा घटक आहे. विशेषतः देशाच्या मध्यातून, 2001 आणि 2011च्या डाटानुसार भारताची जनगणना वाढ दर्शविली आहे²

वस्तुस्थिती हे दर्शवते की हिन्दी प्रसार माध्यमाने, इतर भारतीय भाषांच्या प्रकाशनापेक्षा सर्वात जास्त वाढ नोंदवलेली आहे.

Indian Readership Survey by Media Research Users' Council			
Top 10 dailies			Readership Q4 of 2012
Name	Language	Readership Q4 of 2012	
1 Dainik Jagran	Hindi	16,370,000	
2 Dainik Bhaskar	Hindi	14,416,000	
3 Hindustan	Hindi	12,246,000	
4 Malayala Manorama	Malayalam	9,760,000	
5 Amar Ujala	Hindi	8,434,000	
6 The Times of India	English	7,615,000	
7 Daily Thanthi	Tamil	7,334,000	
8 Lokmat	Marathi	7,313,000	
9 Rajasthan Patrika	Hindi	6,837,000	
10 Mathrubhumi	Malayalam	6,334,000	
Total		96,659,000	

Top 10 English dailies		Readership Q4 of 2012
Name	Readership Q4 of 2012	
The Times of India	7,615,000	
Hindustan Times	3,820,000	
The Hindu	2,164,000	
The Telegraph	1,265,000	
Deccan Chronicle	1,020,000	
DNA	972,000	
Mumbai Mirror	819,000	
The Economic Times	735,000	
The Tribune	671,000	
The New Indian Express	652,000	
Total	19,733,000	

प्रसार माध्यमे संशोधन वापरकर्ते परिषदेद्वारे भारतीय नातेसंबंध सर्वेक्षण				
सर्वोच्च 10 दैनिके		सर्वोच्च 10 इंग्रजी दैनिके		
नाव	भाषा	2012 चे Q4 वाचक	नाव	2012 चे Q4 वाचक
1 दैनिक जागरण	हिन्दी	16,370,000	द टाइम्स ऑफ इंडिया	7,615,000
2 दैनिक भास्कर	हिन्दी	14,416,000	हिन्दुस्थान टाइम्स	3,820,000
3 हिन्दूस्थान	हिन्दी	12,246,000	द हिन्दू	2,164,000
4 मलायला मनोरमा	मल्याळम	9,760,000	द टेलिग्राफ	1,265,000
5 अमर उजाला	हिन्दी	8,434,000	डेक्कन क्रॉनिकल	1,020,000
6 द टाइम्स ऑफ इंडिया	इंग्रजी	7,615,000	DNA	972,000
7 डेली थान्ठी	तमिळ	7,334,000	मुंबई मिरर	819,000
8 लोकमत	मराठी	7,313,000	द इकॉनॉमिक्स टाइम्स	735,000
9 राजस्थान पत्रिका	हिन्दी	6,837,000	द ट्रिब्युन	671,000
10 मातृभूमी	मल्याळम	6,334,000	द न्यू इंडियन एक्सप्रेस	652,000
एकूण		96,659,000	एकूण	19,733,000

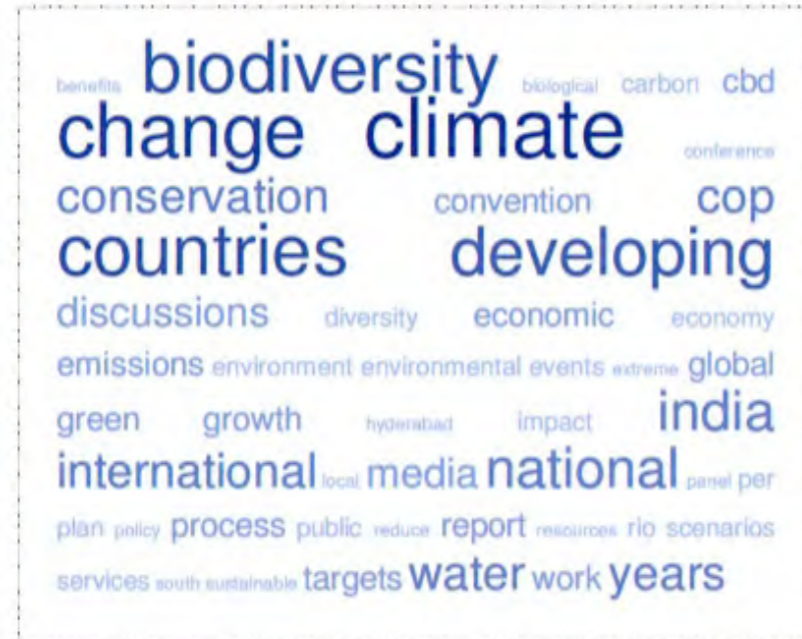
2 Education for all in India, <http://www.educationforallinindia.com/>.

2 भारतातील सर्वासाठी शिक्षण, <http://www.educationforallinindia.com/>.

8.5 Limitations with the media....and implications for the MPA managers:

8.5.1 What are the limitations?

The media has strengths, but also limitations. The most important limitation is that the media works with catchwords. Let us look at some of the catchwords that we see in media when reading about environment. This is a computer generated tag cloud developed from a number of selected environment stories.



Thus, if you are talking to the media on biodiversity, climate change, developing countries, conservation, conference of parties (CoPs to the Climate Change or Biodiversity Conventions), water, emission targets, etc., you would get media attention quicker than when talking about say coral bleaching or fisheries issues, or mangrove habitat loss..

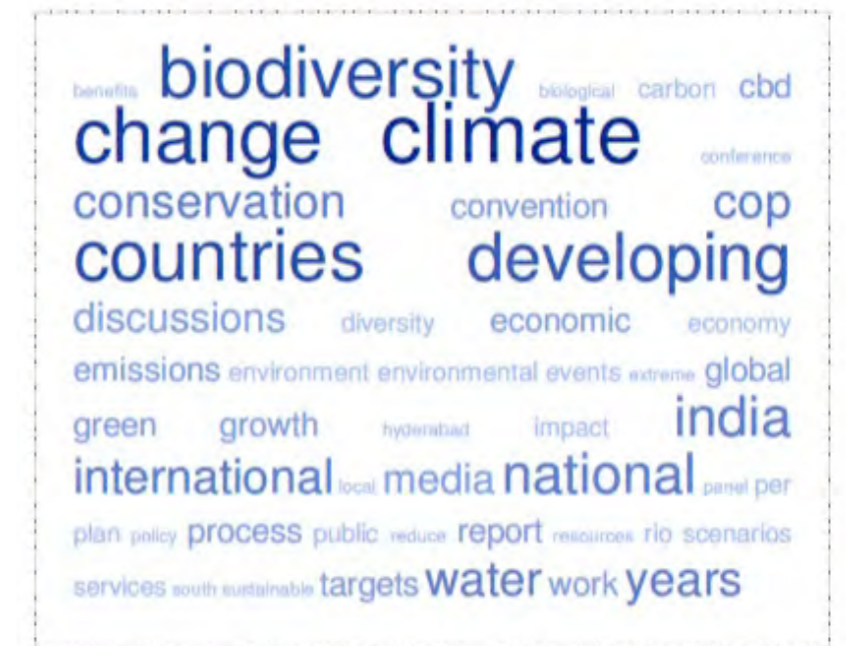
This means that our stories for the media have to be linked to these keywords to get journalists' attention. That is, coral bleaching will need to be linked to climate change, and mangrove habitat loss will need to be linked to the enhanced disaster threat to the coastal cities to get higher prominence in the media.

There is another limitation with the media. Its interest is related to news events. The Center for Science and Technology of the University of Colorado at Boulder, USA, has been carrying out a continuing research on monitoring how global media covers 'global warming' and 'climate change'. This is a continu

8.5 प्रसार माध्यमांसोबत मर्यादा....आणि MPA व्यवस्थापकांसाठी परिणाम:

8.5.1 कोणत्या मर्यादा आहेत?

प्रसार माध्यमाकडे शक्ती आहे, पण मर्यादाही आहेत. सर्वात महत्वाची मर्यादा आहे की प्रसार माध्यम घोषवाक्याने काम करते; आपण काही अशी घोषवाक्ये पाहूया जी आपण प्रसार माध्यमात पर्यावरणाविषयी वाचतांना पहातो. अनेक निवडक पर्यावरण कथांपासून विकसित झालेले असे हे संगणकाने निर्माण केलेले टॅग क्लाऊड आहे.



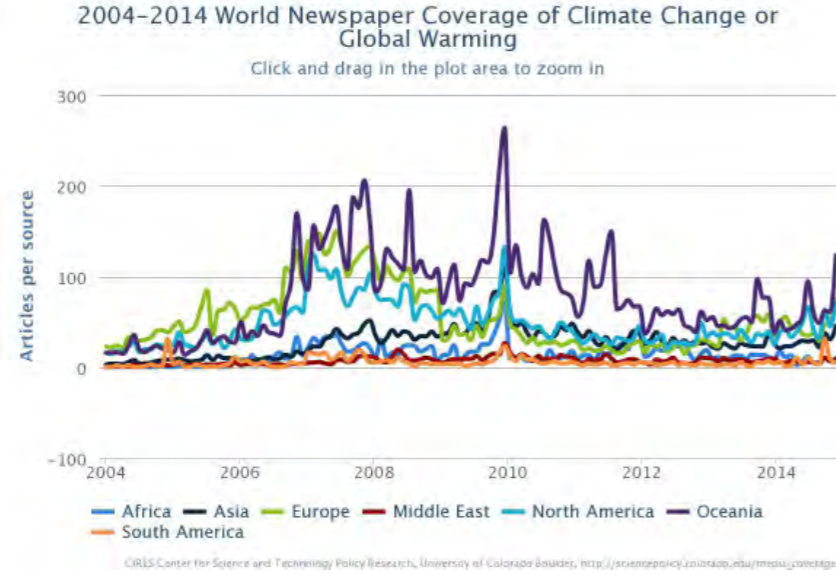
म्हणून, जर आपण प्रसार माध्यम जैवविविधता, हवामान बदल, विकसनशिल देश, संवर्धन, पक्षांचे अधिवेशन (हवामान बदल किंवा जैवविविधता संवर्धनाला CoPs), पाणी, उत्सर्जन ध्येय, इत्यादींवर असेल, तर आपल्याला प्रवाळ विरंजक, मत्स्योद्योग समस्या, किंवा खारफुटीच्या मानाने प्रसार माध्यमाचे लक्ष त्वरित वेधता येईल.

याचा अर्थ असा आहे की आपल्या कथेमध्ये प्रसार माध्यमामध्ये पत्रकारांचे लक्ष वेधण्यासाठी या प्रमुख शब्दांशी जुळणी करावी. म्हणजेच प्रसार माध्यमामध्ये सर्वोच्च प्राधान्य मिळण्यासाठी प्रवाळ विरंजकाला हवामान बदलाशी जोडावे आणि खारफुटी वस्तीस्थानाच्या हानीला किनारी शहराला जास्त संकटांच्या धोक्याशी जोडावे.

प्रसार माध्यमासोबत आणखी एक मर्यादा आहे. त्याचा कल नवीन घटनांकडे असतो. बौल्डर युएसएच्या कोलाराडोच्या विज्ञान आणि तंत्रज्ञानाच्या विद्यापीठाच्या केंद्राने जागतिक प्रसार माध्यमाद्वारे जागतिक उष्णता आणि हवामान बदलाच्या वार्ताकनाचे निरीक्षण करण्यासाठी सतत संशोधन केले. हे प्रमुख शब्द कसे अहवाल देतात याचे

ing survey of 50 newspapers across the world, to analyse how the keywords are reported. Of the 50 newspapers, four are from India – The Hindu, the Indian Express, Times of India and the Hindustan Times.

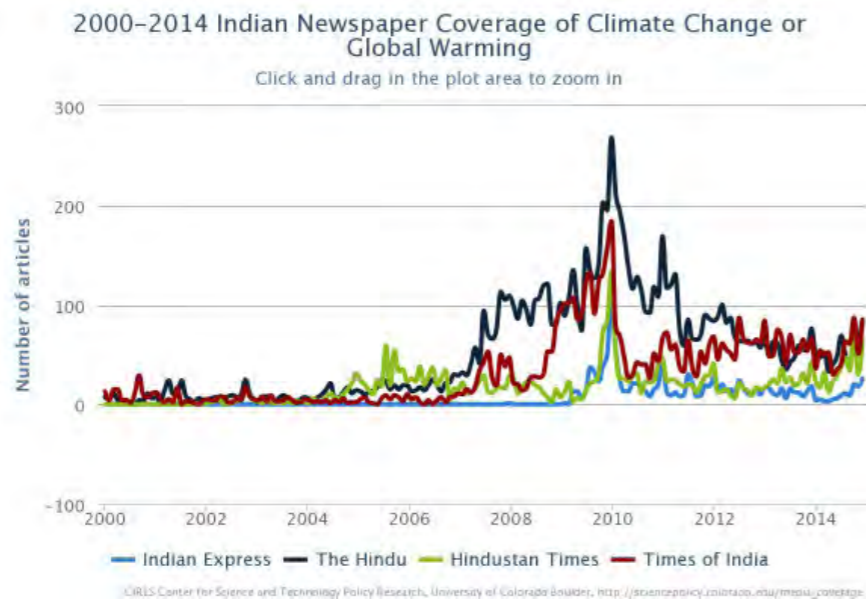
A look at the global chart from 2000 to 2014 shows that there have been periods there have been intense coverage on climate change and global warming in the media, and periods of relative quietness.¹



The highest peak for media coverage in all continents was in November-December 2009. It was for the CoP held at Copenhagen in Denmark, when the world attention was focused on whether global leaders would be able to decide on an instrument to reduce greenhouse gas emissions. The other spikes also are during the end of the years, when the annual CoPs are held in different parts of the world.

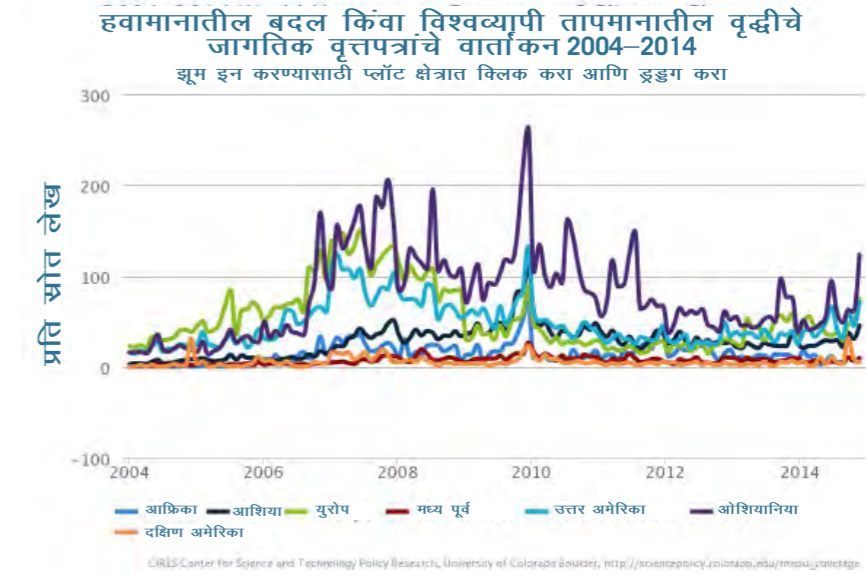
Thus, it is clear that media covers news about climate change and global warming just before, during and after the annual CoPs. So, presenting the story on corals bleaching due to global warming to journalists at the time of the CoPs will have a better impact in the media, than in any other month.

The trend is similar with Indian publications.² The spikes are during the CoPs.



मूल्यांकन करण्यासाठी जगभरातील 50 वर्तमानपत्रांचे सर्वेक्षण आहे. या 50 वर्तमानपत्रांपैकी 4 भारतीय आहेत – द हिन्दू, द इंडियन एक्सप्रेस, टाइम्स ऑफ इंडिया आणि हिन्दूस्थान टाइम्स,

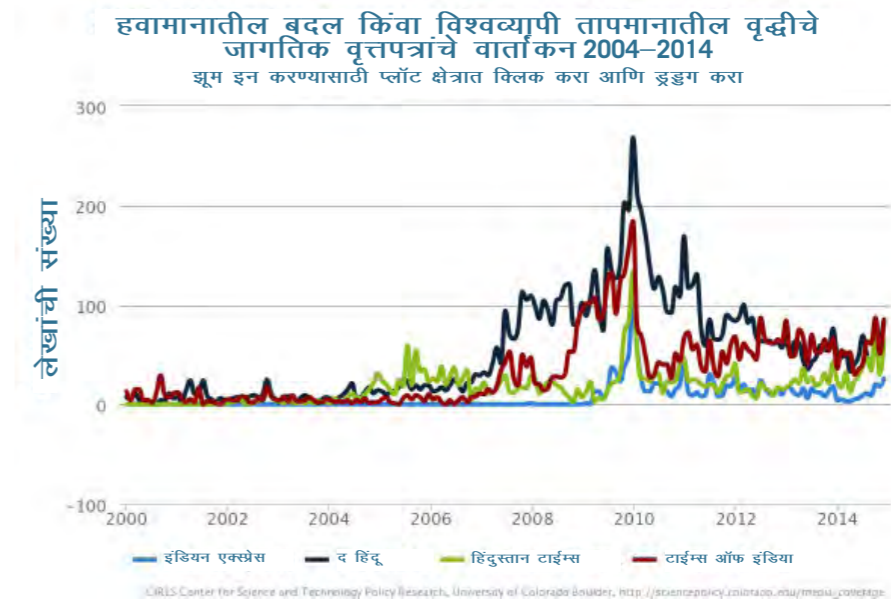
2000 ते 2014Pया जागतिक आलेखाला पहा तो दर्शवतो की त्यात कालावधी आहे ज्यात हवामान बदल आणि जागतिक उष्णतेचा समावेश प्रसार माध्यमात केला गेलेला आहे, आणि नातेसंबंध शांततेचा कालावधी आहे.³



सर्व खंडामध्ये प्रसार माध्यमात समावेशाचा सर्वोच्च बिंदू नोव्हेंबर –डिसेंबर 2009 मध्ये होता. हे डेन्मार्कमध्ये कोपेनहागनला आयोजित CoP मध्ये होता, जेव्हा जगाचे लक्ष हरितगृहाचे वायू उत्सर्जनात कपात करण्यासाठी कोणते साधन आहे हा निर्णय घेण्यासाठी जागतिक प्रमुख सक्षम आहे का यावर केंद्रीत करण्यात आले होते. वर्षाखेर इतर चढत ही होती, जेव्हा वार्षिक जगाच्या विविध भागांमध्ये CoPs आयोजित करण्यात आले होते.

यावरून हे स्पष्ट आहे की प्रसार माध्यमे हवामान बदल आणि जागतिक उष्णता विषयक बातम्या वार्षिक CoPs दरम्यान, पूर्वी आणि नंतर प्रस्तुत करतात. तर, पत्रकारांसमोर इतर महिन्याऐवजी CoPs च्या वेळी जागतिक उष्णतेमुळे प्रवाळ विरंजनावर कथा प्रस्तुत करणे प्रसार माध्यमावर उत्तम प्रभाव टाकेल.

भारतीय प्रकाशना सोबत कल समान आहे.⁴ CoPs च्या दरम्यान चढत असते.



3 http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/world/index.html
4 http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/india/index.html

3 http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/world/index.html
4 http://sciencepolicy.colorado.edu/icecaps/research/media_coverage/india/index.html

8.5.2 What media wants and covers

8.5.2.1 Understanding reporters

Let us understand how a reporter lives and thinks, so that we can try and get his/her attention. In the field, where the marine coastal protected areas (MPAs) are located, the first line of communication is through the reporters. These are usually the local staff reporters, or more often freelance reporters who write for newspapers or shoot for TV channels and are paid on a per-piece basis (in journalistic parlance these professionals are called 'stringers').

For these local reporters, the main focus is on political stories from their area of operation. Their normal beats consists of the district collectorate or the local revenue office, the local police office, the press club, etc. They are usually not accustomed to covering forest offices, unless there is a man-animal conflict or a major forest fire. And if they are not well aware of covering terrestrial forest issues, they are even less aware of coastal and marine conservation issues. It is difficult for them to understand why conserving corals are important for the ecosystem, or why dead dugongs are not a good indication.

The reporters in the far end of the field are usually young and inexperienced. They work on multiple stories at the same time. They are hard-pressed for time and energy and constantly trying hard to market their story ideas with their media gatekeepers. They work long hours, at least six days of a week, and not always well paid.

Given this situation, what is of importance to the managers of MPAs need not be of priority for the reporters. We will look at ways of making coastal and marine conservation interesting for journalists. But before that, let us understand editors who take decisions on what news to be published or aired and what importance is given to them.

8.5.2.2 Understanding the editors

Even if we manage to catch the attention of the reporters, the story will appear in the publication or will be telecast only if the editor is convinced in its merit. Thus, it would help if we can understand the lives and priorities of the editors.

Improving the circulation of her publication or improving the TRP of her channel is of prime importance for an editor. She is a packager who gets the most interesting stories that increases the impact of her media outlet. So she has to be convinced that the story will increase visibility for her outlet. With visibility comes better income for the publication/channel and that means lesser pressure for the editor from the owners and shareholders.

In this scheme of priorities for the editor, issues related to conservation and environment are not likely to be high on the list. She deals with multiple issues at the same time, and is very likely to have a short attention span for story ideas on these subjects.

8.5.2 प्रसार माध्यमांना काय हवे आहे आणि ते कऱ्याचा समावेश करते

8.5.2.1 पत्रकारांना समजणे

आपण पत्रकार कसे जगतो आणि काय विचार करतो हे समजून घेऊ या, जेणेकरून आपण त्याचे/तिचे लक्ष वेधण्याचा प्रयत्न करू शकू. क्षेत्रामध्ये, जेथे समुद्र किनाऱ्याचा सुरक्षित (MPAs) भाग आहे, पत्रकारांद्वारे संभाषणाची सुरुवात होते. हे सामान्यपणे स्थानिक कर्मचारी पत्रकार, किंवा शक्यतो फ्रिलांस पत्रकार असतात जे वर्तमानपत्रासाठी लिहितात किंवा टिक्की चॅनल्ससाठी चित्रीकरण करतात आणि प्रत्येक बातमीच्या आधारावर त्यांना पैसे दिले जातात (पत्रकारीतेच्या भाषेत या व्यावसायिकांना स्वतंत्र पत्रकार असे म्हणतात).

या स्थानिक पत्रकारांसाठी, त्यांचे प्रमुख केंद्र कार्यस्थळावरील राजकीय कथा असतात. त्यांचे सामान्य लक्ष्य जिल्हाधिकारी किंवा महसूल अधिकारी, स्थानिक पोलिस अधिकारी, प्रेस क्लब इत्यादी असतात. सर्वसाधारणपणे ते मानव-प्राण्यांची भांडण किंवा जंगलामध्ये मोठ्या प्रमाणात आग असे प्रसंग असल्याशिवाय वन्य अधिकाऱ्याशी नियमित नसतात. आणि जर ते प्राणिय वन्य समस्यांचा समावेश करण्यासाठी जागृक नसतील, तर ते किनारी आणि समुद्री संवर्धन समस्यांच्या बाबतीतही कमी जागृत असतात. त्यांच्यासाठी प्रवाळी संवर्धन जैवविविधतेसाठी का आवश्यक आहे, किंवा का मृत डगॉग एक चांगले सुचक नाही हे समजणे अवघड असते.

क्षेत्राच्या शेवटच्या टोकाला असलेले दूरचे पत्रकार सहसा तरुण आणि नवखे असतात. ते अनेक गोष्टींवर एकाच वेळेला काम करतात. त्यांच्याकडून वेळ आणि श्रमाची जास्त काम घेतली जातात आणि ते त्यांच्या प्रसार माध्यम अधिकाऱ्यांना त्यांच्या कथा विकण्यासाठी सतत कठीण परिश्रम करत असतात. ते दीर्घकाळापर्यंत काम करतात, आठवड्यातून किमान सहा दिवस आणि तरी देखील त्यांना पुरेसे पैसे मिळत नाहीत.

या दिलेल्या स्थितीमध्ये, MPAs च्या व्यवस्थापकांसाठी काय महत्वाचे आहे ते पत्रकारांच्या प्राधान्यांमध्ये असणे आवश्यक नाही. आपण पत्रकारांची किनारी आणि समुद्री संवर्धनात आवड निर्माण करण्याच्या मार्गांना पाहू. पण त्याआधी, आपण त्या संपादकांना समजून घेऊ जे कोणती बातमी प्रकाशित करायची किंवा प्रसारित होईल आणि त्यांना काय महत्त्व दिले जाते यावर निर्णय घेतात.

8.5.2.2 संपादकांना समजून घेणे

जरी आपण व्यवस्थापकाचे लक्ष्य वेधण्यात सफल झालो, तरी कथा प्रकाशनात किंवा टिक्कीमध्ये प्रसारित तेव्हाच होईल जेव्हा संपादकाला ते त्याच्या गुणवत्तेनुसार आवडेल. त्यामुळे, आपण जर संपादकांचे जीवन आणि प्राधान्य समजून घेतले तर ते आपल्याला मदत करू शकेल.

संपादकासाठी त्याच्या चॅनलचे TRP वाढवणे किंवा तिच्या प्रकाशनाचा प्रसार सुधारणे हे सर्वात जास्त महत्वाचे असते. ती एक अशी पॅकेजर असते जिाला तिच्या प्रसार माध्यम निर्गमाचे प्रभाव वाढवण्यास सर्वात मनोरंजक कथा मिळतात. तर तिला पटायला हवे की कथा तिचे चॅनेल पाहण्याचे प्रमाण वाढवेल. चॅनेल पाहण्याचे प्रमाण वाढल्याने प्रकाशन/चॅनलला उत्तम मिळकत होते आणि याचा अर्थ संपादकावर मालक आणि भागधारकांकडून कमी दबाव पडतो.

या संपादकाच्या प्राथमिकतेच्या योजनेमध्ये, संवर्धन आणि पर्यावरणाशी संबंधित समस्या यादीमध्ये सर्वात वर असण्याची शक्यता नसते. ती अनेक समस्यांसोबत एकाच वेळेला काम करते, आणि या विषयांच्या कथा कल्पनेवर तिचे खूप कमी लक्ष वेधले जाण्याची शक्यता असते.

There are times when it is not enough for a reporter on the 'environment/coastal' beat to be interested in a particular coastal issue. If the issue is such that a one-off report itself will suffice for highlighting the problem, it is good enough.

However, marine conservation and issues related to species, habitat, threat, impact – all these need long term sustained coverage by the media which ought to be able to track the progress – or continued deterioration – of that area after the issue was brought to light. This kind of detailed coverage needs a longer engagement not just with the reporter but the editor and other senior staff. Advocacy is something that needs to embrace the length of the editorial line as every journalist, cameraperson, sub-editor, page layout person, graphic artist need to collaborate with one another to bring out the best in coverage.

It is especially important to have a buy-in from the editors on the issue as it would then be possible for the effect to trickle down from the senior level. Driving her/his reporters for stories come naturally to editors and it is therefore a sort of guarantee that editors when made aware of and when convinced about the seriousness of the issue, will ensure better coverage.

काही वेळा पत्रकाराला 'पर्यावरण/किनारी' विशिष्ट किनारी समस्येमध्ये स्वारस्य घेऊन काम करण्यासाठी पुरेसे नसते. काही वेळेला पत्रकारासाठी विशिष्ट किनारी समस्यांमध्ये स्वारस्य ठेवण्यासाठी 'पर्यावरण/किनारी'वर प्रहार करणे पुरेसे नसते.

तरीही, समुद्री संवर्धन आणि प्रजाती, वस्तीस्थान, आपत्ती, प्रभाव यांच्याशी संबंधित समस्या – या सर्व त्या क्षेत्रातील समस्यांवर प्रकाश टाकल्यानंतर – दीर्घकालीन प्रसार माध्यमाद्वारे शाश्वत वार्ताकन जे प्रगतीचा मार्ग – किंवा सातत्याने होणारी अधोगती समजण्यास सक्षम असतील. याप्रकारच्या तपशीलवार वार्ताकनाला फक्त पत्रकारच नाही, तर संपादक आणि इतर वरिष्ठ कर्मचाऱ्यांसोबत दीर्घकालीन कराराची गरज असते. समर्थन म्हणजे असे काही ज्याला संपादकीय लांबी अंतर्भूत करणे आवश्यक असते कारण प्रत्येक पत्रकार, कॅमेरा वापरणारी व्यक्ती, उप-संपादक, पेज लेआउट करणारी व्यक्ती, ग्राफिक कलाकार यांचे उत्तम वार्ताकन येण्यासाठी परस्परांना सहयोग करणे आवश्यक असते.

संपादकाकडून समस्येवर अंतःक्रय करणे विशेषतः महत्वाचे असते कारण मग प्रभाव वरिष्ठ स्तरापासून खाली झिरपणे शक्य होते. त्याच्या/तिच्या पत्रकारांना कथांसाठी प्रेरित करणे हे गुण त्याच्यात नैसर्गिकपणे येतात आणि त्यामुळे खात्री होते की संपादक जेव्हा समस्येच्या गंभीरतेबद्दल सहमत होईल, तेव्हा उत्तम वार्ताकनाची खात्री असेल.

8.6 The coastal and marine stories that the media usually covers

8.6.1 Connecting the dots with reference to trade

Besides the event-based reportage that one has emphasised in the earlier parts of this segment such as Tsunami, supercyclones, oil slick, international border disputes, the media is of late catching on to certain issues pertaining to the sea. With environmental journalism picking up pace in the past decade, there has been quite a shift in spotlight onto global warming, climate change and what seems the natural corollary – rise in temperature of sea waters.

Also on the subject of environment and ecosystems, a few media houses have begun joining the dots and reporters have done pieces on rising prices of seafood varieties owing to a threat to some of the species. A business programme on CNN did a seamless connection on one of its business shows a couple of years ago, on the brutal killing of sharks in the Middle Eastern seas owing to the direct demand from countries like Japan for the delicacy shark fin soup. When the media does programmes like these, it directly drives home the point that the threat of extinction of certain species is not just related to the marine biologists who study it or the fisherfolk who live off the sea, but is directly related to everyone who consumes seafood in faraway drylands as well.

8.6.2 Conflicts with reference to acquisition of land

With the exception of Kerala and near coastal urban centres, the coast traditionally has had lower population density when compared to the hinterlands. So conflicts with reference to acquisition of land for development between the communities that traditionally had access to the land and the others for whom the land was being acquired were not frequent on the coasts. However, the Union Government's efforts are establishing special economic zones, as concentrated cluster of industrial activity, led to such conflicts.

8.6 प्रसार माध्यमे सामान्यपणे वार्ताकित करतात अश्या किनारी आणि समुद्री कथा

8.6.1 व्यापार करण्याच्या संदर्भात बिंदूना जोडत आहे

या विभागाच्या पूर्वीच्या भागामध्ये ज्यावर महत्व दिले आहे जसे त्सुनामी, प्रचंड चक्रीवादळे, तेलाच्या घसरणी, आंतरराष्ट्रीय सीमा वाद अशा घटनांवर अवलंबून वार्ताच्या तुलनेत प्रसार माध्यमे समुद्रासंबंधित काही समस्या उशीरा पकडत आहे. पर्यावरणात्मक पत्रकारीता मागच्या दशकांमध्ये गती पकडत आहे, जागतिक उष्णता, हवामान बदलयावर बराचसा प्रकाश टाकला जात आहे आणि नैसर्गिक उपसिद्धांतात काय दिसते- सागरी पाण्याच्या तापमानामध्ये वाढ.

तसेच पर्यावरणीय आणि परिस्थितीकी विषयावर, काही प्रसार माध्यम गृहानी समुद्री अन्नाच्या वाढत्या किंमती काही प्रजातींना आपत्तीजनक ठरत आहेत यावर बिंदू आणि पत्रकारांना जोडणे सुरु केले आहे. CNN वरील व्यवसाय कार्यक्रमात काही वर्षांपूर्वी त्यांच्या एका व्यवसाय शोवर, जपानसारख्या देशातून नाजूक शार्कच्या फिन सुपसाठी मध्यपूर्वीय सागरात शार्कच्या निघृण हत्यांवर प्रकाशझोत टाकला होता. जेव्हा प्रसार माध्यमे अश्याप्रकारचे उपक्रम करतात, ते विशिष्ट प्रजातींचा न्हास केवळ अभ्यासक समुद्री जीवशास्त्रज्ञ किंवा सागरावर जगणाऱ्या कोळ्यांनाच संबंधित नाही तर ते तसेच प्रत्यक्षपणे दूर कोरड्या जागेत रहाणाऱ्या समुद्री अन्न सेवन करणाऱ्या प्रत्येकाशी संबंधित असते.

8.6.2 भूमी अधिग्रहणाच्या संदर्भात संघर्ष

केरळ आणि किनारी शहरी केंद्रांना सोडून, किनारी परंपरेत किनाऱ्यापासून दूरच्या प्रदेशांच्या तुलनेत कमी लोकसंख्या घनता आहे. त्यामुळे पारंपारिकपणे जमिनीशी संपर्क असणारे समुदाय आणि अशांचा, ज्यांचा किनाऱ्याशी फारसा संपर्क नाही आणि जे जामीन प्राप्त करू इच्छित आहेत त्यांच्यात भूमी अधिग्रहणासंदर्भात संघर्ष आहेत. तथापि, औद्योगिक उपक्रमांचे केंद्र म्हणून विशेष आर्थिक क्षेत्रे स्थापित करण्याचे केंद्र सरकारचे प्रयत्न अशा संघर्षासाठी कारणीभूत ठरत आहे.

The stated purpose of SEZA was to “provide for the establishment, development and management of the Special Economic Zones for the promotion of exports and for matters connected therewith or incidental thereto.” If this objective was adhered to in the spirit in which it was meant then the establishment of SEZs may not have had such severe objections as they faced.⁵

However, when the coastal communities felt that the SEZs were an excuse to parcel land for the private sector there were conflicts. To compound this was the fact that the normal democratic institutions, such as the panchayats and municipalities, did not have much control within the SEZs, and thus the communities felt disenfranchised with regards to the decisions taken.

Though there have been different instances of resistance against forcible land acquisition for development projects in the past, SEZA created a visible national target for coordinating these protests. There were local agitations; confrontation between local communities, police and the administration; political protests; and questions in the Parliament. The most visible, however, were the protests against the chemical-sector SEZ in Nandigram, West Bengal, and the disputes related to the steel-sector SEZ associated with POSCO India Pvt. Ltd.

In some of the locations the local protestors could partner with the National Alliance of People's Movements (NAPM), a coalition of environmental and social organisations, and give a national dimension to their protests. Thus the local communities could politically frame their resistance within a national perspective.

8.6.3 Fishworkers conflicts

In India, the other issues that interest the media is of fishworker conflicts, both inter-state and inter-country like with Pakistan & Sri Lanka, sometimes even inter-districts! Environment does not follow political boundaries, but environment journalists usually take political pegs while following environment stories. And this is especially so when dealing with coastal and marine environment stories from areas that close to two or more national boundaries.

Thus, media stories from the Rann of Kutch region between India and Pakistan and the Palk Bay region between India and Sri Lanka usually have a political peg. Media attention gets diverted to these environmentally sensitive areas when there is a story that is caused by fishworker being arrested across the border.

A media capacity needs assessment in the Palk Bay⁶ showed that the fishermen conflict between India and Sri Lanka was the main news peg for journalists to write about coastal and marine biodiversity issues.

Through the fishermen conflict stories, the media has looked at stories on the social and economic significance of the ecosystem and the biological diversity of the Palk Bay. It has reported stories on the threats to the population of unique species of the region such as the dugong⁷ and threats to corals due to an aquacultured species of sea weed, *Kappaphycus alvarezii*, turning into an invasive species.⁸ The media reported about the discovery of new coral patches⁹ and increased smuggling of marine species.¹⁰

‘आयातीला प्रोत्साहन देण्यासाठी आणि त्याच्यासोबत जोडलेल्या बाबींसाठी किंवा त्याला अनुषंगिक यांची स्थापना, विकास आणि विशिष्ट आर्थिक विभागाचे व्यवस्थापन प्रदान करणे.’ हा SEZA चा नमुदा हेतू होता ज्या हेतूने या उद्दिष्टांची निर्मिती करण्यात आली आहे त्याचे प्रामाणिकपणे पालन झाले, तर SEZs ची स्थापना करण्यात जे तीव्र विरोध येत आहेत ते कदाचित येणार नाहीत.⁵

तरीही, जेव्हा किनारी समुदायांना वाटते की SEZs खाजगी विभागासाठी पार्सल जमीन होती तेव्हा संघर्ष होते. ही आवर्ती करण्यासाठी एक वस्तुस्थिती होती की सामान्य लोकांसाठी संस्था जसे पंचायत आणि नगरपरिषद यांचे SEZs मध्ये जास्त नियंत्रण नव्हते, आणि म्हणून घेतलेल्या निर्णयांच्या संदर्भात मताधिकारापासून वंचित केले असे समुदायांना वाटले.

जरी भुतकाळात प्रकल्पाच्या विकासासाठी जमिनीच्या बळजबरी अधिग्रहणाविरुद्ध विरोधाच्या विविध घटना घडल्या असल्या, तरी SEZA ने या नापसंतीचा समन्वय करण्यासाठी सदृश्य राष्ट्रीय ध्येय निर्माण केले. तेथे स्थानिक आंदोलने, स्थानिक समुदाय, पोलिस आणि प्रशासनामध्ये शत्रुत्व, राजकीय निषेध आणि संसदेमधील प्रश्न होते. सर्वात दृश्य, तरीही, नंदिग्राम, पश्चिम बंगालमध्ये SEZ रासायनिक-विभागविरुद्ध निषेध आणि स्टील विभाग SEZ चे POSCO इंडिया प्रा. लि. चे स्टील विभागाशी संबंधित वाद होते.

काही ठिकाणी स्थानिक विरोधक नॅशनल अलायंस ऑफ पिपल्स मुव्हमेंट्स (NAPM) सोबत भागीदार होऊ शकले, पर्यावरणीय आणि सामाजिक संस्थेची युती, आणि त्यांच्या निषेधाला राष्ट्रीय महत्व दिले. अश्याप्रकारे स्थानिक समुदाय आपला विरोध राजकीय दृष्टिकोनातून व्यक्त करू शकला.

8.6.3 कोळ्यांचे संघर्ष

भारतात, प्रसार माध्यमांसाठी स्वारस्य असलेल्या इतर समस्या आहेत कोळ्यांचे संघर्ष, पाकिस्तान आणि श्रीलंकेसोबत दोन्ही आंतरदेशीय आणि आंतरराष्ट्रीय, काही वेळेला आंतर जिल्हेसुद्धा! पर्यावरण राजकीय सीमा पाळत नाही, पण पर्यावरणीय पत्रकार सामान्यतः राजकीय पर्यावरणीय कथा अनुसरण करतांना राजकीय कारण घेतात, आणि हे विशेषतः दोन किंवा अधिक राष्ट्रीय सीमांच्या जवळ असलेल्या क्षेत्रांमधील किनारी आणि समुद्री पर्यावरणीय कथांना हाताळतांना असते.

म्हणून, प्रसार माध्यमे भारत आणि पाकिस्तान मधील कच्छचे रण आणि भारत आणि श्रीलंकेमधील पाल्क बे प्रांताला सहसा राजकीय वळण देत असतात. या पर्यावरणीय संवेदनशील क्षेत्रामध्ये जेव्हा सीमेवर कोळ्यांना अटक करण्यामुळे कथा निर्माण होतात तेव्हा प्रसार माध्यमांचे लक्ष तिकडे वळते.

प्रसार माध्यमांच्या क्षमतेला असलेली पाल्क बे⁶ मध्ये मूल्यांकनाची गरज, दर्शविते की भारत आणि श्रीलंकेतील कोळी संघर्ष पत्रकारांसाठी किनारी आणि समुद्री जैवविविधता समस्यांबद्दल लिहिण्यासाठी मुख्य बातमीचे कारण आहे.

कोळ्यांच्या संघर्ष कथांमधून, प्रसार माध्यमे पाल्क बेचे परिस्थितीची आणि जीवशास्त्रीय वैविध्याचे सामाजिक आणि आर्थिक महत्व म्हणून पाहिले आहेकृत्याने ‘डुगोंग’ सारख्या क्षेत्रांच्या दुर्मिळ प्रजातीच्या लोकसंख्येवरील जोखीमांवर आणि समुद्री तण, *कप्पाफिकस अल्वरझी* एक आक्रमक प्रजाती म्हणून उदभवत असल्यामुळे प्रवाळींना होणाऱ्या धोक्यांबद्दल कथा नोंदवल्या.⁸ प्रसार माध्यमाने नवीन कोरल पॅचेसच्या⁹ शोधावर आणि समुद्री प्रजातीच्या वाढत्या तस्करीवर अहवाल दिला¹⁰

5 Jenkins, Rob; Kennedy, Loraine; and Mukhopadhyay, Partha (editors). 2014. Power policy and protest: The politics of India's special economic zones. Oxford University Press.

6 Khera N, et al. Capacity development needs for sustainable management of marine and coastal protected areas in India: A cross-sector assessment. *Envis Bulletin*. 2014;15.

7 Scott DJW. Dugong under threat in Gulf of Mannar. *The Hindu*. 8 Oct 2013.

8 Oppili P. Invasive seaweed destroying coral colonies in Gulf of Mannar. *The Hindu*. 18 Mar 2011.

9 Live patch corals discovered in Palk Bay. *The Hindu*. 5 Sep 2014.

10 Vashishtha A. Illegal trade of marine species on a sharp rise. *Mail Today*. 27 Apr 2014.

5 जेनकिन्स, रॉबय केनेडी, लोरेनय आणि मुखोपाध्याय, पार्थ (संपादक). 2014. पॉवर पॉलिसी अँड प्रोटेस्ट्स रू द पॉलिटिक्स ऑफ इंडियाज स्पेशल इकॉनॉमिक झोन्स, ऑक्सफर्ड युनिव्हर्सिटी प्रेस.

6 खेरा एन, आणि अन्य. भारतातील समुद्री आणि किनारी संरक्षित क्षेत्रांच्या शाश्वत व्यवस्थापनासाठी क्षमता विकासाच्या गरजा. एन्वीस बुलेटीन, 2014; 15.

7 स्कॉट डीजेडब्ल्यू. मन्नारच्या आखातामध्ये जोखमात डूगोंग, द हिंदू, 8 ऑक्टोबर 2013.

8 ओपिली पी. मन्नारच्या आखातामध्ये प्रवाळाच्या वसाहती उध्वस्त करणारे आक्रमक तण, द हिंदू, 18 मार्च 2011.

9 पाल्क उपसागरात सजीव पॅच प्रवाळ आढळले, द हिंदू, 5 सप्टेंबर 2014.

10 वशिष्ठ ए, समुद्री प्रजातींच्या अवैध व्यापारात तीक्ष्ण वृद्धी, मेल टुडे, 27 एप्रिल 2014.

There is an environmental basis for the Rann of Kutch issue.¹¹ Like in the conflict in the Palk Bay, the fishermen conflict in the Rann of Kutch is related to a decline in fisheries and marine resources. Too many people fishing too much has resulted in the resource crisis. Growing level of pollution, mechanised fishing and aquaculture have also contributed to this. Destruction of mangroves, changes in salinity and water temperature have further added adverse impact.

Sometimes the conflict between fishermen of different districts makes news. As in the case of Karnataka where fishermen of Dakshina Kannada district and Mangalore in particular have often clashed with those from the neighbouring Uttara Kannada district. The factors causing this vary from difference in their economic strata by access to and wealth from newer fishing methods, as also territorial issues.

8.6.4 CRZ conflicts

The other big stories in the past few years have been related to vanishing coastlines due to sea erosion and the direct effect on coastal tourism; the government's contentious policies of CRZ, the Coastal Regulatory Zone, that seemingly favours industry while further displacing fishermen communities.

Environmental projects though are the most natural choice of media, whether television or print. Nothing seems to arouse the interest of the media as much as visuals of men and women who have taken a stance against the project. Besides rightfully taking up the cause of those affected, it helps that protesting people make for stronger visuals than just a calm unspoken sea!

8.6.5 Coastal tourism

There is something about the sea that is compelling, awe-inspiring no matter how many times you look at it. And for those who live far away from its shores, the sea can be a magnet.

It is this combined element of fun, mystery and adventure that can be harnessed under the banner of coastal tourism. Depending on the location of the beaches and the nature of their formation, the places in the shore area can be developed into adventure sport zones or religious and cultural centres.

There are many stories on tourism, and also on the resource conflicts that tourism generates in the media.

Karnataka has set an interesting example by developing its coastal district circuit as tourist zones. All along the Dakshina Kannada coast, many old renowned temples stand in the backdrop of the majestic sea. One of them is considered the world's tallest Shiva statue and tourists flock to see this, adding to the revenue and prosperity of the small town. On the east coast, Odisha's famous temple town of Konark which has the world-renowned temple is by the sea-side. Pristine white beaches that are a delight to watch have the potential to be a great beach/sports destination and earn much required revenue for the State's coffers.

कच्छचे रण समस्यांसाठी पर्यावरणीय आधार आहे.¹¹ पाल्क बेट्या संघर्षाप्रमाणेच कच्छच्या रणमधील कोळ्यांचे संघर्ष मत्स्योद्योग आणि समुद्री स्त्रोतातील उतरत्या कलेशी संबंधित आहे. खूप जास्त लोक खूप जास्त मासेमारी करतात ज्याच्या परिणामी साधनसामग्री संकट निर्माण होते. वाढती लोकसंख्या, यांत्रिक मासेमारी आणि जलजीवनानेही याला योगदान दिले आहे. खारफुटीचा विध्वंस, पाण्याचा खारटपणा आणि तापमानात बदलाचे आणखी विपरीत परिणाम जोडले जातात.

काही वेळी विभिन्न जिल्ह्यातील कोळ्यांमध्ये संघर्षाची बातमी तयार होते. जसे कर्नाटकच्या स्थितीमध्ये जेथे दक्षिण कन्नड जिल्हा आणि मंगलोरचे विशेषकरून त्यांच्या बाजूच्या उत्तर कन्नड जिल्ह्याशी भांडण झाली आहेत. या मतभेदाची कारणे प्राप्त करण्यानुसार त्यांचा आर्थिक स्तर, नव्या मासेमारी पद्धतीपासून मिळणारी संपत्ती आणि तसेच प्रांतीय बाबी आहेत.

8.6.4 CRZ संघर्ष

मागच्या काही वर्षांमध्ये इतर मोठ्या कथा सागरी धूपेमुळे किनारपट्ट्या नाहिश्या होण्याशी आणि किनारी पर्यटनावर प्रत्यक्ष प्रभावाशी संबंधित आहेत; सरकारचे CRZ ची सतत धोरणे, किनारी नियामक विभाग, जे कोळी समुदायांना पुढे विस्थापीत करत उद्योगावर आणखी उपकार करते यासर्वांशी संबंधित आहेत.

दूरदर्शन किंवा छापील यापैकी कोणतेही असो, पर्यावरणीय प्रकल्प जरी प्रसार माध्यमांची सर्वात नैसर्गिक निवड आहे. प्रकल्पाविरुद्ध भूमिका घेतलेल्या पुरुष आणि स्त्रीयांच्या दृष्यांतर्क प्रसार माध्यमांना अन्य कोणत्याही बाबीत स्वारस्य असल्याचे दिसत नाही. बाधित लोकांच्या कारणासाठी हक्काच्या बाजूने उभे राहण्याव्यतिरिक्त, यामुळे केवळ एक शांत बोलणारा सागरापेक्षा अधिक मजबुतीसाठी आंदोलक लोकांची मदत करते.

8.6.5 किनारी पर्यटन

समुद्राबद्दल काहीतरी आहे जे आकर्षक आहे, दरारा निर्माण करते मग तुम्ही कितीही वेळेला त्याकडे पहा. आणि जे समुद्र किनाऱ्यापासून खूप दूर रहातात, त्यांच्यासाठी तर समुद्र चुंबक असतो.

हा एक असा मौज, गुपित आणि साहसाचे एकत्रित घटक आहे जो किनारी पर्यटनाच्या फलकांतर्गत सज्ज आहे. किनाऱ्याच्या प्रकार आणि निर्मितीच्या प्रकारवर अवलंबून, किनारी विभागातली ठिकाणे साहसी खेळ विभाग किंवा धार्मिक आणि सांस्कृतिक केंद्र यामध्ये विकसित केली जातात.

पर्यटनावर अनेक कथा आहेत, तसेच अनेक स्त्रोत संघर्ष आहेत जे पर्यटन प्रसार माध्यमांमध्ये निर्माण करते.

कर्नाटकने त्याच्या किनारी जिल्या वर्तुळाला पर्यटन विभाग म्हणून विकसित करून मनारंजक उदाहरण पुढे ठेवले आहे. दक्षिण कन्नड किनारपट्टीवर सर्वत्र, अनेक जुने प्रसिद्ध देवळे भव्य समुद्री पार्श्वभूमीवर उभे आहेत. त्यापैकी एक जगातील सर्वोच्च शिव स्थिती मानले जाते आणि पर्यटक त्याला पहाण्यासाठी घोळका करतात, जे लहान गावाला महसूल आणि समृद्धी देत आहे. पूर्वीय किनारपट्टीवर, ओडीशाचे प्रसिद्ध मंदीर असलेले कोनार्क गाव आहे जेथे समुद्र किनाऱ्याचे जगप्रसिद्ध देऊळ आहे. प्रिस्टाईन पांढरे किनारे नयनरम्य आहेत, त्यांच्यात सर्वात सुंदर किनारे/खेळांसाठी ठिकाणे आणि राज्याच्या खजिन्यासाठी भरपूर महसूलही मिळवून देऊ शकण्याची क्षमता आहे.

11 Gupta C, Sharma M. Blurred borders: Coastal conflicts between India and Pakistan. Economic and Political Weekly. 3 Jul 2004.

11 गुप्त सी, शर्मा एम. ब्लर्ड बॉर्डर्स: भारत आणि पाकिस्तान दरम्यानचा किनारी संघर्ष. इकॉनॉमिक आणि पॉलिटिकल विकली. 3 जुलै 2004



8.7 How to get media attention on coastal issues?

Since 1991, when economic reforms were initiated, the main theme of media reporting has been economic development in the country. Thus, to present the importance of coastal and marine conservation to the media, there is a need to emphasize that conservation has positive economic impacts.

It would help to introduce the concept of sustainability to the media. This can be strengthened with the importance of ecosystem services that conservation can provide.

Obviously these concepts will not have an impact with the media if presented without a context. They can be introduced when the media is covering an event or an issue. For instance, if there is newspaper coverage on the forest department breaking a smuggling ring that has been stealing sea cucumber across the international border in Palk Bay, that is the time to talk about what role the animal plays in the web of life in the bay ecosystem, its ecosystem services, and what is the threshold to which it can be harvested sustainably. The concepts of sustainability and carrying capacity can also be introduced when there are media stories of virginal beaches getting destroyed due to irresponsible coastal tourism.

8.7.1 The concept of sustainability

When there are developments along the coast, the questions that are often asked are: how much is too much, when should development stop, and till when is it sustainable to develop?

The three broad approaches to sustainability are said to include the economic, the ecological and socio-cultural.¹² The economic approach to sustainability aims at the maximum flow of income that can be generated while maintaining the stock of assets. The ecological approach to sustainability seeks stability of biological and physical systems. The emphasis here is to preserve the resilience and dynamic ability of natural systems and sub-systems, including man-made environments like cities, to adapt to change. The socio-cultural

¹² Munasinghe M. 1993. Environmental economics and sustainable development. World Bank publications.

8.7 किनारी समस्यांकडे प्रसार माध्यमांचे लक्ष कसे वेधावे?

1991पासून, जेव्हा आर्थिक सुधारणांची सुरुवात झाली, तेव्हा प्रसार माध्यमांच्या बातम्यांमध्ये लेखनाचा मुख्य विषय होता देशातील आर्थिक विकास. म्हणून प्रसार माध्यमाला किनारी आणि समुद्री संवर्धनाचे महत्त्व प्रस्तुत करण्यासाठी, संवर्धनामध्ये सकारात्मक आर्थिक प्रभाव आहेत यावर जोर देणे आवश्यक आहे.

हे प्रसार माध्यमाला शाश्वततेच्या कल्पनेची ओळख करून देण्यास मदत करेल. हे संवर्धन देऊ करत असलेल्या परिस्थितीची सेवांच्या महत्त्वासह याला भक्कम केले जाऊ शकते.

जर संदर्भाशिवाय प्रस्तुत केले तर जाहीरपणे या तीन संकल्पनांचा प्रसार माध्यमांवर प्रभाव पडणार नाही. ते जेव्हा प्रसार माध्यमे समस्येला वार्ताकन करत असतील तेव्हा सुरु केले जाऊ शकते. उदाहरणार्थ, जर पाल्क बेटाच्या आंतरराष्ट्रीय सीमेपलीकडे सागरी काकडी चोरीवर वन्यविभागाच्या तस्करी वलय तोडण्यावर वार्ताकन असेल, तेव्हा त्या आखाताच्या परिस्थितीतील जीवनात त्या प्राण्याच्या भुमिकेविषयी, त्याच्या परिस्थितीची सेवांविषयी आणि त्याला शाश्वतपणे सांभाळण्याच्या मार्गांविषयी बोलण्याची ती वेळ असते. जेव्हा अत्यंत किनारे बेजबाबदार किनारी पर्यटनामुळे विस्थापीत होण्याच्या कथा प्रसार माध्यमात असतील, तेव्हा शाश्वततेची संकल्पना आणि पार पाडण्याची क्षमताही सुरु केली जाऊ शकते.

8.7.1 शाश्वततेची संकल्पना

जेव्हा किनाऱ्यासोबत विकास असतो, नेहमी विचारले जाणारे प्रश्न असतात: फार जास्त म्हणजे किती, विकास केव्हा थांबवावा, आणि केव्हापर्यंत विकास शाश्वत असतो?

शाश्वततेला तीन व्यापक दृष्टिकोनमध्ये समावेश आहे आर्थिक, परिस्थितीक आणि सामाजिक-सांस्कृतिक असे म्हटले जाते.¹² शाश्वततेला आर्थिक दृष्टिकोन मिळकतीच्या अशा कमालीच्या प्रवाहाला ध्येय ठेवतो जो मालमत्तेचा साठा राखतांना निर्माण केला जातो. शाश्वततेला परिस्थितीक दृष्टिकोन जीवशास्त्रीय आणि भौतिक प्रणालीची स्थिरता शोधतो. येथे नैसर्गिक प्रणाली आणि उप-प्रणाली, बदलाशी जुळवून घेण्यासाठी मानव निर्मित शहरासारख्या पर्यावरणासहीत सर्वांची लवचिकता आणि गतिक क्षमता जोपासणे यावर भर आहे. शाश्वततेतील सामाजिक-सांस्कृतिक दृष्टिकोन सामाजिक आणि

¹² मूनसिंगे एम. 1993. पर्यावरणीय अर्थशास्त्र आणि शाश्वत विकास, वर्ल्ड बँक पब्लिकेशन्स

approach to sustainability focuses on maintaining the stability of social and cultural systems and the reduction of conflict. The concepts of inter- and intra-generational equity are critical to this approach.

What does this mean for the coasts? Development should not cross the boundary where it depletes the natural assets beyond the point of their regenerative capacity, it destroys the balance between the life forms and the habitats, and leaves no resources for the deprived in this generation and those of future generations.

The Convention on Biological Diversity (CBD) defines sustainable use of biodiversity thus.¹³ “Sustainable use” means the use of components of biological diversity in a way and at a rate that does not lead to the long-term decline of biological diversity, thereby maintaining its potential to meet the needs and aspirations of present and future generations.

8.7.2 Ecosystem Services: provisioning, regulating, supporting and cultural ecosystem services

The Millennium Ecosystem Assessment of 2005¹⁴ (MEA) defines Ecosystem services as the benefits people obtain from ecosystems. They illustrate the link between interactions of species with each other and physical environment, as well as the usefulness of these functions for the well-being of people, in terms of wealth, nutrition and security. Ecosystems provide a variety of benefits to people, including provisioning, regulating, cultural, and supporting services.

The report defines ecosystems as a dynamic complex of plant, animal and microorganism communities and their non-living environment interacting as a functional unit. Biodiversity is the foundation of resilient ecosystems supporting vast array of ‘functions’. Genetic, species (animal and plant) and habitat diversity have important roles to play in the ecosystem functioning, such as enabling the development or natural evolution of breeds and races that thrive under a variety of environmental conditions; provision of food, building materials, energy and medicines; and functions such as pollination, waste assimilation, water filtration and distribution of seeds and nutrients. Changes in biodiversity can influence all these functions (e.g. pollination, nutrient cycling) and products arising out of these (e.g. food, medicinal plants). While the variety of life and diversity of living species has an intrinsic value independent of any human concern, here, we will discuss the value in relation to human beings i.e. ecosystem services, a concept which is the principal framework for expressing the “usefulness” of biodiversity. The concept of Ecosystem Services is becoming popular as a way to encourage discussion about the dependence of people on nature and what this means both socially and economically.

सांस्कृतिक प्रणालीची स्थिरता राखण्यावर आणि संघर्ष घटवण्यावर केंद्रीत करते. पिढ्यांतर्गत समानता या संकल्पना या दृष्टिकोनासाठी महत्त्वाच्या आहेत.

किनाऱ्यासाठी याचे काय महत्व आहे? विकासाने सीमेला ओलांडू नये जेथे ते त्यांच्या पुनरुत्पादक क्षमतेच्या बिंदूच्या पलिकडे नैसर्गिक मालमत्तेला रिक्त करत असेल, त्या जीवन प्रकार आणि त्यांच्या वस्तीस्थानादरम्यानचा समतोल नष्ट करते आणि आणि या पिढीसाठी आणि भविष्यातील पिढ्यांसाठी साधनसामग्रींना हिरावून घेतलेले नसावे.

जीवशास्त्रीय वैविध्यावर अधिवेशन जैवविविधतेचा (CBD) शाश्वत उपयोग स्पष्ट करते त्यामुळे.¹³ ‘शाश्वत वापर’ म्हणजे जीवशास्त्रीय वैविध्याच्या घटकांचा अशा मार्गाने आणि अश्या दरावर उपयोग जो दीर्घकालीन जीवशास्त्रीय वैविध्याच्या घटकाडे जात नाही, त्यामुळे वर्तमान आणि भविष्यातील पिढ्यांच्या महत्त्वाकांक्षा आणि गरजा पूर्ण करण्यासाठी मदत मिळेल.

8.7.2 परिस्थितीकी सेवा: पुरवठा, नियमन, आधारभूत आणि सांस्कृतिक परिस्थितीकी सेवा

2005 चे द मिलिनियम इकोसिस्टम असेसमेंट¹⁴ (MEA) परिस्थितीकीकडून लोकांना मिळालेले लाभ म्हणून परिस्थितीकी सेवांना स्पष्ट करते. ते प्रजातींच्या परस्पर क्रिया आणि भौतिक पर्यावरणाच्या आणि तसेच या कार्याचे लोकांच्या कल्याणासाठी संपत्ती, पोषक तत्वे आणि सुरक्षेच्या दृष्टिने उपयोग दरम्यानच्या संबंधांना स्पष्ट करतात. परिस्थितीकी लोकांना पुरवठा, नियमन, संस्कृती आणि आधारभूत सेवांचे विविध लाभ प्रदान करते.

अहवाल वनस्पती, प्राणी आणि सुक्ष्मजीव समुदाय आणि त्यांचे कार्यकारी एकक म्हणून निर्जिव पर्यावरण परस्पर संवाद यांचा गतीक संयोग म्हणून परिस्थितीकीला स्पष्ट करतो. जैवविविधता लवचिक परिस्थितीकीचा पाया आहे जो ‘कार्याच्या’ विशाल रचनेला आधार देतो. अनुवंशिक, प्रजाती (प्राणी आणि वनस्पती) आणि वस्तीस्थाने वैविध्याची परिस्थितीकी कार्यामध्ये पार पाडण्याची महत्त्वाची भूमिका आहे, जसे की जातीच्या विकास किंवा नैसर्गिक मूल्यांकनाला आणि पर्यावरणीय स्थितींमध्ये, पोसल्या जाणारे वंश सक्षम करणे; अन्न पुरवठा, इमारतीची सामुग्री, उर्जा, आणि औषधी यांची तरतूद; आणि कार्य जसे परागसिंचन, कचरा एकत्र करणे, पाणी गाळणे आणि बिया आणि पोषक तत्वांचे वितरण. जैवविविधतेतील बदल या सर्व कार्यावर प्रभाव टाकते (उदा. परागसिंचन, पोषकतत्वे सायक्लिंग) आणि यापासून होणारी उत्पादने (उदा. अन्न, औषधीयुक्त वनस्पती). जेव्हा जीवनाची विविधता आणि जीवंत प्रजातीच्या वैविध्याला महत्त्वाची मूल्य आहेत, कोणत्याही मानवी संबंधापेक्षा स्वतंत्र, येथे आपण मानवाच्या संबंधात मूल्यांची चर्चा करू म्हणजेच परिस्थितीकी सेवा, एक अशी संकल्पना आहे जी जैवविविधतेच्या ‘उपयोग’ची मुख्य चौकट आहे. परिस्थितीकी सेवेची संकल्पना प्रसिद्ध होत आहे, कारण हा एक मार्ग आहे लोकांच्या निसर्गाविषयी अवलंबत्वाची चर्चा करण्यास प्रोत्साहित करण्याचा जे सामाजिक आणि आर्थिक दोन्ही दृष्टीने आहे.

¹³ <http://www.cbd.int/convention/articles.shtml?a=cbd-02>

¹⁴ Millennium Ecosystem Assessment, 2005. Ecosystems and Human Well-being: Synthesis. Island Press, Washington, DC.

¹³ <http://www.cbd.int/convention/articles.shtml?a=cbd-02>

¹⁴ मिलेनियम इकोसिस्टम असेसमेंट, 2005. इकोसिस्टम्स अँड ह्युमन वेल-बीइंग: सिंथेसिस. आयलँड प्रेस, वॉशिंग्टन, डीसी.

8.8 Strategic communication for media relations

For effective media relations there is a need to build communication bridges with appropriate journalists before an event happens or an issue arises. A relationship of trust has to be built beforehand, which can be tapped into when an event happens or a crisis develops. Media relations have to be a part of strategic communication policy for the MPA.

Strategic communication involves communicating the right message to the right people through the right medium at the appropriate time.

8.8.1 Four principles:

There are four principles to strategic communication:¹⁵

- 1. Understand what the media needs.** It is not enough to say that we have this information, let us give it to the media. This information is unlikely to be used by the media. Instead, it helps to make an effort to understand what the media needs and provide it to them. Thus, if there is an oil slick in Palk Bay and suddenly the media has the need to write about the ecosystem of the bay, the MPA managers should be in a position to use this window of opportunity to articulate the uniqueness of the ecosystem and the need to conserve it.
- 2. The whole is more than the sum of the parts.** In media relations it is difficult to understand the larger picture at any given point of time. Situations change, events and crises can happen. It is when these developments take place that we realise the importance of media relations bridges that we have built and laid in place beforehand. If we have built trust beforehand with the journalists, they will trust our words even during a crisis. So every small bit of effort we have made to build bridges with journalists has a higher payback than what was invested in times of need. The whole impact of media relations as part of strategic communication is more than the sum of the parts we would have invested in building these bridges.

For instance, if the MPA managers at Palk Bay had taken the journal

¹⁵ Warrier, S. Gopikrishna. Media relations: Principal tools, methods and ethics.

8.8 प्रसार माध्यमांच्या संबंधी नीति संप्रेषण

प्रभावी प्रसार माध्यम संबंधासाठी योग्य पत्रकारासोबत कार्यक्रम होण्यापूर्वी किंवा समस्या उभी रहाण्यापूर्वी संपर्काचे पूल बांधणे आवश्यक आहे. विश्वासाचे नाते सर्वात आधी निर्माण करणे आवश्यक आहे, जे कार्यक्रम होतांना किंवा समस्या निर्माण झाली तेव्हा उपयोगात आणले जाऊ शकते. MPA साठी प्रसार माध्यम संबंध नीति संप्रेषण धोरणाचा भाग असावा.

धोरणात्मक संपर्कांमध्ये योग्य संदेश योग्य लोकांना योग्य माध्यमाद्वारे योग्य वेळेला देण्याचा समावेश आहे.

8.8.1 चार तत्वे:

धोरणात्मक संपर्कासाठी ही चार तत्वे आहेत:¹⁵

- 1. प्रसार माध्यमाला काय हवे आहे हे समजणे.** आमच्याकडे ही माहिती आहे इतके म्हणणे पुरेसे नाही, तर ती प्रसार माध्यमाला देऊ या. ही माहिती प्रसार माध्यमाला काय हवे आहे हे समजण्यासाठी प्रयत्नात आणि त्यांना देण्यात मदत करेल. म्हणून, जर पाल्क बेमध्ये तेलामुळे निसरडे झाले असेल, आणि अचानकच प्रसार माध्यमाला पाल्क बेच्या परिस्थितीकीवर लिहायचे असेल, तर MPA व्यवस्थापक परिस्थितीकीच्या विशिष्टतेबद्दल स्पष्ट करण्यासाठी संधीची खिडकी वापरण्याच्या आणि जतन करण्याच्या स्थितीत असावेत.
- 2. भागांच्या बेरजेपेक्षा संपूर्ण मोठे असते.** प्रसार माध्यम संबंधांमध्ये कोणत्याही दिलेल्या वेळी मोठे चित्र समजणे कठीण असते. परिस्थिती बदलते, प्रसंग आणि समस्या येऊ शकतात. ही ती वेळ असते जेव्हा विकास होतो आणि आपण पूर्वीपासून बांधलेल्या आणि जागेवर टाकलेल्या प्रसार माध्यम संबंधांच्या पूलाचे महत्त्व समजते. जर आपण पत्रकाराचा पूर्वीपासून विश्वास संपादन केला असेल, ते आपल्या शब्दावर समस्येमध्येही विश्वास करतील. म्हणून आपण पत्रकारासोबत पूल बांधण्यासाठी केलेला प्रत्येक लहान प्रयत्नाची आवश्यकतेच्या वेळेला केलेल्या गुंतवणूकीपेक्षा मोठी परतफेड मिळते. धोरणात्मक संपर्काचा भाग म्हणून प्रसार माध्यमाचा संपूर्ण प्रभाव आपण हे पूल बांधण्यासाठी गुंतवले असते त्याच्या सर्व भागांच्या बेरजेपेक्षा जास्त आहे.

उदाहरणार्थ, जर पाल्क बेमध्ये MPA व्यवस्थापकाने पूर्वी पत्रकार मन्नारच्या आखात

¹⁵ वारियर, एस. गोपालकृष्ण. मीडिया रिलेशन्स : प्रिन्सिपल तुलस, मेथड्स अँड एथिक्स

ists to one of the Gulf of Mannar islands earlier, it would help the journalists to write about the impact of sea level rise due to climate change, or the impact of high tidal waves during a cyclone or tsunami. As a result, it would be easier for the journalists to appreciate that a wave that is one metre higher than usual can cause damage to the islands, and it is difficult for the managers to prevent this damage. This can avoid the kind of stories that come routinely after such events that state the damage has happened because of the MPA managers' neglect.

3. **Traffic flows on bridges unexpectedly.** MPA managers should never avoid any situation that can help them build trusted communication bridges with journalists. Only when these bridges are built beforehand does the journalist know that manager X is a trustworthy source of information. This will ensure that whenever the journalist has to follow a story that is related to the manager's work, the journalist would get in touch with the manager. The communication bridges cannot be built at the time of an event or a crisis. It is better to build them earlier, and suddenly when there is need, traffic will flow on the bridge unexpectedly. Many journalists following environmental stories for the national and international media often take their story leads from local stories. So if we have built our bridges with the local journalists, we may even receive that unexpected call from National Geographic wanting to write about our MPA.
4. **Strategic communication is a process and not a product. If we do the process right, we can expect the result to be positive.** In media relations it is not always possible to see an immediate link between cause and effect. Thus, every time we talk to a journalist, we may not see a story. But every time we talk we talk with a journalist and invest in the process of communication, we can expect the product (the coverage whenever that happens) to be positive.

बेटांपैकी एकामध्ये नेलेले असेल, तर पत्रकाराला हवामान बदलामुळे समुद्री पातळीच्या वाढीच्या प्रभावावर, किंवा चक्रीवादळ किंवा त्सुनामीच्या दरम्यान उच्च भरतीच्या लाटांचा परिणाम लिहिण्यास मदत करेल. परिणामी, पत्रकाराला नेहमीपेक्षा एक मीटर उंच लाट बेटाला नुकसान पोहोचवू शकते, आणि MPA व्यवस्थापकाला या नुकसानाला रोखणे अवघड आहे हे समजणे सोपे जाईल. यामुळे MPA व्यवस्थापकाच्या निष्काळजीपणामुळे नुकसानाची स्थिती निर्माण झाली अश्या तयार होणाऱ्या कथांपासून अश्या प्रसंगी वाचवण्यास मदत करेल.

3. **पूलावर अनपेक्षितपणे वाहतूक वाढ.** MPA व्यवस्थापकाने पत्रकारासोबत विश्वसनीय संपर्काचा पूल निर्माण करण्याची कोणतीही स्थिती कधीच टाळू नये. जेव्हा पत्रकाराला हे माहित असते की अमुक व्यवस्थापक हा विश्वासयोग्य माहितीचा स्रोत आहे तेव्हाच हे पूल बनतात. हे याची खात्री देते की जेव्हाही पत्रकाराला व्यवस्थापकाच्या कामाशी संबंधित एखाद्या कथेचा पाठपुरावा करायचा असतो, पत्रकार व्यवस्थापकाशी संपर्क करेल. प्रसंगाच्या वेळी किंवा समस्येच्यावेळी संपर्काचा पूल निर्माण करता येत नाही. तो पूर्वीच निर्माण करणे उत्तम असते, आणि जेव्हा अचानक गरज असते, वरदळ अनपेक्षितपणे पूलाचा मागोवा घेत पुढे सरकते. राष्ट्र आणि आंतरराष्ट्रीय यासाठी पर्यावरणात्मक कथांचा पाठपुरावा करणारे अनेक पत्रकार स्थानिक कथांमधूनच आलेले असतात. म्हणून जर स्थानिक पत्रकारांशी आपला पूल निर्माण केला तर, आपल्याला कदाचित आपल्या MPA बदल लिहिण्यासाठी नॅशनल जिओग्राफिक कडून अनपेक्षित कॉल येऊ शकतो.
4. **घोरणात्मक संपर्क उत्पादन नाही तर एक प्रक्रिया आहे. जर आपण योग्य प्रक्रिया केली तर, आपण सकारात्मक परिणामाची अपेक्षा करू शकतो.** प्रसार माध्यमाच्या संबंधामध्ये कारण आणि प्रभावाच्या दरम्यान त्वरीत दूवा पहाणे नेहमीच शक्य नसते. म्हणून, जेव्हाही आपण पत्रकाराशी बोलतो, आपण कदाचित कथा पाहू शकणार नाही. पण जेव्हाही आपण पत्रकाराशी बोलतो तर आपण संपर्काच्या प्रक्रियेत पत्रकाराशी बोलतो आणि संभाषणात गुंतवणूक करतो, आपण उत्पादनाची (जेव्हाही ते घडते तेव्हा वार्ताकन) सकारात्मक होण्याची अपेक्षा करू शकतो.

8.9 Conventional and time-tested tools for engaging with the media

8.9.1 Press release or press statement

A written press release or a press statement is the primary tool for media relations. It will articulate in black and white what the MPA managers want to communicate to the journalists. A press release helps avoid ambiguities in the communication.

A press release should preferably not more than two pages. It should focus with not more than one main idea. There can be two or three supplementary ideas, but the focus of the press release on one main idea. It should answer all the immediate questions of the journalists – i.e., it should answer the who, where, when what, why and how (5Ws and 1H) in its lead paragraph.

Since the main purpose of a press release is to help the journalists write a clear, straightforward story, it should be written in the same form in which a news report is written in a newspaper. The most important paragraphs should be the early ones and the less important ones in the end. This is what is known as 'the inverted pyramid' style of writing in journalistic parlance.

Writing in simple, straight sentences in an active voice will increase the effectiveness of the press release. Avoid jargon. For instance, if you say CBD-CoP, explain that it stands for the conference of parties to the Convention on Biological Diversity. One line on what the CBD is will also be helpful, since many of the journalists who receive the press release need not be specialising in environmental journalism.

The press release should quote at least one official concerned, for instance the director of the MPA. It should also have the name and contact details of one official whom the journalists can contact for further information. This need not be that of the director, but that of the official whom the director has nominated to be the spokesperson with the media.

8.9 प्रसार माध्यमांबरोबर संलग्न होण्यासाठी पारंपारिक आणि वेळेची वाचणी केलेली साधने

8.9.1 वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रक किंवा वृत्तपत्र निवेदन

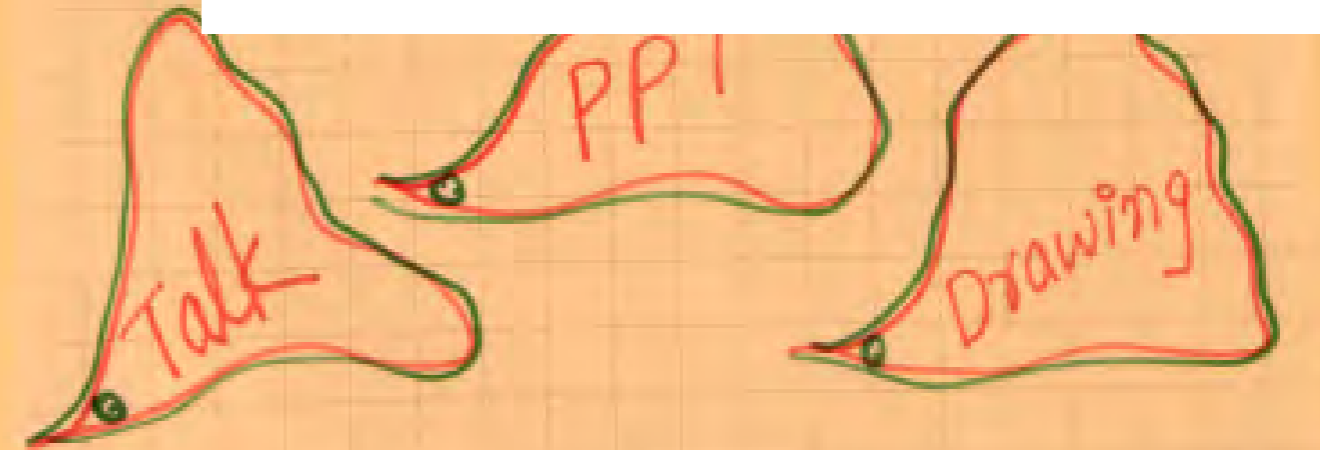
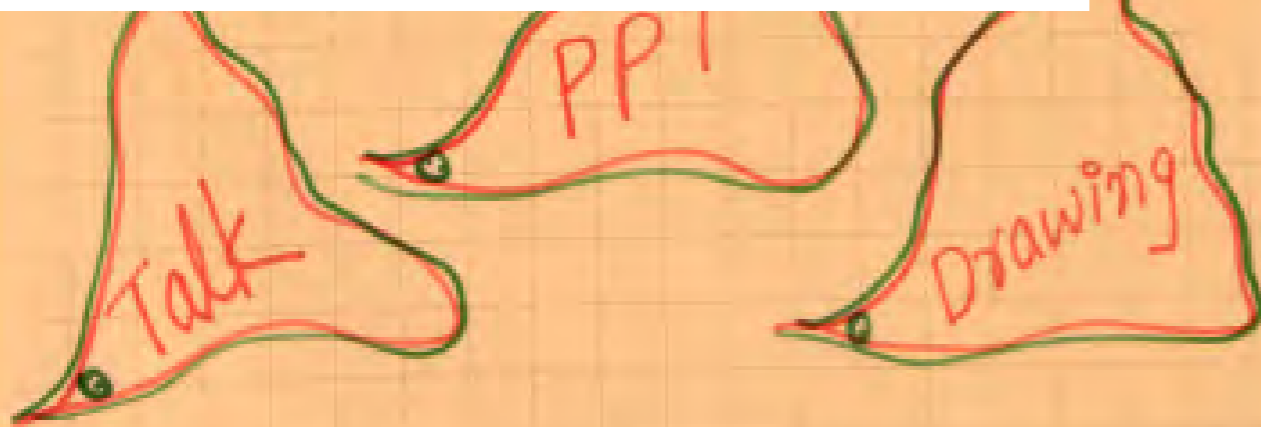
लेखी वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रक किंवा वृत्तपत्र निवेदन हे प्रसार माध्यम संबंधांसाठी प्राथमिक साधन आहे. ते MPA व्यवस्थापक, पत्रकारांना जे सांगू इच्छितात, ते लिखित स्वरूपात स्पष्टपणे व्यक्त करेल. संवादांमधील अस्पष्टता वृत्तपत्राचे प्रसिध्दीपत्रक टाळू शकेल.

वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रक शक्यतो दोन पानांपेक्षा जास्त नसावे. त्यामध्ये एकापेक्षा जास्त विचारांवर लक्ष केंद्रित केलेले नसावे. दोन किंवा तीन पूरक विचार असू शकतात, पण वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रकाचे लक्ष एका मुख्य विचारावर केंद्रित असावे. त्याने पत्रकारांच्या त्वरित प्रश्नांना उत्तरे द्यावीत – जसे की त्याने मुख्य परिच्छेदात कोण, कोठे, केंव्हा, काय, का आणि कधी (5ws आणि 1Hs) यांची उत्तरे द्यावीत.

वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रकाचा मुख्य उद्देश पत्रकारांना एक स्पष्ट आणि सरळ बातमी लिहिण्यास मदत व्हावी हा असल्याने, वृत्तपत्रात एखाद्या बातमीचे वार्ताकन ज्या पध्दतीने लिहिले जाते, त्याच पध्दतीने ते लिहिले जावे. सगळ्यात महत्वाचे परिच्छेद सुरुवातीस आणि कमी महत्वाचे शेवटी असावेत. यालाच पत्रकारितेच्या बोलीभाषेत 'उलटा पिरॅमिड' असे म्हटले जाते.

कर्तरी प्रयोगात साध्या, सरळ वाक्यातून लिहिणे, वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रकाची परिणामकारकता वाढवेल. पारिभाषिक शब्द टाळा. उदा. जर तुम्ही CBD- CoP लिहाल, तर ते जीवशास्त्रीय अधिवेशनाच्या पक्षांच्या परिषदेसाठी आहे हे स्पष्ट करावे. वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रक मिळणारे बरेचसे पत्रकार पर्यावरणीय पत्रकारितेत विशेष नैपुण्य मिळविलेले असण्याची गरज नसल्याने, CBD काय आहे यावर एक वाक्य पुरेसे आहे.

वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रकाने किमान एखाद्या संबंधित अधिकाऱ्याचा उल्लेख करावा. अधिक माहितीसाठी पत्रकार ज्यांच्याशी संपर्क साधू शकतात अशा एका अधिकाऱ्याचे नाव आणि संपर्क तपशील त्यात असावा. हा संचालक असण्याची गरज नाही, पण तो अधिकारी ज्यास संचालकांनी प्रसार माध्यमांसाठी प्रवक्ता म्हणून नेमले आहे.



A press release is also an important tool for giving a focus to a press meeting. If the press release is given to the journalists as soon as they come for the press meeting, they know what the meeting would focus on. This would help avoiding questions that would otherwise go off at a tangent.

It would help if each MPA creates a distribution list for press releases. This can be a list of fax numbers or email addresses of journalists, and the MPA can send a press release when there is a news to report to the media. Establishing a distribution system at the MPA headquarters will ensure that the process of communicating with journalists continue even after MPA managers get transferred to other postings.

The following graphic illustrates the typical components of a press release.



पत्रकार सभेत लक्ष केंद्रित करण्यासाठी वृत्तपत्र प्रसिध्दीपत्रक हे एक महत्वाचे साधन आहे. पत्रकारांना आल्या आल्याच प्रसिध्दीपत्रक दिल्यास सभा कशावर लक्ष केंद्रित करेल हे त्यांना समजते. विषयांतर करणारे प्रश्न टाळण्यास हे मदत करेल.

प्रत्येक MPA ने पत्रकार सभेसाठी प्रसिध्दीपत्रकाची वितरण यादी तयार केल्यास मदत होईल. ही फॅक्स क्रमांकांची यादी किंवा पत्रकारांचे ईमेल पत्ते असू शकतात, आणि MPA प्रसार माध्यमांना कळविण्यासाठी बातमी असल्यास प्रसिध्दीपत्रक पाठवू शकतात. MPA मुख्यालयात वितरण प्रणाली स्थापन करून MPA व्यवस्थापकांची इतर ठिकाणी बदली झाल्यानंतरही पत्रकारांबरोबर संपर्क प्रक्रिया चालू राहण्याची खात्री करता येईल.

खालील आलेख वृत्तपत्र प्रसिध्दी पत्रकाचे वैशिष्ट्यपूर्ण घटक स्पष्ट करतात.



8.9.2 Press meeting

This is a meeting where the MPA director or other assigned officials, with or without other senior functionaries, meet the journalists to have an interaction. The interaction can last anywhere between 30 to 90 minutes, and would help convey one main idea followed by up to three supplementary ideas.

Preparing a press release is essential for keeping the press meeting focused on the issue at hand. If you want to give background information, then a separate background note can be prepared. A press release and a background note are two different documents that serve different but supportive functions.

Let us illustrate this with an example. If the MPA managers of the Gulf of Mannar National Park have called a press meeting to talk to journalists about the problems caused by the invasive sea weed *Kappaphycusalvarezii*, then the press release should talk about the problem and the solution suggested by the MPA managers. The background note can support this press release by giving a history of the conservation efforts in the Gulf of Mannar-Palk Bay area and how the National Park and the present governance structure came into being.

A background note need not follow the inverted pyramid style of writing, which is mandatory for a press release. But the background note also needs to be written in simple, straight style in active voice. Like the press release, a background note is also intended to clarify issues rather than complicate them. So avoiding jargon is a must.

A good press meeting follows a 40:60 communication model. The press meeting is begun with a welcome and a quick presentation (not PowerPoint) of the issue at hand. This presentation should not

8.9.2 पत्रकार सभा

ही अशी सभा आहे जिथे MPA व्यवस्थापक किंवा इतर नियुक्त अधिकारी वरिष्ठ कार्यकर्त्यांसह किंवा त्यांच्याशिवाय पत्रकारांना परस्पर संवादासाठी भेटतात. हे परस्पर संवाद 30 ते 90 मिनिटांपर्यंत कितीही वेळ चालू शकतात आणि एका मुख्य विचारापाठोपाठ तीन पूरक विचार व्यक्त करता येतात.

पत्रकार सभा समस्यांवर केंद्रित ठेवणे सोपे जावे यासाठी प्रसिध्दीपत्रक तयार करणे अत्यावश्यक आहे. जर तुम्हाला पार्श्वभूमीसाठी माहिती द्यायची असेल तर, एक वेगळी पार्श्वभूमी टीप तयार करता येते. प्रसिध्दीपत्रक आणि पार्श्वभूमी टीप ही दोन वेगळी कागदपत्रे आहेत जी वेगळे परंतु पूरक कार्य करतात.

उदाहरणासह स्पष्ट करूया. जर राष्ट्रीय उद्यान मन्नारचे आखात येथील MPA व्यवस्थापकांनी घुसखोर समुद्री तण काप-पफिकजलवरेझीआमुळे होणाऱ्या समस्यांबद्दल पत्रकारांशी बोलण्यासाठी पत्रकार सभा बोलावली असेल, तर प्रसिध्दीपत्रकाने समस्या आणि MPA व्यवस्थापकांनी सुचवलेले उपाय याबद्दल बोलले पाहिजे. मन्नारचे आखात-पाकचा उपसागर परिसर येथील संवर्धन प्रयत्नांचा इतिहास आणि सध्याची शासकीय संरचना कशी अस्तित्वात आली हे सांगून पार्श्वभूमी टीप या प्रसिध्दीपत्रकास आधार देऊ शकतात.

पार्श्वभूमी टीपने प्रसिध्दीपत्रकासाठी अनिवार्य असलेल्या उलटा पिरॅमिड लेखन शैलीचे अनुसरण करण्याची गरज नाही. परंतु पार्श्वभूमी टीप कर्तरी प्रयोगात,साध्या, सरळ शैलीत लिहिण्याचीही गरज आहे. प्रसिध्दी पत्रकाप्रमाणे पार्श्वभूमी टीपेचा उद्देशही गुंतागुंत न करता समस्या स्पष्ट करणे हा आहे. म्हणून पारिभाषिक शब्द टाळणे आवश्यक आहे.

एक चांगली पत्रकार सभा 40:60 अशा संपर्क नमुन्याचे अनुसरण करते. पत्रकार सभेची सुरुवात स्वागत आणि नजीकच्या समस्यांच्या जलद सादरीकरणाने (पॉवर पॉईंट नाही) होते. या सादरीकरणाने पत्रकार सभेसाठी नेमून

take more than 40% of the time allocated for the press meeting. The remaining 60% should be kept open for journalist' questions and the supplementary explanations that would follow. Thus, if a press meeting is scheduled for an hour, the initial presentation should end in 20 minutes, with 40 minutes kept aside for questions and answers.

It pays not to complicate a press meeting with multiple messages. So in the initial presentation phase there should be one main speaker, speaking about the main issue at hand. Up to two other supporting speakers can make presentations (this is not a must). Their presentation should add to the main issue at hand.

This means that during a press meeting on *Kappaphycus*, one of the speakers should not suddenly talk about Sri Lankan fishing vessels getting into Indian waters. This will confuse the main message for the press meeting. During the interactive part of the press meeting the journalists may ask about the conflict between Indian and Sri Lankan fishermen. The issue can be taken up and answered then.

If we confuse the messages during the initial presentation, there is the danger of newspapers running a story the next day with the headline that may read something like this: "Sri Lankan fishermen causing havoc in Gulf of Mannar says MPA director." Certainly, this is not what we set out to communicate through our press meeting, and as MPA managers we know the impact of such reports in the media.

Unless there is a crisis or something urgent to be communicated, a press meeting should not be held during the period when the State Assembly or the Parliament is in session. The privilege of talking to the media during those periods rests with the elected legislators.

Journalists, especially those working with daily newspapers and TV/radio channels, follow a biological cycle that is different from that of other regular office goers. Their days start late and extend late into the evening, till they file their news stories. Thus a press meeting scheduled to start at 0900h is guaranteed to have poor attendance. The best time slots are either from 1100 to 1300 followed by lunch, or from 1500 to 1700 followed by tea.

It is important to organise the press meeting at a central location, easily accessible to journalists. The offices of the district public relations officer in the collectorate or the press club are places to which journalists gravitate to easily. If a press meeting is being organised at the MPA office, which is outside the main urban centre, then convenient transport would need to be organised from the city centre.

8.9.3 Media tour

Seeing is believing for everybody, but more so for journalists. Thus when talking about the importance of conservation of coastal and marine biodiversity, the impact of taking the journalists on a tour to the MPA will be far higher than holding a press meeting in an office. A one-day tour usually helps journalists to appreciate better the issues and challenges that MPA managers face.

A media tour develops trust, builds relationships and removes misconceptions. It helps in improved reporting of activities being carried out by the MPA managers.

A special bonding develops between the MPA managers and journalists when riding together in a jeep on a bumpy forest road or sailing in a boat rolling on the waves. This relationship built in a natural environment is usually remembered over years, and will immediately help in building a trust quotient that will come in useful during crisis situations.

दिलेल्या वेळेच्या 40% पेक्षा जास्त वेळ घेऊ नये. राहिलेले 60% पत्रकारांच्या प्रश्नांसाठी आणि नंतर येणाऱ्या पूरक स्पष्टीकरणासाठी मोकळे ठेवले पाहिजेत. अशा प्रकारे, पत्रकार सभा एक तासासाठी निर्धारित केली असेल, तर प्रश्नोत्तरांसाठी 40 मिनिटे बाजूला ठेवून प्रारंभिक सादरीकरण 20 मिनिटात संपले पाहिजे.

बहुविध संदेशांमुळे पत्रकार सभा गुंतागुंतीची होऊ नये. म्हणून प्रारंभिक सादरीकरणाच्या टप्प्यात नजीकच्या समस्यांबद्दल बोलणारा एक मुख्य वक्ता असला पाहिजे. दोन पर्यंत इतर सहायक वक्ते सादरीकरण करू शकतात (हे आवश्यक नाही). त्यांच्या सादरीकरणाने नजीकच्या समस्यांमध्ये भर घातली पाहिजे.

याचा अर्थ कर्पाफिकसवरील एखाद्या पत्रकार बैठकीच्या दरम्यान, एखाद्या वक्त्याने अचानक उठून श्रीलंकेच्या मासेमारी जहाजांचे भारतीय जलप्रवाहात येण्याबद्दल बोलू नये. यामुळे पत्रकार सभेच्या मुख्य संदेशामध्ये गोंधळ निर्माण होईल. पत्रकार सभेच्या परस्पर संवाद भागादरम्यान पत्रकार भारतीय आणि श्रीलंकेन मासेमारांमधील झगड्यांबद्दल विचारू शकतात. समस्या विचारात घेऊन नंतर उत्तरे दिली जाऊ शकतात.

प्रारंभीक सादरीकरणादरम्यान आपण संदेश गोंधळवल्यास केल्यास, दुसऱ्या दिवशी वृत्तपत्रे "श्री लंकेचे मासेमार मन्नारच्या आखातात उत्पात माजवत असल्याचे MPA संचालक म्हणतात" काही तरी अशा प्रकारच्या शिर्षकाची बातमी देण्याचा धोका आहे. नक्कीच आपल्या पत्रकार सभेद्वारे अशा प्रकारचा संदेश आपण देणार नव्हतो, आणि MPA व्यवस्थापक म्हणून प्रसार माध्यमांमधील अशा वार्ताकनाचा परिणाम आम्हाला माहित आहे. काही संकट किंवा तातडीचा संपर्क साधायचा असल्याखेरीज, विधानसभा किंवा संसदेचे अधिवेशन चालू आहे अशा काळात पत्रकार सभा आयोजित केली जाऊ नये. त्या काळात प्रसार माध्यमांशी बोलण्याचा विशेष अधिकार निवडून आलेल्या आमदारांवर असतो.

पत्रकार, विशेषतः दैनिक वृत्तपत्रे आणि टि.व्ही./रेडिओ वाहिन्यांबरोबर काम करणारे, इतर नियमित कार्यालयात जाणाऱ्यांपेक्षा वेगळे जैविक चक्र अनुसरतात. त्यांचे दिवस उशीरा चालू होतात आणि ते त्यांच्या बातम्या दाखल करेपर्यंत संध्याकाळी उशीरापर्यंत लांबले जातात. अशा प्रकारे 0900h वाजता सुरु होण्यास आयोजित केलेल्या पत्रकार सभेस अल्प उपस्थिती असण्याची खात्री आहे. एकतर 1100 ते 1300 नंतर जेवण किंवा 1500 ते 1700 नंतर चहा या सर्वोत्तम निर्धारित वेळा आहेत.

पत्रकार सभा, पत्रकारांना सहजपणे येता येण्यासारख्या मध्यवर्ती ठिकाणी आयोजित करणे महत्वाचे आहे. जिल्हाधिकारी कार्यालयातील जिल्हा जनसंपर्क अधिकाऱ्याचे कार्यालय किंवा प्रेस क्लब या अशा जागा आहेत, जेथे पत्रकार सहजपणे खेचले जाऊ शकतात. मुख्य शहरी केंद्राबाहेर असणाऱ्या MPA कार्यालयात पत्रकार सभा आयोजित केली असेल, तर शहरमध्यापासून सोयीस्कर वाहतूक व्यवस्था आयोजित केली पाहिजे.

8.9.3 प्रसार माध्यमांचा दौरा

प्रत्यक्ष पाहणे हे विश्वासकारक आहे, परंतु पत्रकारांसाठी जास्त आहे. अशा प्रकारे, किनारी आणि समुद्री जैवविविधतेच्या संवर्धनाच्या महत्वाबद्दल बोलताना, पत्रकारांना MPA च्या दौऱ्यावर नेण्याचा परिणाम, कार्यालयात पत्रकार सभा आयोजित करण्यापेक्षा अधिक जास्त आहे. सहसा एक दिवसाचा दौरा पत्रकारांची, MPA व्यवस्थापक तोंड देत असलेल्या समस्या आणि आव्हाने पूर्णपणे समजून घेण्यासाठी मदत करतो.

प्रसार माध्यमांचा दौरा विश्वास वाढवतो, नातेसंबंध बनवतो आणि गैरसमज दूर करतो. तो MPA व्यवस्थापकांकडून पार पाडल्या जाणाऱ्या उपक्रमांच्या सुधारित वार्ताकनात मदत करतो.

जंगलातील खडबडीत रस्त्यांवर जीप मधून जाताना किंवा लाटांवर हेलकावे खात बोटीतून जाताना MPA व्यवस्थापक आणि पत्रकारांमध्ये विशेष बंध निर्माण होतात. नैसर्गिक वातावरणात बनलेले हे नातेसंबंध सहसा वर्षानुवर्षे स्मरणात राहतात, आणि संकट परिस्थितीत उपयोगास येणारा विश्वास निर्देशांक बनविण्यास त्वरित मदत करतील.

8.9.4 Media workshop

A media workshop is a one or two-day event that has both classroom meetings and field tour. Multiple experts can interact with the journalists during a media workshop and thus can help journalists understand an issue in all its complexities. For instance, for a media workshop about a MPA, marine biologists and economists can also be invited as expert resource persons in addition to the MPA managers.

The benefit of a media workshop, as against a press meeting, is that journalist-participants can be carefully selected. About 20 to 25 journalists is an effective participation for a media workshop. It helps to organise a media workshop away from the urban centre and closer to the MPA. This will prevent distractions during the sessions.

8.9.5 Media fellowship

A media fellowship is financial support for interested journalists to pursue a series of stories related to coastal and marine biodiversity conservation. A media fellowship usually starts with a media workshop. After the workshop, the media fellow follows stories of his/her accord related to topic of the fellowship.

Media fellowships help journalists to strengthen their understanding on coastal and marine biodiversity through their reporting. A fellow's relationship with the experts he/she works with usually lasts for a long period during their professional career.

8.9.4 प्रसार माध्यम कार्यशाळा

प्रसार माध्यम कार्यशाळा एक किंवा दोन दिवसांचा कार्यक्रम असतो ज्यामध्ये वर्ग बैठक आणि क्षेत्रावर काम असे दोन्ही असते. अनेक तज्ञ प्रसार माध्यम कार्यशाळेदरम्यान पत्रकारांशी संभाषण करतात. आणि अश्यारितीने पत्रकाराला समस्येची गुंतागुंत समजण्यात मदत होते. उदाहरणार्थ, MPA बदलच्या प्रसार माध्यम कार्यशाळेत, समुद्री जीवशास्त्रज्ञ आणि अर्थशास्त्रज्ञांनाही तज्ञ संसाधन व्यक्ती म्हणून MPA व्यवस्थापकांसोबत आमंत्रण दिले जाऊ शकते.

पत्रकार बैठकी विरुद्ध, प्रसार माध्यम कार्यशाळेचे लाभ, कारण पत्रकार सहभागी काळजीपूर्वक निवडले जाऊ शकतात. 20 ते 25 पत्रकारांइतकी सहभागीता पत्रकार कार्यशाळेसाठी प्रभावी सहभागीता असते. हे शहरी केंद्रापासून आणि MPA च्या जवळ प्रसार माध्यम कार्यशाळा आयोजित करण्यास मदत करते. हे सत्रादरम्यान लक्ष विचलित होण्यापासून वाचवते.

8.9.5 प्रसार माध्यम शिष्यवृत्ती

प्रसार माध्यम शिष्यवृत्ती आवड असलेल्या पत्रकारांसाठी किनारी आणि समुद्री जैवविविधता संवर्धनाशी संबंधित कथांच्या मालिकांचा पाठपुरावा करण्यासाठी आर्थिक आधार देते. प्रसार माध्यम शिष्यवृत्ती सहसा प्रसार माध्यम कार्यशाळेने सुरु होते. कार्यशाळेनंतर, प्रसार माध्यम सहभागी तिच्या/त्याच्या शिष्यवृत्तीच्या विषयाशी संबंधित संवादाचे अनुसरण करतात.

प्रसार माध्यमे शिष्यवृत्ती पत्रकाराला त्यांच्या अहवालाद्वारे त्यांचे किनारी आणि समुद्री जैवविविधतेवर सामंजस्य भक्कम करण्यात मदत करते. सहभागांचे तज्ञांसोबत नाते त्यांच्या सहसा व्यावसायिक कारकिर्दीदरम्यान दीर्घकाळासाठी टिकते.

8.10 Linking to the world with online media

8.10.1 Overview of social media platforms:

Blogs, Twitter, Facebook, LinkedIn have become common terms used in communication in the present day. Each of these social media tools have their strength and weaknesses for reaching out to the media and outreach. They overcome the limitation of time and space, i.e., they can be used to reach across continents, and they also stay in cyberspace for a long time, so can be referred to by journalists and others who are interested in MPAs years later.

Blogs are very personal communication narratives, which can be used to tell stories informally. Stories can be told that can move across themes and specializations – science, environment, society, politics, economy, etc. Blogs can be promoted on Facebook, LinkedIn and Twitter.

Conservation International (CI), one of the most prominent organizations working in the conservation arena, partnered with the #GivingTuesday movement to raise funds for conservation activities. The day refers to the Tuesday after Thanksgiving celebration in the United States held every November. The #GivingTuesday movement encourages people to do a good deed on the said date, such as donate money to charity or sign up for volunteering activities. Last year, CI used various social media sites like Facebook, Twitter, Tumblr and Pinterest to communicate its own #GivingTuesday campaign. CI crafted messages, mostly photographs, inspired by the theme *Nature gives to us, it's time to give back*.

Netizens were given three options on how they can participate in CI's #GivingTuesday. First is by donating money to support CI's various conservation initiatives. Second is by following their official Twitter account and/or by using the hashtag #GivingTuesday, and joining the online conversation on philanthropy and conservation. And last is by applying some of CI's simple steps to live green such as drive less, eat greener, recycle everything else, get involved locally, and others.

Twitter is micro-blogging that has become internationally important in the recent years. Tweets are short messages – 140 characters long. Their brevity is their impact. Hyperlinks for blogs can be Tweeted. In the recent years, Tweets have become a primary source of information for many journalists.

8.10 ऑनलाईन प्रसार माध्यमांसोबत जगाशी जुळणे

8.10.1 सामाजिक प्रसार माध्यमाच्या मंचाचा आढावा:

ब्लॉग, ट्विटर, फेसबुक, लिंकडइन हे वर्तमान दिवसांमध्ये संपर्कात वापरले जाणारे सामान्य शब्द आहेत. यापैकी प्रत्येक सामाजिक प्रसार माध्यमाचे प्रसार माध्यमांपर्यंत पोहोचण्यासाठी आणि व्याप्त होण्यासाठी आपले आपले सामर्थ्य आणि दोष आहेत. त्यांनी वेळ आणि जागेच्या सीमांवर मात केलेली आहे, म्हणजेच ते खंडांमध्ये पोहोचण्यासाठी वापरले जाऊ शकतात, तसेच ते सायबरस्पेसमध्ये दीर्घकाळासाठी राहू शकतात, जेणेकरून भविष्यात MPAsमध्ये स्वारस्य असणारे पत्रकार व इतर लोक यांना पाहू शकतात.

ब्लॉग हे खूपच वैयक्तिक संपर्काची गोष्ट आहेत, जे अनौपचारिकपणे कथा सांगण्यासाठी वापरले जाऊ शकतात.. कथा सांगितल्या जातात ज्या केंद्र विषय आणि विशेषीकरण – विज्ञान, पर्यावरण, समाज, राजकारण, अर्थ इत्यादी. च्या पलिकडल्या असतात. ब्लॉगची फेसबुक, लिंकडइन आणि ट्विटरवर जाहिरात केली जाऊ शकते.

कंझर्वेशन इंटरनॅशनल (CI) ही एक संवर्धन क्षेत्रात काम करणारी सर्वात प्रमुख संस्था आहे, जी संवर्धन उपक्रमासाठी नीधि गोळा करण्यासाठी #गिव्हिंग ट्युजडे मुव्हमेंटसह भागीदारी केली आहे.. हा दिवस मंगळवारला संबोधतो जो युनायटेड स्टेटमध्ये प्रत्येक नोव्हेंबरमध्ये धन्यवाद देण्यासाठी साजरा केला जातो. #गिव्हिंग ट्युजडे मुव्हमेंट लोकांना दिलेल्या तारखेला चांगली कामे करण्यासाठी प्रोत्साहित करते जसे धर्मादायाला पैसे दान करणे किंवा ऐच्छिक उपक्रमासाठी सुरुवात करणे. मागच्या वर्षी CI ने त्याची स्वतःच्या #गिव्हिंग ट्युजडे मुव्हमेंट मोहिमेचा प्रचार करण्यास अनेक सामाजिक प्रसार माध्यमांच्या साईटला वापरले जसे फेसबुक, ट्विटर, टंबर, आणि पिन्ट्रेस्ट. CI ने संदेश तयार केला, अधिक छायाचित्र टाकले ज्यात प्रदर्शन विषय होता की *निसर्ग आपल्याला देतो, आणि आता आपल्याला त्याला परत देण्याची वेळ आहे*.

नागरीकांना त्यामध्ये कसे भाग घेऊ शकतात यावर 3 पर्याय दिले होते. पहिले CI च्या संवर्धनाच्या उपक्रमाला समर्थन देण्यासाठी पैसे दान देऊन. दुसरे त्यांचे कार्यालयीन ट्विटर खाते अनुसरण करून आणि #गिव्हिंग ट्युजडे हॅशटॅग वापरून आणि परोपकार आणि संवर्धनावर त्यांचे ऑनलाईन संवर्धनाशी त्यामध्ये सामील होऊन. आणि शेवटचे आहे हरीत रहाण्यासाठी CI चे काही साधे क्रम पाळून जसे कमी वाहने चालवणे, शाकाहारी राहणे, सर्व काही पुन्हा उपयोगात आणणे, स्थानिकामध्ये समावणे, आणि इतर.

ट्विटर सूक्ष्म-ब्लॉगिंग आहे जे अलिकडच्या वर्षांमध्ये आंतरराष्ट्रीयपणे महत्वाचे झाले आहे. ट्विट छोटे संदेश असतात – 140 शब्द लांब इतके. त्यांचा संक्षेप त्यांचा प्रभाव असतो. ब्लॉगसाठी हायपरलिंकस ट्विट केले जाऊ शकतात. अलिकडल्या वर्षांमध्ये ट्विट अनेक पत्रकारांसाठी मिळकतीचे प्राथमिक स्रोत बनलेले आहे.

Facebook permits creation of closed groups that can bring together experts and journalists who are interested in knowing about MPAs. Through these groups, experts and journalists can exchange stories and story ideas.

However, we need to remember, social media is an informal media. Involving with social media would require a change in attitude towards communication, since MPA managers can also be vulnerable to strong criticism and critiquing.

8.10.2 How social media can help the managers in conserving their sites?

Social media can provide great insights into how people interact with nature—most people enjoy the outdoors with a camera and often share their photos on networking sites. Websites like Flickr contain millions of photographs of natural spaces that people have taken and chosen to make publicly available. Importantly, many of these photographs are “geo-tagged” (i.e., the location where the photograph was taken is recorded, give or take 10 meters). The photos visitors take and share, then, can provide valuable information for researchers and conservationists.

Social media and the web of life:
How social media is helping spread the conservation message

It connects people and opens opportunities for interaction on biodiversity-related issues.

It is a powerful tool in raising public support for conservation.

Since social media is growing by leaps and bounds, it can bring the conservation message to an increasing number of audiences.

Since it is affordable, it is a significant help for conservation and government organizations which often have limited budgets for awareness raising programmes.

Social media complements messages shared via other communication channels.

ASEAN CENTRE FOR BIODIVERSITY www.aseanbiodiversity.org

फेसबुक बंद समुहांच्या निर्मितीची परवानगी देते जो अशा तज्ञ आणि पत्रकारांना एकत्र आणतो ज्यांना MPAsबद्दल जाणण्यात स्वारस्य असते. जरी हे समुह, तज्ञ आणि पत्रकार कथा आणि कथेच्या कल्पना बदलू शकतात.

तरीही, आपल्याला हे लक्षात ठेवायला हवे, की सामाजिक प्रसार माध्यम अनौपचारिक. सामाजिक प्रसार माध्यमासोबत समावेशासाठी संपर्क वृत्तीत बदलाची गरज असू शकते, कारण MPA व्यवस्थापक तीव्र टिका आणि समालोचनासाठी असुरक्षित असू शकतात.

8.10.2 प्रसार माध्यमे त्यांची साईट संवर्धन करण्यासाठी व्यवस्थापकाला कशी मदत करतात?

सामाजिक प्रसार माध्यम लोक निसर्गासोबत कसे संवाद साधू शकतात यावर उत्तम अंतरंग प्रदान करू शकतात— बरेच लोक बाहेर कॅमेऱ्यासोबत मजा लुटतात आणि नेटवर्कींग साईटवर त्यांचे छायाचित्रे सामायिक करतात. पिलकरसारख्या वेबसाईटवर नैसर्गिक जागांची लाखो छायाचित्रे आहेत जे लोकांनी प्रसिद्धीसाठी काढलेले आणि निवडलेले असते. महत्वाचे म्हणजे, यापैकी बरीच छायाचित्रे 'जिओटॅग' असतात (म्हणजेच, जेथे छायाचित्रे घेतली ते स्थळ रेकॉर्ड केले आहे, त्यापासून 10 मिटरचे अंतर घ्या किंवा द्या) पर्यटक छायाचित्रे घेतात आणि सामायिक करतात, मग, संशोधकांना आणि संवर्धकसंशोधकाला मूल्यवान माहिती प्रदान करतात.

सामाजिक माध्यमे आणि जीवनाचे जाळे:
सामाजिक माध्यमे कशा रीतीने संवर्धनाचा संदेश पसरवित आहेत

हे लोकांना जोडते आणि जैवविविधतेशी संबंधित मामल्यांवर संवादासाठी संधी खुल्या करते.

संवर्धनासाठी जनतेचे समर्थन वाढविणारे हे एक शक्तिशाली साधन आहे.

सामाजिक माध्यमांची वाढ प्रचंड प्रमाणात होत आहे, ते दर्शकांच्या वाढत्या संख्येपर्यंत संवर्धनाचा संदेश पोहोचवू शकतात.

हे किफायतशीर असल्यामुळे, याची संवर्धनासाठी आणि सरकारी संस्थांसाठी महत्त्वाची मदत होऊ शकेल, ज्यांच्याकडे जागरूकता वाढविण्याच्या कार्यक्रमांसाठी मर्यादित निधीची सोय असते.

सामाजिक माध्यमांनी दिलेले संदेश इतर संवाद वाहिन्यांद्वारा पसरविल्या जातात.

ASEAN CENTRE FOR BIODIVERSITY www.aseanbiodiversity.org

Images uploaded to social media websites hold valuable data that could be used to help protect or manage natural spaces, a study has suggested.

Geotagged images provided a precise location of where the photo was taken and how people were interacting with the environment, it added.

This data could be collated to provide information that could help inform the management of ecosystems.

[Source: Selfie-help for conservation areas, By Mark Kinver Environment reporter, BBC News, 11 December 2014. From the section- Science & Environment, See this link for full article <http://www.bbc.com/news/science-environment-30435350>

Case study of use of social media for effective management planning

What do people think of Singapore's mangroves?

Singapore is a small island city-state in Southeast Asia. 13% of the island was historically covered with mangrove forests, which are coastal forests that grow in shallow, muddy water. Since Singapore became independent in 1965, rapid population growth and urbanization has led to the loss of 90% of the original mangroves. Only a few small patches of mangrove forest now remain in Singapore, which are only accessible through managed interactions in nature reserves and public parks.

In the 700 photographs from the four mangrove areas we examined, we found there were significant differences in the types of photographs taken at each mangrove. The type of photograph taken at each mangrove site depended largely on the surrounding animals, plants, and the presence of man-made features such as rest shelters and boardwalks. For example, we found there was a higher percentage of wildlife and plant photographs at Sungei Buloh. This makes sense given that of the studied areas, Sungei Buloh has the largest continuous area of continuous mangrove and holds a Nature Reserve and several shelters for viewing wildlife.

The high precision of geo-tagging also allowed us to investigate how people interacted with the environment within one mangrove area. At Chek Jawa, a mangrove that is maintained by the National Parks Board, we found that photographs of wildlife were rarely taken on the ocean boardwalk. This was surprising, since the boardwalk was constructed to allow people to see animals like crabs and mudskipper fish at low tide. This led us to ask why visitors may not be taking photographs of these rare organisms—are they not aware of them or just not interested?

Our research inspires us to increase the interactions between visitors and these animals by improving the habitat to increase the abundance of organisms, updating signs and information boards that draw attention to the relevant species, or providing facts and information that help visitors better appreciate the animal diversity.

Wildlife managers can likewise use data mined from social media to better plan and run nature areas by providing the infrastructure to allow visitors to interact with the types of nature that they are most interested in—the method described here is just as suitable for New York's Central Park as it is for Singapore's Sungei Buloh Wetland Reserve.

[Source: HIPPO Reads <http://read.hipporeads.com/social-media-as-a-conservation-tool/>]

समाजिक प्रसार माध्यम वेबसाईड्सवर अपलोड केलेल्या प्रतिमात मूल्यवान डेटा असतो जे नैसर्गिक जागा सुरक्षित किंवा व्यवस्थान करण्यात मदत करण्यासाठी वापरले जाऊ शकतात, असे एका अभ्यासात सुचविलेले आहे.

जीओटॅगिंग केलेल्या प्रतिमा जेथे छायाचित्रे घेतली गेली त्यांचे अचूक स्थान आणि पर्यावरणाशी लोक कसे संवाद साधतात हे दर्शवितात असे सोबत सांगण्यात आले.

हा डेटा परिस्थितीकी व्यवस्थापनाला माहिती प्रदान करण्यात मदत करण्यासाठी गोळा केला जाऊ शकतो.

[स्रोत: सेल्फी— संवर्धन क्षेत्रासाठी मदत, पर्यावरण पत्रकार मार्क किन्वरद्वारे, बीबीसी बातम्या, 11 डिसेंबर 2014. विज्ञान आणि पर्यावरण— विभागातून, पूर्ण लेखासाठी या लिंकवर पहा <http://www.bbc.com/news/science-environment-30435350>

प्रभावी व्यवस्थापन योजनेसाठी सामाजिक प्रसार माध्यमाच्या उपयोगावर प्रकरण अभ्यास

सिंगापूरच्या खारफुटीच्या बाबतील लोक काय विचार करतात?

सिंगापूर एक छोटेसे बेट आणि दक्षिण आशियातील शहर राज्य आहे. बेटाच्या 13 टक्के ऐतिहासिकपणे खारफुटी जंगलांनी अच्छादित होते, जी किनारी जंगल आहेत जी उथळ पाण्यात, चिखलयुक्त पाण्यात वाढतात. 1965मध्ये सिंगापूर स्वतंत्र झाल्यापासून, जलद लोकसंख्या वाढ आणि शहरीकरणामुळे मुळ खारफुटीच्या 90 टक्केचे नुकसान झाले. आता खारफुटीच्या जंगलांचे काही छोटे तुकडे आता सिंगापूरमध्ये शिल्लक राहिलेले आहेत, जे नैसर्गिक आरक्षित आणि सार्वजनिक बागांमध्ये फक्त व्यवस्थापित परस्पर संवादाने उपलब्ध आहेत.

आम्ही चार खारफुटी क्षेत्रांमध्ये 700 छायाचित्रांमध्ये परिक्षण केले, आम्हाला असे आढळले की प्रत्येक खारफुटीच्या साईटमध्ये घेतलेल्या छायाचित्रांच्या प्रकारांमध्ये लक्षणीय फरक होता, जो मोठ्या प्रमाणात अवतीभवती असलेल्या प्राणी, वनस्पती आणि मानव—निर्मित वैशिष्ट्यांच्या विद्यमानतेवर जसे विश्रामगृह आणि चालण्यासाठी बनवलेले लाकडी पायवाटांवर अवलंबून होता. उदाहरणार्थ, आम्हाला आढळले की शंजी बुलोह येथे वन्यजीवनाचे आणि वनस्पती छायाचित्रांचे उच्च टक्केवारी आहे. हा दिलेल्या अभ्यास क्षेत्राचा, शंजी बुलोहशंजी बुलोह अर्थ देतो. शंजी बुलोहला लांबलचक खारफुटीच्या सर्वात मोठे लांबलचक क्षेत्र आहे आणि वन्यजीवनाला पहाण्यासाठी नैसर्गिक आरक्षित आणि अनेक निवारे आहेत.

जीओटॅगिंगच्या उच्च सुस्पष्टतेने आम्हाला एका खारफुटी क्षेत्रांमध्ये पर्यावरणाशी लोक कसे संवाद साधतात याचा तपास लावण्यासाठीही परवानगी दिली. चेक जावाला नॅशनल पार्कस बोर्डद्वारे राखलेल्या खारफुटीत, आम्हाला आढळले की महासागर लाकडी पायवाटेवर वन्यजीवनाची छायाचित्रे क्वचितच घेतली गेली आहेत. हे आश्चर्यकारक होते, कारण की लाकडी पायवाटा लोकांना खेकडे आणि उभयचरी मासळीसारखे प्राणी पहाण्यासाठी बनविलेले असतात. हे आपल्याला हे विचारायला भाग पाडते की पर्यटक या क्वचित दिसणाऱ्या जीवांची छायाचित्रे काढत नसतील— त्यांना त्यांच्याबद्दल माहिती नाहीये का त्यांना त्यात स्वारस्य नाही?

आमचे संशोधन वस्तीस्थानांना सुधारून जीवांचे प्रमाण वाढवून, किंवा पर्यटकांना प्राण्यांची वैविध्यता समजण्यासाठी मदत होण्यास सत्यता व माहिती प्रदान करण्यास निगडित प्रजातीकडे लक्ष वेधण्यासाठी चिन्ह माहिती फलके अद्ययावत करून आम्हाला या प्राण्यांमधील व पर्यटकांमधील संवाद वाढवण्यास प्रोत्साहित करते.

वन्यजीवन व्यवस्थापक सामाजिक प्रसार माध्यमाकडून काढलेला डेटा त्याप्रमाणे उत्तम योजना आणि नैसर्गिक परिसर चालवण्यास पर्यटकाला निसर्गाच्या प्रकाराशी संवाद साधण्याची पर्यटकाला परवानगी देण्यासाठी पायाभूत सुविधा प्रदान करत की त्यांना यामध्ये अधिक स्वारस्य आहे— येथे स्पष्ट केलेली पद्धत न्यु यॉर्क सेंट्रल पार्कला योग्य आहे कारण की ही सिंगापूरच्या शंजी बुलोह वेटलॅंड आरक्षित साठी आहे.

[Source: HIPPO Reads <http://read.hipporeads.com/social-media-as-a-conservation-tool/>]

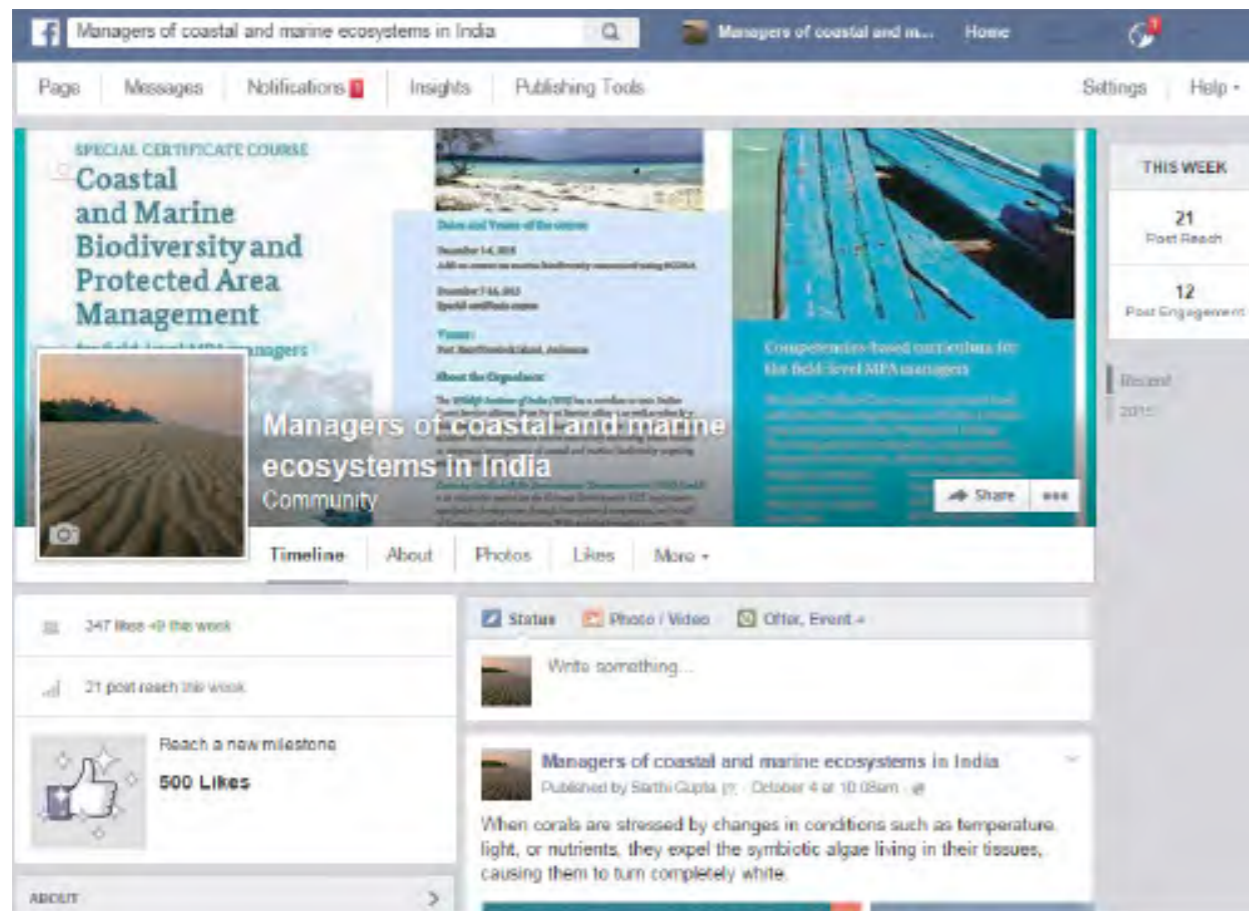
8.10.3 Social media and International conservation organizations:

Many prominent organizations and government agencies working on environmental conservation have joined the social media bandwagon. The World Wildlife Fund (WWF), the world's largest environmental charity organization, employs social media tools to boost its communication campaigns. The organization believes that social media has given them the opportunity "to engage supporters and reach new audiences in a way they have not ever been able to in the past." The new media allows open dialogue and personal connection making the people more engaged and aware of the organization's agenda. WWF proudly shares that its website is its home base, the blog its podium, and social networking sites its megaphones.

Other organizations are also using social media to complement their communication strategies. In 2010, the United Nations Environment Programme-World Conservation Monitoring Centre (UNEP-WC-MC), together with the International Union for Conservation of Nature, launched Protectedplanet.net. The website, an interactive, social media-based site, allows the general public to upload photographs, record wildlife sightings, and contribute reviews of visits to protected areas.

Beyond its power to create public awareness, social media is proven to be a platform for long-term and high-impact initiatives. Experiences of various international organizations and academic and research institutions show that the social media can carry citizen science and crowdsourcing, fund raising, and enforcement programmes.

Facebook page of the WII-GIZ course on coastal and marine biodiversity



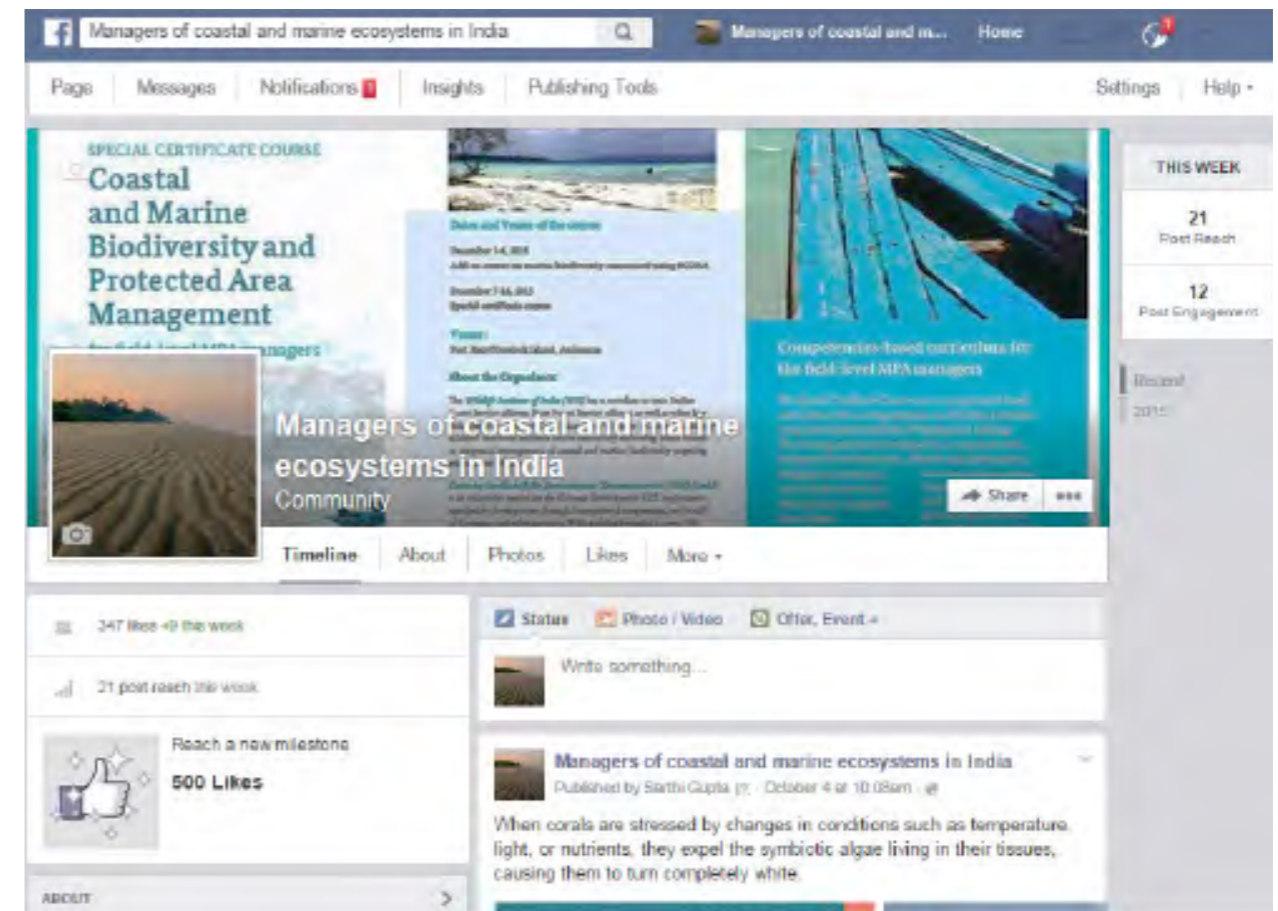
8.10.3 सामाजिक प्रसार माध्यम आणि आंतरराष्ट्रीय संवर्धन संस्था:

तंत्रांच्या मते पर्यावरणीय संवर्धनावर काम करणाऱ्या अनेक प्रमुख संस्था आणि सरकारी एजन्सीज प्रसार माध्यमांशी जोडल्या गेल्या आहेत. द वल्ड वाईल्डलाईफ फंड (WWF), जगातली सर्वात मोठी पर्यावरणीय धर्मादाय संस्था, तिच्या संपर्क मोहिमेला वाढवण्यासाठी सामाजिक प्रसार माध्यम साधनांचा वापर करतो. संस्था विश्वास करते की सामाजिक प्रसार माध्यमाने 'पाठिंबा देणाऱ्यांना आणि नवीन श्रोत्यांना यापूर्वी न करू शकलेल्या मार्गाने संलग्न करण्यास' संधी दिली. नवीन प्रसार माध्यम संस्थेच्या सभेच्या विषयपत्रिकेबद्दल जागृक करण्यास आणि अधिक संलग्न करण्यास खूले संवाद आणि वैयक्तिक दुव्यांची परवानगी देतात. WWF गर्वाने सांगतात की त्यांची वेबसाईट त्यांचे घर आहे, ब्लॉग त्यांचे व्यासपीठ आहे, आणि सामाजिक नेटवर्किंग साईट्स त्यांचे ध्वनीयंत्र आहे.

इतर संस्थाही त्यांच्या संपर्क नीतिंना पूर्ण करण्यासाठी सामाजिक प्रसार माध्यम वापरत आहेत. 2010मध्ये युनायटेड नेशन्स एन्वार्मेंट प्रोग्राम-वर्ल्ड कन्जर्वेशन मॉनिटरिंग सेन्टर (UNEP-WC-MC), ने आंतरराष्ट्रीय युनियन फॉर कन्जर्वेशन ऑफ नेचर सोबत Protectedplanet.net सुरु केले. ही वेबसाईट, परस्पर संवादाची, सामाजिक प्रसार माध्यमांवर आधारित साईट आहे, जी सामान्य जनतेला छायाचित्रे, रेकॉर्ड आणि वन्यजीवन दृष्य अपलोड करण्याची तसेच संरक्षित परिसरांच्या भेटीच्या आढाव्यांचे योगदान देण्याची परवानगी देते.

यांच्या सार्वजनिक जागृती निर्माण करण्याच्या सामर्थ्याशिवाय, सामाजिक प्रसार माध्यम दीर्घकालीन आणि उच्च-प्रभाव असलेल्या उपक्रमांसाठी एक सिद्ध व्यासपीठ आहे. विविध आंतरराष्ट्रीय संस्था आणि शैक्षणिक आणि संशोधन संस्थांचे अनुभव दर्शवतात की सामाजिक प्रसार माध्यम नागरिक विज्ञान आणि संख्या वाढ, नीधि विकास आणि उपक्रम राबवणे ही कामे करतात.

किनारी आणि समुद्री जैवविविधतेवर WII-GIZ अभ्यासक्रमाचे फेसबुक पृष्ठ



Wildlife enforcement is now viral

Events of cruelty to wildlife can easily spur social media outrage. This shows how powerful social media is in raising public support for conservation action. Several events of wildlife slaughter and illegal trade were viral in Facebook and Twitter. These also led the authorities to take legal actions regarding the incidents.

In the official Facebook page of Wild Bird Club of the Philippines (WBCP), the Club regularly posts incidents of poaching and illegal trade of wildlife particularly birds. Some of these incidents include an online site selling a seven-month old Eagle Owl, an airline company allowing illegal transport of the Philippine Eagle, and a government official killing the vulnerable and protected Philippine wild ducks. Most of these Facebook posts were picked up by national television networks and broadsheets. Recently, WBCP posted a picture of a local hunter in Northern Philippines who displayed a dead juvenile hornbill he allegedly shot with an air gun. The DENR immediately looked into the reports of illegal bird hunting in the region.

In November last year, Melissa Bachman, an American TV host of Winchester Deadly Passion, triggered the online community by posting in her Twitter account a photo of her kneeling and smiling with a rifle in hand, behind a lion she had shot and killed in South Africa. More than 485,000 netizens signed an online petition on Change.org addressed to the government of South Africa to make Bachman a persona non grata. A "Stop Melissa Bachman" page on Facebook generated more than 368,000 likes.

वन्यजीवन अंमलबजावणी आता संक्रामक झाली आहे

वन्यजीवनाशी क्रूरतेच्या घटना सामाजिक प्रसार माध्यमाच्या रागाला उत्तेजना देतात. हे दर्शवते की संवर्धन कृतीला लोकांचे समर्थन वाढवण्यासाठी सामाजिक माध्यमे किती सामर्थ्यशाली आहेत. वन्यजीवन कत्तल आणि बेकायदेशीर व्यापाराच्या अनेक घटना फेसबुक आणि ट्विटरवर संक्रमित झाल्या. याने घटनांबद्दल अधिकार्यांना कायदेशीर कारवाई करण्यासाठी प्रेरीत सुद्धा केले.

वाईल्ड बर्ड क्लब ऑफ फिलिपिन्स (WBCP) च्या अधिकृत पृष्ठावर, हा क्लब नियमितपणे वन्यजीवन विशेषतः पक्ष्यांचे बेकायदेशीर शिकारी आणि बेकायदेशीर व्यापाराच्या घटना पोस्ट करत असतो. यामध्ये ऑनलाईन साईट सात महिन्यांच्या घुबडाची विक्री, फिलिपाईन घारीची विमान कंपनीद्वारे बेकायदेशीर वाहतूक, आणि एका सरकारी अधिकार्याद्वारा असुरक्षित आणि संरक्षित फिलिपीन आणि वन्य बदकांची हत्या इत्यादी घटनांचा समावेश आहे. यापैकी बरेच पोस्ट नॅशनल टेलिव्हिजन नेटवर्क आणि ब्रॉडशीट्समधून घेतलेले होते. अलीकडेच, WBCP ने उत्तर फिलिपिन्समध्ये स्थानिक शिकार्याचा छायाचित्र पोस्ट केले ज्यात मृत लहान वयाचे धनेश एयर गनने उडविताना दर्शविण्यात आले होते. DENR ने त्वरीत त्या क्षेत्राच्या पक्षांच्या शिकारीच्या अहवालाला पाहिले.

मागील वर्षी नोव्हेंबरमध्ये, मेलिसा बाकमन या विन्चेस्टर डेडली पशुनच्या एका अमेरिकन टीव्ही प्रस्तुतकर्तीने तिच्या ट्विटर अकाऊंटवर दक्षिण आफ्रिकेत तिने मारलेल्या सिंहासमोर हातात बंदूक घेऊन गुढग्यावर बसून हसत असल्याचे छायाचित्र पोस्ट केले आणि ऑनलाईन समुदाय चिथावला. 485,000 पेक्षा अधिक नेटीझेन्सनी दक्षिण आफ्रिकेच्या सरकारला Change.org संबोधणाऱ्या ऑनलाईन याचिकेवर बाकमनला परसोना नॉन ग्राटा (वाळीत टाकणे) करण्यासाठी सह्या केल्या. फेसबुकवर एक 'स्टॉप मेलिसा बाकमन' पृष्ठ तयार केले गेले ज्याला 368,000 पेक्षा अधिक लाईक्स मिळाले.



Early this year, the traditional dolphin hunt in Taiji Cove in Japan was a trending topic in social media. Various hashtags such #tweet4taiji, #HelpCoveDolphins, and #tweet4dolphins trended on Twitter to raise awareness about this mass slaughter of dolphins. The social media outrage was picked up by CNN, and elevated the controversy in the international media.

In Facebook, people are more likely to respond on issues affecting them on the emotional level. In the experience of Rimba, a group of conservation biologists in Malaysia, it is easier for conservation issues that cause moral outrage (e.g. animal abuse) to become viral on social networking sites compared to intangible long-term conservation issues (e.g. deforestation, illegal wildlife trade). On its official Facebook page, the group shared a local tour operator's photograph of snorkelers harassing an endangered green turtle (*Chelonia mydas*). The post depicting animal abuse went viral, and drew the attention of the media. This eventually led to the Malaysian Fisheries Department investigating the incident, and the tour operator issued a public apology.

[Source: ASEAN Centre for biodiversity http://www.aseanbiodiversity.org/index.php?option=com_content&view=article&id=713:communicating-biodiversity-in-the-era-of-social-media&catid=1:news&Itemid=109]

या वर्षाच्या सुरुवातीला, जपानमध्ये ताईजी कोव्ह येथे पारंपारिक डॉल्फिन शिकार सामाजिक प्रसार माध्यमाचा एक प्रचलित विषय होता. अनेक हॅशटॅग जसे #tweet4taiji, #HelpCoveDolphins आणि #tweet4dolphins ट्विटरवर प्रचलित झाले आणि डॉल्फिनच्या एकत्र कत्तलीबद्दल जागृकता निर्माण केली. CNN द्वारे सामाजिक प्रसार माध्यमांच्या आक्रोशाची नोंद घेतली गेली, आणि आंतरराष्ट्रीय प्रसार माध्यमामध्ये हा विवाद पसरला.

फेसबुकमध्ये, लोक त्यांच्या भावनात्मक स्तरावर प्रभाव टाकणाऱ्या समस्यांवर अधिक प्रतिसाद देतात. रिंबा या मलेशियातील संवर्धन जीवशास्त्रज्ञांचा समुहाच्या अनुभवामध्ये, ज्या बाबी नैतिकदृष्ट्या आक्रोश (जसे प्राण्यांचा छळ) बनतात अशा बाबींसाठी अमूर्त अशी दीर्घकालीन प्रकरणे (जसे जंगलतोड, बेकायदेशीर वन्यजीवन व्यापार) बनण्यापेक्षा सोशल नेटवर्किंग साईट्सवर पसरणे तुलनात्मक दृष्ट्या सुलभ असते. अधिकृत फेसबुक पृष्ठावर, एका समुहाने स्थानिक पाणबुड्याने लुप्त होण्याजोग्या हिरव्या कासवाला (सिलोनिया मायदास) छळतानाचे आयाजकाचे छायाचित्र टाकले. प्राण्याला छळणारे संवेदनशिल चित्रण संक्रमित झाले, आणि प्रसार माध्यमाचे लक्ष वेधले. यामुळे अखेरीस मलेशियन फिशरी विभागला घटनेचा तपास करावो लागला आणि पर्यटन आयोजकाने सार्वजनिक माफी मागितली.

[स्रोत: ASEAN जैवविविधतेसाठी केंद्र http://www.aseanbiodiversity.org/index.php?option=com_content&view=article&id=713:communicating-biodiversity-in-the-era-of-social-media&catid=1:news&Itemid=109]

Some Biodiversity Blogs:

[Source: The Pimm Group <http://thepimmgroupp.org/919/best-biodiversity-blogs/>]

The Sticky Tongue

<http://thestickytongue.com>

The Sticky Tongue is a quirky, imaginative approach to informing and educating about biodiversity and conservation. The blog focuses on herpetology. But its Biodiversity Photo of the Day can be anything from the Vancouver Island Marmot (one of the rarest animals in North America) to the critically endangered Lord Howe Island Stick Insect. The blog's author is Candace Hansen. She has "a passion not just for reptiles but also for all forms of wildlife conservation and animal rights." In particular, her blog does not preach environmentalism and activism. Rather, she presents the issues, often with a touch of humor, to inform and educate. It's only been online a short while, but its traffic has grown fast.

The Artful Amoeba

<http://theartfulamoeba.com>

Jennifer Frazer is a science writer living in Boulder, Colorado. She dislikes the term "biodiversity" because "it turns people off to the subject" and "It's too often used for boring platitudes about species richness." Jennifer has a bachelor's degree in biology with a concentration in systematics and biotic diversity from Cornell University. She also has a master's degree in plant pathology with a concentration in mycology (also from Cornell), and a master's degree in science writing from MIT.

Island Biodiversity Race

<http://islandbiodiversityrace.wildlifedirect.org>

Island Biodiversity Race highlights the vulnerability of island biodiversity due to the relatively rapid loss of species from islands. The blog focuses on islands in the Gulf of Guinea, primarily São Tomé. The contributors provide an account of expeditions funded by the California Academy of Sciences, the Republic of São Tomé and Príncipe government and others. The blog is hosted by WildlifeDirect, a Kenya and US registered charitable organization founded and chaired by African conservationist Dr Richard Leakey.

Agricultural Biodiversity Weblog

<http://agro.biodiver.se>

Mostly, talk of biodiversity concerns natural species and habitats. The Agricultural Biodiversity Weblog highlights biodiversity in a non-natural system — agriculture. This is important because an oft-cited reason for preserving natural biodiversity is to provide a source for new genetic material that could have practical applications, primarily in agriculture. The site's authors are Luigi Guarino and Jeremy Cherfas, both professionally involved in biodiversity. Their goal is to collect in one place anything they find on the Internet that relates somehow to the notion of agricultural biodiversity. Luigi Guarino is Senior Science Coordinator at the Global Crop Diversity Trust and served as a consultant for the FAO and IBPGR from 1984 to 1988. Jeremy Cherfas is responsible for public relations at Biodiversity International. He has extensive experience as a science writer and editor, for print, radio and TV.

Ohio birds and biodiversity

<http://jimmacormac.blogspot.com>

You don't think of Ohio as a biodiversity hotspot, but Jim McCormac does a nice job of highlighting his state's natural beauty and biodiversity. McCormac has made a study of natural history since the age of eight.

काही जैवविविधता ब्लॉग:

[स्रोत: पिम ग्रुप <http://thepimmgroupp.org/919/best-biodiversity-blogs/>]

द स्टिकी टंग

<http://thestickytongue.com>

द स्टिकी टंग हा जैवविविधता आणि संवर्धनाची माहिती आणि शिक्षण देणारा एक उपरोधिक, काल्पनिक दृष्टिकोन आहे. हा ब्लॉग उभयसूपशास्त्रावर प्रकाशझोत टाकतो. पण त्यांचे आजच्या दिवसाचे जैवविविधता छायाचित्र यामध्ये व्हॅंकुव्हर बेटावरिल मार्मट (उत्तर अमेरिकेतील दुर्मिळ प्राण्यांपैकी एक) या खारीच्या जातीच्या लहान प्राण्यापासून चिंताजनकरित्या धोक्यात असलेले लॉर्ड होवे बेटावरिल खेकड्यासारख्या प्राण्यांपर्यंत काहीही असू शकते. या ब्लॉगची लेखिका कॅन्डेस हान्सेन आहे. तिला "केवळ सरपटणाऱ्या प्राण्यांबद्दलच नाही तर सर्व वन्यजीव संवर्धन पध्दती आणि पशु अधिकार यांबद्दल विशेष आवड" आहे. विशेषतः, तिचा ब्लॉग पर्यावरणवाद आणि चळवळवाद यांबद्दल उपदेश देत नाही. खरे तर, बऱ्याचदा, विनोदाच्या स्पर्शाने माहिती आणि ज्ञान देण्यासाठी ती समस्या मांडते. याला ऑनलाइन येऊन अल्पकाळ झाला असला, तरी देखील याला भेट देणाऱ्यांची संख्या जलद गतीने वाढत आहे.

आर्टफुल अमिबा

<http://theartfulamoeba.com>

जेनिफर फ्रेझर ही एक बोलडर, कोलॉरॅडोमध्ये राहणारी विज्ञान लेखिका आहे. तिला "जैवविविधता" ही संज्ञा आवडत नाही कारण "ती लोकांना विषयापासून दूर सारते" आणि "बऱ्याचदा ती प्रजातींच्या समृद्धीबद्दल कंटाळवाण्या नीरस गोष्टींसाठी वापरली जाते." जेनिफरकडे कॉर्नेल विद्यापीठाची वर्गीकरणशास्त्र आणि जैविक विविधता या प्रमुख विषयांसह जीवशास्त्राची पदवीधर ही पदवी आहे. तिच्याकडे कवकविज्ञान (कॉर्नेल विद्यापीठाचीच) या प्रमुख विषयांसह वनस्पती चिकित्साशास्त्राची पदव्युत्तर पदवी आणि MIT ची विज्ञान लेखनातील पदव्युत्तर पदवीदेखील आहे.

आयलँड बायोडायव्हर्सिटी रेस

<http://islandbiodiversityrace.wildlifedirect.org>

आयलँड बायोडायव्हर्सिटी रेस, तुलनात्मकरित्या बेटांवरील प्रजातींच्या जलद विनाशामुळे होणाऱ्या बेटांवरील जैवविविधतेची कमकुवतता यावर प्रकाशझोत टाकतो. हा ब्लॉग गिनीचे आखात प्रामुख्याने साओ टोमवर लक्ष केंद्रित करतो. लेख पाठवणारे कॅलिफोर्निया अँकॅंडमी ऑफ सायन्सेस, द रिपब्लिक ऑफ साओ टोम आणि प्रिन्सिपी गव्हर्नमेंट व इतर यांच्याकडून अनुदानित मोहिमांचा तपशील पुरवतात. आफ्रिकन संवर्धक डॉ. रिचर्ड लीके संस्थापित आणि अध्यक्षित केनिया व अमेरिकेत नोंदणीकृत धर्मादाय संस्था, वाईलडलाईफ डायरेक्ट हा ब्लॉग चालवते.

अॅग्रीकल्चरल बायोडायव्हर्सिटी वेबलॉग

<http://agro.biodiver.se>

बऱ्याच प्रमाणात हा जैवविविधता काळजी, नैसर्गिक प्रजाती आणि वस्तीस्थाने याबद्दल बोलतो. द अॅग्रीकल्चरल बायोडायव्हर्सिटी वेबलॉग अनैसर्गिक पध्दत –शेतीवर प्रकाशझोत टाकतो. नैसर्गिक जैवविविधता वाचवण्याचे बऱ्याचदा सांगितलेले कारण, प्रामुख्याने कृषिक्षेत्रात व्यावहारिक उपयोग असलेल्या अनुकीयाच्या स्त्रोताचा पुरवठा करणे हे आहे. UTO, इंटरनेटवर मिळणारे कृषिविषयक जैवविविधतेच्या कल्पनेशी कसेही जोडले जाणारे सगळे एका ठिकाणी गोळा करतात. या साईटचे लेखक लुइगी गुआरिनो आबी जेरेमी चेरफास जैवविविधतेत व्यावसायिकरित्या गुंतलेले आहेत. त्यांचे ध्येय कृषि जैवविविधताेशी संबंधित असे इंटरनेटवर काहीही आढळले तरी ते एकत्रित करणे हे आहे. लुइजी ग्वारिनो हा ग्लोबल क्रॉप डायव्हर्सिटी ट्रस्ट येथे वरिष्ठ विज्ञान सल्लागार आहे आणि 1984 ते 1988 पर्यंत FAO आणि IBPGR साठी सल्लागार म्हणून काम केले. जेरेमी चेरफास बायोडायव्हर्सिटी इंटरनॅशनल येथे जनसंपर्कासाठी जबाबदार आहे. त्याच्याकडे मुद्रण, रेडिओ, टि.व्ही. साठी विज्ञान लेखक आणि संपादक म्हणून विस्तृत अनुभव आहे.

ओहियो बर्ड्स अँड बायोडायव्हर्सिटी

<http://jimmacormac.blogspot.com>

तुम्ही ओहियोचा जैवविविधतेचे विशेष ठिकाण म्हणून विचार करणार नाही, पण जिम मॅककोर्मेक त्याच्या राज्याचे नैसर्गिक सौंदर्य आणि जैवविविधतेवर प्रकाशझोत टाकण्याचे छान काम करतो. मॅककोर्मेकने वयाच्या

His goal is to get more people interested in nature. In doing so, he says, "The more of us who care, the more likely that our natural world will survive."

David Without Borders

<http://www.davidwithoutborders.com>

Blog authors David Aimé and David Fabrega call themselves explorers of biodiversity. They use images and video to "gather the most current information from local entrepreneurs, scientists, and communities on biodiversity and sustainable development topics." They're blogging during their around the world trip planned to be completed in July 2011.

Biodiversity Media Alliance

<http://biodiversitymedia.ning.com>

This social network site was created IIED, IUCN and Internews to help connect journalists with the biodiversity scientists. Its goal is to increase the quantity and quality of coverage of biodiversity issues in the media. You need to register to become a member. Members can use the blog section to share news, thoughts, ideas and publications, as well as include photos and links to other websites or attachments.

2010 International Year of Biodiversity Australia

<http://www.biodiversity2010.org.au>

The site is a "biodiversity hub" for events in Australia. It is a part of the Council of Australasian Museum Directors (CAMD) International Year of Biodiversity project. The site is a venue for others to promote biodiversity news and events, showcase stories, and share ideas and find events and resources. Although it is not a blog in the strict sense, it is a great site!

Mongabay.com

<http://www.mongabay.com>

Mongabay is the most popular website in our list. Since 1999 it has been dedicated to rainforest conservation news and activism. It has done a good job reporting on biodiversity loss. Founder Rhett A. Butler does not have a biology background but he has authored or co-authored several papers published in peer-reviewed scientific journals. According to the site's About page, the site has been featured in the San Francisco Chronicle, Time Magazine, The Wall Street Journal and has provided advice and assistance to numerous other organizations.

Migrations

<http://migration.wordpress.com>

This blog is the work of Dan Rhoads, an American molecular biologist who has moved to the Republic of Cyprus and now works in the biotech sector. As a longtime birdwatcher, Dan is an ardent supporter of the work of BirdLife Cyprus, and this blog now focuses mostly on topics relating to the nature of Cyprus. Dan frequently covers biodiversity issues in his posts.

The Biodiversity crew @ NUS

<http://nusbiodiversity.wordpress.com>

A news site about staff and students in the biodiversity research focus group at the Department of Biological Sciences, National University of Singapore.

आठव्या वर्षापासून नैसर्गिक इतिहासाचा अभ्यास केला आहे. अधिक लोकांना निसर्गाकडे आकर्षित करण्याचे त्याचे ध्येय आहे. असे करताना तो म्हणतो, "आपल्यापैकी अधिक जे काळजी घेतील, अधिक प्रमाणात आपले नैसर्गिक जग टिकेल."

डेव्हिड विदाउट बॉर्डर्स

<http://www.davidwithoutborders.com>

ब्लॉग लेखक डेव्हिड आमी आणि डेव्हिड फाब्रेगा स्वतःला जैवविविधतेचे शोधक म्हणून समजतात. ते स्थानिक उद्योजक, वैज्ञानिक, आणि जैवविविधतेवरील समुदाय तसेच शाश्वत विकास विषयांपासून सर्वात वर्तमान माहिती गोळा करण्यासाठी प्रतिमा आणि व्हिडिओज वापरतात. ते त्यांच्या जुलै 2011मध्ये पूर्ण होणाऱ्या जागतिक पर्यटनाच्या दरम्यान ब्लॉग करत आहेत.

जैवविविधता प्रसार माध्यम युती

<http://biodiversitymedia.ning.com>

ही सामाजिक नेटवर्क साईट IIED, IUCN आणि आंतरबातम्यांद्वारे जैवविविधता वैज्ञानिकांद्वारे पत्रकारांना जोडण्यात मदत करण्यास निर्माण केली गेली. याचे ध्येय जैवविविधता समस्येचे वृत्तांकनाचे प्रसार माध्यमांमध्ये प्रमाण आणि गुणवत्ता वाढवणे आहे. आपल्याला सदस्य होण्यासाठी नोंदणी करावी लागेल. सदस्य बातमी, विचार कल्पना आणि प्रकाशने तसेच छायाचित्रे आणि इतर वेबसाईटच्या लिंक्स किंवा जोडण्या सामायिक करण्यासाठी ब्लॉग विभाग वापरू शकतात.

जैवविविधता ऑस्ट्रेलियाचे 2010 आंतरराष्ट्रीय वर्ष

<http://www.biodiversity2010.org.au>

साईट ऑस्ट्रेलिया उपक्रमांसाठी 'जैवविविधता केंद्र' आहे. हे काउंसिल ऑफ ऑस्ट्रेलियन म्युझियम डायरेक्टर (CAMD) जैवविविधता प्रकल्पाचे अंतरराष्ट्रीय वर्षाचा भाग आहे. साईट इतरांसाठी जैवविविधता बातम्या आणि घटनेची जाहिरात करण्याचे शोकेस कथा, कल्पना सामायिक करण्याचे तसेच घटना आणि संसाधने शोधण्याचे स्थळ आहे. तसा हा काटेकोर असा ब्लॉग नाही तर ही एक उत्तम साईट आहे!

Mongabay.com

<http://www.mongabay.com>

मोंगाबाईज, आमच्या यादीतील एक सर्वात लोकप्रिय वेबसाईट आहे. 1999 पासून ही पर्जन्यवन संवर्धन बातम्या आणि कार्यक्रमांला समर्पित आहे. तिने जैवविविधता हानीवर अहवालाचे उत्तम काम केले आहे. याचे संस्थापक जे. ए. बुटरला जीवशास्त्रीय पार्श्वभूमी नाही पण त्यांनी श्रेष्ठ पुनरावलोकन विज्ञान जर्नलवर अनेक पेपरचे लेखन किंवा उपलेखन केले आहे. पृष्ठाबद्दल साईटनुसार, साईट सेंट फ्रान्सिस्को क्रॉनिकल, टाईम मॅगझिन, द वॉल स्ट्रीट जर्नलमध्ये वैशिष्ट्यपूर्ण आहे आणि इतर संस्थांना सल्ला तसेच सहाय्य केले आहे.

मायग्रेशन्स

<http://migration.wordpress.com>

हा ब्लॉक डॅन रोअॅडचे काम आहे, हा एक अमेरिकन आण्विक जीवशास्त्रज्ञ आहे जो सायप्रस प्रजासत्ताक येथे राहण्यास गेला आहे आणि बायोटेक सेक्टरमध्ये काम करत आहे. एक दीर्घकालिन पक्षीनिरिक्षक म्हणून, डॅन बर्डलाईफ सायप्रसचा एक उत्कट समर्थक आहे, आणि आता ब्लॉग सायप्रसच्या स्वभावाशी संबंधित विषयावर लक्ष केंद्रित करत आहे. डॅन वारंवार त्यांच्या पोस्टमध्ये जैवविविधता समस्येला वृत्तांकित करतात.

द बायोडायव्हर्सिटी क्रू @ NUS

<http://nusbiodiversity.wordpress.com>

जैवविविधता संशोधनात कर्मचारी आणि विद्यार्थ्यांबद्दल नवीन साईट जीवशास्त्र विज्ञान, नॅशनल युनिव्हर्सिटी ऑफ सिंगापूरच्या समुह विभागावर लक्ष केंद्रित करतो.

Biodiversity Heritage Library

<http://biodiversitylibrary.blogspot.com>

Twelve major natural history museum libraries, botanical libraries, and research institutions have joined to form the Biodiversity Heritage Library. Posts are a hotchpotch of quirky insights into the literature and history of biodiversity, such as Book of the Week and links to archives such as Memoirs of the Torrey Botanical Club. 1899-1902 and Journal of the Asiatic Society of Bengal. v.3 (1907).

Zero Race

<http://www.zero-race.com>

The Zero Race Blog follows zero emission cars in an around the world in 80 days race. The blog is not about biodiversity as such, but the race aims to 'raise awareness for Biodiversity Protection. "Each car has the name and the logo of a species that is threatened by climate change," to show "that electric cars and renewable energies provide a solution to help protect biodiversity."

जैवविविधता परंपरा संग्रहालय

<http://biodiversitylibrary.blogspot.com>

जैवविविधता संग्रहालय तयार करण्यासाठी बारा मोठ्या नैसर्गिक इतिहास वस्तुसंग्रहालये, वनस्पती संग्रहालये आणि संशोधन संस्था जोडल्या गेल्या. पोस्ट साहित्यामध्ये विचित्र अंतरंग आणि जैवविविधतेच्या इतिहासाने खिचडी आहे, जसे आठवड्याची पुस्तके आणि अर्चिह्या लिंक्स जसे मेमोरीज ऑफ टॉर रे बोटॅनिकल क्लब. 1899 ते 1902 आणि जर्नल ऑफ एशियाटीक सोसायटी ऑफ बॅंगाल. v.3 (1907).

झीरो रेस

<http://www.zero-race.com>

द झीरो रेस ब्लॉग जगभरातील 80 दिवसांच्या शर्यतीमध्ये शुन्य उत्सर्जन कार्सचा माग ठेवतो. हा ब्लॉग खास करून जैवविविधतेबद्दल नाही, पण शर्यत 'जैवविविधता संरक्षणासाठी शर्यत जागृतता'चे ध्येय ठेवतो. 'प्रत्येक कारला नाव आणि हवामान बदलामुळे धोक्यात असलेल्या प्रजातीचा लोगो' असतो जो दर्शवतो की 'इलेक्ट्रिक कार आणि अक्षय उर्जा मदत सुरक्षित जैवविविधतेला' उपाय प्रदान करते.

Main sources

- BBC Science & Environment, <http://www.bbc.com/news/science-environment-30435350>
- Role & Impact of Media in spreading awareness of energy conservation : A comparative study of Print & Electronic media http://www.ripublication.com/ijesdmspl/ijesdmv4n3_20.pdf
- The Pimm Group <http://thepimmgroupp.org/919/best-biodiversity-blogs/>
- ASEAN Centre for biodiversity http://www.aseanbiodiversity.org/index.php?option=com_content&view=article&id=713:communicating-biodiversity-in-the-era-of-social-media&catid=1:news&Itemid=109
- HIPPO Reads <http://read.hipporeads.com/social-media-as-a-conservation-tool/>
- Bhatia, S., 2015. Catalysing Awareness — How Mumbai's Media represents its Leopards, Conservation India: Enabling conservation action. Retrieved on 26th September 2015 from <http://www.conservationindia.org/articles/mumbai-media-leopards>
- Riverbank Studios Retrieved on 01st October 2015 from http://www.riverbankstudios.com/doc_shores_of_silence.htm

Further Resources

- Otter conservation in India: Can mass media play a role – Ashgar Nawab & Parkishit Gautam | <http://www.moef.nic.in/sites/default/files/nlcp/C-%20Biodiversity/C-37.pdf>
- Media has uncommon opportunities for promoting biodiversity conservation | <http://www.icrisat.org/newsroom/news-releases/icrisat-pr-2012-media15.htm>
- Environmentalism and the Mass Media: The North/South Divide, Chapman et al, Routledge, 2003
- Understanding the Role of Representations of Human–Leopard Conflict in Mumbai through Media-Content Analysis - Saloni Bhatia, Conservation Biology, 2013 http://www.conservationindia.org/wp-content/files_mf/Bhatia-et-al-2013_leopards-and-mass-media_conbio-1.pdf
- Can Mass media help in Conserving Mahseer & Riverine Ecosystem?* - Nishikant Gupta, 26 JUNE, 2014 <http://www.indiawilds.com/diary/can-mass-media-help-in-conserving-mahseer-riverine-ecosystem/>
- Recommendations from the Workshops Communication for Biodiversity Conservation Education for Sustainable Future – International Conference 18-20 Jan 2005, Ahmedabad
- Media's Role, Responsibility In Covering Sustainable Development <http://www.un.org/press/en/2002/ENVDEV619.doc.htm>
- Media in Support of Sustainable Development and a Culture of Peace, UNESCO 2015. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/San-Jose/pdf/Book_UNESCO_Media_and_Development_May_2015_01.pdf
- Role of the Media in Achieving a Sustainable Society, Tim Bodt <http://www.bhutanstudies.org.bt/publicationFiles/ConferenceProceedings/MediaAndPublicCulture/M-21.pdf>
- Media coverage of nature conservation and protection in Nigeria National Parks <http://www.academic-journals.org/journal/IJBC/article-full-text-pdf/FFFD8CA11656>
- The role of print media in the campaign for Water conservation: a content analysis of the daily nation newspaper <http://erepository.uonbi.ac.ke/xmlui/handle/11295/3460>

मुख्य स्रोत

- BBC साईंस एण्ड एन्वायर्नमेंट, <http://www.bbc.com/news/science-environment-30435350>
- उर्जा संवर्धनाचे जागृकता पसरवण्यात प्रसार माध्यमाची भूमिका आणि प्रभाव: छापील आणि इलेक्ट्रॉनिक प्रसार माध्यमाचा तुलनात्मक अभ्यास http://www.ripublication.com/ijesdmspl/ijesdmv4n3_20.pdf
- द पीम ग्रुप <http://thepimmgroupp.org/919/best-biodiversity-blogs/>
- ASEAN जैवविविधतेसाठी केंद्र http://www.aseanbiodiversity.org/index.php?option=com_content&view=article&id=713:communicating-biodiversity-in-the-era-of-social-media&catid=1:news&Itemid=109
- HIPPO वाचते <http://read.hipporeads.com/social-media-as-a-conservation-tool/>
- भाटीया एसएण 2015. जागृकतेला उत्प्रेरणा— मुंबईची प्रसार माध्यमे चित्त्याला कशी प्रस्तुत करतात, संवर्धन भारत: संवर्धन कारवाई सक्षम करत आहे. 26 सप्टेंबर 2015ला <http://www.conservationindia.org/articles/mumbai-media-leopards>] कडून प्राप्त झाले
- रिव्हरबँक स्टूडिओने 1 ऑक्टोबर 2015ला http://www.riverbankstudios.com/doc_shores_of_silence.htm कडून प्राप्त केले.

पुढील संसाधने

- भारतातील इतर संवर्धन: एकत्रित प्रसार माध्यम कोणती भूमिका पार पाडते —अशगार नवाब आणि पार्किशित गौतम <http://www.moef.nic.in/sites/default/files/nlcp/C-%20Biodiversity/C-37.pdf>
- प्रसार माध्यमाकडे जैवविविधता संवर्धनाला प्रोत्साहन देण्यासाठी असामान्य संधी आहेत. <http://www.icrisat.org/newsroom/news-releases/icrisat-pr-2012-media15.htm>
- एन्वार्मेन्टलिझम एण्ड द मासमेडीया : द नॉर्थ/साउथ डिव्हाईड, चॅपमॅन et al, रुथलेज, 2003
- मुंबईमध्ये मानव-चिंता संघर्षाच्या प्रस्तुतीकरणाची भूमिका समजणे — सामग्री विश्लेषण— सलोनी भाटीया, संवर्धन जीवशास्त्र, 2013 http://www.conservationindia.org/wp-content/files_mf/Bhatia-et-al-2013_leopards-and-mass-media_conbio-1.pdf
- माशिर आणि रिवरिना इकोसिस्टम संवर्धनात जनसंपर्क मदत करू शकतो का?— निशिकांत गुप्ता 26 जून 2014 <http://www.indiawilds.com/diary/can-mass-media-help-in-conserving-mahseer-riverine-ecosystem/>
- शाश्वत भविष्यासाठी जैवविविधता संवर्धन प्रशिक्षणासाठी कार्यशाळा संप्रेषणाकडून शिफारसी —आंतरराष्ट्रीय अधिवेशन 18–20 जाने 2005, अहमदाबाद
- प्रसार माध्यमाची भूमिका, शाश्वत विभागाच्या समावेशक जबाबदाऱ्या <http://www.un.org/press/en/2002/ENVDEV619.doc.htm>
- शाश्वत विकास आणि शांतीच्या सांस्कृतीला प्रसार माध्यमाचा आधार UNESCO 2015. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/San-Jose/pdf/Book_UNESCO_Media_and_Development_May_2015_01.pdf
- शाश्वत समाज प्राप्त करण्यामध्ये प्रसार माध्यमाची भूमिका, टीम बाड्ट <http://www.bhutanstudies.org.bt/publicationFiles/ConferenceProceedings/MediaAndPublicCulture/M-21.pdf>
- नैसर्गिक संवर्धन आणि नायजेरीया नॅशनल पार्क्सच्या संरक्षणात प्रसार माध्यमाचे वृत्तांकन <http://www.academic-journals.org/journal/UBC/article-full-text-pdf/FFFD8CA11656>
- पाणी संवर्धनाच्या मोहिमेत छापील प्रसार माध्यमाची भूमिका: दैनिक राष्ट्र वर्तमानपत्राचे सामग्री मूल्यांकन <http://erepository.uonbi.ac.ke/xmlui/handle/11295/3460>



