प्रसार माध्यमे आणि मराठी भाषा

संपादक
डॉ. भास्कर शेळके

अगस्ति कॉलेज ग्रंथालय
42346

पुस्तक जपून वापरावे.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

ग्रंथालय अकोले

संपादक

डॉ. भास्कर शेळके

891.4609
SHE

Agasti Arts, Commerce & Dadasaheb
Rupwate Science College, Akole
UGC LIBRARY
Acc.No. 42346
Price 300/- Dt. 7/10/2013

अगस्ति कॉलेज ग्रंथालय
42346

स्नेहवर्धन प्रकाशन
पुणे

- स्नेहवर्धन प्रकाशन : क्र. ८९१
- प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा
- **प्रकाशक आणि मुद्रक :**
  श्री. एल. व्ही. तावरे
  स्नेहवर्धन, ८६३ सदाशिव पेठ, महात्मा फुले सभागृहामागे,
  पुणे – ४११ ०३०.
  टेलिफॅक्स : (०२०) २४४७ २५ ४९ / २४४३६९६१
  ई–मेल : snehavardhan@vsnl.net
- © सर्व हक्क सुरक्षित
- **प्रथमावृत्ती :** २५ एप्रिल २०१२
- **मुखपृष्ठ :** राजेंद्र गिरधारी
- **अक्षरजुळणी :** सॉफ्टवर्ल्ड सर्व्हिसेस, पुणे.
- **मुद्रणस्थळ :** स्मिता प्रिंटर्स, पुणे.
- ISBN 978-81-89634-93-3
- **पृष्ठसंख्या :** ३१६
- **मूल्य : ₹ ३००/–**

२५ वर्षांपूर्वी अध्यापनरूपात आशीर्वाद देणाऱ्या

मा. दादासाहेब काळे

आणि

कै. अप्पासाहेब शेळके

आणि

जीवनप्रवासातील वाटेवरील सावलीसारख्या गुरुजनांस तसेच

विद्यार्थी मित्र

डॉ. विलास थोरात, डॉ. दत्तात्रय डुंबरे, डॉ. ज्ञानेश्वर वाल्हेकर,
डॉ. शशिकांत साळके, डॉ. अनिल उगले, डॉ. सीताराम निघुट,
प्रा. सुवर्णा खोडदे, प्रा. बाळासाहेब सोनावणे,
प्रा. दिलीप कसबे, प्रा. अनिल गर्जे, प्रा. राजेश्वर दुडुकनाळे,
प्रा. छाया बारवे, प्रा. गणपत हराळ, श्री. नितीन भोसले,
पोलिस उपायुक्त श्री. प्रकाश वाघमारे, प्रा. सचिन काकडे,

आणि

२५ वर्षे अखंड साथ देणारी पत्नी

सौ. तायदेवी यांना प्रेमादरपूर्वक अर्पण.

– भास्कर शेळके

संपादकीय

विद्यापीठ अनुदान आयोग पुरस्कृत राष्ट्रीय चर्चासत्राचे दि. २७, २८ मार्च २०१० रोजी आयोजन करण्यात आले. माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगामध्ये सर्व जगच वावरत आहे आणि प्रसारमाध्यमाच्या साह्याने माहितीची ज्ञानगंगा सर्वसामान्य माणसांपर्यंत झिरपत जात आहे. म्हणूनच 'प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा' या अगदी महत्त्वपूर्ण विषयावरील राष्ट्रीय चर्चासत्रात वृत्तपत्र, आकाशवाणी आणि दूरदर्शन या प्रसारमाध्यमांतील मान्यवरांबरोबर, भाषा विषयाच्या तज्ज्ञ प्राध्यापकांनी या विषयावर अभ्यासपूर्ण शोधनिबंधाचे लेखन केले, मार्गदर्शन केले, विद्यार्थ्यांनीदेखील शोधनिबंध वाचून सहभाग नोंदविला. या सर्वांना मूर्तरूप देण्याचा प्रयत्न यानिमित्ताने केला आहे. त्याचे स्वागत होईल याची खात्री आहेच !

या ग्रंथ प्रकाशनाच्या निमित्ताने मा. अध्यक्ष ॲड. संजय काळे, त्यांचे सर्व विश्वस्त मंडळ, मा. प्राचार्य डॉ. कांतीलाल पुराणे, सहकारी प्राध्यापक, कार्यालय प्रबंधक, मा. लतिफ हलवाई, त्यांचे सर्व सहकारी, चतुर्थश्रेणी कर्मचारी, विद्यार्थी ग्राहक भांडाराचे सर्व कर्मचारी, स्नेहवर्धनच्या संचालिका डॉ. स्नेहल तावरे व त्यांचे कर्मचारी यांचे मोलाचे मार्गदर्शन, सहकार्य लाभले. सर्वांबद्दल कृतज्ञता व्यक्त करणे मी माझे कर्तव्य समजतो. निबंधवाचक तज्ज्ञांनी वेळेत निबंध लिहून दिल्यामुळेच हे पुस्तक आपल्या हाती देताना अतीव आनंद होत आहे.

– डॉ. भास्कर शेळके

सहयोगी प्राध्यापक – मराठी विभाग प्रमुख

श्रीशिवछत्रपती महाविद्यालय, जुन्नर, जि. पुणे

भ्रमणभाष : ९८९०६८६५२१

अनुक्रमणिका

संपादकीय / भास्कर शेळके / ०५

१. प्रसारमाध्यमे व मराठी भाषा / डॉ. मनोहर जाधव /०९

२. भाषा परिवर्तन : एक अटळ बाब / महावीर जोंधळे / १६

३. प्रसारमाध्यमांमधील मराठी भाषा / सुभाष शं. नाईक / २१

४. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / डॉ. भास्कर शेळके व डॉ. मिलिंद कसबे / २७

५. नभोवाणी आणि मराठी भाषा : बाळासाहेब खराडे / ३५

६. वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा / प्रा. एस. ई. दरेकर / ४०

७. दूरदर्शन मराठी भाषा / डॉ. जयराम खाडे / ४६

८. प्रसारमाध्यम – आकाशवाणी / डॉ. वंदना नढे / ५८

९. दूरदर्शन लेखन : तंत्र व स्वरूप / डॉ. सीताराम निघुट / ६२

१०. वृत्तपत्र व्यवसाय आणि मराठी भाषा / डॉ. शशिकांत साळवे / ६९

११. वृत्तांत लेखन (फिचर) तंत्र व उपयोजन/डॉ. गर्जे अनिल लहानु / ७३

१२. आकाशवाणी : लेखन व स्वरूप / डॉ. गर्जे अनिल लहानु / ७९

१३. आंतरजाल : एक प्रसारमाध्यम म्हणून मराठी / बाळासाहेब दिघे/ ८४

१४. एक प्रसारमाध्यम म्हणून मराठी भाषेतील मुद्रित साहित्य : एक अभ्यास / बाळासाहेब दिघे / ८७

१५. पत्रकारिता व सामाजिक बांधिलकी / शिवाजी शिंदे / ९०

१६. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / प्रा. धनंजय वाघमारे / ९८

१७. आकाशवाणी व मराठी भाषा / प्रा. डॉ. ए. बी.उगले / १०७

१८. व्यक्तिमत्त्व विकास : चित्रपट / प्रा. सुहास निर्मळे / १०९

१९. वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा / प्रा. उमा उत्तम काळे / ११३

२०. वर्तमानपत्र आणि मराठी भाषा / प्रा. नवनाथ अगंद शिंदे / ११७

२१. प्रसारमाध्यमे आणि साहित्य / प्रा. डॉ. ज्ञानेश्वर वाल्हेकर / १२३

२२. लोककला आणि प्रसारमाध्यमे / प्रा. दिलीप कसबे / १२८

२३. दूरचित्रवाणी, टेलिव्हिजन व मराठी भाषा / प्रा. सुधीर कृष्णाजी जोशी /१३२

२४. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा... / भालेराव नितीन नारायण/१३६

२५. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / प्रा. डॉ. जयद्रथ जाधव / १३८

२६. मराठी वृत्तपत्रे आणि समीक्षा / डॉ. भरत देशमुख / १४३
२७. वृत्तपत्र – प्रभावी प्रसार आणि माध्यम/प्रा. डॉ. विजय पाटील/१४७
२८. प्रसारमाध्यमे, मराठी भाषा आणि मराठी माणूस
प्रा. डॉ. भारत हंडीबाग, प्रा. डॉ. दत्तात्रय प्र. डुंबरे / १५१
२९. वृत्तपत्र आणि प्रसारमाध्यम / प्रा. किरण पिंगळे / १५५
३०. चित्रपटकथा / प्रा. शिवाजी रामनाथ सुंभे / १५९
३१. वर्तमानपत्र या प्रसार माध्यमाचे स्वरूप, उद्दिष्ट व कार्य /
प्रा. संजय कदम / १६२
३२. एक प्रभावी प्रसारमाध्यम : वृत्तपत्र
प्रा. झिंझुर्डे बाबासाहेब पुंडलिकराव / १६५
३३. वर्तमानपत्र आणि पुस्तक परीक्षण / प्रा. छाया बारवे / १६८
३४. आकाशवाणीवरील जाहिरातीचे स्वरूप व मर्यादा
प्रा. एस. एल. गायकवाड / १७२
३५. प्रसारमाध्यमे, मराठी भाषा व स्त्रियांचे प्रबोधन
प्रा. डॉ. कीर्ती मुळीक / १७६
३६. दूरदर्शनवरील जाहिरातीची भाषा
प्रा. डॉ. राजाभाऊ विनायक भैलुमे / १८१
३७. मराठी भाषा आणि आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचे
स्वरूप-विशेष / डॉ. पांडुरंग भोसले / १८४
३८. वृत्तपत्र : एक प्रभावी प्रसारमाध्यम / डॉ. केशव तुपे / १९६
३९. वृत्तपत्रीय लेखनकौशल्य / प्रा. श्रीराम य. गडकर / १९९
४०. नभोवाणी स्वरूप व नभोनाट्य लेखनकौशल्ये /
प्रा. अशोक लिंबेकर / २०५
४१. वऱ्हाडी बोलीच्या प्रसाराकरिता पश्चिम विदर्भातील
एफ.एम. आकाशवाणीचे योगदान / डॉ. अण्णा वैद्य व प्रा. अशोक लिंबेकर / २११
४२. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / प्रा. जगदीश आवटे / २१५
४३. प्रसारमाध्यमातील मराठीचे स्वरूप / प्रा. डॉ. तुषार चांदवडकर /२१८
४४. प्रसारमाध्यमे आणि नोकरी व्यवसायाच्या संधी
प्रा. सौ. मंगल डोंगरे / २२३

४५. वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा / राजेश्वर माधवराव डुडूकनाळे / २२९
४६. आकाशवाणी व दूरदर्शन : बदलते स्वरूप / प्रा. गणेश मोहिते/२३६
४७. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / प्रा. व्ही. वाय. गावडे / २४१
४८. वृत्तपत्र आणि साहित्य / डॉ. बाळासाहेब गुंजाळ / २५१
४९. दूरदर्शन संहिता लेखनाची कौशल्ये / प्रा. एन. डी. कवडे / २५८
५०. मराठी भाषा आणि माध्यमांची भूमिका / प्रा. पंकज वानखेडे/ २६३
५१. दूरचित्रवाणी आणि भाषिक कौशल्य /
(बातमीपत्र संहिता लेखन व निवेदन संदर्भात)
प्रा. डॉ. राहुल राजाराम हांडे / २६९
५२. ग्रामीण साहित्य संशोधन : अडचणी व उपाय, दिशा
प्रा. भास्कर शेळके / २७८
५३. आकाशवाणीवरील बातमीपत्रांचे लेखन / प्रा. सुवर्णा खोडदे / २८३
५४. आकाशवाणी आणि मराठी भाषा / प्रा. सौ. वैशाली सावंत / २८८
५५. दूरदर्शन आणि आकाशवाणी / प्रा. यशोद पाटील / २९३
५६. आकाशवाणी माध्यम / प्रल्हाद यादव / २९५
५७. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा / डॉ. सुरेश पैठणकर / २९९
५८. व्यावहारिक मराठी आणि प्रसारमाध्यमे : भाषांतर /
व शास्त्रीय वाङ्मय / निरंजन घाटे / ३०१
५९. भाषांतर, रूपांतर, अनुवाद, लेखन कौशल्य / प्रा. डॉ. बाबासाहेब शेंडगे / ३०७
६०. प्रसार माध्यमातील नोकरीच्या संधी / प्रा. डॉ. स्नेहल तावरे / ३११

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

ꕥ प्रा. डॉ. मनोहर जाधव

भाषा ही मानवी व्यवहारातील अतिशय महत्त्वाची गोष्ट आहे. मानवी समूह भाषेशिवाय जीवनाच्या विविध क्षेत्रांत काम करू शकत नाही. या अर्थाने भाषा ही जीवनातील अपरिहार्य घटक आहे. जीवन व्यवहारात जितक्या मोठ्या प्रमाणात भाषेचा वापर होतो, तेवढी ती समृद्ध होते. भाषा ही उदरनिर्वाहाचे साधन होते तेव्हा तर तिचे विशेष महत्त्व लक्षात येते. उदा. पुण्यातील कोरेगाव पार्कमध्ये ओशो आश्रम आहे. तेथे काही विक्रेते रस्त्याच्या कडेला पाश्चात्त्य ओशो भाविकांना दैनंदिन गरजेच्या वस्तू विकतात. तेथे सामान्य विक्रेते इंग्रजीमध्ये बोलतात. याचा अर्थ असा की, त्यांचा ग्राहक वर्ग इंग्रजी बोलणारा असल्यामुळे त्या विक्रेत्यांना इंग्रजी भाषा आली पाहिजे, असे वाटते आणि त्याप्रमाणे ते व्यवहार करतात. मी स्वत: गोव्यामध्ये अनेक बीचवर साध्या कष्टकरी महिला इंग्रजीत बोलताना पाहिल्या आहेत. विक्री व्यवहार त्या इंग्रजीत करतात, याचा अर्थ त्यांचे ग्राहक हे इंग्रजी भाषा बोलणारे असतात, त्यामुळे त्या महिला त्या भाषेच्या आधारे व्यवहार करतात. म्हणजे भाषा ही जीवनाला जोडली गेली की, जीवनाचे प्रश्न सुटतात. भाषा ही समृद्ध होत जाते, आणि ती भाषा बोलणारी व्यक्तीदेखील समृद्ध होत जाते. महात्मा जोतिराव फुले म्हणत असत की, ''शाळा, महाविद्यालयामध्ये जोपर्यंत कष्टकरी वर्गातून शिक्षक येत नाहीत, तोपर्यंत कष्टकऱ्यांच्या मुलांना योग्य शिक्षण मिळणार नाही, परंतु असे आज शिक्षक येऊनही फारसे काही साध्य झाले आहे, असे दिसत नाही.''

आज शेतकऱ्यांची मुले शिक्षक झाली, शेतकऱ्यांची मुले राज्यकर्ती झाली तरी शेतकरी आत्महत्या का करतात? हा प्रश्नच आहे. हा विसंवाद कोठून येतो. याचा शोध घेणे गरजेचे आहे. सहाव्या वेतन आयोगाचा आणि शिक्षणाचा संबंध आहेच. मी शिक्षक म्हणून काय करतो, माझ्या विषयाचे कोणते संशोधन आणि चिंतन करतो? किंवा शिक्षक म्हणून माझे वेगळेपण काय आहे? याचा विचार करणे हे माझे कर्तव्य आहे. वेगवेगळ्या माध्यमात भाषा कशी वापरतात हे मला जर शिकवायचे असेल तर मला त्या विषयाचा अभ्यास केला पाहिजे. प्रसारमाध्यमांची भाषा ही केवळ पुस्तक वाचून कळणारी गोष्ट नाही. तर तेथे प्रात्यक्षिक आणि अनुभव महत्त्वाचा आहे. अनुभवातून या गोष्टी शिकाव्या

लागणार आहेत. म्हणजे प्रसारमाध्यम आणि भाषा असे अपेक्षित असेल तर मला आकाशवाणी आणि दूरदर्शन केंद्रात जावे लागेल. वर्तमानपत्रांच्या कार्यालयातील कार्यपद्धती समजावून घ्याव्या लागतील. तेथील माणसांशी मला बोलावे लागेल आणि शिक्षक म्हणून हा विषय कसा शिकविला पाहिजे याचे होमवर्क आणि पेपरवर्क करावे लागेल. या ठिकाणी ग्रामीण भागातील शिक्षकाने काय करायचे? असा प्रश्न निर्माण होईल. तेथील शिक्षकाला मर्यादा पडतात; पण त्यालाही वरील गोष्टी करणे आवश्यक आहे. सरकारी कार्यालये सुटतात तेव्हा वर्तमानपत्रांची कार्यालये गजबजलेली असतात. त्यांचे कामाचे तास वेगवेगळे असतात. रात्री उशिरा कोणती महत्त्वाची बातमी येते का? याचा विचार करावा लागतो. वर्तमानपत्राचे 'पेज' तयार करावे लागते. बातमी कोणती? अग्रलेख कसा लिहिला आहे. बातम्यांचे प्राधान्यक्रम कसे ठेवले आहे. पानांचा क्रम कसा लावला आहे. या अर्थाने वर्तमानपत्र समजून घ्यावे लागते. याप्रमाणे दूरदर्शन आणि आकाशवाणी यांचे विश्व काय आहे? ते समजून घ्यावे लागते. मला त्यातले कळत नाही, असे म्हणून चालणार नाही. वर्तमानपत्रांची काही विशेष पाने असतात. अग्रलेखाची विशिष्ट भाषा असते. वर्तमानकालीन घटनांवर स्फुट स्वरूपाचे भाष्य असते, वाचकांचा पत्रव्यवहार, जाहिराती असतात. कोणत्या वर्तमानपत्राचा अग्रलेख कोणत्या पानावर असतो, हे ठरलेले असते. टाइम्स ऑफ इंडियाचा अग्रलेख कोठे? किंवा हिंदूचा अग्रलेख किंवा महाराष्ट्र टाइम्सचा अग्रलेख कोठे हे सरावाने कळते. वर्तमानपत्रे आपल्याला आपली वाटतात, पण तेथे काम करणारे कोण आहेत, याचाही शोध घेतला पाहिजे. काम करणारी माणसे आपली असण्यापेक्षा त्यांच्यावर वर्तमानपत्राच्या मालकाचे नियंत्रण असते. जे मालकाच्या धोरणात बसते, तेच वर्तमानपत्रात छापून येते.

माझ्या असे लक्षात आले की, ज्यांना खूप काही समजून घ्यायचे आहे, ते कोणत्याही क्षेत्रात असले तरी खूप परिश्रम घेतात आणि मन लावून काम करतात. विद्येच्या, ज्ञानाच्या क्षेत्रात किंवा कॉर्पोरेट क्षेत्रात काम करणारी माणसे जर परिश्रम घेणारी आणि जिज्ञासू असतील तर चांगल्याप्रकारे काम करू शकतात. अशी माणसे चोखंदळ असतात, असू शकतात. समोरची व्यक्ती कोणते वर्तमानपत्र वाचते यावरून त्याची बौद्धिक आणि सांस्कृतिक अभिरुची कळते. म्हणजे 'हिंदू, महाराष्ट्र टाइम्स' अशी वर्तमानपत्रे वाचणाऱ्या वाचकाचा स्तर काय आहे? याचा अंदाज बांधता येतो. माझा एक छंद आहे. रोज ठरावीक चार-पाच वर्तमानपत्रे विकत घ्यायची, आणि एक तास त्यात घालवायचा. कोणी काय 'हेडलाइन्स' दिल्या आहेत, कॉमन बातम्या काय आहेत, हेडलाईनची भाषा कशी आहे, पहिल्या पानाची मांडणी कशी आहे, कोणती छायाचित्रे टाकली आहेत, हे पाहणे रंजक असते. त्यातून आपल्याला बऱ्याच गोष्टींचा बोध होतो. अमुक एक

वर्तमानपत्र राजकीय, सामाजिकदृष्ट्या कोणत्या बाजूने झुकलेले आहे, तेही लक्षात येते. अलीकडे 'महाराष्ट्र टाइम्स'च्या हेडलाईनमध्ये 'यमक' जुळवलेले दिसतात. मला माझ्या जुजबी माहितीनुसार फक्त एवढेच माहिती होते की, पोलीस टाइम्स आणि तत्सम वर्तमानपत्रे हेडिंगमध्ये यमक जुळवतात. पण तुमच्या माहितीसाठी म्हणून सांगतो, अशी वर्तमानपत्रे देखील मी माहितीसाठी अधूनमधून चाळतो. या वर्तमानपत्रांचा वाचकवर्ग वेगळाच आहे. तो सामान्य बौद्धिक आवाका असणारा आहे. त्याला काही थ्रिलिंग हॉरर हवे असते, आणि ही वर्तमानपत्रे ते कॅची भाषेत सांगतात. त्याचे शीर्षकही यमक जुळवून सर्वसामान्यांना आकर्षित करील असे वाटते. पण 'महाराष्ट्र टाइम्स'लाही याची गरज पडायला लागली. 'महाराष्ट्र टाइम्स'चा हा चोखंदळ वर्ग आहे. असे मानले जात होते. अजून तरी तशी मानण्यासारखी परिस्थिती आहे, पण पहिल्या पानावर रोज गणपतीचे छायाचित्र छापले जाते, आणि ते कोणी पाठविले, याचा उल्लेख केला जातो. द्वा. भ. कर्णिक, गोविंद तळवलकर हे एके काळी संपादक असलेले पत्र कसे बदलत चालले आहे, हे लक्षात येते. लोकांचा अनुनय आणि लोकांना जे आवडेल ते देणे असे धोरण दिसते. एकीकडे पत्रकार स्वत:ला 'इंटेलिक्चुअल' म्हणवतात, बौद्धिक नेतृत्वाचा आव आणतात पण त्याचे प्रतिबिंब वर्तमानपत्रात दिसत नाही. काही महिन्यांपूर्वी दै. लोकसत्ता वर्तमानपत्रात 'जगलो वाचलो तर उद्या भेटू'. अशा हेडिंगची बातमी होती. जर्मनीमध्ये कितीतरी वर्षांपासून वैज्ञानिक संशोधन करीत आहे. तेथे भूमिगत प्रयोगशाळा आहेत. त्यासंदर्भात ही बातमी होती. जगबुडी होऊन जगाचा विनाश होणार आहे. जग नामशेष होणार आहे. अशा प्रकारची ती बातमी होती. ती वाचून मी चकित झालो. त्यादिवशी दुपारी माझी मुलगी शाळेतून रडत घरी आली, मी म्हणालो, ''बेटा, काय झालं?'' तर ती म्हणाली, ''पप्पा, उद्या जग बुडणार आहे.'' मी म्हटलं, ''कोणी सांगितलं?'' तर ती म्हणाली, ''टीचर सांगत होत्या, आणि मैत्रिणीही सांगत होत्या....'' मी तातडीने माझे मित्र निरंजन घाटे यांना फोन केला. कारण ते सातत्याने विज्ञानविषयक लेखन करतात. त्यांना यासंबंधी हमखास माहिती असणार, या हेतूने मी त्यांना बातमीसंदर्भात विचारले, तेव्हा ते म्हणाले, ''तुम्ही लोकसत्तेला फोन करा, आणि त्यांना विचारा उद्याच्या जाहिराती घेतल्या आहेत की नाहीत.'' हे उत्तर मोठे मार्मिक होते. याचा अर्थ काय सांगायचे आणि कसे सांगायचे हे मोठ्या पेपरवाल्यांनाही कळत नाही. जी भाषा वर्तमानपत्रात प्रबोधनासाठी वापरली जाते ती या पद्धतीने वर्तमानपत्रे प्रसिद्ध करीत असतील तर आपण काय करणार?

कोल्हापूर परिसरात दै. पुढारी हे वर्तमानपत्र बऱ्यापैकी प्रसिद्ध आहे. पश्चिम महाराष्ट्रात या पेपरचा वरचा क्रमांक आहे. पण तेथे सर्वसामान्य माणसे

निरनिराळे पेपर वाचत असतील तर, ग्रामीण भागात एखादा दुसऱ्या व्यक्तीला विचारतो, ''कोणता पुढारी वाचतोय.'' म्हणजे एखाद्या वृत्तपत्राचे वेगळे नाव असू शकते, हे देखील सामान्य माणसाच्या लक्षात येत नाही. यावरून वर्तमानपत्रे लोकांच्या भावजीवनाशी किती निगडित असतात, हे लक्षात येते. वर्तमानपत्रात शब्दसंख्येला विशिष्ट महत्त्व असते. दोन कॉलममध्ये अमूक एका शब्दसंख्येत मजकूर लिहून दिला पाहिजे, असा तेथे आग्रह असतो. एकदा विजय कुवळेकर यांनी मला एक किस्सा सांगितला. ''जयंत नारळीकरांना जर एखाद्या संपादकाने सांगितले, पाचशे शब्दांत आम्हांला लेख हवा आहे, तर नारळीकर प्रत्येक पानाच्या शेवटी या पानात किती शब्द आहेत, असे लिहितात. आणि शेवटी शब्दसंख्या मोजून शेवटच्या पानावर लिहितात, 'महोदय, आपण पाचशे शब्दांत मजकूर लिहायला सांगितला होता, पण तो ५०५ शब्दांत झाला आहे, ५ शब्द कोणते गाळावेत याचे स्वातंत्र्य तुम्हाला आहे.'' यावरून काही लेखक दिलेल्या शब्दमर्यादेत किती काटेकोर आणि प्रभावी मजकूर लिहू शकतात, याची कल्पना येते. तर काही लेखक असे आहेत की, ते सांगतात, ''मला ५०० शब्दांत तुम्ही सांगितल्याप्रमाणे लिहिता येत नाही. ६०० शब्दांत लिहिले आहे आणि ते काटछाट न करता तसेच छापायचे आहे.'' पण असे वर्तमानपत्रात चालत नाही. भाषेची एक समज लेखकाला असावीच लागते. पत्रकाराला तर ती असावीच लागते आणि म्हणून तो सगळा आशय मर्यादित शब्दांत मांडतो. वर्तमानपत्राचा वाचक वेगवेगळ्या वयोगटातील असतो. वृद्ध, तरुण, लहान मुले, तरुण मुली यांच्यासाठी त्यांच्या भाषेतच मजकूर द्यावा लागतो. उद्योग, शिक्षण, राजकारण, शेती, साहित्य.. असे वेगवेगळ्या वयोगटातील आहेत. वृद्ध, तरुण, लहान मुले, तरुण मुली यांच्यासाठी त्यांच्या भाषेतच मजकूर द्यवा लागतो. उद्योग, शिक्षण, राजकारण, शेती, साहित्य असे वेगवेगळे विषय असतात, आणि ते साध्या सोप्या भाषेत मांडलेले असतात. त्यांची स्वतंत्र भाषा असते. ती बोलीभाषेत किंवा विशिष्ट भाषेत मांडता येत नाही. बोलीभाषा वेगळी आणि माध्यमांची भाषा वेगळी असते. बोलीभाषा बोलणाऱ्या लोकांना ती सहज कळणारी असते. मी विद्यापीठात नोकरी करीत असल्यामुळे वेगवेगळ्या कारणांसाठी अनेक पत्रकार मित्र भेटतात. अर्थातच सर्व पत्रकरांना सनसनाटी बातमी हवी असते. जसे की, 'भरती घोटाळा, पेपर फुटले....' अशा बातम्या हिट होतात. पण जर मराठी विभागाने एखाद्या विषयावर 'सेमिनार' घेतला तरी ती मिळमिळीत बातमी ठरते. एखादा मित्र तर ''तुम्हीच लिहून द्या'' असे सांगतो. म्हणजे अलीकडे चर्चासत्र ऐकून जबाबदारीने बातमी लिहिली पाहिजे, असे कोणाला वाटत नाही. ज्ञानक्षेत्रातील बातमीदेखील तितकीच महत्त्वाची आहे. हा विवेक असायला हवा. पण एवढे करूनही मी बातमी तयार करून दिली, तर मला हे कळले पाहिजे की, बातमीची भाषा कशी

असावी, बातमीत कशाला वेटेज द्यावे, 'न्यूज व्हॅल्यू' कशाला आहे. संपादक किंवा उपसंपादकाला जे कळते ते माझ्यासारख्या शिक्षकाला कळेलच असे नाही. बातमीचे वजन कशात आहे आणि ते कोणत्या भाषेत आणले पाहिजे, हे पत्रकाराला कळू शकते. म्हणून मराठी विषयाचा अभ्यास करणाऱ्या विद्यार्थ्यांना केवळ मराठी भाषा येऊन चालणार नाही. तर ते बहुभाषिक असले पाहिजेत. यापुढच्या बदलत्या काळात त्यांना चांगले इंग्रजी बोलता आले पाहिजे. त्यांना हिंदीपण बोलता यायला पाहिजे. जमले तर आणखी एखादी भारतीय भाषा आली पाहिजे. त्याच्याशिवाय त्यांच्या व्यक्तिमत्त्वाचा विकास होऊ शकणार नाही. माध्यमात कशाप्रकारे भाषा वापरतात हे तेव्हाच त्यांच्या लक्षात चटकन येऊ शकेल. 'रेडिओ'ची भाषा ही प्रमाण भाषा नसते. 'त्याने तिला मारले' असे रेडिओवर निवेदक बोलत नाही. 'त्याने' ऐवजी 'त्यानं' असे तो बोलतो. आकाशवाणीवर 'व' शब्दाचा वापर होत नाही. तर 'व' ऐवजी 'आणि' शब्द उच्चारावा लागतो. कारण आपण व्यवहारात 'आणि'साठी पर्याय म्हणून 'व' वापरत नाही. 'रेडिओ' हे माध्यम इतके प्रभावी आहे की, त्याचा अनेक प्रकारे आपल्याला फायदा होतो. रेडिओ आपल्याला 'कॅरी' करता येतो. रेडिओ ऐकता ऐकता सर्व कामे करता येतात. आता नवीन एफ.एम. स्टेशन्स आली आहेत. 'रेडिओ मिर्ची', 'रेडिओ सिटी' सारखे केंद्र तुफान लोकप्रिय झालेले आहे. त्यावर निवेदक म्हणून काम करणारी मुले मुली अतिशय 'स्मार्ट' भाषेत बोलतात. एकाचवेळी मराठी, हिंदी, इंग्रजीचा चपखलपणे वापर करतात. जसे की एखादी निवेदिका सकाळच्या वेळी निवेदन करताना म्हणते, ''हाय कितना सुहाना मौसम है, हलकी-हलकी बरसात होते रही है'', अशा पावसात भिजायला छान वाटतं ना, सकाळचे आठ वाजले आहे आठ, तो अभी हम आपना शुरू करेंगे प्रोग्रॅम, आर यू रेडी माय फ्रेंडस्. तो आप सुनिये अलका याज्ञिकके के आवाज में एक बेहतरीन साँग....'' हे निवेदक अनेक भाषांतून अनेक स्तरातील लोकांशी संवाद साधतात आणि पुन्हा आपल्या मूळ भाषेवर येतात. अशा वेळी विषयांतर करून मूळ विषयावर येणे, अनेक भाषा वापरून मूळ भाषेवर येणे यासाठी व्यासंग आणि अभ्यास लागतो. एकेकाळी 'अमीन सयानी' या निवेदकाने 'बिनाका गीतमाला' हा रेडिओ सिलोनवरचा कार्यक्रम प्रचंड लोकप्रिय केला होता. दर बुधवारी रात्री ८ वाजता अख्ख्या भारतातील लोक 'रेडिओ सिलोन' तासभर ऐकत असत आणि मंत्रमुग्ध होत असत. रोज रात्री ८ वा. दिल्ली केंद्रावरून मराठी बातम्या प्रक्षेपित होत असत आणि निवेदकाचे उच्चार आणि सादरीकरणामुळे प्रभावी वाटत: हे कार्यक्रम इतके परिणामकारक होते की, लोकांनी या कार्यक्रमानुसार जेवणाच्या वेळा ठरविल्या होत्या. रंजन आणि ज्ञान एकत्र आल्यामुळे रंजनातून 'ज्ञान' आणि ज्ञानातून 'रंजन' असे चालत असे.

वर्तमानपत्र चालविणारी मंडळी भांडवलदार आहेत. ती त्यांची व्यावसायिक आणि राजकीय गरज आहे. त्यांच्याकडे भांडवल आहे. पैसा पेरून त्यांना पैसा उगवायचा आहे. आणि असे भासवायचे आहे की आम्ही प्रबोधन करतो. वैचारिक जागृती करतो. टी.व्ही. वरील अनेक वाहिन्यांच्या कामाचे स्वरूपही असेच आहे. ऐश्वर्या रॉयचे लग्न हा विषय दिवसभर चॅनलवर दाखविला जातो. हा काय प्रकार आहे? ऐश्वर्याचे लग्न हा काय राजकीय, सामाजिक प्रश्न होऊ शकतो का? अत्यंत तातडीचे समाजासमोरचे प्रश्न आहेत, त्यांचा प्राधान्यक्रम ठरविला तर ऐश्वर्याच्या लग्नाचा क्रम कोठे लागतो? पण त्यांना त्यांचे टीआरपी महत्त्वाचे वाटतात. ऐश्वर्या ही सेलिब्रेटी असली तरी तिचे लग्न ही खासगी गोष्ट आहे. त्यात किमान 'न्यूज व्हॅल्यू' असली तरी दिवसभर वाहिनीवर चर्चिला जाणारा हा इतका मोठा इश्यू कसा होऊ शकतो? तुम्ही लक्षात घ्या, दुपारी जेवणानंतर घराघरात महिला टीव्हीसमोर बसलेल्या असतात. दुपारची वेळ साधून ज्या मालिका सादर होतात, त्यातील प्रश्न आणि सामान्य महिलांचे प्रश्न यात कोणती संगती असते? आपले जीवन आणि मालिकेतील महिलांचे जीवन किती वेगळे आहे, हे पाहून महिलांच्या मनात न्यूनगंड निर्माण होतो, किंवा उदात्तीकरणाची भावना त्यांच्या मनात निर्माण होते. सर्वांत महत्त्वाचे म्हणजे या माध्यमांचा इतका प्रचंड प्रभाव आहे की, आपल्या रोजच्या जगण्यात कोणते प्रश्न आहेत, याचे लोकांना विस्मरण होते की काय? याची भीती वाटते. किंबहुना समाजाच्या लक्षात हे प्रश्न येऊ नयेत यासाठीच हे षड्‌यंत्र आखले आहे की काय ही शंका यावी, अशी परिस्थिती आहे. आज सामाजिक वास्तव काय आहे? एकविसाव्या शतकात जातानाही जातिव्यवस्था कशी घट्ट होत आहे, शेतकऱ्यांचे कोणते प्रश्न आहेत, महागाई का वाढते आहे, संसर्ग झाल्यासारखे विद्यार्थी आत्महत्या का करायला लागले आहेत, या सर्व प्रश्नांची तीव्रता बोथट होत आहे.

समाज संवेदनशील बनविण्यापेक्षा समाजाला बधीर करण्याचे काम सगळ्या वाहिन्या आणि त्यातील मालिका करीत आहेत. त्यांचे सादरीकरण आणि त्यांची जी चटकदार भाषा आहे, ती मोहात पाडणारी भाषा आहे. मध्यमवर्गीय आणि निम्नवर्गीय माणसांना बौद्धिक गुलाम करण्याचे काम पद्धतशीरपणे चालले आहे. त्याला वर्तमानाचे भान येऊ द्यायचे नाही. त्याला मोकळा श्वास घेऊ द्यायचा नाही. वेगवेगळ्या माहितीचा सारखा प्रचंड मारा करायचा. आणि सामान्य माणसाला अशा जाळ्यात गुंतवायचे की त्याला काही कळायलाच नको. पण दुसरी गोष्ट अशी की, आज मला टीव्हीवर काय पाहिले पाहिजे याचा चॉईस आहे. म्हणजे मी डिस्कव्हरी, ॲनिमल प्लॅनेट, नॅशनल जिऑग्रॉफी, हिस्ट्री हे चॅनेल बघायला लागलो तर, मला खूप नवीन आणि वेगळी

माहिती मिळते. मी बहुश्रुत होतो. ज्ञान मिळविण्याचे मार्ग मला सापडतात. हे एका दृष्टीने फायद्याचे आहे. पण घरातील लोकांना रंजनप्रधान मालिका पाहव्याशा वाटतात. तेव्हा माझा नाईलाज होतो. दिवसभर जोरात क्रिकेटच्या मॅचेस चालतात, लाखो माणसे अनेक तास त्या मॅचेस पाहण्यात वेळ वाया घालवतात, असे मोठे मनुष्यबळ थिजून जाते. अमेरिका, चीन, जपान या देशांना अशी चैन परवडत नाही. बरे आता अलीकडे एखादा पैसेवाला उठतो, आणि वेगवगळ्या देशांतील खेळाडू विकत घेऊन त्यांचा एक संघ बनवतो, असे अनेक संघ सामने खेळतात. आम्ही खेळ पाहतो आणि तो त्यावर पैसे कमावतो. म्हणजे माध्यमाची ताकद काय आहे, हे आपल्या लक्षात येऊ शकेल. माध्यमे काय करू शकतात? ते विधायक करू शकतात, तसे ते हळूहळू 'स्लो पॉइझन' पेरून विध्वंससुद्धा करू शकतात. हे कळणारा समाज आज हवा आहे. कारस्थानांना बळी न पडणारा अत्यंत जागरूक समाज निर्माण होणे ही आजची गरज आहे. जागतिकीकरणाच्या रेट्यात जे काही येणार आहे, ते येणार आहे. आणि माझ्यावर आदळणार आहे. त्याला माझा इलाज नाही. त्या व्यवस्थेत मला स्थान नाही. खाजगीकरण, जागतिकीकरण, उदारीकरण झाले. रस्त्यावर रोज 'मर्सडीस' गाड्या धावताना दिसतात. त्यात मला चॉईस नाही. पण मी काय स्वीकारायचे, आणि काय नाकारायचे हे माझ्यापुरते तरी मला ठरविता आले पाहिजे. कोणते चॅनेल बघायचे? कोणता पेपर वाचायचा? हे मला ठरविता आले पाहिजे.

आपण नुसते 'मराठी-मराठी' म्हणून उपयोग नाही. मराठीबद्दल अस्मिता असली पाहिजे. अभिमान असला पाहिजे. पण दुसऱ्या कोणत्याही भाषेचा द्वेष करून चालणार नाही. कारण दुसऱ्या भाषेचा द्वेष करून मराठी समृद्ध होणार नाही. समोरच्या माणसाचा द्वेष करून मी पुढे जाऊ शकत नाही. मला जर पुढे जायचे असेल तर त्यासाठी मी गंभीरपणे प्रयत्न केले पाहिजेत. दुसऱ्याचा द्वेष करून वेळ खर्च करता कामा नये. म्हणून भाषिक गोष्ट समजून घेताना प्रत्यक्ष जीवन व्यवहारातील भाषा, ग्रंथांची भाषा आणि माध्यमांची भाषा हे वेगवेगळे पैलू आहेत. ते समजून घेतले पाहिजेत. मराठीत केवळ नवीन मराठी शब्द शोधून चालणार नाहीत, तर ते व्यवहारात आणावे लागतील. त्यांचा नीट वापर करावा लागेल. ते जनमानसात रुळवावे लागतील. तर मराठी भाषा समृद्ध होईल. भाषेची ताकद काय असते, हे शिक्षक म्हणून आपण समजावून घेतले तर आपण अधिक आनंदी होऊ, आणि अधिक चांगले शिक्षक होऊ असा मला विश्वास वाटतो.

('प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा' या विषयावरील चर्चासत्रात केलेल्या बीजभाषणाचा संपादित भाग.)

भाषा परिवर्तन : एक अटळ बाब

महावीर जोंधळे

भाषा ही वाङ्मय व्यवहारात वेगवेगळी असावी की नसावी हा वादाचा मुद्दा होऊ शकतो. कोसागणिक भाषा बदलते. प्रमाणभाषा म्हणून ज्याची ओळख प्राथमिक शाळेपासूनच आपल्याला करून दिली तो काळ आणि सध्याच्या भाषा अस्मितेचा काळ यांच्यात नक्कीच फरक पडलेला आहे. साहित्यात बोली भाषेचा वापर होऊ लागलेला आहे. ग्रामीण, दलित, कोकणी, अहिराणी, वऱ्हाडीतून कथा, कविता, कादंबऱ्यांचे लेखन झालेले आहे, होत आहे. अडचण आहे ती इतर भाषेत शिकलेल्यांना ती समजण्याची. प्रमाण भाषेचाच पगडा राहिल्याने असे वाटणे स्वाभाविक आहे. मूळ प्रश्न नव्याने उपस्थित झालेला आहे तो प्रसार माध्यमांची भाषा कोणती असावी आहे. मुद्रित आणि इलेक्ट्रिक माध्यमांची भाषा ही नागरी ठेवणे अपरिहार्य यासाठी आहे की, वर्तमानपत्र अजून शहरी आणि ग्रामीण अशा स्वरूपात विभागलेले नाही. नवसाक्षरतेमुळे किंवा शिक्षणाची गंगोत्री वाड्या-वस्त्यांपर्यंत पोहचल्यामुळे वाचक वर्ग वाढला आहे. म्हणून बोली भाषेचा आग्रह धरणे संयुक्तिक ठरेल असे नाही. किंबहुना आपल्यावर भाषेचे संस्कार कोणतेही झाले असले तरी वर्तमानपत्राची सध्या वापरात येणारी भाषा सर्वदूर पसरलेल्या नागरी संस्कृतीला समजायला अवघड जात नाही एवढी ती सर्वस्पर्शी झालेली आहे. माणसाच्या विकासाबरोबर भाषेचा विकास होत असतो तसा तो झाला आहे? या प्रश्नाला उत्तर नाही असे द्यावे लागेल. सर्वसामान्यांना कळेल अशी मांडणी असावी असा आपला आग्रह असावा. तो संयुक्तिकही आहे. समाजसमूहाचा भाषिक स्थायिभाव आणि प्रसारमाध्यमे यांची सांगड घालता येणे आपल्याकडे तरी शक्य नाही. एकाच भाषेच्या एकछत्री अंमलाखाली असलेल्या भूखंडावर हा प्रश्न अजिबात उपस्थित होण्याची सुतराम शक्यता नाही. कारण जगण्याचे प्रयोजनच एवढे गतिमान असते की अशा प्रश्नांचा फारसा विचार होत नाही.

जीवन क्षणभंगुर आहे. शाश्वत असे काही नाही. मग भाषा तरी शाश्वत कशी राहील असे मत मांडणारा नववर्गही गेल्या दशकात अस्तित्वात आलेला आहे. सध्याच्या काळाचा विचार केला तर भाषेचा प्रारंभ शोधावा लागतो. फार फार तर एवढेच म्हणता येईल की, जी भाषा प्रसार माध्यमांतून वापरली जाते ती

घातक असता कामा नये तर ती एकमेकांचे माणूस म्हणून असलेले नाते दृढ करणारी उत्साही अनेकदा ती मत्सर, द्वेष व ताण-तणाव वाढविणारी असते. वर्तमानपत्र हे समूहमनाचा प्रवक्ता असते. परंतु अनेकदा असे दिसते की, लेखन स्वातंत्र्याच्या नावाखाली समाजाकडे बघण्याची निकोप दृष्टी अंध झाली की काय असा प्रश्न पडावा. साहित्य निर्मिती ही बोलीभाषेतून होते. पुढे होत राहील; परंतु प्रसारमाध्यमांची निर्मिती नजीकच्या काळात तरी शक्य होईल असे वाटत नाही. एक मात्र होऊ शकते ते म्हणजे कृषिविषयक लेखनात शेतकरी विश्वातील रूढ शब्द वर्तमानपत्रातही रूढ करणे सोपे आहे. त्याचे कारण असे आहे की, शेतीविषयक लेखन शहरी वाचक वाचत नाही. वाचणाऱ्यांची संख्या अगदी नगण्य आहे.

आरोग्य आणि विज्ञानाची आजची रूढ भाषा ही सोपी करण्याची गरज आहे. मराठी वर्तमानपत्रात वापरले जाणारे शब्द बहुअंशी इंग्रजीतून उचललेले दिसतात. अनेकदा आरोग्यविषयक मजकुरातील इंग्रजी शब्द सर्व स्तरातील महिलांना समजू शकतो. आरोग्यविषयक पुरवण्यांतील मजकुरातील भाषा ही केवळ मराठी म्हणून राहिली नाही. आता मराठी भाषेत लिहिणारे पत्रकारदेखील प्रमाणभाषा बिघडून टाकण्याच्या सवयीचे झालेले दिसतील. भाषेतून अर्थपूर्णता व्यक्त होत असते याचा विसर पडत चालला असल्याने मराठीत रूढलेले इंग्रजी शब्द सर्रास वापरण्याकडे कल वाढला आहे.

'रेल्वे थांबा' या शब्दाच्याऐवजी 'रेल्वे स्टेशन' हा शब्द खेड्यातील माणसाच्या अंगवळणी पडलेला आहे. भाषिक विकासक्रम लक्षात घेतला तरी झालेले परिवर्तन स्वीकारायचे नाही अशी ठाम भूमिका मुळीच घेता येणार नाही. 'कुठे जातो आहेस' असा प्रश्न विद्यार्थ्यांना विचारला तर तो कोणत्याही भाषेच्या संस्कारातून झालेला असला तरी तो म्हणतो, 'मी क्लासला चाललो आहे.' ग्लास, कप, होमवर्क, स्टडी, एक्झाम या शब्दांची सवय आपल्या सर्वांना झाली असली तरी हे भाषिक वर्तमानपत्रात येता कामा नयेत. शब्द एखादी गोष्ट उलगडून दाखविण्याचे साधन असते, गुंतागुंत वाढविण्याचे नाही. कधी कधी तर कोनशीला समारंभ कानशीला होऊन जातो. आपल्या मराठी भाषेत ऊर्दू, इंग्रजी काही शब्द इतके घुसले की वस्त्रगाळ करूनही ते बाजूला करता येणे शक्य नाही. प्रसारमाध्यमांनी ते घरोघर नेऊन रुजवले आहेत. 'क्लासरूमवरील पत्रे उडाल्याने विद्यार्थी उघड्यावर' असे वर्तमानपत्रात प्रसिद्ध होते तेव्हा 'क्लासरूम'ऐवजी 'शाळेवरील पत्रे' असा शब्दप्रयोग का केला नाही अशी विचारपूस करणारी यंत्रणा आताच्या काळात उरलेली नाही. एका मान्यवर दैनिकाने मुलांसाठी प्रसिद्ध केलेल्या पोपटविषयक मजकुरात 'ग्रीन बर्ड' हा शब्द वापरला जातो तो हिरवा पक्षी या अर्थाने. आपण लिहितो ते सगळे या वळणावरून पुढे पुढे सरकणारे

असल्याने प्रसारमाध्यमांची भाषा पुढील काळात तरी प्रमाणभाषा म्हणून कायम राहणे कठीण दिसते. चलनवलनाची भाषा काय असावी, कशी असावी यासंबंधी टोकदार विचार अजून तरी केलेला दिसत नाही. शब्दांच्या मदतीने घटनेचा किंवा आशयाचा अर्थ लावायचा असल्याने त्याची शिस्त कशी राहील याकडे लक्ष द्यावे लागेल.

भौतिक संपत्ती संपन्नतेकडे जसजशी माणसाला खेचत राहील तसतशी शब्दांची मोडतोड होईल, सरमिसळ होईल. मराठीतील एखादा शब्द इंग्रजांनी रूढ केलेला दाखवा. तसे होत नाही. होणार नाही. इंग्रजी भाषा वाघिणीची आणि आपली काय शेळीची आहे काय? भाषिक अधोगती प्रसारमाध्यमांनाच काय आता आपल्यापुरते बोलायचे झाले तरी परिस्थिती फारशी वेगळी दिसत नाही. जागतिकीकरणानंतर भाषिक पातळ्यांवरील तपशील समजून घेतल्यानंतर नवनवीन शब्दांच्या वाटा कशा पद्धतीने मुख्य प्रवाहाला गिळंकृत करीत आहेत हे लक्षात येईल. कंबर कसली पाहिजे म्हणजे नेटाने कष्ट केले पाहिजे हे वाक्य नव्या युगातील उमदा पत्रकार आता कंबर हलविण्याची वेळ आली आहे असे लिहून जातो. कारण कसली आणि हलविली या दोन्हींचाही अर्थ त्याच्या लेखी सारखाच आहे. शब्दांचे सामर्थ्य आणि मूळ स्वभावधर्म न जाणता केलेले प्रयोग मनावर, भावनेवर आघात करणारे ठरतात एवढे जरी लक्षात घेतले तर भाषेचे सामर्थ्य लक्षात घेण्यास मदत होते. शब्दांचा चांगुलपणा किमान मुद्रित माध्यमात काम करणाऱ्यांनी लक्षात घेण्याची गरज असते. वाढत्या नागरीकरणाबरोबर भाषिक मोडतोड वाढीस लागते याची जाणीव चालू दशकात अधिकाधिक होऊ लागली आहे. विज्ञान कोश अजूनही इंग्रजीवरच अवलंबून असल्याने मराठी पर्यायी शब्द उपलब्ध होत नाहीत, मग त्या शब्दाचा अनेकदा उपयोग केला जातो आणि असा हा उपयोग नव्या पिढीने तरी आनंदाने स्वीकारलेला आहे. त्यांना त्याचा आनंद वाटणे नैसर्गिकच मानावा लागतो.

दुसरे असे की, खेड्यातील जनतेचा लोंढा अधिक प्रमाणात शहरात आलेला आहे. एकमेकांचे शब्द दोन्ही अंगाने बोलताना शहरी माणूस दिसत नाही; परंतु 'पिक्चर लई बेस होता' असे सांगणारा नगर जिल्ह्यातील मूळ निवासी पुण्यातही बोलताना दिसतो. तसे होत असले तरी वर्तमानपत्राला मात्र तशी भाषा अंगवळणी पडेल की नाही हे आजतरी सांगता येत नाही. आता तर दहा माणसांपैकी दोन माणसे परप्रांतीय आहेत. त्यांच्यातही शब्दांची लागण वाढत असल्याने नेमकी भाषा प्रयोजनपूर्वक वापरणे ही माध्यमात काम करणारांची जबाबदारी नाही का?

'शासकीय मुलींचे वसतिगृह' असा फलक आपण वाचतो आणि वार्तालेखनातही तसाच प्रयोग करतो. मूलतः हा फलक चुकीचा आहे असे

सांगण्याचे धाडस अजून कोणी केलेले दिसत नाही. परकीय शब्दांची देवाणघेवाण कोणीही थांबवू शकणार नाही. वाढते औद्योगिकीकरण, दरडोई वाढलेले उत्पन्न आणि या सर्वांचा परिणाम म्हणून शहरी आकर्षण. शब्दांचे, वागण्याचे, बोलण्याचे सर्वच वाढत जाईल. त्यामुळे प्रसारमाध्यमांची भाषा नेमकी उद्याची काय असेल हे सांगणे कठीण वाटते. त्यासंबंधी एवढेच वाटते की पुढच्या काळात विचार केला जाईल तो प्रगतीचा. जीवनावर संस्कार करणारी भाषा व्यापक हिताचीच असावी एवढे मात्र आग्रहपूर्वक सांगता येईल. खाण्यापिण्यातील, वागण्याबोलण्यातील, अंगवस्त्रातील परिवर्तन आपण मान्य करतो, मग भाषा परिवर्तनाला नाके का मुरडायची.

बदलत्या भाषेने जर आशय पोहचत असेल तर होणारा विरोध क्षणिक ठरण्याचीच शक्यता अधिक वाटते. आता गरज आहे ती नव्या दृष्टिकोणाची. शेती करणारे, अकुशल कामावर पोट भरणारे, किडूक-मिडूक वेचून कसेबसे जीवन जगणाऱ्यांना अजूनही असले प्रश्न त्यांचे वाटत नाहीत. घामाने चिंब भिजलेला शब्दाचा अर्थ आज त्यांना चंद्राएवढ्या भाकरीतच शोधावा लागतो.

प्रसारमाध्यमांनी क्षीण झालेली भाषा वापरू नये. तसे झाले तर नव्याने सुशिक्षित झालेला वाचक वर्ग त्यांचा असणार नाही. भाषा ही शक्ती आहे. ती व्यक्त करताना संयम जरूर ठेवावा. तसे झाले नाही तर प्रसिद्धी आज ना उद्या अलग पडल्याशिवाय राहणार नाही.

वाङ्मयीन आविष्कार आणि वर्तपत्रीय लेखन यांच्यात फरक असतो. तो बऱ्यापैकी जपावा लागतो. हल्ली हल्ली मात्र नको त्या शब्दाच्या प्रेमात पडलेल्यांनी भाषेशीच द्रोह मांडलेला दिसून येतो. तो त्यांच्या लक्षात आणून दिला पाहिजे. काटेरी आयुष्य ज्यांच्या वाट्याला येते त्यांना जर 'शरदाच्या चांदण्या'तही त्यांचे हास्य गुलाबाच्या फुलासारखे वाटायला लागले तर तो त्यांच्यावर अन्याय होईल.

सर्रास वापरले जाणारे शब्द :

फर्टिलायझर, बसस्टँड, मोबाईल, एस.टी., ब्लॅकबोर्ड, होमवर्क, वर्कलोड, डिव्हिजन, जीम, व्हॉलीबॉल, पेशंट, डॉक्टर, ॲडव्होकेट अशा प्रकारचे शब्द रोजच्या व्यवहारात सर्रास वापरले जातात. या शब्दांना मराठीत पर्याय देता येतो की नाही, बदलत्या काळाबरोबर हे येणारच हे जरी मान्य केले तरी मराठीचा वापर समाजमनात रुजविण्यासाठी प्रसार माध्यमांनी आणि त्याचबरोबर मराठी भाषेसाठी काम करणाऱ्यांनी आग्रही राहयला हवे. महाराष्ट्रात भाषा व्यवहाराला सरकारी दरबारी तरी किती महत्त्वाचे स्थान आहे. समाजकारण, अर्थकारण, विज्ञान, तत्त्वज्ञान शाखांमधून मायबोली वापरली जावी असे मराठीच्या अभ्यासकांनाच वाटत नसेल तर मराठी भाषेचा प्रभाव क्षीण होत

जाणार. मग संवादचलन एवढाच त्याचा उपयोग होईल, तोही भेसळयुक्त.

विशेषतः इंग्रजी आणि अन्य भाषांमधून येणाऱ्या शब्दांना पर्यायी शब्द निर्माण करणारी शब्दबँक म्हणजेच शब्दकोश तोही व्यावहारिक भाषा म्हणून अस्तित्वात आणणे गरजेचे ठरावे. त्यासाठी भाषा संचिताचा ठेवा घरोघरी कसा जाणार? शब्दसंपदा ही रोजच्या लोकव्यवहार रुजण्यासाठी प्रसारमाध्यमांनीसुद्धा भाषेचा वापर काटेकोरपणे करायला हवा. त्या प्रवाहात काम करणारांनी मराठी परिभाषा आणि नवीन तंत्रज्ञान यांची सांगड घातल्याशिवाय, त्याचा पाठपुरावा केल्याशिवाय हे घडणार नाही. एरव्ही भाषा भगिनींपेक्षा माउलींची भाषा किती श्रेष्ठ आहे हे दाखवून देण्यासाठी स्पर्धा लागली आहे. ही स्पर्धा खऱ्या अर्थाने प्रगल्भ झाली तरच बोली अधिकाधिक समृद्ध होईल, ती व्हावी. बाकी दुसरी काय इच्छा असणार? आपले म्हणून जे सांस्कृतिक पर्यावरण निर्माण करायचे असते त्याची सुरुवातच भाषा असते. शब्द ही शक्ती असते. त्यातून निर्माण होणाऱ्या संवेदनागुच्छावर भाषेचे सौंदर्य विकसित होत असते. शब्दांना पक्की शिस्त असली तरच लेखनातील त्यांचे स्थान पक्के होण्यास मदत होते. भाषा मूल्य वाढविण्यासाठी यापुढच्या काळात प्रयत्न व्हावेत. भाषा हे संवादाचे मुख्य साधन आहे असे मानले तर बोली हे ध्येय ठरायला हरकत नाही. हीच गोष्ट कमीअधिक प्रमाणात गृहीत धरली तर प्रसारमाध्यमातून मराठी भाषेविषयी अंधारून आलेले थोडेसे तरी दूर होईल.

ꣻꣻ

प्रसारमाध्यमांमधील मराठी भाषा

सुभाष शं. नाईक

प्रसारमाध्यमांतील मराठी भाषेच्या वापरासंबंधी, त्यातून तयार होणाऱ्या भाषेच्या मोडतोडीबद्दल, भाषिक प्रदूषणाबद्दल चर्चा सुरू झाली की, अनेकांची प्रतिक्रिया 'चालायचंय' अशी असते. वृत्तपत्रांसाठी नव्हे; तर नभोवाणी, दूरचित्रवाणीसारख्या प्रसारमाध्यमांसाठीदेखील बरेचसे लेखन घाईगडबडीत केले जाते आणि त्यामुळे त्यात दोष राहून जातात. हे मान्य. परंतु बऱ्याच वेळा या चुकांचे खापर मुद्राराक्षसावर फोडले जाते किंवा अलीकडच्या काळात संगणकावर. काही ठिकाणी मुद्राराक्षस किंवा संगणक जबाबदार असेलही; पण बहुतांश ठिकाणी पत्रकार, वार्ताहर, निवेदक यांची भाषेविषयीची अनास्था, बेफिकिर वृत्ती किंवा भाषाज्ञानाची उणीव ही जबाबदार असते.

प्रसारमाध्यमे मराठी भाषेच्या वापराबाबत फार काटेकोर नाहीत, त्यामुळे मराठी भाषेवर वाईट परिणाम होतो. अशी ओरड वरचेवर ऐकायला मिळते. पुण्या-मुंबईच्या वृत्तपत्रांमधून भाषाविषयक पत्रे अनेकदा प्रकाशित होतात. या पत्रांतील आशयामधून वाचकांची भाषाविषयक जाणीव, कळकळ आणि आस्था व्यक्त होत असते. पण ही आस्था बरीचशी उथळ असल्याचे लक्षात येते. इंग्रजी व हिंदी शब्दांच्या रूपाने मराठीवर होणारे आक्रमण आणि शिक्षणाचे माध्यम हेच विषय बऱ्याचदा त्यात असतात. परभाषांमधून शब्द घेणे ही एक स्वाभाविक प्रक्रिया आणि वास्तवाशी निगडित वस्तुस्थिती आहे. ही जाणीव मात्र त्या पत्रांमध्ये दिसत नाही. भाषा जीवनाचे प्रत्येक क्षेत्र व्यापते आणि त्या त्या क्षेत्रांतील परिवर्तनानुसार विविध रूपे धारण करते. मराठीत ह्यापूर्वी फार्सी, उर्दू, कन्नड, संस्कृत, इंग्रजी, गुजराती, बंगाली अशा अनेक भाषांमधून शब्द आले आहेत. ह्यापुढेही येत राहणार. भाषेत शब्दांची समृद्धी जितकी जास्त तितकी तिची आविष्कारक्षमता जास्त. मराठीवरील परभाषांच्या आक्रमणाबद्दल कळकळ व्यक्त करणाऱ्यांनी भाषेचा विकास, शब्द घडण्याची प्रक्रिया इत्यादींबद्दल जाणीव ठेवणे आवश्यक आहे. आधुनिक युगातील आपण बहुसंख्य लोक बहुभाषिक आहेत. आणि आपल्या बोलण्यात एकापेक्षा अधिक भाषांचा उपयोग होणेही अपरिहार्य आहे. नभोवाणी, दूरचित्रवाणीवरील मुलाखती, मालिका ऐकताना व बघताना हे आपल्याला दिसून येते. बहुभाषिकतेचा हा अटळ परिणाम

आहे. परंतु हे कोण्याही क्षेत्रांत आणि संदर्भात स्वीकारायचे ह्याबद्दल तारतम्य बाळगायलाच हवे. प्रमाणभाषा, व्याकरण, शुद्धलेखन, ह्याबद्दलही अज्ञानावर आधारलेले आपले अनेक गैरसमज आहेत. भाषा म्हणजे फक्त शुद्धलेखन नव्हे हे जसे खरे तसेच शुद्धलेखनाला मोडीत काढण्याने फार पुरोगामीपणा साधतो, असेही नाही. 'शैली'बद्दलही असेच गैरसमज आहेत. अनुप्रास, संस्कृतप्रचुर शब्द, पल्लेदार वाक्ये, सुभाषितवजा वाक्ये म्हणजे शैली असे समजले जाते, हे साफ चुकीचे आहे. कोणतेही अलंकार न वापरता सहजसुंदर आणि प्रभावी लेखन करता येते, हे मराठीतील नामवंत पत्रकार-साहित्यिक यांनी यापूर्वीच दाखवून दिले आहे. आचार्य प्रल्हाद केशव अत्रे, विजय तेंडुलकर, गोविंद तळवलकर, माधव गडकरी, अनंत भालेराव यांचे लेखन जिज्ञासूंना यादृष्टीने निश्चितच अभ्यासता येईल.

मराठीप्रमाणेच इतर भाषांबाबतही आपली जाणीव गैरसमजांवर आधारित आणि उथळ आहे. 'अवघड' शब्द वापरता येणाऱ्या पत्रकाराचे 'इंग्रजी फार चांगले आहे' असे आपण म्हणतो. मराठीप्रमाणेच इंग्रजी वृत्तपत्रांतही अनेक चुका असतात. स्पेलिंगपासून व्याकरणापर्यंत सर्व पातळ्यांवर निष्काळजीपणा असतो. परंतु 'चालायचंय' म्हणून आपण त्याकडे दुर्लक्ष करतो. मात्र, मला येथे अन्य भाषांकडे लक्ष वेधून आपल्याकडील मराठीच्या वापरातील चुकांवर किंवा दोषांवर पांघरूण घालावयाचे नाही. इंग्रजी, हिंदी असो वा मराठी कोणत्याही भाषेविषयीची अनास्था दूर झाली पाहिजे.

भाषाविषयक कौशल्ये आत्मसात करताना व्यक्तींबद्दल पूर्वी आदर बाळगला जात असे. समाजात अशा व्यक्तींना मानाचे स्थान असे. पण गेल्या तीन-चार दशकांत हे चित्र बदलत गेले. नेमकेपणाची, अचूकतेची अपेक्षा करणे हास्यास्पद ठरू लागले. भाषिक कौशल्ये आत्मसात करण्याची निकड वाटेनाशी झाली. भाषा कितीही ढिसाळ असली तरी फारसे बिघडत नाही अशी समजूत झाल्यामुळे पत्रकारितेकडे वळू पाहणारे विद्यार्थीदेखील भाषेच्या अभ्यासाकडे उपेक्षेने पाहू लागले. ही स्थिती पत्रकारितेच्या भवितव्याच्या दृष्टीने धोकादायक आहे.

वाचक-भाषाविषयक-व्यक्तिमत्त्व अशी साखळी असते. ह्या साखळीकडे प्रत्येक कडी सशक्त हवी. पण आपल्याकडे ह्या पायाभूत गोष्टींकडे अक्षम्य दुर्लक्ष होते. अधिकाधिक गुण मिळविण्याच्या स्पर्धेत विद्यार्थ्यांच्या सर्जनशीलतेला वाव देण्याऐवजी पाठांतरावर, साचेबंद भाषेत उत्तरे लिहिण्यावर भर दिला जातो. माणसाची सर्जनशीलता मुख्यतः भाषेतूनच व्यक्त होत असते. विद्यार्थ्यांनी 'स्वतःच्या' भाषेत निबंध किंवा उत्तरे लिहावीत असा आग्रह धरण्याऐवजी ठरावीक शब्दांत, ठरावीक वाक्यांतच उत्तरे लिहावीत असे शिकवले

गेल्याने विद्यार्थ्यांची भाषा व विचारशक्ती लुळीपांगळी होत आहे.

वाचनातून स्मरणात कायम राहिलेल्या गोष्टींनी लेखनात संदर्भसंपन्नता येते. परंतु अलीकडच्या तरुण पिढीला वाचन, अवांतर वाचन यांचे महत्त्व जाणवलेले दिसत नाही. परीक्षेपुरतेच वाचनह्व तेही केवळ पाठ्यपुस्तकांचेह्व करणाऱ्या विद्यार्थिवर्गातून चांगले पत्रकारह्व साहित्यिक कसे घडणार? गेली काही वर्षे पत्रकारितेला प्रवेश घेऊ इच्छिणाऱ्या पदवीधर विद्यार्थ्यांचा कल जाणून घेण्याची संधी मला मिळाली. तेव्हा शालेय व महाविद्यालयीन शिक्षण घेत असताना कोणती पुस्तके वाचली, या प्रश्नाला ठरावीक उत्तरे मिळतात, 'ययाति', 'मृत्युंजय' या कादंबऱ्या आणि पुल, वपु यांचे साहित्य. क्वचित कोणी 'बलुतं', 'उपरा' या पुस्तकांची नावे सांगतात; पण त्यांना या पुस्तकांचे लेखक कोण हे आठवत नाही. मराठी साहित्यातील नव्या प्रवाहांची, लेखकांची नावेदेखील या साहित्य शाखेच्या पदवीधरांना सांगता येत नाहीत. भूगोलाचा अभ्यास केलेल्या विद्यार्थ्याला ईशान्य भारतातील राजे, राज्यांची नावे धड सांगता येत नाहीत. आमची अपेक्षा असते, पत्रकारितेचा अभ्यास करू इच्छिणाऱ्या विद्यार्थ्याला सामान्यज्ञान हवे असते. लेखन-वाचनाची आवड हवी, तो बहुश्रुत असावा. किमान भाषिक कौशल्ये त्याने आत्मसात केलेली असावीत.

प्रसारमाध्यमे भाषेच्या साहाय्याने वाचकांशी, श्रोत्यांशी, जन-सामान्यांशी संवाद साधत असतात. भाषा हे संवादाचे साधन आहे. तसेच विचार करणे, संवेदना किंवा जाणीव होणे आणि प्रतिसाद देणे या सर्वांचे साधन म्हणूनही भाषा फार उपयोगाची आहे. दृष्टी, क्षमता, वृत्ती, आवड आणि मूल्ये यांच्यासह व्यक्तिमत्त्व भाषेतूनच घडत असते. अनुभव घेऊन झाल्यानंतर पुन्हा त्यांच्यापर्यंत पोहोचायची वाट शब्द निर्माण करत असतात. शिकलेल्या गोष्टी स्थिर, पक्क्या, होण्यासाठी 'बोलणे' आणि 'लिहिणे' आवश्यक असते. बोलण्याची, लिहिण्याची संधी भरपूर प्रमाणात मिळायला हवी. त्याचप्रमाणे, लक्षपूर्वक ऐकणे या कौशल्याकडे आपण कमी लक्ष देतो. बौद्धिक विकासासाठी या कौशल्याची विशेष जोपासना करायला हवी. मुलांना वाचते केले पाहिजे. वाचन म्हणजे लिहिलेल्या शब्दांमधील अर्थ गवसण्याची प्रक्रिया. 'लिहिणे' या कृतीतील 'शिक्षकांसाठी कृत्रिमपणे लिहिणे' हा भाव दूर सारून 'कुणीतरी ऐकत असते म्हणून' किंवा 'मला काही सांगायचंय म्हणून 'लिहिणे', निबंधलेखन, कल्पनाविस्तार, सारांशलेखन यांचा नव्याने विचार झाला पाहिजे. चाकोरीबद्ध शिक्षण यास उपयोगाचे नाही. केवळ पाठ्यपुस्तकावर विसंबून न राहता, विविध घटना, प्रसंगांच्या निमित्ताने अनुभवाद्वारे शिकण्याची संधी दिली पाहिजे.

दैनंदिन भाषिक व्यवहार करताना आपण पुरेसे आग्रही किंवा हळुवार नसतो. समोरच्याला अर्थ कळला, आपला अभिप्राय कळला म्हणजे झाले, अशी

आपली कामचलाऊ वृत्ती असते. तेथे मन, कान-डोळे-तोंड, भाव-हावभाव यांना महत्त्वपूर्ण स्थान आहे, हे आपण विसरूनच जातो. उलट, ऐकताना-बोलताना चेहरा निर्विकार, चौकोनी ठेवणे हे प्रतिष्ठेचे आणि फॅशनचे मानू लागतो. अशा वृत्तीने आपली भाषिक संवेदनशीलता क्षीण होते.

भाषा वापरताना शब्द आणि वाक्य यांचा अर्थ, यातील भावसूर, त्यातील सूक्ष्म विराम, आघात, कंप, क्रम हे सारे आपण सांभाळू तेव्हाच आपला आशय अचूक अभिव्यक्त होईल आणि दुसऱ्यापर्यंत अचूक पोचेल. सिंह, संसार, फार, फूल इत्यादी शब्दांचे चुकीचे उच्चार अलीकडे रूढ झाले आहेत की बरोबर उच्चार चूक वाटायला लागतात. शब्दकोश आणि व्याकरणाचे नियम पाठ करून ही दूरवस्था दूर होणार नाही; त्यासाठी आपल्याला आपली भाषिक संवेदनशीलताच वृद्धिंगत करावी लागेल. आपण भाषा जितकी जाणकारीने वापरू तितकी तिची अभिव्यक्तीची शक्ती वाढत जाते.

भाषेचे मूळ बोली रूप आणि नंतरचे लिखित रूप यापुढे जाऊन भाषा आज नवनव्या माध्यमांत उपयोजिली जात आहे. ध्वनिफिती, ध्वनिमुद्रणाचे विविध प्रकार, तारायंत्र, नभोवाणी, संगणक इ. नवनवी उपकरणे यांत भाषेचे आरेखन वेगवेगळ्या प्रकारे होत आहे. रूढ भाषा इंटरनेटवर संक्षिप्त रूपात अवतरत आहे. या गतिमान युगात आपली मराठी भाषा व लेखन अधिकाधिक लवचीक बनवावे लागेल.

प्रसारमाध्यमे माहितीच्या प्रसाराबरोबरच भाषेचाही प्रसार करीत असतात. अनेक नवे शब्द आणि संज्ञा तयार करून त्या रूढ करण्यात प्रसारमाध्यमांचा मोठा वाटा असतो. नभोवाणी व दूरचित्रवाणी या माध्यमांतून बोलीभाषेचा प्रसार झपाट्याने होत आहे; म्हणून प्रसारमाध्यमांनी प्रमाण व शास्त्रशुद्ध भाषा वापरावी असा संकेत आहे. तशी परंपराही आहे. परंतु अलिकडच्या काळात नभोवाणी व दूरचित्रवाणीवरील मराठी बातमीपत्रांत आणि अन्य कार्यक्रमांत वरचेवर आढळणाऱ्या अनेकविध भाषिक चुकांमुळे मराठीप्रेमी श्रोते व प्रेक्षक अस्वस्थ होतात, चर्चा करतात आणि वर्तमानपत्रांत त्याविषयी पत्रेही लिहितात.

या माध्यमांना वेळेचे बंधन, थेट प्रक्षेपण, तरुण अननुभवी पत्रकार इत्यादी मर्यादा आहेत, हे जरी मान्य केले तरीही त्यांच्याकडून अचूकतेची अपेक्षा ठेवणे मुळीच गैर नाही. या माध्यमांचा प्रचंड मोठा प्रेक्षकवर्ग लक्षात घेता असे म्हणता येईल की, आजची तरुण पिढी या दूरचित्रवाणीवर पोसली जात आहे. इतका मोठा प्रभाव या माध्यमातील कार्यक्रमांचा आजच्या तरुण पिढीवर आहे. या माध्यमांतील भाषेचा, भाषिक रचनांचा आणि उच्चारांचा मोठ्या प्रमाणावर परिणाम आजच्या तरुण पिढीवर होत असावा, असे म्हणण्यास वाव आहे.

पुणे विद्यापीठाच्या वृत्तपत्रविद्या व संज्ञापन विभागाच्या प्रमुख डॉ.

उज्ज्वला बर्वे यांनी काही वर्षांपूर्वी नभोवाणी व दूरचित्रवाणीवरील मराठी बातमीपत्रांमधील चुकांचा अभ्यास करण्याच्या हेतूने एक संशोधन प्रकल्प हाती घेतला होता. मराठी वाहिन्यांनी प्रसारित केलेल्या अठरा बातमीपत्रांचा त्यांनी सविस्तर अभ्यास केला. अभ्यास करताना संहितेतील प्रत्येक वाक्य त्यांनी काळजीपूर्वक तपासले. वाक्यातील संदर्भानुसार व अपेक्षित अर्थानुसार शब्दयोजना योग्य आहे की नाही, वाक्यातील अर्थानुसार शब्दक्रम आहे की नाही, व्याकरणाचे नियम योग्य रीतीने पाळले आहेत की नाही, हे त्यांनी काटेकोरपणे तपासले. वृत्तपत्रीय लेखनाचे जसे काही संकेत असतात, तसे नभोवाणी व दूरचित्रवाणी या माध्यमांसाठीही काही संकेत मानले जातात. या संकेतांनुसार या बातमीपत्रांची भाषाशैली आहे की नाही हेही त्यांनी तपासले. केवळ चुका शोधून न थांबता जी शब्दयोजना किंवा वाक्यरचना चुकीची वाटते तिला अचूक पर्याय काय असू शकतो ते शोधण्याचा प्रयत्न केला. शब्दांची पुनरुक्ती, अयोग्य व गोंधळात टाकणारा शब्दक्रम, कठीण शब्दांचा वापर, चुकीचा प्रत्यय, प्रचलित मराठी शब्द असताना परभाषेतील शब्दाचा वापर, अति-अनौपचारिक आणि नि:संदिग्ध वाक्यरचना याबद्दल बातमीपत्राचे लेखक आणि संपादक आग्रही नाहीत, असे अभ्यासातून दिसून आले. शब्दसंपदा मर्यादित, शब्दांतील बारकावे माहीत नसणे आणि वाक्यरचनेवर हुकुमत नसणे हेही दोष आढळले.

दृकश्राव्य माध्यमाला अनुचित अशा शैलीची उदाहरणे सर्वाधिक सापडली. अवघड शब्दांचा वापर, हिंदी/इंग्रजी वळणाच्या मराठी रचना, मराठी शब्द असताना इंग्रजी-हिंदी शब्द वापरणे, काही विशिष्ट शब्द वरचेवर वापरणे, यामुळे ही शैली अयोग्य वाटते. शब्दरचना, वाक्यरचना आणि व्याकरण या तीन महत्त्वाच्या पैलूंवर वृत्तपत्रलेखक आणि निवेदक प्रभुत्व मिळवत नाहीत तोपर्यंत भाषेच्या संवेदनशील व काटेकोर वापराची अपेक्षा करणे वावगे ठरेल.

नभोवाणी व दूरचित्रवाणीवरील बातमीपत्रे आणि अन्य कार्यक्रम ऐकताना-पाहताना जसा अनुभव येतो, तसाच सकाळी वृत्तपत्र वाचताना दाताखाली खडा यावा असे अनेकदा होते. परंतु बातम्यांखेरीज संपादकीय पान व पुरवण्यांमधील मजकुराबाबत अधिक सवड मिळू शकते. त्यामुळे शंका असतील तर संदर्भसाहित्य पाहता येते; सहकाऱ्यांशी चर्चा, सल्लामसलत करता येते, वेळप्रसंगी दूरध्वनीवरून तज्ज्ञांचे मतही घेता येते. पण हे सर्व छापले जाणारे लेखन जास्तीत जास्त निर्दोष, अचूक असावे अश आच असेल तरच ! छापल्या जाणाऱ्या मजकुराबाबत दक्षता बाळगणे गरजेचे आहे. पण काहीही छापले तरी कोणी विचारत नाही, तक्रार करीत नाही किंवा तक्रारीची कोणी दखलही घेत नाही अशी स्थिती असेल तर? हळूहळू लिहिण्याची भीड चेपत जाते, वाचणाऱ्यांची संवेदनशीलता बोथट होत जाते आणि भाषेचा काटेकोरपणा कमी होत जाऊन

भाषा नि:सत्त्व व ढिसाळ बनते. पत्रकार बनचुके होतात. आपण सर्वज्ञ आहोत असा त्यांचा समज होतो. कुतूहल, जिज्ञासा, अभ्यासू वृत्ती लोप पावते. त्यासाठी सतत प्रशिक्षण आवश्यक आहे.

माध्यमांची भूमिका भाषाभिमुख आहे का ? भाषेचे जतन, संवर्धन यासाठी प्रसारमाध्यमे प्रयत्न करतात का, त्या प्रयत्नांना कितपत यश मिळते, हे अभ्यासणे महत्त्वाचे आहे.

आधुनिक काळातील भाषेचे जतन, संवर्धन करायचे असेल तर मराठी भाषा अधिक सुसंघटित, प्रमाणित व्हायला हवी. सर्वांना मान्य असलेल्या शब्दांची सूची बनविणे, पत्रकारांना, निवेदकांना नोकरीवर घेताना किंवा नोकरीत कायम करताना त्यांची कसून भाषिक चाचणी घेणे, वाचकांनी व श्रोत्यांनी तक्रारीची गंभीर दखल घेणे आणि पुढील नियोजनासाठी उपयोग करणे असे अनेकविध उपाय करावे लागतील.

भाषा जिवंत आणि रसरशीत ठेवण्यासाठी आटोकाट प्रयत्न केले पाहिजेत. इतर भाषांचे आक्रमण, भाषेच्या वापराबाबत वाटत असलेली बेफिकिरी याचा गांभीर्याने विचार झाला पाहिजे. शब्दांचे, उच्चारांचे कोश तयार झाले पाहिजेत. माध्यमांच्या भाषेचे संशोधन करण्याची जबाबदारी भाषावैज्ञानिकांनी घेतली पाहिजे. भाषासंवर्धनाचे, चुका कमी करण्याचे मार्ग सुचवले पाहिजेत. नवनवीन संकल्पनांसाठी समर्पक शब्द सुचविले पाहिजेत.

मराठीबाबत केवळ अस्मितेचे राजकारण करीत बसण्यापेक्षा अभिनिवेश सोडून भाषेच्या अभिवृद्धीसाठी काही ठोस उपाय करता आले तर मराठीचे अभिमानगीत आपल्याला उच्चरवाने गाता येईल :

“लाभले आम्हांस भाग्य बोलतो मराठी
जाहलो खरेच धन्य ऐकतो मराठी
धर्म, पंथ, जात एक जाणतो मराठी
एवढ्या जगात माय मानतो मराठी.”

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

डॉ. भास्कर शेळके व डॉ. मिलिंद कसबे

मराठी भाषेचा वैभवसंपन्न इतिहास आणि तिची समृद्धी पाहिली की फादर स्टीफन यांनी मराठी भाषेबद्दल काढलेल्या 'जैसे पुष्पामांजी पुष्प मोगरी, परिमळ माजी कस्तुरी, तैसा भाषांमाजी साजिरी, मराठीया' या उद्गारांची आठवण होते. पण ही समृद्धी आणि भाषिक अस्मिता आज एकविसाव्या शतकात राहिली आहे का? असा प्रश्न पडतो. अशावेळी मराठी भाषेची होत राहिलेली आपल्याला गळचेपी दिसते आणि या गळचेपीत प्रसारमाध्यमांनी मोठी भर घातली आहे हे लक्षात येते. प्रसारमाध्यमांमुळे जग जवळ आले, पण माणसे दुरावली आणि यातूनच मराठी भाषेच्या खच्चीकरणास सुरुवात झाली. ज्ञानेश्वरांनी मराठी भाषेस समृद्ध करण्याचे काम केले. प्रत्येक कालखंडात मराठी भाषेवर अनेक आक्रमणे झालेली आहेत. या आक्रमणात मराठी भाषेतून अनेक शब्द लोप पावले व नवीन शब्द स्वीकारले गेले, आजतागायत प्रक्रिया चालू आहे. इ.स. २००० च्या एप्रिल महिन्यात युनेस्कोचे तत्कालीन डायरेक्टर जनरल कोईचिरो मतसउरा यांनी काही भाषातज्ज्ञांचा हवाला देऊन येत्या पंचवीस वर्षांत जगातील सहा हजार भाषांपैकी आणि बोलींपैकी अर्ध्या-अधिक भाषा लुप्त होतील असे जाहीर केले होते. परंतु त्यापूर्वी म्हणजे १९९५ साली जपानमध्ये झालेल्या भाषाविषयक आंतरराष्ट्रीय अधिवेशनात आजच्या जगातील ६७६० भाषांपैकी २६४ भाषा मृतप्राय झाल्याचे घोषित करण्यात आले. ही झाली जगातील भाषेची स्थिती. यात मराठी भाषा आलीच. भाषा नष्ट करण्याचा किंवा भाषाप्रदूषण करण्याचा मान ओघानेच प्रसारमाध्यमांकडे जातो.

मातृभाषेचे संवर्धन आणि संरक्षण करण्यासाठी अनेक भाषिक समूह पुढे येत आहेत. महाराष्ट्रात राहणाऱ्या प्रत्येकाला मराठी भाषेचे उत्तम ज्ञान असावे, त्याने आपले भाषिक व्यवहार मराठीतून करावे, मातृभाषेच्या अभिमानाबरोबरच त्याने मराठी संस्कृतीचेही संवर्धन करावे, अशी किमान अपेक्षा पूर्ण होईल का? हा खरा प्रश्न. यात काही गैर नाही. पण एकविसाव्या शतकातील माणसाकडून ही अपेक्षा पूर्ण होईल का? हा खरा प्रश्न आहे. आपल्या शिक्षण प्रक्रियेत मातृभाषा सक्तीची करून हा प्रश्न कसा मिटेल? याचे उत्तर आपले शिक्षणतज्ज्ञ देत नाहीत.

आज इंग्रजी माध्यमांच्या शाळेत शिकणाऱ्या या मराठी मुलांची मराठी भाषा ऐकली की ही चिंता अधिक वाढत जाते. मराठी विषयामुळे गुणांची टक्केवारी घसरते म्हणून आपण मराठीला सहज पर्यायी विषय निवडतो. मराठीच्या बाबतीत माध्यमिक व उच्चमाध्यमिक स्तरावर मराठी भाषेला व्याकरणाच्या जंजाळात अडकविले आणि महाविद्यालयीन पातळीवर तिला व्यवसायाभिमुख होऊ दिले नाही त्यामुळे आपले दुहेरी तोटे झाले, एकतर भाषेचे तंत्रशुद्ध शिक्षण झाले नाही आणि दुसरे म्हणजे तिला नोकरी मिळविण्याचे माध्यमही होता आले नाही. मातृभाषा ही प्रत्येक माणसाच्या जीवनाला जोडलेली असते. माणसाचे जीवन बदलले की भाषा बदलते. अशावेळी मराठी माणसाचे जीवन किती गतिमान झाले आहे हे पाहिले की मराठी भाषेतील परिवर्तने ठळकपणे दिसू लागतात.

महाराष्ट्रातील जवळजवळ सर्वच विद्यापीठांनी मराठी भाषाभ्यासाला जीवनाशी जोडण्याचा प्रयत्न केला आहे. 'व्यावहारिक मराठी' विषयाच्या माध्यमातून भाषेच्या अभ्यासाला व्यावसायिक मूल्य प्राप्त करून देण्याचा प्रयत्न होत आहे. यासाठी सर्वच विद्यापीठांचे कौतुक करायला हवे. अर्थातच हा विषय या अभ्यासक्रमाच्या अनुषंगाने सुचला हे वेगळे सांगायला नको. या विषयाचे विवेचन करताना अतिशय मर्यादित स्वरूपाची संदर्भ साधने उपलब्ध होती; पण सकाळचे संपादक श्री. उत्तम कांबळे आणि श्री. महावीर जोंधळे यांच्याशी सातत्याने होणाऱ्या चर्चा याकामी उपयुक्त ठरल्या. टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठात पत्रकारितेची पदवी घेताना या क्षेत्राचे जे निरीक्षण करता आले यातून या लेखाने आकार घेतला आहे. या लेखाला निश्चितच मर्यादा आल्या आहेत. याचीही जाणीव मनात आहे.

प्रसारमाध्यमे ही समाजाचा आरसा आहेत. समाजात घडलेली प्रत्येक घडामोड टिपून तिला घराघरांत पोहोचविण्याचा व्यवसाय ती करत असतात. येथे व्यवसाय हा शब्द जाणीवपूर्वक वापरायचे कारण म्हणजे आर्थिक उत्पन्न हेच प्रत्येक प्रसारमाध्यमाचे उद्दिष्ट असते हे वेगळे सांगायची गरज नाही. आज वेगवेगळी माध्यमे नकळतपणे आपल्या जीवनव्यवहाराला जोडली गेली आहेत. सकाळी उठल्यानंतर आपल्यासमोर वृत्तपत्र येते, अधूनमधून अविभाज्य भाग बनला आहे. याशिवाय व्यवसाय, ज्ञान, संवाद आणि मनोरंजन या अनुषंगाने कॉम्प्युटर व इंटरनेटच्या माध्यमातून प्रत्येक माणूस आज जगाला जोडला गेलेला आहे. थोडक्यात काय तर या प्रसारमाध्यमांनी आपल्याला इतके घट्ट कवेत घेतले आहे की आपण कितीही प्रयत्न केले तरी ही मिठी सैल करणे शक्य नाही.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा :

आकाशवाणी, दूरदर्शन, वृत्तपत्रे, इंटरनेट, फोन, चित्रपट, नाटक आणि लेखनग्रंथ ही सारी प्रसारमाध्यमे आपल्या रोजच्या जीवनाशी प्रत्यक्ष संबंध

प्रस्थापित करतात. आपल्या विचाराला आणि कृतीला ती जोडली जातात. एक गोष्ट खरी की, ही सारी प्रसारमाध्यमे भाषेच्या कौशल्यावर उभी आहेत. भाषा हेच या माध्यमांचे बलस्थान आहे. मराठी प्रसारमाध्यमे आणि त्यावर होणारा मराठी भाषेचा वापर या अनुषंगाने आपण विचार करायला लागलो की, मराठी प्रसारमाध्यमे मराठी भाषेचा विकास करणार की, भाषेची मोडतोड करून तिचे देशीय अस्तित्व धोक्यात आणणार? हा प्रश्न आपल्याला पडल्याशिवाय राहत नाही. येथे आकाशवाणी, दूरदर्शन, वृत्तपत्रे, इंटरनेट या प्रमुख प्रसारमाध्यमांचा विचार करीत असताना या माध्यमांमध्ये मराठी भाषा कशी वापरली जाते, इंग्रजी व हिंदी भाषेच्या वाढत्या वापरामुळे मराठीची गळचेपी कशी होते याविषयी काही निरीक्षणे नोंदविण्याचा प्रयत्न आहे.

आकाशवाणी, दूरदर्शन, वृत्तपत्रे, इंटरनेट ही आधुनिक प्रसारमाध्यमे आहेत. या प्रत्येक माध्यमाचे स्वरूप वेगवेगळे आहे. अर्थात प्रत्येक माध्यमाची स्वत:ची गरज व त्याचे वेगळेपण म्हणून भाषेच्या आविष्कारात बदल केले गेले म्हणून आकाशवाणीवरील निवेदनाची, दूरदर्शनवरील बातमीदाराची आणि वृत्तपत्रातील वार्तांकनाची स्वत:ची स्वतंत्र शैली तयार झाली. बाजार, लोककला, नाटक, बैठका, चर्चा इ. ही पारंपरिक प्रसारमाध्यमे आहेत. तेथे बोलीभाषेचा अधिक वापर होतो. यात शुद्ध अशुद्धतेचा फारसा विचार केला जात नाही. याशिवाय व्यक्ती व्यक्तीमधील अंतर्गत संवादासाठी पोस्ट, तर फोन, मोबाईल फोन इ. चा मोठ्या प्रमाणावर वापर होऊ लागला होता. आज रस्त्याने चालणाऱ्या प्रत्येक माणसाच्या हातात मोबाईल दिसतो. एव्हाना ती त्याची गरज बनली आहे. पण आपण दुकानात जाऊन केवळ मोबाईल खरेदी करतो म्हणजे केवळ तीच वस्तू खरेदी करतो असे नाही तर त्या वस्तूबरोबर त्याची भाषा आणि शब्दही विकत घेत असतो. आता गंमत म्हणून पहा. sms, message, delete, contacts, image, menu, mailbox, sent, eRecharge, sound clips इ. सारखे जवळजवळ आठशे शब्द आपण नव्या अर्थाने स्वीकारतो. मग कॉम्प्युटर आणि इंटरनेटच्या वापरामुळे तर यापेक्षा कितीतरी अधिक शब्द आपण नव्याने वापरत असतो. याचा बारकाईने विचार केला तर एकीकडे मातृभाषेचा आग्रह धरणारे आपण, मराठी माणसाच्या मतांसाठी मराठी भाषेचे राजकारण करणारे आपण, खरेच मराठी भाषेला परकीय भाषेच्या आक्रमणांपासून वाचवणार आहोत का ? तर निश्चितच नाही. आजच्या जागतिकीकरणाच्या प्रक्रियेत मराठी भाषाच नव्हे तर कोणतीही मातृभाषा आपले शुद्ध अस्तित्व टिकवेल असे वाटत नाही. रेडिओने अनेक इंग्रजी शब्द आपल्या कानी ऐकवले आहेत. की ते शब्द आपल्याला मराठीच वाटू लागले आहेत. दूरदर्शनवरील इंग्रजी व हिंदीचे मिश्रण तर आपल्याला नित्याचे झाले आहे आणि

आता तर वर्तमानपत्रेही अतिशय बेफिकिरीने भाषेचा वापर करताना दिसत आहेत.

भाषेच्या बाबतीत भारताने बहुभाषिक धोरण स्वीकारले आहे. ज्ञानभाषा म्हणून इंग्रजी, राजभाषा म्हणून हिंदी तर मातृभाषा म्हणून मराठीचा किंवा त्या राज्यातील बोलींचा वापर आपण करत आहोत. इंग्रजीच्या राजकीय गुलामगिरीतून आम्ही मुक्त झालो आहोत. इंग्रजीच्या राजकीय गुलामगिरीतून आम्ही मुक्त झालो असलो तरी इंग्रजीच्या भाषिक गुलामगिरीचे जोखड आजही आपल्या मानेवर कायम आहे आणि राजदरबारी हिंदी आणि मराठी केविलवाण्या दासीसारख्या अंग चोरून वावरत आहेत. आजही सर्व साधारणपणे दोन भारत आपल्याला दिसतात. एक शहरी भारत आणि दुसरा खेड्यातील भारत. शहरी भारत इंग्रजीचा गुलाम आहे, तर खेड्यातील भारत ज्ञानभाषा नसलेल्या आपल्या मातृभाषेत धडपडत आहे. मराठी भाषेच्या बाबतीत किती मराठी माणसे आपल्या जीवनव्यवहारात मराठी भाषेचा वापर करतात हा प्रश्न आहे. आज मराठी भाषेचा डंका पिटणाऱ्या कितीतरी मराठी राजकारण्यांची व साहित्यिकांची मुले इंग्रजी माध्यमाच्या शाळेत शिकत आहेत हे विसरून चालणार नाही. हिंदी भाषेच्या बाबतीत तर महाराष्ट्रात अत्यंत वाईट चित्र पाहवयास मिळते. मराठी माणसाची बंबईया हिंदी केवळ संवादापुरती मर्यादित राहते. मराठी माणसाने हिंदी भाषेत सकस व पुरस्कारप्राप्त लेखन केल्याचे ऐकिवात नाही. याला अपवाद आहेत; पण अत्यंत कमी, केवळ बोटांवर मोजता येतील असे आहेत. महाविद्यालयांत हिंदी शिकविणाऱ्या या मराठी प्राध्यापकांची अवस्था तर यापेक्षा वाईट आहे. ते रोजच्या जीवनव्यवहारात मराठी व इंग्रजीचा वापर करतात. मग हिंदी उरते ती फक्त चार भिंतीतल्या शिकविण्यापुरती आणि अभ्यासक्रम उरकण्यापुरतीच. त्यामुळे होते काय, तर अशा शिक्षकाला मराठी वा इंग्रजी अभिव्यक्त होता येत नाही आणि हिंदी भाषेलाही आपल्या जगण्याला त्याला जोडता येत नाही. अशावेळी एक पराभूत मनोवृत्ती घेऊन ही मंडळी वावरताना दिसतात. अशी पराभूत मनोवृत्ती न्यूनगंडाची जननी असते म्हणून अशा ठिकाणी आत्मविश्वास आणि भाषिक अस्मिता कशी फुलणार ? तेव्हा मराठी आणि हिंदीच्या भाषिक अस्मितेच्या आणि आत्मविश्वासाच्या अभावामुळेच आपण हिंदी किंवा मराठी भाषेला ज्ञानभाषेचा दर्जा देऊ शकलो नाही हे समस्त भारतीयांचे अपयश आहे हे नाकारून कसे चालेल? त्यामुळे ज्ञानभाषेच्या अभावी महाराष्ट्रातील कितीतरी प्रतिभावंतांच्या प्रतिभा कोमेजून गेल्या आहेत हे वेगळे सांगायला नको.

जर्मनी, जपान व रशिया यांसारखे देश आपले तंत्रज्ञान मातृभाषेतून बनवितात. त्यामुळे ते शिकणाऱ्या व बनविणाऱ्या तंत्रज्ञांची संख्या जास्त आहे. जर्मन भाषकांनी बरेचसे सॉफ्टवेअर जर्मन भाषेत बनविले आहे. त्यांचे इंग्रजीवाचून अडत नाही. मग मराठी भाषकांपुढे कोठे अडते? रशिया, फ्रान्स, जर्मनी या

देशांतील सर्व व्यवहार मातृभाषेतून होतात. या देशांतील प्रसारमाध्यमेही केवळ मातृभाषेतून संवाद साधतात. परभाषिक माणसाशी संवाद साधताना ही माणसे अत्यंत सजग असतात. मोजक्या आणि आवश्यक तेवढ्याच प्रमाणात ही माणसे परकीय भाषेचा उपयोग करतात. लहानपणापासून तंत्रज्ञान मातृभाषेतून मिळत राहिले तर लवकर प्रगती होते. मराठी समाज, संस्कृतीविषयी आपल्याला प्रेम असेल तर कठीण कणा आणि मराठीबाणा टिकला पाहिजे.

जगाच्या पाठीवर हिंदी व मराठी भाषेची एवढी गळचेपी का होत आहे याचा आज गांभीर्याने विचार करण्याची गरज आहे. एकीकडे मराठी प्रसार माध्यमांनी मराठी भाषेला आपल्या व्यावसायिक सोईने वळविले, दुसरीकडे उच्चशिक्षित आणि उच्चभ्रू मराठी माणसे आपल्या जीवनव्यववहारात मराठी भाषेचा वापर विसरत आहेत. आणि तिसरीकडे आपल्या शिक्षणात आपण मराठी व हिंदी भाषांना दुय्यम महत्त्व देत गेलो. म्हणून असे असताना मराठीच्या विकासाचा आग्रह आपल्याला कसा धरता येईल? या सर्व गोष्टींचा प्रामाणिकपणे विचार केला तर मराठीच्या गळचेपीचे महत्त्वाचे कारण आपल्याला दिसते. ते म्हणजे मराठी ज्ञानभाषा होऊ शकली नाही. ज्ञानाची निर्मिती मराठी भाषेत होऊ शकली असती तर तिने निश्चितच जगावर राज्य केले असते. आजच्या आधुनिक सामाजात ज्ञानाची निर्मिती जो समाज ज्या भाषेत करतो त्याचीच भाषा समाजात चालते. उदा. मोबाईल, टीव्ही. इ. चे शोध मराठी माणसाने लावले असते तर मराठी भाषा जगभर गेली असती. पण मराठी व हिंदी भाषेच्या बाबतीत असे झाले नाही. अशावेळी आपल्या रोजच्या जीवनव्यवहारात इंग्रजी शब्द येणे अत्यंत स्वाभाविक आहे. मराठी ज्ञानभाषा होऊ शकली नाही हे जरा धाडसाचे विधान होऊ शकते. पण याची कारणेही या भाषेच्या आणि भाषिक समूहाच्या सामाजिक व आर्थिक स्तरात दडलेली आहेत हे विसरून चालणार नाही. आता ज्ञान कशाला म्हणायचे हाही प्रश्न आहे आणि हे ज्ञान आहे असे कोणी ठरविले? यामागे निश्चितच सामाजिक, सांस्कृतिक आणि राजकीय हेतू आहे. यामुळे मराठी भाषेवरील आक्रमण हा केवळ भाषिक विषय राहत नाही तर तो सामाजिक आणि सांस्कृतिक विषय होतो म्हणून या गोष्टीचा मूलगामी अभ्यास करण्यासाठी मराठी भाषेचा समाजशास्त्रीय आणि सांस्कृतिक अभ्यास होणे अत्यंत गरजेचे आहे. प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषेचा विचार करताना केवळ भाषिक व व्याकरणाच्या अनुषंगाने विचार करून चालणार नाही तर त्याची सांस्कृतिक समीक्षा होणे तेवढेच गरजेचे आहे.

एवढ्यात इंटरनेटवर L. Manjulakshi यांचा 'Education Indian Mass Media and Language' हा लेख वाचण्यात आला. या लेखातले काही मुद्दे अत्यंत महत्त्वाचे वाटले. यात एक कन्नड कवीचा उल्लेख दिला आहे.

"Sarvagana a medieval kannada poet said, An expression properly chosen and aptly used is like a ripe fruit of excellence." अभिव्यक्तीसाठी योग्य शब्दांची निवड करणे म्हणजे उत्कृष्ट असे परिपक्व फळ आल्यासारखे आहे. या कवीचे हे मत वाचल्यानंतर मनात प्रश्न आला तो म्हणजे, आजची प्रसारमाध्यमे अशा उत्कृष्ट व योग्य शब्दांचा वापर करतात का ? मराठी भाषेच्या बाबतीत तर असे चित्र दिसत नाही. ज्येष्ठ पत्रकार डोळे यांनी तर आपल्या 'खबर' या पुस्तकातील एका लेखात मराठी वर्तमानपत्रात कसे चुकीचे शब्द वापरले जातात याचे अनेक दाखले दिले आहेत. हे दाखले वाचताना मराठी भाषेचा विकास करतात अथवा करतील यावर विश्वास ठेवणे कठीण होत आहे. एखादा शब्द भारदस्त वाटतो म्हणून बातमीदार तो उचलतात आणि वापरतात, मग तो शब्द योग्य आहे की अयोग्य आहे हे पाहण्याचे कष्टही ते घेत नाहीत.

दूरदर्शनचा भाषिक व्यवहार :

दूरदर्शन हे एक प्रमुख प्रसारमाध्यम आहे की जे समाजातील जास्तीत जास्त लोकांच्या जगण्याचा भाग बनलेले आहे. टीव्हीवर वापरली जाणारी भाषा केवळ प्रमाणभाषा नसते तर बोलीभाषेतले विविध प्रकार दूरदर्शन वापरत असते. दूरदर्शनवरील भाषेचा लोकांच्या भाषेच्या वापरावर निश्चित परिणाम होत असतो. भाषेची पारंपरिक व नवी मूल्येही टीव्हीमुळे कळतात. यातून योग्य भाषा कशी वापरायची हेही ते शिकत असतात. पण माणसाच्या भाषेवर, त्याच्या रचनेवर आणि शब्दसंग्रहावर दूरदर्शनमुळे फारसा परिणाम होत नाही, असेही संशोधनात्मक संकलनातून आढळून आले आहे. याचे कारण म्हणजे महत्त्वाची वर्तमानपत्रे जी भाषा वापरतात तीच भाषा टीव्हीवाले वापरत असतात. माहिती, ज्ञान, लोकशिक्षण आणि मनोरंजन ही दूरदर्शनची उद्दिष्टे आहेत. त्यामुळे समाजातील सर्व वर्गाच्या लोकांपर्यंत पोहोचण्याची भाषा हेच त्याचे प्रमुख माध्यम असले तरी वर्तमानपत्राप्रमाणे दूरदर्शन केवळ भाषाव्यवहारावर अवलंबून राहत नाही, ते दृकश्राव्य माध्यम असल्याने भाषेच्या वापराचे बहुतांशी काम चित्र करत असते. यातून टीव्हीचा वेळ तर वाचतोच; परंतु काही क्षणांतच एखादी माहिती लोकांपर्यंत साधार पोहोचविता येते.

आता मराठी वाहिन्या इंग्रजी भाषेचा कसा अतिरेक करतात ते पाहू. आजच्या समाजाची बदलती सामाजिक व सांस्कृतिक अभिरुची लक्षात घेता आवश्यक तेथे इंग्रजी व इतर भाषा वापरायला प्रसारमाध्यमांना ना नसावी; पण मराठी प्रसारमाध्यमे अनावश्यकपणे इंग्रजीचा वापर करू लागली की, आपणच आपल्या मातृभाषेच्या अवहेलनेस कारण आहोत हे लक्षात येते. दूरदर्शनवरील कोणत्याही मराठी वाहिनीचे नाव इंग्रजीशिवाय घेता येत नाही. 'सह्याद्री' वाहिनी

व 'मी मराठी' हे अपवाद आहेत. आता ही नावे बघा. Star प्रवाह, Star माझा, IBN लोकमत, Etv मराठी, Z मराठी इ. आता या वाहिन्यांवरील कार्यक्रमांची यादी पहा. सह्याद्री, हॅलो डॉक्टर, क्लोजअप, व्हील स्मार्ट सूनबाई, बोल बोला ट्रिंग ट्रिंग, मेडिक्युअर इ. (सह्याद्री) गंगुबाई नॉनमॅट्रिक, क्राईम डायरी, सुपर डान्सर, (ई.टीव्ही), एन्ट्री पोल, (साम मराठी), कॉन्स्टेबल कामिनी कामतेकर (अल्फा मराठी), रिमोट माझा, टॉप माझा, माझा न्यूज ही यादी पुढे कितीतरी वाढविता येईल. परंतु weekly म्हटल्याशिवाय साप्ताहिक कार्यक्रम कळू नयेत एवढा मराठी माणूस निर्बुद्ध नक्कीच नाही.

समाजातल्या गुन्ह्यांची दखल घेताना 'क्राईम' म्हटले की त्याचे वाढते महत्त्व असेल तर जरूर म्हणजे दूरदर्शनवरील बातम्या ऐकताना Breaking News / News Flash हे शब्द इतके परवलीचे झाले आहेत की, त्याशिवाय बातमी महत्त्वाची वाटत नाही. काही वर्तमानपत्रांची नावे व पुरवण्या इंग्रजीशिवाय भारदस्त वाटत नाहीत अशी आपली मानसिकता केली गेली आहे. उदा. महाराष्ट्र टाइम्स, रत्नागिरी टाइम्स, पुरवण्यांत Today, Hello, Edumantra इ. याशिवाय न्यूज, टॉप माझा, एन्ट्री पोल असे म्हटले की आपण जगाला जोडलो आहोत याचे समाधान मिळत असेल तर दूरदर्शनवाल्यांनी खुशाल भाषेचा असा इंग्रजी धिंगाणा घालावा.

वृत्तपत्राच्या साह्याने समाजात प्रसार केला जातो. व हा प्रसार होत असताना मराठी भाषा आणि मराठी भाषेचे प्रदूषण कोणत्या प्रकारे होते याची ज्वलंत उदाहरणे आपल्याला दिसतात ती अशी : वृत्तपत्र सकाळ- सकाळ टुडे, सकाळ हेल्थ मंत्रा, सकाळ ग्राफिटी, सकाळ ॲग्रोवन, डायरी, ॲग्रोवन मार्केट, ॲग्रोगप्पा. वृत्तपत्र : लोकमत- हॅलो, लोकमत, लोकमत- स्पोर्ट्स्, लोकमत-पुणे प्राईड, लोकमत- मान्सून सेल, टर्निंग पॉइंट, हॅलो एडिटर, लोकमत क्रॉस वर्ल्ड, वृत्तपत्र पुण्यनगरी, दिल से, पुण्यनगरी, बुटीमंत्रा, पुण्यनगरी बॉलिवूड, पुण्यनगरी स्पोर्ट्स्, वृत्तपत्र पुढारी, क्लासिफाइड्स्, वृत्तपत्र लोकसत्ता, कॅरिअर काउन्सेलर, वृत्तपत्र पोलिस टाइम्स इ. वृत्तपत्रांच्या नावांवरून व त्यात प्रसिद्ध होणारी सदरे, पुरवण्या, जाहिराती यांतून मोठ्या प्रमाणावर होत असलेली भाषेची गळचेपी व भाषाप्रदूषण याचा प्रत्यय येतो.

चित्रपट, आकाशवाणी आणि इंटरनेटचा भाषिक गोंधळ :

चित्रपट हे प्रसाराचे अजूनही एक मोठे माध्यम आहे. चित्रपटातून समाजाचे प्रबोधन व्हावे हा सामाजिक हेतू असला तरी फारच थोड्या चित्रपटांतून हे दिसते. कारण मनोरंजन हा त्याचा प्रमुख हेतू आहे. पण आता तर निखळ मनोरंजनही चित्रपटातून होताना दिसत नाही. दिसतो तो फक्त पैसा कमाविण्यासाठी चाललेला सांस्कृतिक तमाशा. चित्रपटात वापरल्या जाणाऱ्या

42346

भाषेत वैविध्य असते. विविध प्रकारच्या भाषेचा वापर त्यात होतो. वेगवेगळ्या माणसांच्या, समूहांच्या आणि प्रदेशांच्या बोली चित्रपटात ऐकायला मिळतात. रोजच्या वापरातील भाषा आणि सर्व प्रकारच्या लोकांची भाषा चित्रपटात असते म्हणजे औपचारिक आणि अनौपचारिक अशा दोन्ही प्रकारच्या भाषा चित्रपटात वापरल्या जातात; पण असे असूनही भाषा विकसित करण्यासाठी चित्रपटांचा फारसा उपयोग होत नाही.

आकाशवाणीचा मात्र माणसाच्या भाषेवर थेट परिणाम होतो. आकाशवाणीवरील वृत्तनिवेदकाची शैली, त्याचे उच्चार इ. चा आपल्या भाषेवर परिणाम होतो असे निष्कर्ष आले आहेत. या माध्यमाचा जसा बोलीभाषेवर परिणाम होतो तसा लेखनाच्या भाषेवरही परिणाम झालेला आढळून आलेला आहे. आकाशवाणीच्या भाषेवर शासनाचे नियंत्रण असते; त्यामुळे प्रमाणभाषा अधिकाधिक शुद्ध ठेवण्याचा प्रयत्न या माध्यमाचा असतो. अलीकडे संगीताच्या प्रसारासाठी सुरू झालेली एफ.एम. केंद्रे मात्र तरुणांना आवडेल अशी भाषा करू लागली आहेत. 'यार', 'फंडा', 'लोचा', 'गाइज' यांसारखे शब्द वापरून तरुणांना आकर्षित करण्याचा प्रयत्न ही मंडळी करीत आहेत. त्यामुळे वेगवेगळ्या भाषांच्या विशेषत: हिंदी, इंग्रजी व मराठी या भाषांच्या आधुनिक मिश्रणातून तयार झालेली भाषा आकाशवाणीवर ऐकायला मिळते. येथेही इंग्रजी शब्दाशिवाय वाक्य अर्थपूर्ण होत नाही. अशी उच्चभ्रू धारणा झालेली दिसते. पुणे आकाशवाणी केंद्रावरचे हे निवेदन पहा, ''अभिजितची स्वारी दर गुरुवारी ब्रेकफास्टला आपल्या दारी'' असो. थोडक्यात काय तर प्रसारमाध्यमे बदललेल्या समाजाची भाषा पेश करतात की संपन्न अशा तुकारामांच्या माय मराठीला बदलून टाकण्याचा बहुसांस्कृतिक प्रयत्न करतात हे आता ऐकणाऱ्यांनीच ठरवावे.

संगणकाच्या बाबतीत बोलायचे झाले तर मराठी भाषेवर त्याचा निश्चित परिणाम झाल्याचा दिसतो. ईमेल, चॅटिंगमुळे आपल्या भाषेत नवी शैली आली आहे. आपण शॉट फॉर्म वापरायला लागलो. त्यामुळे भाषेची प्रचंड मोडतोड झाली. भाषाशिक्षणात संगणकाचा निश्चित उपयोग झाला. ज्ञान व माहिती मिळाली, आपला शब्दसंग्रह वाढला हे सारे झाले; पण प्रसारमाध्यमांमुळे आपल्या मातृभाषेचा वैभवसंपन्न चेहरा मात्र अधिक पुसट होत चालला आहे. तो आधुनिक जगात हरवू नये याची काळजी मराठीच्या अभ्यासकांनी घेतली पाहिजेच; पण प्रत्येक मराठी माणसानेही यावर विचार करायला पाहिजे.

नभोवाणी आणि मराठी भाषा

बाळासाहेब खराडे

भाषा म्हणजे माणसामाणसात संवाद साधण्याचे माध्यम. सुसंवादा-साठी आज अनेक माध्यमे उपलब्ध आहेत. उदाहरणार्थ नभोवाणी, रंगभूमी, दूरदर्शन, चित्रपट, वृत्तपत्रे, मासिके, वगैरे. यात भाषा मांडणी जितकी चांगली, सहजसुंदर तितकी सुलभता जास्त. नभोवाणी हे तर केवळ श्राव्य माध्यम. येथे वाणीद्वारेच सर्व साध्य करावे लागते.

नभोवाणीवरून मिळणारी माहिती मानवी आवाजात ऐकायला मिळते. बोलणाऱ्याचा आवाज श्रोत्यांच्या कानात आपुलकीने गुंजत असल्याने भावनिक आत्मीयता आणि जवळीक निर्माण होते. वर्तमानपत्रात कुटुंबातल्या सर्वच व्यक्तींसाठी ज्याप्रमाणे निरनिराळी सदरे असतात त्याचप्रमाणे रेडिओतूनही भिन्न-भिन्न गटांच्या श्रोत्यांसाठी विशिष्ट कार्यक्रम प्रसारित होत असतात. मुलांवर चांगले संस्कार होतील, त्यांच्या गुणांचा विकास व्हायला मदत होईल असे कार्यक्रम, महिलांना, बालकांच्या संगोपनात, त्यांच्या विकासासाठी, तसेच महिलांच्या प्रगतीसाठी उपयोगी ठरतील असे कार्यक्रम, विद्यार्थ्यांना अभ्यासात साहाय्यक ठरतील असे तर शेतकऱ्यांना शेतीविषयक कामात मार्गदर्शक ठरतील असे कार्यक्रम नभोवाणीवरून प्रसारित होत असतात. या भिन्न गटांसाठी होणाऱ्या कार्यक्रमांतून विशिष्ट तज्ज्ञ व्यक्ती त्यांच्याशी बोलत असतात, त्यांच्या हिताची माहिती त्यांना पुरवित असतात. त्यामुळे भावनिक जवळीक निर्माण होऊन संबंध अधिक घनिष्ठ होतात आणि रेडिओ लहानांपासून मोठ्यांपर्यंत सर्वांचाच मित्र होतो.

माणूस भाषेचा उपयोग विचारांची देवाण-घेवाण करण्यासाठी करीत असतो. आकाशवाणी हे केवळ ध्वनिमाध्यम असल्याने वक्त्याला केवळ भाषेद्वारेच आपले विचार, अनुभव श्रोत्यांपर्यंत पोचवावे लागतात. त्यामुळे नभोवाणीवरून प्रसारित करायचे भाषण विशेष काळजी घेऊन तयार करायला हवे. पुस्तक किंवा लेख वाचताना एखादा मुद्दा विसरला तरी वाचक पान उलटून मागचा संदर्भ पाहण्यासाठी थांबू शकतो. पण नभोवाणीवरून भाषण ऐकत असताना श्रोत्याला हे शक्य नसते. म्हणून वक्त्याने भाषणाचे मुद्दे गुंतागुंत करून मांडू नयेत, तर एक एक मुद्दा सविस्तर उकल करून मांडावा.

नभोवाणीच्या भाषणाची भाषा प्रसादपूर्ण असावी. शब्द नेमका अर्थ स्पष्ट करणारे आणि शक्यतो रोजच्या वापरण्यातले असावेत. वाक्ये सोपी असावीत. छोटी, सुटसुटीत वाक्यरचना जास्त अर्थवाही ठरते. बोजड, दुर्बोध आणि अपरिचित असे शब्द किंवा वाक्यप्रयोग वापरण्याचा मोह टाळावा. कारण अशा शब्दांचा किंवा वाक्यप्रयोगांचा अर्थ लावण्यात श्रोता गुंतला तर त्याचे भाषणाकडे क्षणभर दुर्लक्ष होऊन क्वचित पुढल्या मुद्द्याचा धागा त्याच्या हातून निसटू शकतो. असे झाले तर त्याला पुढचे भाषण समजणे कठीण होऊन त्याला भाषणात रस वाटणार नाही. सुपरिचित वाक्यप्रयोग किंवा म्हणी वापरायला हरकत नाही. मात्र अप्रचलित शब्द किंवा म्हणी वापरण्याचे टाळावे.

नभोवाणीचे भाषण केवळ ऐकण्यासाठी, ऐकून समजण्यासाठी असते. तेव्हा मुद्दे मांडताना 'खालीलप्रमाणे, ' वरीलप्रमाणे ' हे दिशावाचक शब्द वापरू नयेत. कारण हे ' खालील ' किंवा ' वरील ' मुद्दे श्रोत्यांना दिसत नाहीत. तेव्हा ' याप्रमाणे ' काळजी घ्यावी किंवा ' आत्ताच सांगितल्याप्रमाणे ' काळजी घ्यावी असे शब्दप्रयोग करता येतात. आकडेवारी देताना नुसते आकडे लिहिले तर वक्त्याला वाचणे जड जातात. उदाहरणार्थ, ७,२३,३८,३३२ ही संख्या अशी लिहावी. ७ कोटी, २३ लाख ३८ हजार तीनशे बत्तीस.

भाषणात सहजता येण्यासाठी आपण बोलताना वापरतो ती बोली भाषा नभोवाणी लेखनासाठी वापरावी.

उदाहरण म्हणून पुढील वाक्य पहा-

'त्याने माझे पुस्तक परत केलेच नाही. ' व्याकरणदृष्ट्या हे वाक्य, त्यातील शब्द बरोबर आहेत; परंतु मराठी ग्रांथिक भाषेत जे शब्द एकारांत असतात, ते बोलीभाषेत आपण एकारांत न म्हणता अकारांत वापरतो. म्हणजे आत्ताच पाहिलेले हे वाक्य आपण बोलताना असे बोलू-

'त्यानं माझं पुस्तक परत केलंच नाही.' बोलताना आपण करावयास, खावयास असे न म्हणता करायला, खायला असे म्हणतो.

लिहिताना दोन वाक्ये जोडताना 'व' या उभयान्वयी अव्ययाचा उपयोग करतो तर बोलीभाषेत 'आणि' हे अव्यय आपण वापरतो.

शब्दांच्या ऱ्हस्व दीर्घाकडे लक्ष देणेही आवश्यक आहे. कारण त्यानुसार शब्दांचे उच्चार होऊन अर्थ स्पष्ट होतो. हे वाक्य आपण पाहुया-

'आपण या जगापासून दूर दूर जाऊ या.'

या वाक्यात 'दूर' हा शब्द दीर्घ उच्चारल्याने अंतराची कल्पना स्पष्ट होते. हाच शब्द 'दूर दूर' असा उच्चारल्याने अंतराची कल्पना स्पष्ट होत नाही. म्हणून भाषण लिहिताना ऱ्हस्व दीर्घाकडे लक्ष देणे महत्त्वाचे ठरते.

नभोवाणी हे केवळ ध्वनिमाध्यम असल्याने वाचकाच्या शारीरिक

हालचाली, अभिनय, चेहऱ्यावरचे भाव श्रोत्याला दिसत नाहीत. त्यामुळे वाचणाऱ्याच्या वाचनातूनच श्रोत्यांच्या मनश्चंक्षूसमोर वाचकाचे व्यक्तिमत्त्व साकार होत असते. तेव्हा वाचन जास्तीत जास्त आकर्षक, वेधक आणि श्रवणीय व्हावे यासाठी वाचकाने जास्तीत जास्त दक्षता घ्यायला हवी.

वाक्य लिहिताना त्याचा अर्थ स्पष्ट होण्यासाठी विरामचिन्हे वापरली जातात.

ती वाक्य वाचतानाही वापरायला हवीत. पूर्ण विराम, अर्ध विराम, स्वल्प विराम, अपूर्ण विराम ही सर्व विरामचिन्हे वाचनात जाणवायला हवी. विराम चिन्हाच्या प्रकारानुसार विश्राम दिला तर अर्थ स्पष्ट होतो. हे वाक्य पहा–

'तो म्हणाला की, तो यंदा परीक्षेत उत्तीर्ण होईलच.'

यात स्वल्पविराम असल्याने विश्राम क्षणिक राहील. आता हे वाक्य पहा–

'मला मुंबईची हवा आवडत नाही; तिथं फार उकडतं.'

या वाक्यात अर्धविराम असल्याने स्वल्पविरामापेक्षा हा विश्राम जरा जास्त काळ राहील. पूर्ण विरामाजवळ यापेक्षाही जरा जास्त विश्राम घ्यावा लागेल. कारण श्रोत्याला वाक्य पूर्ण झाल्याची स्पष्ट जाणीव व्हायला हवी. वाचनात पूर्णविराम जाणवण्यासाठी शेवटच्या शब्दातल्या अक्षराचा उच्चार, इतर शब्द, ज्या पट्टीत उच्चारले त्यापेक्षा खालच्या पट्टीत उच्चारावा.

वाक्य प्रश्नार्थक उच्चारायचे असेल तर वाक्यातील शेवटच्या शब्दातील शेवटचे अक्षर, वाक्यातील इतर शब्द ज्या पट्टीत उच्चारले, त्यापेक्षा वरच्या पट्टीत उच्चारावे.

अवतरण चिन्हातला मजकूर वाचताना, अवतरण चिन्हाच्या वाक्याच्या उच्चाराच्या स्वरपट्टीपेक्षा अवतरण चिन्हातला मजकूर वाचतानाची पट्टी भिन्न असावी.

नभोवाणीसाठी लेखन करताना अर्धे वाक्य दुसऱ्या पानावर जाणार नाही याची काळजी घ्यावी. लेखन पानाच्या एकाच बाजूने करावे. लेखनाच्या पहिल्या पानावर आपले नाव, पत्ता तसेच दूरध्वनी आणि भ्रमणध्वनी क्रमांक लिहावा.

बातमी लेखन :

एखादी बातमी तत्काळ आणि जगभर पोचवण्याची क्षमता असलेले माध्यम म्हणूनच केवळ नभोवाणीचे महत्त्व आहे असे नाही तर इतर कोणत्याही माध्यमापेक्षा या माध्यमाने अधिक जवळीक साधली जाते. त्यामुळे या माध्यमाची विश्वसनीयता अधिक प्रभावी स्वरूपाची असते.

बातमीच्या पहिल्या परिच्छेदातच सर्व मजकूर कोंबण्याचा प्रयत्न झाला तर ती एक बोजड बातमी होते. अशा बातमीतील भाषा कोणत्याही चांगल्या लेखी

किंवा बोली भाषेपेक्षा सर्वस्वी भिन्न असते.

वर्तमानपत्रातली बातमी डोळ्यांसाठी लिहिली जाते तर नभोवाणी बातमी कानांसाठी लिहिली जाते. कोणतीही बातमी साध्या सोप्या पण नेमक्या सहज समजू शकेल अशा भाषेत आणि उत्सुकता निर्माण करील अशा पद्धतीने लिहिली तर ती दोन्ही माध्यमांच्या दृष्टीने सारखीच परिणामकारक ठरते.

बातमीचे शीर्षक सोपे, सहज समजेल असे आणि सुटसुटीत असावे. वर्तमानपत्रात चार-पाच शब्दांत शीर्षक असते. वर्तमानपत्रातील प्रत्येक बातमीला शीर्षक असते. मात्र आकाशवाणीवरील महत्त्वाच्या बातम्यांची शीर्षके (ठळक बातम्या) सांगितली जातात. वर्तमानपत्रात एक बातमी संपली आणि दुसरी सुरू झाली हे मुद्दाम सांगण्याची आवश्यकता नसते. आकाशवाणीवर मात्र प्रत्येक बातमीचा प्रारंभ, तिचा वेगळेपणा उठून दिसेल अशा पद्धतीने केला पाहिजे.

ताजी बातमी ही नभोवाणीची विशेषता आहे. तपशीलवार बातम्यांऐवजी जास्तीत जास्त बातम्या देण्याचा प्रयत्न असतो. त्यामुळे तपशिलात काटछाट करावी लागते.

नभोवाणी बातमीपत्रात संभ्रमात पाडणारी वाक्यरचना नसावी. उदा. 'राष्ट्रपतींनी अतुलनीय शौर्य दाखवल्याबद्दलची पारितोषिकं प्रदान केली' या ऐवजी 'अतुलनीय शौर्य दाखवल्याबद्दलची पारितोषिकं राष्ट्रपतींनी प्रदान केली' अशी वाक्यरचना असावी.

योग्य क्रियापदांच्या वापराने भाषा प्रभावी होते. नभोवाणीच्या बातम्यांत क्रियापदांचा वापर महत्त्वाचा असतो.

'सांगणे' या क्रियापदाला पर्याय म्हणून वेगवेगळ्या संदर्भात 'म्हणणे, माहिती देणे, आश्वासन देणे, दुजोरा देणे, प्रतिपादन करणे, स्पष्ट करणे, मत व्यक्त करणे, घोषणा करणे, जाहीर करणे' इत्यादी क्रियापदे अधिक प्रभावीपणे वापरता येतात. एकच क्रियापद वापरण्याऐवजी वेगवेगळी क्रियापदे वापरली तर बातमीत रटाळपणा येत नाही. बातमी ताजी वाटते.

बातम्यांत विशेषणांचा वापरही महत्त्वाचा आहे. विशेषणांमुळे बातमी ठसठशीत होण्यास मदत होते. व्यक्तींच्या नावांच्या पूर्वी विख्यात, कुख्यात, ख्यातनाम, नामवंत, प्रसिद्ध अशी यथायोग्य विशेषणे असली की त्या व्यक्तीचे समाजातील स्थान लक्षात येते. मात्र विशेषणांचा अयोग्य आणि अतिरेकी वापर हास्यास्पद ठरतो.

शिक्षणसम्राट, सहकारसम्राट, लोकनेते यांसारखी विशेषणे सरसकट वापरली तर ती सर्वांना मान्य होत नाहीत. अशावेळी त्या विशेषणांचे महत्त्व आणि गांभीर्य कमी होते. विशेषणांच्या वापरामुळे बातमीचा स्वाभाविक ओघ किंवा लय कमी होणार नाही याचीही दक्षता घ्यायला हवी.

नभोवाणी बातमीपत्राची भाषा श्रोत्याला आकर्षित करणारी असावी. शिवाय पूर्ण बातमीपत्र होईपर्यंत त्याला खिळवून ठेवणारी असावी.

सारांश, नभोवाणीवरून प्रसारित झालेली, उच्चारलेली भाषा सोपी, सुटसुटीत, सामान्य श्रोत्याला समजेल अशा प्रकारची भाषा असते. ती पुस्तकी भाषा नसून बोलीभाषा असते.

ཀ྄ ཀྱ

वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा

प्रा. एस. ई. दरेकर

प्रस्तावना :

बातमी किंवा वृत्त ज्या पत्रात छापतात त्यास वृत्तपत्र (Journal) असे म्हणतात. वृत्तपत्रासाठी लेखन करणारी व्यक्ती म्हणजे पत्रकार (Journalist) आणि वृत्तपत्राविषयीचे संपूर्ण शिक्षण म्हणजे वृत्तपत्रविद्या (Journalism) होय. वृत्तपत्रविद्येमध्ये माहिती संकलन (Collection) करण्यापासून त्यावर अनेक प्रक्रिया करून (Editing) वृत्तपत्र वाचकांच्या हाती देण्यापर्यंतचे (Disseminating) संपूर्ण शिक्षण दिले जाते. थोडक्यात, संकलन, संपादन आणि वितरण यांविषयीचे शास्त्रशुद्ध शिक्षण म्हणजे वृत्तपत्रविद्या होय.

'मला काही सांगायचे आहे' म्हणजे काही माहिती द्यावयाची आहे अणि मला 'मला काही जाणून घ्यायचे आहे' म्हणजे कोण, केव्हा, कोठे व कसे हे जाणवायाचे आहे. हा भाग माणसाच्या जिज्ञासेत नित्य वसत असतो. आणि या जिज्ञासेतूनच संवाद (Communication) निर्मिती होत असते. ही जिज्ञासा माणसाने अगदी प्राचीन काळापासून विविध प्रकारे पूर्ण करण्याचा प्रयत्न केला. जिज्ञासा पुरी करणारी आधुनिक साधने म्हणजे प्रसारमाध्यमे (Mass Media) होत. त्यात वृत्तपत्रे (Printing Media) आणि रेडिओ, टीव्ही (Electronic Media) यांचा प्रामुख्याने समावेश होतो. माहिती देणे (Information), करमणूक (Entertainment) करणे आणि लोकशिक्षण (Mass education) ही प्रसारमाध्यमांची प्रमुख उद्दिष्टे होत. थोडक्यात, एकमेकांशी खुलेआम संवाद साधणे यासाठीच्या खटाटोपातूनच आधुनिक माहिती तंत्रज्ञानाचा जन्म झाला आणि आज तो विश्वव्यापी महामार्गच (Information Highway) तयार झाला आहे.

वृत्तपत्राचा इतिहास :

माहिती, करमणूक, आणि लोकशिक्षण या उद्देशांतून वृत्तपत्राचा जन्म झाला. तसेच राज्यकर्ते आणि जनता यांच्यातील दुवा म्हणून वृत्तपत्राचा विकास झाला. रोमन सम्राट ज्युलियस सिझर हा वृत्तपत्राचा जनक होय. आपल्या निर्णयाची माहिती जनतेला देणे या उद्देशाने त्याने इ.स. पूर्व ५९ मध्ये 'पोस्टर'

नावाचे पहिले वृत्तपत्र सुरू केले. चीनमध्ये दहाव्या शतकात वृत्तपत्राचा जन्म झाला. त्यानंतर बऱ्याच काळाने अमेरिका व इंग्लंडमध्ये १६९०च्या दरम्यान वृत्तपत्र सुरू झाले. दरम्यान प्रिंटिंगचा शोध लागल्याने वृत्तपत्र जगात पोहोचले. भारतामध्ये इ.स. १७८० मध्ये कलकत्ता आणि मुंबई येथून अनुक्रमे 'बंगाल गॅझेट' आणि 'बॉम्बे हेरॉल्ड' सुरू झाले. यांत्रिक शोधामुळे पत्रकारिता सतत गतिमान आणि विकसित होत गेली. विकास पत्रकारितेतून सुरू झालेला हा प्रवास अनेक शोध घेत पीत पत्रकारिता (Yellow Journalism) पर्यंत पोहोचला आहे.

वृत्तपत्रकारिता ही एक कला आहे. समाज प्रबोधनाचे प्रभावी साधन आहे. वृत्तपत्राला चौथी शक्ती म्हणून संबोधले आहे. संसद, न्यायालय, नोकरशाही आणि वृत्तपत्र हे लोकशाहीचे आधारस्तंभ आहेत. सरकार आणि जनता यांच्यावर अंकुश ठेवण्याचे काम वृत्तपत्रे करतात.

मराठी वृत्तपत्रे :

मराठी वृत्तपत्राला आता दीडशे वर्षांहून अधिक काळ लोटला आहे. स्वातंत्र्यपूर्व काळात समाजप्रबोधन आणि मराठीचे सौंदर्य जपणे ही मराठी वृत्तपत्राची ध्येये होती. बाळशास्त्री जांभेकर (दर्पण), गोपाळ गणेश आगरकर (सुधारक), लोकमान्य टिळक (केसरी), प्र. के. अत्रे (नवा मराठा), काकासाहेब खाडीलकर (नवाकाळ), डॉ. नानासाहेब परुळेकर (सकाळ) यांनी केवळ समाज बोधनाचेच नाही तर मराठीचे सौंदर्य वाढविण्याचेही काम केले. ''मराठी भाषेवर माझे फार प्रेम आहे आणि या भाषेत लिहिण्याची मला अतिशय हौस आहे आणि ही भाषा लोकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठीच मी पत्रव्यवहारात पाऊल टाकले आहे.'' असे आचार्य अत्रे नेहमी म्हणत. पत्रकारितेचा दर्जा उंचावण्यासाठी या मराठी सारस्वतांनी प्रयत्न तर केलाच; पण त्याचबरोबर मराठी भाषा संपन्न करण्यात त्यांचा मोलाचा वाटा होता. आपण शीर्षकासाठी जे शब्द निवडतो त्यात बातमी स्पष्ट करण्यासाठी जबरदस्त ताकद असायला हवी अशी त्यांची धारणा होती. त्या काळातील मराठी शीर्षके पहा, 'देशी भाषांची दैना', 'चतकोर भाकरीची गुलामगिरी', 'उठा, अजून वेळ गेली नाही', 'सरकारचे डोके ठिकाणावर आहे काय?', 'बचेंगे तो लढेंगे,' 'उजाडले, पण सूर्य कोठे आहे ?' 'ग्रहण सुटले', 'उष:काल होता होता काळरात्र झाली', 'यांनी डायनाला मारलं हो !' स्वातंत्र्यपूर्ण काळातील वृत्तपत्रांची ही गौरवशाली परंपरा स्वातंत्र्योत्तर काळात अनेक दिग्गजांनी पुढे चालविली. आजही काही मराठी पत्रकार मराठीचा झेंडा हाती घेऊन सातासमुद्रापलीकडे गेलेले आहेत.

वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा :

भाषा हा पत्रकारितेचा आत्मा आहे. भाषेचा बिनचूकपणा, मोजकेपणा

आणि स्वच्छपणा यावर वृत्तपत्राची यशस्वीता अवलंबून आहे. म्हणून ज्याला पत्रकारितेतील एबीसी कळते त्याला पत्रकारिता समजली असे मानले जाते. छोटीछोटी वाक्यरचना, सुबोध, सरळ, साधी भाषा, तार्किकता या गोष्टी बातमी प्रभावी करतात. योग्य ठिकाणी योग्य शब्दांचा वापर केल्यास बातमी काळजाला भिडते. वृत्तपत्र लोकांपर्यंत जाण्यासाठी आणि लोक वृत्तपत्रांत येण्यासाठी भाषेचा प्रभावी वापर होणे गरजेचे आहे.

आपल्या देशातील इंग्रजी पत्राच्या मानाने आज मराठी पत्रांचा दर्जा पुष्कळच कमी झालेला आहे. हल्ली चांगले मुद्रितशोधक मिळत नाहीत हे एक कारण आहे. व्यवस्थापन, संपादकीय विभाग आणि प्रत्यक्ष मजकूर तयार करणारे कर्मचारी यांचा आळस आणि अज्ञान हेही कारणीभूत आहेत. कमीत कमी खर्च, सर्वांत प्रथम पोहोचविण्याची घिसाडघाई आणि जास्तीत जास्त नफा मिळविण्याची वृत्तपत्रांची हाव आणि बातमीकडे केवळ मनोरंजन म्हणून पाहण्याचा वाचकांचा दृष्टिकोण यात भाषेकडे लक्ष कोण देणार ? 'बातमी पवित्र असते, मत मुक्त असते' असे बातमीविषयी म्हटले जाते. परंतु खालील शीर्षके पहा, त्यांत संपादकांचे मन डोकावलेले असते. उदा. १. 'पाकड्यांचे कंबरडे मोडण्यासाठी लाहोरवर बॉम्बफेक.' (संपादकच युद्ध खेळतोय असे वाटते.), २. काँग्रेसला टाळून डाव्यांची फसवी आघाडी (फसवी हा शब्द / मत संपादकाचे), ३. 'इराणचे पकडलेले जहाज अमेरिकेने दुष्ट हेतूने बुडविले' (दुष्ट हेतू हे संपादकाचे निदान.), ४. 'मुंबईवर वरुण राजाचा जलात्कार' (अप्रचलित शब्दांची वाचकांवर बळजबरी.)

हिंदीचा उपद्रव :

अनेक मराठी वृत्तपत्रांतील मथळे हिंदी शब्दांच्या वापरामुळे गोंधळ निर्माण करणारे असतात. उदा. 'देशाची रक्षा करण्यास सैन्य सज्ज', रक्षा या हिंदी शब्दाचा अर्थ रक्षण असा असला तरी मराठीत त्याचा अर्थ राख असाच होतो. जोरदार लढाईऐवजी घमासान लढाई असे हिंदी शब्द वापरून गोंधळात भरच टाकली जाते. योगदान हा शब्द असाच हिंदीतून थेट मराठीत लग्नाच्या जेवणावळीत जसा एखादा 'बिन बुलावा मेहमान' घुसावा तसा घुसला आहे. व्यस्त म्हणजे विरुद्ध मग अमुक अमुक व्यक्ती कामात व्यस्त आहे असे का म्हणतात. त्यांना व्यग्र हा शब्द का सुचत नाही. 'शर्त' शब्द असाच घुसलेला. एन्रॉनच्या शर्ती काय आहेत. तेथे अटी म्हणजे जिवावर का येते कळत नाही. हिंदीतला डाकू हा शब्द असाच मेंढरांच्या कळपात लांडगा घुसावा तसा मराठीत घुसला आणि मूळ 'दरोडेखोर' तडीपार झाला. उमेदवारी अर्जाची जागा नामांकन पत्राने घेतली. पिंपरी चिंचवड या दोन्ही शहरांची स्वतंत्र वैशिष्ट्ये आहेत. पण काही पत्रकारांनी पिंपरीची साल वडाला लावून 'पिंपवड' असे नवीन कलमी शहर

'रोपन' केले.

इंग्रज गेले पण मराठीत इंग्रजीचे आक्रमण दिवसेंदिवस वाढतच आहे. माधुरी दीक्षित श्रीदेवीला आन्सर ठरू शकत नाही असे एक शीर्षक वाचले. बरे 'आन्सर'ला अवतरण तरी घालावे ना ! पण नट्या म्हटले की आभूषणे गळून पडतात. कोणत्याही इंग्रजी वृत्तपत्रात (ते मराठी वाचकांसाठी असले तरी) Madhuri is not उत्तर to shridevi असे लिहितील का ? इंग्रजी आणि हिंदी भाषेची बळजबरी मराठीने आणखी किती आणि कोठवर सहन करायची?

मराठी वृत्तपत्राच्या रंगीत पुरवणीत दोन चार वाक्यांमध्ये दोन चार वाक्यांमध्ये दोन चार इंग्रजी शब्द घुसडून त्या रचनेचा 'बाप्तिस्मा' करून टाकतात. माधुरी +++ या चित्रपटात इतकी 'स्वीट' दिसते की तिच्या 'लव्ह' मध्ये पडावे किंवा राखी सावंतने आपला 'बॉयफ्रेंड' बदलला आणि प्रियांका चोप्राची 'एंगेजमेंट' वाचून रडावे की स्माईल करावे समजत नाही. मराठी भाषेतील ही 'ट्रॅफिक हझार्ड' पाहून चिंता अधिकच वाढते. हिंदी चित्रपटांच्या जाहिरातीसुद्धा एक भीषण प्रकार आहे. त्यात हिट असते, हॉट असते आणि रोज रोज इश्कबाजीचा नवा 'फंडा' असतो.

मराठीतील गोंधळ :

इंग्रजी-मराठी चमत्काराबरोबरच मराठीचासुद्धा 'जोरका झटका धीरेसे' असतो. +++यांचे निधन हृदयक्रिया बंद पडून झाले ही नेहमी येणारी बातमी तुम्ही सांगा हृदयक्रिया चालू राहून कोणी मरेल का? किंवा हृदयक्रिया बंद पडली तरीही कोणी जिवंत राहील का ? दुसरी एक बातमी +++ यांचे दुःखद निधन झाले. निधन कधी सुखद असते का? पण दुःखद काय किंवा सुखद काय मेलाच ना. असे म्हणून आपण भाषेकडे दुर्लक्ष करतो. ऱ्हस्व काय किंवा दीर्घ काय अर्थ समजण्याशी मतलब. ''हे असंच चालायचं'' असे मालमोटारीच्या मागचे लिहिलेले वाक्य आपले ब्रीदवाक्य बनत चाललेय हे अधिक वाईट नाहीय का? अमुक अमुक समारंभ संपन्न झाला. संपन्न म्हणजे श्रीमंत मग हा समारंभ श्रीमंत झाला का? अमुक अमुक पुस्तकांचे विमोचन झाले. विमोचन म्हणजे मुक्त किंवा मुक्त. मग पुस्तक मुक्त झाले की नष्ट झाले समजावे? अलीकडे असाच एक रूढ झालेला चुकीचा शब्द म्हणजे पक्षश्रेष्ठी. तो High Command या इंग्रजी शब्दावरून आला. मराठीत श्रेष्ठी म्हणजे व्यापार. मग पक्षश्रेष्ठी म्हणजे पक्ष विकणारे आहेत का ? उदा. अशी बातमी येईल ''नॅशनल सेमिनारसाठी १००० प्रेक्षक हजर'' म्हणजे त्यांचे ऐकण्यासाठी श्रोते असतात की केवळ चेहरे पाहण्यासाठी आलेले प्रेक्षक असतात हा संभ्रम व्हावा.

स्वातंत्र्यपूर्व काळात एकदा एका इंग्रजी पेपरमध्ये (Your excellency's speech is taxing your brains) म्हणजे तुमचे भाषण हे

मेंदूला शीण देणारे आहे अशा अर्थाने छापून आले होते; पण त्याचे मराठी 'वृत्तपत्रांत व्हॉईसरॉय साहेबांची मेंदूवर कर बसविण्याची योजना' असे भाषांतर केले. भाषेचा विपर्यास ही आजची तऱ्हाच झालेली आहे. एकदा एक धर्मगुरू हॉटेलात उतरले होते. आपणांस येथील पब्जचा त्रास तर होत नाही ना असे त्यांना यजमानाने विचारले. त्यावर ते धर्मगुरू म्हणाले, ''म्हणजे येथे पब्ज आहेत का?'' एका पत्रकाराने विपर्यास करून ''येथे पब्ज आहेत का? धर्मगुरू'' अशी बातमी दिली. परिस्थितीचा विपर्यास करून काहीतरी जावईशोध लावून एखाद्याचे चारित्र्यहनन करणे म्हणजे शोध पत्रकारिता का?

राज्यघटनेच्या कलम १९ (१) (अ) अन्वये अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य आहे. पण अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य म्हणजे भर चौकात उभे राहून शिव्या देणे नव्हे. अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य म्हणजे एखाद्याचे चारित्र्यहनन नव्हे. आजकाल प्रसिद्धीसाठी / खळबळ निर्माण करण्यासाठी स्टंट माजविला जातो. त्याला पित पत्रकारिता असे म्हणतात. उदा. पूर्ण नाव, वय, हुद्दा न देता 'पाटील यांना महिलेचा विनयभंग केल्याबद्दल आज अटक' सदर बातमीत संबंधित पाटील आणि महिला दोघांचेही चरित्र्यहनन होऊ शकते. कारण १. पाटील नावाच्या अनेक व्यक्ती असू शकतात. २. पोलिसांनी बऱ्याच वेळा अटक केलेली नसते तर चौकशीसाठी ताब्यात घेतले असते. ३. अटक विनयभंगाबद्दल नसते तर विनयभंगाचा केवळ संशय असतो. आरोप कोर्टात सिद्ध होईपर्यंत आरोपी गुन्हेगार नसतो वगैरे वगैरे...

समारोप :

आजकाल असा युक्तिवाद केला जातो की, मराठीत कसेही लिहिले तरी मतलब. इतर कोणत्याही भाषेविषयी असे बोलले जात नाही मग मराठी विषयीच असा बेदरकारपणा का? आपल्या मातृभाषेविषयी आपण एवढे बेदरकार असण्याची गरज आहे का? मराठी भाषेची ही हेळसांड अशीच होत राहिली तर मराठीचे मूळचे सौंदर्य नष्ट व्हायला कितीसा वेळ लागणार? पत्रकारिता हा केवळ धंदा वा व्यवसाय नाही तर ते एक व्रत आहे. उत्कृष्ट वार्तालेखन कष्टसाध्य व्रत आहे. सर्वांत अगोदर वार्ता मिळविणे आणि सर्वांपेक्षा चांगल्या रीतीने ती सादर करणे नेहमीच बौद्धिक आव्हानांचा प्रांत राहिला आहे. प्राचीन काळाच्या खबऱ्यापासून ते आजच्या उत्कृष्ट वार्ताहरापर्यंत सारेच अक्षर क्षेत्रात वावरणारे असतात. ती मंडळी नेहमीच चर्चेचा आणि समाजाच्या आदराचा विषय ठरत आलेली आहेत. तशीच ती पुढेही राहतील. मग काळ कितीही बदलो.

आज मराठी भाषेचे सौष्ठव वाढविण्यापेक्षा जी भाषा रूढ आहे, ती टिकविण्यासाठी लढा द्यावा लागतो आहे. जर भाषा अचूक नसेल तर आपण जे बोलतो लिहितो ते आपल्या मनात नसते. जे सांगायचे तेच नेमके राहून जाते.

मंडालेहून टिळकांची सुटका झाल्यावर ते पुण्यात केसरी वाड्यात परतले.

दुसऱ्या दिवशीच्या केसरी अंकासाठी 'टिळक बंधमुक्त' असे शीर्षक तयार होते. टिळकांनी बंधमुक्त शब्द खोडून 'सुटले' हा शब्द लिहिला. 'टिळक सुटले' हा शब्दप्रयोग हजारो लाखो वाचकांना भिडणारा भावणारा होता. आचार्य अत्रे यांच्या भाषेचे 'साधेपणा' हे प्रमाण होते. त्यांनी कधीही 'कॉन्व्हेंट' मराठी लिहिले नाही. म्हणून त्यांचा कधीही 'फियास्को' झाला नाही. लोक दूरदर्शन-रेडिओवरील चुका लवकर विसरतात. पण वृत्तपत्रातील पांढऱ्यावरील काळी अक्षरे मनात कोरली जातात. कदाचित या चुका एका पिढीला आपल्या भाषेपासून दूर लोटायला कारणीभूत ठरतात. आधीच शाळा-कॉलेजातील मराठी शिक्षणाचा घो झालाय, माफ करा, खेळखंडोबा झालाय. त्यात वृत्तपत्रांनी भाषेविषयी आपली जबाबदारी टाळली तर मग आनंदी आनंदच!

दूरदर्शन – मराठी भाषा

डॉ. जयराम खाडे

आजचे युग हे माहिती-तंत्रज्ञानाचे युग आहे. जगभर घडणाऱ्या घटनांची माहिती आपल्यापर्यंत पोहचविण्यात प्रसारमाध्यमे महत्त्वाची भूमिका बजावतात. वृत्तपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन आणि इंटरनेट किंवा वेबसाईट अशा नवनव्या माध्यमांची भर पडत आहे.

सध्याच्या प्रसारमाध्यमांचे वर्गीकरण :

१. मुद्रित प्रसारमाध्यमे –

वृत्तपत्र, नियतकालिके, ग्रंथ, मासिके, त्रैमासिके इ.

२. दृक्-श्राव्य प्रसारमाध्यमे –

आकाशवाणी व दूरदर्शन, इंटरनेट, वेबसाईट.

मुद्रित माध्यमापेक्षा दृक्-श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप खूपच भिन्न आहे. दृक्-श्राव्यात ऐकणे, पाहणे अपेक्षित आहे. जो मजकूर प्रसारित केला जातो तो प्रेक्षकांपर्यंत साभिनय सादर होत असतो. प्रेक्षकांच्या कानाला व डोळ्यांना एकाच वेळी चालना मिळते; त्यामुळेच डॉ. संदीप सागळे म्हणतात, ''मुद्रित माध्यमापेक्षा दृक्-श्राव्य माध्यम अधिक प्रभावी माध्यम म्हणून ओळखले जाते.'' ते यथार्थ होय. म्हणूनच दृक्-श्राव्य माध्यमातील दूरदर्शन हे लोकांच्या पसंतीला अधिक उतरले.

भाषा समाज व संस्कृतीच्या जडणघडणीत प्रसारमाध्यमांनी महत्त्वाचे योगदान दिले. विज्ञानाने क्रांतिकारक शोध लावल्याने संप्रेषणाला अधिक गतिमानता आली.

दृकश्राव्य माध्यम– संकल्पना व स्वरूप :

मानवी संस्कृतीच्या विकासात मुद्रित माध्यमांनी महत्त्वाचे योगदान दिले असले तरी त्याच्या अनेक अंगभूत मर्यादा होत्या. मुद्रित माध्यमे ही साक्षरांचीच मक्तेदारी होती. छपाई वितरणात प्रचंड कालापव्यय होत होत होता. ही उणीव दृक्-श्राव्य माध्यमांनी भरून काढली आणि प्रसार माध्यम क्षेत्रालाच एक प्रकारची झळाळी प्राप्त झाली. साक्षर, निरक्षर, लहान, थोर, गरीब-श्रीमंत असा कोणताही भेदभाव न करता ती आबालवृद्धांमध्ये लोकप्रिय झाली.

दृक्-श्राव्य ही संकल्पना प्रथमतः समजून घेऊ या. दृक् म्हणजे पाहणे व

श्राव्य म्हणजे ऐकणे यावरून 'दृक्-श्राव्य' पाहणे व ऐकणे या दोन्ही गोष्टी एकाचवेळी साध्य करू शकतात. अशी माध्यमे म्हणजे दूरदर्शन, इंटरनेट, वेबसाईट इ. चा निर्देश करता येईल. आज ही माध्यमे लोकांच्या दैनंदिन जीवनाचा अविभाज्य घटक बनली.

छपाईचा शोध क्रांतिकारक तर आकाशवाणीचा शोध आणखी पुढचे पाऊल तर नंतर दूरदर्शनचा शोध म्हणजे घरबसल्या जगाच्या कानाकोपऱ्यातील घटना, घडामोडी, सचित्र पाहता येऊ लागल्या. प्रसारमाध्यमांत असे बदल झपाट्याने झाले. या माध्यमांची वैशिष्ट्ये ही प्रत्येक माध्यमाचे महत्त्व अधोरेखित करतात.

दूरदर्शन :

संपूर्ण जग एका खोक्यात बंदिस्त केले असे बर्नाड शॉने विनोदाने म्हटले आहे. कारण दूरदर्शनचा व्याप, कार्यपद्धती पाहता वरील वाक्याची कल्पना आपणांस येते.

२ ऑक्टोबर १९७२ रोजी गांधी जयंतीच्या दिवशी संध्याकाळी सर्वप्रथम मुंबई दूरदर्शन केंद्राचा कार्यक्रम प्रक्षेपित करण्यात आला. तेव्हा ते केवळ मुंबईच्याच परिसरात दिसायचे. पुढे १९७४ साली पुण्यासाठी कार्यक्रम दिसू लागले. सिंहगडावर प्रक्षेपण मनोरा झाला. मायक्रोवेव्ह लिंक झाली. पुणे मुंबई केंद्राशी जोडले गेले आणि मुंबईचे कार्यक्रम हळूहळू सर्वदूर महाराष्ट्रात दिसू लागले. दरम्यानच्या काळात गेली सुमारे १०-१२ वर्षे दिल्ली केंद्रावरून, उपग्रहाच्या साधनांमुळे, सबंध देशात एकावेळी एकच कार्यक्रम वा बातम्या दाखवता येण्याची प्रचंड नेत्रदीपक अशी सोय झाली. विज्ञानाचा एक शिक्षण असा चमत्कार आपण बघितला.

भारत देशात मुळात दूरदर्शन, टी.व्ही. आला तो १९५८ साली. अगदी प्रायोगिक स्वरूपात राजधानी दिल्लीत त्यावेळी फिलिप्स कंपनीने प्रदर्शन मैदानात क्लोज सर्किट टी.व्ही.चे प्रदर्शन आयेाजित केले. त्या यंत्रणेत कॅमेरा होता. त्या कॅमेऱ्याच्या समोरून जाणारा-येणारा टी.व्ही.च्या पडद्यावर दिसायचा. सर्वसामान्यांना व असामान्यांनाही ती एक अजब जादूच वाटली. पु.ल. देशपांडे, कमलेश्वर, पुरुषोत्तम दारव्हेकर अशांसारखी वाङ्मय, नाटक, चित्रपट इत्यादी क्षेत्रांतली मातब्बर मंडळी दूरदर्शन कार्यक्रम निर्मितीसाठी नेमली गेली. त्यात पु.ल. देशपांडे परदेशात जाऊन याविषयीचे प्रशिक्षण घेऊन आले आणि अत्यंत प्राथमिक स्वरूपात प्रायोगिक तत्त्वावर शैक्षणिक, शेती, आणि पाच मिनिटांचा बातम्या अशा कार्यक्रमासाठी दिल्लीमधल्या संसद मार्गावरच्या आकाशवाणी भावनातल्या पाचव्या मजल्यावर 'दूरदर्शन' नावाची एक वेगळीच जादू सुरू झाली. नंतर पुढे सई परांजपे, कुमार वासुदेव, सुधा चोपडा इत्यादी प्रशिक्षित कलावंत मंडळींच्या नेमणुका होऊन दिल्ली दूरदर्शनचे कार्यक्रमांत वाढ करण्यात

आली. तरीही हे कार्यक्रम अत्यंत प्राथमिक स्वरूपात आणि दिल्लीच्या भोवती साधारण ४०-४५ किलोमीटरच्या परिसरापुरते मर्यादित राहिले. त्यात रविवारचा चित्रपट हेच मुख्य आकर्षण होते. त्याखेरीज शेती विषय, शालेय अभ्यासक्रम इ. चे स्वरूप फारच प्राथमिक होते. १९९४ मध्ये तर जवळजवळ चोवीस तास दूरदर्शन कार्यक्रम पाहता येतात. खाजगीकरणाने तर दूरदर्शनच्या कार्यक्रमांना आता ऊत आला आहे असे म्हटले तरी ते वावगे ठरू नये. डॉ. विश्वास मेहेंदळे यांचे हे म्हणणे रास्त आहे. दूरदर्शनचे खाजगी मराठी भाषेतील कार्यक्रमांचे प्रसारण करणारे चॅनेल्स झी मराठी, साम टी.व्ही., मी मराठी, ई टीव्ही, झी टॉकीज, स्टार प्रवाह, सह्याद्री प्रादेशिक वाहिनी, झी २४ तास- बातम्यांसाठी ताज्या ठळक घडामोडी, स्टार माझा, लोकमत, आयबीएन इत्यादी खाजगी चॅनेल्सचा उल्लेख करता येईल. दूरदर्शन केंद्रावरून २ ऑक्टोबर १९७२ रोजी संध्याकाळी ७.३० वाजता मराठी बातम्या वाचण्याचा सर्वप्रथम मान विश्वास मेहेंदळे यांना मिळाला. ते दूरदर्शन जगतातील पहिले मराठी वृत्तनिवेदक ठरले. कारण यापूर्वी इतरत्र कोठेही दूरदर्शनवरून मराठीतून बातम्या दिल्या जात नाहीत हेही आहेच.

दूरदर्शनवर मराठीतून लेखन करणे हे वाटते तेवढे सोपे नाही. किंबहुना ते तसे अवघडच आहे. त्याचे कारण प्रत्येक जनसंपर्क माध्यमाचे काही एक व्याकरण हे असतेच. जसे कोणीही उठून तबला व पेटी वाजवू शकत नाही, त्याविषयीचे आवश्यक ते प्रशिक्षण घ्यावे लागते, त्याचप्रमाणे याही बाबतीत दूरदर्शनकरता मराठीतून लेखन करताना काही गोष्टी जाणून घेणे, काही गोष्टींची व्यवस्थित माहिती करून घेणे हे फार आवश्यक आहे.

मान्यवर लेखकांनी प्रत्येक माध्यमाची गरज वेगळी आहे हे लक्षात घेतले पाहिजे.

नॉनव्हर्बल कम्युनिकेशन ते सॅटेलाईट कम्युनिकेशन एक प्रचंड, प्रदीर्घ प्रवास आपणांस दिसून येतो. एकेकाळी माणूस भाषाविरहित अवस्थेत खाणाखुणांच्या, चित्रांच्या माध्यमातून, चर्म, धातू, वाद्यांच्या माध्यमातून लोककला, लोकवाङ्मय माध्यमातून मग- संत व संत वाङ्मय, आंतर भाषेच्या माध्यमातून अलीकडच्या काळात नाटके, चित्रपट, जाहिरात, उपयोजित कला, वृत्तपत्रे, माहितीपर पथनाट्य, मूकनाट्य, भाषणे, संगीत, आकाशवाणी, दूरदर्शन, व्हिडिओ, केबल टी.व्ही., खाजगी चॅनेल्स अशा असंख्य माध्यमांतून लोकसंपर्क व जनसंपर्क होतो.

भाषा :

प्रत्येक माध्यमाच्या भाषेचे स्वरूप वेगळे आहे. कधी लिखित व्याकरणशुद्ध, पुस्तकी, थोडीशी जड अचूक शब्दांची निवड असणारी भाषा हीच एखाद्या

माध्यमाची महत्त्वाची गरज असते. एखाद्या माध्यमाची सहज, सुंदर, सोपी, बोली, लोक-भाषा हीच गरज असते आणि म्हणून त्या त्या माध्यमाची गरज लक्षात घेऊन आणि त्या माध्यमातून प्रसारित होणारे विविध प्रकारचे कल, कार्यक्रम यांकरता लागणारी भाषा कोणत्या प्रकारची असावी याचा विचार करूनच लेखन-पद्धती ठरवणे आवश्यक आहे. उदा. नियतकालिकांच्या लेखन पद्धतीवर भाषेपेक्षा दैनिकांची भाषा वेगळी असते तशा प्रकारे पाक्षिके, मासिके, त्रैमासिके, वार्षिके, पुस्तके, ग्रंथ यांच्या प्रत्येकाच्या विशिष्ट गरजेनुसार भाषेचा वापर केला जातो वा तो केला जावा ही रास्त अपेक्षा असते. खरे सांगायचे तर आकाशवाणी, नाटक, वाङ्मय, साहित्य, वृत्तपत्रे, जाहिरात, माहितीपट, थेट प्रक्षेपण या आणि अशा विविध प्रकारच्या माध्यमांना एकाच वेळी सामावून घेणारे, शक्तिशाली, सशक्त आणि नाटक, चित्रपट माध्यमापेक्षा कितीतरी पटीने जास्त सुविधा देऊ शकणारे असे दूरदर्शन हे माध्यम होय.

उदा. नाटक हे एका मर्यादित चौकटीतच करता येते. कितीही प्रकारचा फिरता सरकता रंगमंच वापरला तरी दूरदर्शनच्या सुविधांची आणि सवलतींची सर नाटकात अगदी आयत्या वेळी, प्रक्षेपणाच्या वेळी ते चालू असतानाही घालता येते. स्टुडिओचा आधार घेऊन वा फिल्म किंवा व्हिडिओवर ध्वनिचित्रमुद्रण करून आयत्या वेळी ठरावीक ठिकाणी सबंध प्रवेशच्या प्रवेश घालण्याची दूरदर्शनमध्ये सोय आहे. दूरदर्शनच्या नाटकाला अमुक इतकेच प्रवेश करता येतील, ऑफिस, स्वयंपाकघर बैठकीची खोली, बाग, आणखी कितीही ठिकाणी लोकेशन्स या नाटकात वापरता येतील. आयत्यावेळी संगीत, काल्पनिकता, छायाचित्रे, व्यंग्यचित्रे इत्यादींचा वापर करता येतो.

प्रत्येक माध्यमाची काही बलस्थाने. काही मर्यादा आहेत, हे माध्यम चांगले वा ते वाईट हे सुचविण्याचा अप्रत्यक्षही हेतू नाही. पण सादरीकरणाच्या बाबतीत एखादेवेळी अगदी सहजपणे विसरून गेलेली गोष्टही प्रसारणाच्या वेळी साध्य करता येते हा दूरदर्शनमधला महत्त्वाचा फायदा वाटतो. तो इतर माध्यमांमध्ये अभावानेच आढळतो.

दूरदर्शन हे आजच्या काळातील सर्वात जास्त प्रभावी व लोकप्रिय प्रसारमाध्यम बनले आहे. भारताआधी अमेरिका, फ्रान्स, रशिया या देशांनी दूरदर्शनचा वापर केला. युनेस्कोच्या तांत्रिक आणि आर्थिक सहाय्यामुळे भारताने दूरदर्शनचे कार्यक्रम सुरू केले. आज भारताच्या सर्व खेड्या-पाड्यांत दूरदर्शन हे प्रसारमाध्यम पोहोचले आहे.

टेलिव्हिजन- हा ग्रीक-लॅटिन शब्द आहे. दूरदर्शन हा मराठी शब्द होय. दूर म्हणजे दूर व दर्शन म्हणजे पाहणे- ध्वनीसह चित्रर्शन करणारे हे माध्यम आहे. दूरदर्शन हे माध्यमही दिल्ली येथील सूचना व प्रसारण मंत्रालयाच्या स्वाधीन आहे.

महानिदेशक यांच्या अधिपत्याखाली हे माध्यम काम करते.

२ ऑक्टोबर १९७२ रोजी जर्मनीने मोफत यंत्रसामुग्री दिली नि भारतात सुनियोजित अशा मुंबई दूरदर्शन केंद्राची स्थापना झाली. वरळीच्या ग्लॅक्सो फॅक्टरीजवळ एक हजार फूट उंचीचा टॉवर उभारण्यात आला. यामुळे मुंबईचे प्रक्षेपण कल्याणपर्यंत दिसू लागले. यात विशेष कार्यक्रम, १० मिनिटांच्या बातम्या प्रक्षेपित होत. कालौघात दूरदर्शनच्या सर्वच विभागांत क्रांती झाली.

उद्दिष्ट व हेतू :

राष्ट्रीय एकात्मता, सामाजिक परिवर्तन, विज्ञान प्रेरणा, कुटुंब कल्याण, शेती विकासात्मक माहिती, पर्यावरणविषयक माहिती, महिला-मुली व आदिवासी विकासाचा प्रयत्न, विविध खेळांचे प्रक्षेपण व माहिती, सांस्कृतिकता अशा उद्दिष्टांनी दूरदर्शन कार्य करते. मनोरंजनातून प्रबोधन या हेतूने दूरदर्शन कार्यक्रम सादर करते.

१९७५-१९७६ दरम्यान उपग्रहांच्या मदतीने दूरदर्शनचे कार्यक्रम अतिदुर्गम भागात पोहचले. राष्ट्रीय प्रक्षेपणाचा समावेश झाला. रात्री ८ नंतरचे कार्यक्रम उपग्रह वाहिनीवरून प्रक्षेपित होऊ लागले. प्रक्षेपणाचा कालावधी वाढला. १९८२ साली दूरदर्शनने क्रांती केली.

दूरदर्शन हे माध्यम समाजाभिमुख असल्याने जनसामान्यांच्या सामाजिक जाणिवा समृद्ध करणे, सांस्कृतिक जाणिवा विकसित करणे, राजकीय घडामोडींचे दर्शन घडविणे या हेतूने कार्यक्रमाची निर्मिती होते.

प्रा. डॉ. चं. वि. जोशी म्हणतात- ''आकाशवाणीवरील कार्यक्रमाच्या लेखनापेक्षा दूरदर्शनवरील कार्यक्रमांचे लेखन फार वेगळे असते.'' हे मत योग्च असेच आहे. त्यांचे मुख्य कारण म्हणजे दूरदर्शन हे दृकश्राव्य माध्यम आहे. छोट्या पडद्यावर दृश्य प्रत्यक्षात पाहणे व ऐकणे असे याचे स्वरूप असल्याने त्या प्रत्येक कार्यक्रमाची संहिता लिहिणे व ती चित्रित करणे विलक्षण महत्त्वाचे ठरले. यात शब्द, चित्र, रंग, चेहरे, संगीत इ. सर्व घटकांचे एकत्रीकरण- ताळमेळ आवश्यक असते. हिंदी या राष्ट्रभाषेचा दूरदर्शनने स्वीकार केल्यानंतर प्रादेशिक स्तरावर दूरदर्शन विविध कार्यक्रमांची निर्मिती करू लागले.

१. दूरदर्शनचा कार्यक्रम निर्मिती विभाग-

दूरदर्शनवरून बातम्यांशिवाय इतरही विविध कार्यक्रम उदा. मालिका, विविध प्रायोजित कार्यक्रम, चित्रपट, माहितीपट, लघुपट, शेतीविषयक कार्यक्रम, गीतांचे कार्यक्रम, विज्ञानविषयक कार्यक्रम, अंतराळ माहितीवर आधारित कार्यक्रम इ. कार्यक्रम सादर केले जातात. या सर्वांत ठरते ती भाषा. मनोरंजन तथा सूचना आणि शैक्षणिक, सामाजिक व शेतीविषयक कार्यक्रमांतून राष्ट्रीय विकास व्हावा हीच भूमिका प्रसारमाध्यमांची आहे.

दूरदर्शन प्रसारमाध्यम विविध प्रकारचे कार्यक्रम सादर करते. यात मनोरंजन आणि प्रबोधन हेच मुख्य उद्देश असतात. यात बातम्या, चित्रपट, चित्रपट गीते व छायागीत गीतांचा विशेष कार्यक्रम, भक्तिसंगीत, निसर्ग विषयक, मालिका, माहितीपट, यू.जी.सी. चे कार्यक्रम, मुलाखती, जागतिक विविध खेळांचे प्रक्षेपण, जाहिराती, वृत्तांकन, नाटक, आरोग्यविषयक कार्यक्रम, निवडणुकांचे विश्लेषण, कलाकारांच्या कलांविषयक कार्यक्रम इ. अनेक कार्यक्रम सादर केले जातात.

२. संपादन विभाग–

संपादन विभागात प्रक्षेपित करावयाच्या कार्यक्रमाचे संपादन केले जाते. कारण श्रोत्यांना चांगला, योग्य परिपूर्ण कार्यक्रम देणे हे दूरदर्शनचे एक उद्दिष्ट असते. दूरदर्शनवरील कार्यक्रम प्रत्यक्ष पाहयचे कार्यक्रम असतात. ध्वनी, भाषा आणि चित्र यासोबत संगीतही असावे या सर्व गोष्टींचा मेळ साधणे महत्त्वाचे असते. उदा. बातमीपत्राचे संपादन.

दूरदर्शनवर ठरावीक वेळी बातम्या दिल्या जातात. वेळ, वृत्त आणि चित्र असे याचे स्वरूप असते. जे वृत्त द्यायचे त्याचे चित्रण दाखविले जाते. बातमीचा विषय आणि चित्रण यात तारतम्य असायला हवे. बातमीतील घटनेचे योग्य चित्रण आवश्यक आहे.

चित्रात्मकता हे दूरदर्शनचे वैशिष्ट्य आहे. ध्वनिमाध्यमापेक्षा ही दृश्ये येथे महत्त्वाची असतात. चित्रात्मकतेतून श्रोत्यांना खिळवून ठेवता येते आणि ते फार परिणामकारक होते.

३. जाहिरात विभाग–

दूरदर्शन हे दृक–श्राव्य माध्यम. त्यामुळे जनमानसावर त्याचा प्रभाव विलक्षण. वृत्तपत्र व आकाशवाणीपेक्षा हे जास्त परिणाम साधणारे प्रसारमाध्यम आहे.

दूरदर्शनवरील जाहिरातीत चलचित्रणाच्या माध्यमातून उत्पादनाचा वापर व परिणाम पाहयला मिळतो. उदा. चेहरा सुंदर दिसण्यासाठी तयार केलेल्या उत्पादनाची निर्मिती, तिच्यात वापरले जाणारे घटक, प्रत्यक्ष वापर व परिणाम पाहून कोणीही ग्राहक ते उत्पादन खरेदी करायला व वापरायला तयार होते. जाहिरात ही उत्पादनाचा समाजमनावर परिणामकारकतेने प्रभाव पाडते व वस्तू ग्राहकाच्या पसंतीस उतरवणे म्हणजे जाहिरात होय. उत्पादित वस्तूचा रंग, आकार, वापरण्याची पद्धती, किंमत या सर्व गोष्टी दूरदर्शनवरील जाहिरातीत पाहयला मिळतात.

दूरदर्शनकडे जाहिरातीचा स्वतंत्र विभाग आहे. दूरदर्शनवरील जाहिरातीचाही वेळ ठरलेला असतो. दूरदर्शनवरील जाहिरातीला वेळेची मर्यादा असते. १०

सेकंद, २० सेकंद, ३० सेकंद ४५ सेकंद ,१ मिनिट पर्यंचा वेळ असतो. जाहिरातीचे दर हे लाखो रुपयांचे असतात. नियत वेळेत बसेल अशीच जाहिरात संहिता तयार करावी लागते. अशा संहितेतून शब्द, चित्रण व फायदे, वस्तूचे बोधचिन्ह हे सर्व दाखवयाचे असते. ग्राहकीय समतोल कळेल अशा भाषेत जाहिरात तयार करावी लागते.

संहितेतील शब्दरचना घरगुती लहान वाक्यांतून संहिता सिद्ध व्हावी. स्पष्ट उच्चारण, शब्दांचे आरोह-अवरोह नीटपणे व्हावेत. नाट्यात्मकता हा दूरदर्शनवरील जाहिरातीचा विशेष असतो. जाहिरातीत जुन्या पारंपरिक संगीताबरोबर नवे संगीत स्वर ऐकवून श्रोते व प्रेक्षकांना भूरळ घालून मोहित करणे.

४. तांत्रिक विभाग–

आधुनिक तंत्रज्ञान हे दूरदर्शन प्रसारमाध्यमाचे वैशिष्ट्य ठरते. आधुनिक तंत्रज्ञानामुळे जागतिकीकरण झाले. आणि चंगळवाद वाढला. सांस्कृतिक मूल्ये बदलली. प्रगत तंत्रज्ञानामुळे दूरदर्शन गतीने विकसित होत आहे. संगणकीय तंत्रज्ञान महत्त्वाचे झाले. इंग्रजी ही जागतिक भाषा असल्याने संगणकासाठी सॉफ्टवेअर इंग्रजीतून आणि इतर युरोपियन भाषांतून तयार होतात. परंतु भारतासारख्या बहुभाषिक व खंडप्राय देशात विविध भाषा बोलल्या जातात. त्यासाठी प्रादेशिक भाषा सॉफ्टवेअर तयार करायचे मोलाचे काम पुणे विद्यापीठातील सी-डॅक विभागाने केले. एका सी.डी. मध्ये प्रचंड माहिती साठविली जाऊ लागल्याने परिणामी दूरदर्शनलाही या प्रगत तंत्रज्ञानाचा फार उपयोग झाला. डिजिटल प्रक्षेपणामुळे दूरदर्शनवर दाखविल्या जाणाऱ्या प्रत्येक चित्राचे/चित्रणाचे गुणात्मक प्रभावीपण मिळू लागले. त्यामुळे खाजगी वाहिन्यांशी स्पर्धा करण्यात दूरदर्शनला यश मिळाले. दूरदर्शनकडे अत्याधुनिक स्टुडिओ उपलब्ध असल्याने कार्यक्रमाची गुणवत्ता विकसित झाली आहे. उदा. महापुराचे दृश्य व बातम्या एकाचवेळी पाहता येतात. मुलाखत चालू असताना मुलाखत देणाऱ्या व्यक्तीच्या यशाबाबतच्या गोष्टी दाखविल्या जातात. निवडणूकप्रसंगी जनता व नेता यांचा संवाद, प्रत्यक्ष मतदान केंद्रावरील मतदान, मतदार संघात किती टक्के मतदान झाल्याची बातमी दाखविली जाते.

दूरदर्शन माध्यमाची वैशिष्ट्ये –

१. एकाच वेळी दिसणे, ऐकणे शक्य होते.
२. श्रोता प्रेक्षक अशा दुहेरी भूमिका ऐकणारा व पाहणारा पार पाडत असतो. त्यामुळे तो लक्षपूर्वक ऐकतो पाहतो. प्राध्यापकांच्या बेमुदत संपाची बातमी.
३. ऐकण्यापेक्षा पाहण्याचा प्रभाव जलद होतो त्यामुळे विषय मांडणे, सोपे होते.

४. माहिती देण्यासाठी आलेख व रेखाचित्रांचा आधार घेता येतो.
५. माहिती कमी शब्दांत जास्त परिणामकारक ठरते.
६. श्रोत्यांच्या आवडी / निवडी जपता येतात.
७. प्रसारणात स्वातंत्र्य असून प्रेक्षकांचे औत्सुक्य जागवता येते.
८. माहिती वहनासाठी विविध यांत्रिक साधनांचा आधार घ्यावा लागतो.
९. प्रकाश, ध्वनींची योजना करून घटना, प्रसंगांचे थेट प्रक्षेपण करता येते.
१०. आवश्यक तपशील टाळून एकाच वेळी लाखो प्रेक्षकांपर्यंत पोहचता येते.

दृक–श्राव्य–दूरदर्शन माध्यमाची आवश्यकता :

दूरदर्शन हे प्रसारमाध्यम मानवी जीवनाचा अविभाज्य भाग बनले आहे. दूरदर्शनवरील विविध आशय व विषयाच्या कार्यक्रम प्रसारणामुळे ते लोकाभिमुख बनले आहे. दूरदर्शन प्रसारमाध्यमाची आवश्यकता का आहे ते पुढीलप्रमाणे सांगता येईल.

१. संप्रेषण हा मानवी जीवनाचा अविभाज्य घटक आहे.
२. हे माध्यम एकाच वेळी लाखो प्रेक्षकांशी संपर्क साधू शकते.
३. समाजप्रबोधनासाठी अत्यंत उपयुक्त आहे.
४. विषय व विचार प्रचार–प्रसारासाठी दृक–श्राव्य माध्यम मोलाचे व उपयुक्त आहे.
५. जनसामान्यांच्या लोकशिक्षणाबरोबरच वेगवेगळया उत्पादकांना उत्पादित वस्तूची जाहिरात करून लोकांपर्यंत पोहचवता येते.
६. लोकांना ज्ञान, माहिती व मनोरंजनाबरोबर त्यांच्या दैनंदिन गरजा व समस्यांवर उपाय सुचविण्यासाठी व ताज्या घडामोडी दाखविण्यासाठी अत्यंत उपयुक्त आहे.
७. लहान मुलांना बालचित्रवाणी, प्रौढांना शिक्षण व माहिती देण्यासाठी, शासकीय योजना लोकांपर्यंत पोहचविण्यासाठी उपयुक्त आहे.
८. शेतकरी बांधवांना हवामान अंदाज व बाजारभावांच्या माहितीसाठी.
९. कामगारांना वेगळी माहिती देण्यासाठी.
१०. बातम्यांबरोबरच इतर मनोरंजनात्मक कार्यक्रम व आरोग्य– विषयक चर्चा व सपट परिवार महाचर्चा अशा कार्यक्रमांतून लोकजागृती होते. दृक्–श्राव्य दूरदर्शन माध्यमासाठी वाचन, लेखन व श्रवण या महत्त्वाच्या भाषिक कौशल्यांची आवश्यकता आहे. वक्त्याचे विचार श्रोत्यांपर्यंत व श्रोत्यांचे विचार वक्त्यापर्यंत व प्रेक्षकांपर्यंत पोहचतात तेव्हा खऱ्या अर्थाने संप्रेषण झाले असे म्हणता येते.

वृत्तसंपादन आणि घटना –

दृक्–श्राव्य माध्यमामध्ये वृत्तसंपादन हा महत्त्वाचा घटक आहे. घटना

घडताच तिचे पडसाद जगाच्या कानाकोपऱ्यात तात्काळ सचित्र पोहचतात.

आकाशवाणी व दूरदर्शनच्या वृत्त संपादनात फरक आहे. कारण आकाशवाणीवर परिणामकारक शब्दांत घटना सांगितली फार तर दूरदर्शनवर एखादी घटना/बातमी सांगणे याला अनेक संदर्भ आहेत. प्रथमत: ती बातमी सादरीकरणाच्या दृष्टीने तयार करणे व त्याचे काही चित्रण दाखविणे गरजेचे असते. उत्कृष्ट संहिता लेखन व यंत्राचा वापर महत्त्वाचा असतो.

संहिता लेखन :

१. वृत्तलेखनात प्रभावी शब्दरचना महत्त्वाची असते. साधी सरळ पण परिणामकारक शब्दरचना असावी.

२. संहिता लेखन सादरीकरणाच्या अंगाने करणे गरजेचे असते.

३. सादरीकरण करताना कोठे थांबायचे, कोणत्या शब्दांवर जोर द्यावा, तसेच शब्दांची लय यांना महत्त्व असते.

४. पात्राच्या शारीरिक हालचाली, खाणाखुणा करून अभिव्यक्त होणे आवश्यक.

५. घटनांची साखळी, क्रमवारी व टप्पे महत्त्वाचे असतात.

६. मूळ आशय व विषयाला धक्का न लावता प्रवाहीपणे मांडता येणे आवश्यक आहे.

७. माहिती आलेख, चर्चा व चित्रांच्या आधारे दिल्यास ती अधिक परिणामकारक ठरते.

८. प्रेक्षक डोळ्यांपुढे ठेवून लेखन करावे.

यंत्राचा वापर :

दूरदर्शनवरील कार्यक्रमासाठी यंत्राचा आधार घ्यावा लागतो. त्याची माहिती निवेदकाला असावी लागते. म्हणजेच संहिता लेखन व यंत्र यांच्या सहाय्यानेच सादरीकरण केले जाते. यंत्राचे सामर्थ्य व उणिवा निवेदकाला माहिती असाव्या लागतात. सादरीकरणात कॅमेरा, ध्वनिमुद्रण यंत्राचा आधार घेऊन वापर केला जातो.

कॅमेरा –

कॅमेरा चित्रीकरणासाठी आवश्यक. कॅमेऱ्याचे स्थान त्याच्या हालचाली, कॅमेऱ्याचा कोन इ.ची माहिती आवश्यक.

ध्वनिमुद्रण –

ध्वनिमुद्रणाच्या आधारे आवाज योग्य पद्धतीने श्रोत्यापर्यंत पोहचणे आवश्यक असते. ध्वनिमुद्रण यंत्राची यंत्रणा कॅमेऱ्याला व रेकॉर्डला जोडलेली असते. एकाच फितीवर चित्र व ध्वनी मुद्रित होण्याची सोय असते.

संगीत समीक्षा –

मालिका, नाटके, चित्रपट, चित्रपटगीताचे कार्यक्रम, अंताक्षरी सारखे कार्यक्रम संगीतप्रधान कार्यक्रम होत. त्यातील नाटक व चित्रपट या दोन्ही प्रकारांची माध्यमातील स्थाने लक्षात घेऊन त्यांची समीक्षा होणे गरजेचे आहे.

चित्रपट समीक्षा –

१. चित्रपट क्षेत्रातील कलावंतांच्या मुलाखती घेणे.
२. कलावंत व चित्रपटाशी संबंधित घटनांच्या बातम्या, माहिती देणे.
३. चित्रपट स्टुडिओचा फेरफटका घडवून आणणे.
४. आउटडोअर शूटिंगसाठी सचित्र दाखविणे.
५. चित्रपटाचा शुभारंभ प्रयोग अर्थात प्रिमिअर शोची माहिती देणे.
६. सिनेकलावंतांच्या वेगवेगळया समारंभांची माहिती मिळवून, नवीन माहिती–घेणे.
७. आगामी चित्रपट व त्याचे कथाबीज (आशय) प्रेक्षकांना समजावून देणे.
८. चित्रपट कलावंताची अभिनय संपन्नता, दिग्दर्शन कौशल्याचे वर्णन करणे इत्यादी गोष्टी चित्रपट समीक्षेच्या माध्यमातून हाताळल्या जातात.

चित्रपट समीक्षा करताना पुढील गोष्टी लक्षात घेणे आवश्यक :

१. चित्रपटाचा दिग्दर्शक व त्याचे अगोदरचे चित्रपट व कामगिरी यांचा आढावा घ्यावा.
२. त्याअगोदरच्या उत्कृष्ट चित्रपटाची माहिती असावी.
३. चित्रपटकथेची मध्यवर्ती कल्पना वाचकांना समजावून देणे.
४. कथालेखक, दिग्दर्शक, पटकथालेखक, अभिनेता, अभिनेत्री, सहकलाकारांची नावे देणे व त्यांच्या टोपणनावांचेही उल्लेख करणे.
५. चित्रपटाच्या गुण–दोषांचे सकारण वर्णनाबरोबर संगीत, गीत व गीताचे बोल सांगणे आणि चित्रपट दर्जाविषयी प्रेक्षकाच्या मनात उत्सुकता निर्माण करणे.

नाट्यसमीक्षा –

नाट्यसमीक्षा करताना नाट्यवृत्तांत, नाट्यपरीक्षण, नाट्यसादरीकरण, तंत्र या अंगांनी करणे. नाटक समजून घ्यावे म्हणजेच केवळ स्वाद रसास्वाद नंतरच मूल्यमापन होय.

१. नाट्याचा लेखक, त्यांच्या इतर लेखन, नाट्यकृती.
२. त्या नाटकाचे प्रयोग/सादरीकरण कोणी केले त्यांचे तत्कालीन संदर्भ देणे. त्या नाटकांची लोकप्रियतेविषयीची तपशीलवार माहिती सविस्तर देणे.
३. नाट्यतंत्र कौशल्ये, भाषा, पात्रे प्रसंग/नेपथ्य इ. वर्णन माहिती बरोबरच नाट्यपदे असतील तर त्यांचा दर्जाविषयी निवेदन व माहिती द्यावी.

४. नाटक हे सामाजिक, पौराणिक, ऐतिहासिक प्रयोगात्मक आहे काय, नाट्यसमीक्षा करावी व दूरदर्शनवरून नाटकातील दृश्ये प्रसंगीपणे दाखवून दिग्दर्शकाची व कलावंताची मुलाखत मते नोंदवून पडद्यावर त्याचा काही भाग सादर केला जातो.

य. प्र. कुलकर्णी म्हणतात, ''दूरदर्शनसाठी चित्राची भाषा आत्मसात करावी लागेल.'' हे म्हणणे योग्य असे आहे. कारण येथे दृश्य सौंदर्यप्रधान असते. शब्द दुय्यम असतात. म्हणूनच दूरदर्शन कार्यक्रमासाठी संहिता लिहिणाऱ्या लेखकांजवळ दृश्य समोर उभे करण्याची क्षमता हवी. त्याला प्रेक्षकांशी दृश्यातून बोलायचे आणि संवाद साधायचा असतो.

दूरदर्शनसाठी संहिता लेखन करताना दृश्य टिपणाऱ्या कॅमेऱ्याची ताकद ध्यानात घ्यायला पाहिजे त्याबरोबर ध्वनियोजनेचे रहस्यही समजून घ्यायला हवे. दूरदर्शनचे संहिता लेखन करताना रकाने पाडून केल्यास अधिक प्रभावी होते कॅमेरा चालविण्याच्या तंत्राचा उपयोग करून प्रेक्षकांच्या मनावर प्रभावी दृश्यनिर्मितीचा प्रत्यय यावा त्यासाठी विविध पातळीवर अंतरावर विविध कोनांतून कॅमेरा चालवावा लागतो. अतिदूरदृश्य, मध्यदूरदृश्य, समीप दृश्य, अतिसमीप दृश्य टिपता येतील. कॅमेरा हा तिसरा डोळा आहे. कॅमेरा कोणते दृश्य कसे टिपेल, कोणता कोन वापरेल, कशी हालचाल करेल त्याच निर्देश संहितेत करावा.

उदा. एकेकाला शिकवा, देशाला घडवा.

नेपथ्य - खेड्याचा देखावा, समोर झोपडी.

रंगमंचासाठी वस्तू - फलक, खडू, तक्के, चित्रे, पुस्तक, पेन्सिल, पाटी इ.

अ.क्र.	दृश्य ध्वनिलेखन	चित्रदर्शन
१.	कॅ-१	आपल्या समोर दिसतात ते दूरदृश्य शिक्षक व प्रौढ. विद्यार्थी या दृश्यावर अक्षरे दिसतात.
२.		'एकेकाला शिकवा देशाला घडवा. स्वर 'विश्वात/ शिक्षक सर्व दृश्ये विविध बोलू लागतात. अंगांनी घेतले जातात. अक्षरे नाहीशी होतात.

मर्यादा :

१. दृश्यांकित जाहिराती एकामागोमाग एक अशा प्रचंड वेगाने श्रोत्यांच्या मनावर आदळत असल्याने विस्मरणही वेगाने होते. चलत चित्रांमुळे महत्त्वपूर्ण दृश्य पुन्हा पाहता येत नाही.

२. या माध्यमासाठी भाषा मिश्र चालते. कमीतकमी पण अर्थपूर्ण, नेमके, खणखणीत शब्द उपयोगी असतात. एखादा शब्द चुकीचा पडल्यास

अर्थाचा अनर्थ होऊन घोटाळा होतो. एखादा जागरूक ग्राहक, प्रेक्षक जाहिरातदाराला न्यायालयात खेचू शकतो.

३. माध्यम लवचीक पण प्रचंड खर्चिक आहे. 'रंगुनी रंगात साऱ्या रंग माझा वेगळा' या सुरेश भटांच्या शब्दांत दूरचित्रवाणीचे वर्णन करता येईल. दूरचित्रवाणीविषयी श्री. प्रसाद नामजोशी म्हणतात– ''आपल्या घराच्या दिवाणखान्याचा एक कोपरा दूरचित्रवाणीने अगदी हक्काने पटकावला आहे.'' अगदी हे म्हणणे लक्षात घेता दूरदर्शन हे घरातल्या प्रत्येकासाठी आहे.

सारांश, एकूण प्रसारमाध्यमांमध्ये दृक्-श्राव्य असे दूरदर्शन हे माध्यम त्याच्या तांत्रिक व अंतरभूत गुणांमुळे अधिक प्रभावी ठरले व लोकांच्या हृदयसिंहासनावर आरूढ झालेले लोकरंजनाचे, उद्‌बोधन व प्रबोधनाचे महत्त्वपूर्ण माध्यम झाले.

प्रसारमाध्यम – आकाशवाणी

डॉ. वंदना नढे

प्रसारमाध्यमे :

प्राचीन काळापासून आपले विचार दुसऱ्याला कळावेत, आपल्या कुटुंबातील, गावातील खुशाली दुसऱ्यांना कळावी म्हणून निरोप्याच्या हस्ते निरोपाची देवाणघेवाण करून प्रसारमाध्यमाचेच काम साधले जात असे. पुढे हेच कार्य लोककलांच्या माध्यमांतून घडू लागले. उदा. कीर्तन, प्रवचन, लोकनाट्य, भारूड, भजन इ. सर्व प्रकारांतून श्रोत्यांच्या मनावर उत्तम संस्कार घडविले जात असत.

जसजसा विकास होत गेला तसतशी विविध प्रकारची संवादसाधने निर्माण होत गेली. एखादी बातमी, विविध क्षेत्रांत लागणारे नवनवीन शोध, खळबळजनक घटना, क्रीडाक्षेत्रातील घडामोडी, शेअर बाजारविषयीची माहिती, त्यातील उलाढाली, सरकारच्या नव्या योजना यांपैकी काहीही सर्वसामान्य माणसापर्यंत पोहोचायचे असेल तर आजच्या युगात प्रसार माध्यमांसारखे दुसरे साधन नाही याची जाणीव जनमानसास झाली आणि त्यामुळे प्रसारमाध्यमांच्या क्षेत्रात उपग्रहाने फार मोठी कामगिरी घडवून आणली. संपूर्ण जग त्यामुळे जवळ आले. दृक, श्राव्य, दृकश्राव्य अशी जोड साधण्याचे काम करू लागली. ही तीनही प्रसारमाध्यमे आपापल्यापरीने महत्त्वाची आहेत. त्यांची शक्तिस्थाने मात्र भिन्न भिन्न आहेत. त्यामुळे त्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या लेखनस्वरूपात भिन्नता आहे.

वृत्तपत्र हे दृश्य माध्यम आहे. त्याद्वारे आपले विचार, बातम्या सविस्तरपणे आपण पोहोचू शकता. जसा वेळ मिळेल तसा वाचक त्याचे वाचन करू शकता. असे असले तरी निरक्षर लोकांना मात्र त्याचा फायदा होत नाही. परंतु ती माणसे ऐकू शकतात, डोळ्याने पाहू शकतात, म्हणून जे सांगायचे ते त्यांच्यापर्यंत पोहोचवण्यासाठी आकाशवाणी व दूरदर्शन यांसारख्या माध्यमांचा प्रभावीपणे उपयोग केला जाऊ लागला.

माणसाला आपला शब्द एका ठिकाणाहून कितीतरी दूरवर असलेल्या ठिकाणी पोहोचवता येतो याचे एका क्षणाला ज्ञान झाले व मार्कोनीसारख्या संशाधकाने ते पूर्णत्वाला नेले तेव्हा आकाशवाणीचा जन्म झाला. आपल्या देशात १९२७ नंतर रेडिओच्या ध्वनिलहरी संदेश पोहोचविण्याचे कार्य करू लागल्या.

१९४७ पर्यंत भारतात केवळ सहा प्रसारण केंद्रे होती. स्वातंत्र्य मिळाल्यानंतर पंडित नेहरूंनी या प्रसारमाध्यमाचे महत्त्व लक्षात घेऊन नभोवाणी खात्याची स्थापना केली.

हे आकाशवाणी सर्व स्तरातील लोकांपर्यंत पोहोचवण्याचे अतिशय सुलभ, स्वस्त व प्रभावी माध्यम बनले. म्हणूनच लोकशिक्षणासाठी, राष्ट्रीय एकात्मतेच्या प्रसारासाठी व सांस्कृतिक संबंधांना अधिक जिव्हाळ्याने बांधण्यासाठी या माध्यमाचा अतिशय कौशल्याने उपयोग केला गेला.

दैनंदिन जीवनातील विविध घडामोडींची माहिती देणे आणि त्याचबरोबर सर्व स्तरांतील लोकांना त्यांच्या रोजच्या जगण्यात मार्गदर्शकाची चोखंदळ भूमिका बजावणे हे या माध्यमाचे उद्दिष्ट आहे.

थोडक्यात असे म्हणता येईल की, जीवन व्यवहारात माहिती, मनोरंजन व व्यक्तित्व विकास या दृष्टीने हे माध्यम अतिशय गरजेचे ठरले.

त्यामुळे अशा माध्यमासाठी लेखन करण्याअगोदर कार्यक्रमाचे स्वरूप जाणून घेणे महत्त्वाचे ठरते.

आकाशवाणीवरील कार्यक्रमाचे स्वरूप :

आकाशवाणी हे माध्यम शासनाच्या अधिपत्याखाली काम करते. त्यामुळे या माध्यमावर काही जबाबदाऱ्या जशा येऊन पडतात तशीच काही बंधनेही येऊन पडतात. समाजातील निरक्षर माणसांपर्यंत पोहोचण्याचे हे एक प्रभावी माध्यम असल्याने जनतेला माहिती पुरविणे, माणसांचे प्रबोधन करणे, रंजन करणे व त्यांच्या दैनंदिन समस्यांमध्ये मार्गदर्शन करणे अशा विविध कामांसाठी या माध्यमाचा उपयोग केला जातो. म्हणजेच राष्ट्राच्या निर्मितीला व समाजाच्या विकासाला हातभार लावण्याचे काम हे माध्यम करते.

आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचे आयोजन करताना श्रोत्यांच्या सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक व शैक्षणिक स्तराचे भान ठेवावे लागते. सगळ्यांना रुचतील असे कार्यक्रम करावे लागतात. त्यामुळे जनसामान्यांसाठी कार्यक्रम करताना विशिष्ट वर्गासाठीही कार्यक्रम आखले जातात. म्हणून आकाशवाणीवरून साहित्यविषयक कार्यक्रम, स्पॉट लाइट, रूपक असे कार्यक्रम केले जातात. त्याचबरोबर शेतकऱ्यांसाठी (कृषी पंढरी, नभोवाणी शेतकरी मंडळ), कामगारांसाठी (कामगार सभा), मुलांसाठी (बालविश्व), ग्रामीण मुलांसाठी (बालवाडी), तरुणांसाठी (युवावाणी), महिलांसाठी (माहेर, वनिता विश्व) कार्यक्रम सादर केले जातात. तसेच संगीत, नाट्य, शैक्षणिक, आरोग्यविषयक, भाषणे, क्रीडाविषयक, माहितीपर, पत्रोत्तरे, जाहिराती, मुलाखत, आर्थिक अशाही कार्यक्रमांचे आयोजन केले जाते.

अशा आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांत विविधता असल्याने व ते वेगवेगळ्या

लक्षगटासाठी करावयाचे असल्याने प्रत्येक प्रकारासाठी लेखन करताना काही पथ्ये पाळावी लागतात.

आकाशवाणीवरील लेखनाचे स्वरूप :

आकाशवाणीसाठी लेखन करताना सर्वप्रथम लिहिणाऱ्याने आपण श्राव्य माध्यमासाठी लिहीत आहोत आणि बोलणारा व ऐकणारा यांच्यात फक्त ध्वनीच्या माध्यमातून संवाद होणार आहे याचे भान ठेवावे लागते. आकाशवाणीसाठी लेखन करताना लेखकाने श्रोत्यांचे लक्ष केंद्रित होईल अशा पद्धतीने लेखन केले पाहिजे. म्हणूनच कार्यक्रम सादर होताना त्या श्रोत्याला सहजपणे अर्थबोध होऊन तो जणू आपल्यासमोर घडत आहे असे जाणवले पाहिजे.

या जनसंपर्क माध्यमासाठी लिहिणाऱ्या लेखकाला या माध्यमाची ही व्याप्ती व सर्वसमावेशकता नेहमीच लक्षात ठेवावी लागते. त्यात हे लोकसंवादाचे एक शासकीय माध्यम आहे याचे सतत भान ठेवावे लागते आणि म्हणूनच आकाशवाणीवरील कोणत्याही कार्यक्रमात वंश, जात, धर्मविषयक अस्मितेला धक्का पोहोचणार नाही, कोणाच्या भावना दुखावणार नाहीत अशा प्रकारचे लेखन करावे लागते. केव्हाही शारीरिक व्यंग्य हा विनोदाचा विषय केला जाणार नाही याची काळजी घेतली जाते. तसेच गुन्हेगारी प्रवृत्तीला शिक्षा मिळतेच म्हणजे सत्याचा सर्वत्र विजय होतो हे तत्त्व त्या लेखनातून दिसून यावे लागते.

आकाशवाणीचा श्रोतृवर्ग खेड्यातील, शहरातील, शिक्षित, अशिक्षित अशा सर्व स्तरांतील असतो. त्यामुळे या सर्वांना सहज समजेल अशी बोली भाषा वापरावी लागते. कारण कार्यक्रमाला ग्रांथिक भाषेने कृत्रिमता येते.

तसेच हे केवळ श्राव्य माध्यम असल्याने एकदा बोलला गेलेला शब्द, वाक्य समजले नाही तर पुन्हा मागे जाऊन ऐकता येत नाही. त्यामुळे वक्त्याला शब्दयोजना करताना ज्याचा उच्चार स्पष्ट असेल अशाच शब्दांचा शक्यतो वापर करावा लागतो. लेखनातील वाक्ये लहान-लहान ठेवावी लागतात. त्यामुळे ती श्रवणास व आकलनास सुलभ होतात.

कार्यक्रमाचा अवधी कमी असावा. दीर्घ अवधी असेल तर श्रोत्यांचे लक्ष इतरत्र जाण्याची शक्यता असते.

दिलेल्या वेळेत आपले सर्व मुद्दे सांगून होण्यासाठी लेखकाला साधी, सोपी, सरळ वाक्यरचना करावी लागते.

आकाशवाणीद्वारे प्रसारित होणाऱ्या प्रत्येक कार्यक्रमाचा विषय वेगवेगळा असल्यामुळे विषयाच्या अनुषंगाने लेखन करण्यात येते.

थोडक्यात, यावरून असे म्हणता येईल की, आकाशवाणीसाठी लेखन करणाऱ्याला लोकव्यवहाराच्या ज्ञानाबरोबरच लोकभाषेची चांगली ओळख असणे आवश्यक ठरते.

बोलीभाषेशी निगडित नियम :

बोलीभाषा ही मानवाच्या अप्रगत काळापासून त्यांच्या विचारांना प्रतिबिंबित करणारे एक माध्यम आहे. बोलीभाषेतूनच मोठ्यांकडून लहानांकडे ज्ञान संक्रमित होते. आधुनिक काळात अनेक विचारवंतांनी, शास्त्रज्ञांनी आपले विचार शोध, चिंतन या माध्यमातून लिहून ठेवले. पुढे छपाईच्या शोधामुळे संपर्क माध्यमांच्या क्षेत्रांत क्रांती झाली. त्यामुळे ज्ञानाचे आणि शिक्षणाचे क्षितिज रुंदावले. आकाशवाणी हे आधुनिक संपर्क माध्यमातील सर्वांत प्रभावी माध्यम समजले जाते. हे माध्यम बोलीभाषेशी बांधले गेलेले आहे. आकाशवाणीसाठी लिहिताना जी भाषा बोलीभाषेच्या जवळ जाईल अशीच भाषा लिहावी लागते. शब्दांचे उच्चारण हा यामध्ये महत्त्वाचा घटक ठरतो. शब्दातून नापसंती, संकोच, राग-लोभ, प्रेम, होकार-नकार इ. भावना पोहोचविल्या जातात. त्यामुळे भाषेला जिवंतपणा येतो. लयबद्धता येते. या सगळ्यांचा उपयोग आकाशवाणीसाठी लेखन करताना करावा लागतो.

आकाशवाणीतील कार्यक्रमाचा परिणाम साधण्यासाठी श्रोत्याचे लक्ष पहिल्या क्षणापासून वेधून घेता आले पाहिजे. जे काही सांगितले जाईल ते त्याचक्षणी समजले पाहिजे. इतके सोपे, सरळ भाषेत असावे लागते. त्यातील मुख्य मुद्दे श्रोत्यांच्या मनावर ठसले पाहिजे तसेच त्यांनी पुढील मुद्दे समजण्यासाठी पार्श्वभूमी तयार केली पाहिजे. या सर्व गोष्टी या माध्यमासाठी लेखन करताना लक्षात ठेवल्या तर हे प्रसारमाध्यम श्रोत्यांच्या पसंतीला पुन्हा उतरेल आणि ते नक्कीच यशस्वी ठरेल.

दूरदर्शन लेखन : तंत्र व स्वरूप

डॉ. सीताराम निघुट

जनसामान्यांपर्यंत विविध माहिती व ज्ञानाचा प्रसार करण्यासाठी जी विविध प्रसारमाध्यमे आहेत, त्यात दृकश्राव्य माध्यम म्हणून दूरदर्शनचे महत्त्व अनन्यसाधारण असे आहे. त्याचा प्रसार आणि लोकप्रियता जगभर झपाट्याने पसरली आहे.

दूरदर्शनचे जाळे आज संपूर्ण जगात पसरले आहे. जनसामान्यांच्या जीवनावर फार मोठा प्रभाव आणि परिणाम पाडण्याचे काम दूरदर्शनने अल्पावधीत केले आहे. ज्ञानप्रसारणाचे महत्त्वाचे कार्य दूरदर्शनने पार पाडले आहे. जग खूप जवळ आले आहे असे म्हटले जाते, ते दूरदर्शनमुळेच! घरात बसून दूरदर्शनच्या पडद्यावर जगाच्या कानाकोपऱ्याचे एवढेच नव्हे तर सूर्यमालेतील वेगवेगळ्या ग्रहोपग्रहांचे दर्शन घडते.

ज्ञानाबरोबरच दूरदर्शन समाजाचे प्रभावी मनोरंजन करते. वेगवेगळे चित्रपट, मालिका, क्रिकेट-हॉकीचे सामने दूरदर्शनवर दाखविले जातात. दूरदर्शनवरील सांस्कृतिक कार्यक्रम, संगीत आणि इतर कलांचे प्रसारण दूरदर्शनवरून होते. थोडक्यात, सर्व प्रकारच्या अभिरुची पूर्ण करण्याचे काम दूरदर्शनचा छोटा पडदा करीत असतो. सर्वात महत्त्वाचे म्हणणे यासाठी वेगवेगळे चॅनल्स कार्यरत असतात. जगात क्षणाक्षणाला काय घडते आहे, ते जाणून घेण्यासाठी वृत्तवाहिन्या चोवीस तास बातम्या देत असतात.

दूरदर्शनची भाषा व लेखनतंत्राची माहिती :

दूरदर्शन हे दृकश्राव्य माध्यम असल्याने दूरदर्शनसाठीच्या लेखनासाठी चित्राची भाषा आत्मसात करावी लागते. यात दृश्य सौंदर्याला महत्त्व असते. दूरदर्शनसाठी कार्यक्रम संहिता लिहिताना दृश्य समोर उभे करण्याची क्षमता पाहिजे कारण त्याला प्रेक्षकांशी दृष्यातून संवाद साधायचा असतो.

दूरदर्शनसाठी संहितालेखन करताना पुढील भाषिक वैशिष्ट्ये आणि तंत्रांचे पालन केले पाहिजे.

१) राष्ट्रबंबाळपणा नसावा.

२) चित्रे बोलकी होतील, अशी भाषा असावी.

३) दूरदर्शनवर लेखन करताना शब्दांची योजना, वाक्यरचना, भाषा हे सारे

सहजसुलभ, सोपे, सामान्य माणसाला कळेल असे असावे.

४) लेखन ग्रांथिक नसावे. त्यात कृत्रिमपणा नसावा. लेखन स्वाभाविक असावे. भाषा दैनंदिन व्यवहारातील असावी.

५) आपण नेहमीच्या बोलण्यात एकारांत नामांचा, विशेषणांचा, क्रियापदांचा अकारान्त उच्चार करतो. उदा. त्याने फार सुंदर चित्र काढले असे वाक्य दूरदर्शनवर उच्चारताना 'त्यानं फार सुंदर चित्र काढलं' असे उच्चारावे लागेल.

६) दूरदर्शनचे लेखन दर्शकाला आकलन होईल असे करावे लागते.

७) लेखन वाचून दाखवायचे असले तरी ते ग्रांथिक वाटता कामा नये.

८) दूरदर्शनसाठी कार्यक्रम तयार करताना प्रेक्षकांचा स्तर तसेच अपेक्षित परिणाम लक्षात घेऊन भाषा वापरली पाहिजे. उदा. लहान मुले, महिला, कामगार, आदिवासी यांसारखे प्रेक्षक घटक लक्षात घेऊन कार्यक्रम आखले जातात.

दूरदर्शन लेखनसंहिता :

दूरदर्शन हे प्रसारमाध्यम सर्व जनतेपर्यंत पसरलेले आहे. सुशिक्षित तसेच अशिक्षित, शहरी-ग्रामीण, आबाल-वृद्ध, स्त्री-पुरुष सारख्या सीमारेषा या माध्यमाने मिटवून टाकल्या आहेत. सर्वांचेच हे जिव्हाळ्याचे माध्यम बनले आहे. या माध्यमाद्वारे ज्ञान, मनोरंजनपर कार्यक्रम दाखविले जातात. यासाठी दूरदर्शनचे संहितालेखन करताना पुढील पथ्ये पाळणे आवश्यक आहे.

१) दूरदर्शनचे संहितालेखन सुटसुटीत असावे. वाक्ये छोटी आणि सहज उच्चारता येतील अशी असावीत.

२) वाक्यप्रयोग अर्थसुलभ असावा. लोकजीवनातील अर्थपूर्ण म्हणींचा आणि वाक्यप्रचारांचा वापर करावा.

३) अवतरणांचा उपयोग करू नये.

४) ग्रांथिक भाषा वापरू नये.

५) द्विअर्थी शब्दांचा वापर करू नये.

ही पथ्ये पाळून केलेले लेखन प्रभावी ठरते. संहितेत लेखकाने चित्राची भाषा वापरावी.

दूरदर्शन मालिका :

दूरदर्शन मालिका हा सर्वच प्रेक्षकांचा आवडता भाग बनला आहे. दूरदर्शनवर विविध प्रकारच्या मालिका दाखविल्या जातात. यात कौटुंबिक, सामाजिक, पौराणिक, ऐतिहासिक तसेच धार्मिक मालिकांचा समावेश असतो. रामायण, महाभारत, ओम नमः शिवाय सारख्या धार्मिक/ पौराणिक मालिकांनी लोकप्रियतेचे शिखर गाठले होते.

दूरदर्शनवर दाखविल्या जाणाऱ्या मालिका अनेक भागांत विभागलेल्या

असतात. मात्र त्यात एक प्रकारची सलगता असते. प्रेक्षकांना खिळवून ठेवणाऱ्या मालिका लोक नियमित बघतात. अशा मालिकांची सुरुवात आकर्षक असते. जिज्ञासावर्धक मध्य व परिणामकारी शेवट असतो. शीर्षक गीताने मालिकेचा प्रत्येक भाग सुरू होतो.

मालिकांमध्ये विकासाला चालना देणारे कथानक, गतिमान प्रसंगचित्रण, वेधक घटना व मध्यवर्ती कथासूत्राची एकसंधता हे गुण मालिका लेखन करण्यासाठी आवश्यक ठरतात. हल्लीच्या मालिकांचा विचार करता ह्या मालिका बहुधा शहरी जीवनावर आधारलेल्या असतात. ग्रामीण मालिका जवळपास नाहीत. ही त्रुटी दूर झाल्यास ग्रामीण भागातील लोकांची दूरदर्शन ओढ वाढेल.

दूरदर्शनसाठी जाहिरात लेखन व जाहिरात प्रक्षेपण तंत्र व कौशल्य :

विविध प्रसार माध्यमांतून जाहिरात लेखन करण्याचे स्वतंत्र तंत्र असते. दूरदर्शनवरील जाहिरातींचे वेगळे वैशिष्ट्य हे की अशा जाहिरातीस वेळेचे बंधन असते. इतर प्रसार माध्यमांत शब्दमर्यादा तर दूरदर्शनवरील जाहिरातीसाठी वेळ मर्यादा महत्त्वाची असते. कमी वेळेत जास्तीत जास्त आशय दर्शकांच्या मनावर ठसविणे गरजेचे असते. छायाचित्र, संगीत, काव्यात्मकता आणि चित्रांची भाषा दूरदर्शन जाहिरातींसाठी पोषक ठरतात. कॅमेऱ्याची क्षमता लक्षात घेऊन दूरदर्शन जाहिरातीचे संहिता लेखन करावे लागते. कॅमेरा कोणत्या दृश्याला स्थिर व गतिमान ठेवावा, हे नमूद करावे लागते.

दूरदर्शन जाहिरात संहिता लेखन चार रकान्यांत करावे लागते. प्रथम दृश्य क्रमांक, दुसऱ्यात दृश्याचा प्रगट व कॅमेऱ्याचे कार्य नोंदवावे लागते. तिसऱ्यात कोणते दृश्य उभे करायचे त्याचा तपशील व चौथ्या रकान्यात ध्वनिविषयक तपशील नोंदवावा लागतो. दूरदर्शन जाहिरात संहिता लेखन करताना पुढील गोष्टींचा वापर करावा.

१) छोटी छोटी वाक्ये.
२) उच्चारसुलभ शब्दयोजना.
३) भाषेचे नादमाधुर्य.
४) दृश्य व निवेदन यांतील एकवाक्यता.
५) बोलीभाषेचा यथार्थ वापर.
६) संवादपूर्ण शैलीचा वापर.

अशी लेखनवैशिष्ट्ये जाहिरात लेखनासाठी वापरावी.

जाहिरात प्रक्षेपण– तंत्र व कौशल्य :

जाहिरात प्रक्षेपण तंत्र कौशल्यपूर्ण रितीने हाताळले गेले पाहिजे. हे तंत्र व कौशल्य पुढील घटकांत दडलेले असते.

१) जाहिरातीतील प्रारंभीचे दृश्य आकर्षक व कुतूहलजनक असावे.

२) दृश्य व निवेदन यात सुसंगती व चित्ताकर्षकता असावी.

३) निवेदनातून दीर्घकाळ प्रभाव टिकला पाहिजे.

४) जाहिरातीतील उत्पादनाचे उपयोगितेच्या दृष्टीने प्रात्यक्षिक दाखविल्यास जाहिरात अधिक परिणाम साधून जाते.

अशारीतीने जाहिरात प्रक्षेपण तंत्र व कौशल्य आत्मसात करून संहिता लेखन केल्यास ते जाहिरात उद्देशास पूरक ठरते. न कंटाळता दर्शक जाहिरातीचाही आनंद घेतात.

दूरदर्शनवर नाटक प्रभावी ठरण्यासाठी लेखकाचे दृश्यात्मक भान :

नाटक हा सर्व प्रसार माध्यमांमध्ये लोकप्रिय रचनाप्रकार आहे. आकाशवाणी, रंगभूमीवर नाटके सादर केली जातात.

दूरदर्शनवर नाटक प्रभावी करण्यासाठी लेखकावर असणारी महत्त्वाची जबाबदारी म्हणजे त्याने दृश्यात्मक भान ठेवले पाहिजे.

आकाशवाणीवरील लेखनात शब्द हे एकच माध्यम असते आणि सर्व आशय ध्वनीद्वारेच प्रेक्षकांपर्यंत पोचतो. मात्र दूरदर्शनवरील लेखनात दृश्य महत्त्वाचे असते. तेव्हा नाटक लिहिताना कोणतेही प्रसारमाध्यम असो- कथानक, व्यक्तिरेखा, संवाद, अभिनय या घटकांचा विचार व वापर आवश्यक ठरतो. महत्त्वाचे म्हणजे नाटक ही सांघिक क्रिया होय. त्यात दिग्दर्शन, नेपथ्य योजना, अभिनय या घटकांच्या साह्यानेच नाट्यसंहितेला मूर्त रूप लाभते. लेखकाला आपण दूरदर्शनसाठी नाट्यलेखन करीत आहोत, याचे सदैव भान असावे लागते. याचाच अर्थ लेखकाने दृश्यात्मक विचार करण्याची सवय लावून घेतली पाहिजे. दृश्य हे दूरदर्शनच्या पडद्यावर अधिक महत्त्वाचे ठरते. नाटककाराला आपला आशय हा या दृश्यामधून अधिक परिणामकारकपणे मांडावयाचा असतो. एखाद्या कॅमेऱ्याच्या दृष्टीने घेतलेले चांगले समीपदृश्य संवादाची भरपाई करू शकते. एखाद्या अभिनयाची छटा अनेक शब्दांचे कार्य करून जाते. एखादी नजर शब्दांच्या पलीकडील भाव व्यक्त करू शकते. तेव्हा नाटक या वाङ्मय प्रकारात संवादाचे स्थान महत्त्वाचे असले तरी दूरदर्शनवरही लेखन करताना संवाद हे साधन म्हणूनच वापरले जाते. दूरदर्शनसाठी नाट्यलेखन करताना आधी कथाफलक तयार करावा लागतो. त्यात नाटकाचे स्थळ, वेळ, पात्रे यांबाबत बारीक सारीक तपशील, वेशभूषा, नेपथ्य यांबद्दलच्या सूचना नोंदवूनच संहिता लेखनाला प्रारंभ करावा लागतो.

दूरदर्शनवरील बातमीलेखन :

दूरदर्शनवरील बातम्या (news) हे दूरदर्शनवर प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांपैकी एक वैशिष्ट्यपूर्ण असे प्रसारण होय. ह्या बातम्यांचे लक्षणीय वैशिष्ट्य हे की, त्या चित्रीकरणासह दिल्या जातात. त्या वाचून दाखविल्या

जातात, दुसरे वैशिष्ट्य हे की, विशिष्ट कालमर्यादेत त्या दिल्या जातात. जगाच्या कानाकोपऱ्यातून त्या आलेल्या असतात.

वरील बाबींचा विचार करून दूरदर्शनवरील बातम्यांचे लेखन करायचे असते. त्यासाठी काही तत्त्वे आणि निकष पाळावे लागतात. जसे विश्वासार्हता, वास्तविकता, निवेदनुकूलता, चित्रमयता, सुमगता, स्पष्टपणा इ.

विश्वासार्हता हा बातमीचा मुख्य आधार असतो. देशाच्या तसेच जगाच्या कानाकोपऱ्यांत दूरदर्शनचे वृत्तप्रतिनिधी कार्यरत असतात. प्रसारणयोग्य बातम्या ते दूरध्वनीद्वारे पाठवितात. त्यांनी दूरध्वनीद्वारे पाठविलेल्या बातम्यांचे अक्षररूपी संकलन करावे लागते.

अशारीतीने देश तसेच जगाच्या कानाकोपऱ्यांतून आलेल्या बातम्यांची नोंद घेऊन त्यांची वर्गवारी करावी लागते. वृत्तप्रमुखांकडून निवड झालेल्या बातम्या नंतर लिहून काढाव्या लागतात. त्यासाठी आवश्यक क्रमनिश्चिती प्रथम केली जाते.

त्यासोबतच उपलब्ध चित्रफितीचा विचार करून त्यानुरूप वृत्तलेखन करावे लागते. चित्रमयी भाषेचा योग्य वापर करावा लागतो. ह्या बातम्यांचे वाचन आणि श्रवण हे एकसमयावेच्छेदे स्वरूपात होत असते. हे लक्षात घेऊन वाचनीयता आणि श्रवणसुलभता हे गुण नजरेसमोर ठेवून लेखन केले पाहिजे. छोटी छोटी वाक्ये, अर्थपूर्ण शब्द आणि विशेषणे यांचा सुयोग्य वापर वृत्तलेखनात दिसून आला पाहिजे. मोजक्या शब्दांतून व्यापक अर्थ व्यक्त होईल, यावर कटाक्ष असला पाहिजे.

वृत्ताचे आवश्यक संदर्भ जसे वृत्त कोणाकडून प्राप्त झाले ती नोंद वृत्तलेखनात घेतली पाहिजे. नि:संदिग्धता हा बातमी लेखनातील फार महत्त्वाचा निकष ठरतो. बातमीतील कोणत्याही वाक्यात मोघमपणा असता कामा नये. निश्चित स्वरूपातील आकडेवारीच नोंदविली पाहिजे.

वृत्तलेखनाची जी काही संहिता निर्माण झाली आहे तिचे पालन वृत्तलेखकाने केले पाहिजे.

दूरदर्शन मालिकांची वैशिष्ट्ये :

जगभर दूरदर्शनचे जाळे वेगाने पसरलेले आहे. प्रत्येक देशात जसे दूरदर्शनचे स्वतंत्र जाळे असते तसेच सर्व देशांचे जाळे एकमेकांस जोडले जाऊन सर्व जगाचे व्यापक जाळे बनते. दूरदर्शनचा एकूण पसारा खूप मोठा आहे. वस्तुस्थितीचा विचार करता दूरदर्शनच्या विस्तारात आणि लोकप्रियतेत खरा वाटा उचलला आहे तो वेगवेगळ्या मालिकांनी !

बहुतेक मालिका करमणूकप्रधान असतात. प्रेक्षकांची अभिरुची, आवडी-निवडी, अस्मिता, श्रद्धा, छंद इ. घटकांचा विचार करून ह्या मालिका प्रसारित होतात. प्रेक्षक हाच घटक नजरेसमोर ठेवून मालिकांचे लेखन केले जाते.

सर्वात महत्त्वाची गोष्ट म्हणजे मालिकांत नाट्य असते. नाट्यानुकूल असेच प्रसंग आणि कथा मालिकेसाठी निवडल्या जातात. नाट्य प्रभावी रूपात अवतरावे म्हणून मालिकेतील संवाद-लेखन आणि प्रसंगचित्रीकरण हे दोन घटक अनन्यसाधारण ठरतात. त्यासाठी प्रतिभावंत लेखक आणि कुशल दिग्दर्शक हे मानवी घटक आवश्यक ठरतात. त्यांच्या यशावरच मालिकेचे एकूण यश अवलंबून असते.

मालिका यशस्वी करणारा दुसरा महत्त्वाचा मानवी घटक म्हणजे कलाकार. मालिकेचे जे काही एकूण कथानक असते त्यास न्याय देणारा हा घटक असतो. किंबहुना, कथानक आणि श्रोता यांना सांधणारा दुवा म्हणजे कलाकार! कथालेखनातील आशय अभिव्यक्त करण्याची जबाबदारी प्रामुख्याने या घटकाची असते.

याशिवाय कॅमेरामन, संगीतकार, गायक, वाद्यवृंद, नेपथ्यकार इ. मानवी घटक मालिका यशस्वी करण्यात महत्त्वपूर्ण योगदान देत असतात.

मालिका लेखनाची एक संहिता असते. या लेखनात संवादलेखन हा मालिकेचा खरा आत्मा ठरतो. संवादलेखन जेवढे प्रभावी, परिणामकारी तेवढीच मालिकाही परिणामकारी ठरते. भाषा ही संवादाची वाहक असते. यादृष्टीने संवाद चटकदारपणे आविष्कृत होण्यासाठी लेखकाची भाषा हा मौलिक घटक ठरतो. ओघवती आणि प्रभावी तसेच इष्ट परिणाम साधणारी भाषाशैली हे संवादलेखनाचे महत्त्वाचे वैशिष्ट्य असते.

सर्व घटक सुव्यवस्थितरित्या एकत्र आल्यास मालिका कशा संस्मरणीय बनतात याचे उत्तम उदाहरण म्हणजे रामायण, महाभारत, ॐ नमः शिवाय या मालिका होत.

मालिकेतील संवाद लेखन :

संवाद हा मालिकेचा खरा आत्मा होय. मालिकेचे एकूण अस्तित्व या अर्थाने संवादलेखनावरच अवलंबून असते. मालिका सादरीकरणात इतर अनेक घटक समाविष्ट असले तरी याप्रमाणे मानवी शरीरास पाठीचा कणा खरा आधार देतो, तद्वतच मालिका यशस्वीपणे उभी राहण्यात संवाद लेखनाचेच खरे साह्य मिळते.

मालिकेचे संवाद लेखन ही जशी कला आहे तसेच संवादलेखनाचे शास्त्रही आहे. लेखनसंहिता म्हणून जो विचार आहे, तेच हे शास्त्र होय.

संवादलेखनातील कला दडलेली असते ती भाषेत. भाषा हीच संवादाची वाहक किंवा अभिव्यक्ती माध्यम ठरते. त्यादृष्टीने भाषेचा विचार हाच संवादलेखन कलेतील महत्त्वाचा भाग ठरतो.

सुटसुटीत, चटकदार, खटकेबाज संवाद मालिकालेखनातील भाषा विचारात महत्त्वाचे घटक ठरतात. अकृत्रिम प्रसंग, व्यक्तिचित्रणे, सत्कार होत जातात ती

हजरजबाबी, चटकदार संवादांच्या बळावर. हल्लीच्या सामाजिक तसेच कौटुंबिक मालिकांचा विचार करता यात सुशिक्षित, मध्यमवर्गीयांचे जीवनचित्रण विपुलतेने केलेले दिसते. या समाजात व्यक्तीच्या व कुटुंबाच्या जीवनामध्ये जे संघर्ष, जे पेचप्रसंग, जे बिकट प्रश्न निर्माण होत असतात, ते हुबेहूब साकार करण्यात संवादलेखन हा घटक फार मोलाची भूमिका पार पाडतो. अशा रीतीने मालिकेतील संवादलेखनाचे स्थान लक्षात घेता, संवादलेखन कसे आखावे ते स्पष्ट होते. संवाद लेखकाने पुढील बाबींचा विचार करूनच लेखन करावे.

१) जीवनस्तर लक्षात घेऊन बोलीभाषेचा वापर करावा.

२) निवेदने चपखलपणे संवादाशी अनुरूप होतील ही काळजी घ्यावी.

३) संवाद चटकदार होण्यासाठी शब्दांची फेक महत्त्वाची असते. त्या दृष्टीने चटकदार संवादासाठी त्यातील अनुरूप विशेषणे महत्त्वाची ठरतात, हा विचार करावा.

४) अभिनयानुकूल भाषा संवादास पोषक ठरते.

५) संवाद मूळ कथानकास अनुकूल असावेत.

६) पाल्हाळ टाळावा, अर्थपूर्णता संवादास पोषक ठरते.

७) संवाद प्रवाही असावेत.

८) परिणामकारी संवाद मालिकेतील नाट्य वाढवितात.

९) पात्राचे लिंग, वय, स्वभाव, जीवनस्तर लक्षात घेऊनच त्याच्या तोंडी येणारी भाषा योजावी.

वृत्तपत्र व्यवसाय आणि मराठी भाषा

डॉ. शशिकांत साळवे

प्रचंड लोकसंख्येचा विस्तार असलेला भारत हा खंडप्राय देश आहे. परंतु दुर्दैवाची बाब म्हणजे या खंडप्राय देशात आजही साठ टक्के लोक निरक्षर आहेत. आजही शासन या बाबीचा गांभीर्याने विचार करत नाही. ही खरी चिंतेची बाब आहे. अगदी स्वातंत्र्यपूर्व काळातदेखील आपल्याकडे जनसंपर्क माध्यमे-प्रसार माध्यमे लोकजागृती आणि समाजप्रबोधनाचे कामकाज करीत आलेले आहेत. यात आपल्याला वृत्तपत्रे, नभोवाणी, दूरदशन यांचा उल्लेख करावा लागतो. परंतु येथे आपणाला 'वृत्तपत्र' याच प्रसार माध्यमाचा विचार अभिप्रेत आहे. हे प्रसारमाध्यम मुद्रित स्वरूपाचे स्वस्त आणि सर्वांना परवडणारे आणि दीर्घकाळ टिकणारे असे आहे. असे मात्र नभोवाणी वा दूरदर्शनबाबत घडत नाही. मुळातच समाजातील अज्ञान नष्ट करणे, लोकांना विज्ञानवादी, भौतिकवादी बनविणे, समाजातील अज्ञान नष्ट करून समाजात विचारजागृती घडवून आणणे हा प्रमुख हेतू ठेवून या माध्यमाची निर्मिती झाली आहे. केवळ शहरात नव्हे तर अगदी तळागाळातील माणसाची उन्नती व्हावी हा या प्रसारमाध्यमाचा हेतू आहे.

'वृत्तपत्र' या प्रसारमाध्यमाने केवळ समाजप्रबोधन, लोकजागृतीच घडवून आणली असे नव्हे तर मराठी भाषेची श्रीमंतीदेखील वाढविली आहे. परंतु टिळक, आगरकर, केळकर, कोल्हटकर, अत्रे या नामवंत पत्रकार विचारवंतांनी वेगवेगळी वर्तमानपत्रे काढून मराठी भाषा जाणीवपूर्वक समृद्ध केली एवढेच नव्हे तर मराठी भाषा घडविलीदेखील. वृत्तपत्राच्या क्षेत्रांत या विचारवंत मंडळींच्या लक्षात आले की, इंग्रजी भाषेचेच प्राबल्य वाढले आहे आणि म्हणून या विचारवंतांनी या माध्यमातून लेखनासाठी मराठी समर्थ करण्याचे जाणीवपूर्वक प्रयत्न केले असेच म्हणावे लागेल.

पूर्वी राष्ट्रहित आणि लोकशिक्षणाचा विचार होऊन वृत्तपत्राची निर्मिती होत गेली. ज्ञानाची गंगा सामान्य लोकांपर्यंत पोहोचविणे हा उद्देश ठेवून अनेकांनी वृत्तपत्रे सुरू केली होती. परंतु आजच्या काळात 'वृत्तपत्र' हा व्यवसाय झाला आहे. खुल्या आर्थिक धोरणामुळे सर्वच व्यवसायांत आधुनिक व्यवस्थापन व तंत्रज्ञान आवश्यक ठरते आहे. आज पारंपरिक पद्धतीने वृत्तपत्र चालविणे अवघड झाले आहे. जीवघेणी स्पर्धा निर्माण झाली आहे.

लोकमान्य टिळक यांनी आणि आगरकरांनी 'केसरी'चा पहिला अंक काढून त्यात वृत्तपत्राचा उद्देश नमूद केला होता. ते म्हणाले होते, ''रस्तोरस्ती रात्री दिवे लागलेले असल्याने व पोलिसांची गस्त सारखी फिरत असल्याने जो उपयोग होत असतो, तोच ज्या ज्या जागी वर्तमानकर्त्यांची लेखणी सदोदित चालू असल्याने होते.'' यावरून आपल्याला वृत्तपत्राचा उद्देश सहज लक्षात यावा. 'केसरी' हे वृत्तपत्र केवळ अन्यायाविरुद्ध लढणाऱ्यांचे वृत्तपत्र होते. इंग्रजी सत्तेविरुद्ध लोकमत तयार करणे, स्वराज्य स्थापनेसाठी लोकांच्या मनांची तयारी करणे हा बहुउद्देश या विचारवंतांनी बाळगला होता.

नंतरच्या काळात आगरकरांनी स्वत:च केवळ सामाजिक सुधारणा घडवून आणण्यासाठी 'सुधारक' (१८८८) हे वृत्तपत्र सुरू केले. स्वातंत्र्यपूर्व काळात वृत्तपत्र हा धंदा नव्हता तर लोकशिक्षण, लोकमत तयार करण्याचे साधन होते. स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर या उद्देशात बदल होत होता.

वर्तमानपत्रातून अशी काही सदरे प्रकाशित होऊ लागली की त्यातून आधुनिक भारत कसा उभा करायचा याचे विचार लोकांपर्यंत पोहोचविणे महत्त्वाचे वाटायला लागले. स्वातंत्र्यपूर्व काळातील पत्रकारिता ही ध्येयनिष्ठ पत्रकारिता होती.

लोकशाहीत वृत्तपत्रांना महत्त्वाचे स्थान होते. लोकशाही राज्यव्यवस्था ही चार बाबींवर उभी आहे. १) न्यायव्यवस्था, २) विधिमंडळे, ३) नोकरशाही आणि चौथा खांब वृत्तपत्रे. एकेकाळी वृत्तपत्रांवर लोकांचा प्रचंड विश्वास होता. लोकशाहीत वृत्तपत्र एक ताकद बनली होती.

परंतु आज मात्र ही ताकद आपल्या हातात ठेवण्यासाठी अनेक राजकारणी, उद्योगपतींनी या व्यवसायात उडी घेतली. परिणामी वृत्तपत्र मूळ हेतूपासून दूर गेले असे खेदाने म्हणावेसे वाटते. प्रसिद्ध अमेरिकन अर्थतज्ज्ञ प्रो. गालबर्थ म्हणतात, ''लोकशाहीच्या या चौथ्या स्तंभाची विश्वासार्हता कमी झाली.'' आजच्या आधुनिक जगात पैसा ही एकमेव ताकद बनली आहे, असे म्हणतात.

लोकशिक्षण घडविणे, लोकमत तयार करण्याचे साधन लोकशाहीचा चौथा खांब आपल्या हाती राहवा या उद्देशाने प्रेरित होऊन अनेक राजकारण्यांनी आणि उद्योगपतींनी या व्यवसायात पदार्पण केले आहे. वृत्तपत्रांतही प्रचंड स्पर्धा निर्माण केली आहे. प्रचंड आर्थिक गुंतवणूक करणारेही लोक या व्यवसायात भेटतात. त्यांना देशाचे काही देणेघेणे नाही. नाही त्यांना मराठी भाषेची जडणघडण करावयाची. काही ठिकाणी तर राजकीय लाभ उठविण्यासाठीच हा व्यवसाय केला जातो. तर काहीजण उद्योगधंद्यांना संरक्षण मिळावे हा हेतू मनात बाळगून या व्यवसायात उतरले आहेत.

आता लोकशिक्षणाऐवजी उपभोक्त्यांच्या गरजेप्रमाणे निर्माण होणारा

बाजारपेठेतील घटक अथवा उत्पादित वस्तू म्हणूनच वृत्तपत्रांकडे काही लोक पाहयला लागले आहेत. केवळ वृत्तपत्रांचे खप वाढावेत या अनुषंगाने त्याची आखणी आणि लेखन केले होते. म्हणूनच एकदा लोकमान्य टिळकांनी म्हटले होते, "गुळगुळीत कागदावर रंगीबेरंगी बुळबुळीत मजकूर छापणे हे वर्तमानकर्त्याचे उद्दिष्ट नव्हे."

आज कोणत्याही वर्तमानपत्राचे पान उलटले की जाहिरातीच्या नावाखाली स्त्रीदेहाचे प्रदर्शन घडवून आणायलाही ही मंडळी मागे पुढे पाहत नाहीत. परंतु समाधानाची बाब एवढी म्हणायची की, काही अंशी आजही लोकशिक्षण घडताना दिसते. काही प्रमाणात वृत्तपत्रे लोकांची, वाचकांची आवडनिवड घडवू शकतात हेही महत्त्वाचे आहे. सर्वांत महत्त्वाचा मुद्दा ध्वनित करायचा म्हणजे आजही वृत्तपत्रांमुळेच मराठी भाषेचा विकास, संवर्धन साधले आहे. एवढेच नव्हे तर मराठी भाषेची श्रीमंती वाढण्यासही मदत झाली आहे. या व्यवसायामुळे मराठीचे भाषासौंदर्य तर वाढले आहेच; पण त्याचबरोबर शब्दसौंदर्यही वाढायला अवकाश उपलब्ध झाला आहे. भाषाशैली, व्याकरण, भाषेचा सोपेपणा याही बाबी वृत्तपत्रामुळे घडायला लागल्या. पूर्वी वर्तमानपत्रात इंग्रजीचे प्राबल्य होते. अनेकांच्या मनात मराठीचे काय होईल ही शंका निर्माण झाली होती. परंतु वृत्तपत्राने कानाकोपऱ्यांत मराठी भाषा नेली. तिला सौंदर्य प्राप्त करून दिले. इंग्रजी शब्द वापरण्याऐवजी वर्तमानत्राचाच स्वत:चा असा एक 'पारिभाषिक शब्दकोश' निर्माण व्हायला लागला होता. इंग्रजीला पर्याय काही मराठी शब्द आले. पर्यायाने वर्तमानपत्राने मराठी भाषेला नवसंजीवनी दिली असेच म्हणावे लागेल.

'वृत्तपत्र' सामर्थ्य :

१) वृत्तपत्र हे लोकशिक्षणाचे आणि लोकहित, राष्ट्रहित साधण्याचे महत्त्वाचे साधन ठरले आहे.

२) वृत्तपत्रांमुळे ग्रामीण तरुणाचा व्यक्तिमत्त्व विकास साधण्यास मदत झाली.

३) वृत्तपत्राला नभोवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट यांच्याशी स्पर्धा करावी लागते. म्हणून त्यांनी शक्य त्या प्रमाणात नावीन्य वाढविण्यास सुरुवात केली.

४) वृत्तपत्रामुळे साक्षरतेला हातभार लागला. त्याचबरोबर लोकजागृती घडून यायलाही मदत झाली.

५) या व्यवसायामुळे नोकरीच्या संधी तर वाढल्याच त्याचबरोबर वृत्तपत्राचाही वेगळा 'परिभाषा कोश' निर्माण व्हायला मदत झाली आणि मराठी भाषेचे सौंदर्य वाढायला हातभार लागला.

वृत्तपत्र– मर्यादा :

१) लोकशिक्षण, समाजजागृती, समाजहित या बाबी बाजूला पडून अलीकडे वृत्तपत्र व्यवसाय हा धंदा झाला आहे.

२) आगरकर, टिळक, शि. म. परांजपे, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांनी नि:स्वार्थी आणि निर्भिड पत्रकारिता चालविली तेथे कोणताही स्वार्थी हेतू नव्हता. समाजजागृती आणि इंग्रजांच्या विरोधी लोकभावना निर्माण करणे हा हेतू ठेवला होता. आताची पत्रकारिता नफेखोरपणा, स्वार्थीवृत्ती जोपासताना दिसते.

३) राजकारणी व उद्योगधंदेवाले लोकमत तयार करण्यासाठी आणि उद्योगधंद्यांना संरक्षण देण्यासाठी या व्यवसायाकडे वळले.

४) जाहिरातीद्वारे तर टिळक म्हणतात अगदी त्याचप्रमाणे उघड्या वाघड्या देहाचे प्रदर्शन घडण्याला महत्त्व आले. वृत्तपत्रात भडकपणा आला.

५) अनेक पत्रकारांचे वृत्तपत्र हे तर जगण्याचे साधनच झाले.

६) पूर्वी अन्यायविरोधी वृत्तपत्र काम करायचे; पण आता पत्रकार कधीकधी वृत्तपत्राद्वारे अन्यायाला खतपाणी घालताना दिसतात.

सारांश, वृत्तपत्रामुळे समाजहित, लोकशिक्षण, लोकजागृती घडून आली. परंतु काही प्रमाणात स्वार्थीवृत्तीही वाढली एवढे मात्र निश्चित. वृत्तपत्रामुळे भाषेचे सौंदर्य आणि भाषेची श्रीमंती वाढायला मदत झाली हेही तेवढेच खरे.

ॐ ॐ

वृत्तांत लेखन (फिचर) तंत्र व उपयोजन

डॉ. गर्जे अनिल लहानु

वर्तमानपत्रात 'बातमी'ला महत्त्वाचे स्थान असते. दररोज हजारो वाचक बातम्यांसाठी वर्तमानपत्र वाचतात. बातमी म्हणजे तटस्थपणे, मोजक्या शब्दांमध्ये सांगितलेली हकिगत असते; परंतु एखादी घटना घडण्यासाठी कोणती विशिष्ट परिस्थिती कारणीभूत झाली, त्या घटनेचे समाजावर होणारे परिणाम कोणत्या प्रकारचे असू शकतात, त्या घटनेच्या परिणामातून कोणत्या भावनिक प्रतिक्रिया जनमानसात निर्माण होतील, जनमानसाच्या भावनिक प्रतिक्रिया स्वत:च्या लेखनातून प्रगट करणाऱ्या वृत्तांत लेखकाची स्वत:ची भूमिका कोणत्या प्रकारची आहे, लेखकाची अशी भूमिका का तयार झाली इ. बाबतीत मोकळेपणाने वृत्तांत लेखनात विवेचन केलेले असते. हे विवेचन मोकळेपणाने केलेले असले तरी ते मुक्त, कल्पनानिष्ठ नसते. उलट ते वस्तुनिष्ठ स्वरूपाचेच असावे, अशी अपेक्षा असते. वृत्तांत लेखन वस्तुस्थितीवर आधारित असले तरी त्याची मांडणी, लेखनशैली, आविष्कारपद्धती ही वैयक्तिक पातळीवरची किंवा आत्मनिष्ठ प्रकारची असते.

वृत्तांत लेखन म्हणजे काय?

इंग्रजीतील 'फिचर रायटिंग' (Feature writing) या शब्दाचा मराठी पर्यायी शब्द म्हणून वृत्तांत लेखन या शब्दाचा अनेक अर्थाने वापर केला जातो. दैनिकाच्या अग्रलेखाशेजारचा लेख, रविवारच्या पुरवणी आवृत्तीमधील लेख प्रामुख्याने 'प्रासंगिक' स्वरूपाचे असतात. तसे पाहिले तर वर्तमानपत्रातील सर्वच लेखन प्रासंगिक स्वरूपाचे असते. त्या अर्थाने वृत्तांताचे लेखन प्रासंगिक स्वरूपाचे नसते, तर त्या वृत्तांत लेखनाचा संदर्भ निकटच्या किंवा लगतच्या काळातील घटनेशी म्हणजेच बातमीशी असतो. वृत्तांत लेखनाचा संदर्भ निकटच्या किंवा लगतच्या काळातील महत्त्वाच्या राजकीय, आर्थिक, सामाजिक व सांस्कृतिक घडामोडींशी असतो. या घटना किंवा बातम्या या प्रासंगिक लेखनाचे निमित्त ठरू शकतात किंवा ठरतात.

थोडक्यात, वृत्तावर आधारित असे जे प्रासंगिक लेखन असते त्याला वृत्तांत लेखन असे म्हणता येईल. बातमीच्या संबंधात भोवतालची अधिक संबंधित माहिती वा तपशील जमा करून बातमीच्या मुख्य गाभ्याची अंगे-उपांगे

वाचकांना विशद करण्यासाठी जे लिखाण केले जाते ते म्हणजे वृत्तांत किंवा 'फिचर' होय. वृत्तांत म्हणजे काय याची व्याख्या करण्याचा अनेक अनुभवी पत्रकारांनी प्रयत्न केला आहे. त्यांपैकी काही व्याख्या पुढीलप्रमाणे :

''सर्वसाधारण वाचकांना एखाद्या प्रासंगिक विषयाची सर्वसाधारण माहिती देणारा लेख म्हणजे फिचर'' अशी व्याख्या बा. द. सातोस्कर यांनी केली आहे.

प्रभाकर पाध्ये यांनी 'पत्रकारितेची मूलतत्त्वे' या पुस्तकात असे म्हटले आहे की, ''साहित्याचे उद्दिष्ट प्रतिभाश्रयी जगाची निर्मिती करणे हे असते, तर वृत्तांत कथेचे उद्दिष्ट खऱ्या जगाबद्दल आकर्षक पद्धतीने माहिती देणे हे असते.'' पाध्ये यांनी वृत्तांत लेखनासाठी वृत्तांत कथा या शब्दाची योजना करून ललित साहित्यातील कथनाचे उद्दिष्ट आणि वृत्तांत कथनाचे उद्दिष्ट यांतील भेद स्पष्ट स्वरूपात सांगितला आहे.

ब्रेन निकोलस नावाच्या लेखकाने आपल्या 'फिचर विथ फ्लेअर' या पुस्तकात असे म्हटले आहे की, ''चांगले वृत्तपत्र म्हणजे केवळ शाई नि कागद नव्हे; तर ती एक जिवंत वस्तू असते. बातमी हा त्याचा श्वासोच्छ्वास असतो. अग्रलेख त्याचे हृदय असते, तर वृत्तलेख हा त्याचा आत्मा असतो.''

आतापर्यंतच्या विवेचनावरून नेमके वृत्तांतलेखन म्हणजे काय हे आपल्या लक्षात आले आहे.

वृत्तांताचे महत्त्व आणि प्रकार :

वाचकाला ज्या गोष्टीविषयी कुतूहल असते, ती गोष्ट अधिकाधिक परिपूर्ण रूपात, सर्व तपशिलासह समजावी, अशी इच्छा असते. बातमीबद्दलचा अधिक तपशील वृत्तपत्रांतून समजावा, मिळावा अशी त्याची अपेक्षा असते. ही अपेक्षा वर्तमानपत्रातील वृत्तांतामधून पूर्ण होते. दूरचित्रवाणी किंवा आकाशवाणी यामुळे बातमी काय आहे, कोणती घटना घडली आहे हे कळू शकते. त्यामुळेच त्या बातमीबद्दलचा अधिक सविस्तर तपशील समजून घेण्याची इच्छा वाचकाच्या मनात निर्माण होते; परंतु वाचकाची ही इच्छा आकाशवाणी, दूरचित्रवाणी ही प्रसारमाध्यमे त्यांच्यावर वेळेचे जे बंधन असते त्यामुळे पूर्ण करू शकत नाहीत. वाचकांची ही इच्छा वर्तमानपत्रांतील वृत्तांताद्वारेच पूर्ण होते. म्हणून वृत्तांत हा कोणती तरी मते, भावना, दृष्टिकोण व्यक्त करणारा असला पाहिजे.

वृत्तांताचे प्रकार :

मराठी वृत्तपत्रांत विशेषत: दैनिकात, रविवारच्या पुरवण्यांतून, साप्ताहिकांतून या तऱ्हेचे लिखाण दररोज प्रसिद्ध होत असते. त्यात वृत्तांतलेखनाला महत्त्वाचे स्थान असते. वृत्तपत्र विद्येच्या ब्रिटिश आणि अमेरिकन पुस्तकांमधून वृत्तांताचे सामान्यत्वे पुढील प्रकार सांगितले आहेत. वृत्तांत (न्यूज लेटर्स), लोकरुची वार्ता (ह्यूमन इंटरेस्ट स्टोरी), हलके फुलके गमतीशीर लेख (ब्राइट्स्), क्षणचित्रे

(साइडबार), व्यक्तिचित्रणपर लेख (पर्सनल प्रोफाइल), विशिष्ट प्रसंगीचे लेख (सीझनल स्टोरीज), दुर्घटनेच्या परिपाकाची कथा (आफ्टर माथ स्टोरीज).

एखादी घटना, ती घटना घडण्यासाठी कारणीभूत ठरणारी परिस्थिती आणि तिचा समाजघटकांवर होणारा परिणाम यांचा वेध घेणारे लेखन म्हणजे वृत्तांत होय. उदा. मेळघाट परिसरात कुपोषित बालकांचा मोठ्या प्रमाणात मृत्यू ही घटना ठरेल. वैद्यकीय सेवा वर्षानुवर्षे उपलब्ध नसणे, निकृष्ट अन्न, जंतुमिश्रित पाणी ही घटनेला कारणीभूत ठरणारी परिस्थिती. बालकांचे मोठ्या प्रमाणात होणारे मृत्यू हा सामाजिक परिणाम ठरेल. वृत्तांताचे जे प्रकार सांगितले आहेत, त्याची अनेक उदाहरणे दररोजच्या वर्तमानपत्रांत तुम्हास वाचावयास मिळतील.

थोडक्यात, वृत्तपत्रीय लेखन करणाऱ्या लेखकाला विषयाची कमतरता कधीच नसते. दैनंदिन जीवन जगत असताना बारकाईने, चौकसपणे निरीक्षण केले तर असे शेकडो विषय सहज हाती लागतात. त्यासाठी कान, दृष्टी, मन सदैव संवेदनक्षम असावे लागतात. दररोजच्या वर्तमानपत्रांतून येणाऱ्या बातम्यांमधून या लेखांचे बीज सापडू शकते. उदा. ''उजनी धरणाच्या परिसरातील शेती पाण्याविना उजाड'' या शीर्षकाखाली बातमी प्रसिद्ध झाली तर ज्या हेतूने धरण बांधले तो पूर्ण झाला नाही हे स्पष्ट होईल. सोलापूर जिल्ह्यातील किती एकर शेतजमीन पाण्याखाली येणे अपेक्षित होते आणि प्रत्यक्षात किती जमीन पाण्याखाली आली, उर्वरित शेतीला का पाणीपुरवठा होत नाही, त्याचे कारण धरणाची सदोष बांधणी, सदोष चरे खोदणे यात आहे का, हा दोष बांधकामातील भ्रष्टाचारात आहे का, अशा प्रश्नांतून वृत्तांताचा मजकूर आकार घेत जाईल.

पत्रकाराचा वैयक्तिक अनुभव ही नवीन विषय सुचवण्यासाठी उपकारक गोष्ट आहे. त्याला दररोज वेगवेगळ्या अनुभवांना सामोरे जावे लागते. वेगवेगळ्या बातम्या त्याच्या नजरेखालून जात असतात. चाणाक्ष पत्रकाराला 'बातमीपलीकडचे जग' दिसत असते. उदा. 'औरंगाबादमध्ये घरकामे करणाऱ्या मोलकरणींची संघटना स्थापन' अशी बातमी चाणाक्ष पत्रकाराच्या वाचनात आली तर अशा संघटनेची गरज का निर्माण झाली या प्रश्नापासून वृत्तांतलेखनाचे बीज त्याच्या मनात आकार घेऊ शकेल. अल्प मजुरीत तासन्‌तास काम करणाऱ्या मोलकरणी, कोणत्याच सुट्या नसणे, त्यांचे शोषण अशा अनेक घटकांमधून वृत्तांताचा मजकूर जुळत जाईल. याशिवाय जनसंपर्क, निरीक्षण इ. गोष्टींमधूनही वृत्तांतलेखनाचे विषय सुचत जातात.

वृत्तांताची वैशिष्ट्ये:

वर्तमानपत्राला नेहमीच वाचकांची आवड, अभिरुची डोळ्यांपुढे ठेवून मजकुराची निवड करावी लागते. वृत्तांतलेखन करणाऱ्या लेखकालाही हा दृष्टिकोण डोळ्यांपुढे ठेवून वृत्तांत लिहावा लागतो.

वर्तमानपत्र ही भाजीपाला, दूध यांच्यासारखी नाशवंत, शिळी वस्तू आहे. काही वर्षांपूर्वी प्राचार्य शिवाजीराव भोसले यांनी 'आजचे वर्तमानपत्र उद्याची रद्दी आहे' असे विधान केले होते. या विधानाचा अर्थ हाच आहे. हे लक्षात घेऊनच वृत्तांत लेखकाला आपल्या वृत्तांतविषयाची निवड करावी लागते. ताजेपणा हा वृत्तांताचा महत्त्वाचा गुण ठरतो. हा ताजेपणा समकालीन, प्रासंगिक विषयांच्या निवडीतून निर्माण होत असतो. हा विषय निवडताना त्यात वाचकांना कितपत स्वारस्य आहे, याची काळजी घ्यावी लागते. उदा. 'वनौषधींचे आयुर्वेदाला योगदान' हा विषय वैद्यक क्षेत्रातील लोकांनाच समजेल, आवडेल असा विषय आहे. त्यात सामान्य वाचकांना स्वारस्यही असणार नाही. शिवाय हा विषय वर्षानुवर्षे हाताळता येणारा आहे; परंतु दिवसेंदिवस वनौषधींच्या किमती वाढत चालल्याने आयुर्वेद उपचारपद्धती सर्वसामान्यांना न परवडणारी गोष्ट होत चालली आहे, हा वृत्तांताचा विषय होऊ शकेल. कारण तो सर्वसामान्य माणसाच्या दैनंदिन जीवनाशी निगडित आहे. प्रासंगिकही आहे. अशा विषयात सर्वसामान्य वाचकांना स्वारस्यही असते.

वृत्तांत आणि वृत्तपत्रीय लेख यात फरक असतो. विद्वत्तापूर्ण लेख म्हणजे वृत्तांत नव्हे. वृत्तपत्रीय लेखाचे स्वरूप वैचारिक निबंधासारखे असते, तर वृत्तांताचे स्वरूप लघुनिबंधासारखे आणि एका मर्यादेपर्यंत ललित निबंधासारखे असते. या दोन्ही प्रकारच्या लेखनाची काटेकोर सीमारेषा आखणे अवघड असते, पण साधारणत: वृत्तपत्रीय लेखांमध्ये आकडेवारी, तक्ते, वेगवेगळ्या दृष्टिकोणांचे तर्कशुद्ध विवेचन, निष्कर्ष यांचा समावेश असतो. हे लेख बौद्धिक स्वरूपाचे असतात. या लेखांचे आवाहन त्या त्या बौद्धिक क्षेत्रात पारंगत असणाऱ्या वाचकांपुरतेच सीमित असते. सामान्य वाचक त्यात रस घेऊ शकत नाही. याउलट वृत्तांतामध्ये मानवी भावभावनांचे आविष्कारण असते. त्यामुळे वृत्तांताचे आवाहन सार्वत्रिक आणि भावनिक स्वरूपाचे असते. त्यात लेखकाचे निरीक्षण, भावना, प्रतिपाद्य विषयाबद्दल त्याच्या मनात असलेला जिव्हाळा यांचे दर्शन होते. या दृष्टीने वृत्तांतात एक मर्यादेपर्यंत सर्जनशीलतेला वाव असतो. अशा लेखनात विचारांच्या तर्कशुद्ध प्रकटीकरणापेक्षा भावनेच्या आविष्काराला वावर असतो. याचा अर्थ वृत्तांत जे केवळ लेखकाच्या कल्पनेची भरारी असते असे नाही, तर त्याचा पाया वस्तुनिष्ठ या घटनांना जनसामान्यांच्या जीवनात महत्त्वाचे स्थान असणे हाच असतो.

वृत्तपत्रीय लेख वाचकांचे सरळपणे, थेट उद्‌बोधन करतो, तर वृत्तांतलेखन अप्रत्यक्ष शिक्षणासारखे, मनोरंजनातून उद्‌बोधन करणारे असते. त्याचे स्वरूप केवळ माहितीपर, निवेदनात्मक नसते तर लेखक स्वत:च्या भावनांचा सूर वाचकांच्या भावनांच्या सुरात मिसळून विषयाची मांडणी करीत असतो. त्यामुळे

वाचक वृत्तांतातील मजकुराशी समरस होत असतो.

आपण वृत्तांतलेखनाची वैशिष्ट्ये आतापर्यंत पाहत होतो. आता वृत्तांताची बांधणी कशा प्रकारची असते, याचा आता विचार करणार आहोत.

वृत्तांताची बांधणी :

वृत्तांतलेखनामध्ये मजकुराची मांडणी कल्पकतेने करता येणे हे कौशल्याचे काम आहे. सर्वसामान्यपणे नुकतेच घडून गेलेले घटना प्रसंग आणि दैनंदिन जीवनात सर्वसामान्य माणसाला परिचित असणारी दृश्ये हा वृत्तांताचा आशय असतो. बातम्या वाचकांना समजून गेल्यामुळे आणि सभोवतालची दृश्ये नित्याचीच परिचित असल्यामुळे वाचकांची उत्सुकता संपुष्टात आलेली असते. जी बातमी वाचकांना पूर्वीच माहिती आहे, अशा बातमीबाबत वाचकाची उत्सुकता पुन्हा जागृत करणे आणि वृत्तांताच्या मजकुराशी समरस होण्यासाठी वाचकाला प्रवृत्त करणे हे वृत्तांतलेखकापुढचे मोठे आव्हान असते. हे आव्हान वृत्तांतलेखकाला भाषाशैली आणि मजकुराची आकर्षक मांडणी यांची मदत घेऊनच पेलावे लागते. म्हणून वृत्तांतलेखनात वृत्तांतातील मजकुराच्या बांधणीला अत्यंत महत्त्वाचे स्थान असते.

वृत्तांतामध्ये घटिते गोळा करून त्यांची आकर्षक, एकात्म, उत्सुकतावर्धक बांधणी करण्यात येते. अनावश्यक, पाल्हाळीक, पुनरुक्त तपशील वगळून नंतर वृत्तांताच्या मजकुराची रचना वृत्तांतलेखकाला करावी लागते.

वृत्तांताची बांधणी एकात्म, अविभाज्य, गोळीबंद स्वरूपाची असते. खऱ्या, घडलेल्या घटना वृत्तांताचा आधार असतात. त्यांच्या खरेपणाला धक्का पोचणार नाही याची वृत्तांतलेखकाला सदैव खबरदारी घ्यावी लागते. त्यामुळे वृत्तांतलेखकाला आपल्या कल्पनाशक्तीचे साहाय्य मजकूर रोचकतापूर्ण करणाऱ्या भाषाशैलीपुरतेच घ्यावे लागते. कारण रूक्ष भाषाशैली वाचकांना खिळवून ठेवू शकत नाही; पण घटनांच्या सत्यतेबाबत वृत्तांतलेखकाला कल्पनाशक्तीचे साहाय्य घेण्याचे स्वातंत्र्य नसते.

वृत्तांत वस्तुनिष्ठ घटनांवर आधारित असला तरी त्याची वाचनीयता लेखकाच्या लेखनशैलीवर अवलंबून असते. केवळ विषय प्रासंगिक व वाचकांच्या आवडीचा असून चालत नाही तर लेखकाचे लेखन प्रवाही, प्रासादिक, मुद्देसूद, आकर्षक असणे अत्यावश्यक ठरते. वृत्तांत लिहिण्यापूर्वी लेखाची रचना व आराखडा मनाशी पक्का करणे आवश्यक असते. थेट, सरळ-साधे, वाचकाला भिडणारे लेखन ही वृत्तांतलेखनाच्या शैलीची कसोटी असते. त्यामुळे प्रतिपाद्य विषयाच्या हेतूनुसार शैली घडत जाते.

बातमीमध्ये ज्याप्रमाणे अग्रपरिच्छेद (लीड) महत्त्वाचा असतो त्याप्रमाणेच वृत्तांतातही अग्रपरिच्छेदाला महत्त्वाचे स्थान असते. त्यामुळे वृत्तांताच्या

विवेचनाची दिशा समजते. वाचकाच्या मनात उत्सुकता निर्माण होते. वृत्तांताच्या विषयाच्या गाभ्याची सूचक कल्पना येईल आणि लेख वाचण्याची उत्सुकता वाचकाच्या मनात निर्माण होईल अशा पद्धतीने 'लीड' असणे आवश्यक असते.

लीडनंतर मुख्य विषयाचे विवेचन येते. हे विवेचन शब्दबंबाळ, आलंकारिक, पसरट असून चालत नाही. मर्यादित जागेत– साधारणत: अडीच ते तीन स्तंभांमध्ये म्हणजे हजार ते दीड हजार शब्दांत विषयाची मांडणी करणे अपेक्षित असते. हे लेखन अभ्यासपूर्ण असावे; परंतु पांडित्यप्रदर्शन करणारे नसावे. त्यामुळे प्रदीर्घ वाक्य, गुंतागुंतीची वाक्यरचना, अपरिचित शब्द, अवघड परिभाषा या बाबी शैली सुबोध असण्याच्या दृष्टीने टाळाव्या लागतात.

वृत्तांतामध्ये अग्रपरिच्छेद जितका महत्त्वाचा असतो तितकाच लेखाचा शेवटही महत्त्वाचा असतो. समारोप असलेल्या शेवटच्या परिच्छेदात प्रतिपाद्य विषयाचे सार असणे आवश्यक आहे. अर्थात, प्रत्येक वेळी नियोजनपूर्ण रीतीने यांत्रिक स्वरूपाचाच शेवट असावा असे नाही. पण साधारणपणे लेखनाचे प्रतिपादन स्वाभाविकपणे जेथे थांबेल तेथे लेख संपविणे उचित ठरते.

मराठीतील उत्तम वृत्तांतलेखनाची उदाहरणे द्यावयाची झाली तर १९८० च्या दरम्यान शेतकरी संघटनेचे कार्यकर्ते विजय परुळकर यांनी शेतकरी आंदोलनात ठिकठिकाणी फिरून 'माणूस' साप्ताहिकात जे वृत्तांतलेखन केले ते 'योद्धा शेतकरी' या ग्रंथात समाविष्ट करण्यात आले आहे. ३ सप्टेंबर १९९३ ते ७ सप्टेंबर १९९३ या कालावधीत 'महाराष्ट्र टाइम्स' मध्ये वेगवेगळ्या लेखकांचे 'धरणग्रस्तांची दैना' विषयावर वृत्तांत प्रसिद्ध झाले आहेत. ते मुळातून पाहण्यासारखे आहेत.

आकाशवाणी : लेखन व स्वरूप

डॉ. गर्जे अनिल लहानु

एकोणिसाव्या शतकात तंत्रविज्ञानामध्ये क्रांतिकारी प्रगती झाली. या तंत्रविज्ञानाच्या प्रगतीच्या आधारे जी महत्त्वाची जनसंवादाची माध्यमे रूढ झाली त्यांपैकी आकाशवाणी हे सर्वात प्रभावी माध्यम आहे. या माध्यमाचा विस्तार आपल्याकडे फार मोठ्या प्रमाणावर झाला आहे. आपल्या दैनंदिन जीवनाचे हे माध्यम एक अविभाज्य अंग झाले आहे.

सर्व जनसंवाद माध्यमात आकाशवाणी हे सुलभ आणि स्वस्त माध्यम आहे. याद्वारे आपल्याला भारताच्या कानाकोपऱ्यांत दूरवर पसरलेल्या लोकांपर्यंत सहज जाऊन पोहचता येते. त्यामुळे खेडी शहरांशी, नवीन विचारांशी जोडली जातात. केवळ करमणुकीसाठीच नव्हे, तर लोक शिक्षणासाठी आकाशवाणीचा उपयोग मोठ्या प्रमाणावर आज होत आहे.

मनोरंजनातून लोकशिक्षण हा आकाशवाणीचा प्रमुख उद्देश असला तरी अद्ययावत माहितीचा प्रसार करण्यात हे माध्यम आघाडीवर राहिले आहे. उपलब्ध माहितीनुसार आकाशवाणीमार्फत देशांतर्गत अठरा भाषांतून ६८ बातमीपत्रे, प्रादेशिक भाषांतून १२३ बातमीपत्रे प्रसारित होतात. त्याशिवाय संसदेतील कामकाजावर आधारित बातमीपत्र, क्रीडाविषयक, तालुका व जिल्हा स्तरावरील बातमीपत्र इत्यादींचा त्यात समावेश होतो.

एखाद्या माध्यमाबद्दल लेखन करावयाचे ठरवले की, त्या माध्यमाबद्दल जाणून घेणे महत्त्वाचे ठरते. त्या माध्यमाच्या गरजा लक्षात घेणे जरुरीचे आहे. म्हणून आकाशवाणीसाठी लेखन करावयाचे झाल्यास प्रथम आकाशवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांचे स्वरूप समजावून घेणे अगत्याचे ठरते. भारतात 'आकाशवाणी' हे माध्यम शासनाच्या अधिपत्याखाली काम करते. त्यामुळे या माध्यमाचा उपयोग जनतेला माहिती पुरविणे, जनतेचे प्रबोधन करणे, रंजन करणे व त्यांच्या दैनंदिन समस्यांमध्ये मार्गदर्शन करणे अशा विविध कारणांसाठी केला जातो. राष्ट्राच्या निर्मितीला आणि समाजाच्या विकासाला हातभार लावण्याचे काम या माध्यमाला करावे लागते. म्हणूनच कार्यक्रमांचे आयोजन करताना श्रोत्यांच्या सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक आणि शैक्षणिक स्तराचे भान ठेवावे लागते. याचवेळी आपल्या देशातील खेड्यांतून राहणाऱ्या शिक्षित जनतेचे भान

ठेवावे लागते. सर्व वर्गातील श्रोत्यांना रुचतील अशा कार्यक्रमांचे आयोजन आकाशवाणीला करावे लागते. म्हणून आकाशवाणीवरून साहित्यविषयक कार्यक्रम, संसद समीक्षा, स्पॉट लाईट, रूपक असे कार्यक्रम केले जातात. त्याचबरोबर मुलांसाठी, युवकांसाठी, महिलांसाठी, सैनिकांसाठी, ग्रामीण जनतेसाठी कार्यक्रमांचे आयोजन केले जाते. एकीकडे शास्त्रीय संगीताचे कार्यक्रम केले जातात. तर दुसरीकडे सुगम संगीत आणि चित्रपट संगीतावर आधारित कार्यक्रमांचे आयोजन केले जाते.

अशाप्रकारे कार्यक्रमांत विविधता असल्याने आणि ते वेगवेगळ्या लक्ष्यगटासाठी करावयाचे असल्याने प्रत्येक प्रकारासाठी लेखन करताना काही पथ्ये पाळावी लागतात. लेखनाच्या विविध पद्धतींचा अवलंब करावा लागतो. आकाशवाणीसाठी लिहिताना जी भाषा बोलीभाषेच्या जवळ जाईल अशीच भाषा लिहावी लागते. शब्दाचे उच्चारण हा यामध्ये महत्त्वाचा घटक असतो. शब्दातून नापसंती, संकोच, राग, लोभ, प्रेम, होकार, नकार इत्यादी भावना पोहोचविल्या जातात. त्यामुळे भाषेला जिवंतपणा येतो. लयबद्धता येते. या सगळ्यांचा उपयोग 'आकाशवाणीसाठी' लेखन करताना करायला हवा. बोलीभाषा ही तुमच्या कानातून मनात जाते आणि त्यामुळे तुमच्या मन:पटलावर त्याचे बरोबर चित्र उमटू शकते. आपण कार्यक्रम ऐकताना आपल्या भावना क्षणाक्षणाला बदलत असतात. आपण प्रत्येक शब्द एकदाच ऐकू शकतो. म्हणून कार्यक्रमाचा परिणाम साधायचा असेल तर श्रोत्यांचे लक्ष पहिल्या क्षणापासून वेधून घेता आले पाहिजे.

जे काही सांगितले जाईल ते त्याचक्षणी समजले पाहिजे. इतके सोपे व सरळ भाषेत असावे लागते. त्यातील मुख्य मुद्दे श्रोत्यांच्या मनावर ठसले पाहिजेत. तसेच या मुद्द्यांनी पुढील मुद्दे समजण्यासाठी पार्श्वभूमी तयार केली पाहिजे. श्रोत्याला कंटाळा येईल इतका वेळ कार्यक्रम होऊ नये. या सर्व गोष्टी या माध्यमासाठी लिहिताना लक्षात ठेवायला हव्यात.

आकाशवाणीसाठी लेखन करताना उद्घोषणा, बातमी, भाषण, रूपक, नभोनाट्य, श्रुतिका इत्यादींसाठी प्रामुख्याने लेखन करावे लागते. उद्घोषणा लिहिताना कोणता कार्यक्रम प्रसारित होणार आहे, किती वाजता होणार आहे इत्यादी माहिती त्यांना सरळ, सुबोध भाषेत मिळायला हवी. आकाशवाणीवरून भाषण-लेखन करत असताना उगीचच अवघड शब्दांत लिहिलेली लांबलचक वाक्ये ही श्रोत्यांच्या दृष्टीने अर्थहीन ठरतात. म्हणून साधी, सरळ, सोपी वाक्यरचना ही चांगल्या रेडिओ भाषणांची वैशिष्ट्ये समजली जातात. वास्तवाची प्रखर जाणीव करून देणे हे रूपकाचे वैशिष्ट्य असते. रूपकाचा उद्देश अशा गोष्टींकडे आपले लक्ष वेधणे, त्याची जाणीव करून देणे हा आहे. रूपकातील भाषा ही जनसामान्यांची असावी. कथन सुटसुटीत वाक्यात असावे. त्यात

अतिशयोक्ती नसावी. नभोनाट्य, श्रृतिका साधारणपणे १५ किंवा ३० मिनिटांचे असते. त्यामुळे नभोनाट्याची बांधणी सैल असून चालत नाही. मोजक्या शब्दांत प्रत्येक प्रसंग उभा करावा लागतो. त्याला त्यातील पात्राचे स्वभाव दर्शन एका फटकाऱ्यात करावे लागते. नभोनाट्य लिहिणाऱ्याला संवाद उत्तमपणे लिहिता आले पाहिजेत. ते सोपे असावेत. अनावश्यक वाक्ये लिहिणे टाळावे. संवाद एकाच वेळी चरित्रचित्रण करणारे, वास्तवाचे दर्शन घडविणारे आणि कथानकाला पुढे घेऊन जाणारे असावेत. पात्रांची संख्या जास्त असू नये. जास्त आवाज श्रोत्यांवर ताण निर्माण करतात.

अशाप्रकारे आकाशवाणीसाठी लेखन करताना प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांच्या स्वरूपानुसार आकाशवाणीच्या मर्यादांनुसार व श्रोत्यांच्या भाषिक आकलनानुसार लेखन करावे लागते.

वेगवेगळ्या प्रकारचे लेखन करताना लेखनाचे कोणते कौशल्य संपादित करता येते, ते पुढीलप्रमाणे सांगता येईल.

संहिता लेखनाची भाषा :

आकाशवाणीच्या कार्यक्रमांमध्ये मोठा वेळ संगीतविषयक कार्यक्रमांसाठी खर्च केला जातो. बाकी सर्व कार्यक्रम या ना त्या प्रकारे बोलीभाषेशीच संबंधित असतात. आकाशवाणीसाठी लेखन करताना लिखित भाषा डोळ्यांतून मनात पोहोचते, तर बोलीभाषा कानातून मनापर्यंत जाऊन भिडते हे सूत्र नेहमी मनात बाळगले पाहिजे.

उद्घोषणा :

आकाशवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांची माहिती दिली जाते. ही माहिती कार्यक्रमाच्या पूर्वी आणि नंतर दिली जाते. याला उद्घोषणा असे म्हणतात. आकाशवाणीवरील सर्वच कार्यक्रमांमध्ये उद्घोषणेला महत्त्वाचे स्थान आहे. त्यामुळे उद्घोषणेचे लेखन करताना ते काळजीपूर्वक केले जाणे आवश्यक असते.

उद्घोषणेतून कोणता कार्यक्रम प्रसारित होणार आहे, कोणत्या केंद्रावरून प्रसारित होणार आहे, किती वाजता प्रसारित होणार आहे याची माहिती श्रोत्यांना अपेक्षित असते. एखादा कार्यक्रम प्रसारित करताना त्या कार्यक्रमाचे लेखन कोणी केले, त्याचे नाव, भाग घेतलेल्या कलावंतांची नावे, सादरकर्त्याचे नाव इत्यादी माहिती उद्घोषणेतून दिली जाते.

उद्घोषणेच्या मजकुराच्या लेखनातून कल्पकता, योजकता, सहजता ही वैशिष्ट्ये प्रगटणे हे यशस्वी उद्घोषणेच्या संहितेचे लक्षणीय वैशिष्ट्य समजले जाते.

भाषण :

आपण सभा-संमेलने यांच्यामधून वेळोवेळी अनेक वक्त्यांची भाषणे ऐकतो; पण आकाशवाणीवरून केल्या जाणाऱ्या भाषणांचे स्वरूप सभा-

संमेलनांतील भाषणांपेक्षा वेगळे असते. आकाशवाणीवरील भाषणांच्यावेळी समोर श्रोते नसतात. हा श्रोतृवृंद समोर बसलेला आहे, असे गृहीत धरून भाषण करावे लागते. आकाशवाणीवरील भाषण उत्स्फूर्त, सुचलेल्या क्रमाने दिलेले नसते, तर ते पूर्णपणे पूर्वनियोजित असते. ते विषयाबर हुकूम लिहून काढावे लागते. हे लिहिलेले भाषण आकाशवाणीवरून वाचून दाखवायचे असते. आकाशवाणीसाठी / भाषण लिहिताना ते पुस्तकी पद्धतीने न लिहिता प्रकट भाषणाची म्हणजे संवादाची सर्व वैशिष्ट्ये लक्षात ठेवून लिहावे लागते. आपण श्रोत्यांशी बोलत आहोत, याची सदैव जाणीव हे भाषण लिहिताना ठेवावी लागते.

श्रुतिका :

श्रुतिका ही नभोनाट्यासारखीच असते; पण तिच्या प्रसारणाचा कालावधी अत्यंत कमी असतो. श्रुतिका ही नभोनाट्याचे लघुरूप असते. श्रुतिकेमध्ये दरवेळी कथा-कल्पनाच घेतली जाते असे नव्हे. त्याचे स्वरूप कौटुंबिक संवादाचे असते. सभोवताली घडणाऱ्या तात्कालिक घटना-प्रसंगावर आपण चहा घेताना जशी हलकीफुलकी चर्चा करू, तसे श्रुतिकेच्या संवादाचे काहीसे अनौपचारिक स्वरूप असते.

रूपक :

रूपक म्हणजे या कार्यक्रमात भाषण, मुलाखत, चर्चा, नाटक, काव्यवाचन या सर्वांचा योग्य तऱ्हेने समर्पक वापर केलेला असतो, त्याला सामान्यपणे रूपक म्हणतात. रूपकात अनेक कलाप्रकारांचा समावेश असल्याने रूपक हा श्राव्य कलाप्रकार लोकप्रिय ठरला. श्रोत्याला रूपक ऐकताना रूपकातील वैविध्यामुळे कंटाळा येत नसल्याने हा कलाप्रकार आकाशवाणीमध्ये लोकप्रिय ठरला. रूपक ही श्राव्य माध्यमाची देणगीच आहे. प्रसारणातील सगळ्या प्रकारच्या कार्यक्रमांचा उपयोग करून एखाद्या विषयाची माहिती पुरविणे, मनोरंजन करणे हे रूपक या कार्यक्रमाचे वैशिष्ट्य आहे.

रूपकाची निर्मिती तीन टप्प्यांतून पूर्ण होते.

१) निवडलेल्या विषयाचे संशोधन.

२) संहिता लेखन.

३) निर्मिती.

रूपकाचा विषय निश्चित ठरल्यानंतर त्या विषयाशी संबंधित गोष्टींची माहिती करून घेण्यास प्रारंभ केला पाहिजे. संबंधित व्यक्तींचा व साधनांचा शोध सुरू केला पाहिजे. त्या संबंधातील पुस्तके, वृत्तपत्रीय कात्रणे, गॅझेट्स् यांच्या नोंदी कराव्यात. या नोंदींना प्राधान्याने क्रमांक द्यावेत. प्रत्यक्ष ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी प्राधान्यक्रम बदलू शकतो. रूपकाची दिशा आधी निश्चित करून त्या पद्धतीच्या मुलाखती, माहिती ध्वनिमुद्रित करावी. रूपकाचे लेखन करताना

लेखकाने मी काय सांगू इच्छितो, आशय नेमकेपणाने व्यक्त करण्यासाठी कोणत्या समर्पक शब्दांचा उपयोग करावा, आशय थोडक्यात कसा मांडावा, या प्रश्नांची उत्तरे शोधली व मनाशी निश्चित केली, तर रूपक चांगले होण्यास मदत होईल.

अशाप्रकारे आकाशवाणी या प्रसारमाध्यमाने मानवी जीवनाशी अविभाज्य नाते निर्माण केले आहे. महानगरीय जीवनापासून खेड्यातील जीवनापर्यंत अग्रगण्य प्रसारमाध्यम समजल्या जाणाऱ्या आकाशवाणीने संपूर्ण जीवनात एक आगळावेगळा आनंद निर्माण केला आहे. त्याचा वापर जवळपास सर्वच समाजांतील स्तरांत होत आहे.

ꣻ ꣻ

आंतरजाल : एक प्रसारमाध्यम म्हणून मराठी

बाळासाहेब दिघे

आंतरजाल (इंटरनेट) माध्यम समाजातील व्यक्तींच्या ज्ञानात भर घालण्याचे कार्य करत असतात. इंटरनेटची संकल्पना १९९५ मध्ये उदयाला आली. माध्यमाद्वारे जगातील एखादी घटना तात्काळ दुसऱ्या ठिकाणी समजू शकते. इंटरनेट माध्यम हे ज्ञानात भर घालण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य करत असतात. या इंटरनेट माध्यमांमुळे साक्षर लोकांना ज्ञान मिळून मनोरंजन होऊ शकते. लोकांपर्यंत माहिती पोहोचविण्याचे महत्त्वाचे कार्य इंटरनेट करत आहे.

इंटरनेट माध्यम हे ज्ञान इंद्रियांचा विस्तार आहे. प्राचीन काळापासून मराठी भाषा समृद्ध करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य प्रसारमाध्यमांनी केले आहे. भाषेबरोबर लोकजीवन समृद्ध करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य प्रसारमाध्यमे करतात. लोकजीवनाबरोबर प्रादेशिक अस्मिता जपण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य प्रसारमाध्यमांनी केलेले आहे.

दिवसेंदिवस इंटरनेटचे महत्त्व वाढत चाललेले आहे. ते आपल्या दैनंदिन जीवनातील नित्याची बाब बनले आहे. आधुनिक युगाची ओळख झाली आहे. या माध्यमाची ताकद विलक्षण आहे. इंटरनेट माध्यमातून साहित्याचे जतन झाले आहे.

इंटरनेट हे जगातील हजारो संगणकांची मुक्त संघटना आहे त्यामुळे अनेक व्यक्ती संदेशाची किंवा माहितीची देवाणघेवाण आणि भागीदारी करतात. हे जाळे संपूर्ण जगभर पसरलेले आहे.

आंतरजाल (इंटरनेट) व्याख्या :

जगातील असंख्य आणि वैयक्तिक संगणक जोडणीला आंतरजाल इंटरनेट म्हणतात. इंटरनेट हे संगणकाचे महाजाल आहे. एक किंवा दोन अधिक संक्षिप्त जाळी एकमेकांशी जोडली की विस्तृत जाळे तयार होते. यालाच इंटरनेट आंतरजाल असे म्हणतात.

केबल्स, टेलिफोन लाईन, सॅटेलाईट लिंक इत्यादी साधनांनी परस्परांना जोडलेले लक्षावधी संगणकांचे जाळे म्हणजे इंटरनेट होय.

आंतरजाल (इंटरनेट)ची मराठी भाषेविषयी कार्ये :

१. माहिती देणे : इंटरनेट हे आपल्या सभोवताली घडणाऱ्या शैक्षणिक,

राजकीय, सांस्कृतिक व आर्थिक घटनांची मराठी भाषेतून विविध वेबसाइट्स्द्वारे माहिती देण्याचे काम करतात.

२. मनोरंजन करणे : टेलिकॉन्फरन्सिंगद्वारे मराठी भाषेचे अध्ययन व अध्यापन करून लोकशिक्षण व समाजजागृती करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य केले जाते.

३. जाहिरात करणे : इंटरनेट माध्यमातून विविध लेखक किंवा प्रशासक लिखित साहित्याची जाहिरात करतात. यामुळे एकाच वेळी केलेली जाहिरात हजारो लोकांपर्यंत जलद गतीने पोहोचली जाते.

४. राष्ट्रीय विकासात सहभाग : इंटरनेट राष्ट्रीय विकासात महत्त्वाचा वाटा उचलतात. राष्ट्रीय विकास होण्यासाठी जनतेच्या अंत:करणात राष्ट्रभक्ती जागविण्याचे कार्य मराठी भाषांतून केले जाते.

५. नोकरीविषयक माहिती : विविध कंपन्यांमध्ये, संस्थांमध्ये तसेच परदेशात उपलब्ध असलेल्या रिक्त जागांची माहिती मराठी भाषेतून दिली जाते.

६. मासिके, नियतकालिके, वर्तमानपत्रे, पुस्तके इत्यादीविषयक माहिती मराठी भाषेतून दिली जाते.

७. पत्रव्यवहार : निरोप, संदेश, मजकूर, चित्रे, प्रतिमा, ध्वनी इत्यादींची देवाणघेवाण वेगवेगळ्या भाषांतून केली जाते.

८. ब्लॉग्ज : विविध व्यक्ती मराठी भाषेतून आपली मंते, विचार, लिखित साहित्य ब्लॉग्जच्या माध्यमातून प्रकाशित करतात. यामध्ये महाराष्ट्रीय व्यक्तींबरोबर अनिवासी मराठी व्यक्ती सहभागी होतात.

९. फेसबुक : फेसबुकच्या माध्यमातून राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय मराठी व्यक्तींची ओळख वाढली जाते व एकमेकांच्या विचारांची देवाणघेवाण होऊ शकते.

१०. खेळ : विविध प्रादेशिक खेळ, खेळाडू याबद्दल माहिती दिली जाते.

११. दैनंदिन व्यवहार : रेल्वे, विमान प्रवासाचे आरक्षण, बँक व्यवहार, वर्गणी, प्रिमिअम भरणे, ऑनलाईन सल्लागार इत्यादीविषयी मराठी भाषेतून माहिती दिली जाते.

१२. याचबरोबर विविध सॉफ्टवेअर, ई-मेल, वार्तागट, वर्ल्ड वाइड वेब, निरनिराळ्या भाषांतील चित्रपट याविषयी माहिती दिली जाते.

१३. ॲनिमेशनचा उपयोग करून पाठ्य विषयातील संकल्पना सोप्या केल्या जातात.

१४. शिक्षक स्वत:च्या कल्पकतेने अध्यापनविषयक वेबसाईट तयार करू शकतो.

१५. इंटरनेटद्वारे शैक्षणिक व व्यावसायिक मार्गदर्शक केले जाते. शिक्षणसंस्थांबद्दल माहिती मिळू शकते.

१६. ई–मेल किंवा ब्राऊजच्या मदतीने शंकेचे निरसन करता येते.
१७. शारीरिक व आरोग्यविषयक माहिती आंतरजालावर मराठी भाषेतून मिळू शकते.
१८. मराठी विषयासाठी संदर्भसाहित्याचा उपयोग करता येऊ शकतो.
१९. विविध मराठी भाषा साहित्यातील नामवंत लेखक, कवी, नाटककार, विचारवंत, अभिनेते, सामाजिक कार्यकर्ते, नामांकित राजकारणी यांच्याविषयी मराठी भाषेतून माहिती दिली जाते.

इंटरनेट माध्यमाचे फायदे :

१. आंतरजालामार्फत जगातील कोणतीही माहिती तपशीलवार केव्हाही उपलब्ध होऊ शकते.
२. आंतरजालामार्फत माहिती मुद्रित असल्याने हवी तेव्हा मिळू शकते.
३. इंटरनेटद्वारे माहितीची देवाणघेवाण सहजपणे होऊ शकते.
४. इंटरनेटद्वारे उपयुक्त माहिती संग्राह्य स्वरूपात ठेवता येते.
५. आंतरजालाद्वारे शैक्षणिक उपयोजनासाठी प्रसारमाध्यमांचा उपयोग केला जातो.
६. याचबरोबर ज्ञानाचे संग्रहण केल्याने लोकशिक्षण देता येते.

इंटरनेट माध्यमाचे तोटे :

१. इंटरनेटद्वारे चुकीचा संदेश पसरविला जाण्याचा धोका असतो.
२. व्यक्ति–व्यक्तींमध्ये स्पर्धा सुरू होऊन काही वेळेस वाद उत्पन्न देखील होऊ शकतो.
३. चुकीची धोरणे व मूल्ये सर्वत्र पसरविली जाऊ शकतात.
४. मानवी जीवनात एक प्रकारची कृत्रिमता व यांत्रिकता येण्याची शक्यता असते.
५. अतिजाहिरातबाजीमुळे अतिव्यापारीकरण होऊ शकते.
६. लहान मुले आंतरजालाचा दुरुपयोग करण्याची शक्यता असते.
७. इंग्रजी भाषा ज्यांना येत नाही त्यांच्यासाठी अडचणीचे ठरू शकते.
८. संगणकाचे प्रशिक्षण न घेतलेल्यास वापर करणे कठीण होऊ शकते.

एक प्रसारमाध्यम म्हणून मराठी भाषेतील मुद्रित साहित्य : एक अभ्यास

बाळासाहेब दिघे

प्रस्तावना :

प्रसारमाध्यमे ही लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हणून ओळखली जातात. समाजातील व्यक्तींच्या ज्ञानात भर घालण्याचे कार्य करत असतात. जगातील एखादी घटना तात्काळ दुसऱ्या ठिकाणी समजू शकते. साक्षर व निरक्षर लोकांचे लोकशिक्षण होऊन त्यांचेदेखील ज्ञान मिळून मनोरंजन होऊ शकते. लोकांपर्यंत माहिती पोहोचविण्याचे महत्त्वाचे कार्य प्रसारमाध्यमे करत आहेत. समाजातील आर्थिक दुर्बल घटकातील लोकांना त्यांचे हक्क मिळवून देण्याचे महत्त्वपूर्ण काम करतात.

भाषा ही प्रवाही असते. ती साचलेल्या डबक्यासारखी नसते. भाषेमध्ये सतत नवनवीन शब्दांची भर पडत असते. जुने शब्द जाऊन नवीन शब्द रूढ करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य भाषा करत असते. प्रसारमाध्यमे ही ज्ञानइंद्रियांचा विस्तार असल्याने समाजाचे नियमन करण्याचे महत्त्वपूर्ण काम करतात. प्राचीन काळापासून मराठी भाषा समृद्ध करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य प्रसारमाध्यमांनी केले आहे. याचबरोबर लोकजीवन समृद्ध करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य काही प्रमाणात केलेले आहे. दीनदलितांना न्याय व हक्क मिळवून देण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य ही माध्यमे करताना दिसून येतात. अशा प्रकारे समाजासाठी सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक व आर्थिक समस्या सोडविण्याचे काम प्रसारमाध्यमे करत असतात. यामुळे प्रसारमाध्यमे ही समाजाचा एक अविभाज्य घटक बनलेली आहेत.

मुद्रित प्रसारमाध्यमांचे प्रकार :

१) वृत्तपत्रे २) साप्ताहिके ३) मासिके
४) त्रैमासिकें ५) वार्षिक अंक ६) संदर्भ साहित्य
७) पुस्तके.

गरज व महत्त्व :

वाढत्या माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात शिक्षकांना आपल्या विद्यार्थ्यांची जिज्ञासा पूर्ण करावी लागते. शिक्षकाने आपले ज्ञान वाढविण्यासाठी

अभ्यासक्रमाव्यतिरिक्त अधिकाधिक साहित्याचे वाचन करणे आवश्यक आहे. वाचनामुळे नवनवीन गोष्टींचे ज्ञान होते. शिक्षकांची मुद्रित साहित्य वाचनाबद्दल गोडी किती आहे, मराठी भाषेतील किती साहित्य वाचतात याबद्दल सर्व शिक्षक, विद्यार्थी यांना उपयोगी पडावे या दृष्टीने संशोधन समस्यांची सोडवणूक केली.

कार्यात्मक व्याख्या :

प्रसारमाध्यमे : प्रस्तुत संशोधनात मराठी, हिंदी व इंग्रजी भाषांमधील केवळ मुद्रित साहित्य म्हणजेच प्रसारमाध्यमे होय.

संशोधनाची उद्दिष्टे :

१. शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील शिक्षकांची मराठी भाषेतील मुद्रित पुस्तके, वृत्तपत्रे, साप्ताहिके, मासिके, त्रैमासिके, वार्षिक अंक वाचनाची आवड शोधणे.
२. शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील शिक्षक हे संदर्भ साहित्य म्हणून मराठी भाषेतील मुद्रित साहित्याचा वापर करतात का हे शोधणे.
३. शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील शिक्षक हे दिनदर्शिका लिहितात का? हे तपासणे.
४. शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील शिक्षक हे मराठी भाषेतील दिनदर्शिकेचा वापर करतात का हे शोधणे.

संशोधकाची गृहितके :

शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील शिक्षक हे मराठी भाषेतील मुद्रित साहित्याचा वापर करतात.

संशोधनाची व्याप्ती व मर्यादा :

व्याप्ती : प्राचार्य, शिक्षक व विद्यार्थी या सर्वच लोकांसाठी प्रसार माध्यमे म्हणजेच मुद्रित साहित्य हे उपयोगी ठरत असून त्याची व्याप्ती आहे.

मर्यादा : महाराष्ट्रातील विविध राज्यांतून आलेले, विविध विद्यापीठांतील शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील मार्च २०१० या वर्षातील उजळणी वर्गाला आलेले प्राध्यापक.

संशोधन पद्धती :

प्रस्तुत संशोधनासाठी 'सर्वेक्षण संशोधन पद्धती' वापरण्यात आलेली आहे.

७.१ जनसंख्या : महाराष्ट्र राज्यातील सर्व शिक्षणशास्त्र महा-विद्यालयांतील प्राध्यापक.

७.२ न्यादर्श : महाराष्ट्र राज्यातील सर्व शिक्षणशास्त्र महाविद्यालयांतील प्राध्यापक.

माहिती संकलनाची साधने :

सदर संशोधनाची प्रश्नावलीद्वारे माहिती संकलित केलेली आहे.

माहिती विश्लेषणाची साधने :

सदर संशोधनात मिळालेल्या माहितीचे शेकडेवारी पद्धतीने विश्लेषण केले आहे.

संशोधनाची कार्यवाही :

समस्या निश्चिती
उद्दिष्टे
न्यादर्श
प्रश्नावली निर्मिती
माहितीचे संकलन
माहितीचे विश्लेषण
निष्कर्ष
शिफारसी
अहवाल लेखन.

ഌ ഋ

पत्रकारिता व सामाजिक बांधिलकी

शिवाजी शिंदे

पत्रकारिता हे समाज विकासाचे अत्यंत महत्त्वाचे माध्यम आहे. वर्तमानपत्र हा समाजाचा आरसा असतो. समाजात होणाऱ्या अनेक चांगल्या व वाईट घडामोडींचे चित्र वृत्तपत्रात पाहयला मिळते. पत्रकाराच्या लेखणीने समाजाला दिशा दाखवायची असते, चांगल्या गोष्टींबद्दल जनमत तयार करायचे असते; पण आजची वर्तमानपत्रे ते करतात का? हा प्रश्न आहे. एकविसाव्या शतकातील माणसाचे जीवन अतिशय गतिमान झाले आहे. रोज नवनवे प्रश्न त्याच्यासमोर उभे राहत आहेत. कधी त्सुनामी येते, कोठे अतिरेक्यांचे हल्ले होतात, तर कधी अचानकपणे स्वाईन फ्ल्यूसारखा रोग पसरतो. अशा भयावह स्थितीत वर्तमानपत्रांनी सामाजिक बांधिलकी बाळगून समाजाला धीर द्यावा ही अपेक्षा असते.

सामाजिक, राजकीय, आर्थिक व सांस्कृतिक बदलांना प्रक्षेपित करणे हा पत्रकारितेचा महत्त्वाचा उद्देश आहे. पत्रकाराने निःपक्षपणे व निर्भिडपणे लिहावे, यातून समाजाला योग्य तो मार्ग दाखवावा ही अपेक्षा वर्तमानपत्रांकडून असते. खरे तर वर्तमानपत्र माणसाच्या रोजच्या जगण्यातील प्रत्येक गोष्टीला जोडले गेलेले आहे. म्हणूनच आपल्या वाटचालीत माणूस केंद्रबिंदू असावा अशी अपेक्षा या प्रसारमाध्यमांकडून असते पण या अपेक्षा आजची वर्तमानपत्रे कितपत पूर्ण करतात हा प्रश्न पडायला लागला आहे, कारण आपले आर्थिक उत्पादन वाढवणे किंवा आपली राजकीय भूमिका मांडून मतांची गोळाबेरीज करणे यापलीकडेही वृत्तपत्रांनी विचार करण्याची गरज आहे. आजची पत्रकारिता ही गोष्ट केवळ छापणे, वाचणे आणि पैसा मिळवणे एवढ्यापुरती मर्यादित राहिली नाही. ती वेगवेगळ्या अंगाने विकसित झाली आहे. पत्रकारितेची विविध अंगे समजून घेतली की आजची पत्रकारिता सामाजिक हेतूने कशी विकसित झाली पाहिजे याचे उत्तर आपल्याला मिळेल, शेवटी समाज हाच पत्रकारितेचा पट आहे. हे कोणत्याही पत्रकाराला विसरून चालणार नाही. अशा सामाजिक विकासाला पोषक असणारी विविध अंगे आपल्याला दिसतात.

विकास पत्रकारिता (Development Journalism) :

दुसऱ्या महायुद्धानंतर संयुक्त राष्ट्र संघटना (यूनेस्को) ची स्थापना झाली. यातून प्रगत औद्योगिक राष्ट्रे, कम्युनिस्ट राष्ट्रे आणि नव्याने स्वतंत्र झालेली पण अप्रगत व मागासलेली राष्ट्रे असे जगाचे तीन भाग तयार झाले आणि मागासलेल्या तिसऱ्या जगातील राष्ट्रांना मदत करून त्यांना आपल्यात सामील करून घेण्यासाठी अमेरिका व रशिया या देशांनी प्रगतीच्या दिशेने वाटचाल केली. तिसऱ्या जगातील अप्रगत राष्ट्रांच्या विकासासाठी वृत्तपत्रे व जनसंज्ञापन माध्यमे महत्त्वाची भूमिका पार पाडू शकतील या विश्वासातून १९५० च्या दशकात 'विकास पत्रकारिते'चा उदय झाला.

माणूस जीवनात दररोज अनेक संकटांना सामोरा जातो. आतंकवाद, हल्ले, आर्थिक मंदी, आरोग्याचे प्रश्न, आणि भ्रष्टाचार यांसारख्या घटना तो पाहतो आणि ऐकतो. वृत्तपत्रांतून अशा भयभीत करणाह्न्या बातम्या त्याला वाचायला मिळतात. निसर्गापासून मानव जसा दुरावला तेव्हापासून तो असुरक्षित बनला आहे. या सगळ्यात भर घातली ती रोजच्या जीवनात घडणाऱ्या अनेक वाईट घटनांनी, की ज्या तो वर्तमानपत्रातून वाचतो व त्यावर विश्वास कधी ठेवतो, तर कधी निराश होतो. यातून बाहेर काढण्याचे काम विकास पत्रकारिता करते.

मानवाच्या मनातील निराशावाद घालवून, आपल्या बातमीच्या माध्यमातून माणसाच्या जीवनात आशावाद निर्माण करणे म्हणजेच विकास पत्रकारिता होय. विकास, सामाजिक विकास पत्रकारितेचा कणा आहे. प्रगती, वाढ, सुधारणा, उन्नती, विस्तार म्हणजेच समाजातील मानवाचा विकास होय. विकास ही संकल्पना इतर संकल्पनेपेक्षा भिन्न आहे. विकास हा जसा सकारात्मक आहे तसा तो नकारात्मकसुद्धा असू शकतो. विकास न होताही बदल होऊ शकतो. विकास हा कायमचा चांगला, सकारात्मक व अनुकूल असा आहे. एखादी व्यक्ती फक्त शरीराने विकसित होते; पण बुद्धीने विकसित होत नाही. केवळ वाढ म्हणजे विकास नव्हे; हे लक्षात घेण्यासारखे आहे.

सकारात्मक विकास झाला तर तो समाजाच्या दृष्टीने अनुकूल असतो. समाजात सामाजिक भावाना निर्माण करणे, आपण करीत असलेल्या सकारात्मक प्रयत्नातून भविष्याची निर्मिती होते, ही भावना वाढीस लावणे हा हेतू विकास पत्रकारितेचा होय. विकास म्हणजे दारिद्र्याचे विघटन, वैज्ञानिक दृष्टिकोण, पुरोगामी विचार, आधुनिकता, शैक्षणिक दर्जा यांच्या माध्यमातून समाज, देश यांची उन्नती होय.

विकास पत्रकारिता म्हणजे फक्त सामाजातील घटनांवर प्रकाश टाकणे नव्हे तर त्या घटनेची विकास प्रकिया नोंदविणे होय. एखादी घटना का घडली?, त्या घटनेमागील कारणे व परिणाम यांची घेतलेली नोंद म्हणजे विकास पत्रकारिता

होय. समाजात घडणाऱ्या सर्व सरकारी व निमसरकारी घटनांची वाटचाल योग्य दिशेने आहे की नाही व चुकीच्या दिशेने होणाऱ्या गोष्टींची प्रक्रिया नोंदवणे आणि त्यावर प्रकाश टाकणे म्हणजे विकास पत्रकारिता होय. अज्ञानातून बाहेर काढणे, सत्य व वास्तव माहिती उजेडात आणणे आणि समस्यांना मार्ग मोकळा करून देण्याचे काम विकास पत्रकारिता बजावते. विकास पत्रकारिता सकारात्मक दृष्टिकोण निर्माण करण्यास मदत करते, सरकारी व निमसरकारी धोरणात सहभाग घेण्यास प्रवृत्त करते, समस्यांचे विश्लेषण करणे, माहिती देणे व मनोरंजन करणे, शैक्षणिक महत्त्व आणि विज्ञानवादी दृष्टिकोण निर्माण करणे, समाज व सरकार यांना जोडणारा दुवा ही महत्त्वाची उद्दिष्टे विकास पत्रकारितेची आहेत.

समाजातील व मानवाच्या जीवनाशी निगडित असणारे सगळे घटक विकास पत्रकारितेचे विषय होत. त्यात आरोग्य, उद्योगधंदे, शिक्षण, कृषी, भूमी, मानव व मानवी हक्क, पर्यावरण, वाहतूक व दळणवळण, अर्थ आणि राष्ट्रीय एकात्मता या घटकांतून विकास पत्रकारिता विकास घडवण्याचे कार्य करते.

शोध पत्रकारिता (Investigative Reporting) :

'पेंटॅगॉन पेपर्स' या नावाने प्रसिद्ध असलेला कालखंड म्हणजे शोध पत्रकारिता होय. १९६०च्या दशकात अमेरिकेत व १९७०च्या दशकात भारतात शोध पत्रकारितेचा प्रारंभ झाला. घडलेली कोणतीही घटना, बातमी समाजात माहीत होऊ नये अशा उद्देशाने दडपून टाकाविशी वाटणे, अशी बातमी सार्वजनिक हितासाठी शोधून काढणे व वाचकांना पुराव्यानिशी सादर करणे म्हणजे शोध पत्रकारिता होय. अशा अनेक घटना भारतात व अमेरिकेत घडल्या. त्यातून शोध पत्रकारिता विकसित झाली. भारतात मध्यप्रदेशातील आदिवासी स्त्रियांची होणारी विक्री, भांगलपूरच्या तुरुंगात कैदी गुन्हेगारांच्या डोळ्यांत ॲसिड घालण्याचा प्रकार आणि बोफोर्स या युद्धातील रणगाड्यांच्या खरेदीमध्ये उच्च पदस्थांनी केलेला भ्रष्टाचार, भारतातील 'इंडियन एक्सप्रेस', 'इंडिया टुडे' आणि 'हिंदू' या वृत्तपत्रांनी शोध पत्रकारितेच्या माध्यमातून प्रकाशात आणला.

समाजातील सरकारी यंत्रणा, संस्थांचे व्यवहार, त्यांच्या जबाबदाऱ्या, हक्क व कायद्यांचे पालन योग्य पद्धतीने होत आहे की नाही, स्वतःच्या फायद्यासाठी, स्वार्थासाठी या अधिकारांचा दुरुपयोग होत आहे का? होत असेल तर बातमीदार आपल्या लेखणीतून त्या घटनेला, बातमीला न्याय देण्याचे काम करतो. हे कार्य पत्रकार शोध पत्रकारितेच्या माध्यमातून करतो. या पत्रकारितेत पत्रकाराच्या जिवाला धोका असण्याची शक्यता नाकारता येत नाही म्हणून तिला खूप धोक्याची पत्रकारिता' (High Risk Journalism) असेही म्हणतात.

शोध पत्रकारितेत काही नियमांचे काटेकोरपणे पालन करावे लागते. आपण ज्या घटकांचा शोध घेत आहे त्या बातमीचे भक्कम पुरावे (Authentic) मिळवणे

आवश्यक आहे. आपल्याला माहिती पुरवणाऱ्याविषयी गुप्तता बाळगावी. शोध घेत असताना समाजाच्या हिताचा, मानवतेचा विचार करावा. एखादा राजकीय पक्ष, गट किंवा व्यक्ती डोळ्यासमोर ठेवू नये. मिळालेल्या माहितीचा पत्रकाराने दुरुपयोग करू नये किंवा दुसरी एखादी व्यक्ती या माहितीचा फायदा घेणार नाही याची दक्षता घ्यावी. हाती आलेल्या घटनेची माहिती तपासणे ही त्यांची नैतिक जबाबदारी असून नंतरच ती प्रसिद्ध करावी. एखाद्या घटनेच्या माहितीचा शोध घेताना आळस करू नये. दिवस-रात्र त्याची काम करण्याची तयारी असावी. वेळेचा विचार न करता सामाजिक जबाबदारीच्या अनुषंगाने शोध पत्रकारिता करावी. सामाजिक कर्तव्यांचे पालन करणे ही त्याची पहिली जबाबदारी आहे.

शोध पत्रकारिता करताना कायद्याचे उल्लंघन होणार नाही याची काळजी घ्यावी लागते. सर्व बाबींचा कायदेशीर शोध घेणे महत्त्वाचे असते. बातमीदाराने कायदा हातात घेऊ नये. वृत्तपत्र संस्थांनी शोधपत्रकाराची नेमणूक करताना आवश्यक असणाऱ्या सुविधा त्याला पुरवणे आणि त्याने मिळवलेल्या माहितीला वृत्तपत्रात अभिव्यक्तीसाठी जागा देणे महत्त्वाचे असते. शोध पत्रकारितेच्या माध्यमातून पत्रकार अन्यायाला वाचा फोडण्याचे महत्त्वाचे कार्य करत असतो.

अन्वयार्थक पत्रकारिता (Interpretive Journalism) :

बातमीच्या मागे असलेली घटना व त्या घटनेमागील कारणांचे सामाजिक, राजकीय आणि आर्थिक विश्लेषण करावे, वाचकाला ती बातमी समजण्यास सोपी जाईल या उद्देशाने विस्तारित करून लिहिणे म्हणजेच अन्वयार्थक पत्रकारिता होय. अन्वयार्थक या शब्दाचा अर्थ 'अभिप्राय' हा असून पत्रकार आपल्या भाषेत त्या बातमीचे विश्लेषण करून ती समाजातील सर्व स्तरांतील लोकांना कळेल या पद्धतीने तिची मांडणी करतो. कारण सर्वसामान्य जनतेला कायदा, विज्ञान, सरकारी धोरण, अर्थसंकल्प, पर्यावरण, स्वाईन फ्ल्यूसारखा व्हायरस इ. काही अवघड विषयांचे म्हणजे परिपूर्ण ज्ञान नसते; त्यामुळे त्याला ती सोप्या व समजेल अशा भाषेत लिहावी व मांडावी लागते. वेळप्रसंगी तज्ज्ञांची मदतसुद्धा या पत्रकारितेत घेतली जाते. वृत्तपत्राच्या माध्यमातून जनमत बनविणे, विकास साधणे व वाचकांचे उद्बोधन करणे हे महत्त्वाचे कर्तव्य अन्वयार्थक पत्रकारिता पार पाडते.

समाजातील काही कुटील प्रश्नांचे विश्लेषण बातमीतून केले जाते. काही प्रश्न समजण्यास अवघड असतात. त्या बातमीत असणाऱ्या कायदेविषयक गोष्टी (मोका, पोटा अशा कायद्यां)पासून सामान्य नागरिक वंचित असतो. त्या बातमीतील सार, आशय, हेतू वाचकाला समजला नाही तर गोंधळ होऊन गैरसमज होण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. सरकारची धोरणे, एखादा नवा कायदा, कर योजना, विशिष्ट तरतुदी यांच्याविषयी वृत्तपत्रात येणाऱ्या बातम्यांचे विश्लेषण पत्रकार आपल्या शैलीने समाजापुढे मांडण्याचे काम अन्वयार्थक

पत्रकारितेतून करत असतो.

देशी आणि विदेशी बातम्यांचा अन्वयार्थ लावताना बातमीदाराला, भारताचे विविध देशांशी असणारे आपले संबंध, त्यातील परस्पर व्यवहार याची परिपूर्ण माहिती हवी. याबरोबर त्याच्याकडे सकारात्मक दृष्टिकोण, भरपूर वाचन, विविध प्रश्नांचा पाठपुरावा करण्याची वृत्ती, जिज्ञासा, चिकित्सकवृत्ती या कौशल्यांची आवश्यकता असायला पाहिजे.

पीत पत्रकारिता (Yellow Journalism) :

एकोणिसाव्या शतकाच्या शेवटच्या दशकात अमेरिकेत 'पीत पत्रकारिता' या संज्ञेचा उगम झाला. खप वाढवण्यासाठी, भडकपणाचा आश्रय घेणाऱ्या पत्रकारितेसाठी 'पीत पत्रकारिता' ही संज्ञा वापरली जाते. खप वाढवण्याच्या दृष्टीने दिवसेंदिवस ही पत्रकारिता फोफावत आहे. एकोणिसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात अमेरिकेत वृत्तपत्रातील विनोदासाठी रंगीत छपाईचा वापर केला जाऊ लागला. त्या काळात अनेक लोकप्रिय असलेल्या विनोदी चित्रपट व मालिकांच्या शीर्षकांसाठी पिवळ्या रंगाच्या शाईचा वापर केला गेला. तेव्हा पासून 'पीत पत्रकारिता' ही संकल्पना प्रथमता वापरात आली. कालांतराने ही पत्रकारिता वाईट घटना, कृत्ये व अप्रवृत्तीची निदर्शक करू लागली. समाजातील भडक आणि मानवी भावनांना आवाहन करणाऱ्या मजकुरांवर या पत्रकारितेचा भर आहे.

समाजात असणारी गुन्हेगारी, लैंगिकता, भ्रष्टाचार, चमत्कार, अंधश्रद्धा या अपकृत्यांचा वापर आपल्या वृत्तपत्राचा खप वाढवण्यासाठी केला जात आहे. मानवांच्या भावनांना आव्हान देण्याचे व चिथावण्याचे काम पीत पत्रकारिता करते. या माध्यमातून समाजातील अन्यायाला वाचा फोडण्याचे व त्या अपकृत्यांना प्रसिद्धी देण्याचे काम पीत पत्रकारिता करते. वाचकांच्या मनावर प्रभाव पाडण्यासाठी भडक मथळे, वृत्तपत्रीय लेख, छायाचित्रे याचा समावेश पीत पत्रकारितेत केला जातो. वाचकांना आकर्षित करण्यासाठी वेगवेगळ्या स्पर्धा योजना, विजेत्यांना आकर्षक बक्षिसे यांसारख्या अनेक तंत्रांचा अवलंब या पत्रकारितेत होतो.

छायाचित्र पत्रकारिता (Photo Journalism) :

एकविसाव्या शतकात छायाचित्र पत्रकारितेला महत्त्वाचे स्थान प्राप्त झालेले आहे. छायाचित्रांच्या माध्यमातून साधलेला सुसंवाद म्हणजेच छायाचित्र पत्रकारिता होय. बातमीदार या पत्रकारितेतून बातमीतील सत्य आणि वस्तुस्थिती मांडण्याचा प्रयत्न करतो. या छायाचित्राच्या माध्यमातून वाचकाला परिस्थिती व वास्तवाची जाण होण्यास मदत होते. बातमीदार या पत्रकारितेत छायाचित्र, व्यंग्यचित्र, रेखाटने, नकाशे, कल्पनाचित्र आदींच्या मार्फत समाजात माहिती पोहचवण्याचे कार्य करत असतो. ज्या बातमीदाराला छायाचित्र घेण्याचे कौशल्य

आहे असा पत्रकार छायाचित्र पत्रकारितेसाठी योग्य असा आहे. बातमी चित्र स्वरूपात असल्याने घटनांचा, बातमीचा उलगडा सहज होतो. बातमीदाराने वृत्तपत्रासाठी छायाचित्र प्रसिद्ध करताना ते तांत्रिक गुणसंपन्न असण्यापेक्षा पत्रकारितेसाठी लागणाऱ्या मूल्यांचा अधिक विचार करावा. कारण वाचक आपल्या कानापेक्षा डोळ्यांवर अधिक विश्वास ठेवतात. त्यामुळे बातमीदाराने वास्तवता आणि विश्वासार्हता दर्शविणारे छायाचित्र घेणे आवश्यक आहे.

छायाचित्र बातमीला पूरक अशा स्वरूपाचे असावे अन्यथा त्याचा समाजातील घटकांवर परिणाम होतो. छायाचित्रातून गैरसमज होणे, भावना दुखावणे व इतर वाईट प्रवृत्तीला पोषक असे वातावरण निर्माण होऊ शकते, ते होऊ नये याची काळजी छायाचित्र पत्रकाराने घ्यावी. छायाचित्र बनावट, दिशाभूल करणारे, न्यायालयीन कारवाई ओढून घेणारे व हीन अभिरुचीचे असू नये. हे निकष छायाचित्र पत्रकाराने छायाचित्र घेताना पाळावेत; पण आधुनिक छायाचित्र पत्रकारितेत हे निकष पाळलेच जातात असे नाही. काही वृत्तपत्रांतून नको असणाऱ्या चित्रांना प्रसिद्धी दिली जाते. त्यातून समाजात अनैतिकता, भीती, हिंसाचार इ. प्रवृत्तींना वाव मिळण्यास मदत होते.

धनादेश पत्रकारिता (Checkbook Journalism) :

धनादेश पत्रकारितेचा उपयोग पाश्चात्त्य राष्ट्रांत मोठ्या प्रमाणावर होत आहे. वृत्तपत्राच्या प्रसिद्धीसाठी पाश्चात्त्य राष्ट्रांमध्ये गुन्हेगारांच्या अनुभवासाठी किंवा कबुलीजबाबासाठी त्यांना मोठ्या रकमा देण्याचा प्रकार सुरू आहे. आर्थिक मोबदला देऊन असे लिखाण वृत्तपत्रात प्रसिद्ध करणे यातून धनादेश पत्रकारितेचा जन्म झाला. वाचकांचे मनोरंजन व वृत्तपत्राचा खप वाढवण्यासाठी ही अनैतिक कृत्ये वृत्तसंस्था करतात. वाढत चाललेल्या वृत्तपत्र व्यवसायातून व अस्तिव टिकवण्याच्या स्पर्धेपोटी ही संकल्पना उदयाला आलेली दिसते. वृत्तपत्राच्या रविवार आवृत्तीला अधिक वाचनीय करून वाचकांना आकर्षित करण्याची स्पर्धा वृत्तपत्रांमध्ये सुरू आहे. एखादी कथा किंवा घटना क्रमशः छापणे यांसारखे उपक्रम वृत्तपत्रांनी सुरू केले. परंतु याचे नियम, मानदंड पाश्चात्त्य राष्ट्रांमध्ये गुन्हेगारांच्या अनुभवासाठी व कबुलीजबाबासाठी त्यांना मोठ्या रकमा देण्याच्या वाईट कृत्यातून होत आहे.

धनादेश पत्रकारितेत गुन्हेगाराला गुन्हा करताना आलेले अनुभव किंवा गुन्हा कसा केला यांची कबुली या प्रकारच्या वृत्तपत्रात बातमीच्या माध्यमातून प्रसिद्ध केली जाते. मानवाचा चिकित्सा हा स्वभाव गुणधर्म आहे. त्यामुळे समाजातील सामान्य जनतेच्या मनात गुन्हेगाराने गुन्हा करताना कोणत्या युक्त्या व योजना केल्या हे जाणून घेण्याची तीव्र इच्छा असते. अशा गुन्हेगारांचे जर अनुभव व कबुलीजबाब वृत्तपत्रातून छापून आले तर साहजिकच वृत्तपत्रांचा खप वाढतो व

त्याचा फायदा वृत्तपत्र व्यवसायिकांना होतो. जर एखाद्या वृत्तपत्राने दूधभेसळ करणाऱ्या गुन्हेगारांचे अनुभव किंवा कबुलीजबाब छापले तर साहजिकच त्या वृत्तपत्राचा खप वाढेल.

गुन्हेगारांच्या अनुभवातून वाचकांचे मनोरंजन करणे व आपल्या वृत्तपत्राचा खप वाढवणे हे अनैतिक कृत्य आहे. अशा कृत्यांना आळा घालण्यासाठी 'प्रेस कौन्सिल'ने एक महत्त्वाचे फर्मान काढले. त्यात तीन महत्त्वाच्या उद्घोषणा केल्या आहेत.

१. एखाद्या गुन्हेगारी स्वरूपाच्या खटल्यामधील साक्षीदाराला खटला संपेपर्यंत माहिती व वृत्त कथनासाठी पैसे देण्यात येऊ नये किंवा पैसे देण्याचे आश्वासन देऊ नये.

२. खटला संपेपर्यंत गुन्हेगारी स्वरूपातील कोणत्याही साक्षीदाराला खटला संपेपर्यंत प्रश्न विचारू नये.

३. गुन्ह्यांत व अन्य प्रकारच्या वाईट कृत्यांत गुंतलेल्या व्यक्तीला त्यांच्या अनुभवाबद्दल किंवा जबाबीबद्दल पैसे देण्यात येऊ नये.

या महत्त्वाच्या उद्घोषणाचे पालन करावे व वृत्तपत्रकारितेची नीतितत्त्वे धनादेश पत्रकारितेने आचरणात आणावीत.

क्रीडा पत्रकारिता (Sport Journalism) :

जागतिक व देशी क्रीडाविषयक बातम्या वृत्तपत्रांतून प्रसिद्ध केल्या जातात. क्रीडाविषयक माहिती देणे व क्रीडाशौकिनांचे मनोरंजन करणाऱ्या बातमीला क्रीडा पत्रकारिता म्हणतात. देशात सांघिक व एकोप्याची भावना निर्माण करण्यासाठी क्रीडांचे आयोजन करणे. युवा वर्गात प्रोत्साहन निर्माण करण्याचे महत्त्वाचे कार्य क्रीडा पत्रकरिता करते आणि या क्रीडेला प्रसिद्धी देण्याचे, जनजागृती करण्याचे काम क्रीडा वृत्तपत्रे करतात. राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय क्रीडांना प्रसिद्धी देणे तसेच क्रीडांच्या माध्यमातून सलोख्याचे संबंध स्थापित करण्यास क्रीडा पत्रकारिता ठोस पावले उचलते. या पत्रकारितेत देशीय, आंतरराष्ट्रीय, स्थानिक क्रीडांच्या बातम्यांना प्रसिद्धी दिली जाते. क्रीडापत्रकारितेतून खेळाचे महत्त्व, राष्ट्रीय आंतरराष्ट्रीय स्पर्धा, सामने आणि खेळांत यश संपादन केलेल्या व्यक्तींविषयक माहिती यांचा समावेश असतो.

कृषी पत्रकारिता (Agriculture Journalism) :

मानवाची अन्न ही मूलभूत गरज आहे. या गरजेचा आणि कृषी पत्रकारितेचा जवळचा संबंध असलेले जाणवते. मानवाला जीवन जगण्यासाठी अन्नधान्य, भाजीपाला, दूध आणि इतर घटकांची आवश्यकता असते. त्या वस्तूंचा पुरवठा कसा होतो? भविष्यात कसा होणार आहे? याविषयक चिंता असते आणि पत्रकारितेतून जीवन आवश्यक असणाऱ्या घटकांची माहिती मानवाला व समाजाला मिळते. त्यामुळे कृषी पत्रकारितेचे महत्त्व वाढत आहे. भारत हा

कृषिप्रधान देश आहे. त्याची अर्थव्यवस्था कृषिव्यवस्थेवर अवलंबून आहे. कृषी क्षेत्राशी निगडित असणाऱ्या घडामोडी हवामान, पाऊस, खते, अवजारे, औषधे, बियाणे, बाजारभाव, रोग आणि शेतमालाच्या वाहतुकीच्या सुविधा यांची माहिती व शंका निरसनांचे महत्त्वाचे कार्य कृषी पत्रकारिता करते.

कृषी वृत्तपत्रात शेतीविषयक नवीन तंत्रज्ञानाची माहिती व मार्गदर्शन, औषधे, रोग व प्रगतीशील शेतकऱ्यांचे अनुभव यांच्या बातम्या येतात. कृषी पत्रकारिता करणाऱ्या पत्रकाराला शेतीविषयक, अवजारे व पिकांवरील रोग यांचे ज्ञान असणे आवश्यक आहे. तो शेतकऱ्यांच्या समस्या आपल्या लेखणीतून बातमीच्या साह्याने समाजात व सरकारच्या समोर मांडण्याचे महत्त्वाचे कार्य करतो. शेतकह्रयांना दिली जाणारी पीक विमा योजना, शेतीसाठी व जनावरांसाठी कर्ज पुरवठा, जलसिंचनविषयक माहिती व शेतीसंबंधित संशोधन केंद्र व शेतीविषयक संशोधन यांचा खुलासा पत्रकार या पत्रकारितेतून करतो.

कृषी पत्रकारिता करणाऱ्या पत्रकाराला कृषी विस्तार संचालक, जलसंधारण संचालक, बियाणे प्रमाणीकरण संचालक यांच्यामार्फत राबवले जाणारे उपक्रम, मेळावे, औषधे व खते यांची गुणवत्ता, माती व जलसंबंधित माहिती, बियाणे यांच्याविषयक मिळणारी माहिती तो कृषी वृत्तपत्रांतून वेळोवळी प्रसिद्ध करतो. वृत्तपत्र समाजात वैचारिक क्रांती घडवण्याचे व जनमत तयार करण्याचे प्रभावी माध्यम आहे. समाजातील वाईट प्रवृत्तींना आळा वृत्तपत्राच्या माध्यमातून घातला जातो. विकास पत्रकारिता, शोध पत्रकारिता, अन्वयार्थक पत्रकारिता, पीत पत्रकारिता, छायाचित्र पत्रकारिता, धनादेश पत्रकारिता, क्रीडा पत्रकारिता, कृषी पत्रकारिता या पत्रकारितेतून समाजातील मानवी जीवनावर प्रकाश टाकाण्याचे काम पत्रकारिता करते.

स्वातंत्र्यपूर्व काळात अनेकांनी आपल्या पत्रकारितेतून समाजात जनजागृती करणे, विचार पोहोचवण्याचे काम केले. समाजातील मानवी वृत्ती व प्रवृत्तीचा शोध पत्रकारिता घेत असते. काळ बदलला, समस्या बदलल्या तरी विचारांची देवाणघेवाण, पत्रकार व त्यांची पत्रकारिता सामाजिक बांधिलकीच्या अंगाने अव्याहतपणे चालू आहे व चालू राहील. वृत्तपत्र हा लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ आहे. उरलेल्या तीनही आधारस्तंभांना पत्रकाराची लेखणी सतत प्रकाशात आणते. शेवटी एका काव्याचा आधार घेत म्हणता येईल,

''कलम देश की बडी शक्ती है, आग जलाने वाली
मन में नही, दिमागों में भी, आग लगाने वाली ।।
पैदा करती ही कलम, सितारोंके जलतें अंगारे
और प्रज्वलित प्राण, देश, क्या कभी मरेंगा मारे ।।''

ᘓᘓ

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

प्रा. धनंजय वाघमारे

प्रास्ताविक :

वृत्तपत्रे, आकाशवाणी आणि दूरदर्शन ही प्रभावी आणि महत्त्वाची प्रसारमाध्यमे आहेत. एखादी महत्त्वाची बातमी, विविध क्षेत्रांत लागणारे नवनवे शोध, खळबळजनक घटना, क्रीडा क्षेत्रातील घडामोडी, सरकारच्या नव्या योजना, शेअरबाजाराविषयीची माहिती, त्यातील उलाढाली यांपैकी काहीही सर्वसामान्य माणसांपर्यंत पोहचवायच्या असतील तर आजच्या युगात प्रसारमाध्यमांसारखे दुसरे साधन नाही. प्रसारमाध्यमांच्या साहाय्याने आपण वरील सर्व गोष्टी ऐकतो, नव्हे साक्षात पाहतो. देशाच्या कानाकोपऱ्यात राहणाऱ्या नागरिकांपर्यंत सर्व माहिती पोहोचवू शकतो. आकाशवाणी, दूरदर्शन आणि वर्तमानपत्रे ही आजची प्रभावी प्रसारमाध्यमे आहेत. बातमीच्या जलद प्रसाराच्या या शक्तीमुळेच सर्व प्रसारमाध्यमांचे महत्त्व अधिक भरते. पैकी या ठिकाणी केवळ 'वृत्तपत्र' या प्रसारमाध्यमाची निवड केलेली आहे. या शोधनिबंधाचा प्रतिपाद्य विषय 'वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा' असा सोयीसाठी निवडला आहे.

वृत्तपत्र- स्वरूप व महत्त्व :

वृत्तपत्राचे महत्त्व लोकशाहीमध्ये अनन्यसाधारण आहे. लोकशाहीचा चौथा खांब असे त्यास म्हटले जाते. नागरिकांची गाऱ्हाणी व अडीअडचणी यांची दाद वर्तमानपत्राद्वारे लावून घेता येते, अन्यायाला जशी वाचा फोडता येते तसेच लोकशिक्षण व समाजप्रबोधन वृत्तपत्रातूनच करता येते. वृत्तपत्र हे ज्ञान व माहिती मिळविण्याचे प्रमुख साधन आहे. जनसंवादाचे ते एक महत्त्वाचे साधन होय. रोज जगात कोठे काय घडते ते आपल्याला घरी बसून कळते.

''वृत्तपत्र म्हणजे आजूबाजूस, जवळ आणि दूर जे जे काही घडले त्यातून प्रातिनिधिक आणि अपवादात्मक असे जे असेल त्याची निवड करून आपापल्या ध्येयधोरणानुसार केलेली नोंद'' अशी वृत्तपत्राची व्याख्या करता येईल. वृत्तपत्राला जगाचा एक दिवसाचा इतिहास असेही संबोधतात. वृत्तपत्रे चालू घडामोडी, त्यासंबंधीची मतमतांतरे आणि दृष्टिकोण आपल्यापुढे मांडत असतात. वृत्त नि विचार वृत्तपत्र देते. ताज्या बातम्यांप्रमाणेच समकालीन घटनांचा व घडामोडींचा अन्वयार्थ, स्पष्टीकरण तसेच त्यावरील मतप्रदर्शन त्यात असते.

त्यासाठी अग्रलेख, स्फुट, स्तंभलेखन, वाचकांचा पत्रव्यवहार, वृत्तलेख अशा वेगवेगळ्या प्रकारच्या लेखनांतून वृत्तपत्र तयार होते. माहिती देणे, विश्लेषण व विवेचन करणे, मनोरंजन करणे व जाहिरातीद्वारे ग्राहक, उत्पादक नि वाचक यांची सेवा करणे ही वृत्तपत्राची चार उद्दिष्टे असतात.

वृत्तपत्रांचा इतिहास :

वृत्तपत्रांचा इतिहास सुमारे दोन–अडीचशे वर्षांचा आहे. जगातील पहिले वृत्तपत्र सोळाव्या शतकात निघाले. मराठीतील पहिले वृत्तपत्र 'दर्पण' होय. ते १८३२ साली बाळशास्त्री जांभेकरांनी काढले. त्यापूर्वीच्या काळात ऐतिहासिक पत्रांनी वृत्तपत्राचे कार्य केल्याचे दिसून येते. शिवकालीन पत्रे, पेशवेकालीन पत्रे किंवा मोगल काळातील अखबार किंवा खबरपत्रे त्यादृष्टीने वाचण्यासारखी आहेत. युरोपात पंधराव्या–सोळाव्या शतकात कोरंट किंवा गॅझेट निघत असत. इंग्रजांच्या आगमनामुळे आपल्याकडे वृत्तपत्रे आली.

इंग्रजी गद्याचा 'मराठी अवतार' निर्माण झाला नि प्रबोधनाची चळवळ येथे उदयास आली. वृत्तपत्रांनी त्याची जाणीव स्पष्टपणे प्रथम दिली. बंगालमध्ये वृत्तपत्रांनी सुरू केलेले प्रबोधनाचे कार्य मराठी वृत्तपत्रांनी महाराष्ट्रात केले. बंगालच्या प्रबोधन चळवळीचे अध्वर्यू राजा राममोहन रॉय यांनी 'संवाद कौमुदी' आणि 'मिसत् अल अखबार' ही अशी दोन वृत्तपत्रे चालविली.

मराठी वृत्तपत्रांची वाटचाल :

बाळशास्त्री जांभेकरांनी 'दर्पण' पत्र १८३२ साली सुरू केले. त्याचा हेतू विशद करताना त्यांनी म्हटले आहे की, ''स्वदेशीय लोकांमध्ये विलायतेतील विद्यांचा अभ्यास अधिक व्हावा आणि या देशाची समृद्धी व येथील लोकांचे कल्याण याविषयी स्वतंत्रतेने व उघड रितीने विचार करण्यास स्थान व्हावे...... या वर्तमानपत्राचा उद्योग मुख्यत्वे आरंभिला आहे.''

विलायती (इंग्रजी) विद्येचा प्रसार व येथील जनतेचे ऐहिक कल्याण व्हावे या हेतूने 'दर्पण' निघाले. त्या काळात निघालेल्या वृत्तपत्रांची नावेच त्यांचे उद्दिष्ट स्पष्ट करणारी आहेत. उदा. ज्ञानोदय, ज्ञानप्रसारक, विचारचंद्रिका, विचारलहरी, इंदुप्रकाश, अरुणोदय, प्रभाकर, ज्ञानप्रकाश इत्यादी. या सर्व नावांचा प्रकाश (ज्ञान) पुरविण्याच्या क्रियेशी संबंध आहे. ब्रिटिशांबरोबर आलेल्या ख्रिस्ती धर्मोपदेशकांनीही वृत्तपत्रे काढली. विचार जागृतीच्या दृष्टीने त्यांचे कार्य मोलाचे ठरले. ही वृत्तपत्रे धर्मप्रसाराच्या कार्याबरोबरच एतद्देशीयांच्या अंधश्रद्धा, दुष्ट रूढी आणि सामाजिक दास्य यांच्यावर सतत टीका करत होती.

स्वधर्म, स्वभाषा व स्वराष्ट्र यांची अस्मिता विष्णुशास्त्री चिपळूणकरांच्या निबंधमालेतून प्रगट झाली. तर समाजातील गरीब, ग्रामीण, मागासलेल्या बहुजन समाजाला 'दीनबंधू', 'दीनमित्र' यांच्या रूपाने मार्गदर्शक व्यासपीठ उपलब्ध

झाले. महात्मा फुले आणि त्यांचे सहकारी यांनी या वृत्तपत्रांद्वारे बहुजन समाजाला जागे केले. या सामाजिक प्रबोधनाला राजकीय विचारजागृतीची जोड लोकमान्य टिळकांच्या 'केसरी' मुळे मिळाली. गोपाळ गणेश आगरकर, शि. म. परांजपे, न. चिं. केळकर, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांनी वृत्तपत्रांद्वारे सामाजिक सुधारणा घडवून आणण्याचा आटोकाट प्रयत्न केला. सुधारक, काळ, मूकनायक, बहिष्कृत भारत या वृत्तपत्रांनी त्या काळातील समाजावर भाष्य केले. सामाजिक आणि राजकीय परिवर्तनासाठी झगडा दिला.

स्वातंत्र्योत्तर बदल :

पूर्वी वृत्तपत्रे ही मतपत्रे होती. वृत्तपत्राच्या संपादकांची मते जाणून घेण्यासाठी वृत्तपत्रे वाचली जात. मात्र स्वातंत्र्योत्तर काळात लोकशिक्षण आणि लोकजागृती करीत असताना व्यक्ती, संस्था अथवा पक्ष यांची प्रतिमा तयार करण्याचे कार्य वृत्तपत्रे करू लागली. 'अन्वयार्थक पत्रकारिता' हा नवीन प्रकार पुढे उदयास आला. 'शोधपत्रकारिता' ही देखील पुढे जन्मास आली. १९६०-७० च्या दशकात तर वृत्तपत्र आमूलाग्र बदलले. वृत्तपत्राच्या क्षेत्रात आत्मपरीक्षणात्मक चर्चा व व्यावसायिक टीकात्मक विचारमंथन सुरू झाले. वृत्तपत्रांनी विरोधी पक्षाचे कार्य करावे असे म्हटले जाऊ लागले. केवळ टीका करून प्रगती होत नाही, नव्याने स्वतंत्र झालेल्या आशियाई-आफ्रिकन देशांमध्ये विकासाची प्रेरणा निर्माण होणे गरजेचे होते. म्हणून जागतिक स्तरावर जागतिक माहिती व्यवस्थेचा पुरस्कार केला गेला.

नवीन संकल्पना :

जॉन बोगार्टने म्हटल्याप्रमाणे कुत्रा माणसाला चावतो ही वार्ता नव्हे. कारण हे नेहमीच घडत असते. पण माणूस कुत्र्याला चावला तर ती खरी वार्ता होते. हे विधान मात्र पुढील काळात बुळबुळीत बनले. आता बातमीची व्याख्याच बदलली. नेहमीच्या चाकोरीबाहेरचे जे घडेल ते बातमी असे गणले जाऊ लागले. नव्या कल्पनेनुसार कोणत्याही बदलापेक्षा विधायक, चांगला बदल हा मुख्यत: बातमीचा विषय ठरला. युद्धे थांबविणे, राजकीय घडामोडी, देशादेशातील मैत्रीपूर्ण संबंध या बहुतेक वर्तमानकालीन घटना वृत्तपत्रांनी पुरविलेल्या माहितीमुळे जागृत झालेल्या जनतेने घडवून आणलेल्या आहेत. राजकारण व राजकीय वार्तांवरील भर कमी करून जीवनाच्या विशाल क्षेत्रांचा वेध वृत्तपत्रांतून घेतला जाऊ लागला. पर्यावरण, विज्ञान, क्रीडा अशी वेगवेगळी क्षेत्रे वृत्तपत्र व्यवसायातील कर्तबगारीला खुली झाली व वृत्तपत्र व्यवसायाचे स्वरूप विविधांगी व व्यापक बनले. नव्या तांत्रिक प्रगतीमुळे ते रंगीबेरंगी व आकर्षकही झाले. दूरचित्रवाणी, आकाशवाणी, चित्रपट अशा विविध माध्यमांच्या प्रचंड विकासाच्या काळातही वृत्तपत्रे टिकून राहिली व काळानुसार त्यांनी आपल्या स्वरूपात बदल केला.

वृत्तपत्रातील महत्त्वाचे घटक :

(वृत्तपत्राचा संपादक आणि उपसंपादक)

संपादकीय विभागाचा संपादक हा प्रमुख असतो. त्याच्या मदतीला उपसंपादक, सहसंपादक, वृत्तसंपादक, कार्यकारी संपादक, संयुक्त संपादक अशा वेगवेगळ्या पदांवर कार्य करणाऱ्या सहकाऱ्यांचा एक संच असतो. वृत्तपत्र निर्मिती हे एक सांघिक काम होय. यामध्ये संपादनाचे काम अत्यंत महत्त्वाचे असते. संपादन हे केवळ वृत्तपत्रीय क्षेत्रातच आवश्यक असते असे नव्हे तर जाहिरात, जनसंपर्क, रेडिओ, दूरचित्रवाणी, चित्रपट, ग्रंथ प्रकाशन, मासिके व इतर नियतकालिके अशा जनसंवादांच्या क्षेत्रातील तो एक महत्त्वाचा घटक होय. संपादकीय कार्य करणाऱ्यास भाषाज्ञान, सजावट व मांडणी यांच्या ज्ञानाबरोबरच कशाविषयी लिहिले आहे व मांडले आहे, हे समजून घेण्याची आकलन शक्ती तसेच केलेल्या कार्याची रसग्रहण करण्याची क्षमता व त्यासाठी आवश्यक असणारी सहिष्णुवृत्ती आणि सहानुभूतीची प्रवृत्ती त्याकडे असावी लागते. नव्या तंत्रज्ञानाच्या वापरामुळे लेखनापेक्षा अधिक काही गुणांची गरज संपादकास लागते. संपादकाला वाचकवर्गाची नाडी माहीत असावी लागते. संपादक हा एका अर्थाने जनतेचा नेताच असतो. लोकांशी त्याचा नित्य संबंध येतो. एका अर्थाने वृत्तपत्राचा तो संघनायकच असतो. सर्वांना प्रेरणा देणे व वृत्तपत्राच्या ध्येयधोरणानुसार त्यांच्याकडून काम करून घेणे ही त्याची जबाबदारी असते.

उपसंपादक :

संपादकाच्या कार्यात मदत करणाऱ्यांची जी फळी असते त्यात उपसंपादक व संपादकीय साहाय्यक किंवा सहसंपादक यांचा मोठा वाटा असतो. वृत्तपत्राच्या निर्मिती प्रक्रियेतील शेवटची संरक्षक फळी असे उपसंपादकाचे वर्णन केले जाते. वृत्तपत्राचा वाचक, वृत्तपत्र व वृत्तपत्राचा वार्ताहर किंवा लेखक अशा तिघांबाबत उपसंपादकाची जबाबदारी असते. संपादकाचे नाव वृत्तपत्रावर असते. मात्र उपसंपादकाचे नाव कोठेही नसते. उपसंपादकास द्वारपाल असेही म्हटले जाते. वृत्तपत्रात येणारी प्रत्येक बातमी योग्य त्या दुरुस्त्या करून तो मुद्रण विभागात पाठवतो. याशिवाय शीर्षके किंवा मथळे देण्याचे काम त्यालाच करावे लागते. अशा प्रकारे उपसंपादक हाही वृत्तपत्र लेखनातील अत्यंत महत्त्वाचा घटक असतो.

वृत्तपत्रीय लेखन : (अग्रलेख आणि वृत्तपत्रीय लेख)

अग्रलेख किंवा संपादकीय हा वृत्तपत्रातील महत्त्वाचा स्तंभ आहे. वर्तमानपत्राचे मत या स्तंभातून प्रगट होते. तसेच वृत्तपत्रीय लेख, प्रासंगिक विषयांची माहिती किंवा त्यावरील टीका-टिप्पणी देत असतात. बातम्या, वृत्त देणे, माहिती पुरविणे हे वृत्तपत्राचे काम होय यात शंका नाही. परंतु त्याबरोबरच बातम्यांची पार्श्वभूमी, कार्यकारणभावाचे स्पष्टीकरण, परिणामांचे सूचन,

त्यावरील भाष्य किंवा मत प्रतिपादन करणे तसेच वाचकांना जागृत करणे, प्रबोधन करून त्यांना क्रियाशील बनविणे हे कार्य वृत्तपत्र करते. त्यासाठी संपादकीय किंवा अग्रलेख, स्फुटे, लेख इत्यादी स्तंभ असतात. अग्रलेख वाचकांशी जो संवाद साधतात तो महत्त्वाचा असतो. अग्रलेखामुळे वाचकांच्या मनावर विशिष्ट परिणाम प्रभावीपणे केला जातो. अग्रलेख वाचकांस आवाहन करतात, त्यांचे मन वळवितात, त्यांचे मनोरंजन करतात. आचार्य अत्रे यांनी असे म्हटले होते की, ''अग्रलेख लिहिणे म्हणजे संपादकांची वार्षिक परीक्षा होय.''

आजच्या स्पर्धेच्या जगातही वृत्तपत्रे टिकून आहेत. ती त्यांच्या या मते घडविण्याच्या शक्तीमुळेच. म्हणूनच अग्रलेख या स्तंभाचे महत्त्व आहे. वृत्तपत्रांचे स्वरूप बदलले तरी अग्रलेख आपले स्थान टिकवून आहे. मराठी वृत्तपत्र सृष्टीत अग्रलेखांची उज्ज्वल परंपरा आहे. लोकमान्य टिळकांपासून ते अलीकडच्या काळातील गोविंद तळवळकर, माधव गडकरी यांच्यापर्यंत या परंपरेचा अखंड प्रवाह दिसून येतो. टिळक-आगरकरांनंतर कोल्हटकर-खाडिलकर, न. चिं. केळकर, आचार्य अत्रे यांचा काळ येतो. अत्र्यांनी अग्रलेखाला नवे वळण दिले. ना. भि. परुळेकर, ग. त्र्यं. माडखोलकर, पां. वा. गाडगीळ, अनंतराव पाटील, द. शं. पोतणीस इत्यादींनी आपापल्या शैलीविशेषानुसार अग्रलेखांचे दालन सजविले.

वृत्तपत्रीय लेख :

वृत्त अथवा वार्तापत्र आणि अग्रलेख हा भाग वृत्तपत्राच्या संपादकीय विभागातील मंडळींकडून लिहिला जातो. त्याशिवाय वृत्तपत्रांत लिहून येणारा जो मजकूर असतो तो वृत्तपत्रीय लेख या स्वरूपाचा असतो. वृत्तपत्रीय लेख म्हणजे वृत्तपत्रासाठी तात्कालिक विषयावरील, लोकांमधील चर्चेच्या विषयावर लेखकाने सुसंगतपणे मांडलेले विचार. समाजकारण व राजकारण, शिक्षण, शेती, विज्ञान इत्यादी विविध विषयांवर वृत्तपत्रीय लेख येत असतात.

बातमीलेखन :

वर्तमान किंवा वृत्त याचाच अर्थ बातमी असल्याने वर्तमानपत्रात बातमीला स्वाभाविकपणे अत्यंत महत्त्वाचे स्थान असते. वाचक प्रामुख्याने बातम्या काय आहेत यासाठी वर्तमानपत्र घेतो. वेगवेगळ्या क्षेत्रांतील घडामोडी जाणून घेण्याची उत्सुकता वाचकाला असते. वर्तमानपत्रातील विविध सदरांची मूळ सामग्री ही बातमी असते. बातमीच अग्रलेखाला, स्फुट लेखनाला, वृत्तलेखाला, पत्राला विषय पुरवीत असते. बातमीत अंगभूत असा ताजेपणा असतो. या बातमीला स्वत:ची खास भाषा व रचना वैशिष्ट्ये असतात.

बातमी म्हणजे काय :

बातमी म्हणजे उघड केलेली गुप्त गोष्ट किंवा बातमी म्हणजे काल माहीत

नसलेली गोष्ट. पूर्व, पश्चिम, दक्षिण, उत्तर (N.E.W.S.) या चारही दिशांच्या कक्षेत घडणारी महत्त्वपूर्ण घटना म्हणजे बातमी. बातमीमध्ये स्वारस्याला अधिक महत्त्व असते. महाराष्ट्राचे मुख्यमंत्री कोण झाले यात लंडनमधील वाचकांना स्वारस्य नसेल. म्हणून ती बातमी होणार नाही. बातमीमध्ये घटना कोठे घडली याला महत्त्व आहे. सानिध्यात घडलेल्या घटनेला बातमी म्हणून अधिक महत्त्व असते. बातमी कधी खोटी असू नये. बातमी ही ताजी असावी. बातमीमध्ये विश्वासार्हतेला अधिक महत्त्व आहे. बातमी लिहिताना बातमीचा शिरोभाग हा अत्यंत महत्त्वाचा घटक असतो. 'क' कारानुसार शिरोभागाची रचना केली गेली पाहिजे. कोण, केव्हा, कोठे, कसे, काय व का ? हे सहा 'क' कार शिरोभागामध्ये उत्तर म्हणून आले पाहिजे. बातमीची भाषाशैली सुसंगत, साधी व सरळ असावी. बातमीची स्वतंत्र परिभाषा असते. महत्त्वाची माहिती सोप्या भाषेत दिल्यामुळे वाचकाचा फारसा वेळ जात नाही.

वृत्तलेख (फिचर), स्तंभलेखन, मुलाखत व वृत्तपत्रीय समीक्षा :

वृत्तपत्रामध्ये वृत्ताला किंवा बातमीला महत्त्व असते. वृत्तपत्रामध्ये अलीकडे वाढलेला हा वृत्तपत्रीय लेखन प्रकार होय. बातमी जाणून घेण्यासाठी वृत्तपत्र प्रामुख्याने वाचले जाते. वृत्त किंवा बातमी म्हणजे घडलेली हकीकत. जे जसे घडले ते तसे सांगणे. परंतु एखादी घटना कोणत्या परिस्थितीतून निर्माण झाली, त्या विशिष्ट घटनेमुळे होणारे परिणाम कोणते, त्या घटनेतून कोणत्या भाव-भावना निर्माण होतात इत्यादी बाबतीत मोकळेपणाने केलेले आविष्कारण वृत्तलेखात असते. वृत्तलेख आत्मनिष्ठ असतो. वृत्तलेखावर लेखकाचे नाव असते. तर बातमी मात्र अनामिक असते. इंग्रजीतील फिचर (Feature) या शब्दाचा मराठी पर्याय म्हणून वृत्तलेख हा शब्द बनविला आहे. ''जे कधीही उजेडात येत नाही, जे प्रकाश झोतापासून दूर आहे. परंतु जे उजेडात आल्याने चांगले घडण्यासाठी मदत होऊ शकेल त्या-त्या गोष्टीवर लिहिणे म्हणजेच फीचर्स निर्माण करणे'' असे महावीर जोंधळे म्हणतात. पाणी टंचाईवर मात करण्यासाठी जनतेचा सहभाग कसा असावा, पाण्याचा वापर कसा करावा हे सांगण्याचे काम अलीकडे वृत्तपत्र करू लागले आहे.

स्तंभलेखन :

वृत्तपत्रातील लेखन प्रकारात 'स्तंभलेखन' हा एक लोकप्रिय वाढता प्रकार होय. नामवंत खेळाडू, कलावंत किंवा लेखक तसेच सामाजिक नेते स्वत:च्या नावाने दर आठवड्यास किंवा रोज अशा विशिष्ट कालावधीत प्रचलित घटना प्रसंगांच्या निमित्ताने लिहितात. राजा राजवाडे, वि. ग. कानिटकर, शं. ना. नवरे, माधव गडकरी इत्यादींचे स्तंभ वाचकप्रिय ठरल्याचे दिसून येते. स्तंभलेखनाच्या लोकप्रियतेचे कारण म्हणजे लेखकाची शैली किंवा अशा प्रकारच्या लेखनात

दिसणारा व्यक्तिनिष्ठ दृष्टिकोण. स्तंभलेखक आपली स्वत:ची मते, आपल्या भावना किंवा विचार वाचकांना अत्यंत विश्वासात घेऊन मांडतो. त्यांच्याशी जणू तो गुजगोष्टी करतो. अशा प्रकारे स्तंभलेखन हेदेखील वृत्तपत्रातील महत्त्वाचे लेखन असते.

मुलाखत :

वृत्तपत्रात बातम्यांशिवाय आणखी असणारा भाग म्हणजे मुलाखती. नवीन माहिती मिळविण्यासाठी मुलाखती घेतल्या जातात. एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीचे व्यक्तिमत्त्व स्पष्ट व्हावे, विशिष्ट विषयावरील चर्चा व्हावी, यासाठीदेखील मुलाखत घेतली जाते. नवी माहिती मुलाखतीमुळे प्रकाशात येते. मुलाखत घेणे व मुलाखत लिहिणे या दोन्हींचे विशिष्ट तंत्र आहे. वृत्तपत्रात मुलाखती प्रसिद्ध करताना भाषिक कौशल्ये अधिक प्रमाणात उपयोगात येतात. आणि कित्येकदा उत्कृष्ट मुलाखतीचा नमुना वाङ्मयगुणांचा प्रकर्ष स्पष्ट करणारा ठरतो. मुलाखतीचे लेखन करताना मुलाखतीचे शीर्षक ठरवून घ्यावे लागते. त्यामुळे मुलाखत कशाबद्दल आहे हे वाचकांना चटकन कळते.

वृत्तपत्रीय समीक्षा :

वृत्तपत्रातून नियमितपणे येणाऱ्या सदरांपैकी समीक्षेचे सदर हे महत्त्वाचे होय. या सदरात चित्रपट, नृत्य, नाट्य व संगीत आणि कला व क्रीडा यांच्या समीक्षेचा एक भाग असतो. ग्रंथसमीक्षा, प्रदर्शने इत्यादी प्रकारांचाही त्यात समावेश होतो. समीक्षा लेखनात मतप्रदर्शनाला अधिक वाव असतो. वृत्तपत्रीय समीक्षेमुळे लोकांत त्याविषयीची अधिक चर्चा होते. वृत्तपत्रीय समीक्षा ही सामान्य वाचकांसाठी लिहिलेली असते. समाजाची अभिरुची वृद्धिंगत व्हावी हा तिचा मुख्य उद्देश असतो. ही समीक्षा साधी, सरळ, सोपी असते.

पत्रलेखन :

वृत्तपत्रात वाचकांच्या पत्रव्यवहाराला वेगळे स्थान आहे. या सदरातून वृत्तपत्र वाचकाला आपल्या कार्यात सहभागी करून घेत असते. वाचकांशी जिव्हाळ्याने संवाद साधून त्यांचा प्रतिसाद मिळविणारा आणि त्यापोटी वाचकाला आपल्या कार्यात सहभागी करून घेणारा मजकूर म्हणून 'वाचकांचा पत्रव्यवहार' या सदराकडे पाहिले जाते. जनमताचा कानोसा या सदरातून घेतला जातो. नागरिक आपल्या भागातील अनेकविध समस्या या सदरातून मांडतात. वृत्तपत्रांना त्याची दखल घ्यावी लागते. 'दर्पण' पत्रामध्ये बाळशास्त्री जांभेकरांनी ही परंपरा सुरुवातीपासूनच चालू केली होती. पत्रातील भाषा ही औचित्यपूर्ण असली पाहिजे. विषयानुसार उपहासात्मक भाषा पत्रात येऊ शकते. पण मर्यादाभंग होऊ देऊ नये. वाचकांचा आदर राखून पत्र लिहिले गेले पाहिजे. उगीचच पांडित्याचा आव आणू नये. अशा प्रकारे वृत्तपत्रातील पत्रलेखन हे

चांगल्या पद्धतीने केले गेले पाहिजे.

जाहिरात :

व्यापारीकरणाला महत्त्व आलेल्या आजच्या युगात जाहिरात जळी, स्थळी, काष्ठी व पाषाणी भरून राहिली आहे. आपण कोठेही असलो तरी जाहिराती आपला पाठलाग करण्याचे सोडत नाही. वर्तमानपत्रांचे क्षेत्र हे जनसंवादाचे एक प्रभावी माध्यम आहे. त्यामुळे जाहिरातींना यामध्ये अत्यंत महत्त्व असते. ग्राहकोपयोगी वस्तूंचे जाहिरातदार आता दूरदर्शन, आकाशवाणीप्रमाणेच वृत्तपत्राकडेदेखील वळलेले दिसतात. रंगीत छपाईमुळे जाहिराती या अधिक आकर्षक स्वरूपात मांडता येऊ लागल्याने जाहिरातींसाठी वृत्तपत्र या माध्यमाचा उपयोग मोठ्या प्रमाणात होऊ लागला आहे. जाहिरातीमागे व्यापारी हेतू असतो. जाहिरातीमुळे ग्राहक–शिक्षण होते. नोकरभरती, न्यायालयीन नोटिसा, हरवले, सापडले याच्यासाठी जाहिरातीचा वापर प्रभावीपणे केला जातो. वृत्तपत्रामध्ये जाहिरातीचे स्वतंत्र कक्ष असते. या जाहिरात कक्षाच्याद्वारे जाहिराती प्रसिद्ध केल्या जातात. जाहिरातीसाठी जाहिरात संस्थांचीही मदत घेतली जाते. त्यासाठी मसुदालेखन, मथळा, घोषवाक्य अशा प्रकारे जाहिरातींचे स्वरूप निश्चित केले जाते. वृत्तपत्रामध्ये यासाठी स्वतंत्र व्यवस्था केलेली असते.

मुद्रितशोधन :

माहितीच्या युगात संवादाची दृक्श्राव्य माध्यमे विकसित झाली तरी छपाई माध्यमाचे महत्त्व कमी झालेले नाही. आपण छापलेला मजकूर वाचतो तेव्हा प्रथम मुळाक्षरे, काना, मात्रा, वेलांटी, शब्द, वाक्य अशा क्रमाने आपण वाचत जातो. त्यावेळी आपल्याला त्यामधील चुका लक्षात येतात. वृत्तपत्रामध्ये शुद्धलेखनाला अतिशय महत्त्व आहे. यासोबतच शब्द, वाक्य, यामध्ये सलगता जरुरीची असते. यासाठी वृत्तपत्रामध्ये मुद्रितशोधन ही अत्यंत महत्त्वाची पायरी आहे. लेखकाने जे लिहिले आहे त्याप्रमाणे छापले जाते आहे की नाही हे पाहणे मुद्रितशोधकाचे काम आहे. मुद्रितशोधकाला भाषा, व्यवहाराचे ज्ञान असले पाहिजे. शुद्धलेखन तसेच मुद्रकलेची अद्ययावत माहिती त्याला असली पाहिजे. वृत्तपत्रामध्ये हा स्वतंत्र विभाग असतो. मुद्रिताची तीन वाचने होतात. पहिल्या वाचनानंतर दुसऱ्या वाचनामध्ये सुधारणा करण्यात येतात. मुद्रित शोधनात साधारणत: अक्षरे, विरामचिन्हे, जागा सुटणे वा न राहणे, जुळणीच्या दृष्टीने सूचना, दुरुस्ती इत्यादी दोष निघत असतात. याशिवाय इतरही काही दोष सापडत असल्याने हे काम अत्यंत काळजीपूर्वक करावे लागते. पर्यायाने ही जबाबदारी प्रमुख म्हणून संपादकावरही येऊ शकते. अशा प्रकारे वृत्तपत्र हे प्रसारमाध्यम कार्य करत असते. त्याचा लौकिक आजही तेवढाच टिकून आहे.

निष्कर्ष :

१) वृत्तपत्र हे आजही प्रभावी आणि लोकप्रिय असे प्रसारमाध्यम आहे हे सिद्ध होते.

२) सर्वसामान्यांचा कल आजही वृत्तपत्र या माध्यमाकडेच दिसतो.

३) आकाशवाणी आणि दूरदर्शनच्या तसेच इंटरनेटच्या युगामध्ये वृत्तपत्राचे महत्त्व अजिबात कमी झालेले नाही हे जाणवते.

आकाशवाणी व मराठी भाषा

प्रा. डॉ. ए. बी.उगले

आकाशवाणी आणि दूरदर्शन ही आधुनिक काळातही अत्यंत प्रभावी प्रसारमाध्यमे आहेत. आकाशवाणी हे अत्यंत स्वस्त व केवळ श्राव्य माध्यम असून देशाच्या कानाकोपऱ्यापर्यंत पोहोचलेले आहे. दूरदर्शनसारखे आकाशवाणी हे आजच्या काळात देशातील खेडोपाडी व वाड्यावस्त्यांवर जाऊन पोहोचल्यामुळे माहिती व मनोरंजनाचे फार मोठ्या प्रमाणावर प्रसारण होते. समाजातील प्रत्येक माणसाच्या जडणघडणीमध्ये या प्रसारमाध्यमांचा मोलाचा वाटा आहे. मनोरंजनाबरोबर ज्ञान व माहिती देणे हे प्रसार माध्यमांचे महत्त्वाचे काम आहे. एखादी महत्त्वाची घटना कमीत कमी वेळेत लोकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम आकाशवाणी करते. दूरदर्शन येण्यापूर्वी आकाशवाणीनेच जनसंपर्काचे तसेच माहिती व मनोरंजनाचे काम केलेले आहे. आकाशवाणी किंवा रेडिओ हा पूर्वीपासून माणसाचा मित्र बनलेला आहे. सकाळपासून ते संध्याकाळपर्यंत तो माणसाशी जोडलेला असतो, त्याला साथ देत असतो. एखाद्या जिवलग मित्राप्रमाणे पाठराखण करीत असतो.

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्याने कोणतेही काम करताना त्यावरील कार्यक्रम ऐकता येतात. आकाशवाणीचा श्रोता हा चल माध्यमाशी बांधला गेलेला असतो. आकाशवाणीवरील भाषण, मुलाखती, श्रुतिका, नाटिका, संवाद, बातम्या, जाहिराती इत्यादींच्या माध्यमातून ज्ञान प्रबोधन होते व मराठी भाषेतून देशाची राष्ट्रीय एकात्मता अबाधित राखता येते. भारतीय समाजसंस्कृतीचे संवर्धन करता येते. शिक्षण, आरोग्य, विज्ञान, शेती, रोजगार, क्रीडा इत्यादींची माहिती देता येते. लोकशाही व घटनात्मक मूल्यांची जोपासना होते. प्रत्येक जिल्हा स्तरावर आकाशवाणी केंद्रे स्थापन झाली आहेत. ती केंद्रे ज्यांच्या अधिकारात चालतात त्याला केंद्रप्रमुख असे म्हणतात. तो विविध विभागांकडून कार्यक्रमांची रूपरेषा तयार करून घेतो व केंद्र चालवितो. आकाशवाणीचे श्रोते एकाच वयाचे नसतात, म्हणून बालक, युवक, प्रौढ, वृद्ध यांना विचारात घेऊन कार्यक्रम सादर होतात.

आकाशवाणीवर श्रोत्यांचे विशिष्ट गट कल्पून कार्यक्रम सादर केले जातात. उदा. शेतकऱ्यांसाठी– कृषिपंढरी, शेतकरीमंडळ, नभोवाणी, कामगारांसाठीह्न कामगार सभा, मुलांसाठी– बालविश्व, बालवाडी, तरुणांसाठीह्न युवावाणी,

युवकभारती, महिलांसाठी- माहेर, वनिता विश्व, इत्यादी कार्यक्रम सादर केले जातात. अशी कार्यक्रमांची विविधता असते. त्यामुळे कोणत्या श्रोतृवर्गासाठी कार्यक्रम आहे हे लक्षात घेऊन लेखन करावे लागते. उदा. मुलांसाठी कार्यक्रम असेल तर त्यांना सहज समजेल, इकडच्या तिकडच्या गोष्टी सांगत अप्रत्यक्ष संवाद साधायचा असतो. तसेच महिलांसाठी कार्यक्रमाचे लेखन करताना कुटुंबातील आई, पत्नी, सून, शेजारीण अशा विविध भूमिकांतून वावरणे लक्षात घ्यावे लागते. तसेच त्यांच्या जीवनातील महत्त्वाचे विषयद्ध सजावट, शिवण, दळणकांडण, आतिथ्य, कौटुंबिक सुखसंवाद, नोकरी, ऑफिस इत्यादी संदर्भात त्यांची स्त्रियांची भाषा लक्षात घेऊन लेखन करावे लागते.

आकाशवाणीवरील भाषणे, मुलाखती, संवाद, श्रुतिका हे कार्यक्रम देखील उद्‌बोधनपर असतात. आकाशवाणीवरील भाषण करीत असताना एक व्यक्ती बोलत असते व अनेकजण ऐकत असतात. वक्ता व श्रोते हे एकमेकांना पाहू शकत नाहीत म्हणून त्या सर्वांना समजेल अशी भाषा वापरावी लागते. भाषणाचा प्रारंभ, मध्य, शेवट अशी सुसंबद्ध मांडणी असावी. संवादातील पात्रांची नावे, वय सहजतेने व्यक्त व्हावी लागतात. संवादाचे स्थळ, काळ व वातावरण बोलण्यातून सूचित करण्याचे असते. दोन व्यक्तींच्या संवादात फारसा विराम नसावा. प्रसंगानुसार काही विराम घ्यावा लागला तर संगीताच्या साह्याने तो भरून काढावा लागतो. नभोनाट्याची सुरुवात आकर्षक असावी लागते. त्यात संघर्ष, गतिमानता असावी. त्यातील नाट्याविष्कार प्रभावी असावा. केवळ वाचिक अभिनयातून ते सादर करावे लागते. तसेच त्यात भाषिक कृतीची गरज असते. अशी वैशिष्ट्यपूर्ण भाषा वापरावी लागते.

आकाशवाणीवरील इतर लेखन बोली व प्रमाण भाषेत असले तरी बातम्यांसाठी ग्रांथिक भाषा वापरली जाते. ही ग्रांथिक भाषा सर्वसामान्यांना समजेल अशी असते. बातम्यांना कमीअधिक महत्त्वाचा क्रम ठरलेला असतो. त्यातून सर्व महत्त्वाच्या बातम्या थोडक्यात देऊन नंतर त्यांचे विवेचन केले जाते. बातमी ऐकणारा श्रोतृवर्गही शिक्षित अशिक्षित असा सर्व स्तरांतला असल्यामुळे बातमीची भाषा अत्यंत सोपी असावी लागते. सोप्या शब्दांतील व लहान लहान वाक्यांतील सरळ निवेदन असावे लागते. तसेच बातमीतून थोडक्या शब्दांत अधिक अर्थ व्यक्त करणारे लेखन असावे लागते.

आकाशवाणीवरील जाहिरातींना मिळणारा वेळ हा फार कमी असतो. याशिवाय संगीत व ध्वनी योजना यांतून श्रोत्याने आशय श्रवण करून त्याच्या मनावर परिणाम व्हावा लागतो. जाहिरातीतील उत्पादनाच्या नावाला अधिक महत्त्व देऊन त्याचा उल्लेख करावा लागतो. अशा अनेक गोष्टी लक्षात घेऊन आकाशवाणीसाठी कार्यक्रमांचे संहिता लेखन केले जाते.

व्यक्तिमत्त्व विकास आणि चित्रपट

प्रा. सुहास निर्मळे

प्रसारमाध्यम आणि समाज– परस्पर संबंध :

निसर्ग हा आधी जाणिवा निर्माण करतो आणि नंतर त्यांचा अर्थ लावण्यासाठी बुद्धी देतो. प्रत्यक्ष संभाषण न करताही प्रियजनांचे नुसतं सान्निध्यही सुखावह असू शकतं ! हे एक सत्य असलं तरी या व्यवहाराला कोठेतरी मर्यादा पडते आणि माणूस बुद्धीच्या जोरावर नवे नवे मार्ग किंवा नव्या साधनांचा शोध घेण्याचा प्रयत्न करतो. तो अशा शोधक–जिज्ञासा वृत्तीतून मानी व्यवहाराला आवश्यक असणाऱ्या प्रसारमाध्यमांची निर्मिती करतो.

समाज ही संज्ञा मुळात व्यापक आहे. तिचे समूह स्वरूपातील विविध धागे आहेत. त्यात गुंतागुंत आहे. ही विशिष्ट गुंतागुंत समजून घ्यायची असेल तर मानवी समाजाच्या गरजा समजावून घ्याव्या लागतात. आज मानवाची एक गरज म्हणून चित्रपट या दृक–श्राव्य माध्यमाकडेह्व साधनाकडे पाहिले पाहिजे.

आजच्या राष्ट्रीयप्रसार माध्यमे आणि साहित्य व्यवहार या विषयावरील चर्चासत्रासाठी प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून चित्रपट या दृक–श्राव्य माध्यमाबद्दल मी काही निवेदन करीत आहे.

चित्रपट आणि समाज– परस्पर संबंध :

लहान बालकापासून वृद्धापर्यंत माध्यमाचा प्रभाव जाणवतो. आजच्या काळात चित्रपट, नाटक, संगीत, गायन, नृत्य या ललित कलांशी समाजातील सर्व लोक एक विशिष्ट समायोजन करताना दिसतात. टिंग्या, श्वास, हरिश्चंद्राची फॅक्टरी किंवा स्लेमेनियर डॉग यांसारख्या चित्रपटांतून अनेक बालकलाकार अभिनयातील प्रतिभा आविष्कृत करताना दिसतात. चित्रपट क्षेत्रातील उत्तुंग यश मिळविणाऱ्या वृद्ध कलाकारांनाही चित्रपट संन्यास घ्यावा वाटत नाही. याचा अर्थ असा की चित्रपटातून समाजाला आपण प्रबोधन आणि मनोरंजन या गोष्टी देऊ शकतो. ती समाज परिपोषणासाठी आवश्यक गरज आहे. कारण हे चित्रपट पाहणारा श्रोतृवर्गही वाढतो आहे. सामाजिक, सांस्कृतिक व राष्ट्रभावना जागृत व वृद्धिंगत करणे हे उद्दिष्ट चित्रपट माध्यम पूर्ण करते.

चित्रपटसृष्टीकालची व आजची :

कोल्हापूरच्या प्रभात फिल्म कंपनीने पहिला बोलपट काढला त्याचे नाव होते 'अयोध्येचा राजा' दिग्दर्शक होते व्ही. शांताराम. चित्रपटाचा कॅमेरा बनवणारा कलाकार होता प्रसिद्ध चित्रकार बाबुराव पेंटर. चित्रपटाचे जनक म्हणून दादासाहेब फाळके यांना ओळखले जाते. १९९० पर्यंतच्या हिंदी-मराठी चित्रपटांतून मानवी जीवनाचे प्रगल्भ चित्रण झाले तर २०१० हे दशक मराठी चित्रपटाचा सुवर्णकाळ आहे. प्यासा, हीररांझा, गाईड, पाकिझा, निलकमल या चित्रपटांनी जनमानस घडविण्याचे प्रयोग केले आहेत. तर त्यानंतरच्या काळात आनंद, नमकहलाल, अभिनय, जंजीर, गीत गाया पत्थरोंने नवीन कथा दिल्या आहेत. कलावतांची प्रतिभावंत फळीच या चित्रपटांनी दिली. राजकपूर, सुनील दत्त, देव आनंद, अमिताभ, धर्मेंद्र, राजकुमार, संजीवकुमार, प्राण, जितेंद्र, कमलहसन या अभिनयपटूंनी त्यांचा काळ वैशिष्ट्यपूर्ण रीतीने गाजविला.

आजच्या काळात लगान, सरफरोश, भगतसिंग, तिरंगा, प्रतिकार या चित्रपटांनी राष्ट्रीय जाणिवा निर्माण करण्याचा प्रयत्न केला.

मराठी चित्रपटांबद्दल बोलत असताना मधल्या काळात मराठी चित्रपट सृष्टीला मरगळ आल्यासारखे वाटत होते. पण आज श्वास, टिंग्या, वळू, जोगवा, नटरंग, हरिश्चंद्राची फॅक्टरी, गंध, विहीर या चित्रपटांनी पुन्हा एकदा मराठी चित्रपट सृष्टी मरगळ झटकून एका नव्या सामाजिक दृष्टिकोणातून बहरते आहे. या चित्रपटांनी सामाजिक प्रश्न हाताळण्याचे धाडस केले आहे. हे स्वागतार्ह आहे.

चित्रपटसृष्टी माध्यम व व्यक्तिमत्त्व विकास :

चित्रपट सृष्टीमधून श्याम बेनेगल, बासू भट्टाचार्य, देबूसेन, विमलरॉय, मनमोहन देसाई, व्ही. शांताराम, गजानन जागीरदार, जब्बार पटेल, राजदत्त, गुलजार अशा प्रतिभावान दिग्दर्शकांची एक फळीच निर्माण झाली. श्रीराम लागू, निळू फुले, यशवंत दत्त, काशिनाथ घाणेकर, नाना पाटेकर, दिनानाथ टाकळकर, दामू अण्णा मालवणकर, मा. भगवान अशा अनेक अभिनयपटूंनी काळाच्या पडद्यावर विलक्षण छाप उमटविली.

चित्रपट सृष्टीमध्ये पुरुषांबरोबर स्त्रियांचे योगदानही भरीव स्वरूपाचे आहे. अभिनयापासून दिग्दर्शनापर्यंत आणि चित्रपट निर्मितीच्या कार्यक्षेत्रात आज स्त्रिया अग्रणी आहेत. कलाकार, संगीतकार, नेपथ्यकार, कथालेखक, पटकथालेखक, अभिनय, गीतलेखन, चित्रपटाची ही सारी क्षेत्रे व्यक्तिमत्त्व विकासासाठी व्यावहारिक अर्थाने पूरक आहेत. व्यक्तिमत्त्व विकासाचे उदाहरण म्हणून गजानन जागीरदार या प्रतिभावंताचा विशेष उल्लेख करावा लागतो. कारण चित्रपट माध्यमामध्ये चौफेर अंगांनी त्यांचे योगदान आहे.

गजानन जागीरदार यांची चित्रपट कारकीर्द आणि त्यांनी मिळविलेले

सन्मान व पारितोषिके :

१) जन्म : २ एप्रिल १९०७.

१) सहायक दिग्दर्शक म्हणून १९३० मध्ये चित्रपट सृष्टीत प्रवेश.

२) १५० हून अधिक चित्रपटात वेगवेगळ्या भूमिका.

३) २९ चित्रपट दिग्दर्शित केले.

४) ८ पटकथा लिहिल्या.

५) ९ चित्रपटांची निर्मिती केली.

२) श्रेष्ठ अभिनयाबद्दलची पारितोषिके :

१) कलकत्त्याच्या बेंगाल फिल्म जर्नालिस्टस असोसिएशनने १९४१ सालचा सर्वोत्कृष्ट अभिनेता म्हणून पारितोषिक प्रदान केले.

चित्रपट : पडोसी (हिंदी) आणि शेजारी (मराठी).

२) १९४४ साली याच संस्थेचे सर्वोत्कृष्ट अभिनेता म्हणून पारितोषिक

चित्रपट : रामशास्त्री (हिंदी आणि मराठी)

३) १९६१ सालातील सर्वोत्कृष्ट चरित्र अभिनेता म्हणून रसरंगचे पारितोषिक.

चित्रपट : शाहीर परशुराम.

३) दिग्दर्शनाबद्दलची पारितोषिके :

१) कलकत्त्याच्या बेंगाल फिल्म जर्नालिस्टस असोसिएशनने १९४४ सालचे सर्वोत्कृष्ट दिग्दर्शक म्हणून पारितोषिक दिलेले चित्रपट - रामशास्त्री.

२) १९६१ साली भारताच्या राष्ट्रपतींनी वैजयंता या चित्रपटाच्या दिग्दर्शनाबद्दल सन्मान पदक बहाल केले.

४) चित्रपटनिर्मितीबद्दलची पारितोषिके :

१) 'वैजयंती' चित्रपट निर्मितीसाठी १९६१ साली भारताच्या राष्ट्रपतींकडून गुणवत्ता प्रमाणपत्र प्रदान.

५) महाराष्ट्र शासनाची पारितोषिके :

१) १९६२-६३ सर्वोत्कृष्ट नट म्हणून शाहीर परशुराम मधील नायकाच्या भूमिकेकरिता पारितोषिक.

२) १९६४-६५ सर्वोत्कृष्ट चरित्र अभिनेता

चित्रपट - छोटा जवान.

३) 'दोन्ही घरचा पाहुणा' या सर्वोत्कृष्ट निर्मितीसाठी पारितोषिक.

४) उत्कृष्ट दिग्दर्शन पुरस्कार चित्रपट - दोन्ही घरचा पाहुणा.

६) केंद्र सरकारने सन्मानपूर्वक केलेली नेमणूक.

१) केंद्र सरकारच्या माहिती आणि नभोवाणी खात्यापर्यंत पुण्याच्या फिल्म इन्स्टिट्यूटचे प्राचार्य म्हणून १९६० साली नेमणूक.

२) भारतीय चित्रपट सृष्टीच्या सुवर्ण महोत्सवाच्या निमित्ताने इंडियन ॲकॅडमी

ऑफ मोशन फिक्चर आर्टस अँड सायन्सेस यांच्या वतीने भारताच्या पंतप्रधान श्रीमती इंदिरा गांधी यांच्या हस्ते सुवर्णपदक प्रदान.

समारोप :

चित्रपट सृष्टीचा धावता आढावा, त्यामधील प्रतिभावंत कथा लेखक, नट, संगीतकार, नेपथ्यकार, दिग्दर्शक, निर्माता, पटकथाकार, गीतकार ही कार्यक्षेत्रे व्यक्तिमत्त्व विकासासाठी खुली आहेत. व्यक्तिमत्त्व विकासाबरोबर हे क्षेत्र समाजमूल्ये, सांस्कृतिक मूल्ये व राष्ट्रीय मूल्यांची जपणूक आणि संवर्धन करून समाजविकास, संस्कृती विकास आणि राष्ट्रीय भावनांचा विकास घडवून आणणारे प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून चित्रपट माध्यम हे व्यावहारिक अंगाने अत्यंत उपयुक्त आहे.

ꕥ ꕥ

वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा

प्रा. उमा उत्तम काळे

वृत्तपत्र हे आजच्या आधुनिक प्रसारमाध्यमांतील एक महत्त्वाचे साधन आहे. रेडिओ आणि चित्रवाणीपेक्षा ते पूर्णत: भिन्न आहे. हे माध्यम लिखित म्हणजेच मुद्रित शब्दांचे आहे. अर्थात मुद्रित माध्यमातील अन्य लेखनापेक्षा म्हणजे ललित-वैचारिक साहित्याच्या भाषेपेक्षा वृत्तपत्राची भाषा ही अनेक प्रकारे भिन्न आहे.

या भाषेचे स्वरूप हे प्रामुख्याने तीन घटकांशी निगडित आहे. ही भाषा एकजिनसी, एकसाची नाही. वार्ताहर, उपसंपादक, संपादक यांच्या प्रत्येकाच्या वेगवेगळ्या स्वरूपाच्या लेखनातूनच ती घडत असते.

(१) वृत्तपत्राच्या उद्दिष्टांशी मराठी भाषेचा संबंध आहे- माहिती देणे, प्रबोधन करणे आणि रंजन करणे या हेतूंनुसार वर्तमानपत्रातील लेखन होते. आजच सारे जग हे माहितीवर आधारित असल्यामुळे मुद्रित माध्यमातून नाना तऱ्हेची माहिती पोहचविण्यासाबंधी घाई होत असते. त्याच्याशी मराठी भाषेच्या जडणघडणीचा संबंध आहे. वृत्तपत्र ही साक्षर व शिक्षित समाजात एक गरज बनली आहे. आधुनिक जीवनाचे ते एक अपरिहार्य अंग आहे.

२) वृत्तपत्रीय भाषेच्या जडणघडणीशी आणखी दोन घटनांचा संबंध आहे. १. वृत्तपत्राचे स्वरूप, धोरण २. वाचक वर्ग.

ही भाषा वाचकसापेक्ष आहे. वाचकाच्या सामाजिक, सांस्कृतिक व शैक्षणिक स्तराशीही त्याचा संबंध येतो. येथे तुलना करावयाची नाही. पण उदा. 'पुढारी' व 'महाराष्ट्र टाइम्स' ही वर्तमानपत्रे.

या दोन वर्तमानपत्रांचे वाचक आणि त्यांचा सामाजिक सांस्कृतिक स्तर व भाषिक परिसर यांच्याशी त्या वर्तमानपत्रांच्या भाषेचा निश्चितच संबंध आहे.

यावरून आपल्या असे लक्षात येते की, व्यापक अशा वाचक समूहाशी या मुद्रित माध्यमाचा संबंध असतो. त्यामुळे सामान्यातील सामान्य वाचक नजरेपुढे ठेवूनच लेखन होत असल्यामुळे भाषाही तशीच घडते.

वृत्तपत्रीय मराठी भाषेचा विचार करताना हे लक्षात घ्यावे लागते की, सर्वच वृत्तपत्रीय लेखन हे निवेदन असते. तेव्हा स्थूल मानाने ही भाषा निवेदनात्मक असते असे म्हणू शकतो. म्हणजे बातमी, लेख, परीक्षण या साऱ्यांत निवेदन असते. बातमीत तर निखळ निवेदन असते. वृत्तपत्रीय लेख व अग्रलेखात भाष्यही येते.

बातमीच्या भाषेचे तीन स्तर :

मथळा : मथळ्यांची भाषा हा स्वतंत्र विषय आहे. ही भाषा स्तंभाची रुंदी टंकाकार (टायपोग्राफी), बातमीची लांबी, महत्त्व, स्थान याप्रमाणे बदलते, घडते. कमीत कमी शब्दांत बातमीचा आशय ठासून भरावा लागतो. अनेक महत्त्वाचे मुद्दे एकाच वेळी मथळ्यात आणावे लागतात. त्यामुळे भाषेची रूपे घडत जातात. वृत्तपत्रीय भाषेत तडजोड किंवा मोडतोड मथळ्यांपासून होते.

एकाचवेळी अनेक वाचकांशी संवाद साधावा लागत असल्यामुळे भाषा, सोपी, सुटसुटीत काही वेळा प्रत्ययविहीन अशी केली जाते. शिवाय आकर्षक मथळे देऊन अंक विकावा लागत असल्यामुळे जोडतोड करावी लागते. वृत्तसंस्थेच्या इंग्रजी बातमीवरून भाषांतर केले जात असले तरी मथळ्यात मराठीपण जपण्याचा प्रयत्न महाराष्ट्रातील वृत्तपत्रांत दिसतो. जाड टंकातील मथळे डोक्यात भरतात.

वृत्तपत्रीय भाषा खऱ्या अर्थाने 'ज्ञानप्रकाश' पासून सुरू झाली. हशा व टाळ्यांसह वार्तांकन करणाऱ्या ज्ञानप्रकाशाची भाषा त्यापूर्वीच्या वृत्तपत्रांपेक्षा कितीतरी भिन्न होती. अर्थात या भाषेवरही उच्चवर्णीयांची छाप होती.

सध्या ज्याला पोस्टर टाईप म्हणतात अशा टाइपातले मथळे आहेत. मथळ्यांतील बातमीचा तपशील, लीडमधील महत्त्वाचे मुद्दे सांगतात. पुनरुक्तीदेखील होत असते.

उदा. 'साहित्याचे आयपीएल'
'आरती तेजाची'
'राजकारणात तिचा ठसा उमटविण्यासाठी'
'परदेशी पर्यटकांसाठी ड्रेसकोड'
'शैक्षणिक डोनेशन्स्'
'आता दखलपात्र गुन्हा'

एकाखाली एक उतरंड पद्धतीने येणारे हे मथळे वृत्तपत्रीय भाषेचे वेगळेपण चटकन मनावर ठसवतात. मथळ्यांनंतर बातमीची भाषा सुरू होते. ही भाषा खऱ्या अर्थाने वृत्तपत्रीय भाषा असते.

बातमीच्या अग्रपरिच्छेदात म्हणजेच 'लीड' मध्ये काय, कसे, कोठे, केव्हा, कोणी असे घटनेचे सर्व तपशील सांगावे लागत असल्यामुळे त्यातही मराठीची मोडतोड होते.

मथळ्यानंतर येणारा बातमीचा लीड आणि बातमी यांचाही एक साचा तयार असतो. मराठी वृत्तपत्रांत घाईगर्दीत, डेडलाईन सांभाळत भाषांतर करावे लागते. त्यामुळे काहीवेळा सरधोपट किंवा गोळाबेरीज तर काहीवेळा शब्दशः भाषांतर केले जाते, त्यातून चुका आणि क्लिशे तयार होतात.

बातमीतले 'क्लिशे' म्हणून खूप उदाहरणे देता येतील, असे सांगून ते पुढे म्हणाले, ''भाष्य करण्यास नकार दिला. यावर मत व्यक्त केले नाही. मौन धारण केले, आक्षेप फेटाळून लावला. सूचित केले. मुद्द्याला बगल दिली.'' इत्यादी.

वृत्तपत्रातील मराठीभाषा जशी भाषांतर प्रक्रियेशी निगडित आहे, तशीच ती भाषा आणि बोली भाषा यांच्या एक गमतीदार मिश्रणाशीही निगडित आहे. माहीतगार वर्तुळ, अधिकृत किंवा विश्वसनीय सूत्रे आणि विश्वसनीय गोट, राजकीय निरीक्षणे, राजकीय ध्रुवीकरण, समझोत्याचे प्रस्ताव असे शब्द तयार झाले आहेत, ते सतत वापरले गेलेले दिसतात.

अग्रलेखाची भाषा :

वृत्तपत्रीय लेखनातील एक महत्त्वाचा भाग म्हणजे अग्रलेख. बातमीपेक्षा अग्रेलखाचा वाचक तुलनेने कमी असतो. अग्रलेखाच्या हेतूशी आणि स्वरूपाशी त्यांची भाषा निगडित असते. अग्रलेखाचे आवाहन बुद्धिजीवी वर्ग, शासनकर्ते यांना प्रामुख्याने असल्यामुळे त्या लेखनाची भाषाही तशीच घडते.

दोन स्तंभांच्या मर्यादेत विशिष्ट राजकीय, सामाजिक, सांस्कृतिक घटनेबाबत, प्रश्नाबाबत काही तथ्ये किंवा घटिते वाचकांपढे ठेवून त्यावर भाष्य केले जाते, प्रथम घटनेचे निवेदन असते. त्यानंतर त्याची पार्श्वभूमी सांगत विश्लेषण केले जाते. सर्वांत शेवटी संबंधीचे मतप्रदर्शन केले जाते. अशी तीन किंवा चार परिच्छेदांतल्या अग्रलेखाची रचना असते. संदर्भ व दाखले देत युक्तिवाद करणे, एखादी भूमिका आग्रहाने मांडणे किंवा प्रतिपक्षावर हल्ला चढविणे हेदेखील अग्रलेखाचे उद्देश असू शकतात.

यावरून आपल्या असे लक्षात येते की- अग्रलेखाची भाषा, विषय, हेतू, वृत्तपत्राच्या ध्येयधोरणानुसार घडत असते. तसेच आधुनिक काळात ही भाषा साधी, सोपी आणि सामान्य वाचक नजरेसमोर ठेवून घडत गेलेली आहे.

नाट्य, पुस्तक, चित्रपटपरीक्षणाची भाषा :

बातमी आणि अग्रलेखाप्रमाणे नाट्य चित्रपट, पुस्तक परीक्षणाची भाषा हा स्वतंत्र विषय आहे. मराठी भाषेवर हिंदी, इंग्रजी या भाषांचे आक्रमण होत असल्यामुळे वृत्तपत्रीय भाषा ही अधिक भिन्न होत आहे. समारंभ संपन्न झाला, शंकराचार्यांची शोभायात्रा निघाली, स्मरणिकेचे विमोचन झाले, अशी वाक्ये सहज येतात.

उदा. शेअरबाजार, टँकर,. कंट्रोलरूम, मिनी मार्केट, सुपरमार्केट, कन्स्ट्रक्शन, कंपनी, प्रोजेक्ट, हौसिंग स्कीम, हौसिंग सोसायटी, कॉर्पोरेशन, बसेस, शाळा-कॉलेज, साउथ इंडियन डिशेस, परराष्ट्रनीती, नामांकनपत्र अशी अनेक उदाहरणे देता येतात.

याावरून एवढेच सांगता येते की, मराठी भाषा अधिक चांगली कशी करता येईल. कारण 'केसरी' वर्तमानपत्राने वृत्तपत्रीय भाषेत कोणते आणि किती शब्द रूढ केले ते 'केसरी प्रबोध' ग्रंथात आबा चांदोरकर या इतिहाससंशोधकांनी सांगितले आहे.

तसेच वृत्तपत्र-प्रसारमाध्यमांसाठी एक चटकन उपयोगी पडणारा शब्दकोश, पारिभाषिक संज्ञाकोश तयार करायला हवा, तसेच वृत्तपत्रांनी शैली पुस्तकाही (स्टाईल बुक) तयार करण्याची गरज आहे.

संपादनाची भाषा :

भाषा विकसित होते, तशी तिच्यात सरमिसळही होत जाते. तिच्यावर अन्य भाषांमधील शब्दांची आक्रमणे होत जातात. वृत्तपत्रात काम करणारा उपसंपादक व वार्ताहर त्यास बळी पडतो.

आपल्या भाषेचे सौंदर्य, सौष्ठव हे टिकवावे लागते. त्यासाठी इतर भाषेतल्या योग्य अर्थाच्या शब्दाला हा विरोध नाही, मराठीत असे अनेक शब्द अन्य भाषांमधून आले आहेत. तांत्रिक व शास्त्रीय परिभाषेतले शब्द आपण स्वीकारले; पण प्रतिशब्द मराठीतले शोधले नाहीत.

उदा. एका बातमीचे शीर्षक ''भारताची रक्षा करण्यास सैनिक सज्ज''. येथे रक्षा हा शब्द संबंधित शब्दाचे दोन अर्थ होतात. रक्षा म्हणजे राख आणि रक्षा म्हणजे रखेल. या दोन्ही अर्थांनी सीमेवर असणारे सैनिक सज्ज असणार नाहीत.

तसेच दुसरा शब्द 'संपन्न' हा आहे. पूर्वी संपन्न व्यक्तिमत्त्व अशा अर्थाने वापरला जाणारा शब्द, आता एखादा कार्यक्रम कसा संपन्न झाला हे सांगण्यासाठी वापरला जातो. वास्तविक कोणताही कार्यक्रम हा त्या अर्थाने श्रीमंत व समृद्ध होत नाही. तो साजरा होत असतो. त्यामुळे साजरा होत असणारा कार्यक्रम आता श्रीमंत कसा झाला याविषयी कोणीही बोलत नाही. कारण असा शब्द अनेकदा सभा समारंभांतून वापरून गुळगुळीत झाला आहे. त्यामुळे वाचकाला तोच शब्द योग्य वाटू शकतो.

निष्कर्ष :

भाषेतील सोपेपणा हा वाचकांच्या मनाची पकड घेणारा असतो. सोप्या शब्दांत सांगितलेली बातमी अधिक वाचकांपर्यंत पोहोचते. मराठी भाषेत प्रसिद्ध होणारे वृत्तपत्र सर्वसामान्यांसाठी हे ओळखण्याची गरज आहे. उच्चविभूषितांसाठी असणाऱ्या इंग्रजी वृत्तपत्रांपेक्षा आपले वृत्तपत्र निराळे आहे, हे आपले लक्ष्य असेल तर त्याला समजणारी भाषा ही बातमीची असली पाहिजे.

वर्तमानपत्र आणि मराठी भाषा

प्रा. नवनाथ अगंद शिंदे

प्रस्तावना :

सध्याच्या विज्ञांन युगात माहितीचा स्फोट होत आहे. म्हणूनच आजच्या युगाला 'माहिती युग' असे म्हटले जाते. वर्तमानपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन यांवरील दैनंदिन कार्यक्रम हे आपल्या जीवनातील एक अविभाज्य घटक बनले आहेत. जगात कोठेही घडणाऱ्या घटनेचे फार जलदरीत्या प्रसारण ही वरील प्रसारमाध्यमे करीत असतात. त्यामुळे प्रसारमाध्यमे ही महत्त्वाची मानली जातात. ही माध्यमे अतिशय संवेदनशील आणि शक्तिशाली आहेत. आज या माध्यमांचे जाळे सर्वत्र पसरलेले आहे.

प्रसारमाध्यमे म्हणजे समाजाचा अविभाज्य घटक ! एकविसाव्या शतकातील माहिती तंत्रज्ञान क्षेत्रात इंटरनेट, दूरचित्रवाणी, मोबाईल, मासिके इ. साधने प्रसारमाध्यमांचे कार्य करतात. समाजजीवनावर प्रभुत्व असणे, सकारात्मक व नकारात्मक गोष्टी घडवून आणण्याची ताकद असणारे अत्यंत प्रभावी साधन म्हणजे प्रसारमाध्यमे होत. यथार्थता, अचूकता, वास्तवता यांचा वेध घेऊनच माहिती, बातम्या व कार्यक्रमांचे प्रसारण प्रसारमाध्यमे करतात. डेनिस मेकवेल या संवाद तज्ज्ञाने प्रसारमाध्यमांना संवादाची आणि परिवर्तनाची शक्ती असे म्हटले आहे.

प्रसारमाध्यमांची आवश्यकता :

प्रसारमाध्यमे (Mass Media) दैनंदिन जीवनाचा एक अविभाज्य भाग झालेली आहेत. शिक्षण देणे, माहिती पुरवणे, मनोरंजन तसेच प्रबोधन करणे इ. अनेक गोष्टींची माहिती आपल्याला प्रसारमाध्यमांमुळे प्राप्त होते. आजच्या धावपळीच्या युगात एखादी घटना सर्वसामान्य लोकांपर्यंत जलदरीत्या प्रसारित करणे, ही प्रसारमाध्यमांची महत्त्वाची भूमिका आहे. वर्तमानपत्राकडे सर्वसामान्य माणूस 'जहांगीर घंटा' म्हणूनच पाहत असतो. इतर सर्व प्रसारमाध्यमांपेक्षा 'वृत्तपत्र' हे जनतेच्या दृष्टीने प्रभावी माध्यम असल्याचे दिसून येते. यामुळेच वर्तमानपत्राची सामाजिक बांधिलकी आजही टिकून असल्याचे दिसून येते.

विविध प्रसारमाध्यमे :

प्रसारमाध्यमे

अ) मुद्रित (छापील)

ब) अमुद्रित (इलेक्ट्रॉनिक)

१. वर्तमानपत्रे	१. आकाशवाणी
२. मासिके	२. दूरदर्शन
३. नियतकालिके	३. संगणक
४. हस्तपुस्तके	४. इंटरनेट
५. माहिती पुस्तिका	५. मोबाईल
६. भित्तिपत्रके	६. डिजिटल क्रांती
७. दिनदर्शिका, दैनंदिनी	७. फलक
८. लघुचित्रपट	
९. जाहिरातपट	
१०. चित्रफिती.	

एकविसाव्या शतकातील मानवी जीवनावर–जीवनातील सर्वच घटकांवर प्रसारमाध्यमांचा फार मोठा प्रभाव पडलेला दिसून येतो. प्रिंटमीडिया, इलेक्ट्रिक मिडिया, सायबर मिडिया इ. अनेक शाखांमुळे– प्रसिद्धी, प्रतिष्ठा आणि पैसा अशा सर्वच आघाड्यांवर विलक्षण वेगाने प्रगती होत आहे. या गोष्टींचे महत्त्व ओळखून पुणे विद्यापीठातील पदवी व पदव्युत्तर मराठीच्या अभ्यासक्रमासाठी आता संगणक, वृत्तपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन इ. तसेच जाहिरात लेखन, संवाद लेखन, मुलाखतीचे तंत्र, पत्रकारिता इ. जर्नालिझम व मास कम्युनिकेशन अभ्यासक्रमातील विषय समाविष्ट केलेले आहेत.

'वर्तमानपत्र' या प्रसारमाध्यमाचे बदलते स्वरूप :

पत्रकारितेचे मूळ मुद्रित वृत्तपत्र अगोदर तोंडी पत्रकारितेत शोधता येते. उदा. ग्रीक रंगभूमीवरील नाटके, इतिहास काळातील शिलालेख इ. जनसंपर्क माध्यमांचा प्रसार अभ्यासताना 'हिकीज बेंगॉल गॅझेट' ह्या सर्वप्रथम छापलेल्या वर्तमानपत्रास आज २२५ वर्षांपेक्षा अधिक काळ झाला आहे. भारतातील पहिले वृत्तपत्र इंग्लिशमध्ये छापले गेले. आसामी, गुजराती, हिंदी, कन्नड, मल्याळम, मराठी, उडिया, पंजाबी, तामिळ, तेलुगु, उर्दू इ. भारतीय भाषेतील मुख्य वर्तमानपत्रे आज सर्वत्र आढळून येतात.

भारतातील भाषावर वृत्तपत्रांची संख्या २००० च्या आसपास आहे. यात मराठी दैनिक वृत्तपत्रांची संख्या ३७१ एवढी आहे. ६ जानेवारी १८३२ रोजी बाळ गंगाधर जांभेकर यांनी 'दर्पण' या नावाचे मराठीतील पहिले वर्तमानपत्र छापले. त्यांनी प्रथमच पाश्चात्त्य ज्ञानाचा प्रसार मराठी भाषेतून केला. १८६० ते १८९९

मध्ये शेकडो वर्तमानपत्रे निघाली. ती बोलण्याची मागणी करू लागली. ब्रिटिश कारभारावर टीका करू लागली. भारतीय स्वातंत्र्याच्या दीर्घसंग्रामात राष्ट्रीय हेतूसाठी कार्य करणारी मुख्य वर्तमानपत्रे होती.

स्वातंत्र्योत्तर काळात लोकशाहीला बळ देण्यासाठी आणि समाजाच्या उभारणीसाठी वर्तमानपत्रांनी कार्य केले. भारतातील सर्वसामान्य लोकांचे प्रश्न ठळकपणे मांडण्याची भूमिका, त्यांच्या इच्छा, आशा आकांक्षा मराठी भाषेतून व्यक्त करण्याचे महत्त्वाचे काम वृत्तपत्रांनी केलेले आहे. आजच्या लोकशाहीच्या युगात शस्त्रांची जागा शब्दांनी घेतली असून लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ म्हणून वर्तमानपत्रांना ओळखले जाते. इलेक्ट्रॉनिक्स, डिजिटल क्रांतीच्या अनुषंगाने आलेली संपर्क क्रांती हे एकविसाव्या शतकातील वास्तव आहे. परंतु जगाची अर्धी लोकसंख्या आजही यापासून वंचित असल्याचे दिसून येते.

वर्तमानपत्रातील मराठी भाषा :

प्रसारमाध्यमातील मराठी भाषेचा वापर कसा केला जातो ? हा खरे तर संशोधनाचा विषय आहे. प्रत्यक्ष आकाशवाणी, दूरदर्शन, वर्तमानपत्र आणि इलेक्ट्रॉनिक मीडियाशी निगडित असणाऱ्या व्यक्तींचा भाषिक व्यवहार कसा चालतो हे बघणे आणि ऐकणे सर्वांच्याच दृष्टीने मोठे औत्सुक्याचे आहे.

१. भाषेच्या माध्यमातून वैचारिक मंथन :

टीव्ही. संस्कृतीमुळे वाचन संस्कृती बुडते आहे, असा गवगवा होतो. मात्र, तसे काही नसून आजही लोक वाचतात, लिहितात. भाषेच्या माध्यमातून लेखक, वाचक यांच्या विचारांचा आणि सर्जनशील अभिव्यक्तीचा विकास होत असतो. विविध वृत्तपत्रांमधून 'वाचकांचा पत्रव्यवहार' या सदरात पत्रलेखकाचे विचार, भावना, कल्पना, इच्छा व अनुभव स्पष्ट आणि समर्पक शब्दांत व्यक्त होताना आढळतात. वाचन, चिंतन, मनन यांतून स्वतंत्र विचार जन्माला येतो. भाषेच्या माध्यमातून सामाजिक, शैक्षणिक, सांस्कृतिक, राजकीय, धार्मिक, आर्थिक, कृषी आदी प्रश्नांचा आपण सर्वंकष विचार करायला शिकतो. वृत्तपत्रीय मराठी भाषा पाल्हाळीक नसून नेमकी, नेटकी अर्थाभिव्यक्ती करणारी भाषा असते. विविध वृत्तपत्रांचे दिवाळी अंक, विशेषांक, साप्ताहिक पुरवण्या, अग्रलेख, वैचारिक लेखांमधील मजकूर आशयपूर्ण असतो. मराठी वृत्तपत्रे मायबोलीच्या प्रकटीकरणातूनच समाज आणि संस्कृती टिकवण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य करतात

२. दैनिक परिपाठ म्हणजेच 'मूल्यशिक्षण' :

दैनिक वृत्तपत्र वाचन हा एक उत्तम संस्कार असून मनाची मशागत करण्याचा तो सोपा उपाय आहे. आपले ज्ञान अपडेट ठेवण्यासाठी विविध स्पर्धा परीक्षांच्या तयारीसाठी, सभोवतालच्या घडामोडींचा अभ्यास करण्यासाठी दैनिक वृत्तपत्र वाचन ही एक उत्तम सवय आहे. आपण जे उपक्रम दररोज नियमितपणे पार

पाडतो, ते उपक्रम म्हणजेच 'दैनिक परिपाठ' होय. सुविचार, दिनविशेष, पंचांग, पर्यटक, जात्यावरची ओवी, चारोळ्या, रंजक नोंदी, बोधकथा, विनोद, ग्राफिटी, दिनमान (राशिभविष्य) इ. शीर्षकांच्या माध्यमातून आपल्या व्यक्तिमत्त्व विकासासाठी ही 'संस्कार शिदोरी' आपणांस दैनिक परिपाठातून मराठी भाषेच्या माध्यमातून नकळत मिळत असते. राष्ट्रभक्ती, राष्ट्रीय एकात्मता, सर्वधर्मसहिष्णुता, स्त्री-पुरुष समानता, श्रमप्रतिष्ठा, वैज्ञानिक दृष्टिकोण, सौजन्यशीलता, संवेदनशीलता, वक्तशीरपणा, नीटनेटकेपणा, इ. जीवनाचा मूलाधार असणाऱ्या दहा जीवनमूल्यांचा विकास परिपाठाद्वारे घडतो.

३. वाचकांचा भाषिक कौशल्य विकास :

भाषा हा माणसाच्या जीवनाचा एक अविभाज्य भाग आहे. भाषा ही माणसाच्या प्रत्येक भावनेशी, विचाराशी, कृतीशी निगडित असते. भाषा ही मानवी संस्कृतीचा पाया आहे. ध्वनी अवकाशात विरून जातो म्हणून ध्वनी रेखाकृतीद्वारे जतन केला जातो यालाच लेखन म्हणतात. वृत्तपत्रीय लेखनाला 'Literature in a hurry' असेही म्हटले जाते. 'लोकांना बातम्या देणे, लोकजागृती करणे, समाजातील दांभिकतेचे खंडन आणि लोकमताला योग्य दिशा दाखवून इष्ट वळण लावणे' हे वर्तमानपत्राचे महत्त्वाचे कार्य असते. बातम्यांप्रमाणेच विविध घडामोडी, चळवळींच्या संदर्भातील प्रगट चिंतन, अग्रलेख, स्फुटलेख, जाहिराती, शब्दकोडी इत्यादी स्वरूपाचे लेखन वर्तमानपत्रातून होत असते. निरक्षर लोकसुद्धा एखाद्या साक्षराच्या मदतीने त्याचे सामुदायिक वाचन करीत असतात.

शब्दकोडी सोडवण्याच्या सरावामुळे आपला बौद्धिक, भाषिक विकास होत असतो. 'दै.लोकमत'मधील वाक्प्रचार, शब्दार्थ या सदराच्या माध्यमातून इंग्रजी शब्दांचे उच्चार व त्यांचा मराठी अर्थ आदींच्या माध्यमातून वाचकाचा भाषिक विकास होत असतो. वाचन, लेखन, भाषण, श्रवण अशी चारही भाषिक कौशल्ये विकसित करण्यात वर्तमानपत्रे महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात.

विचार करण्यासाठी वेळ द्या.
कारण ते शक्तीचे उगमस्थान आहे.
वाचनासाठी वेळ द्या.
कारण तो ज्ञानाचा पाया आहे.

वाचन कौशल्य सुधारण्यासाठी जाणीवपूर्वक सराव केला पाहिजे. अधिक शब्द एक नजरेत वाचण्याचा प्रयत्न झाला पाहिजे. वाचकांच्या भाषिक कौशल्ये आणि जीवन कौशल्ये यांची सांगड घालण्यामध्ये वर्तमानपत्रे महत्त्वाची भूमिका पार पाडतात. वृत्तपत्र वाचनामधून व्यक्तीच्या नवनिर्मितीच्या क्षमतांचा तसेच चिकित्सक दृष्टीने विचार करण्याच्या पद्धतीत अमूलाग्र बदल झाल्याचे दिसून येते.

४. साप्ताहिक पुरवण्या आणि साहित्यविषयक चर्चा :

भाषा आणि साहित्याच्या अभ्यासातून व्यक्तिमत्त्व विकसित होते. विविध वृत्तपत्रांच्या साप्ताहिक पुरवण्यांमधून नवोदितांचे काव्यलेखन, साहित्यिक, शैक्षणिक, सांस्कृतिक चर्चा, नाटक व चित्रपटांचे परीक्षण, पुस्तक परिचय, समीक्षा लेखन, सामाजिक प्रश्नांवरील भाष्य आदी साहित्यिक उपक्रमांची चर्चा होते. अनेक दिवाळी अंकांतून विविध साहित्य प्रकारांच्या माध्यमातून लेखन होताना आढळते. अनेक वर्तमानपत्रांच्या साप्ताहिक पुरवण्या वाचकप्रिय झाल्याचे दिसून येते.

५. विनोदी लेखन, म्हणी आणि वाक्प्रचारांचा वापर :

हास्य विनोदासाठी वेळ द्या.

कारण ते जीवन संगीत आहे.

विनोद हे जीवनाचे वंगण आहे. कटकटी आणि कुरकुरी यांवर ते उत्तम औषध आहे. जीवनातील प्रत्येक प्रसंगी विनोद तणाव दूर करू शकतो. प्रत्येक वर्तमानपत्रांतून असे विनोदी लेखन आढळून येते. चाणाक्ष पत्रकार, लेखक आपला लिखणामध्ये, बातम्यांच्या शीर्षकांमध्ये म्हणी, वाक्प्रचारांचा वापर करताना आढळतात.

६. वृत्तपत्रातील छायाचित्रण :

प्रसारमाध्यमांचा सामाजिक प्रभाव लोकमानसावर उमटलेला दिसून येतो. एखादे छायाचित्र आपले बोलण्याचे हजार शब्द वाचवू शकते. या उक्तीनुसार वर्तमानपत्रातून सचित्र वृत्त दिल्याचे आढळते. यामुळे बातमीची विश्वसनीयता, वास्तव चित्रण यांमुळे वाचक प्रभावीत होतो. रंगीत छपाई केल्यामुळे छायाचित्रातून अनेक अर्थ प्रकटीकरण होतात.

७. वृत्तपत्रीय भाषा : समाजमनाचे 'दर्पण' :

मानव हा समूहप्रिय प्राणी आहे. समूह म्हणजेच समाज. भाषा ही ध्वनिसंकेतावर आधारलेली एक सामाजिक संस्था आहे. भाषा या संस्थेमुळे माणसाची संस्कृती टिकण्यास आणि वाढण्यास मदत होत असते. स्फुरण-लेखन-लेखप्रकाशन ही एक सलग लेखन प्रक्रिया आहे. वृत्तपत्रीय भाषा ही समाजमनाचे, समाज व्यवहाराचे 'दर्पण' आहे. शब्दांची ताकद वाचकांचे आत्मबल वाढवते. वृत्तपत्रीय मराठी भाषा समाजाच्या विकासानुसार विकसित होत गेल्याचे दिसून येते. उदा. दर्पण ते आजतागायतची सर्व वर्तमानपत्रे. प्रादेशिक, राज्य, राष्ट्रीय वृत्तपत्रांतील मराठी भाषा लेखनामधील फरक आपणास चटकन लक्षात येतो.

८. वर्तमानपत्रांच्या माध्यमातून मराठी भाषा विकास कसा करता येईल :

१) लेखनात संक्षिप्त शब्दांचा वापर टाळावा :

उदा. आयटी (माहिती व तंत्रज्ञान क्षेत्र)

व्हॅट (मूल्यवर्धित कर)

युजीसी (विद्यापीठ अनुदान आयोग)

नेट (राष्ट्रीय पात्रता चाचणी) इत्यादी संक्षिप्त शब्दांचा वापर विशिष्ट विद्वान समाजासाठी योग्य आहे; पण सर्वसामान्य वाचकांच्या दृष्टीने असे लेखन शक्यतो टाळावे.

२) मुद्रणदोष :

मराठी भाषा आपल्या नित्य परिचयाची व उपयोगाची गोष्ट आहे. वाक्यरचना करताना शब्दांचा क्रम कसा ठेवायचा, भाषेचे व्याकरण कसे सांभाळायचे यांचाही विचार करणे गरजेचे आहे. भाषा विषयाच्या तज्ज्ञ मुद्रित शोधकाच्या माध्यमातून लेखनविषयक नियमांच्या साहाय्याने सदोष लेखन करावे.

३) प्रादेशिक बोलीत वृत्तपत्र छपाई :

'शुद्ध कसे बोलावे, शुद्ध कसे लिहावे' हे व्याकरण शिकल्याने समजते हा जुना दृष्टिकोण आधुनिक भाषावैज्ञानिकांना मान्य नाही. प्रसिद्ध भाषावैज्ञानिक डॉ. ना. गो. कालेलकर म्हणतात, ''लोकांना भाषा शिकविण्याचे दिवस संपले आहेत. लोकांची भाषा शिकण्याचे दिवस आले आहेत.'' वऱ्हाडी, अहिराणी, नागपूर, कोकणी इ. बोलीभाषांतून वर्तमानपत्र छपाई होणे आवश्यक आहे. बोली या भाषेच्या मारक नसून पूरकच असतात.

४) वर्तमानपत्रातील बोधकथा, परिपाठ, साहित्यिक पुरवण्या, दिवाळी अंक, विनोदी लेखन, नवोदितांचे काव्यलेखन यांचा संग्रह करून मराठी भाषा विकासाच्या दृष्टीने संशोधन होणे आवश्यक आहे.

५) वर्तमानपत्रांच्या प्रत्येक कार्यालयात स्वतंत्र ग्रंथालय असावे.

समारोप :

वर्तमानपत्र लोकमानसापर्यंत त्यांच्याच भाषेत पोहचलेले प्रभावी प्रसारमाध्यम आहे. आकाशवाणी आणि दूरदर्शन प्रभावी माध्यमे असली तरी त्यांद्वारे होणाऱ्या प्रसारणाचे स्वरूप तात्कालिक असते. ते पुन्हा ऐकता किंवा पाहता येत नाही. आजचे वृत्तपत्र उद्या शिळे जरी झाले तरी त्याला संदर्भमूल्य राहते आणि त्यातील मुद्रित मजकूर नजरेआड होऊ शकत नाही. शिवाय प्रगल्भ समाजाच्या जीवनात वृत्तपत्रांचे स्थान नेहमीच अनन्यसाधारण असते. समाजजागृतीचे आणि त्याचबरोबरच समाज व शासन यांच्या व्यवहारावर अंकुश ठेवण्याचे काम वृत्तपत्रे करीत असतात. म्हणूनच ''बंदुकीपेक्षाही वर्तमानपत्रांची भीती राज्यकर्त्यांना नेहमी वाटत आली आहे.'' असे वृत्तसंस्थेचे वर्णन कार्लाईल करतो. त्याचे कारण हेच आहे. संपूर्ण विश्व हे प्रसारमाध्यमांमुळे एक खेडे भासत असून त्यातून 'वैश्विक खेडे' ही संकल्पना उदयाला आली आहे.

प्रसारमाध्यमे आणि साहित्य

प्रा. डॉ. ज्ञानेश्वर वाल्हेकर

प्रास्ताविक :

प्रसारमाध्यमे म्हणजे काय? प्रसारमाध्यमांचे स्वरूप, प्रकार व कार्य आणि या प्रसारमाध्यमांचा साहित्य व्यवहारांशी असलेला संबंध तपासणे हा या शोधनिबंधाचा उद्देश आहे.

प्रसारमाध्यमांबद्दल प्रा. वैजिनाथ राख म्हणतात की, ''सर्व घडामोडींची इत्थंभूत माहिती पोचविण्याचे काम ज्या माध्यमांद्वारे केले जाते त्याला प्रसारमाध्यमे म्हणतात.'' नावीन्यपूर्ण माहिती विविध माध्यमांद्वारे पुरविली जाते. यामुळे समाजाचे कुतूहल पूर्ण होते. जिज्ञासा पूर्ण होते.

प्रसारमाध्यमांचे विविध प्रकार :

१) मुद्रित माध्यमे :

या प्रकारामध्ये वर्तमानपत्रे, साप्ताहिके, पाक्षिके, मासिके, द्वैमासिके, त्रैमासिके, अनियतकालिके, भित्तिपत्रके इ.

२) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे :

श्राव्य प्रकारांत आकाशवाणी, नभोवाणी इ. तर दृक श्राव्य माध्यमांमध्ये– दूरचित्रवाणी, संगणक, चित्रपट, भ्रमणध्वनी, इंटरनेट, ई–मेल, नेटचॅटिंग, सर्फिंग इ.

प्रसारमाध्यमांची उद्दिष्टे :

राजसत्तेवर अंकुश ठेवणे, समाजातील विविध अपप्रवृत्तींवर प्रहार करणे, द्रष्टेपणाने भाकित करणे, अभिरुची घडविणे, मूल्यशिक्षण देणे, भाषेचा मानदंड निर्माण करणे इ. उद्दिष्टे साध्य करण्यासाठी जगभर विविध प्रसारमाध्यमे निर्माण झाली. परंतु ज्या उद्दिष्टांपोटी निर्माण झाली, ती उद्दिष्टे आता कितपत साध्य होतात याबाबत प्रश्न निर्माण होतो आहे.

प्रसारमाध्यमांचे कार्य :

वर्तमानपत्रे या मुद्रित प्रसारमाध्यमाच्या कार्याबाबत भारतरत्न डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर म्हणतात, ''झोपलेल्यांना जागे करणे, जागे झालेल्यांना बसते करणे, बसलेल्यांना उभे करणे आणि अखेर क्रियावंत बनविणे म्हणजेच एखाद्याला किंवा अनेकांना मूळ प्रश्नांची जाणीव करून देणे, अन्यायाला वाचा

फोडणे, ज्यांना जो आधार हवा त्याला तो आधार देणे, समाज जागा करणे, समाज ही एक गाडग्या मडक्यांची उतरंड आहे. सर्वांत खालच्या गाडग्यावर वरच्या गाडग्या-मडक्यांचे दडपण असते. त्यांचे तोंड खुले करणे व सर्व गाडग्यांना समानतेवर आणणे व अन्याय संपविणे हे वृत्तपत्राचे कार्य असते.''[२]

सत्यशोधक पत्रकारितेचे कार्य असे की, ''बहुजन व शूद्रातिशूद्र समाजात वैचारिक जागृती करणे, धार्मिक-सामाजिक गुलामगिरीतून मुक्त करणे, प्रबोधन करणे, विद्येचा प्रसार करणे, शेतकऱ्यांचे दुःख वेशीवर टांगणे इ.''[३] सारांश, फुले-आंबेडकर पत्रकारितेचा आजचा प्रसारमाध्यमांना विसर पडला आहे असे वाटते.

प्रसारमाध्यमांची परंपरा :

विशेषतः मुद्रित वर्तमानपत्रांच्या परंपरेत, 'दीनबंधू', 'आंवालहरी', 'शेतकऱ्यांचा कैवारी', 'विजयी मराठा', 'सोमवंशीय मित्र', 'निराश्रित हिंद नागरिक', 'विटाळ विध्वंसक मजूरपत्रिका', 'दर्पण', 'ज्ञानप्रकाश', 'निबंधमाला', 'केसरी', 'शतपत्रे', 'प्रभाकर' नंतर डॉ. बाबासाहेबांनी चालविलेली 'मूकनायक', 'बहिष्कृत भारत', 'जनता' इ. सर्वच पत्रांनी तत्कालीन समाजासाठी एक वैचारिक लेखन केले ते आजही मार्गदर्शक ठरते.

आजच्या वर्तमानपत्रांची नावे आपणा सर्वांना माहिती आहेत. या पत्रांचे ध्येयधोरणही आपणास परिचित आहे.

आकाशवाणी हे श्राव्यमाध्यम आहे. या माध्यमाला मात्र सरकारी बंधने आहेत. जनतेला माहिती देणे, प्रबोधन करणे, रंजन करणे, इ. उद्देश आहे. विजय तेंडुलकरांचे 'काळोख' हे नभोनाट्य एकेकाळी या माध्यमावर खूप लोकप्रिय ठरले होते.

दूरचित्रवाणी, दूरदर्शन व विविध वाहिन्या ही दृक्-श्राव्य माध्यमे आहेत. ते अतिशय प्रभावी व परिणामकारक माध्यम आहे. आज या माध्यमाचा आजच्या समाजावर प्रचंड प्रभाव आहे. यामुळे वाचनसंस्कृती, वाङ्मयीन अभिरुची लोप पावत आहे. ग्रंथाध्ययनाची परंपराही लोप पावत आहे.

''भाषा घडविण्याचे व भाषेला चालती बोलती ठेवण्याचे वृत्तपत्र हे एक महत्त्वाचे माध्यम आहे.'' वृत्तपत्राची भाषा ही प्रमाणभाषा व लोकभाषा यांतील मधली अवस्था आहे. वृत्तपत्रीय लेखनाला 'धावपळीतले साहित्य' असे प्रसन्नकुमार अकलूजकरांनी म्हटले आहे. वृत्तपत्रातून स्तंभलेखन करणाऱ्यांची एक समृद्ध परंपरा विकसित झालेली आहे. उदा. विजय तेंडुलकर, प्रीतीश नंदी, माधव गडकरी, अरुण टिकेकर, प्रकाश बाळ इ. कितीतरी.

प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप :

''मुद्रित माध्यमातील लेखन म्हणजेच साहित्य ही पारंपरिक व्याख्या आज

मागे पडत आहे. म्हणूनच फक्त छापील रूपातील लेखन म्हणजे साहित्य हा नियम आता बदलला पाहिजे. ''कोणत्याही माध्यमातील लेखन म्हणजे साहित्य.'' संगणक, इंटरनेट, ब्लॉग, आर्कुट, फेसबुक इ.च्या द्वारे आधुनिक साहित्याचे तांत्रिक स्वरूप सिद्ध होत आहे. यामुळे साहित्याच्या अभिव्यक्ती रूपात मूलतः काही बदल होणार आहे. ब्लॉगमुळे ब्लॉगवरील लेखन वाचणारा वाचक ऑनलाईन आस्वाद घेणार आहे. यामुळे साहित्य आस्वाद समीक्षा यातच मूलगामी बदल होतील असे वाटते. प्रसारमाध्यमांच्या या बदलत्या स्वरूपात पारदर्शक लेखक-वाचक निर्माण होण्यास मदत होईल असे वाटते.

मुद्रित व अमुद्रित किंवा इलेक्ट्रॉनिक प्रसारमाध्यमांतून आजपर्यंत मराठी लेखकांचा वाङ्मयेतिहास, भाषाविचार, साहित्यविचार, समीक्षा विषयक व इतर अनुषंगिक साहित्य व्यवहाराबाबत सर्व प्रसारमाध्यमे दक्ष असतात. परंतु आपआपल्या ध्येयधोरणानुसार, वैचारिकतेच्या मापदंडानुसार वाङ्मयीन विश्वाची दखल घेतली जाते. प्रसारमाध्यमांचा संबंध राजकारण, अर्थकारण, सांस्कृतिकता, सत्ता, उद्योग, कायदा, व्यापार, तंत्रज्ञान, ज्ञान, विज्ञान, संशोधन, साहित्य इत्यादींशी निगडित आहे. तटस्थता आणि निःपक्षपातीपणा हा प्रसारमाध्यमांचा गाभा आहे. प्रसारमाध्यमामध्ये भाषेचे प्रदूषण वाढले आहे. मराठी भाषा, मराठी साहित्याची हेळसांड होते आहे. वाङ्मयीन पर्यावरणास पोषक ठरेल अशी परिस्थिती अपवादात्मक आहे. आजच्या वाङ्मयीन पर्यावरणाला एक विशिष्ट सूज आहे. प्रसिद्धीचा प्रचंड हव्यास आहे. यामुळे सृजनशीलता खुरटण्याची भीती आहे. पैसा, मान्यमान्यता, प्रतिष्ठा यांसाठी खोटी स्तुती केली जात आहे.

आजचा मराठी साहित्य व्यवहार उच्च तांत्रिक स्वरूपाचा आहे. कोटीच्या कोटी उड्डाणे होत आहे. गेल्या दहा वर्षांपासून नवमाध्यमांचा शोध लागला आहे. नव्या माध्यमांवर समाजातील मध्यम, उच्च मध्यमवर्गीयांचे वर्चस्व आहे. यामुळे सामान्य पातळीवर साहित्यव्यवहार, साहित्यनिर्मिती करणारा वर्ग नवमाध्यमांपासून दूर फेकला जात आहे.

वर्तमानपत्राच्या रविवार पुरवण्यांचे स्वरूप अतिशय निरुंद, उथळ, कोंदट झालेले आहे. रविवार पुरवण्यांचे संपादन आळसावलेल्या मनोभूमिकेतून होत असल्याचे निर्दशनास येते. पुरवण्यांचे वैविध्य व वैपुल्य नाहीसे झालेले आहे. अपवाद इंडियन एक्सप्रेस, राष्ट्रीय सहारा, राजस्थान पत्रिका, डेक्कन हेरॉल्ड, हिंदू इ.च्या रविवार पुरवण्या मजकुराच्या विविधतेने व विपुलतेने समृद्ध आहेत. रविवार पुरवण्यांच्या स्वरूपाबद्दल जयदेव डोळे म्हणतात की, ''ललित साहित्याला पूर्णपणे वजा करून टाकलेले आमचे रविवार पुरवण्यांचे स्वरूप पाहिले की, आता महाराष्ट्राला नवे चांगले कथाकार, कादंबरीकार, कवी,

समीक्षक कधीच मिळणार नाहीत याची खात्री वाटते.'' (पृ. १७६-१७७) अपवाद 'नई दुनिया' या हिंदी दैनिकातील कथालेखन. 'एशियन एज' हे इंग्रजी दैनिक कविता लेखन छापते. 'आउटलुक' हे हिंदी साप्ताहिक दोन पृष्ठांच्या कथा प्रसिद्ध करते. महाराष्ट्रातील दै. 'पुढारी'ने अनेक तरुण लेखक घडविले आहेत. या उदाहरणांचा अर्थ असा नव्हे की, महाराष्ट्रातील इतर दैनिकांचे वाङ्मयीन कार्य शून्य आहे. दै. महाराष्ट्र टाइम्स, लोकसत्ता, सकाळ, गावकरी इ. नीही दखल घेण्याजोगे वाङ्मयीन कार्य घडविले आहे. नियतकालिकांमध्ये अस्मितादर्श, अक्षरवैदर्भी, प्रतिष्ठान, सुगावा, ललित, युगवाणी, कविताभारती, अनुष्टुभ, समाजप्रबोधन पत्रिका, नवभारत इ. कितीतरी नावे आहेत. या सर्वांनीच परिवर्तनवादी पुरोगामी लेखकांना सतत खतपाणीच घातले आहे.

आजच्या रविवार पुरवण्यांमध्ये सर्वस्पर्शीपणा, व्यापकत्वाचा, दर्जेदारकपणाचा अभाव आहे. कारण पुरवण्या प्रसिद्ध करण्याची ठरावीक पद्धत होय. हलकेफुलकेपणा, वैचारिकतेला मुरड, उपयुक्ततावाद, व्यक्तिकेंद्रीपणा इ.त वाढ झाली. मालक-संपादक राज्यकर्ता ही एकच व्यक्ती असल्याने सखोल, टीकास्पद घणाणती थांबले. आजच्या रविवार पुरवण्यांमधून रिपोर्ताज, मुलाखती, साहित्य समीक्षा, संशोधनपर लेख, चांगल्या भाषणाचे मुद्रण, चित्रपट समीक्षा, नाट्यसमीक्षा, ललित, वैचारिक साहित्याची तोंडओळख, परिचयवजा लेखन इ. सर्वच थंडावले आहे.

प्रसारमाध्यमांचे सामर्थ्य :

१) जनप्रबोधन करणे.
२) मनोरंजन करणे.
३) वाचन संस्कृती, वाङ्मयीन अभिरुची निर्माण करणे.
४) नावीन्य, कुतूहल, नवता, आधुनिकता, उदारमतवाद, मानवता, वैज्ञानिकता इ. मूल्यांची जोपासना करणे.
५) लोकशाही मूल्यांवर विश्वास प्रकट करणे.
६) सामाजिक न्याय, समता, बंधूता इ. मूल्ये.

प्रसारमाध्यमे – काही मर्यादा

१) निःपक्षपातीपणापासून दूर.
२) व्यक्तिकेंद्रीपणा, आत्मस्तुती, व्यक्तिवाद इ. वृत्तीला प्राधान्य.
३) व्यवहारवादाला महत्त्व.
४) भांडवली मूल्यांची जोपासना.
५) जाहिरातीला प्राधान्य- विचाराला दुय्यम स्थान.
६) गल्लाभरू वृत्तीत वाढ.
७) स्त्रीदेह व स्त्री सौंदर्याचे विकृतीकरण इ.

निरीक्षणे :

१) आज सर्वच प्रसारमाध्यमांना मूळ परंपरेचा पडलेला विसर.

२) विधायक पत्रकारिता मागे पडली.

३) शोध पत्रकारितेचा अभाव.

४) पिवळ्या पत्रकारितेचा प्रभाव.

५) मराठी साहित्य सभा, संमेलने, नाट्यसंमेलने, एकूणच मराठी साहित्य व्यवहारावर सरंजामी, भांडवली, जागतिकीकरणाच्या मूल्यांचा प्रभाव आहे.

६) हायटेक मराठी साहित्य व्यवहार मराठी भाषा, मराठी संस्कृती, मराठी समाज यांपासून दूर आहे असे वाटते.

ꣲ ꣳ

लोककला आणि प्रसारमाध्यमे

प्रा. दिलीप कसबे

महाराष्ट्रात प्राचीन काळापासून लोककला समृद्ध झालेल्या आहेत. अनेक जाती जमातींतील लोककला वेगवेगळ्या आहेत. त्या सादर करणारे लोककलावंत वेगवेगळे आहेत. काही लोककला या धार्मिकतेशी संबंधित आहेत. तर काही लोककला या मनोरंजन, संस्कृती, समाजदर्शन आणि समाजप्रबोधन अशा स्वरूपाच्या आहेत. रूढी, परंपरा, लोकसमजुती, अंधश्रद्धा यांचे स्वरूप मांडता मांडता त्यांच्यात आज मोठ्या प्रमाणात बदल झाला आहे. त्यांचे स्वरूप पालटले आहे आणि त्या नवीन स्वरूपात लोकांच्या समोर येत आहेत. त्याचे कारण म्हणजे आधुनिक काळात प्रसार माध्यमांमध्ये झालेली प्रगती आणि प्रसारमाध्यमांचे बदलते स्वरूप हे सांगता येईल.

लोककलांमध्ये जो लोकनाट्याचा भाग आहे तो प्राचीन काळापासून प्रसारमाध्यम म्हणूनच वापरला जात होता. त्यामधून लोकांचे मनोरंजन व प्रबोधन होत होते. उदा. जागरण, गोंधळ, दशावतार, पंचमी, तमाशा या विधिनाट्यांचा व लोकनाट्यांचा विचार केला तर धार्मिक विधी, मनोरंजन यांच्याबरोबर प्रबोधन आणि प्रसार यांचे काम केलेले दिसते. आधुनिक प्रसारमाध्यमांची निर्मिती होण्याआधी हीच प्रसारमाध्यमे होती ज्या माध्यमांतून एका गावातील घटना दुसऱ्या गावात हे कलावंत सांगत असत. मग ती गीताच्या माध्यमातून असे किंवा नाट्याच्या माध्यमातून गावोगावी सादर करत असत. आजही या कलाप्रकारातून शासकीय योजना, सामाजिक प्रश्न, आधुनिकता यांचा प्रचार आणि प्रसार लोकनाट्याच्या माध्यमातून केला जात आहे. उदा. शासनाने राबविलेली हागणदारी मुक्तगाव, कुटुंबनियोजन यां सारख्या योजना किंवा विविध प्रकाराचे घोटाळे, एड्स, आंतरजातीय विवाह, स्त्रियांचे प्रश्न जागरण-गोंधळाच्या कथानकातून आणि लोकनाट्याच्या गण, गौळण, लावणी, वगनाट्य यांतून मांडले जातात. त्यांचा प्रसार, प्रचार आणि उपदेश यांसंबंधी विवेचन केलेले असते. त्याचबरोबर इतिहास आणि स्वातंत्र्याची चळवळ, देशभक्ती हेही मांडलेले असते. हे कार्यक्रम एका गावातून दुसऱ्या गावात, दुसऱ्या गावातून तिसऱ्या गावात सादर केलेले जातात. गावोगावी ह्या विचारांचा प्रसार या कलांच्या माध्यमातून पूर्वीच्या काळीही होत असे आणि आजही चालू आहे.

आधुनिक काळात वर्तमानपत्रे, आकाशवाणी, दूरदर्शन यांसारखी प्रसारमाध्यमे विकसित झाली. मुद्रण कलेमुळे मासिकांचीही त्यात भर पडली आणि प्राचीन काळापासून प्रसारमाध्यमांचे काम करणाऱ्या लोककला आणि लोककलावंत यांच्या कार्यक्रम सादर करण्याच्या स्वरूपात बदल झाला आणि शहरात होणारे हे कार्यक्रम खेड्यापुरतेच मर्यादित राहिले. त्यांच्या सादरीकरणात आधुनिकता आली आणि त्यांचे स्वरूप बदलले. आकाशवाणी आणि दूरदर्शन व चित्रपट यांमुळे या कलांचे स्वरूपच बदलून गेले. त्यामध्ये अनुकरण जास्त प्रमाणात येऊ लागले. दूरदर्शन आणि चित्रपट यांमध्ये असणारी लाईट, संगीत, पोशाख इ. चे अनुकरण करता करता त्यातील गाण्यांच्या चाली सुरुवातीला या कलाकारांनी उचलल्या आणि नंतर चित्रपटातील गीतेच सादर करण्यास सुरुवात केली. काही तमाशा फडमालक आणि कलावंत हे करण्याच्या विरोधात होते. परंतु प्रसारमाध्यमांच्या रेट्यामुळे आणि स्पर्धेमुळे त्यांनाही हे करणे भाग पडले. शाहिरांनीसुद्धा नवीन चाली लावण्यापेक्षा चित्रपटातील गाण्यांच्या चालीवरच शब्दरचना करण्यास सुरुवात केली. हा प्रसारमाध्यमांचा या लोककलेवर झालेला परिणाम आपल्याला म्हणता येईल.

ग्रामीण भागातील लोक जसजसे शहराकडे जाऊ लागले, शिकू लागले प्रसारमाध्यमांमध्ये शिरकाव करू लागले तसतशी लोककलावंतांची व लोककलेतील अनेक रूपेही लोकांच्यापर्यंत जाऊ लागली. काही कलाकारांनी प्रसारमाध्यमासाठी याचा वापर केला आणि अभिजन वर्गामध्ये त्याचा प्रसार होऊ लागला. आकाशवाणीवर जागरण, गोंधळ, धनगरी गीते, पोतराजाची गीते, लोकनाट्ये यांचे सादरीकरण होऊ लागले. यामध्ये परंपरेने आलेल्या कलाकारांपेक्षा इतर कलाकारांचा समावेश होता आणि लोककलावंतांच्या गीतांचे कार्यक्रम अभिजन वर्ग करीत असे. हेच दूरदर्शनच्या बाबतीत म्हणता येईल.

वर्तमानपत्रे :

वर्तमानपत्रातून लोककलावंत, लोककलाप्रकार यांची माहिती, त्यांचे जीवन, त्यांची कला, त्यांच्या कलाप्रकारांचा परिचय लोकांच्या समोर जाऊ लागला. अनेक वर्तमानपत्रांनी यासाठी काही सदरे चालू केली. त्यांच्या वाद्यांचा, शब्दांचा परिचय होऊ लागला.

तसेच मासिकांचाही उपयोग झाला. लोकसाहित्य व लोककलेचे अनेक विशेषांक निघून त्यामध्ये त्यांना स्थान देण्यात आले आणि त्यांची दखल घेतली गेली. यातून शाहिरी काव्याचा परिचय होऊ लागला. लावणी, बतावणी, वग, गण, गौळण, चुटका, फार्स ह्या सर्व प्रकारांची माहिती वाचकांना वाचता आली.

आकाशवाणी :

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्यामुळे आणि खेड्यापाड्यांपर्यंत

त्यांचा प्रसार होत असल्यामुळे बहुतेक लोककलेचे प्रकार आकाशवाणीवरून सादर करण्यात आले. आजही लोकनाट्य, गोंधळ, जागरण, देवीची गाणी, पोतराजाची गीते इ. चे सादरीकरण आकाशवाणीवरून केले जाते. रेडिओ खेड्यात आणि वस्तीवर पोहचला आहे आणि खेड्यातील माणसेही या सर्व लोककलेशी जवळून संबंधित आहेत; त्यामुळे त्यातील भाषा, त्यातील पात्रे, संगीत सादरीकरण, बोलण्याच्या लकबी इ. चा आनंद त्यांना यामधून मिळतो म्हणजे त्यांच्या अवतीभोवती असलेल्या गोष्टी प्रत्यक्ष त्यातून ऐकायला मिळतात. आकाशवाणीवरून बहुतेक कलाप्रकार सादर करणाऱ्या पारंपरिक कलावंतांना संधी मिळालेली आहे. प्रत्येक कलाप्रकारांचे दिवस ठरलेले असतात. यामुळे ग्रामीण भागातील लोकांना आपल्या कलांचा आस्वाद घेता आला आणि शहरी भागातील जे खेड्यातून गेलेले आहेत त्यांना त्यांच्या लहान वयात किंवा तरुण वयातील संगीत, भाषा, विनोद, चुटके इ. चा आस्वाद घेता आला. शहरातील लोकांना ग्रामीण भाषेतील गोडवा चाखायला मिळाला आणि प्रत्येक समाजाच्या भाषेचा परिचय प्रसारमाध्यमातून झाला.

दूरदर्शन :

दूरदर्शन हे दृकश्राव्य माध्यम आहे आणि सर्वात प्रभावी प्रसारमाध्यम आहे. दूरदर्शनचा जसजसा प्रसार होऊ लागला तसतसे मराठी लोक कलाप्रकारांचे सादरीकरणही दूरदर्शनवरून होऊ लागले. आजच्या काळात अनेक वाहिन्या सुरू झाल्यामुळे अनेक कलाप्रकार या माध्यमातून लोकांच्या समोर आले. ग्रामीण लोककलांच्याबरोबरच आदिवासी लोककलाप्रकारही प्रसारमाध्यमांच्यामुळे लोकांना परिचित झाला. वेगवेगळ्या भागात राहणाऱ्या आदिवासी लोकांच्या भाषेचा आणि जीवनाचा परिचय प्रसारमाध्यमांच्यामुळे होऊ लागला. दूरदर्शनमुळे प्रत्यक्ष कलाप्रकार पाहता येऊ लागला. आकाशवाणीवर ध्वनीच्या साहाय्याने ऐकली गेलेली लावणी अदाकराच्या स्वरूपात समोर आली आणि त्यातील हावभाव, लकबी, कृती यांमुळे त्यातील भाषेचा अर्थ अधिक कळू लागला आणि अभिरुचीत भर पडली. वाद्यांना वापरले जाणारे शब्द परिचयाचे होऊ लागले आणि भाषिक जाण निर्माण झाली आणि भाषिक देवाण घेवाणीतून ती भाषा लोककलेमध्ये येऊ लागली. प्रादेशिक भाषेतील शब्द तसेच महाराष्ट्राच्या सीमा भाषांतील शब्द यांचा परिचय आणि त्यांचे ठिकाणही लोककलेमध्ये येऊ लागले. तसेच जागतिक दर्जाच्या इंग्रजी भाषेचेही मराठी स्वरूप निर्माण होऊ लागले.

आज संगीतात रिमिक्स प्रकार खूप गाजतो आणि त्याची सुरुवातही लोककलेमधून झाली आहे असे धाडसाने म्हणावे लागते. कारण दूरदर्शनच्या माध्यमातून लोककलावंत व अभिजन कलावंत शहरीभाषा, ग्रामीण भाषा,

परप्रांतीय भाषा, पाश्चात्त्य भाषा यांची देवाणघेवाण होऊ लागली आणि आदानप्रदान होऊन लोककला नव्या स्वरूपात आकाराला येऊ लागल्या; यामुळे लोककलेमध्ये आधुनिकता आली आणि आधुनिकतेत लोककला आली असे म्हणता येईल.

उदा. आम्ही एक दोन तीन माणसं – हो रं कानडी

किंवा

राममून पांडू कलर कंट्री पांडे यामध्ये मून कलर आणि कंट्री हे इंग्रजी शब्द आहेत.

आजा मेरे बुलबुल तू बस ग जरा खाली जाती है किधर तुला कसली घाई झाली हे हिंदीचे उदाहरण होईल.

प्रसारमाध्यमांचे सामर्थ्य :

१. प्रसारमाध्यमांच्यामुळे लोकसाहित्य आणि लोककलाप्रकार अधिकाधिक लोकांपर्यंत जाऊन पोहचले आणि त्यांना प्रसिद्धी मिळाली.

२. प्रसार माध्यमांच्यामुळे लोककलाकारांना संधी मिळाली; त्यामुळे जनमानसात त्यांची प्रसिद्धी झाली.

३. अनेक लोककला प्रकार व लोकसाहित्य यांकडे लोकांनी आणि कलावंतांनी दुर्लक्ष केले होते. ते कलाप्रकार प्रसारमाध्यमांमुळे सादर होऊ लागले.

दूरचित्रवाणी आणि टेलिव्हिजन व मराठी भाषा

प्रा. सुधीर कृष्णाजी जोशी

टेलिव्हिजन हा आधुनिक जीवनाचा अविभाज्य भाग झाला आहे. टेलिव्हिजनशिवाय आपल्या जीवनाची आपण कल्पनाही करू शकत नाही. हा टेलिव्हिजन आपल्यासाठी कोणकोणत्या भूमिका वठवीत नाही? जिवलग मित्र, गुरू, मार्गदर्शक, समुपदेशक आणि बरेच काही!

सुमारे ५१ वर्षांपूर्वी म्हणजे १९५९ साली भारतात नवी दिल्ली येथे पहिले टेलिव्हिजन केंद्र उभारले गेले. या प्रायोगिक टेलिव्हिजन केंद्राचा उद्देश समाजप्रबोधन आणि औपचारिक शिक्षणास दृकश्राव्य आयाम देणे एवढाच सीमित होता. केंद्रापासून केवळ ४० कि.मी. च्या परिघातच याचे प्रक्षेपण होत असे. त्यानंतर दोन वर्षांनी म्हणजे १९६१ साली शिक्षकांसाठी खास शैक्षणिक कार्यक्रम तयार करण्यात येऊन त्यांचे प्रक्षेपण सुरू करण्यात आले. १९६५ सालापासून दूरचित्रवाणीवर मनोरंजनपर कार्यक्रम सुरू झाले. तेव्हापासून आजतागायत हा दूरचित्रवाणी संच आपल्या सेवेत रुजू आहे. ज्ञान, मनोरंजन, व्यक्तिमत्त्व विकास, समाजप्रबोधन, कृषी, विज्ञान, तंत्रज्ञान, राजकारण, समाजकारण, अर्थकारण, साहित्य, कला, शिक्षण इत्यादी अनेक विषयांवर हा दूरचित्रवाणी संच आपल्या दिवाणखान्यात चटपटीत कार्यक्रम पुरवितो. अशा टेलिव्हिजनचे १९७६ साली नामकरण करण्यात आले. दूरदर्शनऐवजी त्यावेळचे दूरचित्रवाणी केंद्रातील कार्यक्रम अधिकारी आणि प्रसिद्ध विनोदी साहित्यिक पु. ल. यांनी या शब्दाऐवजी एक सुंदर लालित्यपूर्ण आणि संगीतमय शब्द सुचविला होता तो म्हणजे प्रकाशवाणी. अर्थातच हा शब्द नाकारला गेला.

तर अशा या दूरचित्रवाणीची नेमकी बलस्थाने कोणती आणि दोष कोणते? सर्वप्रथम हे माध्यम दृकश्राव्य असल्याने इतर कोणत्याही श्राव्य माध्यमापेक्षा हे जास्त परिणामकारक आहे. याचा आवाका प्रचंड आहे. आणि यामध्ये श्रोत्यांवर मोहिनी घालण्याची किमया कल्पनातीत आहे. याचा ठळक दोष म्हणजे हे सूर्याच्या पात्याप्रमाणे दुधारी शस्त्र आहे. विवेकाने हाताळल्यास सर्वश्रेष्ठ गुरू, विवेकहीन वापरल्यास आत्मनाश!

एका बाजूला दूरचित्रवाणीसारखे प्रभावी माध्यम तर दुसऱ्या बाजूला,

"।। माझिया मऱ्हाटीचिये बोलु कवतिके

अमृताही पैजा जिंके ॥''

सारखी ज्ञानदेवांची अमृतवाणी मराठी भाषा.

अशा या मराठी भाषेचे दूरचित्रवाणीतील नेमके स्थान कोणते ?

मराठी भाषा ही हिंदी भाषेप्रमाणे ना राष्ट्रीय भाषा ना ती इंग्रजी प्रमाणे आंतरराष्ट्रीय भाषा. ती आहे एक प्रादेशिक भाषा. त्यामुळे तिचा वापर महाराष्ट्रापुरता सीमित. त्यातूनही ही भाषा हिंदी व इंग्रजीच्या तुलनेत क्लिष्ट. या भाषेतील वर्णमाला पद्धती, उच्चार पद्धती, ऱ्हस्व, दीर्घ, काना, मात्रा, इंग्रजीच्या तुलनेत क्लिष्ट. या भाषेतील वर्णमाला पद्धती, उच्चार पद्धती, ऱ्हस्व, दीर्घ, काना, मात्रा, वेलांटी, उकार, अनुस्वार व रफार, श, ष, ळ, क्ष, ज्ञ सारखी उच्चारण्यास कठीणव्यंजने इत्यादी सर्व पाहता या भाषेची शुद्धता टिकविणे खरेच कठीण. यातूनही दूरचित्रवाणीवरील मराठीच्या वापराबाबत दोन प्रमुख समस्या जाणवतात. त्या म्हणजे–

१. भाषाभिमान २. गुलामगिरी मनोवृत्ती.

एक सर्वत्र ठळकपणे जाणवणारी बाब म्हणजे मराठी भाषिकांमध्येच मराठी भाषेबद्दल योग्य तेवढा अभिमान नाही. मोठ्या शहरांमध्ये दोन मराठी भाषिक आपसांत हिंदी अथवा मराठीत संभाषण करताना आढळतात. इंग्रजीत संभाषण करता येणे ही एक प्रतिष्ठेची बाब समजली जाऊ लागली. इंग्रजी भाषा आणि विद्वत्ता यांची एक बेमालूम पण अपसमजावर आधारित सांगड घातली गेली आहे. या अशा बेगडी साहेबी वृत्तीमुळेच मराठीची पिछेहाट फार झपाट्याने होते आहे. याचाच एक दृष्य परिणाम म्हणजेच दूरचित्रवाणीवरील मालिका विशेषत: कौटुंबिक मालिका! या मालिकांमध्ये पात्रांच्या तोंडी असणाऱ्या संवादामधील प्रत्येक वाक्यात दोन ते तीन इंग्रजी शब्द असतात. वास्तविक त्या शब्दांना मराठीत तितक्याच तोलामोलाचे प्रतिशब्द असतानाही त्यांचा वापर का केला जात नाही? याचा विचार होणे आवश्यक आहे. माझी मराठी एवढी पक्व आहे का की तिला स्वत:च्या अस्तित्वासाठी इंग्रजीच्या कुबड्या घ्याव्या लागाव्यात? ज्याप्रमाणे पुणे शहरातील रस्त्यात खड्डे आहेत, ती खड्ड्यात राहते आहे की काय हे कळत नाही. त्याप्रमाणे मराठी मालिकांमधील संवादातील मराठीत इंगजी आहे की इंग्रजीत मराठी आहे हे समजत नाही. दूरचित्रवाणी काय किंवा वृत्तपत्रे काय– कोणतेही प्रसारमाध्यम हे समाजमनाचा आरसा असते. त्यामुळे जोपर्यंत समाजमनात मराठीविषयी आपुलकी, आस्था, जिव्हाळा आणि अभिमान उत्पन्न होऊन भाषाशुद्धी प्रत्यक्ष बोलण्यात येत नाही, तोपर्यंत दूरचित्रवाणीवरील मराठीची दैन्यावस्था संपणे नाही. आडात पाणी असेल तरच ते पोहऱ्यात येते. आणि झाडाच्या मुळाला पाणी घातले तर ते शाखापल्लवांना पोहचते या न्यायाने सर्वच मराठी भाषिकांनी मराठी भाषाशुद्धी जपली तर अर्थातच

प्रसारमाध्यमांत त्याचे प्रतिबिंब उमटणार.

समाज आणि प्रसारमाध्यमे परस्परावलंबी असतात. त्यांचा एकमेकांवर दृढ परिणाम होत असतो. जसे समाजात बोलली जाणारी भाषाच प्रसार माध्यमे वापरतात तसेच प्रसाममाध्यमात दाखविल्या जाणाऱ्या गोष्टींचे अनुकरण समाज करीत असतो. दूरचित्रवाणी तर प्रसारमाध्यमांपैकी अतिशय प्रभावी माध्यम त्यामुळे या माध्यमात वापरल्या जाणाऱ्या भाषेचे अनुकरण तरुण वर्ग फार मोठ्या प्रमाणावर करतो. आणि म्हणूनच दूरचित्रवाणीने मराठी भाषेच्या संवर्धनासाठी जाणीवपूर्वक प्रयत्न केले पाहिजे. लोकांना जे आवडते, जे भावते ते देण्यापेक्षा जे निरपेक्ष शुद्ध आहे, सवंग नाही ते दिले पाहिजे तर आणि तरच दूरचित्रवाणीवरील मराठी भाषेची मान अभिमानाने ताठ होऊन तिचे स्थान पक्के होईल.

आपणासारख्या विद्वान आणि अभ्यासू माणसांबरोबर मी यासंदर्भात काही मूलभूत प्रश्न उपस्थित करू इच्छितो.

दूरचित्रवाणीवर बोलल्या जाणाऱ्या मराठी भाषेचे नेमके स्थान कोणते आहे?

१. प्रमाण भाषेचे?

२. सन्मान भाषेचे?

३. ज्ञान भाषेचे?

४. विज्ञान भाषेचे?

५. तंत्रज्ञान भाषेचे?

६. उद्यम /वाणिज्य भाषेचे?

७. मनोरंजन भाषेचे?

की

८. प्रबोधन भाषेचे?

अर्थातच दूरचित्रवाणीवरील मराठीचा वापर ज्या रितीने होतो आहे ते पाहता ती केवळ मनोरंजनात्मक भाषा म्हणून वापरली जाते हे स्पष्ट होते.

दूरचित्रवाणीवरील किती वाहिन्यांवर डिस्कव्हरी, ॲनिमल प्लॅनेट आणि नॅशनल जिऑग्रॉफी वाहिन्यांवर दाखविल्या जाणाऱ्या माहितीपूर्ण, विज्ञान, तंत्रज्ञानावर आधारित कार्यक्रमाप्रमाणे कार्यक्रम तयार होऊन प्रसारित केले जातात? किती वाहिन्यांवर अभ्यासपूर्ण चर्चा होतात? हे प्रमाण नक्कीच अल्प आहे. दूरचित्रवाणीवरील मराठी रटाळ मालिका आणि समाजविघातक रिॲलिटी शो मध्ये अडकली आहे. या दास्यातून माय- मराठीची सुटका कशी व्हावी? मराठी भाषेला ज्ञानभाषेचा, सन्मान भाषेचा, विज्ञानभाषेचा, तंत्रज्ञानभाषेचा, प्रबोधन भाषेचा आणि उद्यम भाषेचा दर्जा कसा व कधी प्राप्त होणार? आज इंग्रजी ज्या सन्मानाने जगभर वावरते तो सन्मान मराठीला केव्हा मिळणार? या प्रश्नांची उत्तरे आपण केव्हा शोधणार?

संदर्भ सूची :

१. मास कम्युनिकेशन - केवल कुमार
२. न्यूज रायटिंग अँड रिपोर्टिंग - जेम्ननील - सुझान ब्राऊन
३. अ फर्स्ट कोर्स इन प्रॅक्टिकल जर्नालिझम - वेद प्रकाश गांधी
४. ट्रेनिंग फॉर जर्नालिझम- रेबिन खेमचंद
५. इन्टरनेट जर्नलिझ्म इन इंडिया - ओम गुप्ता - अजय जसरा
६. जर्नालिझम - मायकेल ब्रॉमले - टॉम ओ मॅली
७. द लँग्वेज ऑफ न्यूजपेपर्स - डॉन्टा रिह.

ဆ ဆ

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

भालेराव नितीन नारायण

सामाजिक संस्कृती बदलाचा अभ्यास करताना प्रसार माध्यमांतील भाषा हा एक महत्त्वाचा दस्तऐवज मानला जातो. कारण आज प्रसारमाध्यमे ही समूहाची अविभाज्य अशी सामाजिक व सांस्कृतिक गरज बनली आहेत. म्हणून एका अर्थाने माणसामाणसांना जोडण्याचे कार्य व माहिती देण्याचे साधन म्हणून प्रसारमाध्यमांचे कार्य अविरत चालू आहे. यामध्ये वर्तमानपत्र माध्यम (मुद्रित माध्यम), इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, नभोवाणी (आकाशवाणी) या प्रसारमाध्यमांचा साकल्याने विचार करताना यांची भाषा जरी मराठी असली तरी या माध्यमांची वेगळी भाषा असते. उदा. आकाशवाणी, चित्रवाणी (दूरदर्शन)ची भाषा ही कानाने ऐकता येते तर वर्तमानपत्रांची तशी नसते. ती निर्जीव असते. ही तीनही माध्यमे मराठी भाषेचा उपयोग आपल्या गरजेनुसार करताना दिसून येतात. यामुळेच आज मराठी भाषा ही या प्रसारमाध्यमांनी सांस्कृतिक जिन्नस बनवून टाकली आहे हे म्हणण्यास पुरेसा वाव आहे. या औद्योगिकीकरणाच्या युगात बाजारपेठीय स्पर्धा, चढाओढ, दर्जाबद्दलची जाणीव, ग्राहकांची संख्या इ. गोष्टींचीसुद्धा प्रसारमाध्यमांतील मराठीवर परिणामकारकता जाणवल्याशिवाय राहत नाही किंवा परिणाम करतात.

मुळातच लोकशिक्षण आणि मनोरंजनाचे ध्येय असलेली प्रसारमाध्यमे लोकशिक्षणाऐवजी, मनोरंजनावरच अधिक भर देताना दिसून येतात. व्यावसायिक स्पर्धेतून गतिमान पत्रकारिता जन्माला आली. यातूनच या गतीच्या परिणामस्वरूप भाषिक रचना व संज्ञापनाची शैली यांवर परिणाम झालेले दिसून येतात. प्रसारमाध्यमे सत्यता, वास्तवता, यथार्थता, अचूकता यांचा आधार घेऊन लोकांच्या पुढे जातात. त्यावेळी भाषा ही वास्तवतेची वाहिनी होते. याबाबत ना. गो. कालेलकर म्हणतात, ''कोणत्याही घटनेचे वर्णन करण्यात, पुनर्निर्मिती करण्यात एक विरोध असतो. घटनेचा काळ निघून गेलेला असतो. सर्व बदललेले असते. सर्वच संपलेले असते. ज्या बाह्य विश्वात ही घटना घडते ते पुढे सरकलेले असते. जीवन एक अखंड गतिमान बिंदू आहे. तो कालरेषेवरून सरकत असतो. त्यात भूत नाही, भविष्य नाही, मनात साठवलेल्या संवेदना आणि अनुभूती हेच भूत. त्याला बाह्य विश्वात स्थान नाही. म्हणून भूतकाळातल्या घटनांना भाषेचा

वेष चढवून जीवनात आणणे ही गोष्ट कक्षेबाहेरची आहे. या प्रयत्नात भाषेकडून एक नवेच तिच्या मूलभूत भूमिकेला परिचित असे कार्य करून घेतले जात असते. हे करण्याच्या मार्गात अनेक अडचणी आहेत. कारण काही घटना डोळ्यांनी पाहिल्या तरच त्यांचा पूर्ण प्रत्यय होऊ शकतो. त्या दुसऱ्याला सांगावयाच्या झाल्या तर भाषेला एक नवाच प्रयत्न करावा लागतो.'' (भाषा आणि संस्कृती, ना. गो. कालेलकर, पृ. ४६). हे विधान मुद्रित माध्यमांच्या बाबतीत लागू पडू शकते. कारण या माध्यमांत भाषेवर संस्कार करावे लागतात. मात्र इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाला संस्काराबाबत काही अडचण येत नाही. यामध्ये संपादन असले तरी घटनेची प्रचिती श्रोत्यांना करून द्यावयाची असते. तर नभोवाणीची भाषा श्राव्य व सुस्पष्ट असावी लागते. यामध्ये कठीण शब्द व वाक्ये टाळण्यावर भर असतो. दृकश्राव्य माध्यमातून केवळ शब्दांतून विचार संवेदना, अनुभूती उत्पन्न करावयाची असते. घटनांचे शब्दांकन जसेच्या तसे करावे लागते. ही त्यांची खूप मोठी जबाबदारी आहे. वेगवान प्रसार माध्यमे वाढली तरी मुद्रित माध्यमांची निकड, स्थान, महत्त्व घटलेले नाही. यामुळे हे माध्यम यथार्थता व प्रस्तुतता याबाबतीत अग्रेसर आहे. त्यांचीच भाषा प्रमाण. तिने सत्य, वास्तवालाही प्रमाण बहाल केले आहे.

प्रसारमाध्यमांतील भाषांची जडणघडण विशिष्ट सामाजिक, सांस्कृतिक घटकांनी होत असते. वर्तमानपत्राची पत्रकाराची एक विशिष्ट भाषा असते. विशिष्ट पद्धतीने ती प्रगट होत असते. त्यांच्यातील सामाजिक, सांस्कृतिक संस्कार घेऊनच अशा भाषेची निर्मिती होत असते. जशी भाषा सामाजिक आकाराला येते तशी ती सामाजिक आकाराला आणूसुद्धा शकते. ज्याप्रमाणे इंग्रजीचा प्रभाव वर्तमानपत्राची भाषा वेगळी करण्यास कारणीभूत ठरला. इंग्रजी जशी जनसामान्यांची भाषा होऊ शकली नाही तशी वृत्तपत्रीय भाषादेखील जनसामान्यांची भाषा होऊ शकली नाही. इंग्रजीच्या सान्निध्यात मराठी पत्रकारिता वाढली. जांभेकर, टिळक, महाजन, आगरकर, चिपळूणकर यांनी तसेच विविध ज्ञानविस्तार, ज्ञानप्रकाश यांनी आपले मराठीपण टिकवून ठेवले. मराठीएवढी प्रगल्भ भाषा मरणार नाही पण माणसे मरत असतात. माणसांबरोबर मराठी भाषेच्या म्हणी, वाक्प्रचार, उपमा, उत्पेक्षा, दृष्टांत, अन्योक्ती, वक्रोक्ती, शिव्या, उखाणे, कोडी नष्ट होत नाहीत तर त्यांत सतत परिवर्तनशीलता होत असते.

सारांश :

उपरोक्त विवेचनावरून असे लक्षात येते की, वृत्तपत्र, नभोवाणी, दूरदर्शन यांच्यामुळे मराठी भाषा केवळ प्रगल्भच होते असे नव्हे तर इतर अनेक बोलींना जन्म देताना दिसते आणि जनमानसात मराठीचा नावलौकिक वाढण्यास ही माध्यमे अत्यंत उपयुक्त आहेत हे निःसंदिग्धपणे सांगता येईल.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

प्रा. डॉ. जयद्रथ जाधव

भाषा हे संप्रेषणाचे सर्वांत प्रभावी साधन आहे. मनुष्याने आपल्या मुखइंद्रियाचा वापर जैविक गरजांच्यापलीकडे जाऊन भावना, विचार, कल्पना व व्यवहार सुलभतेचे महत्त्वपूर्ण माध्यम म्हणून भाषा निर्माण केली. म्हणजे भाषा ही अर्जित वस्तू आहे. ती शिकावी लागते. ती निर्मितिशील व सृजनशील आहे. भाषेचा विकास हा व्यक्तीच्या बौद्धिक कार्यात्मक विकासावर अवलंबून असतो. यासंदर्भात भालचंद्र नेमाडे म्हणतात, "भाषेच्या अंगी सृजनशीलता असते." व्यक्तीच्या अनेक जाणिवांतून ही सृजनशीलता घडत असते. यालाच आपण भाषाभिवृद्धी म्हणतो. समाजाचा विकास भाषेशी जोडला जाऊन संस्कृतीच्या विकासाबरोबर भाषेचाही विकास होतो. भाषा हा समाजाच्या वाटचालीचा जिवंत आरसा आहे. समाजाची प्रगती किती, कशी, कोणती व का? हे मोजण्यासाठी भाषा हेच एक माध्यम म्हणून त्याकडे पाहिले जाते. समाज हा भाषेचा मोठा कॅनव्हास असतो. भाषेचा विकास हा साहित्य, विविध कला, वैद्यकशास्त्र, अभियांत्रिकी, अध्यात्म, व्यवहार, इतिहास, सामाजिक शास्त्रे, नवे नवे शोध, राजकारण, समाजकारण, चळवळी, नैसर्गिकता, वर्तमान परिस्थिती व वृत्तपत्र या सर्वांच्या प्रगतीच्या वाटचालीत भाषा निर्माण होत असते. या सर्वांच्या प्रवाही अंगणात बागडल्यामुळेच ती फुलते आणि समाजाची भाषिक गरज पूर्ण करून योग्य अभिव्यक्तीला साकार करते.

'वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा' या विषयाने प्रस्तुत शोधनिबंधाचा विचार केलेला आहे. वृत्तपत्राच्या विकासातच मराठी भाषेचा विकास घडत असतो. साहित्य व इतर क्षेत्रांतील भाषा विकासाप्रमाणेच वृत्तपत्रातूनही भाषाभिवृद्धी होत असते. वृत्तपत्राची भाषा ही सहजसाधी बोलीभाषेशी संबंधित असणारी व विचाराला योग्य रूप देणारी असते. वृत्तपत्र हे जनसंज्ञापनाचे सर्वांत प्रभावी माध्यम आहे. समूह संवादाकडून आत्मसंवादाकडे झपाट्याने वळत चाललेल्या समाजाला वर्तमान घडामोडीच्याविषयीची जिज्ञासा लोप पावता आली नाही. इलेक्ट्रॉनिक प्रसारमाध्यमांच्या वाढत्या काळात संपर्काचे प्रभावी मुद्रण माध्यम म्हणून वृत्तपत्राचे महत्त्व आहे. अनेक वाहिन्यांतून बातमी पाहिली व ऐकली असली तरी त्यावर समाधान न मानता त्या घटनेचा अधिक तपशील जाणून

घेण्याची वाचकाची उत्सुकता वृत्तपत्र माध्यमाला टिकवून आहे. वाचकांची बौद्धिक भूक वृत्तपत्रे भागवितात.

भारतीय लोकशाही शासनव्यवस्थेत वृत्तपत्राला लोकशाहीचा 'चौथा स्तंभ' म्हटले जाते. सर्वसामान्य जनतेचा विश्वास अधिक प्रबळ करून लोकशाहीला दृढ करण्यात वृत्तपत्रांची कामगिरी मोठी आहे. यासंदर्भात लोकमान्य टिळक म्हणतात, ''वर्तमानपत्रकर्ते हे रयतेचे वकिल व कोतवाल होत.'' यावरून सामान्य माणसाचे गाऱ्हाणे मांडण्याचे हक्काचे व्यासपीठ म्हणून वृत्तपत्राकडे पाहिले जाते. शिक्षण देणे, माहिती पुरविणे, मनोरंजन करणे, प्रबोधन सन्मुख जनमत तयार करणे आणि भाषाविकास ही वृत्तपत्राचे उद्दिष्टे सांगता येतील.

भारतीय व महाराष्ट्रीय वृत्तपत्राचा इतिहास २०० वर्षांच्या आसपास आहे. पंधराव्या शतकात जर्मनीच्या गटेनबर्गने मुद्रणाचा शोध लावला असला तरी भारतात राजा राममोहन रॉय यांनी बंगाली भाषेतून एकोणिसाव्या शतकात ४ डिसेंबर १८२१ रोजी 'संवाद कौमुदी' हे पहिले भारतीय वृत्तपत्र सुरू केले. मराठीमध्ये बाळशास्त्री जांभेकर यांनी ६ जानेवारी १८३२ ला मुंबई येथे 'दर्पण' वृत्तपत्राचा शुभारंभ करून मराठी वृत्तपत्राचा पाया घातला. बाळशास्त्री जांभेकर 'दर्पण'च्या पहिल्या अंकातून आपली भूमिका मांडताना म्हणतात, ''स्वदेशी लोकांमध्ये विलायतेतील विद्यांचा अभ्यास अधिक व्हावा आणि या देशाची समृद्धी व येथील लोकांचे कल्याण व्हावे याविषयी स्वतंत्रतेने व उघड रितीने विचार करावयास हवा. याबरोबरच मनोरंजन करणे, चालते काळातील वर्तमान कळविणे आणि योग्यतेस येण्याचे मार्ग दाखविणे व कोणा एकाचा पक्षपात किंवा नीचपणा या दोघांचा मळ दर्पणास लागणार नाही.'' यावरून असे दिसते की समाजप्रणीत दुष्ट रूढी, प्रथा, परंपरांना, सामाजिक विषमतेला विरोध, नव्या ज्ञानाविषयी आस्था व लोकजागृतीचे कल्याणकारी कार्य हेच या काळातील वृत्तपत्रांचे स्वरूप होते. भारतीय स्वातंत्र्याच्या लढाईचे मूळ वृत्तपत्रातून याच काळात रुजले. 'दर्पण' वृत्तपत्राप्रमाणेच हिंदी, गुजराथी, तामिळ, कन्नड, बंगाली, तेलगु या वृत्तपत्रांचे स्वरूपही समाजप्रबोधन हेच होते.

'दर्पण'नंतर अनेकविध वृत्तपत्रे मराठी भाषेत उदयाला आली. भाऊ महाजन यांचे 'प्रभाकर', लोकहितवादी यांची 'शतपत्रे', विष्णुशास्त्री चिपळूणकर यांचे 'निबंधमाला', कृष्णराव भालेकर यांचे 'दीनबंधू', महात्मा फुले यांचे 'सत्सार', शि. म. परांजपे यांचे 'काळ', हरिभाऊ आपटे यांचे 'करमणूक', मुकुंदराव पाटील यांचे 'दीनमित्र', यशवंत पाळेकर यांचे 'जागृती', श्रीपती शिंदे यांचे 'विजयी मराठा', डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांचे मूकनायक, बहिष्कृत भारत, जनता व प्रबुद्ध भारत, केसरी, मराठा, सुधारक, सकाळ या स्वातंत्र्यपूर्व काळातील वृत्तपत्रांतून मराठी भाषा अधिक वैचारिक व प्रौढ झाली.

स्वातंत्र्योत्तर कालखंडानंतर लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाइम्स, लोकमत, नवशक्ती, तरुण भारत, सत्यवादी, पुढारी, वैनतेय, सत्यप्रकाश, गावकरी, मराठवाडा या दैनिकांचा वाटाही मराठी भाषेला समृद्ध करण्यात मोलाचा आहे.

वृत्तपत्रातून मराठी भाषा विकास :

वृत्तपत्राची भाषा साधी व सोपी पण वाचकांना नि:संदिग्धपणे समजणारी असावी लागते. या भाषेच्या वाचनाने वाचकांच्या मनामध्ये कोणताही गुंता निर्माण होणार नाही याची काळजी घेतली जाते. कोणत्याही विषयाची मांडणी करताना ती वाचकाला समजून त्याचे मतपरिवर्तन किंवा एकमत निर्णयक्षम किंवा एकदिशादर्शक असणारी असावी लागते. भाषाव्यवहार हा जीवनव्यवहारातून साकार होत असतो. वृत्तपत्राच्या प्रारंभकाळी लिहिली जाणारी भाषा विषय केंद्रीभूत होती. 'बुडती हे जन न देखवे डोळा' या जाणिवेतून ती आंतरिक कळवळ्यातून जन्माला आली होती. लो. टिळक, विष्णुशास्त्री चिपळूणकर, शि. म. परांजपे यांची भाषा आत्मविश्वासपूर्ण, कणखर, परखड व प्रतिपक्षाला नामोहरम करणारी होती. एखादा अग्रलेख वाचून त्या विचाराने समाजजीवन सन्मुख करण्याचा प्रयत्न या भाषेतून होत असे. वृत्तपत्रातील भाषा काळाच्या मर्यादेत अडकून पडत असली तरी त्या त्यावेळी त्या त्याकाळी समाजावर अधिकार गाजवते. यासंदर्भात लो. टिळकांच्या अग्रलेखाची भाषा लक्षात घ्यावी लागते.

स्वातंत्र्याच्यानंतर आणि आज जागतिकीकरणाच्या युगात वृत्तपत्र आणि भाषा यांचा सहसंबंध फारच महत्त्वाचा आहे. राजकीय परिवर्तने व बदलत जाणारा शासन व्यवहार यांमुळे जेत्यांचे संस्कृती वर्चस्व वाढून भाषेत बदल होतो. मुस्लिम राज्यकर्त्यांच्यामुळे मराठी भाषेवर फारसी व ऊर्दू भाषेचा प्रभाव वाढला होता. परंतु शिवकाळात छ. शिवाजी महाराजांनी राजव्यवहार कोश निर्माण करून भाषाशुद्धीची चळवळ उभारून हे भाषिक आक्रमण कमी केले. एकोणिसाव्या शतकापासून मराठी भाषेवर इंग्रजी भाषेचा प्रभाव वाढत चालला आहे. हा प्रभाव मोडीत काढण्यासाठी प्रयत्न करूनही म्हणावे तसे यश येत नाही. स्वा. सावरकर, माधव पटवर्धन व स्वातंत्र्यानंतर 'राज्य मराठी विकास संस्था' यांचे काहीसे प्रयत्न झाल्याचे दिसतात. भाषेचा विकास हा एकूण समाजाच्या कार्यात्मक विकासावर अवलंबून असतो. म्हणून वि. वा. शिरवाडकर १९८९ साली जागतिक मराठी परिषदेच्या उद्‌घाटनपर भाषणातून म्हणतात, ''कोणत्याही जिवंत समाजाची भाषा तळ्यासारखी सजीव नसते. कालांतराने निर्माण होणाऱ्या नव्या ज्ञानाचे, विचारांचे, जाणिवांचे पाझर आत्मसात करत पुढे जाणाऱ्या नदीसारखी प्रवाही असते.'' यासंदर्भात विचार करता भाषेच्या विकासात वृत्तपत्राचे कार्य फारच मोठे आहे. वृत्तपत्र हे वर्तमानाच्या नव्या-नव्या ज्ञानाशी संबंध स्थापून समाजाशी भाव

पोहचत असते. नव्या ज्ञानाची पहिली चाहूल वृत्तपत्राला लागत असते. अशावेळी भाषा विषयाचा पूर्ण जाणकार असणारा पत्रकार त्यावेळी त्या भाषेला स्वभाषेचा चेहरा प्राप्त करून देत असतो. स्वा. सावरकरांनी 'मेयर' या इंग्रजी शब्दासाठी 'महापौर' हा मराठी शब्द दिला. तो आज सर्वत्र रूढ झाला आहे. तसेच युनोसाठी – संयुक्त राष्ट्रसंघ, रेल्वे– आगगाडी, स्टेशन–तळ असे कितीतरी शब्द सांगता येतील.

साहित्यिकाप्रमाणेच प्रामाणिक व भाषाभिमानी पत्रकार जाणीवपूर्वक आत्मविश्वासाने वृत्तपत्राची भाषा निर्माण करीत असतो. हा पत्रकार सामाजिक, सांस्कृतिक आणि भाषिकदृष्ट्या तज्ज्ञ असावा लागतो. वृत्तपत्राचा संपादक सर्व ज्ञानी आणि उद्याचा भाष्यकार असेल तर भाषाभिवृद्धीत त्याचाही मोठा वाटा असतो. स्वातंत्र्योत्तर काळातील संपादकांत प्र. के. अत्रे, जयंतराव टिळक, यदुनाथ थत्ते, अनंतराव भालेराव, गोविंद तळवलकर, माधव गडकरी, बाबा दळवी, गणपतराव जाधव, कुमार केतकर, महावीर जोंधळे, उत्तम कांबळे, आ. क्र. वाघमारे यांच्या नावांचा उल्लेख करावा लागतो. मराठी भाषेचा मराठीपणा शाबूत राखण्यात यांचा मोठा सहभाग आहे.

उत्तम शिक्षक होणे जशी एक कला आहे त्याप्रमाणे उत्तम संपादक, पत्रकार होणे ही एक कला आहे. त्याचा तो वसा आहे. आज जागतिकीकरणाच्या काळात सारे जग एक होत असताना प्रादेशिक संस्कृती व भाषेवर फार मोठे आक्रमण होत आहे. या बहुसांस्कृतिक व बहुभाषिक काळात आपल्या भाषेचे व संस्कृतीचे सत्त्व राखणे ही काळाची गरज आहे. नाहीतर पुढील ३०–४० वर्षांत पूर्ण जगातील संस्कृतीचे व भाषेचे सपाटीकरण होऊन जाईल असे वाटते. आपल्या संस्कृतीने नवे शोध लावले पाहिजेत. परंतु नाही लावले तरी पर्यायी देशी वळणाचे शब्द तयार करून नवी परिभाषा त्या भाषेने निर्माण करणे हीसुद्धा काळाची गरज आहे. आज मराठी भाषेत वृत्तपत्राच्या माध्यमातून गंभीर समस्या पुढे येत आहेत. अनेक वृत्तपत्रांतून मराठी भाषेत पर्यायी शब्द असतानाही कारण नसताना इंग्रजी शब्दांचा वापर सर्रासपणे होताना दिसतो. यात शास्त्र, पर्यावरण, अर्थशास्त्रीय, वैचारिक, राजकारण, समाजकारणातील मासिकातून इंग्रजी शब्दांचा वावर होतो. मराठी भाषेला समृद्ध करण्याची जबाबदारी एकट्या कोणत्याही व्यक्तीची नसून ती एकूण समाजाची आहे असे मला वाटते.

भाषाभिवृद्धीच्या चळवळीसाठी मला वि. वा. शिरवाडकर यांचा 'भाषेचा प्रवाहीपणा' हा निबंध आठवतो. श्री. शिरवाडकरांनी या निबंधातून वृत्तपत्रातील 'नवाकाळ' या दैनिकाने मराठी भाषेला समृद्ध करण्यात कितीतरी शब्दांची देणगी दिली आहे. क्रिकेटची देशी मराठी परिभाषा त्याने निर्माण केली आहे. इंग्रजी शब्दांना पर्यायी मराठी शब्द देताना संस्कृतप्रचूर, बोजड व दुर्बोध शब्द न देता

सहजपणे व्यवहार भाषेशी मिळते-जुळते शब्द तयार केले. पत्रकारांचे नाते भाषेच्या व्याकरणाशी नसून ते भाषिक व्यवहाराशी असते. 'नवाकाळ' दैनिकाने आउटसाठी चित, चीत हा कुस्तीच्या आखाड्यातील शब्द वापरला आणि पुढे त्याने धावचीत, यष्टीचीत, पायचीत असे शब्द बनविले. रनसाठी-धाव, चारसाठी-चौकार आणि सिक्सरसाठी-षटकार, बोलरसाठी- गोलंदाज, बॅटमनसाठी-फलंदाज असे शब्द तयार केले ते प्रचारात आणले. आज ते सर्वमान्य झाले आहेत. याप्रमाणेच राजकारणातील जहाल, मवाळ, डावे, नेमस्त, आमदार, खासदार, नामदार चित्रपट, बोलपट, जयंती, मयंती, अंदाजपत्रक, वर्गणी, रुग्णसेविका, वैद्यकशास्त्र, आरोग्यालय असे कितीतरी शब्द निर्माण करून वृत्तपत्राच्या माध्यमातून समाजात रुळविले आणि भाषेचा विकास साधला. या चर्चासत्रातून मराठी भाषा विकासाला गती मिळावी एवढीच अपेक्षा.

मराठी वृत्तपत्रे आणि समीक्षा

डॉ. भरत देशमुख

जागतिक आणि भारतीय स्तरावरील वृत्तपत्रांचा इतिहास कालखंडाच्या भाषेत नमूद करावयाचा झाल्यास जवळपास दोनशे वर्षांच्या आसपासचा आहे. तर मराठी वृत्तपत्रांचा प्रवास पावणेदोनशे वर्षांचा आहे. मराठी वृत्तपत्रांचा विचार करीत असताना १८३२ ते १९४७ व १९४७ ते २०१० अशा प्रकारे दोन कालखंड पाडून विचार करावा लागेल. पहिला कालखंड स्वातंत्र्यपूर्व व दुसरा कालखंड स्वातंत्र्योत्तर असा विभागला गेला आहे. पंधराव्या शतकात जर्मनमध्ये गटेनबर्गने मुद्रणकलेचा शोध लावला आणि पहिला छापखाना सुरू केला. ही घटना माहिती क्षेत्रात क्रांतिकारक ठरली व माहिती क्रांतीचा पाया रचला गेला. ह्याच मुद्रणक्रांतीतून पुढे वृत्तपत्रांचा जन्म झाला. वृत्तपत्रांचे जग सुरू होण्यापूर्वी छापखान्याचे युग सुरू झाले. त्यामुळे जगातील प्रबोधन चळवळीला वेगळी गती मिळाली. पंधराव्या शतकातील गटेनबर्गच्या मुद्रणकलेने विसाव्या शतकापर्यंतच्या प्रवासात अनेक बदल स्वीकारले, नवनवीन तंत्रज्ञानांचा स्वीकार करीत आज संगणकाच्या साह्याने वृत्तपत्र सृष्टीने अतिशय गतीने प्रवास चालवला आहे. माहितीच्या क्षेत्रात दूरचित्रवाहिन्यांनी वृत्तपत्रांच्या समांतर आपला प्रवास सुरू केला आहे. दूरचित्रवाहिन्यांनी वृत्तपत्र सृष्टीवर मोठे आक्रमण केले असे आरंभी वाटत होते. दूरचित्रवाहिन्यांच्या आगमनामुळे वृत्तपत्रांची मोठी पिछेहाट होईल, अशी भीती वाटत होती. पण ती खोटी ठरली. दूरचित्रवाहिन्यांच्या चमचमत्या जगात वृत्तपत्रांचे स्थान अबाधित व टिकून आहे. इतकेच काय, ते अधिक विश्वासार्ह व मजबूत बनले आहे. दूरदर्शनपेक्षा एकाचवेळी समाजातील सर्व स्तरांतील लोकांशी संपर्क व संवाद साधण्याची क्षमता वृत्तपत्रांकडे अधिक आहे. इलेक्ट्रॉनिक माध्यमाचा म्हणजे दूरदर्शनाचा प्रभाव सर्वदूर पोहोचला असला, तरी लोकांशी संवाद साधण्याचे, लोकशिक्षणाचे, लोकजागृतीचे, लोकशाही प्रबळ आणि सशक्त करण्याचे प्रभावी माध्यम म्हणून वृत्तपत्रांचे स्थान महत्त्वाचे राहिले आहे.

भारतीय वृत्तपत्रांचा विचार करीत असताना, वृत्तपत्रांच्या जनकत्वाचा मान, भारतीय प्रबोधन चळवळीचे उद्‌गाते राजा राममोहन रॉय यांच्याकडे जातो. याचे कारण म्हणजे वृत्तपत्रांच्या इतिहासात बंगालमधील घडामोडींना महत्त्वाचे स्थान

आहे. एक तर ब्रिटिश आमदानीतील सर्वांत महत्त्वाचा टापू त्यावेळी कलकत्ता येथेच होता. भारताच्या पश्चिम किनाऱ्यावर गोवा येथे आणि पूर्व किनाऱ्यावर बंगालमध्ये ब्रिटिश आमदानीच्या आश्रयाने मिशनऱ्यांचे कार्य चालू होते. भारतीय भूमीतील इतिहासात 'हिकीज गॅझेट'ह्या वृत्तपत्राचा उल्लेख आरंभी केला जातो. ह्या इंग्रजी साप्ताहिकाचा पहिला अंक २९ जानेवारी १७८० साली प्रसिद्ध झाला. मात्र भारतीय वृत्तपत्रांनी केलेली कामगिरी, प्रबोधन आणि स्वातंत्र्याच्या चळवळीतील त्यांचे योगदान विचारात घेता, भारतीय जाणिवेचे वृत्तपत्र सुरू करण्याचा मान राजा राममोहन रॉय यांच्याकडे जातो. 'पीटीआय स्टोरीचे' लेखक राघम यांनी राजा राममोहन रॉय यांचा उल्लेख Father of Indian Press (भारतीय वृत्तपत्राचे जनक) या शब्दांत केला आहे. तर मराठी वृत्तपत्रांचा पाया 'दर्पण'कार बाळशास्त्री जांभेकर यांनी घातला. ४ डिसेंबर १८२१ रोजी राजा राममोहन रॉय यांनी 'संवाद कौमुदी' हे बंगाली आणि 'मिरात-अल अखबार' ही पर्शियन भाषेतील वृत्तपत्रे सुरू केली. १८३२ ते १९४७ हा स्वातंत्र्यपूर्व कालखंड राजकीय चळवळ आणि सामाजिक भूमिका यांचा संघर्ष असलेला कालखंड होता. १८२२ साली 'मुंबईना समाचार' हे गुजराती भाषिक वृत्तपत्र सुरू झाले तर १९३२ साली बाळशास्त्री जांभेकरांनी 'दर्पण' या मराठी पत्राची सुरुवात केली. आरंभी पाक्षिक असणारे 'दर्पण'कारांनी आपल्या अंकात म्हटले होते, ''स्वदेशी लोकांमध्ये विलायतेतील विद्यांचा अभ्यास अधिक व्हावा आणि या देशाची समृद्धी व येथील लोकांचे कल्याण याविषयी स्वतंत्रपणे व उघडरीतीने विचार करावयास हवा या इच्छेने मुंबईत राहणाऱ्या कित्येक लोकांच्या मनात आहे की 'दर्पण' या नावाने एक न्यूजपेपर म्हणजे वर्तमानपत्र छापून प्रसिद्ध करावे.'' याच भूमिकेचा पाठपुरावा करताना त्यांनी पुढे लिहिले आहे की, ''मनोरंजन करणे, चालते काळातील वर्तमान कळविणे आणि योग्य ते मार्ग दाखविणे या गोष्टींची 'दर्पण' छापणाऱ्यास मोठी उत्कंठा आहे.'' या ठिकाणी 'दर्पण'कारांची वृत्तपत्राविषयी भूमिका स्पष्ट होते. 'दर्पण'नंतर पुढे प्रभाकर, ज्ञानसिंधू, ज्ञानोदय, ज्ञानप्रकाश, इंदूप्रकाश, दीनबंधू, सुबोध पत्रिका, अरुणोदय, सूर्योदय, वृत्तवैभव, न्यायसिंधू, खानदेश वैभव, प्रबोध चंद्रिका, केसरी, सुधाकर, मूकनायक, बहिष्कृत भारत, प्रबुद्ध भारत, सकाळ (१९३२) पुढारी, गावकरी (१९४७) अशी वृत्तपत्रे निघाली. मराठी वृत्तपत्रांच्या इतिहासातला हा कालखंड अतिशय महत्त्वाचा आहे. १८५७ चा स्वातंत्र्य लढा आणि या दरम्यान भारतातील जाती व्यवस्थेविरुद्धचा महात्मा फुले यांनी केलेला सामाजिक उठाव याचा विचार करताना वृत्तपत्रांची कामगिरी नजरेआड करता येणार नाही. बाळशास्त्री जांभेकर, महात्मा फुले, विष्णुशास्त्री चिपळूणकर, लोकहितवादी, लोकमान्य टिळक, गोपाळ गणेश आगरकर, नारायण मेघाजी लोखंडे, कृष्णाजी भालेकर या सर्वांनी आपापले विचार समाजापुढे ठेवून

कार्याला सुरुवात केली होती. राजा राममोहन रॉय यांच्या प्रबोधन विचारांशी नाते ठेवीत आणि जागतिक स्तरावरील समतेच्या विचारांशी धागा जोडीत फुले दांपत्याने या काळात केलेले काम भारतात पूर्णत: नवे, अपूर्व असेच होते. महात्मा फुले यांनी १८८५ साली 'सत्सार' नावाचे नियतकालिक सुरू केले. त्यात त्यांनी ''ज्ञान गेले चक्षु भिजले, आता कैचे वैभव मेले दास तुकाचे चेले बनती, शूद्र शिवाचे गळी लागती'' अशी आपली भूमिका विशद केली आहे. (जुन्नर परिसरातील सत्यशोधकी जलसा- १८९०-१९१० या कालावधीत पाहणे उचित ठरेल.)

१९४७ ते २०१० हा वृत्तपत्र सृष्टीचा दुसरा कालखंड म्हणून ओळखला जातो. या काळात स्वातंत्र्यपूर्व कालखंडातील केसरी, सकाळ, पुढारी, गावकरी इत्यादी वृत्तपत्रे चालू होती. त्याचप्रमाणे यांच्या जोडीला स्वातंत्र्योत्तर कालखंडातील लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाइम्स, मराठा, तरुण भारत, लोकमत व जिल्हा-तालुका पातळीवरील अनेक वृत्तपत्रे सुरू झाली. संगणक युगाचा स्वीकार करून नव्या रूपात नव्या आकारात विविध विषयांचे आयाम घेऊन वृत्तपत्रे महाराष्ट्रात वावरू लागली. नवे प्रश्न, नवी संकटे, नवी आव्हाने, यांचाही अनुभव याच काळात येत होता. भारतीय स्तरावरील भाषिक वृत्तपत्रांच्या सामर्थ्यांत मराठी वृत्तपत्रांची शक्ती निश्चित लक्षणीय आहे.

बातम्या छापणारे ते 'वृत्तपत्र' असा आपला सर्वसाधारण समज दिसून येतो. वृत्तपत्रांतून छापून येणाऱ्या विविध घटनांपैकी बातमी ही एक घटना असते. विविध अवयवांच्या साह्याने जसे शरीर बनते, शरीराला एक आकार प्राप्त होतो, त्याचप्रमाणे विविध आकृतिबंधांतून वृत्तपत्राला आकार प्राप्त होतो. विविधतेतून एकता हे वृत्तपत्राचे लक्षण ठरते. एकाच वृत्तपत्रात भाषेची विविध रूपे आपणांस पाहवयास मिळतात. ह्या वृत्तपत्राच्या आकृतिबंधात, बातम्या, वृत्तलेखन, अग्रलेख, स्तंभलेख, साहित्य-क्रीडा समीक्षा, बालवाङ्मय, ललित लेखन, जाहिरात, विज्ञानविषयक व अर्थविषयक अशा प्रकारे मानवी जीवनाशी निगडित अनेक प्रकारचे लेखन असते. ह्या लेखनातील महत्त्वाचा विशेष म्हणजे, प्रत्येक घटकाचा विषय, भाषा शैली, मांडणी, स्वतंत्र वेगळी असते. म्हणूनच वृत्तपत्र हे एक विविधतेने नटलेले भाषिक सर्जनशीलतेचे उत्कृष्ट उदाहरण ठरते.

'सर्जनशीलता' हा शब्द संस्कृतमधील 'सृज' ह्या धातूपासून तयार झाला आहे. सृज म्हणजे निर्माण करणे, त्यावरून सर्जनशीलता, ही नवे निर्माण करण्याची शक्ती ठरते. कलानिर्मितीच्या व साहित्यनिर्मिती क्षेत्रात प्रामुख्याने ही संज्ञा वापरली जाते. 'सर्जनशीलता' या संकल्पनेत ठरावीकपणा, तोचतोचपणा, यांना अजिबात स्थान नसते. मौलिकता, नव्या कल्पना, वेगळा दृष्टिकोण बाळगण्याची, समस्यांकडे पाहण्याची व त्यांची मांडणी करण्याची क्षमता हे सर्व

'सर्जनशीलता' या संज्ञेत मोडते, म्हणूनच माणसाला सर्जनशील प्राणी म्हटले जाते. भाषानिर्मिती करणे ही माणसाची सर्जनशील कृती ठरते. नवनिर्मितीसाठी माणूस सतत धडपडत असतो. ही धडपड, ही ओढ वृत्तपत्रातील आकृतिबंधातून आपणांस अनुभवावयास, वाचावयास मिळते, बातमीपत्राची व वृत्तलेखनाची भाषा वेगळी असते, कलासमीक्षेची व क्रीडासमीक्षेची भाषा वेगळी असते. जाहिरातीची मांडणी व छायाचित्रणाची भाषा बोलकी, लक्षवेधी, आकर्षक व कलात्मक असते. त्यात अपेक्षित ईप्सित अत्यंत कमीतकमी जागेत साध्य केलेले असते. भाषा ही प्रवाही असल्यामुळे त्यात मोडतोड चालू असते. आजच्या गतिशील जगात नवनवे शब्द वृत्तपत्रातून रूढ होत आहेत. मला वाटते वृत्तपत्राकडे भाषिक सर्जनशीलतेचा उत्कृष्ट नमुना म्हणून पाहणे उपयुक्त ठरेल. भाषा ही संस्कृतीची वाहक असते. वृत्तपत्रातील भाषा विषयानुसार विविध रूपे धारण करीत असते. भाषेची ही विविधरूपे कोणत्या घटकातून कशी व्यक्त होतात ते पाहणे उचित ठरेल. आज आपणास येथे वृत्तपत्रीय समीक्षा याविषयी विचार करावयाचा आहे. प्रामुख्याने जुन्नरचा परिसर हा लोककलांचा परिसर आहे. या परिसराचा संतसाहित्याचे व लोकसाहित्याचे गाढे व्यासंगी डॉ. रा. चिं. ढेरे यांनी 'लोककलांचे माहेरघर व तमाशाची पंढरी' या सार्थ शब्दांत गौरव केला आहे. तेव्हा आज येथे जुन्नर तालुक्याशी, येथील लोक कलाक्षेत्राशी निगडित दोन बाबींचा विचार व्यक्त करणार आहे. त्यातील पहिली घटना म्हणजे ही भूमी जोतीराव फुले आणि सावित्रीबाई फुले यांची कर्मभूमी आहे. या परिसरात त्यांचे कार्य असल्यामुळे त्यांना अनुयायीही लाभले आहेत. त्यांपैकी ओतूर येथील पहिले सत्यशोधकी जलसाकार भीमराव महामुनी हे होत. 'सत्यशोधकी जलसा' व याच परिसरात वाढलेला, रुजलेला व स्थिरावलेला 'तमाशा' यांचा अनुबंध वृत्तपत्राच्या माध्यमातून तपासणे आणि २० मार्च २०१० च्या 'लोकसत्ता' ह्या दैनिकाच्या 'चतुरंग' पुरवणीतून 'नटरंग' चित्रपटातील लावणीवर चित्रपट परीक्षक प्रशांत पवार यांच्या लेखाचा विचार करावयाचा आहे. नटरंगच्या 'आता वाजले की बारा' ह्या लावणीने तमाम मराठी रसिक प्रेक्षकांना प्रेमात टाकले आहे. परंतु पारंपरिक लावणी कलावंत आणि अभ्यासक मात्र ह्या लावणीवर नाराज आहेत. लावणीचा बाज आयटम साँगकडे झुकलाय असा त्यांचा आक्षेप आहे. (साभार लोकसत्ता-पुरवणी चतुरंग- २० मार्च २०१०.)

वृत्तपत्र – प्रभावी प्रसार आणि माध्यम

प्रा. डॉ. विजय पाटील

आज एकविसाव्या शतकात आपण पदार्पण केले आहे. येणाऱ्या सहस्रकात माणसापुढे नेमके काय वाढून ठेवलेले आहे याचा आपण विचार करू लागलो तर मति गुंग होते. मन संभ्रमावस्थेत गुंतते. आपल्या देशातील अनिर्बंध प्रमाणात उत्पन्न होणाऱ्या प्रश्नांच्या पार्श्वभूमीवर आपण जागतिकीकरणाच्या मार्गावर वेगाने प्रवास करण्याच्या निर्णयाला स्वीकारले आहे. या परिस्थितीत प्रत्येक भारतीयाला मग तो भारतीय सुशिक्षित असो वा अशिक्षित जो विचार करणारा आहे त्याला तथाकथित पुरोगामी म्हणवल्या जाणाऱ्या पण प्रत्यक्षात प्रतिगामी असलेल्या अनिश्चित राजकीय वातावरणात येणारे शतक माणसाच्या विकासाचे ठरणार की विनाशाचे ठरणार हा प्रश्न भेडसावत आहे. या प्रश्नाला उत्तर देणे सोपे नसले तरी सद्य: परिस्थितीचे योग्य आकलन केल्यास पुढील मार्गक्रमणासाठी दिशा मिळणे सहज शक्य आहे. व्यक्ती आणि समाज या दोहोंच्या विकासामध्ये सुसंवाद कसा करता येईल याचा विचार महत्त्वाचा आहे. हा सुसंवाद घडवून आणण्याचे काम प्रसारमाध्यमे करीत असतात.

सर्वच क्षेत्रांत एका बाजूला उपलब्ध प्रचंड ज्ञान आणि दुसऱ्या बाजूस संपूर्ण अज्ञान, एका बाजूस गडगंज श्रीमंती तर दुसरीकडे कशीतरी जगणारी भुकेकंगाल माणसे, चोवीस तासात जगाच्या पाठीवर कोठेही पोहोचण्याची क्षमता तर अनेक ठिकाणी १०० किलोमीटर अंतरावरील हॉस्पिटलमध्ये आणीबाणीच्या वेळीही पोहोचण्यास लागणाऱ्या साधनांचा अभाव अशी विसंगती दिसते. मात्र प्रसारमाध्यमांच्या बाबतीत अशी विसंगती दिसून येत नाही.

प्रसारमाध्यमांच्या बाबतीत विचार केला असता आणि या प्रसार माध्यमांना केव्हापासून सुरुवात झाली याचा शोध घेतला असता जेव्हा माणसामध्ये संदेशन सुरू झाले तेव्हापासूनच प्रसारमाध्यमांना सुरुवात झाली असे म्हणता येते. संदेशनाचे स्थूलमानाने दोन प्रकार मानले जातात. एक मौखिक संदेशन आणि दोन लिखित संदेशन. या लिखित संदेशनात पत्रात्मक संदेशन, वृत्तपत्रीय संदेशन, साहित्य माध्यमातील संदेशनाचा समावेश होतो. वृत्तपत्रीय संदेशनात अग्रलेख, विशिष्ट विषयांवरील लेख, वाचकांच्या प्रतिक्रिया, जाहिराती, विविध घडामोडींचा प्रादेशिक आढावा, परीक्षणे, विविध बातम्या, साहित्य शास्त्र,

42346

मनोरंजन पुरवणी, क्रीडा विश्व, राष्ट्रीय आणि आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील घडामोडी यांचा समावेश असतो. याशिवाय आधुनिक काळातील प्रसारमाध्यमांतूनही संदेशन होत आले. त्यात वृत्तपत्रे, दैनिके, साप्ताहिके, पाक्षिके, मासिके, नियतकालिके, आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट या प्रसारमाध्यमांतून संदेशन होत असते. आधुनिक काळात विज्ञानाचा वापर वाढला असून या नवनवीन प्रसारमाध्यमांचा वापर अधिक होताना दिसतो.

या सगळ्याच प्रसारमाध्यमांकडून १) मूल्याधिष्ठित समाजाची निर्मिती करणे, २) महत्त्वपूर्ण विकास उपक्रमांची, संशोधनाची तसेच व्यक्तींची माहिती लोकांपर्यंत पोहोचवणे, ३) समाजातील दुर्बल घटकांची साहाय्यता करणे, ४) जगाला सुखी करण्यासाठी सामाजिकता, बंधुता टिकवून ठेवण्यासाठी समाजहिताच्या गोष्टी लक्षात आणून देणे अपेक्षित असते. कोणत्याही प्रसार माध्यमाने सूचना देणे, शिक्षण, मनोरंजन करणे आणि प्रेरणा देणे या मूळ उद्देशांना सोडून काम करू नये, अशी अपेक्षा असते. या प्रसारमाध्यमांनी लोकांना असे विचार दिले पाहिजेत आणि आहेत ते विचार विकसित केले पाहिजेत की ज्यातून सुसंपन्नसुदृढ समाजाची निर्मिती करण्याची प्रेरणा मिळाली पाहिजे.

आज एकविसाव्या शतकात आपण तंत्रज्ञानामध्ये क्रांतिकारी बदल घडवून आणले आहेत. प्रगत तंत्रविज्ञानाच्या साहाय्याने आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेटसारखी महत्त्वाची जनसंवादाची माध्यमे रूढ झालेली आहेत. या माध्यमांचा विस्तार आपणाकडे फार मोठ्या प्रमाणावर झाला आहे. आपल्या दैनंदिन जीवनाचे अविभाज्य अंग ही वेगवेगळी माध्यमे झालेली आहेत. आज आपण प्रसार माध्यमांशिवाय या विश्वाची कल्पनाही करू शकत नाही. आज प्रसारमाध्यमांची सगळी रूपे मग तो रेडिओ असेल, दूरदर्शन असेल, वर्तमानपत्र असेल किंवा इंटरनेट असेल कोणतेही प्रसारमाध्यम नसेल तर आपण अस्वस्थ होऊ. आपल्याला आपण इतर जगापासून तुटलेलो आहोत अशी जाणीव होईल.

वृत्तपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट ही सर्व प्रगत प्रसार माध्यमे आज आपल्यासाठी उपलब्ध आहेत; पण या सगळ्यांत वृत्तपत्र हेच अधिक प्रभावी प्रसारमाध्यम आहे, असे लक्षात येईल. वृत्तपत्रे, आकाशवाणी आणि दूरदर्शन ही लोकमानसापर्यंत पोहोचणारी प्रभावी माध्यमे आहेत. आकाशवाणी आणि दूरदर्शन ही माध्यमे प्रभावी असली तरी त्याद्वारे होणाऱ्या प्रसारणाचे स्वरूप तात्कालिक असते. ते पुन्हा ऐकता किंवा पाहता येत नाही. आजचे वर्तमानपत्र उद्या शिळे जरी झाले तरी त्याला संदर्भमूल्य राहते आणि त्यातील मुद्रित बातमी नजरेआड होऊ शकत नाही. त्याचप्रमाणे प्रगल्भ समाजाच्या जीवनात वृत्तपत्रांचे स्थान नेहमीच अनन्यसाधारण असते. वर्तमानपत्र समाज जागृतीचेच कार्य प्रामाणिकपणे करीत असते. समाज व शासन यांच्या व्यवहारावर अंकुश ठेवण्याचे

काम करीत असते. मनोरंजन करीत असले तरी केवळ मनोरंजन एवढेच मर्यादित कार्य वृत्तपत्राचे नसते. आकाशवाणी आणि दूरदर्शन या माध्यमांचा मनोरंजन करण्याकडे अधिक कल असतो असे दिसते. त्यादृष्टीने वृत्तपत्र अधिक प्रभावी प्रसारमाध्यम ठरते. राजकारण, समाजकारण, अर्थकारण, व्यापार-उद्योग या आणि यांसारख्या जीवनाच्या अनेकविध क्षेत्रांतील दररोजच्या घडामोडी, हालचाली, वर्तमानपत्रे आपल्यापर्यंत पोहोचवतात. लोकांना बातम्या देणे, लोकजागृती करणे, समाजातल्या दांभिकतेचे खंडन आणि लोकमताला योग्य दिशा दाखवून इष्ट असे वळण लावणे हे वृत्तपत्रांचे महत्त्वाचे कार्य असते. बातम्यांप्रमाणेच विविध घडामोडी-चळवळींच्या संदर्भातील प्रकट्ट चिंतन, अग्रलेख, स्फुटलेख, इ. मधून वर्तमानपत्रातून होत असते. आपल्या रोजच्या जीवनात वृत्तपत्रांना अतिशय महत्त्वाचे स्थान असते. संपर्क माध्यमाचे वृत्तपत्र हे एक अतिशय महत्त्वाचे साधन आहे. वृत्तपत्र माहिती मिळविण्याचे एक महत्त्वाचे माध्यमही आहे. वृत्तपत्रे केवळ माहितीच देत नाहीत तर अप्रत्यक्ष रीतीने शिक्षणही देत असतात. अचूक बातमी देणे हे वृत्तपत्राचे कर्तव्य असते आणि वृत्तपत्रातील बातमी वस्तुनिष्ठ असते.

वृत्तपत्रातील विविध सदरांमधून वैविध्यपूर्ण माहिती प्रसिद्ध होत असते. अग्रलेख, स्फुट किंवा स्तंभ लेख, वृत्तकथा, सदर लेखन यांतून अभ्यासपूर्ण लेखन केलेले असते. ते पाहिजे तेव्हा वाचकाला उपलब्ध होते, वाचता येते. वाचकांपर्यंत बातम्या पोहोचवण्याचे काम वृत्तपत्र करते त्याबरोबरच वेगवेगळ्या प्रकारच्या घटना वाचकांच्या डोळ्यांसमोर उभे करते. जगात, देशात, राज्यात, प्रांतात, परिसरात काय चालू आहे या साऱ्यांची इत्थंभूत माहिती वृत्तपत्रामुळे घरात बसल्या बसल्या देशाच्या कानाकोपऱ्यात मिळते. आज दळणवळणाच्या साधनांमध्ये-सोयींमध्ये खूपच प्रगती झाली आहे. त्यामुळे देशाच्या कोणत्याही कानाकोपऱ्यात वृत्तपत्र उपलब्ध होते.

वृत्तपत्र हे बहुपयोगी माध्यम आहे. शिक्षित वर्गासाठी या माध्यमाचा अधिक उपयोग आहे. बेरोजगारांना रोजगार संधी कोठे उपलब्ध आहेत. विवाहेच्छूक उपवर उपवधूंसाठी अपेक्षित स्थळ कसे मिळेल या संदर्भातील माहिती वर्तमानपत्रात सहज, दीर्घकाळासाठी उपलब्ध होते. जाहिराती, वस्तूंची माहिती, शिक्षण, व्यवसाय, वाणिज्य, राजकारण, धर्म, मनोरंजन, समाजकारण या सगळ्याच क्षेत्रांसाठी वर्तमानपत्राचाच जास्त वापर होतो. वृत्तपत्रामुळेच आर्थिक क्षेत्रातही उलाढाली व्हायला, आर्थिक विकास साधायला मदत होते. सरकारी धोरणे, त्यांची अंमलबजावणी या बाबतीतील माहिती लिखितरूपात दीर्घकाळासाठी वृत्तपत्रांच्या माध्यमातूनच उपलब्ध होते. वृत्तपत्र जनमानसाला जागृत करण्याचे काम करते. स्वार्थ, भ्रष्टाचार, घोटाळे, काळाबाजार उघडकीस

आणून लोकांना सतर्क करते. समाज व्यवस्थेवर अंकुश ठेवते. बेजबाबदारपणे वागणारे लोक वृत्तपत्राला वचकून राहतात. देश विदेशातील राजनीती, अर्थनीती, शिक्षण, शासन याबाबतीत माहिती पुरविण्याचे काम वृत्तपत्र करते. त्याचबरोबर वेळोवेळी विविध प्रकारच्या सर्जनात्मक साहित्यिक, वैज्ञानिक, वाणिज्यविषयक लेखनालाही लोकांसमोर मांडते. मनोरंजन ही मानवाची फार मोठी गरज आहे. तिचीही पूर्तता करते. विचारप्रणाली पोहचवते. अंतर्दृष्टी प्रदान करते. विचारक्षमतेला वाढवते. आपले मत तयार करायला भाग पाडते. 'वाचकांच्या पत्रव्यवहारातून' हे तयार झालेले मत मांडण्यासाठी जागा उपलब्ध करून देते. समाजातील सर्वच वर्गातील म्हणजे व्यापारी, नोकरदार, शेतकरी, कामगार, पुरुष-स्त्रिया, मुले, म्हातारी माणसे, तरुण या सगळ्यांसाठी वृत्तपत्र पुरून उरते. वृत्तपत्र हे असे प्रभावी माध्यम आहे जे सामान्यजनांचे जीवन समाज, देश, विदेश, जीवनाची विविध क्षेत्रे यांचे सम्यक विश्लेषण करते. लोकांमध्ये असलेल्या विकृती, कमतरता, भ्रामक समजुती यांचे निवारण करते.

वृत्तपत्र हे असे प्रभावी प्रसारमाध्यम आहे. आज इलेक्ट्रॉनिक प्रसार माध्यमांची वाढ झपाट्याने होत असली तरी जनसंज्ञापनाचे एक मुद्रित माध्यम या दृष्टीने या माध्यमाची ताकद अजिबात कमी झालेली नाही. त्याचा प्रभाव पाश्चात्त्य देशांत व आपल्याकडेही टिकून आहे. जगाच्या कानाकोपऱ्यांत घडणाऱ्या घटनांचे दृश्य काही मिनिटांतच घरातल्या छोट्या पडद्यावर दिसत असले तरी त्या घटनेचा साद्यंत तपशील जाणून घेण्याची उत्सुकता असतेच; त्यामुळे दूरचित्रवाणीच्या प्रभावापुढेही वृत्तपत्रासारख्या मुद्रित माध्यमाचे अस्तित्व कायम आहे. वृत्तपत्रांनी केवळ आपले अस्तित्वच टिकवले आहे असे नाही तर आपले अपरिहार्यत्वही सिद्ध केले आहे. नंदुरबारसारख्या आदिवासी जिल्ह्यात आज सकाळ, लोकमत, देशदूत, पुण्यनगरी, गावकरी, लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाइम्स, नंददर्शन, उत्तर महाराष्ट्र, दैनिक तापीकाठ अशी विविध वृत्तपत्रे ४८ ते ५० हजारांपर्यंत दररोज खपतात. त्यावरून वृत्तपत्र हे प्रभावी प्रसारमाध्यम आहे, हेच सिद्ध होते.

प्रसारमाध्यमे, मराठी भाषा आणि मराठी माणूस

प्रा. डॉ. भारत हंडीबाग, प्रा. डॉ. दत्तात्रय प्र. डुंबरे

'प्रसारमाध्यमे' हा लोकशाहीचा चौथा स्तंभ आहे. जनमताच्या निर्मितीसाठी व अभिव्यक्तीसाठी हे अतिशय प्रभावी माध्यम आहे. समाजातील सर्व स्तरांतील लोकांपर्यंत भाषेच्या माध्यमातून विचारांचे आदान प्रदान करून जगातील ज्ञानाची कवाडे प्रसारमाध्यमांमुळे खुली झाली आहेत. जनसामान्यांच्या भावाभिव्यक्ती, लोकरंजनासाठी हे एक प्रभावी व्यासपीठ निर्माण झाले आहे. इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे मुद्रित माध्यमांपेक्षा प्रभावी ठरली आहेत. प्रसारमाध्यमांमुळे समाज आणि मानवी जीवन पारदर्शी बनले आहे. विश्वाच्या निर्मितीवेळी संपूर्ण जग अंधारात बुडालेले होते. ऋग्वेदातील नारदीय सूक्तातील ऋचेत म्हटले आहे की ''तम मीत्तमसा मूढमग्रेय प्रकेतं सलिल सर्वना इदम्'' अनेक वर्षांपासून घनघोर अंध:कारातून ज्ञानमय प्रकाशाकडे वाटचाल चालू झाली; 'तमसो मा ज्योतिर्गमय' हा मानवी विकासाचा मूलमंत्र ठरला. तिमिरातूनी तेजाकडे वाटचाल व्हावी यासाठी प्रभूला प्रार्थिले गेले.

डॉ. कृष्णकुमार रत्तू म्हणतात की, ''आदमी का यह अंधकार से रोशनी तक शब्द ज्ञान, भाषा संकेत इ. उस जनसंचार का बदलता हुआ स्वरूप ही है, जिसे आज हम मीडिया जैसे शब्दों से परिभाषित कर सकते हैं।'' मानवी जीवनाला नवविचार, नवचेतना, नवकल्पना, नवसंजीवनी देण्याचे सामर्थ्य प्रसारमाध्यमांमध्ये आहे. मागील काही दशकांपासून जागतिकीकरणाचे वारे वाहू लागले. गावा-गावातील, शेती शिवारातील तंत्रज्ञान जगाच्या कानाकोपऱ्यात पोहचू लागले. त्याचा सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, राजकीय प्रभाव पाहयला मिळतो. लहानांपासून मोठ्यांपर्यंतच्या जीवनाचा एक अविभाज्य घटक म्हणून प्रसारमाध्यमांनी जागा घेतली आहे.

प्रसारमाध्यमांचे वर्गीकरण प्रामुख्याने पुढील पाच प्रकारांत करता येईल.

१) वृत्तपत्रे, २) आकाशवाणी, ३) दूरदर्शन, ४) जाहिराती, ५) संगणक.

वृत्तपत्रे :

६ जानेवारी १८३२ ला बाळशास्त्री जांभेकरांनी 'दर्पण' हे वृत्तपत्र सुरू केले. इंग्रजी व मराठी या दोन प्रमुख भाषांत हे वृत्तपत्र होते. त्यांपैकी इंग्रजी विभाग बाळशास्त्री जांभेकर तर मराठी विभाग भाऊ महाजन सांभाळत असत. म्हणून तर

सहा जानेवारी हा दिवस 'पत्रकारिता दिवस' म्हणून साजरा केला जातो. १८४९ ला शुद्ध मराठीतील पहिले वृत्तपत्र 'ज्ञानप्रकाश' सुरू झाले. त्यानंतर मराठीमध्ये अनेक वृत्तपत्रे आली आणि मराठीच्या प्रांतात ज्ञानाची कवाडे उघडली.

सत्यशोधक समाजाच्या १ जानेवारी १८७७ ला प्रकाशित झालेल्या 'दीनबंधू' या मुखपत्राचे सुरुवातीला वाचक होते फक्त तेरा. त्यात आठ पुण्याचे, तर पाचजण मुंबईचे होते. नारायण मेघाजी लोखंडे यांनी 'दीनबंधू' या मराठी मुखपत्रातून सामाजिक विचारांची पेरणी केली. हीच अवस्था थोड्याफार फरकाने प्रत्येक वृत्तपत्राची; पण जे तरले त्यांनी मराठी भाषेच्या प्रांतात विचारांची, सदाचरणाची, समाजक्रांतीची बिजे पेरली. विसाव्या शतकात मराठी वृत्तपत्र जनसामान्यांपर्यंत पोहचविण्याचे मोलाचे योगदान आहे ते सावळारामबोवा दांगट या मराठमोळ्या माणसाचे. वृत्तपत्रे पोहचविण्याचे व्यवस्थापन कसे असावे? मराठी वृत्तपत्रांतून कोणत्या बातम्यांना अग्रक्रम द्यावा? वाचकाला काय हवे? याचा बारीक अभ्यास सावळाराम बोवांचा होता म्हणून तर स्वातंत्र्योत्तर कालखंडात त्यांनी स्वत: 'गीता प्रेस, मुंबई'ची स्थापना करून वृत्तपत्रांची छपाई केली. 'दांगट न्युज पेपर एजन्सी' स्थापन करून भारतभर वृत्तपत्र विक्रीचे जाळे निर्माण केले.

वृत्तपत्र क्षेत्रातील मॅनेजमेंट गुरू : सावळारामबोवा दांगट :

स्वातंत्र्यपूर्व व स्वातंत्र्योत्तर कालखंडात सावळारामबोवांची कारकीर्द आकारास आली. मुंबापुरीच्या फोर्ट परिसरात या माणसाने वृत्तपत्र विक्रीचा व्यवसाय सुरू केला. मराठी भाषेचा आग्रह पण इतर भाषांचाही सन्मान हे त्यांचे प्रमुख सूत्र होते. 'दांगट न्यूज पेपर'च्या माध्यमातून मराठी, गुजराथी, बंगाली, हिंदी, इंग्रजी इत्यादी भाषांतील वृत्तपत्रे, मासिके, साप्ताहिके यांची प्रमुख विक्रेते म्हणून विक्री करत. आचार्य अत्रेंचा पैसा फंडातून उभा राहिलेला 'मराठा' उभा करण्यात व खप वाढविण्यात सावळारामबोवांचे महत्त्वपूर्ण योगदान आहे. आचार्य अत्रेंनंतर त्यांचे जावई व्यंकटेश पै व मुलगी शिरीष पै यांनाही त्यांनी 'मराठा'साठी साथ दिली. ना. सी. फडके सावळारामबोवांच्या सहकार्याने 'अंजली' हा दिवाळी अंक प्रकाशित करीत असत. दांगटांनी विश्वनाथ वाबळेंना मार्गदर्शन करून 'शिवनेर' सुरू केले. 'नवशक्ती' (मराठी) हे वृत्तपत्र फारसे चालत नव्हते. त्याचे संपादक जयकुमार करनानी यांना त्यांनी मार्गदर्शन केले व 'नवशक्ती'चा खप वाढविला. बाळ ठाकरे यांच्या 'मार्मिक'ची सुरुवाती-पासूनच प्रमुख वितरक म्हणून धुरा त्यांनी वाहिली म्हणून तर ठाकरे व दांगट यांचे स्नेहाचे व घरगुती संबंध तयार झाले. बाळासाहेबांच्या वृत्तपत्र क्षेत्रातील वाटचालीत दांगट कुटुंबीयांनी मोलाचे योगदान दिले आहे याची नोंद घ्यावीच लागते. म्हणून तर स्वत: बाळ ठाकरे यांनी 'मार्मिक'चा 'सावळारामबोवा दांगट विशेषांक' काढून

कृतज्ञता व्यक्त केली होती. 'लोकसत्ता' वृत्तपत्राच्या विक्री व्यवस्थापनात रामनाथ गोयंकांना त्यांनी साथ दिली. श्री. घानकुटकर यांचे 'प्रभा' नावाचे मराठी मासिक असो वा प्रमोद नवलकरांची 'भ्रमंती' असो सावळारामबोवांनी विक्रीची जबाबदारी चोखपणे पार पाडून बांधा-शिवारापर्यंतच्या मराठी वाचकांपर्यंत हे अंक पोहचविले. दै. पुण्यनगरी किंवा वार्ताहर, मुंबई चौफेर या वृत्तपत्रांचे संस्थापक मुरलीधर शिंगोटे हे सावळारामबोवांच्या पठडीत तयार झालेले व्यक्तिमत्त्व. सावळारामबोवांच्या विचारांच्या प्रभावाने प्रभावित होऊन शिंगोटेंनी मराठी वृत्तपत्रांच्या दुनियेत स्वत:ची ओळख निर्माण केली आहे. 'मराठी माणूस व्यवसायाकडे वळत नाही' ही कुचेष्टा त्यांनी केव्हाच परतवून लावली आणि मराठी वृत्तपत्रक्षेत्रात एक मैलाचा दगड म्हणून ओळख निर्माण केली. दै. पुण्यनगरी, दै. वार्ताहर, मुंबई चौफेर आदी मराठी दैनिके मुरलीधर शिंगोटे या मराठी माणसाने सुरू केली व ती आज नावारूपाला आली आहेत.

अन्य भाषांतील वृत्तपत्रे/मासिके यांबाबत सावळाराम दांगटांचे योगदान :

राजकोट येथून प्रसिद्ध होणारे गुजराथी साप्ताहिक 'फुलछाप', चिमणभाई पटेलांचे 'प्रजातंत्र' (गुजराथी) यांचा खप सावळारामबोवांनी वाढवला. रमेश गुप्ता यांच्या दिल्लीतील 'दिवाना तेज', 'दिल्ली तेज' या वृत्तपत्रांच्या विकासात सावळारामबोवांचे महत्त्वपूर्ण योगदान आहे. हरिश्चंद्र दुबेंचे 'जन्मभूमी' (गुजराथी), दै. 'जनशक्ती' यांचा मुंबईतील खप सावळारामबोवांनी वाढवला. यातून एक गोष्ट लक्षात येण्यासारखी आहे की, सावळारामबोवांचे प्रेम फक्त मराठीवरच नव्हते तर इतर भाषांमधील साहित्य चोखंदळ वाचकांपर्यंत कसे पोहोचवायचे याची नाडी त्यांना गवसली होती.

सावळारामबोवांचे महाराष्ट्रातील साहित्यिक, राजकारणी, विचारवंत या सर्वांशीच सलोख्याचे व प्रेमाचे संबंध होते. स. का. पाटील, बाळासाहेब देसाई, यशवंतराव चव्हाण, तुळशीदास जाधव, रत्नाप्पा कुंभार, वसंतदादा पाटील आदी मंडळींचा नित्याचा सहवास; त्याचा उपयोग त्यांनी मराठी वृत्तपत्र क्षेत्रासाठी करून घेतला. विचारवंतांच्या पठडीत वाढल्यामुळेच त्यांचे चिरंजीव बाळासाहेब दांगट सलग दहा वर्षे विधानसभा सदस्य होते. सावळारामबोवांच्या विचारांचा प्रभाव बाळासाहेबांवर असल्यामुळे त्यांनी 'झंझावात' नावाचे साप्ताहिक समर्थपणे चालविले.

सारांश :

मराठी वृत्तपत्र क्षेत्राचा विकास पाहता पूर्वसुरींचे योगदान आहेच; पण स्वातंत्र्योत्तर कालखंडात सावळारामबोवा दांगटांसारखा शेतकऱ्यांचा मुलगा एवढी भरीव कामगिरी करतो याची नोंद घेणे गरजेचे ठरते. मराठी वृत्तपत्र क्षेत्राच्या विकासात सावळारामबोवा दांगट, मुरलीधर शिंगोटे, विश्वनाथ वाबळे, 'बोभाटा'

मासिकाचे संपादक रामदासबोवा मनसुख यांचेही मोलाचे योगदान आहे. सावळारामबोवांनी 'दांगट न्यूज एजन्सी'च्या माध्यमातून महाराष्ट्रभर मराठी वृत्तपत्रे, मासिके, साप्ताहिके पोहोचवली. त्याबरोबर अन्य भाषांतील वृत्तपत्रांचाही खप वाढविला म्हणून ते वृत्तपत्र विक्री व्यवसायातील 'मॅनेजमेंट' गुरू ठरतात. दै. पुण्यनगरी, वार्ताहर, मुंबई चौफेर या वृत्तपत्रांच्या माध्यमातून मुरलीधर शिंगोटे यांनीही मराठी वृत्तपत्र सृष्टीत स्वत:चा ठसा नोंदविला आहे. त्यांचीही नोंद घेणे क्रमप्राप्त ठरते.

ꙮ ꙮ

वृत्तपत्र आणि प्रसारमाध्यम

प्रा. किरण पिंगळे

प्रास्ताविक :

लोकशाही राज्यात महत्त्वाच्या अंगांपैकी एक अंग म्हणजे प्रसारमाध्यमे होत. वृत्तपत्रे, आकाशवाणी आणि दूरदर्शन ही लोकमानसापर्यंत पोहोचणारी प्रभावी माध्यमे आहेत. देशातील विविध समस्या, दहशतवाद, भ्रष्टाचार, अनागोंदी, अत्याचार आदींमुळे या प्रसारमाध्यमांची जबाबदारी वाढली आहे. म्हणून तर प्रसारमाध्यमांना लोकशाहीचे आधारस्तंभ मानले जाते. प्रसारमाध्यमांतून होणारे संस्कार माणसाला, माणसाच्या व्यक्तिमत्त्वाला घडविण्यात महत्त्वाची भूमिका पार पाडतात. या प्रसारमाध्यमांमध्ये एक प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणजे 'वृत्तपत्र' होय.

वृत्तपत्र: उद्दिष्टे, कार्ये व आवश्यकता :

वर्तमानस्थितीची म्हणजे ज्वलंत घडामोडींची माहिती देण्याची जबाबदारी वर्तमानपत्राची असते. केवळ माहिती देणे व रंजन करणे एवढेच वृत्तपत्राचे कार्य नव्हे तर शिक्षण देणे आणि लोकमत घडविणे हे या माध्यमाचे कर्तव्य आहे. शिवाय वाचकांची बौद्धिक गरज वृत्तपत्रे भागवू शकतात. म्हणून तर वर्तमानपत्रालाही एक गुरू म्हणून विशेष स्थान आहे. राजकारण असो वा समाजकारण, अर्थकारण असो वा व्यापार व उद्योग या आणि यांसारख्या जीवनाच्या अनेकविध क्षेत्रांतील दररोज घडणाऱ्या घडामोडी, हालचाली वृत्तपत्रांमधून समाजापर्यंत पोहोचत असतात. त्यामुळे समाजजागृतीचे आणि त्यासोबतच समाज व शासन यांच्या व्यवहारावर अंकुश ठेवण्याचे काम वर्तमानपत्रे करीत असतात. वृत्तसंस्थेचे वर्णन करताना कार्लाईल म्हणतो, ''बंदुकीपेक्षाही वर्तमानपत्राची भीती राज्यकर्त्यांना नेहमी वाटत आली आहे.''

ज्या 'बाळशास्त्री जांभेकरांनी' वृत्तपत्राचा आधार स्वातंत्र्यापूर्वी समाज जागृतीसाठी घेतला होता, त्यांनी त्यांच्या वृत्तपत्राला नावही अगदी समर्पक दिले होते. 'दर्पण'. वृत्तपत्र हा समाजाचा आरसा आहे असे म्हणावे लागेल कारण या वृत्तपत्रांतून समाजाला वास्तव परिस्थितीचे भान करून देणे आणि त्यांच्यामध्ये जागृतीसाठी प्रयत्न करणे शिवाय समाजातल्या दांभिकतेचे खंडन करणे आणि 'लोकमताला योग्य दिशा दाखवून इष्ट वळण लावणे', हे वृत्तपत्र या

प्रसारमाध्यमाचे महत्त्वाचे कार्य आहे.

आजच्या या संगणकाच्या, इंटरनेटच्या युगात जगातील सगळे देश एकमेकांशी जोडले गेलेले आहेत. शिवाय इलेक्ट्रॉनिक प्रसारमाध्यमे 'ब्रेकिंग न्यूज' म्हणून मिनिटागणिक ज्वलंत घडामोडींची माहिती मिळवून देत आहेत. असे असले तरी जनसंज्ञापनाचे एक मुद्रित माध्यम या दृष्टीने या माध्यमाची ताकद अजिबात कमी झालेली नाही. सभोवताली घडणाऱ्या घटनांचा अधिक तपशील जाणून घेण्याच्या उत्सुकतेमुळेच चित्रवाणीच्या प्रभावापुढेही वृत्तपत्रासारख्या मुद्रित माध्यमाचे अस्तित्व कायम आहे. राजकीय, सामाजिक, शिक्षण, कृषिविषयक, गुन्हेगारविषयक व न्यायालयीन शिवाय क्रीडा, कामगार जगतातल्या, मनोरंजन क्षेत्रातल्या, व्यापार, औद्योगिक अशी अनेक क्षेत्रांतील माहिती वृत्तपत्रांमधून अवगत होत असते. त्यामुळे वृत्तपत्राचे महत्त्व दिवसेंदिवस वाढत चालले आहे असेच दिसते.

परंतु ही प्रसारमाध्यमे आपल्या भूमिकेपासून दिशाहीन होत चालली आहेत हे वास्तव आहे. समाजाची दिशाभूल करून समाजात विकृती पसरविण्याचा प्रयत्न करताहेत. उदा. एखाद्या स्त्रीवर अत्याचार झाल्यानंतर त्याची कारणमीमांसा करण्यापेक्षा तो कशा पद्धतीने झाला याचे विश्लेषण अधिक रंजकपणे करण्यात येते किंवा एखाद्या कुटुंबातील व्यक्ती गुण्यागोविंदाने एकत्र राहताहेत ही बातमी होत नसून त्या कुटुंबात जेव्हा कलह निर्माण होतो तेव्हा ती बातमी होते आणि अशी बातमी समाजाची विकृती आहे. कालचेच उदाहरण घ्या ना, एका वृत्तपत्रात महत्त्वाचा घटना या शीर्षकाखाली अशी बातमी प्रसिद्ध झाली होती की, सिनेअभिनेत्री दीपिका पदुकोन, रणबीर कपूर यांच्या नातेवाइकांसमवेत हॉटेलमध्ये चहा घेण्यासाठी गेली. अशीही बातमी होऊ शकते. यावरून असेच दिसते की, अशा महत्त्वाच्या घटनेकडे गांभीर्याने कसे पाहवे हा प्रश्नच पडतो. असो. समाजात जे चांगले आहे ते समाजासमोर आणणे हे प्रसारमाध्यमांनी करायला हवे. सज्जनांना प्रसिद्धी देऊन चांगुलपणावरचा जनसामान्यांत विश्वास कसा वाढेल यासाठी प्रसारमाध्यमांनी पुढाकार घेतला पाहिजे. जसे युद्धभूमीवर लढणारे सैनिक आपल्या मातृभूमीसाठी प्राण द्यायला मागेपुढे पाहत नाहीत त्याप्रमाणे देशातील भ्रष्टाचार, अनैतिकता याचे समूळ उच्चाटन करण्यासाठी मी काय करू शकतो ही कर्तव्याची भावना दृढ करणे, प्रसारमाध्यमांद्वारे व्हायला हवे. असे असले तरी 'वृत्तपत्र' या प्रसारमाध्यमाची काही ठळक वैशिष्ट्ये आहेत ज्यामुळे हे माध्यम प्रभावी ठरते.

'वृत्तपत्र' या प्रसारमाध्यमाची ठळक वैशिष्ट्ये :

भारतासारख्या लोकशाही देशात अनेक भाषांमध्ये दैनिक वृत्तपत्रे, साप्ताहिके प्रकाशित होत असतात. केवळ मराठी भाषेतील वर्तमानपत्रांचा विचार करता

दैनिक महाराष्ट्र टाइम्सपासून दै. लोकसत्ता, दै. लोकमत, दै. सकाळ, दै. गावकरी, दै. देशोन्नती, दै. देशदूत, दै. पुण्यनगरी, दै. नवाकाळ अशी कितीतरी वृत्तपत्रे जनतेपर्यंत ज्वलंत घडामोडींची तसेच विविध क्षेत्रांतील माहिती समाजापर्यंत पोहोचवित असतात. अशा या वृत्तपत्र प्रसारमाध्यमाची वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे सांगता येतील.

१) वृत्तपत्रांच्या पहिल्या पानावर देशातील अतिमहत्त्वाच्या बातम्यांना ठळकपणे प्रसिद्धी दिली जाते. यावरून देशामध्ये, राज्यांमध्ये काय घडले याची माहिती वर्तमानपत्रांच्या मुखपृष्ठांवरून मिळते.

२) वृत्तपत्रातील संपादकीय लेखामध्ये देशातील ज्वलंत घडामोडींवर भाष्य केलेले असते. त्यावरून देशात नेमके काय चालू आहे याची माहिती मिळते. शिवाय आपल्या ज्ञानात भरही पडते.

३) १० किंवा १२ पानी वृत्तपत्राचे देश-विदेश, संमिश्र, कृषी, अर्थ, क्रीडा, मनोरंजन असे वेगवेगळे भाग पाडलेले असतात. यावरून नेमक्या त्याच पानावर आपल्याला हवी ती माहिती मिळू शकते.

४) 'वाचकांच्या प्रतिक्रिया' या सदराखाली एखाद्या घटनेबद्दल आपण आपले मत मांडू शकतो. म्हणजेच एक प्रकारे आपल्या प्रतिक्रिया लोकांपर्यंत पोहोचवू शकतो. ही एक महत्त्वाची संधी ही वृत्तपत्रे आपल्याला उपलब्ध करून देतात.

५) थोर व कर्तृत्ववान व्यक्तींच्या कार्याची माहिती, गुणवंतांचा गुणगौरव हे वृत्तपत्रांमधूनच केले जाते. वृत्तपत्रांचे हे कार्य प्रेरणादायी असेच आहे.

६) नवसाहित्यिकांचे कथा, कविता, लेख वृत्तपत्रांमधून प्रकाशित केले जाते. म्हणून एक हक्काचे व्यासपीठ म्हणजे हे वृत्तपत्र होय.

७) शिवाय आठवड्यातून एकदा किंवा दोनदा दैनिक वृत्तपत्रांसोबत पुरवणी दिलेली असते. जसे दैनिक लोकमतसोबत मंथन, मैत्र, सखी व दैनिक लोकसत्तासोबत लोकरंग, दैनिक सकाळसोबत सप्तरंग आदी पुरवण्यांमधून आठवड्याभरात घडणाऱ्या घटनांवर तज्ज्ञ मान्यवरांचे, साहित्यिकांचे मत व्यक्त केलेले असते. त्यामुळे एक प्रकारे आपल्याला मौलिक माहिती मिळून आपल्या ज्ञानात भरच पडते.

'वृत्तपत्र' या प्रसारमाध्यमाचे आणखी एक वैशिष्ट्य असे सांगता येईल की, आपल्याला फावल्या वेळेत, प्रवासात ते वाचता येते. त्यासाठी स्थळ, काळ, वेळेचे बंधन नसते.

वृत्तपत्राची भाषाशैली :

वृत्तपत्रात जी बातमी प्रसिद्ध करावयाची असते तिची भाषा अतिशय साधी व सोपी असणे गरजेचे ठरते. कारण वृत्तपत्राचा वाचक हा एकाच वेळी वेगवेगळ्या

वयोगटातील व सामाजिक, आर्थिक स्तरातील असतो. म्हणून वृत्तपत्रीय लेखनात नेमकेपणा, अचूकता असायला हवी. वस्तुनिष्ठ दृष्टिकोण, वास्तववादी भूमिका, घटिताचे विश्लेषण व वैचारिक प्रतिपादन वा विवेचन हे विशेष वृत्तपत्रीय लेखनात दिसून येतात.

अशा पद्धतीने थोडक्यात 'वृत्तपत्र : प्रभावी प्रसारमाध्यम' ह्या विषयावर ठळकपणे प्रकाश टाकला. ह्या विषयाचा अनेक अंगांनी शोध घेता येण्याजोगा आहे याची कल्पना आहे. परंतु वेळेअभावी थोडक्यात का होईना या विविध अंगांना स्पर्श केलेला आहे.

धन्यवाद !

चित्रपटकथा

प्रा. शिवाजी रामनाथ सुंभे

चित्रपट कथा-चित्रपट ही एक संमिश्र व मुख्यत: दृक्-श्राव्य कला असल्याने त्यातील कथानक केवळ वाङ्मयीन निवडले जात नाही. शिवाय चित्रपटाच्या एकूण गुणवत्तेला, त्यातील कथानकाला एकमेव महत्त्व नसते. चित्रपट कथा ही एक प्रकारे दृक्-श्राव्य अशा दुहेरी स्वरूपाची कथा असते. तिच्यात डोळ्यांना पाहण्यासारखे आणि कानांनी ऐकण्यासारखे पुष्कळ काही असावे लागते, तसेच चांगल्या कथेचे जे काही वाङ्मयीन गुणधर्म संभवतात. उदा. प्रारंभ, उत्कंठावर्धन, विकास, नाट्यपूर्ण घटना, चित्तवेधकता आणि एखाद्या नव्या जीवनानुभवाचे दर्शन हे सर्व चित्रपट कथेत आवश्यक असतात. हे कथागुण साधण्यासाठी किंवा त्यांना उठावदारपणा आणण्यासाठी चित्रपट कथेत अनेक तांत्रिक सोयी असतात. उदा. कॅमेऱ्याच्या कुशल उपयोगाने कथानकातील नाना-पात्रे-प्रसंग हव्या त्या प्रमाणात आणि स्वरूपात आकर्षक व कलात्मक करता येतात. केवळ वाचनासाठी अवतरलेली कथा, कादंबरी या दृष्टीने चित्रपट कथेच्या सर्व गरजा भागवू शकत नाही. रंगभूमीवर होणाऱ्या नाटकातील संविधान काही अनेक व्यावहारिक मर्यादांत उभे करावे लागते. चित्रपट कथा मात्र एक अत्यंत विमुक्त असा कथाप्रकार आहे. तिच्या आशय-आविष्काराला तांत्रिक सोयींमुळे अमर्याद वाव असतो. तथापि तिचे स्वरूप या तांत्रिक गोष्टींनी मर्यादितही होते. पुष्कळदा तंत्रकुशलताच वरचढ होऊन कथा नाममात्र ठरते व तिचा प्राणशून्य सांगाडा तेवढा उरतो. असे असले, तरी दृश्यता आणि श्राव्यता या आवश्यक गुणांखेरीज चित्रपट कथा फारशी यशस्वी होऊ शकत नाही.

चित्रपट कथेचे दोन भाग असतात. एक म्हणजे मूळ कथा व दुसरा म्हणजे त्या कथेच्या आधारे प्रत्यक्ष चित्रीकरणासाठी तयार केलेली पटकथा. अनेकदा वाङ्मयात प्रसिद्ध असलेल्या लघुकथा, मूळकथा चित्रपटात स्वीकारलेली असते. उदा. नटरंग, जोगवा, भुजंग, शेवग्याच्या शेंगा, वहिनीच्या बांगड्या, चानी, बनगरवाडी इ. मराठी चित्रपट त्या त्या लेखकांच्या लघुकथा-कादंबऱ्यांच्या नावावर आधारलेले आहेत. प्रसिद्ध कादंबऱ्यांवर आधारलेले चित्रपट असतात. उदा. शापित, वारणेचा वाघ, नटरंग, सर्जा, चौकट राजा, सामना, कुंकू व अमृतमंथन हे मराठी व 'गुड अर्थ', 'ऑलिव्हर ट्वीस्ट' हे इंग्रजी चित्रपट

त्याचप्रमाणे 'हॅम्लेट', 'गाढवाचं लग्न' यांसारख्या नाटकांवर आधारलेले चित्रपटही आढळतात. तथापि मूळकथा स्वतंत्र असो किंवा प्रसिद्ध कथा कादंबऱ्यांवर आधारित असो, ती कथा जशीच्या तशी चित्रित करता येत नाही. यासाठी पटकथा तयार करावी लागते. लघुकथेवरून चित्रपट तयार करण्यासाठी त्यात खूपच भर घालावी लागते. एवढेच नव्हे, तर कादंबरी-नाटक यावरून चित्रपट तयार करतानाही पुष्कळ काही नवीन भाग, पात्रे, उपकथानक याची जोड चित्रपट कथेला द्यावी लागते. काहीवेळा त्यातील काही भाग वगळावा लागतो. जी दृश्ये नाटकात तांत्रिकदृष्ट्या दाखविणे अशक्य असते ती चित्रपटात घेता येतात; तर कादंबरीतील एखादा प्रसंग कादंबरीत वर्णिला असला, तरी तो चित्रित करणे अवघड असते. तो गाळावा लागतो. पुष्कळदा मूळ कथालेखक व पटकथालेखक वेगळेही असतात. पटकथेत चित्रणायोग्य, पात्रप्रसंगांची समग्र मांडणी करावी लागते. यासाठी मूळकथेत अनेक फेरफारही करण्यात येतात. चित्रपटात येणारा प्रत्येक प्रसंग आणि प्रत्येक पात्र यांची तपशीलवार आखणीच असते. या आखणीनुसार संवाद लिहिले जातात. पुष्कळदा मूळ कथालेखक, पटकथालेखक व संवादलेखक हे वेगवेगळे असतात. काहीवेळा असा लेखक एकच असतो. संवादलेखनाबरोबरच गीतरचनाही पटकथेचाच एक भाग म्हणून निश्चित करावी लागते. अशी गीते रचणारा कवीदेखील वेगळा असतो. ग. दि. माडगूळकर मात्र कथा, पटकथा, संवाद, गीतकार व लेखक म्हणून यशस्वी झाले. शे पाऊणशे चित्रपटांसाठी त्यांनी अशा प्रकारचे लेखन केले आहे.

पटकथेतील चित्रणयोग्य प्रसंगांना सिक्वेन्स असे म्हणतात. ही दृश्ये लहान-मोठी असू शकतात. तसेच त्यांचा अनुक्रमही निश्चित केलेला असतो. प्रत्येक दृश्य संपले की, दुसरे दृश्य सुरू होते. त्यांच्यात साखळीवजा दुवा असतो. अर्थात सगळीच दृश्ये अशा एकाच एक साखळीत बांधलेली असतातच असे नाही. अतिशय वेगळे असे दृश्य पुष्कळदा सुरू करावे लागते व आधीच्या दृश्याशी त्याचा प्रत्यक्ष संबंधही नसतो. दृश्यांचे हे तंत्र उदयन-अपायन, वेधसंक्रमण, पूर्वदृश्यचित्रण इ. तंत्रांनी हाताळतात म्हणूनच पटकथेत प्रत्येक दृश्याचा आरंभ आणि अंत स्पष्टपणे निश्चित करावा लागतो. पटकथालेखक नुसता लेखक असून भागत नाही. त्याला चित्रपटाच्या तांत्रिक अंगांची विशेषत: छायाचित्रणाची आणि ध्वनिमुद्रणाची पूर्वकल्पना असावी लागते. कारण पटकथेच्या आधारेच संपूर्ण चित्रपटातील सर्व दृश्ये चित्रित केली जातात. तेव्हा या तांत्रिक बाबींचा जास्तीत जास्त कौशल्याने फायदा करून घेणे हे पटकथाकाराचे काम असते. चित्रपट कथेचे संवाद हे कथानुकूल व वास्तववादी असावेत अशी अपेक्षा असते. चित्रपट हे प्रत्यक्षाचे हुबेहूब प्रतिबिंब असल्याने संवादांत कृत्रिमता व नाटकीपणा टाळणे इष्ट मानले आहे. चित्रपट सुरू होताच साधारणत: सुरुवातीला त्याने प्रेक्षकांच्या

मनाची पकड घेतली पाहिजे. या आकर्षक आरंभाचे काम अनेक तांत्रिक गोष्टींनी साधता येते. तथापि चित्रपटकथेची महत्त्वाची जबाबदारी आहे, चित्रपट कथेचा आरंभ झटकन झाला पाहिजे, आणि तो उत्कंठावर्धक असला पाहिजे. शेवटही परिणामकारक असला पाहिजे, मग तो चित्रपट विनोदी, सुखान्त किंवा शोकपर्यवसायी असो.

छायाचित्रणाची अनेक तंत्रे, ध्वनिमुद्रण आणि संकलन यांचा कौशल्याने केलेला वापर चित्रपटकथेला अधिक परिणामकारक बनवितो. भव्य देखावे (सेटिंग्ज) आणि प्रत्यक्ष खुल्या वातावरणात केलेले चित्रीकरण यांचा वातावरण निर्मितीसाठी उपयोग करून घेता येतो. प्रत्येक दृश्य कॅमेऱ्याच्या कोणत्या कोनाने घ्यावे हे पटकथाकाराने सुचविल्यास कथेची परिणामकारकता वाढते. दृश्य मिश्रणासारख्या तंत्राचा उपयोग करून व प्रतिकात्मक दृश्ये योजून चित्रपटकथा प्रभावी करता येते.

एकंदरीत, चित्रपटकथा हीदेखील एक मिश्र कलाच आहे. अनेक तंत्रे आणि तंत्रज्ञ यांच्या सांघिक आणि सहकारी प्रयत्नाने ती रूपास येते. मुख्यत: चित्रपटाच्या मूल्यमापनात निदान वीस टक्के गुण तरी चित्रपटकथेला दिले जावेत, असे म्हटले जाते. म्हणून एकूण चित्रपटाच्या महत्त्वात एकपंचमांश भाग चित्रपट कथेचा असतो. अलीकडे चित्रपटकथेसाठी मोठ्या निर्मिती संस्थांचे स्वतंत्र असे विभाग असतात व त्या विभागांतर्फे चित्रपटकथा तयार केल्या जातात. आचार्य अत्रे यांच्या काही चित्रपटांच्या चित्रकथा प्रकाशित झालेल्या आहेत. प्रसिद्ध चित्रपटांच्या कथा वाङ्मयीन कथेप्रमाणे लिहून प्रसिद्ध केल्यास त्या चित्तवेधक ठरतात. शांता शेळके यांनी काही चित्रपटकथा या पद्धतीने प्रसिद्ध केल्या आहेत.

काही पटकथाकार : ना. ह. आपटे, विश्राम बेडेकर, ग. दि. मा., व्यंकटेश माडगूळकर, शांता शेळके, आनंद यादव इ.

वर्तमानपत्र या प्रसारमाध्यमाचे स्वरूप, उद्दिष्ट व कार्य

प्रा. संजय कदम

प्रास्ताविक :

मानवी जीवनाचा बराचसा भाग विविध प्रसार माध्यमांनी व्यापून टाकलेला आहे. प्रसार माध्यमे आपल्या दैनंदिन जीवनात एक अविभाज्य घटक बनलेले आहे. जगात कोठेही घडणाऱ्या घटनेचे फार जलदरीत्या प्रसारण आकाशवाणी, दूरदर्शन व वर्तमानपत्र ही प्रसार माध्यमे करीत असतात. ही सर्व प्रसार माध्यमे जनसंपर्क माध्यमे आहे लोकशिक्षण किंवा ज्ञानमार्गाचा प्रत्येकाला उपयोग व्हावा या हेतूनेच प्रसार माध्यमे कार्यरत आहेत. अनौपचारिकरित्या या जनसंपर्क माध्यमांनी प्रभावीपणे ज्ञानाचा प्रसार केला आहे.

वर्तमानपत्र :

वर्तमानपत्र किंवा वृत्तपत्र हे जनसंपर्काचे प्रारंभीचे व महत्त्वाचे प्रसार माध्यम आहे. आकाशवाणी व दूरदर्शन याआधीपासून वर्तमानपत्र अस्तित्वात आहे. त्याला जुना इतिहास आहे, स्वातंत्र्यपूर्व काळातही केसरी, मराठा, नवाकाळ इ. वर्तमानपत्रे प्रसिद्ध होत असत. दैनंदिन जीवनातील विविध घटना वर्तमानपत्रातून लोकांसमोर येतात. स्वातंत्र्योत्तर काळात लोकशाहीला बळ देणारे आणि समाजाच्या उभारणीसाठी वर्तमानपत्रांनी कार्य केले. भारतातील सर्वसामान्य लोकांचे प्रश्न ठळकपणे मांडण्याची भूमिका, त्यांच्या इच्छा आशा-आकांक्षा व्यक्त करण्याचे महत्त्वाचे काम वृत्तपत्रांनी केलेले आहे.

पंधराव्या शतकात गटेनबर्गच्या मुद्रण कलेने मुद्रणाचा प्रारंभ झाला. भारतात पहिला छापखाना गोव्यात सुरू झाला, त्याचप्रमाणे भारतात सुरू झालेल्या पहिल्या वृत्तपत्राचे नाव 'हिकीज गॅझेट' हे आहे. 'दर्पण' हे बाळशास्त्री जांभेकरांचे मराठीतील पहिले वृत्तपत्र आहे, तर राजा राममोहन रॉय यांना भारतीय वृत्तपत्रांचे जनक मानले जाते. राजा राममोहन रॉय यांनी 'संवाद कौमुदी' व 'मिरात-उल अखबार' ही वृत्तपत्रे सुरू केली. १९३२ ते आजतागायत कालखंडामध्ये वृत्तपत्रांची भूमिका महत्त्वाची मानली जाते.

१९३२ ते १९४५ हा स्वातंत्र्यपूर्व व १९४७ ते आजतागायत स्वातंत्र्योत्तर

असे वृत्तपत्रांचे दोन कालखंड पाडता येतील. स्वातंत्र्यपूर्व कालखंड हा राजकीय चळवळ आणि सामाजिक भूमिका यांचा संघर्ष असलेला कालखंड मानला जातो तर स्वातंत्र्योत्तर कालखंड हा आशा आकांक्षांचा तसेच नवीन तंत्रज्ञानामुळे बदललेल्या स्वरूपाचा आहे.

वर्तमानपत्राचे आयुष्य एक दिवसाचे असले तरी त्यातील विशिष्ट मजकुराला अनन्यसाधारण महत्त्व असते. आज महाराष्ट्रात महाराष्ट्र टाइम्स, सकाळ, लोकसत्ता, लोकमत, प्रभात, नवाकाळ, गावकरी, सामना इ. प्रमुख मराठी वर्तमानपत्रे प्रसिद्ध होतात.

संपादन विभाग :

बातमी किंवा माहिती विकणारी उत्पादित शक्ती म्हणजे वृत्तपत्र होय, बातमी हीच वर्तमानपत्राची मुख्य साधन संपत्ती असते. त्यामुळे बातमीच्या निर्मितीमध्ये प्रामुख्याने भाषा सुटसुटीत असावी व वाक्यरचना छोटी छोटी असावी. बातमी देणे म्हणजे वस्तुस्थितीचे चित्रण करणे होय. त्यामुळे त्यात सत्यता महत्त्वाची मानली जाते.

भारतामध्ये P.T.I. (Press Trust of India), U.N.I. (United News of India) या दोन वृत्तसंस्था कार्यरत आहेत. वृत्तसंस्था या बातम्या गोळा, जमा करतात. नंतर त्या संग्रहीत करतात आणि वर्गणीदार असलेली वृत्तपत्रे त्यांचे वितरण करतात.

हा विभाग वर्तमानपत्राच्या प्रत्यक्ष निर्मितीशी संबंधित असतो. त्यात मुख्यत: तीन सुपरवायझर काम करीत असतात. कार्यालयात आलेल्या विविध विषयांवरील मजकूर संपादकाकडून किंवा विभागवार नेमलेल्या विविध विषयांच्या संपादकांकडून संपादकीय खुणा केल्यानंतर आणि तपासून झाल्यानंतर अक्षर जुळवणीसाठी पाठविला जातो. अक्षरजुळवणीनंतर शुद्धलेखनाच्या चुका काढण्यासाठी प्रुफरीडिंग केले जाते, त्यासाठी पूर्णवेळ प्रुफ रीडर नेमलेला असतो.

निर्मिती विभागात प्रत्यक्ष वर्तमानपत्र निर्मितीचे काम चालते. यात तांत्रिक गोष्टी येतात, वर्तमानकाळात छपाईचे तंत्र इतके प्रगत झाले आहे की, संगणकीय अक्षरजुळणी, लेझर प्रिंटिंग या तांत्रिक सुविधांमुळे अत्यंत सुबक आणि आकर्षकरित्या कमी वेळेत रासायनिक प्रक्रिया झाल्यानंतर प्लेट तयार करून वर्तमानपत्राची निर्मिती केली जाते. पहिल्या व शेवटच्या पानांवर महत्त्वाच्या बातम्या असतात. बातमी पूर्ण छापली नसल्यास ती पुढे कोणत्या पानांवर आहे, त्याचा संदर्भ अपूर्ण बातमीच्या खाली कंसात लिहावा लागतो.

जाहिरात विभाग :

वर्तमानपत्रात जाहिरात विभाग स्वतंत्रपणे काम करतो. जाहिरात हे कोणत्याही वर्तमानपत्राचे अर्थार्जनाचे साधन होय. उत्पादक स्वत: आपल्या

मालाची जाहिरात तयार करतो, ही जाहिरात किती कॉलमची, किती सेंटीमीटर व कोणत्या पानांवर 'साधी की रंगीत' यावर जाहिरातीचे दरपत्रक ठरविले जाते व जाहिरात देणाऱ्याला ते दिले जाते. संपादक सर्व जाहिराती पाहतो. त्यातील मजकूर इतरांना आक्षेपार्ह नसेल तरच तो तसाच छापायला देतो किंवा त्यात काही दुरुस्त्या सुचवितो.

उत्पादकाने उत्पादित केलेल्या मालाला ग्राहक मिळावे म्हणून उत्पादक जाहिरात करतो, ''बोलणाऱ्याचे हुलगे विकतात; पण न बोलणाऱ्याचे गहू विकत नाहीत,'' अशी एक म्हण आहे, आपल्याजवळ काय आहे, ते किती मौल्यवान आहे, इतरांच्या मालापेक्षा किती चांगले व शुद्ध आहे याची ग्राहकाला माहिती मिळावी यासाठी जाहिरात केली जाते. एकाच प्रकारची उत्पादने निर्माण झाल्याने आपला माल, उत्पादन विकले जावे म्हणून जाहिरातीचा खटाटोप केला जातो.

वितरण विभाग :

वृत्तपत्राचे वितरण हे आज शहराप्रमाणे अनेक छोट्या छोट्या खेड्यांतही मोठ्या प्रमाणात केले जाते. त्याचप्रमाणे भारतात व भारताबाहेरही आज इंटरनेटच्या माध्यमातून दैनिकांचे वितरण केले जाते. त्यामुळे भारताबाहेरील भारतीय नागरिकही परदेशात राहून येथील सर्व घडामोडी काही क्षणार्धात जाणून घेऊ शकतो. पूर्वीपेक्षा वितरण विभागाने नक्कीच उच्चांक गाठला आहे.

एक प्रभावी प्रसारमाध्यम : वृत्तपत्र

प्रा. झिंझुर्डे बाबासाहेब पुंडलिकराव

आजच्या एकविसाव्या शतकात आपण जगत असताना आपल्या अनेक प्रकारच्या घटनांची माहिती जलदगतीने मिळण्याची सोय विज्ञान तंत्रज्ञानाच्या माध्यमातून झाली आहे. त्याच तंत्रज्ञानाच्या माध्यमातून आपण वृत्तमानपत्र याचा विचार करताना घडलेली घटना का?, कशी?, कधी?, कशामुळे?, का बरे?, घडले याची इत्थंभूत माहिती वृत्तमानपत्राच्या माध्यमातून आपण विश्वसनीय पद्धतीने ज्ञात करत आहोत... आजच्या या माहितीच्या युगात वावरताना, काळाच्या बरोबर जगताना जगातील अद्ययावत माहिती एकाच ठिकाणी अनेक विषयांची- जगाची, राष्ट्राची, राज्याची, जिल्ह्याची, तालुक्याची, गावाची, खेड्यापाड्याची माहिती दररोजच्या अनेक वर्तमानपत्रांतून आपण माहिती करून घेत आहोत.

इंग्लंड या देशात इ. स. १७८५ जगातील पहिले वृत्तपत्र 'लंडन टाइम्स' या नावाने सुरू झाले. या वृत्तपत्रातून मिळणारी माहिती बातमीच्या स्वरूपाची असल्यामुळे लोकांचा त्याकडे पाहण्याचा दृष्टिकोण निश्चितच व्यापक व वृद्धिंगत होत गेला. वृत्तमानपत्रात तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीने छायाचित्रणाचा उपयोग करून बातमी साक्षात वाचकांच्या डोळ्यासमोर चित्रमय चित्रित उभी केली ती दिनांक २४ फेब्रुवारी १८९० 'ॲमस्टरडॅमस कोरंट' या डच वृत्तपत्रात जगातील पहिले छायाचित्र छापले गेले. नगरातील प्रेक्षागृहाला लागलेल्या अग्नीचे ते छायाचित्र होते.

मराठी वृत्तपत्र सृष्टीची सुरुवात श्री. बाळशास्त्री जांभेकर यांनी दि. ६ जाने. १८३२ रोजी दर्पण या वृत्तपत्राने केली. 'दर्पण'ची भूमिका पाश्चात्त्य राष्ट्रांत ज्ञान, विज्ञान, भौतिक प्रगती, तंत्रज्ञान यांची माहिती आपल्या समाजाला कळेल, समजेल, उमजेल अशा सोप्या भाषेत समजून देणे अशी होती.

आजच्या युगाचे एक प्रभावी माध्यम वृत्तपत्रे बनले आहे. सध्या इलेक्ट्रॉनिक्सच्या माध्यमांच्या जगात (प्रिंट मीडिया) वृत्तपत्राने आपले स्थान सुरक्षित ठेवले आहे. वृत्तपत्राचा संबंध थेट सर्वसामान्य जनतेच्या जिव्हाळ्याच्या प्रश्नांशी दररोजचा आहे. लोकांच्या आवडी-निवडीनुसार आजचा वृत्तपत्र आपला चेहरा मोहरा लोकाभिमुख कसा होईल याची सदैव स्पर्धा सुरू आहे.

वृत्तपत्र हे समाज जीवनाचे प्रतिबिंब आहे. समाजातील नानाविध घडामोडींचे संदर्भात वेगवेगळे दृष्टिकोण, विविध विषय, घटनाप्रसंग, वृत्तपत्राच्या बातम्या बनवून वृत्तपत्रात येतात. त्यालाच एकदिवसीय इतिहास म्हणून विशेष महत्त्व आहे.

बातमी :

News ह्या शब्दाचा उच्चार केल्यास आपल्या डोळ्यासमोर माहितीचे एक प्रचंड दृश्य उभे राहते. या शब्दाची आपण विभागणी केल्यास असे ज्ञात होते.

1 N- North - उत्तर 2 E-East पूर्व

3 W - West - पश्चिम 4 S- Spouth दक्षिण

चारही दिशांकडून (संकलित) माहीत होणारी सत्य गोष्ट म्हणजेच बातमी होय.

डिक्शनरी :

1. News - न्यूज-बातमी-खबर, वार्ता

(Oxford English - Marathi Dictionary) पान क्र. ४८९.

newspaper - वर्तमान पत्र, वर्तपत्र, दैनिक.

२. बातमी - (स्त्री) - खबर, वार्ता - (मराठी शब्द रत्नाकर - कै. वा. गो. आपटे), पान क्र. ३९६.

बात - (हिं, स्त्री) - गोष्ट, गप्पा.

३. बातमी - (ना) - news, tidings, message (चाउस डिक्शनरी, मराठी-इंग्रजी) पान क्र. ४७९ विविध शब्दकोशांत दिलेल्या अर्थांवरून आपण असे अनुमान करू शकतो की 'बात' या हिंदी शब्दापासून गोष्ट, गप्पा या शब्दापासून बातमी तयार झाली. त्याचा अर्थ चारही दिशांकडून प्राप्त होणारी माहिति म्हणजेच बातमी होय. न्यूज या इंग्रजी शब्दापासून मराठी पर्यायी मराठी शब्द बातमी असा वापरतात.

भारतीय समाजाने २६ जाने. १९५० संसदीय लोकशाही पद्धतीचा स्वीकार केला. त्यानुसार भारतीय समाज जीवनात आमूलाग्र परिवर्तन घडून आले. लोकशाही पद्धतीत लोकशाहीचे मूलभूत प्रमुख चार आधारस्तंभ मानले जातात. त्यांपैकी वृत्तपत्र हा लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ होय. लोकशाही पद्धतीत संसद, कार्यकारी मंडळ, कायदे मंडळ, न्यायव्यवस्था ह्या चार घटकांत अधिकाराचे विभाजन केलेले असते. त्या प्रत्येकाने आपल्या अधिकाराचा वापर करून आपले कर्तव्य करायचे असते. या सगळ्या मिळून लोकशाही व्यवस्था सुरळीत चालते.

१ मे १९६० रोजी भाषावार प्रांतरचना होऊन महाराष्ट्र राज्य अस्तित्वात आले. आज मराठी वृत्तपत्र सृष्टीत दैनिक, सायंकाळ दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक,

मासिक, द्वैमासिक, त्रैमासिक, वार्षिक विशेषांक इ. मराठी १५६१ वृत्तपत्रे नियमित प्रकाशित होत आहेत.

वृत्तपत्र संपादन हे सांघिक स्वरूपाचे कार्य असून संपूर्ण वृत्तपत्राचे लिखाण करणाऱ्यामध्ये बातमीदारापासून ते संपादकापर्यंत विविध घटक आपआपली जबाबदारी सुनियोजित अहोरात्र करत असतात. एखाद्या घटनेची तटस्थपणे माहिती देणारा मजकूर म्हणजे बातमी होय. बातमीचे लेखन वस्तुनिष्ठ आणि सत्य असते. बातमी लिहिण्यापूर्वी कोण ? केव्हा ? कोठे ? कसे? का बरे ? यांची उत्तरे मिळणे बातमीतून आवश्यक असते.

ꕥꕥ

वर्तमानपत्र आणि पुस्तक परीक्षण

प्रा. छाया बारवे

आजच्या स्पर्धेच्या आणि माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात प्रसारमाध्यमांना अतिशय महत्त्वाचे स्थान प्राप्त झाले आहे. प्रसारमाध्यमांचे दोन प्रकार पडतात. १. मुद्रित प्रसारमाध्यमे, २. दृक्श्राव्य प्रसारमाध्यमे. त्यात आज नव्याने इंटरनेट पत्रकारितेची भर पडली आहे.

प्रसारमाध्यमांचा विचार करता हे स्पष्ट होते की अगदी सुरुवातीच्या काळापासूनच वर्तमानपत्र या मुद्रित प्रसारमाध्यमाला श्रेष्ठ स्थान असल्याचे दिसून येते. याचा आपण जेव्हा विचार करतो तेव्हा त्यातून हे निदर्शनास येते की मराठी वर्तमानपत्रे ही एक व्यापक सामाजिक भूमिका घेऊन उदयाला आली आहेत. म्हणूनच वर्तमानपत्रांना लोकशाहीच्या चार स्तंभांपैकी चौथा स्तंभ मानले गेले आहे.

वृत्तपत्राचा जन्म हा शासन व्यवस्था आणि जनता यांच्यात दुवा साधण्याच्या हेतूने झालेला असला तरी काळानुसार त्याच्यात हेतुत: अधिकाधिक भर पडत गेली आहे. लोकांना घडणाऱ्या घटनांची माहिती देणे, राजसत्तेवर अंकुश ठेवणे, अपप्रवृत्तींवर प्रहार करणे, मार्गदर्शन करणे, लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ म्हणून भूमिका बजावणे, अभिरुची घडविणे, वळण लावणे, मूल्यशिक्षण देणे, भाषेचा मानदंड निर्माण करणे अशी अनेक उद्दिष्टे पूर्ण करण्याचा प्रयत्न वर्तमानपत्रे करताना दिसतात. म्हणूनच लोकशाहीच्या चार स्तंभांपैकी वर्तमानपत्रे हा चौथा स्तंभ मानला गेला.

या पार्श्वभूमीवर आपण मराठी वर्तमानपत्रांचा जेव्हा विचार करतो तेव्हा मराठी वर्तमान्पत्राचा जन्म/उदय हा व्यापक सामाजिक भूमिकेतून झाल्याचे दिसते. माहिती देणे, लोकशिक्षण आणि मनोरंजनाला गौण स्थान असा हा क्रम राहिल्याचे दिसून येते आणि आज वर्तमानपत्रांना एक व्यावसायिक स्वरूप आले असले तरी सामाजिक बांधिलकी पाळण्याचा प्रयत्न वर्तमानपत्रांकडून होताना दिसून येतो. त्यामुळेच इतर प्रसारमाध्यमांच्या तुलनेत वर्तमानपत्रांना अधिक विश्वासार्ह मानले जाते.

वर्तमानपत्रांच्या उपरोक्त पार्श्वभूमीवर आपल्याला वर्तमानपत्र आणि पुस्तक परीक्षण यांचा विचार करावयाचा आहे. आपण मराठी वर्तमानपत्रांचा विचार

करतो तेव्हापासून आपल्याला वर्तमानपत्रांमध्ये भाषेला पर्यायाने साहित्यालाही महत्त्वाचे स्थान असल्याचे दिसून येते. उदा. विष्णुशास्त्री चिपळूणकर, लोकमान्य टिळक, न. चिं. केळकर, प्र. के. अत्रे ही सर्व पार्श्वभूमी पाहता मराठी वर्तमानपत्र आणि पुस्तक परीक्षण याला एक वेगळे महत्त्व प्राप्त होते. बाजारात नव्याने आलेले पुस्तक, दुसऱ्या भाषेतून अनुवाद झालेलं पुस्तक किंवा एखाद्या पुस्तकास/ कलाकृतीस पुरस्कार मिळाल्यावर एखादे पुस्तक, कलाकृती पुरस्कारप्राप्त ठरल्यानंतर वर्तमानपत्रांमधून त्या पुस्तकाविषयी परीक्षण प्रसिद्ध होते.

पुस्तक परीक्षणाचा उद्देश हा ते पुस्तक सर्वांपर्यंत पोहचावे व त्यातून वाचकाने पुस्तक वाचण्यास प्रवृत्त व्हावे म्हणूनच पुस्तक परीक्षणामध्ये पुस्तकाचे नाव, लेखक, किंमत, प्रकाशन वाचकांना माहीत व्हावे म्हणून सांगितले जाते. त्या पुस्तकांचा थोडक्यात आशय, वैशिष्ट्ये, सामर्थ्य, वेगळेपण सांगितले जाते. त्याचप्रमाणे पुस्तकाचे नाव, लेखक, किंमत, प्रकाशन हेही सांगितले जाते. त्याचप्रमाणे त्या पुस्तकाच्या मर्यादा, उणिवा, त्रुटी काय हेही सांगितले जाते.

थोडक्यात, त्या पुस्तकाचा वाचकांना परिचय करून देऊन पुस्तक वाचण्यास प्रवृत्त करणे हाच पुस्तक परीक्षणाचा उद्देश असतो.

वर्तमानपत्रामध्ये पुस्तक परीक्षण छापण्यामागचा उद्देश हा चांगले पुस्तक लोकांपर्यंत पोहचावे व त्यातून ते पुस्तक वाचकांना वाचण्यासाठी प्रवृत्त करणे हा असतो. आज सगळ्यांचीच ओरड आहे की वाचन संस्कृतीचा ऱ्हास होत आहे. तरुण पिढी ही इतर करमणुकीच्या साधनांकडे आकृष्ट होत आहे. याचा परिणाम तरुणांमध्ये वाचनाविषयी अनास्था वाढू लागली आहे. अशा परिस्थितीत वाचनसंस्कृती पुन्हा पुनर्जिवित करावयाची असेल तर वर्तमानपत्रांमधून चांगल्या वाङ्मयीनदृष्ट्या सकस, दर्जेदार व सामाजिक बांधिलकी मानणारी पुस्तके मग ती देशीय असो की अनुवादित त्या पुस्तकाचे परीक्षण हे वर्तमानपत्रांमधून प्रसिद्ध होणे गरजेचे आहे. त्यामुळे वाचन संस्कृतीचा विकास होईल त्याचप्रमाणे वाचकांची अभिरुची उन्नत घडविण्यास मदत होईल.

आजच्या या स्पर्धेच्या, धावपळीच्या युगामध्ये माणसाला वाचन करण्यासाठी वेळ मिळत नाही. त्यातच आज पैसे देऊन अत्यंत हीन, निकृष्ट दर्जाची पुस्तके छापली जातात. पुस्तकांच्या या भाऊगर्दीत चांगले पुस्तक वाचकांच्या हाती येणे किंवा पोहचणे हे दुरापास्त/अवघड झाले आहे. त्यामुळे वर्तमानपत्रामधून चांगल्या दर्जेदार पुस्तकांवर परीक्षणे/लेख लिहिणे गरजेचे आहे.

आज व्यवहारीवृत्ती वाढली आहे. त्यामुळे शिक्षण, भाषा यांच्याकडे ज्ञानार्जनापेक्षा आर्थिक सधनता कशी प्राप्त होईल म्हणून पाहिले जाते. आज मराठी भाषाच नव्हे तर जवळपास सर्वच प्रादेशिक भाषांच्या अस्तित्वाचा प्रश्न निर्माण झाला आहे. त्यामुळे जर आप-आपली मातृभाषा टिकवून ठेवायची असेल तर

त्या भाषेला समृद्ध करणे, चांगले सकस साहित्य निर्माण करून ते वैश्विक पातळीवर पोहचविणे ही साहित्यिकांची जबाबदारी आहे. त्याप्रमाणे आपल्या भाषेचा शब्दसंग्रह वाढविणे, परकीय भाषांमधील शब्दांना पर्यायी मातृभाषिक शब्द शोधणे, भाषा साधी, सरळ, सुलभ करणे ही वर्तमानपत्रांची जबाबदारी आहे.

थोडक्यात, वर्तमानपत्रांनी दर्जाहीन पुस्तकांची परीक्षणे छापून ती लोकप्रिय करण्यापेक्षा चांगली पुस्तके असतील त्या पुस्तकांचे परीक्षण प्रसिद्ध करून वाचकांची अभिरुची घडविण्याचे काम करावे. त्यातूनच आज लोप पावत चाललेली वाचन संस्कृती निश्चित जोमाने चालू राहील याचेही भान वर्तमानपत्रांनी ठेवणे गरजेचे आहे.

वृत्तपत्रांनी पुस्तक परीक्षणे छापण्याकडे किंवा त्यांचा दर्जा सुधारण्याकडे अधिकाधिक लक्ष द्यावे जेणेकरून वाचन संस्कृतीची वाढ होऊ शकेल यासाठी प्रयत्न करावे.

अगदी सुरुवातीच्या काळात लोकमान्य टिळक, आगरकर, विष्णुशास्त्री चिपळूणकर, जांभेकर, शि. म. परांजपे, कृष्णराव भालेराव, महात्मा फुले, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर, प्र. के. अत्रे या प्रभूतींनी अनेक दर्जेदार वर्तमानपत्रे, नियतकालिके तत्कालीन काळात चालू करून त्याद्वारे समाजसेवा तर घडविलीच; पण त्याचबरोबर साहित्यक्षेत्रातही उल्लेखनीय कामगिरी केली. त्या काळात जे लेखक, कवी लेखन करायचे त्यांच्या लेखनाला वर्तमानपत्रे, नियतकालिके यांच्याद्वारे मुक्त व्यासपीठ उपलब्ध करून दिलेच शिवाय दर्जेदार भाष्येही केली. परिणामी, वाचनसंस्कृती तर रुजलीच आणि लेखन करणाऱ्या लेखक कवींनाही लेखनासाठी नवीन दिशा मिळाली. परंतु अलीकडच्या काळात अनेक प्रस्थापित वर्तमानपत्रे, नियतकालिके पैशाच्या तालावर लेखकांच्या लेखनाला नाचवायला लागले आहे. त्यातून चांगले लेखक कोणते आणि सुमार लेखक कोणते हे ठरविणे अवघड होऊ लागले आहे, आता जी पुस्तक परीक्षणे होत आहेत ती पुस्तक परीक्षणे नव्हेतच तर तोकड्या शब्दांत पुस्तकाचा वरवरचा परिचय/आशय घडविण्याचा प्रयत्न करत आहे.

अलीकडे असे एकही परीक्षण वाचावयास मिळत नाही की त्यात (काही अपवाद) लेखकांच्या लेखनांची, गुणदोषांची चर्चा केली आहे. फक्त त्या पुस्तकातून तो लेखक कसा मोठा आहे. त्या साहित्यकृतीला किती पृष्ठे आहेत, किंमत किती आहे, मला खेदाने असे म्हणावे लागते. आजचे वर्तमानपत्रातील समीक्षण साहित्यातील सूज काय, बाळसे काय हे सांगायला अपुरे पडते.

कधी कधी मनात अशी शंका येते की पूर्वीच्या काळी राज-दरबारी जसे लेखक कवी राजाच्या मर्जीनुसार त्याचे गुणगौरव करणारे लेखन करायचे. अपवाद कवी नरेंद्रांसारखे स्वाभिमानी कवी होते. त्याने यादव राजाला नाकारले; पण

अलीकडे किती नरेंद्र पाहवयाला मिळतील की ते या पद्धतीने वर्तन करतील.

वैशिष्ट्ये :

१. वाचकांना पुस्तक वाचण्यास प्रवृत्त करणे.
२. वाचकांची अभिरुची घडविण्याचा प्रयत्न करणे.
३. पुस्तकाचे वेगळेपण, सामर्थ्य, वैशिष्ट्य, दोष, उणिवा दाखवून देणे.
४. पुस्तकाचा भाषिक अंगाने विचार करणे.
५. साहित्यकृतीतील सौंदर्य स्थळांचा शोध घेणे.
६. काळाच्या ओघात प्रस्तुत साहित्य पुरोगामी आहे की प्रतिगामी आहे याचाही अन्वयार्थ लावणे महत्त्वाचे आहे.

दोष :

१. वृत्तपत्रांमध्ये हीन दर्जाच्या साहित्याचे/पुस्तकाचे गौरवीकरण करण्याकडे कल वाढताना दिसत आहे. त्याला आळा घालणे.
२. हीन दर्जाची पुस्तके जाहिरात करून खपवली जातात.
३. वृत्तपत्रामध्ये भाषेचा दर्जा खालावत आहे, अशुद्ध लेखनाचे प्रमाण वाढत आहे, याकडे लक्ष देणे.

सारांश, हा लेखन प्रपंच करण्यामागचा एकच उद्देश आहे तो म्हणजे समाजामध्ये खरेच वाचन संस्कृती, लेखन संस्कृती रुजवायची असेल, साहित्यातील चंगळवाद थांबवायचा असेल तर सर्वच वर्तमानपत्रांनी योग्य पद्धतीने आस्वादक रूपाने साहित्यकृतीचे परीक्षण करावयास हवे. हे परीक्षण करताना कोणतीही व्यक्तिवादी भूमिका घेऊ नये. निरपेक्ष वृत्तीने पुस्तक परीक्षण व्हावे. समीक्षा शास्त्रात ज्या समीक्षा पद्धतीद्वारे साहित्यकृतीचे विश्लेषण केले जाते त्याही पद्धतीचा अवलंब व्हावा तरच खऱ्या अर्थाने आजचे विद्यार्थी, प्राध्यापक, हौशी वाचक आवर्जून वर्तमानपत्रातील या सदरांकडे आकर्षित होतील यात तिळमात्र शंका नाही.

आकाशवाणीवरील जाहिरातीचे स्वरूप व मर्यादा

प्रा. एस. एल. गायकवाड

'जाहिरात' म्हणजे उत्पादित वस्तू व सेवेच्या मागणीत वाढ व्हावी यासाठी केलेली प्रसिद्धी म्हणजे जाहिरात होय. जाहिरात हे उत्पादक व ग्राहक यांच्यातील दुवा साधण्याचे कार्य करीत असते. आजच्या युगात जाहिरातीचे महत्त्व अनन्यसाधारण आहे. आधुनिक काळामध्ये औद्योगिक क्रांती होऊन तीव्र स्पर्धा वाढली आहे. या स्पर्धेत टिकून राहवयाचे असेल तर आपल्या उत्पादित वस्तूची व सेवेची जाहिरात केल्याशिवाय पर्याय राहत नाही. या जाहिरातीची किमया आजच्या युगाने साधली आहे म्हणून आजच्या युगाला 'जाहिरातीचे युग' म्हटले जाते. याही पुढे जाऊन साहित्य सम्राट न. चिं. केळकर यांनी या कलेला 'पासष्टावी कला' म्हटले आहे. 'बोलणाऱ्याची मातीही खपते. न बोलणाऱ्याचे सोनेही विकले जात नाही' या म्हणीवरून जाहिरातीचे माहात्म्य लक्षात येईल.

जाहिरात म्हणजे 'ॲडव्हर्टाईजमेंट'. 'ॲडव्हर्टाईजमेंट' हा शब्द 'ॲडव्हर्टेरी' या लॅटीन शब्दापासून तयार झालेला आहे. या शब्दाचा अर्थ '....च्याकडे लक्ष वळविणे' होय. स्पर्धेच्या युगात आपल्या उत्पादनाकडे लक्ष वेधून घेणे हा जाहिरातीमागचा मुख्य उद्देश असतो. त्यासाठी उत्पादक व समाजात सेवा पुरविणारे मुख्य घटक प्रयत्नशील असतात. आधुनिक काळामध्ये फक्त उत्पादित वस्तूचा दर्जा व गुणवत्ता असून चालत नाही. तर त्या वस्तूबद्दलची माहिती ग्राहकांपर्यंत योग्य पद्धतीने पोहचविणेही आवश्यक असते. आजच्या धावपळीच्या युगात ग्राहकांपर्यंत सहजपणे पोहचणे ही आजच्या काळाची गरज बनलेली आहे व उत्पादक कंपन्या जाहिरातीच्या माध्यमातून ग्राहकांपर्यंत पोहचत असतात. म्हणून आजच्या औद्योगिक क्रांतीमध्ये जाहिरातीचाही महत्त्वाचा वाटा आहे. तसेच सामाजिक जीवनातील जाहिरातीचे महत्त्व अधिक आहे.

समाजामध्ये बदलत्या काळाबरोबर जाहिरातीची अनेक माध्यमे उपलब्ध झाली आहेत. वृत्तपत्रे, नियतकालिके, आकाशवाणी, दूरदर्शन, भिंतीपत्रके, फलक, पोस्टर्स, सिनेमातील स्लाईड्स्, चलचित्रे, पॅम्पलेट्स्, ध्वनिक्षेपकावरील प्रचार, पथनाट्य, होर्डिंग्ज, एस.एम.एस. सीडी., पुस्तिका, वाहनांवरील जाहिराती, स्टिकर्स, कापडी बॅनर्स इ. अनेक माध्यमांचा जाहिरातीसाठी उपयोग केला जातो. वरील सर्व माध्यमांचा समाजातील प्रभाव कमीअधिक प्रमाणात

असल्याचा दिसून येतो. प्रस्तुत निबंध वाचनाचा विषय 'आकाशवाणीवरील जाहिरातीचे स्वरूप व मर्यादा' असा आहे. त्यामुळे आकाशवाणीच्या संदर्भातच या ठिकाणी विवेचन करणार आहे.

भारतात नभोवाणीच्या प्रसारणाला १९२७ या सालापासून सुरुवात झाली. पुढे १९३७ साली भारत सरकारने नभोवाणी सेवेसाठी आकाशवाणी हे नाव निश्चित केले. १९९८ च्या आकडेवारीनुसार सध्या भारतात १९५ आकाशवाणी केंद्रे आहेत तर देशाच्या एकूण भौगोलिक क्षेत्रापैकी ९० टक्के क्षेत्रात सध्या आकाशवाणीचे प्रसारण होताना दिसते व भारतातील लोकसंख्येच्या ९७.३ टक्के लोकांपर्यंत आकाशवाणीची सेवा पोहचलेली आहे. तसेच दिवसातून १८ ते २० तास ही सेवा पुरविली जाते.

वरील विवेचनातून भारतातील आकाशवाणीचे प्राबल्य लक्षात येईल. एकाचवेळी लाखो लोकांपर्यंत पोहचण्याची क्षमता या माध्यमात असल्याचेही दिसून येते. तरीही या माध्यमातील जाहिरातीचा खर्च इतर माध्यमांच्या मानाने फारच कमी आहे. परंतु या माध्यमासाठी जाहिरात लेखन करताना काही बाबी लक्षात घेणे आवश्यक असते.

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे. हे जाहिरातीसाठी संहिता लेखन करताना लक्षात घेणे आवश्यक असते. यासाठी लेखन करताना लेखकाने श्रोत्यांचे लक्ष केंद्रित होईल व श्रोत्यांना खिळवून ठेवेल अशाच प्रकारचे लेखन केले पाहिजे. तसेच सादरीकरणाच्या प्रत्येक टप्प्यात सहजपणे अर्थबोध होईल अशा शब्दांच्या योजनेची गरज असते. सहज, सोपी व परिणामकारक भाषा, नाट्यात्मक संवाद व ओघवती भाषा शैली, कर्णमधुर शब्दांची योजना इत्यादींचा वापर आकाशवाणीसाठी जाहिरात लेखन करताना करणे आवश्यक असते.

या जाहिरातीसाठी लेखन करताना परंतु, जर, तर, अन् व असे शब्द न वापरता स्पष्ट व ठामपणा निर्देशित करणारे शब्द वापरावे. तसेच जाहिरात संहितेचे लेखन करताना लांबलचक वाक्यरचना करू नये. त्याऐवजी श्रोत्यांना प्रत्येक टप्प्यात अर्थबोध होईल अशी छोटी-छोटी वाक्ये बनविणे गरजेचे असते.

आकाशवाणीसाठी जाहिरात लेखन करताना जाहिरात कशाची व कोणासाठी, श्रोत्यांची निश्चिती करूनच संहितेचे लेखन केले पाहिजे. श्रोता जर शेतकरी, अशिक्षित वर्ग असेल तर होते, जाते अशा प्रमाण भाषेतील शब्दांचा वापर न करता बोली भाषेतील होतं, जातं अशा भाषेची योजना करणे संयुक्तिक ठरते.

आकाशवाणीवरील जाहिरातीसाठी वेळेचे बंधन असते. १० सेकंद, २० सेकंद व ३० सेकंद अशा अल्प वेळातच जाहिरात बसवावी लागते. त्यातही वेळेनुसार दर वाढत जातो. एका मिनिटाला सुस्पष्ट वाचनाचा वेग जास्तीत जास्त ८० ते १०० एवढ्याच शब्दांचा असतो. त्यातही पार्श्वसंगीत, विशिष्ट धून,

एखाद्या गाण्याचा वापर जाहिरातीत केलेला असेल तर त्याही कालावधीचा विचार संहितालेखन करताना करावा लागतो. त्यामुळे उपलब्ध अशा थोड्याच वेळात कमीतकमी शब्दांत संहिता लेखन करावे लागते. या अल्प वेळेत उत्पादन व उत्पादकाचा फार तपशील सांगता येत नाही. वस्तूचे नाव, त्याचे एक दोन फायदे सांगून तेवढ्याच वेळात पुन्हा-पुन्हा उत्पादनाच्या नावाच्या उद्घोषाची रचना करावी लागते. त्यामुळे पुन्हा-पुन्हा शब्द कानावर पडल्यामुळे श्रोत्यांच्या मनात दीर्घकाळपर्यंत वस्तूचे नाव लक्षात राहते.

त्याप्रमाणे जाहिरातीतील विशिष्ट धून, पार्श्वसंगीत व एखाद्या सुरावटीचा वापर केलेला असेल तर त्यावरून जाहिरात दीर्घकाळपर्यंत लक्षात राहू शकते. या जाहिरातीसाठी मिळणाऱ्या अल्पवेळेमध्ये स्पष्टीकरणात्मक विवेचन करता येत नाही. त्यामुळे आकाशवाणीवरील जाहिरातीची भाषा ही आदेशात्मक व आव्हानात्मक असावी लागते.

कोणत्या वस्तूच्या जाहिरातीचे प्रसारण कोणत्यावेळी करावे याचे भान उत्पादकाला असावे लागते. या वस्तूची ग्राहकाला आवश्यक असणारी वेळ किंवा बहुतांश ग्राहकांच्या मानसिकतेचा विचार करून जाहिरातीचे प्रसारण करणे हिताचे असते. उदा. सकाळी चहा, बिस्किट, ब्लेड, शेव्हिंग क्रिम, अंघोळीचे साबण इ. वस्तूंच्या जाहिराती प्रसारित केल्यास त्याचा नक्कीच सकारात्मक परिणाम होण्याची शक्यता असते.

भारतामध्ये आकाशवाणी माध्यमावर सरकारचे पूर्ण नियंत्रण आहे. त्यामुळे आकाशवाणीवरून कुटुंब कल्याण, राष्ट्रीय एकात्मता, लसीकरण, हुंडाबळी, वृक्ष संवर्धन, पेट्रोल बचत, सरकारच्या लोककल्याणकारी योजना इत्यादींच्याही जाहिराती आकाशवाणी माध्यमातून प्रसारित केल्या जातात. आकाशवाणीवरील जाहिरात लेखन करताना खालील बाबी लक्षात घेणे आवश्यक असते.

१. जाहिरात संहितेमध्ये जात, धर्म, पंथ इत्यादींचा उल्लेख टाळणे आवश्यक असते.
२. जाहिरातीमध्ये प्रतिस्पर्धी उत्पादकाच्या उत्पादनातील त्रुटी व नामोल्लेखांचा वापर करता येत नाही.
३. कोणत्याही उत्पादक कंपनीच्या किंवा संस्थेच्या बोधचिन्हाचा वापर करता येत नाही.
४. जाहिरातीमध्ये राजकीय व शासकीय चिन्हाचा वापर करू नये.
५. जाहिरातीमध्ये अश्लील भाषेचा किंवा द्वैअर्थी भाषेचा वापर करू नये किंवा तसे केल्यास उत्पादनाच्या विक्रीवर विपरीत परिणाम होण्याची शक्यता असते.
६. अंमली पदार्थ, औषधे इ. त्यार्दीची आकाशवाणीवरून जाहिरात करता येत नाही.

७. शैक्षणिक संस्था, वैद्यकीय व्यवसाय इत्यादींची जाहिरात करण्यास मनाई असते.

८. आकाशवाणीवरील जाहिरात ही ध्वनीच्या प्रवाहावर आधारित असते व ती क्षणिक स्वरूपाची असते. त्यामुळे श्रोत्यांचे लक्ष विचलित झाल्यास जाहिरात समजण्यात अडथळा येऊ शकतो.

प्रसारमाध्यमे, मराठी भाषा व स्त्रियांचे प्रबोधन

प्रा. डॉ. कीर्ती मुळीक

जागतिकीकरणाबरोबर प्रसारमाध्यमांचे स्वरूप बदलत चालले आहे. लिखित आणि इलेक्ट्रॉनिक असे प्रसारमाध्यमांचे प्रकार सांगता येतात. लिखित स्वरूपात वर्तमानपत्रे, नियतकालिके येतात तर इलेक्ट्रॉनिक स्वरूपात दूरदर्शन, आकाशवाणी, संगणक, संगणकीय अंतर्जाल अर्थात इंटरनेट या महत्त्वाच्या माध्यमांचा समावेश होतो. सध्या महानगरांमधून इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांचा मोठ्या प्रमाणात वापर होताना दिसतो. तेथे वर्तमानपत्र आणि नियतकालिकेदेखील इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांद्वारे प्रसारित केली जात आहेत. त्यामुळे महानगरात लिखित माध्यम कालबाह्य होण्याच्या मार्गावर आहे. 'कागद टाळा, झाडे वाचवा' असे या उपक्रमाचे नामकरणदेखील झालेले दिसते. अर्थात महानगरांमध्ये अशाप्रकारे लिखित माध्यमांचे उच्चाटन होणे शक्य आहे; पण आजही महाराष्ट्रामध्ये अशी अनेक खेडी आहेत की जेथे वीज पोहोचलेली नाही. आजही एखाद्या खेड्यामध्ये विजेचा पहिला दिवा प्रकाशित झाल्याची घटना एक बातमी बनते आहे. अशा ठिकाणी लिखित स्वरूपाची प्रसारमाध्यमे महत्त्वाचीच ठरतात. वीज किंवा ऊर्जेचा वापर ही इलेक्ट्रॉनिक प्रसारमाध्यमांची एक मर्यादा सांगता येईल. ही आजची वस्तुस्थिती असली तरी एकूण प्रसारमाध्यमे ही काळाची सततची गरजच राहणार आहे. फक्त तिचे स्वरूप बदलत राहील हे मात्र निश्चित आहे.

प्रसारमाध्यमे टिकून राहणार हे खरे असले तरी या माध्यमांची एक भाषा म्हणून मराठी भाषा पुढे टिकून राहील का? हा प्रश्न सर्वांना पडला आहे. जागतिकीकरणाच्या तडाख्यात मराठी माध्यमाच्या शाळा बंद पडू लागल्या आहेत. महानगरपालिकेच्या शाळांमध्येदेखील इंग्रजी माध्यम सुरू करण्याचे निर्णय घेतले जाऊ लागले आहेत. पालकदेखील आपल्या मुलाचे इंग्रजी कसे सुधारेल याचा विचार करताना दिसतात. या सर्व पार्श्वभूमीवर मराठीचा प्रसारमाध्यमाची भाषा म्हणून विचार कसा करायचा हा एक चिंतनाचा विषय झाला आहे.

मराठी भाषेची जी अंगभूत वैशिष्ट्ये आहेत ती आपण विसरत चाललो आहोत. ही भाषा रांगडी आहे. महाराष्ट्रातील मरहठ्ठ अशा रांगड्या मराठी माणसाची ही भाषा आहे. कोणतीही भाषा ही त्या प्रदेशाची, तेथील निसर्गाची, तेथील माणसांची अंगभूत वैशिष्ट्ये घेऊन जन्माला येत असते. त्या प्रदेशातील

समाजाची जी संस्कृती आहे, ती तेथील भाषेतून प्रतिबिंबित होत असते. त्या भाषेची वर्णमाला, शब्द आणि तेथील भौगोलिक परिस्थिती यांचे निरीक्षण केल्यास हे सहज लक्षात येते. महाराष्ट्राचे सर्वसाधारण हवामान उष्ण आणि दमट आहे. त्यामुळे येथील माणूस अंगातील ऊर्जा किंवा उष्णता बाहेर टाकण्याचा आणि शरीराला थंडावा मिळवण्याचा प्रयत्न करतो. मराठी स्वरांचे निरीक्षण केल्यास 'अं' हा एकच ओष्ठ्य स्वर आहे नि त्यानंतर 'अ:' हे विसर्ग करणारे, शरीरातील हवा बाहेर टाकणारे स्वर येतात. मराठी वर्णमालेतील व्यंजनांचा क्रम पाहिल्यास अल्पप्राणयुक्त व महाप्राणयुक्त अशाच सर्व जोड्या दिसून येतात. क, ख/ ग, घ/ च,छ/ ज, झ/ प,फ/ ब,भ/ इ. येथील अस्सल मराठी माणसाचे जेवण म्हणजे खर्डा, झुणका, भाकरीनुसते जेवणापोटी हे शब्द उच्चारले तरी शरीरातील उष्णता बाहेर पडते आणि मग हे मराठी जेवण जेवलो की शरीर तृप्त होते. अशी ही मराठी भाषा आहे. ती येथील माणसाच्या प्रवृत्ती आणि प्रकृतीला साजेशी आहे. त्यामुळे काळाच्या ओघात ती येथून संपणार नाही, हे निश्चित.

मराठी भाषा तिच्या मूळ स्वरूपात प्रसारमाध्यमांतून राबविली गेली पाहिजे. याचे कारण आज मराठी वाचन संस्कृती लुप्त होत चालली आहे. मराठी पुस्तके आणि प्रकाशन व्यवसाय यांची आजची स्थिती सर्वांनाच माहिती आहे. इंग्रजी भाषेतून शिक्षण घेत असलेल्या बाल आणि तरुण पिढीला वर्तमानपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन या प्रसारमाध्यमांतूनच मराठी भाषेचे ज्ञान प्राप्त होत आहे. त्यामुळे मराठी भाषा तिच्या अंगभूत वैशिष्ट्यांसह, तिच्या सौंदर्यासह या पिढीपर्यंत पोहोचविण्याची जबाबदारी प्रसारमाध्यमांवर येऊन पोहोचली आहे. काल अखिल भारतीय मराठी साहित्य संमेलनाच्या उद्‌घाटनाची बातमी एका वर्तमानपत्रात वाचली. या बातमीचे शीर्षक होते– 'लाखमोलाचे अध्यक्ष आणि कोटीच्या कोटी उड्डाणे मराठीची' हे सारे शब्द ऐकायला, वाचायला छान वाटले तरी त्यातून अर्थबोध काय होतो? 'कोटीच्या कोटी उड्डाणे मराठीची' म्हणजे काय? प्रसारमाध्यमात जाऊ इच्छिणाऱ्यांनी हे भाषेविषयीचे भान निश्चितच ठेवले पाहिजे.

स्त्री प्रबोधनाच्याबाबतीत प्रसारमाध्यमांनी काय कार्य केले आहे; ते पाहू. येथे फक्त आकाशवाणी, दूरदर्शन अशा इलेक्ट्रॉनिक प्रसारमाध्यमांचाच विचार केला आहे. पुणे आकाशवाणीवर 'स्नेहबंध' हा कार्यक्रम होतो. या कार्यक्रमाच्या निर्मात्या व इतर अधिकारी वर्ग स्त्रियाच आहेत. 'पुस्तकभिशी', 'महिलांचे कर्तृत्व' व 'सांस्कृतिक घडामोडी' अशी या कार्यक्रमातील सूत्रे आहेत. 'पुस्तक भिशी'मध्ये नव्या-जुन्या पुस्तकांचे परीक्षण मांडले जाते. याशिवाय लेखिकांच्या गाजलेल्या पुस्तकांचे वाचन केले जाते. साधना आमटे, सुधा मूर्ती, इंदिरा संत, वृंदा भार्गवे या लेखिकांच्या पुस्तकांचे वाचन झालेले आहे. 'महिलांचे कर्तृत्व'मध्ये बचत गटापासून ते आंतरराष्ट्रीय स्तरावर कार्य केलेल्या स्त्रियांच्या

मुलाखती सादर केल्या जातात. 'फोन इन' सारख्या कार्यक्रमातून घरगुती विषयांची चर्चा केली जाते. स्त्रियांना जाणवणारी शल्ये, तिला वाटत असणाऱ्या अडचणी, तिचे आनंदाचे, गौरवाचे क्षण या साऱ्यांची यात मनमोकळी चर्चा होते, बहुतेक स्त्रियांना आपल्याला मुलगीच झाली, हे शल्य असते. या संदर्भात या कार्यक्रमातून एका स्त्रीने सांगितलेला अनुभव नमूद करावासा वाटतो. एका स्त्री डॉक्टरने सीझर करून झालेल्या लहान बाळाला अतिशय परिश्रम करून वाचवले; पण ज्या स्त्रीचे हे बाळ होते ती मात्र मला मुलगीच झाली म्हणून रडत बसली. हे जेव्हा त्या स्त्री डॉक्टरने पाहिले तेव्हा ती त्या स्त्रीला रागावली आणि, ''तुझ्या मुलीचेही भवितव्य उत्तुंग करणे तुझ्या हातात आहे'' याची जाणीव तिला करून दिली. वाढत्या स्त्रीभ्रूण हत्येच्या पार्श्वभूमीवर आकाशवाणीवर केले जाणारे हे प्रबोधन अतिशय महत्त्वाचे आहे. याशिवाय ग्रामीण महिलांसाठी, ज्येष्ठ महिला, नागरिकांसाठीदेखील कार्यक्रम घेतले जातात. सध्या महिला बचत गट अतिशय प्रभावी रितीने काम करताना दिसतात. अगदी समाजाच्या शेवटच्या स्तरापर्यंत महिला बचत गटांचे जाळे पसरलेले आहे. या बचत गटातील स्त्रियांनी एकीने काम करून दारूबंदी घडवून आणली आहे, अंगणवाड्या उभ्या केल्या आहेत आणि त्यांच्यातूनच एखादी ग्रामपंचायतीची महिला सरपंच झाली आहे. खेड्यापाड्यांमधून बचत गटांचे कार्य प्रकर्षाने जाणवते. आकाशवाणीवर या गटातील स्त्रियांचे अनुभव विशद केले जातात आणि आज शहरभागात जरी आकाशवाणीचे महत्त्व कमी झालेले असले तरी खेड्यापाड्यांतून आकाशवाणीचा प्रभाव मोठा आहे. हे बचत गटाचे अनुभव ऐकून, त्यांनी प्रेरित होऊन नवे बचत गट उभे राहिलेले आहेत.

याशिवाय आकाशवाणीच्या कार्यक्रम निर्मिती विभागामध्येही अनेक महिला दिसून येतात. श्रीमती वीणा जोशी या आताच पुणे आकांशवाणीच्या संचालिकापदावरून निवृत्त झाल्या. प्रतिमा कुलकर्णी या 'युववाणी' कार्यक्रम चालवितात तर गौरी लागू या नाटकविषयक कार्यक्रमाच्या निर्मात्या आहेत. अशा महिला अधिकाऱ्यांमुळे कार्यक्रमाच्या गुणवत्तेत काही फरक आढळतो का? असा प्रश्न मी विचारला. स्त्रीला घरसंसाराची आवड असल्याने आणि सर्वांनाच समजून घेण्याची तिची वृत्ती असल्याने तिला स्त्री, पुरुष, मुले अशा सर्वांच्या समस्या लवकर जाणवतात. त्या संदर्भात ती पुरुषापेक्षा खोलवर जाऊ शकते. याशिवाय तिचे लेखन हा अनेकवेळा तिच्या अनुभूतीचा भाग असतो. तिच्याजवळ आक्रमकपणा कमी असतो नि त्यामुळे विचारांच्या सर्व छटांना ती जाणून घेऊ शकते. त्यामुळे अशा स्त्रीनिर्मित कार्यक्रमांत एकांगीपणा दिसून येत नाही, असे विचार मला ऐकण्यास मिळाले. आकाशवाणीवरील 'स्नेहबंध' या कार्यक्रमाची परिपक्वता पाहता या विचारांतील सत्यता जाणवते.

सामाजिक जाणिवेचे भान ठेवून 'सकाळ' या वृत्तपत्राने महिलांसाठी चालविलेल्या 'मधुरांगण' या उपक्रमाचीदेखील नोंद घ्यावीशी वाटते. या उपक्रमाद्वारे महिलांना अनेकविध कार्यक्रमांचा आस्वाद घेण्यास मिळतो. त्यातून मनोरंजनाबरोबरच महिला प्रबोधनाचे कार्यदेखील होताना दिसते. महिलांना या उपक्रमांत सहभागी होता येते आणि स्वयंविकास करता येतो. या उपक्रमांस महिलांचा मोठा प्रतिसाद लाभलेला आहे. याशिवाय इतर वृत्तपत्रांच्या खास स्त्रियांसाठी असलेल्या साप्ताहिक पुरवण्यादेखील याच प्रकारचे कार्य करताना दिसतात.

दूरदर्शनचा विचार करता 'होम मिनिस्टर' किंवा 'आपकी कचेरी' या किरण बेदी यांच्या कार्यक्रमांचा विशेष उल्लेख करावासा वाटतो. 'होम मिनिस्टर' हा सर्वसामान्य स्त्रियांना सहभागी करून घेणारा कार्यक्रम. स्त्रियांचे थोडेफार मनोरंजन, त्यांच्या सामान्यज्ञानात थोडीफार भर, थोडी स्पर्धा असे या कार्यक्रमाचे स्वरूप आहे. शहर, उपनगर अशा ठिकाणच्या स्त्रिया यांत सहभागी झालेल्या दिसतात. किरण बेदी आपल्या 'आपकी कचेरी' या कार्यक्रमातून पति-पत्नीमधील वादाची जाहीर चर्चा करून, त्यांच्या समस्या प्रत्यक्ष त्यांच्याकडूनच जाणून घेऊन त्या सोडविण्याचा प्रयत्न करताना दिसतात. अशा प्रबोधनपर कार्यक्रमातून तुटलेले विवाह पुन्हा एकदा सांधण्याचा, त्या विभक्त पति-पत्नीला पुन्हा एकत्र आणण्याचा हा प्रयत्न स्तुत्य आहे.

सध्या महाराष्ट्रातील स्त्रीसंस्थेकडून अमेरिकेमध्ये 'मैत्रीण' नावाची हेल्पलाईन सुरू करण्यात आली आहे. अत्याचारपीडित भारतीय महिलने या हेल्पलाईनवर क्रमांकावर संपर्क साधल्यास तिला त्या परक्या व अनोळखी देशात सर्व प्रकारची मदत उपलब्ध होऊ शकते. प्रसारमाध्यमांनी विधवा, परित्यक्ता, अत्याचारपीडित, संकटग्रस्त स्त्रियांची माहिती प्रसारित करून त्यांना भरघोस आर्थिक आणि सामाजिक मदत उभी केल्याची अनेक उदाहरणे आहेत.

प्रसारमाध्यमांमध्ये समाजप्रबोधन करण्याची फार मोठी शक्ती आहे; हे आपण लक्षात घेतले पाहिजे. आज घरोघरी चोवीस तास ही दृक्श्राव्य प्रसारमाध्यमे चालू असतात. घरातील पक्व होऊन आता पानगळतीच्या वाटेवर असणाऱ्या वृद्ध मनांबरोबरच फुलू पाहणारी कळीस्वरूपातील बालमने या प्रसारमाध्यमांसमोर बसलेली असतात. वय लहान असल्याने या बालमनांची पाटी अजून कोरी असते नि त्यामुळेच त्यांची ग्रहणक्षमता प्रचंड असते. समोर सुरू असणाऱ्या प्रत्येक दृश्यातून सकारात्मक आणि नकारात्मक अशा दोन्ही ऊर्जा या बालमनांचा थांग घेत असतात आणि त्यातूनच या बालमनांत मोठेपणी देव-दानव वृत्ती दिसून येऊ लागतात. प्रसारमाध्यमे या बालमनांत स्त्रीविषयीची प्रतिमा निर्माण करत असतात, हे या माध्यमातील व्यक्तींनी लक्षात ठेवले पाहिजे.

प्रसारमाध्यमांनी स्त्रियांच्या बाबतीत खूप मोठे विधायक कार्य केले आहे,

यात शंकाच नाही. स्त्रीचे आरोग्य, बाळंतपणात तिने घ्यावयाची काळजी, मुलांच्या संगोपनातील तिच्या जबाबदाऱ्या, तिला टाळता येऊ शकणारे बालमृत्यू आणि मुलांचे कुपोषण, तिचे लग्नाचे वय, तिचे मातृत्वाचे वय, स्त्रीभ्रूणाविषयी तिने घ्यावयाच्या दक्षता, त्यासाठी तिला कायद्याने दिलेला आधार, कायद्याने गर्भलिंगनिदान चाचणीवर घातलेली बंदी हे सर्व जाहिरातींच्या माध्यमातून किंवा डॉक्युमेंटरी फिल्मच्या माध्यमातून प्रसारमाध्यमांनी स्त्रीच्या लक्षात आणून दिले आहे. प्रसारमाध्यमांचे हे कार्य बहुमोल आहे.

किरण बेदी यांच्या जीवनावरील 'उडान' या दूरदर्शन मालिकेने प्रेरित होऊन अनेक तरुणींनी 'पोलिसी दलातील सेवा' हे आपले ध्येय निश्चित जोपासणाऱ्या अभिनेत्रीची कथा प्रसारमाध्यमांनी दाखविली. पण अशा दूरदर्शन मालिका हाताच्या बोटावर मोजण्याएवढ्याच आहेत. सिंधुताई सपकाळ, मेधा पाटकर यांसारख्या सामाजिक कार्यकर्त्यांवर एखादी मालिका का निघू नये, किंवा महिला बचत गटातून खेड्यांतील महिलांमध्ये निर्माण झालेली एकी नि त्यातून त्यांनी आपल्या गावातील अनेक अनिष्ट प्रवृत्तींना घातलेला पायबंद हा खरोखरच दूरदर्शन मालिकेसाठी एक स्फूर्तिदायी विषय ठरतो. पण आज मात्र दूरदर्शन सुरू असणाऱ्या अनेक कौटुंबिक मालिकांमध्ये खलप्रवृत्तीच्या स्त्रिया दाखविल्या जातात. मुळातच सोशीक असणाऱ्या स्त्रीमध्ये एवढी टोकाची खलप्रवृत्ती क्वचित दिसते. स्त्रीदेहाचे प्रदर्शन घडविणे हेदेखील प्रसारमाध्यमांवरील अनेक जाहिरातींचे, अनेक कार्यक्रमांचे मुख्य उद्दिष्ट असते. या रीतीने प्रसारमाध्यमे स्त्रीची समाजजीवनातील प्रतिमा खालावण्यासदेखील कारणीभूत ठरलेली दिसतात. स्त्रीच्या बाबतीतील प्रसारमाध्यमांची ही नकारात्मक भूमिका समाजमनावर मोठा प्रभाव गाजवताना दिसते. त्यामुळे या भूमिकेचा आता गांभीर्याने विचार करण्याची वेळ आलेली आहे.

दूरदर्शनवरील जाहिरातीची भाषा

प्रा. डॉ. राजाभाऊ विनायक भैलुमे

आजचे युग हे 'जाहिरातीचे युग' आहे. पाहवे तिकडे जाहिरातीच-जाहिराती आहेत. प्रत्येक जागा, वस्तू जाहिरातीची ठिकाणे होऊ पाहत आहेत. या सर्वांना सर्वांची मूकसहमती असलेलीच आज दिसते आहे. या सर्वांमुळे माणसाची दुसरी ओळख ग्राहक अशी झालेली आहे. आपण सर्वजण जाहिरातींच्या विश्वात वावरत आहोत. तो एक पैसे कमविण्याचा, संवादाचा व जगण्याचा भाग झालेला आहे. लहान मूल ते म्हातारा माणूस या ग्राहकांपर्यंत प्रभावशाली रितीने पोहचण्याचा जाहिरात अथकपणे प्रयत्न करत आहे तर ग्राहकही आपल्या गरजेपोटी, जाहिरातीचा आधार घेत आहे. दोघांचीही एकमेकांविषयी असलेली गरज माहिती व तंत्रज्ञानाच्या युगात वाढत चाललेली आहे. त्यामुळे या सर्वांचा परिणाम म्हणून जाहिरातीच्या स्वरूपात व उद्देशात अनेक बदल झालेले आहेत, होत आहेत.

अर्थकारण, समाजकारण, राजकारण अशा अनेक कारणांसाठी माणसांशी संपर्क साधण्यासाठी जाहिरातीचा आज वापर करावा लागत आहे. माणसांशी थोडक्यात संपर्क साधण्याचा व आपला उद्देश सिद्ध करण्याचा जाहिरातीचा फॉर्म आजवर कार्यकर ठरत आहे. म्हणून जाहिरात आज उत्तम संवादाचे माध्यम ठरत आहे.

प्रसार माध्यम याला इंग्रजीत 'मास मीडिया' म्हणतात. म्हणजे जमावाची माध्यमे; परंतु याचा वापर मात्र व्यक्तिगत पातळीवरच होताना दिसतो. सर्व प्रसारमाध्यमांमध्ये टीव्ही हे प्रसारमाध्यम आज ते दृक्‌श्रव्य माध्यम असल्यामुळे प्रभावी ठरत आहे. अशा लोकप्रिय प्रसारमाध्यमाचाच जाहिरातीसाठी अधिक वापर केला जातो. टीव्ही हे एकमेव असे माध्यम आहे की ज्यामधून शब्द, दृश्य व संगीत या तिन्ही गोष्टींचा एकाचवेळी वापर केला जातो व एकाचवेळी अनेक लोकांपर्यंत पोहचता येते. असे असले तरी जाहिरात परिणामकारक करण्यासाठी जेवढे कौशल्य, जेवढे ज्ञान आणि जेवढी सर्जनशीलता टीव्हीसाठी लागते तेवढी इतर माध्यमांसाठी लागत नाही. तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे या कौशल्यामध्ये दिवसेंदिवस भर पडत आहे. प्रेक्षकांना चक्रावून सोडतील अशा दृश्यांसाठी 'सररिॲलिस्टिक कॉम्प्युटर ॲनिमेशन'चा उपयोग आज जाहिरातीमध्ये होत आहे.

भाषा म्हणजे संवादाचे माध्यम अशी आपण भाषेची व्याख्या करत असलो

तरी यातून एक गोष्ट स्पष्ट होते की ज्या गोष्टीने संवाद साधला जातो त्या सर्व गोष्टी भाषेची माध्यमे, साधने असतात. रंगांची, रेषांची, ध्वनीची, अभिनयाची, दृश्यांची भाषा असते. या सर्वांना एकत्र करून ही भाषा तयार करता येते. अशा मिश्र भाषेचा वापर दूरदर्शनवरील जाहिरातीमध्ये महत्त्वाचा ठरतो. दूरदर्शन दृक्श्राव्य माध्यम असल्यामुळे दृश्यात्मक भाषेला येथे महत्त्व अधिक असते. उत्पादित वस्तू व ग्राहक यानुसार ही मिश्रभाषा बदलताना दिसते. आपले उत्पादन प्रत्यक्षात कसे दिसते, त्याचे कार्य कसे चालते आणि इतरांपेक्षा ते वेगळे नि श्रेष्ठ कसे आहे हे ज्यांना दाखवावयाचे असते ते दूरदर्शनचाच वापर करतात. उदा. मोटारींच्या जाहिराती. येथे सर्जनशीलता कमी असते असे नव्हे. ती वस्तू दृश्यात्मक स्वरूपात कशी दाखवावयाची हे येथे महत्त्वाचे असते. काही माहितीपटासारख्या जाहिराती असतात. उदा. कोलगेटची जाहिरात. येथे दृश्य, शब्द व संगीत यांचा उत्तम संगम महत्त्वाचा ठरतो. परंतु ज्या वस्तू दाखवता येत नाहीत अशा गोष्टींची जाहिरात करताना सूचकता, कल्पकता व दृश्यात्मकता महत्त्वाची ठरते. उदा. व्होडाफोन, आयडिया यांच्या जाहिराती–व्होडाफोनमधील दृश्यात्मकता हास्य, आक्रोश या ध्वनींचा व बाहुल्यांच्यामार्फत रंग रेषांचा केलेला वापर यातून तयार झालेली मिश्रभाषा अधिक परिणामकारक ठरली. दूरदर्शनवर दाखवल्या जाणाऱ्या मालिकांची जाहिरात करताना तर त्या मालिकेमधील पुढील आकर्षक प्रसंगच दाखवला जातो. त्यामुळे जाहिरातीमध्ये नावीन्यता व आकर्षकता तयार होते. येथे कोणता भाग दाखवावयाचा व संगीत महत्त्वाचे असते. ही जाहिरातीची भाषा शब्दबद्ध करणे अवघड आहे. येथे दृश्यांमधील सूचकता व आकर्षकता महत्त्वाची ठरते. काही कहाणीवजाही जाहिराती असतात. उदा. फेविस्टिकची जाहिरात (एक व्यक्ती मासे पकडत असतो. दुसरा व्यक्ती गाणे म्हणत येतो. पहिला व्यक्ती त्याला रागावतो. दुसरा व्यक्ती काहीसा फेविस्टिक लावतो व त्वरित अनेक मासे पकडतो. दुसरा पाहत बसतो.)

दूरदर्शनवरील जाहिरातींची भाषा ही प्रचलित अनेक भाषांच्या माध्यमांच्या मिश्रणातून तयार झालेली असलीतरी ही मिश्रभाषा दुसऱ्या जाहिरातीमध्ये वापरली जात नाही. म्हणजे ती भाषा फक्त त्या जाहिरातीपुरतीच, तिच्यासाठीच निर्माण केलेली असते. म्हणजे प्रत्येक जाहिरातीची स्वतंत्र, नवीन भाषा असते. ही स्वतंत्र, नवीन भाषा विशिष्ट व्यक्ती समूहासाठी जशी असते, तशीच ही भाषा सर्व मानवांसाठी, ग्राहकांसाठीसुद्धा असते. कारण दूरदर्शनचे प्रसारण जगात होत असल्यामुळे प्रत्येक राज्यातील, देशातील, व्यक्तींची भाषा, संस्कृती, संकेत वेगवेगळे असल्यामुळे एकाचवेळी सर्वांशी संवाद साधता येईल अशी अनोखी मिश्र भाषा दूरदर्शनवरील जाहिरातीसाठी वापरली जाते. उदा. व्होडाफोनची जाहिरात. दूरदर्शनवरील जाहिरातीच्या भाषेचे स्वरूप व्यापक असले ती भाषा त्या

जाहिरातीपुरतीच मर्यादित असते हे वेगळेपण आहे.

दूरदर्शनवरील जाहिरात चांगली झाली आहे की नाही हे पाहणे सोपे आहे. दूरदर्शनवरील जाहिरात न पाहता दुसऱ्या खोलीतून ती जाहिरात फक्त ऐकावयाची. ती ऐकताना पूर्ण कळली तर ती जाहिरात फसली असे समजावे कारण दूरदर्शन ह्या दृश्यात्मक माध्यमाचा आपल्याला पुरेपूर फायदा घेता आला नाही. असे असले तरी 'जोर का झटका धीरे से लगे', 'थंडा मतलब कोका कोला' अशी विधाने जाहिरातीमध्ये महत्त्वाची ठरतात. वाढदिवसाच्या शुभेच्छा, कार्यक्रमांची जाहिरात ही आज वर्तमानपत्रात छापावयाच्या आराखड्यात दूरदर्शनवर दाखवली जाते. म्हणजेच उद्देशानुसार जाहिरातीचे स्वरूप वेगवेगळे असते.

दूरदर्शनवरील जाहिरातींची भाषा तिच्या वेगळेपणामुळे निश्चितपणे स्पष्ट करणे अवघड आहे. परंतु या मिश्र भाषेचे बदलते स्वरूप, परिणामकारकता, वेगळेपण स्पष्ट करता येऊ शकते. जाहिरातीकडे एक मिश्र भाषा म्हणून पाहणे गरजेचे आहे. जाहिरात काय सांगते याबरोबर ती कशी आहे हे पाहणे गरजेचे आहे. जाहिरातीची भाषा ही तेव्हाच भाषा ठरते जेव्हा ती दृश्यात्मक असते व तिच्यामध्ये कल्पकता, सूचकता, समकालीनता व परिणामकारकता असते. पारंपरिक भाषेसारखी कोणतीही चिन्हात्मक लिपी दूरदर्शनच्या जाहिरातीच्या भाषेची नाही. वृत्तपत्रे, आकाशवाणी या प्रसारमाध्यमांची भाषा ही प्रमाणभाषा असते. दूरदर्शनची भाषा याला अपवाद आहे. नावीन्यता हा या भाषेचा स्थायीभाव आहे. त्यामुळे जाहिरात ही फार लवकर जुनी होते. कारण ही व्यवसायातून निर्माण झालेली व व्यवसायासाठी उपयुक्त ठरेल अशी ही भाषा आहे. ही चित्रणरूप भाषा एकाच वेळी मिश्रसमूहाला संबोधित करत असल्यामुळे तिचे स्वरूप बहुतांशी संकेतात्मक, सूचनात्मक, प्रतिकात्मक असते. मानवी समूहाला दृश्यात्मक भाषा कळते. याचा उत्तम उपयोग या दूरदर्शनच्या जाहिरातीमध्ये केला जातो. उदा. व्होडाफोनची (मिसकॉलची भाषा) जाहिरात. त्यामुळे या भाषेला चित्रात्मकता, निश्चित संकेतात्मकता कधी येणार नाही. काळानुसार बदलणारी ही भाषा त्या काळाला समजून घेण्यास नक्कीच मदत करते. हे नक्की. धन्यवाद !

ꣻ

मराठी भाषा आणि आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचे स्वरूप-विशेष

डॉ. पांडुरंग भोसले

प्रास्ताविक :

अलीकडे जनसंपर्क माध्यमांचा झालेला विकास आणि प्रसार लक्षात घेता त्याकडे नवीन संदर्भांसह लक्ष वेधणे क्रमप्राप्त आहे. परस्परांशी संवादाखेरीज मानवी समाजाला अस्तित्व राहणार नाही. व्यक्ती आणि समाज यांच्या या पृथ्वीतलावरील अस्तित्वाला आणि विकासाला विचार, भावना, कल्पना यांच्या देवाणघेवाणीखेरीज काही अर्थच नाही. ही देवाणघेवाण जेवढी परिणामकारक तेवढी प्रगती कमी-अधिक हे सूत्रच यातून सिद्ध होते.

मानवी जीवनातील ही देवाणघेवाण ध्वनींच्या संवादाच्या आधारे अभिव्यक्त होण्यापूर्वीपासून, भाषा बोली-लिपीबद्ध अस्तित्वात येण्यापूर्वी-पासून मानवाचा वेगवेगळ्याप्रकारे संवाद हा चालूच होता. या संवादालाच मराठीत संज्ञापन, संप्रेषण, संचार, संक्रमण, समनुयोग असेही पर्याय वापरले जातात. इंग्रजीतील कम्युनिकेशन या शब्दाला पर्याय म्हणून ही संकल्पना रूढ झाली.

मराठी संवाद हा शब्द 'संवाद साधणे' अशा अर्थाने वापरला जातो. म्हणजेच संवाद हा आपोआप घडत नाही. ती जाणीवपूर्वक करावी लागणारी बाब आहे हेच स्पष्ट होते. 'सारखेपणा प्रस्थापित करणे' असाही त्याचा अर्थ होतो. एका व्यक्तीच्या डोक्यातील विचार, कल्पना, भावना, मत दुसऱ्याकडे वा अनेकांकडे योग्य माध्यमातून वहन करणे, संक्रांत करणे यातून एक बाब दोघांनाही समतल पातळीवर कळू शकते आणि हे कळणे म्हणजेच संवादाची प्रक्रिया पूर्ण होणे असे म्हणता येईल.

भाषेच्या अस्तित्वापूर्वीही ही संवाद प्रक्रिया आताएवढी परिणामकारक नसली तरी अनेक मर्यादांसह तात्कालिक स्वरूपात का होईना चालू होती. शरीरावयवांच्याद्वारा बऱ्याच अंशी ही प्रक्रिया होती. हातवारे करणे, अंगविक्षेप करणे, विशिष्ट हालचाली करणे, हात उगारणे, हाताने या, जा असा इशारा करणे, डोळे वटारणे, दात ओठ खाणे, जीभ चावणे, डोळे मिचकावणे, शरीराच्या विशिष्ट हालचाली करणे, पुढे चित्र, शिल्प, नृत्य, नाट्य, संगीत, मूक अभिनय

याद्वारे संवाद साधला जात असे. हा संवाद एका विशिष्ट व्यक्ती, समाज वा भाषिकापुरता मर्यादित नाही, तर तो भाषा, परिसर यांच्या मर्यादा ओलांडणारा आहे.

आजच्या आधुनिक युगात भाषा, लिपी, विज्ञान, तंत्रज्ञान युगातील माध्यमांचे स्वरूप लक्षवेधी झाले आहे. वृत्तपत्रे, नियतकालिके, पुस्तके, फोन, पोस्ट, तार, छायाचित्रे, पत्रके, फलक, चित्रपट, आकाशवाणी, दूरदर्शन, चित्रफिती, मोबाईल (भ्रमणध्वनी) पेजर यांसारखी विविध माध्यमे संवादाचे अत्यंत प्रगत स्वरूप अधोरेखित करीत आहेत. इंटरनेटसारखे संगणकाचे जाळे तर मानवाला एक वरदानच ठरले आहे.

साहजिकच मानवाला अन्न, वस्त्र आणि निवारा या मूलभूत गरजांइतकीच संवाद साधण्याची, एकमेकांशी संपर्क करण्याची गरज आदिम अशीच आहे हे स्पष्ट होते. माणसाचे वैयक्तिक आणि सामाजिक जीवन हे सतत चालू असणाऱ्या संवादव्यवहारातून आकाराला येत असते. आपणाकडील माहिती, विचार, कल्पना, भावना, वृत्ति-प्रवृत्ती, जीवन जाणिवा, ज्ञान यांचे एकाकडून दुसऱ्याकडे संदेशवहन करणे हे एक शास्त्र, कला आणि कौशल्य बनले आहे. प्रत्येक प्रसारमाध्यमानुसार संवाद साधण्याचे स्वरूपही बदलत असते. भौतिक, सामाजिक, मानसिक व कालानुसार अशा विविध संदर्भांत संवाद घडतो. तो कालप्रवाहाबरोबर, उद्देश, हेतू, गरज यांनुसार बदलत जातो.

मराठी भाषा : परंपरा व स्वरूप :

जन्मभाषा वा स्व-भाषा यासंदर्भात 'मातृभाषा' असा शब्दप्रयोग केला जातो. मराठी ही महाराष्ट्रीय माणसाची मातृभाषा आहे. आई आपल्या बाळावर जसे संस्कार करते, भरण-पोषण करते, त्याला घडवते तशीच भाषा माणसाला घडवते. आपल्या भावना, कल्पना, विचार यांचे पोषण करते, संस्कार करते आणि आपल्या संस्कृतीचा ठेवा एका पिढीकडून दुसऱ्या पिढीकडे संक्रमित करते. बाह्य जगाचा परिचयच मुळी भाषेच्या माध्यमातून होतो.

वैद्यक संस्कृत, संस्कृत, प्राकृत, अपभ्रंश मराठी आणि मराठीच्या कोकणी, अहिराणी, डांगी, नागपुरी अशा बोलीभाषा या स्वरूपात आढळते. जिला आपण मराठी म्हणतो तिला हजार-बाराशे वर्षांची परंपरा आहे. इ.स. दहाव्या शतकातील श्रवणबेळगोळचा शिलालेख या दृष्टीने महत्त्वाचा ठरतो. यादवकाळात तिला 'मऱ्हाटी' हे नामाभिधान प्राप्त झाले.

आजपर्यंत मराठीला अनेक स्थित्यंतरांमधून जावे लागले. धार्मिक, सामाजिक, राजकीय, शैक्षणिक, सांस्कृतिक, भौतिक अशी विविध पातळ्यांवर ही झालेली स्थित्यंतरे यादवकाळ, बहामनी काळ, शिवकाळ, पेशवेकाळ, आंग्ल काळ, अर्वाचीन काळ आणि उत्तर आधुनिक काळ अशा विविध टप्प्यांवर

तपासता येतील. भौगोलिकदृष्ट्या विस्तीर्ण भूप्रदेशात बोलल्या जाणाऱ्या मराठीच्या विविध बोली एकसारख्या नसणार हे उघड आहे. पारिसारिक वैशिष्ट्यांनी मुक्त असलेल्या या बोलींमध्ये विविध लकबी प्रत्ययास येतात. अशा लकबी, शब्दप्रयोगात, उच्चारणात काही वेगळेपण जाणवत असले तरी मराठी भाषिकांची शासकीय, व्यवहाराची, शिक्षणाची, विविध सामाजिक शास्त्रांची, विज्ञानविषयक लेखनाची, सर्वसाधारण व्यवहाराची, कार्यालयीन परिभाषा आणि समीक्षा, संशोधनाची, ग्रांथिक भाषा एकच आहे. साहित्यिक भाषा मात्र त्या त्या विशिष्ट बोलींची रूपे उपयोजिताना आढळते. त्यांच्या रोजच्या समाजव्यवहारात ती रूपे-बोलीभाषा यांच्या लकबी मात्र टिकून आहेत.

वृत्तपत्रे, नियतकालिके, आकाशवाणी, दूरदर्शन, ग्रंथलेखन यामध्ये जिला 'प्रमाण मराठी' म्हणून तिचा वापर अधिक्याने आढळतो. कायदा, न्याय, विज्ञान, तंत्रज्ञान, संगणक यांसारख्या क्षेत्रातील संज्ञासंकल्पना सिद्ध करून, जाणीवपूर्वक घडवून मराठी आणखी समृद्ध करणे हे एक मराठीपुढील आव्हान आहे. हे आव्हान पेलण्यासाठी प्रयत्नशील राहणे काळाची गरज आहे हे निश्चित.

दृक्, श्राव्य आणि दृक्श्राव्य अशी विविध प्रसारमाध्यमे आजच्या आधुनिक युगात संवाद-संपर्काचे कार्य करीत आहेत. त्यातील श्राव्य माध्यमांपैकी आकाशवाणी हे एक प्रभावी आणि लोकप्रिय माध्यम. या माध्यमाचा प्रारंभ, वेगळेपणा, स्वरूप व त्या माध्यमातील मराठीचा वापर जाणून घेणे येथे उचित ठरेल.

आकाशवाणी- प्रारंभ, प्रचार व स्वरूप :

इ. स. १८७३ ब्रिटिश भौतिकशास्त्रज्ञ जेम्स क्लर्क मॅक्सवेल यांनी तारा न वापरता संदेश पाठवता येतात असे सांगितले. मॅक्सवेलच्या विद्युत परमाणू, किरणोत्सर्ग सिद्धांतातून प्रेरणा घेऊन तारेविना संदेश पाठविण्याबद्दल शास्त्रज्ञ प्रयोग करीत होते. मॅक्सवेलच्या सिद्धांतावर आधारित विजेच्या लहरींचा प्रयोग भारतात जगदीशचंद्र बोस यांनी केला. १८८५ मध्ये बिनतारी इशारे पाठविण्यात ते यशस्वी झाले. क्रेस्कोग्राफने रोपांची वाढ मोजण्याची अधिक आवड असल्याने त्याकडे त्यांनी लक्ष दिले आणि बिनतारी संदेशवहनाकडे त्यांनी दुर्लक्ष केले. याच दरम्यान इटलीचा तरुण संशोधक गुग्लिल्मो मार्कोनीने हर्ट्झचे व मॅक्सवेलचे शोध व्यवहारोपयोगात आणले. इंग्लंडच्या काही भांडवलदारांच्या मदतीने त्याने वयाच्या तेविसाव्या वर्षी 'मार्कोनी वायरलेस टेलिग्राफ कंपनी' स्थापन केली. या कंपनीने इंग्लिश खाडीपलीकडे बिनतारी सांकेतिक संदेश पाठवण्यास सुरुवात केली. अल्प काळात मार्कोनीने युरोप व अमेरिकेतील-जहाज कंपन्यांना व उद्योगातील अहवाल, माहिती, बोटीचे आगमन व निर्गमन यांची माहिती देवाणघेवाण करणारे उद्योग बिनतारी संपर्कावर अंमल गाजविला. आकाशवाणी

(रेडिओ) हे मानवी आवाज सर्वत्र पोहोचविण्याचे वैशिष्ट्यपूर्ण माध्यम तयार करण्याचे काम रेजिनाल्ड फेसेनडेज, कार्ल ब्राऊन, ली द फॉरेस्ट आणि एडविन आर्मस्ट्रॉंग या चौघांनी केले. फेसेनडेजने पहिला मानवी आवाजातील रेडिओ इशारा व संगीत समुद्रातील बोटीकडे पाठविला. हे २४ डिसेंबर १९०६ रोजी घडले. ही रेडिओ प्रसारणाची पहिली पायरी होती.

स्वातंत्र्यापूर्वी तारायंत्र, दूरध्वनी आणि बिनतारी ही आधुनिक संदेशाची माध्यमे ब्रिटिशांच्या ताब्यात होती. पुढे स्वातंत्र्यानंतर भारत सरकारच्या अधिकाराखाली आली. 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' या खासगी कंपनीने ब्रिटिश राज्यकर्त्यांबरोबर करार करून २३ जुलै १९२७ रोजी मुंबई येथे नभोवाणी केंद्राची स्थापना केली. २६ ऑगस्ट १९२७ ला कलकत्ता येथे सुरू केले. १९३५ साली म्हैसूर संस्थानने केंद्र सुरू केले. त्याला 'आकाशवाणी' असे नाव दिले. स्वातंत्र्यानंतर 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे ब्रीदवाक्य ठरविले. स्वातंत्र्यानंतर आकाशवाणी यंत्रणेचा मोठ्या प्रमाणात विस्तार झाला. १ एप्रिल १९९८ च्या आकडेवारीनुसार सध्या भारतात १९५ केंद्रे आहेत. आकाशवाणीचे ३०० प्रक्षेपक देशात कार्यरत आहेत, त्यांचे प्रसारण देशाच्या ९०% भौगोलिक क्षेत्रात व ९३.३% लोकसंख्येपर्यंत पोहोचते. देशात स्थानिक आकाशवाणी केंद्रे ७४ आहेत. सहाव्या पंचवार्षिक योजनेत स्थानिक आकाशवाणी केंद्राची कल्पना प्रथम मांडली गेली. स्थानिक स्वरूपाचे शेती, पाणी, आरोग्य, दळणवळण, शिक्षण असे प्रश्न मांडले जावेत तसेच स्थानिक कलावंतांना संधी मिळावी हा त्यामागे हेतू होता.

महाराष्ट्रात अहमदनगर, नाशिक, बीड, धुळे, अकोला, यवतमाळ, नांदेड, कोल्हापूर, चंद्रपूर, उस्मानाबाद, सातारा आणि सोलापूर येथे स्थानिक तर मुंबई, पुणे, औरंगाबाद, परभणी, सांगली, नागपूर, जळगाव, रत्नागिरी येथे परिपूर्ण केंद्रे आहेत. १९६७ साली आकाशवाणीची 'विविध भारती' ही विज्ञापन सेवा सुरू झाली. विविध भारतीची सध्या ३० केंद्रे, सर्वसाधारण स्वरूपाची ९९ केंद्रे, ७२ स्थानिक आकाशवाणी केंद्रे व ५ महानगर, एफ. एम. केंद्रे यांवरून ही सेवा प्रसारित केली जाते.

आकाशवाणी हे केवळ श्राव्य प्रसारमाध्यम आहे. दृक चित्रणातील संदेशनाचे फायदे मिळत नसले तरी प्रवासात वा कोठेही रेडिओ सोबत नेऊन काम करता करता कार्यक्रमांचा आस्वाद घेता येतो. यातून विविध स्तरांतील घडामोडींची माहिती, शिक्षण, मनोरंजन, आरोग्य यांसारखे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. लहानांपासून थोरांपर्यंत, शेतकरी, कामगार, स्त्रिया, युवक, साहित्यिक, कलाकार, प्रशासक अशा विविध स्तरांतील लोकांपर्यंत हे माध्यम पोहोचते.

संवाद, भाषण, संगीत, नाट्य, रूपक, जाहिरात, वार्तापत्रे, मुलाखती,

श्रुतिका, चर्चा अशा विविध आकृतिबंधांतून कार्यक्रम सादर केले जातात. निव्वळ माहिती देणे व रंजन करणे हा हेतू नाही, तर या माध्यमाची त्याची म्हणून एक स्वतंत्र नीती आहे. लोकशाही मूल्यांचा व आचारधर्माचा पाया विस्तारण्यासाठी, नागरिकांचे हक्क व कर्तव्य यांबाबत जागरूकता निर्माण करणे, महापूर, दुष्काळ, भूकंप यांसारख्या नैसर्गिक आपत्ती, रोगराई, अपघात, मानवनिर्मित आपत्ती अशा स्थितीत लोकांना माहिती देणे, मार्गदर्शन करणे, सर्व स्तरांतील लोकांना त्यांच्या गरजांनुसार माहिती देण्याचे, मार्गदर्शन करण्याचे कार्य हे प्रसारमाध्यम करते. सर्वसामान्य माणसाचे जीवनमान उंचावण्याचे, नवनवी माहिती देऊन त्यांच्या दैनंदिन कार्यात ज्ञानाच्या माध्यमातून पाठिंबा देण्याचे कार्यही केले जाते. शेतकऱ्यांना बी बियाणे, खते, कीटकनाशके, पाणीपुरवठा, हवामान अंदाज, शासकीय सवलती, योजना, शिक्षक, विद्यार्थ्यांना उपयुक्त शैक्षणिक कार्यक्रम, स्थानिक स्वराज्य संस्था ते सरकार यांची उपक्रमशीलता, स्थानिक भाषा, कलाप्रकारांना, लेखक, कलावंतांना स्थान देऊन लोकसंस्कृतीचे विविध पैलू लोकांसमोर आणले जातात. मुले, युवक, महिलांसाठीचे विविध कार्यक्रमही या सदरात समाविष्ट करता येतील.

आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचे स्वरूप आणि मराठीचे आयोजन :

आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचा विचार करता एकतृतीयांश कार्यक्रम हे बोली भाषेवर आधारित असतात. 'बोलभाषा' म्हणजे बोलली जाणारी, मौखिक भाषा असे म्हणता येईल. भाषा विज्ञानात बोली भाषा, प्रमाण भाषा यांना पारिभाषिक संज्ञा म्हणून वेगळा अर्थ आहे. त्यामुळे येथे 'बोलभाषा' ही संज्ञा योजिली आहे.

आकाशवाणीवरील भाषण :

वेगवेगळ्या प्रसंगांच्या निमित्ताने महत्त्वपूर्ण अशा विषयांवर, प्रश्नांवर त्या त्या क्षेत्रातील तज्ज्ञ व्यक्तींच्या भाषणातून श्रोत्यांना उपयुक्त माहिती ज्ञान मिळणे. ही भाषणे सोप्या, आकर्षक स्वरूपात असणे अपेक्षित असते. आकाशवाणीवरून एक व्यक्ती बोलते आणि लाखो श्रोते ते ऐकत असतात. हा एकतर्फी संवाद असतो. श्रोता त्याला पाहू शकत नाही. साहजिकच येथील वक्त्याची भाषा सभेतील वक्त्याच्या भाषेपेक्षा वेगळी असते. श्रोते वेगवेगळ्या कामांत गुंतलेले असतात. त्यातूनच आकाशवाणीवरील भाषण ऐकत असतात. अशा श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेणे आणि ते टिकविण्याचे आव्हान या वक्त्यापुढे असते. हे भाषण सर्वसाधारणपणे १० ते १५ मिनिटांचे असते. निबंधासारखे त्याचे स्वरूप असून चालत नाही. ते संभाषणवजा, अनौपचारिक शैलीत असावे. लांब पल्लेदार वाक्ये, संदिग्ध शब्द, अवघड युक्तिवाद, तपशीलवार माहिती असू नये. कारण एखादा शब्द, वाक्य त्याला आकलन झाले नाही तर पुन्हा समजून घेण्याची सोय येथे

नसते. त्यामुळे अवघड, क्लिष्ट, आलंकारिक वाक्यरचना टाळावी. खालीलप्रमाणे, मागीलप्रमाणे, वरीलप्रमाणे, पुढीलप्रमाणे असे शब्दप्रयोग चालत नाहीत.

आकाशवाणीवरील भाषणाची भाषा रोजच्या व्यवहारातील पण सभ्यतेला धरून असावी. युद्धासारख्या वरीसपूर्ण भाषणात काही आलंकारिकता चालू शकेल. छोटी छोटी वाक्ये श्रोत्यांना समजून घेण्यास अधिक उपयुक्त ठरतात. भाषणाचा प्रारंभ लक्षवेधी असायला हवा. त्यासाठी भाषणविषयाची ओळख देणारा असा प्रारंभ हवा. एखादे सुभाषित, म्हण, वाक्प्रचार, लोकोक्ती, लोकप्रिय गीताची ओळ यांचा वापर संयुक्तिक ठरू शकतो. कधी धक्का तंत्राचाही वापर उपयुक्त ठरू शकतो. उदा. 'बरं झालं बुवा रोगाची साथ आली' यांसारखी वाक्ये श्रोत्यांना आकर्षित करून घेऊ शकतात आणि पुढील भाषण उत्सुकतेपोटी ऐकण्याची मानसिकता तयार होते.

प्रारंभाप्रमाणेच शेवटही प्रभावी असावा. भाषणाच्या अखेरची वाक्ये श्रोत्यांच्या मनात रेंगाळत राहतील अशी असावीत. आकाशवाणीवरील भाषणाला कोणताही विषय वर्ज्य नाही. प्रासंगिकता, सामाजिक गरज ओळखून त्यांचे आयोजन व्हावे.

आकाशवाणीवरील चर्चा :

अर्थसंकल्प, निवडणुका, नवीन कायदा, एखादी महान कलाकृती, नवीन धोरणे अशा बहुआयामी विषयांवर भाषणापेक्षा चर्चा उपयुक्त ठरते. त्यामुळे त्या विषयाच्या विविध पैलूंवर प्रकाश टाकण्यास मदत होते. अशा चर्चांची वेळ १५ ते ३० मिनिटे यादरम्यान असते. यात दोन वा अधिक व्यक्तींचा सहभाग असतो. त्यांच्याबरोबरच एक सूत्रसंचालकही असतो. जो संबंधित विषयाला पूर्ण न्याय मिळवून देण्यासाठी प्रयत्नशील राहतो. चर्चेची सुरुवात करताना सूत्रसंचालकाने विषयाचे स्थूल स्वरूप आणि आराखडा मांडावा. अखेरी त्याचे सार प्रतिपादन करावे.

आकाशवाणीवरील मुलाखत :

मुलाखत हा आकाशवाणीवरील एक महत्त्वपूर्ण असा कार्यक्रम आहे. जिवंत भाषा, उत्स्फूर्तता, अनौपचारिकता यांमुळे मुलाखती अधिक लक्षवेधी ठरतात. एखाद्या कर्तृत्ववान व्यक्तीचे व्यक्तिमत्त्व उलगडून दाखविणारी मुलाखत, विषय निवडून त्याची माहिती घेण्यासाठी आयोजित केलेल्या तज्ज्ञांच्या मुलाखती, एखाद्या मोठ्या घटनेसंबंधी लोकांच्या क्रिया-प्रतिक्रिया, विकास योजना, गॅट करार अशा विविध स्वरूपाच्या चर्चा आयोजित केल्या जातात. माहितीपर, विश्लेषणात्मक, भावनात्मक असे मुलाखतींचे वर्गीकरण करता येईल.

वि. वा. शिरवाडकर यांना ज्ञानपीठ पुरस्कार मिळाला त्यावेळी त्यांची

घेतलेली मुलाखत, सुनील गावसकर यांनी कसोटी सामन्यांमध्ये दहा हजार धावा केल्या त्यावेळी त्यांची घेतलेली मुलाखत, अनिल कुंबळे याने एकाच डावात दहा बळी घेतले त्यावेळी त्याची वा त्याच्या आईवडलांची घेतलेली मुलाखत. ११ मे १९९८ या दिवशी राजस्थानात पोखरण येथे भारताने अणुस्फोट केले, यासंबंधी निवृत्त लष्करी अधिकारी कर्नल आठल्ये यांची भालचंद्र जोशी यांनी घेतलेली मुलाखत अशा वेगवेगळ्या मुलाखती नोंदविता येतील.

मुलाखत घेणाऱ्या व्यक्तीने संबंधित व्यक्तीच्या विविध पैलूंवर प्रकाश पडेल असे प्रश्न विचारावेत. प्रश्न विचारताना संबंधिताने सविस्तर उत्तर दिले जाईल, असे प्रश्न विचारावेत. निव्वळ 'हो', 'नाही', असे उत्तर येईल असे प्रश्न टाळावेत. अपवादात्मक अशी उत्तरे असू शकतील. विषयांतर टाळून, पाल्हाळ टाळून मुख्य विषय श्रोत्यांना कळेल याची दक्षता घ्यावी. उलटतपासणी असेही स्वरूप मुलाखतीला येऊ नये. मुलाखत चालू असताना 'अरे वा', 'छान', 'असं का? अशा योग्य ठिकाणी प्रतिक्रिया द्याव्यात; पण त्यांचा अतिरेक होणार नाही याची दक्षता घ्यावी.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्रे :

बातमीपत्रे ही आकाशवाणीवरील प्रसारणापैकी सर्वाधिक ऐकला जाणारा कार्यक्रम आहे. आकाशवाणीवरून प्रादेशिक, राष्ट्रीय, विज्ञानविषयक, क्रीडाविषयक, व्यापार-उद्योगविषयक अशी वेगवेगळी बातमीपत्रे प्रसारित केली जातात. गतिमानता हे या बातमीपत्रांचे महत्त्वाचे वैशिष्ट्य. इतर कोणत्याही माध्यमापेक्षा जलद आणि मोठ्या प्रमाणावरील लोकांपर्यंत बातमी पोहोचविली जाते.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्र १० ते १५ मिनिटांचे असते. प्रारंभी संबंधित आकाशवाणी केंद्राच्या नावाची उद्घोषणा, बातमीपत्राचे स्वरूप आणि वृत्तनिवेदकाचे नाव सांगणारी उद्घोषणा केली जाते.

उदा. ''आकाशवाणी-पुणे-भालचंद्र जोशी प्रादेशिक बातम्या देत आहेत.''

ठळक बातम्यांनंतर महत्त्वानुसार त्यांचा क्रम ठरविण्यात आलेला असतो. सर्वसाधारणपणे पाच मिनिटांनंतर पुन्हा बातमीपत्राचे स्वरूप आणि आकाशवाणी केंद्राचे नाव स्पष्ट करणारी उद्घोषणा केली जाते.

उदा. ''या प्रादेशिक बातम्या आकाशवाणीच्या पुणे केंद्रावरून देण्यात येत आहेत.''

बातमीपत्राच्या अखेरी हवामानाचा अंदाज, तापमान सांगण्यात येते. एखाद्या श्रोत्याने उशिरा रेडिओ लावला असेल तर महत्त्वाच्या बातम्या संक्षिप्त स्वरूपात का होईना कळाव्यात यासाठी अखेरी ठळक बातम्या सांगून समाप्तीची घोषणा करण्यात येते.

आकाशवाणीवरील बातमी लिहिताना-देताना हे केवळ श्राव्य माध्यम आहे

याचे सतत भान ठेवावे लागते. वृत्तपत्रातील बातमी ग्रांथिक पद्धतीने लिहिली जाते. उदा. ''सिडकोतील विकासाची विविध कामे मंजूर करण्याचे अधिकार यापुढे सिडकोलाच देण्यात येतील असे मुख्यमंत्र्यांनी आज मुंबई येथे पत्रकार परिषदेत जाहीर केले.'' हेच वाक्य बोलीभाषेत – ''सिडकोतली विकासाची कामं मंजूर करण्याचे अधिकार यापुढे सिडकोलाच देण्यात येतील असं मुख्यमंत्र्यांनी आज मुंबई इथं पत्रकार परिषदेत जाहीर केलं.'' लिहिताना आपण केले, दिले, सांगितले, मुंबईतील, येथे, केल्यास, तुम्हांस असे लिहितो. बोली भाषेत हेच शब्द केलं, दिलं, सांगितलं, मुंबईतला / ली / ले, इथं, केलं, तुम्हांला असे वापरले जातात. लिहिताना 'व' हे उभयान्वयी अव्यय वापरले जाते; परंतु बोलताना 'आणि' हेच अव्यय वापरतो. 'व' हे अव्यय श्रवणातून निसटण्याची शक्यता असते. त्यामुळे बातमीपत्रात आणि हेच अव्यय वापरावे. काही शब्दांमध्ये उच्चारसाम्य असते. ते शब्द टाळून पर्यायी शब्द वापरावेत. उदा. 'भारताची धावसंख्या बिनबाद २३० झाली आहे'. येथे 'बिनबाद' ऐवजी तीन बाद असे ऐकले जाण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. त्यामुळे नाबाद, एकही गडी न गमावता असे शब्दप्रयोग वापरणे उचित ठरते. ''बैठकीला एकूण चाळीस सभासद उपस्थित होते.'' 'एकोणचाळीस' असा समज होण्याची शक्यता असते तेव्हा 'एकूण' ऐवजी 'एकंदर' असा शब्द वापरावा. अशी अनेक उदाहरणे देता येतील.

मुंबई दि. १५ – ''शासकीय कर्मचाऱ्यांना वाढीव महागाई भत्ता देण्यात येईल, अशी घोषणा मुख्यमंत्र्यांनी आज येथे पत्रकार परिषदेत केली.'' ही वृत्तपत्रातील बातमी आकाशवाणीवरून देताना पुढीलप्रमाणे द्यावी लागेल. वार्तापत्र १५ तारखेचे असल्यास ''शासकीय कर्मचाऱ्यांना वाढीव महागाई भत्ता देण्यात येईल, अशी घोषणा मुख्यमंत्री श्री ...... यांनी केली आहे / ते आज मुंबईला एका पत्रकार परिषदेत बोलत होते.'' अशी बातमी द्यावी लागेल. बातमीत विश्लेषणांचा सोस टाळावा. विराट मोर्चा, भव्य सभा, अलोट गर्दी, शेतकऱ्यांचे मुक्तिदाते, लोकनेते अशी विशेषणे तारतम्याने वापरावीत.

आकाशवाणीवरील रूपक :

रूपक हा आकाशवाणीवरील एक विशेष लोकप्रिय स्वरूपाचा कार्यक्रम आहे. याचे स्वरूप लवचीक असते. यात साधे निवेदन, संगीत, भाषण, नाट्यपूर्ण संवाद, मुलाखत, बाह्य आवाज, काव्य यांचा यथोचित वापर करता येतो. हा कार्यक्रम वस्तुस्थितीवर आधारित असतो. मुलाखती, कागदपत्रांतील नोंदी, गणतंत्र दिवस, ऐतिहासिक घटना, विकास योजना, दिवाळी वा इतर सण, पंढरपूर-तुळजापुरादी तीर्थक्षेत्रांच्या यात्रा, राष्ट्रीय महत्त्वाचे टप्पे, अणुस्फोट चाचणी, उपग्रहांची यशस्वी उड्डाणे, एखाद्या मोठ्या धरण-वीज केंद्राची योजना एकूणच काय रूपकासाठी कोणताही विषय वर्ज्य नाही. मात्र त्या विषयाची

वैशिष्ट्यपूर्णता हवी. ज्ञान आणि रंजनाच्या जोडीला माहिती देण्याचे कार्य रूपक करते.

उदा. 'दान पावलं' हे वासुदेव या भटक्याजमाती विषयीचे रूपक, 'समस्यांच्या भोवऱ्यात विडी कामगार' हे विडीकामगारांच्या समस्यांवर आधारित रूपक. विडी कामगारांच्या या रूपकाचा प्रारंभ गीताने केलेला आहे.

''बाई विड्या ग विड्या मी बांधते
माझा संसार, संसार हाकीते !
शुक्राची चांदणी आकाशाच्या या अंगणी
पाने पुडे घेत होते रात्रीला भिजूनी
थप्पी पानांची लावून ठेविते
बाई विड्या ग विड्या मी बांधते''

अशा गीतामुळे श्रोतृवर्ग आकर्षिक होतो. पुढील कार्यक्रम पाहण्यास उत्सुक होतो. रूपकाचे सादरीकरण एक स्त्री व एक पुरुष अशा दोन आवाजांत असावे. यात पार्श्वसंगीताचाही प्रभावी वापर करता येतो.

आकाशवाणीवरील नभोनाट्य :

नभोनाट्य हा आकाशवाणीवरील एक मनोरंजक कार्यक्रम आहे. दृक् श्राव्य माध्यमासाठी कार्यक्रमाच्या लेखनापेक्षा या माध्यमासाठी लेखन करताना / सादर करताना जबाबदारी अधिक वाढते. त्यामुळे नभोनाट्याची भाषा साधी, सोपी, शैलीदार आणि श्राव्य असावी. याला विषयाचे कोणतेही बंधन नाही. जनतेला शिक्षित करणे, माहिती पुरविणे आणि मनोरंजन करणे हे आकाशवाणीचे उद्दिष्ट आहे. त्यामुळे हुंडाबळी, जातीयता, कुटुंबकल्याण, प्रदूषण असे विविध विषय असू शकतात. यात पात्रांची संख्या जास्त असू नये. यातील संवाद कथानकाला पुढे नेणारे असावेत. आवाजांमधील फरकामुळेच श्रोत्याला पात्रांची ओळख होते. त्यामुळे आवाजातील फरक जाणवेल असे संवाद असावेत. वेगवेगळ्या आवाजांतील फरकांचा उपयोग करून घेणे हेच नभोनाट्याच्या यशस्वीतेचे गमक आहे.

दोन स्त्रिया वा दोन पुरुष यांच्यापेक्षा स्त्री व पुरुष यांच्या संवादांचा अधिक परिणाम होतो. दोन वा तीन पुरुष स्त्रिया असतील तर त्यांच्या वयातील, सामाजिक स्तरातील वेगळेपणा लक्षात येईल अशी मांडणी-संवाद हवेत. मालकीण-मोलकरीण, मालक-गडी, साहेब-शिपाई, नाते संबंधानुसार योजना हवी. एकूणच काय नभोनाट्याचे सादरीकरण श्राव्य हवे. हे नभोनाट्य ३० वा ६० मिनिटांचे असते.

वेगवेगळ्या स्वरूपाचे ध्वनी-रेल्वे, मोटार, बॉम्बस्फोट, विजांचा कडकडाट, बंदुकांचे आवाज, पिस्तुलाचा आवाज, तोफा, विमानांची घरघर,

समुद्राच्या लाटांचा आवाज, झऱ्याचा झुळझुळ आवाज, पक्ष्यांचे आवाज, तलवारींचा खणखणाट, ढोल, ताशे, शंख, तुतारी, देवळातील घंटा, प्राण्यांचे आवाज आणि पार्श्वसंगीताची जोड नभोनाट्यासाठी उपयुक्त ठरते. ध्वनींच्या संगीताच्या वैविध्यामुळे श्रोत्यांना खिळवून ठेवणे सुलभ होते. दृक माध्यमातील पात्रांच्या हावभावांना, स्वगतांना स्थान नसते.

दादू इंदुरीकरांचे 'गाढवाचं लग्न', बंधुमाधव यांचे 'रमाई', जी. ए. कुलकर्णी यांचे 'विदूषक', अनिल बर्वे यांचे 'स्टडफार्म', प्रेमानंद गज्वी यांचे 'तनमाजोरी', विजय तेंडुलकर यांचे 'रात्र', लक्ष्मीकांत देशमुख यांचे 'मृगतृष्णा', चंद्रकांत बर्वे यांचे 'शस्त्रसंन्यास' अशी कितीतरी नभोनाट्याची उदाहरणे सांगता येतील.

आकाशवाणीवरील श्रुतिका :

श्रुतिका हे नभोनाट्याचे लघुरूप म्हणता येईल. श्रुतिकेचे कथानक आटोपशीर असते. पात्रांची संख्या मर्यादित असते. प्रसंगांचे वैचित्र्यही मर्यादित असते. त्यामुळे पार्श्वसंगीत, ध्वनिसंकेत यांचा वापर मर्यादित असतो. इतर सर्व तंत्रे, पथ्ये नभोनाट्यासारखी पाळावी लागतात.

याबरोबरच ६ ते १४ वयोगटातील मुलांसाठी 'बालोद्यान' (पुणे आकाशवाणी) हा कार्यक्रम सादर केला जातो. नव-नवी माहिती देणे, मनोरंजन करणे, त्यांच्यातील सुप्त कलागुणांना वाव देणे अशी जबाबदारी या कार्यक्रमांवर असते. यात नाटिका, संगीतिका, मुलाखती, चर्चा, नभोनाट्ये, भाषणे, प्रसंगनाट्यदर्शन, कोडी, गाण्यांच्या भेंड्या, कथाकथन असे विविध कार्यक्रम सादर केले जातात. कालप्रवाहाबरोबर बदलत्या परिस्थितीची जाणीव करून देणे, त्यांचा आत्मविश्वास वाढविणे, ताण कमी करणे, शंका दूर करणे हे उद्देश त्यामागे आहेत. याबरोबरच शालेय कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. महाराष्ट्रात सर्वत्र शालेय अभ्यासक्रम समान असल्याने राज्यभर समान शालेय कार्यक्रम सादर केले जातात. सोमवार ते शुक्रवार मुलांसाठी व शनिवारी शिक्षकांसाठी कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. रोज सकाळी ९.१० ते ९.३० असा २० मिनिटांचा पूर्वार्ध व १० मिनिटांच्या मध्यांतरानंतर ९.४० ते १० असा २० मिनिटांचा उत्तरार्ध प्रसारित केला जातो. हेचं कार्यक्रम दुपारी ३.०० ते ३.२० व ३.३० ते ३.५० या वेळेत पुन्हा सादर केले जातात. तिसरी ते दहावीपर्यंतच्या विद्यार्थ्यांसाठी हे कार्यक्रम सादर केले जातात. ५०% अभ्यासक्रमावर आधारित व ५०% त्याला पूरक असे स्वरूप असते. वर्षभरातील कार्यक्रमांचे वेळापत्रक तयार करून आकाशवाणी प्राथमिक व माध्यमिक शाळांना मोफत पाठविते. विद्यार्थ्यांना वर्गात त्याचा लाभ घेता यावा हा उद्देश त्यामागे आहे.

युवकांसाठी 'युववाणी' हा कार्यक्रम प्रसारित केला जातो. राष्ट्रउभारणीतील युवकांचे महत्त्व लक्षात घेऊन रोज ३० मिनिटे हा कार्यक्रम सादर केला जातो.

युवकांच्या समस्या, उद्योजकता विकास, व्यवसाय मार्गदर्शन, साहसी उपक्रम, क्रीडा स्पर्धा, गिरिभ्रमण, गिर्यारोहण, मुष्टियुद्ध, ज्युडो-कराटे, जलतरण, स्नेहसंमेलने, वक्तृत्व, वादविवाद-नाट्य-चित्रकला-गायनादी स्पर्धा असे विविध विषय त्यात येतात.

महिलांसाठी गृहिणी, माहेर अशा शीर्षकांखाली आठवड्यातून दोन वा तीनदा हे कार्यक्रम सादर केले जातात. यात महिलांच्या समस्या, कौटुंबिक ताणतणाव, सकस आहार, मुलांचे संगोपन, घरगुती औषधे, गृहउद्योग, पाकक्रिया अशा विविध विषयांचा यात समावेश होतो. यात स्त्रियांच्या बोलीभाषेला प्राधान्य दिलेले असते.

शेती आणि ग्रामीण भागासाठी विविध कार्यक्रम सादर केले जातात. शेती व गृह विभागामार्फत दररोज ४० ते ६० मिनिटांचा कार्यक्रम सादर केला जातो. यात शेतीसंबंधीच्या कार्यक्रमांबरोबरच दुग्धविकास, कुक्कुटपालन, पशुसंवर्धन, साक्षरताप्रसार, सहकार, आरोग्य, शासकीय योजना, अनुदाने, ग्रामविकास, स्वयंसेवी संस्थांची कार्ये असे विविध कार्यक्रम सादर केले जातात.

आकाशवाणीबरील संगीतविषयक कार्यक्रम :

संगीत हा आकाशवाणीवरील आणखी एक महत्त्वाचा कार्यक्रम. शास्त्रीय संगीत, नाट्यसंगीत, सुगम संगीत, ठुमरी-दादरा यांसारखे उपशास्त्रीय संगीत, लोकसंगीत, चित्रपट संगीत असे संगीताचे विविध प्रकार आहेत. संगीत प्रकारांच्या विकासात आकाशवाणीचा महत्त्वपूर्ण वाटा आहे. दररोज संगीताचे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. श्रीनिवास खळे, गजानन वाटवे, सुधीर फडके, हृदयनाथ मंगेशकर अशा संगीत दिग्दर्शकांनी चाली लावलेली भावगीते आकाशवाणीवरून सादर करण्यात येतात.

आकाशवाणीवरील परिसंवाद :

विविध ठिकाणी विविध विषयांवर परिसंवाद होत असतात. तसेच काहीसे स्वरूप याचे असते. मात्र आकाशवाणीवरील परिसंवाद १० ते १२ मिनिटांचा असतो. वेळेच्या मर्यादेमुळे येथे थोडक्यात व मुद्देसूद विचार मांडावे लागतात. एखाद्या विशिष्ट विषयावर वेगवेगळ्या तज्ज्ञ व्यक्ती आपले विचार मांडतात. संयोजक तो विषय पुढे नेण्यासाठी मदत करतो आणि अखेरी त्या चर्चेचे सार सांगतो.

आकाशवाणीवरील जाहिरात :

आकाशवाणीवरील जाहिरात १० सेकंदापासून ६० सेकंदापर्यंत आढळते. जाहिरात ही आज पासष्टावी कला म्हणून ओळखली जाते. उत्पादक कंपनीच्या खर्च करण्याच्या ऐपतीप्रमाणे ठरावीक सेकंदांत उत्पादित वस्तूची स्वरूप, वैशिष्ट्ये, गुण, वेगळेपणा, विश्वासार्हता य गोष्टी बिंबवायच्या असतात.

साहजिकच हे केवळ श्राव्य माध्यम आहे. याचे भान ठेवून गृहोपयोगी वस्तू, इलेक्ट्रॉनिक वस्तू, वाहने, शेतीशी संबंधित उत्पादने, ट्रक, ट्रॅक्टर, कीटकनाशके, बी-बियाणे, साबण, तेले, वेगवेगळ्या क्रीम अशा वस्तूंच्या जाहिराती केल्या जातात. पुरुष, स्त्रिया, मुले, प्रसिद्ध व्यक्ती यांच्या विशिष्ट शैली यांच्या माध्यमातून या जाहिराती केल्या जातात. आकाशवाणी हे फक्त श्राव्य माध्यम असल्याने त्यात संगीताचा योग्य वापर जाहिरातीची परिणामकारकता वाढविण्यास मदत करतो.

शासन जनहितार्थ विविध प्रकारची माहिती, ज्ञान, प्रबोधन असलेल्या जाहिराती आकाशवाणीवरून करीत असते. कुटुंबकल्याण, वृक्षलागवड व संवर्धन, पाण्याची-इंधनाची बचत, पल्स पोलिओ, हुंडाबळी, लसीकरण, आरोग्य, आग-महापूर-भूकंप-बॉम्ब यांपासून बचाव करण्यासाठी दक्षता, शासकीय योजना, सवलती यांचाही यात समावेश करता येईल. त्यामुळे या जाहिरातींना निवेदनाचे स्वरूप प्राप्त होते. कल्याण हाच येथे हेतू असतो.

समारोप :

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम असले आणि त्याला काही मर्यादा असल्या तरी प्रवासात, काम व कोठेही सोबत नेऊन याचा आस्वाद घेता येतो. निरक्षरता, वाचन-लेखनाचा अभाव, सामाजिक व शेतकरी, कामगार, महिला, तरुण, मूल, साहित्यिक, प्रशासक अशा सर्वच स्तरांतील लोकांना याचा लाभ घेता येतो. संगीत, वार्तापत्रे, नभोनाट्य, भाषण, रूपक, श्रुतिका, वार्तापत्रे, जाहिराती अशा विविध स्वरूपांत आकाशवाणी एकाचवेळी मोठ्या जनसमूहास उपलब्ध होते. प्रत्येक आकृतिबंधाचे विशिष्ट स्वरूप असते. त्यानुसार मराठी भाषेचा अनुरूप वापर केला जातो. सर्वच पातळ्यांवरील कार्यक्रम यशस्वी करण्यासाठी मराठी तितकीच सक्षम ठरते. मात्र विज्ञान-तंत्रज्ञान, कायदा-न्याय यांसारख्या व समर्थपणे उभे राहणे एक आव्हान आहे. याचेही भान ठेवणे उचित ठरेल.

वृत्तपत्र : एक प्रभावी प्रसारमाध्यम

डॉ. केशव तुपे

महाराष्ट्रात वृत्तपत्रांना मोठी परंपरा आहे. बाळशास्त्री जांभेकर, लोकहितवादी, शि. म. परांजपे, लो. टिळक, गो. ग. आगरकर, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर, प्र. के. अत्रे इत्यादी महापुरुषांनी समाजात पुनरुत्थानाची चळवळ 'वृत्तपत्र' याच माध्यमाघासून सुरू केल्याचे दिसते. 'दर्पण', 'दिग्दर्शन', 'प्रभाकर', 'काळ', 'केसरी', 'मराठा', 'मूकनायक', 'नवयुग', 'तरुण भारत', 'नवा काळ' यांसारखी वर्तमानपत्रे महाराष्ट्राचा उज्ज्वल इतिहास निर्माण करणारी ठरली आहेत. पण स्वातंत्र्योत्तर कालखंडात यातील बरीचशी वृत्तपत्रे बंद झाली आणि मराठी वृत्तपत्रसृष्टीने नवे रूप धारण केले. समाजप्रबोधन, राष्ट्रीय एकात्मता, सामाजिक न्याय, स्वातंत्र्य चळवळ या बाबींना समर्पित असणारी त्या काळातील वृत्तपत्रे होती. प्रजासत्ताक गणराज्य म्हणून भारत देश अस्तित्वात आल्यानंतर लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ म्हणून वृत्तपत्रांकडे पाहण्याचा दृष्टिकोण अधिकच वाढला. मुद्रित माध्यम म्हणून त्याचे स्थान प्रसारमाध्यमांत अग्रस्थानी येते. डॉ. श्रीपाद जोशी म्हणतात– ''स्वतंत्र माध्यम म्हणून छापील माध्यमांनीच सुरुवातीपासूनच आपले वेगळे स्थान निर्माण केलेले होते. त्यातही वृत्तपत्रांचे स्थान हे लोकशिक्षण, प्रबोधन, लोकांच्या समस्या मुखरित करणारे, त्यांच्या स्वातंत्र्याचा, मूल्यांचा उद्घोष करणारे, जीवनाला सर्वार्थाने इष्ट वळण लावण्यासाठी धडपडणारे माध्यम म्हणून निश्चित झाले.'' आणि म्हणूनच अनेकांनी या माध्यमाचा अंगीकार सेवा व्रत म्हणून, लोकशिक्षणाचे साधन, लढ्याचे हत्यार, लोकांना संघटित करण्याचे व्यासपीठ म्हणून केल्याचे दिसून येते. सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक, आर्थिक विकासासाठी व समाजपरिवर्तन घडवून आणण्यासाठी वृत्तपत्रांची भूमिका महत्त्वाची ठरते.

बदलत्या काळाप्रमाणे वृत्तपत्रेही बदलत आहेत. आर्थिक नफ्या–तोट्याच्या गणितावर आजच्या वृत्तपत्रसृष्टीचा डोलारा उभा आहे. जाहिरातदारांच्या पाठिंब्यावर मदार ठेवूनच वृत्तपत्रांनी विकास साध्य केला आहे आणि त्या जाहिरातदारांच्या बाजारू अर्थव्यवस्थेला पूरक ठरेल अशाच प्रकारची वर्तमानकालीन वृत्तपत्रे धोरण तयार करीत आहेत त्यामुळे बाजाराच्या

अर्थव्यवस्थेला आवश्यक तसा समाज घडविण्यासाठी विदग्धतेचा, अभिरुची, विचारांचा बळी देण्याची करावी लागणारी तयारी अशा विचित्र पेचात काही भाषिक वृत्तपत्रे सापडलेली दिसतात; कारण विचारांचा बळी देणारे 'वृत्तपत्र' जनमानस स्वीकारायला तयार नसते. प्रादेशिक, भाषिक, सांस्कृतिक अस्मिता वृत्तपत्राने सांभाळावी अशी जनसमूहाची अपेक्षा असते. त्याचबरोबर 'राजकीय विचार' घेऊन उभी असणारी काही वृत्तपत्रे आपणास आज मोठ्या खपाची दिसतात. लोकशाही मूल्यांचा पुरस्कार करण्याऐवजी 'व्यक्तिपूजक' भूमिका शिरोधार्य मानून जनमानसात प्रभाव निर्माण करण्याचा प्रयत्न सातत्याने होताना दिसतो. दै. सामना, दै. लोकमत यांसारखी महाराष्ट्रातील अग्रेसर वृत्तपत्रे पक्षीय भूमिकांचा त्याग करून जनमानसात रुजू पाहत नाहीत तर याच पक्षीय भूमिका सामान्यांपर्यंत पोहोचविणे त्यांना राजकीय हिताचे वाटते.

याही काळात स्वतंत्र जनसामान्यांचे माध्यम म्हणून आणि लोकशाही मूल्यांचे संवर्धन करण्याच्या भूमिकेतून आजही अनेक वृत्तपत्रे हे कार्य प्रभावीपणे करताना दिसतात. दै. लोकसत्ता, दै. महाराष्ट्र टाइम्स, दै. नवा काळ, दै. गावकरी, दै. पुढारी इत्यादी काही नावे यात सांगता येतील. १९९० च्या दशकानंतर तंत्रज्ञानात प्रचंड बदल घडून आले. इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांचा मुक्त संचार वाढला, विविध खाजगी उपग्रह वाहिन्या सुरू झाल्या, नवनवीन तंत्रज्ञान आले आणि यात वृत्तपत्रांनीही उडी घेतली. स्वत:ला काळाप्रमाणे बदलवून 'मुद्रित माध्यमांचे' महत्त्व कायम ठेवले. या बदलाविषयी डॉ. सुधीर गव्हाणे म्हणतात, ''वृत्तपत्रे ही स्वत:ला बदलताहेत, वृत्तपत्रे आपल्या इंटरनेट व ऑनलाईन एडिशन्सद्वारे जगभरातील आपल्या वाचकांना पानाच्या कागदी मर्यादा ओलांडून प्रचंड नि तपशीलवार माहिती पुरविताहेत.'' यासोबतच आता वर्तमानपत्रे, मोबाईल कंपन्यांच्या सहकार्याबरोबर आपल्या वाचकांना ताज्या बातम्या मोबाईलवर देऊ लागली आहेत. वाचक जगात कोठेही असला तरी तो आपल्या शहरातील/भागातील बातम्या, घडामोडी ऑनलाईन घेऊ शकतो.

त्याचसोबत ऑडिओ, व्हिडिओ, छायाचित्रे यांची त्याला जोड मिळाली आहे. त्यामुळे चोवीस तास वृत्त प्रसारित करणाऱ्या वाहिन्यांचा झंझावात आला असला तरी 'वृत्तपत्रांचे' महत्त्व कमी झाले नाही. आपले 'स्वत्व' ती टिकवून आहेत. याचे विश्लेषण करताना समीरण वाळवेकर म्हणतात, ''अशा परिस्थितीत इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे कदाचित वर्तमानपत्रांच्या आधी सारे काही दाखवतील, कुरघोडी करतील; पण विचार करायला लावण्याइतका प्रभाव नाही टाकू शकणार. ते काम वर्तमानपत्रांनाच करावे लागेल. जगात सतत काही घडत असते हे खरे; पण नेहमी पहिल्यांदाच घडत नसते, त्याचा स्थळ-काळाशी आणि इतिहासाशी संबंध असतो. त्याची कारणमीमांसा असते. धावत्या इलेक्ट्रॉनिक जगाच्या बातम्यांमध्ये

फक्त घटना आणि तिचं वार्तांकन शक्य असते; पण मीमांसेला प्रचंड मर्यादा असतात हे विसरता येणार नाही. या मीमांसेच्या बाबतीत मुद्रित माध्यमे जास्त प्रभावी, दीर्घकाळ स्मरणात राहणारी आणि मनावर ठसा उमटवणारी ठरतात.'' या मतावरून स्पष्टपणे बदलत्या काळातही 'वृत्तपत्रां'चे महत्त्व अधोरेखित होते. लोकशिक्षणाबरोबरच मनोरंजन, सांस्कृतिक उपक्रम, अर्थशास्त्रीय विश्लेषण, क्रीडा विश्लेषण, राजकीय वास्तव, जनसामान्यांचे प्रश्न मांडणारे एक 'बहुमाध्यम' म्हणून त्याच्याकडे पाहवे लागते.

ꣻꣻ

वृत्तपत्रीय लेखनकौशल्य

प्रा. श्रीराम य. गडकर

प्रास्ताविक :

आपल्या दैनंदिन जीवनात प्रसारमाध्यमांचे महत्त्व वाढत आहे. आजच्या युगाला 'माहिती तंत्रज्ञान युग' असे म्हटले जाते. या युगात आकाशवाणी, दूरदर्शन, वर्तमानपत्रे आदी माध्यमे आपल्या दैनंदिन जीवनाचा अविभाज्य भाग बनली आहेत.

आपल्या दैनंदिन जीवनात वर्तमानपत्र वाचण्याची आवड असणारा माणूस त्याच्या वेळेला वर्तमानपत्र वाचायला मिळाले नाही की अस्वस्थ होतो. वर्तमानपत्र न वाचणारा माणूस मिळणे तसे दुर्मिळ आहे. संपादकीय, स्तंभलेख, प्रासंगिक लेख, मुलाखती, वाचकांचा पत्रव्यवहार, जाहिराती, बातम्या, विविध पुरवण्या, रविवारची पुरवणी, इ. वेगवेगळे पैलू असलेले लेखन वर्तमानपत्रांतून प्रसिद्ध होत असते.

आपले विचार-मते-समस्या मांडण्याची एक हक्काची जागा म्हणून सर्वसामान्य माणूस वर्तमानपत्रांकडे पाहत असतो. याशिवाय प्रबोधन करणे, माहिती देणे, मनोरंजन करणे, शिक्षण देणे, लोकजागृती करणे, लोकमानस घडविणे इ. दृष्टीनेही वर्तमानपत्रांचे स्थान महत्त्वपूर्ण आहे. भारतासारख्या विकसनशील देशात वर्तमानपत्रांची फार मोठी जबाबदारी आहे. गेल्या काही वर्षांत 'सबसे तेज' बातम्या ब्रेकिंग न्यूज सलगपणे देणाऱ्या अनेक वाहिन्या दूरचित्रवाणीवर असूनही या स्पर्धेच्या युगात वर्तमानपत्रांचे महत्त्व अजिबात कमी झालेले नाही, असे लक्षात येते.

या पार्श्वभूमीवर आपण 'वृत्तपत्रीय लेखनाच्या' विविध पैलूंचा विचार करणार आहोत. वृत्तपत्रीय लेखन व वाङ्‌मयीन लेखन यातील साम्य व भेद स्पष्ट करताना प्रा. प्रसन्नकुमार अकलूजकर म्हणतात की, ''वृत्तपत्रीय लेखन व वाङ्‌मयीन लेखन यातील साम्य-भेद लक्षात घेण्याची आवश्यकता आहे.'' वृत्तपत्राचे लेखन हे 'साहित्य' (लिटरेचर) होऊ शकते का? हा चर्चेचा मुद्दा आहे. त्याविषयी फारसे भाष्य न करता वाङ्‌मयीन लेखनापेक्षा वृत्तपत्रीय लेखन कसे वेगळे आहे हे पाहता येईल. वृत्तपत्रीय लेखन हे प्रामुख्याने तीन प्रकारचे असते. बातमी, अग्रलेख आणि लेख (फिचर) अशी त्याची ढोबळमानाने विभागणी

करता येईल. दैनिक वृत्तपत्राची पानांची रचना व स्वरूप लक्षात घेतले तर वृत्तपत्रीय लेखनाच्या या तीनही प्रकारांचे स्थान लक्षात येईल. कोणत्याही आठ, बारा किंवा सोळा पानी मराठी भाषिक वा इंग्रजी दैनिकात पन्नास ते साठ टक्के संपादकीय मजकूर म्हणजे प्राधान्याने बातम्या व लेख होत. अर्थात दैनिकात बातम्यांनाच प्राधान्य असते. स्थानिक, प्रादेशिक, राष्ट्रीय व आंतरराष्ट्रीय पातळीवरील बातम्या या अंकात दिसतात. सर्वसाधारणपणे बातम्यांमध्ये भाष्य नसते. भाष्य आढळते ते अग्रलेखाच्या पानावर. अग्रलेख, अग्रलेखाशेजारील लेख, स्फुट, वाचकांचा पत्रव्यवहार असे स्थूलमानाने या पानाचे स्वरूप असते. याखेरीज उद्योग, अर्थ, शेती, कामगार, नाट्यचित्र, क्रीडा अशा विषयांसंबंधीचे दैनंदिन लेखन त्या त्या 'सदरा'खाली प्रसिद्ध होत असते.'' वाङ्मयीन लेखनापेक्षा वृत्तपत्रीय लेखन हे वेगळे असते. त्यामुळे कायदेमंडळ, कार्यपत्रिका, न्यायपालिका यांच्याप्रमाणे वृत्तपत्रांना लोकशाहीचा चौथा स्तंभ असे म्हटले जाते.

बातमी लेखन :

'कोण', 'काय', 'कोठे', 'केव्हा', 'का' या जगभरातील वृत्तपत्रसृष्टीला मान्य असलेल्या पाच 'क' कारांच्या एकसंघपणातून बातमी तयार केली जाते. याच्या बरोबरीने सारे 'कसे' घडले हेही सांगण्याची आवश्यकता असते त्यामुळे 'कसे' हाही घटक महत्त्वाचा असतो.

'वृत्तपत्र' म्हणजे बातमी अथवा वृत्त देणारे, माहिती देणारे साधन होय. 'बातमी' ही कोणत्याही वर्तमानपत्राचे भांडवल असते. बातमी ही ताजी असते. ताज्या घडामोडी टिपणारी असते. हा ताजेपणा, नवेपणा टिकविण्याचा प्रयत्न वृत्तपत्रे करत असतात. त्यातून वृत्तपत्राची विश्वासार्हता, त्याचे वेगळेपण वाचकांच्या मनात ठसते. सर्वसमावेशक वृत्त देणारे पत्र म्हणजे वृत्तपत्र होय.

संसद, विधिमंडळ, न्यायालये, महानगरपालिका, नगरपालिका, जिल्हाधिकारी कार्यालय, जिल्हा परिषद, पोलिस आयुक्त कार्यालय, पोलिस अधीक्षक कार्यालय, खेळांची मैदाने, औद्योगिक क्षेत्र, शेती, सहकार, शिक्षण, आरोग्य, वाङ्मयीन संस्था, सांस्कृतिक केंद्रे, विद्यापीठ, परीक्षा मंडळ, बचत गट इ. अनेक ठिकाणी बातमी तयार होत असते. ही बातमी मिळविण्यासाठी बातमीदाराची धडपड असते. त्यासाठी बातमीदाराचे वेगवेगळ्या क्षेत्रांत मित्र असले पाहिजेत. कष्ट करण्याची तयारी असायला हवी. विद्यार्थिदशेतच-उमेदवारीच्या कालखंडात आणि पत्रकार म्हणून स्थिरस्थावर झाल्यानंतरही त्याचे चौफेर वाचन असले पाहिजे म्हणजे चिंतनाने-मननाने-विचार करून त्याला दर्जेदार बातमीलेखन करता येईल.

बातमी आणि त्याला जोडूनच पण त्यापूर्वी शब्द येतो. या शब्दांच्या माध्यमातून-शब्दांचा वापर करून बातमीदार बातमी तयार करतो. बातमी

लिहिताना त्या घटनेतील सर्वांत महत्त्वाची गोष्ट अग्रभागी यायला हवी. या मोजक्या तपशिलातच बातमीचे शीर्षक सापडले पाहिजे. म्हणजेच बातमीचा इंट्रो (सारांशरूपातील बातमीचा पहिला परिच्छेद, पाच 'क' कारांची उत्तरे) व बातमीचा लीड (शीर्षक) यातच हे सगळे पैलू स्पष्ट झाले पाहिजेत. बातमीलेखनात सोपी, सुटसुटीत भाषा असायला हवी. वाक्यरचनाही छोटी, सर्वांना समजणाऱ्या शब्दांनी परिपूर्ण असली पाहिजे. कमीत कमी शब्दांचा वापर करूनच बातमी लिहावी लागते. पाल्हाळीक, निबंधवजा बातमीलेखन करणे चुकीचे आहे. बातमीतील तपशील, बातमीतील गुंता याबाबत वाचक अडखळणार याची काळजी घ्यावी लागते. 'सारांश लीड', 'बंदुकीच्या गोळीसारखा लीड', 'साहित्यिक लीड', 'अवतरणात्मक लीड' याशिवाय प्रश्नार्थक, निवेदनात्मक, विरोधात्मक असे लीडचे विविध प्रकार आहेत.

अग्रलेख :

इंग्रजी राजवटीच्या परिचयामुळे आचार्य बाळशास्त्री जांभेकर या उमद्या तरुणाने आपल्या वयाच्या विसाव्या वर्षी ६ जानेवारी १८३२ रोजी 'दर्पण' नावाचे मराठीतील पहिले नियतकालिक सुरू केले. म्हणूनच महाराष्ट्रात ६ जानेवारी हा दिवस 'पत्रकार दिन' म्हणून साजरा केला जातो. ज्ञानाचा प्रसार करणे, लोक सुधारणा करणे, स्वदेशाचा अभिमान जागृत करणे आदी उद्देश समोर ठेवून आपले पत्र सुरू केल्याचे ते आपल्या संपादकीयामध्ये लिहितात. या पत्रामुळे मराठी साहित्यात 'निबंध' हा एक साहित्यप्रकार नव्याने निर्माण झाला. या व यानंतरच्या 'दिग्दर्शन', 'प्रभाकर', 'सत्सार' (संपा. महात्मा जोतीराव फुले) (१३ जून १८८५), 'मुंबई अखबार' (जुलै १८४०), 'इंदुप्रकाश' (१८५७), इ. पत्रांनी व त्यांच्या संपादकांनी आपल्या अग्रलेखाच्या माध्यमातून लोकमानस जागृत करण्याचे कार्य केले.

स्वातंत्र्यपूर्व कालखंडात लोकमान्य बाळ गंगाधर टिळक (केसरी, मराठा), प्राचार्य गोपाळ गणेश आगरकर (सुधारक), शिवराम महादेव परांजपे (काळ), भास्कर बळवंत भोपटकर (भाला), डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर (बहिष्कृत भारत, एप्रिल १९२७), (जनता – १९३०), (मूकनायक), (प्रबुद्ध भारत – १९५६) या पत्रांच्या संपादकांनी आपल्या अग्रलेखांच्या माध्यमातून राजकीय, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक सुधारणांचे फार मोठे कार्य केले.

आपल्या एका संपादकीयामध्ये डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर म्हणतात की, "हिंदू धर्मीयांत असलेली ही विषमता जितकी अनुपम आहे तितकीच ती निंदास्पद आहे. कारण विषमतेनुसार होणाऱ्या व्यवहाराचे स्वरूप हिंदू धर्माच्या शीलाला शोभण्यासारखे खास नाही. हिंदू धर्मात समाविष्ट होणाऱ्या जाती उच्च-नीच भावनेने प्रेरित झाल्या आहेत हे उघड आहे. हिंदू समाज हा एक मनोरा आहे

व एक एक जात म्हणजे त्याचा एक एक मजलाच होय. पण लक्षात ठेवण्यासारखी गोष्ट ही आहे की, या मनोऱ्याला शिडी नाही आणि म्हणून एका मजल्यावरून दुसऱ्या मजल्यावर जाण्यास मार्ग नाही. ज्या मजल्यात ज्यांनी जन्मावे, त्याच मजल्यात त्यांनी मरावे. खालच्या मजल्यातला इसम, मग तो कितीही लायक असो, त्याला वरच्या मजल्यात प्रवेश नाही. वरच्या मजल्यातला माणूस मग तो कितीही नालायक असो, त्याला खालच्या मजल्यात सोडून देण्याची कोणाची प्राज्ञा नाही.'' संपादक आपल्या अग्रलेखांच्या माध्यमातून वैचारिक-सामाजिक प्रबोधन करू शकतात याचे प्रत्यंतर या अग्रलेखातून येते.

स्वातंत्र्यपूर्व कालखंडात 'सकाळ' (१ जानेवारी १९३२) च्या अग्रलेखांनी आणि स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतरही डॉ. नानासाहेब परुळेकर आणि त्यानंतरच्या संपादकांनी महत्त्वपूर्ण कामगिरी बजावली. प्रभावी अग्रलेख लेखनासाठी संपादकाकडे कोणते गुण असावेत याचे विवचेन करताना ना. भि. परुळेकर असे म्हणतात की, ''वृत्तपत्राचा संपादक होऊ इच्छिणाऱ्यात माझ्या मते चार गुण हवेत. पहिला गुण त्याच्याजवळ समाजाच्या सुखदु:खाची नेहमी कदर हवी व त्याचे अंत:करण समाजाची दु:खे निवारण करण्याला वाहिलेले असले पाहिजे. त्या रोखाने लोकांना शिकविणे, जागे करणे, त्यांच्याकरिता भांडणे ही कामे त्याने करावयाची आहेत. दुसरा गुण भरपूर वाचन पाहिजे. मी परदेशी, देशात हिंडतो, इतकी सार्वजनिक कामे करतो तरी मी वाचलेल्या कितीतरी पुस्तकांवर खुणा केलेल्या आढळतात. वाचन हे ज्ञानाचे साधन, ते सतत जागते ठेवणारा खरा व बहुश्रुत संपादक होऊ शकेल. तिसरा गुण या व्यवसायात अत्यंत कष्ट करण्याची तयारी हवी. वाचन, सार्वजनिक कामे आणि वृत्तपत्राचा रोजचा रगाडा सांभाळण्यात मला कमीत कमी दहा ते बारा तास लागत. असले श्रम रोज करण्याची तयारी संपादकाची हवी. चौथा गुण इंग्रजी चांगले यावयास हवे. त्याचे नित्य वाचन ठेवून संपादकाने जगाशी संबंध राखला पाहिजे. हे चार गुण संपादकाच्या यशाची चतु:सूत्री समजतो.'' संपादक म्हणून आपल्या वृत्तपत्राचे नेतृत्व करण्यासाठी आणि प्रभावी अग्रलेखांचे लेखन करण्यासाठी किती कष्ट घ्यावे लागतात याचे प्रत्यंतर या विवेचनातून येते.

स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतरच्या कालखंडात 'सकाळ' या वृत्तपत्रासोबतच 'लोकसत्ता' (१९४८), 'मराठा' (१९५०), 'महाराष्ट्र टाइम्स' (१९६२), लोकमत, ऐक्य, पुढारी, गावकरी, प्रभात, पुण्यनगरी इ. वृत्तपत्रांचे योगदान महत्त्वपूर्ण आहे. 'मराठा'चे संपादक आचार्य प्र. के. अत्रे यांच्या अग्रलेखांचा संयुक्त महाराष्ट्राच्या निर्मितीसाठी फार मोठा वाटा होता हे सर्वश्रुतच आहे. भारताचे पहिले पंतप्रधान पंडित जवाहरलाल नेहरू यांच्या मृत्यूनंतर त्यांनी लिहिलेले मृत्युलेख 'सूर्यास्त' या साहित्यकृतीच्या माध्यमातून आपणा सर्वांच्या परिचयाचे आहेत. वा. भ.

कर्णिक, ग. त्र्यं. माडखोलकर, जयंतराव टिळक, बाबुराव ठाकूर, अनंत भालेराव, गोविंद तळवळकर, गणपतराव जाधव, अनंत पाटील, माधव गडकरी, रंगा वैद्य इत्यादी संपादकांच्या लेखनात तर्कशुद्ध मांडणी, प्रचंड व्यासंग, परखडपणा, नि:संदिग्धपणा, एक साहित्यिक शैली आहे.

जून १९७५ ते जानेवारी १९७७ हा आणीबाणीचा कालखंड वृत्तपत्रांच्या दृष्टीने कसोटीचा कालखंड होता. लेखन स्वातंत्र्यावर लादण्यात आलेल्या निर्बंधावर 'साधना'चे संपादक यदुनाथ थत्ते, 'मराठवाडा'चे संपादक अनंत भालेराव व अन्य काही संपादकांना, पत्रकारांना चिवट संघर्ष करावा लागला होता.

वृत्तपत्रीय लेखनात अग्रलेखांचे महत्त्व विशद करताना प्रा. प्रसन्नकुमार अकलूजकर म्हणतात की, ''वृत्तपत्रीय लेखनात अग्रलेख हा सर्वाधिक महत्त्वाचा असतो. निरनिराळ्या पाहणीनुसार अग्रलेखांचा वाचकवर्ग टक्केवारीच्या दृष्टीने अतिशय मर्यादित असला तरी जनमत घडविण्याच्या संदर्भात अग्रलेखाचे स्थान मोठे असते हे विसरून चालणार नाही. माहिती देणे, भाष्य करणे, लोकमत घडविणे, टीका करणे ही अग्रलेखांची प्रदीर्घ परंपरा आहे. 'केसरी'कार लोकमान्य टिळक यांच्यापासून आजच्या घडीला 'महाराष्ट्र टाइम्स' कार गोविंद तळवळकर यांच्यापर्यंत अनेकांनी आपल्या शैलीदार लेखनाने महत्त्वाची कामगिरी बजावली आहे.'' वृत्तपत्रात प्रकाशित होणाऱ्या सर्व लेखनाची कायदेशीर जबाबदारी संपादकावर असते. अग्रलेखाचे लेखन करताना कोणताही पूर्वग्रह मनात न ठेवता तटस्थपणाने लेखन करावे अशी अपेक्षा असते.

रुसो, व्हॉल्टेअर या तत्त्वचिंतकांनी वर्तमानपत्रांच्या माध्यमातून आपल्या लेखणीने फ्रेंचमधील तरुणांची मने पेटविण्याचे कार्य केल्यामुळे इ. स. १७८९ मध्ये फ्रेंच राज्यक्रांती झाली. असे म्हणतात की, रुसो, व्हॉल्टेअर झाले नसते तर फ्रेंच राज्यक्रांती झाली नसती आणि फ्रेंच राज्यक्रांती झाली नसती तर नेपोलियन बोनापार्ट जन्माला आला नसता. या राज्यक्रांतीसारख्या उदाहरणांवरून वृत्तपत्रीय लेखनात परिवर्तनाची किती मोठी शक्ती आहे हे लक्षात येते.

लेख :

ऑक्सफर्ड शब्दकोशात फिचरचा अर्थ खास लेख किंवा मुख्य लेख असा दिला आहे. या फिचरच्या निर्मितीच्या प्रेरणांचा, पार्श्वभूमीचा शोध घेताना अरुण खोरे म्हणतात, ''जगातील एकूण जनजीवन जसे बदलले तसे वृत्तपत्राचे स्वरूपही झपाट्याने बदलू लागले आहे. केवळ बातम्या आणि माहिती देऊन वृत्तपत्र थांबत नाही. त्याने आता अधिक संवादी भूमिका घेतली आहे. त्यामुळे वृत्तपत्राचा चेहरा-मोहरा बदलला आहे. एका बाजूने हा बदल वरवरचाही आहे आणि दुसऱ्या बाजूने आतूनही होतो आहे. म्हणजे त्याची रंगरंगोटी आकर्षक बनली

आहे. स्वरूपात आकर्षकपणा वाढला आहे आणि त्याचवेळी आतले मूलतत्त्वही समृद्ध होते आहे. सर्वच जबाबदार वृत्तपत्रांनी हे बदल स्वीकारले आहेत आणि त्यामुळे एकूण स्वरूपातही वेगळेपण जाणवू लागले आहे. साध्या सरळ बातम्या देऊन आता थांबता येणार नाही. माहिती आणि ज्ञानाच्या शोधात असलेल्या वाचकाला केवळ माहितीच्या टप्प्यावरून पुढे नेण्याचा वृत्तपत्रांचा प्रयत्न आहे. त्या दृष्टीने नवेनवे लेखनप्रकार निर्माण होत आहेत, केले जात आहेत. बातमीच्या मागील अनेक गोष्टी वाचकांना समजून सांगण्याचा वृत्तपत्रांचा प्रयत्न राहिला आहे.'' या लेखाचे वृत्तलेख, लोकरुचीवार्ता, क्षणचित्रे, व्यक्तिचित्रणपर लेख, प्रासंगिक लेख, स्तंभलेखन, मुलाखत लेखन, वृत्तपत्रीय समीक्षात्मक लेखन इ. प्रकार अभ्यासकांच्या सोयीसाठी पाडले जातात.

समारोप :

वृत्तपत्रीय लेखन करणाऱ्या पत्रकाराला, संपादकाला किंवा व्यावसायिक लेखकाला बातम्यांची, विषयांची कमतरता कधीच नसते. आपल्या प्रज्ञेच्या, प्रतिभेच्या जोरावर त्याच्याजवळील माहिती-बातमी, अग्रलेख, लेख त्याला वृत्तपत्रांच्या माध्यमातून वाचकांसमोर आणावयाचे असतात.

नभोवाणी स्वरूप व नभोनाट्य लेखनकौशल्ये

प्रा. अशोक लिंबेकर

प्रास्ताविक :

एकविसावे शतक हे माहिती तंत्रज्ञानाचे युग म्हणून संबोधले जाते. त्यामुळे प्रचलित माहिती तंत्रज्ञानाचे स्रोत आणि पारंपरिक माहितीचे स्रोत यांमध्ये आज मोठ्या प्रमाणात अंतर पडलेले दिसून येते. मानवाच्या प्रगमनशीलतेबरोबरच आज माहिती प्रसारणाच्या (संप्रेषणाच्या) स्वरूपामध्येही मूलभूत परिवर्तन झालेले आपणास पाहवयास मिळते. आधुनिक युग हे माहितीचे युग असल्यामुळे सर्वसामान्य माणसेही आज चालू घडामोडींविषयीचे ज्ञान मिळविण्यासाठी, प्रबोधनासाठी व मनोरंजनासाठी, प्रसारमाध्यमांकडे आकर्षित होताना दिसतात. किंबहुना प्रसारमाध्यमे (मीडिया) ही आजच्या काळाची महत्त्वाची गरज आणि परवलीचा शब्द बनलेला आहे. समाजजीवनातील सर्व अंगांना स्पर्श करणारे आणि लोकशाही समाजव्यवस्थेमधील एक महत्त्वाचा आधारस्तंभ म्हणून 'प्रसारमाध्यमांचा' उल्लेख करावा लागतो. आजच्या गतिमान काळातील प्रसारमाध्यमांचे महत्त्व आणि त्यांचे स्थान लक्षात घेतले असता या क्षेत्रांमध्ये कार्यकर्तृत्वाच्या अनेक संधी उपलब्ध झालेल्या आहेत. या क्षेत्रात काम करू इच्छिणाऱ्या व्यक्तीला, माहिती-तंत्रज्ञान, कला, तांत्रिक ज्ञान इ. ज्ञानांबरोबरच साहित्य, कला, संस्कृती, भाषा-भाषिक व्यवहार, भाषिक कौशल्ये इत्यादींचेही अद्ययावत ज्ञान असणे आवश्यक झालेले आहे. त्यामुळेच भाषेचा आणि पर्यायाने साहित्याचा अभ्यास करणाऱ्या विद्यार्थ्यांना पारंपरिक करिअरच्या संधी सोडून काही नवीन संधी या क्षेत्रामध्ये उपलब्ध झालेल्या आहेत. भाषेचा आणि साहित्याचा अभ्यास करणाऱ्या विद्यार्थ्यांना आपल्या या ज्ञानाचे व मिळविलेल्या कौशल्यांचे उपयोजन 'प्रसारमाध्यमांच्या' क्षेत्रामध्ये करता येऊ शकते. त्यातून त्यांना अनेक रोजगाराच्या संधीही उपलब्ध होऊ शकतात. हा दृष्टिकोण बाळगून विद्यापीठीय अभ्यासक्रमांमध्ये 'प्रसारमाध्यमे आणि साहित्य' व्यावहारिक व उपयोजित मराठी या अभ्यासक्रमांचा समावेश करण्यात आला आहे. जेणेकरून भाषा विषयाचे अध्ययन करून केवळ अध्यापक, प्राध्यापक म्हणून कार्य करण्याऐवजी प्रसारमाध्यमाच्या क्षेत्रात मराठी पदवी, पदव्युत्तर शिक्षण घेतलेला विद्यार्थी, संपादक, पत्रकार, उपसंपादक, निवेदक, वार्ताहर, अनुवादक, परीक्षक

म्हणून यशस्वीपणे कार्य करू शकेल. साहित्याचा आणि भाषेचा अभ्यास हा पर्यायाने मानवी जीवनाचाच अभ्यास असतो. त्यामुळे प्रसारमाध्यमाच्या क्षेत्रात मराठी भाषेच्या कौशल्यपूर्ण उपयोजनांमुळे माहिती, ज्ञान, लोकशिक्षण आणि लोकरंजन ही प्रसार माध्यमाची महत्त्वाची उद्दिष्टेही पूर्ण होणार आहेत. या क्षेत्रामध्ये संप्रेषणाचे महत्त्वाचे माध्यम भाषाच असल्यामुळे या क्षेत्रात काम करू इच्छिणाऱ्या व्यक्तीला मूलभूत भाषिक कौशल्ये, साहित्याची परंपरा, साहित्याचा इतिहास, संस्कृतिविषयक ज्ञान, लोकसाहित्य आणि इतर कला यांचा अभ्यास करणे आणि त्याचे उपयोजन या क्षेत्रात काम करताना करणे क्रमप्राप्त ठरते. प्रस्तुत निबंधामध्ये आपण नभोवाणी (आकाशवाणी) या श्रव्य माध्यमाच्या क्षेत्रातील मराठी भाषेच्या उपयोजनाचा आणि या माध्यमासाठी आवश्यक असलेल्या भाषिक कौशल्यांचा विचार करणार आहोत. तत्पूर्वी या माध्यमाची थोडक्यात ओळख करून घेणे आवश्यक आहे.

नभोवाणीचा इतिहास :

भारतामध्ये नभोवाणीच्या प्रसारणाला १९२६ साली सुरुवात झाली. 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग' या खासगी आस्थापनाने तेव्हाच्या ब्रिटिश राज्यकर्त्यांबरोबर करार करून २३ जुलै १९२७ रोजी मुंबई येथे नभोवाणी केंद्राची स्थापना केली. पुढे २६ ऑगस्ट १९२७ ला कलकत्ता येथे नभोवाणी केंद्र सुरू झाले. १९३५ मध्ये म्हैसूर संस्थानने आपले स्वत:चे नभोवाणी केंद्र सुरू करून त्याला 'आकाशवाणी' असे नाव दिले. पुढे तेच नाव १९३७ साली भारत सरकारने नभोवाणी सेवेसाठी निश्चित केले. अशाप्रकारे आकाशवाणी या प्रसारमाध्यमाची निर्मिती झाली.

स्वातंत्र्यानंतर 'बहुजन हिताय, बहुजन सुखाय' हे ब्रीद वाक्य स्वीकारून या माध्यमाचा मोठ्या प्रमाणात विस्तार झाला. आज जवळ जवळ ९७ % हून अधिक लोकसंख्येपर्यंत पोहोचणारे माध्यम म्हणून आकाशवाणीचा उल्लेख करावा लागतो. १८७६ साली 'ग्रॅहम बेल'ने लावलेल्या दूरध्वनीच्या शोधातून व पुढे १८९५ मध्ये 'मार्कोनी' या इटालियन शास्त्रज्ञाने लावलेल्या बिनतारी संदेश यंत्रणेच्या शोधाचे विकसित रूप म्हणजेच आजचे आकाशवाणी हे माध्यम होय.

नभोवाणीचे लोकमानसातील स्थान :

नभोवाणी हे माध्यम सर्व स्तरांतील लोकांसाठी आवश्यक असणारे, सर्व स्तरांमध्ये लोकप्रिय असणारे माध्यम आहे. आज दूरदर्शन आणि विविध वाहिन्यांची मोठी उपलब्धी असतानाही हे माध्यम आपले अस्तित्व अबाधित ठेवून आहे. ठरावीक असा श्रोतृवर्ग अजूनही या माध्यमाला पसंती देतांना दिसतो. सुशिक्षित, अशिक्षित, ग्रामीण, शहरी अशा सर्व प्रकारच्या लोकमानसामध्ये या माध्यमाने महत्त्वाचे स्थान प्राप्त केले आहे. निरक्षर लोक वृत्तपत्रांचे वाचन करू शकत नव्हते आणि ज्याकाळी दूरदर्शनचा अधिक प्रसार झालेला नव्हता, अशा

१९७०-८० च्या दशकामध्ये लोकशिक्षणाचे, समाज प्रबोधनाचे आणि लोकरंजनाचे महत्त्वाचे कार्य आकाशवाणीने केलेले आहे. या माध्यमाच्या लोकप्रियतेच्या संदर्भात एक उदाहरण देणे महत्त्वाचे वाटते ते असे – १९७५ ते १९९० या काळात बहुसंख्य ग्रामीण भागांतील लग्नसमारंभांमध्ये वराला वरदक्षिणा म्हणून रेडिओ देण्याची पद्धत प्रचलित होती. यावरून त्या काळी या माध्यमाची असलेली उपयुक्तता आणि गरज आपल्या लक्षात येते.

नभोवाणीवरील कार्यक्रमाचे स्वरूप :

साधारणपणे नभोवाणीवरून शैक्षणिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, राजकीय, कृषिविषयक माहितीपर अशा विविध कार्यक्रमांचे प्रसारण केले जाते. त्यामध्ये भाषण, मुलाखत, चर्चा, वार्तापत्र, नभोनाट्य, श्रृतिका, बातमीपत्रे, रूपक, जाहिरात, संगीत, इ. विविध कार्यक्रमांच्या माध्यमातून लोकशिक्षण आणि लोकरंजन साधले जाते.

नभोवाणी : ध्वनीवर आधारलेले माध्यम :

दूरदर्शनवरील कार्यक्रम हे दृक्-श्राव्य म्हणजे पाहणे आणि ऐकणे या दोन्ही गोष्टी एकाच वेळी साध्य करत असतात. वृत्तपत्रे हे 'मुद्रित माध्यम' केवळ वाचण्यासाठी निर्माण होते, तर आकाशवाणी हे माध्यम केवळ ऐकण्यासाठी निर्माण झालेले श्राव्य माध्यम म्हणून ओळखले जाते. हे माध्यम केवळ ध्वनीवर आधारलेले 'एक आयामी' असे माध्यम आहे. त्यामुळे येथे ध्वनींच्या (भाषेच्या) शब्दांच्या उपयोजनाला अनन्यसाधारण महत्त्व असते. केवळ ध्वनीच्या माध्यमातूनच श्रोत्याच्या मनोमंचावर काही घटना, प्रसंग, अनुभव या माध्यमाद्वारे उमटावे लागतात. म्हणून येथे वापरल्या जाणाऱ्या प्रत्येक शब्दाला महत्त्व असते. शब्द, संगीत व इतर ध्वनिसंकेताच्या साहाय्यानेच श्रोत्याला खिळवून ठेवावे लागते. म्हणूनच नभोवाणीवरील शब्द हा अत्यंत प्रभावी असावा लागतो. साधी, सोपी, सुटसुटीत भाषा, छोटी वाक्ये, श्रवणसुलभता व नादमयता, बोलीभाषेचे अवलंबन हे सर्व घटक नभोवाणी प्रसारणाचा आत्माच आहेत असे म्हटले तर वावगे ठरणार नाही.

कार्यक्रमांच्या स्वरूपानुसार व कार्यक्रमाचा श्रोतृवर्ग लक्षात घेऊन नभोवाणीवरील भाषेचे उपयोजन केले पाहिजे. श्रोतृवर्गानुसार बोलीभाषेचे पोतही बदलत असतात. हे सर्व घटक या क्षेत्रात काम करणाऱ्या व्यक्तीला लक्षात घेणे आवश्यक आहे. नभोवाणीवरून प्रसारित होणारे एक तृतीयांश कार्यक्रम हे बोलीभाषेवर आधारलेले असतात. त्यामुळे या ठिकाणी विद्वत्ता प्रचुर, बोजड, पांडित्याचे प्रदर्शन करणाऱ्या भाषेचा विनियोग करता येत नाही. सर्वसामान्य माणसांना पचेल, रुचेल, अर्थबोध होईल अशा प्रवाही भाषेचे आयोजन नभोवाणीसाठी महत्त्वपूर्ण ठरते.

नभोनाट्य स्वरूप :

विविध संगीताच्या लोकप्रिय कार्यक्रमांप्रमाणेच 'नभोनाट्य' हा आकाशवाणीवरील अत्यंत लोकप्रिय व मनोरंजक असा कार्यक्रम आहे. नाटक हा समाजाभिमुख आणि अत्यंत लोकप्रिय असा कलाप्रकार आहे. नाटक ही एक संमिश्र कला आहे, आणि त्याचा जन्म प्रयोगासाठीच झालेला असतो, नाटक हे गर्दीसाठी असते आणि रंजनाबरोबरच समाजप्रबोधन आजपर्यंत करत आलेले आहे. नाटकाच्या संदर्भात आपण बरेच काही बोलत असतो; परंतु रंगगमंचीय नाटक व नभोनाट्य यातील साम्यभेद लक्षात घेतल्याशिवाय नभोनाट्याचे स्वरूप लक्षात येणार नाही. रंगमंचीय नाटकाप्रमाणेच नभोनाट्यामध्ये संहिता, कथानक, पात्रचित्रण, संघर्ष, नाट्य, उत्कर्ष बिंदू या घटकांना महत्त्व असते. परंतु नेपथ्य, प्रकाश योजना, रंगमंच सजावट, अभिनय व इतर तंत्रांचा उपयोग नभोनाट्यामध्ये होऊ शकत नाही. म्हणून नभोनाट्याचे स्वरूप हे रंगमंचीय नाटकापेक्षा वेगळे ठरते. रंगमंचीय नाटकांमध्ये ज्या गोष्टी घडवता व बदलता येत नाहीत अशा गोष्टी नभोनाट्यामध्ये सहजपणे करता येऊ शकतात. (उदा. स्थल बदल). नभोनाट्याचे हे बलस्थान असले तरीही नभोनाट्य हा केवळ श्राव्य असाच कार्यक्रम असतो. रंगमंचीय नाटकामध्ये अभिनयाद्वारे, दृश्याद्वारे, कृतींद्वारे जे संसूचन करता येऊ शकते ते नभोनाट्यामध्ये केवळ शब्दांच्या, ध्वनींच्या माध्यमानेच करावे लागते. त्यामुळेच नभोनाट्य लेखन श्रवणसुलभ व चित्रदर्शी करण्याकडे अधिक लक्ष देणे गरजेचे आहे. नभोनाट्याची संवाद भाषा ही सोपी, शैलीदार, चित्रदर्शी व कानावाटे मनात उतरणारी असणे आवश्यक आहे. कोणत्याही प्रसंगाचे चित्र श्रोत्यांच्या मनात उभे करू शकेल अशा भाषेचे उपयोजन नभोनाट्य लेखनासाठी करणे महत्त्वाचे ठरते.

मराठीतील अनेक नामवंत लेखकांच्या साहित्यकृतींचे आकाशवाणीवरून नभोनाट्याच्या स्वरूपात प्रसारण झालेले आहे. (उदा. विजय तेंडुलकरांचे 'रात्र', जी. ए. कुलकर्णींचे 'विदुषक', प्रेमानंद गज्वी यांचे 'तनमाजोरी', लक्ष्मण लोंढे यांचे 'आरण्यक', अनिल बर्वे यांचे 'स्टडफार्म', दादु इंदुरीकर यांचे 'गाढवाचे लग्न' इ. नभोनाट्यांचा उल्लेख करावा लागेल.)

नभोनाट्य हे मनोरंजनासाठी आणि मनोरंजनातून विशिष्ट असा संदेश देण्यासाठी निर्माण होत असते. विषयाच्या बाबतीत नभोनाट्य लेखकाला मोठ्या प्रमाणात स्वातंत्र्य घेता येत असले तरी आपल्या नाट्यसंहितेतून सामाजिक संघर्ष, सामाजिक प्रक्षोभ निर्माण होईल अगर अनिष्ट रूढींचे समर्थन होईल असे विषय टाळणे गरजेचे असते. कारण या माध्यमाचा विस्तार (पोहोच) फार व्यापक असल्याने नभोनाट्याचा विषय, आशय यांबाबत काही पथ्ये पाळावी लागतात. नभोनाट्य हे केवळ श्राव्य असल्याने ते वाचनीय करण्यापेक्षा श्रवणीय करण्याकडे

अधिक लक्ष देणे गरजेचे आहे. यासाठी काही मूलभूत गोष्टी लक्षात घ्याव्या लागतात. त्या अशा :

१) नादमय व श्रवणसुलभ भाषेचे उपयोजन.

२) चित्रदर्शीपणा.

३) पात्रांच्या स्वभावानुसार साधे, सोपे बोलीभाषेतील संवाद.

४) अल्पाक्षरत्व व अर्थबाहुल्य.

५) उत्कृष्ट संवादलेखन व उच्चारणासाठी लयनिर्मिती.

६) चरित्रचित्रण करणारे वास्तवदर्शी आणि कथानकाला गती देणारे संवादलेखन.

७) कमीत कमी पात्रांची संख्या, स्त्री पात्रांची कमी संख्या.

८) आवाजातील फरक जाणवेल असे संवादलेखन व पात्र निर्मिती.

९) आकर्षक प्रारंभ.

१०). नभोनाट्याच्या श्रोत्यांची मानसिकता रंगमंचीय प्रेक्षकांपेक्षा वेगळी असते हे भान.

११) आवश्यक तेथे पार्श्वभूमी म्हणून ध्वनिसंकेताचा व संगीताचा वापर.

१२) नभोनाट्याची संहिता. (अर्धा किंवा एक तासापेक्षा जास्त नसावी.)

नभोनाट्य लेखन करताना वरील सर्व घटक लक्षात घेणे आवश्यक असते. त्याचप्रमाणे नभोनाट्य लेखनासाठी पुढील काही तंत्र व मंत्र लक्षात घेणे आवश्यक असतात. ते असे :

१) मध्यवर्ती कल्पना

२) कथानक

३) पात्रांचे स्वभाव रेखाटन

४) संवाद

५) उत्कर्षबिंदू (क्लायमॅक्स)

६) ध्वनिसंकेत आणि संगीत.

याबरोबरच दीर्घ कथानक, विस्कळीतपणा, पाल्हाळिक वर्णन, दीर्घ संवाद, स्वगताची रचना व निरस प्रारंभ इ. गोष्टी नभोनाट्य लेखनासाठी कटाक्षाने टाळणे आवश्यक आहे.

समारोप :

नभोवाणी या जनसंपर्क माध्यमाची बलस्थाने आणि मर्यादा, त्याबरोबरच या माध्यमामध्ये मराठी भाषेचे होणारे उपयोजन आपण लक्षात घेतले. वरील विवेचनावरून या क्षेत्रातील मराठी भाषेचे महत्त्व आपल्या सहज ध्यानात येते. मराठी भाषेचा व साहित्याचा अभ्यास करणाऱ्या या अभ्यासकांना नभोवाणी या प्रसारमाध्यमामध्ये विविध आकृतिबंधांत लेखन करण्याच्या अनेक संधी उपलब्ध

आहेत. परंतु त्यासाठी नभोवाणी या माध्यमाची प्रसारणनीती, तंत्रे व श्राव्य माध्यमासाठी आवश्यक असणारी कौशल्ये प्राप्त करणे महत्त्वाचे ठरते. मराठी साहित्याचा व्यासंग असणाऱ्या अनेक व्यक्तींनी या क्षेत्रामध्ये उज्ज्वल कार्यकर्तृत्व सिद्ध केले आहे. उदा. बा. सी. मर्ढेकर, पु. ल. देशपांडे, ज्योत्स्ना देवधर अशी काही वानगीदाखल नावे नमूद करता येतील. थोडक्यात साहित्य कलेची आवड आणि व्यासंग, रसिकता, व्युत्पन्नता, बहुश्रुतता आणि या माध्यमांची कौशल्ये आत्मसात केली तर आधुनिक काळातील प्रसारमाध्यमांचे हे क्षेत्र अनेक नवयुवकांना दिशादर्शक ठरू शकते. परंतु त्यासाठी आपण जाणीवपूर्वक या क्षेत्राकडे पाहिले पाहिजे असे वाटते.

वऱ्हाडी बोलीच्या प्रसाराकरिता पश्चिम विदर्भातील एफ.एम. आकाशवाणीचे योगदान

डॉ. अण्णा वैद्य / प्रा. अशोक लिंबेकर

प्रसार माध्यमात एफ.एम. रेडिओची भूमिका :

प्रसारमाध्यमाला लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ म्हटले जाते. प्रसार माध्यमाचे दोन प्रकार आहेत. एक मुद्रित माध्यम व दुसरे दृकश्राव्य माध्यम. दृकश्राव्य माध्यमात 'आकाशवाणी' ने लोकप्रियता मिळविली आहे. आणि आजही दूरदर्शनच्या काळात आकाशवाणीची लोकप्रियता कायम आहे. 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे ब्रीद घेऊन १९२७ च्या दरम्यान भारतात 'आकाशवाणी' (AIR)चे आगमन झाले. अगदी अल्पावधीतच आकाशवाणीचे प्रसारण क्षेत्र व केंद्रांची झपाट्याने वाढ झाली. 'विविधभारती'ची नशा आजही सर्व रसिकांना मोहित करत आहे. भारताची ७०% लोकसंख्या ही ग्रामीण भागात वास्तव्य करत आहे. त्यामुळे या लोकांना मुद्रित माध्यमापेक्षा आकाशवाणी हे माध्यम सोयीचे झाले आहे. आज भारतातील ९७% लोकांपर्यंत आकाशवाणी पोहचली आहे.

आकाशवाणीने १९९० च्या दशकात एफ.एम. (FM) प्रसारणाला सुरुवात केली. एफ.एम. चे प्रसारण हे ८० ते ९० कि.मी.च्या परिघामध्ये ऐकायला येते. आणि आवाजामध्ये कंपनविरहित स्पष्टता येत असल्याने त्यात सुश्राव्यता आली आहे. एफ.एम. प्रसारण हे स्थानिक मर्यादित अंतरातील लोकांकरिता सुरू केलेली सेवा आहे. बदलती समाजमूल्ये, संस्कृती व परिवर्तन घेऊन एफ. एम. चे प्रसारण सुरू आहे. स्थानिक भाषा, लोकसंस्कृती, धर्म, व्यवसाय, श्रद्धा, संगीत, साहित्य, चळवळी, शेती व्यापार इ. घटकांना सामावून घेत लोकांचे मनोरंजन करीत एफ.एम. केंद्रे सुरू आहेत.

पश्चिम विदर्भ आणि वऱ्हाडी बोली :

महाराष्ट्राच्या पूर्वेकडील प्रांत हा विदर्भ म्हणून ओळखला जातो. विदर्भाला प्राचीन इतिहास आहे. विदर्भातील वर्धा नदीने हा प्रदेश विभाजित केला आहे. अमरावती, अकोला, यवतमाळ, बुलढाणा व वाशिम ह्या पश्चिमेकडील जिल्ह्यांचा उल्लेख पश्चिम विदर्भ म्हणून केला जातो. पश्चिम विदर्भात प्रामुख्याने वऱ्हाडी बोली बोलल्या जाते. तर पूर्व विदर्भात झाडी बोली बोलल्या जाते.

पश्चिम विदर्भाला 'वऱ्हाड' असेही नामाभिधान प्रचलित आहे. या प्रांतामधील माणूस हा आडदांड, राठ स्वभावाचा असून तो तेवढाच मृदू अंत:करणाचा आहे. या प्रदेशातील वऱ्हाडी बोलीने अगदी अलीकडच्या काळात दर्जेदार कलाकृतीच्या माध्यमातून मराठीत आपले स्थान निश्चित केले आहे. आज प्रसार माध्यमातील आकाशवाणी एफ.एम. वरून वऱ्हाडी बोलीला स्थान मिळते आहे. म्हणूनच वऱ्हाडची वऱ्हाडी प्रसार माध्यमाद्वारे विस्तारते आहे.

पश्चिम विदर्भातील एफ.एम. केंद्रे आणि त्यावरील प्रसारित कार्यक्रम

१९९०-९२ मध्ये पश्चिम विदर्भातील यवतमाळ व अकोला ह्या दोन जिल्ह्यांसाठी एफ.एम. ही सेवा सुरू करण्यात आली. त्यांपैकी अकोला १०२०.४ चक्र वर तर यवतमाळ १०२०.७ चक्र या लघुलहरीवर ऐकायला मिळते. ह्या दोन्ही ठिकाणचे प्रसारण उर्वरित तीनही जिल्ह्यांत ऐकायला येते. तसेच अमरावती येथील एफ. एम. केंद्र उद्घाटनाच्या प्रतिक्षेत आहे. सकाळी ६.०० पासून या केंद्राचे प्रसारण सुरू होते. सकाळच्या प्रसारणात सुविचार, मंथन, भक्तिसंगीत, बातमीपत्रे, दिन-विशेष, वृत्तवेध, पत्रसंवाद, लघुभाषण, मुलाखत, दुपार सत्रामध्ये महिलांकरिता कार्यक्रम व संध्याकाळी ५ वाजेपर्यंत विविधभारती सेवेचे प्रसारण सुरू असते. ज्यात चित्रपट गीते व माहितीवजा कार्यक्रम असतात.

सायंकालीन सभेत ६.०० वाजता युवावाणी, कामगार विश्व, लोकसंगीत, किसानवाणी, सूरसंगम, नवरंग, लघुभाषण, लघुनाट्य, श्रुतिका इ. वाङ्मयेतर कार्यक्रम प्रसारित होतात. 'फोन इन फर्माईश' कार्यक्रम 'सूरसंवाद'मधून सादरकर्ते उद्घोषक रसिकांशी मनमोकळ्या गप्पा मारतात. हा कार्यक्रम लोकप्रियतेचा उच्चांक गाठलेला कार्यक्रम आहे. सादरकर्ता आणि श्रोता यांच्यातील हा संवाद बोलीभाषेत असतो. त्यामुळे तो रसिकांना आवडतो. यामुळेच घराघरातून, शेताच्या बांधावरून, बसस्थानकातून, हॉटेल, पानठेल्यांमधून, सायकल-ॲटोमधून, मोबाईल मधून एफ.एम.चे प्रसारण अविरत सुरू असते. आकाशवाणीने सुरू केलेले हे आगळे वेगळे कार्यक्रम रसिकांना मनोरंजनासोबतच ज्ञानवृद्धीस पोषक ठरले आहेत. आकाशवाणीचे हे वेषांतर निश्चितच बहुजन हिताय झाले आहे.

वाङ्मयीन कार्यक्रमांतून वऱ्हाडी बोलीला अग्रस्थान :

अकोला व यवतमाळ या दोनही केंद्रांवरून प्रसारित होणारे साप्ताहिक वाङ्मयीन कार्यक्रम, साहित्यिकांच्या मुलाखती, लघुनाट्य, श्रुतिका, क्रमश: पुस्तक वाचन, इ. कार्यक्रमांत स्थानिक कलावंतांना संधी मिळते. या प्रदेशातील लेखक, कवींच्या कलाकृतींचे प्रसारण केले जाते. यात कवींच्या कविता, कथाकारांचे कथाकथन, ललित लेखन-भाष्य, समीक्षण, पुस्तक परीक्षण, काव्यचर्चा, कविसंमेलन, प्रसारित केल्या जाते. वऱ्हाडातील दर्जेदार कलाकृती ज्यात वऱ्हाडी बोलीचा अंतर्भाव आहे अशांमध्ये 'डेबू' - लेखक विठ्ठल वाघ,

'राघववेळ' - लेखक नामदेव कांबळे, 'बुढाई'-लेखक प्रतिमा इंगोले, 'मेड इन इंडिया' - लेखक पुरुषोत्तम बोरकर, 'झेलझपाट' - लेखक मधुकर वाकोडे, 'कुण्या एकाची भ्रमणगाथा'-लेखक गो.नि. दांडेकर, 'माणूस' - लेखक मनोहर तज्हार, इ. लेखकांच्या ह्या कादंबऱ्या एफ. एम. वरून क्रमशः प्रसारित झाल्यात. या कादंबऱ्यांमध्ये वऱ्हाडी बोलीचा वापर लेखकाने कौशल्यपूर्ण रितीने केला आहे. त्यामुळे आवडीने रसिक क्रमशः प्रसारण ऐकतात. त्यातील वऱ्हाडी भाषेमुळे मनोमन सुखावतात.

वऱ्हाडातील नामवंत कथाकार शंकर बढे, बाबाराव मुसळे, बाजीराव पाटील, पुरुषोत्तम बोरकर, सतीश तराळ, इ. वऱ्हाडीत कथाकथन सादर करणाऱ्या कलावंतांच्या कथा एफ.एम.वरून प्रसारित होतात. त्यांच्या सादरीकरणातील शैली आणि ठेवण खास वऱ्हाडी अर्क घेऊन साकारित असल्याने रसिकांना तादात्म्य करून आनंदाची प्राप्ती करून देतात. काव्यवाचन कार्यक्रमातून वऱ्हाडी कवी विठ्ठल वाघ, गौतम गुडधे, राजा धर्माधिकारी, किशोर बळी, मिर्झा रफिक अहमद बेग, रवींद्र जवादे, नारायण कुळकर्णी, कवठेकर, श्रीकांत देशमुख, श्रीकृष्ण राऊत, अनिल पाटील, विनय मिराशे, देविदास खराटे, सागर जाधव, आनंद गायकवाड इ. अनेक वऱ्हाडी कवींच्या कविता या प्रसारणातून सादर होतात. वऱ्हाडी कवितांमधील जीवनाशय, वऱ्हाडी माणसाच्या भावना, दुःख, वेदना, त्याचे कर्जबाजारीपण, त्याची जगण्याची उमेद, इ.आशय घेऊन साकार होणारी वऱ्हाडी कविता एफ.एम. वरून प्रसारित होते. तेव्हा वऱ्हाडातील रसिक तृप्त होतो, आस्वाद घेतो.

लोकगीते व लोकसंगीतामधून वऱ्हाडी गेय परंपरेचे जतन :

वऱ्हाड प्रांतामधील जात्यावरील ओव्या, बुलाबाईची गाणी, गवळणी, दिवाळीच्या सणाची गाणी, नागपंचमीनिमित्त म्हटल्या जाणाऱ्या बाऱ्या, पोळ्याच्या सणानिमित्त म्हटल्या जाणाऱ्या झडत्या, मारबद, महाशिवरात्रीनिमित्त म्हटल्या जाणारी महादेवाची गाणी, अवधूती भजने, पाळणे, गोंधळ, शेतकरी गीते, भीम गीते, जलसे, कलापथके, वऱ्हाडी कलापथके, बंजारा-कोरकू गीते, गुणवंतबाबाजीची गाणी इ. लोकगीतांमधून खास वऱ्हाडी भाषेतील गोडवा मधुरता तल्लीन करते. एफ. एम. वरील लोकसंगीताच्या कार्यक्रमातून खास वऱ्हाडी संस्कृतीने निर्माण केलेली किंगरी, कोपरखळ्या, खंजेरी, अवधूती झांज, पिलमपोवा, चोंदके, डफळी, इ. वाद्ये वऱ्हाड प्रदेशातील लोकसंगीताच्या माध्यमातून एफ. एम. वरून जेव्हा वाजते तेव्हा हा परंपरागत वारसा आता आकाशवाणीच जतन करणार आहे याची साक्ष पटते कारण हे सर्व समूह आविष्काराची साधने लोकसंगीत आणि लोकगीते जतन करण्याचे एकमेव साधन हे आकाशवाणीच आहे.

एफ.एम.मुळे वऱ्हाडी बोलीचा दर्जा उंचावला :

१९८० पर्यंत वऱ्हाडी भाषा मुद्रित माध्यमात कोठेही नव्हती. आकाशवाणीच्या तेव्हाच्या केंद्रप्रसारणात कृषिविषयक कार्यक्रमातील श्रुतिकेपुरतीच मर्यादित होती. आज मात्र हीच वऱ्हाडी बोली बहुसंख्य कार्यक्रमांतून प्रसारित होते आहे, विस्तारते आहे. बोलीचा न्यूनगंड आज वऱ्हाडी माणसात राहिला नाही. वऱ्हाडी बोलीचे 'गावंढळ' हे विशेषण जाऊन एका समूहाची दर्जेदार व सर्वसमावेशक असलेली भाषा म्हणून तिचा लौकिक वाढतो आहे.

एफ.एम. प्रसारणामुळे वऱ्हाडी माणसाची लोकभाषा 'वऱ्हाडी' ही विस्तारते आहे. पूर्वी वाङ्‌मयीन वऱ्हाडी भाषेतील कलाकृती प्रसारित होत नव्हत्या, आज त्या होत आहेत; यामुळे कलाकृतीचे मूल्य, संस्कार व आस्वाद सर्वसामान्य माणूस घेतो आहे. तो अशिक्षित असला तरी श्रवण कौशल्याचा वापर करूनही तो आस्वाद घेतो आहे.

अशाप्रकारे एफ. एम. ची सेवा ही विविधांगी असली तरी शैक्षणिक शालेय स्तरावरील विद्यार्थ्यांकरिता या प्रसारणाद्वारे कार्यक्रम प्रसारित होत नसल्याने शालेय स्तरावरील विद्यार्थ्यांची एफ.एम. संदर्भात निराशा होते. बाकी सर्व क्षेत्रे एफ. एम. ने व्यापली आहेत.

निष्कर्ष :

अ) प्रसार माध्यमात एफ. एम. चे प्रसारण अलीकडच्या काळातील लोकप्रिय माध्यम झाले आहे.

ब) पश्चिम विदर्भात अकोला व यवतमाळ या दोन ठिकाणी एफ.एम. प्रसारण असून हा प्रदेश वऱ्हाड म्हणून ओळखला जातो.

क) अकोला व यवतमाळ या दोन एफ.एम. केंद्राच्या प्रसारणात दिवसभर विविधारंगी कार्यक्रम प्रसारित होतात.

ड) या प्रसारण केंद्राच्या वाङ्‌मयीन कार्यक्रमांतून वऱ्हाडी लोकभाषेला अग्रस्थान दिले जाते.

इ) एफ.एम.मुळे दर्जेदार वाङ्‌मयीन कलाकृती सामान्य लोकांपर्यंत पोहचल्या आहेत.

उ) एफ.एम.वरील कार्यक्रमाने प्रदेशातील लोकांचा लोकभाषे-विषयीचा न्यूनगंड नाहीसा होत आहे.

ए) या केंद्रावरून प्रसारित लोकगीते व लोकसंगीताच्या कार्यक्रमांतून वऱ्हाडी गेय परंपरेचे जतन व संवर्धन केले जाते.

ऐ) पश्चिम विदर्भातील या एफ. एम. प्रसारणाने वऱ्हाडी बोलीचा दर्जा उंचावला आहे.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

प्रा. जगदीश आवटे

अर्वाचीन मराठी वाङ्मयाची पूर्वसीमा ही इ. स. १८०० च्या सुमाराची मानली जाते. कारण त्याच सुमारास भारतात आणि महाराष्ट्रात युरोपातून आलेल्या इंग्रजी राजवटीचे बस्तान बसले. इंग्रजांच्या आगमनामुळे भारतीय समाजजीवनातील विविध क्षेत्रांत महत्त्वाचे बदल घडून आले. एकोणिसाव्या शतकाच्या प्रारंभी (इ.स. १८०६) मराठी भाषेतील पुस्तकांच्या छपाईला सुरुवात झाली. इ. स. १८३२ मध्ये मराठीतील पहिले नियतकालिक ('दर्पण' – संपादक बाळशास्त्री जांभेकर) प्रकाशित झाले. त्यानंतर महाराष्ट्रातील अनेक विचारवंतांनी, क्रांतिकारकांनी आणि समाजसुधारकांनी आपल्या कार्याचा एक भाग म्हणून नियतकालिके सुरू केली. नियतकालिक हे स्वातंत्र्यपूर्व काळातील एक प्रभावी असे प्रसार माध्यम ठरले.

स्वातंत्र्योत्तर काळात नियतकालिकांचा प्रसार मोठ्या प्रमाणात झाला. त्यामध्ये वृत्तपत्रांचे स्थान आघाडीवर राहिले. यथावकाश नभोवाणी आणि दूरचित्रवाणी ह्या आणखी आधुनिक, वेगवान प्रसारमाध्यमांचा उदय झाला. एकविसाव्या शतकात तर इंटरनेट हे अत्याधुनिक असे प्रसारमाध्यम आपल्या सेवेसाठी हजर झाले आहे. रविवार दि. २१ मार्च २०१० च्या 'सप्तरंग' पुरवणीमध्ये 'कागदी साहित्य आणि ई–साहित्य' हा अच्युत गोडबोले ह्यांचा लेख छापून आला आहे आणि त्याच्याच शेजारी 'मराठी ब्लॉगर्सचे नवसाहित्य...' हा सम्राट फडणीस ह्यांचाही ह्याच संदर्भातील लेख आहे.

मराठी ब्लॉगवर प्रसिद्ध होणाऱ्या ह्या लेखनाचा दर्जा हा अत्यंत उच्च आहे, असे नाही. एकोणिसाव्या शतकाच्या प्रारंभीच्या काळातील मराठी लेखनाशी मिळताजुळता असा हा दर्जा आहे, असे सध्या तरी म्हणावे लागेल. ज्यावेळी संगणक आणि इंटरनेट आणखी स्वस्त होऊन समाजाच्या तळागाळापर्यंत जाऊन रुजतील, सध्या काहीसा किचकट असलेला फाँटचा प्रश्न सुटेल किंवा देवनागरी लिपीतील फाँटमध्ये पुरेशी सुधारणा होईल, त्यावेळी हजारो लोक इंटरनेटचा सहजगत्या वापर करायला लागतील आणि येणारी पिढी ह्या माध्यमातून आपल्या कल्पना, भावना, विचार, साहित्य मांडायला लागतील. त्यावेळी मराठी साहित्याच्या आणि भाषेच्या क्षेत्रातील सर्वांनाच ह्या माध्यमाकडे

गांभीर्याने लक्ष द्यावे लागेल. विशेषतः अध्यापनकार्याच्या निमित्ताने मराठी साहित्यविश्वाशी निगडित असणाऱ्या मराठीच्या प्राध्यापकांनी ह्या माध्यमाकडे डोळेझाक करून स्थितप्रज्ञ वृत्ती धारण करणे हे आपल्या अस्तित्वावरच घाव घातल्यासारखे होईल.

पदवी आणि पदव्युत्तर पातळीवरच्या मराठीच्या अभ्यासक्रमाने नुकतीच कात टाकायला सुरुवात केली आहे. कथा, कविता, नाटक, कादंबरी, ललितगद्य, वाङ्मयाचा प्राचीन व अर्वाचीन इतिहास, मराठीचा विविध अंगांनी भाषिक अभ्यास; ह्यातून बाहेर पडून मराठीच्या अभ्यास मंडळाला मराठी भाषेचा व्यावहारिक अंगांनी अभ्यास करण्याची गरज वाटू लागली आहे. भाषेचा सशक्त, समर्थ, प्रभावी वापर करून आविष्कृत झाल्याशिवाय गत्यंतर नाही, व्यावहारिक जगात टिकाव लागणार नाही; हे आता उमजू लागलेले आहे. 'प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा' ह्यावर राष्ट्रीय पातळीवरचे चर्चासत्र आयोजित करण्यामागे संयोजकांचा, काळाची पावले ओळखून ह्या विषयावर विचारमंथन घडवून आणण्याचा हेतू दिसून येतो.

पारंपरिक मराठी अभ्यासक्रमाची पदवी घेतलेले हजारो तरुण मान वर करून, डोळ्यांत डोळे घालून, ताठ कण्याने पंधरा-वीस मिनिटे विशिष्ट विषयावर धडपणे बोलू शकत नाहीत. त्यातल्यात्यात हुशार पदवीधरांनी मराठीतील पदव्युत्तर पदवी घेऊन, सेट-नेट करून, पीएच.डी. मिळवून आणि मधला मार्ग म्हणून बी.एड.करून नोकरीसाठी वणवण भटकायला सुरुवात केली आहे. परंतु पात्र उमेदवारांच्या तुलनेत ह्या क्षेत्रातील नोकरीच्या संधी अतिशय मर्यादित असल्याने अनेक गुणवान तरुणांच्या पदरी मोठी निराशा येऊ लागली आहे. 'आई जेवू घालीना, अन् बाप भीक मागू देईना' अशी बिकट वेळ ह्या तरुणांच्यावर आली आहे. प्रसारमाध्यमांत मात्र नोकरीच्या खूप संधी निर्माण होत आहेत. येत्या वर्षभरात प्रसारमाध्यमांमध्ये नोकरीच्या ७५ हजार जागा निर्माण होणार असल्याची बातमी चार-सहा महिन्यांपूर्वी दै. 'सकाळ' मध्ये आली होती. मराठीच्या पदवीधरांना नोकरीच्या ह्या वाटा दाखवणे ही मराठीच्या प्राध्यापकांनी आता एक महत्त्वाची जबाबदारी मानली पाहिजे. पारंपरिक अभ्यासाबरोबरच मजकूर लेखन (कॉपी रायटिंग), मुद्रित शोधन (प्रुफ रीडिंग), जाहिरात लेखन, घोषवाक्य लेखन, माहितीपत्रक लेखन, जाहीर निविदा लेखन, स्मरणिका संपादन, मुलाखत लेखन, पटकथा लेखन, कथाकथन कौशल्य, सूत्रसंचालन कौशल्य, वक्तृत्व कौशल्य, प्रकाशन व्यवसाय परिचय, पत्रकारिता, बातमीदारी, शब्दकोडी तयार करणे, चित्रपट रसग्रहण ह्या तसेच अशा स्वरूपाच्या इतर अनेक संधींची प्राथमिक ओळख पदवीस्तरावरूनच करून घ्यायला हवी.

दि. ३ मार्च २०१० च्या दै. 'सकाळ' मध्ये चित्रपट रसग्रहणाच्या उन्हाळी अभ्यासक्रमाविषयीची माहिती आली आहे. पुणे विद्यापीठातील पत्रकारिता पदवीसाठीची प्रवेशप्रक्रिया बी.ए. चा निकाल लागण्याच्या दरम्यान पूर्ण होऊन जाते. मराठीच्या प्राध्यापकांनी आपल्या विद्यार्थ्यांचा कल, कुवत, क्षमता लक्षात घेऊन अशा विविध करियरबाबत विद्यार्थ्यांना मार्गदर्शन करायला हवे. आपल्या ठायी असलेल्या भाषिक सामर्थ्याचा प्रभावी वापर करून वेळप्रसंगी विद्यार्थ्यांच्या पालकांचेही ह्यासंदर्भात प्रबोधन करायला हवे.

प्रसारमाध्यमांमध्ये लेखन करताना भाषेची अचूकता, सुलभता आणि आकर्षकपणा ह्या तीन गुणांकडे अधिक काळजीपूर्वक लक्ष दिले पाहिजे. हल्लीच्या प्रसारमाध्यमांतील लेखनाच्या संदर्भात वाक्यरचनेतील चुका, शुद्धलेखनाच्या चुका, चुकीचे शब्दप्रयोग, इंग्रजी शब्दप्रयोग, हिंदी-ऊर्दू शब्दांचा वापर, विरामचिन्हांच्या चुका, भाषांतराबाबतच्या चुका वगैरे दुर्गुण आढळतात. भाषेबाबतचे अपुरे किंवा अर्धवट ज्ञान, संस्कृत व इंग्रजीच्या व्याकरणप्रभावामुळे निर्माण होणारी वाक्यरचनेबाबतीतील संदिग्धता, सामान्यरूपाच्या बाबतीतील संदिग्धता, शास्त्रीय-तांत्रिक पारिभाषिक शब्दांची उणीव, विकृत भाषांतर ह्या तसेच अन्यही काही कारणांमुळे आपल्या भाषिक चुका होत राहतात. मात्र ह्या चुका प्रयत्नपूर्वक कमी करणे शक्य आहे.

आपण प्रयत्न करीत राहिलो तर चुका कमी कमी होत जातील आणि त्याच्या व्यस्त प्रमाणात आपला आत्मविश्वास वाढत जाईल. वाढत्या आत्मविश्वासामुळेच आपले भाषेच्या सक्षम, प्रभावी वापराबाबत प्रभुत्व निर्माण होईल. भाषेच्या वापराबाबतचे हे प्रभुत्व आपल्याला, आपल्या विद्यार्थ्यांना फायदेशीरच ठरेल. भाषिक सामर्थ्याच्या जोरावरच विविध प्रसारमाध्यमांसह इतरही अनेक क्षेत्रांत आपले विद्यार्थी चमकू लागतील, स्वावलंबी, समृद्ध होतील आणि पर्यायाने आपल्या लौकिकात भर पडेल. मराठीच्या प्राध्यापकांनी 'प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा' ह्या राष्ट्रीय पातळीवरील चर्चासत्राच्या निमित्ताने ह्या विषयासंदर्भाने मनन-चिंतन-मंथन करावे, ही अपेक्षा.

प्रसारमाध्यमांतील मराठीचे स्वरूप

प्रा. डॉ. तुषार चांदवडकर

प्रसारमाध्यमांचे लोकशाहीतील महत्त्व सर्वश्रुत आहे. वृत्तपत्र, दूरदर्शन, आकाशवाणी यांसारख्या प्रसारमाध्यमांतून मराठी भाषा व्यक्त होताना तिचे गुण आणि दोष खालीलप्रमाणे आहेत.

अ) वृत्तपत्रातील मराठी भाषा :

वर्तमानपत्र हे जनजागृतीचे प्रभावी माध्यम असल्याने वृत्तपत्रीय लेखनाला स्वाभाविकच महत्त्व प्राप्त होते.

गुण : वर्तमानपत्र हा समाजाचा आरसा असल्याने समाजात होणारे बदल वर्तमानपत्रात प्रतिबिंबित होत असतात. हे बदल पेलण्यासाठी भाषेलाही त्यानुसार वळण घ्यावे लागते. वृत्तांत लेखनाची भाषा ही साधी, सोपी, सरळ असते. लोकशिक्षण हे वर्तमानपत्राचे ध्येय मानले गेले आहे. शिक्षण हे शिकणाऱ्याला भाषेतूनच दिले तर अधिक चांगले परिणाम करते. त्यामुळे वर्तमानपत्राचा वाचक कोण आहे यावरून त्याची भाषा बदलते.

वृत्तपत्रीय लेखाची परिणामकारकता किंवा त्याचे आवाहन हे त्या लेखनाच्या शैलीवर अवलंबून असते. वृत्तपत्रीय लेख हा वस्तुनिष्ठ घटनांवर आधारित असला तरी त्याची वाचनीयता लेखकाच्या विवेचनशैलीशी निगडित असते. केवळ विषय प्रासंगिक व वाचकांच्या आवडीचा भाग असून भागत नाही. त्याचे लेखनही प्रवाही, सूत्रबद्ध, मुद्देसूद व आकर्षक असते.

वृत्तपत्र या प्रसारमाध्यमामध्ये कोणत्याही बातमीचा पहिला म्हणजे अग्रपरिच्छेद (लीड) महत्त्वाचा असतो. लीडमध्ये बातमीतील सर्वाधिक महत्त्वाचा तपशील नेमकेपणाने सांगितलेला असतो. लीडमुळे लेखाची दिशा समजते. वाचकाच्या मनात आकर्षक व औत्सुक्य निर्माण करते. या 'लीड'च्या प्रकारामुळे वृत्तपत्रातून मराठी भाषेच्या वाङ्मयीन सौंदर्याचेही दर्शन होते, ते खालीलप्रमाणे :

१) सारांश लीड :

यात अनेक महत्त्वाच्या घटना सूत्ररूपाने 'लीड'मध्ये देण्याचा प्रयत्न असतो. ''साध्वी प्रज्ञासिंह ठाकूर हिला एटीएसच्या अधिकाऱ्यांनी धमक्या देऊन तिचा छळ केल्याप्रकरणी राष्ट्रीय मानवाधिकार आयोगाने राज्य सरकारला नोटिस

बजावली. राज्याचे पोलिस महासंचालक अनामी रॉय आणि मुख्य सचिव जॉनी जोसेफ यांना मानवाधिकार आयोगाने काल या नोटिसा बजावल्या.''

२) बंदुकीच्या गोळीसारखी लीड :

या प्रकारच्या लीडमध्ये बातमी थेटपणाने, नेमकी सांगितली जाते, कमीत कमी शब्दांत छोट्या वाक्यात या लीडमध्ये बातमी सांगितली जाते. 'बाबा आमटे यांचे महानिर्वाण' किंवा 'लोकप्रिय घोषणा आज होणार', 'हंगामी अर्थसंकल्प : दुहेरी आव्हान'.

३) नाट्यमय लीड :

या प्रकारात घटनेमागील नाट्य खुलवून सांगितले जाते.

''बँकेत भरणा करण्यासाठी आलेल्या ग्राहकाच्या बॅगेवर झडप घालून हातात येतील तेवढी हजारो रुपयांची बंडलं घेऊन पळून जाणाऱ्या चोराला आज एका दक्ष नागरिकाच्या मदतीने पकडण्यात आले.''

४) साहित्यिक लीड :

कथा-कादंबऱ्यांतील लेखनशैलीशी नाते सांगणारा हा प्रकार आहे. साधारणत: बातमीमध्ये पूर्वी या शैलीला अजिबात स्थान नव्हते. मात्र अलीकडे बऱ्याच बातम्यांमध्येही 'लीड' वापरली जाते. ''लाखो दासभक्तांचा सागर खारघरच्या दिशेने झेपावत होता. तेथे कोणत्याही राजकीय नेत्यांची जाहीर सभा नव्हती तर अध्यात्मातून, निरुपणातून समाजप्रबोधन करणाऱ्या कै. नानासाहेब धर्माधिकारींच्या 'महाराष्ट्रभूषण' पुरस्काराला दाद देण्यासाठी लाखोंचा जनसमुदाय लोटला होता.''

५) अवतरणात्मक लीड :

एखाद्या भाषण, मुलाखत, पत्रकार परिषदेतील निवेदनाच्या आधारे लिहिलेल्या बातम्यांत असा लीड असतो. एखाद्या प्रमुख वक्त्याच्या भाषणातील लक्षवेधी उद्‌गार यात दिला जातो. यातील आलंकारिकता, अल्पाक्षररमणीयता महत्त्वपूर्ण असते. जसे-

''दुसऱ्या हरितक्रांतीकडे देशाची वाटचाल किंवा शिक्षण व्यवस्था आहे; पण शिक्षण नाही.''- पंतप्रधान मनमोहनसिंग.

दोष : लीडनंतर मुख्य गाभा विषयाचे निवेदन, हे विवेचन शब्दबंबाळ जड, असून चालत नाही. अलीकडे मराठी वृत्तपत्रात शब्दांत अडकलेले वृत्तपत्रीय लेखन वाचकाच्या मनात/संभ्रम निर्माण करणारे ठरते. काही वेळा प्रदीर्घ वाक्ये, गुंतागुंतीची वाक्यरचना, अपरिचित शब्द, अवघड परिभाषा वापरल्याने या प्रसारमाध्यमांतील मराठी भाषा अकारण क्लिष्ट होते.

स्तंभलेखन करणाऱ्या व्यक्तीच्या शैलीप्रमाणे, त्याच्या व्यक्तिमत्त्वाप्रमाणे स्वरूप ठरत असते. विवेचनाचे गांभीर्य जपून अधिक ढंगदार मल्लिनाथी

स्तंभलेखनातून करता येते. आतली माहिती सांगत खिल्ली उडवत कोपरखळ्या, चिमटे घेत, उपरोधपूर्ण शैलीतील लेखन हे मराठी भाषेतील वृत्तपत्राला नवीन नाही. यातून उत्कृष्ट मराठीचे प्रतिबिंब पडते, अलीकडे उत्तम कांबळे, अरुण टिकेकर, मधुकर भावे, प्रकाश अकोलकर, कुमार केतकर यांची नावं सांगता येतात.

ब) आकाशवाणीवरील मराठी भाषा

भाषा हे संपर्काचे माध्यम आहे. पण भाषेचा उपयोग 'आकाशवाणी'सारख्या माध्यमासाठी कसा केला जातो हे पाहणे उद्बोधक ठरेल. आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांपैकी खूपसा वेळ हा संगीतविषयक कार्यक्रमासाठी खर्च केला जातो. बाकी सर्व कार्यक्रम मराठी मायबोलीशीच या ना त्या अंगाने बांधले गेलेले असतात.

गुण : आकाशवाणीसाठी मराठीत लिहिताना जी भाषा बोलीभाषेच्या जवळ जाईल अशीच भाषा लिहावी लागते. शब्दाचे उच्चारण हा यामध्ये महत्त्वाचा घटक ठरतो. शब्दातून नापसंती, संकोच, राग-लोभ, प्रेम, होकार, नकार इ.भावना पोहचविल्या जातात; त्यामुळे भाषेला जिवंतपणा येतो. लयबद्धता येते.

१) उद्घोषणा (गुण-दोष)

आपण आकाशवाणीवरून प्रसारित होणारे कार्यक्रम ऐकत असतो. प्रत्येक कार्यक्रमाच्या सुरुवातीला आणि शेवटी त्या कार्यक्रमाविषयी माहिती दिली जाते. आणि नंतर कार्यक्रम ऐकविला जातो. यालाच उद्घोषणा असे म्हणतात. आकाशवाणीवरील सर्व कार्यक्रमांत उद्घोषकांचे महत्त्व फारच आहे. या उद्घोषणा साध्या सोप्या असतात. कारण हा श्रोतृगट सामान्यत: अल्पशिक्षित ग्रामीण परिसरातील म्हणून छोटी वाक्ये लिहून पूर्ण माहिती त्यांच्यापर्यंत पोहचविली जाते. या माध्यमातून मराठी भाषेतील लोक वाङ्मयाचे प्रकटीकरण यातून मोठ्या प्रमाणात होते.

२) भाषण :

आपण श्रोत्यांशी बोलत आहोत याची जाणीव ठेवून यात भाषण लिहिले जाते. बोली भाषेत सुलभ वाक्यरचना, लोकव्यवहारातील प्रचलित असलेले वाक्प्रचार, म्हणींचा मोठ्या प्रमाणावर वापर केला जातो.

३) रूपक/नभोनाट्य :

प्रसारमाध्यमातील सगळ्या प्रकारच्या कार्यक्रमांचा उपयोग करून एखादी माहिती पुरविणे आणि त्यातून मनोरंजन करणे हे रूपकाचे विश्व असते. यातील भाषा लयदार, सोपी असते. प्रसंगानुरूप भाषा वापरली जाते. जनसामान्यांची भाषा, कथन सुटसुटीत वाक्यांतून मांडले जाते. नभोनाट्यातही संवादाची भाषा अतिउत्तम असते. यातील भाषिक आशय उच्च असतो. आकाशवाणी या

प्रसारमाध्यमातून मराठी भाषेतील दोषांपेक्षा गुणांचेच अधिकाधिक दर्शन घडते.

क) दूरदर्शनवरील मराठी भाषा :

दूरचित्रवाणीवरच्या एका वाहिनीवर, एक स्पर्धेच्या निवेदिकेने वेळात वेळ काढून आलेल्या पाहुण्यांना मन:पूर्वक धन्यवाद देण्याऐवजी खूप खूप धन्यवाद केले. अलीकडे या आणि एकंदरीतच दूरचित्रवाणीवरील विचित्र मराठी बोलीचा त्रास करून घेण्याचे दिवस संपलेले आहेत. बऱ्याच अंशी याचे श्रेय काही मराठी मालिका लेखकांना, काही सूत्रसंचालक, वृत्तनिवेदकांना दिलेच पाहिजे. असली शहरी भेसळयुक्त मराठी बोली ही तरुणाईचीच देणगी नसेल ना? कारण मुंबई-पुणे असा काही शहरी भाग सोडला तर इतर महाराष्ट्रात बरेच चांगले मराठी संभाषण ऐकू येते; पण मराठी मालिकांचा प्रभाव- एकूणच माध्यम प्रभाव, दिवसेंदिवस वाढतच असेल तर या मराठी संवाद- बोलीला कोणत्या कोणत्या वळणावरून जावे लागणार आहे, कोणास ठाऊक! थोडेसे लक्ष दिले तर समजायला लागते. ही सगळी हिंदीची बेंगरूळ मराठी रूपे आहेत. मालिकालेखन मराठी, नट मराठी, मग हे हिंदीचे मराठीकरण का बरे सारखे घुसते? मुंबईतल्या पाट्या मराठी होत असताना आपल्या आतल्या (मनाच्या) पाटीवर हिंदीचा प्रभाव कोठून येतो? अशी मग संवादाची मजा सुरू होते. मग उनका धन्यवाद वरून त्यांचे धन्यवाद होतात. तुम्हाला किंवा त्याला मदत करण्याऐवजी बेधडकपणे त्यांची किंवा तुमची किंवा माझी मदत केली जाते. मूळ हिंदीत उनकी-मेरी-तुम्हारी मदत आहे ना! शब्दांची किंवा सुरांची बरसात- बौछार होते, वर्षाव नाही होत, मी तिचे मन वळवले, याचे हिंदीत आपण मैने उसका मन घुमाया असे करतो? पण आम्ही हिंदीचा प्रभाव पाहून घेत असतोच.

मराठी सिनेमा कसा हिंदीच्या तोडीचा! मालिकांचा चकचकाटही हिंदीच्या तोडीचा, वाद्यांचा ठणठणाट हिंदीच्या तोडीचा, मग आमचे मराठी पात्र वारले रे वारले की घाला सगळ्यांनी पांढरे कपडे! सगळ्या लग्न झालेल्या बायका भांगाखाली एक जाड तांबडी रेघ ओढणारच. हॉटेलात गेले की चाय देना, डोसा देना, दो मिसल लाना सुरू, मुंबई वा पुण्यातल्या सर्व हॉटेलवाल्यांना, रिक्षावाल्यांना व्यवस्थित मराठी कळते, पण आम्ही बोललो मराठीत तर ना? आमचे मालिकेतले पात्रही 'पार्ला चलो' म्हणणार.

आता खालील डायलॉगबाजी बघा. म्हणजे त्यामागची हिंदीची सावलीपण कशी पटकन दृष्टीस पडेल. पुढे आपण आपल्या खऱ्याखुऱ्या मायबोलीत काय म्हणाल ते द्यायचा प्रयत्न केलाय. तू मला किती जखमा दिल्या (जख्म दिये) फार छळलयंस तू. मी तुझा गुन्हागार आहे (तुम्हारा गुनहगार) चूक झाल्याचे माझ्याकडून. हे क्षण उधार राहिला माझ्यावर (मुझपर उधार) हे क्षण उधार राहिले माझ्यावर (मुझपर उधार) हे क्षण दीर्घकाळ मनात राहतील. हे कसले आरोप

लावतोयस माझ्यावर (मुझपर आरोप लगा रहे) आरोप करतोयस माझ्यावर, लोक तुझ्यावर हसतील (तुझपर हसेंगे) तुला हसवतील. तिला माझ्यावर गर्व आहे. (मुझपर नाझ/गर्व) माझ्याबद्दल अभिमान आहे. त्याच्यासोबत खूप वाईट झाले. (उनके साथ बुरा) त्याच्याबाबत वाईट घडले. त्यांच्या बाजूने मी क्षमा मागतो (उनकी तरफसे) त्यांच्या वतीने मी क्षमा मागतो. तुला धक्के मारुन बाहेर काढतो (तुम्हे धक्के) हाताला व बखोटीला धरून हाकलतो. मग आपल्याला कोणीही रोख शकत नाही (कोई रोक नही सकता) थांबवू किंवा अडवू शकत नाही. तुझी हिंमत कशी झाली (तुम्हारी हिम्मत) तुझे धाडंस कसं झालं? ही अशी हिंदीचा भयानक प्रभाव पडलेल्या असंख्य उदाहरणांची मालिका चालवता येईल. मराठी संवादातसुद्धा मन मानेल तशी शब्दरचना? अभ्यंकर आडनाव लावणाऱ्या बाईच्या तोंडी ''सगळेच त्याचे ग्वाही आहात'' असा संवाद होता. त्यांना बहुधा साक्षी आहात असे म्हणायचे होते. असो. कामचलाऊ वृत्ती आमच्यात दिवसेंदिवस वाढत आहे. काही वाचणे नको-बघणे नको, इतर मराठी बोलीचे निरीक्षण नको, 'हाण सावळ्या' हा एकच मंत्र. या सगळ्या लेखकवीरांना किमान 'हास्यसम्राट' बघणे सक्तीचे करावे, शुद्ध स्वरूपातल्या भाषा सर्व महाराष्ट्रात कशा बोलल्या जातात त्या तरी किमान कानावर पडतील. किंवा सर्व वाहिन्यांच्या अधिकारी मंडळींनी संवाद- दुरुस्तक असे एखादे पद निर्माण करावे. या जागी मुंबई-पुण्याबाहेरचा बिन इंग्रजाळलेला वा हिंदीआळलेला लेखक नेमावा.

वेळीच यावर विचार (करायची इच्छा असल्यास) झाला तर मराठीवर उपकार होतील. नाही तर? अरण्यात रडण्याने काहीही फायदा होत नाही हे वाक्य मी पाठ करून ठेवले आहे. पण मनातच नुसते भाषाप्रेम काय कामाचे? त्या भाषेचा डौल संभाळणे, वाढवणे हे कलावंतांनी नको का करायला? कारण संभाषणाद्वारे आपण कलावंत सतत लोकांसमोर लिखाणातून आपल्यासमोर काही विचित्र संवाद आला तर नट म्हणून तो आपल्याला खटकायला नको? असो. 'हाण सावळ्या' वृत्तीमुळे आमची शब्दसंपदा आक्रसत चालली आहे. शब्दांचे नीट अर्थ उमगेनासे झाले आहेत आणि जणू परप्रांतात वाढल्यासारखे, योग्य मराठी शब्दयोजना आमच्या डोक्यामध्ये तयारच होत नाही. नाट्यछटाकार दिवाकरांपासून संजय पवारांपर्यंत अस्सल मराठी संवादाचे असंख्य नमुने मराठीत ठासून भरलेले आहेत. पण आपले कूपमंडुकत्व (याचाही अर्थ कदाचित सांगावा लागेल.) सोडून दृष्टी तिकडे वळवली पाहिजे ना! थोडी रतीब टाकण्याची वृत्ती बाजूला सारली तरी सगळे काही शक्य होऊ शकेल.

प्रसारमाध्यमे आणि नोकरी व्यवसायाच्या संधी

प्रा. सौ. मंगल डोंगरे

भाषा हे विचारविनिमयाचे एक श्रेष्ठ साधन आहे. ईश्वराने मानवाला दिलेली ती अमूल्य देणगी आहे. जागतिकीकरणाच्या लाटेत मराठी भाषा टिकावी, वाढावी, तिला जागतिक स्तरावर मान्यता मिळावी असे वाटत असेल तर ती आर्थिक स्रोताचे साधन बनली पाहिजे. त्या दृष्टीने पुणे विद्यापीठाच्या मराठी अभ्यासमंडळाने पदवी व पदव्युत्तर अभ्यासक्रमात व्यावहारिक व उपयोजित मराठी व वृत्तपत्रविद्या या विषयांचा समावेश केला आहे, हा अत्यंत स्तुत्य उपक्रम आहे.

भाषिक कौशल्याच्याआधारे दुसरी एखादी परकीय भाषा शिकून भाषांतर करणाऱ्यांना दोन भाषांवर प्रभुत्व असणाऱ्या व्यक्तींना प्रसारमाध्यमांमध्ये नोकरी व्यवसायाच्या अनेक संधी उपलब्ध आहेत. महाराष्ट्रात सर्व शासकीय व निमशासकीय कार्यालयांचे व्यवहार मराठी भाषेतूनच व्हावे असा आग्रहही धरला जात आहे.

विविध संस्था, कंपन्यांनी, आयात-निर्यात व्यापारक्षेत्रात विविध विषयांशी संबंधित भाषांतरे व मुद्रितशोधने भारतातून करून घेण्यास सुरुवात केली आहे.

बऱ्याच परदेशी उद्योगांनी, संस्थांनी, कंपन्यांनी आपल्या शाखा भारतीय कंपन्यांच्या भागीदारीत स्थापन करण्यास सुरुवात केली आहे. त्यांना आपली माहितीपत्रके भाषांतरित करायची असतात म्हणून त्यांना मुद्रितशोधन करून घेण्यासाठी मराठी विषयाच्या विद्यार्थ्यांची गरज आहे तसेच परकीय भाषेतील उत्तम साहित्य मराठीत आणि मराठीतील उत्तम साहित्य परकीय भाषेत भाषांतरित होत आहे. याठिकाणी भाषिक कौशल्या आत्मसात केलेले युवकांची गरज आहे.

प्रसारमाध्यमांना विविध प्रसंगांसाठी अनेक प्रकारचे लेखन करणाऱ्यांची गरज भासते. मराठी विषय असलेल्या विद्यार्थ्यांना नोकरी व्यवसायाच्या अनेक संधी उपलब्ध आहेत.

प्रसारमाध्यमे :

मानवी जीवनाचा बराचसा भाग प्रसारमाध्यमांनी व्यापला आहे आणि मानवी विकासाबरोबर संप्रेषणाची साधनेही आज विकसित झाली आहेत. आजचे युग हे माहिती-तंत्रज्ञानाचे युग आहे. लोकशाहीत लोकांनी लोकांसाठी घेतलेले निर्णय, केलेले कार्य लोकहिताचे आहे किंवा नाही हे लोकांपर्यंत पोहचवण्याचे कार्य

प्रसारमाध्यमे करतात म्हणून ''प्रसारमाध्यमे लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ आहे'' असे बाबासाहेब आंबेडकरांनी म्हटले आहे. प्रसारमाध्यमे आज बऱ्याच प्रमाणात विकसित झाली आहेत.

प्रसारमाध्यमांचे प्रकार :

१) मुद्रित/छापील माध्यमे- वर्तमानपत्रे, मासिके, भित्तिपत्रके, माहितीपत्रके.

२) प्रक्षेपण माध्यमे/दृकश्राव्य प्रसारमाध्यमे- आकाशवाणी, दूरदर्शन, चित्रपट, ध्वनिचित्रफीत, संगणक (इंटरनेट).

३) बाह्यमाध्यमे- रस्त्यावरील फलक, वाहनांवरील फलक, प्रदर्शन, पथनाट्य, संप्रेषणाच्या भूमिकेत ही प्रसारमाध्यमे महत्त्वाची भूमिका बजावतात.

१) वर्तमानपत्र :

वृत्तपत्र ही सांस्कृतिक व सामाजिक गरज आहे. लोकशिक्षणाचे प्रभावी माध्यम म्हणून वृत्तपत्रांचे महत्त्व दिवसेंदिवस वाढतच आहे. त्यांची संख्याही वाढत आहे. १९९० नंतर वर्तमानपत्रांचे नवे युग सुरू झाले, त्यात नवे नवे तंत्रज्ञान, रंगीत छायाचित्रे, पुरवण्या- सखी, मैत्रीण, चतुरंग, चतुरा, डॉक्टर यांसारख्या पुरवण्यांबरोबरच दलित, उपेक्षित, वंचित वर्गाच्या संवेदना, आकांक्षा नव्या जाणिवेने वृत्तपत्रे मांडत आहेत. त्याचप्रमाणे कौटुंबिक, शैक्षणिक, राजकीय, सामाजिक, क्रीडा यांतील नवे विषय, नवी आव्हाने, नवी संकटे यांची प्रामाणिक दखल घेण्याचा प्रयत्न अनेक वृत्तपत्रे करीत आहेत.

वृत्तपत्राचे चार तांत्रिक विभाग असतात.

१) संपादन :

वर्तमानपत्राच्या व्यवस्थापन विभागात वार्ताहराकडून आलेल्या बातम्यांमध्ये दुरुस्त्या करणे व पुनर्लेखन वृत्त संपादन विभागात होते. अग्रलेख, संपादकीय लेखन संपादक करीत असतो. विषयाची तर्कशुद्ध मांडणी कुशलतेने केली जाते.

वृत्तपत्राच्या भाषेत शब्दांना, निवेदनपद्धतीला, वाक्यरचनेला, शुद्धलेखनाला आणि बातमीच्या शीर्षकाला अत्यंत महत्त्व असते. सामान्य वाचक डोळ्यांपुढे ठेवून भाषा साधी, सोपी व वाचनीय असावी लागते.

संपादकाचे व्यक्तिमत्त्व, त्याचा वैचारिक पिंड यानुसार हे लेखन होत असते. त्यातून राजकीय, सामाजिक प्रश्न वाचकांना समजावून द्यावा असा हेतू असतो.

२) निर्मिती विभाग :

वृत्तलेखन, स्तंभलेखन, मुलाखत लेखन, समीक्षालेखन, पुरवण्यांसाठी लेखन, लोकरुची वार्ता, हलकेफुलके गमतीशीर लेख, व्यक्तिचित्रणात्मक लेख, प्रासंगिक लेख, दुर्घटनेच्या परिपाकाची कथा असे लेखन निर्मिती विभागात होते.

वाचकांना केवळ ज्ञान किंवा माहिती देऊन भागत नाही तर त्यांच्या भावनांची दखल घेऊन समाधानही करावे लागते. म्हणून घटिताचा भावनांशी मेळ घालून

लेख (फिचर) लिहिले जाते. नियमितपणे ठरावीक पानावर स्तंभलेखन असते. हे लेखन मर्मज्ञ, आकर्षक मनोरंजक व घटनाप्रधान असते. लोकहितवादींची 'शतपत्रे' स्तंभलेखनाची उदाहरणे आहेत. अलीकडे विजय तापस, अरुणा ढेरे, नामदेव ढसाळ स्तंभलेखन करतात. विशेष सदरामध्ये– विजय तेंडुलकर, विजया राजाध्यक्ष, मिरासदार, सुरेश भट, डॉ. सदानंद मोरे यांनी लेखन केले आहे.

ग्रंथ परीक्षण :

साहित्यकृतीचे आकलन व आस्वादन या बाबी रसिक वाचकांच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या असतात. म्हणून नवीन आलेल्या साहित्यकृतीचे परीक्षण वाचून साहित्यकृतीचा तपशील वाचकांच्या लक्षात आणून दिला जातो.

मुलाखत :

सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, धार्मिक, शैक्षणिक क्षेत्रांत उल्लेखनीय कामगिरी केलेल्या व्यक्तीच्या कार्यकर्तृत्वाचा परिचय इतरांना व्हावा व त्यांना प्रेरणा मिळावी या हेतूने बोलीभाषेतून औचित्यपूर्ण व आकर्षक भाषेत निवेदन केलेले असते. निर्मिती विभाग व संपादन विभागात अनेक अभ्यासू, तज्ज्ञ, व्यासंगी व्यक्तींना काम करण्यास संधी आहेत.

३) जाहिरात विभाग :

आजचे युग हे जाहिरातींचे युग आहे. न. चिं. केळकर यांनी तिला 'पासष्टावी कला' असे म्हटले आहे. ''वस्तूच्या दर्जाची, गुणवत्तेची, उपयुक्ततेची माहिती देणारी प्रसिद्धीची एक सुविधा म्हणजे जाहिरात.''

उत्पादित वस्तूच्या प्रभावी शब्दांत, मोजक्या व अर्थवाही वाक्यरचनेमध्ये केलेल्या जाहिरातीस वाचकही दाद देत असतात.

वर्तमानपत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट (संगणक) या सर्व प्रसार–माध्यमांतून जाहिरात दिली जाते. त्या त्या प्रसार माध्यमानुसार एकाच जाहिरातीचे स्वरूप बदलते. त्याचा विचार करून जाहिरात कशी सादर करायची याचे तंत्र विचारात घ्यावे लागते.

यासाठी स्वतंत्र जाहिरात संस्था विकसित झाल्या आहेत. जाहिरातीचे लेखन व सादरीकरण करण्यासाठी कल्पकता, प्रतिभा व अलंकार योजना करण्याचे भाषिक कौशल्य असणाऱ्या तरुणांची गरज निर्माण झाली आहे. जीवन जगण्याची कला कौशल्यावर अवलंबून असते. जाहिरातीतील भाषा बदलत्या ग्राहकांच्या मनोवृत्तीवर प्रकाश पाडणारी असते.

बाह्य जाहिराती :

माहितीपत्रके/रस्त्यावरील फलके/फ्लेक्स बोर्ड– या बाह्य जाहिरातींनाही आज बरीचशी मागणी आहे. या सर्व माध्यमांसाठी जाहिरातीचा मसुदा, पूरक मसुदा, संहिता लेखन, घोषवाक्य असे तयार करावे. हा अभ्यासक्रम वाणिज्य

वृत्तसंकलन विभागात अनेक लोक कार्यरत असतात.

संपादक

संयुक्त संपादक | कार्यकारी संपादक | निवासी संपादक

वृत्त संपादक | सहसंपादक | वृत्तलेख संपादक

मुख्य स्थानिक प्रतिनिधी | मुख्य उपसंपादक | खास प्रतिनिधी

मुख्य संपादक

वरिष्ठ प्रतिनिधी | उपसंपादक | उपसंपादक

वार्ताहर | छायाचित्रकार

प्रथम वर्ष व द्वितीय वर्ष विज्ञान या वर्गांसाठी आहे.

अक्षरजुळणी व प्रुफरीडिंग यासाठी पूर्णवेळ प्रुफरीडर (मुद्रित शोधक) नेमलेले असतात. छपाईसाठी कंपोझिटर व फोरमन ही पदे मुद्रित प्रसारमाध्यमांमध्ये असतात.

वितरण व्यवस्था :

वृत्तपत्राचा वाचकवर्ग व वितरक यांचे एक जाळेच असते. ही व्यवस्था अत्यंत दक्षतेने, जबाबदारीने आणि चोखपणे पार पडत असते. मुख्य एजंट व सबएजंटमार्फत वर्तमानपत्रे शहरापासून तर खेड्यांपर्यंत पोहोचवली जातात. या वितरकांना आकर्षक कमिशन मिळत असते. वृत्तपत्राचा खप जसे पहिले पान व आतला मजकूर यावर अवलंबून असतो त्याप्रमाणेच उत्तम वितरण व्यवस्थेवर वर्तमानपत्राचा खप अवलंबून असतो. यासाठी अतिजलद व भरपूर मनुष्यबळ या व्यवस्थेत लागते.

हिंदू वृत्तपत्राचे संपादक पी. साईनाथन म्हणतात, ''वृत्तपत्रांनी सामाजिक बांधिलकी जपली पाहिजे.'' प्रामाणिक, अतिजलद काम करणाऱ्या कष्टाळू युवकांची गरज वितरण व्यवस्थेला असते.

पत्रकारिता पदवी आणि पदविका अभ्यासक्रम पुणे विद्यापीठाच्या संज्ञापन व वृत्तपत्रविद्या विभागात शिकविला जात आहे.

आकाशवाणी :

सर्वसामान्य माणसाच्या घरापर्यंत पोहोचलेले जनसंपर्काचे प्रभावी असे श्राव्यमाध्यम आहे. आकाशवाणी हे केवळ श्राव्यमाध्यम असल्यामुळे प्रभावी शब्द, साधी सोपी व श्रवणीय भाषा हा आकाशवाणीचा आत्मा असतो.

आकाशवाणी उद्घोषन (अनाउन्सर)–

प्रभावी वाचनासाठी, अक्षरज्ञान, लय, हावभाव, चढउतार, शब्दांची सुरावट,

अर्थाच्या छटा याचा विचार वाचनात करावा लागतो. बी.ए.नंतर कम्युनिकेशनची पदवी घेतल्यानंतर आकाशवाणीत वेगवेगळ्या विभागांत काम करण्याची संधी मिळू शकते. नभोनाट्य व भाषण तयार करण्याचे काम मराठी विषयाचे विद्यार्थी करू शकतात.

आकाशवाणीतील प्रमुख घटक :

१) केंद्रप्रमुख- जिल्हास्तरावरील केंद्रप्रमुख कार्यक्रमाची रूपरेषा ठरवून प्रसारण करतो.

२) कार्यक्रम विभाग- शेती, आरोग्य, शिक्षण, सामाजिक, क्षेत्रातील व्यक्तींच्या मुलाखती, बालकांसाठी बालगीते, प्रौढांसाठी नाटके, श्रुतिका, मालिका, गप्पागोष्टींचे कार्यक्रम.

तांत्रिक विभाग :

आकाशवाणीसाठी जाहिरात सादर करताना कमीतकमी शब्दांत आशय व्यक्त करण्यासाठी गतिमान शब्दफेक असते ही तंत्र लक्षात घ्यावीत.

दूरचित्रवाणी :

आज जगभर दूरदर्शनचा प्रेक्षकवर्ग प्रचंड प्रमाणात आहे. वाहिन्यांची संख्याही दिवसेंदिवस वाढत आहे. त्यात मराठी वाहिन्यांमध्ये सह्याद्री, मी मराठी, सी मराठी, झी २४ तास, आयबीएन लोकमत, झी टॉकीज, स्टार प्रवास, ई - मराठी, साम, ९ वाहिन्यांवर २४ तास कार्यक्रम चालू असतात. या वाहिन्यांवर काम करण्यासाठी भाषेचे विस्तृत ज्ञान, स्पष्ट उच्चार आणि परिणामकारक भाषाशैली आवश्यक आहे. हे माध्यम दृक व श्राव्य अशा दोन्ही प्रकारचे असल्यामुळे प्रेक्षकवर्ग डोळ्यांपुढे ठेवून संहितालेखन केले जाते.

नाटक, चित्रपटाबरोबरच वेगवेगळ्या मालिका, चित्रपटगीते, अंताक्षरी, पाककृती, बौद्धिक स्पर्धा, नृत्यस्पर्धा, कलावंतांच्या मुलाखती, चर्चासत्र व परिसंवादाचे वृत्तांतलेखन, आगामी चित्रपटाचे कथाबीज समजावून देणे, नाट्यसमीक्षा, जाहिराती, असे विविध स्वरूपाचे कार्यक्रम सातत्याने होत असतात.

मराठी विषयाचे विद्यार्थी या कार्यक्रमांचे सूत्रसंचालन, संयोजन व आयोजन करू शकतील. सिनेमॅटोग्राफी हा ३ वर्षांचा कोर्स असून एफ.टी.आय. संस्था, पुणे या ठिकाणी करण्याची सोय आहे.

संगणक तंत्र :

विज्ञानयुगात माणसाच्या हातातील एक उपयुक्त प्रभावी साधन म्हणून संगणकाने फार मोठी क्रांती केली आहे. इंटरनेटमुळे वैश्विक ज्ञान, मानवाच्या मुठीत बंदिस्त झाले. पुण्यात होणाऱ्या अखिल भारतीय साहित्य संमेलनाचे थेट प्रक्षेपण महाराष्ट्र ज्ञान महामंडळाच्या वेबसाईटवर पाहता येईल. (www. mkcl.065/mss) अशी माहिती संगणक तज्ज्ञ दीपक शिकारपूर यांच्या उपस्थितीत ज्ञान महामंडळाचे

हेमंत वंदेकर व साहित्य परिषदेचे संजय जोशी यांनी सकाळ दि.१९ मार्च २०१० ला ही माहिती दिली.

वृत्तपत्र, प्रकाशन, शासकीय कार्यालये, शिक्षणसंस्था, रेल्वे, विमान, इंजिनिअरिंग, जाहिरात, डिझाईन, अवकाश, राजकारण, हिशेब, वीज, टेलिफोन, उद्योग, सहकार अशा जीवनाच्या सर्वच क्षेत्रांत संगणकाचा वापर होत आहे.

या क्षेत्रांत निपुण होणे यासाठी प्रशिक्षण संस्था आहेत. विविध विषयांचे तज्ज्ञ असंख्य प्रशिक्षण केंद्रांतून हजारोंच्या संख्येने विद्यार्थ्यांना प्रशिक्षित करीत आहेत. त्वरित आर्थिक लाभ व उच्चपदांच्या रोजगाराच्या संधी या क्षेत्रात आहेत.

संगणक दुरुस्ती, नेटवर्किंग, व्यवस्थापन क्षेत्रात रोजगार व स्वयंरोजगाराच्या भरपूर संधी उपलब्ध आहेत. कोणत्याही शाखेतील पदवीधर हार्डवेअर व नेटवर्किंगचे प्रशिक्षण घेऊन नोकरी व्यवसाय करू शकतात आणि जगाच्या कोणत्याही क्षेत्रात जाऊ शकतात.

निष्कर्ष :

प्रसार माध्यमांच्या क्षेत्रात मराठी विषयाच्या विद्यार्थ्यांना अनेक संधी आहेत. पदवी व पदव्युत्तर विभागात व्यावहारिक उपयोजित मराठी विषय अभ्यासक्रमात असून केवळ चालणार नाही तर या क्षेत्रात मराठी विषयाच्या विद्यार्थ्यांसाठी जागा राखीव असाव्यात. तसे शासकीय पातळीवर प्रयत्न होणे गरजेचे आहे.

मराठीच्या विद्यार्थ्यांनी केवळ पुस्तकी ज्ञान मिळवून चालणार नाही तर त्यांनी कलाकौशल्ये आत्मसात केली पाहिजेत. उदा. नाट्य, अभिनय, संगीत-गायन ही कौशल्ये विकसित करावीत. वाचन, संभाषण, लेखन, भाषण यांमध्ये पारंगत असलेच पाहिजे. प्रसारमाध्यमांचे कार्य कसे चालते याचे- प्रात्यक्षिक मिळावे. म्हणून त्यांच्या शैक्षणिक सहली काढून त्या-त्या विभागाचे कार्य त्यांच्या निदर्शनास आणून द्यावे.

आपल्या व्यक्तिमत्त्व विकासासाठी विद्यार्थ्यांनी वेळ दिला पाहिजे. मराठीची पदवी केवळ जाता-जाता घेता येईल असे समजू नये. मराठी भाषेबरोबर इंग्रजी-हिंदी भाषेवरही प्रभुत्व मिळविले पाहिजे. मराठी विषयाच्या पदवी बरोबरच इतर संगणक कोर्स केले पाहिजेत. आपल्या आयुष्यातील ५०% प्रश्न भाषा सोडवू शकते. त्यासाठी भाषेवर हुकूमत असावी.

जागतिकीकरणाने भारत ही मोठी बाजारपेठ झाली आहे. मराठीबरोबरच परकीय भाषेवर प्रभुत्व असणाऱ्यांना नोकरी व्यवसायात अनेक संधी उपलब्ध आहेत.

वृत्तपत्रचालकांची व्यावसायिक स्पर्धा पराकोटीची झाल्यामुळे अधिक कुशल उपसंपादक व वार्ताहर यांची व्यवसायाला गरज आहे.

मराठी व इंग्रजी टायपिंग कोर्स विद्यार्थ्यांनी करण्याची गरज आहे.

वृत्तपत्र आणि मराठी भाषा

राजेश्वर माधवराव डुडूकनाळे

आधुनिक काळामध्ये विज्ञान-तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे प्रसार माध्यमांना मानवी जीवनात अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झाले आहे. समाजजीवनाच्या सर्वच क्षेत्रांमध्ये प्रसारमाध्यमे प्रभावी ठरत आहेत. जगाच्या कानाकोपऱ्यात घडणाऱ्या घटना सहजपणे वाचायला-पाहयला मिळत आहेत. माहिती-तंत्रज्ञानाच्या युगामुळे आणि वेगाने वाढणाऱ्या, विकसित होणाऱ्या प्रसारमाध्यमांमुळे सामाजिक संप्रेषणाची प्रक्रिया गतिमान झाली आहे. मराठी भाषा आणि प्रसार माध्यमे हा एक मोठा आणि महत्त्वाचा विषय आहे. वृत्तपत्र, नभोवाणी, दूरचित्रवाणी ही जनप्रबोधनाची, जनसंपर्काची अत्यंत कार्यक्षम, प्रभावी माध्यमे आहेत. याठिकाणी प्रामुख्याने 'वृत्तपत्र' या माध्यमाचा मराठी भाषेच्या अंगाने विचार करावयाचा आहे.

मराठी वृत्तपत्राचा उदय व विकास :

जगाच्या पाठीवर मुद्रणकलेचा शोध पंधराव्या शतकात लागला. त्यानंतर सोळाव्या शतकामध्ये जर्मनीमध्ये गटेनबर्गने छापखाना सुरू केला. अठराव्या शतकात भारतामध्ये इंग्रजी साम्राज्यामुळे मुद्रणकला विकसित होऊ लागली. यामुळे भारतात वृत्तपत्रांच्या निर्मितीचा मार्ग मोकळा झाला.

भारतीय वृत्तपत्रांच्या इहिसात 'हिकीज गॅझेट'चा उल्लेख सर्वात अगोदर करावा लागतो. जेम्स ऑगस्टीन हिकी याने 'बेंगाल गॅझेट' हे साप्ताहिक सुरू केले. २९ जानेवारी १७८० साली या इंग्रजी साप्ताहिकाचा पहिला अंक प्रकाशित झाला. भारतीय भाषांमधून वृत्तपत्रे सुरू करण्याचा प्रयत्न राजा राममोहन रॉय यांनी केला. म्हणून रॉय यांना 'भारतीय वृत्तपत्रांचे जनक' म्हटले जाते. १८५० पर्यंत भारतातील अनेक भाषांमधून वृत्तपत्रे उदयाला येऊ लागली.

महाराष्ट्रामध्ये बाळशास्त्री जांभेकरांनी १८३२ साली 'दर्पण' नावाचे वृत्तपत्र सुरू केले. 'दर्पण'च्या पूर्वी १८२८ साली 'मुंबापूर वर्तमान' नावाचे पत्र निघाले होते असा उल्लेख रा.के.लेले यांनी आपल्या 'मराठी वृत्तपत्रांचा इतिहास' या ग्रंथात केला आहे. परंतु या पत्राचा मालक, संपादक कोण? हा प्रश्न अनुत्तरित आहे. यामुळे 'दर्पण' हेच मराठीतले पहिले वृत्तपत्र समजले जाते. ६ जानेवारी १८३२ ला 'दर्पण'चा पहिला अंक प्रसिद्ध झाला. सुरुवातीला

पाक्षिक असणाऱ्या या वृत्तपत्राचे नंतर साप्ताहिकात रूपांतर झाले. 'दर्पण' नंतर 'मुंबई अखबार' (१८४०), 'प्रभाकर' (१८४१), 'ज्ञानसिंधू' (१८४२), 'ज्ञानोदय' (१८४२), 'ज्ञानप्रकाश' (१९५०), 'इंदूप्रकाश' (१८५७), 'दीनबंधू' (१८७७), 'सत्सार' (१८८५), 'केसरी' (१८८१), 'सुधारक' (१८८८) अशी वृत्तपत्रे उदयाला आली.

मराठी वृत्तपत्रांच्या इतिहासाचे प्रामुख्याने दोन कालखंड पडतात. एक १८३२ ते १९४७ आणि दुसरा १९४७ ते २०१०. पहिल्या कालखंडामध्ये जांभेकर, महात्मा फुले, कृष्णराव भालेकर, भाऊ महाजन, टिळक, आगरकर आणि डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांचे मराठी वृत्तपत्रातील योगदान अत्यंत मोलाचे आहे. दुसऱ्या कालखंडामध्ये मराठी वृत्तपत्रांच्या रूपात झपाट्याने बदल होत गेला. लोकशाही शासन व्यवस्थेमुळे आणि अत्याधुनिक तंत्रज्ञानामुळे वृत्तपत्रांच्या भूमिकेला महत्त्व प्राप्त झाले.

जनसंपर्काचे व प्रबोधनाचे प्रभावी माध्यम :

वृत्तपत्र हे जनसंपर्काचे अत्यंत प्रभावी माध्यम आहे. लोकशाहीमध्ये आपली समस्या मांडण्याचे सर्वात प्रभावी साधन म्हणून सामान्य माणूस वृत्तपत्राकडे पाहतो. लोकसंवाद, लोकशिक्षण, समाजप्रबोधन, शिक्षण, मनोरंजन या सर्वच दृष्टीने वृत्तपत्राला समाजजीवनात असाधारण महत्त्व प्राप्त झाले आहे.

वृत्तपत्राच्या आधाराशिवाय लोकचळवळ उभी राहू शकत नाही म्हणून डॉ.आंबेडकरांनी जानेवारी १९२० मध्ये 'मूकनायक' सुरू केले. स्वत:चे वार्तापत्र असल्याशिवाय आपली वैचारिक भूमिका समाजात रुजवता येत नाही, हे डॉ.आंबेडकरांच्या लक्षात आले. महात्मा फुले यांनी केलेल्या कार्याची साधी दखलसुद्धा 'केसरी'ने घेतली नव्हती. यातूनही वृत्तपत्राचे महत्त्व डॉ.आंबेडकरांच्या लक्षात आले. समाजजागृतीचे एक साधन म्हणून त्यांनी वृत्तपत्रांना महत्त्व दिले. 'सत्सार', 'दीनबंधू', 'मूकनायक', 'जनता' अशा वृत्तपत्रांनी समाजजागृतीचे मोठे काम केले. या समाजजागृतीचा परिणाम म्हणून तान्हूबाई बिर्जेसारख्या महिलेला 'दीनबंधू'चा संपादक होण्याची संधी मिळाली.

दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक अशा अनेक रूपांत वृत्तपत्रे वाचकांपुढे येतात. विशेषत: अलीकडच्या काळात दैनिकांना खूप महत्त्व प्राप्त झाले आहे. दैनिक हे माणसाच्या दैनंदिन जीवनाचा एक अविभाज्य घटक बनले आहे. दैनिकांमुळे सामान्य माणसाच्या समस्या सुटण्यास मदत होत आहे. म्हणूनच वृत्तपत्र म्हणजे 'जहांगीरची घंटा' असे म्हटले जाते. जहांगीर बादशहाने आपल्या राजवाड्यात एक घंटा बांधून ठेवली होती. सामान्य माणूस बादशहाला आपली समस्या सांगण्यासाठी घंटा वाजवत असे. त्यानंतर बादशहा बाहेर येऊन त्या व्यक्तीची समस्या सोडवत असे. आज लोकशाहीमध्ये वृत्तपत्रपेटी

जहांगीरच्या घंटेची भूमिका बजावत आहेत.

वृत्तपत्र व मराठी भाषा :

सर्वच प्रकारच्या माध्यमांमध्ये भाषेला अनन्यसाधारण महत्त्व असते. भाषेच्या आधाराशिवाय कोणतेही माध्यम आपले कार्य करू शकत नाही. नभोवाणी, दूरचित्रवाणी या प्रसार माध्यमांपेक्षा वृत्तपत्र हे एक वेगळ्या स्वरूपाचे प्रसार माध्यम आहे. मुद्रित माध्यम म्हणून वृत्तपत्रांच्या स्वरूपात भाषेला खूप महत्त्व आहे.

मराठी भाषेच्या विकासात जसा वृत्तपत्रांचा वाटा आहे तसाच वृत्तपत्रांच्या विकासात मराठी भाषेचा आहे. भाषेच्या अंगाने वृत्तपत्रांचा विचार करता पुढील महत्त्वपूर्ण बाबी लक्षात येतात.

'भाषा' वृत्तपत्रांचा श्वास :

भाषा हे संप्रेषणाचे सर्वात प्रभावी माध्यम असल्यामुळे वृत्तपत्रांच्या रचनेत भाषेच्या स्वरूपाला महत्त्व असते. भाषेच्या अचूक, अर्थपूर्ण वापराशिवाय वृत्तपत्राचे कार्य अशक्य आहे. माणसाच्या जीवनात जसे श्वासाला, प्राणवायूला महत्त्व आहे, तसेच वृत्तपत्रांच्या जीवनात भाषेला महत्त्व आहे. वृत्तपत्र व इतर क्षेत्रांतील भाषेचे हे महत्त्व लक्षात घेऊन दादोबा तर्खडकरांनी महाराष्ट्र भाषेचे व्याकरण तयार केले. ''मराठीमध्ये गद्यरूपाने लिहिण्याचा प्रचार चांगला वाढत चालला आहे. तेव्हा अशा समयी व्याकरणद्वाराने भाषेचे नियमच करणे किती आवश्यक आहे हे सुज्ञ पुरुष जाणतच असतील.'' असे मत त्यांनी आपल्या पुस्तकाच्या प्रस्तावनेत व्यक्त केले आहे. अर्थातच तर्खडकरांचे व्याकरणाचे पुस्तक तयार होण्यापूर्वी 'दर्पण' प्रसिद्ध झाले होते. 'दर्पण', 'प्रभाकर'सारख्या वृत्तपत्रांमुळे मराठी भाषेत गद्यलेखनाला गती मिळाली होती.

वृत्तपत्राच्या भाषेचे वेगळेपण :

समाजजीवनात भाषेची अनेक रूपे दिसून येतात. मानवी गरजेनुसार भाषा आपले कार्य करीत असते. त्या त्या क्षेत्रातील मूलभूत तत्त्वांना अभिव्यक्त करण्याचे काम भाषा करते. मराठी भाषाही याला अपवाद नाही.

माणूस संपर्क साधण्यासाठी, ग्रंथलेखनासाठी, आपले विचार व्यक्त करण्यासाठी, साहित्य निर्मितीसाठी, शास्त्रीय किंवा संशोधनपर लेखनासाठी, विशिष्ट प्रकारची माहिती देण्यासाठी भाषा वापरत असतो. अभिव्यक्तीच्या उद्दिष्टानुसार भाषेचे रूप ठरत असते. वृत्तपत्रातील भाषेचे रूप या सर्वांपेक्षा निराळे असते. पुस्तकांचे मुद्रण आणि वृत्तपत्रांचे मुद्रण यात मोठा फरक आहे. याबाबतीत ल.ना.गोखले म्हणतात, ''पुस्तकांचे मुद्रण सामान्यत: एकाच लहान टाइपात असते. वृत्तपत्रामध्ये मजकूर लहान टाईपात असला तर शीर्षके, पोटमथळे यांसाठी आणि एकेक बातमीच्या अथवा लेखाच्या प्रारंभी वेगळा मोठा टाईप

असावाच लागतो.'' मुद्रणाच्या आकारामध्ये गरजेनुसार बदल करणे वृत्तपत्राच्या भाषेत अपरिहार्य असते.

वृत्तपत्राची भाषा वास्तव, कथन करणारी असावी लागते. घटना प्रसंगाची यथार्थ, वस्तुनिष्ठ, सत्य माहिती देणे वृत्तपत्राचे नैतिक कर्तव्य आहे. नि:पक्ष, वास्तवदर्शी भाषाच वाचकावर प्रभाव पाडू शकते. परंतु अलीकडच्या दैनिकांमधून प्रसिद्ध होणाऱ्या बातम्या पाहता मराठी भाषेचे सरकारीकरण झालेले जाणवते. ''वार्ता सापडण्याचे एकमेव वा महत्त्वाचे स्थान सरकार मानले जाते. त्यामुळे शक्यतो अचूक व स्वत:ला सापडू न देण्याची कसरत करत भाषेचा वापर सुरू झाला. म्हणून बातमीचे सरकारीकरण व त्यामुळे भाषेचे सरकारीकरण वाढत गेले. सामान्य माणसांची हालहवाल, त्याच्या आयुष्यातील घडामोडी यांची बातमी कशी बरोबर मराठी वळणाची येते ! मात्र राजकारण, सत्ता, सरकार, उद्योग, कायदा, व्यापार यांचा संबंध येताच मराठीला इंग्रजीचा रंग-रूप-वास येतो.'' हे जयदेव डोळे यांचे मत माध्यमांच्या जगातील वास्तवच अधोरेखित करणारे आहे.

मथळे आणि मजकूर :

अलीकडच्या काळात वृत्तपत्रांमध्ये दैनिकांना असाधारण महत्त्व प्राप्त झाले आहे. मराठीमध्ये लोकमत, देशोन्नती, सकाळ, महाराष्ट्र टाइम्स, लोकसत्ता, पुढारी ही प्रसिद्ध वर्तमानपत्रे आहेत. या दैनिकांमध्ये ताज्या बातम्यांना खूप महत्त्व असते. ताज्या महत्त्वाच्या घडामोडी हा दैनिकांचा केंद्रबिंदू असतो. अशा बातम्या प्रसिद्ध करीत असताना संपादकाला भाषेचा गांभीर्याने विचार करावा लागतो. बातमीचा मथळा अर्थपूर्ण, कमीत कमी शब्द असलेला, सोपा असावा लागतो. मथळ्याची भाषा लोकांना समजेल अशी असावी लागते. या मथळ्यांना नेमक्या शब्दांत स्पष्ट करणारा मजकूरही वृत्तपत्रात महत्त्वाचा असतो. मथळ्याबद्दल नेमकी, महत्त्वपूर्ण आणि वास्तवाला धरून असणारी माहिती मजकुरात अपेक्षित असते. याबाबतीत ल.ना.गोखले म्हणतात- ''हे मथळे वाचकास गुंतवतात व गुंगवतातही. त्यांची भाषा जेवढी स्पष्ट, नेमकी आणि गोळीबंद तेवढा वाचकांवरील वृत्तपत्राचा परिणाम वाढणार. याचाच अर्थ असा की वृत्तपत्राची भाषा काही केवळ त्यातील मजकुराची भाषा नव्हे. मथळ्यांच्या भाषेचाही वृत्तपत्रांच्या भाषेत मोठा सहभाग आहे. वृत्तपत्रातील मजकुराच्या भाषेकडे नेणारे, मथळ्यांची भाषा हे एक अनन्यसाधारण वाहन आहे.'' यावरून बातमीच्या भाषेची कल्पना येऊ शकते.

जशी भूमिका तशी भाषा :

प्रत्येक वृत्तपत्राची एक विशिष्ट भूमिका असते. काही उद्दिष्टे डोळ्यांसमोर ठेवून वृत्तपत्रे कार्य करीत असतात. त्यांच्या या भूमिकेचा प्रभाव भाषेवर पडत

असतो. अर्थातच प्रत्येक वृत्तपत्राची एक स्वत:ची शैली असते. याबाबतीत जयदेव डोळे म्हणतात– ''प्रसार माध्यमांमधील भाषांची जडणघडण विशिष्ट सामाजिक, सांस्कृतिक घटकांनी होत असते.'' वृत्तपत्राची वैचारिक भूमिका कोणती आहे, यावर भाषेचे स्वरूप अवलंबून राहते. उदा.डॉ.आंबेडकरांच्या जनता पत्रातील भाषा. डॉ.आंबेडकरांची वैचारिक भूमिका पुरोगामी, विवेकनिष्ठ आणि समाजाला परिवर्तनाच्या मार्गावर घेऊन जाणारी होती. 'जनता' पत्रातील लेखांचे शीर्षक पाहिले तर याची कल्पना येते. 'हिंदू महासभा का ठकांची बैठक !', 'अस्पृश्यांचा प्रश्न: घरचा का राष्ट्राचा', 'गांधींच्या कुजक्या मनातील नासके विचार' इ. याउलट 'केसरी' ची भाषा प्रतिगामी वळणाची आहे. म्हणून डॉ.आंबेडकर या भाषेस 'धर्मलंडाची भाषा' म्हणतात. 'अंधश्रद्धा निर्मलून वार्तापत्र', 'मराठामार्ग', 'समाजप्रबोधन पत्रिका', 'परिवर्तनाचा वाटसरू' अशा अनेक वार्तापत्रांची भाषा पुरोगामी आशय-विषय घेऊन येणारी आहे. याउलट 'साप्ताहिक विवेक', दै.सामना, 'तरुण भारत' ची भाषाशैली 'हिंदुत्वा'ला बांधिल आहे.

'कवितारती', 'ललित', 'साहित्यसूची', 'पंचधारा', 'प्रतिष्ठान', यांसारख्या मराठी साहित्याला वाहिलेल्या वृत्तपत्रांची भाषा 'वाङ्मयीन' मूल्ये व्यक्त करणारी आहे. थोडक्यात, वृत्तपत्राच्या भूमिकेचा त्याच्या भाषेवर मोठा प्रभाव पडतो. राजकीय पक्षांकडून चालविल्या जाणाऱ्या दैनिकांची भाषा पक्षांच्या धोरणाला बांधिल आहे. असते. दै. लोकमत, दै. सकाळ, दै. सामनाची भाषा.

वृत्तपत्र व बोलीभाषा :

वृत्तपत्र हे लोकसंवादाचे सर्वात प्रभावी साधन आहे. त्यामुळे वृत्तपत्राच्या भाषेवर लोकभाषेचा प्रभाव असणे आवश्यक आहे. बोलीभाषेचा सरसकट वापर वृत्तपत्रात अशक्य असला तरी बोलीभाषेतील अर्थपूर्ण शब्द वापरणे शक्य आहे. साध्या शब्दांची निवड, लोकभाषेची जाण यांमुळे सामान्य वाचकाला वृत्तपत्र अधिक समजू शकते.

फुले-आंबेडकरांची भाषा या दृष्टीने महत्त्वाची आहे. लेखनविषयक नियमांपेक्षा अर्थाला व लोकप्रबोधनाला डॉ.आंबेडकरांनी आपल्या वृत्तपत्रांमधून प्राधान्य दिले. बोलीभाषेतील अनेक शब्द त्यांच्या लेखांत सापडतात. 'मी हसते लोकाला। शेंबूड माझ्या नाकाला।', 'हगवणीला बायको आणि नागवणीला सोयरा', 'टनभर बोलणारे पण इंचभर न हलणारे', अशा म्हणींचा वापरही बरेच काही सांगून जातो. या डॉ. आंबेडकरांच्या भाषेबद्दल अरुण कांबळे म्हणतात– ''प्रौढ, मराठमोळी, इंग्रजाळलेली, संस्कृतप्रचुर अशा मराठीबरोबरच कोकणी, सातारी, दलित बोलीतील शब्दही डॉ. आंबेडकरांच्या लेखनात आपल्याला आढळतात. फार्शी, उर्दू, हिंदी, गुजराथी याही शब्दांचा भरणा त्यांच्या लेखनात

आहे. डॉ. आंबेडकरांचे मराठी लेखन सर्वार्थाने त्यांच्या प्रज्ञावंत, मूर्तिभंजक, बंडखोर व्यक्तित्वाचे निदर्शक आहे.'' जनता पत्रातील लेखांच्या भाषेबद्दल त्यांनी हे मत व्यक्त केले आहे. थोडक्यात वृत्तपत्रांच्या भाषेमध्ये योग्य ठिकाणी बोलीचा उपयोग केल्यास ती अधिक प्रभावी ठरू शकते. याउलट प्रमाणभाषेतील बोजड, गुंतागुंतीचे, अपरिचित जोडशब्द, संस्कृतप्रचुर शब्द वापरल्यास वाचकांना अडचण येऊ शकते. उदा. 'झाडावर बसलेला पक्षी मला दिसत आहे'. हेच वाक्य ''वृक्षावर विराजमान झालेला खग मजसी दृग्गोचर होत आहे'' असे लिहिल्यास सामान्य वाचकास त्याचा अर्थ कळणार नाही. म्हणून लोकभाषेचा गोडवा, जिव्हाळाच अधिक महत्त्वाचा ठरतो.

प्रत्येक शब्द महत्त्वाचा :

वृत्तपत्राच्या भाषेमध्ये प्रत्येक शब्दाची निवड महत्त्वाची असते. एखादा चुकीचा शब्दसुद्धा वृत्तपत्राला हानिकारक ठरू शकतो. संत तुकारामांच्या भाषेत सांगावयाचे झाल्यास-

''आम्हां घरीं धन शब्दांचींच रत्ने ।
शब्दांचींच शस्त्रें यत्न करूं ।।
शब्दचि आमुच्या जिवाचें जीवन ।
शब्द वाटूं धन जनलोकां ।।
तुका म्हणे पहा शब्दचि हा देव ।
शब्देंचि गौरव पूजा करूं ।।''

ही संपादकाची भूमिका असायला हवी. निवडक शब्द, साधी सरळ, छोटी वाक्ये, प्रवाही मांडणी, किमान शब्दांत प्रभावीपणे आशय सांगण्याचे कौशल्य वृत्तपत्राच्या भाषेत महत्त्वाचे ठरते.

मराठी भाषेवरील इंग्रजी प्रभाव :

अलीकडच्या मराठी दैनिकांची भाषा पाहता इंग्रजी भाषेचा तिच्यावरील प्रभाव लक्षात येतो. अनेक ठिकाणी इंग्रजी शब्दांचा वापर दिसून येतो. उदा. - नव्या वर्षात वीज दरवाढीचा 'शॉक' ! (देशोन्नती - १३ जाने. २०१०), दिल्लीत खेळपट्टी आउट !, पाचवा 'वन-डे' रद्द. (लोकमत, २८ डिसेंबर २००९), मुंबईला बेंगलूरचे 'चॅलेंज' (सकाळ २० मार्च २०१०), मनोऱ्याचे काम वादात अन् ग्राहक रेंजच्या शोधात ! (लोकमत, २८ डिसेंबर २००९) वरील उदाहरणांत 'शॉक', 'आउट', 'वन-डे', 'चॅलेंज' आणि 'रेंज' हे इंग्रजी शब्द आले आहेत. अशी अनेक उदाहरणं दैनिकांमधून सापडतात. यातून मराठी भाषेतील वृत्तपत्रांवर इंग्रजी भाषेचा प्रभाव कसा वाढत चालला आहे, हे लक्षात येते.

अलीकडच्या काळात वृत्तपत्रांना व्यावसायिक रूप प्राप्त झाले आहे.

अर्थात याला काही अपवादही आहेत. जे संपादक वृत्तपत्रांकडे व्यवसाय म्हणून बघतात त्यांची भूमिका 'न्यूट्रल' असते. ते दारुबंदीवरचा लेखही छापतील व दारूची जाहिरातही देतील! कारण आधुनिक जगातल्या अनेक गोष्टी वृत्तपत्राच्या भाषेवर प्रभाव टाकत आहेत. वस्तूप्रमाणे वृत्तपत्रातील भाषेलाही उत्पादन मूल्य प्राप्त झाले आहे. नव्या आर्थिक वातावरणात मराठी भाषेचे उत्पादन सुरू असल्याने या भाषेवर बाजारपेठेचा भरपूर असा दबाव आहे. बाजारपेठेतील स्पर्धा, चढाओढ, घाई, दर्जाबद्दलची जाणीव, ग्राहकांची संख्या आदी गोष्टीसुद्धा प्रसार माध्यमांतील मराठीवर परिणाम करीत आहेत.'' हे जयदेव डोळे यांचे मत यादृष्टीने महत्त्वाचे आहे. अशा व्यावसायिक वृत्तपत्रांची भाषा शहरी प्रमाणभाषेचे प्रतिनिधीत्व करणारी वाटते. थोडक्यात, वृत्तपत्रांच्या व्यावसायिकीकरणामुळे त्यांच्या भाषेतही झपाट्याने बदल होत आहे.

आकाशवाणी व दूरदर्शन : बदलते स्वरूप

प्रा. गणेश मोहिते

एकविसाव्या शतकाला 'माहिती- तंत्रज्ञानाचे युग' म्हणून ओळखले जाऊ लागले आहे. अलीकडच्या काळात प्रचंड प्रमाणात या क्षेत्रात बदल घडून येत आहे. १९८० नंतरचा कालखंड 'संगणक कालखंड' म्हणूनच ओळखला जातो. याच संगणकाच्या जोरावर भारतात प्रसारमाध्यमे आणि संप्रेषणाच्या साधनांच्या विकासातही मोठा हातभार लागला. आकाशवाणी, दूरदर्शन, चित्रपट, संगणक, वर्तमानपत्रे, मोबाईल, इंटरनेट अशी काही या नव्या बदलांची अपत्ये म्हणता येतील. माध्यमांचा विचार करताना 'आकाशवाणी' हे जनमानसात लोकप्रिय असणारे माध्यम म्हणून महत्त्वाचे ठरते.

आकाशवाणी :

भारतातील आकाशवाणी हे पहिले प्रसारमाध्यम ठरते. स्वातंत्र्यपूर्व कालखंडापासून आकाशवाणीचे योगदान महत्त्वपूर्ण आहे. भारतात वर्तमानपत्रांची सुरुवात अठराव्या शतकाच्या उत्तरार्धात झाली असली तरी 'श्राव्य' माध्यम म्हणून केलेले आकाशवाणीचे कार्य भरीव आहे. आकाशवाणीच्या पूर्वेतिहासाबद्दल समीरण वाळवेकर म्हणतात, ''भारतात नभोवाणीला मोठा इतिहास आहे. १९२७ मध्येच भारतात खाजगी व्यावसायिक रेडिओ कंपनी सुरू झाली. २३ जुलै १९२७ रोजी त्यावेळच्या बॉम्बेमध्ये 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी'ने आपली व्यावसायिक नभोवाणी सेवा सुरू केली. भारतात पहिले वृत्तपत्र निघाल्यानंतर तब्बल १४७ वर्षांनंतर ही पहिली नभोवाणी सेवा सुरू झाली होती.''[१] या मतावरून हे लक्षात येते की, अगदी जेथे कोणतीच सुविधा पोहोचली नव्हती अशा ठिकाणी आकाशवाणी लोकांचे मनोरंजन, प्रबोधन करायला लागली. 'श्राव्य' माध्यम म्हणून आकाशवाणीची लोकप्रियता नंतर खूपच वाढली. महाराष्ट्रासारख्या राज्यात तर १९७२ पर्यंत 'दूरदर्शन'चे आगमन होईपर्यंत 'आकाशवाणी' हे राज्यात एकमेव प्रभावी जनसंपर्क माध्यम सामान्यांसाठी थेट घराघरात उपलब्ध होते. समाजाच्या जडणघडणीत असणारे आकाशवाणीचे योगदान सर्वश्रुत आहे. नवभारतीयांच्या मनातली, विचारातली राष्ट्रीय अस्मिता फुलविण्याचे, टिकविण्याचे कामही रेडिओने केले. भारताच्या स्वातंत्र्योत्तर नियोजनबद्ध वाटचालीत, विकासात रेडिओने एक जबाबदारी पार

पाडली आहे.''[२] पंचवार्षिक योजना, लोककल्याणकारी योजना, कुटुंबकल्याण, अंधश्रद्धा निर्मूलन, साक्षरता, विज्ञाननिष्ठा या बाबी ग्रामीण जनतेपर्यंत पोहोचविण्याचे व रुजविण्याचे कार्य आकाशवाणीने फार मोठ्या प्रमाणात केले आहे.

अलीकडच्या काळात माध्यमांच्या स्पर्धेतही आकाशवाणी आपले वेगळेपण जपून आहे. आधुनिक तंत्रज्ञानाची कास धरून काळानुरूप बदल घडवून आणत आहे. वेब-रेडिओ नावाचा नवा प्रकार अस्तित्वात आला आहे. आय-पॉडद्वारे तुम्ही संगीत, भाषण किंवा ध्वनिरूपातील काहीही ऑनलाईन ऐकू शकता, डाउनलोड करू शकता. चोवीस तास चालणारा 'एक युथ व्हॉइस' हा वेब रेडिओ लोकप्रिय ठरत आहे. त्याचबरोबर चोवीस तास मनोरंजन करणारे FM चॅनल्स आकाशवाणी प्रसारित करीत आहे. एकंदरीत बदलत्या काळातही आकाशवाणी आपले स्वत:चे वेगळे अस्तित्व प्रेक्षकांच्या मनात टिकवून आहे. म्हणून राष्ट्रीय समाजजीवनात स्थित्यंतर घडवून आणण्यात, समाजमन तयार करण्यात आकाशवाणीचे योगदान महत्त्वपूर्ण ठरते.

दूरदर्शन :

दूरदर्शन हे जनसंपर्काचे प्रभावी माध्यम आहे. 'दृकश्राव्य' माध्यम असल्यामुळे जनमानसात लोकप्रिय व्हायला त्याला जास्त अवधी लागला नाही. जगाच्या तुलनेने भारतात दूरचित्रवाणीचे आगमन तसे उशिराच झाले. प्रथमत: प्रायोगिक तत्त्वावर दूरदर्शनचे आमगन झाले आणि या माध्यमासंबंधी माहिती होण्यास जनतेला आणखी विलंब लागला. १५ सप्टेंबर १९५९ रोजी नवी दिल्लीतल्या संसद मार्गावरून दूरदर्शनचे पहिले प्रायोगिक प्रसारण करण्यात आले.''[३] या दूरदर्शनविषयी समाजात कमालीची उत्सुकता निर्माण झाली. सुरुवातीची काही वर्षे काही तासच प्रसारण केले जाई. त्यानंतर हळूहळू दूरदर्शनची केंद्रे वाढायला लागली आणि मुंबईमध्ये संपूर्ण देशातले दुसरे दूरदर्शन केंद्रे' २ ऑक्टोबर १९७२ रोजी सुरू झाले. कोणत्याही इतर भाषेआधी मराठी भाषेला कार्यक्रमनिर्मितीचा आणि प्रसारणाचा मान मिळाला.''[४] महाराष्ट्रसारख्या राज्यात दूरदर्शनला लोकप्रिय होण्यास फार काळ लागला नाही. दृक्-श्राव्यतेमुळे त्याची परिणामकारकता अधिक प्रभावी ठरली. आकाशवाणीचा प्रेक्षक सचित्र जगातील घडामोडी सहज कळू लागल्यामुळे दूरदर्शनकडे आकर्षित होण्याचे प्रमाण वाढले.

दूरदर्शनवर विविध कला, संगीत, गीत, नाट्य, चित्रपट, क्रीडा या सर्वच क्षेत्राला स्थान मिळाले. रंगीबेरंगी दुनिया निर्माण झाली आणि त्यामुळेच दूरदर्शनने अभिरुची संपन्न प्रेक्षकवर्ग तयार केला. सामाजिक, आर्थिक, राजकीय, सांस्कृतिक, क्रीडा सर्वच प्रकारांना दूरदर्शनने कवेत घेतले. मनोरंजनाबरोबरच

माहिती आणि शिक्षण-प्रबोधन ही कार्येही साधली जाऊ लागली. त्यामुळे दूरदर्शन प्रचंड लोकप्रियतेच्या शिखरावर विराजमान झाले. असे असले तरी दूरदर्शनचे चांगले तेवढेच वाईट रूपही समोर आले. आयते मनोरंजन साध्य झाल्यामुळे विविध कलाप्रकार मोडीत निघाले, काही तांत्रिक बाबतीत अडकून पडले, चटावलेल्या डोळ्यांना आजूबाजूच्या कला फिक्या वाटू लागल्या. त्यामुळे पारंपरिक सण, उत्सवांत सादर होणारे कलाप्रकार लोप पावत गेले. दूरदर्शनने सांस्कृतिक जीवनात झपाट्याने बदल घडवून आणले. राहणीमान, खान-पान, वर्तन, विविध वस्तूंचा वापर, नवनव्या फॅशन्स, वेगळ्याच प्रकारची भाषा लोक अवगत करू लागले. दूरदर्शनवरील जाहिरातींमुळे जीवनशैलीत मोठ्या प्रमाणात बदल घडून येऊ लागले.

१९८०-९० नंतरच्या कालखंडात ग्रामीण भागापर्यंत दूरदर्शन संच पोहोचले. ग्रामीण जीवनात प्रचंड वेगाने बदल घडवून आणण्याचे कार्य दूरदर्शनने नंतरच्या काळात पार पाडले. कामाचे आणि झोपेचे तास कमी करून लोक दूरदर्शन संचापुढे बसू लागले. रिकाम्या वेळेतील गप्पा-गोष्टी, गाठी-भेटी, सण-वार, सामुदायिक कार्यक्रम यांना फाटा देऊन लोक मनोरंजनात मग्न झाले. मुलांचे सांघिक खेळ, सांस्कृतिक उपक्रमांखेरीज दूरदर्शनवरील चित्रपट पाहण्यात धन्यता मानू लागले. अशाप्रकारे कृतिशील असणारा समाज पंगू करण्याचा अपराधही दूरदर्शनने केला आहे. याप्रमाणे काही तोटे निश्चित मान्य करून त्याच्या चांगल्या बाजूविषयी प्रा. जयदेव डोळे म्हणतात, "टी.व्ही.च्या चांगल्या बाजू आहेत; पण वाईट बाजू त्यापुढे अगदी फिक्या पडतात. २४ तास चालणाऱ्या विश्लेषणाचा अखंड खजिना प्रेक्षकांच्या हाती पडतो. टी.व्ही. बघणारा माणूस माहीतगार असतो. अनेक गोष्टी कळू लागल्यामुळे तो इतरांच्या पुढे असतो. आपले सत्ताधारी कसे आहेत, कोणते निवडून द्यावेत, इत्यादी गोष्टी त्याला कळतात. कला, संगीत, क्रीडा, निसर्ग आदींचा आनंद त्याला मनाजोगता लुटता येतो. बाजारातील घडामोडी त्याला चटकन समजतात. व्यायाम, आरोग्य, अध्यात्म, पाकक्रिया, बागकाम, कलाप्रकार, सरकारी योजना, शैक्षणिक अभ्यासक्रम यांत अप्रत्यक्ष सहभाग घेऊन पुढे त्याचा आपल्या जीवनात उपयोग करून घेता येतो."[५] यावरून दूरदर्शनचे महत्त्व लक्षात येते. अलीकडच्या काळात दूरदर्शनच्या लोकप्रियतेला ओहोटी लागल्याचे आपणास दिसते. तंत्रज्ञानात प्रचंड प्रमाणात विकास झाल्यामुळे भारतीय उपखंडात खाजगी उपग्रहवाहिन्यांचा प्रभाव वाढत आहे. कल्पनाशक्ती, बाजारपेठेचे पुरेपूर आकलन, उपलब्ध यंत्रणेचा पुरेपूर वापर, संपूर्ण मनुष्यबळाचा वापर अशा कारणांमुळे खाजगी उपग्रहवाहिन्यांनी अल्पावधीतच यश मिळवले व सरकारी प्रसारमाध्यमांची मक्तेदारी मोडीत काढली असेच म्हणावे लागेल.

१९९० च्या कालखंडानंतर मनोरंजनाच्या नव्या पर्वाला प्रारंभ झाला. कारण तंत्रज्ञानामध्ये झपाट्याने बदल घडून आले. उपग्रहांच्या बाबतीत परकीय राष्ट्रांची असणारी मालकी संपुष्टात येऊन भारतीय उपग्रहांद्वारे प्रक्षेपणाची सुरुवात झाली. त्यामुळे या क्षेत्रात विविध खाजगी कंपन्यांनी प्रवेश केला. १९९२ पर्यंत दृकश्राव्य प्रसारणात केवळ दूरदर्शनची मक्तेदारी होती. खाजगी उपग्रह वाहिन्यांनी भारतीय उपखंडात १९९२ साली प्रवेश केला आणि दर्शकांसाठी अफाट मनोरंजनाची दारं खुली झाली. केवळ १५ वर्षांत दोन उपग्रह वाहिन्यांच्या तीनशे उपग्रह वाहिन्या झाल्या. त्यातल्या साठ वृत्तवाहिन्या, तर इतर मनोरंजनात्मक, तसेच १४ भाषांतल्या प्रादेशिक तसेच हिंदी, इंग्रजी वाहिन्यांमधून निवडीचा अधिकार दर्शकांना मिळाला.''[६] विविध आर्थिक सुधारणांबरोबरच सरकारने विदेशी वाहिन्यांना देशात मर्यादित स्वरूपात प्रसारणाला परवानगी दिली आणि ह्या नव्या पर्वाला प्रारंभ झाला.

आज सिनेमा, उद्योग, शेअर बाजार, अध्यात्म, ताज्या घडामोडी या प्रत्येकासाठी वेगळी वाहिनी आहे. २४ तास वृत्तप्रसारण करणाऱ्या वाहिन्यांत आणखीच भर पडत आहे. केबल संस्कृती नामशेष होऊन देशात 'डी.टी.एच.' सेवेने पुन्हा नव्या पर्वाचा आरंभ केला आहे. केबलशिवाय सॅटेलाईटच्या माध्यमातून वाहिन्या प्रसारित होत आहेत. या सगळ्या बदलांमुळे सर्वसामान्य माणूस संभ्रमित झाला आहे. भांडवलदारांची या क्षेत्रात मोठी स्पर्धा निर्माण झाली असून मनोरंजन, प्रबोधन याहीपेक्षा समाजावर उत्पादित मालाच्या विक्रीसाठी 'जाहिरात' माध्यमांचा या वाहिन्यांवरून अधिकचा वापर वाढला आहे. जाहिराती'च्या माध्यमातून उत्पादित वस्तूंना बाजारपेठेत मागणी वाढतेच; पण त्याचा परिणाम समाजाच्या जीवनशैलीवर होत आहे. या सर्वांचे मार्मिक विश्लेषण करताना डॉ. श्रीपाद जोशी म्हणतात, ''माध्यमांच्या विश्वातले स्थिरावणार असणारे आक्रमण हे आता 'पे चॅनेल्स' संस्कृतीचे आहे. अगोदर साऱ्या जगभराची हवापाणी नासवायचे, दूषित करून सोडायचे, स्वच्छ हवेचा श्वास व पिण्याच्या पाण्याचा थेंब उपलब्ध होणार नाही अशा जगाची निर्मिती करायची, सरकारी पैसा अशा कामाच्या योजनांना लाभणार नाही अशा रीतीची अर्थव्यवस्था जाणीवपूर्वक आणायची आणि मग पिण्याचे शुद्ध पाणी व प्रत्येक श्वासासाठी शुद्ध हवादेखील विकत घ्यायला जगाला बाध्य करावयाचे हे तर आजच्या बाजारू अर्थव्यवस्थेचे मुख्य सूत्रच आहे. माध्यम विश्व या बाजाराच्या अर्थव्यवस्थेचा डोलारा तोलून धरणारा पायाच आहे.''[७] यावरून लक्षात येते की, माध्यम आणि भांडवलदार एकमेकांच्या आर्थिक फायद्यासाठी मनोरंजन, ताज्या बातम्या, सिनेमा, क्रीडा या विविध विषयांना वाहिलेल्या वाहिन्यांवरून 'जाहिरातींचा' भडिमार करीत आहेत. या जाहिरातींनी जीवनाच्या सर्वांगाला

व्यापून टाकले आहे. 'माध्यमे' स्वत:चे अर्थकारण सांभाळण्यासाठी बड्या उद्योजकांना प्रायोजक बनवतात आणि त्यांची मक्तेदारी स्वीकारतात. त्यामुळे सामान्यांच्या जगण्याच्या प्रश्नांपासून त्यांची नाळ तुटलेली दिसते. उच्चवर्गीय समाजाची मक्तेदारी स्वीकारून त्यांच्याच जीवनातील विविध बाबी बातम्या म्हणून हे चघळताना दिसतात. मध्यमवर्गाकडे फक्त उपभोक्ता वर्ग म्हणून पाहण्याची त्यांची दृष्टी आहे.

सामान्य, वंचित, सर्वहारा, आदिवासी, शेतकरी यांच्या प्रश्नांपासून माध्यमे कोसो दूर आहेत. त्यामुळे सामान्यांचा चेहरा, आवाज म्हणून माध्यमांकडे पाहता येत नाही. जयदेव डोळे म्हणतात, ''आजचा मास मीडिया लोकांचा राहिला नाही. तो हाती गेला आहे अल्पसंख्याक श्रीमंतांच्या, उद्योगपतींच्या आणि राजकीय लोकांच्या. बहुजनांविषयी आणि बहुजनांच्या समस्येविषयी या अल्पसंख्याकांना मुळीच प्रेम नाही. आपला ग्राहक, आपला मतदार एवढीच बहुजनांची त्यांनी ओळख ठेवली आहे.''[८] आणि ही विदारक वस्तुस्थिती नाकारता येणार नाही. भारतीय समाजात प्रचंड समस्या आहेत. त्यांना मुखरीत करण्याऐवजी उच्चभ्रू वर्ग सकाळी झोपेतून उठल्यापासून रात्री झोपेपर्यंत सर्व घटना बातम्या म्हणून चघळतात. भारत-इंडिया ही दरी निर्माण करण्यात प्रसारमाध्यमांचा वाटा महत्त्वपूर्ण आहे. शेवटी 'अर्थकारण'च फक्त माध्यमांना डोळ्यांसमोर ठेवून चालणार नाही. सामान्य भारतीयांशी नाळ जोडावीच लागेल. तेव्हाच भारतीय सत्ताकारणावर अंकुश ठेवला जाईल व 'लोकशाहीचा चौथा आधारस्तंभ' म्हणून प्रसारमाध्यमांना अर्थ प्राप्त होईल, असे वाटते.

ꣻ

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

प्रा. व्ही. वाय. गावडे

स्वातंत्र्योत्तर काळामध्ये वृत्तपत्रे, आकाशवाणी व दूरदर्शन या साऱ्याच प्रसारमाध्यमांची संख्येने वाढ झाली. मानवी जीवन संयत आणि सुनियोजित करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या मूल्य जागृतीची नैतिक जबाबदारी प्रसार–माध्यमांवर असते. लोकशाही प्रक्रियेत लोकांना अधिकाधिक सहभागी करून प्रसारमाध्यमांना लोकाभिमुख करणे व लोकशाही हा भारतीय जीवनाचा मार्ग बनविणे गरजेचे आहे. यासंदर्भात प्रसारमाध्यमांच्या कार्याचे सातत्याने मूल्यमापन करण्याची गरज आहे. त्यासाठी प्रसारमाध्यम समीक्षा सक्षमपणे विकसित होणे महत्त्वाचे आहे.

प्रसारमाध्यमे समाजप्रबोधन करत असतात. प्रसारमाध्यमे मुद्रित असो की दृकश्राव्य, वाचक, श्रोता व प्रेक्षक टिकविण्यासाठी, वाढविण्यासाठी ती सतत प्रयत्न करत असतात. वाचकांना, प्रेक्षकांना, श्रोत्यांना काय हवे याचा अंदाज प्रसारमाध्यमे घेत असतात. समाज जीवनातील स्थित्यंतरे, संक्रमणे रेखाटणे तसेच लोकमत (जनमत) घडविणे, सार्वजनिक हिताच्या ज्वलंत प्रश्नांचा पाठपुरावा करणे इ. पण या सर्व बाबी करत असताना प्रसारमाध्यमांना स्वातंत्र्य म्हणजे स्वैराचार नव्हे या गोष्टीचा विसर पडता कामा नये. स्वातंत्र्य म्हणजे समाज जीवनाच्या समग्र विकासाची दिलेली परिपूर्ण संधी असते. म्हणूनच प्रसारमाध्यमांवर सामाजिक नियमांची आवश्यकता प्रतिपादन केली जाते.

भारतीय संविधानामध्ये नमूद करण्यात आलेले स्वातंत्र्य,समता, बंधुत्व आणि सामाजिक न्यायाचे तत्त्वज्ञान जनमानसात सखोलपणे रुजविण्यासाठी आवश्यक अशी मनोभूमिका तयार करण्याचे काम प्रसारमाध्यमांना करावयाचे आहे. या अनुषंगाने भविष्यकालीन माध्यमांचा विस्तार लक्षात घेऊनच घटनाकारांनी मूलभूत हक्कामध्ये अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याचा सर्वसमावेशक व्यापक अर्थाने समावेश केला आहे. म्हणूनच प्रसारमाध्यमे आणि सामाजिक न्याय यांची सांगड घालावी लागणार आहे. आधुनिकीकरण व स्थितिवादाचे कवच फोडून वास्तवाकडे नि परिवर्तनाकडे जावयाचे असेल तर प्रसारमाध्यमांनी अंतर्बाह्य बदलले पाहिजे. समग्र समाजाच्या प्रश्नांची बांधिलकी ठेवणे ही प्रसारमाध्यमांची जबाबदारी आहे. सामाजिक परिवर्तनाच्या प्रक्रिया सतत गतिमान असतात.

सर्वसाधारण समाजजीवनाला गती देण्याचे कार्य प्रसार माध्यमांद्वारे करता येऊ शकते. जनमानसात नवनवे विचार करणे, जनमनाची मशागत करणे, हुंडाबंदी, स्त्रियांवरील अत्याचार, दीनदलितांचे प्रश्न, समाजातील नवजागृती यासंदर्भातील माध्यमांचे कार्य समाजाला नवी दिशा देणारे ठरू शकेल.

वर्तमानपत्रे, आकाशवाणी, दूरदर्शन,चित्रपट, मोबाईल (भ्रमणध्वनी) इंटरनेट तसेच विविध नियतकालिके, ही आजची प्रभावी प्रसारमाध्यमे आहेत. महत्त्वाच्या बातम्या, विविध क्षेत्रांतील नवनवीन शोध, विशेष घटना, क्रीडाक्षेत्रातील माहिती, शेअर-बाजाराविषयी माहिती, सरकारचे धोरण, नव्या योजना, विविध क्षेत्रांतील मान्यवरांच्या मुलाखती, विविध प्रकारची निवेदने, शेतीविषयक माहिती, विज्ञान-तंत्रज्ञानाची माहिती, सभा-संमेलने, तसेच विविध प्रकारच्या जाहिराती, मनोरंजनाचे कार्यक्रम इ. माहिती ही प्रसार माध्यमे देत असतात.

वरील सर्व प्रकारची माहिती सर्वसामान्य माणसांपर्यंत पोहचविण्याचे आजच्या आधुनिक युगात प्रसारमाध्यमांसारखे दुसरे साधन नाही. या प्रसार माध्यमांच्या सहाय्याने आपण वर नमूद केलेली सर्व गोष्टींची माहिती वाचतो, ऐकतो नव्हे साक्षात् क्षणार्धात पाहतो. तसेच ही माहिती देशाच्या नव्हे तर जगातील कानाकोपऱ्यातील नागरिकांपर्यंत प्रसारमाध्यमांद्वारे पोहोचवू शकतो.

प्रत्येक प्रसारमाध्यम आपापल्या परीने महत्त्वाचे आहे. त्यांची शक्तिस्थाने वेगवेगळी आहेत. त्यासाठी कराव्या लागणाऱ्या लेखनाचे स्वरूपही भिन्न भिन्न आहे. न्याय, निःपक्ष व जबाबदार प्रसारण व लेखन प्रसारमाध्यमांकडून अपेक्षित आहे. स्वतंत्र गुणवत्ता व मूल्यनिष्ठ लेखनाची व प्रसारणाची अपेक्षा या माध्यमाकडून आहे. श्रोता, वाचक व प्रेक्षक ही दैवते आहेत. तोच या सर्व माध्यमांचा राजा आहे. त्याच्या भाव-भावनांचा आदर करून प्रसारमाध्यमासाठी लेखन करावे. या माध्यमांचा व्यावसायिक सेवा म्हणून सतत वापर केल्यास तो मूल्यांचा ऱ्हासच ठरेल. प्रसारमाध्यमांची उद्दिष्टे व नैतिक आचारसंहिता पालनासाठी स्वायत्तता आवश्यक आहे. पण स्वायत्ततेच्या विचारामागेही नैतिक अधिष्ठानच आहे, हे विसरता कामा नये. संस्कृती संवर्धनासाठी प्रसारमाध्यमांची दिशा व कार्यपद्धती बदलण्याची वेळ आली आहे. असा बदल, समताधिष्ठित गांधीवादी विचारावर आधारलेला असावा. धर्म आणि जीवन, संस्कृती आणि तत्त्वज्ञान, नीती आणि रीती, ज्ञान-विज्ञान व तंत्रज्ञान, कलात्मकता व सृजनशीलता, वाङ्मय व तत्त्वज्ञानातील सांस्कृतिक मूल्यांचे भारलेपण सर्व प्रसारमाध्यमांमध्ये असावे.

विचारांचा प्रसार करण्यासाठी वर्तमानपत्रे, पुस्तके, भाषणे, सिनेमा, नाटके, इंटरनेट, मोबाईल इ. माध्यमांचा आधार घ्यावा लागतो. आपले विचार

लोकांपर्यंत पोहचविण्यासाठी, निरक्षर असलेल्या लोकांसाठी आकाशवाणी व दूरदर्शन यांसारख्या माध्यमांचा उपयोग प्रभावीपणे केला जातो. व्यंकटेश माडगूळकर यांनी केलेली ''ज्ञान आणि मनोरंजन यांचा उत्तम संगम म्हणजे आकाशवाणी'' ही व्याख्या अतिशय समर्पक वाटते. आजकाल तर आपण मोबाईल (भ्रमणध्वनी)च्या साह्यानेही आकाशवाणी व दूरदर्शनवरील कार्यक्रमांचा आस्वाद घेऊ शकतो.

दूरदर्शन तर जनसंपर्काचे मोठे साधन आहे. दूरदर्शनवरील सांस्कृतिक कार्यक्रमांमुळे प्रबोधन होऊ लागले. बातम्यांमुळे राजकीय, सामाजिक स्थितीचे चित्र लोकांसमोर जसेच्या तसे उभे राहू लागले. दूरचित्रवाणी हे दृक्-श्राव्य माध्यम असले तरी त्यात श्राव्यापेक्षा दृश्यभागाला अधिक महत्त्व असते. म्हणजे आपल्या मनातले या माध्यमातून इतरांपर्यंत पोहचविण्यासाठी प्रामुख्याने दृश्यांच्या साहाय्याने पोहोचवावे लागते. यासाठी संहिता लेखकाला स्वतःला दृश्यातून विचार करण्याची सवय लावून घ्यावी लागते. त्यासाठी डोळ्यासमोर दृश्य आणून त्या दृश्यातून व्यक्त करावे लागते. दूरचित्रवाणीच्या माध्यमातून होणारा संवाद हा थेट हवा. म्हणजे पडद्यावर दिसणारा निवेदक आपल्याशी बोलतो असे वाटायला हवे. तसेच प्रमाणभाषेची शुद्धता व अचूकता जपण्याचे कार्य दूरदर्शनला करावे लागते. लेखन करताना अनावश्यक तपशील टाळावा लागतो. व्याकरणाच्या दृष्टीने शब्दरचना व त्यांचा क्रम यांचा जाणीवपूर्वक वापर करावा लागतो. दूरदर्शनवर चलत दृश्यांना पूरक असे निवेदन संहिता लेखकाला लिहायचे असते. संहितेतील उल्लेख आणि दृश्य यांची सांगड घालणे आवश्यक असते. बातमीपत्रातही बातम्यांची निवड, दृश्यांचे संकलन, सादरीकरण या दृष्टीने संहिता लेखनात काटेकोरपणा आवश्यक असतो. मुलाखतीत संहिता लिहिली जात नसते; पण त्यातील तपशिलांची मांडणी सुसंगतपणे करावी लागते. मुलाखतीपूर्वी नेमके प्रश्न,त्यांचा क्रम, त्यांची शब्द-वाक्यरचना हे सर्व आधीच ठरवून प्रश्नांचे स्वरूप लिहून काढावे लागते.

वृत्तपत्रः

वृत्तपत्र कोणत्याही प्रकारचे असो ती एक अत्यावश्यक सामाजिक संस्था आहे. वृत्तपत्र लोकशाहीतील चतुर्थ स्तंभ आहे असे ब्रिटिश संसदपटू एडमंड बर्क म्हणत असे. तर प्रा. विल्यम रिव्हर्स याने वृत्तपत्रांना दुसरे शासन (द आदर गव्हर्नमेंट) म्हटले आहे.

निर्भय, सत्यान्वेषी, तटस्थ, विवेकी, समतोल व सचोटीचा पुरस्कार करणारी वृत्तपत्रे लोकशाहीच्या निकोप अभिवृद्धीबरोबरच सामाजिक जबाबदारीचे तत्त्व कसोशीने व्यवहारात आणू शकतात. लोकशिक्षणाचे, प्रबोधनाचे, परिवर्तनाचे चिरकालीन ध्येय पुढे नेताना वृत्तपत्रे दिसायला हवीत.

वृत्तपत्र व शासन यांचे कार्य एकमेकांना मारक नसते तर पूरक असते. दोघांनीही विवेक सोडू नये, लोकहिताची वाट सोडून देशाला अधोगतीकडे घेऊन जाणाऱ्या शासनाला जनहिताचे न्याय्य मार्ग वृत्तपत्रे दाखवू शकतात. शासनाच्या कार्यकर्तृत्वाचा आलेख काढणे, वृत्तवेध घेणे हे तर पत्रकारितेचे अंगीकृत कार्यच असते. सत्तेच्या केंद्रस्थानी असलेल्या व्यक्तींच्या कर्तृत्वाचे मापदंड घेऊन यथार्थ मूल्यमापन वृत्तपत्रांनी करावयाचे आहे. परंतु प्रचारकी, व्यापारी आणि मूल्यहीन वृत्तपत्रांकडून हे कार्य होणार नाही.

वृत्तपत्रांना समाजाचा आरसा म्हणताना त्यांचा पारा उडालेला आहे काय? याची दक्षता घ्यावीच लागेल. लो.टिळक, आगरकर व महात्मा गांधी –नेहरू युगाइतका ह्या दर्पणाचा पारा आता उरला नाही. ही झाली दर्पणाची दुरावस्था. शासनाची अवस्था त्यापेक्षाही वाईट आहे. शासनाने वर्तमानपत्रांच्या स्वातंत्र्याचा संकोच करू नये.

अर्धवट माहितीवर टीका-टिपण्णी करू नये. पाठपुरावा, सातत्य व चिकाटी यांवर आधारलेले शोधक वृत्तपत्राचे स्वरूप असावे. सत्यावर आधारलेले साधारण अचूक मतप्रदर्शन करूनच वृत्तपत्रांची विश्वासार्हता वाढविता येते. जागृत जनमताचा विवेकी आविष्कार घडविणारी समर्थ वृत्तपत्रे विकसित करणे ही काळाची गरज आहे व स्थैर्याची दिशा देणारी, स्वच्छ, स्पष्ट आणि वास्तव प्रतिबिंब देणारी वर्तमानपत्रे पाहिजेत.

प्रबोधन करणे, माहिती देणे, मनोरंजन करणे, शिक्षण देणे, लोकजागृती करणे, लोकमानस घडविणे इ. दृष्टीने वर्तमानपत्रांचे स्थान महत्त्वपूर्ण आहे. आज अनेक प्रसारमाध्यमांच्या वृत्तस्पर्धेत पत्राचे महत्त्व अजिबात कमी झालेले नाही असे लक्षात येते. वाङ्मयातील लेखनापेक्षा वृत्तपत्रातील लेखन वेगळे असते. बातमी, अग्रलेख, लेख अशी त्याची ढोबळमानाने विभागणी करता येते. वर्तमानपत्रांत संपादकीय, स्तंभलेख, प्रासंगिक लेख, मुलाखती, वाचकांचा पत्रव्यवहार, जाहिराती, बातम्या तसेच विविध विषयांवरच्या विविध पुरविण्या, आरोग्यविषयक सदर, बाजारभाव, राशी-भविष्य, क्रीडा माहिती, देश-विदेश, अर्थविश्व इ. विषयांवर वर्तमानपत्रातून लेखन झालेले दिसते.

वृत्तपत्रे म्हणजे बातमी अथवा वृत्त देणारे साधन होय. कोण, काय, कोठे, केव्हा, का या जगभरातील वृत्तपत्रसृष्टीच्या मान्य असलेल्या पाच ककारांच्या एकसंघपणातून बातमी तयार केली जाते. याचबरोबर कसे घडले हेही सांगण्याची आवश्यकता असते.

सर्वसमावेशक वृत्त देणारे पत्र म्हणजे वृत्तपत्र होय. त्यामुळेच आपण NEWS या शब्दाची \$moS> North, East, West, South या मुख्य दिशांचा व आग्नेय, नैर्ऋत्य, वायव्य, ईशान्य या उपदिशांकडून येणाऱ्या वृत्तांचा

वेध बातमीत येतो. बातमीत शीर्षकाला महत्त्व असते. बातमीची भाषा सोपी, सुटसुटीत आणि सर्वांना समजणाऱ्या शब्दांनी परिपूर्ण असली पाहिजे. कमीत कमी शब्द बातमीत असावेत.

६ जानेवारी १८३२ रोजी 'दर्पण' या नावाचे मराठीतील पहिले वर्तमानपत्र सुरू झाले. त्याचे श्रेय आचार्य बाळशास्त्री जांभेकर यांच्याकडे जाते. ज्ञानाचा प्रसार करणे, लोकसुधारणा करणे, स्वदेशाचा अभिमान जागृत करणे आदी उद्देश त्यांच्यासमोर होते. स्वातंत्र्यपूर्व कालखंडात टिळकांचा 'केसरी', आगरकरांचे 'सुधारक', परांजपे यांचा 'काळ', डॉ. आंबेडकर यांचे 'बहिष्कृत भारत', 'जनता', 'मूकनायक', 'प्रबुद्ध भारत' या वृत्तपत्रांच्या संपादकांनी आपल्या अग्रलेखांच्या माध्यमातून राजकीय, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक सुधारणांचे बहुमोल कार्य केले.

वृत्तपत्रे वाचकांना आपल्याकडे खेचण्यासाठी (आकर्षित करण्यासाठी) वेगवेगळ्या युक्त्या-प्रयुक्त्या योजतात. प्रसंगी सनसनाटीकडे वळतात. अधिकाधिक वाचकांशी अधिकतम सुसंवाद साधणारे वृत्तपत्र सर्वाधिक लोकप्रिय ठरतेय; पण वाचकांची अभिरुची संपन्न करण्यात अशा वृत्तपत्रांची नेमकी भूमिका काय असते? मागणी तसा पुरवठा या न्यायाने वाचकांना हवे तसे पुरविण्याच्या नादात (गडबडीत) काही वृत्तपत्रे अक्षरशः मूल्यहीनतेकडे वळतात. आपल्या वृत्तपत्राच्या ध्येयधोरणाकडे ते लक्ष देत नाहीत. वाचकांच्या अभिरुचीचे संवर्धन करण्यासाठी करावयाच्या प्रयत्नांमध्ये आपली भूमिका काय असावी? याबाबत सावध राहण्याची वेळ आली आहे. म्हणून व्यवहार व तत्त्व यांमध्ये समन्वय साधून संयुक्त कृती करावी लागणार आहे.

वृत्तपत्र वाचकाला राजा समजले आहे. जनतेच्या सामर्थ्याचे प्रतीक असलेला राजा गुलाम झाला आहे. ज्या वृत्तपत्राला आपला स्वतःचा वाचक वर्ग तयार करता येत नाही व जोपासता येत नाही ते वृत्तपत्र काळाच्या ओघात टिकू शकत नाही. शहरी, ग्रामीण, बहुजन समाज, नवसाक्षर वाचक इ. वाचकांच्या मनाचा अंतर्वेध घेता येणे महत्त्वाचे आहे.(परकीय प्रभावाच्या दुष्ट सावटाखाली येथील प्रसारमाध्यमे जात आहेत की काय? असे वाटते. येथील माती संस्कृती, या भूमीतील माणुसकीची नाती-गोती हे सारे भाव-बंध तुटत आहेत असे कधी कधी वाटते.)

वृत्तपत्र व वाचक संवाद ही दुहेरी प्रक्रिया असते. वृत्तपत्राचा वाचक हा सामान्य वाचक असतो. तसा तो जाणकार, सुज्ञही असतो. 'नवे मज ते नित्य हवे' असे त्याला वाटत असते. महात्मा गांधी म्हणत, ''वाचकांना जे हवे ते जरूर द्या. पण त्याहीपेक्षा अधिक चांगले काही द्या.'' वृत्तपत्र जसे वाचकांचे जीवन समृद्ध करते, तसे वाचकही आपल्या वृत्तपत्राचे सामर्थ्य वाढवितात. वाचकांना जे

हवे आहे त्यापेक्षा अधिक काही दर्जेदार मजकूर देण्याचा प्रयत्न म्हणजे अभिरुची समृद्ध करण्याचा खरा प्रयत्न असतो. एक वा अनेक वाचकसमूहांच्या व्यापक सार्वजनिक हिताचे रक्षण करणारी अभिरुची हीच खरी काळाच्या कसोटीवर उतरते. अर्धसत्य मांडून शृंगाराचा आडोसा घेणे किंवा सनसनाटीच्या मागे धावणे या भ्रामक कल्पना आहेत. तर लोकाभिरुची विकसित करावी. प्रा. होहेनबर्ग म्हणतात, ''मानवी आस्थेच्या इंद्रधनुष्याचे सप्तरंग वृत्तपत्रात उमटविणे म्हणजे वाचकांच्या अभिरुचीचा विकास करणे होय.'' (होहेनबर्ग–प्रोफेशनल जर्नालिस्ट–पृ–२२७).

ज्ञान, विज्ञान, जिज्ञासा, भय, विमोचन, तृष्णा, रंजन अशा कितीतरी पैलूंशी हा मानवी आस्थेचा इंद्रधनुष्य विणलेला असतो. वाचकांच्या मनातील सत्यान्वेषी आतला आवाज आणि वृत्तपत्राचा विवेक यांच्या निरंतर क्रिया–प्रक्रियांतून खरे सामर्थ्य, जात, पंथ, धर्म, पक्ष इ. अहंकारांवर मात करून राष्ट्रीय हिताची जोपासना करू शकते. भाषा खेळवून, शैली प्रवाहित करून, विषय सुलभपणे व नवलाईने हाताळून मानवी आस्थेला कलात्मक सर्जनशील दृष्टीने आवाहन केले जाते.

ग्रामीण विकासाचे बदलते चित्र काही प्रमाणात का होईना वृत्तपत्रांतून उमटलेले दिसते. शहरी, मध्यमवर्गीय जाणिवांच्या बाहेर जाऊन वर्तमानपत्र त्याचा वेध घेताना दिसते. लोकसंस्कृतीची मशागत त्याच्याकडून होणे अपेक्षित आहे.

वृत्तलेख आपल्या लेखणीतून उतरवणाऱ्या अनेकांनी त्या त्या विषयांवर स्वतःचे प्रभुत्व निर्माण केलेले असते. वृत्त लेखाचे प्रकार काळपरत्वे अधिकाधिक होण्याची शक्यता आहे. त्यांपैकी काही उल्लेखनीय प्रकार म्हणजे ऐतिहासिक वृत्तलेख, मानवी भाव–भावनांविषयक वृत्तलेख, चरित्रात्मक आणि व्यक्तिदर्शक वृत्तलेख, प्रवासवर्णनात्मक वृत्तलेख, माहितीपर वृत्तलेख, शास्त्रीय वृत्तलेख, पौराणिक वृत्तलेख इ.

जाहिरात ही पासष्टावी कला आहे. उत्पादक व ग्राहक जोडणारे परिणाम कारक माध्यम म्हणजे जाहिरात. वृत्तपत्रात प्रकाशित होणाऱ्या जाहिरातीचा आकार महत्त्वाचा असतो. तसेच ती कोणत्या पानावर व कोणत्या ठिकाणी छापली जाणार हेही महत्त्वाचे असते. जाहिरातील मसुदा लेखनाला ठरावीक असा आकृतिबंध निश्चित नसतो. तो तसा केला तर कल्पकतेला वाव राहणार नाही. त्यामुळे जाहिरात वस्तू, ग्राहक, विक्रीचा परिसर, काळ या साऱ्यांचे रंग घेऊन जाहिरातीमधील शब्दकळा अवतरत असते. प्रत्येक शब्द, प्रत्येक अक्षर काहीतरी अर्थ व्यक्त करणारे असावे लागते. म्हणून जाहिरातीसाठी संहिता लेखन हे क्षेत्र नव्याने खुले झाले आहे.

वृत्तपत्रातील जाहिरातीच्या मसुद्याचे घटक हे मथळा, पूरक मथळा, संहिता,

जाहिरातदाराची मुद्रा, घोषवाक्य अशा प्रकारचे असतात. जाहिरातीत वाचकाचे मन खेचले जाते ते तिच्या शीर्षकामुळे. कमीतकमी शब्दांत अधिक आशय व्यक्त करणारा मथळा जाहिरातीचे लक्ष वेधून घेतो. रोजच्या वर्तमानपत्राबरोबरच मासिके, साप्ताहिके, आकाशवाणी. दूरचित्रवाणीवरील विविध वाहिन्या इ. माध्यमे जाहिरातीसाठी उपलब्ध झाली. ही जाहिरात प्रसारमाध्यमांसाठी शब्दरूप करणे गरजेचे झाले. त्यातूनच जाहिरातीसाठी योग्य-समर्पक-आकर्षक, परिणामकारक भाषेचा वापर जाहिरात लेखन करणाऱ्याला करावा लागला.

अभिरुचीवर प्रभाव टाकणारे घटक विविधांगी आहेत. विविध घटनांमधील सत्य, मानवी मूल्ये नि वाचकांची आवड या पैलूंशी मानवी आस्था निगडित असते. पण त्याचबरोबर शैली, मांडणी, सजावट यांचा उल्लेख प्रामुख्याने करावा लागेल. जुन्या व नव्या मराठी वृत्तपत्रांमध्ये यांचा समन्वय झालेला दिसून येतो. वृत्तपत्रांचे एक स्वतंत्र सौंदर्यशास्त्र विकसित होत आहे. सभोवतालच्या जीवनात वृत्तपत्रांचे सारे आशय दडलेले असतात. विषय जितके सूक्ष्मपणे, सहजतेने व कुशलतेने हाताळता येतील तेवढा अधिकाधिक वाचकांशी सुसंवाद साधला जाईल. सभोवतालच्या जीवनातील उभे-आडवे पदर समजावून घेतल्यानेच अभिरुची वाढविता येते. हे मराठी भाषेतील वृत्तपत्रांनी केले आहे व पुढेही करावयाचे आहे. त्यातूनच वाचकांच्या हृदयाचा शोध घेता येईल. वाणिज्य मूल्यांच्या मागे धावणाऱ्या वृत्तपत्रांकडून अशी अपेक्षा आपण बाळगू शकत नाही.

जॉर्ज बर्नार्ड शॉ यांनी वृत्तपत्राला मुक्त लोक-विद्यापीठ म्हटले आहे. परंतु हे सामाजिक मुक्त विद्यापीठ उत्तम प्रकारे चालवायचे असेल तर वृत्तपत्राचे मालक व संपादक यांच्यात सौहार्दपूर्ण संबंध असावे लागतात. वृतपत्र विद्या असे मानते की, समर्थ, स्वावलंबी आणि सुव्यवस्थित वृत्तपत्रामध्ये मालक-संपादक संबंध समसमान व परस्परपूरक असतात.

वृत्तपत्राच्या माध्यमातून समाजक्रांतीचे ध्येय पुढे नेताना संपादकापुढे असणारे प्रश्न अनंत आहेत. संपादकीय लेखन हे परिपक्व,प्रगल्भ धोरणाचा परिपाक असते. त्यात सातत्य व सुसंगती पाहिजे. वृत्तपत्राचे अंगभूत कार्य हे सत्य शोधनाचे असते. संपादकाच्या मतस्वातंत्र्यात मालकांनी हस्तक्षेप करू नये. व त्याच्या कार्यस्वातंत्र्यावर अप्रत्यक्ष नियंत्रणे लादू नयेत. वृत्तपत्राकडे राजकीय व आर्थिक लाभाचे साधन म्हणून पाहू नये. नैतिक मूल्यांची घसरण होत असल्यामुळे भौतिक व आर्थिक लाभाकडे वृत्तपत्र व्यवसाय अधिकाधिक वळत आहे. सामाजिक परिवर्तनाचे साधन, सेवाभावी लोकोपयोगी कार्याचा विस्तार करण्याचे शक्तिशाली साधन म्हणून वृत्तपत्राकडे पाहवे. मुद्रित शब्दांच्या वृत्तपत्र विश्वात जबाबदारीचे प्राणतत्त्वच सर्व व्यवसाय नियमित करते-निर्भयता, जबाबदारी व गुणवत्ता या परस्परपूरक प्रक्रिया आहेत. या वृत्तपत्रातून दिसाव्यात.

प्रसारमाध्यमातील वृत्तपत्रांची समाज प्रबोधनपर कार्ये पुढील काळाच्या दृष्टीने महत्त्वाची आहेत. कारण त्यातून समाजाला व भाषेला एक दृष्टी मिळू शकेल. वृत्तपत्रांनी आपल्या नित्य कार्याद्वारे समाजाची सातत्याने सेवा करावी. वृत्तपत्र ही सामाजिक व सांस्कृतिक चळवळ असते हे लक्षात ठेवावे. वर्तमानपत्रांनी वास्तवाचे प्रगल्भ दर्शन घडवावे. भूत आणि वर्तमानकाळाच्या पार्श्वभूमीचा विचार केल्यानेच आपण भविष्यकाळातील जीवनाचा अंतर्वेध घेऊ शकू. म्हणूनच समाजातील अंतर्प्रवाहाचा अंतर्वेध घेणे ही वृत्तपत्रांची जबाबदारी असते. नवीनता, वास्तवता आणि सक्षमता या पैलूंनी पाहता वृत्तपत्रांना सामाजिक जीवनाशी सतत समरस व्हावे लागते. म्हणूनच समाजजीवनाच्या सर्व क्षेत्रांतील बिकट प्रश्न सोडविण्यासाठी सतर्क राहणे आवश्यक असते. वृत्तपत्रांनी सचोटीने सुधारक विचारांचा प्रसार करण्याचे धोरण सुनिश्चित केले तर वृत्तपत्रे समाजजीवनातील नव्या प्रवाहांना प्रतिबिंबित करू शकतील. आजच्या काळातील मराठी वृत्तपत्रांचा विचार केल्यास एक गोष्ट जाणवते की, गो. ग. आगकर, वि. दा. सावरकर आणि डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांचा बुद्धिवाद, विज्ञाननिष्ठ आणि सुधारक प्रगमनशीलता या विविध गुणांची पूजा बांधूनच वृत्तपत्रांना पुढील मार्गक्रमण करावे लागणार आहे. वृत्तपत्र या प्रसारमाध्यमाला नवा आकार देण्यासाठी प्रसारमाध्यम शिक्षण व पत्रकारिता शिक्षण नवसंजीवनी देणारे ठरते. उदा. उत्तम मथळे देता यावेत व चांगल्या वृत्तकथा लिहिता याव्यात, प्रबोधनाच्या प्रवाहात नवे विचार, नवी मूल्ये आणि नवी जीवनदृष्टी घेऊन मराठी भाषेतील वृत्तपत्रांनी उभे राहवे. तोच त्यांचा युगधर्म ठरणार आहे. बदलत्या जीवन प्रवाहाबरोबर वृत्तपत्रे बदलली तरच परिवर्तनाचे प्रवाह पुढे सरकत राहतील आणि नव्या आदर्श संस्कृतीची पहाट होऊ शकेल.

वृत्तपत्रीय लेखनाबाबत काही कौशल्ये व काही मूलभूत गोष्टी माहीत असाव्या लागतात. वृत्तपत्रीय लेखन हे धावपळीचे किंवा तातडीचे असल्यामुळे येथे अचूकपणाला महत्त्व आहे. सर्वसामान्यांचा त्याच्या दैनंदिन जीवनाशी, त्याच्या भाव-भावनांशी नाते सांगणारा विषय लेखाचा असू शकतो. वृत्तपत्राची भाषा व लेखनशैली उत्तम असणे आवश्यक आहे. सर्वसामान्य व्यक्तीलाही विषय समजला पाहिजे. तसेच वाचकाच्या मनाला जाऊन भिडणारे लेखन वृत्तपत्रात असावे. विषयांना सामाजिक संदर्भ असल्याने समाजातील विविध घटकांचे चौफेर व तटस्थपणे निरीक्षण करून आपल्या विषयाला व लेखनाला न्याय देता येऊ शकतो. वृत्तपत्रीय लेखनात दुर्बोध व क्लिष्ट भाषा टाळावी. साधी,सोपी व सर्वसामान्यांना समजेल अशी भाषा वापरावी.

इंटरनेटने जग जवळ आणले आहे. आता वृत्तपत्रांनी इंटरनेट आवृत्ती सुरू केली आहे. त्यातून नवीन पिढी जागृत होत आहे. वृत्तपत्रांची संख्या बेसुमार

वाढली आहे. खपदेखील सारखा वाढतो आहे. आता वृत्तपत्रे हायटेक झाली आहेत. खिळे जुळवणे हद्दपार झाले आहे. ई-फॅक्टरमुळे माहिती, तंत्र व बोलकी छायाचित्रे यांमुळे तसेच रंगीत सप्तरंगी छपाईमुळे विलक्षण प्रगती झालेली आहे. स्पर्धात्मक परिस्थितीमुळे त्यात चुरस आहे. आज वृत्तपत्रांतून प्रसिद्ध होणाऱ्या अग्रलेखांबाबत वाचक तितकासा जागरूक राहिलेला नाही. अग्रलेखांचे विषय निश्चित करताना तातडीचा प्रश्न, सामाजिक बांधिलकीचा विषय, तसेच एखाद्या प्रश्नाबाबत काय भूमिका मांडायची आहे याचा विचार संपादक करीत असतात. आज अग्रलेख तितक्या गांभीर्याने वाचले जात नाहीत. अग्रलेखांबाबत लेखी प्रतिसाद देणारे वाचकही कमी झाले आहेत. आज मोबाईल, इंटरनेट, ई-मेल आदी संवादांची माध्यमे निर्माण झाली आहेत. त्यामुळे नव्या तंत्रज्ञानाला जोडणारी भाषा आणि साहित्य आज तयार होताना दिसते. ही माध्यमे तरुणपिढीच्या वापराची आणि जिव्हाळ्याची असल्यामुळे त्या माध्यमांतून येणारी नवी भाषा आणि संवादाचे बदलते रूप हेही जाणून घेणे आवश्यक आहे.

प्रसारमाध्यमे ही माणसाच्या जीवनाची जणू मूलभूत घटक बनली आहेत. त्याचा वापर गरजेपेक्षा जास्त होतो आहे. प्रसारमाध्यमातून स्त्रीला जाहिरातरूपाने दाखवले जाते. स्त्रीची प्रतिमा मलीन झाली आहे. प्रसारमाध्यमांचे जुने, प्रभावी व खात्रीचे माध्यम म्हणजे छपाई माध्यम. विविध दैनिके, मासिके, साप्ताहिके, पाक्षिके, त्रैमासिके, वार्षिकांक, दिवाळी अंक, नियतकालिके आपापल्या परीने काम करू लागली. वैज्ञानिक संशोधनाचा फायदा छपाई माध्यमाशी झाला. त्यास पूरक म्हणून फॅक्स, इंटरनेट, व्हिडिओ, टेलिफोन, मोबाईल सेवा उपलब्ध झाली. त्यामुळे त्यांनाही पूर्वीप्रमाणे इकडेतिकडे भटकण्याची गरज भासली नाही. कमी कालावधीत ताज्या बातम्या या माध्यमातून जनतेपर्यंत सहज पोहोचू लागल्या. अत्याधुनिक छपाईचे तंत्रज्ञान विकसित झाले. त्यामुळे सुबक छपाई, रंगीत छायाचित्रे, आकर्षक मजकूर यांनी विविध वृत्तपत्रे नटली. आणि आज ती लोकांपर्यंत प्रभावीपणे पोहोचली. वाचनसंस्कृती बळकट करण्यासाठी ई-बुकसारख्या सुविधा उपलब्ध झाल्या. वाचन संस्कृती बळकट करण्यासाठी आणि वाचकांचा लेखकांशी संवाद वाढविण्यासाठी अशा प्रसारमाध्यमांचा प्रभावी वापर होऊ शकतो. साहित्याच्या प्रचारासाठी, प्रसारासाठी अशी माध्यमे वरदान ठरू शकतात. प्रसारमाध्यमे ही माणसाच्या जीवनाची जणू मूलभूत घटक बनली आहेत. आजच्या माहिती-तंत्रज्ञान युगाचा चेहरा म्हणजे प्रसारमाध्यमेच होत.

वृत्तपत्र हे आजच्या समाज परिवर्तनाचे अविभाज्य अंग आहे. त्यात प्रसिद्ध होणाऱ्या लेखनाचा लोकमानसावर व समाजजीवनावर परिणाम होत असतो. लोकशाहीचा विचार करताना त्याबद्दलची संकल्पना सतत अंगी बाळगणे गरजेचे असते.

प्रा. राघवन म्हणतात, ''आपली संस्कृती समृद्ध आहे. पण आपली प्रसारमाध्यमे दुबळी आहेत.'' मानवी संवाद, परस्पर प्रेम, सहानुभूती, समता, बंधुत्व हा मानवतावादावर आधारलेला व्यापक जनसंवाद तत्त्वज्ञानाची उभारणी केल्यामुळे जनसंवादात भारतीय मूल्ये पुनःश्च रोवता येतील व संस्कृती भ्रष्ट करणाऱ्या आक्रमणांशी सामना करता येईल. लोकशाहीतील उच्च परंपरेचे जतन करणे ही प्रसारमाध्यमांची जबाबदारी आहे. आज प्रसारमाध्यमांची संख्यात्मक वाढ झाली आहे; पण त्यांची गुणात्मक वाढ होणे गरजेचे आहे.

जागतिकीकरणाची प्रक्रिया ही सर्वच क्षेत्रांत देशाच्या कक्षा रुंदावणारी प्रक्रिया आहे. आर्थिक, राजकीय, शैक्षणिक, सांस्कृतिक आणि सामाजिक अभिसरणाची लाट प्रत्येक राष्ट्रात निर्माण होत आहे. संगणक आणि माहिती तंत्रज्ञानाच्या प्रस्फोटामुळे जगातील कोणत्याही ठिकाणच्या ज्ञानाचा स्रोत किंबहुना वर्तमानपत्रसुद्धा क्षणार्धात कोणत्याही ठिकाणी उपलब्ध होत आहे. माहितीचा महाप्रचंड खजिना जगातील कोणत्याही व्यक्तीस क्षणार्धात उपलब्घ होत आहे. अशा परिस्थितीत देशादेशांतील, विविध संस्कृतींमधील विविध विषयांच्या माहितीतील आणि ज्ञानातील अंतर आता कमी होत आहे.

माहिती-तंत्रज्ञान, दूरचित्रवाणी क्षेत्रांत झालेल्या क्रांतीनंतर वृत्तपत्राच्या भवितव्याबाबत चिंता व्यक्त केली जात होती. परंतु ही भीती अनाठायी ठरवून वृत्तपत्रे आपले अस्तित्व,महत्त्व टिकवून आहेत. किंबहुना गेल्या काही वर्षांत वृत्तपत्रांच्या व त्यांच्या खपाच्या संख्येत लक्षणीय वाढ झाली आहे.

वृत्तपत्र आणि साहित्य

डॉ. बाळासाहेब गुंजाळ

वृत्तपत्रे ही लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हणून ओळखली जातात. वृत्तपत्र हे जनसंपर्काचे, समाजप्रबोधनाचे, सामाजिक अन्यायाविरुद्ध लढण्याचे आणि वाचकवर्गावर अनेक अंगांनी प्रभाव टाकणारे प्रमुख माध्यम आहे. लोकमताला वाचा फोडणे, लोकशिक्षण आणि लोकजागृती करणे, लोकांना खरी माहिती देणे, लोकांचे प्रबोधन करणे हे वर्तमानपत्राचे मूळ उद्देश आहेत. बाळशास्त्री जांभेकरांनी याच हेतूने 'दर्पण' हे वृत्तपत्र सुरू केले.

वृत्तपत्राचा प्रारंभ छपाईच्या तंत्रातून पंधराव्या शतकात झाला. वृत्तपत्राचा प्रारंभ हॉलंडमध्ये झाला असला तरी विकास मात्र इंग्लडमध्ये झाला. 'ईस्ट इंडिया कंपनी'च्या काळात वृत्तपत्र हे माध्यम अठराव्या शतकात भारतात येऊन पोहचले. येथून भारतीय वृत्तपत्र या माध्यमाचा प्रारंभ झाला. १८३२ साली बाळशास्त्री जांभेकरांनी 'दर्पण' हे मराठी भाषेतले पहिले वृत्तपत्र मुंबईत सुरू केले.

स्वातंत्र्यपूर्वकाळात वृत्तपत्र हे स्वातंत्र्य चळवळीचे एक प्रमुख शस्त्र म्हणूनच वापरले गेले. त्याचबरोबर या माध्यमाने समाजप्रबोधन आणि सामाजिक परिवर्तनाची जबाबदारीही कसोशीने पार पाडली. ११ फेब्रुवारी १९५० मध्ये बेळगाव येथे संपन्न झालेल्या मराठी पत्रकार परिषदेच्या दहाव्या अधिवेशनात आपल्या अध्यक्षीय भाषणात आचार्य प्र. के. अत्रे म्हणतात, "मी तर पत्रलेखन हा साहित्याचा एक अत्यंत प्रवाही आणि प्रभावी प्रकारच आहे असे समजतो..." आधुनिक मराठी वाङ्मयाचा खंबीर पाया घालण्याचे श्रेय याच काळातल्या वृत्तपत्रांना द्यावयाला पाहिजे. ग्रंथरूपाने आता विस्तार पावलेल्या विविध वाङ्मयाचे मूळ झरे शंभर वर्षांपूर्वीच्या वृत्तपत्रांच्या डोंगरातून उगम पावलेले आहेत. आणि म्हणून आजच्या मराठी साहित्याचे जनक एका अर्थाने पत्रकारच आहेत."

वृत्तपत्रांनी लोकशिक्षण आणि साहित्यसेवा यांना विशेष प्राधान्य देऊन महाराष्ट्राचा बौद्धिक दर्जा वाढविण्याची अमोल कामगिरी केली आहे. सामाजिक, राजकीय, वैचारिक, साहित्यविषयक उद्‌बोधन व भरणपोषण करण्याचे मराठी वृत्तपत्रांचे गेल्या शतकातील कार्य विशेष उल्लेखनीय आहे. विष्णुशास्त्री चिपळूणकर, लोकमान्य टिळक, गोपाळ गणेश आगरकर, लोकहितवादी, महात्मा जोतिबा फुले, न. चिं. केळकर, कृष्णाजी प्रभाकर खाडिलकर, अच्युत बळवंत कोल्हटकर,

हरिभाऊ आपटे, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर यांसारख्या साहित्यिक-विद्वानांनी वृत्तपत्रांचे बलसंवर्धन केले, आपली लेखणी वृत्तपत्रांच्या कामातच झिजविली. त्यांनी वृत्तपत्रांचे सौंदर्य, आकर्षकता आणि विविधतेत मोलाची भर घातली आहे.

वृत्तपत्रांचे वर्णन क्षणाचे साहित्य आणि अनंतकाळची रद्दी असे केले जाते. वृत्तपत्र लिखाणाला वाङ्मय म्हणता येईल किंवा नाही, हा वादाचा विषय होऊ शकतो. त्या वादात न शिरता मराठी वृत्तपत्रीय लेखनाने मराठी वाङ्मयात मोलाची भर घातली आहे, हे मान्य केले पाहिजे. प्रारंभापासूनच वृत्तपत्रांचा आणि साहित्यिकांचा निकटचा संबंध आहे. जुन्या व नव्या पिढीतील श्रेष्ठ साहित्यिकांनी आपल्या लेखणीचे पहिले धडे वृत्तपत्रांच्या आखाड्यातच घेतले आहेत.

मराठी निबंधाचा व वैचारिक लेखनाचा प्रारंभ मराठी वृत्तपत्रांतूनच झाला. ललितगद्य हा वाङ्मयप्रकार वृत्तपत्रांनी विकसित केला आहे. चिपळूणकर, आगरकर, टिळक, परांजपे, हरिभाऊ आपटे, केळकर, खाडिलकर, भावे यांच्या लेखणीचे तेज व साहित्यगुण वृत्तपत्रांतूनच दिसून आले. लोकहितवादींनी वृत्तपत्रातून लिहिलेल्या लेखसंग्रहांचे अवलोकन केल्यास त्याची मौलिकता लक्षात येते. आगरकरांच्या लेखणीचे वाङ्मयगुण 'केसरी- 'सुधारका'च्या साप्ताहिक लेखनातच प्रगट झाले. केळकरांनी लिहिलेला 'आयर्लंडचा इतिहास' हा 'केसरी'तूनच पुढे आला. वृत्तपत्रांचे अग्रलेख हे उत्तम साहित्यगुणांनी नटलेले आहेत.

'दर्पण', 'प्रभाकर' नंतरच्या मराठी वृत्तपत्रांचा मागोवा घेताना त्यातील साहित्याला पोषक वातावरण, साहित्यविषयक कामगिरी सहजपणे नजरेत भरते. 'ज्ञानोदय' हे वृत्तपत्र धर्मप्रसारासाठी सुरू झाले असले तरी नवनवीन संशोधने लोकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम या वृत्तपत्राने सातत्याने केले आहे. लहान मुलांसाठी स्वतंत्र मजकुराची पाने देऊन सर्व वयोगटाच्या वाचकांना सामावून घेण्याचा मराठीतील पहिला मान 'ज्ञानोदय' कडेच जातो. या पुरवणीचे पुढे 'बालबोधमेवा' या नावाने नवे प्रकाशन सुरू झाले. कवी रेव्हरंड टिळक, त्यांचे सुपुत्र देवदत्त टिळक यांनीही 'ज्ञानोदय'चे संपादक म्हणून काम पाहिले आहे.

१८४९ मध्ये कृष्णाजी त्र्यंबक रानडे यांनी सुरू केलेल्या 'ज्ञानप्रकाश' या वृत्तपत्राच्या संपादक मंडळात कृष्णशास्त्री चिपळूणकर, लोकहितवादी, न्यायमूर्ती रानडे, गोपाळ कृष्ण गोखले, महादेवशास्त्री कोल्हटकर या विद्वानांचा समावेश होता. 'ज्ञानप्रकाश'चे पुढील संपादक काकासाहेब लिमये यांनी शेती, सहकार, राजकारण, इतिहास संशोधन, समाजसुधारणा, साहित्य अशी विविध सदरे सुरू केली. 'काव्यशास्त्र-विनोद' हे 'ज्ञानप्रकाश'चे वैशिष्ट्यपूर्ण सदर होते. सभासंमेलनांचे विस्तृत वृत्तांत आणि प्रमुख वक्त्यांची भाषणे विस्तारपूर्वक देण्याचा उपक्रम या वृत्तपत्राने सुरू केला.

१८५३ मध्ये कृष्णशास्त्री चिपळूणकरांनी 'विचारलहरी' हे वृत्तपत्र सुरू केले.

मराठी संपादकीय लेखनाची नवी परंपरा या वृत्तपत्राने सुरू केली. पुढे लोकमान्य टिळक, गोपाळ गणेश आगरकर, अच्युत बळवंत कोल्हटकर, आचार्य अत्रे, पु. भा. भावे, बेहरे यांचे संपादकीय लेखन वाङ्मयगुणांनी समृद्ध झालेले दिसते.

१८७४ मध्ये विष्णुशास्त्री चिपळूणकरांची 'निबंधमाला' सुरू झाली. निबंधमालेतून 'स्वदेश', 'स्वातंत्र्य', 'स्वभाषा', 'स्वधर्म' यांचा जोरदार पुरस्कार केल्याने समाजात स्वत्त्वाची, राष्ट्रवादाची जाज्वल्य भावना निर्माण झाली. १८७१ साली पुण्यातून 'लोककल्याणेच्छा' या नावाचे एक वृत्तपत्र सुरू झाले. या वृत्तपत्राचे स्वरूप उपहासात्मक लिखाणाचे होते. निनावी स्वरूपात विनोदी अंगाने चिमटे काढण्याच्या मराठीतील लेखनप्रकाराचा प्रारंभ या वृत्तपत्रातील 'गोऱ्या घुबड' या सदरातून झाला असावा असे वाटते. दत्तू बांदेकरांच्या 'सख्या हरी'ने एक काळ वृत्तपत्रसृष्टीत धमाल उडवून दिली होती. दत्तू बांदेकरांचे उपहासात्मक लेखन वाचकप्रिय झाले होते.

१८८० मध्ये पुण्यातून सुरू झालेल्या 'पुणे वैभव' या वृत्तपत्रातून प्रसिद्ध कादंबरीकार हरी नारायण आपटे यांच्या लेखनाला सुरुवात झाली. ३ जानेवारी १९८१ मध्ये जळगावात 'प्रबोधचंद्रिका' हे वृत्तपत्र सुरू झाले. या वृत्तपत्राच्या संपादकांनी कवितेला वाहिलेले 'काव्यरत्नावली' हे मासिक सुरू केले. पुढे ५० वर्षे हे मासिक सुरू होते.

१८८१ मध्ये मराठी वृत्तपत्रसृष्टीचा कायापालट घडविणारी 'केसरी' व 'मराठा' ही वृत्तपत्रे टिळक–आगरकरांनी सुरू केली. 'केसरी'ने पुढे पन्नास वर्षे महाराष्ट्राच्या सामाजिक, राजकीय आणि स्वातंत्र्य चळवळीचे नेतृत्व केले. 'इंग्रजी सत्ता ही दैवी देणगी नसून तो नियतीचा शाप आहे' ही जाणीव विकसित करण्याचे काम 'केसरी'ने केले. 'पुनःश्च हरि ॐ' या ऐतिहासिक अग्रलेखाने टिळकांनी स्वातंत्र्य चळवळीची सुरुवात केली. नाटककार कृष्णाजी प्रभाकर खाडिलकर, न. चिं. केळकर हेही कालपरत्वे 'केसरी'चे संपादक होते. टिळकांशी मतभेद झाल्याने गोपाळ गणेश आगरकरांनी 'सुधारक' हे स्वतंत्र वृत्तपत्र सुरू केले. 'केसरी', 'निबंधमाला', 'सुधारक' या वृत्तपत्रांतून साहित्याला पोषक वातावरण निर्माण झाले.

प्रसिद्ध साहित्यिक हरी नारायण आपटे यांनी 'करमणूक' हे पत्र सुरू केले. यापूर्वी 'पुणे वैभव' या वृत्तपत्रातून हरिभाऊंच्या कादंबऱ्या प्रकाशित झाल्या होत्या. 'करमणूक' या पत्रात हरिभाऊंनी दीर्घकथा, लघुकथा, चरित्रे, प्रवासवर्णने, कविता यांना प्राधान्य दिले. 'पण लक्षात कोण घेतो' सारख्या कादंबऱ्या, 'गार्लफिल्ड' चरित्रासारखी उद्बोधक चरित्रे, स्फुट गोष्टी, टीकापर लेखन, थोरांची चरित्रे, चटकदार बातम्या यांच्या समावेशाने 'करमणूक' हे पत्र लोकप्रिय झाले.

१८९८ मध्ये शिवराम महादेव परांजपे यांचे 'काळ' हे वृत्तपत्र सुरू झाले.

'काळ' कर्त्यांनी मराठी भाषेत व्याजोक्तिपूर्ण (वक्रोक्ती) लेखनाचा नवा प्रवास सुरू केला. 'काळ' मधील अनेक निबंध मराठी साहित्याचे लेणे ठरली आहेत. १९१५ साली अच्युत बळवंत कोल्हटकरांनी 'संदेश' हे वृत्तपत्र सुरू केले. 'संदेश'ने अनेक नवीन सदरे, आकर्षक बातम्या, राजकारण, समाजकारण, नाट्यपरीक्षणे इत्यादी नवनवीन विषय हाताळून वृत्तपत्रांचे रूपच बदलून टाकले. 'आमचे हे वडील नव्हेत', 'टिळक बाळंत झाले' आणि संपादकीय व सदरे यांचा उत्कृष्ट साहित्यात समावेश होतो.

१९२० च्या सुमारास डॉ. बाबासाहेब आबेडकरांनी पत्रकारितेत प्रवेश केला. त्यांनी दलित चळवळीचे मुखपत्र 'मूकनायक' हे वृत्तपत्र सुरू केले. 'बहिष्कृत भारत'चे संपादकही डॉ. बाबासाहेब आंबेडकरच होते. व्यापक संपादकीय विचार आणि जातिधर्मनिरपेक्ष धोरण हे आंबेडकरांच्या पत्रकारितेचे वैशिष्ट्य होते. लोकहितवादींनी ७५ वर्षांपूर्वी लिहिलेल्या 'शतपत्रां'चे त्यांनी पुनर्मुद्रण केले.

संयुक्त महाराष्ट्राचे अपत्य म्हणून आचार्य प्र. के. अत्रे यांनी 'मराठा' हे दैनिक सुरू केले. 'मराठा' या वृत्तपत्राने आणि 'नवयुग' या साप्ताहिकाने वृत्तपत्रसृष्टीत एक इतिहास निर्माण केला. अनेक साहित्यिक व व्यक्तिगत वाद 'नवयुग' साप्ताहिकातून पुढे आले. 'नवयुग' हे साप्ताहिक अत्र्यांनी 'मराठा' वृत्तपत्राच्या रविवार आवृत्तीत विलीन केले. आचार्य अत्र्यांचे वैचारिक लेखन, मृत्युलेख, विडंबनात्मक लेखन वृत्तपत्रातून झाले आहे. 'मृत्युलेख' ही पत्रकाराची कसोटी असते असे आचार्य अत्रे म्हणत असत. या कसोटीवर त्यांचे मृत्युलेख चांगलेच उतरले आहेत. मृत्युलेख लिहिण्यात त्यांचा हातखंडा होता. 'समाधीवरील अश्रू' आणि 'हुंदके' हे त्यांचे मृत्युलेखांचे दोन संग्रह प्रकाशित झाले आहेत. काही प्रसिद्ध व्यक्तींवरील आचार्य अत्र्यांचे अनेक लेख स्वतंत्र संग्रहरूपाने प्रकाशित झाले आहेत. 'सूर्यास्त' हे पंडित जवाहरलाल नेहरूंवर लिहिलेल्या तेरा मृत्युलेखांचे पुस्तक आहे. 'दलितांचे बाबा' हे डॉ. बाबासाहेब आंबेडकरांवर लिहिलेल्या मृत्युलेखांचे पुस्तक आहे. 'मृत्यूचे चुंबन घेणारा महाकवी' (साने गुरुजी) यांसारखे अनेक भावोत्कट लेख वृत्तपत्रातून प्रसिद्ध झाले आहेत.

पु. भा. भावे यांचे सारे वैचारिक लेखन हे वृत्तपत्रातून झाले आहे. 'रक्त आणि अश्रू', 'वाघनखे', 'लवंग-वेलदोडे', 'रांगोळी', 'रुद्रवीणा' इत्यादी लेखसंग्रह आणि 'मुद्रा', 'सावरकर नावाची ज्योत' हे व्यक्तिचित्रसंग्रह, 'आदेश', 'सावधान' या साप्ताहिकांतून आणि केसरी, तरुण भारत, लोकसत्ता, नवशक्ती, महाराष्ट्र टाइम्स इत्यादी वृत्तपत्रांतून प्रसिद्ध झालेल्या लेखांचे संग्रह आहेत.

अनंतराव गद्रे यांच्या 'मौज' साप्ताहिकाने नाट्य, साहित्य, समाजकारण यांसह अनेक विषयांना स्थान दिले. 'मौज'चे संपादकपद पुढे वि. पु. भागवतांकडे आले. अनेक नामवंत मराठी लेखकांची कारकीर्द 'मौज'मधून सुरू झाली. १९३२

च्या दरम्यान श्री. कृ. कोल्हटकरांचे चिरंजीव प. श्री. कोल्हटकरांनी स्त्रियांच्या समस्यांवर लेखन करणारे 'संजीवना' नावाचे साप्ताहिक सुरू केले. लक्ष्मीबाई टिळकांची 'स्मृतिचित्रे' या अंकातच प्रथम छापली गेली. कवी कुसुमाग्रजही या साप्ताहिकात नियमितपणे कविता लिहीत असत.

१९३२ च्या दरम्यान मराठीतील काही साहित्यिकांनी 'प्रतिभा' नावाचे पाक्षिक सुरू केले. यासाठी साहित्यिकांनी स्वतःचे भांडवल दिले. वि. स. खांडेकर, के. नारायण काळे, ग. त्र्यं. माडखोलकर, वि. ह. कुलकर्णी, हंसा दांडेकर, गं. दे. खानोलकर आदींचा त्यात समावेश होता. हे पाक्षिक पूर्णपणे साहित्यालाच वाहिलेले होते. १५ ऑगस्ट १९४८ पासून साने गुरुजींच्या संपादकत्वाखाली 'साधना' साप्ताहिक सुरू झाले. साने गुरुजी, रावसाहेब पटवर्धन, आचार्य जावडेकर, यदुनाथ थत्ते, ना. ग. गोरे, वसंत बापट यांनी संपादक म्हणून योगदान दिले असून 'साधना'तून कसदार लेखन केले आहे.

मराठीतील सर्वच वर्तमानपत्रांच्या पुरवण्यांमध्ये सदरलेखन हा एक घटक म्हणून वर्तमानपत्रांचा अंगभूत भाग झालेला आहे. राजकीय व सामाजिक क्षेत्रांतील मान्यवर, चित्रपट-नाट्य क्षेत्रातील कलावंत, साहित्यक्षेत्रातील नामवंत लेखक-कवी यांनी मुक्तपणे संवाद साधणारे, वर्तमान घडामोडींवर भाष्य करणारे, संतसाहित्य-लोकसाहित्य व आपल्या जिव्हाळ्याच्या विषयावर लालित्याच्या अंगाने विपुल लेखन केले आहे.

वृत्तपत्रीय सदरलेखनासंबंधी डॉ. द. ता. भोसले म्हणतात- ''सदरलेखन ही तशी मुळातच आव्हानात्मक आणि अवघड अशी बाब असते. ठरावीक शब्दसंख्या, निर्मितीचे सातत्य आणि वाचकांना खिळवून ठेवण्याचे सामर्थ्य ज्याच्याजवळ असते आणि ज्याच्याकडे हुकमी प्रतिभालेणे आणि समृद्ध व्यासंग असतो अशा लेखकांनाच ही अवघड बाब सहजपणे यशस्वी करून दाखविता येते. एकापरीने हे लेखन आव्हानात्मक असते ते या कारणासाठी. अनेक सिद्धहस्त लेखकांनी हे आव्हान पेलले आहे. वृत्तपत्रांच्या सदरात धारावाहिक स्वरूपात लेखन करून अनेक नामवंत साहित्यिकांची ग्रंथसंपदा सिद्ध झालेली आहे.

डॉ. द. ता. भोसले यांचे 'संस्कृतीच्या पाऊलखुणा' आणि 'आठवणीतला दिवस' हे ललितलेखसंग्रह दैनिक 'सकाळ' आणि 'तरुण भारत' या वृत्तपत्रांतून एक वर्षभर केलेल्या लेखनाचे फलित आहे. 'संस्कृतीच्या पाऊलखुणा' मधील सर्व लेख दैनिक सकाळच्या रविवार आवृत्तीत जानेवारी १९९९ पासून एक वर्षभर धारावाही स्वरूपात प्रकाशित झाले होते. हे लेख संस्कृतीच्या पाऊलखुणांचा मागोवा घेणारे असले तरी व्यापक अर्थाने त्यांचे स्वरूप मुख्यतः भारतीय संदर्भात महाराष्ट्राची पारंपरिक ग्रामसंस्कृती आजच्या वाचकांना परिचित करून देणारे आहे. 'आठवणीतला दिवस' मधील लेख दैनिक 'तरुण भारत' (सोलापूर) या

वृत्तपत्रातून एक वर्षभर 'आठवणीतला दिवस' या शीर्षकाने प्रसिद्ध झालेले आहेत.

कविवर्य वसंत बापटांची 'विसाजीपंताची वीस कलमी बखर' (विडंबन ललितगद्य), 'जिंकुनि मरणाला' (मृत्युलेख), 'बारा गावचं पाणी' (प्रवासवर्णन), 'ताणेबाणे' (आयुष्यातील काही आठवणी), 'शतकाच्या सुवर्णमुद्रा' (निवडक कवींच्या कविता) ही पुस्तके नियमित सदरलेखनातून साकारली आहेत. 'साधना' साप्ताहिकात अलीकडच्या राजकीय घटनांचा उपहासात्मक शैलीत मार्मिक वेध घेणारे 'विसाजीपंतांच्या वीस कलमी बखरी'तील कलमवार लेख प्रकाशित झाले. 'बारा गावचं पाणी' मधील प्रवासवर्णनपर लेख 'साधना' साप्ताहिकात आणि रविवारच्या 'लोकसत्ते'त प्रकाशित झाले आहेत. 'ताणेबाणे' हे बापटांच्या आयुष्यातल्या काही आठवणींची स्मरणसाखळी आहे. 'लोकसत्ता'च्या 'लोकरंग'या पुरवणीत १६ ऑगस्ट १९९८ पासून 'विसरू म्हणता विसरेना' या शीर्षकाने क्रमशः प्रसिद्ध झाले आहेत. 'जिंकुनि मरणाला' या पुस्तकातील व्यक्तिविशेषांवर लिहिलेले बारा मृत्युलेख 'साधना', 'लोकसत्ता', 'महाराष्ट्र टाइम्स' या वृत्तपत्रांतून प्रसिद्ध झालेले आहेत. 'शतकाच्या सुवर्णमुद्रा' हा निवडक कवींच्या कवितांचा संग्रह असून महाराष्ट्र कविपरंपरेचे एक ओझरते दर्शन घडविणारी लेखमाला दैनिक 'केसरी'त प्रकाशित झाली, तिचे हे ग्रंथरूप आहे.

लोकसाहित्याचे गाढे अभ्यासक डॉ. प्रभाकर मांडे यांचे 'लोकपरंपरेतील स्त्री-प्रतिमा' आणि 'लोकपरंपरेतील शहाणपण' हे ग्रंथ वृत्तपत्राच्या सदरातून साकारले आहेत. दैनिक 'सकाळ' मधून डॉ. मांडे यांनी 'लोकसंस्कृतीतील स्त्री-प्रतिमा' या विषयावर सलग चोवीस लेख लिहिले. प्रत्येक आठवड्याला स्त्रीच्या एकाएका भूमिकेशी संबंधित प्रतिभेचा शोध लोकगीतांच्या माध्यमातून त्यांनी घेतला आहे. 'लोकपरंपरेतील शहाणपण' हे पुस्तक मराठवाडयातून प्रसिद्ध होणाऱ्या 'दैनिक लोकपत्र' या दैनिकाच्या साप्ताहिक पुरवणीतून मौखिक वाङ्मयातून येणाऱ्या तत्त्वविचाराचे लेखन आहे.

डॉ. निर्मलकुमार फडकुले यांच्या 'चिंतनाच्या वाटा' या पुस्तकातील लेख 'लोकमत' च्या साप्ताहिक पुरवणीतून क्रमशः प्रसिद्ध झाले आहेत. वि. वा. शिरवाडकरांच्या 'बरे झाले देवा' या लेखसंग्रहातील बहुतांश लेख 'सकाळ', 'महाराष्ट्र टाइम्स' इत्यादी वर्तमानपत्रांतून प्रसिद्ध झालेले आहेत. डॉ. म. बा. कुलकर्णी यांच्या 'मनु आणि स्त्री' या पुस्तकातील लेख नाशिक येथून अर्धशतकाहून अधिक काळ नियमितपणे प्रकाशित होणाऱ्या 'गावकरी' वर्तमानपत्राशी संबंधित 'अमृत' या डायजेस्टच्या अठ्ठावीस अंकांमधून प्रकाशित झालेले आहेत.

कवी इंद्रजित भालेराव यांनी दैनिक 'लोकसत्ता' च्या मराठवाडा पुरवणीमध्ये शेती, शेतकरी आणि त्यांच्यावरचे साहित्य हे सूत्र घेऊन शेतीच्या प्रारंभापासून ते आजच्या शोषित शेतकऱ्यांच्या जीवनाचे भेदक वास्तव प्रगट करणाऱ्या नवोदित

कवी व लेखकांच्या साहित्यापर्यंत कृषिनिष्ठ जीवनाचा सर्वांगीण असा परिचयात्मक लेखाजोगा 'तिफनसाज' या सदरातून घेतला आहे. त्यालाच नवनिर्मितीचे प्रतीक असलेल्या 'तिफनसाज' या शीर्षकाने गौरविले आहे.

माधव गडकरी यांचे १९ नोव्हेंबर १९७६ पासून 'मुंबई सकाळ' मध्ये सुरू झालेले 'चौफेर' हे सदर १९९६ मध्ये 'लोकसत्ते' तही दर शुक्रवारी येत असे. पुस्तकरूपाने 'चौफेर'चे चार खंड प्रकाशित झाले आहेत. अनंत भावे यांनी 'आपलं महानगर' या मुंबईतील सायंदैनिकात 'वडा-पाव' हे एक हलके-फुलके सदर लिहिले. विषयाला कोणतेही बंधन नसल्याने साहित्य, राजकारण, समाजकारण, शिक्षण, चित्रपट इत्यादी विषयांवरचे हे सदर वाचकांना आवडले. 'वडा-पाव' हे त्याचे ग्रंथरूप प्रकाशित झाले आहे. डॉ. बाळासाहेब गुंजाळ यांनी दैनिक 'गावकरी'मध्ये जानेवारी ते डिसेंबर २००९ मध्ये 'म्हणी : अनुभवाच्या खाणी' हे दैनिक सदर लिहिले. अहिराणी म्हणी व त्यामागील सामाजिक अनुभव, लोकमानस, मानवी स्वभाव, वृत्ति-प्रवृत्तींचे दर्शन घडते. या सदरास चांगला प्रतिसाद मिळाला असून ग्रंथरूप सिद्ध होत आहे.

वृत्तपत्रांची रविवार पुरवणी ही वाचकांच्या पसंतीला उतरली आहे. अनेक मान्यवर अभ्यासक, समीक्षक रविवार पुरवणीत ग्रंथपरीक्षणे लिहीत असतात. रविवार पुरवणीतील ग्रंथपरिचयाने वाचकांचा साहित्यविषयक दृष्टिकोण विकसित होण्यास मदत झाली आहे. साहित्यकृती व लेखकाला मिळालेले पुरस्कार, साहित्यविषयक घडामोडी, साहित्यसंमेलने, नाट्यसंमेलने, कविसंमेलनांचा वृत्तांत, साहित्यविषयक वाद-मतमतांतरे, नवोदित लेखक व त्यांच्या साहित्याचा परिचय वृत्तपत्रांच्या माध्यमातूनच वाचकांना होत असतो. लोकांची वाचनाची भूक भागविण्याचे, प्रगल्भ वाचक तयार करण्याचे कार्य वृत्तपत्रे सातत्याने करीत आहेत.

दूरदर्शन संहिता लेखनाची कौशल्ये

प्रा. एन. डी. कवडे

(प्रस्तुत निबंध हा केवळ विद्यार्थिकेंद्री दृष्टीने लिहिलेला नाही, याचे कारण, हा निबंध चर्चासत्रात सादर होणार आहे. त्याचबरोबर दूरदर्शन संहिता लेखनाची कौशल्ये व त्याचे प्रत्यक्ष उपयोजन असेही या निबंधाचे स्वरूप नाही. कार्यशाळेतच हा भाग उपयोगाचा व प्रस्तुत ठरू शकतो. या सर्व कारणांमुळे या निबंधाचे सैद्धान्तिक वा तात्त्विक व वर्णनात्मक स्वरूप योग्य व अपरिहार्य वाटते आहे.)

आजच्या दैनंदिन जीवनात प्रसारमाध्यमांचे महत्त्व वाढत आहे. आजच्या युगाला 'माहिती–तंत्रज्ञान युग' असे म्हटले जाते. या युगात आकाशवाणी, दूरदर्शन, वर्तमानपत्र, इंटरनेट आदी माध्यमे आपल्या दैनंदिन जीवनाचा अविभाज्य भाग बनली आहेत. या शोधनिबंधामध्ये आपण दूरदर्शनचा (आवश्यक लेखन कौशल्य) विचार करणार आहोत.

दूरदर्शनवर तुम्ही जे कार्यक्रम पाहता त्यांपैकी फक्त दृश्यात्मक रूपात असलेल्या म्हणजे शब्दांची अजिबात जोड न दिलेल्या दोन कार्यक्रमांची नावे सांगा असे म्हटले तर पाहा असे कार्यक्रम आठवतील का? बहुधा नाही. याचे कारण असे की, दूरदर्शन हे फक्त दृश्य माध्यम नाही, तर ते दृक्‌श्राव्य माध्यम आहे. डोळ्यांइतकेच कानांना, दृश्यांइतकेच शब्दांना तेथे महत्त्व आहे.

लेखनाची क्रिया तुम्हाला नवीन नाही. लहानपणापासून तुम्ही प्रश्नांची उत्तरे लिहिता, परीक्षेत उत्तरपत्रिका लिहिता, पत्रे लिहिता, कदाचित वर्तमानपत्रासाठी लिखाण केले असेल, कदाचित 'आकाशवाणी' साठी काही लिहिले असेल. या सर्व प्रकारांच्या लेखनापेक्षा दूरदर्शनच्या लेखनाचे स्वरूप वेगळे असते. ते का वेगळे असते हे समजण्यासाठी 'दूरदर्शन' या माध्यमाचे वेगळेपण समजून घेतले पाहिजे.

(१) दूरदर्शन आस्वादाचे स्वरूप :

दूरदर्शनच्या प्रेक्षकाला डोळ्येांनी दिसणारे दृश्य मेंदूत नोंदवायचे असते व त्याचवेळी कानांनी ऐकू येणारे शब्दही मेंदूकडे पाठवून त्या दोन्हींचा मेळ घालून ती माहिती समजून घ्यायची असते. ही प्रक्रिया वर्तमानपत्राच्या वाचनापेक्षा वेगळी आणि अधिक गुंतागुंतीची असते.

वर्तमानपत्राचे वाचन करताना शब्द लिखित स्वरूपात समोर असतात. ते

वाचण्यासाठी डोळ्यांचाच वापर केला जात असला तरी ती प्रक्रिया चलत् दृश्य पाहण्याच्या प्रक्रियेपेक्षा भिन्न असते. त्याशिवाय, लिखित/मुद्रित मजकूर वाचकांच्या हातात आला की, त्यावर वाचकाचे संपूर्ण नियंत्रण असते. वाचनाचा वेग व कालावधी ठरविणे त्याच्या हाती असते. एखादा मुद्दा समजला नाही तर तो पुन्हा वाचण्याचे स्वातंत्र्य त्याला असते. वर्तमानपत्रातील कोणता मजकूर वाचायचा, कोणता नाही, कोणत्या क्रमाने वाचायचा हे ठरविण्याचा अधिकार वाचकाला असतो.

दूरदर्शनच्या प्रेक्षकाला ते स्वातंत्र्य असत नाही. प्रक्षेपित होणारा कार्यक्रम त्यावेळी एकदाच पाहणे शक्य असते. दृश्य दाखविले गेले अथवा शब्द ऐकविले गेले की ते पुन्हा पाहण्याची अथवा ऐकण्याची सोय उपलब्ध नसते. प्रेक्षकाला बातमीपत्रातील क्रीडाविषयक बातमीतच फक्त रस असला तरी वृत्तनिवेदक ती बातमी सांगेपर्यंत श्रोत्याला थांबावे लागते. म्हणजे मजकुराचा क्रम ठरविण्याचे स्वातंत्र्य प्रेक्षकाला असत नाही.

वर्तमानपत्राचा वाचक वाचनाची क्रिया पूर्ण एकाग्रतेने करतो, कारण वर्तमानपत्र वाचताना त्याला दुसरी क्रिया करणे शक्य नसते. दूरदर्शनचा प्रेक्षक हाताने अन्य काही काम करताना, इतरांशी बोलताना दूरदर्शन बघत असतो. त्यामुळे तपशिलाचे आकलन व्यवस्थितपणे होण्यासाठी लेखन शक्य तेवढे सुलभ असणे आवश्यक आहे.

वर्तमानपत्रातील मजकूर मुद्रित स्वरूपात आणि वाचण्यासाठी असल्याने त्याच्या लेखनाची शैली औपचारिक असली तरी चालते. मात्र दूरदर्शनवरून सांगितला जाणारा मजकूर मौखिक स्वरूपातील असतो आणि तो फक्त ऐकला जाणार असतो, हे लक्षात घ्यायला हवे.

(अ) साधी व सोपी भाषा

दूरदर्शनवरील निवेदक बोलतो व प्रेक्षक ऐकतो ही मौखिक संवादाशी साधर्म्य असलेली प्रक्रिया लक्षात घेता निवेदकाच्या तोंडची भाषा साधी व समजायला सोपी अशी हवी. आपण बोलताना मर्यादित शब्दसंग्रह वापरतो. लिहिताना आपण वापरतो त्यापेक्षा जवळपास ३० टक्के कमी शब्दसंग्रह बोलताना आपण वापरतो. त्यामुळे दैनंदिन व्यवहारात कृत्रिम वाटतील अशा शब्दरचना टाळणे अधिक चांगले.

उदाहरणार्थ : 'राणे क्रोधित झाले' किंवा 'क्रुद्ध राणेंनी' असा शब्द आपण एखाद्या घटनेचा तपशील दुसऱ्या व्यक्तीला सांगताना खचितच वापरणार नाही. त्याऐवजी 'राणे रागवले' किंवा 'रागावलेल्या राणेंनी' असे म्हणू. तीच भाषा बातमीपत्रासाठी लेखन करताना वापरावी.

उद्गार काढणे, प्रतिपादन करणे, पृच्छा करणे, स्तिमित होणे अशी क्रियापदे मुद्रित मजकुरात वरचेवर आढळतात. दूरदर्शनवर मात्र त्याऐवजी म्हणणे, सांगणे,

विचारणे, आश्चर्य वाटणे इत्यादी क्रियापदे वापरली जात असल्याचे काळजीपूर्वक ऐकल्यास लक्षात येईल.

(ब) छोटी व सुटसुटीत वाक्ये

लांबलचक वाक्ये ऐकून समजून घेणे अवघड जाते, हे लक्षात घेऊन छोटी व सुटसुटीत वाक्ये लिहा. इंग्रजी भाषेप्रमाणे उपवाक्यांचा (क्लॉज) वापर मराठीत होऊ शकत नाही व तसे केल्यास मजकूर समजणे अवघड जाते हे लक्षात घेऊन वाक्यरचना करावी.

(क) भाषेचा अचूक व योग्य वापर

जनसंज्ञापनाचे माध्यम म्हणून दूरदर्शनवर भाषेच्या संदर्भात एक विशिष्ट जबाबदारी असते. सतत कानांवर पडणारी भाषा जनतेच्या तोंडी रुळत असते म्हणून प्रमाणभाषेचे पावित्र्य व अचूकपणा जपण्याची आणि भाषेचा योग्य वापर रूढ करण्याची जबाबदारी प्रसारमाध्यमांची असते. दैनंदिन व्यवहारातील भाषा वापरणे आवश्यक आहे हे आपण वर पाहिलेच आहे, परंतु त्याचा अर्थ असाही नव्हे की पूर्णत: अनौपचारिक बोलीभाषा वापरावी. आडबोली (Slang) संहिता लेखनात वापरू नये. उदारहणार्थ, 'पचका होणे' ऐवजी 'फजिती होणे', 'गचकणे' ऐवजी 'अनुत्तीर्ण होणे' असे शब्दप्रयोग दूरदर्शनच्या संहितेत योग्य ठरतात.

(ड) अनावश्यक तपशील टाळणे.

जो तपशील आवश्यक नाही, तो टाळायला हवा. पदनाम, नावे, आकडे, साल इत्यादी उल्लेख खरोखर आवश्यक आहेत का, ते तपासून पाहयला हवे. अनावश्यक तपशील टाळल्यामुळे संहिता आटोपशीर होते व तिचे आकलन सोपे होते. उदाहरणार्थ, उद्‌घाटन समारंभाला सुप्रसिद्ध लेखक व ज्येष्ठ पत्रकार महावीर जोंधळे, शिक्षण सहसंचालक मा. डॉ. रवींद्र कडू, जुन्नर तालुका शिवनेर शिक्षण प्रसारक मंडळाचे अध्यक्ष व कृषी उत्पन्न बाजार समितीचे सभापती ॲड. संजय काळे, महाविद्यालयाचे प्राचार्य प्रा. डॉ. पुराणे उपस्थित होते. उद्‌घाटनाच्या बातमीत कोणाच्या हस्ते कशाचे उद्‌घाटन झाले हे सविस्तर यायला हवे; पण उपस्थितांची नावानिशी यादी देणे आवश्यकच आहे असे नाही. त्याऐवजी 'उद्‌घाटनाला जिल्हयातील अनेक मान्यवर उपस्थित होते' म्हटले तरी ते सत्याला सोडून असत नाही.

(इ) आकडेवारी आणि कालदर्शक तपशील योग्य पद्धतीने लिहिणे.

आकडेवारी : आकडेवारी देतानाही खबरदारी बाळगणे आवश्यक आहे. '७८९ रुग्णांची या शिबिरात तपासणी करण्यात आली' म्हणण्याऐवजी 'सुमारे साडेसातशे रुग्णांची' म्हटले तर कळायला अधिक सोपे जाते. 'पुलाच्या बांधकामाला ३० लाख ३७ हजार ८४५ रुपये खर्च आला' असे म्हटले तरी कामाची व्याप्ती लक्षात येते.

कालदर्शक नामे/तपशील : तारीख, वार, महिना वापरताना काळजी घ्यावी. उदाहरणार्थ, १५ तारखेला (सोमवारी) प्रसारित होणाऱ्या बातमीपत्रात, '२२ तारखेला उपग्रहाचे प्रक्षेपण' अशा आशयाची बातमी असेल, तर '२२ तारखेला' असे न म्हणता 'पुढच्या सोमवारी' असे म्हणावे. काल, परवा, पुढच्या आठवड्यात, पुढच्या महिन्यात, दोन महिन्यांनी, मागच्या वर्षी असे उल्लेख समजायला सोपे जातात.

(ई) विशेष काळजी घेणे.

(१) सर्वनाम, उभयान्वयी अन्वये, शब्दक्रम काळजीपूर्वक वापरावे.

उदाहरणार्थ, श्री. महावीर जोंधळे यांचा श्री. डॉ. मनोहर जाधव यांच्या हस्ते सत्कार करण्यात आला. यावेळी त्यांनी त्यांचा मुक्त कंठाने गौरव केला.' या वाक्यात कोणी कोणाचा गौरव केला ते स्पट होत नाही.

'आज सकाळच्या पत्रकारपरिषदेत बलात्कार करणाऱ्यांवर कारवाई कधी होणार असा प्रश्न पत्रकारांनी विचारला.' चुकीच्या शब्दक्रमामुळे वाक्याच्या अर्थाचा अनर्थ होण्याची शक्यता आहे. वास्तविक हे वाक्य 'बलात्कार करणाऱ्यांवर कारवाई कधी होणार असा प्रश्न आज सकाळच्या पत्रकारपरिषदेत पत्रकारांनी विचारला' असे हवे. मुद्रित मजकुरातील विरामचिन्हे नजरेसमोर असल्याने वाक्यांचे उपघटक स्पष्ट होत. तसे मौखिक मजकुरात होत नसल्याने ही काळजी घ्यावयास हवी.

(२) नकारात्मक रचना टाळाव्यात.

'५० हजार रुपयांवरची रक्कम काढता येणार नाही' म्हणण्याऐवजी '५० हजार रुपयांपर्यंतची रक्कम काढता येईल' म्हणणे अधिक चांगले.

(३) द्विरुक्ती/अनावश्यक विशेषणे टाळावीत

'मुलींची कन्याशाळा', 'पिवळे पितांबर' ही अनावश्यक द्विरुक्तीची उदाहरणे आहेत. काही वेळा रूढ पद्धत म्हणून काही विशेषणे वापरली जातात. ती आवश्यक नसतील तर टाळणे अधिक चांगले.

उदाहरणार्थ, 'हार्दिक स्वागत', 'भावपूर्ण 'निरोप', 'तीव्र निषेध', 'कुख्यात दरोडेखोर' या सर्व शब्दसमूहांतील विशेषणे अनावश्यक आहेत.

(४) 'व' ऐवजी 'आणि' हे उभयान्वयी अव्यय वापरावे.

उदाहरणार्थ, 'मुख्यमंत्र्यांच्या हस्ते संचालक व उपसंचालक यांचा सत्कार करण्यात आला', असे न म्हणता 'मुख्यमंत्र्यांच्या हस्ते संचालक आणि उपसंचालक यांचा सत्कार करण्यात आला' असे म्हणावे.

(५) दृश्यांना पूरक लेखन

दूरचित्रवाणीवर चलत्-दृश्यांना प्राधान्य मिळते. संहिता लेखकाला त्या दृश्यांना पूरक निवेदन लिहायचे असते. दश्यांमध्ये दिसणाऱ्या तपशिलाची शब्दांमधून पुनरुक्ती नाकारण्याची खबरदारी घ्यावी लागते.

उदाहरणार्थ, गुलाबी साडी नेसलेल्या सोनिया गांधी पिवळी साडी नेसलेल्या प्रियांकाबरोबर व्यासपीठावर आल्या आणि दोघींनी हात उंचावून अभिवादन केले, हे दृश्यात स्पष्ट दिसत असेल, तर त्यांपैकी कोणताही उल्लेख संहितेत करण्याची गरज नाही. त्या सभास्थानी ठरलेल्या वेळेपेक्षा दोन तास उशिरा आल्या हे दृश्यांतून स्पष्ट होणार नाही, ते सांगितले पाहिजे. उमेदवाराखेरीज अन्य पक्षाधिकारी उपस्थित नव्हते, हे सांगावे लागेल. त्याकरिता वार्ताहराने पाठविलेल्या अथवा अन्य मार्गांनी हाती आलेला तपशील काळजीपूर्वक नजरेखालून घालून संहिता लिहायला हवी.

(६) संहितेची मांडणी

संहितेची भाषाशैली जेवढी महत्त्वाची आहे तेवढीच संहितेची रचना (कागदावरील प्रत्यक्ष लेखन) महत्त्वाचे आहे. संहिता लेखन आणि निवेदक या दोन भिन्न व्यक्ती असण्याची शक्यता असते. लेखकाने लिहिलेले निवेदकाला कळावे व वाचायला सोपे जावे यासाठी पुढील पथ्ये पाळावीत.

१. प्रमाण आकाराचे कागद वापरावेत. (अलीकडे वृत्तनिवेदक टेलिप्रॉम्प्टर व संगणकाच्या साहाय्याने बातम्या वाचत असला, तरी लिखित संहिता त्याला देणे आवश्यक असते.)

२. कागदावर दोन्ही बाजूंना रुंद समास सोडावेत.

३. दोन ओळींमध्ये भरपूर अंतर असावे. (टंकलेखन यंत्राच्या भाषेत दुप्पट किंवा तिप्पट जागा)

४. एका पानावर एकच बातमी लिहावी.

५. एका ओळीवर शब्दाचा अर्धा भाग व दुसऱ्या ओळीवर उरलेला अर्धा भाग अशा पद्धतीने शब्द तोडू नये. तसेच एका पानावरून दुसऱ्या पानावर जाताना वाक्य तोडू नये.

६. बातमी एकाहून जास्त पानांची असल्यास तसा स्पष्ट निर्देश करावा.

७. मोठे आकडे शब्दांत लिहावेत. (उदाहरणार्थ, २ लाख २५ हजार)

८. संक्षिप्त रूपे उच्चारण्याची पद्धत स्पष्ट करावी. उदाहरणार्थ, न लिहिता युनेस्को असे लिहावे.

९. जसे वाचावयाचे असेल तसेच लिहावे. विनाकारण संक्षिप्त रूपे वापरू नयेत. उदाहरणार्थ, मु.मं. न लिहिता मुख्यमंत्री. पं.प्र.- पंतप्रधान, बुध.- बुधवार अशी पूर्ण रूपे लिहावीत. संक्षिप्त रूपे वाचताना ऐनवेळी निवेदकाचा गोंधळ होण्याची शक्यता असते. किंवा दूरध्वनी क्रमांक २-५-६-३-९-८ असा सुटा वाचायचा असल्यास तसे लिहावे किंवा ३५-४२-७२ असा दोन आकड्यांच्या गटात वाचायचा असल्यास तसे लिहावे.

ဃ ဖ

मराठी भाषा आणि माध्यमांची भूमिका

प्रा. पंकज वानखेडे

मराठी भाषेला साधारणत: एक हजार वर्षांचा इतिहास आहे. भाषेच्या सुरुवातीच्या कालखंडामध्ये म्हणजे तेराव्या शतकातच मराठी भाषेने उत्तुंग झेप घेतली आहे. महानुभाव संप्रदाय व वारकरी संप्रदाय यांनी आपल्या तत्त्वज्ञानांच्या प्रसारासाठी मराठी भाषेचे आग्रही प्रतिपादन केले आहे. त्यामागे समाजातील जास्तीत जास्त घटकांपर्यंत तळागळापर्यंत तत्त्वज्ञान पोहचणे ही प्रामाणिक भूमिका होती, त्यासाठी श्री चक्रधरांनी 'दृष्टांत' हे माध्यम वापरले तर वारकरी सांप्रदायाने लोककला (भजन, कीर्तन, भारूड, गौळण, आरती इत्यादी) लोककलाप्रकारांचा वापर केला. माध्यमे सशक्त असल्यामुळेच तळागळातील समूहापर्यंत ते सहज पोहचू शकले. भाषेच्या सुरुवातीच्याच कालखंडामध्ये मराठीला समृद्धता आणि वैभव प्राप्त करून देण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य त्यांनी केले व मराठी भाषेची विकासात्मक वाटचाल सुरू झाली.

भाषावार प्रांतरचनेच्या मूलभूत धोरणाला धरून संयुक्त महाराष्ट्राची चळवळ उभी राहिली व १ मे १९६० रोजी सर्व मराठी भाषिकांना एकत्रित आणण्याचे दृष्टीने 'महाराष्ट्र राज्य' निर्माण झाले. याअगोदर स्वतंत्र राज्याच्या निर्मितीचे स्वप्न साकार होण्याची चिन्हे दिसत असतानाच सावरगाव डुकरे (जिल्हा बुलढाणा) येथे श्री. नारायणराव शेंडे यांच्या अध्यक्षतेखाली भरलेल्या विदर्भ साहित्य संमेलनाच्या उद्घाटनप्रसंगी यशवंतराव चव्हाण म्हणाले, "मराठी भाषेच्या जीवनामध्ये आज महत्त्वाची गोष्ट घडत आहे. आणि ती म्हणजे नवीन होऊ घातलेल्या मराठी राज्याची रचना. कारण, ती जशी राजकारणातील किंवा मराठी जनतेच्या जीवनातील महत्त्वाची गोष्ट आहे, तशीच मराठी भाषेच्या दृष्टीनेही ती महत्त्वाची गोष्ट आहे, असे मी मानतो. भाषिक राज्याच्या मागणीच्या पाठीमागे एकभाषिक जनतेच्या सांस्कृतिक विकासाचा जसा हेतू आहे तशीच त्या राज्याच्या भाषेला मानाच्या महत्पदी बसविण्याचीही कल्पना आहे. मराठी भाषिक-राज्याचे माझ्या मनात चित्र काढण्याचा जेव्हा मी प्रयत्न करतो तेव्हा मराठी जनता राजसिंहासनावर येऊन बसली आहे, त्याऐवजी मराठी भाषा राजसिंहासनावर विराजमान झाली आहे."[१] असे स्वप्न संयुक्त महाराष्ट्राच्या निर्मितीमागे महाराष्ट्रातील महानुभावांचे होते. महाराष्ट्रातील मराठी अस्मिता

जपण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य महाराष्ट्रातील जनता तसेच प्रसारमाध्यमांनी केले.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा या विषयावर चिंतन करीत असतानाच मराठी भाषेप्रमाणेच प्रसारमाध्यमांचाही वेगळा आढावा घेणे गरजेचे ठरते. बाळशास्त्री जांभेकर यांच्या 'दर्पण'पासून सुरू झालेली प्रसार माध्यमांची घोडदौड निश्चितच नेत्रदीपक आहे. प्रसारमाध्यमांमध्ये मुद्रित घटक तसेच दृक-श्राव्य माध्यमांचा समावेश होतो. प्रसारमाध्यमे आणि भाषा यांचा अतिशय जवळचा संबंध आहे. भारतासारख्या बहुभाषिक देशामध्ये प्रसारमाध्यमांना कोणतीही एक भाषा घेऊन संपूर्ण देशातील जनतेपर्यंत पोहचता येत नाही. परिणामी, प्रादेशिक स्तरावर भाषिक समूह लक्षात घेऊन प्रसारमाध्यमांना त्या-त्या प्रदेशातील भाषेचा अवलंब करणे आवश्यक ठरते. महाराष्ट्रामध्ये मराठी वृत्तपत्रे, साप्ताहिक, मासिके, त्रैमासिक इत्यादीची संख्या विपुल आहे. तसेच श्राव्य माध्यमांमध्ये प्रादेशिक स्तरावर आकाशवाणी केंद्राची निर्मिती झालेली आहे. तसेच दृकश्राव्य माध्यमाच्या दृष्टीने महाराष्ट्राच्या कानाकोपऱ्यापर्यंत दूरदर्शन पोहचले आहे. बातम्या तसेच मनोरंजनाच्या दृष्टीनेही मराठीचे वेगळेपण जपण्याचे कार्य दूरदर्शनद्वारे होत आहे. एकंदर या सर्व प्रसारमाध्यमांच्या माध्यमातून मराठी भाषा अधिकाधिक समृद्धतेच्या दिशेने वाटचाल करीत आहे.

वर्तमानकाळामध्ये जागतिकीकरणाच्या पार्श्वभूमीवर प्रसार माध्यमांमध्ये प्रचंड क्रांती घडून आली आहे. मुद्रित घटक असो, दृक-श्राव्य घटक असो, साधने अद्ययावत झालेली आहेत. 'जग एक खेडे' या संकल्पनेनुसार तंत्रज्ञानामध्ये झालेली क्रांती तसेच संगणकीय क्रांती प्रसार माध्यमांसाठी अत्यंत निर्णायक ठरली आहे. जगाच्या कानाकोपऱ्यांतील कोणतीही घटना पाच मिनिटाच्या आत संपूर्ण जगभर प्रसारित करण्याची किमया आजच्या प्रसारमाध्यमांना साध्य झाली आहे. परंतु केवळ बातम्यांचे, माहितीचे प्रसारण एवढाच प्रसारमाध्यमांचा उद्देश नाही तर सामाजिक बांधिलकी स्वीकारून सेवाभावी मूल्य जपणे ही सार्थ अपेक्षा प्रसारमाध्यमांकडून करणे स्वाभाविक आहे. पण मुळात आज जागतिकीकरणातील जीवघेण्या स्पर्धेमध्ये प्रसारमाध्यमांचे व्यावसायिकीकरण झाले असून त्यातील सेवामूल्य हरपत चालले आहे. अनेक प्रकारच्या सामाजिक, सांस्कृतिक, वैचारिक आंदोलनांमध्ये प्रसारमाध्यमांची भूमिका महत्त्वपूर्ण असायची. ती त्या आंदोलनाचा एक भाग असायची. परंतु आज मात्र केवळ आपल्या मालकांना नफा कसा मिळेल या भावनेतून प्रसारमाध्यमांची आपसांत स्पर्धा सुरू आहे. आपल्या ग्राहकांना आवडणाऱ्या गोष्टी (मग त्या चांगल्या असो वा वाईट) मागणी तसा पुरवठा या न्यायाने प्रसारित होतात. व्यवसायाच्या भरभराटीस साह्यभूत ठरणाऱ्या जाहिरातीच्या माध्यमातून समोर येणारी अश्लीलता हीसुद्धा चिंतेची बाब आहे. एकंदर नैतिक मूल्यांचा होत असलेला ऱ्हास ही

चिंतनीय बाब आहे.

भाषा ही प्रसारमाध्यमांना लोकांपर्यंत पोहचण्यासाठी महत्त्वपूर्ण दुवा ठरते. म्हणूनच प्रसारमाध्यमांच्या संदर्भांत विचारात घेतलेली प्रत्येक गोष्ट भाषेशी संबंधित आहे. कारण भाषा ही एक सामाजिक संस्था आहे.

''भाषा ही केवळ व्यक्ती-व्यक्तीमध्ये संवाद साधणारी नसते; ती संस्कृती वाहक असते. अनेक पिढ्यांच्या अनुभवांचा आणि ज्ञानाचा त्यात संचय असतो. 'न्गुगी वा श्योंगो' यांच्या शब्दांत सांगायचे तर संस्कृती आपल्या मौखिक आणि लिखित साहित्याच्या माध्यमातून मूल्यसमूहाची अभिव्यक्ती करते. त्या मूल्यांमुळे आपल्याशीच आपली ओळख होते. आणि एकंदरीत विश्वात आपले स्थान काय आहे ते समजते''[२] भाषा ही संस्कृती वाहक असल्यामुळेच प्रसारमाध्यमांना भाषेचा वापर काळजीपूर्वक करणे अनिवार्य ठरते.

आज जागतिकीकरणाने जीवनाची जवळ जवळ सर्वच क्षेत्रे व्यापिली आहेत. जागतिकीकरणाचा जसा प्रसारमाध्यमांवर परिणाम झाला तसाच भाषेवरसुद्धा झाला. जागतिकीकरणामध्ये ''भांडवलशाही जी भाषा स्वीकारते तीच जगाची भाषा व्हायला लागते. जगातले अत्याधुनिक ज्ञान, तंत्रज्ञान आणि व्यवहार अशाच भाषेतून व्हायला लागतात. ज्याला जगाशी जोडून घ्यायचे असते त्याला हीच भाषा स्वीकारावी लागते. प्रादेशिक भाषा, लोकजीवनातील भाषा, डोंगरदऱ्यांत वापरल्या जाणाऱ्या भाषा मरायला लागतात. सध्या जागतिकीकरणाचीं भाषा इंग्रजी आहे. तिच्यासमोर टिकाव धरताना अन्य भाषांना खूप मोठी लढाई करावी लागते. त्यातूनही भाषा मरणाचा वेग प्रचंड आहे. एका नव्या अभ्यासानुसार जगाच्या पाठीवर दर दोन आठवड्याला एक भाषा मरत असते. जगभर ओळखल्या जाणाऱ्या आणि बोलल्या जाणाऱ्या भाषा सात हजारांहून अधिक आहेत. अनेक भाषांना घरघर लागली आहे. २३०० सालापर्यंत जगात फक्त इंग्रजीच शिल्लक राहील अशी भाकिते केली जात आहेत. भाषा केवळ संवादाचे साधन असत नाही, तिच्यात इतिहास असतो, संस्कृती असते. तत्त्वज्ञाने असतात. नीतिमूल्ये असतात. भाषा मेली की, हे सारेच मरते. भाषा मरता देशही मरतो असे ज्ञानपीठ पुरस्कार विजेते कवी कुसुमाग्रज यांनी म्हटले आहे.''[३] एकंदर इंग्रजी भाषेच्या आक्रमणामुळे केवळ मराठीच नव्हे देशातील सर्व प्रादेशिक भाषा अडचणीत आल्या आहेत. इंग्रजी ही ज्ञानभाषा व प्रादेशिक भाषा लोकभाषा अशी दुही आज निर्माण झाली आहे. परिणामी इंग्रजी भाषेची प्रतिष्ठा वाढीस लागून मराठी भाषेची पिछेहाट सर्वच क्षेत्रांमध्ये सुरू झाली आहे. कारण जागतिकीकरणाच्या स्पर्धेत टिकण्यासाठी विशेषतः वाणिज्य, वैद्यकीय, अभियांत्रिकी, संगणक इत्यादी क्षेत्रांमध्ये इंग्रजी भाषेशिवाय पर्याय नाही अशी लोकांची धारणा झाली आहे. मातृभाषेमध्ये अस्मिता दडली असते हे जरी खरे

असले तरीही त्या आस्थेमध्ये नाटकीपणाने शिरकाव केला हे चित्र प्रसारमाध्यमांमधून प्रत्ययास येत आहे. ''माध्यमांच्या अविवेकी भूमिकेमुळे आज भाषिक संकट उभे झाले. एकही भाषा शुद्ध राहिलेली नाही. इंग्रजी भाषेच्या अतिक्रमणामुळे आपल्या भाषेचे स्वरूपच बदलून गेले आहे. स्वत्वावरील घाला (Crisis of identity) म्हणून या घटनांकडे बघण्याची गरज आहे. भाषिक, सांस्कृतिक वारसा गमावण्याची प्रक्रिया जागतिकीकरणाच्या रेट्यात सुरू झाली आहे. याशिवाय मनोरंजनाच्या जगात उपभोक्तावादी प्रेरणा वाढविणाऱ्या कार्यक्रमांची रिॲलिटी शोंची, मालिकांची रेलचेल आहे, आत्महत्येचे लाईव्ह चित्रीकरण करून टी.आर.पी. वाढवून घेण्याइतपत माध्यमांची मजल गेली आहे. ज्या-ज्या इमेज सेलेबल आहेत त्या घातक प्रतिमा निर्माण केल्या जात आहेत. एक नवे मायाजाल या माध्यमांनी निर्माण केले आहे. माध्यमांनी त्यातही इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांनी समाजाला आपल्या इशाऱ्यावर नाचविणे सुरू केले आहे. बालपिढीच्या संदर्भात तर हे चित्र फारच घातक आहे, चिंताजनक आहे.''[४] मराठी भाषेविषयी आस्था दाखविणारी प्रसारमाध्यमे आणि त्यात समाविष्ट मंडळी यांनी आपला वेगळेपणा सिद्ध करण्याच्या शर्यतीत अक्षरश: मातृभाषेची धिंड काढली आहे. त्यात आता त्यांना साहित्यिकही चांगला हातभार लावीत आहेत. इंग्रजीमिश्रित मराठी वाक्ये बोलण्यात, लिहिण्यात त्यांच्या प्रतिष्ठेचे निकष सामावले आहे. मराठी मालिकेत काम करणारा नायक जेव्हा मुलाखत देतो तेव्हा एका मराठी वाक्याच्या पाठीमागे दोन इंग्रजी वाक्ये बोलतो. अशा परिस्थितीमध्ये ज्यांना इंग्रजीभाषेचे ज्ञान आहे त्यांच्याच सोयीसाठी ही प्रसारमाध्यमे कार्यरत आहेत असे चित्र दिसते.

आज वाचन संस्कृती जवळजवळ ऱ्हासाच्या मार्गावर उभी आहे. लोकांच्या आवडीनिवडीमध्ये कमालीचा बदल झाला आहे. प्रतिष्ठेच्या संकल्पनाही बदलल्या आहेत. तसेच दृक-श्राव्य माध्यमाच्या आधारे आपली सांस्कृतिक, वैचारिक तहान भागविणाऱ्यांचा मोठा वर्ग समाजामध्ये निर्माण झाला आहे. अशातच दूरदर्शनवर प्रसारित होणाऱ्या मराठी भाषिकांचे आशय, विषय, भाषा इत्यादी दृष्टीने झालेले इंग्रजीकरण मराठी समूहाला भावेलच असे निश्चित सांगता येत नाही. परिणामी हिंदी, इंग्रजी चॅनेल्सकडे युवावर्ग तसेच प्रौढ वर्गही जास्त आकर्षित होत असल्याचे दिसते. मुलांमध्ये तर कार्टून चॅनेल्स हा त्यांच्या मनोरंजनाचा खजिना ठरतो. हे सर्व इंग्रजी किंवा हिंदीमधून उपलब्ध असतात. मुले तासन्तास दूरदर्शनसमोर बसून कार्टून चॅनेल्सचा आस्वाद घेत असतात. परिणामी मराठी भाषेसंदर्भात एक अनामिक उदासीनता नव्या पिढीमध्ये निर्माण होताना आढळते.

कोणत्याही भाषेमध्ये इतर भाषेतील शब्द वापरणे गैर नसते. उलट भाषा

समृद्धतेचे ते लक्षण ठरते. मराठी भाषेमध्येही अनेक भाषांमधील शब्दसाठा आहे. तसाच इंग्रजी शब्दांचाही मोठा भरणा आहे. मराठी भाषेने अनेक इंग्रजी शब्दांचा स्वीकार केला आहे. मुळात भाषा ही लवचीक असते. आवश्यकतेनुसार काही शब्दांचे भाषिक आदानप्रदान होत असते. हळूहळू समुहाची त्यांना मान्यता मिळते व तो शब्द भाषेत रूढ होतो. जागतिकीकरणामध्ये अशा प्रकारच्या आदान-प्रदानाला मोठ्या प्रमाणात संधी आहे. संगणकाच्या संदर्भातील सर्वच शब्द साधारणत: इंग्रजी भाषेमधूनच इतर भाषांमध्ये प्रवाहित झाले आहे. तसेच ''अनेकदा समाज आपणहून स्वयंस्फूर्तपणे नवभाषा निर्माण करतो. अशी भाषा अथवा शब्द चटकन सरावाचे होतात. क्रीडाक्षेतातील क्रिकेट हा मूळचा परदेशी खेळ आहे. तो इंग्लंडमधील खेळ असल्याने त्या संबंधीची भाषा वा शब्द प्रथमत: इंग्रजी आहेत; पण भारतात हा खेळ लोकप्रिय होताच क्रीडापटूंनी व क्रीडाप्रेमींनी, वार्ताहारांनी, स्वयंस्फूर्तीने या खेळाची एक परिभाषा निर्माण केली. बॅटसाठी बॅट हाच शब्द आहे. पण त्यासाठी 'कुदकफलिका' असला शब्द कोणी वापरला नाही. चेंडू, फलंदाज, फलंदाजी, गोलंदाज, गोलंदाजी, षटक, अष्टक, निर्धाव, चौकार, षटकार, त्रिफळा, दांडी, यष्टीरक्षक, क्षेत्ररक्षण, क्षेत्ररक्षक, बाद, बिनबाद, धावचीत, पायचीत, मैदान, सीमा, सीमापार, संघ, संघनायक, सामना, कसोटी, एकदिवसीय सामना, टप्पा, आखूड टप्पा असे कितीतरी शब्द आज सहजपणे वापरले जातात. आकाशवाणीवरील धावती वर्णने यांची साक्ष आहे. लोकांना ही भाषा आवडते कारण त्यांच्या प्रतिभेला ही भाषा वाव देते.''[५] क्रिकेटप्रमाणेच अनेक क्षेत्रांमध्ये असे प्रयोग सहज शक्य होते. यामध्ये प्रसारमाध्यमे महत्त्वपूर्ण भूमिका पार पाडू शकतात.

जागतिकीकरणाच्या रेट्यामध्ये मराठी भाषेची अस्मिता जपणे हे केवळ प्रसारमाध्यमांचे नव्हे तर संपूर्ण मराठी भाषिक समूहाचेच कार्य आहे. भाषेमुळेच जर आपली ओळख ठरत असेल तर भाषेला समृद्ध करणे महत्त्वपूर्ण ठरते. त्या दृष्टीने लोकांमध्ये याविषयीची अस्मिता जागृत करण्यासाठी प्रसारमाध्यमांची भूमिका महत्त्वपूर्ण ठरते. तळागळातील मराठी समूहाला प्रसारमाध्यमे आपली वाटणे गरजेचे ठरते, त्यासाठी बोली भाषेतील कार्यक्रमाचे सादरीकरण तसेच लेखनाला प्रसारमाध्यमांनी प्राधान्य देणे आवश्यक ठरते. त्याचप्रमाणे आज दूरदर्शनच्या विविध वाहिन्यांवरून प्रसारित होणाऱ्या मालिकांचा दर्जा लक्षात घेता श्रेष्ठतम मराठी लेखकांच्या साहित्याचे नाट्यीकरण करून अस्सल मराठी खजिना मराठी जनतेपर्यंत पोहचविणे हे मराठी भाषेच्या अस्मितेसाठी प्रसारमाध्यमांना एक मोठे आव्हान ठरते.

निष्कर्ष :

१. मराठी भाषेच्या अगदी सुरुवातीच्या कालखंडामध्ये भाषेला समृद्धता व वैभव प्राप्त झाले.
२. संयुक्त महाराष्ट्राच्या निर्मितीमध्ये मराठी अस्मिता दडली होती.
३. जागतिकीकरणामुळे प्रसारमाध्यमांमध्ये प्रचंड क्रांती घडून आली, साधने अद्ययावत झाली.
४. जागतिकीकरणामध्ये निर्माण झालेल्या स्पर्धेत टिकण्याच्या दृष्टीने प्रसारमाध्यमांना व्यावसायिक स्वरूप प्राप्त झाले व सामाजिक बांधिलकी, सेवामूल्ये हरपत जात आहेत.
५. भाषा ही संस्कृती वाहक असते.
६. जागतिकीकरणामुळे इंग्रजी भाषेचे महत्त्व वाढीस लागले असून प्रादेशिक भाषेच्या अस्तित्वाचा प्रश्न निर्माण झाला आहे.
७. मुद्रित माध्यमापेक्षा दृक-श्राव्य माध्यमांना अधिक महत्त्व प्राप्त झाले आहे.
८. संगणक, अभियांत्रिकी, वैद्यकीय, वाणिज्य, खेळ इत्यादी बाबतींत इंग्रजी भाषेतील शब्दसाठा, संज्ञा मराठी भाषेत समाविष्ट झाल्या आहेत.
९. बोली भाषा, मराठी लोककला, संस्कृती इत्यादी गोष्टींना प्रसार माध्यमांच्या साह्याने स्थान मिळणे गरजेचे आहे.
१०. मराठीतील श्रेष्ठतम कलाकृती सर्वसामान्य लोकांपर्यंत पोहचविणे हे प्रसारमाध्यमांचे कार्य ठरते.
११. मराठी अस्मिता जपणे हे प्रसारमाध्यमांचेच नव्हे तर संपूर्ण भाषिक समूहाचेच कार्य ठरते.

दूरचित्रवाणी आणि भाषिक कौशल्य
(बातमीपत्र संहिता लेखन व निवेदन संदर्भात)

प्रा. डॉ. राहुल राजाराम हांडे

वर्तमान युग हे संज्ञापन क्रांतीचे युग आहे असे विधान आपण सातत्याने करत असतो. मानवाच्या संज्ञापनाच्या गरजेतून वेगवेगळे शोध लागत गेले आणि याचाच परिणाम म्हणून आज आपण संज्ञापन क्रांतीच्या युगात आहोत. वेळ आणि अंतर यांचा संकोच झाला आहे, त्यामुळे माणसाची जीवनशैली आमूलाग्र बदललेली आहे. याविषयी ज्येष्ठ साहित्यिक व पत्रकार अरुण साधू म्हणतात की, ''एका नव्या झंझावाताने जगाला झपाटून टाकले आहे. आफ्रिकेच्या घनदाट जंगलातील वस्त्यांमध्ये किंवा भारतातील दूर खेड्यांजवळील वाड्यांमध्येदेखील या वादळाचा झपाटा जाणवल्यावाचून राहत नाही. काळाच्या या विशाल लाटेवर स्वार होऊन मानवी संस्कृती कोणत्या दिशेने भिरभिरत निघाली आहे, हे आकलन करून घेताना मती कुंठित होते. सारी मानवी व्यवस्थाच जणू उलटी-पालटी होत आहे. सकाळी जागे होण्यापासून ते रात्री निद्राधीन होईपर्यंत सामान्यातील सामान्य माणसाची जीवनशैली तुफान क्रांतिकारकरित्या बदलत आहे. कुटुंब व्यवस्था बदलते आहे, नात्यागोत्यातील ताण-तणाव बदलत आहेत, भाषा, करमणूक, साहित्य, जेवणा-खाण्याच्या पद्धती, राजकारण, समाजकारण, प्रवास, ज्ञान साधना... सारे वेगाने बदलत आहे. केवळ आंधळी आणि संवेदनाहीन व्यक्तीच या उलथापालथीकडे दुर्लक्ष करू शकेल.'' म्हणूनच संज्ञापन क्रांतीच्या या युगात मराठी भाषेला आपले अस्तित्व अबाधित राखण्यासाठी प्रसार माध्यमांशी एकरूप होऊन नवे रूप धारण करावे लागणार आहे. कोणत्याही परिवर्तनाचा कालखंड हा संघर्षाचा असतो. मराठी भाषेने आपल्या जन्मापासून ते आजपर्यंत अनेक भाषिक संघर्ष पचविले आहेत. प्रतिस्पर्धी भाषेशी संघर्ष करताना मराठीने आपले स्वत्व टिकवत आणि नावीन्याचा स्वीकार करत स्वत:ला नवी झळाळी प्राप्त करुन घेतली आहे. आज एकविसाव्या शतकातील प्रभावी प्रसारमाध्यमांशी असलेला संघर्ष मात्र कठीण आहे. मध्ययुगीन काळात मराठीने अस्तित्वासाठी केलेले संघर्ष या संघर्षासमोर फुटकळ वाटावे असे आहेत. सकारात्मक दृष्टीने या आधुनिक संघर्षांचा विचार

केल्यास प्रसार माध्यमांना आपल्या रंगात रंगविण्याची कामगिरी मराठी भाषा जर करू शकली तर पुढचा कोणताच संघर्ष तिच्या लेखी मोठा ठरणार नाही. परंतु प्रसारमाध्यमांच्या या झंझावातात डोळे मिटून बसलेल्या शहामृगासारखे वर्तन केल्यास मराठीला कोणीच तारू शकणार नाही हेही सत्य अमान्य करता येत नाही.

दूरचित्रवाणी : एक महाश्वापद फिलो फ्रान्झवर्थ या एका सामान्य अमेरिकन शेतकऱ्याच्या मुलाने सप्टेंबर १९२७ मध्ये दूरचित्रवाणीचा शोध लावला. पदवीपर्यंतचे शिक्षणदेखील पूर्ण करु न शकलेल्या या विलक्षण प्रतिभावंत व्यक्तीने घोड्याच्या नांगराने बटाट्याचे शेत साफ करताना दूरचित्रवाणीच्या कल्पनेला जन्म दिला. नांगराने आपण शेताचा बिदू न बिंदू शोधून काढतो आहोत म्हणजेच स्कॅन करतो आहोत हे त्याला समजले. याच पद्धतीने इलेक्ट्रॉनिक किरणशलाका एखाद्या पुस्तकाच्या ओळी एका पाठोपाठ वाचाव्यात तशी दृश्यप्रतिमा स्कॅन करू शकेल? ही डोक्यात उडालेली ठिणगी दूरचित्रवाणीच्या रूपात त्याने प्रत्यक्षात आणली. आणि आज दूरचित्रवाणीच्या पाशात संपूर्ण जग आलेले आपण पाहत आहोत.

शेतकऱ्याला आपला प्रत्येक शोध कधीच 'कॅश' करता आलेला नाही. तसाच फिलोलाही हा आपला जग बदलविणारा शोध कॅश करता आला नाही कारण तोही शेतकरीच होता. अब्जावधी प्रेक्षकांना खिळवून ठेवणाऱ्या व हजारोंना अब्जाधीश बनविणाऱ्या दूरचित्रवाणीच्या या जनकाला आपले अखेरचे दिवस वैफल्यग्रस्त अवस्थेत व जवळजवळ विजनवासात कंठावे लागले. पण विजनवासातही त्याने दूरचित्रवाणीविषयी दूरदर्शी भाकित केले होते. तो आपल्या मुलाला सांगायचा, "दूरचित्रवाणी म्हणजे महाश्वापद आहे. आणि ते खूप लोकांना आपला जास्तीत-जास्त वेळ केवळ वाया घालवायला भाग पाडणार आहे." आज फिलोची भविष्यवाणी खूप मोठ्या प्रमाणात सत्य ठरली आहे.

आधुनिक मुद्रण तंत्राचा जनक जोहान गटेनबर्ग (१३९५-१४६८) याचे सरकते छपाई यंत्र म्हणजे आजच्या सर्व आधुनिक जीवनशैलीचा स्रोत. आज किरकोळ वाटणाऱ्या तंत्राने मानवी इतिहासावर, संस्कृतीवर, राजकारण व धर्मकारणावर सखोल व दूरगामी असे परिणाम केलेले आहेत. गुरुत्वाकर्षणाचा शोध लावणारा न्यूटन किंवा सापेक्षतावादाचा सिद्धांत मांडणारा आईन्स्टाईन यांच्या तोडीचेच नव्हे तर त्याच्यापेक्षा काकणभर सरस गटेनबर्गचे संशोधन मानावे लागेल. कारण त्याने जग बदलवून टाकले. मानवी संज्ञापन प्रक्रियेला अभूतपूर्व अशी गती दिली. म्हणून मानवी इतिहासाची विभागणी गटेनबर्गपूर्व जग व गटेनबर्गउत्तर जग अशी विभागणी योग्य वाटते. गटेनबर्गने मानवाला पाठांतर युगातून वाचन व माहितीच्या युगात आणले. इटलीच्या मार्कोनी याच्या शोधाने

रेडिओ (नभोवाणी) जन्माला आला. विद्युतचुंबकीय (इलेक्ट्रोमॅग्नेटिक) लहरींच्या माध्यमातून नभोवाणीने १९०६ मध्ये जगाला श्रवणयुगात आणले. २८ डिसेंबर, १८९५ ला लुमिये बंधूंच्या दोन मिनिटांच्या चलत्‌चित्रपटाने जगाला दृकयुगात आणले.

वाचन युग, श्रवण युग, दृक्‌युग यांना गिळंकृत करत दूरचित्रवाणीने दृक–श्राव्य माध्यमाने महाश्वापद जन्माला घातले. जगात आमूलाग्र परिवर्तन झाले म्हणूनच आर्थर इश्लेशिंगर हे विश्लेषक म्हणतात की, ''माणसाच्या आदिम संस्कृतीला सुरुवात झाल्यापासून ८०० पिढ्या उलटल्या असे गृहीत धरले तर गेल्या दोन पिढ्यांनी जेवढा बदल पाहिला आहे, तेवढा मागच्या ७९८ पिढ्यांनी पाहिला नसेल.'' यामध्ये दूरचित्रवाणीचे योगदान सर्वात मोठे मानावे लागेल. आज या महाश्वापदाच्या प्रभावासमोर इंटरनेटदेखील काही प्रमाणात दुर्बल ठरते.

गीतेचे तत्त्वज्ञान जनसामान्यांना कळण्यासाठी ज्ञानेश्वरांनी ओवी छंदाचा वापर ज्ञानेश्वरीत केला. कारण तो स्त्रीनिर्मित छंद होता. ओवीमुळे ज्ञानेश्वरी चुलीजवळ पोहोचली आणि तिचे बाळकडू उभ्या महाराष्ट्राला मिळाले. आज दूरचित्रवाणी गॅसजवळ पोहोचली आहे. आणि तिचे बाळकडू अखिल विश्वाला मिळत आहे. ज्ञानेश्वर, तुकारामांनी मराठीचे स्वरूप कायम ठेवत तिला नवसामर्थ्य दिले, तर दूरचित्रवाणी प्रत्येक भाषेचे स्वरूपच बदलवत आहे. अशा परिस्थितीत दूरचित्रवाणीचा प्रभाव कमी करता येणे दिवास्वप्न ठरेल. दूरचित्रवाणीशी दोन हात करण्यात व्यावहारिक शहाणपण नाही तर तिच्या हातात हात घालून आपल्या मातृभाषेचे बाहू बलदंड करणे योग्य आहे. पराभूत मानसिकतेचे अध्यात्म स्वीकारून दूरचित्रवाणीचा द्वेष, तिच्याबद्दल शहामृगी तटस्थता बाळगणे किंवा आकांड तांडवी भाषिक अहंकार व्यक्त करणे सोपे आहे, परंतु दूरचित्रवाणीच्या महालाटेवर लीलया स्वार होत मराठी भाषेचे स्वत्व टिकविणे आणि सामर्थ्य वाढविणे खरा पुरुषार्थ ठरणार आहे. यात मातृभाषेची सेवाही शक्य आहे आणि रोजगाराचा मेवाही उपलब्ध आहे. यासाठी आपल्याला काही भाषिक कौशल्ये आत्मसात करावी लागणार आहेत. आणि त्यांच्यावर प्रभुत्व मिळवावे लागणार आहे. यासाठी प्रस्तुत निबंधात दूरचित्रवाणीवरील बातमीपत्राची लेखन संहिता व निवेदन यांच्या आधारे आपण भाषिक कौशल्याचा विचार करणार आहोत.

प्रसारमाध्यमांची भाषा : दूरचित्रवाणीसाठी आवश्यक भाषिक कौशल्यांचा अभ्यास करताना आपल्याला वर्तमानपत्र, नभोवाणी आणि दूरचित्रवाणी या तीनही प्रमुख प्रसारमाध्यमांच्या भाषेतील ठळक फरकांचा आढावा घेणे अत्यावश्यक आहे.

वृत्तपत्राची भाषा : वृत्तपत्रात प्रत्येक घटना शब्दांमधून वाचकांसमोर उभी

करायची असते. काही घटना डोळ्यांनी पाहिल्या तरच त्यांचा पूर्ण प्रत्यय येऊ शकतो. यामुळे मुद्रित माध्यमात पत्रकार, उपसंपादक यांचाही माध्यम म्हणून वापर होतो. जो मजकूर वाचकांपर्यंत पोहोचवायचा असतो त्यावर या व्यक्तींचाही संस्कार होत असतो. केवळ शब्दातून विचार, संवेदना, अनूभूती उत्पन्न करावी लागते. वृत्तपत्राची भाषा शारीर नसते. या वैशिष्ट्यामुळे प्रत्येक वृत्तपत्राची स्वत:ची अशी भाषाशैली निर्माण झाली आहे. आपण या भाषाशैलीवरून वृत्तपत्र ओळखू शकतो. उदा. सकाळ–महाराष्ट्र टाइम्स–लोकसत्ता या दैनिकांची भाषाशैली.

नभोवाणी : नभोवाणीला आपली भाषा श्राव्य व सुस्पष्ट करायची असते. त्यामुळे या माध्यमाचा भर उच्चारास कठीण व समजण्यास अवघड असे शब्द व वाक्य टाळण्यावर असतो. अंध व्यक्तीही समजेल अशा भाषेचा वापर या माध्यमाने करायचा असतो. श्रोत्याची कल्पनाशक्ती चेतवायची असते. नभोवाणीच्या कार्यक्रमात संहितेला अत्यंत महत्त्वाचे स्थान असते. येथेही भाषेवर नकळतपणे माणसाचे संस्कार होत असतात. परंतु नभोवाणीवरील भाषा निर्जीव नसते.

दूरचित्रवाणी : या माध्यमात संहितेसह व संहितेशिवाय अशा दोन्ही प्रकारे भाषेचा वापर होत असतो. या माध्यमाच्या भाषेला मानवी संस्कारांचा अडथळा येत नाही. घटना घडताना हे माध्यम थेट ती जशीच्या तशी पोहोचवण्यास समर्थ असते. संहिता लिहून आणि संपादनाची प्रक्रिया झाली तरी घटनेची प्रचिती आणून देणारे ते दृक–श्राव्य माध्यम आहे. येथे दाखवायचे जास्त व बोलायचे कमी असल्याने भाषिक वापर नेमका व अर्थपूर्णच करावा लागतो.

दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रमांचे स्वरूप : दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रमांचे स्वरूप पाहिल्यास आपल्याला या माध्यमात आवश्यक भाषिक कौशल्यांचे स्वरूप समजू शकते. कोणत्याही प्रसारमाध्यमांची मनोरंजन करणे, माहिती देणे आणि शिक्षण देणे अशी तीन महत्त्वाची उद्दिष्टे असतात, दूरचित्रवाणीलाही तीच त्रिसूत्री लागू होते. कार्यकमांत या उद्दिष्टांवर भर दिला असेल त्यानुसार आपण त्यांची (१) करमणूकप्रधान, (२) माहिती प्रधान, (३) शैक्षणिक अशा तीन प्रमुख गटांत विभागणी करू शकतो.

१) करमणूकप्रधान कार्यक्रम – निखळ मनोरंजनाचे कार्यकम मालिका, संगीतविषयक, खेळ स्वरूपातील चर्चात्मक (टॉक शो) कौटुंबिक, गायन व नृत्य, प्रश्नमंजुषा / अंताक्षरी, विनोदी, ऐतिहासिक, पौराणिक, इ.

२) माहितीप्रधान कार्यकम – या गटात समाविष्ट होणाऱ्या कार्यकमांचा प्रधान हेतू एखाद्या घटनेसंबंधी, विषयासंबंधी माहिती देणे हा असतो.

बातमीपत्र, वृत्ताधारित कार्यक्रम / माहितीपट

मुलाखत, चर्चा

३) शैक्षणिक कार्यक्रम : दूरचित्रवाणीवर लहान मुले (शालेय विद्यार्थी) महाविद्यालयीन आणि विद्यापीठीय विद्यार्थी यांसाठी विविध कार्यक्रम सादर केले जातात. उदा. कंट्रीवाईड क्लासरूम, बालचित्रवाणी, ज्ञानदर्शन इ.

दूरचित्रवाणीसाठी आवश्यक लेखन कौशल्य : दूरचित्रवाणीच्या भाषिक कौशल्यात संहिता लेखनाला अत्यंत महत्त्व आहे. संहिता लेखनाचा समावेश लेखन कौशल्यात होतो. वर्तमानपत्र किंवा नभोवाणी या माध्यमातील लेखनापेक्षा दूरचित्रवाणीसाठीच्या लेखनाचे स्वरूप वेगळे असते. हे समजण्यासाठी दूरचित्रवाणी या माध्यमाचे वेगळेपण समजून घेतले पाहिजे.

दूरचित्रवाणी आस्वादाचे स्वरूप : दूरचित्रवाणी हे दृक-श्राव्य माध्यम आहे. तसेच वृत्तपत्र, दृक व नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्याने या तीनही माध्यमाच्या आस्वाद प्रक्रियेत अंतर असते. आपण वृत्तपत्र व दूरचित्रवाणी यांच्या आस्वादातील फरक पाहिल्यास दूरचित्रवाणीच्या आस्वादाचे स्वरूप लक्षात येऊ शकेल.

वृत्तपत्र

१) वृत्तपत्र वाचताना केवळ डोळ्यांचा वापर करून शब्दांचा अर्थ मेंदूकडून जाणून घ्यावा लागतो.

२) वृत्तपत्र हातात आल्यावर त्यावर वाचकाचे पूर्ण व त्याचवेळी कानांनी ऐकू येणारे शब्दही नियंत्रण असते.

३) मजकूर वाचण्याचा क्रम, वेग व कालावधी याने ती माहिती समजावून घ्यावी लागते. स्वातंत्र्य वाचकाला असते.

४) वृत्तपत्राचे अनेक वेळा वाचन करता येते.

५) वर्तमापत्राचा वाचक वाचनाची क्रिया पूर्ण एकाग्रतेने करतो, वाचताना इतर क्रिया करणे.

६) केवळ वाचनासाठी असल्याने वृत्तपत्र लेखनाची शैली औपचारिक असते.

दूरचित्रवाणी

१) दूरचित्रवाणी पाहताना डोळ्यांनी दिसणारे दृश्य मेंदूत नोंदवायचे असते. मेंदूकडे पाठवून त्या दोन्हींचा मेळ घालून दूरचित्रवाणी पाहता येते.

२) दूरचित्रवाणी पाहताना असे नियंत्रण प्रेक्षकाचे नसते.

३) प्रक्षेपित कार्यक्रमाची वेळ आणि बातमीपत्रातील बातम्यांचा क्रम अशक्य या संदर्भात प्रेक्षकाला स्वातंत्र्य नाही.

४) कार्यक्रम एकदाच प्रक्षेपित होतो.

५) इतर कामे किंवा क्रिया करताना दूरचित्रवाणी पाहता येतो.

६) मौखिक स्वरूप असल्याने भाषाशैली अनेकवेळा अनौपचारिक असते. तसेच संवादी, प्रवाही, आरोह-अवरोहयुक्त भाषेचा वापर होतो.

दूरचित्रवाणीवरील बातमीपत्राची लेखनसंहिता : वरील सर्व मुद्द्यांचा विचार करता दूरचित्रवाणीसाठी संहिता लेखन करतांना पाळावयाचे संकेत पुढीलप्रमाणे स्पष्ट करता येतील. हे संकेत प्रामुख्याने माहितीप्रधान कार्यक्रमांसाठी आहेत. विशेषत: बातमीपत्राचे लेखन व माहितीपटाची संहिता यासाठी ते लागू पडतील.

१) साधी व सोपी भाषा : दूरचित्रवाणीवरील निवेदकाच्या तोडची भाषा साधी व समजायला सोपी अशी हवी. दैनंदिन व्यवहारात कृत्रीम वाटतील अशा शब्दरचना टाळणे अधिक चांगले.

२) छोटे व सुटसुटीत वाक्य : लांबलचक वाक्य ऐकून समजून घेणे अवघड जाते. हे लक्षात घेऊन छोटी व सुटसुटीत वाक्ये लिहावीत. इंग्रजी भाषेप्रमाणे उपवाक्यांचा (क्लॉज) वापर मराठीत होऊ शकत नाही व तसे केल्यास मजकूर समजणे अवघड जाते हे लक्षात घेऊन वाक्यरचना करावी.

३) भाषेचा अचूक व योग्य वापर : जनसंज्ञापनाचे माध्यम म्हणून दूरचित्रवाणीवर भाषेच्या संदर्भात एक विशिष्ट जबाबदारी असते. सतत कानावर पडणारी भाषा जनतेच्या तोंडी रुळत असते. म्हणून प्रमाण भाषेचे पावित्र्य व अचूकपणा जपण्याची आणि भाषेचा योग्य वापर रूढ करण्याची जबाबदारी प्रसारमाध्यमांची असते. दैनंदिन व्यवहारातील भाषा वापरणे आवश्यक आहे. हे आपण वर पाहिलेच आहे, परंतु त्याचा अर्थ असा नव्हे की पूर्णत: अनौपचारिक बोलीभाषा वापरावी. आडबोली (स्लँग) संहिता लेखनात वापरू नये. उदा. 'पचका होणे' ऐवजी 'फजिती होणे' असे शब्दप्रयोग दूरचित्रवाणीच्या संहितेत योग्य ठरतात.

४) अनावश्यक तपशील : जो तपशील आवश्यक नाही, तो टाळायला हवा. उदा. पदनाम, नावे, आकडे, साल इ. उल्लेख खरोखर आवश्यक आहेत का? ते तपासून पाहयला हवे. अनावश्यक तपशील टाळल्यामुळे संहिता आटोपशीर होते व तिचे आकलन सोपे होते.

५) आकडेवारी आणि कालदर्शक तपशील योग्य पद्धतीने लिहिणे :

आकडेवारी : आकडेवारी देतानाही खबरदारी बाळगणे आवश्यक आहे. '७८९ रुग्णांची या शिबिरात तपासणी करण्यात आली' याऐवजी 'सुमारे साडेसातशे रुग्णाची...' म्हटले तर कळायला अधिक सोपे जाते.

कालदर्शक नामे / तपशील : तारीख, वार, महिना वापरताना काळजी घ्यावी. उदा. १५ तारखेला (सोमवारी प्रसारित होणाऱ्या बातमीपत्रात, '२२ तारखेला उपग्रहाचे प्रक्षेपण' अशा आशयाची बातमी असेल तर '२२ तारखेला'

असे न म्हणता 'पुढच्या सोमवारी ...' असे म्हणावे. काल-परवा-पुढच्या आठवडयात-पुढच्या महिन्यात-दोन महिन्यांनी-मागच्या वर्षी असे उल्लेख समजायला सोपे जातात.

६) विशेष काळजी : संहिता लेखन करताना व्याकरणाबाबत विशेष काळजी घ्यावी लागते.

सर्वनामे, उभयान्वयी अव्यये, शब्द काळजीपूर्वक वापरावेत.

नकारात्मक रचना टाळाव्यात.

सम-उच्चारी शब्द काळजीपूर्वक वापरावेत.

द्विरुक्ती/अनावश्यक विशेषणे टाळावीत.

'व' ऐवजी 'आणि' हे उभयान्वयी अव्यये वापरावे.

७) दृश्यांना पूरक लेखन : दूरचित्रवाणीवर चलत दृश्यांना प्राधान्य मिळते. संहिता लेखकाला त्या दृश्यांना पूरक निवेदन लिहायचे असते. दृश्यांमध्ये दिसणाऱ्या तपशीलाची शब्दांमधून पुनरावृत्ती न करण्याची खबरदारी घ्यावी लागते. संहितेतील उल्लेख आणि दृश्ये यांची सांगड घातली जाणे आवश्यक असते. त्यासाठी दृश्यांमधील क्रम समजून घ्यायला हवा. तसेच वार्ताहाराने पाठविलेला अथवा अन्य मार्गांनी हाती आलेला तपशील काळजीपूर्वक नजरेखालून घालून संहिता लिहावी लागते.

८) संहितेची मांडणी : संहितेची भाषाशैली जेवढी महत्त्वाची आहे तेवढीच संहितेची रचना (कागदावरील प्रत्यक्ष लेखन) महत्त्वाची आहे. संहिता लेखक आणि निवेदक या दोन भिन्न व्यक्ती असण्याची शक्यता असते. लेखकाने लिहिलेले निवेदकाला कळावे व वाचायला सोपे जावे यासाठी पुढील पथ्ये पाळावीत.

प्रमाण आकाराचे कागद वापरावेत.

कागदावर दोन्ही बाजूंना रुंद समास सोडावेत.

दोन्ही ओळींमध्ये भरपूर अंतर असावे.

एका पानावर एकच बातमी लिहावी.

ओळीतील शब्द तोडू नयेत, तसेच एका पानावरून दुसऱ्या पानावर जाताना वाक्य तोडू नये.

बातमी एकाहून जास्त पानांची असल्यास तसा स्पष्ट निर्देश करावा.

मोठे आकडे शब्दात लिहावेत.

संक्षिप्त रूपे वापरू नयेत, जसे वाचायचे असेल तसेच लिहावे.

बोलीभाषेचा वापर करावा. आपण जसे बोलतो तसेच कागदावर लिहायला हवे. उदा. 'करावयास' ऐवजी 'करायला'.

दूरचित्रवाणीवरील बातमीपत्राचे निवेदन :

दृश्यात्मक बातमीला उत्तम संहितेची जोड दिल्याशिवाय ती बातमी पूर्ण होत

नाही. त्याचप्रमाणे चांगल्या लिखित संहितेला चांगल्या निवेदनाची / वाचनाची जोड दिल्याखेरीज त्या संहितेचे व्यवस्थित आकलन प्रेक्षकांना होत नाही. बातम्या आणि अन्य माहितीप्रधान कार्यक्रमांचे निवेदन दोन प्रकारे केले जाते.

१) पडद्यावरील निवेदन : पडद्यावरील निवेदनात निवेदक प्रेक्षकांना दिसतो. निवेदकाचे बोलणे ऐकण्याबरोबरच प्रेक्षक निवेदकाला पाहतही असतात. त्याचे हातवारे, वेशभूषा, रंगभूषा त्याच्यामागील परिसर इ. तपशीलाची नोंद घेत असतात. बातमीपत्राचे वाचन करणारा, स्टुडिओतील वृत्तनिवेदक आणि घटनास्थळावरून वृत्तांत पाठवणारा वार्ताहर यांना असे पडद्यावरील निवेदन करावे लागते.

२) पडद्यामागील निवेदन : स्टुडिओतील वृत्तनिवेदक सहसा बातमीची सुरुवात करून देण्यापुरताच पडद्यावर दिसतो. त्यानंतर पडदयावर घटनेची दृश्ये आणि त्या पार्श्वभूमीवर निवेदकाचा आवाज ऐकायला मिळतो. माहितीपटात पडद्यामागील निवेदन फार महत्त्वाचे असते.

कोणतेही निवेदन प्रभावी होण्याकरिता निवेदकाकडे चांगला आवाज, शुद्ध शब्दोच्चार, वाचनाची सुयोग्य गती, शब्दफेकीची जाण, आत्मविश्वास, उत्तम सामान्यज्ञान आणि प्रसन्न व्यक्तिमत्त्व हे गुण असणे आवश्यक असते. बातमीपत्रे या आकृतिबंधातील औपचारिकपणा, घटनेपासूनची अलिप्तता, बातम्यांना प्रेक्षकांच्या दृष्टीने असलेली विश्वासार्हता इ. बाधा येणार नाही अशी निवेदकाची पडद्यावरील प्रतिमा हवी.

दूरचित्रवाणी आणि रोजगाराच्या संधी :

आज जग जागतिकीकरणामुळे बाजारपेठेत रूपांतरित झाले आहे. भाषा केवळ संस्कृती किंवा अस्मिता यांच्याशी संबंधित वर्तमानपत्र, नभोवाणी व दूरचित्रवाणी या तीनेही प्रमुख माध्यमांच्या भाषा एका प्रचंड सांस्कृतिक उद्योगातील उत्पादन म्हणून मानल्या पाहिजेत. म्हणजे जनजीवनातील मराठी भाषा उचलून तिचा पैसा, प्रसिद्धी व ग्राहक मिळविण्यासाठी आपल्या गरजेनुरूप वापर करण्याचा उद्योग सध्या तेजीत आहे. म्हणून आजच्या प्रसारमाध्यमांतील मराठी भाषा एक सांस्कृतिक जिन्नससुद्धा बनली आहे. नव्या आर्थिक वातावरणात या भाषेवर बाजारपेठेचा भरपूर असा दबाव आहे. बाजारपेठेतील स्पर्धा, चढाओढ, घाई, दर्जाबद्दलची जाणीव व ग्राहकांची संख्या आदी गोष्टीसुद्धा प्रसारमाध्यमांतील मराठीवर परिणाम करीत आहेत. तिन्ही प्रमुख प्रसारमाध्यमांचे जाहीर ध्येय लोकशिक्षण व मनोरंजन हेच आहे; परंतु स्पर्धेने या माध्यमांना शर्यतीत सतत पुढे राहण्यासाठी गती कायम ठेवावी लागत आहे. या गतीचा परिणाम भाषिक रचना आणि संज्ञापनाची शैली यावर खूप झाला आहे. यामुळे मराठीच्या विद्यार्थ्यांनी प्रसारमाध्यमांची भाषाशैली आत्मसात करणे आवश्यक

आहे. आज विविध उपग्रह वाहिन्यांचा प्रारंभ झाला आहे. झी. टीव्ही, ई. टीव्ही, आयबीन लोकमत, स्टारमाझा इ. दूरदर्शन व्यतिरिक्त अनेक मराठी वाहिन्या सुरू झाल्या आहेत. या वाहिन्यांचा स्वत:चा असा मराठी प्रेक्षक वर्ग आहे. बातमीपत्र ते मनोरंजन अशा विविध प्रकारचे कार्यक्रम या वाहिन्या सादर करतात. या व्यावसायिक वाहिन्या असल्याने जाहिरात हा त्यांचा श्वास आहे, असे म्हटल्यास वावगे ठरू नये. याचा विचार करून मराठी विषयाच्या विद्यार्थ्याने उत्तम भाषिक कौशल्य आत्मसात केल्यास जाहिरात, संहिता लेखन, बातमीपत्र संहिता लेखन, माहितीपट संहिता लेखन, मालिका संहिता लेखन, पटकथा लेखन, सूत्रसंचालन, संहिता लेखन अशा लेखनकौशल्याधारित व्यवसायांत त्याला संधी प्राप्त होऊ शकते. तसेच निवेदनाच्या अंगाने विचार केल्यास, वृत्तनिवेदक, सूत्रसंचालक, वार्ताहर अशा रोजगाराच्या संधी विद्यार्थ्यांना उपलब्ध आहेत. मराठी विषयाचा विद्यार्थी वाहिन्यांवर प्रदूषित झालेल्या मराठीला मराठमोळेपण व अभिजात भाषाशैली देऊ शकतो.

भारतात नभोवाणी व दूरचित्रवाणी यांच्या पायाभरणीत बा. सि. मर्ढेकर, पु. ल. देशपांडे, व्यंकटेश माडगूळकर यांसारख्या दिग्गज मराठी साहित्यिकांनी योगदान दिले आहे. यामुळेच दूरदर्शन व नभोवाणी यांच्या पायाभरणीचा काळ मराठी भाषेच्या दृष्टीने सुवर्णकाळ ठरला होता. दर्जेदार व अभिजात कार्यक्रमांनी भाषासंवधर्नात मोठी भूमिका बजावली होती. आजच्या व्यावसायिकतेने दर्जा घसरला, अभिजातता हरवली आणि मराठीची स्थितीही खालावली. अशा परिस्थितीत मराठी विषयाच्या विद्यार्थ्याने भाषिक कौशल्य आत्मसात केल्यास या तीनही स्तरांवर सुधारणा होईल आणि आपल्या मातृभाषेचेदेखील संवर्धन होईल.

ग्रामीण साहित्य संशोधन : अडचणी व उपाय, दिशा

प्रा. भास्कर शेळके

भारतामध्ये नव्हे तर जगामध्ये उच्च शिक्षणात संशोधनाला अनन्यसाधारण महत्त्व आहे. सर्व ज्ञानशाखांमध्ये संशोधन कसे व का करावे याचे शिक्षण दिले जाते. म्हणून अनेक विषयांत संशोधन होत आहे. मूलभूत संशोधन व्हावे म्हणून स्वतंत्र संशोधन संस्थादेखील स्थापन झाल्या आहेत. अलीकडच्या काळापर्यंत देशात जवळजवळ १६० पेक्षा जास्त विद्यापीठे संशोधन क्षेत्रात कार्य करीत आहेत. संशोधनासाठी विद्यापीठ अनुदान आयोग आर्थिक सहाय्यदेखील पुरवत आहेत. म्हणूनच संशोधनाचे क्षेत्र आज विस्तारत आहे. पदवी किंवा पदव्युत्तर शिक्षण घेणाऱ्यांना चांगले संशोधन येईलच असे नव्हे म्हणून एम.फिल., पीएच.डी., डी.लिट, डी.एस्सी. अशाही पदव्या आहेत. जेणेकरून बारकाव्यांनिशी संशोधन होईल. जेणेकरून संशोधकांमध्ये चिकित्सकवृत्ती वाढीला लागेल. आपणाला येथे वाङ्मयीन संशोधनाचा विचार अभिप्रेत आहे.

वाङ्मयीन संशोधन हे पृथक्करण प्रधानतेवर आधारलेले संशोधन आहे. शास्त्रीय संशोधनात जी माहिती प्रयोगाच्याद्वारे मिळविली जाते ती माहिती वाङ्मयीन संशोधनात पुस्तकातून मिळविली जाते. वाङ्मयीन संशोधनात प्रथमतः माहितीचे संकलन केले जाते. नंतर त्या माहितीचे सूक्ष्म अवलोकन करून निष्कर्ष काढले जातात. जी पद्धत शास्त्रीय संशोधनात असते तीच पद्धत येथेही वापरली जाते. वाङ्मयीन संशोधनात जी सामग्री व ज्ञान मिळविले जाते ती प्रयोगरूपाने काढलेल्या माहितीप्रमाणे निर्विवाद किंवा निरपवाद असेलच असे नाही. कारण आपली साधनेच तशी आहेत. त्याचबरोबर संशोधन करताना संशोधकाचा संबंध सौंदर्यशास्त्र, नीतिशास्त्र अशा प्रकारच्या शास्त्रातील अमूर्त मूल्यांशी असतो. असेही नव्हे की, आपल्याजवळ जी माहिती असते ती अव्वल दर्जाची नाही. अव्वल दर्जाचे साहित्य हेच नेहमी आपण प्रमाणभूत मानत असतो. म्हणून अभ्यासक प्राचीन ग्रंथाच्या संहिता ठरविताना दिसतात.

ग्रामीण साहित्य संशोधन अडचणी, त्याच्या दिशा किंवा त्यावरील उपाययोजना काय आहेत याचा येथे संशोधक प्रवृत्तीनेच विचार करावयाचा आहे. गेल्या ५० ते ६० वर्षांत पुणे विद्यापीठ कार्यक्षेत्रात मराठी विषयाचे पीएच.डी. चे ३१२ प्रबंध सादर झाले. पैकी २३ प्रबंधच ग्रामीण साहित्यावर आहेत. त्याचबरोबर

२८७ एम.फिल.चे प्रबंध आहेत. पैकी ५३ प्रबंध हे ग्रामीण साहित्याचे आहेत. याचाच अर्थ हे प्रमाण अत्यंत नगण्य असे आहे. याची कारणे नेमकी काय असावीत, अडचणी काय असाव्यात अभ्यासाची/संशोधनाची कोणती दिशा शोधावी लागेल/उपाय शोधावे लागतील याचा बाराकाव्यानिशी विचार येथे अभिप्रेत आहे.

प्रमुख अडचणी :

१. मूळ अडचण म्हणजे संशोधनाचे स्वरूप आणि संकल्पना पद्धतीची माहिती नाही.
२. ग्रामीण साहित्यात काही ठरावीक वाङ्मय प्रकारांतच लेखन. उदा. कविता, कथा, कादंबरी.
३. नियतकालिकांचा अभाव.
४. तात्त्विक अधिष्ठान, वैचारिक बैठक-आवश्यक, ढिसाळपणा, प्रेरणा निश्चित नाही.
५. ग्रामीण साहित्य संस्थांचा अभाव.
६. नेतृत्व अभाव.
७. देशी जाणिवांचा अभाव.
८. आंतरराजीय साहित्य व्यवहार होत नाही.
९. सर्वदूर शिक्षणाचा अभाव.
१०. ऐतिहासिकतेचे भान नाही.
११. आर्थिकता/जगण्याचे प्रश्न.
१२. स्वागतशीलता.
१३. ग्रामीण साहित्याविषयी आदराची भावना नाही. प्रस्थापित संशोधन व्यवस्थेकडून उपेक्षा.
१४. आवर्तात सापडलेले साहित्य.
१५. मराठा जात - कुणबी (जो खेड्यात राहतो त्याचे जीवन साहित्यात येणे अपेक्षित.) संकोचित वृत्ती.
१६. इंग्रजी ज्ञान - गुणवत्ता सिद्ध - अन्य भाषांबद्दल अज्ञान.
१७. शासनाची उदासीनता.
१८. खाऊजा धोरणाचा परिणाम - शेतकरीच भरडला जातो, ग्रामीण तरुण राजकारणात गेला.
१९. रूढी परंपराग्रस्त साहित्य.
२०. ग्रामीण साहित्याकडे अभ्यासक तुच्छतेने पाहतात- भाषाशास्त्र, सौंदर्यशास्त्र या साहित्याचा अभ्यासक तोच सर्वश्रेष्ठ, हे हलके, फुलके साहित्य. अलीकडे आधुनिकतेचा विचार.

२१. मनोरंजन म्हणूनच या साहित्याकडे पाहिले. (हास्यास्पद)

२२. प्रस्थापित समीक्षक ग्रमीण साहित्याला निकृष्ट समजतात. अभिजातवादी साहित्याचा अभ्यास - या साहित्याचा काय अभ्यास करायचा म्हणून अभ्यासक वळत नाहीत.

२३. संकोचितवृत्ती सोडली पाहिजे.

२४. मुखपत्रिका हवी - ग्रामीण साहित्यिकांनीच समीक्षा केली पाहिजे. ग्रामीण साहित्य चळवळ वाढली पाहिजे.

२५. प्रकाशन संस्थांचा अभाव.

२६. वाचन संस्कृती रुजविण्याचे काम करणे.

२७. शिबिरे, संमेलने होणे आवश्यक, तरच संशोधन होईल.

२८. समीक्षक-अपवाद- आनंद यादव सर.

२९. रंगनाथ पठारे, विश्वास पाटील, राजन गवस स्वतःस ग्रामीण साहित्यिक समजत नाहीत.

३०. समूह भावना - समष्टीचे चित्रण होत नाही.

३१. ग्रामीण लेखक दूरवर खेड्यात विखुरलेला (केंद्रवर्ती ठिकाणी नाही.).

३२. ग्रामीण साहित्य अलिप्तवादी धोरण - चळवळ संघटना यांच्याशी संबंध ठेवणे आवश्यक, न्यूनगंडाची भावना दिसते.

३३. स्त्री सन्मानाचा अभाव.

३४. प्रस्थापितांनाच पुरस्कार (नवीन प्रेरित होत नाहीत.) कसदार अभ्यासकांपर्यंत पोहचत नाही. पर्यायाने संशोधन होत नाही.

३५. ग्रामीण साहित्यिकांचा लेखकराव झाला. अपवाद- मुसळे - बोराडे.

३६. साधन- संदर्भग्रंथांची मर्यादा. डॉ. यादव, डॉ. कोत्तापल्ले, डॉ. भोसले, प्राचार्य बोराडे, प्रा. चंदनशीव, प्रा. नलगे, प्रा. मंचरकर, डॉ. मुलाटे यांच्याव्यतिरिक्त ग्रंथ नाही. काही प्रयत्न गणेश देशमुख, शेलार करताना दिसतात. प्रबंध- एम.फिल., पीएच.डी. ची काही पुस्तके उपलब्ध आहेत.

३७. ग्रामीण साहित्य चळवळ : प्रभाव- अभिनिवेश, वस्तुनिष्ठ संशोधन होत नाही.

३८. तटस्थतेचा अभाव, वस्तुनिष्ठतेचा अभाव, - ग्रामीण लेखक आमची दैवते आहेत; पण त्यांना काही मर्यादा आहेत. त्याच्या सामर्थ्याबरोबर काही दोषही आहेत. याचे चिंतन होत नाही.

३९. ग्रामीण साहित्याची हानी चुकीच्या मार्गाने संशोधन होत असल्यामुळे ग्रा.सा. संशोधनाला मर्यादा.

४०. भलावण - पाठराखण, गट-तट, चाहत्यांचा वर्ग, पाठ थोपट्यांची- खोटी स्तुती करण्याची प्रवृत्ती वाढताना दिसते.

उपाय :

१. नव्या संशोधक अभ्यासकांनी आज चिंतन करून पूर्वसुरींच्या अभ्यासकांच्या लेखन-संदर्भात यथायोग्य वापर करून, नव्याने लेखन करण्याची गरज आहे. उदा. ग्रामीण साहित्याचा इतिहास लेखन केल्याने अनेक प्रश्न सुटतील, त्यासाठी प्रकल्प हाती घ्यावे लागतील. मुखपत्र सुरू केले पाहिजे.

२. चळवळीच्या निमित्ताने असलेला प्रभाव - अभिनिवेश दूर करून वस्तुनिष्ठ मांडणीची गरज आहे.

३. संशोधन शिस्त पाळून वाङ्मय निकष, समीक्षा, संशोधन पद्धतीने करणे शिवाय नव्याने स्पष्ट भूमिका घेणे आज गरजेचे आहे.

४. योग्य मार्गदर्शनाची गरज - मार्गदर्शक -संशोधक विद्यार्थी समन्वयाची गरज.

५. संशोधन क्षेत्रातील अनिष्ट गोष्टींना थारा न देता, संशोधन हाच यावरील उपाय आहे. अन्य चळवळींनी नाकारलेले स्वंयघोषित विद्वान दूर ठेवले पाहिजेत.

संशोधनासाठी नवीन विषय :

१. ग्रामीण साहित्य आणि जागतिकीकरण.
२. ग्रामीण साहित्य आणि कृषी साहित्य साम्यभेद.
३. ग्रामीण साहित्य आणि ग्रामीण साहित्याची भूमिका.
४. ग्रामीण साहित्य आणि चळवळीचे योगदान.
५. ग्रामीण साहित्य आणि दलित साहित्य यांचे परस्पर संबंध.
६. ग्रामीण ललित लेखन, चरित्र आणि आत्मचरित्रांचा चिकित्सक अभ्यास.
७. नव्वदोत्तर ग्रामीण साहित्य प्रेरणा स्वरूप.
८. ग्रामीण साहित्यातील मराठा स्त्रीचे चित्रण.
९. श्री. ना. पेंडसे आणि थॉमस हार्डी - तौलनिक अभ्यास.
१०. हिंदी-मराठी ग्रामीण कादंबरीचा तुलनात्मक अभ्यास.
११. साहित्य अकादमी पुरस्कारप्राप्त ग्रामीण हिंदी-मराठी कादंबरी.
१२. ग्रामीण साहित्य - समीक्षेच्या प्रस्तावना.
१३. रंजनवादी ग्रामीण साहित्य.
१४. ग्रामीण साहित्याची शैली.
१५. ग्रामीण साहित्यातून आविष्कृत होणारे सामाजिक आणि सांस्कृतिक जीवन.
१६. ग्रामीण साहित्याचे बोलीविज्ञान.
१७. ग्रामीण कादंबरीतील प्रादेशिकता.(१९९० नंतरच्या).
१८. ग्रामीण कादंबरीतील स्त्री जीवनातील स्थित्यंतरांचा वेध.
१९. ग्रामीण कादंबरीवर झालेल्या आधुनिकतेचा परिणाम.

२०. ग्रामीण कादंबरी आणि आधुनिकता.
२१. ग्रामीण साहित्यातील खेडे.
२२ ग्रामीण कादंबरी आणि राजकारण
२३. ग्रामीण साहित्याचा वाङ्मयीन इतिहास.
२४. ग्रामीण दीर्घ कविता : एक चिकित्सक अभ्यास.
२५. एकविसावे शतक आणि ग्रामीण साहित्य.
२६. ग्रामीण कादंबरीतील पाटील/सरपंच.
२७. सहकार चळवळ आणि ग्रामीण साहित्य
(एक-एक वाङ्मय प्रकार घेता येईल.)
२८. शेतकऱ्यांचे प्रश्न मांडणारी ग्रामीण कादंबरी.
२९. ग्रामीण साहित्यातून आविष्कृत होणारा निसर्ग.
३०. ग्रामीण साहित्यातील स्त्री प्रतिमा.
३१. ग्रामीण साहित्यातील स्त्रीचे स्थान.
३२. शेतीचे प्रश्न आणि ग्रामीण साहित्य.
३३. ग्रामीण साहित्यात ध्वनित होणारे शैक्षणिक प्रश्न
३४. अप्रकाशित ग्रामीण साहित्य - एक चिकित्सक अभ्यास.
३५. ग्रामीण कादंबरी निवेदन तंत्र - एक अभ्यास.
३६. ग्रामीण साहित्यातील प्राणी जगत. एक चिकित्सक अभ्यास.
३७. ग्रामीण साहित्यातील - गावकुसाबाहेरचे जीवन.
३८. विविध पुरस्कारप्राप्त ग्रामीण कलाकृतींचा अभ्यास (दमाणी, विखे पाटील, महाराष्ट्र शासन, कॉन्टिनेंटल आणि इतर.)

आकाशवाणीवरील बातमीपत्रांचे लेखन

प्रा. सुवर्णा खोडदे

आकाशवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांत बातमीपत्र हे सर्वात जास्त लोकप्रिय सदर आहे. आकाशवाणीची व्याप्ती सर्वाधिक असल्याने त्यावरील बातम्यांचा प्रभाव काही क्षणांत सर्वदूर होऊ शकतो. त्यामुळे त्याचे महत्त्व अधिक आहे. आकाशवाणीवरून राष्ट्रीय, प्रादेशि क, स्थानिक, उद्योगविषयक, क्रीडाविषयक, कृषिविषयक अशी वेगवेगळी बातमीपत्रे प्रसारित केली जातात. ज्या त्या क्षणाला घडणाऱ्या घटनांची माहिती त्या त्या क्षणाला नेमकी आणि ताजी माहिती जनतेपर्यंत पोहोचविणे हे आकाशवाणीवरील बातमीपत्राचे महत्त्वाचे कार्य आहे.

आकाशवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूप :

आकाशवाणी हे एकाचवेळी अनेक लोकांपर्यंत पोहोचण्याचे सर्वात जास्त प्रभावी व स्वस्त माध्यम आहे. संवेदनशील परिस्थितीत आकाशवाणीवरील बातमीपत्रात छोटीही चूक करून चालत नाही. अशावेळी बातमीपत्रामुळे अफवा पसरल्या जाणार नाहीत याची काळजी घ्यावी लागते. जातीय दंगली, आंदोलने, हिंसक घटना, नैसर्गिक आपत्ती व अपघात याप्रसंगी आकाशवाणीचे बातमीपत्र काळजीपूर्वक तयार केलेले असावे लागते. तर निवडणूक काळात निवडणूक निकालांचे वृत्त तातडीने द्यावे लागते. वर्तमानपत्रातील बातमी प्रत्यक्ष लिहून तिचे शुद्धलेखन तपासून, मथळा देऊन, आकार निश्चित करून, मुद्रण करून ती वाचकांपर्यंत पोहोचवली जाते. तर चित्रवाणीवरील बातमी वार्ताहराने पाठविल्यानंतर ती प्रत्यक्ष पाहून संपादित करता येते. तथापि आकाशवाणीवरील बातमीपत्रासाठी आलेली माहिती लिखित वा आवाजाच्या स्वरूपात असते. घटना काय घडली आहे याचा अंदाज ती बातमी वाचून अथवा ऐकून लावावा लागतो. निवडणुकीच्या काळात किंवा खेळाच्या सामन्यांच्यावेळी मिळालेली माहिती वृत्तनिवेदकाकडे ऐनवेळी देऊन लगेच प्रसारित करावी लागते. आकाशवाणीची पोहोचही इतर कोणत्याही माध्यमापेक्षा जास्त वेगवान असते.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्र ऐकण्यासाठी श्रोत्याला लागणारा रेडिओ संच सहज खरेदी करता येतो. त्यानंतर त्याला तो कोठेही सहज हलविता येतो व कोठेही त्यावरील कार्यक्रम ऐकता येतात. हे आकाशवाणीवरील बातम्यांचे विशेष आहे.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्रांची रचना :

आकाशवाणीवरील बातमीपत्र हे साधारणत: १० ते १५ मिनिटांचे असते. या बातमीपत्राच्या सुरुवातीस संबंधित आकाशवाणी केंद्राचे नाव सांगणारी उदघोषणा होते. त्यानंतर बातमीपत्रांचे व वृत्तनिवेदकाचे नाव सांगणारी उद्घोषणा करण्यात येते. उदा. 'आकाशवाणी पुणे, सुवर्णा खोडदे प्रादेशिक बातम्या देत आहे.' यात पुणे आकाशवाणी हे केंद्राचे नाव, त्यानंतर सुवर्णा खोडदे हे वृत्तनिवेदकाचे नाव तर प्रादेशिक बातम्या हे बातमीपत्राचे स्वरूप आहे. यानंतर ठळक बातम्या सांगण्यात येतात. यामुळे ऐकणाऱ्या श्रोत्यांना महत्त्वाच्या बातम्यांचा अंदाज येतो. साधारणपणे राजकीय बातम्या व त्यानंतर सरकारी निर्णय, कधी कधी समाजावर प्रभाव पडणाऱ्या बातम्या व त्यानंतर महत्त्वाच्या घडामोडी सांगणाऱ्या बातम्या असतात. साधारणत: ५ मिनिटांनंतर बातमीपत्राचे स्वरूप व आकाशवाणी केंद्राचे नाव पुन्हा उद्घोषित केले जाते/ यामुळे श्रोत्यांना व वृत्तनिवेदकाला थोडासा विसावा मिळतो. तसेच एखाद्याने रेडिओ संच उशिरा सुरू केला असेल, तर त्याला आपण कोणत्या आकाशवाणी केंद्राचे बातमीपत्र ऐकत आहोत हे समजते. या मध्यांतरानंतरच्या घोषणेनंतर उरलेल्या बातम्या सांगितल्या जातात. त्याची क्रमवारी अपघात, गुन्हेगारी शेवटी एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीच्या निधनाची बातमी असते. बातमीपत्राच्या अगदी शेवटी तापमान किंवा हवामान अंदाज सांगितला जातो. त्यानंतर पुन्हा एकदा ठळक बातम्या सांगितल्या जातात.

आकाशवाणीवरील ठळक बातम्या :

ठळक बातम्या साधारणपणे एका बातमीपत्रात चार ते पाच असतात. मोजक्या शब्दात बातमीतील गाभा त्यात सांगितलेला असतो. साधारणपणे प्रत्येक बातमी स्वतंत्र पानावर लिहिलेली किंवा टंकलिखित केलेली असते. त्यामुळे वृत्तनिवेदकाला ती बातमी वाचण्याच्या दृष्टीने सोयीचे होते. बातम्यांतील अक्षरे ठळक व स्पष्ट दिसणारी असतात. प्रत्येक पानावरील शेवटचे वाक्य त्याच पानावर पूर्ण केलेले असते. कारण वाक्य अर्धवट ठेवले व ते पुढील पानावर गेले तर वाचनामध्ये खंड पडतो. बातमी लिहिण्यासाठी वापरलेला कागद हाताळण्याच्या दृष्टीने सोयीस्कर असावा. व तो हाताळताना त्याचा आवाज होणार नाही याची काळजी घेतलेली असते.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्रांची वेळ व शब्द मर्यादा :

आकाशवाणीवरील बातमीपत्र हे साधारणत: १० मिनिटांचे व जास्तीत जास्त ते १५ मिनिटांचे असते. एका मिनिटाला १०० ते १२० शब्द वाचण्याचा वेग असतो. याचाच अर्थ १० मिनिटाच्या बातमीपत्रात १००० ते १२०० व १५ मिनिटांच्या बातमीपत्रात १५०० ते १८०० शब्दांचा मजकूर वाचला जाऊ

शकतो. बातमीपत्रांच्या एका रकान्यात ५०० ते ६०० शब्द लिहिता येतात. एका पानावर असे आठ रकाने असतात. आकाशवाणीवरील बातमी साधारणपणे ४० ते ५० सेकंदामध्ये म्हणजे ८० ते १०० शब्दांमध्ये संपवावी लागते. फारच मोठी शासकीय धोरणाची किंवा एखाद्या मोठ्या व्यक्तीच्या निधनाची अथवा एखाद्या आंदोलनाची अपघाताची बातमी दोन ते तीन किंवा क्वचित प्रसंगी चार ते पाच मिनिटांची असते. अशावेळेला शब्द संख्यांची मर्यादा सतत लक्षात घ्यावी लागते. आणि बातमीपत्रात महत्त्वाचे मुद्देच द्यावे लागतात. एखाद्या सभेची बातमी किंवा अपघाताची बातमी वृत्तपत्रात सविस्तर लिहिता येते तसे आकाशवाणीवर करता येत नाही. आकाशवाणीवरील बातमीपत्र आटोपशीर थोडक्यात महत्वाचे सांगणारे असते. आकडेवारी व भरगच्च तपशील त्यामध्ये असत नाही. बारीक सारीक मुद्द्यांची चर्चा यातून करता येत नाही कारण आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे. त्यात बारीक सारीक गोष्टींची माहिती व पुष्कळ तपशील दिला तर ही सर्व माहिती श्रोत्यांच्या लक्षात राहणार नाही. म्हणून त्याची काळजी घेतलेली असते.

आकाशवाणीवरील बातम्यांची निवड :

आकाशवाणीवरील बातमीपत्राचे स्वरूप व आपला श्रोतावर्ग लक्षात घेऊन बातम्यांची निवड केली जाते. राष्ट्रीय स्वरूपाच्या बातमीपत्रात स्थानिक पातळीवरील बातम्यांना स्थान मिळू शकत नाही. या बातमीपत्रात केंद्र सरकारचे महत्त्वाचे निर्णय, पंतप्रधान व इतर मंत्र्यांच्या धोरणात्मक घोषणा, विविध राजकीय पक्षांच्या राष्ट्रीय पातळीवरील घडामोडी, देशव्यापी आंदोलन अथवा संप, एखादी मोठी हिंसक घटना, राष्ट्रीय आंतरराष्ट्रीय पुरस्काराची घोषणा, विज्ञान, शिक्षण, व्यापार, आरोग्य, उद्योग यासंबंधीच्या संपूर्ण देशाच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या बातम्या या बातमीपत्रात निवडल्या जातात.

तर एखाद्या राज्यातील जिल्ह्यातील अवर्षण, पीकपाणी, एखाद्या जिल्ह्यात एखादा माणूस पुरात वाहून गेला. एखाद्या राज्याच्या एखाद्या खात्याबद्दलची माहिती, नाट्यपरिषद, साहित्यसंमेलन, नगरसेवकाचा मृत्यू या आणि अशा बातम्या प्रादेशिक बातमीपत्रात प्रसारित केली जातात. तर स्थानिक बातमी पत्रात आकाशवाणी केंद्राच्या सभोवतालचा प्रदेश अथवा त्या जिल्ह्यापुरत्या मर्यादित बातम्या निवडल्या जातात. थोडक्यात बातमीपत्रे राष्ट्रीय, प्रादेशिक, स्थानिक स्वरूपाची असतात. याशिवाय क्रीडाविषयक, व्यापारविषयक, उद्योगविषयक स्वतंत्र बातमीपत्रे असतात. बातमीपत्रांचा उद्देश व स्तर पाहून बातमी निवडली जाते. व तिचे लेखन केले जाते.

आकाशवाणीवरील बातमीपत्रकासाठीची मार्गदर्शक तत्त्वे :

आपल्या देशात मागील काही वर्षांत सरकारी प्रसारमाध्यमांचे प्रसार भारती

महामंडळ स्थापन करून त्यांना मार्गदर्शक तत्त्वे ठरवून दिली आहेत. त्यामुळे बातमीपत्रातून पुढील गोष्टींची अपेक्षा व्यक्त केली आहे.

१. राष्ट्रीय एकात्मतेला पाठिंबा मिळावा.
२. राष्ट्रीय स्वाभिमान व आत्मविश्वास यांचे संवर्धन व्हावे.
३. सरकारी धारणे, कार्यक्रम आणि त्यांना मिळालेले यश यांची माहिती देण्यात यावी.
४. विकासवार्तांवर भर देण्यात यावा.
५. समाजातील विविध घटकांचे प्रबोधन व त्यांच्यामध्ये जागृती निर्माण करणे.
६. समाजातील अनिष्ट रूढी, परंपरा दूर करण्याचा प्रयत्न करावा.
७. अंध, अपंग, उपेक्षित, दलित, महिला इ. घटकांच्या उन्नतीसाठी केल्या जाणाऱ्या प्रयत्नांची प्रसिद्धी व्हावी.
८. बातम्यांची निवड निष्पक्षपातीपणे करावी.
९. एखादा समाज, संघटना किंवा धार्मिक घटक यांच्या भावना दुखवणार नाहीत तसेच एखादी व्यक्ती, संघटना, अथवा व्यवसाय, यांचा अनावश्यक व अवाजवी प्रचार होणार नाही याची काळजी घ्यावी.
१०. व्यक्तिगत आवडीनिवडी टाळाव्यात.
११. आंतरराष्ट्रीय बातम्या देताना भारताच्या हिताला कोणताही धोका पोहोचणार नाही याची काळजी घ्यावी.

आकाशवाणीवरील बातम्यांचे लेखन :

आकाशवाणीसाठी बातम्यांचे लेखन करताना आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे हे लक्षात ठेवावे लागते. वर्तमानपत्रातील बातमी ही प्रमाण भाषेत असावी लागते. तर आकाशवाणीवरील बातमी बोलीभाषेत असावी लागते. बोलीभाषेत लिहीत असताना केले, दिले, सांगितले, पुण्यातील, येथे, केल्यास, तुम्हांस यासारखे शब्द केलं, दिलं, सांगितलं, पुण्याला येथं, केलं, तुम्हांला अशा स्वरूपात येतात.

प्रमाण भाषेत 'व' हे उभयान्वयी अव्यय सर्रास वापरले जाते. तर बोलीभाषेत 'व' ऐवजी 'आणि' हे अव्यय वापरून त्याचा ठसठशीत शब्दात उच्चार करावा लागतो.

'बिनबाद' ऐवजी 'एकही गडी न गमावता' किंवा 'नाबाद' असे शब्दप्रयोग वापरावे लागतात. कारण 'बिनबाद' हा शब्द 'तीन बाद' यासारखाही ऐकला जाण्याची शक्यता असते. एकूण तीस, एकूण चाळीस, एकूण पन्नास हे शब्द असे न लिहिता, एकूण ऐवजी एकंदर असे लिहावे लागते. अन्यथा ते शब्द एकोणतीस, एकोणचाळीस, एकोणपन्नास असे ऐकले जाण्याचे व त्यातून गैरसमज होण्याची शक्यात असते.

म्हणून बोलीभाषेत लिहिताना शब्द स्वरूपात होणाऱ्या बदलाचे भान ठेवून शब्द उच्चारामुळे निर्माण होणारे गैरसमज टाळावे लागतात. या बातमी पत्रातील वाक्ये छोटी छोटी सुटसुटीत थेट भिडणारी व एकदा ऐकली की समजणारी असावी लागतात. पाल्हाळीक, पसरट शब्दरचना टाळावी लागते.

आकाशवाणीसाठी बातमीपत्र लिहिताना त्याचा प्रसारणाचा दिनांक लक्षात घेऊन काळाचा उल्लेख करावा लागतो. आज, काल, उद्या, परवा, पुढल्या महिन्यात, गेल्या वर्षी असे उल्लेख करावे लागतात.

एका वाक्यात चार पाच मुद्दे घालू नयेत. त्याऐवजी तीन चार छोटी छोटी वाक्ये करावीत. बातमीमध्ये विशेषणांचा वापर जपून करावा. एक बातमी संपून दुसरी बातमी सुरू होत आहे हे श्रोत्याच्या सहज लक्षात येईल अशा पद्धतीने बातमीपत्राचे लेखन करावे.

दोन बातम्यांदरम्यान निवेदकाला पुरेसा अवकाश घेणे महत्त्वाचे आहे, तशा पद्धतीने बातमीपत्राचे लेखन करावे.

आकाशवाणीसाठी बातम्या लिहिताना पूर्णविरामाऐवजी (.) दंड (।) देणे सोयीचे असते. कारण हा दंड ठळकपणे उठून दिसतो आणि वृत्तनिवेदकाच्या लक्षात येतो.

बातमीपत्रात आकडे लिहीत असताना ते फार मोठे असतील तर गोळाबेरीज स्वरूपात लिहावेत. त्यामुळे वृत्तनिवेदकाचा व श्रोत्यांचा गोंधळ उडत नाही.

अशा रीतीने आकाशवाणीवरील बातमीपत्र लिहिल्यास ते अत्यंत सुटसुटीत व आकर्षक होऊ शकेल.

ൈ ൽ

आकाशवाणी आणि मराठी भाषा

प्रा. सौ. वैशाली सावंत

आकाशवाणी आणि मराठी भाषा :

आधुनिक युग हे माहिती तंत्रज्ञानाचे युग आहे. जगभर घडणाऱ्या विविध घटकांची माहिती काही क्षणात आपल्यापर्यंत पोहचत असते. या संप्रेषणाच्या भूमिकेत प्रसारमाध्यमे अतिशय महत्त्वाची भूमिका बजावतात. माणसे आणि समाज अस्तित्वात असेपर्यंत विविध रूपांतून हा संवाद विसंवाद चालूच राहणार. ध्वनी हे संप्रेषणाचे महत्त्वाचे साधन आहे. आदिम काळापासून ध्वनीच्या माध्यमातून आपण संवाद साधत आलेलो आहोत. मानवी संस्कृतीच्या विकासात मुद्रित माध्यमांनी महत्त्वाचे योगदान दिले असले तरी त्यांच्या अनेक अंगभूत मर्यादा आहेत. मुद्रित माध्यमे ही साक्षरांचीच मक्तेदारी होती; त्यामुळे या गरजेतूनच श्राव्य माध्यमाला महत्त्वाचे स्थान दिले गेले. आकाशवाणीमुळे या क्षेत्राला एक प्रकारची झळाळी प्राप्त झाली. साक्षर निरक्षर, लहानथोर, गरीब–श्रीमंत असा कोणताही भेदभाव न करता ती आबालवृद्धांमध्ये लोकप्रिय झाली.

आकाशवाणी स्वरूप :

आकाशवाणी जनसंपर्काचे अतिशय प्रभावी ध्वनीवर आधारलेले एक बहुआयामी माध्यम आहे. यात श्रोत्यांना ध्वनीच्या लहरीवर, संगीतावर खिळवून ठेवले जाते. महत्त्वाचे म्हणजे रेडिओसारखे साधन केव्हाही, कोठेही घेऊन जाता येते. जी मार्कोनी यांनी रेडिओचा शोध लावला आणि जगाने त्यांना अक्षरशः डोक्यावर घेतले कारण हजारो किलोमीटरवरील लोकांपर्यंत आपले विचार पोहचविणे त्यामुळे शक्य झाले. भारतात आकाशवाणी प्रसारणासाठी १९२६ साल उजाडले. इंडियन ब्रॉडकास्टिंग या खाजगी कंपनीने सुरुवातीला मुंबईत प्रसारण केले व भारतातील पहिले रेडिओ प्रसारण केंद्र मुंबईत २३ जुलै १९२७ रोजी सुरू झाले. त्याचे कार्यक्षेत्र ४८ किलोमीटर होते. त्यानंतर कोलकत्ता, अलाहाबाद, डेहराडून आदी ठिकाणी रेडिओ आकाशवाणी केंद्रे सुरू झाली. स्वातंत्र्योत्तर काळामध्ये बहुजनहिताय बहुजन सुखाय हे ब्रीद डोळ्यासमोर ठेवून तिने संपूर्ण भारतभर आपली सेवा चोखपणे बजावली आणि आकाशवाणी घराघरात जाऊन पोहचली. साध्या उपग्रहाच्या माध्यमातून आकाशवाणीचे प्रक्षेपण केले जात असल्याने तिचे कार्यक्षेत्र प्रचंड प्रमाणात विस्तारले. विविधभारतीसह वेगवेगळे एफ.एम. चॅनेल्स लोकांच्या पसंतीला उतरले.

आणि म्हणूनच प्रसारमाध्यम क्षेत्रामध्ये क्रांतिकारक बदल झपाट्याने होऊनही साधने आपल्या दिमतीला असूनही आकाशवाणीचे महत्त्व तसूभरसुद्धा कमी झालेले नाही. आजही ज्ञानमनोरंजनाबरोबरच नवनवीन माहिती देण्याचे तसेच दैनंदिन समस्यांमध्ये मार्गदर्शन करण्याचे काम आकाशवाणी करतेच आहे.

आकाशवाणी आणि मराठी भाषा :

भाषा ही निसर्गनिर्मित नाही, निसर्गाची देणगी नाही किंवा ती वारसा हक्कानेही मिळत नाही. ती परिश्रमपूर्वक शिकावी लागते. याच कारणासाठी भाषेची जपणूक करण्याची गरज असते. भाषा ही अर्जित गोष्ट असल्यामुळे तिचे संरक्षण व संवर्धन करण्याची जबाबदारी मानवाची आहे. भारतीय भाषांमध्ये मराठी ही अतिशय महत्त्वाची भाषा आहे. आकाशवाणीसाठी लेखन करणे ही अतिशय कौशल्याची बाब आहे. आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्याने आपल्याशी कोणीतरी बोलतो, संवाद साधतो याचा भावनिकदृष्ट्या वेगळा आनंद श्रोत्यांना असतो. रोजच्या जीवनात आपण कसे बोलतो त्याप्रमाणे कसे लिहायचे, कृत्रिमता, ग्रांथिकता आणि बोजडपणा हे दोष कसे टाळायचे याचा अभ्यास व सराव करावा लागतो. पाल्हाळ, पसारा, विस्तार, पुनरुक्ती यांना या माध्यमात मुळीच स्थान नसते, आकाशवाणीसाठी लेखन करताना सर्वप्रथम लिहिणाऱ्याने आपण श्राव्य माध्यमासाठी लिहीत आहोत आणि ऐकणारा व बोलणारा यांच्यात फक्त ध्वनीच्या माध्यमातून संवाद व्हायचा आहे, हे लक्षात ठेवले पाहिजे, केवळ श्रवणाच्या साह्याने भाषेतून दृक प्रत्यय देणे ही अतिशय महत्त्वाची बाब लक्षात घ्यावी लागेल. पूर्वी गीतबहार, बिनाका, गीतमाला, भावगीत, स.न.वि.वि, पारावरल्या गप्पा, इत्यादी कार्यक्रमांतून सुरेख संवाद साधता जात असे. समाजात संदेशनाचे कार्य घडवून आणण्याबरोबरच जागतिक व देशभरातील महत्त्वाच्या घडामोडी व्यक्त करण्याचे काम तर आकाशवाणी करतेच याबरोबरच सामाजिक, सांस्कृतिक, राजकीय, धार्मिक व विशेष प्रसंगानिमित्य सादर होणारे कार्यक्रम राष्ट्रीय सणानिमित्त सादर केले जाणारे विविध कार्यक्रम आकाशवाणीच्या माध्यमातून जलदपणे श्रोत्यांना ऐकविले जातात. त्यामुळे आकाशवाणीसाठी जी भाषा बोली भाषेच्या जवळ जाईल अशीच भाषा वापरावी लागते. आकाशवाणीवरून श्रोत्यांच्या विविध गटांसाठी विविध कार्यक्रम सादर केले जातात. उदा. शेतकऱ्यांसाठी नभोवाणी, शेतकरी मंडळ, कृषी पंढरी, कामगारांसाठी कामगार सभा, मुलांसाठी बालविश्व, ग्रामीण मुलांसाठी 'बालवाडी', तरुणांसाठी 'युववाणी' महिलांसाठी माहेर, वनिता विश्व याशिवाय वाङ्मयीन कार्यक्रम, कौटुंबिक श्रृतिका, लघुनाट्य, शैक्षणिक कार्यक्रम, प्रौढ शिक्षणाचा कार्यक्रम अशी कार्यक्रमांची विविधता असते. त्यामुळे कोणत्या श्रोतृगटासाठी कार्यक्रम आहे. हे लक्षात घेऊन आकाशवाणीचे लेखन करावे लागते उदा. मुलांसाठी कार्यक्रम

असेल तर त्यांना समजेल अशी भाषा वापरावी लागते तर महिलाविषयक कार्यक्रमासाठी लेखन करताना मअय्या, 'मईश्श', 'मकिनई', 'मखरंच गडे', 'मनाही ग बाई', इत्यादी खास स्त्रियांच्या भाषेच्या लकबीचा वापर करावा लागतो. तर युवकांच्या कार्यक्रमात युवकांची बोलभाषा, नामाचा वापर करताना मध्या, पांड्या अशा या कारान्तांचा वापर करावा लागतो. थोडक्यात आकाशवाणीसाठी लेखन करणाऱ्याला लोकव्यवहाराच्या ज्ञानाबरोबरच लोकभाषेची चांगली ओळख असणे आवश्यक असते. कारण केवळ शब्दांतूनच नापसंती, संकोच, राग, लोभ, प्रेम, होकार, नकार इत्यादी भावभावना पोहोचवाव्या लागतात. त्यांमुळे भाषेला जिवंतपणा येतो. एक प्रकारची लयबद्धता येते. बोली भाषा ही तुमच्या कानातून मनात जाते व मनःपटलावर त्याचे बरोबर चित्र उमटू शकते. खरेतर या ठिकाणी महत्त्वाचा भाग असा की श्रोत्यांचा समोरासमोर कधीच संपर्क येत नाही. दृष्य घटक येथे अनुपस्थित असतात हेच या माध्यमाचे बलस्थान आहे आणि त्याची कमजोर बाजूसुद्धा ! ऐकून समजून घेण्यासाठी श्रोत्यांजवळ कल्पनाशक्तीची हवी असते, म्हणून आकाशवाणी हे श्रोत्यांच्या कल्पनाश्रतीची मागणी करणारे माध्यम आहे. जर एखादे नाटक चांदण्यात घडते, असे संवादातून प्रतित झाले तर प्रत्येक श्रोता त्याने अनुभवलेले चांदणे आठवतो व त्या पार्श्वभूमीवर तो ते नाटक ऐकू लागतो. या ठिकाणी प्रत्येक श्रोत्याचा अनुभव हा त्याचा स्वतःचा असल्यामुळे तो स्वतंत्र असतो.

आपण कार्यक्रम ऐकताना आपल्या भावना क्षणाक्षणाला बदलत असतात. आपण प्रत्येक शब्द एकदाच ऐकू शकतो. म्हणून कार्यक्रमाचा परिणाम साधायचा असेल तर श्रोत्यांचे लक्ष पहिल्या क्षणापासून वेधून घ्यावे लागते. जे काही सांगितले जाईल ते त्याचक्षणी समजले पाहिजे, इतके सोपे सरळ भाषेत ते असावे लागते. त्यातील मुख्य मुद्दे समजण्यासाठी पार्श्वभूमी तयार केली पाहिजे. श्रोत्यांना कंटाळा येऊ न देणे हा त्यात महत्त्वाचा भाग त्यामुळे ग्रांथिक भाषा न वापरता प्रकट भाषणाची सर्व वैशिष्ठये लक्षात ठेवून लिहावे लागते. वृत्तपत्रासारख्या लिखित जनसंपर्क माध्यमाचा श्रोता या दोघांच्या ग्रहण करण्याच्या पद्धती लक्षात घेणे गरजेचे आहे. लिखित, मुद्रित व स्थिर जनसंपर्क माध्यमांतील कोणता मजकूर आपल्याला वाचायचा आहे ते ठरवून वाचक त्याला हवा, नको तो मजकूर निवडून वाचू शकतो.

एखादी गोष्ट नीट समजून घेण्यासाठी तो काही परिच्छेद पुन्हा वाचू शकतो. तसे आकाशवाणीच्या श्रोत्याचे नाही. आकाशवाणी एकच श्राव्य व चल माध्यम आहे. त्यामुळे वृत्तपत्राचा वाचक वाचता वाचता थांबू शकतो, तसे आकाशवाणीच्या श्रोत्याला ऐकता ऐकता थांबता येत नाही. त्याला एखादी गोष्ट समजली नाही तर मागे जाता येत नाही. ध्वनीच्या प्रवाहाबरोबर त्याला सतत

पुढेच जावे लागते. प्रस्तुतीकरणाच्या प्रत्येक टप्प्यावर अगदी सहजपणे अर्थबोध होईल याची काळजी घेऊनच लेखन करावयाचे असते कारण आकाशवाणीचा श्रोतृवर्ग खेड्यातला शहरातला, शिक्षित, अशिक्षित अशा सर्व थरांतला असतो; त्यामुळे आकाशवाणीसाठी लेखन करताना श्राव्य भाषा, नाट्येरूप संवाद भाषा थोडक्यात परिणामकारक भाषा वापरावी लागते. विविध वयोगटांसाठी लिहित असताना परत स्वरूप व रचना तंत्र बदलते म्हणून स्थूल मानाने आकाशवाणीसाठी हस्तलिखित प्रत तयार करताना पुढील पथ्थे पाळावी लागतात.

१. लेखनात मोठेमोठे विषयक परिच्छेद असू नयेत. तसेच लांब पल्लेदार वाक्ये आकाशवाणीसाठी उपयोगाची नाहीत. आपण सहजगत्या ऐकू शकू एवढयाच लांबीची वाक्ये आवश्यक आहेत. छोटीछोटी वाक्ये असावीत आणि वाक्यरचनेत श्रवणसुलभ विविधता आणि चढउतार असावेत.

२. बहुसंख्य लोकांना समजेल अशी रोजच्या दैनंदिन जीवनात नेहमी वापरली जाणारी शब्दरचना असावी. आवश्यक तेथे लोकव्यवहारात प्रचलित असणाऱ्या वाक्यप्रयोगांचा व म्हणींचा वापर करावा याचा अर्थ सोपे-सोपे शब्द वापरावेत असे नाही. काही ठिकाणी गरज भासल्यास विशिष्ट परिभाषिक शब्द वापरावेच लागतात. मात्र एखाद्या वाक्यात अशा नव्या शब्दांचे स्पष्टीकरण केले पाहिजे.

३. ग्रांथिक लेखनात आपण बऱ्याच वेळा वर म्हटल्याप्रमाणे 'पुढीलप्रमाणे' 'खालीलप्रमाणे' असे शब्द वापरतो. आकाशवाणी हे केवळ श्राव्य माध्यम असल्यामुळे लेखनाची संहिता श्रोत्यांसमोर मुद्रित स्वरूपात नसते म्हणून आकाशवाणीच्या संहिता लेखनात असे शब्द टाळावेत.

४. मुद्रित लेखनात आपण इतरांचे म्हणणे अवतरण देऊन देत असतो. माहितीचे अधिकृत तपशील नोंदवतानाही अवतरण देत असतो. आकाशवाणीच्या लेखनात त्याचा उपयोग नसतो. अवतरणे न देता मजकूर सरळ प्रवाही मांडावा.

५. दोन वाक्ये जोडताना व सारखे उभयान्वयी अव्यय वापरू नये त्यासाठी स्पष्ट ऐकू येणाऱ्या 'आणि' या शब्दाचा वापर करावा.

६. ग्रांथिक व अलंकारिक भाषा न वापरता आपल्या दैनंदिन व्यवहारात जसे आपण बोलतो तसे आकाशवाणीसाठी लेखन असावे 'होते' मअसेङ्क 'तसे', 'घेणे', 'करणे' 'असले' लिखित शब्द 'होतं' 'असं', 'तस', 'घेणं', अशा बोलीत लिहावेत. भाषा अतिशय साधी सरळ, सोपी आणि मुद्द्याला धरून असावी. विचार मांडत असताना कमी शब्दात मोठा आशय मांडणे गरजेचे असते ज्यातून द्व्यर्थी अर्थ निघू शकतील व थोड्याशा उच्चारभेदानेही दुसरा नको असलेला विपरीत अर्थ निघू शकेल अशा शब्दांची योजना टाळावी. शब्दोच्चार काळजीपूर्वक व स्पष्ट असावेत.

बोलणे अतिशय प्रभावी असावे लागते कारण त्यासाठी चार्ट, नकाशा व इतर साधनांचा आधार घेता येत नाही. गतिमान प्रक्षेपण व सहजसाध्य हाताळणी हे आकाशवाणीचे प्रमुख वैशिष्ट्य आहे.

७. श्रोत्यांच्या मनात सतत उत्सुकता जागरूक ठेवावी लागते. सूचना उत्सुकता, रोचकता ही निवेदनात असावी लागते.

८. विज्ञान साहित्य, बातमी, लघु नाट्य अशी विविधता प्रसारण कार्यक्रमांत असावी लागते.

९. माहिती, ज्ञानाचा खजिना श्रोत्यांकडे करमणुकीच्या माध्यमातून पोहचवणे गरजेचे असते.

१०. सर्वसाधारणपणे आपल्या बोलण्याचा वेग मिनिटाला १०० शब्द इतका असतो. हे लक्षात घेऊन दिलेल्या वेळेत बसणारे भाषण करत असताना तशा प्रकारची भाषा वापरावी लागते. आकाशवाणीने ही ठळक उद्दिष्टे डोळ्यासमोर ठेवून भाषेच्या समृद्धीसाठीही आपले कार्य निरंतर चालू ठेवलेले दिसते.

सर्वात महत्त्वाचे म्हणजे आपण कोणत्याही कामात गुंतलेले असलो तरी आकाशवाणी ऐकू शकतो. हे असे प्रसारमाध्यम आहे की एकाच वेळी ते कोणताही अडथळा दूर करून श्रोत्यांपर्यंत पोहोचू शकते.

अशा प्रकारे एकाच वेळी सार्वजनिकता व व्यक्तिगतता मिळालेले सर्वात स्वस्त असे हे प्रसारमाध्यम आहे.

आकाशवाणी माध्यमाची उद्दिष्टे :

आकाशवाणी हे ध्वनी माध्यम असल्याने लोकांना कमीत कमी वेळेत जास्तीत जास्त माहिती देणे आणि लोकांची कल्पनाशक्ती विकसित करणे यासाठी प्रयत्नशील असते. त्यामुळे या प्रसारमाध्यमाने पुढील उद्दिष्टे निश्चित केली आहेत.

१. भारतासारख्या खंडप्राय देशाची राष्ट्रीय एकात्मता अबाधित राखणे.

२. लोकशाही व घटनात्मक मूल्यांची रुजवण करणे.

३. राष्ट्रीय, प्रादेशिक, आंतरराष्ट्रीय व स्थानिक सूचनांचे जाती निरपेक्ष, धर्मनिरपेक्ष व कोणत्याही विचारधारांपासून दूर ठेवून प्रसारण करणे.

४. भारतीय समाज संस्कृतीचे संवर्धन करणे.

५. भारत हा विभिन्न जाती, धर्म, रीतिरिवाजांचा देश आहे. म्हणून या सर्व घटकांना समानतेने जागृत, शिक्षित व सुजाण करणे.

६. लोकांचे मनोरंजन व उद्बोधन करणे.

७. अद्ययावत व प्रगत माहिती देणे. शेती, शिक्षण आरोग्य विज्ञान व रोजगार इत्यादींबाबत नवनवीन माहिती देणे.

८. समानता व सामाजिक न्यायासाठी प्रोत्साहन देणे.

९. अविकसित आदिवासी, ग्रामीण, समाजस्तर उंचावण्याचा प्रयत्न करणे.

दूरदर्शन आणि आकाशवाणी

प्रा. यशोद पाटील

आजच्या या संगणक युगामध्ये दूरदर्शन आणि आकाशवाणीला अनन्यसाधारण असे महत्त्व प्राप्त झाले आहे. जगभरातील लोकांना एकत्रित आणण्याचे कार्य दूरदर्शन आणि आकाशवाणी यामुळे झाले आहे. त्याचबरोबर इतर देशांतील सांस्कृतिक उपक्रम, त्यांची संस्कृती आपण प्रत्यक्ष त्या देशामध्ये न जातादेखील दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमातून आपणांस लक्षात येते. दूरदर्शन हे एक प्रभावी दृक-श्राव्य असे माध्यम आहे, तर आकाशवाणी प्रभावी श्राव्य माध्यम आहे.

दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमातून विविध भाषेतून कार्यक्रम प्रक्षेपित केले जातात. भारतामध्ये जेवढ्या भाषा बोलल्या जातात त्या जगाच्या पाठीवर कोणत्याही देशामध्ये बोलल्या जात नाहीत, सांगायचे तात्पर्य एवढेच की, या भाषा आपणास श्रवण करण्यासाठी इच्छा झाल्यास आज लागलीच रेडिओद्वारे आपण पाहिजे त्या भाषा श्रवण करू शकतो. काही भाषा आपणास समजत नसतात; पण आपणास त्या सुमधुर वाटतात म्हणून मनुष्य त्या भाषेच्या प्रेमात पडतो. कन्नड, तामिळ, तेलगु, मल्याळम, पंजाबी, आसामी, गुजराती या भाषेतील एखादे गीत जर आपल्याला आवडले तर कळत-नकळत आपण त्या भाषेच्या प्रेमात पडतो. भाषेचा हा सहवास आपल्या एखाद्या व्यक्तीच्या संभाषणातून लाभतो. त्यासाठी संबंधित भाषा येणारी व्यक्ती आपल्या अवतीभवती असावयास हवी.

पण दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमाद्वारे आज जगभरामध्ये क्रांती झाली आहे. भाषिक देवाणघेवाण आज वाढली आहे. म्हणून दूरदर्शन आणि आकाशवाणी हे भाषा प्रभावी करण्याचे, भाषेचा प्रसार करण्याचे एक प्रभावी असे साधन आहे. दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमांतून विविध सांस्कृतिक कार्यक्रम प्रसारित होत असतात तेव्हा इतर देशांची संस्कृती, इतर प्रदेशांची संस्कृती आपणास दूरदर्शनाच्या संचाद्वारे पाहता येतात व आकाशवाणीच्या माध्यमातून श्रवण करता येतात. त्याचबरोबर एखादा नामांकित वक्ता जेव्हा आपले विचार दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमातून व्यक्त करत असतो तेव्हा पाहणाऱ्या अथवा श्रवण करणाऱ्यासे त्या भाषण करणाऱ्या व्यक्तीकडून

एक नवचेतना मिळते. तो जर अमूल्य असे विचार सांगत असेल तर ते ऐकण्याचे भाग्य आपणांस प्राप्त होते. त्याच्या भाषेची लकब, त्याच्याजवळ असलेली शब्दसंपदा या सर्व गोष्टी आपणांस शिकता येतात. म्हणून दूरदर्शन आणि आकाशवाणी हे विचार प्रसार करण्याचे माध्यम आणि त्याचबरोबर विचार स्वीकारण्याचे माध्यम अशा दोन्ही गोष्टी दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमातून होतात. म्हणून अपरिमित असे महत्त्व दूरदर्शन आणि आकाशवाणीला लाभले आहे.

आजच्या या युगामध्ये करमणुकीची अनेक साधने आहेत, संगणक आहेत, भ्रमणध्वनी आहे, व्हिडिओ गेम्सचे प्राबल्य आहे; पण तरीही दूरदर्शन आणि आकाशवाणीचे महत्त्व यत्किंचितही कमी झालेले नाही. उलट आज आकाशवाणीला व दूरदर्शनला अनन्यसाधारण असे महत्त्व प्राप्त झाले आहे. आधुनिक नवीन तंत्रज्ञानामुळे दूरदर्शन व आकाशवाणीचे माध्यम भ्रमणध्वनीप्रमाणे वापरण्यास सोयीस्कर झाले आहे. जसे की, लहान रेडिओ व आजकाल भ्रमणध्वनीतदेखील दूरदर्शन दिसते.

दूरदर्शन आणि आकाशवाणी लोकांना फक्त ज्ञान देण्याचे काम करते असे नाही, तर लोकांचे मनोरंजनदेखील करते. आध्यात्मिक माणसांसाठी अध्यात्माचे कार्यक्रम, व्याख्यान, भजन इत्यादी गोष्टी दूरदर्शन अथवा आकाशवाणीच्या माध्यमातून पाहणाऱ्यास अथवा श्रवण करणाऱ्यास मिळतात. त्याचबरोबर दूरदर्शन आणि आकाशवाणी या माध्यमांचा लाभ गृहिणीला, सामान्य माणसाला, विद्यार्थ्यांना परीक्षांसंबंधी काही सूचना असतील किंवा परीक्षेला जाताना घ्यावयाची काळजी याच्या टिप्स विद्यार्थ्यांना दिल्या जातात, समुद्रातील खलाश्यांना धोक्याची सूचना देऊन त्यांना सतर्क करण्याचे कार्य, त्याचबरोबर एखादा जीवघेणा संसर्गजन्य रोग समाजामध्ये पसरत असला त्यावेळेस घ्यावयाची काळजी, कोणते जीवनसत्त्व अशा वेळेस आहारामध्ये घ्यावे याची माहिती. एखादी नैसर्गिक आपत्ती जर कोसळली अशा वेळेस मदतीचे आवाहन करण्यासाठी, भाषेचा प्रचार करण्यासाठी, आरोग्याचे सुखमंत्र सामान्य माणसाला देण्यासाठी, मनुष्याच्या मनोरंजनासाठी, राष्ट्रीय एकात्मता वाढवण्यासाठी वर उल्लेख केलेल्या गोष्टी कार्यान्वित करण्यासाठी, प्रसार करण्यासाठी, अंमलात आणण्यासाठी दूरदर्शन आणि आकाशवाणीच्या माध्यमातून या गोष्टी केल्या जातात. आज दूरदर्शन आणि आकाशवाणी आपल्या जीवनाचा एक अविभाज्य भाग झाला आहे. म्हणून अपरिमित असे महत्त्व दूरदर्शन आणि आकाशवाणीला प्राप्त झाले आहे.

आकाशवाणी माध्यम

प्रल्हाद यादव

शिक्षण, मनोरंजन आणि माहिती या तिन्हींचा संगम घडविणारी म्हणजे आकाशवाणी, आकाशात ध्वनिलहरी पसरवून पुन्हा लोकांना ऐकवणारे तंत्रज्ञान म्हणजे आकाशवाणी. या तंत्रज्ञानाची सुरुवात अगदी सुरुवातीला १९००च्या काळात काही राजांनी, संस्थानिकांनी केली. सुरुवातीला अप्रगत असणारे तंत्रज्ञान आता खूपच प्रगत झाले आहे. सर्वसामान्यांचे परवडणारे आणि सहजपणे उपलब्ध होणारे माध्यम म्हणजे आकाशवाणी. आपण आपल्या आर्थिक कुवतीनुसार एक रेडिओ सेट विकत घेतला की त्या साधनामार्फत आपल्याला आकाशवाणीच्या कार्यक्रमातून दिल्या जाणाऱ्या शिक्षणाचा, माहितीचा आणि मनोरंजनाचा लाभ घेता येतो. मग याच्यात डोंगर दऱ्या, भूभाग, समुद्र कशाचाही अडसर येत नाही. अगदी डोंगराळ भाग, पवर्तराजी, दऱ्याखोऱ्यांत ऐकू जाणारे आजमितीलासुद्धा एकमेव माध्यम म्हणज रेडिओ आणि तेही कायमस्वरूपी ५०० ते १००० रुपयांचा रेडिओ विकत घेऊन म्हणजे अगदी कमी खर्चात पुन्हा त्याच्यासाठी खर्चाची तरतूद करण्याची गरज नाही.

अशा या आकाशवाणी केंद्राच्या कार्यक्रमांचे कामकाज कसे चालते याची माहिती असणे अगदी आवश्यक आहे.

भारतात लहानमोठी २३५ आकाशवाणीची केंद्रे आहेत. त्यातली काही कॅपिटल, काही रिजनल तर लघुकेंद्रे आहेत. प्रत्येक केंद्राच्या फ्रिक्वेहेन्सीज वर्ल्ड फ्रिक्वेहेन्सी सिस्टिमद्वारे दिल्या जातात. त्या फ्रिक्वेहेन्सीवर त्या त्या केंद्राचे कार्यक्रम आपण ऐकू शकतो. त्या त्या भागातल्या बोली भाषेत त्या भागातली केंद्रे कार्यक्रम प्रसारित करतात. आपल्या महाराष्ट्रात कॅपिटल, विभागीय आणि लघुकेंद्रे २० आहेत. या २० केंद्रांद्वारे त्या त्या परिसरातील श्रोत्यांसाठी विविध स्वरूपाचे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात.

'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे आकाशवाणीचे ब्रीदवाक्य आहे. बहुजनांच्या हिताचे आणि सुखाचे कार्यक्रम ऐकविणे ही जबाबदारी बांधिलकी आकाशवाणी करतेय. समाज बांधण्याचे काम करते आणि यासाठी मग विविध प्रकारचे कार्यक्रम आकाशवाणी प्रसारित करते. समाजाला उपयुक्त गरजेनुसार असे महत्त्वपूर्ण कार्यक्रम देणे हीच खरी कसोटी आकाशवाणीची असते.

वेगवेगळ्या प्रकारचे शिक्षण आकाशवाणी आपल्यापरीने देत असते. यासाठी आकाशवाणीचा शिक्षण विभाग असतो. आकाशवाणीचा सर्वात मोठा विभाग म्हणजे संगीत-विभाग. या विभागामार्फत नवनवीन गाणी संगीताच्या साथीने ध्वनिमुद्रित केली जातात. आणि ती ऐकवली जातात. याशिवाय आकाशवाणीकडे सिने-संगीत, भावगीते, भक्तिगीते आणखी जे जे गाण्याचे प्रकार असतात त्या सर्व प्रकारातल्या गाण्यांचा मोठा संग्रह सी. डी. रूपात असतो. त्याचा लाभही या विभागामार्फत श्रोत्यांना दिलार जातो. एकंदरीत संगीत विभाग हा आकाशवाणीचा आत्मा आहे असे म्हटले तर वावगे ठरणार नाही.

नाटक विभागामार्फत श्रोत्यांसाठी दर्जेदार अशी विविध विषयांवरची नाटके, लघुनाट्ये, श्रुतिका ऐकविल्या जातात. दर्जेदार, कसदार आणि समाजाला शिकवण देण्याची प्रथा नाटक या कार्यक्रमातून आकाशवाणीने अजूनही कायम राखली आहे.

आकाशवाणीचा आणखी एक महत्त्वाचा विभाग म्हणजे भाषण (Talk) विभाग. या विभागामार्फत समाजाच्या ज्ञानाची भूक भागविण्याचे काम केले जाते. विषयांची विविधता इतकी असते की, रोजच काहीतरी नवीन नवीन विषयांची ओळख करून दिली जाते.

बातमी विभागाचे काम तर आपणा सर्वांना ठाऊकच आहे. म्हणजे बातमीदार, टेलिप्रिंटर, फॅक्स, पत्राद्वारे प्रत्यक्ष कार्यक्रमास हजर राहून म्हणजे विविध मार्गाने बातम्या मिळवून त्या श्रोत्यांना ऐकविल्या जातात. त्यामुळे श्रोत्यांना चाललेल्या घडामोडी, माहिती अधिकृतपणे मिळते.

याशिवाय युवावाणी विभाग, हिंदी कार्यक्रम विभाग, बालोद्यान कार्यक्रम, महिला कार्यक्रम विभाग, स्पोर्ट्स् कार्यक्रम, कामगार कार्यक्रम विभाग, संस्कृत विभाग असे लहान-लहान विभाग असून त्या त्या विभागामार्फत त्या त्या कार्यक्रमाचे नियोजन व निर्मिती करून प्रसारित केले जातात.

आता महत्त्वाची आणि माहिती देण्याच्या क्षेत्रात सर्वश्रेष्ठ विभाग म्हणजे ग्रामीण विभाग, ग्रामीण विभागामार्फत शेतकऱ्यांना शेती-उत्पादन वाढवण्यासाठी आणि शेतकरी समाजाचा आर्थिक स्तर उंचावण्यासाठी जेवढी त्यांना मातीची, प्रेरणेची आणि कार्यप्रवण होण्यासाठी कार्यक्रमाद्वारे माहिती देण्याचा प्रयत्न केला जातो. याशिवाय आरोग्याचे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. मनोरंजनासाठी लोकसंगीत, लोकनाट्यासारखे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. महिलांच्या प्रगतीसाठीही कार्यक्रम प्रसारीत केले जातात. शिवाय बुर्जुग आणि ग्रामीण श्रोत्यांसाठी कीर्तनासारखेही कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. एकंदरीत ग्रामीण कार्यक्रम हा आकाशवाणीचा प्रमुख घटक असून महत्त्वाचा आहे.

हे जे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात ते वेगवेगळ्या स्वरूपात प्रसारित केले

जातात. भाषण, माहिती, मुलाखत, संवाद, चर्चा, वृत्तांत, निवेदन, प्रोमो, टिप्स अशा स्वरूपात कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. या स्वरूपातून काही ठरावीक कालावधीसाठीच एखाद्या विषयाची माहिती दिली जाते. उदा. भाषण ६ मि. ते ११ मिनिट, माहिती ५ ते ८ मिनिट, मुलाखत ७,८ मिनिटापासून ११,१२ मिनिटापर्यंत, संवादही १०,११ मिनिट, चर्चा १५ ते २५ मिनिटे, निवेदने १ ते ३ मिनिटापर्यंत, प्रोमो टिप्स काही सेकंद, असे स्टॅण्डर्ड कालावधी ठरलेले आहेत. या कालवधीपेक्षा जर जास्त कालावधीचे कार्यक्रम केले तर त्याचा उद्देश साध्य होईल हे सांगता येणार नाही. श्रोत्यांना जड वाटणार नाही, ऐकण्याचीही काही मर्यादा ठरलेली असते. त्यानुसार प्रत्येक स्वरूपाचा स्टॅण्डर्ड कालावधी ठरलेला आहे. त्या मर्यादेत राहूनच कार्यक्रम निर्मिती केली तर त्या कार्यक्रमाचा उद्देश साध्य होतो.

आकाशवाणी हे नुसते ऐकण्याचे माध्यम आहे. म्हणून आकाशवाणीवर आवाजाला, वाणीला आणि सादरीकरणाला फार महत्त्व आहे. समाजाच्या बोलीभाषेत कार्यक्रम सादर करण्यासाठी जी माहिती द्यायची आहे ती हस्तलिखित अगर प्रत्यक्ष देताना निश्चितपणे काही पथ्ये पाळावीच लागतात.

१. हस्तलिखिताचे लिखाण बोलतोय तसेच लिहावे म्हणजे बोली-भाषेत लिहावे.
२. छोटी छोटी वाक्ये असावीत.
३. समाज जो शब्द वापरतो, बोलतो त्या शब्दांचा वापर करावा.
४. अवडंबर शब्द वापरू नयेत.
५. लांबलचक वाक्ये असू नयेत. छोट्या वाक्यांत बोध व्यक्त व्हायला हवा.
६. श्रोत्यांना समजेल असे हलके-फुलके लिखाण असावे.
७. सेकंदाला साधारणतः एक दोन शब्द असे प्रमाण ठेवावे.
८. हस्तलिखित नेहमी समास ठेवून एकाच बाजूने लिहावे.

असे अनेक संकेत ठेवून हस्तलिखित, लिखाण रेडिओसाठी करावे.

आणि सादरीकरण करताना बोलतोय तसे अगर आपण श्रोत्यांना समजून सांगतोय अशी भूमिका ठेवावी, उच्चार स्पष्ट अगदी धुतल्या तांदळासारखे पूर्ण दातातील करावे म्हणजे श्रोत्यांना सहजपणे शब्द पकडता येतात. ऐकताना त्याना जड जात नाहीत इ. भाषा शुद्ध असावी, रसाळ आणि गोड असावी. वाक्याच्या पहिल्या शब्दापासून शेवटच्या शब्दापर्यंत उच्चारणाची लेव्हल सारखी असावी. शेवटच्या शब्दांची लेव्हल कमी करू नये. अगर चोरू नये. आवाजात चढउतार असावा. योग्य ठिकाणी वाक्ये तोडून वाचावीत. घाईघाईत अगर जलद गतीने वाचू नये. वाचताना शब्दातून श्रोत्यांशी जवळीक साधण्याचा प्रयत्न करावा. बोलण्यात फारश्या आकड्याचे अवडंबर टाळावे असे छोटे छोटे संकेत पाळले

तर सादरीकरण चांगले होते. श्रोते कार्यक्रम ऐकतात.

आकाशवाणी हे माध्यम दुसऱ्याला कष्ट न पडतील अशा तऱ्हेने उपयुक्त ठरणार आहे. आपली नेहमीची कामे करीत करीत आकाशवाणीचे कार्यक्रम ऐकता येतात. म्हणजे काम सोडून या माध्यमासाठी वेळ द्यावा लागत नाही.

आकाशवाणीची बैठक ही पूर्णतः भारतीय संस्कृतीशी निगडित आहे. दैनंदिन जीवनाला उपयोगी पडणारे ज्ञान, माहिती आणि मनोरंजन आकाशवाणी कार्यक्रमांतून नक्कीच होत असते. पाश्चमात्य राष्ट्रांत रेडिओला वैयक्तिक जीवनात अनन्यसाधारण महत्त्व आहे.

युवापिढीने या माध्यमाचा जीवन घडवण्यासाठी उपयोग करून घ्यावा एवढीच या पाठीमागची अपेक्षा.

प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

डॉ. सुरेश पैठणकर

शिक्षण, मनोरंजन आणि माहिती या तिन्हींचा संगम घडविणारी म्हणजे आकाशवाणी. आकाशात ध्वनिलहरी पसरवून पुन्हा लोकांना ऐकवणारे तंत्रज्ञान म्हणजे आकाशवाणी. या तंत्रज्ञानाची सुरुवात अगदी सुरुवातीला १९०० च्या काळात काही राजांनी संस्थानिकांनी केली. सुरुवातीला अप्रगत असणारे तंत्रज्ञान आता खूपच प्रगत झाले आहे. सर्वसामान्याचे परवडणारे आणि सहजपणे उपलब्ध होणारे माध्यम म्हणजे आकाशवाणी. आपण आपल्या आर्थिक कुवतीनुसार एक रेडिओ सेट विकत घेतला की त्या साधनामार्फत आपल्याला आकाशवाणीच्या कार्यक्रमातून दिल्या जाणाऱ्या शिक्षणाचा, माहितीचा आणि मनोरंजनाचा लाभ घेता येतो. मग याच्यात डोंगर दऱ्या, भूभाग समुद्र कशाचाही अडसर येत नाही. अगदी डोंगराळ भाग, पवर्तराजी, दऱ्या खोऱ्यांत ऐकू जाणारे आजमितीलासुद्धा एकमेव माध्यम म्हणज रेडिओ आणि तेही कायमस्वरूपी. ५०० ते १००० रुपयांचा रेडिओ विकत घेऊन म्हणजे अगदी कमी खर्चात पुन्हा त्याच्यासाठी खर्चाची तरतूद करण्याची गरज नाही.

अशा या आकाशवाणी केंद्राच्या कार्यक्रमांचे कामकाज कसे चालते याची माहिती असणे अगदी आवश्यक आहे.

भारतात लहानमोठी २३५ आकाशवाणीची केंद्रे आहेत. त्यातली काही कॅपिटल, काही रिजनल तर लघुकेंद्रे आहेत. प्रत्येक केंद्राच्या फ्रिक्वेहेन्सीज वर्ल्ड फ्रिक्वेहेन्सी सिस्टिमद्वारे दिल्या जातात. त्या फ्रिक्वेहेन्सीवर त्या त्या केंद्राचे कार्यक्रम आपण ऐकू शकतो. त्या त्या भागातल्या बोली भाषेत त्या भागातली केंद्रे कार्यक्रम प्रसारित करतात. आपल्या महाराष्ट्रात कॅपिटल, विभागीय आणि लघुकेंद्रे २० आहेत. या २० केंद्रांद्वारे त्या त्या परिसरातील श्रोत्यांसाठी विविध स्वरूपाचे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात.

'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे आकाशवाणीचे ब्रीदवाक्य. वृत्तपत्र महत्त्वाची भूमिका बजावून हे निर्णय, हा विकास आराखडा लोकांपर्यंत पोहचविण्याचे काम प्रभावीपणे करतात. प्रसारमाध्यमांत तिसरा महत्त्वाचा घटक म्हणजे दूरदर्शन. हे माध्यम मानवी जीवनाचा अविभाज्य भाग बनले आहे. सकाळी उठल्यापासून ते संध्याकाळी झोपेपर्यंत यांचा संबंध येतो. मानवी

संस्कृतीच्या विकासात वृत्तपत्र माध्यमांनी महत्त्वाचे योगदान दिले असले तरी वृत्तपत्र व आकाशवाणी या माध्यमावर काही मर्यादा पडतात; परंतु दूरदर्शन या माध्यमावर पडत नसल्याचे दिसते कारण दूरदर्शन हे माध्यम श्राव्य दृक माध्यम आहे. ते निरक्षरापर्यंत पोहचते हे लोकशिक्षण समाज प्रबोधनाचे काम तसेच रंजनाबरोबर लोकशिक्षण देण्याचे काम हे माध्यम करते म्हणून हे माध्यम प्रभावी ठरते.

मराठी भाषा : प्रसार माध्यमांसाठी मराठी भाषा लेखन करायचे ठरविले की ते माध्यम समजून घेणे महत्त्वाचे ठरते. म्हणून प्रसार माध्यमाचे थोडक्यात, आपण त्याचे स्वरूप वर पाहिलेच आहे. आता मराठी भाषा आणि प्रसारमाध्यमे यांचा समन्वय कसा साधला जातो ते पाहणे महत्त्वाचे आहे.

भाषा हे संपर्काचे माध्यम आहे. भाषेचा उपयोग कसा केला जातो हे महत्त्वाचे आहे. भाषेच्या माध्यमातून आपण आपल्या व्यक्तिमत्त्वाचा विकास साधत असतो. यासाठी आपणाला भाषिक कौशल्य माहीत असणे महत्त्वाचे आहे. यामध्ये श्रवण, वाचन, संभाषण, लेखन व भाषण इ. प्रसार माध्यमांमध्ये भाषेला अनन्य महत्त्व आहे. बोलीभाषा हे मानवाच्या अप्रगत काळापासून त्यांच्या विचारांना-भावनांना प्रतिबिंब करणारे माध्यम आहे. मुद्रित असो अन्य कोणतेही प्रसारमाध्यम असो माहिती देण्याचे काम भाषेच्या माध्यमातून होते, म्हणून भाषेला महत्त्व आहे.

भाषा आणि समाज यांचे नाते नाजूक आहे. श्रमिकांची, श्रीमंतांची उद्योगधंद्यातील कामगारांची आणि पोटाला भरपूर मिळवणारांची भाषा ही वेगवेगळ्या पद्धतीने जोखता आली पाहिजे तरच त्या भाषेला सौंदर्य प्राप्त होते. एका विचारवंताने भाषेचे सारसत्त्व सांगताना म्हटले आहे की, कोणताही ज्ञानव्यवहार हा भाषेचा खिडकीतून होत असतो. तो घेताना प्रकृति-संकल्पना समजून द्यावी लागते. विचार सौंदर्य आणि त्याची परिणामकता एका विशिष्ट मापदंडाने तोलायची असेल तर पहिल्यांदा मराठी भाषेचा सृजनशील वापर एवढाच विचार करावा लागेल. म्हणून जनसंपर्क माध्यमासाठी लिहिणाऱ्या लेखकाची या माध्यमाची व्याप्ती व सर्वसमावेशकता नेहमीच लक्षात ठेवावी लागते.

व्यावहारिक मराठी आणि प्रसारमाध्यमे : भाषांतर व शास्त्रीय वाङ्मय

निरंजन घाटे

भाषांतर आणि शास्त्रीय वाङ्मय यासंबंधात म्हणजे भाषांतराबद्दल, शास्त्रीय वाङ्मयाबद्दल आणि या दोहोंच्या परस्पर संबंधांबद्दल बऱ्याच जणांच्या मनात बरेच गैरसमज दृढ आहेत. असे मला वेळोवेळी अनुभवास येते. त्यातला एक गैरसमज मी आधी विचारार्थ घेतो आणि मग इतर बाबींकडे बघतो. हा गैरसमज म्हणजे विज्ञान वाङ्मय प्रौढांसाठी नसते. मघाशी माझ्या आधीचे वक्ते विज्ञान वाङ्मय प्रौढांसाठी नसते, असे म्हटलं की सोयीस्करपणे ते वाचायची जबाबदारी टाळता येते, असा मी लावतो.

अलीकडच्या काळात म्हणजे १९८५ नंतरच्या विज्ञान आणि तंत्रज्ञान प्रगतीविषयी लिहिताना स्त्री-पुरुष संबंधांत झालेले, होत असलेले आणि होऊ घातलेले संभाव्य परिणाम त्यांच्याबद्दल अपरिहार्यपणे लिहिणं भाग पडते. जागतिक दळणवळण क्रांतीमुळे कोणताच वैज्ञानिक परिणाम एका देशापुरता सीमित राहू शकत नाही. त्याचे एक उदाहरण मी येथे घेतो ते बाल वाचकांसाठी आहे की प्रौढांसाठी हे ज्याचे त्याने ठरवावे. मूळ घटना जपानमधली आहे. जपान हा देश तसा आकाराने लहान आहे. प्रामुख्याने जपानमधील शहरांमध्ये जागेची जबरदस्त आघाडीवर असलेला देश आहे. ह्यामुळे शहरात राहणाऱ्या जपानी तरुण पिढीपुढे 'लग्न' ही समस्या कशी सोडवायची ही चिंता असते. लग्नायोग्य वयाच्या तरुण तरुणींना लग्न करायचे असते; पण लग्न केल्यानंतर जोडीनं राहून संसार करायला जागाच उपलब्ध नसते.

तंत्रज्ञानातील प्रगतीत जपानने सर्व जगाला मागे टाकलेले आहे. त्यामुळे ह्या प्रश्नावर त्यांनी एक अजब तोडगा शोधून काढला. त्यांनी यांत्रिक बाहुला-बाहुलीची निर्मिती केली. त्या बाहुल्या मानवी आकाराच्या होत्या. जपानी सौंदर्य निकषांवर उतरणाऱ्या होत्या. त्यांना सुरू करायची आणि बंद करायची सोय होती (आणि आहे.) त्यांची शब्दमर्यादा त्यांच्या कार्यापुरती मर्यादित होती. तसेच त्या सुरू केल्यानंतर त्यांच्या शरीराचे तापमान मानवी शरीराशी मिळतेजुळते होत असे. त्या योग्य त्या हालचाली करू शकतील अशी व्यवस्थाही त्यात होती. (आता ह्या बाहुल्यांच्या सुधारित आणि अधिक कार्यक्षम आवृत्त्या

बाजारात आल्या आहेत, म्हणून त्यांचा भूतकाळातला उल्लेख.) त्या तशा स्वस्त होत्या. मुख्य म्हणजे त्या बंद करून ठेवल्या की निमूटपणे कोपऱ्यात उभ्या राहत. परगावी त्या सहजपणे घडी करून नेता येते.

त्या अमाप खपल्या. जपानी तरुण स्त्री-पुरुषांनी हे यांत्रिक जोडीदार आपलेसे केले. त्यांची लैंगिक भूक भागत नव्हती, भांडणांना वाव नव्हता, इतर सांसारिक कटकटी नव्हत्या. एकदा विकत घेतल्यावर पुन्हा खर्च करायची गरज नव्हती. त्यामुळे जपानमध्ये (तरुण-तरुणींच्या) लग्नांची नोंदणी करणारी कार्यालये ओस पडली. ह्याचे कारण हे खायला प्यायला काही न मागणारे आणि इतर सांसारिक कटकटी न करणारे जोडीदार सोडून मानवी जोडीदारांमध्ये आर्थिक आणि मानसिक गुंतवणूक करायला जपानी तरुण-तरुणींनी नाराजी दर्शविली. अखेरीस अशा तरुण तरुणींचे मानसिक समुपदेशन करण्यासाठी जपानी शासनाने मानसशास्त्रज्ञांची मदत घेतली. ह्याबाबतचा लेख आणि ह्या वास्तवावर लिहिलेली कथा, ही निश्चितच प्रौढ वाङ्मयात समाविष्ट होईल असे मला वाटते. माझ्या, तसेच सुबोध जावडेकर, डॉ. अरुण मांडे, डॉ. फोंडके त्यांच्या अनेक कथा स्त्री-पुरुष संबंधांचे भवितव्य तपासतात, भाड्याचे गर्भाशय हा विषय इ.स. १९८५ पासून मराठी विज्ञान वाङ्मयात लेख आणि विज्ञानकथांमधून चर्चेत आहे, अशी अनेक उदाहरणे आहेत. मराठी साहित्यात 'ठोकून देते ऐसा जे' अशी विधान करणाऱ्यांचा एक फार मोठा वर्ग आहे. मराठीत प्रौढांसाठी विज्ञान वाङ्मय नाही, असे म्हणणे हा यातलाच प्रकार आहे. वरील विषयांवरील लेख वा कथा ह्या बालवाङ्मय असतील तर मराठी बालवाचक फारच प्रगल्भ झाले असून आपल्या पिढीला त्यांनी बालवयातच मागे टाकलेय असे म्हणावे लागेल.

विज्ञान वाङ्मयाबद्दल आणखी एक गैरसमज असतो तो म्हणजे विज्ञानलेख हे बहुधा भाषांतरित असतात. मला स्वत:ला सुरुवातीच्या काळात हे फार वेळा ऐकून घ्यावे लागले होते. ''तुमचे बरे आहे, इंग्रजी मासिक घ्यायचे आणि त्यातला लेख मराठीत अनुवाद करून छापले की काम झालं. मी त्या लोकांना एक किंवा दोन इंग्रजी अंक देऊन 'एका आठवड्यात ह्यातला एखादा लेख अनुवाद करून द्या, मात्र तो मराठी वाटायला हवा' असे सांगायचो. ते मग सरळ यायचे. विज्ञानलेखन इतके सोप्पे नसते. विशेषत: स्थानिक भाषेत लिहिताना सामान्य वाचकाला समजेल अशा भाषेत एखाद्या विषयावर लिहिणे, ही बऱ्यापैकी तारेवरची कसरत असते. ही कसरत सरावानेच साध्य होणारी असते. ह्यासाठी जो विषय आपण निवडतो त्या विषयाची माहिती; इंग्रजी/अमेरिकन भाषेचे बारकावे माहीत असणे आणि मराठीवर प्रभुत्व अशा तीन डगरींवर हात ठेवावे लागतात. त्यात थोडी विनोदाची झालर लावता आली तर अधिक चांगले. आता मराठीतल्या विविध वृत्तपत्रांमधून बरेच विज्ञान लेखक लिहितात. मात्र त्यातल्या

काही थोड्याच लेखकांना खूप मागणी आहे, ह्याचे आणखी एक कारण म्हणजे विश्वासार्हता.

ही विश्वासार्हता मिळवणे अवघड असते आणि टिकवणे त्याहून अवघड असते. वर्षांनुवर्षे लेखनात अचूकता आणण्यासाठी कष्ट घेतल्यानंतर अनावधानाने झालेली एक चूक सर्व तपश्चर्या मातीत मिळविते. ह्यासाठी विज्ञान लेखन करताना ज्या विषयावर लिहायचे त्या विषयासंबंधीचे किमान प्राथमिक ज्ञान, त्या विषयाचा तात्कालिक संदर्भ, त्याचबरोबर त्या विषयाचे फायदे तोटे ह्यांची पार्श्वभूमीही लक्षात घ्यावी लागते. आजकालच्या 'पेड न्यूज'ची बरीच चर्चा होते. बऱ्याच देशांमध्ये वैज्ञानिक संशोधन हे सरकारी अनुदानावर अवलंबून असते. असे असले तरी अलीकडच्या काळात विद्यापीठांनी खाजगी क्षेत्राचे प्रायोजकत्व घ्यायला सुरुवात केली आहे, तसेच सरकारी मदतीवर चालणाऱ्या शासकीय आणि निमशासकीय संस्थांनाही खाजगी औषधी व इतर वैद्यकीय संशोधनाशी संबंधित असलेल्या व्यापारी संस्थांचे प्रायोजकत्व लाभते. शेती, रसायने ह्या क्षेत्रांतही हे दिसते. बरेचदा हे विशिष्ट दृष्टिकोण मांडणारे लेख वृत्तपत्रांमधून पेरतात.

ज्या विज्ञान लेखकांचं वाचन चौफेर असते, जगात इतरत्र काय चाललेय ह्याची ज्या लेखकाला कल्पना असते, ते लेखक असे पेरलेले लेख ओळखू शकतो. मग त्या लेखात सांगितलेल्या बाबींबरोबर झाकून ठेवलेल्या मुद्द्यांचाही उहापोह करून त्याला त्याचा लेख समतोल बनवता येतो. मराठी वाचक अशा अभ्यासपूर्ण लेखनाला नेहमीच दाद देतात; हेही अनुभवास येते. त्याचबरोबर जे लेखन वरवरचे असते, उथळ असते, त्या लेखनाबरोबर लेखकाकडेही दुर्लक्ष केले जाते. आजची तरुण पिढी विज्ञानासंबंधीचे लेख लक्षपूर्वक वाचते. चुका ओळखते. ह्या इंटरनेट पिढीला भोंगळपणा चालत नाही. त्यामुळेच ज्यांच्या लेखनात दम नाही असे विज्ञान लेखक आपोआप मागे पडतात.

विज्ञान लेखन हे जसे एक आव्हान आहे, त्याचप्रमाणे विज्ञानलेखनामुळे आनंदही मिळतो, असा माझा वैयक्तिक अनुभव आहे. त्यामुळेच मी एवढे सातत्याने लिहीत आलो आहे. वाचकांची दाद जशी लेखनासाठी आवश्यक ठरते त्याचबरोबर लिहिताना मिळणारा आनंद हाही तितकाच महत्त्वाचा ठरतो. केवळ लिहायचे म्हणून लिहिलेला लेख आणि जो लेख लिहून खरोखरच आनंद मिळाला असा लेख ह्यातील फरक जसा लेखकाला जाणवतो तसाच तो वाचकालाही जाणवतो. जो लेख मनापासून लिहिला जातो तो वाचकांच्या दीर्घकाळ लक्षात राहतो. मला हे वेळोवेळी जाणवते. बरेचदा एखादी घटना घडल्यानंतर लगेचच वृत्तपत्रांना लेख हवा असतो अशावेळी हाताशी असलेले संदर्भ बघून असा लेख लिहिला जातो. गेली सुमारे पंचेचाळीस वर्षे लिहीत असल्याने आणि विज्ञानाची

आवड असल्यामुळे असे लेख लिहिता येणे शक्य होते; पण विज्ञानविषयक सदर चालविताना जेव्हा आपल्या आवडीचा विषय घेऊन आपण लिहितो तेव्हा वाचक त्याला अधिक दाद देतात, असा माझा अनुभव आहे. 'किस्त्रीम'च्या दिवाळी अंकात लिहिलेले 'सुपर कॉम्प्युटरचा बाप मेंदू'च्या लेखासह मेंदूविषयक अनेक लेख अशी दाद देऊन गेले आणि आज इतक्या वर्षांनंतरही ते लोकांच्या लक्षात आहेत, हे मला महत्त्वाचे वाटते.

''विज्ञान लेखन हा पैसे मिळविण्यासाठी उपयुक्त व्यवसाय आहे का?''असा एक प्रश्न मला मध्यंतरी विचारला गेला. एकट्या व्यक्तीला जरी त्या प्रकारच्या लेखानमुळे जगण्यापुरते पैसे मिळाले तरी संसार चालवायला, ह्या प्रकारचे लेखन उपयुक्त नाही; हे खरे. जर जोडीदार नोकरी करणारा असेल तर मात्र व्यवसाय म्हणून हे लेखन उपयुक्त ठरू शकते. ह्याचे एक कारण म्हणजे अशा प्रकारच्या लेखांचे आणि विज्ञान कथांचे संग्रह प्रकाशक काढतात; आणि त्यांच्या आवृत्त्याही निघत राहतात. ह्याचबरोबर व्याख्यानांना सातत्याने मागणी असते त्यावेळी साधारणपणे लेखकाला विद्वान मानण्याकडे वाचकांचा कल असतो. प्रत्यक्षात लेखक विद्वान असतो का? हा प्रश्न माझा मलाच नेहमी पडतो.

अशा प्रकारच्या लेखनासाठी खूप अभ्यास करावा लागतो; हे खरे आहे. ज्या विषयाबद्दल लिहायचे त्याची माहिती करून घ्यावी लागते, त्यासाठी बरेच संदर्भ वाचावे लागतात, हेही खरे आहे; पण तरीही विद्वान हा शब्द आपल्याकडे वापरताना म्हणावी तशी काळजी घेतली जात नाही, असे मला वाटते. कदाचित मी चुकतही असेन; पण विद्वान म्हणजे एखाद्या विषयाचे सखोल ज्ञान असलेली व्यक्ती, असे मला वाटते. विज्ञान लेखकाला बऱ्याच विषयांची थोडी थोडी माहिती असते. ती अगदी वरवरची नसली तरी त्या विषयातील सूक्ष्म बारकाव्यांची जाणीव त्याला असेलच ह्याची खात्री देता येत नाही. ह्यामुळे बहुतेक विज्ञान लेखक हे माहीतगार असले तरी ते विद्वान नसावेत, असा मी माझ्यावरून अंदाज करतो. काही जण एखाद्या विषयाचे अभ्यासक असतात. त्या विषयाची आयुष्यभर उपासना करतात. फक्त त्याच विषयावर लिहितात, अशा लेखकांच्या विद्वत्तेबद्दल मला शंका नाही; पण माझ्यासारखे माहिती वाचकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम करणारे हे विद्वान नव्हेत, असे मला वाटते. असे असले तरी 'अचूकता' ह्या कसोटीत सर्वांनीच उत्तीर्ण व्हावे, असे मला वाटते. त्याला अपवाद करू नये.

आता एका महत्त्वाच्या मुद्द्याकडे मी वळतो. तो म्हणजे पारिभाषिक शब्द. आपल्याकडे पारिभाषिक शब्दांचा बराच बाऊ केला जातो. मराठीत विज्ञान–तंत्रज्ञान शिकविण्यासाठी पुरेसे शब्दभांडार उपलब्ध नाही, असे म्हटले जाते. हा बागुलबुवा ज्यांना मराठी भाषा समृद्ध करण्यासाठी कष्ट करायची इच्छा नाही,

त्यांनी उभा केलेला आहे, असे मला वाटते. इ.स. १९१०च्या सुमारास रानडे यांचा जो द्विखंडात्मक शब्दकोश रचला गेला, त्यात विज्ञान आणि तंत्रज्ञानाशी संबंधित शब्दांचा मोठ्या संख्येने समावेश आहे. त्याच सुमारास महाराष्ट्र साहित्य परिषद पत्रिकेतही पारिभाषिक शब्द वापरले जात होते. त्याआधी म्हणजे इ.स. १८३३ मधील सिद्धपदार्थ विज्ञानांच्या अखेरीस (सिद्धपदार्थ विज्ञानविषयक संवाद) पारिभाषिक शब्दांची सूची देण्यात आलेली आहे. त्यानंतर म.सा.प. सृष्टिज्ञान, पुणे विद्यापीठ, विश्वकोश आदी विविध प्रकारचे शब्दकोश उपलब्ध आहेत. महाराष्ट्र शासनानेही पारिभाषिक शब्दकोश प्रसिद्ध केलेले आहेत. ह्या सर्वांमध्ये एकसूत्रता आणण्याची गरज आहे. पुण्यातील एक उद्योजक श्री. दाहाळकर यांनी याबाबत एक तोडगा सुचविला आहे. इंग्रजी शब्द घ्या, त्यांना मराठी व्याकरणाचे नियम लावून वापरा; असा त्यांचा म्हणण्याचा मथितार्थ आहे. त्यांच्या कारखान्यात येणाऱ्या कामगारांना इंग्रजी येत नाही, त्यामुळे तो मराठीत बोलतो. यंत्रांच्या भागांची नावं हा कामगार इंग्रजीमध्ये जी आहेत तीच वापरतो. लेथ पुसून घ्या, ड्रिलिंग मशीन चालू करा, मिलिंग मशीन बिघडली आहे, बरेचदा कामगार 'मिशिन'ही म्हणतात. हे जे शब्द रूढ आहेत, तसेच्या तसे वापरायला काय हरकत आहे. नाहीतरी टेबल, शर्ट, पँट, सायकल, स्कूटर हे शब्द आपण पँटीला बटण लावायचंय, टेबलावर पेपर ठेवलाय, शर्टाच्या खिशात पाकीट ठेवलंय, असे करून वापरतोय. शुद्ध मराठीचा आग्रह धरला नाही तर विज्ञान तंत्रज्ञान मराठीत शिकवणे अवघड नाही. गुजरात, उत्तर प्रदेश, कर्नाटक, केरळ आणि इतरही अनेक राज्यांत अगदी पीएच.डी.पर्यंत विज्ञान, अभियांत्रिकी आणि वैद्यकीय शिक्षण हे त्या त्या भाषेतून दिले जाते. ज्यांना परदेशी जायचेय ते त्या त्या देशाची भाषा वेगळी शिकतात. जर जपानी, जर्मन, फ्रेंच, रशियन भाषा पदवी घेता घेता विद्यार्थी शिकू शकतात; तर ते इंग्रजीही तशीच शिकू शकतील. महाराष्ट्रात इंग्रजीचे जेवढे लांगूलचालन केले जाते, तसे ते भारतातील दुसऱ्या कोणत्याही प्रांतात होत नाही. आपल्याला मात्र आपली मातृभाषा बोलण्यात अमाप न्यूनगंड वाटतो. बरे आपण जे इंग्रजी बोलतो ते ऐकून इंग्रज पळून गेले, असे म्हणतात ते मुळीच खोटे वाटत नाही. इंग्रजी माध्यमातली मुलेही इंग्रजीतले अपशब्द तेवढेच सराईतपणे बोलतात. ते जे चुकीचे बोलतात, त्याला ते आणि आपण अमेरिकी भाषा म्हणतो एवढेच.

विज्ञान लेखन करताना जेव्हा इंग्रजी शब्दाला चांगला प्रतिशब्द सुचतो तेव्हा असेल तर इतरही तो वापरू लागतात. मात्र असा शब्द वापरताना त्यापुढे तो ज्या इंग्रजी शब्दासाठी वापरलाय तो नोंदवायची मी खबरदारी घेतो. असे जर सर्वच विज्ञान लेखकांनी केले तर मराठी भाषेच्या समृद्धीस नक्कीच हातभार लागेल.

अलीकडच्या काळात 'पेड न्यूज' किंवा 'पेरलेली बातमी' ह्या बाबीचा

बराच ऊहापोह होतो आहे. बऱ्याच औषधी कंपन्या, शेतीविषयक उत्पादने करणाऱ्या कंपन्या हा उद्योग करतात. किंबहुना हे झाकून ठेवण्यात त्या राजकारणी लोकांच्या मानाने खूप जास्त प्रमाणात यशस्वी ठरतात; असे दिसते. ह्यासाठी विज्ञान लेखकाने विषय निवडल्यानंतर त्या विषयाच्या दोन्ही बाजू ऐकून घेऊन आणि वाचून मग त्या दोन्ही बाजू जनतेसमोर मांडण्याची खबरदारी घ्यायला हवी, असे मला वाटते.

मला ह्या चर्चासत्रात माझे विचार मांडण्याची परवानगी दिली, ह्याबद्दल संयोजकांचे मी आभार मानतो, धन्यवाद!

ᘐᘑ

भाषांतर, रूपांतर, अनुवाद, लेखन कौशल्य

प्रा. डॉ. बाबासाहेब शेंडगे

आपला भारत देश अनेक भाषांचा देश आहे. अशा बहुभाषिक देशामध्ये विचारांची देवाणघेवाण होणे आवश्यक आहे. साधारणपणे श्रवण, भाषण, संभाषण वाचन, लेखन ही चार मूलभूत कौशल्ये आहेत. त्यामध्ये भाषांतर करणे हे प्रमुख कौशल्य आहे.

ज्ञानाच्या कक्षा झपाट्याने वाढत आहेत. हे ज्ञान अधिक समृद्ध होण्यासाठी एका भाषेतील ज्ञान दुसऱ्या भाषेत संग्रहित करावेच लागते. म्हणूनच भारतासारख्या बहुभाषिक देशात भाषांतराची गरज पदोपदी जाणवते.

''भाषांतर म्हणजे एका भाषेतील मजकूर त्याचा आशय आणि अभिव्यक्तिजन्य अनुभव यांसह दुसऱ्या भाषेत उतरविण्याची प्रक्रिया.'' थोडक्यात एका भाषेतील आशय किंवा भाव दुसऱ्या भाषेत संक्रमित करणे म्हणजे भाषांतर. भाषांतर ही जशी कला आहे तसे ते शास्त्र आहे.''

भाषांतराचे वर्गीकरण १. मूल्यनिष्ठित भाषांतर, २. लक्ष्यनिष्ठित भाषांतर असे केले जाते. मूळ भाषेतील शब्दरचना, वाक्यरचना यांचे तंतोतंत अनुकरण म्हणजे मूल्यनिष्ठ भाषांतर तर लक्ष्य भाषेत शब्दरचना, वाक्यरचना, शैली भिन्न असते मात्र मूळ भाषेतील आशयाला अनुसरूनच भाषांतर केले जाते. त्याला लक्ष्यनिष्ठ भाषांतर असे म्हणतात.

''आजच्या काळात भाषांतराला खूप मोठे महत्त्व प्राप्त झाले आहे. विज्ञानातील अनेक शोधांनी जग जवळ आले आहे. वृत्तपत्रे, आकाशवाणी, दूरदर्शन या संपर्कमाध्यमांनी जगाचा कानाकोपरा उजळून टाकला आहे. केबल, टी.व्ही. तर जगातील भिन्न भाषिक लोकांच्या जीवनपद्धती व संस्कृतीचे वस्तुनिष्ठ दर्शन नित्य घडवीत आहे. या संपर्क माध्यमांमुळे निरनिराळ्या देशांतील भाषा, संस्कृती, जनजीवन यांचा जवळून परिचय होत आहे. त्यामुळे मानवाचे अनुभवाचे क्षेत्र व ज्ञानाच्या कक्षा रुंदावत आहेत. मानवी जीवन व्यवहारात भाषा-भाषांतील विचारांची देवाणघेवाण आवश्यकच झाली आहे.

भाषांतर करताना भाषांतर करायला दोन भाषा याव्या लागतात. या दोन भाषांचे व्याकरण, वाक्प्रचार, म्हणी, शब्दसंग्रह, वैचारिक भूमिका, सामाजिक,

सांस्कृतिक व वाङ्मयीन संकेत या गोष्टींची शास्त्रशुद्ध माहिती पाहिजे. भाषांतर कोणासाठी व कशासाठी केले जात आहे हे त्याला माहिती पाहिजे. ''भाषांतरित लेखनाचा एक महत्त्वाचा विशेष म्हणजे ते भाषांतरित असूनही भाषांतरित आहे असे वाटता कामा नये. ज्या भाषेतून ते लेखन आलेले असते त्या भाषेचा पुसटसासुद्धा ठसा न उरू देता ज्या भाषेत ते लेखन भाषांतरित होत आहे, त्या भाषेतील ते स्वतंत्र लेखन आहे असे वाटणे हा भाषांतराच्या कौशल्यातील प्रमुख विशेष म्हणून सांगावा लागेल.''[३]

अशा प्रकारे एकंदरीत तत्कालीन जगताला आकार देणारी 'भाषांतर' ही एक महत्त्वाची कृती मानली गेली जात आहे. जॉन ड्रायडनने भाषांतराचे तीन प्रकार सांगितले – (१) शब्दानुभव (Metaphase) (२) अर्थानुवाद (Paraphase) (३) आशयानुवाद (Imitation). यातील दुसरा प्रकार ड्रायडनला महत्त्वाचा वाटतो.

थोडक्यात भाषांतर झाल्यानंतर मूळ ग्रंथाची पूर्ण कल्पना यावी. भाषांतरकाराची शैली मूळ ग्रंथकर्त्याप्रमाणेच असावी, सहजता असावी.

भालचंद्र नेमाडे यांच्या मते, ''भाषांतर ही एक संहितेचे एका भाषिक सांस्कृतिक आवरणातून दुसऱ्या भाषिक–सांस्कृतिक आवरणात स्थानांतरण करणारी भाषिक प्रक्रिया आहे.''

भाषांतर ही एक प्रक्रिया असली तरी भाषांतर ही अशक्य मात्र नाही. मूळातील आशयाचे विश्लेषण, त्या अनुभवाचे स्वतःच्या भाषेत अनुभवान्तरण आणि शेवटी स्वभाषेत केलेले त्याचे पुनर्रचन असा भाषांतराचा प्रवास होत असतो.

रूपांतर (To Change Convert) भाषांतरामध्ये मूळ आशय लक्ष्य भाषेत शब्दश: आणला जातो. पण काही व्यावहारिक कारणामुळे मूळ संहितेची शब्दश: प्रतिनिर्मिती शक्य नसते त्यावेळी लक्ष्य भाषेत फक्त तिचा स्थूलाशय आणण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्याला रूपांतर म्हणतात.

भाषांतरामध्ये तीन प्रकार संभवतात.

१. शब्दश: भाषांतर : यामध्ये वाचकाला लेखकाकडे न्यायचे असते.

२. दुसऱ्या शब्दांत तोच अर्थ सांगणे यात मुळातला अर्थ विस्तारून सोपा करून सांगायचा असतो.

३. मूळ कृतीचे आपल्या भाषेच्या अंगाने अनुकरण करणे यात लेखकाला वाचकाकडे आणायचे असते. यामध्ये मूळ कृतीमधील अर्थ आणि मूळ कृतीचे रूप यांना बाजूला सारून भाषांतरकार त्यात स्वतःचा अर्थ निर्मिलेली वेगळी रूपे घालू शकतो. या प्रकारामध्ये मूळ कृती फारच दूर टाकली गेली तर भाषांतर रूपांतराकडे झुकते.

थोडक्यात असे म्हणता येईल की, दुसऱ्या भाषेतील साहित्यकृतीचा आकृतिबंध तसाच ठेवून बाकीचे अर्थाचे आणि रूपाचे बारकावे वगळणे, बदलणे नव्याने आणणे म्हणजेच रूपांतर होय. उदा. मर्फीच्या 'ऑल इन द रॉंग' या नाटकाचे 'संशयकल्लोळ' हे देवलांनी केलेले मराठी रूपांतर होते. या नाटकाचे रूपांतर मूळ नाटकाशी तुलना करता फारच बेताचे झाले आहे.

रूपांतराचा दुसरा प्रकार म्हणजे एका भाषेतील साहित्यकृतीचे त्याच भाषेतील दुसऱ्या साहित्य प्रकारामध्ये रूपांतर करणे. उदा. श्री. ना. पेंडसे यांच्या 'गारंबीचा बापू' या मूळ कादंबरीचे नाटकात रूपांतर किंवा जयवंत दळवी यांच्या 'महानंद' या कादंबरीचे 'गुंतता हृदय हे' या नाटकात केलेले रूपांतर या पद्धतीचे रूपांतर अवघड असते.

रूपांतराचा तिसरा प्रकार म्हणजे एका माध्यमातून दुसऱ्या माध्यमात होणारे रूपांतर– उदा. कथेचा चित्रपट करणे. काव्यातील वर्णनाचे चित्रपटमाध्यमातून दृश्यीकरण करणे; कवितेचे चित्रपट गीत होणे अशी माध्यमांच्या संदर्भातील रूपांतरेही दिसून येतात.

१. रूपांतरात रूपांतर कार्याला भरपूर स्वातंत्र्य असल्याने भाषांतरापेक्षा त्यात कलानिर्मितीला अधिक वाव असतो.

२. रूपांतर करताना स्वतःच्या खास प्रस्तुतीकरणाच्या पद्धती असतात. त्या दुसऱ्या सहित्य प्रकारात रूपांतर करताना तशाच स्वरूपात सापडत नाहीत. उदा. कादंबरीतील वर्णन आणि नाटकातील वर्णन यात भिन्नता आढळते.

३. रूपांतरात भाषा, साहित्यप्रकार आणि माध्यम या तीनही बाबतींत बदल होतो.

अनुवाद :

ज्ञान, तंत्र, विचार आणि समाचार यांची त्वरित देवाणघेवाण हे प्रगतशील मानवी जीवनाचे आवश्यक अंग बनले आहे. विचाराच्या देवाण घेवाणी समान भाषेत असेल तर अडचण येत नाही. पण देणाऱ्याची भाषा घेणाऱ्याच्या भाषेपेक्षा भिन्न असेल तेव्हा भाषेची अशावेळी अडचण निर्माण होते. संपर्क झाला पण भाषा व्यवहार अडला तेव्हा भाषिक अनुवादाची गरज भासते.

अनुवादाच्या दोन पद्धती आहेत. १. मौखिक अनुवाद, २. लिखित अनुवाद.

या दोन्ही पद्धती स्मरणशक्ती, ग्रहणशक्ती, समरसता, सहजता या क्षमतेवर अवलंबून असतात.

मौखिक अनुवाद :

भाषेत तात्काळ, सलग व यथार्थ असे मौखिक रूपांतर म्हणजे मौखिक अनुवाद. मौखिक अनुवादाचे प्रकार व कार्यक्षेत्रे– जनतासंपर्क सेवा, पर्यटन

सेवेचा भाग म्हणून अनुवाद सेवा, दूरभाषित अनुवाद माध्यम सेवा, संगणकामार्फत भाषांतर व अनुवाद सेवा, विवक्षित नैपुण्ययुक्त अनुवादसेवा, समूह संबोधन अनुवाद अशा प्रकारे अनुवाद सेवा आहे.

लिखित अनुवाद :

अनुवाद कशाचा आणि कोणासाठी या दोन प्रश्नांच्या अनुरोधाने अनुवादाचे काम करावे लागते.

वृत्तपत्रीय लेख, अहवाल, जाहिराती इत्यादी वाङ्मयांचा अनुवाद झपाट्याने व मोठ्या प्रमाणावर होतो.

अनुवाद लेखनाच्या आशयाच्या भाषाशैलीच्या, भाषिक रूपाच्या, औपचारिक अनौपचारिक परिभाषाकेंद्री विचारगर्भ, संवादर्थक अशा वेगवेगळ्या प्रकारे करावा लागतो. जाहिराती, पर्यटन, रहदारीच्या सूचना हे एक अनुवादातील जिवंत क्षेत्र आहे. येथे सुटसुटीतपणा आणि तात्काळ आकलन ही गरज असते. नेमकेपणा महत्त्वाचा असतो.

थोडक्यात विशिष्ट संदर्भात, विशिष्ट उद्दिष्ट बाळगून विशिष्ट वाचकवर्ग डोळ्यासमोर ठेवून साधलेला अनुवाद योग्य होय. तंतोतंत बिनचूक अनुवादापेक्षा सुयोग्य अनुवाद महत्त्वाचा असतो.

भाषांतर केवळ आनंदच देत नाही तर अन्य भाषिक संस्कृतीचा, समाजाचा, कलेचा, कर्तृत्ववान व्यक्तीच्या चरित्राचा, ज्ञानाचा परिचय करून देते. संपूर्ण जग हे आता अतिशय जवळ येऊ लागले आहे. या जगात अनेकविध भाषा बोलल्या जातात. या सर्व भाषा बोलणाऱ्या समाजामधील अद्यावत ज्ञानाची, संशोधनाची ओळख होणे गरजेचे आहे म्हणून त्यासाठी भाषांतर, रूपांतर, अनुवाद या लेखनेकौशल्याची फार मोठी मदत होणार आहे.

संदर्भ व टीपा :

१. डॉ. कल्याण काळे, डॉ. अंजली सोमण – 'भाषांतर मीमांसा' (संपा.) अरुण पारगावकर, प्रतिमा प्रकाशन, पुणे – १९९७. पृ. ११

२. डॉ. सयाजीराव मोकाशी, प्रा. सौ. रंजना नेमाडे, 'व्यावहारिक मराठी' – शेतकरी साहित्य इर्जिक (परिषद) महाराष्ट्र, २००२, पृ. ८२.

३. डॉ. लीला गोविलकर, डॉ. जयश्री पाटणकर, 'व्यावहारिक मराठी', श्री. एल. व्ही. तावरे, स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे २००४, पृ. १३२.

४. भालचंद्र नेमाडे, 'भाषांतर मीमांसेचे स्वरूप', नवभारत, ऑगस्ट १९८३, पृ. २७.

प्रसारमाध्यमातील नोकरीच्या संधी

प्रा. डॉ. स्नेहल तावरे

आधुनिक काळात प्रसारमाध्यमांचा विलक्षण प्रभाव जनमानसावर पडलेला दिसून येतो. जागतिककरणाचा उद्घोष आणि प्रसारमाध्यमे यांचे अतूट साहचर्य आहे. प्रसार माध्यमातील लोकप्रिय गोष्ट कोणती असेल तर पत्रकार आणि पत्रकारिता. या पत्रकारांची समाजातील सर्वच वर्गांना सतत ओढ असते. किंबहुना ज्यांना 'सेलिब्रेटी' म्हणून ओळखले जाते त्यांच्याप्रमाणेच पत्रकारांचे महत्त्व सध्या वाढू लागले आहे. पत्रकार हे विविध क्षेत्रातील असतात.

महाराष्ट्रात १८३२ साली 'दर्पण' कार जांभेकर यांनी पत्रकारितेचा श्रीगणेशा केला. लो. टिळक-आगरकर यांच्या काळात राजकीय-सामाजिक दृष्टीने पत्रकारिता उदयास आली. डॉ. बाबासाहेब आंबेडकरांनी 'मूकनायक' हे पत्र दलितांच्या उद्धारासाठी सुरू केले. सामाजिक-राजकीय यांची पार्श्वभूमी असल्यामुळे प्रचंड लोकप्रियता पत्रकारितेला मिळाल्याचे लक्षात येते.

पत्रकारितेची आवड असल्यामुळे काहींनी दूरदृष्टीने साप्ताहिके, वर्तमानपत्रे सुरू केली. यामध्ये आचार्य अत्रे (मराठा/ नवयुग), ना. भि. परुळेकर (सकाळ/ स्वराज्य), बाळासाहेब ठाकरे (मार्मिक/ सामना), गणपतराव जाधव, (पुढारी), निळुभाऊ खाडिलकर (नवाकाळ) इ. संपादकांनी यशस्वीरित्या वर्तमानपत्रे चालविली. काळाच्या ओघात दुसऱ्या पिढीने ते चालवले तर काही ठिकाणी उद्योगपती वा उद्योग समूहांनी ते विकत घेतल्याचे दिसून येते.

पत्रकार कोणकोणत्या क्षेत्रात काम करू शकतात

पत्रकार
- वृत्तपत्र
- पाक्षिक-मासिक
- दूरदर्शन (सरकारी-खाजगी)
- आकाशवाणी
- इंटरनेट /वेब

वरील सर्व क्षेत्रात पत्रकारांची नितांत आवश्यकता असते.

या क्षेत्रांपैकी एखाद्या क्षेत्रात प्रावीण्य संपादन करता येते. जागतिकीकरणात 'स्पेशलायझेशनला' महत्त्व प्राप्त झालेले आहे.

प्रावीण्याचे विभाग :

१) राजकारण

२) समाजकारण - सामाजिक संस्था

३) सिनेसृष्टी

४) नाट्यसृष्टी

५) अर्थ - उद्योग -शेअर बाजार

६) क्रीडा

७) आरोग्य

८) सांस्कृतिक

९) धार्मिक

१०) संरक्षण - युद्धविषयक

११) पर्यावरण

१२) विद्याशाखा - वाणिज्य- विज्ञानशाखा आणि त्यांच्या उपशाखा

१३) ग्रामीण

१४) परराष्ट्रीय

ही यादी अधिकही होईल. पण आपल्या पत्रकारितेचा ठसा उमटविण्यासाठी एखाद्या क्षेत्रातील अद्ययावत माहिती असणे आवश्यक ठरते. ज्यांना एकापेक्षा अधिक क्षेत्रांचा अभ्यास असतो असे पत्रकार यशस्वी होतात.

पत्रकार होण्यासाठी कोणत्या गुणांची- कौशल्याची आवश्यकता असते, हे पुढील आलेखावरून लक्षात येईल.

पत्रकार

१) बहुश्रुतपणा

२) अष्टावधानी -हजरजबाबी

३) चतुरस्त्र वाचन

४) सामाजिक बांधिलकी

५) अन्यायाची चीड/ न्यायाची चाड

६) भाषेचे ज्ञान (मराठी -हिंदी-इंग्रजी)

७) सकारात्मक दृष्टिकोण

पत्रकार
- ८) व्यावहारिक चातुर्य–निरीक्षणशक्ती
- ९) प्रभावी व्यक्तिमत्त्व – छाप पाडण्याचे कौशल्य
- १०) संभाषण कौशल्य
- ११) दैनंदिनी लिहिणे.

नोकरीच्या संधी :

१) पत्रकार – प्रसार माध्यमांतील विविध क्षेत्रात

२) वार्तासंकलक – वृत्तसंपादन – स्तंभलेखन – सदर लेखन – संपादन

३) सूत्रसंचालक (टॉक शोज)

४) भाषांतर

५) पटकथा लेखक

६) स्क्रीप्ट रायटर

७) उद्योग समूहाच्या 'हाऊस मॅगझीन' चे संपादन करणे.

८) मुलाखतकार

९) मुद्रितशोधक (प्रुफरीडर)

१०) डी. टी पी. ऑपरेटर

११) समीक्षक – परीक्षक (नाटक – सिनेमा – पुस्तके)

१२) फीचर रायटर (वृत्तलेख संपादक)

१३) 'वाणी' कोर्स (मराठीचे शब्दोच्चार शिकविणे.)

१४) निवेदक

१५) पत्रकार + छायाचित्रकार

१६) संगणकीय – इंटरनेट

या व्यतिरिक्त खालील क्षेत्रात नोकरीच्या संधी उपलब्ध होतात.

१) जाहिरात

२) छायाचित्रणकला

३) टी. व्ही. / रेडिओ इ. उपकरणे वापरण्याचे कौशल्य.

४) संगणकांवर प्रोग्रॅम्स करून देणे.

पत्रकारितेची व्यावसायिक मूल्ये :

१) एका क्षणात पत्रकार लाखो लोकांपर्यंत पोहोचू शकतो. म्हणून विधायक शक्तींना उत्तेजन व विघातक शक्तींना विरोध करणे आवश्यक असते.

२) बनावट बातम्या न देणे.

३) लोकशाहीची कदर राखणे.

पत्रकारितेचे क्षेत्र व्यापक आहे. १८० वर्षांचा इतिहास पत्रकारितेला आहे. अंगभूत कौशल्यांचा सुनियोजित वापर केल्यास पत्रकारितेमध्ये यश निश्चितच संपादन करता येईल.

पत्रकारितेचे फायदे :

१) आर्थिक

२) सामाजिक प्रतिष्ठा

३) प्रसिद्धी

४) सोयीसुविधा

५) परदेशप्रवासाच्या संधी (पंतप्रधानांसमवेत सुद्धा)

६) नैसर्गिक आपत्ती, दंगली, युद्ध, शपथविधी, सलामी इ. अनेक प्रसंगांचे साक्षीदार होण्याचा मान.

७) जनसंपर्क – जनताभिमुख व्यवसाय.

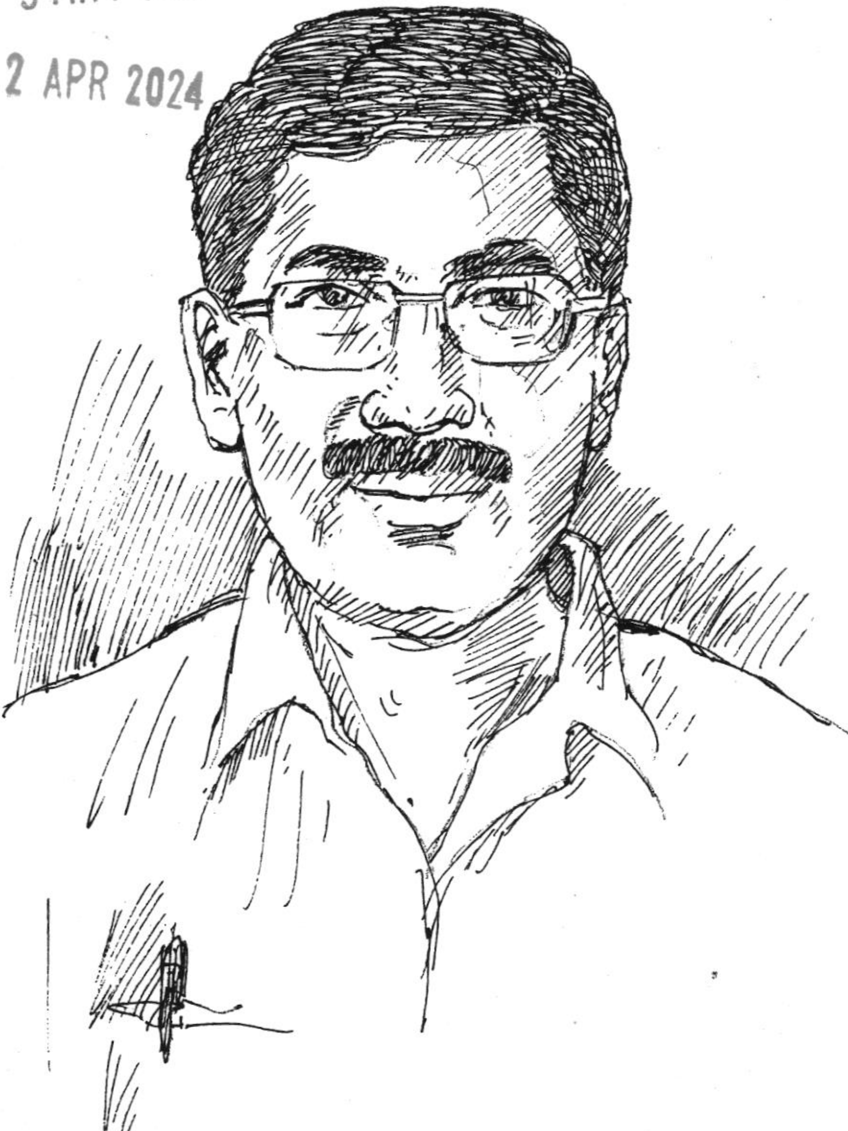
या सर्व बाबींचा विचार केल्यास प्रसारमाध्यमातील विविध प्रकारच्या नोकरीच्या संधी लक्षात येतात. पारंपरिक अभ्यासक्रमाबरोबरच प्रसारमाध्यमांचा आवाका लक्षात घेऊन जागतिकीकरणात आपणच आपल्या भवितव्याची दिशा निश्चित करणे योग्य ठरेल.

R5C6

-2 MAY 2017

9 MAY 2018

22 APR 2024



डॉ. भास्कर शेळके

सहयोगी प्राध्यापक व मराठी विभाग प्रमुख
श्री शिव छत्रपती महाविद्यालय, जुन्नर, जि. पुणे.
मोबा. ९८९०६८६५२१, ९८२२४४८१८१
ई. मेल bhaskarshelke@yahoo.com

निवास - २३, श्रीदुर्गा, बारव, जुन्नर, जि. पुणे.
दूरभाष (०२१२३) २२२०९४
जन्म दिनांक- १/०६/१९६१

प्रकाशित ग्रंथ

१) मराठी कादंबरीतील प्रादेशिकता
 स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे. (आ. २)

२) समीक्षा, संकल्पना आणि स्वरूप
 शब्दालय प्रकाशन, श्रीरामपूर.

३) ग्रामीण साहित्य, स्वरूप आणि चिकित्सा
 स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे.

४) चळवळ आणि साहित्य
 शब्दालय प्रकाशन, श्रीरामपूर.

५) प्रसार माध्यमे आणि मराठी भाषा
 कर्मवीर प्रकाशन, पुणे.

संपादन :-

६) कथा गौरव
७) काव्यकस्तुरी
८) अधिष्ठान अभ्यासक्रम
९) वाङ्मय प्रकार : कविता
१०) विज्ञान वेध

कर्मवीर प्रकाशन