एम.ए. मराठी

सत्र - IV (CBCS)

मराठी अभ्यासपत्रिका क्र. १५

प्रसार माध्यमे आणि भाषा व्यवहार

(MASS MEDIA AND USAGE OF MARATHI LANGUAGE)

पेपर कोड - 91681

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्रा. (डॉ.) डी. टी. शिर्के
प्रभारी कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. डॉ. अजय भामरे
प्रभारी प्र-कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. प्रकाश महानवर
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रकल्प समन्वयक : **प्रा. अनिल आर. बनकर**
कला व मानव्य विद्याशाखा प्रमुख
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

अभ्यास समन्वयक : **प्रा. मनिषा पवार - बनकर**
सहाय्यक प्राध्यापक, मराठी विभाग,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, (आयडॉल), कलिना, सांताक्रुझ पूर्व,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबइ-४०००९८.

लेखक : **प्रा. ज्ञानेश्वर मुंडे**
सुधागड एज्युकेशन सोसायटी, शेठ जे. एन. पालीवाला महाविद्यालय,
पाली- सुधागड, जि. रायगड, पिन कोड-४१०२०५.

: **प्रा. मनिषा पवार - बनकर**
सहाय्यक प्राध्यापक, मराठी विभाग,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई-४०००९८.

: **डॉ. सतीश कामत**
कला व वाणिज्य महाविद्यालय फोंडाघाट,
ता. कणकवली, जि. सिंधदुर्ग, पिन कोड-४१६६०१.

: **प्रा. रूपाली कांबळे**
सहाय्यक प्राध्यापक, मराठी विभाग,
विल्सन महाविद्यालय, चौपाटी, मुंबई-४००००७.

: **डॉ. राजेंद्र आचार्य**
ड़ी.जी. तटकरे महाविद्यालय, ता. माणगांव, जि. रायगड-१०२१०४.

जानेवारी २०२३, प्रथम मुद्रण, ISBN: 978-93-95130-54-7

प्रकाशक
संचालक
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई - ४०००९८.

अक्षरजुळणी
मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय,
सांताक्रुझ, मुंबई

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
१अ.	पारंपरिक प्रसार माध्यमे आणि आधुनिक प्रसार माध्यमे	१
१ब.	प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम	१०
२अ.	प्रसार माध्यमांचे प्रकार - मुद्रित प्रसार माध्यमे (वृत्तपत्र आणि नियतकालिक)	१६
२ब१.	दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे i) नभोवाणी	३१
२ब२.	दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे ii) दूरचित्रवाणी	६३
२ब३.	दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे iii) इंटरनेट	७५
३अ.	श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप व महत्त्व, कार्यक्रमाचे विविध प्रकार, उद्दिष्टे, कार्यक्रमाची पूर्वतयारी आणि सादरीकरण	९५
३ब.	दूरचित्रवाणी माध्यमांचे स्वरूप - विस्तार, कार्यक्रमाचे प्रकार, लेखन, संशोधन आणि प्रसारण इत्यादी	१५२

*****

सत्र : ४

अभ्यासपत्रिका क्रमांक १५ : १ – प्रसारमाध्यमे आणि भाषाव्यवहार

(Mass media and Usage of Marathi Language)

उद्दिष्ट : भाषाव्यवहार हा साहित्याव्यतिरिक्त अन्य क्षेत्रांमध्येही महत्त्वाचा असतो. आधुनिक युगात प्रसारमाध्यमांचे स्वरूप व प्रकार बदलले आहेत. प्रसारमाध्यमांनुसार भाषेच्या उपयोजनाची विविध कौशल्ये विद्यार्थ्यांना ज्ञात व्हावी तसेच ती त्यांनी आत्मसात करून त्याआधारे प्रत्यक्ष उपयोजन करावे हा या अभ्यासपत्रिकेचा हेतू आहे.

घटक १) व्याख्याने–२०, श्रेयांकन–०२

अ) प्रसारमाध्यमे म्हणजे काय – पारंपरिक प्रसारमाध्यमे आणि आधुनिक प्रसारमाध्यमे.

ब) प्रसारमाध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम, प्रसारमाध्यमांचा विकास.

घटक २) व्याख्याने–२०, श्रेयांकन–०२

अ) प्रसारमाध्यमांचे प्रकार – मुद्रितप्रसारमाध्यमे (वृत्तपत्रे आणि नियतकालिके).

ब) दृक् आणि श्राव्य प्रसारमाध्यमे – नभोवाणी, दूरचित्रवाणी, इंटरनेट.

घटक ३) व्याख्याने–२०, श्रेयांकन–०२

अ) श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप व महत्त्व, कार्यक्रमांचे विविध प्रकार, उद्दिष्ट्ये, कार्यक्रमाची पूर्वतयारी आणि सादरीकरण.

ब) दूरचित्रवाणी माध्यमाचे स्वरूप – विस्तार, कार्यक्रमांचे प्रकार. लेखन, संशोधन आणि प्रसारण इत्यादी.

अंतर्गत परीक्षा : एकूण ४० गुण.

विद्यार्थ्यांनी पुढीलपैकी कोणतेही दोन घटक निवडून त्यावर दोन प्रकल्प सादर करावेत.

१) मुलाखत, २) ग्रंथपरीक्षण, ३) चित्रपटपरीक्षण, ४) नाट्यपरीक्षण, ५) विकिपीडियावर एखाद्या विषयाची निवड करून लेख लिहिणे व त्यावर तो नोंदविणे, ६) दूरचित्रवाणीसाठी बातमीलेखन, ७) आकाशवाणीसाठी बातमीलेखन, ८) एखाद्या विशिष्ट विषयावरील ज्ञानकोश, विश्वकोश, एन्साक्लोपीडिया ब्रिटानिका व तत्सम कोशांमधील नोंदींचा अभ्यास करून त्याआधारे स्वतंत्र संशोधन करून नवीन नोंद तयार करणे, ९) वरील विषयांव्यतिरिक्त अभ्यासक्रमातील घटक न निवडता विषयशिक्षकाने विद्यार्थ्यांकडून दोन प्रकल्प तयार करून घेणे.

सत्रान्त परीक्षा–एकूण गुण ६०

वरील अभ्यासक्रमावर २०-२० गुणांचे चार प्रश्न पर्यायांसह विचारण्यात येतील.

संदर्भग्रंथ :

१. देव, सदाशिव; *कोशवाङ्मय विचार आणि व्यवहार*, सुवर्ण प्रकाशन, २००२.

२. मराठी अभ्यास परिषद पत्रिका, 'भाषा आणि जीवन', त्रैमासिक.

३. नसिराबादकर, ल० रा०, *व्यावहारिक मराठी.*

४. गर्गे, स० मा०, *पत्र आणि पत्रकारिता*, मानसन्मान प्रकाशन, १९९९.

१अ

पारंपरिक प्रसार माध्यमे आणि आधुनिक प्रसार माध्यमे

घटक रचना

१.१ उद्दिष्टे

१.२ प्रस्तावना

१.३ प्रसार माध्यमे व भाषा व्यवहार या संकल्पनांचा अर्थ

१.४ प्रसार माध्यमांचे प्रकार

१.४.१ पारंपरिक व मध्ययुगीन काळातील प्रसार माध्यमे

१.४.२ आधुनिक काळातील प्रसार माध्यमे

१.४.२.१ इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे

१) आकाशवाणी

२) दूरदर्शन

१.४.२.२ मुद्रित प्रसार माध्यमे

१) वृत्तपत्र

२) नियतकालिके

३) भित्तीपत्रक व फलक इत्यादी

१.४.२.३ माहिती तंत्रज्ञान युगातील प्रसार माध्यमे

१) ई-संवाद

२) ई-मेल

३) फेसबुक - (Facebook)

४) इंस्टाग्राम

५) व्हाट्सॲप- WhatsApp

६) लिंक्डइन

७) युट्युब

८) झूम, गुगल मीट, मायक्रोसॉफ्ट टिम्स, वेबेक्स

१.५ समारोप

१.६ प्रश्नावली

१.७ संदर्भ ग्रंथ

१.१ उद्दिष्टे

- प्रसार माध्यमांचे स्वरूप समजून घेणे.

- पारंपरिक प्रसार माध्यमे जाणून घेणे.
- पारंपरिक प्रसार माध्यमे आणि आधुनिक प्रसार माध्यमे यातील स्वरूप भेद समजून घेणे.
- प्रसार माध्यमांचा विकास आणि समाजावरील परिणाम जाणून घेणे.

१.२ प्रस्तावना

माहिती तंत्रज्ञानाच्या सध्याच्या युगात प्रसार माध्यमांना अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झालेले आहे. विद्यापीठे अभ्यासक्रमातही या विषयाचा अभ्यास होऊ लागला आहे यातून या विषयाचे महत्त्व अधोरेखित होते. आपल्या विचारांचा, भावनांचा, कल्पनांचा, मतांचा प्रचार आणि प्रसार करण्याची पद्धत प्राचीन काळापासून प्रचलित आहे. बदलत्या काळाबरोबर प्रचार-प्रसार करण्याच्या माध्यमातही बदल होताना दिसून येतात. माध्यमांच्या या बदलत्या स्वरूपामुळे माध्यमे मानवी समाज जीवनाचा अविभाज्य भाग होताना दिसत आहेत. अशा माध्यमांविषयी जाणून घेणे समजून घेणे हे महत्त्वाचे ठरत आहे. प्रस्तुत घटकातून आपण प्रसार माध्यमांचे स्वरूप, प्रकार, प्रसार माध्यमांचा विकास आणि समाजांवर होणार त्यांचा परिणाम याविषयी सविस्तर चर्चा करणार आहोत.

१.३ प्रसार माध्यमे व भाषा व्यवहार या संकल्पनांचा अर्थ

‘प्रसार माध्यमे’ एकाच शब्दात दोन संकल्पना समाविष्ट आहेत. प्रसार याचा अर्थ पसरविणे, इतरांना कळेल-समजेल अशा पद्धतीने त्याची प्रसृती करणे आणि माध्यमे म्हणजे आपण आपला विचार, मत, माहिती, ज्ञान, ज्याद्वारे पसरवतो ते साधन म्हणजे माध्यमे. अर्थात प्रसार माध्यमे म्हणजे 'ज्यांच्या द्वारा एखादी बाब, माहिती, विचार सर्व दूर पसरविला जातो ते सर्व माध्यमे प्रसार माध्यमे म्हणून ओळखली जातात.'

‘भाषा व्यवहार’ या शब्दांमध्येही दोन संज्ञा एकत्र आलेल्या आहेत. भाषा आणि व्यवहार या तशा व्यापक संज्ञा आहेत. भाषा दैनंदिन जीवनातील विविध कामे करण्यासाठी माणसे आपापसात तोंडी व लेखी स्वरुपात जी ध्वनिरचना वापरतात तिला साधारणपणे भाषा म्हणतात.' भाषा म्हणजे ढोबळमानाने सांगायचे झाले तर 'समाज जीवनातील दैनंदिन व्यवहार करताना लोकांचे परस्पर होणारे बोलणे म्हणजे भाषा होय.'

व्यवहार हा शब्द देवाण-घेवाण या अर्थाने समजून घ्यावा लागतो. लौकिक जीवनात आपण ज्या वेगवेगळ्या पातळ्यावरील देवाण-घेवाण करतो त्यांनाच आपण सर्वसामान्यपणे व्यवहार म्हणतो; मात्र या विषयाच्या संदर्भात येथे देवाण-घेवाण हा शब्द वित्त, पैसा, संपत्ती यांच्या संदर्भात येत नसून भावना, कल्पना, विचार, मत यांची देवाण-घेवाण येथे अपेक्षित असते.

१.४ प्रसार माध्यमांचे प्रकार

प्रसार माध्यम ही वर्षानुवर्ष अस्तित्वात असलेली दिसून येतात. मात्र काळानुसार त्यांच्या स्वरूपात बदल झालेला दिसतो. या स्वरूपभेदानुसारच आपल्याला प्रसार माध्यमांचे काही

प्रकार करता येतात. प्रसार माध्यमांचा वर्गीकरण करत असताना आपण प्रामुख्याने याला तीन गटात विभागू शकतो.

१) प्राचीन व मध्ययुगीन काळातील प्रसारमाध्यमे,

२) आधुनिक काळातील प्रसार माध्यमे आणि

३) माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगातील प्रसार माध्यमे

असे हे वर्गीकरण करता येतील. यातील प्राचीन- मध्ययुगीन व आधुनिक काळातील वर्गीकरण हे पारंपारिक प्रसार माध्यमे म्हणूनही आपल्याला विचारात घेता येतील. माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगातील प्रसार माध्यमांचा पैस मात्र अधिक विस्तारलेला दिसून येतो. ही माध्यमे मानवी जीवनशैलीचा अविभाज्य भाग झालेले दिसतात. प्रसार माध्यमांच्या या विविध प्रकारांचा सविस्तर परिचय पुढीलप्रमाणे पाहूयात.

१.४.१ पारंपरिक व मध्ययुगीन काळातील प्रसार माध्यमे:

१) कीर्तन-प्रवचन:

मध्ययुगीन काळाचा विचार करता कीर्तन आणि प्रवचन या माध्यमातून मोठ्या प्रमाणावर समाज प्रबोधनाचे कार्य वेगवेगळ्या सांप्रदायिकांकडून झालेले दिसून येते. मराठी संतांचा या संदर्भात आपल्याला प्राधान्याने विचार करावा लागतो. लोकजागृतीचा, लोकहिताचा विचार संतांनी आपल्या कीर्तनातून आणि प्रवचनातून पसरविण्याचे महत्तम कार्य केले. हे माध्यम तत्काळात अत्यंत प्रभावी व यशस्वी ठरलेले दिसून येते. असे म्हणण्याचे कारण हे की हा विचार सातशे-आठशे वर्षानंतरही आजही आपल्याला तितकाच महत्त्वाचा वाटतो. कीर्तनाच्या माध्यमातून हरिनामाचा गजर करत असतानाच संत मंडळांनी लोकहिताचा, लोकप्रबोधनाचा, अध्यात्माचा विचार आपल्या कीर्तनातून समाजापर्यंत पोहोचविला.

२) भारुड:

मध्ययुगीन काळात मराठी संतांनी भारुड या माध्यमाच्या आधारे समाज जागृती करण्याचे काम केले. भारुड हा वरवर पाहता मनोरंजक वाटणारा प्रकार पण त्यातून सांगितलेले तत्व हे मात्र अध्यात्माचे आणि उपदेशाचे असते, म्हणजेच वरून तमाशा आणि आतून कीर्तन असा हा प्रकार होता. संत एकनाथ महाराजांनी भारुड माध्यमाचा वापर अत्यंत प्रभावीपणे केलेला दिसून येतो. अध्यात्माचे तत्व 'खटनट' वृत्तीच्या लोकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी नाथबाबांनी हे माध्यम ततकाळात वापरले आणि ते अद्ययावत लोकप्रिय माध्यम ठरले आहे

३) विधिनाट्य:

भारतीय 'लोक' समुदायात अनेक विधी करण्याची परंपरा आहे. या विधीप्रसंगी सादर होणाऱ्या विधीनाट्यातून समाजप्रबोधनाचे व अध्यात्माचे तत्व प्राचीन काळापासून चालत आलेले दिसून येते.

४) वगनाट्य:

मध्ययुगाच्या शेवटी तमाशा हा रंजन प्रकार सर्वसामान्य लोकांमध्ये लोकप्रिय झाला. या तमाशातील दुसरी बाजू अर्थात 'वगनाट्य' होय. लोकनाट्य तमाशा मंडळ महाराष्ट्रातील आणि आजूबाजूच्या प्रदेशात भरणाऱ्या यात्रा, उत्सव, ऊरूस असलेल्या गावी जात असत. त्या ठिकाणी आपल्या कलेचे सादरीकरण या पथकांकडून केले जायचे. मनोरंजनाबरोबरच या तमाशा पथकांकडून समाजातील ज्वलंत प्रश्नांवर वगनाट्य सादर होत असत.

१.४.२ आधुनिक काळातील प्रसार माध्यमे:

१.४.२.१ इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे:

१) आकाशवाणी:

'आकाशवाणी' हे मनोरंजनाचे व माहितीसाठीचे श्राव्य माध्यम आहे. हे ग्रामीण लोकांचे आवडते माध्यम आहे. ऑल इंडिया रेडिओ अथवा आकाशवाणी अशा नावाने हे माध्यम ओळखले जाते. ही भारताची अधिकृत रेडिओ प्रसारण संस्था आहे. 'प्रसार भारती' या संस्थेच्या अंतर्गत आकाशवाणी कार्य करते. भारत सरकारच्या माहिती व प्रसारण मंत्रालयाच्या अधिनस्त हा उपक्रम आहे.

भारतात रेडिओ प्रसारणासंबंधीचा प्रयोग १९१५ साली सुरू झाला. बीबीसीच्या धरतीवर इंग्रज सरकारने भारतात 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन' ची स्थापन करून पहिल्यांदा रेडिओ प्रसारणासाठी मुंबई केंद्र निर्माण केले. मात्र प्रत्यक्ष प्रसारणाला सुरुवात १९२४ साली 'मद्रास' येथे एका खाजगी कंपनीने केली. १९३० साली 'भारतीय प्रसारण संस्था' या खाजगी कंपनीने मुंबई व कलकत्ता येथे रेडिओ यंत्रणा उभारली. मात्र काही कारणामुळे या कंपनी पुढे काम करू शकले नाही. त्यानंतर इंग्रज सरकारने ही दोन्ही केंद्र आपल्या अधिपत्याखाली घेऊन 'भारतीय राज्य प्रसारण मंडळ' नावाच्या प्रसारण संस्थेची स्थापना केली व त्याचेच पुढे १९३६ मध्ये 'ऑल इंडिया रेडिओ' असे नामकरण करून दूरसंचार विभागात याचे स्थलांतर केले. १९४७ साली भारत स्वतंत्र झाल्यानंतर 'ऑल इंडिया रेडिओ' नावाचा स्वतंत्र विभाग माहिती व प्रसारण मंत्रालयाच्या अंतर्गत स्थापन करण्यात आला. ऑल इंडिया रेडिओचे अधिकृतरित्या 'आकाशवाणी' हे नाव १०५७ साली ठरविण्यात आले. आकाशवाणीच्या माध्यमातून स्वतंत्र्यपूर्व व स्वतंत्र्योत्तर काळात माहिती प्रसारणाचे व मनोरंजनाचे कार्य हे अत्यंत प्रभावीपणे झालेले दिसून येते.

२) दूरदर्शन:

आधुनिक युगातील महत्त्वपूर्ण अविष्कारापैकी एक म्हणजे 'टेलिव्हिजन' चा शोध होय. टेलिव्हिजनला मराठी मध्ये दूरदर्शन असे म्हणतात. कारण त्याद्वारे आपल्याला दूरच्या वस्तूंचे दर्शन होते. दूरदर्शन वरील दृश्य पाहून आपल्याला असा भास होतो की, घटना आपल्यापासून दूर नाही तर त्या आपल्या डोळ्यासमोर घडत आहेत. दूरदर्शन जे आज प्रत्येक गरीब-श्रीमंतांच्या घरापर्यंत पोहोचले आहे. लोकांचे मनोरंजन करणारे व देश विदेशातील घडामोडी सांगणारे हे उपकरण असून आज ते खूप लोकप्रिय झालेले आहे. टेलिव्हिजनचा शोध जे एल बेयर्ड (J. L. Baird) या वैज्ञानिकाने लावला. सुरुवातीच्या

काळात टेलिव्हिजनवर आपण फक्त काळे-पांढरे (ब्लॅक अँड व्हाईट) चित्र पाहू शकत होतो. पण आता त्यावर रंगीबेरंगी चित्रे पाहू शकतो. जशी वस्तू मूळ स्वरूपात आहे त्याच स्वरूपात ती आपल्याला टेलिव्हिजनवर दिसते. टेलिव्हिजनला कार्य करण्यासाठी काही घटकांची आवश्यकता असते. त्यात व्हिडिओ, ऑडिओ, ट्रान्समीटर, रिसिव्हर, डिस्प्ले, डिवाइस असे घटक समाविष्ट असतात. या वेगवेगळ्या घटकाच्या माध्यमातून आपल्याला चित्रफीत साकार होताना दिसते. भारतात दूरदर्शनचे पहिले प्रसारण १५ सप्टेंबर १९५९ रोजी आकाशवाणी भवन नवी दिल्ली येथून तात्पुरत्या स्वरूपात उभारलेल्या स्टुडिओतून करण्यात आले. आज 'प्रसार भारती' या संस्थेच्या आखत्यारीत असलेले दूरदर्शन त्यावेळी 'ऑल इंडिया रेडिओचा' एक भाग होते.

१.४.२.२ मुद्रित प्रसार माध्यमे:

१) वृत्तपत्र:

वृत्तपत्र यात मुख्य शब्द वृत्त असा असला तरी केवळ वृत्त देणे एवढाच वृत्तपत्राचा आवाका नाही. वृत्तपत्रे ही वाचकांच्या जीवनाशी, विचारांशी, ध्येयवादाशी, त्यांच्या सामान्य गरजा, त्यांचे प्रश्न, त्यांच्यावरील अन्याय, त्यांचे अभिमान, त्यांचा आनंद-दुःख अशा वेगवेगळ्या प्रसंगांशी समरस झालेली असता. इसवी सन १८३२ मध्ये बाळशास्त्री जांभेकर यांनी काढलेले दर्पण हे मराठी मराठीतील पहिले वृत्तपत्र समजले जाते. वृत्तपत्रे ही अनेक पानांमध्ये प्रकाशित होत असतात. वृत्तपत्रे ही दररोज प्रकाशित होत असतात त्यांना दैनिके म्हणतात. काही वृत्तपत्रे सायंकाळी प्रकाशित होतात. अशा दैनिकांना सायंदैनिके म्हणतात.

२) नियतकालिके:

एका ठराविक कालांतरानंतर नियमितपणे प्रकाशित होणाऱ्या मुद्रित किंवा हस्तलिखित प्रकाशनाला नियतकालिका म्हणतात. नियतकालिकांचे अनेक प्रकार असू शकतात. उदाहरणार्थ

दैनिक: दररोज प्रकाशित होणारे

साप्ताहिक: दर आठवड्याला प्रकाशित होणारे

पाक्षिक: दर पंधरा दिवसांनी प्रकाशित होणारे.

मासिक: दर महिन्याला प्रकाशित होणारे

द्वैमासिक: दोन महिन्यातून एकदा प्रकाशित होणारे

त्रैमासिक: दर तीन महिन्यांनी प्रकाशित होणारे

षण्मासिक: दर सहा महिन्यांनी प्रसिद्ध होणारे

वार्षिक**:** वर्षातून एकदा प्रकाशित होणारे.

३) भित्तीपत्रक व फलक इत्यादी:

मुद्रित प्रसारमाध्यमांमध्ये भितीपत्रके, वेगवेगळी फलके, पॅम्प्लेट इत्यादींचाही समावेश करता येतो. आपल्या विचारांच्या प्रचार-प्रसारची व्याप्ती किती आहे यावर या माध्यमांचा वापर करत असतो.

१.४.२.३ माहिती तंत्रज्ञान युगातील प्रसार माध्यमे:

सध्याचे युग हे 'माहिती तंत्रज्ञानाचे युग' म्हणून ओळखले जाते. इंटरनेट, वाय-फाय, अँड्रॉइड मोबाईल, गुगल, मायक्रोसॉफ्ट आणि तत्सम प्लॅटफॉर्म हे आजच्या पिढीच्या जीवनशैलीचा अविभाज्य भाग बनले आहेत. ज्ञान, विज्ञान, माहिती तंत्रज्ञान, व्यापार, उद्योग, व्यवसाय, शिक्षण, मनोरंजन आणि संपर्क अशा सर्वच क्षेत्रांमध्ये या नव्या पिढीच्या साधनांनी आपले पाय भक्कमपणे रोवलेले दिसतात.

नुकत्याच होऊन गेलेल्या कोविड संसर्गामध्ये तर ही साधने भरपूर उपयुक्त ठरलेली दिसतात. 'या नव्या पिढीच्या माध्यमांनी प्रसारमाध्यमांचा चेहरा मोहरा पूर्णपणे बदलून टाकला आहे' असे म्हटल्यास अतिशयोक्ती ठरणार नाही. अशाच काही माध्यमांचा थोडक्यात परिचय आपण येथे पाहणार आहोत. या माध्यमाची संख्या आणि व्याप्ती पाहता त्यांच्यात विपुलता आणि विविधता दिसून येते. सर्वच माध्यमांचा मागोवा यामध्ये घेता येणे शक्य होणार नाही. तरी अभ्यासाच्या सोयीसाठी महत्त्वाच्या माध्यमांचा परिचय येथे देत आहोत.

१) ई-संवाद:

ई-संवाद म्हणजे इंटरनेटच्या माध्यमातून केला जाणारा संवाद होय. जगभरात सर्वाधिक संपर्क हा इंटरनेटच्या माध्यमातून करण्यात येतो त्यामुळे अलीकडच्या काळात हे माध्यम खूपच लोकप्रिय आणि गरजेचे बनलेले आहे. या माध्यमाचा वापर करून जगभरात आपण कोठेही प्रभावीपणे संवाद साधू शकतो.

२) ई-मेल:

ई-मेल हे पत्र व्यवहाराचे अलीकडच्या काळातील प्रभावी माध्यम ठरले आहे. इमेज विश्वासू आणि गोपनीय माहिती पाठवण्याकरता उपयुक्त माध्यम आहे. ई-मेल म्हणजेच इलेक्ट्रॉनिक मेल. संगणकीय प्रणालीच्या मदतीने होणारा पत्रव्यवहार म्हणजे ई-मेल होय. ई-मेल पाठवण्यासाठी किंवा ई-मेल प्राप्त करण्यासाठी संबंधित प्लॅटफॉर्म वरती आपल्याला आपले खाते तयार करावे लागते. आपली नोंदणी झाल्यानंतर आपण त्या ई-मेल आयडीवरून ई-मेल पाठवू किंवा स्वीकारू शकतो. सुरुवातीच्या काळात केवळ पत्रव्यवहाराचं साधन असलेला ई-मेल आता त्याच्या विस्तारित रूपामुळे माहितीचे आदान-प्रदान मोठ्या प्रमाणावर व सुलभरीत्या करता येऊ शकते.

३) फेसबुक (Facebook):

फेसबुक हे अमेरिकेतील एक लोकप्रिय 'सोशल नेटवर्किंग संकेतस्थळ' आहे सर्वसामान्यतः १३ वर्षाहून मोठ्या वयाच्या कोणालाही फेसबुकवर सदस्य म्हणून नोंदणी करता येते.

सदस्यांना आपल्या ओळखीच्या इतर व्यक्तींच्या खात्याशी मित्र -मैत्रिणी म्हणून जोडणी करता येते. आपल्या मित्र मंडळींना संदेश, आपला फोटो पाठवणे, सर्व मित्रमंडळींना दिसेल कळेल अशा रीतीने एखादी घोषणा करणे या व इतर अनेक सोयी फेसबुक वर उपलब्ध आहेत.

४) इंस्टाग्राम:

'इंस्टाग्राम' या प्रणालीमध्ये असंख्य छायाचित्र आणि व्हिडिओ (ठराविक मिनिटापर्यंतचे) टाकता येतात. युवकांमध्ये ही प्रणाली अतिशय लोकप्रिय आहे. इंस्टाग्राम सर्वात लोकप्रिय आणि सध्या वापरले जाणारे एक महत्त्वाचे समाजमाध्यम आहे. इंस्टाग्रामची निर्मिती केविन शिस्ट्रोम आणि मॅक क्रीगर यांनी ऑक्टोबर २०१० साली केली होती. एप्रिल २०१२ मध्ये यांच्या वापर कर्त्यांची संख्या दहा कोटी होती. २०१२ फेसबुकने इंस्टाग्राम ही प्रणाली विकत घेतली.

५) व्हाट्सॲप (WhatsApp):

'व्हाट्सॅप' ही एक लोकप्रिय संदेश व प्रणाली आहे हिच्यामार्फत लोक इंटरनेटचा वापर करून एकमेकांशी चर्चा करतात, संदेश पाठवतात. संदेशा सोबत चित्रे, गाणी, व्हिडिओ व इतर प्रकारच्या फाईल देखील एकमेकांसोबत सामायिक करता येतात. whatsapp प्रणाली आयफोन, अँड्रॉइड, विंडोज, फोन इत्यादी सर्व प्रकारच्या प्लॅटफॉर्म वरती चालतात. सप्टेंबर २०१५ मध्ये जगभर whatsapp चे ९९ कोटी वापरकर्ते झाले होते. मार्क झुकेरबर्ग हे सध्या व्हाट्सअप कंपनीचे मालक आहेत. व्हाट्सॲप ची निर्मिती २००९ साली ब्रायन ॲक्टन व जॅन कोम ह्या दोन अमेरिकन व्यक्तींनी केली. कॅलिफोर्नियाच्या माउंटन व्ह्यू या शहरांमध्ये मुख्यालय असलेल्या व्हाट्सअपला २०१४ साली फेसबुक कंपनीने विकत घेतले.

६) लिंक्डइन:

लिंक हे एक वेब पोर्टल असून वाणिज्य क्षेत्र उद्योग धंद्यांमधील व्यावसायिक भेटी गाठींसाठी ते सर्व परिचित आहे या संकेतस्थळाची सुरूवात २८ डिसेंबर २००२ रोजी झाली. पाच मे २००३ रोजी हे माध्यम सर्वांसाठी उपलब्ध झाले. फेसबुक वर ज्याप्रमाणे मित्रांचीच यादी असते तीच यादी लिंक्डइन येथे देखील असते. त्याला 'कनेक्शन' असे संबोधले जाते. ही इतर सोशल नेटवर्किंग साईट्स प्रमाणे यात देखील व्हिडिओ, शेअरिंग, फोटो शेअरिंग, म्युझिक शेअरिंग, ब्लॉगिंग, मायक्रो ब्लॉगिंग अशा सुविधा उपलब्ध आहेत. फक्त व्यवसायिक जनसंपर्क तसेच भेटीगाठींसाठी वापर केली जाणार ही एक मात्र वेबसाईट आहे. व्यवसायिक जगतात लिंक्डइन या वेबसाईटवर माहिती अद्यावत असणे महत्त्वाचे ठरते. एप्रिल २०१७ मधील माहितीप्रमाणे लिंक्डइनचे ५०० मिलियन वापर कर्ते आहेत. यातील १६० मिलियन सदस्य हे रोज लिंक्डइनचा वापर करतात. उद्योग जगतात माहितीचा प्रचार करण्यासाठी हे संकेतस्थळ अत्यंत प्रभावी आहे.

७) युट्युब:

युट्युब ही गुगलची महाजालावर चलचित्र पाहणे व दाखवणे यासाठीचे सुविधा आहे. काही व्यवसायिक संस्था यूट्यूबच्या भागीदारीने आपल्या कार्यक्रमाच्या थोड्याफार चित्रफिती येथे दाखवत असल्या तरी मुख्यतः येथील बहुतेक सामग्री ही वैयक्तिक खातेधारकांनीच टाकलेली आहे. ही सुविधा गुगलच्या नोंदणीकृत खातेधारकास विनामूल्य मिळते. यात कोणतीही व्यक्ती चित्रफित टाकू शकते. युट्युब वापरकर्त्याचा अपलोड, दृश्यमान रेट, सामायिक आवडीमध्ये जोडणे, अहवाल देणे, व्हिडिओवर आपले मत नोंदवणे आणि इतर वापरकर्त्यांसाठी सदस्यता घेणे यासाठी अनुमती देते. हे वापरकर्त्यांद्वारे उत्पन्न आणि कार्पोरेट मीडिया व्हिडिओंची विस्तृत विविध प्रदान करते. उपलब्ध सामग्री मध्ये व्हिडिओ क्लिप, टीव्ही शो क्लिप, संगीत व्हिडिओ, लघु आणि डॉक्युमेंटरी चित्रपट, ऑडिओ रेकॉर्डिंग, चित्रपट ट्रेलर, थेट प्रवाह आणि व्हिडिओ ब्लॉगिंग इत्यादींचा समावेश होतो. स्मार्टफोन वापरणारा वापरकर्ता हा youtube चा वापर हमखास करतो. त्या अर्थाने youtube हे प्रत्येकाच्या खिशात असणारे माध्यम झाले आहे असं म्हटल्यास वावगं ठरणार नाही.

८) झूम, गुगल मीट, मायक्रोसॉफ्ट टिम्स, वेबेक्स:

झूम, गुगल मीट, मायक्रोसॉफ्ट टिम्स, वेबेक्स इत्यादी माध्यमे ही दूरदृष्यप्रणाली द्वारे आपल्याला एकमेकांशी जोडतात. व्हिडिओ कॉलिंग असो किंवा इंटरनेट महाजालाचा वापर करून होणारे शिक्षणाचे उपक्रम असोत. वेगवेगळ्या कार्यक्रमांच्या - उपक्रमांच्या थेट प्रक्षेपणासाठी वरील माध्यमांचा अत्यंत प्रभावी वापर अलीकडच्या काळात होऊ लागला आहे. या माध्यमांच्या मदतीने काही शिक्षण संस्था पारंपरिक शिक्षणाला पर्याय निर्माण करण्याचेही प्रयत्न करत आहेत. कोविड संसर्गजन्य परिस्थितीमध्ये या माध्यमांनी जगभरातील शिक्षणाची पर्यायी व्यवस्था संभाळण्याचे काम केले आहे.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न: प्रसार माध्यमे संकल्पना स्पष्ट करून आधुनिक काळातील प्रसार माध्यमे कोणती ते सांगा?

१.५ समारोप

एकंदरपणे या घटकातून आपण प्रसार माध्यमे म्हणजेच काय हे समजून घेतले भाषा व्यवहारात असलेले प्रसार माध्यमांचे अनन्य साधारण महत्त्वही समजून घेतले. प्रसार माध्यमांचे प्राचीन-मध्ययुगीन काळातील, आधुनिक काळातील व माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगातील प्रकारांचे स्वरूप भेदासह आकलन करून घेतले.

१.६ प्रश्नावली

अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१) आधुनिक काळातील प्रसार माध्यमे कोणती सविस्तर लिहा.

२) प्रसार माध्यमांचे स्वरूप थोडक्यात सांगा.

३) पारंपरिक प्रसार माध्यमे आणि आधुनिक प्रसार माध्यमे यांत्रिक साम्यभेद स्पष्ट करा.

ब) टीपा लिहा.

१) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे

२) माहिती तंत्रज्ञान युगातील प्रसार माध्यमे

१.७ संदर्भ ग्रंथ

- डॉ भास्कर शेळके (संपा) 'प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा', स्नेहवर्धन स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे
- डॉ. उज्वला भोर 'प्रसार माध्यमे आणि भाषा व्यवहार' प्रशांत पब्लिकेशन
- मराठी विश्वकोश प्रथम आवृत्ती
- मराठी विकिपीडिया मुक्त स्रोत

*****

१ब

प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम

घटक रचना

१.१ प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा सकारात्मक परिणाम

  १.१.१ माहितीचे जलद आदान-प्रदान

  १.१.२ गतिमान संपर्क यंत्रणा

  १.१.३ योजना व धोरणांचा सर्वदूर प्रचार प्रसार

  १.१.४ अविष्कारासाठी विस्तृत अवकाश

  १.१.५ नव माध्यमाची सहज उपलब्धता

  १.१.६ मनोरंजनाचा सुकाळ

१.२ प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा नकारात्मक परिणाम

  १.२.१ विश्वासार्हतेचा प्रश्न

  १.२.२ अनियंत्रित व निरंकुश माध्यमे

  १.२.३ वैयक्तिक माहितीचा गैरवापर

  १.२.४ शोषणाचा प्रश्न

  १.२.५ 'स्क्रीनटाईम' वाढल्याचे दुष्परिणाम

१.३ प्रसार माध्यमांचा विकास

१.४ समारोप

१.५ प्रश्नावली

१.६ संदर्भ ग्रंथ

१.१ प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम

पारंपरिक प्रसारमाध्यमांबरोबर २१ व्या शतकात अनेक प्रसार माध्यमे नव्याने बाजारात आली. यातील बहुतेक माध्यमांद्वारे संवादाचे आदान प्रधान करता येते. माहिती तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात होत असलेल्या विकासामुळे संपर्क, मनोरंजन, शिक्षण, व्यापार, व्यवसाय या सर्वच क्षेत्रामध्ये नव माध्यमे आपले स्थान निर्माण करू लागले आहेत. सर्वसामान्य माणसाला व्यक्त होण्यासाठी, आपल्या कलांगुणांचा अविष्कार करण्यासाठी नव प्रसार माध्यमे उपयुक्त ठरत आहेत. युट्युब सारख्या माध्यमातून आपण नोंदणी करून आपल्या चित्रफिती विनामूल्य प्रदर्शित करू शकतो. यातून अनेक कलावंत, कलाकार, कारागीर हरहुन्नरी लोक समाजाच्या मुख्य प्रवाहात येऊ लागलेले आहेत. या माध्यमातून अनेकांना रोजगार मिळत आहेत. काहींना आपल्या करिअरच्या संधी प्राप्त होत आहेत. मात्र नाण्याच्या दुसऱ्या बाजूचा विचार करता अनेकांचा वेळही त्यात खर्ची होतो हेही दुर्लक्ष करता येणार नाही.

इंटरनेटवर आधारित जी माध्यमे आहेत त्यासाठी 'सोशल मीडिया' किंवा 'समाज माध्यमे' हा शब्द वापरला जातो. फेसबुक, ट्विटर, युट्यूब, हाईक, स्नॅपचॅट अशा अनेक माध्यमांचा सोशल मीडियात समावेश होतो. या वयासारख्या इतर माध्यमांना समाज माध्यमे म्हणत असताना यात किती 'सामाजिकता' जोपासल्या जातात, हाही एक वेगळा अभ्यासाचा भाग होऊ शकतो. या समाज माध्यमांचा वापर करून माणूस खरोखरच सामाजिक होतो की, समाजापासून एकाकी होत जातो हा ही एक वेगळा प्रश्न ठरतो. २१ व्या शतकातील आजचा समाज माहितीप्रधान समाज म्हणून ओळखला. सध्याच्या युगात माहितीला अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त झालेले आहे. ज्याच्या जवळ जास्त माहिती तो त्या माहितीचा अत्यंत जलद गतीने वापर करून आपला उद्योग व्यवसाय मोठा करू लागलेला आहे. त्यामुळे माहितीचे संकलन, माहितीचे व्यवस्थापन आणि माहितीचे हस्तांतरण या बाबींना उद्योग जगतामध्ये अनन्यसाधारण महत्त्व प्राप्त होत आहे. ही माहिती मिळविण्याचे, माहितीच्या विश्लेषणाचे आणि माहिती साठवण्याचे अनेक पर्याय बाजारात उपलब्ध होताना दिसत आहे. समाज माध्यमांच्या वापरातून अशा माहितीचे संकलन, हस्तांतरण मोठ्या प्रमाणावर होऊ लागलेले दिसून येते. समाज माध्यमांवर कुण्या एकाच एका व्यक्तीचे वर्चस्व राहिलेले नसून ही माध्यमे सर्व सामान्यांच्या हाती गेलेले माध्यमे आहेत. सर्वसामान्यांचा समाज माध्यमांवर होत असलेला मुक्त वावर, या मुक्त वावरातून त्याचे समाजावरती काही परिणामही दिसून येऊ लागलेले आहे. या परिणामाची कारण मीमांसा आपल्याला समाज माध्यमांचा सकारात्मक परिणाम आणि समाज माध्यमांचा नकारात्मक परिणाम अशा वर्गीकरणात करता येईल.

१.१.१ माहितीचे जलद आदान-प्रदान:

माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगातील प्रसारमाध्यमांमुळे माहितीचे जलद गतीने आदान-प्रदान करणे शक्य होत आहे. या माध्यमांच्या मदतीने स्थळ-काळाच्या बंधनांवरती आपण लीलया मात करू लागलो आहोत. जगातल्या कुठल्याही कानाकोपऱ्यात होत असलेला नव अविष्कार, एखाद्या क्षेत्रातील नवतंत्रज्ञान, नवीन शोध सर्वदूर पोहोचविणे या माध्यमांच्या मुळे सहज शक्य होत आहे. त्यामुळे माहितीच्या आणि ज्ञानाच्या कक्षाही विस्तारत आहेत. हा नव माध्यमांचा एक सकारात्मक परिणाम म्हणता येईल.

१.१.२ गतिमान संपर्क यंत्रणा:

नवप्रसारमाध्यमांच्या आणि माहिती तंत्रज्ञानाच्या मुळे माणसांना एकमेकांशी संपर्क करणे अधिक सुकर होत चाललेले आहे. एकेकाळी अति जलद संदेश पाठवण्यासाठी 'तार' यंत्रणेचा वापर करावा लागत असे. नंतर दूरध्वनीची सुविधा झाली. आता मात्र माणूस एकमेकांच्या सोबत प्रत्यक्ष बोलावा अशा पद्धतीने समोरासमोर दूरदृष्टी प्रणाली द्वारे संपर्क करू लागलेला आहे. ही संपर्क व्यवस्था केवळ वैयक्तिक पातळीवर मर्यादित न राहता शासन स्तरावरून सुद्धा सर्वसामान्यांसोबत संपर्क करण्यासाठी या यंत्रणेचा उपयोग होऊ लागलेला आहे.

१.१.३ योजना व धोरणांचा सर्वदूर प्रचार प्रसार:

नवप्रसारमाध्यमे सर्वसामान्य नागरिकांपर्यंत पोहोचण्यात यशस्वी होत असतानाच शासन स्तरावरून वेगवेगळ्या योजनांची व धोरणांची माहिती सर्वसामान्यांना पर्यंत पोहोचविण्यासाठी ही प्रसारमाध्यमे उपयुक्त ठरत आहेत. शासकीय योजनांची माहिती सर्वसामान्यांना देऊन त्याविषयी जनमत अनुकूल करण्यासाठी अशा माध्यमांचा प्रभावीपणे वापर होताना दिसून येत आहे. माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात आकाशवाणीनेही आपल्या स्वरूपात कायापालट केलेला आहे. नागरिकांच्या खिशात असलेल्या स्मार्टफोनवर आकाशवाणीच्या माध्यमातून हा संपर्क होऊ लागलेला आहे. हीच जमेची बाब हेरून माननीय पंतप्रधानांनी 'मन की बात' या कार्यक्रमात शासनाच्या ध्येयधोरणांची माहिती सर्वसामान्यांपर्यंत पोहोचवण्याचे कार्य यशस्वीपणे चालू केलेले आहे.

१.१.४ अविष्कारासाठी विस्तृत अवकाश:

संविधानाने बहाल केलेल्या अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याचा आदर राखत सर्वसामान्य नागरिक आपल्या कलागुणांचा आविष्कार नवीन प्रसारमाध्यमांच्या मदतीने करू लागला आहे. पारंपरिक प्रसारमाध्यमे हे कुणाच्या तरी मालकीची असल्यामुळे व त्यावरती त्या मालकाचे वर्चस्व राहत असल्यामुळे सर्वसामान्यांना तेथे अभिव्यक्त होता येत नव्हते. अलीकडच्या काळात मात्र सर्वसामान्यांना सहज अविष्कृत होता येतील अशी अनेक माध्यमे उपलब्ध झालेली आहे. उदाहरणार्थ युट्युब सारख्या माध्यमातून अगणित चित्रफिती आपल्याला दिसून येतील. यातील बहुतांश 'कन्टेन्ट' हा सर्वसामान्य वापरकर्त्यांनी पाठवलेला असतो.

१.१.५ नव माध्यमाची सहज उपलब्धता:

माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगातील एक मोठा बदल म्हणजे नव्या युगातील प्रसारमाध्यमे हे सर्वसामान्यांना सहज व निशुल्क उपलब्ध होत आहेत. एक स्मार्टफोन व त्याला इंटरनेटचे सुविधा असल्यास आपल्याला या माध्यमांचा मुक्त वापर करता येऊ शकतो. कुणाच्याही बंधनाशिवाय किंवा परवानगीशिवाय सर्वसामान्य जन येथे अभिव्यक्त होऊ शकतो. हा नव्या काळातील प्रसारमाध्यमांचा फार मोठा परिणाम म्हणावा लागेल.

१.१.६ मनोरंजनाचा सुकाळ:

नव्या प्रसारमाध्यमांच्या मोठा परिणाम म्हणजे मनोरंजनाचा झालेला सुकाळ होय. पूर्वी एखादा कार्यक्रम पाहण्यासाठी दूरदर्शन समोर एकाच जागी बसावे लागत असे किंवा चित्रपटगृहांमध्ये जाऊन ठराविक वेळी, ठराविक शुल्क भरून तो चित्रपट पाहावा लागत असे. अलीकडच्या काळात मात्र माहिती तंत्रज्ञानात झालेल्या बदलामुळे आपल्याला वेगवेगळे कार्यक्रम, नवीन चित्रपट घरबसल्या आपल्या घरातील दूरदर्शन संचावरती किंवा आपल्या खिशातील स्मार्टफोन वरती पाहता येणे सहज शक्य झाले आहे.

१.२ प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा नकारात्मक परिणाम

१.२.१ विश्वासार्हतेचा प्रश्न:

नव्या पिढीतील प्रसारमाध्यमांच्या माध्यमातून आपल्याला क्षणार्धात हवी ती माहिती उपलब्ध होऊ लागली आहे. मात्र या माहितीच्या विश्वासार्हतेबद्दल खात्री देता येत नाही;

अशी एकंदर स्थिती दिसून येते. सर्वसामान्य जणांचा होत असलेला मुक्त वापर आणि 'अति तेथे माती' या युक्तीप्रमाणे समाज माध्यमांवर येणाऱ्या मजकुराची स्थिती आहे. माहितीच्या स्पर्धेत खोट्या माहितीचे प्रमाणही जास्त असते. उदा. एखाद्या सभे दरम्यान एखाद्या नेत्याने केलेल्या भाषणाचा ठराविक तुकडाच दाखवून खोटी माहिती पसरवण्याचे प्रकार मोठ्या प्रमाणावर होतांना येताना दिसतात. यामुळे प्रसारमाध्यमांवरती येत असलेल्या कंटेंट विषयी कोणीही खात्री देऊ शकत नाही असे म्हणावे लागेल.

१.२.२ अनियंत्रित व निरंकुश माध्यमे:

भारतीय संविधानाने भारताच्या प्रत्येक नागरिकाला अभिव्यक्तीचे स्वातंत्र्य दिलेले आहे. हे अभिव्यक्तीचे स्वातंत्र्य बहाल करताना काही मर्यादा ही घालून दिलेल्या आहेत. अनेकदा अभिव्यक्तीचा अविष्कार करताना संविधानाने घालून दिलेल्या मर्यादांचे उल्लंघन होताना दिसते. भारतीय नागरिक वापरत असलेल्या अनेक समाज माध्यमांची मालकी विदेशात स्थित असलेल्या कंपन्यांकडे असते. अशावेळी अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याच्या संदर्भात किंवा एखाद्या गटाच्या भावना दुखावल्या गेल्याच्या संदर्भात प्रश्न निर्माण झाल्यास त्याचे निवारण करणे स्थानिक प्रशासनाला शक्य होत नाही. त्यातून समाज स्वास्थ्य बिघडण्याचा धोकाही निर्माण.

१.२.३ वैयक्तिक माहितीचा गैरवापर:

समाज माध्यमे त्यांचा वापर करताना मोफत मुक्त वापर देत असले तरी कोणतीही गोष्ट मोफत मिळत नसते तिची आपल्याला मोठी किंमत सोपवावी लागते. यानुसार वापरकर्त्यांच्या खाजगी माहितीचा प्रश्नही निर्माण होताना दिसून येत आहे. आपण इंटरनेट वरती काही शोधायला गेलो असता आपण करत असलेल्या हालचालींवरती माहिती तंत्रज्ञानातील काही कंपन्यांचा तिसरा डोळा असतो. व त्यातून त्या नागरिकांची खाजगी माहितीचे संकलन करत असतात. माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात संकलित केलेल्या 'अशा माहितीला' मोठे मूल्य प्राप्त होताना दिसून येत आहे. यातून नागरिकाच्या खाजगी माहितीचे जतन व संवर्धन योग्य प्रकारे होईल का; की त्याचा गैरवापर होऊ शकेल याबाबत साशंकता वाटावी अशी परिस्थिती आहे.

१.२.४ शोषणाचा प्रश्न:

माहिती तंत्रज्ञानाच्या युगात समाज माध्यमे सहजपणे उपलब्ध होत आहेत. प्रत्येकाला अशा समाज माध्यमांचा सदस्य व्हावा असे वाटत असते. आपण आपल्या समकालीन पासून पिछाडीवर तर नाही आहोत अशी भीती नव्या पिढीच्या वापरकर्त्यांमध्ये दिसून येऊ लागली आहे. यातून कुठलेही नवीन समाज माध्यम बाजारात आले की आपण त्याचे कधी सभासद होतो अशी घाई या पिढीमध्ये दिसून येते. अशातूनच सोशल साईटचा आणि सोशल माध्यमांचा वापर नवतरुण करताना दिसून येत आहेत. या वापरातून वेगळ्या प्रकारच्या शोषणाची व्यवस्था निर्माण होऊ लागलेली आहे. यातून नवीन सायबर क्राईम घडू लागलेले आहेत.

१.२.५ 'स्क्रीनटाईम' वाढल्याचे दुष्परिणाम:

नव्या काळातील तंत्रज्ञानाने अबाल-वृद्धांना भुरळ घातलेली दिसून येते. दिवसभरात छोट्या छोट्या तुकड्यांमध्ये फार मोठा वेळ नागरिक अशा समाज माध्यमांवरती खर्च करत असतात. मोबाईलचा, संगणकांचा आणि तत्सम साधनांचा वाढणारा हा वापर अनेक धोक्यांची घंटी वाजवतो. आपण वेळीच सावध झालो तर ठीक नाहीतर त्याचे दुष्परिणाम अटळ आहेत. शारीरिक स्थूलपणा, मानसिक अस्वास्थ्य, एकाकीपणा एकलकोंडेपणा, चिडचिड, नैराश्य असे अनेक शारीरिक आणि मानसिक स्वरूपाचे दुर्गामी दुष्परिणाम स्क्रीन टाईम वाढल्यामुळे होत आहेत.

१.३ प्रसार माध्यमांचा विकास

भारत स्वातंत्र्य झाल्यानंतर आपण संविधानाचा अवलंब केला. संविधानाने नागरिकांना मूलभूत हक्क आणि कर्तव्य बहाल केले. यामध्येच अभिव्यक्ती स्वातंत्र्याचा लाभ सर्व नागरिकांना मिळाला. इंग्रज आमदानीत शासनाच्या ध्येय धोरणाविरुद्ध माध्यमे उघडपणे लिहू शकत नव्हते अथवा बोलू शकत नव्हते. असे केल्यास या कृतीला राजद्रोह समजून कठोर शिक्षा सुनावली जात असे. मात्र स्वातंत्र्यानंतर ही परिस्थिती पूर्णपणे बदलली. अभिव्यक्ती स्वातंत्र्य संदर्भात संविधानाने उचललेले हे पाऊल प्रसार माध्यमांच्या वाढीसाठी उपयुक्त ठरले. आता भारत सरकारने संपूर्ण देशात जनतेला माहितीचा अधिकार प्रदान केल्यामुळे भारतीय प्रसार माध्यमांचे स्थान आणि भारतातील नागरिकांचे मूलभूत हक्क अधिक मजबूत झाले आहेत. प्रशासकीय स्तरावरील कामकाज पूर्ण पारदर्शक करण्याबरोबरच माहिती अधिकाराच्या माध्यमातून सामूहिक विकासाच्या प्रक्रियेला गती देऊन सर्वांगीण विकासाचे स्वप्न साकार करण्यासाठी माहिती अधिकाराला प्रसार माध्यमाची जोड दिली तर सर्वांगीण विकासाचे चक्र अधिक गतिमान करता येऊ शकते. त्यातून सामूहिक विकासाचे फळ शेवटच्या घटकापर्यंत पोहोचविणे शक्य होईल. विविध क्षेत्रात प्रसार माध्यमे विकासाला पोषक वातावरण निर्माण करतात आणि अशा वातावरण संस्थात्मक जीवनाचे बदलते चित्र व सामाजिक बांधिलकीची भावनाही रुजू लागते विकसनशील राष्ट्रांमध्ये नवीन जीवनमूल्य रुजविण्याचे काम प्रसार माध्यमे करतात. प्रसार माध्यमांची मानसिकता विविध पक्षांच्या ध्येयधोरणाशी निगडित असल्यास ते निःपक्षपातीपणे कार्य करू शकत नाही.

सध्याच्या काळात पारंपरिक प्रसार माध्यमांबरोबर नव प्रसार माध्यमांनी आपला जम चांगल्या प्रकारे बसविला आहे. यामागे व्यावसायिक कारणे मोठी असली तरी त्याचा सर्वसामान्यांना देखील लाभ होऊ लागला आहे. माहिती तंत्रज्ञानाचा योग्य प्रकारे वापर करून आपण या माध्यमांच्या मदतीने आपली दैनंदिन कामे अधिक गतीने करू लागलो आहोत. शासन स्तरावर नागरिकांच्या वैयक्तिक माहितीचे जतन व संवर्धन करण्यासंदर्भात ध्येयधोरणे आखली जात आहेत. प्रत्येक नागरिकाच्या खाजगी माहितीचे संरक्षण व्हावे यासाठी शासन स्तरावरही यासंदर्भात नेटाने प्रयत्न होत आहेत.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न: प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम स्पष्ट करा.

____

____

____

____

____

१.४ समारोप

एकंदरपणे या घटकातून आपण प्रसार माध्यमांचा विकास व प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम हे समजून घेतले. प्रसार माध्यमांचा विकास व प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम या संदर्भातही चर्चा केली.

१.५ प्रश्नावली

अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१) प्रसार माध्यमांचा विकास आणि समाजावरील परिणाम सांगा.

ब) टीपा लिहा.

१) प्रसार माध्यमांचा समाजावर होणारा परिणाम

२) मुद्रित प्रसार माध्यमे

१.६ संदर्भ ग्रंथ

- डॉ भास्कर शेळके (संपा) 'प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा', स्नेहवर्धन स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे
- डॉ. उज्वला भोर 'प्रसार माध्यमे आणि भाषा व्यवहार' प्रशांत पब्लिकेशन
- मराठी विश्वकोश प्रथम आवृत्ती
- मराठी विकिपीडिया मुक्त स्रोत

*****

२अ

प्रसार माध्यमांचे प्रकार - मुद्रित प्रसार माध्यमे (वृत्तपत्र आणि नियतकालिक)

घटक रचना

२.१ उद्दिष्टे

२.२ प्रस्तावना

२.३ प्रसारमाध्यमांच्या व्याख्या

२.४ प्रसारमाध्यमांचे वर्गीकरण

२.५ प्रसारमाध्यमांचे प्रकार

i) प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा

२.६ वर्तमानपत्र

i) वर्तमानपत्राचे स्वरूप

ii) वर्तमानपत्राचे कार्य

२.७ नियतकालिक

i) नियतकालिक व्याख्या

ii) नियतकालिक स्वरूप आणि वर्गीकरण

iii) नियतकालिकांचे कार्य

iv) नियतकालिकांचा कालावधी

v) नियतकालिकांचा हेतू

२.८ वृत्तपत्र आणि नियतकालिक यातील फरक

२.९ समारोप

२.१० प्रश्नावली

२.११ संदर्भ ग्रंथ

२.१ उद्दिष्टे

- प्रसार माध्यमाच्या स्वरूपाचे ज्ञान होणे.
- प्रसार माध्यमासाठी लेखन करण्याची क्षमता विकसित होणे.
- माहितीची देवाणघेवाण करणे.
- अद्यावत ज्ञान प्रसार करणे.
- वाचकांचे मनोरंजन करणे.

- जाहिरात जनसंपर्क करून प्रसिद्धी प्रचार करणे.
- वृत्तपत्राविषयी माहिती मिळवणे.
- नियतकालिका विषयी माहिती मिळवणे.

२.२ प्रस्तावना

आजच्या युगात प्रसारमाध्यमे ही समाजाचा आरसा आहेत. समाजात दूरवर घडलेल्या घटना समाजापर्यंत पोहचवण्याचे महत्वाचे काम प्रसार माध्यमे करीत असतात. आज वेगवेगळी माध्यमे नकळतपणे किंवा गरज म्हणून आपल्या जीवन व्यवहाराला जोडली गेली आहेत. पूर्वी परंपरागत मौखिक प्रसार माध्यमांचा वापर केला जात असे. दवंडी, भारुड, कीर्तन, नगारा, वासुदेव ही लोकमध्यमे होती. जस जसा मानवी विकास होत गेला तस तसा प्रसारमाध्यमांची गरज निर्माण होऊन त्यांची निर्मिती झाली. तसेच ज्ञान, संवाद, मनोरंजन या गरजांसाठी वृत्तपत्र, दूरध्वनी, नियतकालिक, मासिक, संगणक, इंटरनेटच्या माध्यमातून प्रत्येक माणूस जगाला जोडला गेला आहे. माध्यमे ही आधुनिक समाजातील सर्वात महत्वाची संस्था आहे. प्रसार माध्यमांच्या क्षेत्रात उपग्रहाने मोलाची कामगिरी बजावली आहे. त्यामुळे जग अगदी जवळ आहे. दृक, श्राव्य, दृक-श्राव्य अशी जोड साधण्याचे काम प्रसार माध्यमे करतांना आज आपणास दिसून येतात. राजकारणातील घडामोडी, खेळातील घडामोडी, समाजातील घटना-प्रसंग, शेअर बाजारातील चढ-उतार, सरकारच्या योजना, वैज्ञानिक शोध अथवा घडामोडी हे प्रसार माध्यमांमार्फत सर्वसामान्य व्यक्तींपर्यंत पोहचवली जातात. एखादी माहिती तात्काळ जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहचवता येते. राष्ट्रीय-आंतरराष्ट्रीय घडामोडी सर्वसामान्यांना समजतात. सामाजिक, राजकीय, शैक्षणिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, आरोग्यविषयक प्रश्न, समस्या यांच्याविषयी जनजागृती होते.

२.३ प्रसारमाध्यमांच्या व्याख्या

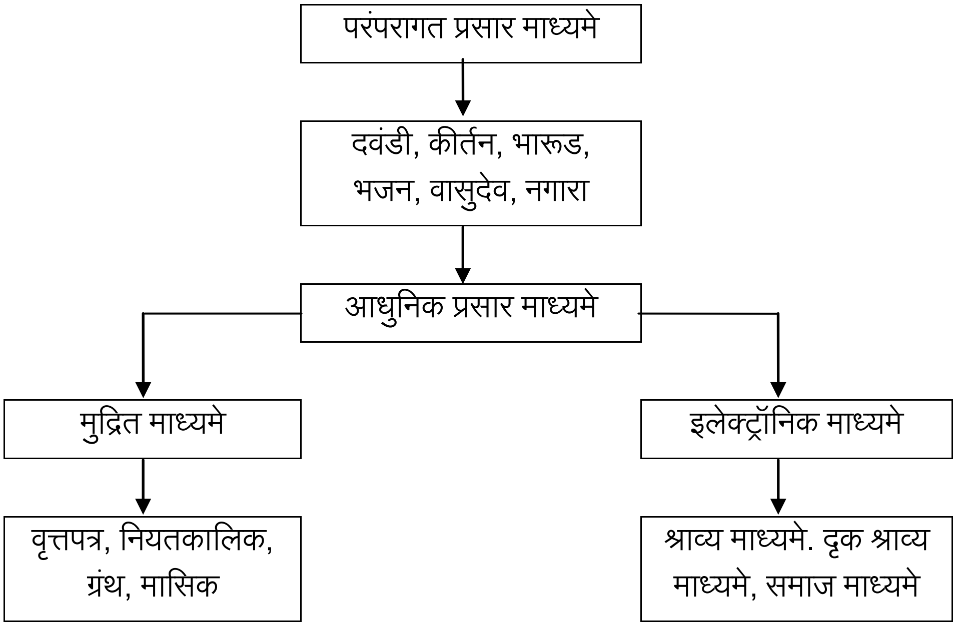
१. "ज्या माध्यमाद्वारे एखादा विचार, कल्पना, भावना, संदेश, माहिती, चित्र सर्वदूर पसरवले जातात. त्या मध्यमाला प्रसारमाध्यम म्हणतात".

२. "एखादी गोष्ट पसरवण्यासाठी आपण ज्याचा आधार घेतो त्याला 'प्रसारमाध्यमे' असे म्हटले जाते".

३. "करमणूक करणे, विविध विषयांवर अचूक माहिती देणे, विविध मुद्यांवर विविध प्रकारचे दृष्टीकोण व्यक्त करण्याच्या उद्देशाने अनेक व्यक्तींशी संपर्क संबंध प्रस्थापित करण्याचे सामर्थ्य ज्या साधनात असते त्याला 'प्रसारमाध्यम' असे म्हणतात".

वरील प्रमाणे आपणास काही प्रसार माध्यमांच्या व्याख्या अभ्यासता येतील.

२.४ प्रसारमाध्यमांचे वर्गीकरण



प्रसार माध्यमांमध्ये काही परंपरागत प्रसारमाध्यमे होती. पूर्वी परंपरागत प्रसार माध्यमांचा वापर केला जात होता. भजन, भारुड, कीर्तन, या माध्यमातून मौखिक प्रसार केला जात असे. कालांतराने मानवी जीवन विकसित झाल्यानंतर आधुनिक प्रसार माध्यमांचा उगम झाला. त्या मध्ये काही मुद्रित प्रसार माध्यमे आली. यात वर्तमानपत्र, मासिके, नियतकालिक, पुस्तके, वेगवेगळे ग्रंथ, यांचा समावेश केलेला असतो. ही सर्व छापील स्वरूपाची माध्यमे होय. त्यानंतर पुढील काळात इलेक्टॉनिक माध्यमे विकसित झाली. ही श्राव्य आणि दृक स्वरूपाची माध्यमे आहेत. मोबाईल, संगणक, आकाशवाणी, फेसबुक, ट्विटर, दूरदर्शन, आकाशवाणी, यांचा समावेश होतो. आजच्या काळात मुद्रित आणि इलेक्टॉनिक माध्यमे यांची सारखीच गरज आहे. दोन्ही माध्यमातून ज्ञानप्रसार, उद्बोधन, वैचारिक क्रांती होत असते.

२.५ प्रसारमाध्यमांचे प्रकार

अ) मुद्रित (छापील) प्रसार माध्यमे - Print Media

ब) अमुद्रित (इलेक्ट्रॉनिक) प्रसार माध्यमे - Electronic

अ) मुद्रित (छापील) प्रसार माध्यमे	ब) अमुद्रित (इलेक्ट्रॉनिक) प्रसार माध्यमे
१. वर्तमान पत्रे	१. संगणक
२. मासिके	२. इंटरनेट
३. नियतकालिक	३. मोबाईल
४. दिनदर्शिका	४. आकाशवाणी
५. भित्तिपत्रके	५. दूरदर्शन
६. लघुचित्रपट	६. फेसबुक

७. हस्तपुस्तिका	७. ट्विटर
८. चित्रफिती	८. व्हॉटसअप
९. माहितीपुस्तिका	९. टेलेग्राम
१०. जाहिरातपट	१०. डिजिटल क्रांती

प्रसार माध्यमांचे मुद्रित म्हणजे छापील प्रसार आणि अमुद्रित म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक प्रसार माध्यमे असे वर्गीकरण करावे लागते. छापील प्रसार माध्यमांमध्ये वर्तमानपत्र, मासिक, नियतकालिक, हस्तपुस्तिका, माहितीपुस्तिका, भित्तिपत्रके, असे अनेक छापील माध्यम असते. तर इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांमध्ये मोबाईल, फेसबुक, रेडिओ, दूरदर्शन, व्हॉटसअप, ट्विटर असे अनेक माध्यमे माहितीचा प्रसार करत असतात. इलेक्ट्रॉनिक माध्यमामुळे बटन दाबताच एका क्षणात माहिती सर्वात पोहचवली जाते. या प्रसार माध्यमांचे समाजात जनजागृतीसाठी अनन्यसाधारण महत्व आहे. प्रसार माध्यमांमुळेच जगातील माहिती सर्वत्र पोहचत असते. त्यामुळे लोकशाही अधिक सुदृढ राहते. त्यामुळेच माहिती मुक्तपणे समाजापर्यंत पोहचवण्यासाठी प्रसार माध्यमांची आवश्यकता असते. छापील प्रसार माध्यमांमधून घडामोडी समजतात आणि काही लेखांमधून सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, ऐतिहासिक घटना लोकांपर्यंत पोहचवले जातात.

i) प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा:

वृत्तपत्रे, मोबाईल, इंटरनेट, दूरदर्शन, आकाशवाणी, ही आधुनिक प्रसार माध्यमे आहेत. सकाळी उठल्यापासून ते झोपेपर्यंत या माध्यमाचा वापर आपल्या सोयीनुसार आपण करत असतो. ही सर्व माध्यमे भाषिक कौशल्यामुळेच खऱ्या अर्थाने उभी आहेत. प्रसार माध्यमामुळेच भाषेची प्रगती होत असते. प्रसारमाध्यमे भाषेच्या साहाय्याने वाचक, श्रोते, सर्वसामान्य जनता यांच्याशी संवाद साधत असतात. भाषा हे विचार करण्याचे, संवाद साधण्याचे मुख्य साधन आहे. आवड निवड, मूल्ये, क्षमता, वृत्ती, दृष्टी यांच्यासह व्यक्तिमत्व भाषेतूनच घडत असते. आणि माणसाची सर्जनशीलता भाषेतून व्यक्त होत असते.

प्रसार माध्यमाची स्वत:ची गरज आणि भाषेचा आविष्कारानुसार बदल होत गेले. म्हणजेच दूरदर्शनचे बातमीदार, आकाशवाणीचे निवेदक, वृत्तपत्राचे वार्ताहर यांची स्वतंत्र अशी भाषेची शैली असते. प्रसार माध्यमे संकलित माहिती बरोबरच भाषेचा प्रसार करीत असतात. अनेक नवे शब्द, नवीन संज्ञा यामुळे सर्व सामान्य वाचकास याचा परिचय होतो. प्रसार माध्यमांना प्रमाण आणि शास्त्रशुद्ध भाषा वापरावी असा संकेत आहे. शब्दांची पुनरुक्ती, अयोग्य व शब्द क्रम, कठीण शब्दांचा अतिरिक्त वापर, मर्यादित शब्दसंपदा, शब्दातील बारकावे माहीत नसणे या गोष्टी टाळल्या पाहिजेत. तसेच वृत्तपत्र लेखक आणि निवेदक यांचे भाषेवर प्रभुत्व असायला हवे. शब्दरचना, व्याकरण, वाक्यरचना या भाषेच्या तीन महत्वाच्या पैलूंवर पकड असली पाहिजे. वृत्तपत्र व्यवहारात भाषेचे स्थान अतिशय महत्वाचे आहे. वृत्तपत्राचा वाचक हा सर्वसामान्य नागरिक असतो. त्यामुळे भाषा साधी, सोपी, असावी लागते. वृत्तपत्राद्वारे रोजच्या रोज सर्वसामान्य जनतेशी भाषाव्यवहार घडतो. वृत्तपत्रामध्ये पत्रकारांनी विशेष काळजी घेतली पाहिजे, कारण जे-जे छापून येते ते शुद्ध, वास्तविक व्याकरणिकदृष्ट्या शुद्ध आहे, असे सर्वसामान्य माणूस गृहीत धरतो म्हणून पत्रकारांनी वृत्तपत्रात शुद्ध लिखाण केल पाहिजे. प्रसारमाध्यमांनी क्षीण झालेली भाषा वापरू

नये. भाषा ही मोठी शक्ती आहे, ती व्यक्त करतांना प्रसारमाध्यमांनी संयम जरुर ठेवावे. वृत्तपत्र भाषा व्यवहारचे प्रमाण वाढत आहे, तरीही काही प्रमाणात शुद्ध लेखन आणि व्याकरण या बाबतची गुणवत्ता कमी झाली आहे.

२.६ वर्तमान पत्र

आज वृत्तपत्र हे दैनंदिन जीवनाचे अविभाज्य अंग बनले आहे. वर्तमान पत्र हे दृश्य माध्यम आहे. वृत्त देणारे पत्र म्हणजे 'वृत्तपत्र' होय. वृत्त म्हणजे बातमी. काय घडले? कोठे घडले? कसे घडले? केव्हा घडले? हे जाणून घेण्याची मानवाची एक स्वाभाविक प्रवृत्ती असते. यातूनच बातमीचा (वृत्तचा) जन्म होतो. वृत्तपत्रातून खरं तर ज्ञान व माहिती मिळवण्याचे प्रमुख माध्यम आहे. जनसंवादाचे महत्वाचे असे साधन आहे. तसेच लोकशिक्षण करण्यात वर्तमान पत्राचा वाटा अतिशय महत्वाचा आहे. वाचकाची बौद्धिक गरज भागवण्याचे कार्य वर्तमानपत्र करत असतात. मराठीतील पहिले वृत्तपत्र बाळशास्त्री जांभेकर यांनी १८३२ मध्ये 'दर्पण' या नावाने सुरू केले. "वृत्तपत्र म्हणजे आजूबाजूला जवळ आणि जे जे काही घडले त्यातून प्रतिनिधिक असे, अपवादात्मक असे जे असेल त्याची निवड करून आपआपल्या ध्येय धोरणानुसार केलेली नोंद होय". अशी व्याख्या करता येते. मराठी वृत्तपत्र काढणाऱ्या बाळशास्त्री जांभेकरांनी 'दर्पण' वृत्तपत्र सुरू करतांना त्यांनी म्हटले की, "स्वदेशी लोकांमध्ये विलायतेतील विद्यांचा अभ्यास अधिक व्हावा आणि या देशाची समृद्धि व येथील लोकांचे कल्याण या विषयी स्वतंत्रतेने व उघड रितीने विचार करण्यास स्थान व्हावे............या वर्तमान पत्राचा उद्योग मुख्यत्वे आरंभिला आहे." हा हेतु त्यांनी स्पष्ट केला आहे. धर्म प्रसाराच्या कार्याबरोबरच अंधश्रद्धा, दुष्ट रूढी आणि सामाजिक दास्य यावर टीका केली जात असे. विविध वृत्तपत्रातून ठकबाजी, बुवाबाजी, मद्यपान निषेध यावर लेख लिहिले जात असे. त्यातूनच सामाजिक तत्वांचा आणि हिंदू धर्म सुधारणा स्वीकारली जाऊ लागली. मराठी वृत्तपत्राच्या इतिहासात प्रारंभी प्रबोधनाचे युग, सामाजिक आर्थिक सुधारणाचा काळ, राजकीय जागृती आणि स्वतंत्र आंदोलन या विविध टप्प्यांवर वृत्तपत्रांनी मोलाची कामगिरी बजावली. वर्तमानपत्रात बातम्या, क्रीडावृत्ते, संपादकीय लेख, शैक्षणिक वृत्त, सांस्कृतिक घडामोडी, वैज्ञानिक वृत्त, मनोरंजनच्या बातम्या, वैचारिक संपादकीय लेख, तसेच ताज्या घडामोडीच्या समावेश केलेला असतो. वाचक वर्गासाठी नवनवीन सदरे दिलेले असतात. ललित लेखन, शेअर बाजार, सौंदर्यवर्धक माहिती, आरोग्यविषयक, विविध विषयावर सल्ले, भविष्य यांचा समावेश बातमीपत्रात केलेला असतो. वर्तमान पत्रात प्रसिद्ध होणाऱ्या बातम्यांची सर्वसामान्यांवर जास्त परिणाम होत असतो. सामाजिक, राजकीय, मनोरंजन, चित्रपट या क्षेत्रातील व्यक्तींची प्रतिभा उभी करण्याचे काम बातमीद्वारे वर्तमानपत्रे करत असतात. वृत्तपत्रांचा 'बातमी' हा प्राण आहे. वृत्तपत्राचे महत्वाचे अंग म्हणजे सर्व क्षेत्रातील ताज्या घडामोडी होय. संपादक, वार्ताहर, मुद्रितशोधक, छाया चित्रकार, वितरक या सर्वांचा वृत्तपत्राची कामे करण्यात सहभाग असतो. स्थानिक, तालुका, जिल्हा, प्रदेश, राष्ट्र असे वृत्तपत्राचे स्तर बनतात. यामध्ये बातमी, अग्रलेख, स्फुट लेख, अर्थ, क्रीडा, विज्ञान , साहित्य, पुरवण्या, पत्र व्यवहार, विविध जाहिराती, रविवारच्या विशेष पुरवण्या या सर्व घटकामुळे वर्तमानपत्र तयार होत असते. वृत्तपत्र हे माध्यम मुद्रित (छापील स्वरूपाचे) आहे. या वृत्तपत्रात दररोज प्रसिद्ध होणाऱ्या स्थानिक दर्जाचे आणि जागतिक दर्जा पर्यंतच्या घडामोडी यात प्रसिद्ध होत असतात. यातील मनोरंजन, ज्ञान, माहिती हे सर्व

क्षेत्रातील आणि सर्व वयोगटातील व्यक्तींसाठी असते. वृत्तपत्र हे प्रसार माध्यम आता फक्त वाचनीय राहिलेले नसून त्यात रंगीत पुरवण्या, वेगवेगळ्या रंगीत जाहिराती, याप्रकारे ते आता पाहण्यासारखे आहे म्हणजेच दृक आहे. वृत्तपत्राच्या स्वरूप व कार्यामुळे आजच्या काळातही वृत्तपत्राचे महत्व आहे. भारताला आणि महाराष्ट्राला एक तेजस्वी परंपरा आहे. भारताच्या स्वतंत्र लढ्यात याच वृत्तपत्राने खूप मोठी कामगिरी बजावली आहे. तसेच महाराष्ट्रातील समाज सुधारण्यासाठी ज्या वेगवेगळ्या चळवळी निर्माण झाल्या, त्यामध्ये वृत्तपत्रांनी अतिशय महत्वपूर्ण भूमिका बजावलेली आहे.

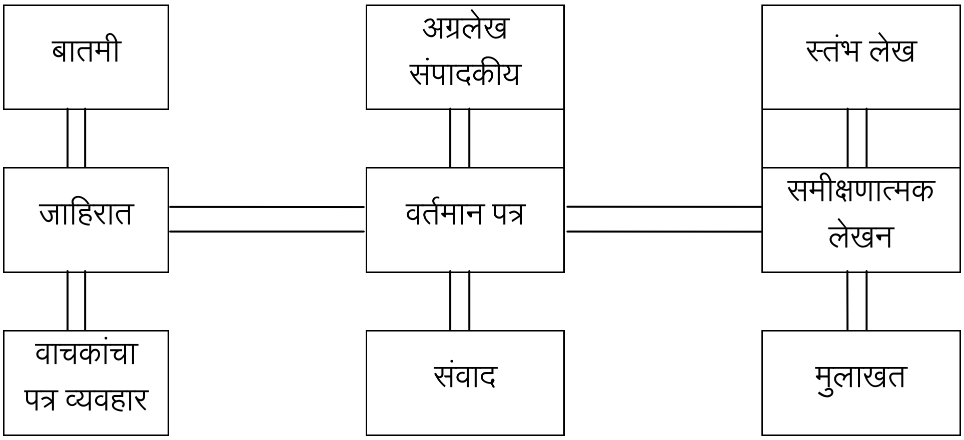
आताच्या काळात सकाळ, लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाईम्स, सामना, सम्राट, पुण्यनगरी असे बरेच वर्तमानपत्र महाराष्ट्रात उत्तम कामगिरी बजावत आहे. आकर्षक बातमी बनवण्यासाठी विनाकारण म्हणी, आणि वाकप्रचार यांचा अति वापर टाळावा. अनावश्यक शब्दांचा वापर करू नये. आणि कमीत कमी शब्दांचा वापर करून मोठा आशय व्यक्त करणारी भाषा वृत्तलेखकाला अवगत असली पाहिजे. बातमी तयार करतांना आपले वैयक्तिक मत न मांडता वार्ताहराने बातमीचे

नि:पक्षपातीपणे लेखन केले पाहिजे. भाषा समजण्यास सोपी असावी. वाचकाची जिज्ञासापूर्ती करणारी बातमीचे लेखन झाले पाहिजे. बातमीत अश्लील भाषा, ओंगळपणा नसावा. मुख्य म्हणजे कायद्याचे उल्लंघन होणार नाही याची दक्षता घेऊनच लेखन करावे, वार्ताहर स्वत:चे मत न मांडता कोणतीही टीकाटिप्पणी करत नाही. घटनेची कारणमीमांसा करूनच त्यावर होणारे परिणामावर मात्र टीका करू शकतो.

i) वर्तमानपत्राचे स्वरूप:

वर्तमानपत्रामुळे आपणास जगाची कल्पना येते. घडणाऱ्या घडामोडी या प्रसारमाध्यमातून समजतात, म्हणूनच आजच्या काळात वर्तमानपत्राची गरज आहे. वर्तमानपत्रामुळे ज्ञान कौशल्ये आणि तांत्रिक जागरूकता वाढण्यास मदत होते. पूर्वी वर्तमानपत्रातून फक्त बातमी दिली जात होती. पण आता त्यामध्ये बऱ्याच विषय व तज्ञांच्या मते, सर्वच विषयाची माहिती मिळते. वर्तमानपत्रात बातमी, संपादकीय अग्रलेख, स्तंभलेख, जाहिरात, समीक्षात्मक लेखन, वाचकाचा पत्रव्यवहार, संवाद, मुलाखात, खेळ, मनोरंजन, यानुसार वर्तमानपत्राचे स्वरूप ठरत असते. ते पुढील आकृतीने जास्त स्पष्ट होईल.

वर्तमान पत्राचे स्वरूप:



वरील आकृतीच्या सहाय्याने आपणास वर्तमान पत्राचे स्वरूप समजण्यास सोपे होईल.

वृत्तपत्र निर्मिती हे एकाचे काम नसून हे सांघिक कार्य आहे. वृत्तपत्र निर्मितीसाठी महत्वाचे काम संपादक करत असतात. वृत्तपत्राचे प्रकाशनाचे काम किंवा जबाबदारी संपादकाकडे असते. बातमी तयार करण्यासाठी त्यातील आशय आणि मांडणी करण्याची जबाबदारी उपसंपादकाकडे असते. प्राप्त माहिती, मजकुर, बातमी चे मथळे, पानातील बातमीचे स्थान, योग्य टंकाची निवड या गोष्टीकडे उपसंपादक बारकाईने पाहत असतो. वृत्तपत्राचा बातमी लेखन हा गाभा आहे. मुख्य घटना, त्या पाठोपाठ होणाऱ्या घडामोडी, यावरील विविध तज्ञांची मते, विचारात घेतली जातात. बातम्या सादर करण्यासाठी विशिष्ट शैली आणि आकर्षक सजावटीला महत्व दिले जाते. वेगवेगळ्या विषयांवर संपादकीय अग्रलेख, स्तंभलेख, स्फुट सूचना, तसेच विशिष्ट स्तंभ लिहिणारे, वाचकांचा पत्रव्यवहार, राजकीय वार्तापत्रे आणि लेख यांचे संपादन करणारे सहाय्यक संपादक, वृत्त संपादक, काही प्रतिनिधी, कला, शिक्षण, व्यापार, क्रीडा, चित्रपट, आर्थिक घडामोडी,हे विभाग पहाणारे वार्ताहर आणि उपसंपादक, छायाचित्रकार, ज्येष्ठ वार्ताहार हे सर्व वेगवेगळ्या वर्तमान पत्रातील विभागात काम करत असतात. अग्रलेख लिहिण्याची परंपरा लोकमान्य टिळक आणि आगरकर यांच्या पासून सुरू झाली ती आजपर्यंत आहे. भाषाशैली मुळे अग्रलेखास वाङ्मयीन मूल्य प्राप्त होत असते. वृत्तपत्रीय लेखाचे वेगवेगळ्या विषय असतात. विकास कार्याविषयीची माहिती देणारा हा लेख असतो. या विकासात्मक लेखनाचा उद्देश प्रेरणा देणारा असतो. वृत्तलेख हा प्रासंगिक असून ताजा असतो. वृत्तलेख ताजा असणे,हाच महत्वाचा गुण आहे. लेखकाचे निरीक्षण, त्याचा दृष्टीकोण, लेखकाच्या भावना यांचे आविष्कारण होते. वृत्त लेखात लेखकाच्या शैलीला जास्त महत्व असते. वृत्तपत्रात मुलाखत हा भाग ही महत्वाचा मानला जातो. जाहिरात म्हणजे " एखादी वस्तु अथवा सेवेच्या विक्रीसाठी किंवा एखादी कल्पना लोकांपर्यंत पोहचवण्यासाठी माध्यमांच्या द्वारे पैसे देऊन केली गेलेली प्रसिद्धी" होय. जाहिरातीला खूप महत्व आहे. विपणनातील महत्वाचे अंग मानले जाते. जाहिरात ग्राहकांना वस्तु बद्दल माहिती देऊन ग्राहकाकडून मागणी निर्माण करण्यास मदत करते. वेगवेगळ्या घटकांकडून जाहिरात केली जात असते, लोकांचे मन वळवण्यासाठी, परिवर्तांनासाठी जाहिरात महत्वाचे कार्य करीत असते. उदा. नोकर भरतीची जाहिरात, राजकीय क्षेत्रातून मतदानासाठी, न्यायलयीन नोटिसची जाहिरात, मालमत्ता खरेदी-विक्री, लिलाव, निविदा, चित्रपटांची जाहिरात, वस्तूंची जाहिरात केली जात असते. एकात्मता, कुटुंबनियोजन, पर्यावरण संरक्षण यांचा जनतेत प्रसार होण्यासाठी जाहिरात हे प्रभावी माध्यम आहे. केली जात असते. मुलाखत म्हणजे दोन व्यक्तींचे प्रश्नोत्तरे असतात. मुलाखत घेणे आणि मुलाखत लिहिणे याचे विशिष्ट तंत्र असते. वृत्तपत्रात मुलाखती देतांना भाषिक कौशल्ये अधिक महत्वाचे असते. प्रश्न विचारण्याचे कौशल्य, टिपणे घेणे, मुलाखतीचे लेखन याकडे बारकाईने पहावे लागते. समीक्षणात्मक लेखनमध्ये संगीत, चित्रपट, नाट्य, कला, क्रीडा तसेच ग्रंथ समीक्षा या प्रकारांचा समावेश होत असतो. वृत्तपत्रीय समीक्षा ही समण्या वाचकांसाठी असते. समीक्षलेखांत मत प्रदर्शनाला अधिक वाव असतो. वाचकांच्या दृष्टीने परखड मतप्रदर्शन आणि मार्गदर्शन असे समीक्षेचे स्वरूप असते. समीक्षणात्मक लेखांमध्ये ग्रंथ परीक्षण हे देखील महत्वाचे अंग असते. वाचकांशी जिव्हाळ्याचा संवाद साधून त्यांचा मिळणारा प्रतिसाद तसेच वाचकांचा सहभाग करून घेणारा जो मजकूर असतो त्यास 'वाचकांचा पत्रव्यवहार' समजला जातो. जनमतास

प्राधान्य दिले जाते. त्यांचे विविध प्रश्न, त्यांची मागणी, त्यांच्या सामाजिक,राजकीय, सांस्कृतिक समस्या या पत्र व्यवहारात मांडल्या जातात. उदा. कचरा डेपो हलवणे, भटक्या कुत्र्यांचा त्रास, कॉलनीसाठी रोड तयार होण्यासाठी, तसेच पथदीप लावणे. यांचा पत्रव्यवहार वाचकांचा वर्तमान पत्रातून होत असतो. या पत्रांची संबंधित अधिकारी दखल घेतात. अशा प्रकारे यांचा संवाद सुरू असतो.

ii) वर्तमानपत्राची कार्य:

१. दैनंदिन घटनांच्या बातम्या लोकांपर्यंत पोहचवणे.

२. लोकशिक्षण आणि लोकजागृती करून लोकशाही बळकट करणे.

३. अन्यायाला विरोध करून प्रतिसादात्मक कामांना प्रसिद्धी देणे.

४. वाचकांचे / रसिकांचे मनोरंजन करणे.

५. विविध क्षेत्रातील स्थानिक, राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय बातम्या लोकांपर्यंत पोहचवणे.

६. समाजातील वाईट किंवा अयोग्य घटनांचा विरोध करणे.

७. समाजातील दुर्बल घटकांची बाजू समाजासमोर मांडणे.

८. राजकीय, सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक इतिहास समाजास सांगणे.

महत्वपूर्ण वृत्तपत्रे:

पुढीलप्रमाणे महाराष्ट्रातील काही महत्वपूर्ण वृत्तपत्रे आणि संपादकाची यादी दिली आहे:

	महाराष्ट्रातील महत्वपूर्ण वृत्तपत्रे	**संपादक**
१.	दर्पण, दिग्दर्शन	बाळशास्त्री जांभेकर
२.	काळ	शि. म. परांजपे
३.	केसरी	लोकमान्य टिळक
४.	सुधारक	गो. ग. आगरकर
५.	दीनबंधु	कृष्णराव भालेकर
६.	मूकनायक / बहिष्कृत भारत, जनता, मानवता, समता	डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर
७.	मराठा	आचार्य अत्रे
१०.	प्रभाकर, ज्ञान दर्शन	भाऊ महाजन
११.	प्रबुद्ध भारत	स्वामी विवेकानंद
१२.	हरिजन, नवजीवन समाचार	महात्मा गांधी
१३.	महाराष्ट्र केसरी	डॉ. पंजाबराव देशमुख
१४.	शालापत्रक	कृष्णशास्त्री चिपळूणकर
१५.	इंदूप्रकाश	महादेव गोविंद रानडे

२.७ नियतकालिक

मराठीत नियतकालिक या मराठी शब्दाला इंग्रजीत जर्नल (Journal), मॅगजीन (Magazine), पेरीओडिकल (Periodical) म्हणतात. नियतकालिकाचा जन्म १७ व्या शतकात युरोपात झालेला आहे. जर्मनीत हँबर्गला १६३३ साली Erbauliche Monaths-Unterre- dugen हे पहिले नियतकालिक जगात प्रसिद्ध झाले. ज्ञान प्रसार करणे हीच प्रमुख प्रेरणा होती. नियतकालिकात विविध लेखनाचे संकलन केलेले असते. विविध लेखांचे संकलन करणे ही नियतकालिकांची प्राथमिक अवस्था असते. नियतकालिक हे काही काळानंतर नियमितपणे प्रसिद्ध होणारे पत्र आहे म्हणून वर्तमान पत्र ही एक प्रकारचे नियतकालिक आहे. नियतकालिक आणि वृत्तपत्र या दोघांमध्ये एक शूक्ष्म फरक सांगता येईल, तो म्हणजे वृत्तपत्रामध्ये ताजी बातमी असते आणि नियतकालिकमध्ये बातम्यांचे स्वरूप हे निराळे असते. मागे घडलेल्या घटनांचा आढावा त्यामध्ये घेतलेला असतो. बातम्यामधूनच चर्चा, वेगवेगळ्या कथा, वेगवेगळ्या विषयावरील लेख, नावाजलेल्या मुलाखती यांचा समावेश नियतकालिकेत केला जातो. घटनाचा समाजावर होणारा परिणाम काय होतो, या अनुषंगाने त्याबद्दल लोकमत तयार करणे, त्यावर चर्चा घडवून आणणे, जनजागृती करणे. या प्रकारचे स्वरूप नियतकालिकेचे असते. एका ठराविक काळानंतर नियमितपणे प्रकाशित होणाऱ्या मुद्रित किंवा हस्तलिखित प्रकाशनाला 'नियतकालिक' म्हणतात. वृत्तपत्रातील बातम्यांच्याच आधारे नियतकालिकातील लेखन अवलंबून असते. नियतकालिकचा उदय सर्वप्रथम युरोप खंडात झाला. नियतकालिकेचे काही प्रकार पडतात. प्रसिद्धीच्या नियतकालानुसार पाक्षिक दर पंधरा दिवसांनी निघणारे, साप्ताहिक दर आठवड्याला निघणारे, मासिक दर महिन्याला निघणारे, त्रैमासिक दर तीन महिन्यांनी निघणारे, व्दैमासिक दोन वर्षातून एकदाच निघणारे, आणि वार्षिक वर्षातून एकदाच निघणारे, दैनिक दररोज प्रकाशित होणारे असे प्रकार होऊ शकतात. कालावधी नुसार नियतकालिकांची निर्मिती झालेली दिसून येते. यावरून ती नियतकालिक आहे, असे ओळखले जातात. वाड्मयीन नियतकालिकांमधून अनेक लेखक , कवी, आणि समीक्षकांचा उदय झाला. त्यांनी त्या-त्या कालखंडात आपल्या लिखाणाच्या माध्यमातून समाज प्रबोधन मोठ्या प्रमाणात केले. वि. स. खांडेकर, रा.भि. जोशी, कुसुमाग्रज, बा. भ. बोरकर, बा. सी. मर्ढेकर, वामनराव चोरघडे, वि.ह. कुलकर्णी, वा.रा. ढवळे, वा. ल. कुलकर्णी, के. नारायण काळे, यशवंत, डॉ. माधवराव पटवर्धन, नामदेव ढसाळ, विं. दा. करंदीकर, शांता शेळके, वसंत बापट, मंगेश पाडगांवकर, असे अनेकविध लेखकांचे साहित्य या नियतकालिकातून प्रसिद्ध झाले.

मराठी नियतकालिकाच्या इतिहासात आपणास काही महत्वाचे टप्पे सांगता येतील. नियतकालिकाच्या इतिहासात विष्णुशास्त्री चिपळूंकराच्या 'निबंधमाला' ला अनन्यसाधारण महत्व आहे. आजपर्यंत विविध विषयांवर नियतकालिके प्रकाशित झाली.

i) नियतकालिक व्याख्या:

नियतकालिकाच्या संदर्भात काही संज्ञा विचारात घ्याव्या लागतात. त्या म्हणजे

१. नियतकालिक (Periodical)

२. मासिक (Magazine)

३. पत्रिका (Journal)

नियतकालिकाच्या संदर्भात सर्वसाधारणपणे वरील तीन संज्ञा वापरल्या जातात. या संज्ञा मध्ये कमी अधिक प्रमात फरक आपल्याला दिसून येतो.

- मराठी विश्वकोशात नियतकालिकची व्याख्या "जे प्रकाशन एकाच शीर्षकाखाली किमान एका आठवड्याच्या किंवा त्या हून अधिक कालावधीने सामान्यत: नियमितपणे प्रसिद्ध होते आणि ज्यात अनेक लेखकांचे विविध विषयांवरचे साहित्य संकलित केलेले असते ते नियतकालिक" अशी व्याख्या केलेली आढळते.
- A Dictionary of Literary terms by J.A. Cuddon यामध्ये पुढील प्रमाणे नियतकालिक ची व्याख्या देण्यात आली आहे. "A magazine or journal published at regular intervals: monthly, quarterly, etc." (पृ. ४९९)
- एका ठराविक काळानंतर नियमितपणे प्रकाशित होणाऱ्या मुद्रित किंवा हस्तलिखित प्रकाशनाला नियतकालिक म्हणतात.
- New Standerd Encyclopedio यात नियतकालिकेची व्याख्या पुढीलप्रमाणे केली आहे. "A Publication issued at regular intervals, such as weekly, monthly or quarterly (four times a year) Newspapers and daily reports are not included in the meaning of the term." (पृ. २०४)

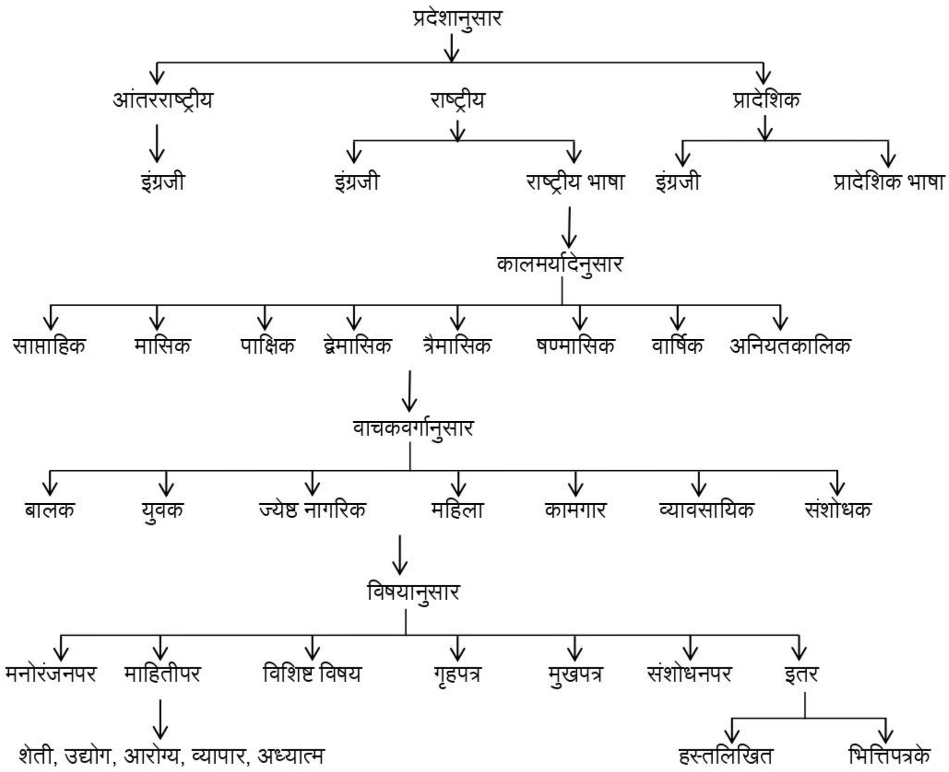
अशा व्याख्या विचारात घ्याव्या लागतात. नियतकालिकेच्या व्याख्येतून असे लक्षात येते की, प्रसिद्ध होणाऱ्या साहित्याचे एकाच विषयात विविध लेखकांचे साहित्य असते. तसेच ते विविध विषयांवरील वेगवेगळ्या लेखकांचे साहित्य ही असते. विविध लेखांचे संकलन करणे हे सर्व नियतकालिकेची प्रथमवस्था असते.

ii) नियतकालिकांचे स्वरूप आणि वर्गीकरण:

नियतकालिकांचे स्वरूप आणि वर्गीकरण पुढीलप्रमाणे अभ्यासता येते.

आपण जर नियतकालिकाचा इतिहास अभ्यासला तर आपल्या लक्ष्यात येते की, नियतकालिकांच्या स्वरुपात बदल घडून आला, कारण नियतकालिकांच्या वाटचालीत विविध प्रकारचे टप्पे उदयास आलेत. म्हणून नियतकालिकांच्या स्वरुपात आपल्याला बदल झालेला दिसून येतो. नियतकालिकांच्या स्वरुपातील काही बदल लक्ष्यात घेता येतील. नियतकालिकांचा सुरूवातीला ज्ञानप्रसार करणे हाच हेतु होता.कारण तत्काळात मोठ्या प्रमाणात अंध श्रद्धा आणि शिक्षणाचा अभाव होता. शिक्षणाच्या प्रसारा नंतर रंजन साहित्याचा प्रसार फार झपाट्याने झाल्यामुळे रंजनाचा हेतु लक्षात घेऊन ठराविक रसिकांसाठी नियतकालिकांची निर्मिती होऊ लागली. त्यानंतर निबंध वाङ्मायचा प्रभाव नियतकालिकांवर अधिक दिसू लागला. शिक्षणाचा प्रभाव, १९ व्या शतकात नव-नवीन ज्ञान शाखांची प्रगती झाली , मुद्रण कलेतील सुधारणा यामुळे नियतकालिकांचे स्वरूप बदलत गेले. कालांतराने नियतकालिकेने काही नव्या प्रकारांचा स्वीकार ही केला. यामध्ये

वृत्त नियतकालिक, छायाचित्रांना प्राधान्य देण्यात आले. नंतर व्यंगचित्रांचा उपयोग केला जाऊ लागला.तंत्र ज्ञानाचा विकास झाल्यामुळे दृक-श्राव्य माध्यमांच्या वापरामध्ये चित्रफितीतील नियतकालिक हा बदल झाला, तसेच ई-जर्नल्स ही निघू लागले, असे वेगवेगळे स्वरूप नियतकालिकांचे बदलत गेले.



iii) नियतकालिकाचे कार्य:

समाजामध्ये नियतकालिक महत्वाचे कार्य करत असते.

- नियतकालिकांनी त्या-त्या काळात समाजामध्ये लोकशिक्षण करणे, ज्ञानाचा प्रसार आणि प्रचार करण्याचे कार्य केले आहे.
- मराठी गद्यलेखनाची शैली प्रथम सुरुवात नियतकालिकेतून झाली. विष्णूशास्त्री चिपळूणकरांच्या 'निबंधमाला' या नियतकालिकेतून झाली.
- नियतकालिकानी त्या-त्या कालखंडातील समाजात वैचारिक क्रांती घडवून आणली.
- सर्वसामान्यांच्या विचारात नवचैतन्य निर्माण करण्याचे काम नियतकालिकांनी केले.
- लोकांमध्ये चिकित्सक बुद्धीमत्ता निर्माण करण्याचे कार्य केले.
- महाराष्ट्रातील वैचारिक, सांस्कृतिक जडण-घडण करण्याचे महत्वाचे कार्य केले.
- माणूस, संस्कृती, भाषा यांचे संवर्धन करण्याचे काम नियतकालिक करीत असतात.

तत्कालीन नियतकालिका मागची प्रेरणा ही समाज प्रबोधन करणे आणि यातूनच ज्ञानप्राप्ती, ज्ञान संवर्धन, आणि ज्ञानाचा प्रसार करणे हे होते. नियतकालिकेच्या माध्यमातून समाजाचे नीतीबोध आणि मनोरंजन करणे हे देखील महत्वाचे कार्य होते. तसेच काही नियतकालिक हे राजकीय स्वरूपाचे होते. तत्काळातील राजकीय परिस्थितीवर घणाघात केला. 'काळ' या नियतकालिकातून शि. म. परांजपे यांनी ब्रिटिश साम्राज्यावर हल्ला चढवला. ज्ञानाचा प्रसार व्हावा, समाजापर्यंत सर्व माहिती पोहचावी, समाजाची ज्ञानार्जनाची आकांक्षा वाढीस लागावी, समाजाला दिशा दाखवणे, ज्ञानाचे आदानप्रदान होण्यासाठी, अशा कार्यासाठी नियतकालिक प्रकाशित होतात.

iv) नियतकालिकांचा कालावधी:

क्रं.	कालावधी	नामकरण	इंग्रजी नामकरण
१.	आठवडा	साप्ताहिक	Weekly Publication
२.	पंधरवडा	मासिक	Fortnightly Publication
३.	महिना	मासिक	Monthly Publication
४.	दोन महीने	द्वैमासिक	Bimonthly Publication
५.	तीन महीने	त्रैमासिक	Quarterly Publication
६.	सहा महीने	षणमासिक	Half Yearly Publication
७.	वर्षाने	वार्षिक	Yearly Publication
८.	कधीही	अनियतकालिक	Yearly Publication

कालावधीनुसार नियतकालिकांची निर्मिती झालेली दिसून येते. म्हणून नियतकालिक हे कालावधी वरून ओळखली जातात.

नियतकालिकांची नावे:

संपादक	नियतकालिक
बाळशास्त्री जांभेकर	दर्पण, दिग्दर्शन
भाऊ महाजन	प्रभाकर, धूमकेतू
रा.भि. गुंजीकर	विविध ज्ञानविस्तार
वामन नारायण देशपांडे	युगवाणी
माधव चंद्रोबा डुकले / डॉ. अनंत चंद्रोबा डुकले	सर्वसंग्रह
श्री. पु. भागवत	सत्यकथा
पु.शी. रेगे	छंद
डॉ. रमेश वरखेडे	अनुष्टुभ
विष्णु गोविंद विजापूरकर	ग्रंथमाला
काशीनाथ रघुनाथ मित्र	मनोरंजन
वासूकाका जोशी	शालापत्रक
बाबा पदमनजी	उदयप्रभा
टॉमस ग्रॅहम	प्रभोदय
डॉ. ओमिली बिसेल	बालबोधमेवा

श्री. रावजी हरि आठवले	अबलामित्र
जनार्दन बाळाजी मोडक/ काशीनाथ नारायण साने	काव्येतिहाससंग्रह
पु. आ. चित्रे	अभिरुची
विनायक कोंडदेव ओक	बालबोध

v) नियतकालिकांचे हेतू:

वेगवेगळ्या कालखंडात प्रकाशित झालेल्या नियतकालिकांचा उद्देश हा पुढील प्रमाणे होता. नियतकालिकांचे विशिष्ट हेतु हा असतोच त्यानुसार नियतकालिके प्रसिद्ध केले जातात.

१. ज्ञान प्रसार करणे.

२. वर्तमान पत्रातील लेखांचा संग्रहोपयोगी उपक्रम राबवणे.

३. स्त्रीयांचे प्रश्न मांडणे.

४. आरोग्य, शिक्षण, सामाजिक प्रश्न, तत्वज्ञान, करमणूक, विज्ञान याची ओळख करून देणे.

५. साहित्य, कला, संस्कृती, नव लेखक यांचा परिचय करून देणे.

६. जुन्या मराठी काव्याचे प्रकाशन करणे.

७. उद्बोधनपर निबंधातून समाजाचे उद्बोधन करणे.

८. सर्वांगीण साहित्य चर्चा घडवून आणणे.

९. उद्बोधनपर साहित्य चर्चा घडवणे. जुन्या मराठी साहित्य काव्याचे प्रकाशन करणे.

१०. देशाचा सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, सांस्कृतिक इतिहास सांगणे.

११. समाजातील अयोग्य घटनांचा निषेध करणे आणि समाजातील दुर्बल घटकांची बाजू समाजासमोर मांडणे.

वरील उद्देशाने नियतकालिकाचे प्रकाशन होत असते.

२.८ वृत्तपत्रे आणि नियतकालिके यातील फरक

१. वर्तमानपत्र हे दररोज प्रकाशित होतात म्हणून त्यांना दैनिक असे ही म्हटले जाते. तर नियतकालिक हे ठराविक कलावधीत प्रकाशित होत असतात.

२. वर्तमानपत्र आणि नियतकालिक या दोघांच्या स्वरुपात आणि उद्देशात फरक असतो.

३. नियतकालिकाच्या प्रकाशनाला बराच कालावधी लागत असतो परंतू वर्तमानपत्राला वेळेचे बंधन असते.

४. समाज आणि शासन यांच्या वर अंकुश ठेवण्याचे काम वर्तमान पत्रे करीत असतात. नियतकालिक साहित्य, मनोरंजन, खेळ, अर्थ, कृषी, शिक्षण, आरोग्य, उद्योग यांना वाहिलेली असतात

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न. प्रसार माध्यमांचे प्रकार सांगा. वृत्तपत्र आणि नियतकालिक यांचे स्वरूप स्पष्ट करा.

____

____

____

____

____

२.९ समारोप

अशा प्रकारे मुद्रित प्रसार माध्यमे ही दररोजच्या घडामोडी आणि बातमी घरोघरी, सर्वदूर पोहचवण्याचे काम करीत असतात. सर्वसामान्य पर्यंत ही प्रसार माध्यमे पोहचली असल्यामुळे तसेच त्याचे स्वरूप आणि कार्यावरून त्याची लोकप्रियताही समजते. म्हणून प्रसारमाध्यमे ही समाज मनाचा आरसा आहेत. समाजात घडलेल्या घटना या प्रत्येक घरा-घरात पोहचवण्याचे काम प्रसारमाध्यम करीत असते. आज वेगवेगळी प्रसारमाध्यमे आपण वापरत आहोत. कळत नकळत ती आपली गरजच बनली आहे. प्रसार माध्यमांमुळेच सर्वसामान्य जनतेची नाळ आधुनिक युगाशी जोडली गेली आहे. बरेच मानवी जीवनव्यवहार या प्रसार माध्यमांमुळे पार पडत असतात. वर्तमानपत्र, मोबाईल, इंटरनेट, चित्रपट, आकाशवाणी, रेडिओ, दूरदर्शन, ही सर्व प्रसार माध्यमे आपल्या रोजच्या जीवनाशी सतत संपर्कात येतात.

२.१० प्रश्नावली

अ) दिर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. प्रसार माध्यम म्हणजे काय? प्रसार माध्यमांचे वर्गीकरण स्पष्ट करा.

२. नियतकालिकांचे स्वरूप स्पष्ट करा.

३. वर्तमानपत्राचे स्वरूप आणि कार्य स्पष्ट करा.

४. नियतकालिक म्हणजे काय? त्याचे वर्गीकरण सांगा?

५. प्रसार माध्यमांच्या व्याख्या सांगून प्रसार माध्यमांचे थोडक्यात प्रकार सांगा?

ब) टिपा लिहा.

१. प्रसार माध्यम

२. वर्तमानपत्र

३. नियतकालिक

४. वर्तमानपत्राचे कार्य

५. वृत्तपत्र आणि नियतकालिक यातील फरक

क) एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. परंपरागत प्रसार माध्यमे कोणती?

२. प्रसार माध्यमांची कोणतीही एक व्याख्या सांगा?

३. भाऊ महाजन यांच्या नियतकालिकाचे नाव सांगा.

४. सर्वप्रथम महाराष्ट्रात वर्तमान पत्र कोणी सुरू केले?

५. कोणतेही तीन नियतकालिकांची नवे सांगा?

२.११ संदर्भग्रंथ

- देव, सदाशिव; कोश वाड्मय विचार आणि व्यवहार, सुवर्ण प्रकाशन, २००२.
- मराठी अभ्यास परिषद पत्रिका, 'भाषा आणि जीवन' त्रेमासिक.
- नासिराबादकर ल. रा., व्यावहारिक मराठी.
- गर्गे स.मा., पत्र आणि पत्रकारिता, मानसन्मान प्रकाशन, १९१९.
- डॉ. सायाजीराजे मोकाशी, डॉ. रंजना नेमाडे, व्यावहारिक मराठी
- डॉ. भास्कर शेळके, प्रसार माध्यमे आणि मराठी भाषा
- https://mr.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%A8%E0%A4%BF%E0%A4%AF%E0%A4%A4%E0%A4%95%E0%A4%BE%E0%A4%B2%E0%A4%BF%E0%A4%95
- https://www.mpscacademy.com/2016/03/name-of-news-papers-during-independence-movement.html
- https://www.bookganga.com/Preview/BookPreview.aspx?BookId=4982189744377854458&PreviewType=books
- https://online.fliphtml5.com/bvskm/zuse/index.html#p=37
- https://online.fliphtml5.com/bvskm/zuse/index.html#p=6
- https://online.fliphtml5.com/bvskm/zuse/index.html#p=12

*****

२ब१

दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे

i) नभोवाणी

घटक रचना

२ब१.१ उद्दिष्टे
२ब१.२ प्रस्तावना
२ब१.३ विषय विवेचन
२ब१.४ नभोवाणी : विकास आणि वाटचाल
२ब१.४.१ सरावासाठी स्वाध्याय
२ब१.५ नभोवाणीवरील भाषण
२ब१.५.१ नभोभाषणाची काही वैशिष्ट्ये
२ब१.५.२ सरावासाठी स्वाध्याय
२ब१.६ नभोवाणीवरील चर्चा आणि मुलाखत
२ब१.६.१ नभोवाणीवरील चर्चा
२ब१.६.२ नभोवाणीवरील मुलाखती
२ब१.६.३ नमुना मुलाखत
२ब१.६.४ सरावासाठी स्वाध्याय
२ब१.७ नभोवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूपविशेष
२ब१.७.१ नभोवाणीवरील बातम्यांची रचना
२ब१.७.२ नभोवाणीसाठी बातमीलेखन
२ब१.७.३ सरावासाठी स्वाध्याय
२ब१.८ नभोवाणीवरून प्रसारित होणारी रूपके, नभोनाट्य, श्रुतिका
२ब१.८.१ नभोवाणीवरील रूपक
२ब१.८.१.१ नभोवाणीसाठी रूपकलेखन
२ब१.८.२ नभोनाट्याचे स्वरूप
२ब१.८.२.१ नभोनाट्य : लेखनतंत्र
२ब१.८.३ श्रुतिका : नभोनाट्याचे लघुरूप
२ब१.८.३.१ श्रुतिका लेखनाचे तंत्र
२ब१.८.३.२ श्रुतिका लेखन नमुना
२ब१.८.४ सरावासाठी स्वाध्याय
२ब१.९ नभोवाणीवरील जाहिराती
२ब१.९.१ नभोवाणीवरील जाहिरातीचे वेगळेपण

२ब१.९.२ नभोवाणीवरील जाहिरात लेखनाचे स्वरूप

२ब१.९.३ जाहिराती लेखनाची प्रयोजने

२ब१.९.४ जाहिरातीची संहिता लिहिताना घ्यावयाची काळजी

२ब१.९.५ नभोवाणीवरील जाहिरातीची वैशिष्ट्ये

२ब१.९.६ सरावासाठी स्वाध्याय

२ब१.१० नभोवाणीचे 'श्रोतृगट विशिष्ट कार्यक्रम'

२ब१.१०.१ मुले, युवक व महिलांसाठी कार्यक्रम

२ब१.१०.२ शेती व ग्रामीण भागासाठी कार्यक्रम

२ब१.१०.३ संगीतविषयक कार्यक्रम

२ब१.१०.४ नभोवाणीवरील उद्घोषणा

२ब१.१०.५ उद्घोषकाचे व्यक्तिमत्व

२ब१.१०.६ नभोवाणीवरील उद्घोषणेचे स्वरूप आणि महत्त्व

२ब१.१०.७ सरावासाठी स्वाध्याय

२ब१.११ संदर्भ ग्रंथ

२ब१.१ उद्दिष्टे

१. संप्रेषण माध्यमांचा स्थूल परिचय करून घेता येईल

२. नभोवाणीची प्रगती कशी होत गेली ते जाणून घेता येईल.

३. नभोवाणीवरील उद्घोषणा व त्यांचे महत्त्व समजून घेता येईल.

४. नभोवाणीवरील भाषण, चर्चा, मुलाखती यांची वैशिष्ट्ये व मर्यादा सांगता येतील.

५. नभोवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूप व वैशिष्ट्ये स्पष्ट करून सांगता येतील.

६. रूपक, श्रुतिका आणि नभोनाट्य लेखनाची तंत्रे स्पष्ट करता येतील.

७. नभोवाणीवरील जाहिरात लेखनाचे तंत्र स्पष्ट करता येईल.

८. नभोवाणीवरील कार्यक्रमाचे हेतु व महत्त्व स्पष्ट करता येईल.

२ब१.२ प्रस्तावना

नभोवाणी म्हणजेच 'आकाशवाणी' होय. 'ऑल इंडिया रेडिओ' अधिकृतपणे १९५७ पासून आकाशवाणी म्हणून ओळखला जातो. अद्यावत माहिती नागरिकांपर्यंत पोहोचवून त्यांना ज्ञानसंपन्न बनविण्यात नभोवाणीची भूमिका महत्त्वपूर्ण राहिलेली आहे. नभोवाणीने लोकशिक्षणाबरोबर लोकसंस्कृती, लोककला आणि लोकभाषा यांचे जतन, संवर्धन करण्याचेही महत्त्वपूर्ण काम केले आहे. त्यादृष्टीने संप्रेषणाचे एक प्रभावी माध्यम म्हणून नभोवाणीकडे पाहता येते.

विविध प्रश्नांवर आणि प्रासंगिक विषयांवर भाषणांचे प्रसारण करणे, हा नभोवाणीवरील कार्यक्रमांपैकी एक महत्त्वाचा भाग आहे. शिवाय तत्कालीन प्रश्नांवर चर्चेचे आयोजन करून तज्ञांना त्यात सहभागी करून घेतले जाते. अशा चर्चेतून संबंधित प्रश्नांवर प्रकाश टाकण्याचे काम तज्ञ मंडळी करतात. तसेच नभोवाणीवरून विविध प्रकारच्या मुलाखती प्रसारीत केल्या जातात. म्हणजेच भाषण, चर्चा आणि मुलाखत अशा माध्यमातून श्रोत्यांना माहिती देण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य नभोवाणीद्वारे केले जाते.

नभोवाणीवर प्रसारित होणारी बातमीपत्रे ही सर्वाधिक लोकप्रिय आहेत अचूक व ताजी माहिती बातमीपत्रातून सर्वसामान्य जनतेपर्यंत पोहोचविली जाते. प्रादेशिक, राष्ट्रीय, क्रीडाविषयक, व्यापार-उद्योग विषयक अशी वेगवेगळ्या प्रकारची बातमीपत्रे नभोवाणीवरून प्रसारित केली जातात. नभोवाणीची व्याप्ती मोठी असल्याने लोकशाहीची मूल्ये बुजविण्याच्या दृष्टीने ही बातमीपत्रे महत्त्वपूर्ण ठरलेली आहेत. याशिवाय भाषण, मुलाखत, चर्चा, नाटक, काव्य इत्यादीचा सुयोग्य वापर करून रूपक आकाराला येते. विविध विषयाला अनुसरून बांधलेली रूपके ही नभोवाणी वरून प्रसारित केली जातात. या रूपकातून वेगवेगळे सामाजिक प्रश्न मांडलेले असतात.

नभोवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या जाहिरातींना एक वेगळेपण आहे. कमी खर्चात अधिकाधिक लोकांपर्यंत पोहोचण्याची ताकद नभोवाणीवरील जाहिरातीमध्ये असते. वृत्तपत्रे, पोस्टर, कॅलेंडर, होल्डिंग यावरील जाहिरातीचा मजकूर वाचण्यासाठी साक्षर असावे लागते पण नभोवाणीवरील जाहिराती ऐकण्यासाठी ही अडचण येत नाही. त्यामुळेच नभोवाणीवरील जाहिरात जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत सहजपणे पोहोचते. म्हणूनच नभोवाणी हे जाहिरातीसाठी प्रभावी माध्यम ठरते.

'लोकशिक्षण' हा नभोवाणीचा मुख्य उद्देश आहे. या उद्देशाला धरूनच माहितीचे प्रसारण केले जाते. त्यासाठी श्रोतृगट ठरवून त्याप्रमाणे कार्यक्रमाचे वर्गीकरण केले जाते. उदाहरणार्थ लहान मुलांसाठी, युवक-युवतींसाठी, प्रौढांसाठी, महिलांसाठी, शेतकरी कामगारांसाठी असे गट करून त्यांच्या गरजांनुसार कार्यक्रमांचे स्वरूप निश्चित केले जाते. अर्थात श्रोतृगटानुसार लेखन व सादरीकरणाचे स्वरूपही बदलते

थोडक्यात प्रस्तुत घटकात संप्रेषण माध्यम म्हणून नभोवाणीचा विचार करावयाचा आहे. त्याचबरोबर नभोवाणी या माध्यमाचा विकास आणि वाटचाल स्पष्ट करावयाची आहे. तसेच नभोवाणीवरील भाषण, चर्चा, मुलाखत, बातम्या, रूपक, नभोनाट्य, श्रुतिका, जाहिरात आधीचे स्वरूप व वैशिष्ट्ये समजून घ्यावयाचे आहे. 'बहुजन हिताय, बहुजन सुखाय' हे ब्रीद नभोवाणीने कसे जपले आहे तेही प्रस्तुत घटकात जाणून घ्यायचे आहे.

२ब१.३ विषय विवेचन

संप्रेषण या मराठी शब्दासाठी इंग्रजीत कम्युनिकेशन असा पर्यायी शब्द वापरला जातो माणसाला समाजात जगण्यासाठी परस्पर संवादाची नितांत आवश्यकता असते त्यातूनच त्याचे सामाजिकीकरण होते म्हणून त्याला सामाजिक प्राणी असे म्हटले जाते. रंग, खुणा चिन्हे, हावभाव याप्रमाणे म्हणी हेसुद्धा संप्रेषणाचे महत्त्वपूर्ण साधन आहे. ध्वनीतूनच शब्दांचा जन्म झाला, आणि पुढे भाषेचा विकास झाला याच भाषेतून माणूस आपल्या

मनातील भावना व्यक्त करतो मुद्रणकलेचा शोध लागल्यानंतर संप्रेषणाची गती वाढली पुस्तकाच्या माध्यमातून ज्ञानाचे भांडार जनतेपर्यंत पोहचू लागली अर्थात हा ग्रंथव्यवहार अशिक्षित लोकं पुरताच मर्यादित आहे निरक्षर व्यक्तींना त्याचा उपयोग होत नाही.

सन १८७६ साली ग्रॅहॅम बेलने दूरध्वनी चा आणि पुढे १८९५ मध्ये मार्कोनीने बिनतारी संदेश यंत्रणेचा शोध लावला. त्यामुळे डोंगर दऱ्यांचे अडथळे दूर करून शेकडो मैलावरचे ऐकता येणे शक्य झाले. मार्कोनी या शास्त्रज्ञाने १९१८ मध्ये सप्टेंबर महिन्यात इंग्लंडकडून ऑस्ट्रेलियाला पहिला रेडिओ संदेश पाठवला. १९२१ साली अमेरिकेत पीटर्सबर्ग येथे जगातील पहिले नभोवाणी केंद्र स्थापन केले. सद्यस्थितीत नभोवाणीचा विकास वेगाने होत असल्याने दिसून येत आहे. वैश्विक घडामोडी बातम्यांच्या रूपाने नभोवाणीवरून सादर केल्या जातात. याशिवाय भाषणे, चर्चा, संवाद, मुलाखती, वृत्तांत, रूपक, श्रुतिका, संगीत, नाट्य, जाहिराती याद्वारे संपूर्ण जगच ध्वनिलहरीच्या माध्यमातून घरात आणली जात आहे.

२ब१.४ नभोवाणी : विकास आणि वाटचाल

१९२६मध्ये भारतात नभोवाणी चे प्रसारण सुरू झाले. 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी'ने इंग्रजांशी करार करून २३ जुलै १९२७ मध्ये मुंबई येथे तर २६ ऑगस्ट १९२६ रोजी कलकत्ता येथे नभोवाणी केंद्र स्थापित झाले. या दोन्ही केंद्राची प्रसारण क्षमता ४८ किलोमीटर होती. शिवाय त्याकाळी लाहोर, अलाहाबाद, पेशावर, डेहराडून येथे खाजगी हौशी रेडिओ क्लब होते. तर म्हैसूर संस्थानाने १९३५ साली स्वतःचे नभोवाणी केंद्र सुरू केले होते. त्याला दिलेले 'आकाशवाणी' हे नाव पुढे १९३७ झाली भारत सरकारने नभोवाणी सेवेसाठी कायम केले.

देशाला स्वातंत्र्य प्राप्त झाल्यानंतर नभोवाणीच्या विकासाला गती मिळाली बहुजन हिताय बहुजन सुखाय हे ब्रीद घेऊन नभोवाणी ने दमदार वाटचाल सुरू केली १९४७ मध्ये केवळ सहा नभोवाणी केंद्रे होती १९९८ मध्ये हीच संख्या १९५ वर गेलेली दिसते त्यात १८३ पूर्ण क्षमतेची केंद्रे, ९ सहप्रक्षेपक केंद्रे आणि ३ विविध भारतीची स्वतंत्र केंद्रे आहेत.

नभोवाणी चे एकूण ३०० प्रक्षेपक देशात कार्यरत आहेत. त्यांचे प्रसारण देशाच्या ९० टक्के भौगोलिक क्षेत्रात व ९७.३ टक्के लोकांपर्यंत पोहोचते.

देशात ७४ स्थानिक आकाशवाणी केंद्रे आहेत. ईशान्येकडील दुर्गम भागात अतिलघु केंद्र स्थापन करण्याचाही सरकारचा मानस असून एकंदर १६ केंद्रे उभारण्यात येत आहेत. तसेच लक्षद्वीप व मिनिकॉय बेटावरही अशी तीन केंद्रे सुरू करण्यात येत आहेत. सहाव्या पंचवार्षिक योजनेत स्थानिक कलावंतांना संधी मिळावी यासाठी स्थानिक नभोवाणी केंद्राची कल्पना मांडण्यात आली. महाराष्ट्रात धुळे, नाशिक, अहमदनगर, बीड, यवतमाळ, अकोला, चंद्रपूर, नांदेड, कोल्हापूर, उस्मानाबाद, सातारा, सोलापूर अशी स्थानिक केंद्रे कार्यान्वित झालेली आहेत. तर मुंबई, पुणे, नागपूर, औरंगाबाद, परभणी, जळगाव, सांगली, रत्नागिरी येथे परिपूर्ण आकाशवाणी केंद्रे कार्यरत आहेत.

देशात दिल्ली, कलकत्ता, मद्रास, आणि मुंबई या महानगरांमध्ये ५० ते १०० किलोवॅट क्षमतेचे प्रक्षेपक असून ते लघूलहरीवर काम करतात. कलकत्ता, राजकोट या ठिकाणी

१००० किलोवॅट क्षमतेचे प्रक्षेपक आहेत. मुंबई येथे ५० किलोवॅट तर नागपूर येथे २० किलोवॅट क्षमतेचे प्रक्षेपक कार्यरत आहेत. आकाशवाणीच्या या सर्वच केंद्रांचे टप्प्याटप्प्याने आधुनिकीकरण करण्यात येत असून डिजिटल ध्वनिमुद्रण, संगणकीकृत हार्डडिस्क, डिजिटल रेकॉर्डिंग व एडिटिंग यासाठी आधुनिक तंत्रज्ञान वापरण्यात येत आहे. आकाशवाणीच्या प्रसारणासाठी सध्या इन्सॅट - १ (डी), इन्सॅट -२ (ए) आणि इन्सॅट -२ (बी) या उपग्रहांचा वापर करण्यात येत आहे. आकाशवाणीच्या या प्रसारणात आता फोन, इंटरनेटचाही उपयोग करून घेतला जातो.

आकाशवाणीच्या वृत्त विभागातर्फे रोज वेगवेगळ्या भाषेतील वार्तापत्रे सादर केली जातात. यात राष्ट्रीय-आंतरराष्ट्रीय तसेच प्रादेशिक वार्तापत्रे यांचा समावेश आहे. युवकांसाठी ही वार्तापत्रे आणि क्रीडा वार्तापत्रे अशी विशेष वार्तापत्रे आकाशवाणीवरून प्रसारित केली जातात. महाराष्ट्रातील काही केंद्रांमध्ये प्रादेशिक वृत्तविभाग कार्यरत असून तेथून प्रादेशिक बातमीपत्र प्रसारित केली जातात. याशिवाय चर्चेचे कार्यक्रम, विधिमंडळ कामकाजाचे समालोचनही आकाशवाणी केंद्रांवरून प्रसारित केले जाते.

वृत्त संकलनासाठी पूर्णवेळ व अर्धवेळ वार्ताहर संपूर्ण देशभर कार्यरत आहेत. वृत्तसंकलनासाठी पी.टी.आय. (प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया), यू.एन.आय. (युनायटेड न्यूज ऑफ इंडिया) तसेच जगभरातील नभोवाणी केंद्रांची वार्तापत्रे यांची मदत घेतली जाते. शिवाय आकाशवाणीची स्वतंत्र विदेशी सेवाही कार्यरत आहे. त्याद्वारे २४ परदेशी भाषांमधून प्रसारण केले जाते.

१९८८ मध्ये आकाशवाणीने राष्ट्रीय वाहिनी सुरू केली आहे. त्यावरून राष्ट्रीय घडामोडींशी संबंधित कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. हिंदी आणि इंग्रजी वार्तापत्राचे प्रसारण हे या वाहिनीचे वैशिष्ट्य आहे. तसेच संसदीय कामकाजाचे थेट प्रक्षेपण हे आणखी एक वैशिष्ट्य येथे नमूद करता येईल. या बरोबरच १९६७ साली सुरू झालेल्या विविध भारतीची ३० केंद्रे, सर्वसाधारण स्वरूपाची ९९ केंद्रे , ७२ स्थानिक आकाशवाणी केंद्रे व ५ एफ.एम. केंद्रे यावरून ही सेवा दिली जाते. आकाशवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या जाहिराती हा आकाशवाणीच्या उत्पन्नाचा महत्त्वाचा स्त्रोत आहे.

आकाशवाणी केंद्रावरून विविध भाषांमध्ये नभोनाट्य सादर केली जातात. याशिवाय कुटुंबकल्याण, शेतकऱ्यांसाठी, ग्रामीण जनतेसाठीही कार्यक्रम प्रसारित होतात. यात शिक्षण विषयक कार्यक्रमांनाही मोठे स्थान आहे. प्रौढ शिक्षण विषयक तसेच विज्ञान तंत्रज्ञान विषयक कार्यक्रमही आकाशवाणीवरून प्राधान्याने प्रसारित केले जातात. तर वेगवेगळ्या श्रोतृगटांना समोर ठेवून आकाशवाणी अनेक कार्यक्रम सादर करीत असते. आकाशवाणीचे स्वतःचे ध्वनिफीत संग्रहालय आहे त्यात नामवंत व्यक्ती, कलावंतांचे संगीतमय कार्यक्रम, भाषणे, मुलाखती, स्मृती रूपात जतन करून ठेवण्यात आली आहेत.

आकाशवाणीचे एक कार्यक्रम समन्वय केंद्रही आहे. त्याद्वारे विविध केंद्रावर होणारे महत्त्वाचे कार्यक्रम एकत्रित करून इतर केंद्रांवर पोचवण्यात येतात. शिवाय आकाशवाणीतर्फे एक स्वतंत्र सर्वेक्षण विभाग चालू करण्यात आला असून त्याद्वारे आकाशवाणीच्या प्रसारणाविषयी जनतेची मते, सूचना जाणून घेतल्या जातात व त्या आधारे कार्यक्रमांच्या स्वरूपात आवश्यक ते बदल केले जातात.

आकाशवाणीचा संगीत विभाग अतिशय वैशिष्ट्यपूर्ण आहे. सर्व प्रकारच्या संगीत प्रवाहाला आकाशवाणीने सुरुवातीपासून उत्तेजन दिले आहे. त्यामुळे शास्त्रीय, उपशास्त्रीय, चित्रपट संगीत, नाट्य संगीत, वाद्य संगीत, लोकसंगीत याची मेजवानी श्रोत्यांना मिळालेली आहे. थोडक्यात आकाशवाणीचा विकास अभिमानास्पद असाच आहे. जनतेला ज्ञान आणि मनोरंजनाची मोफत सेवा देणारी संस्था म्हणून आकाशवाणीचे योगदान निश्चित मोठे आहे.

२ब१.४.१ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणी या माध्यमाचे ब्रीदवाक्य ..... आहे.

(सर्वे सत्ता सुखी होन्तु / बहुजन हिताय बहुजन सुखाय / सत्यमेव जयते)

२. ....नभोवाणी केंद्राने 'आकाशवाणी' हे नाव प्रथम वापरले.

(म्हैसूर / कलकत्ता / दिल्ली)

३. नभोवाणी हे .... माध्यम आहे.

(दृक / श्राव्य /दृकश्राव्य)

जोड्या जुळवा.

१. मार्कोनी	अ) दूरध्वनीचा शोध
२. पीटसबर्ग	ब) बिनतारी संदेश यंत्रणेचा शोध
३. ग्रॅहम बेल	क) जगातील पहिले नभोवाणी केंद्र

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीचे मुख्य उद्दिष्ट कोणते?

२. सर्वात प्रभावी संप्रेषण माध्यम कोणते?

३. मुंबई येथे कोणत्या साली नभोवाणी केंद्राची स्थापना झाली?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीची वाटचाल सविस्तर लिहा.

२. नभोवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांचे स्वरूप लिहा.

टिपा लिहा.

१. सर्वात स्वस्त माध्यम : नभोवाणी

२. लोकशिक्षण आणि नभोवाणी

२ब१.५ नभोवाणीवरील भाषण

विविध विषयांवर तज्ञ व्यक्तींच्या भाषणाचे आयोजन करणे, हा नभोवाणी प्रसारणातील महत्त्वाचा भाग आहे. अशा भाषणातून सामाजिक प्रश्नांवर प्रकाश टाकण्याचा प्रयत्न केला जातो. प्रत्यक्षातील भाषण यापेक्षा नभोवाणीवरील भाषणाचे स्वरूप वेगळे असते. नभोवाणीवर मायक्रोफोनद्वारे तज्ञ व्यक्ती बोलते आणि लाखो श्रोते ते बोलणे ऐकतात. खरे तर हा एकतर्फी संवाद चालू असतो. वक्ता श्रोत्यांना आणि श्रोते वक्त्याला पाहू शकत नाहीत. केवळ वक्त्याचा आवाज ऐकण्याची एकमार्गी क्रिया घडत असते. येथे वक्त्याला प्रतिप्रश्न विचारता येत नाही आणि श्रोत्याचा प्रतिसादही समजू शकत नाही. त्यामुळे ही बाब लक्षात ठेवून वक्त्याला योग्य ते फेरबदल भाषणात करावे लागतात. प्रत्यक्ष सभेत बोलणाऱ्या वक्त्याप्रमाणे नभोवाणीवर बोलता येत नाही. अर्थात असे असले तरी जेथे आहे तेथून नभोवाणीवरील भाषण ऐकता येते. त्यासाठी विशेष ठिकाणी जाण्याची आवश्यकता नसते.

नभोवाणीवरील भाषण साधारणपणे १० ते १५ मिनिटांचे असते. अनौपचारिक शैली ते सादर करावे लागते. वक्त्यांची भाषा साधी सोपी सरळ असावी लागते.त्यामध्ये कृत्रिमता अथवा दूर्बोधता असू नये. अलंकारिक वाक्यरचना शक्यतो टाळावी. अशा भाषणात सूक्ष्म तपशील, आकडेवारी, याद्या देणे संयुक्तिक ठरत नाही. अतिबोजड तपशीलामुळे नभोवाणीचे श्रोते दुरावण्याची शक्यता असते. त्यामुळे नभोवाणीवरील भाषणात प्रवाहीपणा असणे गरजेचे असते. छोटी छोटी वाक्यरचना असलेली, श्रोत्यांच्या मनाची पकड घेणारी, दैनंदिन व्यवहारातील भाषा नभोवाणीवरील भाषणात वापरणे आवश्यक आहे. त्यासाठी वक्त्याने नभोभाषण हे निराश न होता आकर्षक होईल याकडे विशेषत्वाने लक्ष दिले पाहिजे.

नभोभाषणाचा प्रारंभ हा लक्षवेधी असावा. सुरुवात आकर्षक झाली तर पुढील भाषण ऐकण्याची श्रोत्यांना गोडी वाटेल. त्याची उत्कंठा वाढेल. त्यासाठी प्रारंभी एखादे सुभाषित, वाक्प्रचार, चटकदार म्हण, गाण्याच्या ओळी, काव्यपंक्ती यांचा उपयोग करता येतो. कधी कधी वक्ता धक्कातंत्राचा वापर करतो. उदाहरणार्थ कोरोना विषयीच्या एखाद्या भाषणाचा प्रारंभ "बरं झालं, कोरोनाची साथ आली" अशी केली तरी श्रोते आश्चर्यचकित होतात. महामारी स्वागतार्ह कधीच नसते. मात्र तसे प्रतिपादन जर कोणी केले तर श्रोते उत्सुकतेने ऐकतात. भाषणाच्या प्रारंभाप्रमाणे शेवटसुद्धा आकर्षक करणे गरजेचे असते. शेवटात भाषणाचे सर्व सार एकवटले पाहिजे. तसे झाले तर वक्त्याचे भाषण दीर्घकाळ श्रोत्यांच्या मनात रेंगाळत राहते.

श्रोत्यांना आवडेल असा कोणताही विषय नभोवाणीवरील भाषणाकरिता निवडता येतो. प्रासंगिकता, सामाजिक गरज इत्यादी बाबींचा विचार करून नभोभाषण तयार केल्यास ते अधिक दर्जेदार होते. महिला, युवा वर्ग, लहान मुले, कामगार यांच्याशी संबंधित विषय रोचक पद्धतीने मांडल्यास अशी भाषणे श्रोत्यांना आवडतात. कधीकधी संपूर्ण समाजाला आकर्षित करणाऱ्या व सामाजिक परिणाम करणाऱ्या विषयावर भाषण प्रसारित करावे लागते. उदा. दिवाळी, गणेश चतुर्थी, भूकंप, साथीचे रोग, नैसर्गिक आपत्ती इत्यादी. सन २०२२ मध्ये भारतीय स्वातंत्र्याचा अमृत महोत्सव साजरा होत आहे. त्यानिमित्ताने राष्ट्राभिमान, राष्ट्रप्रेम, राष्ट्रभक्ती आणि राष्ट्रध्वज या पैलूंवर भर देता येईल.

नभोवाणीवरील भाषणांच्या विषयांची निवड करताना वक्त्याला श्रोत्यांच्या बौद्धिकतेचा आणि मानसिकतेचाही विचार करावा लागतो. नभोभाषणात अचूक तपशील देणे आवश्यक असते. चुकीच्या माहितीमुळे अजान श्रोत्यांवर चुकीचे संस्कार होतात. म्हणून बिनचूक माहिती पुरविण्यावर भर द्यावा लागतो. वक्त्याने प्रक्षोभक, खळबळजनक आणि सनसनाटी निर्माण करणारे शब्दप्रयोग टाळणे आवश्यक आहेत.

नभोवाणीवरील भाषणांचे सादरीकरण करताना, वाचन करताना वक्त्याने काही दक्षता घेणे अपेक्षित असते. भाषण कितीही सुंदर लिहिले असले तरी ते प्रभावीपणे वाचणेही महत्त्वाचे असते. निर्जीव शब्दांना जिवंत करण्याची, चैतन्यमयी बनविण्याची ताकद त्याच्या वाणीमध्ये असली पाहिजे. त्यासाठी वक्त्याने आपले भाषण ठाशीवपणे, रसरशीतपणे, योग्य त्या चढ-उतारासह सादर करणे आवश्यक असते. वाचनाचा वेग आणि शब्दांचे स्पष्ट उच्चार यावरही वक्त्याला काम करावे लागते. योग्य ठिकाणी योग्य विराम (Pause) घेतल्यास भाषण अतिजलद अथवा अतिसंथ होणार नाही. थोडक्यात नभोभाषण कंटाळवाणे, रूक्ष होता कामा नये. तसेच ते कृत्रिम आणि नाटकीही वाटता कामा नये. तर नभोभाषण म्हणजे वक्त्याने श्रोत्यांशी साधलेले हितगुज वाटावे.

नभोवाणीवर भाषण करताना वक्त्याला विशेष काळजी घ्यावी लागते. ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी अडचण निर्माण होऊ नये याचीही वक्त्याला दक्षता घ्यावी लागते. त्यासाठी पूर्वतयारी म्हणून भाषण कागदावर एका बाजूला स्पष्ट आणि मोठ्या अक्षरात लिहून घेणे आवश्यक असते. भाषणाचे कागद हाताळण्यास सोयीचे जावे म्हणून कागदाच्या अर्ध्या तुकड्यावर लेखन करावे. ते सर्व कागद नीटनेटके आणि क्रमाने लावून ठेवावेत. कागदाचा आवाज होणार नाही याची काळजी घ्यावी. महत्त्वाचे शब्द, वाक्यांश अधोरेखित करावेत. विरामचिन्हे स्पष्टपणे लिहावीत व वाचावीत. प्रत्यक्ष ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी गडबड, गोंधळ करू नये. श्वासोच्छवासाचा अथवा खोकल्याचा आवाज होऊ न देता संपूर्ण भाषण लयीत सादर करावे. या बाबींचे पालन केल्यास ध्वनीमुद्रणात अडथळा न येता भाषण उत्तम होते.

२ब१.५.१ नभोभाषणाची काही वैशिष्ट्ये:

१. नभोवाणीचा वक्ता आणि श्रोता एकमेकांना पाहू शकत नाहीत. त्यामुळे श्रोत्यांचा तात्काळ प्रतिसाद समजू शकत नाही.

२. नभोवाणी हे केवळ श्राव्य, ध्वनींवर आधारित असे एकपदरी माध्यम आहे.

३. नभोवाणीवरील शब्द पुन्हा ऐकता येत नाहीत. त्यामुळे नभोभाषणात साधी, सोपी, सरळ शब्दरचना अपेक्षित असते.

४. नभोभाषणातील शब्दोच्चार स्पष्ट आणि श्रोत्यांच्या मनःपटलावर रूजणारे असावेत. जेणेकरून श्रोत्यांना चटकन त्याचे आकलन होईल.

५. नभोभाषण दुर्बोध, क्लिष्ट आणि रुक्ष असू नये. माहिती आणि आकडेवारीचा भडिमार न करता मुद्देसूद, श्रवण सुलभ विवरण नभोभाषणात हवे.

६. चित्रमयी शैलीत वक्त्याने नभोभाषण सादर करावे. साक्षात प्रसंग डोळ्यापुढे उभे करण्याची ताकद नभोभाषणात हवी.

७. नभोभाषणात मित्रहो, युवक मित्रांनो, कामगार मित्रांनो वगैरेसारखी संबोधने वापरून संवाद साधावा लागतो.

८. नभोवाणीचा श्रोतृवर्ग हा जास्तीत जास्त ग्रामीण भागातील असतो. त्यामुळे बोलीभाषेतील शब्द, म्हणी, वाक्यप्रचार यांचा वापर केल्यास नभोभाषण प्रभावी होते.

२ब१.५.२ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीवरील भाषणात.... असतो.

(प्रवाहीपणा / संथपणा / कृत्रिमपणा)

२. नभोभाषणाचा प्रारंभ ....असावा.

(सणसणाची / लक्षवेधी / नाट्यात्म)

३. योग्य ठिकाणी .....घेतल्यास नभोभाषण चांगले होते.

(विराम / पाणी / श्वास)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीवरील भाषणातून कोणत्या प्रश्नावर प्रकाश टाकला जातो?

२. नभोभाषणात कोणत्या प्रकारची वाक्यरचना टाळावी?

३. नभोभाषणाच्या विषयाची निवड करताना वक्त्याने कोणती काळजी घ्यावी?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील भाषणाचे स्वरूप स्पष्ट करून सांगा.

२. नभोभाषणाची सामर्थ्य आणि मर्यादा सांगा.

टिपा लिहा.

१. नभोभाषणाचे विषय

२. नभोभाषणाची वैशिष्ट्ये

२ब१.६ नभोवाणीवरील चर्चा आणि मुलाखत

२ब१.६.१ नभोवाणीवरील चर्चा:

भाषण आणि चर्चा यात फरक आहे. चर्चेत दोन किंवा अधिक तज्ञ व्यक्तींचा समावेश असतो. या तज्ञ व्यक्ती जाणकार आणि अभ्यासू असतात. या व्यक्तींनी आपल्या बुद्धी आणि कार्याच्या जोरावर जनमाणसात वैशिष्ट्यपूर्ण स्थान प्राप्त केलेले असते. भाषणापेक्षा चर्चा अधिक उपयुक्त ठरू शकते. अर्थसंकल्पीय अधिवेशन, सार्वजनिक निवडणुका, कायदा-सुव्यवस्था, नैसर्गिक आपत्ती, महामारी, शैक्षणिक धोरण अशा महत्त्वपूर्ण आणि विवादास्पद विषयावर चर्चा ठेवली जाते. त्या त्या क्षेत्रातील तज्ञ संबंधित विषयांच्या विविध पैलूवर प्रकाश टाकतात. त्यामुळे विषयाला न्याय मिळतो. चर्चेत एकापेक्षा अधिक तज्ञांचा समावेश असल्याने सर्वकष मुद्द्यांचा परामर्श घेता येतो.

निवडलेला विषय किती महत्त्वाचा आहे त्यावर नभोवाणीवरील चर्चेचा कालावधी ठरतो. साधारणपणे पंधरा मिनिटे ते अर्धा तास इतका अवधी चर्चेसाठी ठेवण्यात येतो. त्याचा आराखडा चर्चेत सहभागी होणारे तज्ञ, संचालक, कार्यक्रम अधिकारी यांनी निश्चित करणे आवश्यक असते. कोणत्या तज्ञांनी कधी बोलावे, किती वेळ बोलावे, कोणत्या मुद्द्यावर बोलावे याचेही नियोजन करणे आवश्यक असते.

नभोवाणीवरील चर्चेत विषयतज्ञ व्यक्तींशिवाय संचालन करणारा सूत्रसंचालकही महत्त्वाची भूमिका पार पाडत असतो. आराखड्याप्रमाणे चर्चा चालवणे, चर्चेला पुढे घेऊन जाणे, वाद निर्माण होणार नाही याची दक्षता घेणे इत्यादी बाबी संचालकाला पार पाडाव्या लागतात. सूत्रसंचालक संबंधित विषयातील तज्ञ नसला तरी बहुश्रुत, हजरजबाबी आणि प्रसंगाचे भान राखणारा असावा. त्याने सहभागी तज्ञांना समान संधी देणे गरजेचे आहे. चर्चेच्या सुरुवातीला सूत्रसंचालकाने विषयाची व्याप्ती स्पष्ट करून सहभागी तज्ञ मंडळीची ओळख करुन देणे आवश्यक असते. चर्चेत रंगत आणण्याचे, गरज पडल्यास हस्तक्षेप करण्याचे आणि सर्वात महत्त्वाचे म्हणजे वेळेचे भान राखण्याचे कौशल्य सूत्रधाराकडे असावे लागते. नभोवाणीवरील चर्चेत सहभागी झालेले तज्ञ दिसत नसल्यामुळे कोण बोलत आहे ते सूत्रसंचालकाने सांगावे लागते. थोडक्यात सूत्रसंचालक हा सहभागी झालेले तज्ञ आणि श्रोते यांच्यातील दुवा असतो असे म्हणता येते.

२ब१.६.२ नभोवाणीवरील मुलाखती:

नभोवाणीवरील मुलाखती अत्यंत महत्त्वाच्या असतात. मुलाखतीतून केलेली मांडणी आकर्षक स्वरूपाची असते. उस्फूर्तता, संवादात्मकता, अनौपचारिकता यामुळे मुलाखती जिवंत होतात. मुलाखतीतून संबंधित बाबीवर सर्वांगीण प्रकाश पडण्यास मदत होते. विविध प्रकारच्या मुलाखती नभोवाणीवरून प्रसारित होत असतात. महनीय व्यक्तींचे व्यक्तित्व आणि कर्तृत्व उलगडून दाखवणारी मुलाखत, एखाद्या विषयातील तज्ञाची मुलाखत, एखाद्या घटनेविषयी सर्वसामान्यांच्या प्रतिक्रिया अशा अनेक प्रकारच्या मुलाखती नभोवाणीवर सादर होतात. माहितीपर, विश्लेषणात्मक, भावनात्मक असे त्याचे वर्गीकरण करता येईल. माहितीपर मुलाखतीतून श्रोत्यांना माहिती मिळावी हा हेतू असतो तर एखाद्या घटनेविषयी अथवा मुद्याविषयी मते विश्लेषणात्मक मुलाखतीत अपेक्षित असतात.

शिक्षण क्षेत्रातील बदल, लष्करी घडामोडी, ग्राम विकासाच्या योजना, विधिमंडळ अधिवेशनातील ठराव, मंत्रिमंडळाच्या बैठकीतील निर्णय हे विषय प्रामुख्याने माहितीपर मुलाखतीत येतात. अर्थसंकल्पावरील अर्थमंत्र्यांची मुलाखत, नवीन शैक्षणिक धोरणावर शिक्षण तज्ज्ञाची मुलाखत, नवीन कायद्याविषयी कायदेतज्ज्ञाची मुलाखत, राजकीय घडामोडीवर राजनेत्यांची मुलाखत अशा मुलाखती विश्लेषणात्मक प्रकारात मोडतात. मुलाखत देणाऱ्या व्यक्तीची मते श्रोत्यांच्या दृष्टीने महत्त्वाची असतात. या मताच्या आधारे श्रोत्यांना स्वतःची मते निश्चित करता येतात.

नभोवाणीवर भावनात्मक मुलाखतीही अनेक वेळा प्रसारित होतात. त्यात एखाद्या घटनेविषयी उत्स्फूर्त प्रतिक्रिया नोंदविल्या जातात. क्रीडा स्पर्धेत उत्कृष्ट कामगिरी करणारा खेळाडू, महत्त्वाचा पुरस्कार पटकावणारा साहित्यिक, चुरशीच्या निवडणुकीत विजयी झालेला उमेदवार, भयंकर अपघातातून वाचलेल्या व्यक्ती इत्यादीच्या त्या त्या क्षणी घेतलेल्या मुलाखती या भावनात्मक मुलाखतीत येतात. कसोटीपटू सुनील गावस्कर, गोलंदाज अनिल कुंबळे, मास्टर-ब्लास्टर सचिन तेंडुलकर, ज्ञानपीठ विजेते वि. वा. शिरवाडकर अशा दिग्गजांनी त्या त्या प्रसंगी दिलेल्या मुलाखती विशेष गाजलेल्या आहेत.

मुलाखत देणाऱ्या व्यक्तीने संबंधित विषयावर स्वतःचे मतप्रदर्शन करावे अशी अपेक्षा असते. येथे मुलाखत देणारा महत्त्वाचा असतो तर मुलाखत घेणाऱ्याची भूमिका दुय्यम स्वरुपाची असते. मुलाखतीदरम्यान मुलाखत कर्त्याने याचे भान राखून मुलाखत घ्यावी. आपले म्हणणे रेटणे, स्वतःची मते वक्त्यावर लादणे, वाद घालने असे प्रकार मुलाखतकर्त्याने टाळले पाहिजेत. मुलाखत घेणारा हा श्रोत्याचा प्रतिनिधी असतो. त्यामुळे श्रोत्याच्या मानसिकतेचा अंदाज घेऊन त्याने आपली भूमिका पार पाडली पाहिजे. मुलाखत परिपूर्ण व्हावी यासाठी त्याची पूर्वतयारी मुलाखत कर्त्याला करावी लागते. ज्याची मुलाखत घ्यायची त्याच्याविषयी माहिती जमा करणे, मुलाखतीपूर्वी संबंधित वक्त्याशी चर्चा करणे, बारीकसारीक तपशील जमा करणे, मुलाखतीचा आराखडा ठरवून घेणे आणि सर्वात महत्त्वाचे म्हणजे उस्फूर्तपणे मुलाखत घेणे ही कार्ये मुलाखतकाराला पार पाडावी लागतात. थोडक्यात उत्स्फूर्तता, हजरजबाबीपणा, चिकित्सकदृष्टी यामुळे संबंधित मुलाखत अधिक जिवंत होऊ शकते.

मुलाखतकर्त्याने सहभागी वक्त्याला सुटसुटीत प्रश्न विचारावेत. ते प्रश्न विविध पैलूंवर प्रकाश टाकणारे, स्पष्ट आणि नेमके असावेत. वक्त्याचा आणि श्रोत्यांचा गोंधळ उडेल अशी प्रश्नांची रचना टाळली गेली पाहिजे. वक्त्याकडून पाल्हाळीक उत्तरे दिली जात असतील तर मुलाखतकर्त्याने हळुवारपणे, न दुखावता वक्त्याला पुन्हा प्रवाहात आणले पाहिजे. काही वेळेला वक्त्याचा संकोची स्वभाव मुलाखतकाराला दूर करावा लागतो. कधी कधी हलकेफुलके वातावरण निर्माण करून तणाव दूर करावा लागतो. नभोवाणीच्या मुलाखतीत ध्वनिमुद्रण महत्त्वाचे असते ते स्पष्ट, निर्दोष व्हावे याकडे लक्ष देणे गरजेचे असते. त्रस्त करणारे अनावश्यक आवाज श्रोत्यांचे अवधान विचलित करू शकतात म्हणून ध्वनिमुद्रण या अनावश्यक आवाजामुळे बिघडणार नाही याची मुलाखतकर्त्याला काळजी घ्यावी लागते.

२ब१.६.३ नमुना मुलाखत:

सानिया मिर्झा, अंजली भागवत, अंजू जॉर्ज ह्या काही स्त्री खेळाडूंचे कर्तृत्व वाखाणण्याजोगे आहे. त्याच बरोबर भारतीय महिला क्रिकेट कप्तान मिताली राज हिची ही कामगिरी लक्षणीय आहे. आंतरराष्ट्रीय महिलादिनानिमित्त मितालीशी मंदार माईनकर यांनी मारलेल्या मनमोकळया गप्पा....

सध्या रुढ अर्थाने बी.ए. चे शिक्षण घेत असलेल्या मितालीचे खरे कर्तृत्व क्रिकेट मैदानावर झळाळून उठते. चौकोनी संस्कारक्षम कुटूंबात वाढलेली मिताली पाचवीत असल्यापासून आपल्या मोठया भावाच्या बरोबरीने प्रशिक्षक श्री. ज्योती प्रसाद ह्यांच्या मार्गदर्शनाखाली क्रिकेटचे धडे घेऊ लागली. क्रिकेट बरोबर 'भरतनाटयम' नृत्यकलाही लहानपणापासून मिताली शिकत होती. पण क्रिकेटचा सतत सराव आणि दौरे ह्यामध्ये नृत्यसरावाकडे दूर्लक्ष व्हायचे त्यातच श्री. संपतकुमार ह्या प्रशिक्षकांनी प्रोत्साहन दिले. आणि मितालीने व्यवसायिक क्रिकेटपटू होण्याचा निर्णय घेतला. या संहितेत अधूनमधून काढलेले ' अस्सल, खरं आहे, हो, हो ना ' हे उद्गार दिलेले नाहीत.

मंदार माईनकर : क्रिकेटचे प्रशिक्षण चालू असताना तुला केव्हा वाटले की तू क्रिकेट एक व्यवसाय म्हणून खेळू शकशील?

मिताली राज : प्रशिक्षण चालू असताना मी लहान होते मला तेव्हा यातली व्यावसायिकता कळण्याइतपत मी काही मोठी झाले नव्हते. पण क्रिकेटच्या निमित्ताने मी भटकंती खूप केली. खूप फिरले पण क्रिकेटबरोबरच मी 'भरतनाटयम' या नृत्य प्रकाराचेही शिक्षण घेत होते. मी भरतनाटयमचे क्रार्यक्रम टिव्हीवर सादर केले होते. दहावी इयत्तेत असतांना माझी विश्वचषकाकरीताच्या संभाव्य महिला संघात निवड झाली. मग आमचे शिबीर २० ते २५ दिवस चालायचे. तेव्हा मी नृत्याच्या सरावासाठी जाऊ शकायचे नाही. तसेच क्रिकेट सरावाने चेहेऱ्यावर थकवा जाणवायचा. त्यावेळेला क्रिकेटमध्ये बरीच प्रगती झाली होती. तसं पहायला गेलं तर माझ्या आईला मी एक व्यावसायिक नर्तिका होणं आवडलं असते. तर वडीलांनी नेहमी मला क्रिकेटपटू होण्यास प्रोत्साहन दिले. मला सुध्दा विचारांती असे कळले की, मी सध्या क्रिकेटच्या सरावाला नृत्यांच्या सरावापेक्षा जास्त वेळ देऊ शकत आहे. तसेच व्यावसायिक नर्तिकेसाठी तुमचे दिसणे, तुमचा त्या नृत्यासाठी लागणारा साजशृंगार तेवढाच महत्त्वाचा असतो. क्रिकेटच्या सततच्या सरावामुळे मी याकडे फारसे लक्ष देऊ शकले नाही आणि माझी क्रिकेटमधील प्रगती नृत्याच्या प्रगतीपेक्षा जास्त चांगली होती. मग मी व्यावसायिक क्रिकेटपटू होण्याचा निर्णय घेतला.

मंदार माईनकर : मिताली, तुझ्या आंतरराष्ट्रीय प्रवेशाबाबत थोडे सांगशील?

मिताली राज : १९९९ साली वयाच्या सोळाव्या वर्षी मी इंग्लंड विरूध्द पहिला आंतरराष्ट्रीय सामना इंग्लंड येथे खेळले. संघात तेव्हा मी सगळयात

लहान आणि आंतरराष्ट्रीय सामन्यासाठी अनुभवी नव्हते. माझी कामगिरी फारशी चांगली नव्हती तरी भरपूर शिकायला व समजून घ्यायला मिळाले. ह्या दौऱ्यानंतर मी सराव सामन्यात सातत्य दाखवत चांगली कामगिरी केली होती. मग पुढच्या विश्वचषकात मी उत्तम फलंदाजी केली. पहिल्या सामन्यात चांगल्या धावा केल्या, दुसऱ्या सामन्यात अर्धशतक केले. पण माझी परिक्षा होती ती तिसऱ्या सामन्यात.... इंग्लंडविरूध्द पहिल्याच षटकात आमची एक विकेट आम्ही गमावली होती. मी वन-डाऊन फलंदाजीसाठी आले. त्या सामन्यातही मी चांगली फलंदाजी केली. पण त्याच विश्वचषकात उपांत्य सामन्यासाठी माझी तब्येत बिघडली. मग २००० सालच्या त्या विश्वचषकात आम्ही तिसऱ्या क्रमांकावर आलो. माझे पहिले शतक मी आर्यलंड विरूध्द पटकावले होते. शतक झाल्यावर बॅट उंचवावून दाखववावी हेही ठाऊक नव्हते. पण सहकाऱ्यांनी मात्र खूप कौतूक केले.

मंदार माईनकर : मिताली, तुझ्या कर्तृत्वाला आगळीच झळाळी देणाऱ्या द्विशतकाबद्दल सांग?

मिताली राज : '२००२ साली इंग्लंड, न्यूझिलंड व हिंदूस्थान एक तिरंगी मालिका खेळत होतो. या सामन्याआगोदर माझ्या धावा होत नव्हत्या. एका कसोटी सामन्यात ४५ धावांवर आम्ही २ बळी गमावले व मी फलंदाजी करायला गेले. मी ठरवलं होतं की चांगले खेळायच या सामन्यात मी अंजूम चोप्रा, हेमलता काला यांच्या समावेत मोठया भागीदाऱ्या रचल्या. त्या सामन्यात आम्ही चार फलंदाज खेळात होतो. हेमलता काला बाद झाल्यावर संघाची जबाबदारी माझ्यावर आली. त्याच वेळी २०० धावांचा माझा विक्रम घडला. पुरूषांच्या क्रिकेटसारखे महिलांच्या खेळात तितके चांगले स्टेटीस्टीक्स उपलब्ध नसतात. त्याच सामन्यात त्यादिवशी शेवटचं षटक सुरू व्हायच्या आधी मला तंबुतून चिट्ठी पाठवण्यात आली. मला सांगण्यात आलं की २०० धावांचा विक्रम आहे. तुला विक्रमाची बरोबरी करण्यास एक धाव हवी आहे व विक्रम मोडण्यास दोन धावा. मी त्या धावा केल्या विश्वविक्रम केला, पण आय वॉज टोटली ब्लँक ऍट दॅट टाईम.'

मंदार माईनकर : मिताली, कप्तानपदाच्या जवाबदारी बद्दल सांग?

मिताली राज : कर्णधार असतांना तुम्हाला वयाने तसेच अनुभवाने लहान मोठे असणाऱ्या सगळयाच खेळाडूंबरोबर खेळीमेळीने वागावे लागते. काही खेळाडूंबद्दल issues असतील तर त्याला विश्वासात घेऊन ते सोडवावे लागतात. काही ताठर आणि इगोइस्टीक खेळाडूंना सांभाळून घ्यावे लागते. कारण संघात त्यांचे कर्तृत्व असते. तुमचा view point स्पष्टपणे सांगावा लागतो. तसेच कर्णधार हा प्रथम खेळाडू असतो त्यामुळे

त्याच्या स्थानासाठी त्याला झटावेच लागते. 'यू निड टू बी अ लीडर टू बी रेकोन विथ?'

मंदार माईनकर : भारतीय पुरुष संघाची भेट कधी झाली आहे का?

मिताली राज : मैदानावर आमची कधीच भेट झाली नाही. पण पुरस्कार वितरण समारंभात पुरुष आणि स्त्री संघाची भेट झाली आहे. सचिन तेंडूलकर, राहूल द्रविड ह्यांनी भेटल्यावर आमचे अभिनंदन तर केलेच पण प्रोत्साहन आणि मार्गदर्शनपर शब्दही सांगितले. आंतरराष्ट्रीय खेळाडूंमध्ये मला रॉजर फेडरर आणि पिट सॅप्रस ह्यांना भेटायचे आहे. तसेच चित्रपट क्षेत्रात मला अमिताभ बच्चन, अमिर खान व माधुरी यांना भेटायला आवडेल.

मंदार माईनकर : क्रिकेट म्हटले की जाहिराती, प्रसारमाध्यमे आणि पैसा असे समीकरण झाले आहे.? स्त्री संघाला असा काही फायदा झाला आहे का?

मिताली राज : मला काही जाहिरातींच्या ऑफर आल्या होत्या पण तितक्याशा पटल्या नाहीत म्हणून स्वीकारल्या नाहीत. प्रत्येक सामन्यांचे आम्हाला अत्यंत कमी पैसे मिळतात. माझी भारतीय सरकारला, नागरिकांना विनंती आहे. त्यांनी महिला संघाला पाठबळ दयावे. प्रशिक्षणाच्या दर्जेदार सुविधा मिळाल्यास आमचा खेळ अधिक दर्जेदार होण्यास मदत होईल. महिला दिनानिमित्त मी सांगू इच्छिते की, 'आपल्या मर्यादा ओळखून आपले बलस्थान ओळखायला शिका स्वातंत्र्याचा उपभोग घ्या पण गैरवापर टाळा.'

आत्तापर्यंत मुलाखतीचे विविध प्रकार आपण लक्षात घेतले. प्रत्यक्ष मुलाखतीची संहिता लिहून काढत नसतात. परंतु मुलाखतीची पूर्वतयारी म्हणून प्रश्न मात्र आधी निश्चित करावे लागतात. मुलाखत घेताना त्यात थोडेफार बदल संभव होऊ शकतात. मुलाखतीचे प्रश्न काढून ते मुलाखत घेणाऱ्याला आधी दाखवण्याची पद्धत असते. त्यामुळे मुलाखत ठरलेल्या नियोजित आराखड्याप्रमाणे पार पडते. नमुन्यादाखल आपण मुलाखतीची संहिता वाचली. त्यावरून तुम्हास एखादी मुलाखत कशी घ्यावी याची कल्पना येऊ शकेल

२ब१.६.४ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीवरील चर्चेत .... ही महत्वाचा असतो.

(निर्माता / सूत्रसंचालक / कार्यक्रम अधिकारी)

२. .... हा सहभागी झालेले तज्ञ आणि श्रोते यांच्यातील दुवा असतो.

(सूत्रसंचालक / निर्माता / कार्यक्रम अधिकारी)

३. मुलाखत घेणारा .... प्रतिनिधी असतो.

(श्रोत्यांचा / शासनाचा / नभोवाणीचा)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीवरील चर्चेचा आराखडा कोण निश्चित करते?

२. मुलाखती कशामुळे जिवंत होतात?

३. माहितीपर मुलाखतीत कोणते विषय येतात?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील मुलाखतीचे स्वरूप स्पष्ट करा.

२. भाषण आणि चर्चा यातील फरक सांगून नभोवाणीवरील चर्चेचे स्वरूप स्पष्ट करा.

टिपा लिहा.

१. नभोवाणीवरील चर्चा आणि सूत्रसंचालक

२. नभोवाणीवरील मुलाखतकर्त्याची भूमिका

२ब१.७ नभोवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूपविशेष

नभोवाणी वरील सर्वात जास्त श्रोते लाभलेला कार्यक्रम म्हणजे बातम्या होय. प्रादेशिक, राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय अशा वेगवेगळ्या स्वरूपाची बातमीपत्रे नभोवाणीवरून प्रसारित केली जातात. याशिवाय क्रीडा, विज्ञान, व्यापार, उद्योग याविषयीची स्वतंत्र वार्तापत्रेही नभोवाणीवरून सादर केली जातात. कोट्यावधी श्रोत्यांपर्यंत एकाच वेळी बातमी पोचवण्याची ताकत नभोवाणीमध्ये आहे. म्हणूनच लष्करी अथवा राजकीय क्रांतीच्या वेळी सर्वात प्रथम नभोवाणी केंद्रे ताब्यात घेतली जातात व सत्ता बदलाची माहिती दिली जाते. या दृष्टीने नभोवाणी हे जलद आणि प्रभावी माध्यम असल्याचे लक्षात येते.

नभोवाणीवरील बातमीपत्रे सादर करताना ती सावधपणे आणि जबाबदारीने सादर केली पाहिजेत. जनभावना या तीव्र स्वरूपाच्या असतात. त्यामुळे दंगली, आंदोलने, आपत्तीच्या वेळी अधिक काळजी घ्यावी लागते. अशा वेळी चुकीची बातमी दिली जाणार नाही याकडे लक्ष द्यावे लागते. अन्यथा दंगे भडकण्याची शक्यता असते. म्हणून वस्तुनिष्ठ आणि खऱ्या बातम्या श्रोत्यांपर्यंत पोहोचवल्या तर अफवांना आळा बसून परिस्थिती नियंत्रणात राहू शकते.

नभोवाणीवरील बातम्या या अन्य कोणत्याही माध्यमांपेक्षा जलद गतीने श्रोत्यांपर्यंत पोचवता येतात. याउलट वर्तमानपत्रातील बातम्यांना मर्यादा येते. वर्तमानपत्रातील बातमी सर्वप्रथम बातमीदाराला व्यवस्थितपणे लिहावी लागते. नंतर ही बातमी संपादकीय संस्कार, अक्षरजुळणी, मुद्रितशोधन, वितरण या टप्प्यावरून पुढे सरकते. एवढेच नव्हे तर वर्तमानपत्रात प्रसिद्ध झालेली बातमी वाचण्यासाठी माणूस साक्षर असणे आवश्यक आहे.

त्या तुलनेत नभोवाणीच्या बातम्या जनसमूहापर्यंत सुलभपणे पोहचतात. नभोवाणीच्या बातम्यांद्वारे निरक्षर व्यक्तींनाही जगभरातील घडामोडी कळतात. वर्तमानपत्रातील बातमी वाचकांपर्यंत पोहचवण्यात बराच कालावधी जातो. मात्र नभोवाणीवरील बातम्या जलदपणे श्रोत्यांच्या, जनतेपर्यंत पोहचतात म्हणून गतिमानता हे नभोवाणीवरील बातम्यांचे प्रमुख वैशिष्ट्य आहे असे म्हणता येते. पंतप्रधान इंदिरा गांधींची हत्या झाल्यानंतर तात्काळ ही बातमी बीबीसीवरून प्रसारित झालेली होती. १९९३ साली मराठवाड्यात झालेल्या भूकंपाच्या वेळी असेच घडले होते. या भूकंपाचे वृत्त नभोवाणीच्या बातम्यात प्राधान्याने सांगण्यात आले होते. दर तासाला नभोवाणीवरून बातम्यांचे प्रसारण होत असल्याने ताज्या बातम्या श्रोत्यांपर्यंत लवकर पोहोचण्यास मदत होत असते.

इतर कोणत्याही माध्यमांपेक्षा नभोवाणीचे महत्त्व कायम आबाधित असल्याचे दिसून येते. खेड्यात, दुर्गम भागात वर्तमानपत्रांचे वितरण करण्यात अजूनही अडचणी येतात. तंत्रज्ञानाच्या प्रगतीमुळे दूरचित्रवाणीची ताकद वाढली असली तरी त्याची किंमत आजही गोरगरिबांच्या आवाक्याबाहेरची आहे. याउलट रेडिओ, ट्रांझिस्टर सर्वसामान्यांना परवडेल असे असतात. या संचाची सहजपणाने ने-आण करता येते. तो कुठेही घेऊन जाता येतो. अगदी बैलगाडीत, पारावर, चावडीवर, हातगाडीवर, पानाच्या टपरीवर, शेताच्या बांधावर अशा सर्व ठिकाणी नभोवाणी संच नेता येतो व त्यावरील कार्यक्रमांचा आस्वाद घेता येतो.

२ब१.७.१ नभोवाणीवरील बातम्यांची रचना:

सर्वसाधारणपणे दहा ते पंधरा मिनिटांच्या बातमीपत्रात प्रारंभी नभोवाणी केंद्राचे नाव, वृत्तनिवेदकाचे नाव आणि बातमीपत्राचे स्वरूप सांगणारी उद्घोषणा करण्यात येते. उदाहरणार्थ

'आकाशवाणी सांगली, वामन काळे प्रादेशिक बातम्या देत आहेत.'

त्यानंतर ठळक बातम्या सांगण्यात येतात. यामध्ये घटनेचे महत्त्व लक्षात घेऊन बातम्यांचा क्रम लावण्यात येतो. साधारणपणे सुरुवातीला राजकीय, शासकीय घडामोडींशी संबंधित बातम्या देण्यात येतात. नंतर पाच मिनिटाने पुन्हा एकदा बातम्यांचे स्वरूप व नभोवाणी केंद्राचे नाव स्पष्ट करणारी उद्घोषणा दिली जाते. उदाहरणार्थ

'या प्रादेशिक बातम्या आकाशवाणीच्या सांगली केंद्रावरून देण्यात येत आहेत.'

त्यामुळे उशिरा रेडिओ लावलेल्या श्रोत्यांना कोणत्या केंद्रावरून बातम्या दिल्या जात आहेत ते समजते. मध्यंतराच्या घोषणेनंतर उर्वरित बातम्या देण्यात येतात. दुर्घटना गुन्हेगारी स्वरूपाच्या बातम्या शेवटी देण्यात येतात परंतु एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीच्या निधनाची बातमी सुरुवातीला देण्यात येते बातमी पत्राच्या अगदी शेवटी तापमान व हवामानाचा अंदाज सांगितला जातो यानंतर पुन्हा एकदा ठळक बातम्या सांगून बातमी पत्राच्या समाप्तीची घोषणा करण्यात येते.

ठळक बातम्या मोजक्या शब्दात सांगितल्या जातात. उदाहरणार्थ 'राज्य शासनाच्या कर्मचाऱ्यांना तीन टक्के महागाई भत्ता देण्यात येणार' किंवा 'यंदाचा ज्ञानपीठ पुरस्कार ज्येष्ठ साहित्यिक भालचंद्र नेमाडे यांना जाहीर' होणार आहे.

साधारणपणे प्रत्येक बातमी स्वतंत्र पानावर जाड ठशामध्ये, दोन ओळीत पुरेसे अंतर ठेवून टाईप करण्यात येते. वाचन करताना खंड पडू नये यासाठी पानाच्या शेवटी वाक्य अर्धवट न लिहिता पूर्ण लिहिले जाते. शिवाय हाताळण्यास सोयीचे होतील असे कागद वापरले जातात. नभोवाणीवरील वृत्तनिवेदकला एका मिनिटाला १०० ते १२० शब्द या वेगाने बातम्या सांगाव्या लागतात. त्यामुळे कमीत कमी शब्दात अधिक अधिक तपशील देण्यावर भर द्यावा लागतो. नभोवाणीवरील शब्दसंख्येची मर्यादा लक्षात घेऊन महत्त्वाचे मुद्दे प्राधान्याने सांगावे लागतात. वर्तमानपत्रात सविस्तर बारीकसारीक बाबीसह बातमी देणे शक्य असते. मात्र नभोवाणीवरील बातमीपत्रात ते शक्य नसते. एखाद्या अपघाताची बातमी वृत्तपत्रात देताना विविध प्रकारच्या तपशिलांसह व फोटोसह देता येईल पण नभोवाणीवरून केवळ अपघाताचे स्वरूप, त्याचे कारण, मृत व जखमींची संख्या, शासनाची मदत अशा ठळक बाबींचा उल्लेख केला जाईल. थोडक्यात नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे हे लक्षात घेऊन बातमीची रचना करावी लागते.

बातम्यांचे स्वरूप आणि श्रोतृवर्ग लक्षात घेऊन बातम्यांची निवड करावी लागते. राष्ट्रीय स्वरूपाच्या बातमीपत्रात स्थानिक पातळीवरील बातम्यांना स्थान मिळू शकत नाही. राष्ट्रीय बातमीपत्रात प्रामुख्याने शासनाचे महत्त्वाचे निर्णय, सरकारच्या धोरणात्मक घोषणा, राष्ट्रीय पातळीवरील राजकीय घडामोडी, देशव्यापी आंदोलने, दहशतवादी हल्ले, राष्ट्रीय आंतरराष्ट्रीय पुरस्कार, विविध क्षेत्रातील देशहिताच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या घटना इत्यादी बातम्या निवडण्यात येतात.

प्रादेशिक बातमीपत्रात स्थानिक घडामोडी, दुष्काळाची स्थिती, पूरपरिस्थिती, अपघात, स्थानिक पातळीवरील स्पर्धा व निकाल यांचा समावेश होतो. देशाच्या राष्ट्रपतींनी पुण्याला भेट दिल्याची बातमी पुण्याच्या प्रादेशिक केंद्रावरून प्रसारित होईल. पंतप्रधान जर्मनीच्या दौऱ्यावर जाणार असतील तर ती बातमी राष्ट्रीय स्वरूपाची होईल. काही वेळेला बातमी राष्ट्रीय पातळीवरचे असली तरी त्यातील एखादा भाग विशिष्ट प्रदेशाच्या, समाजाच्या दृष्टीने विशेष आस्थेचा असतो. अशा वेळी त्या भागातील प्रादेशिक बातम्यांमध्ये तेवढाच पैलू सांगण्यात येतो. उदाहरणार्थ 'देशात स्मार्ट सिटी निर्माण करण्याच्या योजनेसाठी ७० हजार कोटी रुपये मंजूर झाले असतील व त्यात सांगली शहरासाठी १००० कोटी रुपयांची तरतूद केली असेल तर सांगलीच्या प्रादेशिक बातम्यामध्ये हाच भाग प्रामुख्याने सांगितला जाईल. याशिवाय क्रीडाविषयक, व्यापारविषयक स्वतंत्र वार्तापत्रे असतात. त्यात त्या त्या क्षेत्राशी संबंधित बातम्या दिल्या जातात.

२ब१.७.२ नभोवाणीसाठी बातमीलेखन:

नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे याचे भान ठेवून नभोवाणीसाठी बातमी लेखन करावे लागते. वर्तमानपत्राच्या बातमीसाठी ग्रांथिक भाषा वापरली जाते. तर नभोवाणीसाठी बोलीभाषेचा वापर करावा लागतो. लिहिताना आपण केले, दिले, सांगितले, येथे, असे शब्दप्रयोग करतो. मात्र बोलताना हेच शब्द केलं, दिलं, सांगितलं, इथं असे रूप धारण करतात. लिहिताना 'व' हे उभयान्ववी अवयव वापरले जात असले तरी बोलताना मात्र 'आणि' हे अव्यय वापरणे जास्त संयुक्तिक ठरते. 'आणि' हे ठसठशीत अव्यय असल्याने ते ऐकताना निसटून जात नाही. त्यामुळे नभोवाणीवरील बातमी लेखनात 'आणि' या अवयवाचा वापर करावा. उदा.

'राष्ट्रपती व पंतप्रधान अमेरिकेला गेले होते.' ऐवजी 'राष्ट्रपती आणि पंतप्रधान अमेरिकेला गेले होते' असे म्हणणे जास्त चांगले होईल.

काही शब्दांच्या उच्चारातील साम्यामुळे श्रोत्यांचा गोंधळ उडू शकतो. त्यामुळे योग्य शब्द वापरण्याची गरज असते. उदा. 'सभेला एकूण तीस कार्यकर्ते हजर होते' यातील 'एकूण तीस' ऐवजी 'एकोणतीस' असा गोंधळ होऊ शकतो. त्यामुळे 'एकूण' ऐवजी 'एकंदर' हा शब्द वापरणे योग्य ठरते.

नभोवाणीसाठी बातमीलेखन करताना छोटी छोटी, सुटसुटीत वाक्ये वापरणे आवश्यक आहे. मर्यादित वेळेत बातमीपत्र सादर करावे लागत असल्याने पाल्हाळीक भाषा टाळणे गरजेचे आहे. वर्तमानपत्राच्या बाबतीत गावाचे नाव व दिनांक यांचा उल्लेख येतो. मात्र नभोवाणीच्या बातमीपत्रात उल्लेख जाणीवपूर्वक करावा लागतो. उदा. ' गणेशचतुर्थीनिमित्त जादा गाड्या सोडण्याची योजना घोषणा रेल्वेमंत्री श्री. पियुष गोयल यांनी केली. ते मुंबईत आयोजित पत्रकार परिषदेत बोलत होते.'

नभोवाणीसाठी बातमीलेखन करताना पुनरावृत्ती टाळावी. तसेच काळाचे संदर्भ लक्षात घेऊन तसे उल्लेख बातमीलेखनात करावे लागतात. उदा. काल, आज, उद्या, परवा, पुढल्यावर्षी इत्यादी. तसेच नभोवाणीच्या बातमीमध्ये एकाच वाक्यात अनेक मुद्द्यांचा समावेश न करता ते मुद्दे वेगळे करून सांगावे लागतात. नभोवाणी वरून बातमी देताना विशेषणांचा वापर काळजीपूर्वक करावा लागतो. 'स्वातंत्र्यवीर', 'भारतीय घटनेचे शिल्पकार', 'लोकमान्य' अशी विशेषणे महान नेत्यांसाठीच वापरणे संयुक्तिक ठरते. तसेच दोन बातम्यांमध्ये वृत्तनिवेदकाला पुरेसा अवकाश घेणेही आवश्यक असते. नभोवाणीसाठी बातमीलेखन करताना पूर्णविराम ऐवजी दंड (|) देणे सोयीचे ठरते.

२ब१.७.३ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. .... हा नभोवाणीवरील सर्वात जास्त श्रोते लाभलेला कार्यक्रम आहे.

(बातम्या / युववाणी / श्रुतिका)

२. नभोवाणीवरील बातमीपत्रे .... असणे आवश्यक आहे.

(व्यक्तिनिष्ठ / तत्त्वनिष्ठ / वस्तुनिष्ठ)

३. .... हे नभोवाणीवरील बातम्यांचे प्रमुख वैशिष्ट्य आहे.

(चित्रमयता / गतिमानता / दुर्बोधता)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. कोणकोणत्या स्वरूपाची बातमीपत्रे नभोवाणीवरून प्रसारित होतात?

२. नभोवाणीचे महत्त्व अजूनही का टिकून आहे?

३. नभोवाणीवरील वृत्तनिवेदकाचा बातम्या देण्याचा वेग किती असतो?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूप स्पष्ट करा.

२. नभोवाणीवरील बातम्यांची रचना कशी असावी ते सांगा.

टिपा लिहा.

१. नभोवाणीसाठी बातमी लेखन

२. वृत्तनिवेदकाने घ्यावयाची दक्षता

२ब१.८ नभोवाणीवरून प्रसारित होणारी रूपके, नभोनाट्ये, श्रुतिका

२ब१.८.१ नभोवाणीवरील 'रूपक':

रूपक म्हणजे ज्या कार्यक्रमात भाषण, मुलाखत, चर्चा, नाटक, काव्यवाचन या सर्वांचा योग्य तऱ्हेने वापर केलेला असतो त्याला 'रूपक' असे म्हणतात. मनोरंजन करता करता डोळ्यात अंजन घालण्याचे काम रुपकाच्या माध्यमातून केले जाते. ज्ञान आणि मनोरंजन अशी सांगड रुपकामध्ये घातलेली असते.

दुसऱ्या महायुद्धाच्या काळात जन्मलेल्या रूपक या साहित्यप्रकाराने स्वातंत्र्योत्तर काळातही अनेक प्रश्न, समस्यांकडे लोकांचे लक्ष वेधले. महापुरुषांची जयंती, स्वातंत्र्यदिन, प्रजासत्ताक दिन, ऐतिहासिक घटना, दहशतवादी हल्ले, विकासात्मक योजना, पर्यावरण, स्वच्छता अशा वैविध्यपूर्ण विषयावर रूपकात्मक कार्यक्रम सादर केले जाऊ शकतात.

रूपकामध्ये नाट्य आणि निवेदन यांचे बेमालूम मिश्रण असते. रूपक हे वास्तव घटना - प्रसंगांवर आधारलेले असल्याने श्रोत्यांना खिळवून ठेवण्याची ताकद रुपकामध्ये असते. रुपकासाठी कोणत्याही विषयाचे बंधन नसले तरी विषयाची निवड करताना काळजीपूर्वक करणे आवश्यक आहे. निवडलेल्या मध्यवर्ती कल्पनेला कुठेही धक्का न पोहोचविता रूपक सादर करणे आवश्यक असते.रूपकात्मक कार्यक्रमात भाषा, संगीत, वातावरण यांचा सुयोग्य वापर करणे आवश्यक असते. समाजातील विविध प्रश्न, समस्यांकडे श्रोत्यांचे लक्ष वेधणे हा रूपकाचा मुख्य उद्देश असतो. जनसामान्यांना समजेल उमजेल अशी साधी, सोपी आणि सुटसुटीत भाषा रूपकासाठी निवडावी लागते.

२ब१.८.१.१ नभोवाणीसाठी रूपकलेखन:

नभोवाणीसाठी रूपकलेखन दोन पद्धतीने करता येते. लेखकाकडून रूपक लिहून घेणे ही पहिली पद्धत आहे. तर निर्मात्याने स्वतः रूपक लिहिणे ही दुसरी पद्धत आहे. पद्धत कोणतीही असो निवडलेल्या विषयासंदर्भात सखोल संशोधन करून मगच रूपक लिहिणे गरजेचे असते. उदाहरणार्थ 'स्वातंत्र्यलढा' या विषयावर रूपक लिहायचे असेल तर पूर्वी प्रसिद्ध झालेले लेखन, स्वातंत्र्य युद्धात सहभागी झालेले स्वातंत्र्यसैनिक, समरगीते इत्यादी माहिती जमवणे आवश्यक आहे. त्यानंतर ज्यांचे ध्वनीमुद्रण करायचे त्या व्यक्तींची यादी, घटनांची यादी केली पाहिजे. योग्य आवाजाच्या निवेदकाची निवड केली पाहिजे. वातावरण

निर्मिती कशी करायची तेही ठरवले पाहिजे. ही सर्व पूर्वतयारी झाल्यानंतर रूपकलेखन केले पाहिजे.

रूपक निर्मितीच्या तंत्राची माहिती निर्मात्याला असणे आवश्यक आहे. प्रत्यक्ष वर्णन, प्रत्यक्ष ठिकाणी जाऊन घेतलेल्या मुलाखती, ते ठिकाण बघून केलेल्या नोंदी, वास्तवाचे ध्वनिमुद्रण, संगीत, नाट्य इत्यादी तंत्राची परिपूर्ण माहिती घेऊन रूपक निर्मिती करावी लागते. रूपकाल व्यक्ती, घटना यांना प्राधान्यक्रम देणे आवश्यक असते. प्रत्यक्ष स्थळावर जाऊन ध्वनिमुद्रण केले असेल तर ते ठिकाण सोडण्यापूर्वी केलेले ध्वनीमुद्रण तपासून घेतले पाहिजे.

रूपक निर्मिती करताना ध्वनी नियंत्रणाकडे लक्ष देणे आवश्यक आहे. ध्वनीच्या माध्यमातून मनातील कल्पना श्रोत्यांपर्यंत पोहोचतात. 'फेडइन', 'फेडआऊट', 'सुपरइंपोज' अशा शब्दांचा वापर ध्वनिमुद्रणावेळी केला जातो. निवेदन, ध्वनीसंकेत आणि संगीत यांचा स्पष्ट उल्लेख रूपक लेखनात असावा. म्हणजे रूपकात कोणकोणत्या गोष्टी समाविष्ट आहेत याची कल्पना येते. संगीत योजना रुपकासाठी महत्वाची ठरते. सुरुवात व शेवट परिणामकारक करण्यासाठी, दोन प्रसंग जोडण्यासाठी, श्रोत्याला विशिष्ट भावस्थितीत घेऊन जाण्यासाठी संगीताची मदत होत असते. निवेदनाकरिता एक किंवा दोन आवाजांचा वापर करता येऊ शकतो. निवेदन प्रथमपुरुषी असावे. नाट्यात्मकता येण्यासाठी संवादात्मक निवेदनही करता येते. पात्र निवड हाही रूपक निर्मितीमध्ये महत्त्वाचा भाग ठरतो. या सर्वाचा विचार केल्यास रूपक चांगले होते.

२ब१.८.२ नभोनाट्याचे स्वरूप:

नभोवाणी वरून सादर होणारे नाट्यरूप म्हणजे नभोनाट्य. नभोनाट्य हा विसाव्या शतकात जन्माला आलेला एक महत्त्वाचा कलाप्रकार आहे. संवाद, ध्वनीसंकेत आणि संगीत या घटकांच्या सहाय्याने नभोनाट्य सादर केले जाते. ते साधारणपणे ३० ते ६० मिनिटांचे असते. त्याला वेळेचे बंधन असल्याने त्याची वीण घट्ट असावी लागते. नभोनाट्यासाठी निवडलेला प्रसंग मोजक्या शब्दात आणि वेगळेपणाने उभा करावा लागतो. त्यासाठी पात्रांचे संवाद प्रभावीपणे लिहिणे व सादर करणे आवश्यक असते. हे संवाद साधे, सोपे आणि सुबक असावेत. त्यातून पात्रांचे चरित्रचित्रण आणि वास्तवदर्शन घडले पाहिजे. थोडक्यात नभोनाट्यातील संवाद गतिमान आणि कथानकाला पुढे घेऊन जाणारे असावेत. कमीतकमी पात्रांची योजना केली तर गोंधळ निर्माण होणार नाही. कमी पात्रांचा वापर केल्यास आवाजातील फरक स्पष्ट दाखवण्यास मदत होते. श्रोत्यांनाही हा फरक चटकन लक्षात येतो व नभोनाट्य प्रभावी होण्यास मदत होते. नभोनाट्यात शब्दोच्चारातील चढ-उतार, पार्श्वसंगीतातील आरोह-अवरोह व ध्वनी संयोजन आतील बारकावे यामधून हर्ष, शोक, प्रेम, द्वेष यासारख्या भावनांचे खेळ परिणामकारकपणे व्यक्त करून अभिनयाची उणीव कल्पक ध्वनी योजनेद्वारा साधावी लागते.

नभोनाट्याला बऱ्याच मर्यादा असल्या तरी काही सामर्थ्येही लाभलेली आहेत. श्रोत्यांकडे कल्पनाशक्ती असते आणि नाटक हे संकेतनिष्ठ असते यातून नभोनाट्याचे काही संकेत रूढ झालेले दिसतात. उदा. नभोनाट्यातील निवेदक विशिष्ट ध्वनी, संगीत, किलबिल, आगगाडीचा आवाज, पावसाची रिमझिम, समुद्राची गाज, घुंगरांचा मंजुळ नाद, टेलिफोनची

घंटी, मंदिरातील घंटानाद अशा विविध ध्वनी संकेतांचा वापर करून श्रोत्यांच्या मानस प्रतिमांना जागृत करतो. त्यामुळे नभोनाट्याला दृश्य परिणाम लाभू शकतो.

नभोनाट्याच्या यशामध्ये श्रोत्यांचा सहभाग महत्त्वाचा असतो. नभोनाट्याचा श्रोता कधी एकटा तर कधी गटागटाने नभोनाट्य ऐकतो. त्यात वेगवेगळ्या वयाचे, आवडी-निवडीचे श्रोते असतात. त्यांचे अवधान टिकवून ठेवणे गरजेचे असते. समाजातील विविध प्रश्न, समस्या मांडणारी नभोनाट्ये अधिक लोकप्रिय ठरतात. विचारप्रधान नभोनाट्य यशस्वी होणे मात्र कठीण असते.

आवाजाची चाचणी घेऊन नभोनाट्यात काम करणाऱ्या पात्रांची निवड केली जाते. पूर्वतयारी म्हणून त्यांच्या तालमी (नाट्यवाचन) होतात. त्यानंतर ध्वनी, संगीत कुठे द्यायचे ते निश्चित होते. संपूर्ण तयारी झाल्यावर नभोनाट्य सलगपणे ध्वनिमुद्रित केले जाते किंवा अगोदर संवादाचे ध्वनिमुद्रण करून हवे ते ध्वनी, संगीत त्यात पुन्हा घातले जातात. साधारणपणे १९३६ पासून भारतीय आकाशवाणीवरून नभोनाट्याला स्वतंत्रपणे सुरुवात झाल्याचे आढळते. प्रारंभ हा एका बंगाली भाषेतील नाटकाच्या अनुवादाने झालेला दिसतो. पुढे विविध भाषातील नभोनाट्य प्रसारित होऊ लागली. पुढील काळात रचनेच्या आणि प्रक्षेपणाच्या दृष्टीने नभोनाट्याचा विकास झालेला दिसतो.

२ब१.८.२.१ नभोनाट्य : लेखनतंत्र:

नभोनाट्य लेखकाला श्रोत्यांचे अवधान टिकून ठेवण्याचे शिवधनुष्य पेलावे लागते. त्यासाठी नभोनाट्याची बांधणी करताना विशेष काळजी घ्यावी लागते. संपूर्ण नभोनाट्य ज्यावर आधारित असते ती मध्यवर्ती कल्पना निश्चित करावी लागते. एकदा मध्यवर्ती कल्पना ठरली की तिचा विस्तार करणे सोपे होते. यालाच कथानक किंवा संविधानक असे म्हणता येईल. कालमर्यादा लक्षात घेऊन कथानकाचा विस्तार करावा लागतो. प्रारंभ, मध्य आणि शेवट या क्रमाने हा विस्तार करावा लागतो. शीर्षकाने नभोनाट्याची सुरुवात होते. आकर्षक आणि अर्थवाही शीर्षक श्रोत्यांना खिळवून ठेवण्यासाठी उपयोगी ठरते. नभोनाट्याचा प्रारंभ आकर्षक करण्यासाठी लेखकाने संगीत, ध्वनीसंकेत आणि संवाद यांचा योग्य वापर करणे आवश्यक असते. गतिमान आणि उत्कंठावर्धक प्रारंभ यामुळे नभोनाट्य कंटाळवाणे वाटत नाही. श्रोत्यांची उत्सुकता वाढते आणि श्रोते नभोवाणी संचाला खिळून राहतात. विजय तेंडुलकरांच्या 'रात्र' या नभोनाट्याची सुरुवात उदाहरण म्हणून पाहता येईल.

नभोवाणीचा शेवट परिणामकारक व्हावा याचीही दक्षता नभोनाट्य लेखकाला घ्यावी लागते. शेवट सुखात्म की दुःखात्म ते ठरवून घेऊन तशी अन्य घटकांची योजना केली पाहिजे. शेवट हा सूचक आणि समस्यांची उकल करणारा असला पाहिजे.

पात्रांचे स्वभावरेखाटन हा नभोवाणीच्या दृष्टीने महत्त्वाचा घटक आहे. प्रमुख पात्रे आणि दुय्यम पात्रे असे पात्रांचे दोन प्रकार पडतात. प्रमुख पात्रांमध्ये नायक, नायिका, खलनायक यांचा समावेश होतो. या प्रमुख पात्रांचा प्रभाव सर्व नभोनाट्यावर पडतो. दुय्यम पात्रे ही प्रमुख पात्रांना उठाव देण्यासाठी आणि कथानक पुढे नेण्यासाठी योजलेले असतात. कधीकधी वातावरण निर्मितीसाठी दुय्यम पात्रांचा उपयोग करून घेतला जातो. उदा. बस स्थानकावरील गर्दी आणि त्यातील दुय्यम पात्रे होय. नभोनाट्यातील सर्वच पात्रांचे

स्वभावरेखाटन फक्त संवादातून करावे लागते. स्वतः बोलता बोलता किंवा इतरांशी बोलता बोलता या पात्रांच्या स्वभावाचे पदर उलगडत जातात. प्रत्येकाच्या संवादातून त्यांचे वय, सामाजिक दर्जा, व्यवसाय, स्वभाव, मनातील हेतू इत्यादी गोष्टींचे आकलन व्हायला पाहिजे. म्हणजेच संवाद हा नभोनाट्याचा प्राण असतो असे म्हणता येते. संवाद हे स्वाभाविक आणि सहज असावेत. कालमर्यादा लक्षात घेऊन कमीत कमी शब्दात प्रसंग उभा करण्याची ताकद संवादामध्ये पाहिजे. श्रोत्यांच्या मनाला स्पर्श करतील असे संवाद पाहिजेत. नभोनाट्यातील संवादात आत्मीयता हवी. त्याचबरोबर संवादात प्रवाहीपणा आणि चित्रात्मकता सुद्धा हवी. वातावरण निर्मितीला पोषक असे संवाद नभोनाट्य लेखकाने लिहिले पाहिजेत. उदा. दोन मैत्रिणींचा संवाद पहा.

सुरेखा : अगं कोमल, काय ही खोलीची अवस्था. सगळीकडे कागद विखरून पडलेत. कपडे अस्थाव्यस्त पडलेत. तुझा मूडही चांगला दिसत नाही. काय घडले आहे.

कोमल : अगं आज बारावीचा निकाल आहे. मला दडपण आले आहे. मला अर्थशास्त्राचा पेपर खूपच अवघड गेला होता.

श्रोत्यांना पात्रांच्या हालचालीची माहिती संवादातून व्हावी म्हणून पात्राचे नाव, पद किंवा एखाद्या संबोधन याचा वापर संवादातून करायला हवा. शिवाय एखादे पात्र नव्याने आले किंवा एखादे पात्र निघून गेले तर त्याची ही सूचना श्रोत्यांना देणे आवश्यक आहे.

नभोनाट्यात उत्कर्षबिंदू साधने आवश्यक असते. श्रोतृवर्ग वय, त्याची मानसिकता विचारात घेऊन अतिशय संयमितपणे हा उत्कर्षबिंदू साधावा. नभोवाणीचा श्रोतृवर्ग खेड्यापाड्यात जास्त पसरलेला आहे. अशा श्रोत्यांसाठी नभोनाट्याचा शेवट सहज, सोपा करणे गरजेचे असते. शिवाय नभोनाट्यात ध्वनीसंकेत, संगीत यांचा वापर वातावरण निर्मितीसाठी करणे आवश्यक असले तरी तो माफक असावा. अवाजवी वापरामुळे श्रोत्यांचा रसभंग होऊ शकतो हे लक्षात घेऊन पात्र, प्रसंग यांना उठाव देण्यासाठी ध्वनीसंकेताचा आणि संगीताचा योग्य वापर करावा.

थोडक्यात लोकशिक्षण, मनोरंजन आणि माहिती पुरविणे हे नभोवाणीचे मुख्य कार्य आहे. त्याला अनुसरूनच नभोनाट्याचे विषय निवडणे आवश्यक असते. त्यासाठी ज्वलंत सामाजिक प्रश्नांवर लेखकाने प्रकाश टाकणे अपेक्षित असते. उदा. जातिभेद, भ्रष्टाचार, स्त्री शोषण, शिक्षण, प्रदूषण, कुटुंबकल्याण इत्यादी. नभोवाणी घराघरात ऐकली जाते. घरातील बहुतेक सर्व सदस्य नभोवाणीचा आस्वाद घेतात. त्यांना आनंद घेता येईल त्यांच्या ज्ञानात भर घालतील असे विषय नभोनाट्य लेखकांनी निवडले पाहिजेत.

२ब१.८.३ श्रुतिका : नभोनाट्याचे लघुरूप:

नभोवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या कार्यक्रमांपैकी 'श्रुतिका' हा एक लोकप्रिय कार्यक्रम आहे. श्रुतिकेचे स्वरूप कौटुंबिक संवाद अशा प्रकारचे असते. चहापानाच्यावेळी घरात जशी सहज चर्चा होते. तशा पद्धतीने श्रुतिकेचे लेखन केले जाते. अगदी थोडक्यात म्हणजे पंधरा मिनिटांच्या कालावधीत श्रुतिका सादर करावयाची असते. श्रुतिकेतील संवाद खेळकर स्वरूपाचे असतात. श्रुतिकेत मांडलेला विषय श्रोत्यांना जड होणार नाही याची दक्षता घ्यावी लागते. म्हणून श्रुतिका लेखन करताना तिच्या उद्दिष्टाचे, स्वरूपाचे भान ठेवावे

लागते. एकंदर श्रुतिकेद्वारे खेळकर संवाद घडावा अशी अपेक्षा असते. उदा. भ्रष्टाचार, महागाई हे विषय सुद्धा खेळकरपणे आणि घरगुती वातावरणात श्रुतिकेतून मांडता येतील.

२ब१.८.३.१ श्रुतिका लेखनाचे तंत्र:

नभोनाट्याच्या तंत्रानेच श्रुतिका लिहिली जाते व सादर केली जाते. आकाशवाणीच्या बहुतेक सर्व केंद्रातून विविध विषयावर श्रुतिका तयार केल्या जातात श्रुतिका छोटी असल्याने त्यामध्ये पात्रांची संख्या दोन - तीन पेक्षा जास्त नसते. छोटे - छोटे संवाद, आणि ध्वनीचा योग्य वापर यामुळे अगदी थोड्या वेळात श्रुतिका लोकांना आपलेसे करते. नेहमीच्या घडामोडीवरून एखाद्या विषयाची उकल करत नेणारी श्रुतिकाही करमणूक करणारी असते आणि ती श्रोत्यांना विचार प्रवण करते. श्रुतिकेचे लेखन करताना माहिती गोळा करणे, तिची मांडणी करणे याला महत्त्व असते. एक स्त्री - दोन पुरुष ! दोन पुरुष किंवा एक स्त्री यांच्या आवाजात केलेले निवेदन संगीताची साथ घेऊन ते रंजक केले जाते. त्यामुळे मानवी स्वभावाचे दर्शनही घडवित त्या - त्या सप्ताहातील घडामोडीचा परिचय श्रुतिकेतून करून द्यावा. नभोनाट्याप्रमाणे कथानक, पात्र, संवाद, संगीत यांचा मेळ घालणे. मध्यवर्ती कथाभाग श्रोत्यांच्या मनावर बिंबविणे, श्रोत्यांना आकर्षित करणारी भाषा, मोजक्या शब्दातील प्रसंग, वास्तवाचे दर्शन, संवादाचा वापर यामुळे श्रुतिका अधिक यशस्वी होते. श्रुतिकेची सुरुवात आकर्षक, उत्साहवर्धक, श्रोत्यांना श्रवणातून संवादाचा व नाट्यमयतेचा आनंद घेऊ शकेल अशी संवादरचना त्यात असावी. श्रुतिकेत मांडली जाणारी घटना , प्रसंग विपरीत नसावेत तर श्रोत्यांचा त्याच्यावर विश्वास बसून तो त्या प्रसंगाशी समरस व्हावा; भावनाजागृतीबरोबर श्रोत्याच्या मनाचा कब्जा घेणारे घटना प्रसंग असावेत. विषय निवड, कथानक मांडणी, श्रुतिकेचा सूचक शेवट आकर्षक स्वरूपात असावेत. श्रुतिका लेखन करताना प्रतिभेची गरज आहे. त्याचबरोबर श्रुतिका लेखन आकर्षक होण्यासाठी

१. प्रथम श्रुतिकेचा शेवट निश्चित करावा.

२. श्रुतिकेचा शेवट सूचक असावा.

३. श्रुतिकेची सुरुवात आकर्षक आणि प्रारंभ कोणत्या तरी क्रियेने करावा. उदा. दारावर टकटक बाजविणे, मंजुळ हाक मारणे.

४. श्रुतिकेचा १०-१५ मिनिटांचा कालावधी लक्षात घेऊन लेखन करावे.

५. पात्र संख्या २-३ अशी मर्यादित असावी.

६. प्रसंगातून स्वभावदर्शन घडावं.

७. पात्र संवाद भाषा ओघवती, अर्थवादी व प्रसन्न वाटणारी असावी. उदा.

स्त्री : आज बरं येणं केलसा तात्या

पुरुष : अगं बहिनी , लग्नाचं दिवस म्हटलं तुझ्या किस्नाच्या लग्नाचा बार उडवून देऊ .

स्त्री : का हो ! तात्या .

पुरुष : अगं लग्नाचा खर्च नाय ! कापड भांडी काय घ्यायची न्हायत !

स्त्री : हे असं कसं घडलं .

पुरुष : अगं, कुंडलच्या क्रांती कारखान्यावर क्रांतिअग्रणी जी.डी. बापूनी सामुदायिक विवाह सोहळा आयोजित केलाय .

स्त्री : आव पन ! मानपानाचं काय !

पुरुष : हो तर , मानपानही होणार !

स्त्री : म्हणजे काय करणार आहेत ?

पुरुष : वधू वरांना ते कपड्यांचा आहेर घेणार आहेत. शिवाय भांड्याचा भेटही भेट देणार आहेत.

२ब१.८.३.२ श्रुतिका लेखन नमुना:

(दारावर थाप मारून दादा दारात थांबलेत.)

सदा (छोटा शेतकरी) दार उघडतो! दादाना पाहून या या दादा! कशी काय गरिबाघरची वाट चुकलात.

दादा : अरं कोण गरीब! अरं तू खरा श्रीमंत आहेस मनाने.

सदा : काय तर करून 'हरभन्याच्या झाडावर चढवून नकस गरिबीची चेष्टा करू नका! (काही काळ गंभीर बातावरण)

दादा : अरं ऐक तरी लेका, ऐकल्याव तर होय म्हणशील का न्हाय.

सदा : काय सांगा तरी.

दादा : हातातला पेपर उघडून बातमी वाचतात. अल्पभूधारकांना शेतीची कर्जे माफ! 'ज्या अल्पभूधारकांनी शेतीसाठी बँकेची कर्जे काढलीत त्यांची कर्जे शासनाने माफ केली आहेत.

सदा : हे खरं हाय दादा! पण ही तर नुसतीच बातमी हाय! खरं काय आहे!

दादा : पुढं ऐक तर! सांगली जिल्ह्यातील पलूस तालुक्यातील १०१ लोकांची कर्जे माफ झालीत. ज्यांची जमीन दोन - तीन एकरपेक्षा जास्त नाही अशा शेतकऱ्यांची कर्जे शासनाने माफ केलेली आहेत. त्यांची नावे प्रत्येक गावच्या ग्रामसेवकाकडे आहेत.

सदा : पण दादा आपली कोण दाद घेणार.

दादा : अरं सदा! आताच चावडीवरून ग्रामसेवकाची गाठ घेऊन आलो आणि कर्जमाफीच्या यादीत ' सदा तातोबा शिंदे याच रु. १५००० / - कर्ज माफ.

सदा : खरंच दादा! अगं संजे ऐकलस! दादा आनंदाची बातमी घेऊन आलेत.

संजू : दादा नेहमीच आपल्याला कायतरी महत्त्वाची बातमी घेऊन येतात. तवा निस्ता चहाचं नाय! तर ग्वॉड गव्हाचा शिराही करते! (संजू- चहा शिरा करायला स्वयंपाक घरात जाते. तेवढ्यात पोस्टमन दारात पत्र टाकून जातो. सदा पत्र घेऊन येतो अन् दादाकडे देतो. दादा ते पत्र वाचतात.)

सदा : तुला सांगत हुतो ना! त्याचेच हे पत्र.

संजू : शिरा व चहा घेऊन येते. (दादाचा व सदाचा नवन्याचा संवाद ऐकून) हे बरं झालं. (बोलाला अन् फुलाला गाठ पडली. तवा तुम्ही दोघंबी आता त्वांड ग्वॉड करा. आन् धनी, आवं ऐका इथून पुढं कसलंच कर्ज काढायचं न्हाय. आतापर्यंतच आपलं कर्ज माफ केले. मायबाप सरकारला धन्यवाद देते.

२ब१.८.४ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. .... अशी सांगड रुपकामध्ये घातलेली असते.

(ज्ञान आणि मनोरंजन / कला आणि जीवन / व्यक्ती आणि समाज)

२. रूपक लेखन ..... पद्धतीने करता येते.

(पाच / चार / दोन)

३. नभोवाणीवरून सादर होणारे नाट्यरूप म्हणजे .... होय.

(नभोनाट्य / मूकनाट्य / न-नाट्य)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. रूपक म्हणजे काय?

२. नभोनाट्यात काम करणाऱ्या पात्रांची निवड कशी केली जाते?

३. भारतात आकाशवाणीवरून नभोनाट्याला सुरुवात कधी झाली?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील रुपकाचे स्वरूप सांगून रूपक निर्मितीच्या तंत्राची माहिती द्या.

२. नभोनाट्याचे स्वरूप आणि लेखनतंत्र सविस्तर लिहा.

टिपा लिहा.

१. नभोनाट्यातील पात्रांचे स्वभाव रेखाटन

२. नभोनाट्य आणि समाजजागृती

३. श्रुतिका लेखनाचे तंत्र

२ब१.९ नभोवाणीसाठी जाहिरात

२ब१.९.१ नभोवाणी जाहिरातीचे वेगळेपण:

जाहिरात हा आजकाल एक परवलीचा शब्द झालेला आहे. इंग्रजीतील Advertisement हा शब्द मूळ 'Advertere' या लॅटिन शब्दापासून आलेला आहे. त्याचा अर्थ '...च्याकडे मन वळवणे' असा आहे आपला माल, सेवा याकडे लोकांचे लक्ष वेधण्याचा जाहिरातीचा उद्देश असतो. उत्पादकांना आपल्या मालाच्या विक्रीसाठी जाहिरात ही करावीच लागते. त्यासाठी वृत्तपत्र, चलचित्र, पोस्टर, कॅलेंडर, होल्डिंग, नभोवाणी, दूरदर्शन या माध्यमांचा आधार घ्यावा लागतो. या सर्वात नभोवाणीवरील जाहिरात ही सगळ्यात प्रभावी, कमी खर्चाची आणि जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत पोहोचणारी असते. वृत्तपत्र, पोस्टर, होर्डिंग याद्वारे केलेली जाहिरात निरक्षर लोकांपर्यंत पोहोचू शकत नाही. दूरदर्शनवरील जाहिराती या महागड्या असतात. त्यामुळे त्या उत्पादकाला परवडत नाहीत. शिवाय दूरदर्शन अद्यापही दुर्गम भागात, खेड्यापाड्यात पोहोचू शकले नाहीत. परिणामी दूरदर्शनवरील जाहिराती सर्वच जनतेपर्यंत पोहचू शकत नाहीत. त्या तुलनेत नभोवाणीचा विस्तार दूरदर्शनपेक्षा अधिक झालेला असल्याने नभोवाणीच्या जाहिराती अधिकाअधिक लोकांपर्यंत पोहोचण्यास मदत होते. नभोवाणीचा संचही स्वस्त असतो. त्यामुळे तो वापरणे सर्वसामान्याला परवडते. शिवाय नभोवाणीचा श्रोता निरक्षर असला तरी तो नभोवाणीवरील जाहिराती ऐकू शकतो. म्हणजेच नभोवाणीवरील जाहिराती सर्वच दृष्टीने प्रभावी ठरतात असे म्हणता येते.

२ब१.९.२ नभोवाणीवरील जाहिरात लेखनाचे स्वरूप:

जाहिरात लेखन ही आजच्या काळातील एक महत्त्वाची कला आहे. नभोवाणीवरील जाहिरात अधिकाअधिक प्रभावी होण्यासाठी त्याचे स्वरूप समजून घेणे आवश्यक ठरते. नभोवाणीवरील जाहिरात ही आवाजाच्या माध्यमातून श्रोत्यांपर्यंत पोहोचते. श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेते. त्यामुळे सर्वप्रथम जाहिरातीच्या लेखकाला प्रभावी मसुदा तयार करावा लागतो. त्यालाच 'कॉपी' लिहिणे असे म्हणतात. ही कॉपी आकर्षक, उत्कंठावर्धक, कमीतकमी शब्दात अधिकाअधिक माहिती देणारी असावी. ही कॉपी लिहिताना जाहिरातीच्या वेळेचाही विचार करावा लागतो. नभोवाणीवरील जाहिरात १० ते ६० सेकंदापर्यंत असू शकते. उत्पादकाची खर्च करण्याची तयारी लक्षात घेऊन जाहिरातीचा कालावधी ठरवावा लागतो व त्या वेळेतच वस्तू अथवा सेवेचे महत्त्व त्यांना पटवून द्यावे लागते. जाहिरात लेखन करताना मालाची, सेवेची गुणवैशिष्ट्ये, ग्राहकाचे वय आणि स्तर इत्यादी बाबी समजून घेणे आवश्यक आहे. तसेच जाहिरात लिहिताना लोककलेचा, लोकभाषेचा आणि लोकगीतांचा उचित वापर केल्यास जाहिरात लक्षवेधी होऊ शकते. बहुतेक वेळा जाहिरातीत वापरण्यासाठी म्हणून स्वतंत्र गाणेही लिहून घेतले जाते. त्याला 'जिंगल' असे म्हणतात. सुमधुर सुरांचा आणि संगीताचा वापर केल्यास श्रोत्यांना जाहिरात आवडते. उत्पादनाची वैशिष्ट्ये ग्राहकांच्या मनावर बिंबवण्यात मदत होते.

२ब१.९.३ जाहिरात लेखनाची प्रयोजने:

१. मालाविषयी अथवा सेवेविषयी श्रोत्यांना, जनतेला माहिती देणे.

२. उत्पादन, सेवाकार्य याविषयी समाजात चांगली प्रतिमा तयार करणे.

३. मालाविषयी / सेवेविषयी जनमानसात पसरलेले गैरसमज नाहीसा करणे.

४. जनसामान्यांच्या सदिच्छा संपादन करणे.

५. उत्पादित वस्तूला / सेवेला ग्राहक मिळवून देणे.

६. समाजातील लोकांच्या आवडीनिवडीला वळण देणे.

७. जाहिरातीच्या माध्यमातून जनजागृती करणे.

उपरोक्त प्रयोजने लक्षात घेण्यासाठी जाहिरातीच्या लेखनाचा एक नमुना पाहूया.

पुरुष : शेतकरीदादा, शेतातलं पीक समदं वाळून गेलं की ओ.

शेतकरी : काय करू अण्णा, पाईपलाईन पार फुटून गेली बघा.

पुरुष : म्हणूनच म्हणतो शेतकरीदादा, फिनोलेक्सची पाईपलाईन कर आणि निर्धार हो.

गीत : फिनोलेक्सने आणले पाणी शेतं पिकली सोन्यावाणी

उद्घोषणा : फिनोलेक्स पाईप मजबूत आणि टिकाऊ फिनोलेक्सच आहे शेतकऱ्यांचा सख्खा भाऊ

२ब१.९.४ जाहिरातीची संहिता लिहिताना घ्यावयाची काळजी:

१. राष्ट्रीय चिन्हांचा, स्मारकांचा वापर टाळावा. उदा. ताजमहल, लाल किल्ला यांचा उल्लेख.

२. जाहिरातीचा मसुदा अतिरंजित अथवा अतिशयोक्तीपूर्ण नसावा. निराधार दावे करू नयेत.

३. सर्वांना समजेल अशा भाषेचा वापर संहिता लेखनासाठी करावा. जाहिरातीची भाषा श्रवणसुलभ आणि वैविध्यपूर्ण असावी.

४. इतरांनी उत्पादित केलेल्या वस्तूला नावे ठेवू नयेत. आपल्या मालाची ठळक वैशिष्ट्यं सांगावीत.

५. लेखनात उत्पादनाचे घोषवाक्य वारंवार वापरावे.

६. आदेशात्मक अथवा आज्ञार्थी स्वरूपाची संहिता लेखन करू नये.

७. जाहिरात परिणामकारक होण्यासाठी लोकप्रिय संगीताची धून वापरावी.

८. अंमली पदार्थांची जाहिरात नभोवाणीवरून करता येणार नाही हे लक्षात ठेवावे.

२ब१.९.५ नभोवाणीवरील जाहिरातीची वैशिष्ट्ये:

नभोवाणी हे सामर्थ्यशाली संप्रेषण माध्यम आहे. नभोवाणीच्या व्यापार विभागांतर्गत जाहिरात त्यांचे प्रसारण केले जाते. नभोवाणीवरील जाहिरातींची पुढील काही वैशिष्ट्ये सांगता येतील.

१. नभोवाणीवरील जाहिरातीमुळे सामान्य जनता प्रभावी होण्यास मदत होते.

२. नभोवाणीवरील जाहिरातीमुळे श्रोत्यांच्या मनात आकर्षण निर्माण होते.

३. उत्पादित वस्तू / सेवा यांच्याविषयी श्रोत्यांच्या मनात उत्सुकता निर्माण होते.

४. निरक्षर व्यक्ती, लहान मुले यांनाही आकर्षित करण्यात नभोवाणीच्या जाहिराती यशस्वी होतात.

२ब१.९.६ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. .... ही आजच्या काळातील एक महत्त्वाची कला आहे.

(नाट्यलेखन / कथालेखन / जाहिरात लेखन)

२. नभोवाणीवरील जाहिरातीचा मसुदा म्हणजेच .... होय.

(कॉपी / जिंगल / करार)

३. नभोवाणीच्या .... विभागांतर्गत जाहिरातींचे प्रसारण केले जाते.

(व्यापार / क्रीडा / वृत्त)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. नभोवाणीवरील जाहिराती सर्वच दृष्टीने का प्रभावी ठरतात?

२. जाहिरातीचा मसुदा अथवा कॉपी कशी असावी?

३. जाहिरातीसाठी स्वतंत्रपणे लिहिलेल्या गाण्याला काय म्हणतात?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील जाहिरात लेखनाचे स्वरूप स्पष्ट करा.

२. नभोवाणीवरील जाहिरातीची उपयोगिता सांगा.

टिपा लिहा.

१. जाहिरात लिहितांना घ्यावयाची काळजी

२. नभोवाणीवरील जाहिरातीची वैशिष्ट्ये

२ब१.१० नभोवाणीचे 'श्रोतृगट विशिष्ट कार्यक्रम'

'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे सूत्र समोर ठेवून नभोवाणीवरील कार्यक्रमांचे वर्गीकरण करण्यात येते. श्रोतृ समुदायाच्या वैशिष्ट्यांचा व गरजांचा प्राधान्याने विचार करून सादरीकरणाची पद्धत ठरवली जाते. या कार्यक्रमांमध्ये त्या त्या गटाच्या लोकांचे शिक्षण आणि मनोरंजन साधण्याचा प्रयत्न होतो. नभोवाणीवर सादर होणाऱ्या श्रोतृगट विशिष्ट कार्यक्रमांचा स्थूल परिचय करून घेता येईल.

२ब१.१०.१ मुले, युवक व महिलांसाठी कार्यक्रम:

विविध क्षेत्रातील माहिती देणे, मनोरंजन करणे आणि विविध गुणांचा विकास करणे असे स्वरूप या कार्यक्रमांचे असते. त्या दृष्टीने नाटिका, नभोनाट्य, संगीतिका, चर्चा, मुलाखती, भाषणे, गाणी, प्रसंग नाट्य, कथाकथन, भेंड्या व कोडी असे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. शालेय कार्यक्रम प्रसारित करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य नभोवाणी करते. अलिकडे कोरोना काळात टाळेबंदी असताना विद्यार्थ्यांच्या शैक्षणिक प्रगतीसाठी नभोवाणीने केलेले प्रयत्न महत्त्वाचे ठरले होते. अशा कार्यक्रमांसाठी पाठ्यपुस्तक निर्मिती मंडळ आणि तज्ञांचे सहकार्य घेतले जाते. दहावी-बारावीच्या विद्यार्थ्यांसाठी व्याख्याने आयोजित केली जातात. उन्हाळ्याच्या सुट्टीत वासंतिक कार्यक्रम, व्यवसाय मार्गदर्शन, व्यक्तिमत्व विकासाबद्दल माहिती दिली जाते. मुलांची आकलनशक्ती व ज्ञान पातळी लक्षात घेऊन हे कार्यक्रम घेतले जातात. युवा वर्गासाठी 'युववाणी' हा विशेष कार्यक्रम सादर केला जातो. यात युवकांचे प्रश्न, समस्या विचारात घेऊन व्यवसाय, उद्योजकता, क्रीडा, उच्च शिक्षण याविषयी मार्गदर्शन केले जाते. याबरोबर महिलांसाठीही माहेर, स्त्रीविश्व, गृहिणी असे विशेष कार्यक्रम घेतले जातात. त्यात त्यांच्या सामाजिक, मानसिक, कौटुंबिक प्रश्नावर चर्चा केली जाते. घरगुती औषधे, गृहउद्योग, पाककला, बालसंगोपन, महिला विषयक कायदे, शासकीय योजना असे विषय घेऊन महिलांना मार्गदर्शन केले जाते.

२ब१.१०.२ शेती व ग्रामीण भागासाठी कार्यक्रम:

१९३६ साली आकाशवाणी केंद्र दिल्लीवरून सर्वप्रथम ग्रामीण कार्यक्रम प्रसारित होऊ लागले. स्वातंत्र्यानंतर या कार्यक्रमांना विशेष प्रोत्साहन दिले गेले. खेडेगावांना नभोवाणी संच भेट देण्याची योजना राबवली गेली. ग्रामीण जीवनातील शेती, पीक, उद्योग, आरोग्य, शिक्षण, रूढी-परंपरा, शासकीय योजना, सहकारी संस्था, ग्रामव्यवस्था इत्यादीविषयी प्रबोधन केले जाऊ लागले. १९६० नंतर देशात हरितक्रांती झाली. पुढे ट्रांझिस्टरचे तंत्र जन्माला आले. बॅटरीवर चालणारा गळ्यात सहज अडकवता येईल असा हलका व स्वस्त ट्रांझिस्टर उपलब्ध झाल्याने ग्रामीण भागात सर्वदूर नभोवाणीचे कार्यक्रम ऐकणे शक्य झाले. अशा कार्यक्रमातून प्रगतीशील शेतकऱ्यांच्या मुलाखती घेऊन त्यांनी अवलंबलेल्या सुधारित

पद्धती, तंत्रे, प्रयोग यांची माहिती करून दिली जाते. शिवाय पशुसंवर्धन, दुग्धविकास, कुक्कुटपालन अशा पूरक व्यवसायाविषयी माहिती दिली जाते. त्यासाठी कृषी अधिकारी, कृषी विद्यापीठाचे तज्ञ, सहकारी क्षेत्रातील जाणकार, बँक अधिकारी यांची मदत होते. यातूनच 'नभोवाणी शेतकरी मंडळ' व 'नभोवाणी शेतीशाळा' जन्माला आलेल्या आहेत. भारतासारख्या कृषिप्रधान देशात शेती विकासात नभोवाणीचे महत्व अनन्यसाधारण राहिलेले आहे. हरितक्रांतीमध्ये नभोवाणीचा सिंहाचा वाटा आहे. तामिळनाडूमध्ये तर 'आय आर - ८' ही भाताची सुधारीत जात शेतकऱ्यांमध्ये 'रेडिओ राईस' म्हणून ओळखली जाते.

२ब१.१०.३ संगीतविषयक कार्यक्रम:

संगीत हा नभोवाणीचा महत्त्वाचा घटक आहे. शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत, नाट्यसंगीत, ठुमरी, दादरा लोकसंगीत, उपशास्त्रीय संगीत, चित्रपट संगीत असे संगीताचे कार्यक्रम नभोवाणीवरून प्रसारित केले जातात. यामध्ये प्रादेशिक संगीताचाही समावेश असतो. नवोदित कलावंतांना संधी दिली जाते. आकाशवाणीकडे संगीताच्या ध्वनीमुद्रणाचा मोठा खजिना आहे. अनेक दिग्गज आणि दिवंगत कलावंतांचे गायन वादन या संग्रहात समाविष्ट आहे.

२ब१.१०.४ नभोवाणीवरील उद्घोषणा:

नभोवाणीवरील मूळ कार्यक्रमाइतकीच उद्घोषणाही महत्त्वाची आहे. उद्घोषणेतून श्रोत्यांना कार्यक्रमाचे स्वरूप स्पष्ट होते. नभोवाणीवरील कार्यक्रम सुरू होण्यापूर्वी त्या कार्यक्रमाचे स्वरूप, भाग घेणारे कलावंत किंवा पाहुणे यांची माहिती उद्घोषणतून मिळते. यावरूनच श्रोते हा कार्यक्रम ऐकायचा का नाही ते ठरवतात. त्यामुळे कार्यक्रमापूर्वीची उद्घोषणा म्हणजे त्या कार्यक्रमाचा थोडक्यात परिचय असतो. उद्घोषणा करताना तो कार्यक्रम महत्त्वाचा आहे. तो कार्यक्रम श्रोत्यांनी ऐकावा असा अनुत्तरीत भाव त्यामागे असला पाहिजे. अशा प्रकारे उद्घोषणा ही कार्यक्रमाची एकप्रकारे नांदीच असते आणि कार्यक्रमाएवढीच उद्घोषणा आवश्यक असते. कार्यक्रमाच्या उद्घोषणेत कार्यक्रमाचे स्वरूप स्पष्ट करावे लागते. प्रसारित होणारा कार्यक्रम नेमका कोणत्या स्वरूपाचा आहे. म्हणजे भाषण, चर्चा, नभोतारा, भावगीत की मुलाखत आहे का वार्ताचित्र आहे हे उद्घोषणेतूनच स्पष्ट होते. कार्यक्रमाचा उद्देशही उद्घोषकाने स्पष्ट करावयाचा असतो. उदा. एखाद्या सुप्रसिद्ध लेखकास साहित्य अकादमीचा पुरस्कार मिळाला आहे व त्यासंबंधात त्याची मुलाखत प्रसारित होणार असेल तसा उल्लेख उद्घोषणेत केला जातो किंवा चित्रपट सृष्टीतील सुप्रसिद्ध अभिनेत्री हेमामालिनी यांना ७० वे वर्ष लागले व त्यासंदर्भात त्यांची मुलाखत असेल तर उद्घोषणेत सांगितले जाते.

२ब१.१०.५ उद्घोषकाचे व्यक्तिमत्त्व:

'उद्घोषक' हा विक्रेत्याप्रमाणे असावा लागतो. विक्रेता दुकानातील एखादी वस्तू गिऱ्हाईकाला विकताना त्याला जी कौशल्ये वापरावी लागतात. तीच कौशल्य नभोवाणीवरील कार्यक्रमाची रूची, रंगतदारपणा वाढविण्यासाठी उद्घोषकाला वापरावी लागतात. तसेच उद्घोषक हा नभोवाणीवरील प्रसारणाचा एका अर्थाने सूत्रधारच असतो. विशिष्ट प्रसारण सभेत प्रसारित होणारे विविध घटक भाषण, गीत, संवाद, नाट्यसंगीत, बातम्या इ. तो आपल्या उद्घोषणाची एका सूत्रात गुंफूण श्रोत्यांना एक समग्र अनुभव देत असतो, त्यामुळे

कार्यक्रमाबरोबरच उद्घोषकाचे व्यक्तिमत्त्वही त्यात प्रकट होत असते. तसेच कार्यक्रमाच्या स्वरूपाप्रमाणे आपल्या आवाजात फेरफार करणे अपेक्षित असते. एखादा सत्कार सोहळ्याचा नभोवाणी वृत्तांत असेल तर त्याची उद्घोषणा आनंदी, उत्साही आवाजात देणे योग्य आहे. परंतु आवाजातील तोच आनंदी, चपखल स्वर श्रध्दांजलीच्या कार्यक्रमात विसंगत ठरेल त्यामुळे कार्यक्रमाच्या स्वरूपाचे भान ठेवून त्याप्रमाणे शब्दांचा वापर व योजना करावयास हवी. उद्घोषणेत बोली भाषा, छोटी वाक्ये, श्रोत्यांशी संवाद साधणारी औपचारिक शैली, रोजच्या वापरातले शब्द इ. पथ्ये उद्घोषकाने पाळावयाची असतात.

२ब१.१०.६ नभोवाणीवरील उद्घोषणेचे स्वरूप आणि महत्त्व:

उद्घोषनेतून नभोवाणीवरील प्रत्येक कार्यक्रमाची सूचना श्रोत्यांना सांगितली जाते. कार्यक्रम कोणत्या केंद्रावरून किती वाजता प्रसारित होणार आहे याची माहिती उदघोषनेतून दिली जाते उदा. "आकाशवाणी जळगाव केंद्र, ३११ अंश ०५ मीटर्स अर्थात ९६३ किलोमीट्र्सवरून आता आमचे प्रसारण सुरू होत आहे. संध्याकाळचे ५.३० वाजले आहेत. आमची तिसरी सभा आता सुरू होत आहे. युवक मित्रांसाठी कार्यक्रम प्रसारित करीत आहोत - 'युव वाणी" निरनिराळ्या लक्ष गटासाठी असलेल्या कार्यक्रमांच्या उद्घोषणा वेगवेगळ्या पद्धतीने दिल्या जातात. त्याचे भान उदघोषकाला ठेवावे लागते. तसेच उद्घोषकाला हरवलेल्या व्यक्तींसंबंधी निवेदन, रेल्वे गाड्यांचे वेळापत्रक, महापूर, साथीचे रोग यासंबंधीची निवेदने तयार करून त्याची उद्घोषणा करावी लागते.

उद्घोषकाचे अनुभवक्षेत्र व्यापक असावे लागते. त्याला साहित्य, कला, क्रीडा, इतिहास, संस्कृती, राजकारण इत्यादीची थोडीफार माहिती असणे आवश्यक आहे. उद्घोषणा लिहिताना या माहितीचा त्याला उपयोग होतो. उद्घोषकाला कार्यक्रमाच्या यादीवरून म्हणजेच 'क्युशीट' वरून उद्घोषणा तयार करावी लागते. यासाठी उद्घोषकाकडे सजगता, एकाग्रता आवश्यक असते. उद्घोषणा देण्यासाठी उद्घोषकाचा आवाजही चांगला असावा लागतो. तसेच उदघोषनेमध्ये सूचना, उत्सुकता आणि रोचकता या गुणांचा संगम असणे आवश्यक असते. थोडक्यात आकाशवाणीवरून शेतकरी, ग्रामीण महिला, शहरी महिला, युवक, बालके, कामगार इत्यादी विशिष्ट श्रोतृ वर्गासाठी स्वतंत्र कार्यक्रम सादर केले जातात. त्यातून त्या त्या श्रोतृ वर्गाच्या गरजा भागवण्याचा प्रयत्न केला जातो.

२ब१.१०.७ सरावासाठी स्वाध्याय:

योग्य पर्याय निवडून उत्तरे लिहा.

१. श्रोतृसमुदायाच्या वैशिष्ट्यांचा व गरजांचा विचार करून सादर केल्या जाणाऱ्या कार्यक्रमांना .... म्हणतात.

(युववाणी / श्रोतृगट विशिष्ट कार्यक्रम / गृहिणी)

२. १९३६ साली ..... आकाशवाणी केंद्रावरून सर्वप्रथम ग्रामीण कार्यक्रम प्रसारित होऊ लागले.

(दिल्ली / मुंबई / कलकत्ता)

३. .... वरुन उद्घोषणा तयार करावी लागते.

(बातमी / रेकॉर्ड / क्युशीट)

एका वाक्यात उत्तरे लिहा.

१. शालेय कार्यक्रम सादर करण्याचे महत्त्वपूर्ण कार्य कोण करते?

२. ग्रामीण भागात नभोवाणीचे जाळे सर्वदूर कशामुळे पसरले?

३. नभोवाणीवरील प्रत्येक कार्यक्रमाची सूचना कशाद्वारे सांगितली जाते?

दीर्घोत्तरी प्रश्न लिहा.

१. नभोवाणीवरील श्रोतृगट विशिष्ट कार्यक्रमांचे स्वरूप सांगा.

२. नभोवाणीवरील उद्घोषणा व उद्घोषकाचे व्यक्तित्व याविषयी लिहा.

टिपा लिहा.

१. नभोवाणीवरील शेती व ग्रामीण भागाविषयी कार्यक्रम

२. नभोवाणीवरील उद्घोषणेचे महत्त्व

२ब१.११ संदर्भ ग्रंथ

*****

२ब२

दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे

ii) दूरचित्रवाणी

घटक रचना

२ब२.१ उद्दिष्टे

२ब२.२ प्रस्तावना

२ब२.३ दूरचित्रवाणी

२ब२.४ दूरचित्रवाणीचा इतिहास

२ब२.५ भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास

२ब२.६ मराठी दूरचित्रवाणी

२ब२.७ दूरचित्रवाणीचे फायदे

२ब२.८ दूरचित्रवाणीचे दुष्परिणाम

२ब२.९ समारोप

२ब२.१० प्रश्नावली

२ब२.११ संदर्भ ग्रंथ

२ब२.१ उद्दिष्टे

- दूरचित्रवाणी या माध्यमाची ओळख करून देणे.
- दूरचित्रवाणी माध्यमाचा इतिहास सविस्तरपणे मांडणे.
- भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास कसा झाला हे जाणून घेणे.
- दूरदर्शनची उद्दिष्टे कोणकोणती आहेत ते तपासणे.
- मराठी भाषेमध्ये पहिल्यांदा दूरचित्रवाणी कधी सुरू झाली आणि मराठी दूरचित्रवाणी क्षेत्राची प्रगती कशी होत गेली याचा आढावा घेणे.
- दूरचित्रवाणीचे फायदे व दुष्परिणाम यांची चर्चा करणे.

२ब२.२ प्रस्तावना

'दृक आणि श्राव्य प्रसारमाध्यमे- नभोवाणी, दूरचित्रवाणी, इंटरनेट' या अभ्यास घटकामध्ये आपण 'दूरचित्रवाणी' हा घटक अभ्यासणार आहोत. 'दूरचित्रवाणी' या घटकांतर्गत दूरचित्रवाणी माध्यमाची ओळख, दूरचित्रवाणीचा इतिहास, भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व

विकास, दूरदर्शनची उद्दिष्टे, मराठी दूरचित्रवाणी, मराठी वाहिन्या, दूरचित्रवाणीचे फायदे, दुष्परिणाम या सर्वांचा सविस्तर आढावा घेणार आहोत.

पूर्वीच्या काळी माणसाच्या गरजा अगदी मर्यादित होत्या. अन्न, वस्त्र आणि निवारा या मूलभूत गरजा पूर्ण झाल्या तरी तो त्यात समाधानी होत असे. परंतु हळूहळू मानव आपल्या बुद्धीचा वापर करू लागला तसा तो निसर्गावर विजय मिळवू लागला. त्याने विज्ञानाची कास धरली आणि आपल्या बुद्धीच्या जोरावर त्याने नवनवीन शोध लावले. त्यामुळे त्याचे खडतर जीवन सुसह्य झाले. हळूहळू त्याच्या गरजाही वाढू लागल्या. दैनंदिन जीवनातील कष्ट करून फावल्या वेळेत आपले मनोरंजन व्हावे म्हणून तो धडपडू लागला. दिवसभर काबाडकष्ट करून घरी आल्यावर मनाला विश्रांती म्हणून मनोरंजन, करमणुकीची गरज त्याला भासू लागली. ह्या गरजेतूनच दूरचित्रवाणीचा शोध लागला.

'दूरचित्रवाणी' हे प्रसारमाध्यम दृकश्राव्य आहे. या माध्यमाची भाषा दृश्य आणि ध्वनीची भाषा असते. म्हणूनच दृश्यभाषेला 'जागतिक भाषा' म्हणतात. एक दृश्य हे शंभर शब्दांपेक्षा बोलके असते असे म्हटले जाते. त्यामुळे दूरचित्रवाणी हे प्रसारमाध्यम अतिशय परिणामकारक आहे. निरक्षर व्यक्ती किंवा लहान मुलेसुद्धा दृश्य आणि त्याबरोबरीने उच्चारलेले शब्द यामुळे दूरचित्रवाणीवरील सर्व प्रकारच्या कार्यक्रमांचा आस्वाद घेऊ शकतात. दूरचित्रवाणी हे घरबसल्या आणि फारसे पैसे खर्च न करता उपलब्ध होणारे मनोरंजनाचे उत्तम साधन आहे. दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रम तर आपल्या दैनंदिन जीवनाचा एक अविभाज्य भाग बनले आहेत. दूरचित्रवाणीवर करमणूकप्रधान कार्यक्रमाबरोबर बातम्या आणि इतर माहितीप्रधान कार्यक्रमही पाहता येतात. अलीकडच्या काळात केवळ मनोरंजनपर कार्यक्रमासोबत इतर माहितीप्रधान कार्यक्रम आणि बातम्या यांची लोकप्रियता वाढत आहे.

दूरचित्रवाणीने आपले रोजचे जीवन व्यापले आहे. दूरचित्रवाणी हे प्रत्येकाच्या सवयीचे माध्यम झाले आहे. मनोरंजन आणि माहिती यांचे प्रमुख साधन म्हणून दूरचित्रवाणीला अनन्यसाधारण महत्व प्राप्त झाले आहे. त्यामुळे आपल्या दैनंदिन जीवनात या प्रसारमाध्यमाचे महत्त्व वाढत आहे.

२ब२.३ दूरचित्रवाणी

'दूरचित्रवाणी' हे प्रबोधन आणि मनोरंजनाचे प्रभावी माध्यम आहे. दूरचित्रवाणी म्हणजेच टेलिव्हिजन, टी.व्ही, दूरदर्शन होय. टेलिव्हिजन हे नाव १९०७ मध्ये दिले गेले. WRGB हे पहिले टेलिव्हिजन स्टेशन आहे. हे टेलिव्हिजन स्टेशन १९२६ साली सुरू झाले. टेलिव्हिजनच्या स्क्रीनला 'ॲनाड' असे म्हटले जाते. मेकॅनिकल टेलिव्हिजन आणि इलेक्ट्रॉनिक टेलिव्हिजन असे टेलिव्हिजनचे दोन प्रकार पडतात.

दूरचित्रवाणी यंत्रणेचे प्रमुख विभाग:

१) कॅमेरानलिका

२) प्रेषक

३) ग्राही

४) चित्रनलिका

चित्र आणि आवाज प्रेक्षेपकांमार्फत अथवा उपग्रहांमार्फत दूर अंतरावर पोहोचवणाऱ्या माध्यमाला 'दूरचित्रवाणी' म्हणतात. विद्युत् चुंबकीय तरंगांच्या सहाय्याने चल किंवा अचल दृश्य प्रतिमा व संबंधित ध्वनिसंकेताचे प्रेषण व ग्रहण, असा दूरचित्रवाणीचा अर्थ आहे. ध्वनी आणि चित्रे घरबसल्या दाखवणारे हे माध्यम आहे.

'दूरचित्रवाणी' हे माध्यम 'दृकश्राव्य' आहे. या माध्यमांची भाषा दृश्य आणि ध्वनीची भाषा असते. दूरचित्रवाणीची स्वतंत्र अशी भाषा असते. त्याची एक वेगळी शैली असते. ती दृश्य आणि ध्वनीच्या माध्यमातून, विविध दृश्यसाखळींमधून एखादा विषय उलगडत नेते. दूरचित्रवाणीची भाषा म्हणजे दृश्यभाषा, दृश्य-आकार, कॅमेऱ्याचा कोन, कॅमेऱ्याची हालचाल, प्रकाश, वातावरण, पुढील आणि मागील परिसराची परिस्थिती, दृश्यमिश्रण, क्रोमा, स्पेशल इफेक्टस् इत्यादींचा एकसमुच्चय परिणाम म्हणजे प्रेक्षकांना पाहावयास मिळणारा कार्यक्रम.

दूरदर्शनमुळे दूरवरच्या गोष्टींचे दर्शन घडते म्हणून दूरदर्शनला 'दूरवरच्या गोष्टींचे दर्शन घडवणारा' असे म्हटले जाते. दूरदर्शनमधून आपल्याला जगात काय आहे त्याची प्रत्यक्ष चित्रांसह माहिती मिळते. धार्मिक स्थळे, ऐतिहासिक इमारती, वेगवेगळे पुरातत्व अवशेष इत्यादींची माहिती देणारे लघुपट टीव्हीवर प्रदर्शित होतात. डिस्कवरी सायन्स (Discovery Science), नॅशनल जिओग्राफी (National Geography) यासारख्या चॅनेलवरून प्रसारित होणाऱ्या लघुपटांवरून माहितीचा खजिना मिळतो. वैज्ञानिक, सांस्कृतिक, ऐतिहासिक, शैक्षणिक अशा सर्वच प्रकारच्या डॉक्युमेंट्री घरबसल्या आपल्याला पाहायला मिळतात.

'दूरचित्रवाणी' हे शिक्षणाचे अत्यंत चांगले माध्यम आहे. वेगवेगळ्या वयोगटातील विद्यार्थ्यांसाठी 'दूरदर्शन'सारख्या चॅनेलवरून शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. विज्ञानापासून अगदी स्वयंपाकघरापर्यंत कार्यक्रम त्यावर दाखवले जातात. दूरचित्रवाणीवर पर्यटनाविषयीचे कार्यक्रम पाहताना आपल्याला वेगवेगळ्या देशातील लोक, त्यांची संस्कृती, त्यांचे वेष, वेगवेगळे प्रदेश, तेथील खाद्यसंस्कृती या सर्वांची माहिती मिळते. शेतकी, घरगुती औषधोपचार, पशूजगत, गीत, संगीत, शास्त्रीय शोध, सणांची माहिती, मुलांचे कार्यक्रम, इतिहास इ. विषयावर माहिती दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रमांमधून मिळते. विविध विषयांवरील माहिती देणाऱ्या वेगवेगळ्या वाहिन्याच दूरचित्रवाणीवर पाहायला मिळतात. चोवीस तास ताज्या बातम्या देणा-या वाहिन्यांमुळे जगाच्या कानाकोपऱ्यातील बातमी आपण पाहतो. याशिवाय बातम्यांचे थेट प्रक्षेपणही आपल्याला घरबसल्या पाहता येते. १५ ऑगस्ट आणि २६ जानेवारी ह्या राष्ट्रीय दिवसांच्या दिल्लीला होणाऱ्या कार्यक्रमांचे थेट प्रक्षेपण दूरचित्रवाणीवरून देशभर दाखवले जाते. प्रसिद्ध नेते, खेळाडू, कलाकार ह्यांच्याही मुलाखती दूरचित्रवाणीवर दाखवल्या जातात. या महान व्यक्तींचा संघर्ष आणि त्यातून त्यांनी मिळवलेले यश हे त्यांच्या मुलाखतीतून ऐकल्यानंतर आपल्याला एकप्रकारची प्रेरणा मिळते. एकंदर, प्रेक्षकांना खिळवून ठेवण्याची विलक्षण शक्ती 'दूरचित्रवाणी' या माध्यमात आहे.

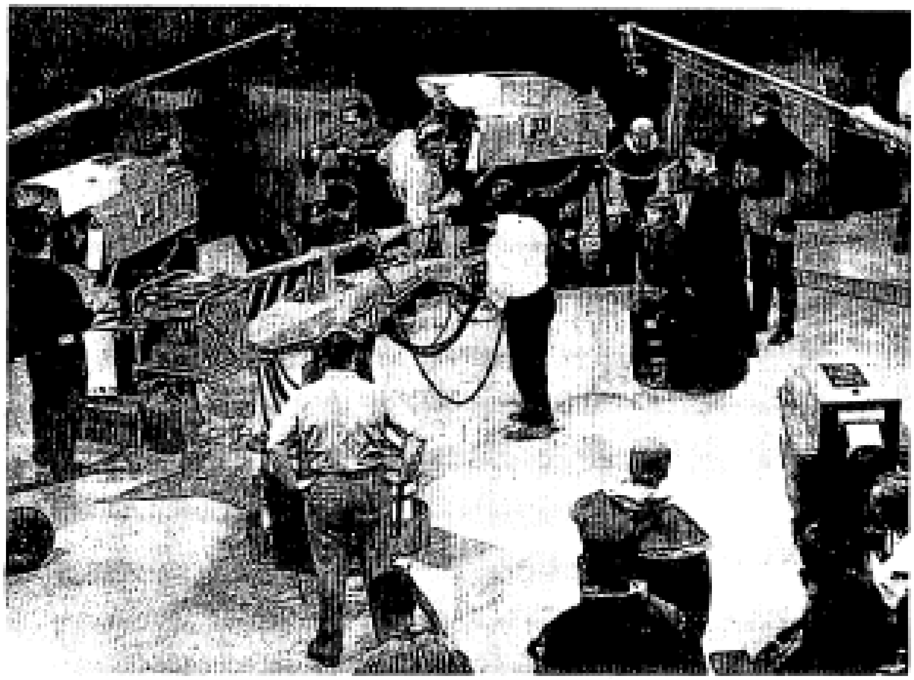
२ब२.४ दूरचित्रवाणीचा इतिहास

ध्वनी आणि चित्रे एकाच वेळी एका ठिकाणापासून दुसऱ्या ठिकाणी पाठवण्याच्या महत्वाकांक्षेमुळे दूरचित्रवाणीचा जन्म झाला. 'जनरल इलेक्ट्रिक' या कंपनीच्या वतीने पहिल्या दूरचित्रवाणी नाटकाचे प्रायोगिक स्वरूपातील प्रक्षेपण प्रथम अमेरिकेत झाले. १९३०च्या सुमारास न्युयार्कमध्ये एन.बी.सी. हे केंद्र; तर लंडनमध्ये बी.बी.सी. हे केंद्र सुरू झाले. या केंद्रामधून नियमितपणे कार्यक्रम प्रक्षेपित होऊ लागले.

दूरचित्रवाणी निर्मितीचा पहिला प्रयत्न १८८४ साली पॉल निपको या जर्मन तंत्रज्ञाने केला. दूरचित्रवाणीचा शोध जॉन लोगी बेअर्ड या ब्रिटिश संशोधकाने लावला. १९२९ साली गोलाकार फिरत्या चकातीच्या सहाय्याने दृश्य खेचण्याचा प्रयत्न जॉन लोगी बेअर्ड यांनी केला. बेअर्ड यांनी बनविलेली ही उपकरणे तबकडीच्या तत्त्वावर आधारित पण अधिक चांगले चित्र प्रक्षेपित करू शकणारी होती. १९२९ च्या सुमारास बेअर्ड यांनी बनविलेली उपकरणे बी.बी.सी. या कंपनीने वापरात आणली.

आद्य दूरचित्रवाणी संशोधक बेअर्ड यांनी २७ जानेवारी १९२६ रोजी त्यांनी रॉयल इन्स्टिट्यूशनमध्ये बोलत असलेल्या व धूम्रपान करीत असलेल्या मानवी चेहेऱ्याची प्रतिमा एका खोलीतून दुसऱ्या खोलीत प्रेषित करण्याचे प्रात्यक्षिक शास्त्रज्ञांच्या समोर करून दाखविले. याकरिता त्यांनी प्रकाशविद्युत् घट, निऑन दिवा आणि चित्राच्या क्रमवीक्षणासाठी ३० छिद्रे असलेली व सेकंदाला साडे बारा फेरे करणारी निपको तबकडी (दूरचित्रवाणी) वापरली. हा त्यांचा दूरचित्रप्रेषणाचा पहिला यशस्वी प्रयोग होता. प्रकाशविद्युत् घटावर अवरक्त (दृश्य वर्णपटातील तांबड्या रंगाच्या अलीकडील अदृश्य) किरणांचा परिणाम होत असल्याचे निदर्शनास आल्यावर त्यांनी अंधारात दिसण्यास मदत करणाऱ्या 'नॉक्टोव्हायझर' या उपकरणाचा शोध लावला. या उपकरणाचे १९२६ मध्ये त्यांनी प्रात्यक्षिक करून दाखविले. त्यांनी स्वतःचे दूरचित्रप्रेषण स्थानक कूलसन (केंट) येथे स्थापन केले. फेब्रुवारी १९२८ मध्ये या स्थानकातून त्यांनी अटलांटिक महासागरापार अमेरिकेतील हार्ट्सडाल येथे चित्रप्रेषण केले व तेथे त्यांचे यशस्वीरीत्या ग्रहण होऊन चित्र स्पष्टपणे दिसले.

१९२९ मध्ये जर्मन टपाल खात्याने बेअर्ड यांना त्यांच्या पद्धतीवर आधारलेली दूरचित्रप्रेषण सेवा विकसित करण्यासाठी सवलती दिल्या आणि दोन महिन्यांनंतर ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशनने (बी.बी.सी.) त्यांना आपले प्रयोग पुढे चालू ठेवण्यासाठी संस्थेचा प्रेषक वापरण्यास परवानगी दिली. ३० नोव्हेंबर १९२९ रोजी त्यांनी बी.बी.सी. मार्फत अर्धा तास दूरचित्रप्रेषण कार्यक्रम दाखविला. १९३० मध्ये चित्रप्रेषणाला ध्वनिप्रेषणाची जोड देण्यात आली. १९३६ साली बी.बी.सी ही पूर्ण वेळ दूरचित्रवाणी सेवा चालू करणारी जगातील पहिली संस्था ठरली.



२ब२.५ भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास

भारतात दूरचित्रवाणीची सुरूवात १५ सप्टेंबर,१९५९ रोजी झाली. दिल्ली येथे सप्टेंबर १९५९ मध्ये पहिले दूरचित्रवाणी केंद्र यूनेस्कोच्या मदतीने प्रायोगिक स्तरावर सुरू करण्यात आले. प्रथम त्याचे स्वरूप एक मार्गदर्शी दूरचित्रवाणी प्रकल्प असे होते आणि त्यावरून आठवड्यातून फक्त शैक्षणिक कार्यक्रम होत. हळूहळू ते सर्वांगांनी परिपूर्ण करण्यात आले. ‘फोर्ड प्रतिष्ठान’ तर्फे शैक्षणिक दूरचित्रवाणीचा भारतात कसा प्रसार होईल, हे पाहण्याकरिता एक मंडळ १९६० साली आले. या मंडळाने दिल्ली दूरचित्रवाणी व तिचा परिसर यांचा अभ्यास करून भारतातील शैक्षणिक दूरचित्रवाणीकरिता एक आराखडा तयार करून दिला. त्याप्रमाणे माध्यमिक शाळांत नियमित शालेय पाठांचे कार्यक्रम दाखविण्यात येऊ लागले.

१५ सप्टेंबर,१९५९ रोजी प्रथम 'फिलिप्स इंडिया' या कंपनीने सरकारला एक प्रक्षेपक बनवून दिला. युनेस्कोने केलेली मदत आणि सरकारने समाजशिक्षणाचे डोळ्यासमोर ठेवलेले ध्येय यातून केंद्राचे काम सुरू झाले. सुरूवातीला शैक्षणिक आणि समाजशिक्षण ही उद्दिष्टे होती. या उद्दिष्टांना समोर ठेवून सुरू झालेल्या या केंद्राने १९६५ मध्ये मनोरंजनपर कार्यक्रम प्रक्षेपित केले. १९७२ रोजी 'मुंबई दूरदर्शन'ची स्थापना झाली व त्यानंतर श्रीनगर, अमृतसर, कलकत्ता, लखनौ या ठिकाणी दूरदर्शन केंद्राची उभारणी झाली. १ एप्रिल,१९७६ रोजी भारत सरकारच्या अखत्यारीत असलेल्या 'आकाशवाणी' आणि 'दूरचित्रवाणी' या दोन्ही माध्यमांचे स्वतंत्र विभाग करण्यात आले. त्यावेळी 'दूरदर्शन' हे नाव या माध्यमाला मिळाले. माहिती व प्रसारण मंत्रालयाच्या अखत्यारीत हे माध्यम स्वतंत्रपणे कार्य करू लागले.

दूरचित्रवाणीचा प्रसार खऱ्या अर्थाने १९६५ सालानंतर झाला. १९६५ सालापासून केंद्र सरकारने दूरचित्रवाणीचे जाळे देशात पसरविण्यासाठी प्रयत्न सुरू केले. ऑगस्ट, १९६५

मध्ये हॅंबर्गहून सहा तज्ज्ञांचे एक मंडळ भारतात आले आणि त्यांनी पहिले आधुनिक दूरचित्रवाणी कलामंदिर भारताच्या राजधानीत उभारले. याच साली केंद्र सरकारच्या माहिती आणि नभोवणी खात्याने डॉ. एस्. भगवंतम् यांच्या अध्यक्षतेखाली दूरचित्रवाणी विकास, प्रसार, नवीन पद्धती व तंत्र यांच्या अभ्यासासाठी एक समिती नेमली. या समितीने आपला अहवाल सादर करून देशभर उच्च दर्जाचे दूरदर्शन कार्यक्रम दिसावेत असे म्हटले. त्यानंतर डॉ. अशोक के. चंद्र यांच्या अध्यक्षतेखाली केंद्र सरकारने १९६४ मध्ये नेमलेल्या दुसऱ्या समितीने आपला अहवाल १९६६ मध्ये केंद्र सरकारकडे सादर केला. त्या समितीने नभोवाणी व दूरचित्रवाणी या दोहोंसाठी दोन स्वायत्त निगम निर्माण करण्याची शिफारस केली. तसेच निरक्षरता घालविण्याचे व शिक्षणप्रसाराचे एक प्रभावी साधन म्हणून दूरचित्रवाणीचा सर्व देशभर पुढील दहा वर्षांत झपाट्याने प्रसार करण्यात यावा असे सुचविले. रंगीत दूरचित्रवाणीचा व्यवहारात वापर १९५० पासून होऊ लागला.

माहिती व नभोवाणी खात्यापासून स्वतंत्रपणे दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रम संयोजित करण्यासाठी दूरदर्शनची स्थापना करण्यात आली. ‘दूरदर्शन’ ही संस्था १ एप्रिल १९७६ रोजी स्थापन झाली. 'दूरदर्शन' ही दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रम प्रेक्षेपित करणारी भारत सरकारची एक संस्था आहे. 'मनोरंजनातून प्रबोधन' हे दूरदर्शनचे बोधवाक्य आहे. जानेवारी १९६७ ग्रामीण भागासाठी दूरदर्शन कार्यक्रमाची निर्मिती झाली. १ सप्टेंबर १९८७ पासून पुणे येथे बालचित्रवाणी सुरू झाली. १ जानेवारी १९७६ ला दूरदर्शनवर जाहिराती झळकल्या. दूरदर्शनवर कार्यक्रमाचा प्रसारण कालावधी हा ३०/ ६० मिनिटे इतका असतो. १९८४ साली सुरू झालेली ‘हम लोग' ही पहिली दूरदर्शन मालिका होय. १९८७ साली 'रामायण' ही मालिका चालू झाली. १९९२ साली Zee TV ही हिंदी भाषेत सुरू झालेली पहिली खाजगी दूरचित्रवाणी आहे.

दूरदर्शनची उद्दिष्टे पुढीलप्रमाणे:

- देशी, विदेशी बातम्यांचे संकलन करून बातमीपत्रे प्रक्षेपित करणे.
- देशाचा योजनाबद्ध सर्वांगीण विकास कसा होईल, याबद्दलचे विचार व माहिती जनतेपर्यंत पोहोचविणे.
- शिक्षणाचा प्रसार व प्रचार करणे. यासाठी प्रत्यक्ष शैक्षणिक धडे, शेतीविषयक प्रात्यक्षिके यांद्वारा कृषीशिक्षण देणे.
- कुटुंबनियोजन व त्यासंबंधीची माहिती देणे, मनोरंजनातून प्रबोधन करणे.
- मनोरंजनाकरीता नभोनाट्य, देशी वा विदेशी चित्रपट, संगीताचे बहुविध कार्यक्रम ठेवणे.
- वेगवेगळ्या विषयांवरील माहितीकरीता विविध चर्चासत्रे, व्याख्याने यांसारखे कार्यक्रम ठेवणे.

२ब२.६ मराठी दूरचित्रवाणी

दूरचित्रवाणी हा आज प्रत्येकाच्या जगण्याचा अविभाज्य भाग आहे. जगातील अनेक भाषांमध्ये नानाविध प्रकारच्या दूरचित्रवाणी वाहिन्या उपलब्ध आहेत. आपल्या मराठी भाषेमध्येसुद्धा आज अनेक प्रकारच्या दूरचित्रवाणी वाहिन्या उपलब्ध आहेत.

भारतामध्ये इ.स. १९६५ पासून दूरचित्रवाणीच्या नियमित प्रसारणाला सुरूवात झाली. प्रसारभारती म्हणजेच दूरदर्शनच्या दिल्ली केंद्रातून हिंदी भाषेतील दूरचित्रवाणीची सुरूवात झाली. दूरदर्शनने मराठी भाषेतील कार्यक्रमाची प्रसारण सेवा २ ऑक्टोबर १९७२ पासून मुंबई दूरदर्शन केंद्राद्वारे सुरू केली. प्रथमतः दूरदर्शनच्या राष्ट्रीय वाहिनीवरून मराठी भाषेतील कार्यक्रमांचे केवळ कृष्णधवल प्रसारण होत असे. सुरूवातीला हे प्रसारण दोन तासांचे होत असे. त्यानंतर टप्प्याटप्प्याने या प्रसारणाचा कालावधी वाढला. इ.स. १९९४ पर्यंत सहा तासांपर्यंत मराठी कार्यक्रमांचे प्रसारण केले जायचे. ५ काड्यांच्या, १० काड्यांच्या अँटिनाद्वारे व महाराष्ट्रातील विविध जिल्ह्यांमधील स्थित दूरदर्शनच्या लघु तसेच उच्चशक्ती उपकेंद्रांद्वारे हे प्रसारण होत असे. या सहा तासांच्या वेळेत बातम्या, नाट्य, संगीत, शेतीविषयक, सामाजिक, राजकीय, क्रीडा अशा विविधांगी कार्यक्रम दाखवले जात असत. हे कार्यक्रम मनोरंजनातून प्रबोधन करणारे असे होते.

२४ तास प्रसारित होणारी पहिली मराठी वाहिनी 'दूरदर्शन मराठी'ची सुरूवात १५ ऑगस्ट १९९४ मध्ये झाली. 'दूरदर्शन मराठी' ही पहिली मराठी उपग्रह वाहिनी होय. ही वाहिनी प्रथम 'डीडी-१०' या नावाने लोकप्रिय होती. त्यानंतर या वाहिनीचे 'डीडी-१० चे दूरदर्शन सह्याद्री' असे नाव ठेवण्यात आले. हे नामकरण ५ एप्रिल २०२० मध्ये करण्यात आले. त्यावेळचे दूरदर्शनवरील कार्यक्रम जनमानसात लोकप्रिय होते. उदा. दामिनी, घरकुल, हॅलो सह्याद्री, हॅलो इन्स्पेक्टर, गजरा, किलबिल, आमची माती आमची माणसं, ताक धिना धिन इ.

इ.स.१९९९ हे वर्ष मराठी दूरचित्रवाणी प्रेक्षकांसाठी महत्त्वाचे ठरले. १५ ऑगस्ट १९९९ म्हणजेच भारतीय स्वातंत्र्यदिनाच्या शुभमुहूर्तावर मराठी भाषेतील पहिली खाजगी उपग्रह वाहिनी 'अल्फा टीव्ही' प्रेक्षकांच्या सेवेत रूजू झाली. 'अल्फा टीव्ही' ही वाहिनी 'झी नेटवर्क' उद्योग समूहाने सुरू केली. २००५ मध्ये या वाहिनीचे 'झी मराठी' असे नामकरण करण्यात आले. झी मराठीच्या रूपाने मराठी दूरचित्रवाणी क्षेत्रात एक नवी क्रांती झाली. वेगवेगळ्या दैनंदिन मालिका, चित्रपट, नाट्य, नृत्य, गायन, विनोदी कार्यक्रम अशा विविधांगी कार्यक्रमांची मेजवानी प्रेक्षकांना मिळाली. त्याबरोबरच नृत्य, गायन या कलाप्रकारांना चालना मिळण्यासाठी अनेक प्रकारचे स्पर्धात्मक कार्यक्रम झी मराठीने सुरू केले.

झी मराठी नंतर 'ई टीव्ही मराठी' या आणखी एक मराठी मनोरंजन वाहिनीची स्थापना झाली. ९ जुलै २००० मध्ये 'ई टीव्ही मराठी' ही वाहिनी प्रेक्षकांच्या सेवेत दाखल झाली. हैद्राबाद येथील प्रसिद्ध उद्योगपती रामोजीराव यांच्या ई टीव्ही नेटवर्कने 'ई टीव्ही मराठी'ची स्थापना केली. या वाहिनीनेही अल्पावधीतच प्रेक्षकांच्या मनात आपले स्थान निर्माण केले. कालांतराने २२ मार्च २०१५ रोजी या वाहिनीचे 'कलर्स मराठी' असे नामकरण करण्यात आले. त्यानंतर अनेक मनोरंजनपर मराठी वाहिन्या स्थापन झाल्या.

एकेकाळी टीव्हीवरून मराठी भाषेत केवळ १ किंवा २ तास बातम्या दाखविल्या जायच्या. आता संपूर्ण २४ तास वृत्तप्रसारण करणाऱ्या मराठी वाहिन्या सुरू झाल्या आहेत. मराठी भाषेतील २४ तास बातम्या देणारी 'झी २४ तास' ही पहिली मराठी वृत्तवाहिनी आहे. ती २००७ साली सुरू झाली. त्यानंतर जून २००७ मध्ये 'स्टार माझा' ही दुसरी मराठी वृत्तवाहिनी सुरू झाली. कालांतराने म्हणजेच १ जून २०१२ नंतर 'स्टार माझा' या वाहिनीचे नाव 'एबीपी माझा' असे बदलण्यात आले. २००८ साली 'आयबीएन लोकमत' ही वृत्तवाहिनी सुरू झाली. ही वाहिनी न्यूज १८ आणि लोकमत या दोन कंपन्यांनी मिळून सुरू केली. कालांतराने या वाहिनीचे नाव 'न्यूज १८ लोकमत' असे ठेवले गेले. त्यानंतर अनेक मराठी वृत्तवाहिन्या सुरू झाल्या.

वाहिनीचे नाव	**नेटवर्क**	**स्थापना**
सह्याद्री	प्रसार भारती दूरदर्शन	१९७२
झी मराठी	झी नेटवर्क	१९९९
कलर्स मराठी	व्हायाकॉम १८	२०००
झी टॉकीज	झी नेटवर्क	२००७
स्टार प्रवाह	डिझ्नी स्टार	२००८
९एक्स झकास	आयएनएक्स नेटवर्क	२०११
झी युवा	झी नेटवर्क	२०१६
सोनी मराठी	सोनी नेटवर्क	२०१८
शेमारू मराठी बाणा	शेमारू नेटवर्क	२०२०
सन मराठी	सन नेटवर्क	२०२१
प्रवाह पिक्चर	डिस्नी स्टार	२०२२

वाहिनीचे नाव	**नेटवर्क नाव**	**स्थापना**
झी २४ तास	झी नेटवर्क	२००७
एबीपी माझा	एबीपी न्यूज नेटवर्क	२००७
न्यूज १८ लोकमत	न्यूझ१८ नेटवर्क	२००८
टीव्ही ९ मराठी	एबीसीएल नेटवर्क	२००९
साम टीव्ही	साम नेटवर्क	२००७
जय महाराष्ट्र	साहना मीडिया	२०१३
लोकशाही न्यूज	स्वराज मराठी	२०२०

२ब२.७ दूरचित्रवाणीचे फायदे

दूरचित्रवाणी माध्यमाचा जनमानसावर फार मोठा प्रभाव आहे. हा प्रभाव चांगला तसा वाईटही आहे. या माध्यमाचा योग्य उपयोग करून घेणे आपल्याच हातात आहे. दूरचित्रवाणीचे फायदे पुढीलप्रमाणे:

- दूरचित्रवाणी हे शिक्षणाचे अत्यंत चांगले माध्यम आहे. वेगवेगळ्या वयोगटातील विद्यार्थ्यांसाठी 'दूरदर्शन'सारख्या चॅनेलवरून शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित केले जातात.
- दूरचित्रवाणीवर पर्यटनाविषयीचे कार्यक्रम पाहताना आपल्याला वेगवेगळ्या देशातील लोक, त्यांची संस्कृती, त्यांचे वेष, वेगवेगळे प्रदेश, तेथील खाद्यसंस्कृती या सर्वाची माहिती मिळते.
- जगातील कानाकोपऱ्यातील कार्यक्रमांचे तसेच बातम्यांचे थेट प्रसारण केले जाते. त्यामुळे जगातल्या घटना कळतात. थोर लोकांची भाषणे ऐकायला मिळतात.
- दूरदर्शनमधून आपल्याला जगात काय आहे त्याची प्रत्यक्ष चित्रांसह माहिती मिळते. धार्मिक स्थळे, ऐतिहासिक इमारती, वेगवेगळे पुरातत्व अवशेष इत्यादींची माहिती देणारे लघुपट टीव्हीवर प्रदर्शित होतात.
- विज्ञानापासून स्वयंपाकघरापर्यंतच्या गोष्टींशी संबंधित कार्यक्रम दूरचित्रवाणीवर दाखविले जातात. सामाजिक उपक्रमांची माहिती लोकांपर्यंत पोहोचवता येते.
- दूरचित्रवाणीवर शेतीविषयक, घरगुती चिकित्साविषयक, पशूजगत, गीत, संगीत, शास्त्रीय शोध, चित्रपट, सणांची माहिती, मुलांचे कार्यक्रम, योगाभ्यास इ. सर्व पाहता येते.
- दूरदर्शनवर प्रसिद्ध व्यक्ती, नेते, खेळाडू यांच्या मुलाखती दाखविल्या जातात. त्यातून आपल्याला प्रेरणा व माहिती मिळते.

२ब२.८ दूरचित्रवाणीचे दुष्परिणाम

- दूरचित्रवाणीने अगदी घराघरांमध्ये प्रवेश केला आहे. मनोरंजन आणि माहिती हा दूरचित्रवाणीचा मुख्य हेतू असला तरी त्याचे आपले कुटुंब, मुले आणि आपल्या स्वतःवरही काही घातक परिणाम होऊ शकतात. विशेषकरून लहान मुलांवर अधिक परिणाम दिसून येतात.
- घरात तासनतास टीव्हीसमोर बसणे हे एकप्रकारे या माध्यमाचे व्यसन आहे. हे व्यसन सर्व वयोगटातील माणसांना लागू शकते. त्यामुळे शारीरिक व मानसिक अशी दोन्ही प्रकारची हानी होते.
- लहान मुले दिवसभर टीव्ही बघतात, घराबाहेर खेळायला जात नाहीत, सिनेमातील वाईट गोष्टींचा, हिंसाचाराचा त्यांच्या कोवळ्या मनावर लगेच परिणाम होतो. मुले

सिनेमातील वाईट गोष्टी लगेच शिकतात. सवंग कार्यक्रमांचा वाईट परिणाम समाजावर होतो. मुले टीव्हीतील दृश्ये किंवा जाहिरातींचे अनुकरण करण्याचा प्रयत्न करतात.

- घरातील बहुतांश सर्वजणांचा काही ठराविक वेळ अथवा तास दूरचित्रवाणीवरील मालिका, चित्रपट, बातम्या यांसह अन्य काही कार्यक्रम बघण्यात जातो. त्यामुळे कुटुंबातील आपापसातील संवाद कमी झाला आहे.
- दूरचित्रवाणीचा व्यक्तीच्या भावना आणि वर्तन यावर प्रभाव पडतो. त्यामुळे अनेक मुलांमधील आक्रमकता आणि चंचलता वाढली आहे.
- तसेच जवळजवळ ८० टक्केपेक्षा जास्त मुले दूरचित्रवाणीवर कार्टून बघतात. दिवसभर कार्टून पाहणाऱ्या मुलांचे अभ्यासात तसेच इतर कामांमध्ये लक्ष नसते. मुले आळशी बनतात.
- दर्जेदार शैक्षणिक व मनोरंजनात्मक कार्यक्रम बघण्याऐवजी आपण सवंग करमणुकीच्या मागे लागतो. सवंग करमणूक असलेल्या मालिका विशेषतः महिला वर्ग अधिक आवडीने पाहतात. त्यामुळे मुलांच्या अभ्यासासाठी त्यांच्या घरात पोषक वातावरण निर्माण होत नाही.
- दूरचित्रवाणीमुळे घरामध्ये मतभेद आणि भांडणे होतात. मुलांमध्ये निराशा आणि चिडखोरपणा वाढला आहे. तसेच हट्टीपणा, आक्रमकता आणि अनुकरणप्रियता वाढली आहे.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न - दूरचित्रवाणी या प्रसार माध्यमाची ओळख करून द्या.

२ब२.९ समारोप

अशाप्रकारे 'दूरचित्रवाणी' हे प्रबोधन आणि मनोरंजनाचे प्रभावी माध्यम आहे. दूरचित्रवाणीने आपले रोजचे जीवन व्यापले आहे. दूरचित्रवाणी हे प्रत्येकाच्या सवयीचे माध्यम झाले आहे. दिवसभरात एक तास का होईना दूरचित्रवाणीच्या समोर घरातील सर्वजण एकत्र पाहायला मिळतात. मनोरंजन आणि माहिती यांचे प्रमुख साधन म्हणून दूरचित्रवाणीला अनन्यसाधारण महत्व प्राप्त झाले आहे. त्यामुळे आपल्या दैनंदिन जीवनात या प्रसारमाध्यमाचे महत्त्व वाढत आहे.

दूरचित्रवाणी मनोरंजन आणि माहिती यांचे महत्त्वाचे साधन निश्चित आहे. जगभरात काय घडते हे क्षणार्धात दूरचित्रवाणीच्या माध्यमातून समजते; परंतु त्याचा अतिरेक स्वतःचे कौटुंबिक स्वास्थ्य आणि मनोस्वास्थ्य, भावना बिघडवत तर नाहीत ना? याचा निश्चित

विचार करायला हवा. दूरचित्रवाणीचा वापर किती करावा? हे आपणच ठरवावे. कारण कोणत्याही गोष्टीचा अतिरेक वाईटच असतो.

एकंदर, 'दूरचित्रवाणी' या घटकांतर्गत आपण दूरचित्रवाणी माध्यमाची ओळख, दूरचित्रवाणीचा इतिहास, भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास, दूरदर्शनची उद्दिष्टे, मराठी दूरचित्रवाणी, मराठी वाहिन्या, दूरचित्रवाणीचे फायदे, दुष्परिणाम या सर्वांचा सविस्तर आढावा घेतला.

२ब२.१० प्रश्नावली

अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न:

१) मराठी भाषेमध्ये पहिल्यांदा दूरचित्रवाणी कधी सुरू झाली आणि मराठी दूरचित्रवाणी क्षेत्राची प्रगती कशी होत गेली याचा सविस्तरपणे मागोवा घ्या.

२) “दूरचित्रवाणीने आपले रोजचे जीवन व्यापले आहे” या विधानाचा सविस्तरपणे आढावा घ्या.

ब) टीपा:

१) दूरचित्रवाणी

२) दूरचित्रवाणीचा इतिहास

३) मराठी दूरचित्रवाणी

४) दूरचित्रवाणीचे फायदे आणि दुष्परिणाम

५) मराठी वाहिन्या

६) भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास

क) एका वाक्यात उत्तरे लिहा:

१) भारतात दूरचित्रवाणीची सुरूवात कधी झाली?

२) दूरचित्रवाणी या प्रसारमाध्यमाची भाषा कशी आहे?

३) मराठी भाषेमध्ये पहिल्यांदा दूरचित्रवाणी कधी सुरु झाली?

४) दूरदर्शनचे बोधवाक्य काय आहे?

५) कोणत्या कंपनीच्या वतीने पहिल्या दूरचित्रवाणी नाटकाचे प्रायोगिक स्वरूपातील प्रक्षेपण प्रथम अमेरिकेत झाले?

६) मुंबई दूरदर्शन केंद्र कधी स्थापन झाले?

७) मराठी भाषेतील पहिली खाजगी उपग्रह वाहिनी कोणती?

८) २४ तास प्रसारित होणारी पहिली मराठी वाहिनी कोणती?

९) दूरचित्रवाणी निर्मितीचा पहिला प्रयत्न कोणी केला?

१०) दूरचित्रवाणीचा शोध कोणी लावला?

११) 'आकाशवाणी' आणि 'दूरचित्रवाणी' या दोन्ही माध्यमांचे स्वतंत्र विभाग कधी करण्यात आले?

१२) पूर्णवेळ दूरचित्रवाणी सेवा चालू करणारी जगातील पहिली संस्था कोणती?

१३) टेलिव्हिजनच्या स्क्रीनला काय म्हटले जाते.?

१४) दूरचित्रवाणी म्हणजे काय?

१५) मराठी भाषेतील पूर्णवेळ बातम्या देणारी पहिली मराठी वृत्तवाहिनी कोणती?

२ब२.११ संदर्भ ग्रंथ

- जनसंज्ञापन आणि आधुनिक प्रसारमाध्यमे, दूरचित्रवाणी, बर्वे उज्ज्वला, पुस्तक चौथे, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नाशिक, २०००.
- दृकश्राव्य माध्यमे: स्वरूप व कौशल्ये, २. दूरचित्रवाणी व चित्रपट, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नाशिक.
- बोलू ऐसे बोल, भागवत लीलावती, मराठी ग्रंथसंग्रहालय, ठाणे, १९७८.
- mr.m.wikipedia.org
- https://vishwakosh.marathi.gov.in
- www.google.com

*****

२ब३

दृक आणि श्राव्य प्रसार माध्यमे

iii) इंटरनेट

घटक रचना

२ब३.१ उद्दिष्टे

२ब३.२ प्रस्तावना

२ब३.३ संगणक

२ब३.४ इंटरनेट (महाजाल)

- वर्ल्ड वाईड वेब (www)
- गुगल (Google)
- विकिपीडिया (Wikipedia)

२ब३.५ इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळे

२ब३.६ इंटरनेटवरील मराठी लेख

२ब३.७ इंटरनेटचा विविध क्षेत्रातील उपयोग

२ब३.८ इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे/ सोशल नेटवर्किंग साईट्स

२ब३.९ ई-मेल (E-Mail)

२ब३.१० जीमेल (Gmail)

२ब३.११ इंटरनेटचे फायदे

२ब३.१२ इंटरनेटचे दुष्परिणाम

२ब३.१३ समारोप

२ब३.१४ प्रश्नावली

२ब३.१५ संदर्भ ग्रंथ

२ब३.१ उद्दिष्टे

- संगणकाचा सविस्तरपणे परिचय करून देणे.
- इंटरनेट (महाजाल) म्हणजे काय? याचा सविस्तर आढावा घेणे.
- इंटरनेटचा विविध क्षेत्रात उपयोग कसा होतो ते समजून घेणे.
- वर्ल्ड वाईड वेब, विकिपीडिया, ब्लॉगलेखन यांची माहिती देणे.
- सोशल नेटवर्किंग साईट्स आणि त्यांची व्याप्ती तपासणे.

- इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळांचा आणि मराठी लेखांचा परिचय करून देणे.
- ईमेल (E-mail), जीमेल (G-mail) यांचा सविस्तर आढावा घेणे.
- Gmail खाते कसे उघडावे याबद्दल माहिती देणे.
- इंटरनेट या माध्यमाचे फायदे आणि दुष्परिणाम यांची चर्चा करणे.

२ब३.२ प्रस्तावना

दृक' आणि श्राव्य प्रसारमाध्यमे:

नभोवाणी, दूरचित्रवाणी, इंटरनेट' या अभ्यास घटकामध्ये आपण 'इंटरनेट' हा घटक येथे अभ्यासणार आहोत. 'इंटरनेट' या घटकांतर्गत संगणक परिचय, इंटरनेट परिचय, इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळे व मराठी लेख, इंटरनेटचे उपयोजन, इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे / सोशल नेटवर्किंग साईट्स, ब्लॉग लेखन, ई-मेल, इंटरनेटचे फायदे आणि दुष्परिणाम या सर्वांचा सविस्तर आढावा घेणार आहोत.

मानव हा समाजशील प्राणी आहे. तो समूह करून जीवन जगणारा प्राणी आहे. तो जीवन जगताना अनेक गोष्टींसाठी इतरांवर अवलंबून असतो. त्यामुळे त्याला सतत संपर्क- संप्रेषणाची गरज भासते. मानवी जीवनात संप्रेषणाचे कार्य महत्त्वपूर्ण असते. अगदी सुरुवातीपासून मानवी समाज संवाद, संपर्कासाठी वेगवेगळ्या क्लृप्त्या शोधत राहिला आहे. याची अनेक उदाहरणे पाहता येतील. जसे की, राजे-राजवाड्यांकडे असणारे दुतावास, माहिती मिळवून देणारे राजदरबारातील खबरी इ. इंग्रजांनी संवादासाठी टेलिफोन, पोस्ट यासारख्या सुविधा सुरू केल्या. या सुविधांबरोबरच आज आपण संगणकाच्या सहाय्याने इंटरनेटचा वापर करतो. मानवाची संवादाची गरज पूर्ण करण्यासाठी संगणकाचा विविध पद्धतीने वापर होतो.

आजच्या काळाला ‘माहितीतंत्रज्ञानाचे युग' म्हणून ओळखले जाते. या युगात प्रत्येक गोष्ट झटपट आणि बिनचूक उपलब्ध होणे ही बाब आवश्यक बनली आहे. यासाठी मानव वेगवेगळ्या साधनांचा वापर करतो. संगणक हे यापैकी एक साधन आहे. म्हणूनच पारंपरिक शिक्षणाच्या जोडीला संगणकाचे ज्ञान मिळविणे आणि संगणक साक्षर होणे ही काळाची गरज बनली आहे.

‘इंटरनेट’ हा शब्द आज प्रत्येकाच्या परिचयाचा आहे. इंटरनेटशिवाय आजच्या जीवनाची कल्पनाही करता येत नाही. संगणक, इंटरनेटचा वापर जीवनाच्या प्रत्येक क्षेत्रात होताना दिसतो. इंटरनेट आता घराघरात वापरले जाते. इंटरनेटमुळे आपण सर्वप्रकारची माहिती मिळवू शकतो. अनेकप्रकारची कामे इंटरनेटच्या मदतीने करता येतात. यासोबतच संवाद अथवा संदेशव्यवहारासाठी इंटरनेट महत्वपूर्ण ठरलेले आहे.

मागील काही वर्षात झालेल्या मोबाईल क्रांतीमुळे संपर्क गतिमान झालेले आहेत. इंटरनेटची जोडणी आपल्या हातातील मोबाईल संचावर (हँडसेट) उपलब्ध

झालेली आहे. टूजी, थ्रीजी तसेच आता आपल्याकडे फोरजी सुविधाही सुरू झाली आहे. या सुविधांमुळे हे माध्यम अधिक विस्तारले आहे. इंटरनेटच्या वापरासाठी संगणकामध्ये वेब कॅमेरा, वायफाय या सुविधा देण्यात येऊ लागलेल्या आहेत. आज इंटरनेटचे कोट्यावधी संगणक एकमेकांना जोडलेले आहेत.

सध्याच्या धावपळीच्या युगात जवळची अनेक माणसे परस्परांपासून लांब राहतात. नोकरी- व्यवसायानिमित्त सतत बाहेर राहावे लागते. त्यामुळे आपल्या जीवनात एक पोकळी निर्माण झाली आहे. ही पोकळी भरून काढण्याचे महत्त्वपूर्ण काम 'इंटरनेट' हे माध्यम करते. इंटरनेटमुळे आपले निरोप देणे, भावना व्यक्त करणे, फोटो- व्हिडिओ पाठवणे शक्य होते. लॉकडाऊनच्या काळात इंटरनेटचा प्रभावी वापर करून विद्यार्थ्यांनी शिक्षण घेतले. कोविड-१९ च्या काळात इंटरनेटमुळे विद्यार्थ्यांना ऑनलाईन शिक्षण घेता आले. तसेच ऑफिस, आर्थिक व्यवहार, मोठे-मोठे इंटरनॅशनल कंपन्यांचे कारभार या काळात इंटरनेटमुळे शक्य झाले. संपूर्ण जगच याकाळात इंटरनेटवर चालत होते.

इंटरनेटचा वापर करून, आपण कोणत्याही विषयाची अचूक माहिती मिळवू शकतो. शैक्षणिक, सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, धार्मिक या सर्व क्षेत्रांची भूतकाळातील आणि वर्तमानकाळातील माहिती डेटासह मिळवण्याचा सर्वात सोपा मार्ग म्हणजे इंटरनेट. त्यामुळे इंटरनेट सेवा ही आता आधुनिक काळाची आवश्यक गरज झाली आहे.

२ब३.३ संगणक

संगणकाला इंग्रजी भाषेत 'Computer' असे म्हणतात. Computer हा शब्द 'Compute' या शब्दापासून बनला आहे. Compute या शब्दाचा मराठी अर्थ 'गणना करणे' असा आहे. पूर्वीच्या काळी संगणकाचा वापर फक्त गणना करण्यासाठी होत असे. कालांतराने जसे जसे तंत्रज्ञान प्रगत होत गेले तसे संगणकात मोठ्या प्रमाणात बदल होत गेले आणि संगणक आधुनिक झाले.

संगणकाचा शोध लावण्यात अनेक शास्त्रज्ञांचे योगदान आहे. चार्ल्स बॅबेज यांनी संगणकाच्या शोधात महत्वाचे योगदान दिले, त्यामुळे त्यांना 'संगणकाचे जनक' म्हटले जाते. पहिला संगणक आय. बी. एम. कंपनीने १९५० साली बनविला. पहिल्या संगणकापासून ते आज उपलब्ध असलेल्या लॅपटॉप आणि टॅब्लेट अथवा हॅण्डहेल्ड संगणकापर्यंतचा संगणकाचा प्रवास थक्क करणारा असा आहे.

संगणक हे मानवाने बनविलेले उपकरण आहे. तरीही मानवी क्षमतेपेक्षा कितीतरी पटीने जास्त काम करण्याची क्षमता संगणकाची असते. आजच्या काळात माणसाला त्याच्या अनेक कामामध्ये संगणकाची मदत होताना दिसतो. संगणकाच्या मदतीने मानव स्वतःचा विकास साधत आहे. अनेक कामासाठी संगणकाचा वापर केला जातो. उदा. माहितीचे संकलन, विश्लेषण, प्रक्रिया, सांख्यिकी आकडेमोड, माहितीचे जतन इ.

संगणकाच्या मुख्य कार्यप्रणालीची पुढील चार भागात विभागणी केली जाते:

i) **इनपुट:** वापरकर्त्याकडून सूचना घेणे.

ii) **प्रोसेसिंग:** सूचनेनुसार प्रक्रिया करणे.

iii) **आउटपुट प्रक्रिया:** केलेला डेटा वापरकर्त्याला आउटपुटच्या स्वरूपात परत करणे.

iv) स्टोरेज - डेटा पुन्हा वापरण्यासाठी साठवून ठेवणे.

अशाप्रकारे इनपुट, प्रोसेसिंग, आउटपुट आणि स्टोरेज अशा चार भागात संगणकाच्या मुख्य कार्यप्रणालीची विभागणी असते.

संगणक हा डिजिटल स्वरूपात माहिती हाताळतो. आज सर्वत्र मायक्रोप्रोसेसर असलेले संगणक वापरले जातात. हे संगणक आकाराने लहान असतात. तसेच ते सहज हाताळता येतात. मायक्रो कॉम्प्युटरचा (Micro Computer) वापर वैयक्तिक आणि व्यावसायिक कामांसाठी केला जातो. उद्योग व्यवसाय, शाळा, महाविद्यालयांमधून हा संगणक वापरला जातो. संगणकाला विविध स्वरूपाची माहिती पुरवता येते, म्हणून संगणकाचा सर्व व्यापक वापर होतो. उदा. फोटो, आवाज, संगीत, चित्रे, नकाशे, भाषा चलचित्र इ. विविध स्वरूपाची माहिती संगणकाला पुरवता येते. म्हणूनच आज संगणकाचा वैयक्तिक वापर वाढला आहे.

संगणकाचे प्रकार:

संगणकाचे मुख्य तीन प्रकार पडतात.

१) डेस्कटॉप (Desktop Computer)

२) लॅपटॉप (Loptop)

३) टॅब्लेट (Handheld)

१) डेस्कटॉप संगणक (Desktop Computer):

डेस्कटॉप संगणक घरी, कार्यालय, शाळा आणि वैयक्तिक स्वरूपाच्या सर्व कामासाठी वापरतात. या संगणकाची रचना अशी असते की त्याला डेस्कवर एकाच ठिकाणी ठेवून वापरला जातो. तसेच मॉनिटर, कीबोर्ड, माऊस यासारखे बरेच भाग जोडलेले असतात.

२) लॅपटॉप संगणक (Laptop Computer):

लॅपटॉप बॅटरी पॉवरवर चालतात, लॅपटॉप खूप पोर्टेबल असतात. ते मिटविता येतात. त्यामुळे लॅपटॉप आपल्यासोबत कोठेही आणि कधीही नेता येऊ शकतो. आताच्या काळात सर्वाधिक पसंती लॅपटॉपला दिली जाते.

३) टॅब्लेट अथवा हँण्डहेल्ड संगणक (Handheld Computer):

टॅब्लेट अथवा हँण्डहेल्ड संगणकाचा आकार एखाद्या मोबाईल फोनएवढा असतो. ते हातात पकडले जाऊ शकतात. त्यामुळे आपल्यासोबत न्यायला अधिक सोपा असतो. यात कीबोर्ड आणि माऊस नसते. हे सर्व संगणक वैयक्तिक कामांसाठी बनवलेले असतात.

अशाप्रकारे आज व्यवहारातील सर्वच क्षेत्रांमध्ये संगणक निरनिराळ्या कामासाठी वापरला जातो. हॉटेल्स, बँका, पोस्ट, खाजगी उद्योग, दवाखाने, सरकारी, निमसरकारी कार्यालय, सहकारी संस्था या प्रत्येक ठिकाणी संगणकाचा वापर केला जातो.

२ब३.४ इंटरनेट (महाजाल)

आजच्या काळात 'इंटरनेट' हे प्रसारमाध्यम जनमाणसात अधिक लोकप्रिय आहे. माहितीतंत्रज्ञानाचे क्षेत्र आणि जागतिकीकरण यामध्ये संगणक, इंटरनेट या प्रसारमाध्यमाची भूमिका महत्त्वपूर्ण असलेली दिसते. इंटरनेट या प्रसारमाध्यमाद्वारे ई-मेल, ब्लॉग्स, संकेतस्थळे, विविधप्रकारचे ज्ञान, माहिती देण्याची सुविधा प्राप्त होते. सामाजिक, सांस्कृतिक, राजकीय, आर्थिक, धार्मिक, आरोग्यविषयक अशा सर्व क्षेत्रातील कामे अचूक, वेगाने, विश्वासार्हतेने पार पाडणारे; तसेच वेळेची, श्रमाची बचत करणारे माध्यम अशी 'इंटरनेट' या प्रसारमाध्यमाची ख्याती आहे. दैनंदिन घडामोडीची अद्ययावत माहिती, ज्ञान, मनोरंजन सर्वदूर पोहचविण्यात मोलाची भूमिका इंटरनेट हे प्रसारमाध्यम बजावत आहे. त्यामुळे जनमाणसात या माध्यमाची लोकप्रियता अधिक विस्तारते आहे. इंटरनेट हे २१ व्या शतकातील अत्यंत प्रभावी माध्यम आणि साधन आहे.

‘इंटरनेट’ या शब्दासाठी 'महाजाल' असा पर्यायी शब्द मराठीमध्ये आहे. इंटरनेट म्हणजे इंटरनॅशनल नेटवर्क. इंटरनेट हे संगणकाच्या माध्यमातून जगभर पसरलेल्या क्रित्येक लाख नेटवर्क्सनी मिळून बनलेले एक जाळे आहे. ते अनेक लहान लहान नेटवर्क्सनी बनलेले असते. आपल्याला जी माहिती पाहिजे ती इंटरनेटवरून सहज उपलब्ध होते. म्हणूनच आज इंटरनेटला सर्वात प्रभावी माध्यम मानले जाते. इंटरनेट हे इलेक्ट्रॉनिक संपर्काच्या काही जागतिक प्रमाण प्रोटोकॉल्सवर म्हणजेच इलेक्ट्रॉनिक अभियांत्रिकीतील माहिती देवाणघेवाणीच्या प्रमाण संवादपद्धतीवर चालते. इंटरनेटच्या माध्यमातून अनेक प्रकारच्या माहितीची देवाण घेवाण परस्परांना जोडलेल्या संगणकामध्ये करता येतो. इंटरनेटवरून आपण कोणत्याही प्रकारची माहिती शोधू आणि काढू शकतो.

इंटरनेटच्या जाळ्यात समाविष्ट असलेल्या दोन संगणकामध्ये काही विशिष्ट नियमावलीच्या (प्रोटोकॉल) सहाय्याने माहितीची देवाणघेवाण चालते. प्रोटोकॉलमुळे आपला संदेश योग्य पत्यावर पाठवला जातो. इंटरनेटसाठी पुढील नियम (Protocol) पाळले जातात.

- TCP (Transfer Control Protocol)

- IP (Internet Protocol)
- HTTP (Hyper Text Transfer Protocol)
- FTP (File Transfer Protocol)

संगणक इंटरनेटशी जोडला गेल्यावर आपल्याला पाहिजे ती माहिती शोधण्यासाठी ब्राउजरचा वापर केला जातो. इंटरनेटच्या माध्यमातून माहितीची देवाणघेवाण मोठ्या प्रमाणात सुरू झालेली आहे.

इंटरनेटचा कोणी एक मालक नाही. ती सर्वांनी मिळून चालवलेली यंत्रणा आहे. लोकांनी लोकांच्या सोयीसाठी मिळून चालविलेली अफाट अशी ही एक यंत्रणा आहे. ती कोणतीही विशिष्ट अशी संस्था नाही. इंटरनेटच्या माध्यमातून अधिकाधिक लोकांपर्यंत अगदी कमी वेळात आपली जाहिरात पोहचवता येते. स्वतःच्या विकासासाठी, व्यवसायासाठी आपण स्वतःची वेबसाईट तयार करू शकतो. अनेक कंपन्या, विविध संस्थांच्या वेबसाईट इंटरनेटवर आपल्याला दिसतात. इंटरनेट हे घरी बसून आपल्याला पाहिजे ती माहिती उपलब्ध करून देण्याचे सर्वात प्रभावशाली माध्यम आहे.

शैक्षणिक अभ्यासक्रम, प्रवेश शुल्क, परीक्षापद्धती, परिपत्रके, नियमावली आपण घरी बसल्या पाहू शकतो. ग्रंथालयात कोणती पुस्तके उपलब्ध आहेत ते पाहू शकतो. ई-मेल, संकेतस्थळे, ब्लॉग्स, विविधप्रकारचे ज्ञान, माहिती देण्याची सुविधा इंटरनेट या प्रसारमाध्यमाद्वारे प्राप्त होते. मनोरंजनाचे साधन म्हणून इंटरनेट वापरले जाते. दैनंदिन घडामोडीची अद्ययावत माहिती, ज्ञान, मनोरंजन सर्वदूर पोहचविण्यात मोलाची भूमिका इंटरनेट बजावत आहे. इंटरनेटमुळे राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय घडामोडी समजतात.

आताच्या काळात माणसे जोडण्यासाठी संगणकाचा वापर मोठ्या प्रमाणात सुरू झालेला आहे. आपल्या मनातील भावना व्यक्त करणे, विचार मांडणे, कल्पना मांडणे, वेगवेगळ्या प्रकारे अभिव्यक्त होत राहणे, नवनवीन मित्र बनवणे, मैत्री जपणे, सामाजिक, राजकीय, धार्मिक चर्चा, वाद- विवादात भाग घेणे, संदेश पाठविणे, शुभेच्छा देणे अशा असंख्य कारणांसाठी इंटरनेटचा वापर केला जातो. म्हणूनच इंटरनेटच्या माध्यमातून चालणारा संवाद खूपच व्यापक आणि वैविध्यपूर्ण आहे.

वर्ल्ड वाईड वेब (www):

वर्ल्ड वाईड वेब (www) म्हणजे काय? ते आता आपण पाहू. वर्ल्ड वाईड वेब (www) म्हणजे जगभर पसरलेले जाळे. इंटरनेटला वर्ल्ड वाईड वेब (www) असे म्हणतात. इंटरनेट म्हणजे एकमेकांना जोडलेल्या जगभरातील संगणकाचे जाळे आहे. इंटरनेटमध्ये माहितीचा प्रचंड साठा असतो. ही माहिती वेगवेगळ्या वेबसाईटच्या स्वरूपात दिसते. आपल्याला कोणतीही माहिती पाहायची झाल्यास त्या माहितीची वेबसाईट पाहावी लागते. एखादी वेबसाईट म्हणजे एका विशिष्ट विषयावरील किंवा संस्थेबद्दलच्या माहितीचा संच असतो. www.google.com ही

जगातील सर्वाधिक भेट दिलेली वेबसाइट आहे. वेबसाईटचे नाव www या आद्याक्षरांनी सुरू होते. उदा. www.mu.ac.in/idol, www.shabdkosh.com इ.

इंटरनेट आणि वेब या परस्परांशी संबंधित बाबी आहेत. इंटरनेट हे वेबच्या शोधापूर्वीपासून होते. परंतु ग्राफिक्स, ॲनिमेशन, ध्वनी या बाबी तेव्हा इंटरनेटवर नव्हत्या. वेबमुळे ग्राफिक्स, ॲनिमेशन, ध्वनी या बाबी इंटरनेटवर येऊ शकल्या आहेत.

इंटरनेटमध्ये माहितीच्या एकत्रित संचाला वेबसाईट असे म्हटले जाते. एखादी वेबसाईट ही एका विशिष्ट विषयावरील किंवा एखाद्या संस्थेबद्दलच्या माहितीचा संच असतो. असंख्य वेबसाईट्समधून आपल्याला वेगवेगळी माहिती मिळत असते. प्रत्येक वेबसाईटवरील माहिती वेगवेगळ्या माहितीचा संच असतो. वेबपेज म्हणजे माहितीचे पान असते. अशा पानावर चित्र, संक्षिप्त रूपे, एखादा घटक इत्यादीची माहिती असते.

वेबसाईटच्या पत्त्यामध्ये संक्षिप्त नाव असते. यालाच डोमेन नेम पद्धती म्हणतात.

उदा.:

.com व्यावसायिक

.gov शासकीय

.in आंतरराष्ट्रीय

.edu शैक्षणिक

.org संघटनात्मक

गुगल (Google):

'गुगल' हे इंटरनेटवरील एक सर्च इंजिन आहे. 'गुगल सर्च' हे जगातील सर्वात मोठे सर्च इंजिन आहे. www.google.com ही जगातील सर्वाधिक भेट दिलेली वेबसाइट आहे. गुगल कोणतीही माहिती शोधते आणि ती माहिती त्या माहितीशी संबंधित वेबसाइटला सादर करते. Google आज आपल्या प्रत्येकाच्या आयुष्याचा अविभाज्य भाग झाला आहे. आपल्याला काहीही सर्च करायचे असल्यास आपण लगेच गुगलची मदत घेतो. महत्वाचे म्हणजे गुगलवर बोलून अथवा टाईप करून कोणत्याही भाषेत सर्च करता येते आणि आपल्या प्रत्येक प्रश्नाचे उत्तर काही सेकंदात आपल्याला मिळते. 'गुगल सर्च' हे सर्च इंजिन आपल्याला पाहिजे त्या माहितीपर्यंत पोहचवते. अनेक पर्याय असलेल्या साईटच्या लिंक देते. म्हणून कोणत्याही प्रकारची माहिती हवी असल्यास सर्वात प्रथम गुगलवर सर्च केली जाते.

विकिपीडिया (Wikipedia):

गुगल या सर्च इंजिननंतर आपण 'विकिपीडिया' या माध्यमाची माहिती घेऊ. विकिपीडिया म्हणजे मुक्त ज्ञानकोश होय. विकिपीडिया (Wikipedia) या वेबसाइटची निर्मिती २००१ मध्ये झाली. तर १ मे २००३ रोजी मराठी विकिपीडियाची सुरूवात झाली. मराठी विकिपीडिया हा विकिपीडिया या मुक्त ऑनलाईन ज्ञानकोश प्रकल्पातील मराठी भाषेतला ज्ञानकोश आहे. 'औदुंबर (कविता)' आणि 'वसंत पंचमी' हे मराठी विकिपीडियावर लिहिले गेलेले अनुक्रमे पहिले व दुसरे लेख आहेत.

विकिपीडिया हा जिवंत ज्ञानकोश आहे. या ज्ञानकोशाच्या जिवंतपणासाठी हजारो लोक दररोज काम करतात. यामागे ज्ञानप्रसार करणे हा उद्देश असतो. सुरुवातीस केवळ इंग्रजी भाषेमध्ये ही माहिती मिळत असे. आता विविध भाषांमधून आपल्याला पाहिजे ती माहिती मिळते. विकिपीडियावर आज २ कोटीहून अधिक लेख उपलब्ध आहेत. ग्रंथालयात ज्ञानकोशाचे खंड हे मोठमोठे असतात. ते घरी सहजासहजी हाताळणे थोडे जिकरीची असते. अशा वेळी विकिपीडियासारख्या मुक्त ज्ञानकोशाची आपल्याला मदत होते. इंटरनेटची क्षमता वापरून निर्माण झालेला असा हा ज्ञानकोश आहे. विकिपीडिया आपल्याला सर्वप्रकारचे ज्ञान देतो. शिवाय आपले ज्ञान जगापर्यंत पोहचवता येते. विकिपीडियावर सर्व लेख मोफत वाचता येतात.

एकंदर इंटरनेटमुळे कामामध्ये गती आली आहे. माहिती साठविण्याचे कष्ट कमी झालेले आहेत. विविध क्षेत्रातील लोकांचे जीवन संगणक, इंटरनेटने व्यापलेले आहे. संगणकाच्या शोधामुळे मानवी जीवनात मोठी क्रांती घडून आली. त्याचे परिणाम आपण प्रत्यक्ष अनेक क्षेत्रात अनुभवतो आहोत.

२ब३.५ इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळे

मराठी भाषिक जगभरात दिसून येतात. या जगभरात असलेल्या मराठी भाषिकांच्या मनोरंजनाची आणि वाचनाची व्यवस्था मराठी संकेतस्थळांमुळे झाली. मराठी वाचकांनी या संकेतस्थळांना भरपूर प्रेम दिले. जगाच्या कानाकोपऱ्यात राहत असणाऱ्या मराठी भाषिकांना एकत्र आणण्याचे काम इंटरनेटने केले.

सुरुवातीच्या काळात मराठी भाषेत मोजकीच संकेतस्थळे होती. नंतर अनेक मराठी संकेतस्थळे निर्माण झाली. इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळांच्या वाटचालीत 'मायबोली' या संकेतस्थळाने पहिले पाऊल टाकले. १९९६ साली हे संकेतस्थळ सुरू झाले. त्यानंतर अनेक मराठी संकेतस्थळे निर्माण झाली. 'मायबोली' या संकेतस्थळाने मराठी ब्लॉगिंगची सुरुवात केली. www.maayboli.com या संकेतस्थळाचे स्वरूप सुरुवातीस मनोरंजनात्मक होते. कालांतराने वाचनीय आणि सकस साहित्य, महत्त्वपूर्ण मजकूर, विविध विषयांवर चर्चा, वाद- विवाद या गोष्टींना अधिक महत्त्व दिले गेले. महाराष्ट्राबाहेर राहणाऱ्या मराठी माणसांना आपल्या मातृभाषेतील लेख, विविध पुस्तके वाचण्याचा

आनंद देण्यात या संकेतस्थळाने महत्त्वाचे कार्य केले. या वेबसाईटवर पत्रव्यवहार सुविधा, दिवाळी अंक विक्री या सोयी देखील होत्या. हे संकेतस्थळ परदेशातील मराठी भाषिकांमध्ये प्रचंड लोकप्रिय होते. कारण सुरुवातीला ही एकच मराठी भाषेतील वेबसाईट होती. या साइटवर 'माय सिटी' नावाने बुलेटीन बोर्ड आहे. येथे लोकांना पाहिजे त्या गप्पा मारता येतात. त्यामुळे जणू संवादासाठी खुले असे हे माध्यम बनले आहे.

'मायबोली' या संकेस्थळानंतर अनेक मराठी संकेतस्थळे निर्माण झाली. शिवाय ती मराठी वाचकांच्या पसंतीला उतरली. उदा. मराठी माया, मनोगत, अनामिका, मराठी वाचनालय, मराठी मायबोली, मराठी वर्ड, मराठी शब्दगंध, मराठी मित्र, मराठी जगत, इथे मराठीचिये नगरी, आकाशवेध, उपक्रम, मिसळपाव, मराठी माती, ऐसी अक्षरे इ. या सर्व संकेतस्थळांवर विविध विषयांवरील असंख्य लेख उपलब्ध आहेत. हे सर्व लेख आपल्याला मोफत वाचता येतात. या संकेतस्थळांना मराठी माणसांनी प्रचंड प्रेम दिले. या संकेतस्थळांमुळे बरेच मोठे मराठी विश्व एकत्र आले.

अमराठी भाषिकांना मराठी शिकविणारे 'मराठी मित्र' (www.marathimitra.com) हे संकेतस्थळ आहे. संवादासाठीचे महत्वाचे असे हे संकेतस्थळ आहे. या संकेतस्थळावर इंग्रजी माध्यमाचा वापर करून मराठी शिकविली जाते. www.marathividyapeeth.org हे 'मराठी विद्यापीठ' या नावाने ओळखले जाणारे संकेतस्थळ आहे. ते ग्रंथालीने सुरू केले. या संकेतस्थळाद्वारे जगभरातील मराठी माणसांशी संवाद साधला जातो.

तुकारामांची गाथा, छत्रपती शिवाजी महाराज चरित्र, ग, दि, माडगूळकरांचे गीत रामायण ते आताच्या कवींच्या कवितांपर्यंत अनेकांचे साहित्य इंटरनेटवर सहज उपलब्ध आहे. संत तुकारामांची संपूर्ण गाथा www.tukaram.com यावर उपलब्ध आहे. संत तुकारामांचे तब्बल साडेचार हजार अभंग या संकेतस्थळावर आहेत. तुकारामांविषयीची माहिती, त्यांचे अभंग अधिकाधिक लोकांपर्यंत पोहचावेत यासाठी तुकारामांवरील विविध लेख इंग्रजी, हिंदी, रशियन, स्पॅनिश, जर्मनी अशा भाषांमध्ये उपलब्ध करून दिलेले आहेत. त्यामुळे इतर भाषिकांना संत तुकाराम समजून घेणे सोपे झाले आहे. छत्रपती शिवाजी महाराज यांच्याविषयीची संपूर्ण माहिती www.chatrapati.shivaji.com या वेबसाईटवर वाचायला मिळते.

गदिमांची www.gadima.com अशी स्वतंत्र ओळख इंटरनेटवर आहे. कुसुमाग्रजांचा संपूर्ण परिचय पाहिजे असल्यास www.kusumananjali.com या संकेतस्थळाला भेट दिली पाहिजे. तर पु.ल. प्रेमींच्या गप्पांचा कट्टा म्हणजे जणू www.puldeshapande.net हे संकेतस्थळ आहे. पु.ल. देशपांडे यांच्याविषयीची संपूर्ण माहिती यावर उपलब्ध आहे. तर नाट्यविश्वातील घडामोडींची माहिती www.natak.com या संकेतस्थळावर मिळते.

२ब३.६ इंटरनेटवरील मराठी लेख

इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळांच्या वाटचालीत 'मायबोली' या संकेतस्थळाने पहिले पाऊल टाकले. www.maayboli.com या संकेतस्थळाचे स्वरूप सुरुवातीस मनोरंजनात्मक होते. कालांतराने वाचनीय आणि सकस साहित्य, महत्त्वपूर्ण मजकूर, विविध विषयांवर चर्चा, वाद- विवाद या गोष्टींना अधिक महत्त्व दिले गेले. महाराष्ट्राबाहेर राहणाऱ्या मराठी माणसांना आपल्या मातृभाषेतील लेख, विविध पुस्तके वाचण्याचा आनंद देण्यात या संकेतस्थळाने महत्त्वाचे कार्य केले. या संकेतस्थळाने नवीन लेखकांना त्यांचे लिखाण इतरांपर्यंत पोहचवण्याची संधी मिळवून दिली.

मिसळपाव, मराठी माती, उपक्रम या संकेतस्थळांवर शैक्षणिक, सामाजिक, राजकीय, आरोग्य, क्रीडा अशा विविध विषयांवरील लेख वाचायला मिळतात; याबरोबरच ललित लेखही उपलब्ध आहेत. यातील आपल्याला पाहिजे तो मजकूर डाउनलोड करता येतो. इतकेच नव्हे तर अनेक संकेतस्थळांवर गद्य- पद्य साहित्याच्या लिंक आहेत. या लिंकवरून आपल्याला अनेकविध साहित्य वाचनासाठी उपलब्ध होते. त्याचबरोबर केवळ कवितेसाठी स्वतंत्र काही संकेतस्थळे आहेत.

'मनोगत' या संकेतस्थळावर 'मराठी कविता- मराठी कवितांचे माहेरघर' असे स्वतंत्र पान तयार केलेले आहे. 'नामवंत मराठी कवी' या लिंकवर कवी ग्रेस, ग. दि. माडगूळक, पु. ल. देशपांडे, मंगेश पाडगावकर, ना. धो. महानोर इ. महत्त्वाच्या कवींची स्वतंत्र संकेतस्थळे निर्माण केली आहेत. तसेच संत तुकाराम, संत ज्ञानेश्वर या थोर संतांचे स्वतंत्र संकेतस्थळ इंटरनेटवर उपलब्ध आहेत. pulaprem.blogspot.com या ब्लॉगवर पु.ल. देशपांडे यांच्या 'व्यक्ती आणि वल्ली' या पुस्तकांतील व्यक्तिरेखा आहेत. शिवाय पु.लं.ची इतर पुस्तके, त्यांची भाषणे, पत्रे हे सगळे वाचायला मिळते. समग्र पु.लं. अनुभवण्यासाठी या ब्लॉग साईटला भेट दिलीच पाहिजे.

www.sahitya.marathi.gov.in या महाराष्ट्र शासनाच्या संकेतस्थळावरून मूळ पुस्तकांच्या स्कॅन केलेल्या पीडीएफ आपण डाऊनलोड करू शकतो. वाचकांसाठी एकप्रकारे पुस्तकांचा खजिनाच उपलब्ध आहे. https://sahitya.marathi.gov.in या लिंकमध्ये महाराष्ट्र शासनाने प्रकाशित केलेली ४४४ दुर्मिळ पुस्तके पीडीएफमध्ये आहेत. यातील आपल्याला पाहिजे ते पुस्तक आपण डाऊनलोड करून वाचू शकतो. विद्यार्थ्यांनी तसेच वाचकांनी या शासकीय वेबसाइटला आवर्जून भेट दिली पाहिजे.

Marathi E- Books यावरून विविध विषयांवरील दुर्मिळ व गाजलेली पुस्तके पीडीएफ स्वरूपात डाऊनलोड करू शकतो. कादंबरी, आत्मचरित्र, नाटक या साहित्यप्रकारांमधील गाजलेली पुस्तके; तसेच धार्मिक, ऐतिहासिक, व्यक्तिमत्व

विकास, शेअर बाजार, बालकथा अशा विविध विषयांवरील पुस्तके 'Marathi E-Books'वर उपलब्ध आहेत.

एकूणच इंटरनेटवरील मराठी भाषेची वाटचाल कौतुकास्पद अशी आहे. विविध विषयांवरील लेख, पुस्तके आपल्याला पाहायला मिळतात. गीत रामायण, बालगीते, बडबड गीते, कथा, कादंबरी, नाटक, कविता व इतर ललित साहित्य असा प्रचंड खजिना विविध संकेतस्थळांवर पाहायला मिळतो. मराठी संकेतस्थळांनी इंटरनेटवर स्वतःचे स्थान निर्माण केले आहे. कॉपीराईटचा अधिकार येत असल्याने सर्व मराठी साहित्य इंटरनेटवर वाचता येत नाही. जुन्या लेखक- कवींबरोबरच अनेक नवोदित लेखक, कवी यांचे विपुल लेखन इंटरनेटवरून सहज वाचता येते. त्यामुळे नवोदित लेखक, कवींसाठी एक चांगले माध्यम मिळाले.

२ब३.७ इंटरनेटचा विविध क्षेत्रातील उपयोग

इंटरनेटचा वापर करून, आपण कोणत्याही विषयाची माहिती मिळवू शकतो. सर्व क्षेत्रांची भूतकाळातील आणि वर्तमान काळातील माहिती डेटासह मिळवण्याचा सर्वात सोपा मार्ग म्हणजे इंटरनेट. शॉपिंग, खरेदी, विक्री, सर्चिंग, मनोरंजन, शिक्षण इत्यादी गोष्टीसाठी आज इंटरनेटचा वापर मोठ्या प्रमाणात होताना दिसतो. इंटरनेटचे विविध प्रकारे उपयोजन होते, ते पुढीलप्रमाणे पाहू.

१) शिक्षणातील इंटरनेटचा वापर:

अलिकडच्या काळात ई- लर्निंग (E-learning) हा शब्द सतत कानावर पडतो. कोणत्याही विषयावरचे वर्ग आता इंटरनेटद्वारे ऑनलाईन घेता येतात. शिक्षणाच्या विकासात इंटरनेटचे मोठे योगदान आहे विविध प्रवेश परीक्षा आजकाल ऑनलाइन घेतल्या जातात. अनेक अभ्यासक्रमामध्ये सध्या विविध प्रकल्प पूर्ण करावयाचे असतात. अशा परिस्थितीमध्ये सोशल नेटवर्किंग साईटच्या माध्यमातून आपल्याला पुरेसे मार्गदर्शन मिळू शकते. अशा प्रकारच्या शैक्षणिक, संशोधनात्मक प्रकल्पांच्या पूर्णत्वासाठी अशा माध्यमांचा प्रभावी वापर करून घेता येतो. संदर्भ पुस्तके मिळवता येतात

लॉकडाऊनच्या काळात इंटरनेटचा प्रभावी वापर करून विद्यार्थ्यांनी शिक्षण घेतले. कोविड-19 च्या काळात इंटरनेटमुळे विद्यार्थ्यांना शिक्षण घेता आले. शाळा, महाविद्यालये, सर्व शैक्षणिक संस्थांचे वर्ग बंद पडलेले असताना ऑनलाईन वर्ग या काळात घेतले गेले.

२) ई-कॉमर्स (ई-व्यापार):

आता व्यापार व्यवसायातही इंटरनेटचा वापर मोठ्या प्रमाणावर होऊ लागला आहे. मोठ्या कंपन्या त्यांच्या वेगवेगळ्या देशांमध्ये पसरलेल्या व्यवसायाचे निर्णय घेण्यासाठी व्हिडिओ कॉन्फरन्सिंग करतात. इलेक्ट्रिक माध्यमांचे सहाय्य घेऊन घरी बसून ई-व्यापार करता येतो. या माध्यमातून वस्तूंची खरेदी व विक्री करता

येते. इंटरनेटच्या माध्यमातून चेक, क्रेडिट कार्ड, इलेक्ट्रॉनिक कॅश वापरून पाहिजे ती खरेदी आपण करू शकतो.

३) नेट बँकिंग:

आजच्या काळात ई- बँकिंग सुविधा अनेकांना सोयीस्कर वाटते. घरबसल्या आपले बँक बॅलेन्स तपासणे, आपल्या बँकखात्यातील व्यवहार तपासणे, पैसे जमा करणे, आपल्या खात्यातून इतर खात्यात पैसे पाठवणे. वेगवेगळ्या प्रकारची बिले भरणे. (वीज बिल, नळ बिल) हे सर्व इंटरनेट बँकिंगमुळे शक्य झाले आहे. बँकेचे कोणतेही काम असेल तर त्यासाठी बँकेत जाऊन रांगेत उभे राहण्याची गरज नाही. बँकेशी संबंधित कोणतेही काम इंटरनेटद्वारे करता येते.

४) ऑनलाइन बुकिंग:

आपल्याला कुठेतरी जायचे असेल, तर त्या ठिकाणी बुकिंग करण्याऐवजी इंटरनेटवरून बुकिंग करता येते. यामुळे आपला वेळ वाचतो आणि अनावश्यक त्रासापासूनही वाचता येते. एसटी, रेल्वे, विमान यांच्या वेळा पाहता येतात. ऑनलाइन ट्रेन आणि बस तिकिटांचे बुकिंग, चित्रपट शो इत्यादींचे बुकिंग, हॉटेल बुकिंग घरी बसून आपण करू शकतो.

५) मनोरंजनाचे साधन:

इंटरनेटचा वापर मनोरंजनासाठीही मोठ्या प्रमाणात केला जातो. चित्रपट, मालिका, विनोद, कॉम्प्युटर गेम्स, सोशल मीडिया ही सर्व माध्यमे आपल्या मनोरंजनासाठी इंटरनेटवर उपलब्ध आहेत. दिवसभर काम करून थकलेल्या आपल्या मनाला थोडावेळ विश्रांती मिळते.

२ब३.८ इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे / सोशल नेटवर्किंग साईट्स

इंटरनेटच्या माध्यमातून माहितीची देवाणघेवाण मोठ्या प्रमाणात होते. आज संगणकाचा सर्वाधिक वापर संवादासाठी होतो. संवाद ही मानवाची सर्वात महत्त्वाची गरज आहे. मानवाची ही संवादाची गरज पूर्ण करण्यासाठी संगणकाचा विविध पद्धतीने वापर होतो. आज तंत्रज्ञानामध्ये सर्वाधिक झपाट्याने विकास माहितीतंत्रज्ञानाचा होतो आहे. जगभर निर्माण झालेले इंटरनेटचे जाळे, लाखोच्या संख्येत असलेल्या वेबसाईटस्, या प्रत्येक वेबसाईटवर संवादासाठी असलेले विविध पर्याय पाहता संवादाची गरज ध्यानात येते.

इंटरनेटद्वारे एकमेकांशी होणाऱ्या संवादात फोटो, व्हिडिओ, मोठमोठ्या फाईल्स, माहिती, पुस्तके, ग्रिटींग्ज आपण पाठवू शकतो आणि मिळवू शकतो. हे सर्व तात्काळ होत असते. त्यासाठी बराच वेळ वाट बघण्याची गरज नसते. इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे सोशल नेटवर्किंग किंवा सोशल मीडिया अशा नावानी ओळखली जातात. ट्विटर, ब्लॉगर, वर्डप्रेस या ब्लॉग साईट्स, ऑर्कुट, फेसबुक, व्हॉट्सॲप, इंस्टाग्राम, युट्युब ही सर्व इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे आहेत. या

संवादमाध्यमांद्वारे जगाच्या कानाकोपऱ्यातील कुठल्याही व्यक्तीशी थेट संवाद साधता येतो. आपल्या आवडीच्या विषयातील चर्चेमध्ये प्रत्यक्ष सहभागी होता येते. समाजातील लोकांशी सामाजिक संबंध प्रस्थापित करण्यासाठी सोशल मिडिया उपयोगी ठरतो. आज इंटरनेटचा सर्वाधिक वापर संपर्क साधण्यासाठी केला जातो. इंटरनेटद्वारे केली जाणारी ही सर्वात महत्त्वाची गोष्ट आहे.

२००३ साली खऱ्या अर्थाने सोशल नेटवर्किंगला सुरुवात झाली. २००३ मध्ये तयार झालेल्या 'स्काईप'द्वारे (Skype) प्रथमच इंटरनेटद्वारे आवाज संभाषणाला (Voice over IP calling) सुरूवात झाली. २००३ मध्येच 'MySpace' आणि 'Linkedin' या वेबसाइट सुरू झाल्या आणि खऱ्या अर्थाने सोशल नेटवर्किंगला सुरूवात झाली.

फेसबुक (Facebook):

२००४ मध्ये वेब २.० (Web 2.0) या इंटरनेटवरील वेबसाइटच्या नवीन प्रणालीला सुरुवात झाली. याच साली म्हणजे २००४ मध्ये 'द फेसबुक' (The Facebook) ही सोशल नेटवर्किंगची वेबसाईट चालू झाली. ही वेबसाईट मुख्यतः कॉलेजच्या विद्यार्थांसाठी चालू केली होती. पुढे ही वेबसाईट 'फेसबुक' (Facebook) या नावाने लोकप्रिय झाली. आपल्या मित्रमंडळींना संदेश अथवा फोटो पाठवणे, सर्व मित्रमंडळींना दिसेल अशा पद्धतीने एखादी घोषणा करणे अशा अनेक सोयी फेसबुकवर उपलब्ध आहेत. फेसबुकने चॅटिंगसाठी स्वतंत्र ॲप बनवले आहे. त्यास मॅसेंजर म्हणून ओळखले जाते.

यूट्यूब (YouTube):

२००५ साली 'यूट्यूब' (YouTube) सुरू झाले. स्वतःमधील कलागुण जगासमोर मांडण्यासाठी यूट्यूब एक उत्तम व्यासपीठ आहे. आपल्याला पाहिजे त्या विषयाचे व्हिडिओ यूट्यूबवर पाहायला मिळतात. बऱ्याचशा विषयांमध्ये इंटरनेटवरील विविध वेबसाइट्सवर जाऊन लांबलचक माहिती वाचायला काहीजण कंटाळा करतात. अशावेळी यूट्यूबवर व्हिडिओ पाहून आपले काम पटकन करता येते .

YouTube नंतर २००६ मध्ये 'ट्विटर'ने (Twitter) लोकांना आपल्याला हवे ते इंटरनेटवर बोलण्याची मुभा दिली. ट्विटर या वेबसाईटवर आपण २८० (पूर्वी १४०) अक्षरांमध्ये आपला कुठलाही संदेश अथवा माहिती ठेवू शकतो. लेखक ही पोस्ट आपल्या पानावर प्रकाशित करतो आणि ती कोणीही वाचू शकतो.

व्हॉट्सॲप (Whatsapp):

'व्हॉट्सॲप' ही लोकप्रिय त्वरित संदेशन प्रणाली आहे. आजच्या काळात व्हॉट्सॲप फारच लोकप्रिय आहे. कोणतीही व्यक्ती यावरच चॅटिंग करताना दिसून येते. इंटरनेट वापरून व्हॉट्सॲपवरून एकमेकांशी चर्चा केली जाते, संदेश पाठविले जातात. संदेशासोबत चित्रे, गाणी, व्हिडिओ व इतर प्रकारच्या फाईल्सदेखील एकमेकांना पाठवता येतात.

इंस्टाग्राम (Instagram):

'इंस्टाग्राम' या ॲपद्वारे फोटो, रील्स एकमेकांसोबत शेअर करता येतात. इंस्टाग्रामची सुरूवात २०१० साली झाली. या प्रणालीमध्ये असंख्य छायाचित्रे, आणि छोटे छोटे व्हिडिओ टाकता येता. हे व्हिडिओ साधारणतः एक मिनिटांपर्यंतचे असतात. आज युवकांमध्ये इंस्टाग्राम अतिशय लोकप्रिय आहे.

सोशल नेटवर्किंग साईट्सची लोकप्रियता दिवसेंदिवस वाढतच आहे. या माध्यमातून नवनवीन मित्र जोडले जातात. आपल्या कलागुणांचा वावर मिळतो. आपले विचार, भावना प्रकटी करण्यासाठी सुलभ असे हे माध्यम आहे. या माध्यमांमळे नव्या गोष्टींचे ज्ञान मिळते, विविध विषयांवर माहिती प्राप्त होते, मनोरंजन होते. परंतु सोशल मीडियाचा अति वापर केल्यास मानसिक आणि शारीरिक स्वरूपाचे दुष्परिणाम होतात.

अनुदिनी लेखन/ ब्लॉग लेखन (Blog):

अनुदिनी किंवा ब्लॉग हे एक सामाजिक माध्यम आहे. विविध विषयांवरील आपले व्यक्तिगत विचार समाजाला कळावे या उद्देशाने व्यक्तीने निर्माण केलेले संकेतस्थळ म्हणजे ‘ब्लॉग’. www.blogger.com या संकेतस्थळावर ब्लॉग उघडता येतो. आपले मत, विचार, कल्पना मांडण्यासाठी संवादाचे प्रभावी माध्यम म्हणून अनुदिनी लेखन करता येते. ब्लॉग लेखन हे सामाजिक संपर्कस्थळ असल्याने त्यावर प्रसिद्ध होणारी माहिती अनेक वाचकांना उपयुक्त ठरते. एखादया कार्यक्रमाची माहिती, एखादे छायाचित्र, चित्रफिती, पाककृती, प्रवासवर्णन, राजकीय मते अशा अनेक गोष्टी सगळ्यांपर्यंत पोहचवता येतात. त्यामुळे विचारांची देवाण-घेवाण होते, आपले ज्ञान वाढते. म्हणूनच अनुदिनी वाचणाऱ्यांची संख्या दिवसेंदिवस वाढत आहे. सध्याच्या इंटरनेटच्या युगात ब्लॉगचे महत्त्व फारच वाढले आहे. असंख्य लोक आता मराठीतून ब्लॉग लिहू लागले आहेत.

ब्लॉग म्हणजे थोडक्यात सांगायचे झाले तर एक अशी ऑनलाईन जागा जिथे आपण आपल्या विचारांना कोणत्याही भाषेतील लेख आणि चित्रांच्या माध्यमाने इंटरनेटवर प्रकाशित करू शकतो.

२ब३.९ ई-मेल (E-Mail)

डिजिटल संदेशांची देवाणघेवाण करणारी यंत्रणा म्हणजे ई-मेल होय. ई-मेल हे Electronic Mail या इंग्लिश संज्ञेचे लघुरूप आहे. ई-मेल हे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांच्या सहाय्याने संदेश पाठवण्याचे तंत्रज्ञान आहे. त्यासाठी इंटरनेटचा वापर केला जातो. डिजिटल संदेशांची देवाणघेवाण ई-मेलने केली जाते. ही देवाणघेवाण अगदी कमी वेळेत होत असते. ई-मेल सर्व्हर संदेश पाठवतात, प्राप्त करतात आणि संदेश साठवूनही ठेवू शकतात. त्यासाठी आता संदेश पाठवणारे, वाचणारे आणि त्यांचे संगणक हे ऑनलाइन असण्याची गरज नाही.

१९८० च्या दशकात ई-मेलचा जन्म झाला. 'अर्पानेट'चे इंटरनेटमध्ये रूपांतर झाले त्यामुळे ई-मेल सेवेचा जन्म झाला. ई-मेल सर्वप्रथम अर्पानेटवर ‘फाईल ट्रान्स्फर प्रोटोकॉल' (FTP) प्रणालीनुसार पाठवला गेला. हा मेल संगणकीय जाळ्यांच्या मदतीने पाठवला गेला. १९८२ पासून ईमेल पाठवण्यासाठी सिम्पल मेल ट्रान्स्फर प्रोटोकॉलचा वापर होत असतो. ‘हॉटमेल' (Hotmail) ही ईमेल प्रणाली सामान्य जनतेला फुकट वापरता येणारी पहिली यशस्वी ईमेल प्रणाली होती.

इमेलचा उपयोग कामाचे मेल पाठवण्यासाठी, शैक्षणिक फॉर्म भरताना, विविध शिष्यवृत्तीचे फॉर्म भरताना, अनेक वेबसाइट्सवर नोकरीसाठी अर्ज करताना, ऑनलाईन बिल भरणा करताना, ऑनलाईन शॉपिंग करताना, अनेक प्रकारचे ॲप्लिकेशन्स सुरु करताना अशा ठिकाणी होतो. आपण ईमेलद्वारे जगभरात कोठेही संपर्क साधू शकतो.

२ब३.१० जीमेल (Gmail)

Gmail हे एक गुगलद्वारे विकसित ईमेल सेवा आहे. ही Google कंपनीचे डेव्हलपर ‘पॉल बुच्हेट’ यांनी तयार केलेली ई-मेल सर्विस आहे. Gmail अकाऊंट हे आजच्या काळात गरजेचे बनले आहे. शैक्षणिक, सामाजिक, आर्थिक अशा सर्व क्षेत्रातील कामासाठी, मेल पाठवण्यासाठी Gmail अकाऊंट उपयुक्त ठरते.

Gmail खाते पुढीलप्रमाणे उघडावे:

- Gmail खाते उघडण्यासाठी सर्वप्रथम मोबाईल अथवा लॅपटॉपमधील इंटरनेट ब्राऊझरमध्ये www.google.com असे search करा. Search केल्यांनतर Google चा search page येईल. त्याच्या वरच्या बाजूस निळ्या रंगात Sign in असा पर्याय असेल त्यावर क्लिक करा. त्यानतर एक फॉर्म येईल त्याच्या खालील बाजूला Create account असा पर्याय दिसेल त्यावर क्लिक करावे.

- Create account वर क्लिक केल्यांनतर For myself, For my child, To manage my business असे तीन पर्याय दिसतात. त्यापैकी For myself (माझ्यासाठी) या पर्यायावर क्लिक करावे.

- त्यानंतर एक फॉर्म येईल. या फॉर्मच्या खाली English (United states) असा पर्याय दिसतो. त्यावर क्लिक केल्यास विविध भाषा दिसतील. त्यापैकी तुम्हाला पाहिजे ती भाषा तुम्ही निवडू शकता. मराठी भाषा निवडल्यास फॉर्म मराठी भाषेत होईल. या फॉर्मवर पुढील माहिती भरावी लागते - नाव (Name), आडनाव (surname), वापरकर्ता नाव (Username), पासवर्ड (Password), पुष्टी करा (Confirm).

वापरकर्ता नाव (Username) अगोदर कोणी वापरले नसेल असे असावे. उदा. तुमच्या पूर्ण नावासोबत काही अंक टाकून ठेवू शकता. शेवटी पासवर्ड पुन्हा टाकून Confirm करून Next (पुढील) पर्यायावर क्लिक करावे.

- त्यानंतर समोर अजून एक फॉर्म येईल. त्यात तुम्हाला मोबाईल नंबर, जन्म तारीख, महिना आणि वर्ष, लिंग ही सर्व माहिती भरावी लागते. नंतर Next (पुढील) पर्यायावर क्लिक करावे.

- त्यानंतर मोबाईल नंबर verification होते. म्हणजेच तुम्ही दिलेला मोबाईल नंबर खरंच तुमचा आहे का याची खात्री Google करतो. शेवटी काही अटी समोर येतील. तिथे खाली जाऊन I accept (मी सहमत आहे) या पर्यायावर क्लिक करावे. I accept वर क्लिक केल्यांनतर तुमचे Gmail Account तयार होते.

अशाप्रकारे अगदी सहजपणे Gmail खाते उघडता येते. Gmail अकाऊंट असणे हे आजच्या काळात गरजेचे बनले आहे.

२ब३.११ इंटरनेटचे फायदे

- आजच्या काळात इंटरनेट हा मनुष्याच्या जीवनातील एक महत्त्वपूर्ण घटक बनला आहे. शाळा, महाविद्यालय, कार्यालय अशा सर्वच ठिकाणी संगणक आणि पर्यायाने इंटरनेट वापरले जाते. इंटरनेटच्या मदतीने आपले काम सोपे करून घेतले जाते. लॉकडाऊनच्या वेळी इंटरनेटने लोकांच्या जीवनाची काळजी घेतली होती.

- इंटरनेटचा वापर जीवनाच्या प्रत्येक क्षेत्रात होताना दिसतो. इंटरनेटमुळे आपण सर्वप्रकारची माहिती मिळवू शकतो. आपण अनेकप्रकारची कामे इंटरनेटच्या मदतीने करतो. यासोबतच संवाद अथवा संदेशव्यवहारासाठी इंटरनेट महत्वपूर्ण ठरलेले आहे.

- इंटरनेटमुळे मोठमोठी गणिते काही सेकंदात सोडवली जातात, कामांची नोंद ठेवता येते. त्यामुळे वेळेची व श्रमाची बचत होते. प्रत्येक गोष्ट पटकन आणि बिनचूक उपलब्ध होते.

- मनोरंजनाचे साधन म्हणून इंटरनेट वापरले जाते. दैनंदिन घडामोडीची अद्ययावत माहिती तसेच ज्ञान, मनोरंजन सर्वदूर पोहचविण्यात मोलाची भूमिका इंटरनेट हे प्रसारमाध्यम बजावत आहे.

- जगातील सर्व वर्तमानपत्रे, मासिके आणि जर्नल्स इंटरनेटवर सहज उपलब्ध आहेत. कोणत्याही संबंधात जी माहिती हवी असेल ती सर्च केल्यानंतर संबंधित बातमी त्वरित उपलब्ध होते.

- राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय बातम्या वाचता आणि बघता येतात. त्यामुळे राष्ट्रीय-आंतरराष्ट्रीय घडामोडी समजतात. सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक,

धार्मिक, आर्थिक, आरोग्यविषयक समस्या, प्रश्न यांच्याविषयी जनजागृती करता येते.

- ई-मेल, संकेतस्थळे, ब्लॉग्स, विविधप्रकारचे ज्ञान, माहिती देण्याची सुविधा इंटरनेटद्वारे प्राप्त होते. आपल्या आवडीच्या विषयावरील चर्चेत भाग घेऊ शकतो. स्वतःचे वेबपेज निर्माण करू शकतो.

- इलेक्ट्रिक माध्यमांचे सहाय्य घेऊन घरी बसून ई-व्यापार करू शकतो. या माध्यमातून वस्तूंची खरेदी व विक्री करता येते. चेक, क्रेडिट कार्ड, इलेक्ट्रॉनिक कॅश वापरून पाहिजे ती खरेदी करू शकतो.

- इंटरनेटच्या माध्यमातून कोणत्याही प्रकारची माहिती आपल्याला तात्काळ मिळवता येते. तसेच एखादी माहिती तात्काळ अधिकाधिक लोकांपर्यंत पोहचवता येते.

२ब३.१२ इंटरनेटचे दुष्परिणाम

- प्रत्येक नाण्याला दोन बाजू असतात तशाच इंटरनेट या माध्यमाच्या दोन बाजू आहेत. इंटरनेटचे जसे अनेक फायदे आहेत, सकारात्मक परिणाम आहेत तसेच त्याचे नकारात्मक परिणामही आहेत. इंटरनेटमुळे माहितीची वेगवान देवाणघेवाण होते हा सकारात्मक परिणाम आहे, तर इंटरनेटचा अतिरेकी वापर हा नकारात्मक परिणाम आहे.

- घरात तासनतास टीव्हीसमोर बसणे, सोशल नेटवर्किंग साइटवर दिवसरात्र चॅटिंग वा सर्फिंग करणे आणि इंटरनेटच्या विश्वात भान हरपून राहणे हे एकप्रकारे माध्यमांचे व्यसन आहे. हे व्यसन सर्व वयोगटातील माणसांना लागू शकते. खासकरून लहान मुले व तरुण वयोगटात हे प्रमाण अधिक आहे. त्यामुळे शारीरिक व मानसिक अशी दोन्ही प्रकारची हानी होते.

- इंटरनेटच्या अतिसवयीमुळे अनावश्यक ताणतणाव, अस्वस्थता, चिडचिड, यासारख्या सौम्य मानसिक आजारांचे प्रमाणही वाढत आहे.

- सतत मोबाईल, संगणक वापरल्यामुळे दृष्टिदोष निर्माण होतात. श्रवणक्षमतेवर परिणाम होतो.

- सायबर क्राईमद्वारे कोणीही तुम्हाला सहजपणे ब्लॅकमेल करू शकते. यामुळे अनेकांना अनेक समस्यांना सामोरे जावे लागत आहे.

अशाप्रकारे इंटरनेटचे अनेक फायदे आहेत, तसेच तोटेही आहेत. दिवसेंदिवस इंटरनेटचा वापर करणाऱ्यांची संख्या वाढत आहे. यात आपली फसवणूक होऊ नये यासाठी सर्वांनी सावधानता बाळगणे आवश्यक आहे.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न: इंटरनेट म्हणजे काय? इंटरनेटचा विविध क्षेत्रात कसा उपयोग होतो, सविस्तर सांगा.

____

____

____

____

____

२ब३.१३ समारोप

'इंटरनेट' या अभ्यास घटकामध्ये आपण संगणक परिचय, इंटरनेट परिचय, इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळे व मराठी लेख, इंटरनेटचे उपयोजन, इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे/ सोशल नेटवर्किंग साईट्स, ब्लॉग लेखन, ई-मेल, इंटरनेटचे फायदे आणि दुष्परिणाम या सर्वांचा सविस्तर आढावा घेतला.

आजच्या काळात 'इंटरनेट' हे माध्यम माणसाच्या जीवनाचा अविभाज्य भाग बनले आहे. इंटरनेटशिवाय आजच्या जीवनाची कल्पनाही करता येत नाही. संगणक, इंटरनेटचा वापर जीवनाच्या प्रत्येक क्षेत्रात होताना दिसतो. इंटरनेट आता घराघरात वापरले जाते. इंटरनेटमुळे आपण सर्वप्रकारची माहिती मिळवू शकतो. इंटरनेटमुळे आपली माहिती अधिक समृद्ध होते. आपण अनेक प्रकारची कामे इंटरनेटच्या मदतीने करतो. यासोबतच संवाद अथवा संदेश व्यवहारासाठी इंटरनेट महत्वपूर्ण ठरलेले आहे. इंटरनेटच्या माध्यमातून तुम्ही कुठेही बसलात, तिथून तुम्ही संपूर्ण जग शोधू शकता. इंटरनेटवर माहितीचा मोठा खजिनाच आहे. या खजिन्याचा लाभ आजच्या युवापिढीने योग्यपद्धतीने करून घेतल्यास आपल्या व्यक्तिमत्त्वाचा विकास युवापिढीला करून घेता येईल.

एकंदर, या शतकात इंटरनेटचा ज्याप्रकारे वापर केला जातो, ज्या वेगाने नवनवीन शोध आणि सुविधा वेगवेगळ्या क्षेत्रात येत आहेत; ते बघता सध्याचा काळ 'इंटरनेट क्रांती'चा आहे असेच म्हणावयास पाहिजे.

२ब३.१४ प्रश्नावली

अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न:

१) "आजच्या काळाला माहिती तंत्रज्ञानाचे युग म्हणून ओळखले जाते" या विधानाची चर्चा करा.

२) "इंटरनेटचा वापर जीवनाच्या प्रत्येक क्षेत्रात होताना दिसतो" या विधानाचा सविस्तरपणे आढावा घ्या.

ब) टीपा:

१) संगणकाचे मुख्य प्रकार

२) इंटरनेट परिचय

३) इंटरनेटवरील मराठी संकेतस्थळे व मराठी लेख

४) इंटरनेटचे फायदे आणि दुष्परिणाम

५) इंटरनेटवरील संवादमाध्यमे

६) इंटरनेटचा विविध क्षेत्रातील उपयोग

७) ईमेल (E-Mail), जिमेल (G- Mail)

क) एका वाक्यात उत्तरे लिहा:

१) कोणते संकेतस्थळ मराठीतील पहिले संकेतस्थळ आहे?

२) मुक्त ज्ञानकोश असे कशाला म्हटले जाते?

३) कोणत्या संकेतस्थळाला मराठी विद्यापीठ म्हटले जाते?

४) संत तुकारामांची संपूर्ण गाथा कोणत्या संकेतस्थळावर उपलब्ध आहे?

५) मराठी विकिपीडियाची सुरुवात कधी झाली?

६) Computer हा शब्द कोणत्या या शब्दापासून बनला आहे?

७) संगणकाचे मुख्य प्रकार कोणते आहेत?

८) इंटरनेट या शब्दासाठी मराठीमधे कोणता पर्यायी शब्द आहे?

९) कोणत्या संकेतस्थळावर ब्लॉग उघडता येतो?

१०) महाराष्ट्र शासनाच्या कोणत्या संकेतस्थळावरून मूळ पुस्तकांच्या स्कॅन केलेल्या पीडीएफ आपण डाऊनलोड करू शकतो?

२ब३.१५ संदर्भ ग्रंथ

- फडके– मोघे, कॉम्प्युटरशी मैत्री, सम्राट प्रकाशन, मुंबई.
- पाटील सलोनी (अनुवाद- पाटील विजया), सोशल मिडिया, मुक्ता पब्लिशिंग, कोल्हापूर, २०१०
- देव सदाशिव, कोशवाङ्मयविचार आणि व्यवहार, सुवर्ण प्रकाशन.
- मराठी भाषा: उपयोजन आणि सर्जन, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नाशिक, प्रथामावृत्ती २०१०

- mr.m.wikipedia.org (विकिपिडिया)
- www.google.com
- www.marathiblog.co.in
- www.marathiarticles.com
- www.shabdkosh.com
- www.examshall.in

*****

३अ

श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप व महत्त्व, कार्यक्रमाचे विविध प्रकार, उद्दिष्टे, कार्यक्रमाची पूर्वतयारी आणि सादरीकरण

घटक रचना

३अ.१ उद्दिष्टे

३अ.२ प्रस्तावना

३अ.३ श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप व महत्त्व

३अ.४ कार्यक्रमाचे विविध प्रकार, उद्दिष्टे, कार्यक्रमाची पूर्वतयारी आणि सादरीकरण

३अ.४.१ नभोवाणीवरील भाषण

३अ.४.२ नभोवाणीवरील चर्चा

३अ.४.३ नभोवाणीवरील मुलाखत

३अ.४.४ नभोवाणीवरील बातमीपत्रे

३अ.४.५ उद्घोषणा

३अ.४.६ नभोवाणी रूपक

३अ.४.७ नभोनाट्य

३अ.४.८ श्रुतिका

३अ.४.९ नभोवाणीच्या जाहिराती

३अ.५ प्रश्नावली

३अ.६ संदर्भ ग्रंथ

३अ.१ उद्दिष्टे

- नभोवाणी अर्थात आकाशवाणीची वाटचाल आणि सद्यस्थिती जाणून घेता येईल.
- आकाशवाणीचे ब्रीदवाक्य आणि आकाशवाणीवरील कार्यक्रमांचे आयोजन याबाबत माहिती अवगत होईल.
- नभोवाणी या माध्यमाची स्वरूप - वैशिष्ट्ये अवगत होतील.
- नभोवाणीवरील भाषण आणि सभेतील भाषण यातील फरक स्पष्ट करता येईल.
- नभोवाणीवरील भाषणाची वैशिष्टे व मर्यादा स्पष्ट करता येतील.
- नभोवाणीवरील भाषण लिहिताना आणि ते सादर करताना कोणती काळजी घ्यावी याचे विवेचन करता येईल.

- नभोवाणीवरील भाषण आणि चर्चा यांचे स्वरूप - वैशिष्ट्ये आणि त्यांच्यातील फरक स्पष्ट करता येईल.
- नभोवाणीवरील मुलाखतीचे प्रकार व मुलाखतीचे तंत्र यांची माहिती सांगता येईल.
- नभोवाणीवरील मुलाखतकाराने कोणती तत्त्वे पाळावीत यांच्या नोंदी करता येतील.
- नभोवाणीवरील बातम्यांचे महत्त्व सांगता येईल.
- नभोवाणीवरील बातम्यांचे स्वरूप - वैशिष्ट्ये स्पष्ट करता येतील.
- नभोवाणीवरील बातमी लेखनाचे तंत्र अवगत होईल.
- नभोवाणीवरील बातम्या व वर्तमानपत्रातील बातम्या यातील फरक समजून घेता येईल.
- आकाशवाणीवरील श्रोत्यांच्या लक्ष्यगटाप्रमाणे कार्यक्रमांचे वर्गीकरण कसे केले जाते ते सांगता येईल.
- श्रोतृवर्गानुसार नभोवाणीवरील कार्यक्रमांचे लेखन कसे करावे हे कळेल.
- नभोवाणी या प्रसारमाध्यमातील संवादाचे स्वरूप समजून घेता येईल.
- नभोवाणी या माध्यमाची समाजाभिमुखता नीट समजून घेता येईल.
- उद्घोषणा, नभोनाट्य, चर्चा, मुलाखत,संगीत, नाट्यसंवाद, भाषण, रूपक, जाहिरात, वार्तापत्रे, अशा विविध आकृतीबंधाप्रमाणे लेखन करण्याची कौशल्ये संपादन करता येतील.

३अ.२ प्रस्तावना

मनुष्य हा समाजशील प्राणी आहे. तो एक - एकट्याने राहण्याऐवजी समूहाने राहणे जास्त पसंत करतो. समुहाने राहिल्यामुळे याचे रक्षण आपोआपच होते. तसेच मनुष्य समाजशील प्राणी असल्यामुळे संवाद आणि संपर्काचे जाळे तयार करून जीवन जगतो. संवाद आणि संपर्क ही मानवाची गरज आहे. या गरजेतूनच मानवाने या संदर्भातील कितीतरी शोध लावले आहेत. विज्ञान तंत्रज्ञानाच्या मदतीने माणसाने संपर्क माध्यमांमध्ये प्रगती केली आहे. वृत्तपत्रे, नभोवाणी (आकाशवाणी), दूरदर्शन, संगणक, इंटरनेट, मोबाईल अशा टप्प्या टप्प्यांनी संपर्क माध्यमांमध्ये सुधारणा होत गेल्या व होत आहेत. आजही ही सर्व संपर्क माध्यमे काळाच्या ओघात टिकून आहेत. समाजामध्ये ही माध्यमे लोकप्रिय आहेत.

नभोवाणी हे केवळ श्राव्य प्रसारमाध्यम आहे. त्यामुळे या माध्यमातून दृश्यचित्रातील संप्रेषणाचे फायदे मिळत नाहीत. परंतु या माध्यमाचे इतर काही फायदे आहेत. रेडिओवरून आपणास प्रवासात, काम करता करता श्राव्य कार्यक्रम ऐकता येतात. रेडिओ मुळात हाताळायला सोयीस्कर ! वाटेल तेथे नेता येण्याजोगा, आर्थिक दृष्ट्या परवडणारा, वीज नसेल तर बॅटरी / सेलवर चालवता येणार असल्यामुळे हे माध्यम लोकप्रिय झाले आहे. श्रोता निरक्षर असला, त्याने वाचन - लेखनाची कौशल्ये संपादित केलेली नसली तरी

त्याला केवळ ऐकता येण्यासाठी कान असले तरी भागते. अशा या बहुव्यापी माध्यमाद्वारे दैनंदिन बातम्या, विविध क्षेत्रातील घडामोडीची माहिती, शिक्षण व मनोरंजनाचे कार्यक्रम प्रसारित केले जातात. लहान मुलांपासून वृद्धांपर्यंत, शेतकरी, कामगार, महिला, युवक यांच्यापासून साहित्यिक, प्रशासक अशा विविध गटातल्या लोकांपर्यंत हे माध्यम ध्वनी प्रसारणाच्या सहाय्याने पोहोचते. संगीत,नाट्य ,संवाद, भाषण, रूपक, जाहिरात, वार्तापत्रे अशा विविध आकृतिबंधातून आकाशवाणीवरील कार्यक्रम प्रसारित होतात.

भारतात नभोवाणी प्रसारणाला १९२६ मध्ये सुरुवात झाली. 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' या खाजगी आस्थापनाने तेव्हाच्या ब्रिटिश राज्यकर्त्यांबरोबर करार करून २३ जुलै १९२७ रोजी मुंबई येथे नभोवाणी केंद्राची स्थापना केली. त्यानंतर २६ ऑगस्ट १९२७ ला कलकत्ता येथे नभोवाणी केंद्र सुरू झाले. या दोन्ही केंद्रांची प्रसारण क्षमता ४८ किलोमीटर एवढी होती. त्याकाळी नभोवाणीसंचाची संख्या अगदीच कमी म्हणजे संपूर्ण देशभरातून मिळून जेमतेम १००० होती. लाहोर, अलाहाबाद, पेशावर आणि डेहराडून या गावांमध्ये तेव्हा खाजगी हौशी रेडिओ क्लब होते. उपलब्ध होते. म्हैसूर संस्थांचे संस्थानाने १९३५ मध्ये आपले नभोवाणी केंद्र सुरू केले. त्याला आकाशवाणी नाव देण्यात आले. हेच नाव १०३७ मध्ये भारत सरकारने नभोवाणी सेवेसाठी निश्चित केले. निजाम सरकारनेही औरंगाबाद येथे नभोवाणी केंद्र सुरू केले होते. स्वातंत्र्यानंतर आकाशवाणीसाठी 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे ब्रीदवाक्य ठरविण्यात आले. स्वातंत्र्योत्तर काळात या माध्यमाचा झपाट्याने प्रसार झाला.

जगाच्या कानाकोपऱ्यातून येणारे संदेश, विविध घडामोडींचे वृत्त या संपर्कमाध्यमाद्वारे लगेच सर्वांपर्यंत पोहोचवली जातात. त्यामुळेच या संपर्क माध्यमांचा वापर सर्वसामान्य लोकांकडून मोठ्या प्रमाणात होताना दिसतो. प्रत्येक संपर्क माध्यमाचे स्वरूप, त्याचे कार्य आणि वैशिष्ट्ये ही वेगवेगळी आहेत.

१) मुद्रित माध्यमे:

पत्रकारितेतील लेखन ही मुद्रित माध्यमाची भाषा आहे. ती वाचनाचीही भाषा आहे. यात वृत्तपत्रे, ग्रंथ, नियतकालिके इत्यादी.

२) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे:

याचे दोन उपप्रकार पडतात:

अ) **श्राव्य माध्यमे:** रेडिओ ही नभोवाणीची भाषा आहे. फक्त आवाजाची भाषा आहे, ऐकण्याची भाषा आहे. त्यात नभोवाणी, दूरध्वनी, दृकश्राव्य, टेपरेकॉर्डर इत्यादी.

ब) **दृक् श्राव्य माध्यमे:** टेलिव्हिजन आणि सिनेमाची भाषा ही दृकश्राव्य आहे. त्यात दूरदर्शन,चित्रपट, व्हिडिओ इत्यादी.

३) नवइलेक्ट्रॉनिक माध्यमे:

उपग्रह आणि संगणक प्रणाली (इंटरनेट). समकालीनसंपर्क माध्यमात श्राव्य संपर्क माध्यम म्हणून नभोवाणी किंवा आकाशवाणी यासंपर्क माध्यमाची लोकप्रियता आजही शहरी तसेच ग्रामीण भागात अबाधित असल्याचे दिसून येते.

२१ व्या शतकात अनेक प्रसारमाध्यमे मोठ्या प्रमाणात बाजारात आली आहेत. हा माहिती-तंत्रज्ञानाचा स्फोट म्हणता येईल. यातील बहुतेक माध्यमांद्वारे संवादाचे आदान-प्रदान करता येते. प्रत्येक व्यक्ती स्वतःचा ब्लॉग उभा करू शकते किंवा काही व्यक्तींचा समूह बनवून सतत एकमेकांशी संपर्कात राहतो. गेल्या दहा वर्षात माहिती तंत्रज्ञानाच्या क्षेत्रात झपाट्याने बदल होत आहेत.संपर्कासाठी आज जे माध्यम वापरले जात आहेते उद्या जुने होत आहे. सातत्याने नव्याचा हव्यास लोकांना असतो. या नव्या तंत्रज्ञानात मोबाईल, वेब कॅमेरा, आयपॅड, आयफोन यासारख्या सुविधा लोकप्रिय आहेत.

३अ.३ श्राव्य माध्यमाचे स्वरूप व महत्त्व

नभोवाणी म्हणजे आकाशवाणी, रेडिओ सेवा होय. ऑल इंडिया रेडिओ (AIR) ही रेडिओ कार्यक्रम प्रक्षेपित करणारी भारत सरकारची यंत्रणा आहे. जगातला पहिला रेडिओ 'मार्कोनी' या इटलीच्या शास्त्रज्ञाने बनवला. मार्कोनी या इटलीच्या शास्त्रज्ञाने १८९५ मध्ये रेडिओचा शोध लावला आणि त्याचं पेटंटही मिळविले, म्हणून मार्कोनीला 'फादर ऑफ रेडिओ' असे म्हणतात. इंग्रजांनी आणि अनेक युरोपियन देशांनी हे तंत्रज्ञान आपापल्या वसाहतीत नेले. याच माध्यमातून अमेरिका,आफ्रिका, आशिया खंड आणि ऑस्ट्रेलिया असा रेडिओचा प्रसार झाला. त्या काळी हे माध्यम प्रामुख्याने कम्युनिकेशनसाठी वापरला जात होते. विशेषता युद्धकाळात बातम्या लोकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी, अनेक खेळांच्या कॉमेंट्रीसाठी रेडिओचा वापर होऊ लागला. स्वातंत्र्यपूर्व काळात भारतातही ब्रिटिशांनी रेडिओ आणला. त्यामुळे भारतात नभोवाणीची सुरुवात स्वातंत्र्यपूर्व काळात झालेली आहे. १९२६ मध्ये 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' या एका खासगी कंपनीने भारत सरकारशी एक करार करून मुंबई व कलकत्ता येथे अनुक्रमे २३ जुलै व २६ ऑगस्ट१९२७ रोजी दोन रेडिओ केंद्र सुरू केली. या केंद्राची ४८ किलोमीटरच्या परिसरातच कार्यक्रम ऐकू येण्याची व्यवस्था होती. या सुमारास देशात १००० रेडिओ परवाने होते.

१९२७ च्याही अगोदर भारतात नभोवाणीचा प्रसार खाजगी हौशी क्लबा द्वारा झालेला होता. १९२४ मध्ये मद्रास येथे पहिला रेडिओ क्लब स्थापन झाला. हौशी रेडिओ क्लब लाहोर, अलाहाबाद, पेशावर व डेहराडून येथे चालविली जात होते. सरकारने भावी काळात स्थापिलेल्या रेडिओ केंद्राचे हे रेडिओ - क्लब अग्रदूत ठरले. म्हैसूर, बडोदा, त्रिवेंद्रम, हैदराबाद आणि औरंगाबाद या पाच ठिकाणी नभोवाणी- कार्य चालू होते. म्हैसूर संस्थानाने १९३५ मध्ये स्थापिलेल्या रेडिओ केंद्रास 'आकाशवाणी' नाव दिले होते। हेच नाव पुढे भारत सरकारने देशातील सर्व रेडिओ केंद्रासाठी स्वीकारले. परदेशी वृत्तपट व इंग्रजीमधून प्रसारित होणाऱ्या वार्तापटांच्यावेळी मात्र 'ऑल इंडिया रेडिओ' (AIR) असे संबोधण्यात येऊ लागले. इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी १ मार्च १९३० मध्ये बुडाली व भारत सरकारने लगोलग नभोवाणी कार्य स्वतःकडे घेतले. १९३५ मध्ये 'लायोनल फील्डन' यांनी नभोवाणी

प्रमुख या नात्याने सर्व सूत्रे आपल्या हाती घेतली. स्वातंत्र्योत्तर काळात आकाशवाणीचा खऱ्या अर्थाने विकास होत गेला.

आकाशवाणीचे एप्रिल १९७३ अखेर ६९ प्रसार केंद्रे असून त्यांचे पाच विभाग करण्यात आले आहेत. याशिवाय बडोदे, दरभंगा, म्हैसूर, विशाखापट्टणम व शांतीनिकेतन या शहरात साहाय्यक प्रसार केंद्रे कार्य करीत आहेत. आज देशभरात आकाशवाणीचे ४१० केंद्रे असून त्यातील २० केंद्रे महाराष्ट्रातच आहेत. ज्ञान - विज्ञान - तंत्रज्ञान ते विविध कला - सांस्कृतिक मूल्यांची रुजवात, रोजच्या घडामोडी ते आदर्शवत जीवनपद्धतीचा अवलंब अशा अनेक विविध गोष्टी आबाल वृद्धांसहित प्रत्येक वयोगटासाठी संवेदनशीलता होती, जवळपास २३ भाषांतील प्रसारणाचा प्रचंड आवाका आणि मागील ९० वर्ष सातत्याने यातील भाषिक स्तर कायम राहण्याचे कसब या सर्व गोष्टी खरोखरच वाखाणण्याजोग्या आहेत.' बहुजन हिताय बहुजन सुखाय ' हे तत्त्व चालवत आकाशवाणीची अतिशय जोमाने वाटचाल चालू आहे जागतिकीकरणानंतर आलेल्या खाजगीकरणाच्या लाटेत अनेक व्यावसायिक माध्यमांचा पसारा वाढला आहे. २००१ मध्ये भारतात खाजगी रेडिओ स्टेशनलाही सुरुवात झाली आहे.

गेल्या शंभर वर्षात रेडिओ अनेक स्थित्यंतरे अनुभवली. त्याच्या स्वरूपात, तंत्रज्ञानात बदल झाले. सादरीकरणाची शैली, कार्यक्रमाच्या संकल्पना बद्दल रेडिओची भाषा बदलली, निवेदक ऐवजी अर्ज आले, शांत संयमी भाषेला सुपरफास्ट इंग्रजी हिंदी मराठी भाषा जोडली गेली. मोठ्या शहरांमध्ये ट्राफिकमध्ये असलेल्या लोकांसाठी योग्य माहिती पुरविण्याचे काम, नव्या युगाचे श्रोते जोडले जात आहेत तसे रेडिओ देखील नवीन निर्माण होत आहेत. मुख्य प्रवाहापासून दूर असलेल्या समाजासाठी सरकारने कम्युनिटी रेडिओची संकल्पना सुरू केली आहे. त्या अंतर्गत अनेक विद्यापीठांचे स्वतःचे कम्युनिटी रेडिओ आहेत भारतात सध्या २५१ कम्युनिटी रेडिओ आहेत.

नभोवाणीचे उद्दिष्ट:

'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' हे आकाशवाणीचे घोषवाक्य आहे.

१) देशी-विदेशी बातम्यांचे संकलन करून बातमीपत्रे प्रक्षेपित करणे.

२) देशाचा योजनाबद्ध सर्वांगीण विकास कसा होईल याबद्दलचे विचार व माहिती जनतेला पुरविणे.

३) श्रोत्यांच्या सांस्कृतिक विकासाकडे ही मनोरंजक कार्यक्रम आखून लक्ष पुरविणे.

ही आकाशवाणीचे प्रमुख उद्दिष्टे आहेत. मनोरंजन व माहितीकरता नभोनाट्ये, संगीताचे बहुविध कार्यक्रम, भाषणे, संभाषणे, चर्चा वगैरे सादर केली जातात. विद्यार्थी, महिला, मुले व ग्रामीण जनता यांच्यासाठी विशेष कार्यक्रम आकाशवाणीच्या सर्व केंद्रांवरून प्रसारित करण्यात येतात. देशातील सर्व पक्षांची व राज्य सरकारांशी विचार विनिमय करून केंद्र सरकारने आकाशवाणीवरील भाषणाविषयी एक नऊ कलमी संहिता तयार केली आहे.

रेडिओ हे संवादाचे, माहिती व ज्ञानाचे प्रभावी आणि सर्वात जुने माध्यम आहे. आज माणसं जिथे जातात तिथे मोबाईल नेतात, त्याप्रमाणे एकेकाळी शहरापासून अगदी खेडेगावापर्यंतच्या माणसाच्या हाती रेडिओ दिसत असे. रेडिओवरील भूपाळी आज सकाळच्या बातम्यानी घराघरात सूर्य उजडत असे. अनेक घरात तर रेडिओच्या बातम्या सुरू होण्याआधी उठण्याचा दंडक असायचा. 'आप की पसंद' कार्यक्रमात आपल्या माणसासाठी गाणे ऐकवण्यासाठी हजारो पत्रं यायची. लोकप्रिय १० गाणी ओळखण्यासाठी पैजा लावल्या जायच्या. आज टीव्ही (Television), मोबाईलवर हवं ते ज्ञान मिळवता येते. हवं ते गाणं कधी ऐकता येतं. मात्र विश्वासनीयतेसाठी आजही ओळखली जाते ती रेडिओ म्हणजे आकाशवाणी ! या आकाशवाणीचा १३ फेब्रुवारी जागतिक स्तरावरील हक्काचा दिवस ! १३ फेब्रुवारी १९४५ रोजी संयुक्त राष्ट्र रेडिओचे पहिल्यांदा प्रसारण झाले होते. त्यामुळे हा दिवस 'जागतिक रेडिओ दिन' म्हणून साजरा केला जातो. मात्र याची अधिकृत घोषणा अगदी अलीकडे म्हणजे २०१३ रोजी झाली. तेव्हापासून युनोस्कोद्वारे जगभरातील रेडिओ प्रसारक आणि संघटनांच्या मदतीने विविध कार्यक्रमाचे आयोजन करण्यात येते. संवादाचे माध्यम म्हणून रेडिओच्या भूमिकेवर चर्चा केली जाते.

३अ.४ कार्यक्रमाचे विविध प्रकार, उद्दिष्टे, कार्यक्रमाची पूर्वतयारी आणि सादरीकरण

भाषण, चर्चा व मुलाखती:

भाषण, चर्चा व मुलाखती हे कार्यक्रम नभोवाणी प्रसारणाचा महत्त्वाचा भाग आहेत. वेगवेगळ्या प्रासंगिक परंतू महत्त्वाच्या विषयांवर व प्रश्नांवर तज्ज्ञव्यक्तींच्या भाषणातून श्रोत्यांना उपयुक्त माहिती मिळते. ही भाषणे सुलभ भाषेत आटोपशीर व आकर्षक शैलीत असतात.

समाजात प्रसंगोपात्त काहीवाद, समस्या निर्माण होतात, त्यावर तज्ज्ञांची चर्चा घडवून आणून संबंधित प्रश्नांच्या वेगवेगळ्या पैलूंवर प्रकाश टाकता यावा यासाठी चर्चा आयोजित केल्या जातात. चर्चेत सूत्रसंचालन करण्याची भूमिका महत्त्वाची असते. चर्चा नियोजित आराखड्याप्रमाणे चालेल व त्यात सर्व महत्त्वाच्या मुद्द्यांचा ऊहापोह होईल याची काळजी त्याने घ्यावयाचे असते.

नभोवाणीवरून विविध प्रकारच्या मुलाखतीही प्रसारित होतात. त्यात श्रोत्यांना एखाद्या प्रश्नांची, योजनेची माहिती, विशेष कर्तबगारी गाजवणाऱ्या व्यक्तीचे मनोगत इत्यादी समजू शकते.

थोडक्यात माहिती देणे, घडलेल्या घटनांच्या विविध बाजू व दृष्टिकोन पुढे आणणे या हेतूने नभोवाणीवर भाषण चर्चा व मुलाखत अशा विविध आकृतीबंधातून संप्रेषण घडवून आणले जाते.

३अ.४.१ नभोवाणीवरील भाषण:

साधारणपणे दोन माणसे परस्परांशी बोलत असताना किंवा चार-पाच माणसे गप्पामारत असताना बोलीभाषेचाच वापर करत असतात. नभोवाणीवरही बोलीभाषाच वापरली जाते,

परंतु ती उभयपक्षी संभाषणात्मक पद्धतीने नव्हे तर नभोवाणीवर मायक्रो फोनवरून एक व्यक्ती बोलते आणि लाखो श्रोते ते ऐकत असतात. हा एकतर्फी, एकमार्गी संवाद चालू असतो. वक्ता ज्यांना उद्देशून बोलत असतो ते असंख्य श्रोते आप-आपल्या घरामध्ये विखुरलेले असतात. श्रोता वक्त्याचे भाषण ऐकू शकतो परंतु त्याला पाहू शकत नाही. त्याच्याशी उलट संवाद साधू शकत नाही अथवा भाषण चालू असताना मध्येच अडवून त्याला प्रतिप्रश्न विचारू शकत नाही.

श्रोते:

नभोवाणीवरील वक्त्याची त्याची अवस्था ही सभेतील वक्त्यापेक्षा वेगळी काहीशी अडचणीची असते. तो आपल्या श्रोत्यांना पाहू शकत नाही. त्यांच्या चेहऱ्यावरील, नजरेतील भाव जाणू शकत नाही. श्रोत्यांचा तात्काळ प्रतिसाद त्याला समजू शकत नाही. त्यामुळे तदनुरूप फेरबदल आपल्या भाषणात त्याला करता येत नाहीत. श्रोत्यांच्या टाळ्या, हशा, त्यांचे माना डोलावणे, हात उंचावणे हे काहीही नभोवाणीवरील वक्ता पाहू शकत नाही. त्याचे श्रोते असंख्य असतात परंतु ते त्यांचे भाषण एकएकटे ऐकत असतात. त्यामुळे प्रत्येक सभेत तसेच समूहाचे एक सामुहिक मन तयार होते तसे त्यांचे होऊ शकत नाही. त्यांची सर्वांची मन:स्थिती वेगवेगळे असते. एखादा श्रोता आजारपणाने अंथरुणाला खिळलेला असेल तर एखादा कामावरून दमून भागून परत आलेला असेल. कोणी आपल्या कचेरीतील उरलेले काम करताना रेडिओ ऐकत असेल तर एखादा श्रोता वेळ जात नाही म्हणून रेडिओ लावून बसलेला असेल. कोणी जेवण करताना, कोणी मित्रांशी व कुटुंबाशी बोलताना, कोणी मुलाबाळांचा दंगा चालू आहे अशा विविध परिस्थितीमध्ये श्रोते नभोवाणीवरील भाषण ऐकत असतात. अशा वेगवेगळ्या मन:स्थितील श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेण्याचे व ते कायम टिकविण्याचे आव्हान नभोवाणीवरील वक्त्यापुढे असते.

नभोवाणीवरील भाषण हे साधारणत: १० मिनिटांचे असते. त्यापुढे त्याचा अवधी गेला की श्रोता कंटाळतो म्हणून अगदी अपवादात्मक स्थितीत १५ मिनिटांचे भाषण प्रसारित केले जाते. नभोवाणीवरील भाषण लिहून काढलेले असले तरी ते निबंधवजा असून चालत नाही. ते संभाषणवजा अनौपचारिक शैलीतील असावे लागते. निबंध अथवा लेख हा वाचून समजून घ्यायचा असतो. त्यामुळे त्यात लांब पल्लेदार वाक्ये, अवघड शब्द, अवघड युक्तिवाद, तपशीलवार माहिती आणि आकडेवारी यांचा समावेश केला तरी चालतो.वाचकाला एखादा मुद्दा समजला नाही तर तो तेवढा भाग पुन्हा वाचू शकतो. एखादा शब्द अडला तर शब्दकोशात त्याचा अर्थ पाहू शकतो. मुळातच लेख वाचताना त्याचे सर्व लक्ष त्यात एकवटलेले असते. नभोवाणीच्या श्रोत्याची मन:स्थिती एवढी स्वागतशील असेलच असे नाही. शिवाय नभोवाणीवरील भाषणातील एखादा शब्द, एखादा वाक्यांश त्याला समजला नाही तर तेवढा भाग पुन्हा ऐकून तो समजून घेण्याची सोय नसते.

नभोवाणीवरील भाषा अतिशय सोपी असावी त्यात अवजड कृत्रिम अलंकारिक वाक्यरचना असू नये. लेखात खालीलप्रमाणे, वरीलप्रमाणे, मागीलप्रमाणे असे संकेत चालू शकतात नभोभाषणात ते चालत नाहीत कारण नभोभाषण हे डोळ्यांऐवजी कानातून मनात उतरत असते लिखित मजकुरात 'व' सारखे उभयान्वयी अव्यय चालू शकते, परंतु नभोवाणीवर 'आणि' हे अधिक ठसठशीत, स्पष्ट अव्यय वापरणे इष्ट असते.

नभोवाणीवरील भाषणात फार सूक्ष्म तपशील, आकडेवारी अथवा नावांच्या याद्या चालत नाहीत. एखाद्या प्रकल्पाचा खर्च१३२कोटी ९७ लाख ३हजार २३२रुपये असा असेल तर नभोवाणीवर सांगताना ही रक्कम१३२ कोटी ९७ लाख रुपये अशी सांगणे उचित ठरेल. आकडेवारी व तपशीलाचा भडीमार केला तर तो श्रोत्यांच्या लक्षात तर राहात नाहीच उलट त्याने स्वतः कंटाळून रेडिओ बंद करतो आणि दुसरे केंद्र लावतो.

नभोभाषणाची भाषा व शैली:

नभोवाणीवरील भाषा ही दैनंदिन वापरातील, बाजारातील भाषा असावी परंतु उथळ किंवा असभ्य असता कामा नये. कितीही अवघड विषय असला तरी सोप्या, बोलीतील परिचित शब्दामध्येच मांडावा लागतो. 'झाडावर बसलेला पक्षी मला दिसत आहे' हे वाक्य वृक्षावर विराजमान झालेला 'खग मजसी दृग्गोचर होत आहे' असे म्हटले तर कसे वाटेल? नाटकात किंवा काही विशिष्ट प्रसंगी अशी नाटकी, कृत्रिम भाषा शोभून दिसते. एखादा नेता युद्धासारख्या प्रसंगी नभोवाणीवरून जनतेला उद्देशून आवाहन करतो तेव्हा अशी अलंकारिक भाषा चालते. पण एरवी रोजच्या व्यवहारातही खटकेल.

नभोवाणीवर बोजड, अवघड भाषा वापरू नये. फार मोठी, लांबलचक वाक्य असतील तर त्याचा अन्वय लावता लावताच श्रोता रडकुंडीला येण्याची शक्यता असते. त्याऐवजी छोटी छोटी वाक्य असली तर ते श्रोत्यांच्या मनात पटकन रुजतात. भाषणाची शैली म्हणजे वक्त्याचे व्यक्तिमत्त्व प्रतिबिंबित करणारा जणू आरसाच! एकच मुद्दा वेगवेगळा वक्ता आपापल्या पिंडानुसार, मनधर्मानुसार वेगवेगळ्या प्रकारे मांडतो. दत्तो वामन पोतदार यांच्यासारख्या सव्यसाची परंतु काहीशा फटकळ विद्वानाची भाषाशैली तशीच परखड तर नरसिंह चिंतामण केळकर अथवा यशवंतराव चव्हाण यांच्यासारख्या सौम्य व्यक्तिमत्त्वाच्या वक्त्याची शैलीही तशीच मृदू, प्रसन्न कोणालाही न दुखावणारी अशी असते. साने गुरुजींच्या भावुक स्वभावाप्रमाणे त्यांची शैलीही हृदयाला हात घालणारी तर आचार्य विनोबा भावे किंवा लोकमान्य टिळक यांचे लिखाण त्यांच्या स्वभावानुसार तर्ककठोर, रोखठोक, खंबीरबाणा दर्शविणारे, आचार्य अत्रे यांची शैली ही त्यांच्या व्यक्तिमत्त्वाप्रमाणेच आक्रमक, दिलदार आणि प्रसंगी सालडी सोडून काढणारी तर श्री.म.माटे यांची शैली त्यांच्या व्यक्तिमत्त्वाप्रमाणे खटकेबाज, येथील लोकपरंपरेत मुरलेली, अस्सल आणि कसदार! नभोवाणीवरील भाषणही असेच आकर्षक, शैलीदार असावे लागते. नीरस, स्वतंत्र चेहरामोहरा नसलेले भाषण कोण ऐकणार ?

नभोभाषणाचा आरंभ व शेवट:

इंग्रजीमध्ये 'Well begun is half done' अशी एक म्हण आहे. कोणत्याही कार्याचा प्रारंभ चांगला, मनासारखा झाला की ते कार्य निम्मे साध्य झाल्यासारखे होते. नभोवाणीवरील भाषणाबाबत तर हे विशेषत्वाने खरे आहे.कारण नभोभाषणाचा प्रारंभ हा श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेऊ शकला नाही तर पुढील भाषण ऐकण्याचा प्रश्नच उद्भवत नाही. भाषणाचा प्रारंभ हा एखाद्या प्रवेशद्वारासारखा असतो. प्रवेशद्वारामुळे लोकांचे लक्ष आकर्षिले जाते आणि आतील वास्तूची ढोबळ कल्पनाही पाहणाऱ्याला येते. भाषणाचा प्रारंभही असाच एकाच वेळी लक्षवेधक आणि भाषण विषयाची ओळख करून देणारा असावा लागतो. श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी एखादे सुंदर सुभाषित, एखादी चटकदार म्हण किंवा वाक्प्रचार, एखाद्या

प्रसिद्ध गीतातील ओळ यांचा उपयोग होऊ शकतो. काही वेळा धक्का तंत्राचा वापर करता येतो. उदाहरणार्थ कोरोनाविषयीच्या एखाद्या भाषणाची सुरुवात "बरं झालं बुवा कोरोनाची साथ आली." अशी केली तर श्रोता स्वाभाविकपणेच आश्चर्यचकित होऊन सावध ऐकू लागतो. त्याचे कारण कोरोनाची साथ ही बाब उपयुक्त, स्वागतार्ह कधीच नसते. त्यामुळे तसे प्रतिपादन जर कोणी करू लागला तर उत्सुकते पोटी श्रोता ऐकू लागतो. भाषणाच्या प्रारंभाप्रमाणेच शेवटही आकर्षक असावा लागतो. भाषणातील शेवटची वाक्ये श्रोत्याच्या मनात बराच काळ रेंगाळत राहतील अशी त्याच्या मनात निनादत राहतील अशी असावीत.

नभोभाषणाचे विषय:

नभोवाणीवरील भाषणासाठी कोणताही विषय चालू शकतो. साधारणतः सभ्यतेचे सर्वसामान्य संकेत लक्षात ठेवून टाचणीच्या उत्पादनापासून जहाजबांधणीपर्यंत आणि मधमाशी पालनापासून मानसशास्त्रापर्यंत कोणत्याही विषयावर भाषण ठेवता येते. आपल्या इच्छित श्रोतागटाला त्या विषयात रस वाटेल का याचा विचार भाषणाचा विषय ठरवताना केला जातो. विषयाची निवड करताना त्याची प्रासंगिकता, सामाजिक गरज इत्यादींनी निकषांचाही विचार करावा लागतो.

उदाहरणार्थ:

महिलांसाठी भाषण ठेवताना त्यांना घरीदारी रोज येणाऱ्या छोट्यामोठ्या अडचणी, त्यांचे आरोग्य, बालसंगोपन, मुलांसाठी योग्य आहार, नवीन पाककृती इत्यादी विषय उपयुक्त ठरतील. तरुण-तरुणींसाठी नवनवीन फॅशन्स, क्रीडास्पर्धा, व्यायाम, चित्रपट, नाटके, गिरिभ्रमण, गिर्यारोहण, इतर धाडसी क्रीडा प्रकार इत्यादी विषय रोचक ठरतील. लहान मुलांसाठी गंमतीदार खेळ, कोडी, थोरामोठ्यांची चरित्रे, नवीन वैज्ञानिक शोध असे विषय आवडतील. कामगारांसाठी कामगारविषयक नवीन कायदे, नवीन औद्योगिक उत्पादने, औद्योगिक विकासाविषयी शासनाच्या योजना, कारखान्यातील सुरक्षितता, कामगार चळवळी, इत्यादी विषयावरचे भाषणे आवडतील.

काही वेळा समाजाला आकर्षित करणारी किंवा संपूर्ण समाजावर परिणाम करणारी घटना घडते अशा वेळी सर्वच श्रोतृगटासाठी त्या विषयावर भाषण ठेवावे लागते. दिवाळीसारखा सण असेल किंवा मराठवाड्यातील भूकंप अथवा कोरोनाच्या साथी सारखी आपत्ती असेल, अशा विषयांमध्ये सर्वच श्रोतृगटांना रस असतो. त्यांच्या दृष्टीने उपयुक्त असा पैलूंवर भाषण ठेवण्यात येते. दिवाळीचाच विषय घेतला तर लहान मुलांसाठी दिवाळीचे किल्ले, आकाश कंदील, फटाके उडवताना घ्यावयाची काळजी, महिलांच्या कार्यक्रमात अभिनव पाककृती, घरांची सजावट, कामगारांसाठी बोनसचा योग्य उपयोग, असे विषय घेता येतील. कोरोनाच्या साथीविषयी सर्वसाधारण प्रौढ श्रोत्याला त्या रोगाची शास्त्रीय माहिती देता येईल तर लहान मुलांच्या कार्यक्रमात सार्वजनिक स्वच्छतेवर भर द्यावा लागेल.

मे १९९८ मध्ये भारतीयशास्त्रज्ञांनी राजस्थानात पोखरण येथे दुसऱ्या अणुस्फोटाची यशस्वी चाचणी केली तेव्हा संपूर्ण राष्ट्र अभिमानाने फुलून गेले होते. अशा वेळी युवकांसाठी भाषण ठेवताना देशाभिमान, स्वयंपूर्णता, या पैलूवर भर देता येईल, तर प्रौढ श्रोत्यांसाठी अनुविज्ञान, त्यांचे विविध क्षेत्रातील उपयोग इत्यादी पैलू महत्त्वाचे ठरतील. विशेष प्रगल्भ व

निवडक श्रोतृवर्ग असेल तर या अणुस्फोट चाचणीचे आंतरराष्ट्रीय क्षेत्रातील परिणाम, अणुऊर्जा, अण्वस्त्रनिर्मिती, इत्यादी मुद्यांचा अधिक तपशिलाने विचार करता येईल.

भाषणाचा विषय ठरवताना श्रोतृवर्गाची बौद्धिक व मानसिक कुवत, वयोगट, त्या त्या गटातील श्रोत्यांची गरज इत्यादी बाबी विचारात घ्याव्या लागतात.

नभोवाणीवरील भाषणात सर्व माहिती, नावे, स्थळे, सनावळ्या व इतर तपशील अगदी बिनचूक असावा लागतो. चुकीची माहिती दिली तर अजाण श्रोत्यांच्या मनात गोंधळ उडतो आणि जाणकार श्रोता असेल तर त्याला ती चूक लक्षात येऊन वक्त्यावरचा व नभोवाणी या माध्यमावरचा त्याचाविश्वास कमी होऊ लागतो. एखादा तपशील अचूक आहे की नाही याची खात्री नसेल तर तो पूर्णपणे गाळला तरी चालेल; परंतु चुकीची माहिती प्रसारित होऊ देऊ नये. नभोवाणी या माध्यमाचा प्रसार फार व्यापक असल्यामुळे प्रक्षोभक किंवा खळबळ जनक, सनसनाटी विधानेही शक्यतो करू नयेत.

भाषणाचे वाचन:

नभोवाणीसाठी कितीही सुंदर भाषण दिले तरी ते जर प्रभावीपणे वाचले नाही तर त्याचा काय उपयोग ? श्रोत्यांच्या मनावर संस्कार करणारा शब्द हा त्याच्या कानात नीट शिरला नाही तर तो मनाला तरी कसा भिडणार ? कागदावर लिहिलेला शब्द हा थंड, निर्जीव असतो. तोच आवश्यक त्या वजनाने उच्चारला की एकदम चैतन्यमय जिवंत होऊन रसरशीतपणे उभा राहतो! असा प्रभावी रीतीने उच्चारलेला शब्दच श्रोत्याच्या मनावर राज्य करतो. यासाठी आपले भाषण ठाशीवपणे चढ- उतारांसह सादर करणे महत्त्वाचे आहे. हा एक प्रकारचा वाचिक अभिनयच असतो, नभोवाणीवरील संवाद किंवा श्रुतिकेत पार्श्वसंगीताची जोड शब्द मिळू शकते पण भाषणात हे सहाय्य मिळत नाही.

शब्दांचे उच्चारण फारच काळजीपूर्वक स्पष्ट, अथवा वाक्यांश श्रोत्यांच्या मन:पटलावर व्यवस्थित नोंदविला गेला पाहिजे.

अतिजलद भाषणाप्रमाणे अति संथ भाषणही कंटाळवाणे होते. त्यामुळे श्रोत्याला नीट समजेल, परंतु त्याला कंटाळवाणे होणार नाही अशा बेताने भाषणाच्या वाचनाचा वेग ठेवावा. सर्वसाधारणपणे दर मिनिटाला १०० ते १२० शब्द हा आदर्शवेग समजला जातो.

नभोभाषणाच्या वाचनात विरामालाही अतिशय महत्त्व असते. योग्य ठिकाणी योग्य तो विराम (Pause) घेतला तर त्यापुढील शब्दाला वाक्याला विशेष उठाव येतो. लिखित मजकुरात विरामचिन्हाना जे महत्त्व असते तेच श्रवणीय मजकुराला योग्य विरामांना असते. मजकूर फार दाटीवाटीने लिहिलेला अथवा छापलेला असेल तर डोळ्यांना त्रास होतो. त्याचप्रमाणे फार दाट (भरभर, अति जलद) वाचन केले तर श्रोत्यांचे कान व मन दमून जाईल. विराम हा श्रोत्याला विसावा देतो. उच्चारित शब्दा एवढाच विरामही परिणामकारक ठरू शकतो.

नभोभाषणाचे वाचन हे नीरस, रुक्ष असू नये हे खरे; पण ते नाटकी, कृत्रिमताही वाटणार नाही याची काळजी घेतली पाहिजे. नभोवाणीवरचा वक्ता आपल्याशी हितगूज करत आहे, संवाद साधत आहे असा विश्वास श्रोत्याला वाटला पाहिजे. वक्ता आपल्यावर प्रभाव

पाडण्याचा प्रयत्न करत आहे. त्यासाठी मुद्दाम लटके, नाटकी भाषण करत आहे असे त्याला वाटू लागले तर तो मनाने वक्तव्यापासून दूर जाऊ लागतो.

नभोभाषण - काही व्यावहारिक सूचना:

१) आपले भाषण कागदाच्या एका बाजूला स्पष्टपणे मोठ्या अक्षरात लिहावे म्हणजे ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी वाचन करताना अडचण येणार नाही.

२) भाषण कागदाच्या अर्ध्या तुकड्यावर लिहावे, छोटे कागद हाताळणे सोपे जाते.

३) ध्वनिमुद्रणापूर्वी सर्व कागद सुटे करून, क्रमवार लावून ठेवावेत. वाचताना कागदाचा फर फर (खूप) आवाज होणार नाही याची काळजी घ्यावी.

४) प्रत्येक पानावरील शेवटचे वाक्य त्याच पानावर पूर्ण करावे. अर्धवट वाक्य तोडून पुढील पानावर नेले तर वाचन करताना कदाचित पडण्याची शक्यता असते.

५) ध्वनिमुद्रणापूर्वी संहितेचे काळजीपूर्वक वाचन करावे आणि त्यात अवघड उच्चार असलेले शब्द त्याचप्रमाणे महत्वाचे वाक्यांश अधोरेखित करावेत. स्वल्पविराम, पूर्णविराम, उद्गारचिन्ह, प्रश्नचिन्ह इत्यादी चिन्हे ही स्पष्टपणे लिहावीत म्हणजे वाचन करताना त्यांचा योग्य वापर करता येईल.

६) ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी आपल्या श्वासोच्छवासाचा आवाज होऊ देऊ नये. मायक्रोफोनला कागद अथवा धक्का लागणार नाही याची काळजी घ्यावी.

७) संपूर्ण भाषण एकाच वेगात वाचावे. मधेच भरभर किंवा संथ वाचन करू नये. आवाजाची तीव्रताही समान ठेवावी.

८) वाचताना तोंडाचा मचमच किंवा मिटक्या मारल्याचा आवाज होऊ देऊ नये.

९) तोंडापासून मायक्रोफोन फार जवळ अथवा फार दूर ठेवू नये साधारणपणे १० ते १२ इंचावर मायक्रोफोन ठेवावा.

१०) ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी कागद फार विखरून दूरदूर ठेवू नये. तसे केले तर तोंड मायक्रोफोनपासून दूर जाण्याची आणि आवाजाच्या पातळीत फरक पडण्याची शक्यता असते.

११) ध्वनिमुद्रणाच्यापूर्वी चहा अथवा गरम पेय घ्यावे. त्यामुळे घशाला कोरड पडणार नाही अथवा खोकलाही उद्भवणार नाही.

सार रूपाने नभोभाषणाची वैशिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे सांगता येतील:

१) नभोवाणीचा श्रोता हा अंध व्यक्तीप्रमाणे असतो. तो वक्त्याला पाहू शकत नाही. त्याचप्रमाणे नभोभाषणात तक्ते, नकाशे, कोष्टके इत्यादी साधनांचाही उपयोग करता येत नाही. नभोवाणीवरील वक्ताही श्रोत्यांना पाहू शकत नाही. त्यामुळे त्याला श्रोत्यांचा तत्काळ प्रतिसाद समजू शकत नाही .

२) डोळे हे भावाविष्काराचे अतिशय महत्त्वाचे साधन आहे परंतु नभोवाणीच्या व्यवहारात ते उपयोगी पडू शकत नाही. नभोवाणी हे केवळ श्राव्य,ध्वन्याधारित असे एकमेव माध्यम आहे.

३) नभोवाणीवरून उच्चारला गेला शब्द हा बाणासारखा असतो. बाण एकदा सुटला की परत येत नाही.

नभोवाणीवरून प्रसारित झालेला शब्द ही असाच अवकाशात विरून जातो. लिखित मजकूर आपण पुन:पुन्हा वाचू शकतो. नभोवाणीवरील शब्द पुन्हा ऐकता येत नाहीत. त्यामुळे एकदा ऐकून चटकन समजेल अशी सोपी शब्दरचना नभोभाषणात अत्यावश्यक असते. त्याचप्रमाणे हे शब्दश्रोत्यांच्या मनात व्यवस्थित रुजतील अशा रीतीने स्पष्टपणे विचारले गेले पाहिजे.

४) नभोभाषणात छोटी छोटी वाक्य असावीत. त्याचप्रमाणे ३ किंवा ४ मोजकेच मुद्दे घेऊन त्यांचे विवरण करावे. माहितीचा किंवा आकडेवारीचा भडीमार करु नये.

५) नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्यामुळे नभोभाषणाची शैली चित्रमय, प्रसंग डोळ्यांपुढे उभी करणारी असावी. या दृष्टीने गीतरामायणकार ग. दि. माडगूळकर, सानेगुरुजी इत्यादींचे लेखन अभ्यासणे विशेष उपयुक्त ठरेल.

६) नभोभाषणाचा अवधी साधारणपणे १० मिनिटांचा असतो तर वाचनाचा वेग मिनिटाला १०० ते १२० शब्द एवढा असतो. याचाच अर्थ हजार ते बाराशे शब्दात नभोवाणीच्या वक्त्याला आपले भाषण मांडावे लागते.

माहितीचे नभोभाषणात रूपांतर:

आकाशवाणीवरील भाषणाचे स्वरूप आणि तंत्र याविषयी आतापर्यंत आपण माहिती मिळवली. प्रत्यक्ष भाषण कसे लिहावे यासाठी एक नमुना उदाहरण पाहू या. उताराग्रंथातील आहे. त्याचे नभोभाषण करण्याच्या दृष्टीने काय बदल करावे लागतील या दृष्टीने हा उतारा वाचा.

नाण्यांचा उगम कसा झाला याबाबत अनेक विद्वानांची अनेक मते आहेत. परंतु मोहेंजोदडो येथील उत्खननात काही नाणी सापडली आहेत. त्यावरून नाणी - पाडण्याची सुरुवात इ.स. पूर्व २००० ते १८०० या कालखंडात झाली असावी. असा संशोधकांचा निष्कर्ष आहे. भारतात वैदिककाळातही नाणी प्रचलित होती. हा काळ इ.स.पूर्व ५ व्या शतकातील आहे. इ.स.पूर्व सहाव्या शतकात ग्रीकांनीही नाणी पाडली होती. व्यापाऱ्यांनी काही नाणी पाडली आणि त्या पिढीची खूण अंकित केली. अशा नाण्यांना पंचमार्क नाणी असे म्हणत.

भारतात नाण्यांचा प्रचार व प्रसार केव्हा झाला हे निश्चित सांगणे कठीण आहे. अलीकडेच पुण्याच्या डॉ. शोभना गोखले यांना सातवाहन राजाच्या काळातील नाणे मिळाले आहे. सातवाहनांचा काळ इ.स.पूर्व ३२ अखेर ते इ.स. पूर्व २३२ असा आहे. हे नाणे तांब्याचे वाटोळ्या आकाराचे ३.३५०ग्रॅम वजनाचे असून त्याचा व्यास १.४ सेंटीमीटर आहे. नाण्याच्या एका बाजूस झूल घातलेला हत्ती असून त्याच बाजूवर ' राजरोस हालस ' अशी

ही ब्राह्मीलिपीतली अक्षरे आहेत. नाण्याच्या दुसऱ्या बाजूस अस्पष्ट उज्जयनी चिन्ह आहे.त्यामुळे हे नाणे सातवाहन काळातील हाल राजाचे होते हे स्पष्ट होते.

मोगलांच्या काळात अकबराच्या कारकीर्दीत २४ टाकसाळी होत्या असा उल्लेख सापडतो. महाराष्ट्रात शिवकालीन काळात मराठी राजांची नाणी असल्याचा उल्लेख सापडतो. त्याच बरोबर बडोद्यात गायकवाडांची, इंदूरला होळकरांची व हैदराबादला निजामाची मोठी टाकसाळ होती.

पुढे इंग्रजांच्या काळात ब्रिटिशांनी पहिली टाकसाळ इ.स.१६४० मध्ये काढली. भारतात रुपया हे पैशाचे परिमाण निश्चित झाले. ब्रिटिशांनी त्याअगोदरचे मोहोर हे नाणे बंद करून टाकले व चांदीचा रुपया अस्तित्वात आणला. त्यानंतर आधेली, पावली, चवली, आणेली, पैसा अशी विविध नाणी पाडण्यात आली. स्वातंत्र्य प्राप्तीनंतर मौल्यवान धातूंची नाणी पाडणे बंद करण्यात आले. अस्सल निकेलची नाणी अस्तित्वात आली. एका बाजूला भारतीय राजमुद्रा म्हणजे अशोक स्तंभ व दुसऱ्या बाजूला वाघाचा छाप होता. पुढे वाघाच्या जागी लोंब्यांचा छापा मारण्यात आला.

१९५७ मध्ये दशमान पद्धती आली आणि आधेली,धी पावली, आणेली ही नाणी बंद झाली.त्याऐवजी १ पैसा २ पैसे, १० पैसे, २० पैसे, ५० पैसे ही नाणी आली. त्यांच्याकिमतीप्रमाणे त्यांचे आकार व कडा यांचे स्वरूप बदलले. धातूची नाणी अधिक संख्येने जवळ बाळगणे गैरसोयीचे असल्याने कागदी नोटा व्यवहारात पुढे आल्या. नोटांचे आकार किमतीप्रमाणे लहान-मोठे ठेवण्यात आले.

अलीकडे नाणेटंचाई वाढली आहे व कागदी नोटा हातात घेववत नाहीत इतक्या ओंगळ झाल्या आहेत. या पार्श्वभूमीवर सरकारने धातूंची नाणी अधिक मोठ्या प्रमाणात तयार करण्याची घोषणा केली आहे. बघू या याचा काय परिणाम होतो ते!

आता या उताऱ्याचे निरीक्षण करा. येथे नाण्यांचा इतिहास सांगितलेला आहे. त्याचा कालनिर्देश व बदलत गेलेले रूप यांचा आढावा घेतला आहे. माहिती अचूक व काटेकोर आहे. परंतु आकाशवाणीवरून प्रसारित करण्यासाठी याच विषयावर आपल्याला भाषण लिहिता येईल.

"युवक मित्रांनो, आजकाल नाणेटंचाई विषयी वर्तमानपत्रातून सतत चर्चा होत आहे आणि त्या निमित्ताने नाण्यांच्या स्वरूपाविषयी उलटसुलट मतं मांडली जात आहेत. कोणत्या टाकसांळीची किती क्षमता आहे? नाणी कोणत्या धातूची, कोणत्या आकाराची असावीत ? अशा विविध बाजूंनी ही चर्चा चाललेली आहे.

मित्रहो, तुमच्याही मनामध्ये यासंबंधी काही विचार असतील आपण आज नाणकशास्त्राच्या दृष्टीने नाण्यांचा इतिहास आणि त्यांचे स्वरूप यासंबंधी काही माहिती मिळवू या. तुम्ही आज जी नाणी पाहता त्यामध्ये १० पैसे, ५ पैसे अशी कथलाची नाणी आहेत. आपले जुने लोक राणी छाप रुपयाचा अधूनमधून गौरव करीत असतात. आज तो रुपया वापरात चलनामध्ये नाही. पण तो रुपया चांदीचा असल्याने त्याची किंमत होती. 'खणखण वाजला तो खरा रुपया' असं काही वर्षांपूर्वी म्हटलं जायचं. 'आमचं नाणं खणखणीत आहे.' असा वाक्प्रयोग त्यावरून आलेला आहे. आपल्या दैनंदिन व्यवहारांमध्ये ही नाणी आपल्या व्यवहाराचं,

आपल्या संस्कृतीचे एक अंग कसं बनतं याचा हा नमुना आहे. 'आमचा मुलगा म्हणजे बंदा रुपया आहे' यासारखे वाक्प्रयोग याची साक्ष आहेत. आणि मित्रहो, तुम्हाला आश्चर्य वाटेल परंतु नाणकशास्त्र असं म्हणतं की, नाण्यावरून इतिहासाचा आणि संस्कृतीचा बोध होतो. नाण्यांची परंपरा फार प्राचीन आहे. मोहेंनजोदारोच्या उत्खननात काही नाणी सापडली. हा काळ इ.स. पूर्व अडीच हजार वर्षापर्यंत मागे जातो. भारतातही वैदिक काळात म्हणजे इ.स.पूर्व पाचव्या शतकामध्ये नाणी प्रचलित होती असा आढळून आलेला आहे. या नाण्यावर झूल घातलेल्या हत्तीचे मुद्रा छापलेली आहे आणि 'राजरोज हालस' अशी ब्राह्मी लिपीतील अक्षरं आहेत. यावरून हे सातवाहनराजा 'हाल' याच्या काळातील नाणं आहे हे ओळखता येतं. आपल्याकडे अनेक राजांनी आणि संस्थानिकांनी आपापली नाणी काढलेली आढळतात. मराठ्यांच्या काळात शिवकालीन नाणी होती. निजामाची नाणी होती. निजामाची हैदराबादला मोठी टाकसाळ होती. पुढे ब्रिटिश आले. त्यांनी १६४० मध्ये मद्रासला पहिली टाकसाळ काढली आणि रुपया हे पैशाचं परिमाण नक्की झालं. त्यापूर्वी मोहर हे नाणं आपल्याकडे अस्तित्वात होते. ते ब्रिटिशांनी बंद केलं आणि चांदीचा रुपया अस्तित्वात आला. या रुपयावर राणीची मुद्रा असायची म्हणून त्याला 'राणी छाप रुपया' असं म्हणत. व्यवहार करण्यासाठी रुपयाचा पाव भाग म्हणून पावकी, अर्धा भाग म्हणून आधेली, सोळावा भाग म्हणून आणेली अशी विविध नाणी या काळामध्ये आली. स्वातंत्र्योत्तर काळामध्ये मौल्यवान धातूंची नाणी पाडणं बंद झालं आणि कथलाची नाणी अस्तित्वात आली .

मित्रहो, स्वातंत्र्योत्तर काळातील नाणी तुम्ही सर्वजण नेहमी पाहता. वरच्या मुद्रा जरा आठवून पहा. कोणत्या कोणत्या मुद्रा तुम्हाला आठवतात? एका बाजूला वाघाचा छापा असलेल्या रुपये तुम्हाला आठवतो का? काही ठिकाणी लोंब्यांचा यांचा छाप आहे. काही ठिकाणी महात्मा गांधी, नेहरू यांची मुद्रा आहे. अशी कितीतरी विविधता आहे. जी गोष्ट नाण्यांची तीच नोटांची सुद्धा नोटांवरही तऱ्हेतऱ्हेची चित्र काढलेली आढळतात. तेव्हा मित्रांनो, नाणकशास्त्र असे म्हणतं की, नाण्यांवरून माणसाचा इतिहास आणि संस्कृती कळते. आता आपली भारतातीलच नाणी आपण पाहिली तर अशोकस्तंभ हा आपला सांस्कृतिक वारसा, तर गांधी, नेहरू यांच्या मुद्रा या आपल्याराष्ट्रीय नेतृत्वाचा वारसा सांगतात. आपली कृषिप्रधानता लोंब्यांच्या माध्यमातून व्यक्त होते. राजाराण्यांच्या छापाच्या ऐवजी लोंब्यांची मुद्रा येणे यावरून आपली मानसिकता सरंजामशाहीकडून लोकशाहीकडे कशी झुकली आहे हे स्पष्ट होतं. कुटुंब नियोजनाचा प्रचार हा सुद्धा नाण्यांच्या माध्यमातून करण्याचा प्रयत्न झालेला आहे.

तेव्हा मित्रहो, त्या त्या काळच्या लोकांच्या समजुती, राज्यकर्त्यांचा कल, आचार-विचार अशी कितीतरी उद्बोधक माहिती आपल्याला मिळते. तुमच्यापैकी अनेकांना नाणे जमविण्याचा छंद असेल, तेव्हा या दृष्टीने त्यांचा अभ्यास आपण जरूर करावा आणि आपला सांस्कृतिक वारसा जतन करावा. धन्यवाद!"

पहिला उतारा नंतरच्या आकाशवाणीवरील भाषणाशी ताडून पहा. आता तुमच्या काय लक्षात आले?

१) आकाशवाणीवरील भाषणात नुसती माहिती लिहून चालत नाही तर ज्यांना उद्देशून ते माहिती सांगायची आहे त्यांच्याशी मित्रहो, श्रोते हो वगैरेसारखे संबोधन वापरून संवाद साधायचा असतो. अधूनमधून 'आता तुमच्या हे लक्षात आले असेल' अशासारखे वाक्प्रयोग करून हा संवाद सतत बोलता ठेवायचा असतो.

२) एक अष्टमांश, एक चतुर्थांश किंवा इ.स.पूर्व २५०० अशी तांत्रिक शब्दावली न वापरता आठवा भाग, चौथा भाग, इ.स.पूर्व अडीच हजार अशा सहज श्रुती सुलभ शब्दांची निवड करावी लागते. 'व' सारखी उभयान्वयी अव्यये टाळलेली आहेत. त्याऐवजी 'आणि' सारखे स्पष्ट ऐकू येणारे उभयान्वयी अव्यय वापरलेले आहे.

३) लोकव्यवहारात प्रचलित असलेल्या वाक्प्रचारांचा आणि म्हणींचा वापर केलेला आहे.

४) असे, तसे, घेणे, देणे या ऐवजी असं, तसं, घेणं, देणं असे बोलीभाषेतील शब्द वापरलेले आहेत.

५) मोठी लांबलचक वाक्ये न वापरता छोटी श्रवणसुलभ वाक्ये वापरलेली आहेत.

६) आशयाची मांडणी पहिल्या उताऱ्यात ऐतिहासिक क्रमाने केली आहे. पण नंतरच्या भाषणात त्याचा क्रम उलटा आहे. आजच्या संदर्भाकडून भूतकाळाकडे व परत वर्तमान संदर्भाकडे असा त्याचा प्रवास आहे. त्यामुळे श्रोत्यांची उत्सुकता वाढण्यास मदत झाली आहे.

७) भाषणाच्या शेवटी सर्व विवेचनाचा मथितार्थ सांगून नाणी ही राजकीय व सांस्कृतिक इतिहासाची प्रतिनिधी कशी असतात. हा मुद्दा ठसठशीतपणे लक्षात आणून दिलेला आहे.

३अ.४.२ नभोवाणीवरील चर्चा:

एखाद्या विवादास्पद किंवा बहुआयामी विषयावर भाषणापेक्षा चर्चा ठेवणे जास्त उपयुक्त ठरते. अर्थसंकल्प, निवडणुका, एखाद्या महत्त्वाच्या विषयासंबंधीचा कायदा, एखादी महान कलाकृती यावर भाषण ठेवण्यापेक्षा चर्चा ठेवली तर त्यात त्या त्या विषयाच्या विविध पैलूंवर प्रकाश पडतो आणि त्या विषयाला न्याय मिळतो. केवळ भाषण ठेवले तर कालमर्यादेमुळे अथवा त्या व त्याचा कल किंवा पूर्वग्रह यामुळे एखाद्याच पैलूवर जोर दिला जाण्याची शक्यता असते. त्याचप्रमाणे काही विषयच इतके व्यापक असतात की एकच व्यक्ती त्यातील सर्व मुद्द्यांचा परामर्श घेऊ शकत नाही. अशा वेळी नभोवाणीवर चर्चा ठेवण्यात येते. चर्चेचा अवधी विषयाच्या महत्त्वाप्रमाणे १५ मिनिटे ते ६० मिनिटे एवढा असतो.

चर्चेमध्ये दोन किंवा अधिक तज्ज्ञ घेण्यात येतात. जन माणसात ज्यांचे काही स्थान आहे अशा व्यक्तींनाच चर्चेत बोलावण्यात येते. त्यांची सर्वच मते सर्वांनाच पडतील असे नव्हे, परंतु त्यांच्या पांडित्याबद्दल, अभ्यासाबद्दल शंका असता कामा नये. चर्चेत भाग घेणाऱ्या तज्ज्ज्ञांव्यतिरिक्त चर्चेचे संचालन करण्यासाठी एखादा संचालक असतो. त्याची भूमिका सूत्रधाराप्रमाणे फारच महत्वाची असते. चर्चा नियोजित आराखड्याप्रमाणे चालवणे हे त्याचे

काम असते.चर्चा कोठे अडली तर ती पुढे नेणे, चर्चेचे तारू भरकटू लागले तर ते पुन्हा योग्य मार्गावर आणणे. चर्चेतून एखाद्या महत्त्वाचा मुद्दा निसटून जात नाहीना? याची काळजी घेणे किंवा चर्चेत अनावश्यक पाल्हाळ येणार नाही याचीही काळजी घेणे ही जबाबदारी संचालकाची जबादारी असते. चर्चेत खंडनमंडन करताना कटूता निर्माण होणार नाही याचीही दक्षता त्याला घ्यावी लागते. संचालन करणारी व्यक्ती ही बहुश्रुत, हजरजबाबी व प्रसंगावधानी असते. त्याला आपण 'नियामक' म्हणूया. ही व्यक्ती चर्चा-विषयातील तज्ज्ञ नसली तरी चालेल पण तिला विषयाचा आवाका माहिती असणे आवश्यक असते. सहभागी वक्त्यांचा परिचय, समाजातील त्यांचे स्थान, चर्चा विषयातील मुद्यांचा परस्परसंबंध, इत्यादी गोष्टींचे ज्ञानही संचालकांना असावे लागते. चर्चेत काही वेळा एखादीच व्यक्ती वरचेवर बोलत राहते व इतरांना संधी मिळत नाही अशावेळी संचालकाने खंबीरपणे परंतु खुबीदारपणे हस्तक्षेप करणे गरजेचे असते. चर्चेला प्रारंभ करताना चर्चा विषयाची व्याप्ती थोडक्यात सांगून, चर्चेचा आराखडा मांडण्याचे काम नियमाला करावे लागते. त्याचप्रमाणे चर्चेची वेळ संपत आली की चर्चेचा थोडक्यात आढावा घेऊन सारांश रूपाने काही प्रतिपादनही संचालकाने करावयाचे असते. चर्चेत एकाच वेळी दोघे-तिघे बोलून गोंधळ होणार नाही याचे भानही त्याने ठेवायचे असते.

श्रोत्यांना चर्चेतील वक्ते दिसत नसल्यामुळे चर्चेत कोण बोलत आहे हे संचालकाने वरचेवर स्पष्ट करावे. प्रत्येक तज्ज्ञाला बोलते करण्यापूर्वी त्याचे नाव सांगून त्याची ओळख श्रोत्यांना करून देणे आवश्यक असते.

चर्चेपूर्वी सहभागी तज्ज्ञ, संचालक व नभोवाणीवरील कार्यक्रमाधिकारी यांनी एकत्र बसून चर्चेचा आराखडा निश्चित करावा. कोणत्या तज्ज्ञाने चर्चा विषयातील कोणत्या मुद्द्यावर साधारण किती वेळ बोलायचे हे ठरवावे. त्यानुसार संचालकाने चर्चेचे नियमन करावे.

३अ.४.३ नभोवाणीवरील मुलाखत:

नभोवाणीवरील 'मुलाखती' हा एक अत्यंत महत्त्वाचा कार्यक्रम आहे. उस्फूर्त आणि जिवंत भाषा, संवादातील अनौपचारिकता, स्टुडिओ बाहेर ध्वनिमुद्रण केलेले असेल तर वेगवेगळ्या ध्वनींमुळे त्या वातावरणाची येणारी अनुभूती यामुळे साध्या भाषणाऐवजी मुलाखतीचा कार्यक्रम नेहमीच आकर्षक होतो.

मुलाखती वेगवेगळ्या प्रकारच्या असतात एखाद्या महान व्यक्तीचे व्यक्तिमत्व उलगडून दाखवणारी मुलाखत, एखाद्या व्यक्तीने मोठे यश संपादन केले असेल तर त्या व्यक्ती संबंधीची मुलाखत, एखाद्या विषयासंबंधी तज्ज्ञांद्वारे माहिती मिळवण्यासाठी घेतलेली मुलाखत, एखाद्या मोठ्या घटनेसंबंधी जनसामान्यांच्या प्रतिक्रिया अशा वेगवेगळ्या प्रकारच्या मुलाखती असतात.

मुलाखतीचे वर्गीकरण:

अ) माहितीपर मुलाखत

ब) विश्लेषणात्मक

क) भावनात्मक अशा तीन प्रकारात मुलाखतीचे वर्गीकरण करता येईल.

अ) माहितीपर मुलाखती:

माहितीपर मुलाखतींमध्ये श्रोत्यांना निव्वळ माहिती मिळावी हा उद्देश असतो. उदा. एखाद्या लष्करी मोहिमेतील घडामोडी, शहराच्या विकासाची योजना, एखाद्या कामगार संघटनेच्या अधिवेशनात झालेले ठराव, मंत्रिमंडळाच्या बैठकीत घेण्यात आलेले निर्णय अशा प्रकारच्या मुलाखती या माहितीपर मुलाखतींमध्ये येतात.

ब) विश्लेषणात्मक मुलाखती:

विश्लेषणात्मक मुलाखतीत एखाद्या घटनेविषयी किंवा मुद्याविषयी मतप्रदर्शन अपेक्षित असते. उदा. अर्थसंकल्पावर एखाद्या अर्थतज्ज्ञाची घेतलेली मुलाखत, एखाद्या महत्त्वाच्या शासकीय निर्णयाविषयी एखाद्या मंत्र्यांची मुलाखत, नवीन कायद्याविषयी एखाद्या वकिलाची मुलाखत, इत्यादींचा समावेश विश्लेषणात्मक मुलाखतीत करता येईल. या मुलाखतीचे मुख्य सूत्र म्हणजे त्यात श्रोत्याला केवळ माहिती द्यायचे नसते तर ज्याची मुलाखत घेण्यात येते त्याचीमते जाणून घ्यावयाचे असतात. या मुलाखतीमुळे सामान्य श्रोत्यांना एखाद्या महत्त्वाच्या प्रश्नावर आपले मत निश्चित करता येते. उदाहरणार्थ- गॅट करार यात आपल्या देशाने सामील व्हावे की होऊ नये. यासंबंधी दोन्ही बाजूंच्या तज्ज्ञांच्या मुलाखती घेता येतात. प्रकल्प जैतापूर अणुऊर्जा प्रकल्पाबाबत सकारात्मक/ नकारात्मक भूमिका घेता येते.

क) भावनात्मक मुलाखती:

भावनात्मक मुलाखतीद्वारे एखाद्या घटनेसंबंधी संबंधिताची उत्स्फूर्त प्रतिक्रिया व्यक्त केली जाते. एखाद्या मोठ्या अपघातात सापडलेल्या व्यक्ती किंवा त्यांचे नातलग, क्रीडास्पर्धेत किंवा परीक्षेत मोठे यश मिळवणारे व्यक्ती, निवडणुकीत विजयी झालेला उमेदवार, एखादा मोठा पुरस्कार मिळविलेला कलाकार, एखाद्या उद्योगातील दीर्घ काळ चालू असलेल्या संपातील कामगार इत्यादींच्या त्या त्या क्षणी घेतलेल्या मुलाखती, या भावनात्मक मुलाखतीमध्ये समाविष्ट होतात. अशा मुलाखतीमुळे श्रोत्यांना आपण त्या समारंभाच्या घटनेच्या ठिकाणी प्रत्यक्ष उपस्थित असून संबंधित व्यक्तीबरोबर संभाषण केल्याचा आनंद मिळतो. भालजी पेंढारकरांना दादासाहेब फाळके पुरस्कार मिळाला किंवा वि. वा. शिरवाडकर यांना ज्ञानपीठ पुरस्कार मिळाला तेव्हा ही बातमी समजता क्षणीच त्यांच्या घेतलेल्या मुलाखती किंवा सुनील गावस्करने कसोटी सामन्यांमध्ये १० हजार धावा केल्या किंवा अनिल कुंबळे यांनी एकाच डावात दहा बळी घेण्याचा विक्रम केला त्या वेळी त्यांची अथवा त्यांच्या आई-वडिलांची घेतलेली मुलाखत किंवा पुण्याजवळ फुरसुंगी येथे शालेय विद्यार्थ्यांच्या सहलीच्या बसला झालेल्या भीषण अपघातात सापडलेल्या मुलांच्या किंवा त्याच्या नातेवाईकांच्या मुलाखती. यामुळे श्रोत्यांची त्या-त्या प्रसंगात, त्या व्यक्तीच्या सुखदुःखात सहभागी होण्याची इच्छा पूर्ण होते.

नभोवाणीवरील मुलाखतीचे मार्गदर्शक तत्त्वे:

मुलाखतीद्वारा संबंधित व्यक्तीच्या स्वतःच्या शब्दात माहिती, मते किंवा प्रतिक्रिया मांडल्या जाव्यात अशी कल्पना असते. याचाच अर्थ मुलाखतकर्त्याची भूमिका दुय्यम असते. मुलाखतकर्त्याने सारखे आपलेच घोडे दामटून मुलाखतीत वर्चस्व निर्माण करता कामा नये.

त्याचप्रमाणे त्याने स्वतःची मते वक्त्यावर लादून चालत नाही किंवा वादविवादही करणे अपेक्षित नसते. आपण श्रोत्यांचे प्रतिनिधी आहोत ही गोष्ट मुलाखत घेणाऱ्याने सतत लक्षात ठेवली पाहिजे. एखाद्या विषयासंबंधी श्रोत्यांना कोणती माहिती ऐकायला आवडेल याचा अंदाज घेऊन तसे प्रश्न त्याने विचारले पाहिजेत. त्याबरोबरच एखाद्या विषयासंबंधी श्रोत्यांपर्यंत कोणती माहिती पोहोचवणे आवश्यक आहे. इस्ट आणि योग्य आहे याचाही अंदाज घेऊन तसे प्रश्न विचारले पाहिजेत. मुलाखत घेण्यापूर्वी ज्याची मुलाखत घ्यायची त्याच्याविषयी व मुलाखतीच्या विषयासंबंधी जास्तीत जास्त माहिति जमवणे आवश्यक आहे.

उस्फुर्तता हे मुलाखतीचे प्रमुख वैशिष्ट्ये व बलस्थान आहे. मुलाखत घेण्यापूर्वी त्यासंबंधी पुरेशी चर्चा करणे व मुलाखतीचा आराखडा ठरवणे आवश्यक असले तरी शब्दशः मुलाखत लिहून, नाटकातील संवाद पाठ केल्याप्रमाणे जर प्रश्नोत्तरे घडाघडा म्हणून दाखवले गेली तर मुलाखतीतील सर्व उत्स्फूर्तता म्हणजे मुलाखतीचा प्राणच निघून जातो.

मुलाखत ही स्टुडिओत घेतली जाते किंवा प्रत्यक्ष घटनास्थळीही - उदाहरणार्थ समारंभाचे ठिकाणी, क्रीडा स्पर्धेचे मैदान, अपघाताचे स्थळ, शेतात अशा ठिकाणीही घेण्यात येते.

मुलाखत घेणाऱ्याने पुरेशी पूर्वतयारी केलेली नसेल तर मुलाखतीवरील त्याची पकड सैल होऊ शकते. फार मोठी चूक अथवा गंभीर स्वरूपाचे अज्ञान असेल तर मुलाखतीचा फज्जाच उडेल, परंतु तपशिलातील बारीक चूकही घासात खडा लागावा तशी लागते.

उदाहरणार्थ:

प्रश्न: ही योजना गेल्या वर्षी हाती घेण्याचे कारण काय ?

उत्तर: ही योजना गेल्यावर्षी नव्हें ५ वर्षांपूर्वीच हाती घेण्यात आली.

किंवा

प्रश्न: वनविकास खात्याचे मंत्री म्हणून तुम्हाला . . .

उत्तर: माझ्याकडे ग्रामीण विकास खाते आहे, वन विकास खाते नाही .

मुलाखतीपूर्वी किंवा तिचा उद्देश काय याची स्पष्ट कल्पना आपल्याला हवी. त्या दृष्टीने विषयाची आणि ज्याची मुलाखत घ्यायची तिच्याविषयी अधिकाधिक माहिती मिळवावी व मुलाखतीतील मुख्य प्रश्न तयार करावेत. मुलाखतीत प्रश्नविचारणे ही देखील एक कला आहे. श्रोत्यांची ज्ञानाची पातळी लक्षात घेऊन त्याला अपेक्षित असलेली माहिती मिळवावी लागते. मुलाखतकाराला स्वतःला बरीच माहिती असली तरी त्याने आपल्या विद्वत्तेचे प्रदर्शन करायचे नसते. का, कसे, कोठे, कोणी, कधी इत्यादी विविध पैलूंवर प्रकाश पडेल असे प्रश्न विचारावेत. प्रश्नांची रचना करताना तपशीलवार उत्तर मिळेल अशी करावी. केवळ 'हो' किंवा 'नाही' असे उत्तर येईल अशी रचना अपवादात्मक प्रसंग वगळताकरणे बरोबर नाही.

प्रश्न सुटसुटीत, स्पष्ट आणि नेमके असावेत. फार लांबलचक किंवा माहिती व मतांनी भरलेली, श्रोत्यांच्या मनात गोंधळ निर्माण होईल अशी प्रश्नांची रचना करू नये. मुलाखतीचे रूपांतर चर्चेत होणार नाही. याबाबत मुलाखतकाराने सतत जागृत राहिले पाहिजे. वक्ता विषय सोडून अवांतर बोलू लागला किंवा अनावश्यक पाल्हाळ लावू लागला तर त्याला न दुखावता परंतु खंबीरपणे मुलाखत मूळ विषयावर आणणे आवश्यक असते. आपला प्रभाव दाखवण्यासाठी मुलाखतकाराने उलट तपासणी घेतल्यासारखी मुलाखत घेऊ नये. मुलाखत चालू असताना अधूनमधून "असं का", "अरे वा", "छान" अशा प्रतिक्रिया व्यक्त कराव्यात परंतु त्याचा अतिरेक होऊ देऊ नये.

काही मुलाखतकारांना मुलाखत देणाऱ्याने दिलेल्या उत्तराचे पुनरूक्ती करण्याची सवय असते. त्यामुळे मुलाखत उगाचच लांबते व कंटाळवाणी होते. अर्थात फारच महत्त्वाचा मुद्दा व तपशील असेल तर तो पुन्हा सांगायला हरकत नाही. मुलाखत देणारी व्यक्ती बुजऱ्या, संकोची, मितभाषी स्वभावाची असेल तर मुलाखतीपूर्वी अनौपचारिक गप्पा मारून तिच्या मनातील अस्वस्थता दूर करावी.

स्टुडिओबाहेर मुलाखत घ्यावयाची असेल तर ध्वनिमुद्रण जास्तीत जास्त निर्दोष, स्पष्ट कसे होईल याची काळजी घ्यावी लागते. या मुलाखतींमध्ये दरवाजावरची किंवा दूरध्वनीची घंटा, स्कूटर, मोटार किंवा विमानाचा आवाज, भांडे पडल्याचा किंवा कुत्रे भुंकण्याचा आवाज इत्यादी अनावश्यक आवाज येणार नाही इकडे लक्ष द्यावे. अर्थात, एखाद्या कारखान्यात यंत्राची घरघर किंवा गिरणीच्या पट्ट्याचा आवाज यांच्या पार्श्वभूमीवर मुलाखत घेता येते, परंतु हा आवाज संपूर्ण मुलाखतभर मागे सतत ऐकू येत असतो त्यामुळे त्याने श्रोत्यांचे चित्त विचलित होत नाही. शिवाय अशा आवाजामुळे जिवंत वातावरण डोळ्यांपुढे उभे राहते. मैदानात किंवा शेतात वगैरे ध्वनीमुद्रण केले तर वाऱ्याचा आवाज त्रासदायक होऊ शकतो हे लक्षात घ्यावे.

३अ.४.४ नभोवाणीवरील बातमीपत्रे:

बातमीपत्र हा नभोवाणीच्या प्रसारणापैकी सर्वात जास्त ऐकला जाणारा कार्यक्रम आहे. नभोवाणीची व्याप्ती कोट्यावधी लोकांपर्यंत असते. त्यामुळे या बातम्यांचा प्रभाव क्षणार्धात सर्व दूर पडू शकतो. वृत्तपत्र व चित्रवाणीयांच्या तुलनेत नभोवाणीवरील बातम्या अधिक गतिमान असतात. त्यामुळे त्यांचे महत्त्व फार मोठे आहे. नभोवाणीवरून प्रादेशिक, राष्ट्रीय, क्रीडाविषयक, व्यापार / उद्योगविषयक अशी वेगवेगळी वार्तापत्रे प्रसारित केली जातात. त्या-त्या दिवशी घडणाऱ्या घडामोडीचे नेमकी व ताजी माहिती जनतेपर्यंत पोहोचवणे हे या पत्राचे मुख्य उद्दिष्ट असते. तसेच घडणाऱ्या घटनांवर सर्वांगीण प्रकाश टाकता यावा म्हणून काही महत्त्वाच्या घटनांची समीक्षाही बातमीपत्रांच्या माध्यमातून करण्यात येते. देशातील धुरीण किंवा त्या त्या क्षेत्रातील नेते आणि सामान्य जन यांच्या मतांना प्रतिक्रियांना स्थान देणारी वैशिष्ट्यपूर्ण बातमीपत्रे ही लोकशाही रुजवण्यासाठी अधिक उपयुक्त ठरतात. या घटकात आपण अशा बातमीपत्रांचे स्वरूप, प्रकार, त्यांच्या रचनेचे आकृतिबंध लेखन व सादरीकरणाची पद्धती याबाबत माहिती घेणार आहोत.

नभोवाणीवरील बातम्या स्वरूप व वैशिष्ट्ये:

बातम्या हा नभो वाणीवरील सर्वात जास्त श्रोतृवर्ग लाभलेला वर्ग आहे. चित्रवाणीच्या उदयानंतर प्रामुख्याने बातम्या संगीत आणि हवामान अंदाज यासाठीच लोक नभोवाणी ऐकतात असा परदेशामधील अनुभव आहे. नभोवाणीची गतिमानता आणि या माध्यमांची पोहोच लक्षात घेऊनच लष्करी व राजकीय क्रांतीच्या वेळी सर्वप्रथम नभोवाणी केंद्र ताब्यात घेण्यात येते आणि त्यावरून सत्तांतराची घोषणा केली जाते.

नभोवाणीवरून प्रादेशिक, राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय अशा वेगवेगळ्या स्वरूपाची बातमीपत्रे प्रसारित केली जातात. याखेरीज क्रीडाविषयक, विज्ञानविषयक, व्यापार आणि उद्योगविषयक अशीही स्वतंत्र वार्तापत्रे असू शकतात. नभोवाणीवरून एकाच वेळी कोट्यावधी श्रोत्यांना बातमी पोहोचू शकते. शिवाय नभोवाणी हे अतिशय जलद माध्यम आहे. त्यामुळे नभोवाणीवरून सावधपणे जबाबदारी बातम्या द्याव्या लागतात.

जातीय दंगली, वेगवेगळी आंदोलने, हिंसक घटना, अपघात, नैसर्गिक आपत्ती अशाप्रसंगी लोकांचे मने हळवी, प्रक्षुद्ध झालेली असतात. त्यामुळे नभोवाणीवरून चूकीची किंवा निष्काळजीपणे बातमी प्रसारित झाली तर आगीत तेल ओतल्यासारखे होते. मात्र अशा प्रसंगामध्ये नभोवाणीवरून वस्तुस्थिती स्पष्ट करणाऱ्या खऱ्याखुऱ्या बातम्या सांगितल्या तर आफवांना आळा बसू शकतो अवकाशयानाचे उड्डाण, निवडणुकांचे निकाल याप्रसंगीही नभोवाणीवरून मुख्य बातमी तातडीने देता येते.

गतिमानता हे नभोवाणीच्या बातम्यांचे सर्वात प्रमुख वैशिष्ट्य म्हणता येईल. इतर कोणत्याही माध्यमांद्वारे नभोवाणीएवढ्या जलद गतीने, एवढ्या व्यापक जनसमूहापर्यंत बातमी पोहोचविता येत नाही.

वर्तमानपत्रात बातमी प्रसिद्ध करण्यासाठी आधी ती व्यवस्थित लिहावी लागते. नंतर तिच्यावर संपादकीय संस्कार करून अक्षर जुळणी करण्यात येते. त्यानंतर मुद्रितशोधन करून चुकांची दुरुस्ती करावी लागते. बातम्याला मथळा द्यावा लागतो. बातमीचे स्थान व आकार निश्चित करून वर्तमानपत्राचे पान लावावे लागते. अशा अनेक प्रक्रिया होऊन वर्तमानपत्राची छपाई होते. परंतु एवढ्यावरच ते संपत नाही. तर वृत्तपत्राचे घरोघर वितरण करावे लागते, तेव्हा कुठे ती बातमी वाचकापर्यंत जाऊन पोहोचते शिवाय माणूस साक्षर असेल तर तो वृत्तपत्र वाचू शकणार! आपल्या देशात निरक्षरतेचे प्रमाण फार मोठे आहे. त्यांच्यादृष्टीने वर्तमानपत्रातील बातमीचा काहीच उपयोग नाही. शिवाय वृत्तपत्र दिवसातून एकदाच प्रसिद्ध होणार, त्याची छपाई होऊन वितरण झाले की पुन्हा एकदम दुसऱ्या दिवशी ते प्रसिद्ध होणार. अगदी फारच मोठी बातमी असेल तरच वृत्तपत्राची विशेष आवृत्ती काढण्यात येते. दूरचित्रवाणीचे माध्यम त्यामानाने जलद असले तरी त्यातही एखाद्या घटनेचे चित्रण करावे लागते, नंतर ते स्टुडिओत नेऊन त्याचे संपादन करावे लागते. त्याला आवश्यक ते निवेदन जोडावे लागते. या सर्व प्रक्रियेला वेळ लागू शकतो. एखादा मोठा अपघात घडलेला असला तर नभोवाणीचा वार्ताहर त्यासंबंधीचे ठळक माहिती गोळा करून काही क्षणातच दूरध्वनीने ही बातमी कार्यालयात कळू शकतो. ती तातडीने वृत्तनिवेदकाकडे देता येते आणि तिचेप्रसारण करता येते. अनेकदा नभोवाणीवरून बातम्यांचे प्रसारण चालू असताना एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीचे निधन, निवडणुकीतील किंवा एखाद्या प्रसिद्ध

खटल्यातील निकाल, क्रिकेटच्या सामन्याची धावसंख्या, यांची ताजी बातमी ऐनवेळी हाती येते आणि ती तेवढ्याच तातडीने स्टुडिओत वृतनिवेदकाकडे पाठवून प्रसारितही करण्यात येते.

दिवंगत पंतप्रधान इंदिरा गांधीयांची हत्या झाल्यानंतर काही वेळातच बीबीसी वरून ते वृत्त देण्यात आले होते. ३० सप्टेंबर १९९३ रोजी मराठवाड्यात मोठा भूकंप झाला. भल्या पहाटे ही दुर्घटना घडली. त्यानंतर अर्ध्या पाऊण तासातच आकाशवाणीच्या दिल्ली केंद्रावरून या भूकंपाचे प्राथमिक वृत्त देण्यात आले होते. पुणे केंद्रावरील सकाळी ७.०५ च्या प्रादेशिक बातम्यांमध्ये ही बातमी प्राधान्याने सांगण्यात आली होती. जेष्ठ नेते श्री नानासाहेब गोरे यांचे पहाटे निधन झाले ती बातमीही लगेच प्रादेशिक बातम्यांमध्ये देण्यात आली होती. नभोवाणीवरून तासा-तासाने बातम्या चालूच असतात. त्यामुळे एखाद्या बातमीतील काही ताज्या घडामोडी या बातम्यांमध्ये देता येतात.

नभोवाणीची पोहोच ही देखील इतर कोणत्याही माध्यमापेक्षा जास्त असते.वृत्तपत्राचे वितरण खेडोपाडी, दुर्गम भागापर्यंत तातडीने करता येत नाही. चित्रवाणीची पोहोच वृत्तपत्रापेक्षा निश्चित जास्त आहे व हल्ली उपग्रहसंपर्क यंत्रणेमुळे अगदी खेडोपाडीही हे माध्यम पोहोचवणे सहज शक्य झाले आहे. परंतु त्यासाठी लागणारा खर्च त्याचप्रमाणे चित्रवाणी संचाची किंमत यामुळे अजूनही चित्रवाणी या माध्यमावर मर्यादा आहेत. त्यामानाने नभोवाणीचा संपर्क किती दूरवर सर्वदूर आहे हे सहज लक्षात येईल. नभोवाणी संचाची विशेषत: ट्रांजिस्टरची किंमत सर्वसामान्य माणसालाही परवडेल असे असते. शिवाय हा संचसहजपणे कुठेही बाळगता येतो. त्यामुळे शेताच्या बांधावर, बैलगाडीत, विहिरीवर, गावातील पारावर, चावडीवर, प्रवासात, हातगाडीवर, पानाच्या ठेल्यावर अशा सर्व ठिकाणी नभोवाणीचा संचार असतो. त्यामुळे नभोवाणीच्या बातम्यांचे महत्त्व विशेष आहे.

बातमीपत्राची रचना:

नभोवाणीवरील बातमीपत्र साधारणपणे १० ते १५ मिनिटांचे असते. या बातमीपत्राच्या प्रारंभी संबंधित नभोवाणी केंद्राचे नाव सांगणारी उद्घोषणा, त्यानंतर बातमीपत्राचे स्वरूप, आणि वृत्तनिवेदकाचे नाव सांगणारी उद्घोषणा देण्यात येते. उदाहरणार्थ:

आकाशवाणी पुणे - भालचंद्र जोशी प्रादेशिक बातम्या देत आहेत.

यात प्रारंभी या बातम्या कोणत्या केंद्रावरून देण्यात आहेत ते (पुणे केंद्र) व त्यानंतर बातमीपत्राचे स्वरूप (प्रादेशिक बातम्या) आणि वृत्तनिवेदकाचे नाव स्पष्ट करण्यात येते.

प्रारंभीच्या उद्घोषणेनंतर ठळक बातम्या सांगण्यात येतात. त्यामुळे श्रोत्याला महत्त्वाच्या बातम्यांचा अंदाज येतो. फार महत्त्वाची बातमी नसेल तर एखाद्याला कामानिमित्त कोठे जावयाचे असेल तर तो जाऊ शकतो.

ठळक बातम्यानंतर क्रमाने एका मागून एक ठळक बातम्या सांगण्यात येतात. बातम्यांचा क्रम त्यांच्या महत्त्वानुसार ठरविण्यात येतो. सर्वसाधारणपणे सुरुवातीला महत्त्वाच्या राजकीय स्वरूपाच्या किंवा सरकारी निर्णयासंबंधीच्या बातम्या देण्यात येतात. हल्ली

राजकारणाचे क्षेत्र हे सर्वात प्रभावी झाले आहे व लोकांनाही राजकीय घडामोडीमध्ये विशेष रस असतो. शासनाच्या निर्णयाचाही समाजातील फार मोठ्या घटकावर व कधी कधी तर संपूर्ण समाजावर प्रभाव पडतो. त्यामुळे स्वाभाविकत: या बातम्यांना अग्रक्रम दिला जातो. त्यानंतर इतर महत्त्वाच्या घडामोडी सांगण्यात येतात साधारणतः पाच मिनिटानंतर पुन्हा एकदा बातमीपत्राचे स्वरूप आणि नभोवाणी केंद्राचे नाव स्पष्ट करणारी उद्घोषणा देण्यात येते. उदाहरणार्थ- या प्रादेशिक बातम्या आकाशवाणीच्या पुणे केंद्रावरून देण्यात येत आहेत. त्यामुळे श्रोत्यांना वृत्तनिवेदकाला थोडासा विसावा मिळतो. त्याचप्रमाणे एखाद्याने उशिरा रेडिओ लावलेला असेल तर त्याला कोणत्या केंद्राच्या बातम्या चालू आहेत ते समजते.

या मध्यंतराच्या घोषणानंतर उरलेल्या बातम्या देण्यात येतात. अपघाती, गुन्हेगारी इत्यादी विषयीच्या त्याचप्रमाणे निधनाविषयीच्या बातम्या शेवटी शेवटी देण्यात येतात. अर्थात एखाद्या फार मोठ्या व प्रसिद्ध व्यक्तीचे निधन झाले तर ती बातमी मात्र सुरुवातीला देण्यात येते. बातमीपत्राच्या अगदी शेवटी तापमान, पाऊसमान यांच्या नोंदी व हवामानाचा अंदाज सांगण्यात येतो. हिवाळ्यात व उन्हाळ्यात तापमानाचे आकडे तर पावसाळ्याच्या हंगामात हवामानाचा अंदाज ऐकण्याची सर्वांनाच उत्सुकता असते. त्यानंतर पुन्हा एकदा ठळक बातम्या देण्यात येतात. एखाद्या श्रोत्यांने उशिरा रेडिओ लावला असेल तर त्याला निदान महत्त्वाच्या बातम्या संक्षिप्त स्वरूपात का होईना कळाव्यात हा त्यामागील उद्देश असतो. अगदी शेवटी समाप्तीची घोषणा करण्यात येते.

ठळक बातम्या साधारणपणे चार किंवा पाच असतात. अगदी मोजक्या शब्दांमध्ये बातमीतील गाभा त्यात सांगितला जातो. उदा - केंद्र सरकारतर्फे कर्मचाऱ्यांना ३० दिवसाच्या वेतनाएवढा बोनस देण्यात येणार आहे किंवा यंदाचा ज्ञानपीठपुरस्कार श्री भालचंद्र नेमाडे यांना जाहीर झाला आहे किंवा तिसऱ्या कसोटीसामन्यात भारताने इंग्लंडचा पाच गडी राखून पराभव केला आहे.

साधारणपणे प्रत्येक बातमी वेगवेगळ्या स्वतंत्र पानावर लिहिण्यात येते किंवा टंकलिखित करण्यात येते. वाचनाच्या दृष्टीने सोयीचे व्हावे म्हणून अक्षर स्वच्छ, मोठे काढण्याची त्याचप्रमाणे दोन ओळींमध्ये भरपूर रिकामी जागा ठेवण्याची खबरदारी घ्यावी. बातमी मोठी असेल व ती दोन-तीन पानावर लिहिलेली असेल तर प्रत्येक पानावरील शेवटचे वाक्य याच पानावर पूर्ण करावे ते अर्धवट ठेवले तर त्यांचा उर्वरित भाग पुढील पानावर लिहिला तर कदाचित वाचन करताना खंड पडण्याची शक्यता असते. छोटे कागद हाताळायला सोयीस्कर असतात, त्याचा आवाजही होत नाही. मोठे कागद वापरले तर प्रत्येक कागद एखाद्यापट्ट्यावर चिमट्याच्या साह्याने लावावा म्हणजे वाचन करताना कागदाचा फर्रफर्र असा आवाज येणार नाही.

नभोवाणीवरील बातमीपत्रे साधारणपणे १० मिनिटाचे व जास्तीत जास्त १५ मिनिटाचे असते. एका मिनिटाला १०० ते १२० शब्द असा वाचनाचा वेग असतो. याचाच अर्थ १० मिनिटाच्या वार्तापत्रात १००० ते १२०० शब्द व पंधरा मिनिटाच्या वार्तापत्रात १५०० ते १८०० शब्दांचा मजकूर जाऊ शकतो. वर्तमानपत्रातील एका रकान्यातच साधारणपणे ५०० ते ६०० शब्द सामावतात व एका पानावर असे ८ रकाने असतात. जाहिराती व

महत्वाची जागा वजा केली तरी वर्तमानपत्रांमध्ये किती मुबलक मजकूर जाऊ शकतो याची यावरून कल्पना येईल.

त्यामुळेच नभोवाणीवरील बातमीचे मुख्य सूत्र अल्पाक्षरता हे असते. वर्तमानपत्रातील बातमीत बराच तपशील देता येतो. नभोवाणीवरील बातमी साधारणपणे ४० ते ५० सेकंदामध्ये म्हणजे ८० ते १०० शब्दांमध्ये संपवावी लागते. फारच मोठे शासकीय धोरणांची, एखाद्या मोठ्याव्यक्तीच्या निधनाची, एखाद्या मोठ्या आंदोलनाची, अपघाताची अशी बातमीच २-३ किंवा क्वचित प्रसंगी ४ किंवा ५ मिनिटे देण्यात येते. नभोवाणी वरील शब्दसंख्येची मर्यादा सतत लक्षात घ्यावी लागते आणि बातमीतील अगदी महत्त्वाचे मुद्देच घ्यावे लागतात. एखाद्या सभेची बातमी असेल तर वर्तमानपत्रात व्यासपीठाची सजावट, सभेच्या ठिकाणचे वातावरण, सुरक्षाव्यवस्था इत्यादी तपशील आवश्यकते प्रमाणे देता येतात. मुख्य वक्त्याचे स्वागत कोणी केले, प्रास्ताविक कोणी केले, आभार कोणी मानले. स्वागत गीत कोणी म्हटले इत्यादी बारीक-सारीक बाबी वर्तमानपत्रातील बातमी देणे शक्य होते. नभोवाणीवरील बातमीत मात्र केवळ सभेतील वक्त्याच्या भाषणातील दोन-तीन महत्वाचे मुद्दे, सभेच्या आयोजनाचे ठिकाण, काळ, सभेचे आयोजन करण्याचे कारण, व आयोजक संस्थेचे किंवा संघटनेचे नाव एवढाच तपशील देऊन थांबावे लागते.

एखाद्या अपघाताची बातमी देताना वर्तमानपत्रांमध्ये अपघाताचे तपशीलवार वर्णन देता येते. उदाहरणार्थ - रेल्वे गाड्यांची टक्कर कशी झाली, डब्यांचे आकार कसे बदललेले होते. डब्यांमध्ये व रुळांवर कसे रक्त सांडले होते, इत्यादी देता येते. २५ ते ३० जखमी अथवा मृत असतील तर त्या सर्वांची नावे, वय, गावे असे इत्यादी तपशील देता येतो. अपघातात सापडलेल्या व्यक्तींच्या, त्याचप्रमाणे आजूबाजूच्या नागरिकांच्या प्रतिक्रिया, मुख्यमंत्री व अन्य नेत्यांच्या प्रतिक्रिया, मदत कार्याचे स्वरूप, त्यातील अडचणी, जखमी व्यक्तींवर करण्यात येणारे औषधोपचार अशा विविध प्रकारचा तपशील वर्तमानपत्रे देऊ शकतात. नभोवाणीवरून केवळ अपघाताचे स्वरूप, त्याचे कारण, मृत व जखमींची संख्या, शासन किंवा इतर संस्थांतर्फे देण्यात येणारी मदत अशा ठळक बाबींचा उल्लेख करण्यात येतो. एखाद्या महत्त्वाच्या खटल्याचा निकाल लागण्याची बातमी असेल तर नभोवाणीवरून त्या निकालातील महत्त्वाचे मुद्देच सांगता येतात. वर्तमानपत्रांमध्ये मात्र न्यायालयीन वातावरण कसे होते, निकाल ऐकल्यावर आरोपींची प्रतिक्रिया काय झाली, न्यायमूर्तींनी किती वाजून किती मिनिटांनी निकालपत्र वाचायला सुरुवात केली, हे वाचन किती वेळ चालले होते, असे सर्व छोटे-मोठे तपशील देण्यात येतात.

नभोवाणीवरील बातमी आटोपशीर व थोडक्यात सांगण्याचे आणखी एक कारण आहे. लिखित स्वरूपातील मजकुरात सूक्ष्म तपशील, आकडेवारी आणि भरगच्च माहिती असली तरी वाचक ती शांतपणे पुन्हा वाचून समजून घेऊ शकतो. पण नभोवाणीवरील बातमी ही एकदाच ऐकून श्रोत्याला समजेल अशी असावी लागते. त्यामुळे ती थोडक्यातच द्यावी लागते. फार तपशील दिला तर तो श्रोत्यांच्या लक्षात राहत नाही. याशिवाय आपण बारीकसारीक मुद्दे सांगत बसलो तर श्रोत्यांच्या स्मरणातून मुख्य मुद्दाच निसटून जाऊ शकतो. त्यामुळे नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे हे लक्षात घेऊन बातमीचे मुख्य मुद्देच घेणे योग्य ठरते.

बातम्यांची निवड:

बातमीपत्राचे स्वरूप व आपला श्रोतृवर्ग लक्षात घेऊन बातम्यांची निवड करण्यात येते. राष्ट्रीय स्वरूपाच्या बातमीपत्रात स्थानिक पातळीवरील बातम्यांना स्थान मिळू शकत नाही. तेथे केंद्र सरकारचे महत्वाचे निर्णय, पंतप्रधान व इतर मंत्र्यांच्या धोरणात्मक घोषणा, विविध राजकीय पक्षांच्या राष्ट्रीय स्तरावरील घडामोडी, देशव्यापी आंदोलन अथवा संप, एखादी मोठी हिंसक घटना, राष्ट्रीय - आंतरराष्ट्रीय पुरस्काराची घोषणा, विज्ञान, शिक्षण, व्यापार, आरोग्य, उद्योग यासंबंधीच्या संपूर्ण देशाच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या अशा घटना, इत्यादी स्वरूपाच्या बातम्या निवडण्यात येतात.

सांगली जिल्ह्यात अवर्षणामुळे पिकांची पैसेवारी कमी आली किंवा रत्नागिरी जिल्ह्यात दोघेजण पुरात वाहून गेले, महाराष्ट्र राज्य वीज मंडळाच्या नागपूर परिमंडळ नाट्यस्पर्धेत अमरावती येथील वीज केंद्राला पहिले पारितोषिक मिळाले, पुणे शहरातील एखाद्या नगरसेवकाचा हृदयविकाराने मृत्यू झाला, या किंवा अशा स्वरूपाच्या बातम्या दिल्ली केंद्रावरील राष्ट्रीय बातमीपत्रात समाविष्ट केल्या जाणार नाहीत, परंतु प्रादेशिक बातम्यांमध्ये मात्र त्यांचा समावेश होऊ शकेल. अमेरिकेच्या अध्यक्षांनी राजीनामा दिला तर ती राष्ट्रीय वार्तापत्राच्या दृष्टीने फार महत्त्वाची बातमी होऊ शकेल, परंतु प्रादेशिक बातम्याच्या दृष्टीने ही बातमी अजिबात घेता येणार नाही. देशाचे पंतप्रधान हे पुणे शहराच्या भेटीवर दिनांक १४ जून २०२२ रोजी येणार आहेत. ही बातमी पुण्याच्या प्रादेशिक बातम्याच्या दृष्टीने महत्त्वाची बातमी ठरेल. परंतु पंतप्रधान जर स्वीडनच्या दौऱ्यावर जाणार असतील तर ती बातमी केवळ राष्ट्रीय वार्तापत्रात घेण्यात येईल, प्रादेशिक बातम्यांमध्ये घेता येणार नाही.

काही वेळा क्रीडाविषयक किंवा व्यापारविषयक अशी स्वतंत्र वार्तापत्रे असतात. त्यात केवळ त्या त्या क्षेत्राशी संबंधित बातम्या दिल्या जातात. अगदी पंतप्रधानांनी राजीनामा दिलेला असला तरीही क्रीडाविषयक वार्तापत्रामध्ये ती बातमी घेता येणार नाही.

काहीवेळा एखादी बातमी राष्ट्रीय स्तरावरची असते, परंतु त्यातील एखादा भाग किंवा एखाद्या विशिष्ट प्रदेशाच्या किंवा समाजाच्या दृष्टीने विशेष आस्थेचा असतो. अशा वेळी त्या भागातील प्रादेशिक बातम्यांमध्ये बातमीचा तेवढाच पैलू सांगण्यात येतो. उदाहरणार्थ - झोपडपट्टी निर्मुलनाची १५०० कोटी रुपयांची योजना असेल तर त्यात पुणे शहरासाठी २१० कोटी रुपयांची तरतूद असेल तर पुण्याच्या प्रादेशिक बातम्यांमध्ये हाच भाग प्रामुख्याने सांगितला जाईल. एखाद्या केंद्रीय योजनेत परभणी शहराचा समावेश असेल तर औरंगाबाद केंद्रावरील प्रादेशिक बातम्यांमध्ये त्यावर भर देण्यात येईल. अर्जुन क्रीडा पुरस्काराची बातमी असेल आणि त्यात नाशिकचा किंवा रत्नागिरीचा एखादा मानकरी असेल तर प्रादेशिक बातम्यांमध्ये तेवढाच भाग ठळकपणे सांगण्यात येईल. हरियाणातील किंवा तामिळनाडूतील पुरस्कार विजेत्यांची नावे सांगण्यात येणार नाहीत.

आकाशवाणी समाचार विभाग मार्गदर्शक तत्त्वे:

अगदीअलीकडील काळापर्यंत आकाशवाणी हे माध्यम पूर्णपणे सरकारी प्रभुत्वाखाली होते. माहिती आणि प्रसारण खात्यांतर्गत हे माध्यम होते. आता 'प्रसार भारती महामंडळ' स्थापन

करण्यात आलेले आहे. तरीही आकाशवाणीच्या समाचार विभागासाठी कोणती मार्गदर्शक तत्त्वे निश्चित करण्यात आली होती हे पाहणे उपयुक्त ठरेल.

१) या बातम्यांमधून राष्ट्रीय एकात्मतेला पाठिंबा मिळावा, राष्ट्रीय स्वाभिमान व आत्मविश्वास यांचे संवर्धन व्हावे.

२) सरकारी धोरणे, कार्यक्रम आणि त्यांना मिळालेले यांची माहिती देण्यात यावी, विकास वार्तांवर भर देण्यात यावा.

३) समाजातील विविध घटकांचे प्रबोधन होईल, त्यांच्यामध्ये जागृती निर्माण होईल, त्याचप्रमाणे समाजातील अनिष्ट रूढी दूर होतील या दृष्टीने प्रयत्न केले जावेत.

४) अंध, अपंग, उपेक्षित, दलित, महिला इत्यादी घटकांच्या उन्नतीसाठी केला जाणाऱ्या प्रयत्नांना प्रसिद्धी द्यावी.

५) बातम्यांची निवड नि:पक्षपातीपणे करावी. एखादा समाजघटक अथवा धार्मिक घटकाच्या भावना दुखावतील अशी बातमी टाळावी. समाजात भय निर्माण करणारी अथवा भावना भडकवणारी बातमी टाळावी.

६) एखादी विशिष्ट व्यक्ती, संघटना अथवा व्यवसाय यांचा अनावश्यक व अवाजवी प्रसार होणार नाही याची काळजी घ्यावी.

७) व्यक्तिगत आवडी-निवडी व पूर्वग्रह टाळावेत.

८) आंतरराष्ट्रीय बातम्या देताना भारताच्या हिताला धक्का बसेल अशा बातम्या टाळाव्यात.

बातमीचे लेखन:

नभोवाणीसाठी बातमी लिहिताना नभोवाणी हे श्राव्य माध्यम आहे याचे सतत भानठेवावे लागते. त्यादृष्टीने वर्तमानपत्रातील लिखित रूपातील बातमी आणि नभोवाणीवरील बातमी यात काही महत्त्वाचे फरक राहतात. वर्तमानपत्रात बातमी लिहिताना ग्रांथिक पद्धतीने लिहिली जाते. उदाहरणार्थ - 'सिडकोतील विकासाची कामे मंजूर करण्याचे अधिकार यापुढे सिडकोलाच देण्यात येतील असे मुख्यमंत्र्यांनी आज मुंबई येथे पत्रकार परिषदेत जाहीर केले'. हेच वाक्य बोलीभाषेत कसे होईल पाहा- 'सिडकोतली विकासाची कामं मंजूर करण्याचे अधिकार यापुढे सिडकोलाच देण्यात येतील असं मुख्यमंत्र्यांनी आज मुंबई येथे पत्रकार परिषदेत जाहीर केलं'. लिहिताना आपण केले, दिले, सांगितले, मुंबईतील, येथे, तुम्हांस असे लिहितो. बोलताना हेच शब्द केलं, सांगितलं, मुंबईला, इथं केलं, तुम्हाला या स्वरूपात येतात. लिहिताना 'व' हे उभयान्वयी अव्यय सर्रास वापरले जाते. परंतु बोलताना आपण 'आणि' हेच उभयान्वयी अव्यय वापरतो. "मी व रमेश सिनेमाला गेलो होतो" असे आपण कधी म्हणत नाही. "मी आणि रमेश सिनेमाला गेलो होतो" असेच म्हणतो. शिवाय 'व' हे अव्यय ऐकताना श्रवणातून निसटून जाण्याची शक्यता असते. त्यामानाने आणि हे अव्यय खूपच ठसठशीत उच्चाराचे आहे. त्यामुळे नभोवाणीवर इतर सर्व लिखाणाप्रमाणे

बातम्यामध्येही 'व' ऐवजी 'आणि' चा वापर करावा. काही काही शब्दांचा उच्चारामध्ये साम्य असते. त्यामुळे ऐकताना श्रोत्यांचा कदाचित गोंधळ उडण्याची शक्यता असते.

उदाहरणार्थ:

१. 'भारताची धावसंख्या बिनबाद २३० झाली आहे'. असे लिहिले तर ऐकताना बिनबाद ऐवजी कदाचित 'तीन बाद'असे ऐकले जाण्याची शक्यता असते. त्यामुळे बिनबादऐवजी "एकही गडी न गमावता," 'नाबाद' असे शब्दप्रयोग करावेत.

२. बैठकीला एकूण ३०, एकूण ४०,तीस किंवा एकूण ५० प्रतिनिधी उपस्थित होते." हे वाक्य लिहीत लिखितस्वरूपात ठीक आहे, परंतु बोलताना एकूण ३० ऐवजी एकोणतीस, एकूण ४० ऐवजी एकोणचाळीस, एकूण ५० ऐवजी एकोणपन्नास असा गैरसमज होण्याची शक्यता असते. त्यामुळे एकूण ऐवजी 'एकंदर' असा शब्द वापरावा. अशी अनेक बारीक-सारीक उदाहरणे देता येतील.'

परंतु बोलीभाषेत लिहिताना शब्दस्वरूपात होणाऱ्या बदलांचे भान ठेवणे किंवा शब्दोच्चारामुळे निर्माण होणारे गैरसमज टाळणे हा नभोवाणीसाठी बातमी देताना घ्यावयाच्या काळजीचा एक भाग आहे. याही पेक्षा महत्त्वाची बाब म्हणजे नभोवाणीसाठी बातमी लिहिताना ती गोळीबंद स्वरूपात छोट्या छोट्या वाक्यांमध्ये आणि थेट भिडणारी, एकदा ऐकून पटकन समजेल अशी सुटसुटीत हवी. पसरट, पाल्हाळीक, शब्दरचना केली तर त्यातमुख्य बातमी शोधावी लागते. आणि श्राव्य माध्यमात ते शक्य नसते.

उदाहरणार्थ:

"औरंगाबाद दिनांक १४ वेळेवर निर्णय घेणे व या घेतलेल्या निर्णयाची अंमलबजावणी या संदर्भात शासनाने दाखवलेल्या गहाळपणामुळे यंदाचा बी.एड. प्रवेश हा एक चेष्टेचा विषय बनला असून शैक्षणिक वर्षाचे दुसरे सत्र सुरू झालेले असले व वार्षिक परीक्षेचे अर्ज भरण्याचे दिवस आलेले असले तरीही काही विद्यापीठांमधून प्रवेश परीक्षेचे काम अद्यापही चालू आहे. हा घोळ१९९५-१९९६ च्या शैक्षणिक वर्षात कसा काढता येईल, याबाबत चर्चा करण्यासाठी राज्यातील सर्व विद्यापीठांच्या प्रतिनिधींची बैठक शनिवार दि.१९ रोजी पुण्यात होणार आहे."

आता हीच बातमी नभोवाणीसाठी सोपी, सुटसुटीत कशी लिहिता येईल ते पाहू. यातील मुख्य बातमी 'विद्यापीठ प्रतिनिधींची बैठक पुण्यात होत आहे' ही आहे त्यामुळे ते अधिक ठोसपणे सांगणे महत्त्वाचे आहे. इतर तपशील त्यानंतर सांगता येईल. उदाहरणार्थ - यावर्षीप्रमाणे पुढल्या वर्षी बी.एड. प्रवेश प्रक्रिया रेंगाळू नये यादृष्टीने विचार करण्यासाठी राज्यातल्या सर्व विद्यापीठाच्या प्रतिनिधींची बैठक येत्या शनिवारी पुण्यात होणार आहे. यंदाच्या शैक्षणिक वर्षाचे दुसरे सत्र सुरू झालेले असले आणि वार्षिक परीक्षेचे अर्ज भरण्याचे दिवस जवळ आले असले तरीही अजूनही काही विद्यापीठांमध्ये बी.एड. प्रवेशाची प्रक्रिया पूर्ण झालेली नाही. शासकीय यंत्रणेच्या सदोष कारभारामुळे ही दिरंगाई झाल्याची टीका या क्षेत्रातल्या तज्ज्ञांनी केली आहे."

वृत्तपत्रातबातमीच्या सुरुवातीला गावाचे नाव व दिनांक याचा उल्लेख असतो. त्याला डेडलाईन म्हणतात. परंतु नभोवाणीवरील बातमीत ही सोय नसल्यामुळे गावाचा आणि काळाचा उल्लेख मुद्दाम करावा लागतो. उदाहरणार्थ वर्तमानपत्रातील ही बातमी पाहा- मुंबई, दि.१५ शासकीय कर्मचाऱ्यांना वाढीव महागाई भत्ता देण्यात येईल अशी घोषणा मुख्यमंत्री यांनी आज येथे पत्रकार परिषदेत केली. या बातमीत डेडलाईनमुळे आज म्हणजे १५ तारखेला व येथे म्हणजे मुंबईत हे वाचकाला समजू शकते. नभोवाणीवर हीच बातमी अशी द्यावी लागेल. (हे वार्तापत्र १५ तारखेचे असल्यास) “शासकीय कर्मचाऱ्यांना वाढीव महागाई भत्ता देण्यात येईल अशी घोषणामुख्यमंत्री श्री . . . यांनी केली आहे. ते आज मुंबईत एका पत्रकार परिषदेत बोलत होते. ”

लिखित बातमीत नावाची पुनरुक्ती झाली तर चालू शकते पण ऐकताना मात्र ती फारच खटकते त्यामुळे नभोवाणीसाठी बातमी लिहिताना संबंधित व्यक्तीचा उल्लेख वेगवेगळ्या तऱ्हेने करावा.

उदाहरणार्थ:

"मुंबई, दि.८ महाराष्ट्र राज्य वीज मंडळाच्या कर्मचाऱ्यांना सुधारित वेतनश्रेणी देण्याबाबत लवकरच निर्णय घेण्यात येईल असे आश्वासन ऊर्जामंत्री यांनी दिले आहे. ऊर्जामंत्री यांनी आज येथे कर्मचारी संघटनांच्या प्रतिनिधींबरोबर या प्रश्नांवर चर्चा केली. त्यानंतर वार्ताहरांशी बोलताना ऊर्जामंत्री म्हणाले की, या प्रश्नावर राज्य मंत्रिमंडळाच्या बैठकीत चर्चा करावी लागेल. ही बैठक येत्या दोन - तीन दिवसात होईल अशी माहितीही ऊर्जामंत्री यांनी दिली."

या बातमीत प्रत्येक ठिकाणी 'ऊर्जामंत्री' असा संपूर्ण उल्लेख आला आहे. त्याऐवजी कधी नुसतेच ऊर्जामंत्री, कधी नुसते नाव, तर कधी नुसते 'ते' अथवा 'त्यांनी' असा उल्लेख करून ही पुनरुक्ती टाळता येईल.

नभोवाणीसाठी बातमी लिहिताना वार्तापत्र प्रसारणाचा दिनांक लक्षात घेऊन त्यानुसार काल, आज, उद्या, परवा, पुढल्या महिन्यात, गेल्यावर्षी असे काळाचे उल्लेख करावे लागतात. समजा, वार्तापत्र प्रसारणाची तारीख १९ नोव्हेंबर आहे आणि "रिपब्लिकन पक्षाचे अधिवेशन २० नोव्हेंबरपासून सुरू होणार' अशी बातमी असेल तर, "रिपब्लिकन पक्षाचे अधिवेशन उद्यापासून सुरू होत आहे" असे लिहावे. एरवी बोलताना आपण 'आज' हा संदर्भ बिंदू ठेवून काल, उद्या, परवा, येत्या मंगळवारी, पुढल्या आठवड्यात, चालू महिना अखेरीला असे काळाचे उल्लेख करतो. नभोवाणीवरील बातमीतही काळजी घ्यावी.

लिखित बातमीत खालीलप्रमाणे, वरीलप्रमाणे असे उल्लेख केले जातात. बोलीभाषेत मात्र ‘याप्रमाणे’ किंवा ‘आधी सांगितल्याप्रमाणे’ अशी शब्दयोजना करावी.

लिखितभाषेमध्ये 'श्री अनंत नारायण पाटील, मुदगाव तालुका सिन्नर जिल्हा नाशिक यांना कृषिभूषण पुरस्कार मिळाला आहे' असे लिहिले जाते बोलीभाषेत मात्र 'नाशिक जिल्ह्यातल्या सिन्नर तालुक्यातील मुदगाव इथले श्री अनंत नारायण पाटील यांना कृषिभूषण पुरस्कार मिळाला आहे.' असा बदल करावा लागतो.

एकाच वाक्यात चार-पाच मुद्दे कोंबणेही नभोवाणीवर टाळावे. त्याऐवजी २-३ वेगळी वाक्ये करून बातमी सांगावी. उदाहरणार्थ "भारतीय निर्यातदार संघटनेची ४५ वी वार्षिक सर्वसाधारण सभा श्री नवीन चावला यांच्या अध्यक्षतेखाली १९ डिसेंबरला मुंबईत होऊन दरवर्षी उत्कृष्ट निर्यातदारांसाठी पाच पुरस्कार देण्याचा निर्णय घेण्यात आला अशी माहिती संघटनेच्या प्रवक्त्याने दिली आहे."

हीच बातमी २० तारखेच्या वार्तापत्रात सुटसुटीत स्वरूपात अशी लिहिता येईल. "भारतीय निर्यातदार संघटनेतर्फे उत्कृष्ट निर्यातदारांसाठी दरवर्षी पाच पुरस्कार देण्यात येणार आहेत. संघटनेची ४५ वी वार्षिक सर्वसाधारण सभा काल मुंबई झाली तीत हा निर्णय घेण्यात आला. श्री.नवीन चावला हे या बैठकीच्या अध्यक्षस्थानी होते. ही माहिती संघटनेच्या प्रवक्त्याने दिली आहे."

नभोवाणीवरून बातमी देताना आणखी एक काळजी घेणे महत्वाचे आहे. ती म्हणजे विशेषणांचा वापर जपून करावा. भव्य, सभा, विराट, मोर्चा, खळबळजनक विधान इत्यादी विशेषणे अगदी काळजीपूर्वक वापरावीत. ‘सहकार सम्राट, ‘शेतकऱ्यांचे मुक्तिदाते,’ ‘गाणंसम्राट,’ ‘अभिनयरत्न’, ‘लोकनेते’ अशी विशेषणेही नभोवाणीवरून सरसकट वापरली तर त्यांचे महत्त्व गांभीर्य कमी होते. ‘स्वातंत्र्यवीर सावरकर’, ‘भारतीय घटनेचे शिल्पकार डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर, ‘लोकमान्य टिळक, ‘महात्मा गांधी, ‘सेनापतीबापट,’ इत्यादी फारच महान नेत्यांची गोष्ट वेगळी परंतु एरवी मात्र विशेषणांबाबत काटकसर करणे उचित ठरेल.

एक बातमी संपून दुसरी बातमी सुरू होत आहे हे श्रोत्यांना चटकन कळेल याप्रमाणे दुसऱ्या बातमीचा प्रारंभ करावा. त्यामुळे एखाद्या बातमीचा शेवट भाषणाने झालेला असेल तर त्या पुढल्या बातमीचा प्रारंभ भाषणाच्या वाक्याने करू नये. उदाहरणार्थ - 'सामाजिक प्रगतीसाठी सर्व क्षेत्रात महिलांनी पुढाकार घ्यावा असे आवाहन त्यांनी केले.' असा एखाद्या बातमीचा शेवट असेल तर त्यापुढील बातमीचा प्रारंभ 'पुण्यात महिला औद्योगिक प्रदर्शन आयोजित करण्यात आलं असून काल त्याचे उद्घाटन उद्योगमंत्री श्री . . . यांच्या हस्ते झालं. उद्योग व्यापारातही महिलांचा सहभाग वाढविण्याच्या आवश्यकतेवर त्यांनी भर दिला.' असा करावा.

या बातमीतील उद्योगमंत्र्यांचे भाषणानं बातमीचा प्रारंभ केला तर आधीच्या बातमीबरोबर त्यांचा गोंधळ होऊ शकेल.

दोन बातम्या दरम्यान वृत्तनिवेदकाने पुरेसा अवकाश घेणेही महत्त्वाचे आहे. नभोवाणीसाठी बातम्या लिहिताना पूर्णविराम ऐवजी 'दंड' (।) सोयीचे असते कारण 'दंड' हा ठळकपणे उठून दिसतो आणि वृत्तनिवेदकाच्या लक्षात येतो.

बातमीलेखन करताना, आकडे लिहितानाही काळजी घ्यावी लागते. एकतर फार मोठे आकडे असतील तर ते गोळाबेरीज स्वरूपात द्यावेत. एखाद्या वीज उपकेंद्राच्या उभारणीला ८६ लाख ६४ हजार ९३६ रुपये एवढा खर्च आला असेल तर नभोवाणीवर हा आकडा ८६ लाख ६५ हजार रुपये असा सांगणे योग्य असते. प्रत्यक्ष लेखन करतानाही ८६, ६४, ९३६ असे लिहू नये कारण बातमीचे वाचन करताना एवढी मोठी संख्या वाचता येत नाही.

अनेक वेळा परदेशी सरकारे किंवा उद्योगांबाबत करारांच्या बातम्यांमध्ये रकमांचा उल्लेख दशलक्ष डॉलर्स किंवा पौंडामध्ये केलेला असतो. अशा बातम्यांचा अनुवाद करताना या रकमा कोटी, लाख, हजार या स्वरूपातच द्याव्यात. सामान्यपणे कोटीपर्यंतच्या संख्येची कल्पना सामान्य माणूस सहजपणे करू शकतो. त्यामुळे कोटीपर्यंतच रक्कम लिहावी. अब्ज, खर्व, निखर्व, अशा संख्या लिहू नयेत. उदाहरणार्थ एखाद्या प्रकल्पाचा खर्च आठ अब्ज ९७ कोटी ४० लाख रुपये असे न सांगता तो ८९७ कोटी ४० लाख रुपये असा सांगावा.

३अ.४.५ उद्घोषणा:

कार्यक्रमाची उद्घोषणा हा ही नभोवाणीप्रसारणाचा महत्त्वाचा भाग आहे. एखाद्या चित्राला उत्तम नक्षीदार चौकट बसवावी तसेच उत्तम कार्यक्रमाशी चांगल्या उद्घोषणाचे नाते असते. चांगली उद्घोषणा ही कार्यक्रमाविषयीचा तपशील देते व या कार्यक्रमाविषयी श्रोत्यांच्या मनात उत्सुकता निर्माण करते. एखादा आकर्षक व्यक्तिमत्त्वाचा, हसतमुख विक्रेता आपल्या सफाईदार वक्तृत्वाने गिऱ्हाईकाला आपला माल हातोहात विकतो तसा प्रभावी उद्घोषक चपखल शब्दयोजना आणि त्यांचे परिणामकारक उच्चारणयांच्या साह्याने नियोजित कार्यक्रमाविषयी श्रोत्यांची मनोभूमिका अनुकूल बनवितो. उत्तम उद्घोषकांमध्ये कल्पकता, योजकता, एकाग्रता व सहजता हे गुण असणे आवश्यक आहे.

कार्यक्रमाच्या उद्घोषणेत कार्यक्रमाचे स्वरूप स्पष्ट केले जाते. प्रसारित होणारा कार्यक्रम भाषण आहे की चर्चा, नभोनाट्य आहे का एखादी भावगीत, मुलाखत आहे का वार्तापत्र आहे हे उद्घोषणेतून स्पष्ट होते. त्याचबरोबर त्या कार्यक्रमात भाग घेणाऱ्या व्यक्तींची नावेही सांगितली जातात. मुलाखतीचा कार्यक्रम असेल तर कोणाची मुलाखत कोण घेत आहे आणि ती कशाविषयी आहे हे उद्घोषणेतून समजते. कार्यक्रमाचा उद्देशही उद्घोषकाने स्पष्ट करावयाचा असतो. समजा प्रसिद्ध क्रिकेटपटू सचिन तेंडुलकरने एखादा विश्वविक्रम केला व त्या संबंधात त्याची मुलाखत प्रसारित होणार असेल तर त्याचा उल्लेख उद्घोषणेत केला जातो. किंवा एखाद्या श्रेष्ठ साहित्यिकाला ज्ञानपीठ सारखा सर्वोच्च पुरस्कार मिळाला आहे त्यासंदर्भात त्यांची मुलाखत असेल तर उद्घोषणेत ते सांगितले जाते. त्याचबरोबर कार्यक्रमाचा निर्माता कोण आहे. कोणत्या विभागातर्फे व कोणत्या सदरात कार्यक्रम प्रसारित केला जात आहे हे सांगितले जाते. प्रमुख कार्यक्रमाच्या सुरुवातीला संबंधित केंद्राचे नाव सांगण्यात येते. याशिवाय एरवी अधूनमधून नभोवाणी केंद्राचे नाव सांगण्यात येते. त्यामुळे आपण कोणत्या केंद्राचे कार्यक्रम ऐकत आहोत ते श्रोत्यांना समजते. ही केंद्राची ओळख अतिशय आवश्यक असते. अन्यथा एखाद्या अनोळखी व्यक्तीबरोबर संवाद केल्यासारखे श्रोत्यांना वाटत राहते. प्रत्येक प्रसारणाच्या प्रारंभी नभोवाणीकेंद्राचे नाव, त्यांच्या ध्वनीलहरी, त्या दिवसाचा दिनांक, वार इत्यादी तपशील सांगणे गरजेचे असते.

उद्घोषकाने कार्यक्रमाचे जसे स्वरूप असेल त्याप्रमाणे आपल्या आवाजात बदल, फेरफार करणे अपेक्षित असते. एखादा सत्कार सोहळ्याचा- नभोवाणी वृत्तांत असेल तर त्याची उद्घोषणा आनंदी उत्साही आवाजात देणे योग्य असते परंतु आवाजातील तोच आनंदी अवखळ स्वर श्रद्धांजलीच्या कार्यक्रमात विसंगत ठरेल. त्यामुळे कार्यक्रमाचे स्वरूप कसे आहे याचे भान ठेवून त्याप्रमाणे शब्दयोजना व शब्दोच्चार करावे लागतात. आपला श्रोतृवर्ग

कोणता आहे याचे भान उद्घोषकाने ठेवणे अपेक्षित असते. लहान मुलांचा कार्यक्रम असेल तर त्यात मुलांना आवडतील, त्यांच्याशी जवळीक साधतील असे शब्द वापरावेत. उद्घोषणाही अधिक अनौपचारिक, हसत खेळत अशा स्वरूपाची करावी. उदाहरणार्थ

- **सकाळच्या पहिल्या प्रक्षेपणाच्या प्रारंभीची घोषणा:** आकाशवाणी . . . केंद्र . . . अंश . . . मीटर्स . . . अर्थात . . . किलोहर्टझवरून आमचं प्रसारण सुरू करत आहोत. आज गुरुवार भारतीय सौर दिनांक शके . . . अर्थात २०२२

- शुभप्रभात आकाशवाणी पुणे केंद्र 'नातं निसर्गाशी' या मालेत अखाद्यतेल याविषयी डॉ. परमेश्वर साळवे यांनी लिहिलेली माहिती आता ऐकू या. आकाशवाणीचे हे पुणे केंद्र आहे. प्रधानमंत्री श्री . . . यांच्या देहू भेटीवर आधारित नभोवाणी - वृत्तांत सादर करत आहोत.

- 'माहेर,' हा ग्रामीण भागातल्या महिलांसाठी कार्यक्रम आत्ताच आपण ऐकलात. आकाशवाणीचे पुणे केंद्र आहे. दुपारचा दीड वाजतोय. दिल्ली केंद्रावरून दिल्या जाणाऱ्या मराठीतून बातम्या आम्ही आता सहक्षेपित करत आहोत.

- आकाशवाणी मुंबई रात्रीचे साडेनऊ वाजले आहेत प्रसारित करत आहोत रात्र हे नभोनाट्य. लेखक - विजय तेंडुलकर, सादरकर्ते - पुरुषोत्तम जोशी.

- हे आकाशवाणीचे पुणे केंद्र आहे मंथन या कार्यक्रमात काल दिनांक . . . रोजी पुणे केंद्रातर्फे निमंत्रित श्रृत्यांकडे आयोजित परिसंवादाचा ध्वनिमुद्रित संपादित अंश आता सादर करत आहोत. या परिसंवादाचा विषय आहे "स्त्रीमुक्ती आणि राज्य शासनाचे महिला धोरण" यात सहभागी झाले होते. . . परिसंवादाचे अध्यक्षस्थानी होते सुप्रसिद्ध पत्रकार श्री. . . सुरुवातीला ऐकू यास्त्री मुक्ती चळवळीतल्या एका कार्यकर्त्या श्रीमती. . . यांचे विचार.

- आकाशवाणी पुणे नवीन केंद्रीय अर्थसंकल्प संसदेत सादर करण्यात आला. या अर्थसंकल्पाविषयी चर्चा प्रसारित करत आहोत या चर्चेत भाग घेत आहेत तर विषयक सल्लागार श्री श्री भालचंद्र खाडे, अर्थतज्ञ श्री माणिकराव साळवे आणि कृषिअर्थतज्ज्ञ डॉ बालाजी वाघमारे. चर्चेचे संचालन केलं आहे जेष्ठ पत्रक श्री प्रभाकर मसुरे यांनी.

बाह्य प्रक्षेपण:

स्टुडिओ तयार होणाऱ्या कार्यक्रमांनी नभोवाणी प्रक्षेपणाचा बव्हंशी भाग व्यापलेला असला तरी अधून मधून हस्ती धंती मनोऱ्यात अडकून पडणे ऐवजी नभोवाणीचा जनसामान्यांबरोबर थेट संपर्क येतो. समाजाबरोबर आत्मीयतेचे नाते निर्माण होण्यास या बाह्य प्रक्षेपणाची मोलाची मदत होते. एखादी मोठी जत्रा-यात्रा, पंढरपूरची वारी, एखाद्या मोठे संमेलन, अधिवेशन, महत्त्वाची क्रीडास्पर्धा, प्रदर्शन, एखाद्या मोठ्या नेत्याची सभा अशाप्रसंगी बाह्यप्रक्षेपण केले जाते.

बाह्य प्रक्षेपणाची पूर्वतयारी:

बाह्य प्रक्षेपणात नभोवाणी निर्माता हा अनेक बाबतीत परावलंबी असतो. त्यामुळे या प्रक्षेपणासंबंधी अगदी बारीक सारीक गोष्टींचे पूर्वनियोजन करणे अतिशय आवश्यक असते. सभेचे ठिकाण, त्यातील स्टेजचा आकार, उंची त्यावरील आसन व्यवस्था, मायक्रोफोनचे ठिकाण, स्टेजची सजावट, त्यामुळे निर्माण होणारे प्रश्न, लोकांच्या गर्दीचे प्रमाण, समूहाची मनस्थिती, वक्त्यांची भाषणेआणि त्यांचा श्रोत्यांवर होणारा परिणाम, घोषणा-प्रतिघोषणा, कार्यक्रम मैदानावर होणार असेल तर पावसाची शक्यता, वाऱ्याचा वेग आणि दिशा उन्हाची तीव्रता, वीज पुरवठ्याची व्यवस्था, आसपासच्या रहदारीचे आवाज इत्यादी अनेक गोष्टींचा विचार निर्मात्याला आधीच करावा लागतो. त्याप्रमाणे माणसे, यंत्रसामग्री, वाहने इत्यादींची व्यवस्था करावी लागते. त्यासाठी प्रत्यक्ष कार्यक्रमापूर्वी कार्यक्रमाच्या ठिकाणी एकदा दोनदा जाऊन पाहणी करावी लागते. महत्त्वाच्या नेत्यांची सभा वगैरे असेल तर पोलीस खात्याकडून ध्वनिमुद्रणासाठी आवश्यक परवानगी, प्रवेशिका मिळवाव्या लागतात. वीजपुरवठ्याची व्यवस्था तपासून पहावी लागते. घटना उत्तम रीतीने दिसेल अशी मोक्याची जागा हेरून ठेवावी लागते. अन्यथा मध्येच एखादा खांब किंवा फलक येऊन आपल्याला व्यासपीठावर अथवा अन्यत्र जी महत्वाची घटना घडत असेल ते दिसत नाही. बाह्य प्रक्षेपणात वीज पुरवठा खंडित होण्याची शक्यता गृहीत धरून बॅटरी - सेलवर चालणारे ध्वनिमुद्रक व इतर यंत्रे तयार ठेवावी लागतात. बऱ्याच समारंभाच्या ठिकाणी नभोवाणीसाठी वेगळी जागा नियुक्त केलेली असते. त्या जागेपासून जेथे प्रत्यक्ष भाषण वगैरे होणार आहे तेथपर्यंत वायर पुरेलकी नाही, नियोजित जागी यंत्रसामग्री सुरक्षित राहील ना, समारंभ संपल्यावर तेथून लवकर बाहेर पडता येईल ना, हेही पहावे लागते. सार्वजनिक ठिकाणी बाह्यप्रक्षेपणाच्या प्रसंगी अनेक वेळा जवळपास उपाहारगृह, स्वच्छतागृह, पिण्याचे पाणी इत्यादींची ही व्यवस्था नसते. याही बाबींचे भान ठेवून योग्यती पूर्वतयारी करावी लागते.

३अ.४.६ नभोवाणी रूपक:

आपण भाषण ऐकलेले असते. त्यामुळे आपण भाषण म्हणजेकाय असे कधी विचारीत नाही. नाटकाविषयीही असेच म्हणता येईल. कारण रंगमंचावर सादर होणारी नाटके आपण पाहिलेली असतात. पण रूपक म्हणजे काय? असे कोणी विचारले तर त्याचे उत्तर देणे अवघड आहे. कारण रुपकाबद्दल आपल्याला काहीच माहिती नसते. रूपक म्हणजे फक्त भाषण नव्हे. चर्चा नव्हे, नाटक नव्हे, कविता वाचन नव्हे, प्रत्यक्ष वर्णन नव्हे किंवा प्रत्यक्ष स्थळावर जाऊन केलेले ध्वनिमुद्रणही नव्हे. मग रूपक म्हणजे नक्की काय?

"ज्या कार्यक्रमात भाषण, मुलाखत, चर्चा, नाटक, काव्यवाचन या सर्वांचा योग्य तऱ्हेने वापर केलेला असतो त्याला 'रूपक' असे म्हणतात."

रूपक ही श्राव्य माध्यमाची देणगीच आहे. प्रसारणातील सगळ्या प्रकारच्या कार्यक्रमांचा उपयोग करून एखादी माहिती पुरविणे आणि त्यातून मनोरंजन करणे हेच या कार्यक्रमाचे वैशिष्ट्य आहे.

रूपकाचा जन्म दुसऱ्या महायुद्धाच्या काळात झाला. त्या काळात या प्रकाराचा उपयोग प्रचार करण्यासाठी केला गेला. पण युद्ध संपले आणि रूपकाचा उपयोग शांततेच्या

काळातील प्रश्नांकडे व सामाजिक प्रश्नांकडे लोकांचे लक्ष वेधण्यासाठी केला जाऊ लागला. यात सर्व प्रकारचे कार्यक्रम एकत्र असल्याने हा प्रकार अतिशय लोकप्रिय होऊ लागला. कारण ऐकताना श्रोत्याला त्यातील विविधता जाणवत असल्याने कंटाळा येत नाही.

गणतंत्र दिवस, कोणत्याही महापुरुषांची जयंती, पुण्यतिथी, ऐतिहासिक घटना, हिंसात्मक घटना किंवा विकास योजना या सर्वांवर रूपकात्मक कार्यक्रम केला जाऊ शकतो. भाषणांमध्ये सरळनिवेदन असते. पण रूपकामध्ये निवेदननाबरोबर नाट्यतत्त्व देखील असते. नाटकामध्ये फक्त नाट्य असते. रूपकामध्ये नाट्य असतेच, पण त्याच्या जोडीला सरळ निवेदन असते. रूपक वास्तवावर आधारित असते तर नाटक कल्पनेवर आधारित असते. वास्तवामुळे श्रोत्यांचे लक्ष आपल्याकडे खेचून घेण्याची ताकद 'रूपक' या प्रकारामध्ये आहे.

रूपकामध्ये मध्यवर्ती कल्पना असणे आवश्यक असते. ही कल्पना वेगवेगळ्या प्रकारामध्ये सर्व कार्यक्रम भर पसरलेली असते. रूपक यशस्वी व्हायचे असेल तर त्याच्या विषयाची निवड अत्यंत योग्य तऱ्हेने केली पाहिजे. रूपकासाठी विषयाचे कुठलेही बंधन नसते. पण जोविषय निवडला त्याची माहिती करून घ्यावी लागते. रूपकाची भाषा लयदार आणि सोपी असायला हवी. प्रसंगानुरूप भाषा ही तर पहिली आवश्यकता आहे. संगीताचा उपयोगही योग्य ठिकाणी केला पाहिजे. वातावरण निर्मिती हाच त्याच्या वापरा मागचा उद्देश असतो.

रूपकामध्ये इतिहासाला महत्त्व आहे. यात सामाजिक दृष्टी प्रमुख असून सौंदर्यदृष्टी गौण आहे. वास्तवाची प्रखर जाणीव करून देणे हे रूपकाचे वैशिष्ट्य असते. जीवनात आपण अनेक घटना पाहतो; पण त्यापैकी फारच थोड्या गोष्टी आपल्याला जाणवतात. रूपकाचा उद्देश अशा गोष्टीकडे आपले लक्ष वेधणे, त्याची जाणीव करून देणे आहे.

म्हणूनच रूपकात भाषा आणि दृष्टिकोन हे दोन्ही घटक महत्त्वाचे असतात. रूपकाची भाषा जनसामान्यांची असावी. कथन सुटसुटीत वाक्यात असावे. त्यात अतिशयोक्ती नसावी. रूपकाची निर्मिती तीन टप्प्यांतून होते. प्रथम निवडलेल्या विषयाचे संशोधन करावे लागते, मग लेखनाचे काम आणि शेवटी त्याची निर्मिती केली जाते.

रूपक निर्मिती:

रूपकासाठी लिहायचे लिखाण दोन प्रकारांनी करता येते.

१) लेखकाकडून लिहून घेतलेले लिखाण.

२) निर्मात्याने स्वतः केलेले लिखाण.

लेखकाने किंवा निर्मात्याने प्रथम योजलेल्या विषयासंबंधात संशोधन करावे. उदाहरणार्थ - 'काळाराम मंदिर प्रवेश सत्याग्रह' या विषयावर रूपक करायचे असेल तर त्यासंबंधी प्रसिद्ध झालेले लिखाण, त्या घटनेचे साक्षीदार, त्या सत्याग्रहात भाग घेतलेले सत्याग्रही यांच्याशी बोलून माहिती जमवली पाहिजे. मग त्याला हव्या असलेल्या घटनांची आणि ध्वनिमुद्रण करायच्या व्यक्तींची यादी केली पाहिजे. निवेदन वाचायला योग्य आवाजाची निवड केली पाहिजे. प्रत्यक्ष मंदिरातील कोणते आवाज उदाहरणार्थ- आरती, घंटांचा आवाज वगैरे

वातावरण निर्मितीसाठी करायचे ते ठरवावे. इतके सगळे ठरल्यावर त्याने लेखन करायला बसावे.

१) पहिली पद्धत:

या पद्धतीमध्ये दोन माणसांच्या कल्पना एकत्र येतात. लेखक त्या त्या विषयातील तज्ज्ञ असतो. त्यामुळे त्याच्याजवळ त्या विषयाच्या संबंधात खूप माहितीचा संग्रह असतो आणि निर्मात्याला आकाशवाणीच्या तंत्राची पूर्ण माहिती असते. त्यामुळे तो लेखकाची कल्पना जिवंत करू शकतो. म्हणून दोन माणसे एकत्र येऊन विचार विनिमय करू शकली तर चांगले होऊ शकते.

२) दुसरी पद्धत:

पहिल्या पद्धतीमध्ये दोघांचे एकमत होणे कठीण असते, असे काही जणांचे मत आहे. चांगला निर्माता हा चांगला लेखक देखील असू शकतो. लिहिताना त्याच्या नजरे समोर योग्य आवाज असलेली माणसे आणि त्यात वापरावयाची इफेक्ट्स, मुलाखती, वगैरे असतात.

पहिल्या पद्धतीमध्ये दोघांपैकी एकाने जरी दिरंगाई केली तरी सर्व रूपक बारगळण्याची शक्यता असते. पण दोन्ही पद्धतींमध्ये संशोधन, लेखन आणि निर्मिती या तीन टप्प्यांचा उपयोग करावाच लागतो.

रूपक यशस्वी करायचे असेल तर लिहिण्यापूर्वी ज्या विषयावर रूपक करायचे, त्या ठिकाणी प्रत्यक्ष जाऊन त्या संबंधातील व्यक्तींना भेटून आले पाहिजे. त्यामुळे तुमच्या नजरेसमोर चित्र स्पष्ट होऊ लागते आणि तुम्हाला स्फूर्ती मिळते. रूपकाचे लिखाण ही यांत्रिक पद्धतीने करण्याची गोष्ट नव्हे.

पूर्वतयारी:

अनेक प्रकारांनी आणि वेगवेगळ्या तंत्राने रूपकाची निर्मिती केली जाते. निर्मात्याला त्या सगळ्या प्रकारांची आणि तंत्रांची माहिती असणे आवश्यक आहे.

रूपकाची तंत्रे:

- प्रत्यक्ष वर्णन
- प्रत्यक्ष ठिकाणी जाऊन घेतलेल्या मुलाखती
- ते ठिकाण बघून केलेल्या नोंदी
- वास्तवाचे ध्वनिमुद्रण
- संगीत
- नाट्यमयता

या सर्व गोष्टींची माहिती करून घेतली म्हणजे मग रूपकाच्या निर्मितीची पूर्वतयारी सुरू करावी. तुमच्यावर रूपकाचे काम सोपवले की पूर्वतयारी सुरू केली पाहिजे. त्या विषयासंबंधात असलेल्या गोष्टीची माहिती करून घेणे, त्या संबंधातील व्यक्तींचा आणि साधनांचा शोध घेणे लगेच सुरू करावे. त्या संबंधातील पुस्तके, वर्तमानपत्रांची कात्रणे, वाचनालयातील ग्रंथ, गॅझेट्स, इत्यादी गोष्टींची नोंद करून ठेवावी. हे सगळे वेगाने जमण्यासारखे आहे. ज्या परिसरातील विषय असेल त्याला प्रत्यक्ष भेट देऊन यावे. 'काळाराममंदिर प्रवेश सत्याग्रहावर' रूपक करायचे असेल तर नाशिकला जाऊन काळाराममंदिराला भेट दिली पाहिजे, त्या सत्याग्रहाच्या आठवणी सांगणाऱ्या माणसांना प्रत्यक्ष भेटले पाहिजे. त्या संबंधातील लेखन जमवले पाहिजे.

मग त्याच्या नोंदी घेऊन त्यांना प्राधान्याने क्रमांक द्यावेत. पण प्रत्यक्ष ध्वनिमुद्रणाच्या वेळी यातील प्राधान्याने दिलेली क्रमांक बदलू शकतात. तुम्ही प्रत्यक्ष नाशिकला गेल्यानंतर पूर्व ध्वनिमुद्रण करून घ्या. मग रूपकाची दिशा नक्की करा. आधी दिशा निश्चित केली आणि त्या पद्धतीच्या मुलाखती, माहिती ध्वनिमुद्रित करता आली नाही तर रुपकामध्ये गोंधळ निर्माण होतो.

निर्मिती:

प्रत्यक्ष ध्वनिमुद्रण झाल्यानंतर तुमच्या मनामध्ये रूपकाचा आकृतिबंध तयार होतो. पण ते ठिकाण सोडण्यापूर्वी तुम्ही केलेले ध्वनिमुद्रण नीट झाली आहे की नाही ते तपासून पाहा. म्हणजे तुम्ही स्टुडिओत जाण्यापूर्वी:

क) तुमचा लेखनाचा कच्चा आराखडा तयार असेल.

ख) ध्वनिमुद्रणाची यादी तयार असेल.

त्यातील कोणता भाग चांगला आहे आणि जो रूपकात वापरता येईल त्यावर खुणा करून घ्या. म्हणजे जो भाग फारसा उपयोगी नाही त्यामध्ये वेळ जाणार नाही.

रूपकामध्ये संभाषण, वास्तवाचे ध्वनिमुद्रण आणि संगीत यांचा समावेश प्रामुख्याने होतो. संभाषण हेच त्यातील बराचसा भाग व्यापते. पण त्यातील ध्वनिसंकेत आणि संगीत यांचा वापर वातावरण निर्मितीसाठी करावा. निर्मिती करताना कोणत्या गोष्टीकडे लक्ष दिले पाहिजे ते पाहू.

१) ध्वनींचे नियंत्रण:

ध्वनीचे नियंत्रण हा रूपकातील अत्यंत महत्त्वाचा घटक आहे. ध्वनीच्या प्रभावामुळे तुमच्या मनातील कल्पना श्रोत्यांच्या मनावर ठसविता येतात. ध्वनीच्या वापरामध्ये फेडइन, फेडआऊट, सुपरइम्पोज, इत्यादी शब्दांचा वापर केला जातो.

२) लिखाण:

निवेदन, ध्वनसंकेत आणि संगीत यांचा पूर्ण उल्लेख असलेली हस्तलिखिते तयार करून घ्यावे. म्हणजे रूपकामध्ये कोणकोणत्या गोष्टींचा समावेश असेल हे तुम्हाला माहीत आधीच समजेल.

३) ध्वनिसंकेत:

वातावरण निर्मितीसाठी ध्वनिमुद्रित केलेले ध्वनि संकेत रूपकामध्ये योग्य प्रमाणात वापरावे, ते उगीचच इफेक्ट वापरायचे म्हणून वापरू नयेत.

४) संगीत:

संगीताचा सहभाग रूपकामध्ये फार महत्त्वाचा असतो. संगीत हे रूपकाची सुरुवात परिणामकारक करण्यासाठी, दोन प्रसंग जोडण्यासाठी, श्रोत्याला एखाद्या भावस्थितीत घेऊन जाण्यासाठी किंवा एका भावस्थितीतून दुसऱ्या भावस्थितीत जायला मदत व्हावी म्हणून संगीताचा उपयोग होतो. तसेच निवेदनाच्या मागे पार्श्वसंगीतही वापरले जाते.

५) निवेदन:

निवेदन दोन आवाजात विभागून देता येते. त्यामध्ये एक स्त्रीचा आवाज आणि एक पुरुषाचा आवाज वापरावा. एक आवाजही वापरतात. पण श्रोते आणि घटना यातील संपर्क प्रस्थापित करणारा असावा. असे निवेदन शक्यतो प्रथम पुरुषी लिहावे. संवादामधून सुद्धा निवेदन करता येते. त्यामुळे नाट्यमयता येते.

६) प्रत्यक्ष लेखन:

लेखन सोपे करावे. त्यासाठी लिहिण्यापूर्वी स्वतः ला काही प्रश्न विचारावे.

१) मी काय सांगायचा प्रयत्न करतोय ?

२) कोणत्या शब्दातून आशय चांगल्या प्रकारे व्यक्त करता येईल ?

३) आशय थोडक्यात कसा सांगता येईल.

या प्रश्नांची उत्तरे मनातल्या मनात दिली आणि मग लिहायला सुरूवात केली तर ते रूपक चांगले व्हायला मदत होते.

७) पात्रयोजना:

निवेदनासाठी योग्य आवाजाची निवड करावी. उगीचच कोणाचाही आवाज निवडू नये. पहिले वाचन सरळ करावे. त्यात अडथळा आणू नये. मग ध्वनि ग्राहकांसमोर तालीम घ्यावी. त्या वेळी शब्दांचे वजन समजावून सांगावे. त्यामागचा अर्थ समजावून सांगावा. मग तसे वाचन घ्यावे.

८) रंगीत तालीम:

नाटकाची जशी रंगीत तालीम घेतात तशी रूपकाचीही रंगीत तालीम घ्यावी. जणू ते रूपक आत्ताच ध्वनिक्षेपित होत आहे अशा पद्धतीने वाचन घ्यावे. ते ध्वनिमुद्रित करावे, मग ते निवेदकांना ऐकवावे, त्यावरून तुम्हाला निवेदनातील दोष कळतील. निवेदकाने त्या निवेदनाला व्यक्तिमत्त्व बहाल केले पाहिजे. जर निवेदक इस्ट तो आशय श्रोत्यांपर्यंत पोहचवू शकत नसेल तर निवेदक बदलावा.

रूपकाचा नमुना 'समस्यांच्या भोवऱ्यात विडी कामगार':

(विडी कामगारांच्या समस्यांवर आधारित रूपक) सुरुवात गीताने (फेडइड) करावी. बाई विड्या ग विड्या मी बांधते माझा संसार संसार हाकीते ! शुक्राची चांदणी आकाशाच्या या अंगणी पाने पुढे घेत होते रात्रीला भिजुनी थप्पी पानांची लावून ठेविते बाई विड्या ग विड्या मी बांधते (फेड आऊट)

निवेदक:

महाराष्ट्रातील नाशिक जिल्हा. नाशिक जिल्ह्यातील सिन्नर तालुका. सिन्नरच्या अनेक वैशिष्ट्यांपैकी 'सिन्नरविडी' हे एक वैशिष्ट्य. सिन्नरतालुका सतत अवर्षणग्रस्त म्हणूनही प्रसिद्ध आहे. त्यामुळे तिथला शेतकरी शेतीवर जगू शकत नाही. सहाजिकच शेतीशिवाय इतर व्यवसायात सिन्नर तालुक्यातील लोक गुंतलेले असतात. त्यांना जीवन-मरणाच्या या संघर्षात विडी उद्योगाची जगण्यासाठी मोठी मदत होते असते. आज सिन्नर तालुक्यात जवळजवळ ६ ते ७ हजार कामगार काम करतात. सिन्नरमध्ये ४ -५ मोठमोठे विडी कारखाने आहेत.

निवेदिका:

त्याचबरोबर मनेगाव, गोंदे, डुबेरे, ठाणगाव, पाडळी, लोणारवाडी, कुंदेवाडी, बारागावपिंप्री, कोनांबी, मानोरी, अशा अनेक गावांतून विडीचा व्यवसाय चालतो. या गावातील कामगार बिडीवरच आपला उदरनिर्वाह करताना दिसतात. पण या विडी व्यवसायाची सुरुवात कशी झाली याची पार्श्वभूमी सांगताना एक जुने जाणते विडी कामगार श्री. काशिनाथ गोळे सर म्हणाले-

(मुलाखत):

हा विडी धंदा १९२० सालाच्या आधीपासून या सिन्नरमध्ये उभा राहिलेला आहे. मुळात एका आंध्रप्रदेशीय तेलगू बाईने या धंद्याची सुरुवात सिन्नरमध्ये तीन चारलोक घेऊन केली. शिवाजी चौकाजवळ असलेल्या 'श्रद्धा' या बिल्डिंगमध्ये छोटेखानी स्वरूपाचा धंदा तिने सुरु केला. विडी कशी बांधायची ही कला तिने त्या ठिकाणी शिकवली आणि तिथून पुढे नंतर 'बाजे', 'भिकुसा' आणि नंतर 'बस्तीरामसारडा' अशा पद्धतीने हा धंदा वाढत वाढत सिन्नरमध्ये उभा राहिला.

प्रश्न: आता असं सांगा की, या धंद्यामध्ये पुरुष कामगारांच्या दृष्टिकोनातून कुठल्या अडचणी महत्त्वाच्या आहेत ?

उत्तर: पुरुष आणि स्त्री कामगार या दोन्हींच्या बाबतीत या धंद्यात विशेष फरक पडत नाही. या धंद्यात १६ ते १८ तासांइतकी दीर्घकालीन बैठक लागते. त्यामुळे या धंद्यातील कामगार हा टी.बी., छातीचे विकार, स्त्रियांच्या बाबतीत बाळंतपणाचे विकार आणि दृष्टिदोष यांचा शिकार होतो. या सर्व बाबींचा परिणाम म्हणून पुरुष कामगारांची या धंद्यात पीछेहाट दिसून येते. सततच्या दुष्काळी परिस्थितीमुळे शेती धंद्यातील स्त्रिया

आज या धंद्याकडे आलेल्या आहेत. कमीत कमी कायम स्वरूपाची मजूरी देण्याचे कसब या धंद्यात आहे.

प्रश्न: विडीधंद्याला काहीतरी पर्याय निर्माण झाला म्हणजे त्याकडे वळता येईल असे काही उद्योगधंदे कुटीर उद्योग सिन्नरमध्ये आहेत का ?

उत्तर: या धंद्यातील कामगार इतर धंद्यात उभाच राहू शकत नाही. कारण त्याची शारीरिक अपात्रता. त्याला सरकारचे साहाय्य नाही, कोणत्याही प्रकारचे प्रोटेक्शन नाही. संरक्षण नाही त्यामुळे तो नवीन प्रयोग करून पाहू शकत नाही.

निवेदक:

अशाप्रकारे चार-पाच माणसांपासून सुरू झालेल्या या व्यवसायात, आता या तालुक्यात पाच - सहा हजार कामगार गुंतलेले आहेत. या उद्योगात विडी कामगार, तराईवाले, लेबल कामगार, भट्टीवर काम करणारे कामगार असे विविध गट काम करीत असतात. यात सर्वात महत्त्वाचा घटक म्हणजे कच्चा माल तयार करणारे विडी कामगार. या कामगारांची संख्या या धंद्यात मोठी आहे. तसेच त्यांचे प्रश्नही अनेक आहेत. विडी धंद्यात मिळणारी मजुरी ही अत्यंत तुटपुंजी आहे. बारा तास बिडी कामगाराला काम करावं लागतं आणि त्या बदल्यात एक रुपया तासही मजुरी त्यांच्या पदरात पडत नाही. इतकं कमी वेतन मिळणारा व्यवसाय असल्याने यातील पुरुष कामगारांची संख्या कमी होत चालली आहे आणि स्त्री कामगारांची संख्या मात्र भरपूर आहे. त्यांच्या पैकी काही स्त्री कामगारांशी आम्ही बोललो. ह्या आहेत श्रीमती इंदुबाई जाधव.

प्रश्न: तुम्ही किती वर्षापासून विडी वळायचा धंदा करत आहात?

उत्तर: ३० ते ३५ वरसं झाली.

प्रश्न: तुम्ही इतकी वर्षे या व्यवसायात असल्यानं कामगारांच्या अडचणींची तुम्हाला जाणीव आहे. तर त्या अडचणी कोणत्या?

उत्तर: आरोग्याच्या दृष्टीने आम्हाला फार अडचणी येतात. कारण की हा विडीधंदा करताना पाठीचे आजार होतात. क्षय, कंबरदुखी इत्यादी आजार होतात. आमची मुलं नेहमी तंबाखूमध्ये लोळतात. पण त्यांना कुठलाच सकस आहार किंवा दूध कधीच मिळत नाही. आम्ही त्यांना चहा पाजतो. म्हणून सरकारनं आमच्या मुलांना दूध मिळेल अशी सोय करावी.

प्रश्न: पगार किती पडतो?

उत्तर: सध्या एक हजार विडीला १२ रुपये ४५ पैसे मिळतात. हे वाढवून मिळण्यासाठी आम्ही मोर्चे वगैरे काढले. कमिटीनं. तो अहवाल सरकारला सादर केलाय. “पण सरकारनं त्यांचं नोटिफिकेशन काढलेलं नाही. हुकुम काढलेला नाही”.

प्रश्न: विडी कामगार महिलांचे शिक्षण काय असतं?

उत्तर: १ली, २री, फार तर ४ थी पर्यंत, अशिक्षित वर्ग फार आहे. जास्त शिक्षण नाही. पैसा पुरत नाही खायला तर शिक्षण कसे घ्यावं? आता जरी आमची मुलं शिकतात. पण आमच्या मुलांना पाहिजे ते साहित्य, शालेय साहित्य मिळत नाही.

प्रश्न: तुम्हाला यापुढे उद्योगात सुट्टी वगैरे मिळते का?

उत्तर: सुट्टी मिळत नाही. ते आम्हांला १ हजार विडीला १३ रुपये ४५ पैसे देतात.अशी एकूण बेरीज करतात वर्षाची. त्यावर ते आम्हाला सव्वा आठ टक्के बोनस आणि ५ रुपये सुट्टीचे म्हणून असे तेरा ते सव्वा तेरा रुपये हिशोबानं देतात. मगत्यांचं त्यांनाच माहित की सुट्टी कशा पद्धतीने देतात ते.

प्रश्न: तुम्ही आजारी वगैरे पडला तर?

उत्तर: आम्ही आमच्या पदर खर्चानी नीट होतो. आम्हाला कुठलीच सवलत मिळत नाही.

निवेदक:

या आहेत पुष्पा फकिरा.

प्रश्न: तुमचा मुलगा लहान दिसतोय. त्याला कसं काय सांभाळता?

उत्तर: संगं घेऊन जातो. कारखान्यात आलं म्हणजे झोळी बांधायची. रडायला लागलं म्हणजे खाली काढायचं किंवा पायाला दोरी बांधून एकीकडे झोका द्यायचा आणि हातानं दुसरीकडे विड्या वळायच्या.

निवेदिका:

तर या आहेत वयोवृद्ध स्त्री कामगार श्रीमती सत्यभामा शंकर वाजे.

प्रश्न: विड्या बांधायला तुम्ही किती वर्षापासून सुरुवात केली?

उत्तर: ३० ते ३५ वर्षे झाली.

प्रश्न: तुम्हाला मुलंबाळं किती?

उत्तर: मला मूलबाळ काहीच नाही.

प्रश्न: बरं तुमचे मालक काय करतात? काही नाही घरी बसून आहेत. सगळ्या संसाराचा भार माझ्यावरच आहे.

प्रश्न: सरकारने किंवा विडी उद्योजकांनी काय केलं पाहिजे असं तुम्हाला वाटतं?

उत्तर: सरकारने काय करायला पाहिजे? जसं आता तुम्हा कर्मचाऱ्यांना मोबदला देतात तसा मोबदला द्यायला पाहिजे. मला मूलबाळ नाही. माझं ६२-६३ वय झालं. मला अजिबात दोरा दिसत नाही. विड्या वळता येत नाहीत. तेव्हा मी काय करायचं आणि काय खायचं. अशांची त्यांनी सोय करायला पाहिजे. माझी सध्या इतकी अडचण आहे. माझा नवरा दोन्ही डोळ्यांच्या ऑपरेशन होऊन आंधळा घरात बसला आहे.

आमची परिस्थिती इतकी बिकट आहे की, मी एक टाईम खाते नि एक टाईम उपाशी राहते.

निवेदक:

कामगारांसाठी इथे एक हॉस्पिटल आहे त्या हॉस्पिटल मधील डॉक्टर श्री उपेन्द्र जांबरे यांच्याशी आम्ही त्या संबंधात बोललो तेव्हा ते म्हणाले- (डॉक्टर जांबरे यांची मुलाखत)

डॉक्टर:

अस्पताल मे जो भी मरिज जाते है उनमे से जो भी बिमारी रहती है उससे संबंधित उनको गोलियाँ, दवाई, इंजेक्शन दिया जाता है।विडी कामगार जितने भी लोग है ये अधिक तर एक तो ट्यूबरक्युलैसिस, अस्थमा, कमर का दर्द और विकनेस ये ज्यादा होता है। इनमें इनके बच्चे साथ मे रहते है तो इनको टोबॅको इनहेलेन की तकलीफ होती है। खूनकी कमी तो हमेशा रहती है। क्योंकी उनको खाना पूरा नही मिलता, जो खाते हैडायजेस्ट नही हो पाता है।

निवेदिका:

सुरुवातीला विडी कामगार संघटित नव्हता. पण नंतर तो संघटित होऊ लागला. आपल्या प्रश्नांबद्दल भांडू लागला. विडी कामगारांच्या समस्यांची तीव्रता कामगारांचे नेते श्रीयुत बहिरू लक्ष्मण खताळ यांच्याशी आम्ही बोललो त्यावेळी आम्हाला जाणवली.

खताळ:

मी पहिले बिडी कामगार होतो आणि विडी कामगार हा संघटित झाला पाहिजे असं मला वाटतं. नंतर संघटनेत सहभागी झालो. संघटितरीत्या कामगारांच्या समस्या सोडवण्याचा आम्ही प्रयत्न करत केला आणि करतो आहोत. विडी धंद्यात एकतर वेतनाचा प्रश्न फार मोठा आहे. या कामगारांची मागणी आहे की, देशपातळीवर वेतन एक असावं आणि ते वेतन महागाईशी निगडित असावं. ते सध्या काही मिळत नाही.

निवेदक:

विडी कामगारांच्या अनेक प्रश्नांपैकी एक प्रश्न आहे त्यांच्या मुलांच्या शिक्षणाचा.

खताळ:

तो प्रश्न थोड्याफार प्रमाणात सोडवायचा प्रयत्न चालू आहे. येथील कारखानदारांनी वेल्फेअर स्किममधून सिन्नर तालुक्यात कामगारांच्या मुलांसाठी बालवाड्या चालविल्या आहेत.

निवेदिका:

प्रौढ कामगारांनाही शिक्षित करण्याचा प्रयत्न सुरू आहे. पुढची पिढी मात्र शिक्षणाकडे आकर्षिली गेलेली आहे. विडी कामगारांची मुलं विडी उद्योगाकडे वळायला तयार नाहीत. ती शिकून इतर उद्योगाकडे जाऊ लागली आहेत.

निवेदक:

या सगळ्या प्रश्नांची उत्तरं कारखान्यांच्या मालक वर्गाने द्यावीत अशी कुणीही अपेक्षा करील. मालक वर्गाच्याही काही समस्या आहेत. आपल्या आणि कामगारांच्या समस्याविषयी बोलताना श्रीयुत राधाकिशन चांडक.

श्री. चांडक:

"मजुरी कमी भेटते हे तर मनाला पटतंच आहे. जो यावर अवलंबून आहे त्याच्यासाठी परिस्थिती खरंच अवघड आहे. पण आता एक दीड महिन्यातच पुन्हा २० टक्के मजुरीत वाढ होते."

प्रश्न: स्वास्थ्यविषय त्यांच्या ज्या गरजा आहेत त्या पुऱ्या होत नाहीत. असं त्यांचं म्हणणं आहे ते खर आहे का ?

उत्तर: गव्हर्मेंटनी हे सर्व करायला हवे. कारण ते आमच्याकडून विडीवर स्पेशलटॅक्स घेतात आणि त्यातून कामगारांना घर, हॉस्पिटल या सोयी देणं अशी योजना आहे. तो अब्जावधी रुपयांचा खजिना सरकारजवळ पडलाय. त्याचा वापर पूर्ण होतनाही म्हणून ही अवस्था आहे.

प्रश्न: विडी कारखानदारांचे कुठले प्रश्न आहेत ?

उत्तर: प्रश्न अनंत आहेत. उदाहरणार्थ पानपुडा मिळण्याचा प्रश्न, टोबॅको बोर्डचं संकट, इत्यादी. आतापर्यंत आम्हाला भरपूर क्रेडिटवर तंबाखू माल मिळत होता. तो पैसा आम्ही पानांसाठी वापरायचो. त्यातून पैसा मोकळा झाला की तंबाखूवाल्याला द्यायचो. आता प्रत्येक ठिकाणी कॅश द्यायची म्हटल्यावर परिस्थिती फारच बिकट होणार आहे.

निवेदिका:

कामगारांची मुलं या धंद्याकडे वळायला तयार नाहीत. तसेच मालकांची मुलेही या धंद्यात यायला तयार नाहीत. असं असताना सांगताना श्रीयुत प्रकाश वाजे म्हणाले,

श्री. प्रकाश वाजे:

धंद्याची परिस्थिती फारच बिकट आहे. या परिसरातले काही कारखाने बंद पडले आहेत. काही बंद पडायच्या मार्गावर आहेत. आमची मुलंही या धंद्याकडे यायला तयार नाहीत. कारण या धंद्याला भवितव्यच नाही. किमान वेतन कमी दिलंजातं अशी कुठल्याच कामगारांची तक्रार नाही पण हे वेतन त्यांना सध्याच्या महागाईमुळे कमी पडते हे खरंच. पण आता त्यांना महागाई निर्देशांकाप्रमाणे वेतन मिळणार आहे. आरोग्याचा प्रश्न आहे. त्यासाठी सोयी उपलब्ध करून देणं ही सरकारची जबाबदारी आहे. यात मालकाचा काही संबंध नाही.

निवेदक:

हे सर्व ऐकल्यावर कोणीही संवेदनशील माणूस अस्वस्थ होईल. या कामगारांच्या समस्या सुटल्या पाहिजेच असं मनोमन कोणालाही वाटेल. (गीत फेडइन) नळ आला गेला ठेवी भांडे

मी भरून भाजी न भाकर घेते घाईनं जेवून थप्पी गोनी ग घेऊन निघते बाई विड्या ग विड्या मी बांधते.

३अ.४.७ नभोनाट्य:

जीवन हे नाट्यपूर्ण घटनांनी भरलेले आहे. त्यात दररोज अनेक नाट्यपूर्ण घटना घडतात. 'नाटक' या कला प्रकाराची माणसाचा अनेक शतकांपासून संबंध आहे. पण विसाव्या शतकामध्ये मानवाने विज्ञानामध्ये झेप घेतली. अनेक अशक्य वाटणाऱ्या गोष्टी शक्य करून दाखविल्या. विसाव्या शतकाची उपलब्धी म्हणून दोन गोष्टीचा उल्लेख करावा लागेल. त्या अशा :

१) चित्रपटासाठी लेखन

२) नभोनाट्य लेखन

चित्रपटाचा आणि रेडिओचा शोध लागण्यापूर्वी रंगमंचासाठी नाटके लिहिली जात असत. पण विज्ञानाच्या कक्षा रुंदावल्या. चित्रपट आणि नभोनाट्य ही दोनमाध्यमे प्रतिभावंतांना आव्हान देऊ लागली.

चित्रपटासाठी लेखन (स्क्रीन प्ले) रंगमंचासाठी लेखन (स्टेज प्ले) आणि नभोनाट्य लेखन (रेडिओप्ले) या तीन कला प्रकारांची तंत्रे वेगवेगळी आहेत. चित्रपटासाठी लेखन करताना ध्वनिसंकेत (साऊंड इफेक्टस्) संगीत, चेहऱ्यावरील हावभाव, हालचाली, वेशभूषा, निसर्ग दृश्य, प्रकाश योजना आणि फर्निचर इत्यादी घटकांची मदत होते. त्याशिवाय अनेक पात्रांचा त्यात समावेश करता येतो. कलावंतांची मूक हालचाल, मूक अभिनयही प्रेक्षकांना बांधून ठेवू शकतो. सेटमध्ये कितीही वेळा बदल करता येतात. ट्रिक फोटोग्राफी (Trick Photography), रंगीतफोटोग्राफी (Colour Photography) आणि समीप अदृश्य (Clouse - up) या गोष्टीही चित्रपटासाठी लेखन करणाऱ्यांच्या मदतीला येतात. चित्रपटासाठी लिहिणाऱ्या लेखकालाही यातील बरेच घटक उपयोगी पडतात. पण नभोनाट्य लिहिणाऱ्या लेखकाला फक्त तीन घटकच उपयोगी पडतात. ते म्हणजे –

१) संवाद

२) ध्वनिसंकेत आणि

३)संगीत त्यामुळे त्याची जबाबदारी वाढते.

कादंबरीलेखन, कथालेखनयापेक्षा नभोनाट्य लेखन हे अगदी वेगळे तंत्र आहे. नभोनाट्य साधारणपणे ३० मिनिटांचे असते. क्वचित ते ६० मिनिटे किंवा त्यापेक्षा जास्त असते. त्यामुळे त्यावर वेळेचे बंधन पडते. म्हणून नभोनाट्याची बांधणी सैल असून चालत नाही. एखाद्या कादंबरीकाराने - कथाकाराने एखादा प्रसंग खुलविताना थोडाफार पाल्हाळ लिहिलेला चालतो. पण नभोनाट्य लिहिताना लेखकाला त्या त्या प्रसंगावर पूर्ण ताबा ठेवून, मोजक्या शब्दांत तो प्रसंग उभा करावा लागतो. त्याला शब्दांची उधळण करून चालत नाही. त्याच्या मदतीला इतर कोणतेही घटक येत नाहीत. तसेच त्यांच्या वाट्याला वेळही कमी आलेला असतो. त्याला त्याच्या पात्राचे स्वभाव दर्शन एका फटक्यात करावे लागते.

नभोनाट्य लिहिणाऱ्या लेखकाला उत्कृष्ट संवाद लिहिता आले पाहिजेत. हे संवाद सहज समजले पाहिजेत. इतके ते सोपे असावेत आणि उच्चारण्यासाठी त्यात एक लय असावी, साहित्यिक उतारे कादंबरीत शोभून दिसतात. पण ते उतारे जसेच्या तसे नभोनाट्यात वापरलेतर ध्वनिग्राहकासमोर (Microphone) ते सादर करणे कलावंताला अवघड जाते. नभोनाट्यात अनावश्यक वाक्य असू नयेत. जी वाक्ये कथानक पुढे सरकवीत नाहीत किंवा चरित्र चित्रणाला ही मदत करीत नाहीत ती वाक्ये टाळावी लागतात. संवाद एकाच वेळी चरित्र चित्रण करणारे, वास्तवाचे दर्शन घडविणारे आणि कथानकालापुढे घेऊन जाणारे असावेत.

नभोनाट्यात पात्रांची संख्या जास्त असू नये. जास्त आवाज हेच श्रोत्यांवर ताण निर्माण करतात. आवाजांमधील फरकांमुळे श्रोत्याला पात्रांची ओळख पटते. म्हणून आवाजातील फरक जाणवेल असे संवाद लिहावेत. निरनिराळ्या आवाजातील फरकांचा (Voice Contrast) उपयोग करून घेणे हेच नभोनाट्याच्या यशाचे गमक आहे. त्यामुळे श्रोत्याला निरनिराळ्या पात्रातील फरक चटकन जाणवतो. स्त्री पात्रांची योजना कमीत कमी असावी कारण स्त्रियांच्या आवाजात फारसा फरक आढळत नाही. त्यामुळे एकाच नभोनाट्यात अनेक स्त्री - पात्रे असतील तर श्रोत्याला नक्की कोण बोलते आहे हे कळायला जड जाते आणि मग रसभंग होतो. श्रोता रेडिओपासून दूर जातो. हे सर्व लक्षात घेऊन चांगल्या नभोनाट्याचे स्वरूप आणि रचनातंत्र कोणते असते, हे येथे समजावून घेणार आहोत.

नभोनाट्य आणि श्रोता:

नभोनाट्याच्या यशामध्ये श्रोत्यांचा सहभाग हा फार महत्त्वाचा घटक आहे. नभोनाट्य हे घरामध्ये बसून ऐकले जाते. त्यामुळे रंगमंचावरील नाटक बघणारा प्रेक्षक किंवा चित्रपटगृहात जाऊन चित्रपट बघणारा प्रेक्षक ज्या पद्धतीने त्या कलांचा आस्वाद घेईल तशी अपेक्षा नभोनाट्याच्या श्रोत्यांकडून बाळगतायेत नाही. चित्रपटाच्या किंवा नाटकाच्या प्रेक्षकांचे चित्त एकाग्र झालेले असते. त्यामुळे त्यातील शांततादेखील त्यांच्या मनावर परिणाम करते. सामुहिक अनुभव घेण्यासाठी लोक तिथे आलेले असतात. पण नभोनाट्याचा श्रोता तसे काही ठरवून नभोनाट्य ऐकायला बसत नाही. तो सहज रेडिओ लावून बघतो. जर नभोनाट्य पहिल्या काही मिनिटांतच पकड घेणारे असेल तर तो पुढे ऐकतो; नाहीतर रेडिओ बंद करतो. त्यासाठी त्याने पैसे खर्च केलेले नसतात. त्यातही घरातील प्रत्येकाची आवड निवड वेगवेगळी असते. म्हणून पहिल्या क्षणापासून श्रोत्यांचे अवधान टिकून राहील असा प्रयत्न करावा लागतो. नभोनाट्यांचा श्रोता गटागटाने नभोनाट्य ऐकतो. कधी तो एकटा असतो, तर कधी घरातील पाच - सात जण एकत्र बसून नभोनाट्य ऐकतात. वेगवेगळ्या वयोगटाचे, वेगवेगळ्या आवडी-निवडीचे श्रोते एका ठिकाणी बसून नभोनाट्य ऐकतात. म्हणून पहिल्या क्षणापासून श्रोत्यांचे अवधान टिकून राहील असा प्रयत्न करावा लागतो. किचकट कथानक आणि खूप पात्र असलेले नभोनाट्य नक्कीच अयशस्वी होते.

नभोनाट्यलेखन: तंत्र आणि मंत्र:

यशस्वी नभोनाट्य लेखनाचे तंत्र आत्मसात करायचे असेल तर काय करावे? असा प्रश्न तुमच्या मनात उभा राहिला असेल. आपण मागे पाहिल्याप्रमाणे पहिल्या क्षणापासून श्रोत्यांचे अवधान टिकून राहील असा प्रयत्न नभोनाट्य लेखकाला करावा लागतो.

नभोनाट्यातील पहिली पाच मिनिटे अत्यंत अवघड आणि परीक्षा पाहणारी असतात. जर पहिल्या काही मिनिटातच नभोनाट्याने श्रोत्यांचे लक्ष वेधून घेतले नाही तर रेडिओ बंद करण्यापासून आपण त्याला परावृत्त करू शकत नाही. ही पहिली परीक्षा आपण उत्तीर्ण झालो तरी पुढे ही ठेचाळून चालत नाही. शेवटपर्यंत श्रोत्यांचे लक्ष लागून राहावे हेच नभोनाट्याचे यश आहे. हे यश संपादन करण्यासाठी नभोनाट्याची बांधणी कशी करावी हे आपल्याला समजून घ्यावे लागते. नभोनाट्याची बांधणी करताना मध्यवर्ती कल्पना, कथा, पात्रांचे स्वभाव रेखाटन, संवाद, ध्वनिसंकेत आणि संगीत यांचा वापर कसा करावा हे आपण क्रमाने जाणून घेऊ.

मध्यवर्ती कल्पना:

नभोनाट्याची मध्यवर्ती कल्पना म्हणजे संपूर्ण कथा नव्हे ही गोष्ट लक्षात ठेवायला हवी. मध्यवर्ती कल्पना एका ओळीत सांगता यायला हवी. उदाहरणार्थ, 'कोंडी' या नाटकाचे आपण नभोनाट्य रूपांतर करणार आहोत. तर त्याची मध्यवर्ती कल्पना कोणती सांगता येईल? तर ती अशी सांगता येईल की, 'जो माणूस संघर्ष करायला एकटा उभा राहतो, त्याला जगातील कोणतीही शक्ती विरोध करू शकत नाही.' ही झाली मध्यवर्ती कल्पना. अशी मध्यवर्ती कल्पना ठरली की मग कथानकाकडे वळता येते.

अ) कथानक:

मध्यवर्ती कल्पनेच्या अनुषंगाने घटनाक्रम ठरवून, पात्रयोजना ठरवून एक कथानक तयार करावे लागते. नभोनाट्याला वेळेची मर्यादा असल्याने कथानकाचा अनावश्यक विस्तार टाळावा लागतो, नभोनाट्याचे कथानक विकसित करताना सुरूवात, मध्य आणि अंत या तीन भागांत त्याचा विचार करावा लागतो. नभोनाट्याची सुरुवातही आकर्षक करावी. कारण सुरुवात ऐकूनच श्रोता नभोनाट्य ऐकायचे की नाही हे ठरवतो. म्हणून सुरुवात कंटाळवाणी असू नये, त्यात गती असावी. पुढील घटनांनी लगेच वेग घ्यावा. उगीच सुरुवातीच्या प्रसंगावरच नभोनाट्य रेंगाळू नये. सुरुवात आकर्षक करण्यासाठी लेखकाने संगीत, ध्वनिसंकेत आणि संवाद यांची मदत घ्यावी.

विजय तेंडुलकरांच्या 'रात्र' या नभोनाट्याची सुरुवात पाहू या.

(रातकिड्यांचा आवाज. लांबवर मोटारीचा कर्णा वाजत जातो. रातकिड्यांचा आवाज पुन्हा चालू. काही अंतरावरुन एका पुरुषाच्या बुटाचा आवाज ऐकू येऊ लागतो. पुरुष चालतो आहे. दूरवर वातावरणात आगगाडीच्या कोळशाच्या इंजिनाची कर्कश शिटी विरते. पुन्हा रातकिड्यांचा आवाज, बुटांचा आवाज, तोंडानेशीळ घालण्याचाकिंचित प्रयत्न. बेसूर पुन्हा चालण्याचा बुटांचा आवाज) साहेब. . . (कुठूनतरी अस्पष्ट हाक अगदी हलकी, बुटांचा आवाज थबकतो. क्षणभरात पुन्हा सुरु होतो.) साहेब . . . (आवाज स्त्रीचा. बुटाचा आवाज पुन्हा थांबतो. चालणारा माणूस वळला आहे. पाहतो आहे. तितकी स्तब्धता) (घोगरा पुरुषी प्रश्न) कोण आहे ? (उत्तर येत नाही) कोण आहे ते? (स्तब्धता. बांगड्यांचा पुसट आवाज)

आताही सुरुवात ऐकली की, कुणाचीही उत्सुकता ताणली जाईल. येथे ध्वनिसंकेतातून गुढ वातावरण उभे केले आहे आणि छोट्या छोट्या प्रश्नांतून श्रोत्यांची उत्सुकता वाढेल, असा यशस्वी प्रयत्न केला आहे.

त्यानंतर कथानक पुढे सरकायला हवे. नभोनाट्याची ' सुरुवात' आणि 'शेवट ' ही दोन टोके अत्यंत महत्त्वाची असतात. या दोन्हींचा योग्य रीतीने मेळ घालणे हे अत्यंत कठीण काम असते. त्यामुळे कथानकाचा विकास करताना याचे भान ठेवावे लागते. आपण नेहमी पाहतो की, एखाद्या नभोनाट्याची सुरुवात अत्यंत आकर्षक पद्धतीने असते. पण त्याचा विकास नीट न झाल्याने श्रोत्यांची उत्सुकता ते शेवटपर्यंत टिकवून धरू शकत नाही म्हणून कथानक 'मध्याकडे' प्रवास करीत असताना त्यात संघर्ष हवा आणि गतिमानता हवी. कथानकाचा पात्रे विकास संघर्षातूनच झाला पाहिजे. कारण संघर्ष या नाटकाचा प्राण आहे. तसेच त्यात गतिमानता हवी. नभोनाट्यात 'गती' येण्यासाठी छोट्या-छोट्या प्रसंगाचे आयोजन करावे लागते.

नभोनाट्याचा शेवटही अत्यंत चांगला व्हावा लागतो. नभोनाट्य शेवटाकडे जाताना त्याचा उद्देश स्पष्ट होत गेला पाहिजे. कथानकाचा शेवट सुखांन्त असो की दुखान्तपण तो निश्चित करून सुरुवातीपासून त्याकडे प्रवास झाला पाहिजे. म्हणून नभोनाट्याचा शेवट आधी ठरवून घ्यावा. म्हणजे त्यातील पात्रांचे रेखाटन करताना सोयीचे जाते. शेवटाच्या अनुषंगाने चरित्र-चित्रण व्हायला हवे आणि त्याप्रमाणे घटनासुद्धा घडत जायला हव्यात. समस्येची उकल शेवटी व्हावी. पण शेवट सूचक असावा. शेवटी उगीचच उपदेश करू नये. कथानक विकसित करताना काही मुद्दे लक्षात ठेवावेत. ते असे -

१) कथानकातून फक्त बाह्य घटनांचेच वर्णन करू नयेत. तर नायक किंवा नायिकेच्या अंतर्मनातील खळबळ देखील त्यातून व्यक्त व्हावी.

२) वास्तव जीवनातील घटना श्रोत्यांच्या मनाची लवकर पकड घेतात. त्यामुळे कथानक विकसित करताना त्याला वास्तवातील घटनांचा आधार असावा.

पात्रांचे स्वभाव रेखाटन:

कथानकाचा विकास पात्रांच्या माध्यमातून केला जातो. पात्र विहित नभोनाट्य ही कल्पनाच संभवत नाही. जिवंत पात्रांच्या जोडीला नभोनाट्यात पशुपक्षी, डोंगर, झाड देवतांच्या मूर्ती ह्या बोलतात. त्यातून नभोनाट्याचे कथानक जिवंत होते. त्यात प्रमुख पात्रे आणि दुय्यम पात्रे यांचा समावेश केलेला असतो. एक-दोन पात्रांना प्रमुख स्थान देऊन इतर पात्रांना दुय्यम स्थान दिलेले असते. प्रमुख पात्रांमध्ये नायक, नायिका, खलनायक यांचा समावेश होतो. प्रमुख पात्रांचा प्रभाव सर्व नभोनाट्यावर जाणवतो. दुय्यम पात्रे ही प्रमुख पात्राला उठाव देण्यासाठी आणि कथानक पुढे नेण्यासाठी योजलेली असतात. काही वेळा वातावरण निर्मितीसाठी ही अशी पात्रे निर्माण केली जातात. उदाहरणार्थ - नभोनाट्यात बाजारात घडणारा प्रसंग लिहायचा आहे. तर त्यात बाजारातील गर्दीमध्ये अनेक दुय्यम पात्रांना स्थान द्यावे लागते. त्यात त्यांचे फक्त आवाज येतील. वातावरण तयार करणे इतकेच त्यांचे काम असेल. त्यामुळे त्यांचा उल्लेख पुरुष १... पुरुष २ ... स्त्री १... स्त्री २...असा केला जाईल.

नभोनाट्यात पात्रांचे स्वभाव रेखाटन फक्त संवादातूनच करावे लागते. एकतर एखादे पात्र स्वतः बोलता बोलता आपल्या स्वभावातील खाचा खोचा स्पष्ट करील किंवा इतर पात्रे त्यांच्यासंबंधी बोलताना त्याचा स्वभाव स्पष्ट करील.

उदाहरणार्थ- १:

'भाई तुम्ही कुठे आहात !' या दोन अंकी नाटकात अरविंद आणि अरुंधती यांच्या संवादातून आपला स्वतःचा आणि तात्यांच्या सामाजिक कार्याचा परिचय करून दिला आहे.

अरुंधती:

तुम्हाला जे घडवायचं आहे ते मला कदाचित समजत नसावं, पण तुमच्या कोणत्याही कृतीची आच मला लागत असते.

अरविंद:

अरो, मी इतका बेजबाबदार नाही. तू माझ्या आयुष्याचा अविभाज्य भाग आहेस. पण असल्या दुषणांचा तुला अनुभव नाही असं थोडंच आहे !

अरुंधती:

"ते झालं हो ! माझ्या बालपणचे ते दिवस आठवले की, अजूनही अंगाला कंप सुटतो. बधीऽऽऽर होतं शरीर. तसा तात्यांनी तर काय गुन्हा केला होता ? आल्या होत्या पोरी पाणी मागायला. म्हणाल्या, 'पाणी वाढा मालक.' तात्या म्हणाले, पाण्यावर हक्क सगळ्यांचा. कुणाची खाजगी मालमत्ता नाही ती. मी नाही वाढणार पाणी. हा घे पोहरा आन शेंदून घ्या पाणी.' पोरी तयार होईनात तर तात्यांनी ललिताच्या हातात दिला पोहरा. म्हणाले, 'आता घ्या शेंदून पाणी.' आपली विहीर आपल्याच माणसानं बाटवायला भाग पाडली म्हणून आमच्यावर बहिष्कार. तात्यांनी तहसीलदारांना सांगून चार दोन डांबिसाना डांबलं. मी होते लहान. रस्त्यावरून जायला लागले की, आपलीच माणसं हसायला फिदाफिदा. टोमणे मारायची, 'कुणाच्या पोटची असेल ही'. हा उच्चार ऐकला ना तर जीव द्यावा वाटे, त्या ना कळत्या वयातही."

यासं वादातून अरुंधती अरविंदच्या समाज कार्यात आता सहभागी झाली आहे. परंतु अरविंदच्या, तात्यांच्या कोणत्याही कृतीची अरुंधतीलाच आच लागते. अरविंद अतिशय जबाबदारीने समाजकार्य करतो. अरुंधती बालपणापासून समाज कंटकांची दूषणे आणि टोमण्यांचा बळी ठरली आहे.असाच एक तिच्या बालपणचा प्रसंग वरील संवादात आला आहे. 'पाणी वाढा मालक' म्हणणाऱ्या अस्पृश्य मुलींना माणुसकी दाखवत पाणी वरून वाढण्याऐवजी प्रत्यक्ष त्या मुलींच्या हातात तात्या पोहरा देतात, त्यांना स्वतः पाणी शेंदून घेण्याची मुभा देतात त्यामुळे तात्यांच्या घरावर बहिष्कार टाकला आहे. या बहिष्काराची झळ अरुंधतीलाही सोसावी लागते.

२) भावबंधन या नाटकात घनश्याम म्हणतो:

घनश्याम:

त्या दिवशी आपल्या शिकलेल्या कळपातून एखाद्या नवशिक्या जनावराप्रमाणे माझी हकालपट्टी करताना आपण काही तरी विचार केला का ? असा काय मोठा अपराधकेला

होता मी आपला? मी हलक्या दर्जाचा असेन, सर्पाप्रमाणे दुष्ट असेन, किंवा वाघाप्रमाणे क्रूर असेन. पण म्हणून मला सुखदुःख मनोवृत्ती ही काहीच नसतील का?

या संवादातून घनश्यामचा अपमान झाला आहे. तो हलक्या दर्जाचा आहे, दुष्ट आहे, क्रूर आहे याची जाणीव होते. त्याच्या स्वभावातील खलत्वही जाणवते.

याप्रमाणेच इतरांच्या संवादातून नायकांच्या स्वभावाचे रेखाटन कसे केले जाते ते पाहू.

३) संजय पवार यांच्या 'दुकान कोणी मांडू नये, या एकांकिकेत स्वाती आणि मलकापुरे यांच्यातील संवादातून मालकाबद्दल माहिती मिळते. पुस्तक विक्रेता मलकापुरे आपल्या मालकाबद्दल बोलताना म्हणतात.

स्वाती : मला? मला मुलाखत हवी आहे?

मलकापुरे : कुणाची? कशाबद्दल?

स्वाती : तुमची ! तुमच्या या व्यवसायाबद्दल!

मलकापुरे : मग तुम्ही चुकलात ! तुम्हाला मुलाखत हवी असेल तर नागपूरला जा !

स्वाती : नागपूरला का?

मलकापुरे : कारण आमचे मालक नागपूरला असतात. मुलाखती वगैरे ते देतात.

स्वाती : मला तुमचीच मुलाखत घ्यायची –

मलकापूरे : नाही म्हणजे माझी मुलाखत घ्यायला हरकत नाही. पण त्याला व्यापक अधिष्ठान नसणार. ती स्थानिक पातळीवरची ठरेल. व्यापक भूमिका आमचे मालक ठरवतात. नागपुरात ! या संवादातून पुस्तकाच्या दुकानाचे मालक नागपूरला राहतात. मलकापूरे त्यांच्याकडे नोकरीला आहे. त्यामुळे या दुकानाचे मालकच मुलाखती देतात. त्यांच्या मुलाखतीला व्यापक अधिष्ठान असते, हे सूचित केली आहे.

रंगमंचावरील नाटकात एखादे पात्र दुष्ट आहे. असे दाखवायचे असेल तर त्याची तशी रंगभूषा, वेशभूषा करता येते. त्यांच्या हालचालीतून, बघण्याचा त्यांचा दुष्टपणा व्यक्त करता येतो. पण नभोनाट्यात दृष्यभाग दाखविता येत नसल्यानेहे काम संवादातून साधावे लागते. प्रत्येकाच्या संवादातून त्याचे वय, सामाजिक दर्जा, स्वभाव, मनातील हेतू इत्यादी गोष्टींचे आकलन व्हायला पाहिजे.

पात्रांची निर्मिती करताना दोन पात्रे एकसारखी चित्रित करू नयेत. प्रत्येक पात्राची लकब, त्यांच्या सामाजिक, शैक्षणिक दर्जानुसार त्यांच्या संवादात येणाऱ्या शब्दांची योजना ही वेगवेगळी असावी. नाहीतर सगळीच पात्रे सारख्याच भाषेत बोलू लागली तर श्रोत्यांना कंटाळा येईल. साहेब आणि शिपाई, राजा आणि पहारेकरी, कधीही एका भाषेत बोलणार नाहीत. याचे भान ठेवले पाहिजे. प्रत्येकाच्या व्यवसायानुसार त्यांची भाषा बदलते. उदाहरणार्थ पोस्टातील माणूस असेल तर 'स्टॅम्पसारखा चिकटला,' 'नॉटपेड

पाकिटासारखा परत गेला' वगैरे बोलले जाईल. रेल्वेतील माणूस असेल तर 'डेक्कन क्वीन' सारखा दिमाखदार. . . तिकीट नसल्यासारखा चेहरा. . . वगैरे बोलले जाईल, पात्रांचे स्वभाव रेखाटन करताना या सगळ्या गोष्टींचे भान लेखकाने ठेवले पाहिजे.

संवाद:

पात्रांचे स्वभाव रेखाटन संवादातून कसे केले जाते, हे आपण आत्ताच पाहिले. म्हणजे ‘संवाद’ हा नभोनाट्याचा प्राण आहे, हे तुमच्या लक्षात आले असेल. संवाद हा महत्त्वाचा घटक आहे. संवादातूनच नभोनाट्याचा लेखक रंगभूमीवरील सर्व घटक श्रोत्यांच्या नजरेसमोर उभे करू शकतो. एखादे पात्रही संवादातून तो श्रोत्यांच्या नजरेसमोर उभे करू शकतो. पात्राचे रेखाटन वय, बाह्यस्वरूप, स्वभाव वैशिष्ट्ये, भावना, स्वप्ने अनुभव, कृती आणि परिणाम, येणे-जाणे या मुद्यांच्या आधारे करू शकतो.

नभोनाट्यात काय काय घडणार आहे हेही संवादातूनच सांगायचे असते. त्यामुळे मुख्य घटना, त्याला साहाय्य करतील अशा घटना, त्यासंबंधी त्यातील पात्रांचे विचार, त्यांच्या योजना आणि ते कसे वागतात हेही त्यातूनच कळायचे असते.

पण असे संवाद लिहिताना ते बोलले जाणार आहेत आणि ऐकले जाणार आहेत याचे भान ठेवले पाहिजे. म्हणून ते बोली भाषेत असावेत. तसेच ते स्वाभाविक आणि सहज असावेत. नभोनाट्याला वेळेची मर्यादा असते. त्यातील प्रत्येक क्षण महत्त्वाचा असतो. त्यामुळे योग्य तेवढ्यात शब्दात प्रसंग उभा करता आला पाहिजे. कारण लांबलचक संवाद लिहिले तर श्रोत्यांना ते पटापट आकलन होणार नाहीत. तसेच संवाद छोटे छोटे असले तर अभिनेत्यालाही ते सादर करताना अडचण येणार नाही. त्यात तो जास्त भावना ओतू शकेल. छोटे संवाद कसे परिणामकारक लिहिता येतात त्यासाठी आपण दत्ता भगत यांच्या 'जहाज फुटलं आहे' या एकांकिकेतील संवाद पाहू

पहिला : महाविद्यालयाच्या घरट्यातून आम्ही ननुकतंच बाहेर पडलो आहोत.

दुसरा : पदव्यांचे रत्नहार आम्ही आमच्या चोचीत आणलेत.

तिसरा : राजकन्या नोकरीची पाहतो आहोत आम्ही वाट !

चौथा : या निळ्या मंडपाखाली.

पाचवा : तू छुपी है कहां।

सगळे : मै तडपता यहां !

पहिला : या हवेत फुटणार आहेत पंख आम्हाला.

दुसरा : त्या एम्प्लॉयमेंट कार्डाचे

तिसरा : त्या पंखांना लाभणार आहे बळ -

चौथा : पगारींचे, पगारींचे

पाचवा : (जणू घोषणा देतो आहे) नोकऱ्या ,पगारी s

सगळे : हट गयी बेकारी!

पहिला : आम्हाला नोकरी हवी आहे.

दुसरा : साहेबांची –

तिसरा : कारकुनांची –

चौथा : प्युनची –

पाचवा : अखेर नाहीच मिळाली तर झाडूवाल्याची सुध्दा.

सगळे : पण आम्हाला नोकरीच हवी आहे.

नभोनाट्यातील संवादात आत्मीयता हवी कारण नभोनाट्य हे समूहापुढे सादर होत नाही. त्याचा श्रोता हा घरात बसून कधी एकटा तर कधी घरातील चार - पाच जणांबरोबर ऐकत असतो. त्यामुळे त्यांच्या मनाला स्पर्श करतील असे संवाद लिहिले पाहिजे.

तसेच संवाद प्रवाही असायला हवेत. काही शब्दांची लय संथ असते. त्यामुळे उदास किंवा निराश जनक वातावरण तयार होते. काही शब्दांची लय द्रुत असते.त्यामुळे स्फूर्ती, आनंद प्रकट होतो. काही शब्द वाहणाऱ्या पाण्याप्रमाणे तरल तर काही कठोर असतात. तरल शब्दांमुळे प्रेम तर कठोर शब्दातून राग व्यक्तहोतो. त्यामुळे संवाद लिहिताना शब्दांची योग्य निवड करावी. त्यामुळे विविधता निर्माण होते आणि श्रोत्यांचे अवधान टिकते. पात्राची मन:स्थिती तसेच नाटकातील घटनाक्रम लक्षात घेऊन शब्दांची निवड करावी. त्याबरोबरच संवादात चित्रमयता हवी. त्यांच्या उच्चारातून श्रोत्यांच्या डोळ्यांसमोर चित्र उभे राहिले पाहिजे. रंगमंचावर नेपथ्य उभे करता येते. त्यामुळे वातावरण निर्मितीसाठी त्याचा उपयोग होतो. नभोनाट्य लेखकाला वातावरण निर्मिती संवादातून करावी लागते. नभोनाट्यात अनेक ठिकाणचे प्रसंग लिहिता येतात.त्यामुळे त्यात विविधता येते.

नभोनाट्य लेखक संवादातून वातावरणाची निर्मिती कशी करू शकतो? असा प्रश्न तुमच्या मनात उभा राहिला असेल. मोहन राकेश यांनी यासाठी एक उदाहरण दिले आहे तेथे पाहू या.

समजा, एका खोलीतील वातावरण उभे करायचे आहे. त्या खोलीत एका बाजूला पुस्तके ठेवलेली सेल्फ आहे आणि दुसऱ्या बाजूला गौतम बुद्धांची मूर्ती आहे. आसपास कागद आणि कपडे विखरून पडले आहेत आणि एक युवक शांतपणे बसून आपल्या प्रेयसीचे चित्र न्याहाळतो आहे. तर नभोनाट्यातून हे सगळे शब्दातून सांगावे लागेल. पण सामानाची यादी सांगितली जातेय असं वाटता कामा नये. हे वातावरण दोन युवकांच्या संवादातून कसे उभे करता येईल.

सुरेश : अरे वा ! मला वाटलं होतं की, तू घरी भेटणार नाहीस. पण तू तर इथं रजनीचा फोटो पाहात बसला आहेस. अरे काय ही खोलीची अवस्था केलीय? नेकटाय

धुळीत पडलाय. कागद सगळीकडे विखरून पडलेत. चल लवकर तयार हो. कार्यक्रमासाठी सगळेजण आपली वाट पाहत असतील.

कमल : तू जा सुरेश ! मी नाही येणार. तुला माहित आहे की त्या कार्यक्रमात मला काहीही रस नाही.

सुरेश : तर इथं बसून काय करणार आहेस? आजकाल तुझं लेखन-वाचन देखील बंद पडलंय. सेल्फवरच्या पुस्तकांवर धूळ जमलीय. ते वूलारचं चित्र तू किती आवडीने आणलं होतंस. . . दे, रुमाल दे. मी त्यावरची धूळ तरी साफ करतो.

कमल : आज तू साफ करशील, पण उद्या कोण करेल ?

सुरेश : तुझा आजार असाध्य होत चाललाय. तू ही गौतम बुद्धाची मूर्ती उचलून दुसरीकडे ठेव. तुझं वागणं बघून गौतम बुद्धाचे आत्म्याला दुःख होत असेल.

नभोनाट्यातील पात्रांच्या हालचाली, त्यांचे येणे - जाणे श्रोत्यांना दिसत नाही. म्हणून लेखकावर ही जबाबदारी येऊन पडते की, श्रोत्याला पात्रांचे येणे-जाणे, उठणे - बसणे, त्यांच्या इतर हालचालींची माहिती संवादांतून व्हायला हवी. तसेच कोण कुणाशी बोलते हे आवाजावरून समजणे कित्येक वेळा कठीण जाते म्हणून मधूनमधून त्या पात्राचे नाव, पद किंवा एखाद्या संबोधनाचा वापर संवादातून करायला हवा. नाटकाच्या मध्यावर एखाद्या पात्राचा प्रवेश झाला तर त्याचा सहज परिचय, त्याचे नाटकातील स्थान याविषयी संवादातून माहिती दिली गेली पाहिजे. तसेच एखादे पात्र दृश्यातून निघून गेले तर त्याची सूचना श्रोत्यांना संवादातून दिली गेली पाहिजे. पण त्यात सहजता हवी.

उदाहरणार्थ,

"मी जातो ग आई. . . ."

"जपून जा रे बाबा. . . गेला वाटतं !"

उत्कर्षबिंदू (क्लायमॅक्स):

प्रत्येक नभोनाट्यात उत्कर्षबिंदू साधला गेला पाहिजे. पण तो अत्यंत संयमित असावा. श्रोत्यांच्या मनातील कोणताही प्रश्न अनुत्तरित राहू नये याची काळजी घ्यायला हवी. जर काही उपकथानक असेल तर तेही मूळ कथानकात पूर्णपणे बेमालूपणे मिसळून गेले पाहिजे.

जर नभोनाट्य विशेष लक्ष्यगटासाठी लिहिले असेल तर त्या लक्ष्यगटाची मानसिकता लक्षात घेऊन उत्कर्षबिंदू लिहिला जावा. उदाहरणार्थ ग्रामीण श्रोत्यांसाठी नभोनाट्य लिहिले तर शेवट फार जटिल आणि अवघड करू नये. तो अगदी साधा, सरळ असावा. त्यामुळे नभोनाट्यात काय घडले ते श्रोत्यांना सहज समजेल.

काही समस्या प्रधान नभोनाट्यात समस्येचे समाधान कसे करावे हे सांगता येत नाही. त्याचे आवाहन फक्त सुसंस्कारीत श्रोत्यांनाच समजू शकते. पण अशी नभोनाट्य संख्येने कमी असतात.

ध्वनिसंकेत आणि संगीत:

नभोनाट्यात ध्वनिसंकेताचा वापर वातावरण निर्मितीसाठी करणे आवश्यक असते पण योग्य तेवढाच त्याचा वापर करावा. उगीचच त्यांची गर्दी करू नये. त्यामुळे नभोनाट्यचा परिणाम कमी येतो. पक्ष्यांची किलबिल, पाऊस, वादळवारा, दरवाजा उघडण्याचा आवाज, कपबशीचा आवाज, रेल्वे आल्याचा गेल्याचा आवाज, असे अनेक ध्वनिसंकेत वापरता येतात. त्यांचा योग्य ठिकाणी वापर करावा आणि वातावरण निर्मिती करावी. त्यामुळे नभोनाट्य ते जिवंत होते.

संगीताचाही उपयोग योग्य तेवढाच करावा. त्याचा अतिरेक करू नये, तसेच एखाद्या चरित्राला उठाव देण्यासाठी संगीत वापरले जाते. सुरुवातीला, शेवटी किंवा प्रसंग बदलताना मनातील खळबळ व्यक्त करण्यासाठी, देश किंवा काळाचा भास निर्माण करण्यासाठी संगीत वापरता येईल. उदाहरणार्थ घटना बंगालमध्ये घडते आहे. अशा वेळी बंगाली लोकसंगीत वापरले तर श्रोता लगेच बंगाली वातावरणात निघून जाईल.

नभोनाट्याचे विषय:

जनतेला शिक्षित करणे, त्यांचे मनोरंजन करणे आणि त्यांना माहिती पुरविणे ही आकाशवाणीच्या कार्याची त्रिसूत्री आहे. नभोनाट्य लेखकाला तिकडे दुर्लक्ष करून चालत नाही. हुंडाबळी, जातीयता, कुटुंब कल्याण, प्रदूषण इत्यादी ज्वलंत प्रश्न लेखकाने दुर्लक्षित ठेवून चालणार नाही. आकाशवाणी हे जनसामान्यांचे माध्यम असल्याने त्यांचे प्रश्न घेऊन त्यांची उत्तरे शोधण्याचे काम नभोनाट्य काराला करावेच लागते. वास्तव जळजळीतपणे समाजासमोर मांडून त्यांच्या डोळ्यात अंजन घालण्याचे काम त्याला करावे लागते. नभोनाट्य लेखकाने समाजाला घातक असलेल्या गोष्टींचा आश्रय घेऊ नये. नभोनाट्य घरात सगळ्यांनी बसून ऐकले जाते. त्यात आई, मुले-मुली, वडील, नातू, सुना असतात. त्यांना एकत्र बसून आनंद घेता येईल, असे विषयच त्याने निवडले पाहिजेत. त्यातून लोकांची नैतिकता वाढीला लागली पाहिजे. त्यांचा जीवनाकडे बघण्याचा दृष्टिकोन निकोप आणि कलात्मक झाला पाहिजे.

३अ.४.८ श्रुतिका:

श्रुतिका हे नभोनाट्याचे लघुरूप आहे. अर्थात यात प्रत्येक वेळी कथाकल्पना घेतली जाते असे नव्हे. त्याचे स्वरूप 'कौटुंबिक संवाद' असे असते. या आठवड्यात घडणाऱ्या घडामोडींची चहा घेता घेता आपण जशी चर्चा करू तशा पद्धतीने श्रुतिकेचे लेखन करतात. त्यातील पात्रे कायम ठेवली जातात. त्याचा अवधी साधारण १५ मिनिटांचा असतो. त्यात हसत-खेळत संवाद घडावा अशी अपेक्षा असते. उदाहरणार्थ १५ ऑगस्टच्या दरम्यान श्रुतिका प्रसारित होणार असेल तर त्यात साधारणपणे कोणते विषय घेऊ शकतात ते पाहा.

- आपला स्वातंत्र्याचा इतिहास
- स्वातंत्र्यासाठी बलिदान केलेल्या हुतात्म्यांचे स्मरण
- आजची बदलती परिस्थिती

- तरुण पिढीपुढे आदर्श नसणे
- सामान्य माणसांचा असलेले झालेला भ्रमनिरास
- भ्रष्टाचार, महागाई, लोकसंख्या वाढ इत्यादी समस्यांचा उल्लेख

३अ.४.९ नभोवाणीच्या जाहिराती:

'जाहिरात' हा या युगाचा धर्म झालेला आहे. आपल्याकडे एक जुनी म्हण आहे, "बोलणाऱ्याच्या अंबाड्या विकतात पण न बोलणाऱ्याचे गहू ही विकले जात नाहीत." या म्हणीचा अर्थ स्पष्ट आहे तो म्हणजे आपल्या मालाच्या विक्रीसाठी जाहिरात करावीच लागते.

जाहिरात ही वृत्तपत्र, चलचित्र, पोस्टर, कॅलेंडर, होर्डिंग्ज, नभोवाणी, दूरदर्शन, इत्यादी माध्यमांद्वारे केली जाते, हे तुम्हाला माहीत आहेच. या सर्व माध्यमांत नभोवाणीवरील जाहिरात ही सगळ्यात कमी खर्चाची असते. ती जास्तीत जास्त लोकांपर्यंत सहज जाऊन पोहोचते. वृत्तपत्र, होर्डिंग्ज, पोस्टर इत्यादीद्वारे केलेली जाहिरात अशिक्षितांच्या फार मोठ्या वर्गापर्यंत पोहोचण्यात अडचणी येतात. दूरदर्शनवरील जाहिराती ही अत्यंत महाग असते. त्यामुळे ती जाहिरातदाराला परवडत नाही. केवळ मोठ्या उत्पादकालाच ती परवडू शकते. त्यामुळे ते जाहिरातीसाठी प्रभावी माध्यम असून देखील सर्वांना परवडण्यासारखे नाही.पण नभोवाणीचे कार्यक्रम ८० टक्के लोकांपर्यंत सहज जाऊन पोहोचतात. नभोवाणीचा श्रोता अशिक्षित असला तरी चालतो. तसेच यामाध्यमातून केलेली जाहिरात इतर माध्यमांच्या तुलनेने स्वस्त आहे. ती ऐकण्यासाठी श्रोत्याला केव्हाही कोणताही खर्च करावा लागत नाही. म्हणजे नभोवाणीवरून केलेली जाहिरात ही विनासायास ग्रामीण भागापर्यंत जाऊन पोहोचते. तिच्या आकर्षक रचनेमुळे ती श्रोत्यांच्या मनापर्यंत जाऊन पोहोचते. त्यामुळे नभोवाणी वरील जाहिरात ही सर्व दृष्टीने प्रभावी आहे.

जाहिरात म्हणजे 'अडव्हर्टाइजमेंट' होय. हा शब्द मूळ 'अडव्हर्टरी' (Advertere) या लॅटिन शब्दापासून तयार झालेला आहे. या लॅटिन शब्दाचा अर्थ 'च्याकडे मन वळविणे' असा आहे. कोणत्याही माध्यमातून केलेल्या जाहिरातीचा तोच उद्देश असतो. आपल्या मालाकडे किंवा आपण देत असलेल्या सेवेकडे लोकांचे लक्ष वेधावे, हाच जाहिराती मागचा उद्देश असतो.

जाहिरातीचा उद्देशच मालाची विक्री व्हावी हा असल्याने जाहिरातीचे तंत्र समजावून घेणे आवश्यक आहे. जाहिरातीवर केलेला खर्च आणि मालाची विक्री यांचे प्रमाण व्यस्त असेल तर काहीतरी चूक होते आहे असे समजले पाहिजे.

मानवाच्या काही प्रमुख गरजा असतात. अन्न, वस्त्र, निवारा, सुरक्षितता, सामाजिक मान्यता इत्यादी. जाहिरात लेखन करताना या सगळ्या गोष्टीचे भान ठेवून त्यांचा उपयोग करून घेतला पाहिजे. जिथे एखाद्या गोष्टीची नितांत गरज आहे तिथे जाहिरातीची आवश्यकता नसते. उदाहरणार्थ वाळवंटामध्ये एखाद्या ठिकाणी 'इथे थंड पेय मिळेल' अशी पाटी दिसली, तरी ग्राहक त्याकडे आकर्षित होईल. तिथे लिमका मिळतो की थम्सअप मिळतो, हे तो पाहणार नाही. तिथे थंड पाणी मिळाले तरी चालेल. पण जिथे अनेक

एकसारख्या अनेक वस्तू उपलब्ध आहेत आणि ग्राहकाला त्यांची अत्यंत निकड नाही, तिथेच त्याला जाहिरात करावी लागते. स्पर्धेमध्ये आपल्या वस्तूकडे लोकांचे लक्ष वेधावे लागते.

जाहिरात लेखन - तंत्र आणि मंत्र:

नभोवाणीवरून होणारी जाहिरात ही प्रभावी असते. हे आपण पाहिले. या माध्यमासाठी जाहिरात लेखन करणे ही एक कला आहे. त्या लेखनकलेचे तंत्र आणि मंत्र आपण समजावून घेऊ.

कोणत्याही माध्यमासाठी जाहिरात करताना प्रथम आपल्याला जाहिरातीचा मसुदा लिहावा लागतो. त्याला कॉपी लिहिणे असे म्हणतात. नभोवाणी या माध्यमातून जाहिरात करताना ही 'कॉपी' लिहिण्याला फार महत्त्व आहे. ती लिहिताना आपण केवळ श्राव्य माध्यमासाठी लिहित आहोत, याचे भान ठेवावे लागते.

नभोवाणीवरील जाहिरातींना वेळेचे बंधन असते. त्यात १० सेकंद, १५ सेकंद, २० सेकंद, ३० सेकंद, ४५ सेकंद, आणि ६० सेकंद अशा वेळातच जाहिरात करावी लागते. प्रत्येकाचा दर वेगळा असतो. त्यामुळे उत्पादकाची खर्च करण्याची तयारी लक्षात घेऊन वेळ निश्चित करावी. मग या वेळेत करता येईल अशी आकर्षक 'कॉपी' लिहावी लागते. म्हणून थोडक्यात सांगा; पण सर्व काही सांगा ! हे तत्त्व लक्षात ठेवावे.

कॉपी लिहिण्यापूर्वी लेखकाने स्वतःच्या मनाला काही प्रश्न विचारावेत:

१) मी कशाची जाहिरात करीत आहे?

२) मला काय विकायचे आहे?

३) मी कुणासाठी जाहिरात लिहिणार आहे?

४) हे उत्पादन विकत घेणारे ग्राहक कोण आहेत?

५) मी माझा संदेश चांगल्याप्रकारे संभाव्य ग्राहकांपर्यंत कसा पोहोचवू शकेन?

या प्रश्नाची उत्तरं मिळाली की मग जाहिरात लेखनाचा विचार सुरू करावा.

कॉपी लेखन करणारा केवळ एखादे शीतपेय, चेहऱ्याला लावण्याची क्रीम किंवा घड्याळ वस्तू विकण्यासाठी लेखन करत नाही तर त्या वस्तूमुळे तुमच्या व्यक्तिमत्त्वात किंवा सुखात कशी भर पडणार आहे, हे त्याला पटवून द्यायचे असते.

कॉपी लिहिताना प्रथम लेखन करावे. त्यात आपल्या मनातील सर्व कल्पना उतरवून काढाव्यात. मग त्यातून आकर्षक 'कॉपी' ही थोडक्यात लिहिलेली असावी. स्पष्ट असावी आणि पटणारी असावी.

आपल्याला ज्या उत्पादनाची जाहिरात लिहायची असेल त्या उत्पादनाची वैशिष्ट्य कोणती, गुण कोणते, हे जाणून घेतले पाहिजे. ग्राहक कोण हे जाणून घेतले पाहिजे. त्याचा हेतू

कोणता आहे ठरविता आले पाहिजे, उदाहरणार्थ- आपल्याला पी.व्ही.सी. पाईप्सची जाहिरात लिहायची आहे. हे पाईप्स शेतीसाठी उपयोगी पडतात. हे तुम्हाला जाहिरातीच्या माध्यमातून सांगायचे तर प्रथम त्याची वैशिष्ट्ये जाणून घेऊ. हे पाईप्स वजनाला हलके, जोडायला सोपे, प्लॅस्टिकचे असल्याने तेगंजत नाहीत, त्याला शॉक बसत नाही, ते आय.एस.आय (ISI) मार्फत तपासलेले आहेत, आय.एस.आय मार्क हा मालाच्या उत्कृष्ट दर्जाबद्दल दिलेला असतो. म्हणजे आता आपल्याला पी.व्ही.सी. पाईपची गुणवैशिष्टे माहीत झाली. आता तो शेतकऱ्यांच्या उपयोगाचा असल्याने शेतीसाठी त्याचा उपयोग सांगितला पाहिजे. जाहिरात लिहिताना ग्रामीण भाषेत किंवा लोककला प्रकाराचा आधारे लिहिली पाहिजे. लोक धून घेऊन त्या चालीवर एखादे गाणेही लिहिता येईल. अशा जाहिरातीसाठी दिलेल्या गाण्याला 'जिंगल' असे म्हणतात. नभोवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या जाहिराती ऐकून तुम्हाला याची कल्पना येईल.

जाहिरात लेखनामागचा हेतू:

खाली दिलेल्या दोन जाहिरात वाचा आणि तुमच्या काय लक्षात येते ते पाहा व ते नोंदवून ठेवा.

जाहिरात क्र.१:

गीत : बघा . . . बघा . . . बघा . . . बघा. . . बघा. . .

उद्घोषणा : तुमच्या शहरात चकाचक धमाल.

गीत : धमालसारखी वडी कुठे मिळणार?

उद्घोषणा : धमाल !

गीत : कपड्यांचे हा रक्षण करतो. कमी, कमी, कमी, कमी किमतीमध्ये मिळतो.

उद्घोषणा : अँक्शनयुक्त भरपूर फेस धमाल डिटर्जंट वडी मिळेल शुभ्रतेचा नजराणा घेऊन बघा, हिरवी डिटर्जंट वडी धमाल !

जाहिरात क्र.२:

पुरुष : वहिनी, दात घासायला राखुंडी आणा जरा.

स्त्री : वा ! दादा, शरीर प्रकृतीसाठी दूध, बदाम आणि दातांसाठी राखुंडी? राखुंडीसारख्या खरखरीत दातवणामुळे दातांचं इनमल झिजून हिरड्या व दात किडू शकतात. बारीक - सफेद प्रशांत टूथ पावडरनं दात बळकट व हिरड्या निरोगी बनतात.

उद्घोषणा : अधिक बळकट सफेद दात, प्रशांत टूथ पावडर. या दोन्ही जाहिरातींचे अध्ययन केल्यानंतर आपल्या काय लक्षात आले, ते नोंदवू या.

क्रमांक १ ची जाहिरात:

१) ही जाहिरात कपडे धुण्याचा साबण बनविणाऱ्या उत्पादकाने लोकांचे लक्ष वेधून घेण्यासाठी केलेली आहे.

२) त्यात गीत आणि उद्घोषणा यांचा समतोल वापर करून ती आकर्षक बनविलेली आहे.

३) कपड्यांचे रक्षण करतो, किंमत कमी आहे, भरपूर फेस होतो, कपडे शुभ्र करतो ही या साबणाची गुणवैशिष्टे सांगितली आहेत .

४) शब्दांचा कमीत कमी वापर करून सर्व संदेश पोहोचवला आहे.

क्रमांक २ ची जाहिरात:

१) ही जाहिरात दात घासायच्या पावडरची आहे.

२) संवादाचा वापर करून नाट्यमयता साधली आहे.

३) जुन्या उपायांनी दातांचे कसे नुकसान होते ते सांगितले आहे.

४) शरीर प्रकृतीसाठी दूध, बदामाइतकेच दात घासायच्या पावडरचे कसे महत्त्व आहे ते पटवून दिले आहे.

५) दात बळकट आणि हिरड्या निरोगी होतात ही गुणवैशिष्टे सांगितली आहेत.

याचा अर्थ जाहिरात लिहिताना अनेक हेतू मनात ठेवावे लागतात ते असे-

१) आपल्या उत्पादनाबाबत, सेवांबाबत किंवा कार्याबाबत माहिती देणे.

२) आपल्या उत्पादनाची अनुकूल प्रतिमा उभी करणे.

३) आपल्या उत्पादनाविषयीच्या चुकीच्या कल्पना दूर करणे.

४) जनतेच्या सदिच्छा संपादन करणे.

५) एखाद्या उत्पादनाच्या विक्रीला उठाव देणे.

६) लोकमनाला व लोकाभिरुचीला वळण देणे.

लक्षात ठेवायच्या गोष्टी:

नभोवाणीसाठी जाहिराती लिहिताना काही गोष्टी लक्षात ठेवणे आवश्यक आहे, त्या अशा

१) जाहिरात करताना कोणत्याही राष्ट्रीय चिन्हांचा स्मारकांचा उपयोग करू नये. उदाहरणार्थ – ताजमहालसारखं देखणे बांधकाम करायचा असेल तर वापरा. . . किंवा अजिंठ्यासारखं कलात्मक. . . असे लिहू नये. नभोवाणीवर अशी जाहिरात स्वीकारली जात नाही.

२) जाहिरात लिहिताना अतिरंजित दावा करू नये. उदाहरणार्थ - भारतातील सर्वोत्कृष्ट. .. किंवा 'या शहरातील एक नंबरचे राहण्याचे ठिकाण. . . असा दावा करू नये,कारण अशा दाव्यास कशाचाही आधार नसतो. म्हणून हे टाळावे.

३) दुसऱ्या कंपनीच्या उत्पादनाला नावे ठेवू नयेत. त्यातील उणिवा सांगू नयेत. फक्त आपल्या उत्पादनाची गुणवैशिष्टे सांगावीत.

४) शैक्षणिक संस्थांच्या जाहिराती नभोवाणीवरून करता येत नाही.

५) अंमली पदार्थांची जाहिरात नभोवाणीवरून करता येत नाही.

६) वैद्यकीय व्यवसायाची जाहिरात नभोवाणीवरून करता येत नाही.

७) औषधांची जाहिरात करताना ज्या औषधांना डॉक्टरचे प्रिस्क्रीप्शन लागत नाही आणि जी औषधे प्राण घातक नसतात अशा औषधांची जाहिरात 'अन्न आणि औषध प्रशासनाची अनुमती घेऊनच करता येते. इतर औषधांची जाहिरात नभोवाणीवरून करतायेत नाही.

लोककल्याणासाठी जाहिरात:

नभोवाणीवरून फक्त एखाद्या मालाचीच जाहिरात केली जाते, असे नव्हे तर जनजागृतीसाठीही या माध्यमातून जाहिरात केली जाते. कुटुंब कल्याण, हुंडाबळी, लसीकरण, आरोग्यासंबंधी घ्यावयाची काळजी, राष्ट्रीय एकात्मता, वनसंवर्धन, आगीपासून बचाव, पेट्रोल बचत इत्यादी विषयांवर देखील जाहिराती लिहून नभोवाणीवरून त्या प्रसारित केल्या जातात.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न- श्राव्य माध्यमांचे स्वरूप व महत्त्व स्पष्ट करा.

३अ.५ प्रश्नावली

१. आकाशवाणीची प्रगती व या माध्यमाची सध्याची स्थिती स्पष्ट करा.

२. आकाशवाणी वरील उद्घोषणा, त्याचे महत्त्व व उद्घोषकाची भूमिका थोडक्यात लिहा.

३. रेडिओ तंत्राचा शोध कोणी लावला त्याचा विकास कसा झाला ते सविस्तर लिहा.

४. नभोवाणी या माध्यमाची वैशिष्ट्ये टीप लिहा.

५. आकाशवाणीची वाटचाल कशी होत गेली ते विशद करा.

६. नभोवाणीवरील भाषण व सभेतील भाषण यातील फरक स्पष्ट करा.

७. नभोवाणीवरील भाषणात विरामाचे महत्त्व टीप लिहा.

८. नभोवाणीवरील भाषण वाचताना कोणते काळजी घ्यावीते सविस्तर लिहा.

९. नभोवाणीवरील चर्चेतील सूत्रसंचालकाचे कार्य कोणते ते लिहा.

१०. नभोवाणीवरील मुलाखतींचे प्रकार विशद करा.

११. क्रीडा स्पर्धेत नावलौकीक मिळवलेल्या युवकाची मुलाखत घ्या.

१२. आकाशवाणीवरून प्रकाशित होणाऱ्या बातम्यांचे ठळक वैशिष्ट्ये सांगा.

१३. नभोवाणीवरील बातमीपत्राचे वेगवेगळे प्रकार सांगा.

१४. बातमीपत्राच्या सुरुवातीला व शेवटी ठळक बातम्या सांगण्याचे प्रयोजन काय?

१५. नभोनाट्य संवादाची वैशिष्ट्ये थोडक्यात सांगा.

१६. श्रुतिकेला नभोनाट्यचे लघुरूप का म्हणतात ते लिहा.

१७. दूरदर्शनवरून कोणते कोणते शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित केले जातात ते लिहा.

१८. माहितीपटासाठी आवश्यक असणाऱ्या दृश्यांचे स्त्रोत कोणते ते लिहा.

१९. मुलाखत घेताना मुलाखतकाराने प्रतिसाद देणे का आवश्यक असते ते लिहा.

२०. नभोवाणी संप्रेषण याविषयी सविस्तर चर्चा करा.

२१. प्रसारमाध्यमांचे विविध प्रकार थोडक्यात सांगून दृक-श्राव्य प्रसारमाध्यमाच्या तुलनेत श्राव्य प्रसारमाध्यमाच्या मर्यादा सांगा ?

२२. नभोवाणी माध्यमाचे स्वरूप स्पष्ट करून या माध्यमातील कार्यक्रमाच्या विविधतेवर प्रकाश टाका ?

२३. नभोवाणीवरील मुलाखत व चर्चा या कार्यक्रमांची सविस्तर माहिती लिहा.

२४. नभोवाणीवरील बातमीपत्र व भाषण या कार्यक्रमांची सविस्तर चर्चा करा.

२५. नभोवाणी माध्यमातील बातमीपत्र व भाषण या कार्यक्रमासाठी लेखन करताना भाषेचा उपयोजनाबाबतीत कोणती दक्षता घ्यावी ते उदाहरणासह स्पष्ट करा.

२६. नभोवाणी माध्यमातील रूपक व नभोनाट्य या कार्यक्रमासाठी लेखन करताना भाषेच्या उपयोजनाबाबतीत कोणती दक्षता घ्यावी ते सविस्तर लिहा.

३अ.६ संदर्भ ग्रंथ

१) डॉ दास्ताने संतोष - संज्ञापन आणि आधुनिक प्रसारमाध्यमे - नभोवाणी, पुस्तक तिसरे, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ नाशिक, प्रथम प्रकाशन नोव्हेंबर २०००

२) काणे पुष्पा - नभोवाणी कार्यक्रम तंत्र आणि मंत्र, पुणे इंडिया बुक कंपनी

३) वेलणकर संजीव - 'आकाशवाणी बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' मराठीसृष्टी लेखसंग्रह, विशेष लेख, जुलै २३ २०१७

४) धर्माधिकारी मंजिरी - आकाशवाणी. ..सर्वजनात सर्वांच्या मनात, आज जागतिक रेडिओ दिन, लोकप्रिय माध्यमाच्या प्रवासावर एक दृष्टिक्षेप १३ फेब्रुवारी २०२२.

५) मराठीविश्वकोश, प्रथमावृत्ती- आकाशवाणी, vishwakosh.marathi.gov.in

६) प्रो.डॉ.हरिमोहन - रेडिओ और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, इंदोर प्रथम संस्कार जनवरी २०१७.

*****

३ब

दूरचित्रवाणी माध्यमांचे स्वरूप - विस्तार, कार्यक्रमाचे प्रकार, लेखन, संशोधन आणि प्रसारण इत्यादी

घटक रचना

३ब.० उद्दिष्टे

३ब.१ दूरचित्रवाणी माध्यमांचे स्वरूप – विस्तार

    ३ब.१.१ दूरचित्रवाणी तंत्रज्ञानाच्या विकासाचा संक्षिप्त इतिहास

३ब.२ दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाचे प्रकार, लेखन, संशोधन आणि प्रसारण इत्यादी

    ३ब.२.१ करमणूक प्रधान कार्यक्रम

    ३ब.२.२ माहिती प्रधान कार्यक्रम

    ३ब.२.३ शैक्षणिक प्रधान कार्यक्रम

३ब.३ वृत्ताधारित कार्यक्रम – मुलाखत व चर्चा

    ३ब.३.१ मुलाखत

    ३ब.३.२ चर्चा

    ३ब.३.३ माहितीपट (डॉक्युमेंटरी)

    ३ब.३.४ दूरचित्रवाणीवरील बातम्या

    ३ब.३.५ दूरचित्रवाणी - वृत्तनिवेदन

३ब.४ प्रश्नावली

३ब.५ संदर्भ ग्रंथ

३ब.० उद्दिष्टे

१) भारतातील दूरचित्रवाणीची अर्थात दूरदर्शन सुरुवात, विकास आणि सद्यस्थिती याबद्दल जाणून घेता येईल.

२) भारतीय दूरचित्रवाणीची सुरुवात कोणत्या हेतूने करण्यात आली तो हेतू स्पष्ट करता येईल.

३) दूरचित्रवाणीचा शोध लागण्यापूर्वी संदेशवहनासाठी कोण - कोणती माध्यमे वापरली जात होती हे अवगत होईल.

४) दूरदर्शनची मुख्य वैशिष्ट्ये अवगत होतील.

५) दूरदर्शनवर कोणते शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित होतात याची माहिती होईल.

६) दूरचित्रवाणीवरून सादर होणाऱ्या कार्यक्रमांची वर्गवारीकरता येईल.

७) दृकश्राव्य माध्यमासाठी आवश्यक असलेली लेखन कौशल्य आत्मसात करता येतील.

८) दूरचित्रवाणी निवेदकाकडे कोणते गुण कौशल्ये आवश्यक असतात ते सांगता येईल.

९) दूरचित्रवाणीवरील बातमीपत्राचे स्वरूप स्पष्ट करता येईल.

१०) दूरचित्रवाणी करता वार्तांकन करण्यासाठी बातमीदाराच्या अंगी कोणते गुण असणे आवश्यक आहे हे सांगता येईल.

११) दूरचित्रवाणीच्या शोधापासून जागतिक स्तरावरील इतिहास ज्ञात होईल.

१२) भारतातील दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास अवगत होईल.

३ब.१ दूरचित्रवाणी माध्यमांचे स्वरूप - विस्तार

चित्र आणि आवाज प्रक्षेपकामार्फत किंवा उपग्रहांमार्फत दूर अंतरावर पोहोचवणाऱ्या माध्यमाला दूरचित्रवाणी म्हणतात. दूरचित्रवाणी या माध्यमाला अवघ्या साठ-सत्तर वर्षांचा इतिहास आहे. चित्रपटाच्याही नंतर याचा शोध लागला. काहींच्या मते, दूरचित्रवाणीचे तंत्र अजूनही बाल्यावस्थेत आहेत परंतु या माध्यमाचा प्रसार त्याच्या शोधानंतर फार झपाट्याने साऱ्या जगभर झाला. ध्वनी आणि चित्रे घरबसल्या दाखविणाऱ्या या माध्यमाचा फार मोठा पगडा सामान्य माणसावर आहे.

भारतातही सध्या दूरचित्रवाणी या माध्यमाला मनोरंजन आणि माहिती यांचे प्रमुख साधन म्हणून अनन्य साधारण महत्व प्राप्त झाले आहे. 'दूरदर्शन' या सरकारी वाहिनीचे जाळे तर जवळपास सर्व देशभर पसरलेली आहेच, पण उपग्रह वाहिन्याही झपाट्याने नवीन क्षेत्रे पादाक्रांत करीत आहेत.

३ब.१.१ दूरचित्रवाणी तंत्रज्ञानाच्या विकासाचा संक्षिप्त इतिहास:

- **संदेश प्रक्षेपणाची सुरुवातीची माध्यमे:**

परस्परांशी संवाद साधणे ही मनुष्य प्राण्याची मुलभूत गरज आहे. व्यक्ती - व्यक्तीमधील किंवा गटागटांत संवादासाठी माणूस पहिल्यापासून विविध साधने वापरीत होता, परंतु जसजसे मानवी समुदाय अधिकाधिक वाढत गेले, भौगोलिक कक्षा विस्तारत गेल्या आणि मुख्यत: व्यापाराची मोठ्या प्रमाणावर जशी सुरुवात झाली तसतशी माणसाला जलद गतीने दूरच्या ठिकाणी संदेश पोहोचवणाऱ्या माध्यमांची प्रकर्षाने गरज भासू लागली.

या दृष्टीने पहिले पाऊल सतराव्या-अठराव्या शतकात उचलले गेले. विद्युतीय संदेश काही विशिष्ट माध्यमांतून पुढे जाऊ शकतात हे अनेक वर्षांच्या संशोधनानंतर युरोपातील संशोधकांच्या लक्षात आले होते. ते पाठविण्याचा नेमका मार्ग सम्युएल मोर्सया वैज्ञानिकाने शोधला. त्याने बनविलेले तारेचे यंत्र १८४३ साली पहिल्यांदा वापरण्यात आले. एकेका अक्षरासाठी वापरण्यात येणाऱ्या बिंदू, रेघ यांच्या विशिष्ट समुच्चयाच्या चिन्हांच्या रूपाने (मोर्स कोड) लिखित संदेश अक्षरश: प्रकाशाच्या वेगाने लांबच्या ठिकाणी पाठविणे शक्य होऊ लागले.

हे तंत्रज्ञान वापरण्यासाठी तारांचे प्रचंड जाळे अगदी तलाव, समुद्राच्या खालून, टेकड्यांवरून, उभारावे लागले. याच जाळ्यांचा वापर बिंदू, रेघ या ऐवजी प्रत्यक्ष आवाज पाठवण्यासाठी करता येईल का ? या दृष्टीने चाचपणी सुरू झाली. १८७६ साली अलेक्झांडर ग्रॅहॅम बेल या शास्त्रज्ञाला त्यात यश आले. त्यामूळे दूरध्वनीच्या युगाला सुरुवात झाली.

त्याच्या पुढची ओघाने येणारी पायरी म्हणजे तारांचा वापर न करता एखाद्या ठिकाणचा संदेश दुसरीकडे पोहोचणे शक्य आहे का ? याची चाचपणी करणे ही होती. गमतीची गोष्ट अशी की, एकाच वेळी विविध देशात अशा प्रकारचे शोध सुरू होते आणि दुसऱ्या देशात काय घडते आहे ते त्वरेने समजण्याची सोय नसल्याने प्रत्येक जणच स्वतंत्रपणे काम करत होता. सर्व साधारणपणे गुग्लिएल्मो मार्कोनी हा इटालियन संशोधक बिनतारी संदेशयंत्रणेचा जनक आहे, असे मानले जाते. बिनतारी यंत्रणेद्वारा प्रथम लिखित 'मोर्स कोड' यशस्वीपणे प्रक्षेपित केल्यानंतर त्याद्वारे ध्वनी लहरी प्रक्षेपित करण्याचे प्रयत्न सुरू झाले. त्यातूनच नभोवाणीचा (रेडिओ) जन्म झाला. पहिल्या महायुद्धाच्या काळात लष्करी कामासाठी नभोवाणी तंत्रज्ञानाचा मोठ्या प्रमाणात वापर झाला. त्यानंतर या माध्यमाचा करमणुकीसाठी व्यावसायिक वापर व्हायला सुरुवात झाली. दरम्यान शास्त्रज्ञांनी आवाजाबरोबर चित्रेही कशी पाठवता येतील याचा विचार करायला सुरुवात केली.

- **दूरचित्रवाणीची सुरुवात:**

१८८४ मध्ये निपकोव या जर्मनतंत्रज्ञाने तयार केलेल्या एका तबकडीमुळे चित्रे प्रक्षेपित करता येण्याची शक्यता निर्माण झाली. तबकडीवर एका विशिष्ट पद्धतीने भोके पाडून ती तबकडी फिरविली तर आपण वाचताना ज्या पद्धतीने डोळ्यांची हालचाल करतो तसेच तबकडीमधून जाणाऱ्या त्या प्रकाश किरणांची हालचाल होते. असे त्यांच्या लक्षात आले. चित्र पाठविण्याच्या आणि पाहण्याच्या अशा दोन ठिकाणी दोन तबकड्या बसविल्यातर चित्र प्रक्षेपित होऊ शकते असे त्यांनी सिद्ध केले. तीच पद्धत वापरून मग विविध आकाराच्या आणि घनतेच्या बिंदूंच्या साह्याने चित्रे अधिकाधिक चांगल्या पद्धतीने प्रक्षेपित करण्याचे प्रयोग सुरू झाले. इतर शास्त्रज्ञांनीही पुढची जवळपास ५० वर्षे ही पद्धत केंद्रीभूत मानून ती अधिकाधिक चांगली करण्याचा प्रयत्न चालू ठेवला पण आवश्यक तेवढी स्पष्टता प्रक्षेपित चित्रांना मिळत नव्हती.

१९२९ च्या सुमारास इंग्लंडमध्ये जॉन लोगी बेअर्ड या ब्रिटिश शास्त्रज्ञाने बनविलेली, तबकडीच्या तत्त्वावर आधारित पण अधिक चांगली चित्रे प्रक्षेपित करू शकणारी उपकरणे बी.बी.सी. या कंपनीने वापरत आणली. त्याच वेळेस अमेरिकेतही प्रक्षेपणाला मर्यादित स्वरूपात सुरुवात झाली होती. १९२८मध्ये जनरल इलेक्ट्रिक या कंपनीच्या वतीने पहिल्या दूरचित्रवाणी नाटकाचे प्रायोगिक प्रक्षेपण अमेरिकेत झाले. त्यावेळचा पडदा अतिशय लहान आकाराचा म्हणजे जवळपास पोस्टकार्डाच्या आकाराचा होता. यांत्रिक पद्धतीने तबकडी फिरविण्याच्या तंत्राला अनेक मर्यादा होत्या. त्यामुळे इलेक्ट्रॉनिक पद्धतीने क्रमवीक्षण (स्कॅनिंग) करण्याची संकल्पना पुढे आली.

'रेडिओ कॉर्पोरेशन ऑफ अमेरिका' या कंपनीचा अध्यक्ष डेव्हिड सरनॉफहा अतिशय महत्त्वकांक्षी होता. पहिले दूरचित्रवाणी प्रक्षेपण करण्याचा मान त्याच्याच कंपनीला मिळाला

पाहिजे असा त्यांने चंग बांधला होता. त्यामुळे त्याने कंपनीतील हुशार तंत्रज्ञ व्लादिमिरझ्वोरिकिन याला त्याच कामासाठी जुंपले. त्यातूनच पुढे १९२९ मध्ये 'किनेस्कोप' आणि १९३१ मध्ये 'आयकोनोस्कोप' या दोन प्रकारच्या संपूर्ण इलेक्ट्रॉनिक यंत्रणेवर चालणाऱ्या कॅमेरा नलिका तयार केल्या गेल्या. त्यामुळे पूर्वीपेक्षा बरेच समाधानकारक चित्र प्रक्षेपित करता येऊ लागले. प्रक्षेपणाबरोबरच अधिकाधिक चांगले कॅमेरे बनविण्याचाही प्रयत्न चालू होता.

दरम्यान दूरचित्रवाणी या माध्यमाचा व्यावसायिक वापर करण्याची योजना आखायला विविध कंपन्यांनी सुरुवात केली होती. २२ मार्च १९३५रोजी जर्मन पोस्ट खात्याने बर्लिनहून 'नियमित' प्रक्षेपणाला सुरुवात केली. एका सेकंदाला २५ चित्रपट्टया आणि एका पट्टीत १८० रेषा असे त्या प्रक्षेपणाचे माध्यम रेषाजाल होते. त्या चित्रांचा दर्जा सुमार होता. कार्यक्रमांमध्ये मुख्यतः चित्रपटांचाच समावेश होता. त्यामुळे या सेवेला फारसा प्रतिसाद मिळाला नाही. परिणामतः अवघ्या पाच महिन्यातच हे केंद्र बंद पडले.

त्यानंतर १९३६ च्या जुलै - ऑगस्टमध्ये जर्मनीतील ऑलिम्पिक खेळाच्या वेळेस थेट प्रक्षेपणाचा प्रयत्न झाला. काही चित्रपटगृहात हे प्रक्षेपण बघायला मिळाले परंतु चित्रांचा दर्जा याही वेळेस असमाधानकारक होता. दुसरीकडे लंडनमध्ये नोव्हेंबर १९३६ मध्ये मार्कोनी - इ.एम.आय या कंपनीने एका चित्रपट्टीत ४०५ रेषा असलेल्या उच्च रेषाजालतंत्राचे यशस्वी प्रात्यक्षिक दाखविले. त्यानंतर १९३९ मध्ये अमेरिकेत दूरचित्रवाणी प्रक्षेपणाला सुरुवात झाली. तारांच्या माध्यमातून दोन दूरचित्रवाणी केंद्रे जोडण्याचा आणि एका केंद्रावरून प्रसारित होणारे कार्यक्रम दुसऱ्या केंद्राने सहक्षेपित करण्याचा प्रयोगही झाला.

त्यानंतर दूरचित्रवाणीचा प्रसार झपाट्याने झाला असता; परंतु दुसऱ्या महायुद्धामुळे त्याला खीळ बसली. दुसरे महायुद्ध संपल्यावर १९५० च्या सुमारास मात्र दूरचित्रवाणीचा प्रसार सर्वत्र अगदी झपाट्याने झाला.१९६० पर्यंत जगाच्या सर्व भागात दूरचित्रवाणी प्रक्षेपणाला सुरुवात झाली. नव्याने स्वतंत्र झालेल्या भारतासारख्या राष्ट्रांना हे माध्यम खर्चिक व आवाक्याबाहेरचे वाटत होते; परंतु राष्ट्रीय विकासाच्या दृष्टीने ते महत्त्वाचे आहे, हे ही सर्वांच्या लक्षात आले होते.

- **उपग्रह प्रक्षेपणाला प्रारंभ:**

सुरुवातीच्या काळातील दूरचित्रवाणी प्रक्षेपण भूपृष्ठीय होते. त्यामुळे दूरचित्रवाणी केंद्राच्या प्रक्षेपकाच्या कक्षेत येणाऱ्या संचावर कार्यक्रम दिसू शकत असत. ही कक्षा वाढविण्यासाठी थोड्या थोड्या अंतरावर आणखी प्रक्षेपक बसविले जात. मात्र त्यामुळे प्रक्षेपकाच्या कक्षेबाहेरच्या भागात आणि लांब लांबच्या घटनास्थळावरून थेट प्रक्षेपण करण्यावर अनेक मर्यादा पडत असत.

दरम्यान अमेरिकेत आणि रशियात चालू असलेल्या विस्तृत अवकाश संशोधन कार्यक्रमाचे यशामुळे १९५७ नंतर दळणवळणासाठी उपग्रह वापरण्याचा विचार सुरू झाला. भूस्थिर कक्षेत फिरणाऱ्या उपग्रहांमुळे दिवसाचे जवळपास जवळ चोवीस तास एका ठिकाणी दूर अंतरावरून – जगाच्या कोणत्याही भागातून - तत्क्षणी संदेश ग्रहण करणे आणि तेथे संदेश पाठवणे शक्य होऊ लागले. प्रत्येक उपग्रहाची व्याप्ती ठराविक असते. एखाद्या उपग्रहाद्वारे

पाठविलेले संदेश जगाच्या कोणत्या भागात पोहोचणार आहेत हे या उपग्रहाच्या अवकाशातील स्थानानुसार ठरते.

इंटेलसॅट, इंटरस्पुटनिक हे दळणवळणासाठी वापरले गेलेले सुरुवातीच्या काळातील उपग्रह होते. सध्या उपग्रहांखेरीज इन्सॅट या भारतीय उपग्रह मालिकेतील उपग्रह आणि पॅन ॲम सॅट, एशिया सॅट, गरिझोंत इत्यादी इतर देशाच्या किंवा खासगी मालकीच्या दळणवळण उपग्रहांवरून विविध वाहिन्यांचे कार्यक्रम प्रसारित होतात. ज्यांना दूरचित्रवाणी वाहिनी सुरू करण्यात रस असतो. अशा व्यक्ती किंवा संघटना, ज्यादेशात, प्रदेशात, खंडात कार्यक्रम प्रक्षेपित करायचे तेथे संदेश पोचाविणाऱ्या एखाद्या दळणवळण उपग्रहावरील ट्रान्सपाँडर भाड्याने घेतात. एकाच उपग्रहावर असे अनेक ट्रान्सपाँडर असतात. सी बँड, एस. बँड, केयू बँड इत्यादी बँड वरून हे कार्यक्रम प्रक्षेपित होतात. जगभर अशा अनेक वाहिन्या प्रसारित होतात. यांपैकी काही विनामूल्य, तर काही वर्गणी भरून ग्रहण करता येतात.

दूरचित्रवाणी - तंत्रज्ञानाच्या विकासातील पुढचा टप्पा म्हणजे थेट घरापर्यंत येणाऱ्या (Direct to Home - DTH) वाहिन्या. ग्राहकांनी आपल्या संचावर बसविलेल्या संदेश ग्रहण यंत्रणेमुळे उपग्रहांच्यामार्फत थेट प्रेक्षकांच्या घरात या वाहिन्यांचे कार्यक्रम होऊ शकतात. 'दूरदर्शन' सारख्या भूपृष्ठीय वाहिन्याही थेट घरापर्यंत पोहोचतात. परंतु त्यांच्या प्रक्षेपणावर भारत सरकार काही निर्बंध घालू शकते. केबलमार्फत येणाऱ्या कार्यक्रमांवरही सरकार काही प्रमाणात लक्ष ठेवू शकते.

इंटरनेटवरूनही आता काही वाहिन्या बघता येता येऊ शकतात. एखाद्या वाहिनीने इंटरनेटवरील पत्त्यावर कार्यक्रम उपलब्ध करून दिले, तर ज्या भागांत भूपृष्ठीय किंवा उपग्रह प्रक्षेपकांद्वारा कार्यक्रम दिसू शकत नाही. तेथील प्रेक्षक किंवा कार्यक्रमाच्या प्रसारणाच्या वेळेस ज्यांना तो बघणे शक्य नसते ते त्यांच्या सवडीने इंटरनेट बघू शकतात.

- **भारतात दूरचित्रवाणीचा प्रारंभ व विकास:**

भारतात जगाबरोबर १९२० च्या दशकात नभोवाणीचा प्रारंभ आणि प्रसार फार झपाट्याने झाला. त्यामानाने दूरचित्रवाणीचा शोध लागल्यानंतर त्याचे भारतात आगमन होण्यास बराच विलंब लागला. नुकत्याच स्वतंत्र झालेल्या आपल्या देशाला असे खर्चिक माध्यम परवडणार नाही असे काही राज्यकर्त्यांची त्यावेळी धारणा होती.

१९५९ मध्ये युनेस्को या आंतरराष्ट्रीय संघटनेच्या सहकार्याने दिल्ली येथे प्रायोगिक स्तरावर दूरचित्रवाणी केंद्र सुरू करण्यात आले. त्यावरून आठवड्यातून दोन शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसृत केले जायचे. हळूहळू या कार्यक्रमांची संख्या आणि विषयांची व्याप्ती वाढविण्यात आली. शैक्षणिक दूरचित्रवाणीचा भारतात कसा प्रसार करता येईल याची चाचपणी करण्यासाठी अमेरिकेच्या फोर्ड फाउंडेशनचे एक अभ्यास मंडळ भारतात आले होते. या मंडळाने शैक्षणिक दूरचित्रवाणीसाठी एक आराखडा तयार करून दिला. त्यानुसार शालेय पाठ नियमितपणे दिल्लीतील शाळेत दाखविले जाऊ लागले.

१९६५ सालापासून बातमी पत्रांसह अन्य विविध प्रकारच्या कार्यक्रमांचा समावेश असलेला नियमित एक तासाचा कार्यक्रम दिल्ली केंद्रावर प्रक्षेपित होऊ लागला आणि भारताच्या सरकारी दूरचित्रवाहिनीचा जन्म झाला. सुरूवातीची काही वर्षे दूरचित्रवाणी कार्यक्रमनिर्मिती

हा 'आकाशवाणी' चा एक विभाग होता. १९६७ मध्ये चंदा समितीने केलेल्या शिफारशींची अंमलबजावणी नऊ वर्षांनी होऊन अखेर १ एप्रिल १९७६ रोजी नभोवाणी व दूरचित्रवाणी हे स्वतंत्र विभाग करावयाचे ठरवले. तेव्हा या वाहिनीला 'दूरदर्शन' हे नाव मिळाले. दूरदर्शन हा शब्द आता सर्वांच्या इतका परिचयाचा झाला आहे की, ते विशेषनाम न राहता, सामान्यनामाप्रमाणे त्याचा उपयोग होतो. दूरदर्शन अथवा टेलिव्हिजन (Television) या इंग्रजी सामान्यनामासाठी 'दूरचित्रवाणी' हा शब्द वापरला जातो. भारतातील सरकारी दूरचित्रवाणी वाहिनीलाच दूरदर्शन असेही म्हणतात.

'आकाशवाणी' प्रमाणेच 'दूरदर्शन' हे केंद्र सरकारच्या माहिती आणि प्रसारण खात्याच्या अखत्यारीतील पूर्णत: सरकारी नियंत्रणाखालील प्रसार माध्यम आहे. दूरचित्रवाणीचे देशाच्या गरजा लक्षात घेऊन माहिती देणे, शिक्षण देणे आणि मनोरंजन करणे अशी मुख्य उद्दिष्टे होती. व्यावसायिक, व्यापारी दृष्टिकोन न ठेवता कार्यक्रम आखले जात असत. त्यामुळे अगदी अलीकडच्या काळापर्यंत म्हणजे उपग्रह वाहिन्यांचे आगमन होईपर्यंत दूरदर्शनवरून मनोरंजनात्मक व माहितीपूर्ण कार्यक्रमांखेरीज राष्ट्रीय एकात्मता, धार्मिक व जातीय सलोखा, कुटुंबनियोजन, साक्षरता अभियान इत्यादी मुद्यांचा संदेश देणारे कार्यक्रम राबविले जात असत. अशा कार्यक्रमांमध्ये साईट प्रकल्प (SITE) म्हणजे Satellite Instructional Television Experiment, खेडा प्रकल्प, ' कंट्रीवाईड क्लासरूम ' चे राष्ट्रीय स्तरावरील महाविद्यालयीन आणि विद्यापीठपातळीवर शैक्षणिक कार्यक्रम आणि महाराष्ट्रात ' बालचित्रवाणी ' चे शालेयकार्यक्रम यांचा आवर्जून उल्लेख करावा लागेल.

देशातील प्रादेशिक आणि भाषिक वैविध्य लक्षात घेऊन 'दूरदर्शन' च्या विस्ताराला आणि मर्यादित विकेंद्रीकरणाला सुरुवात झाली. त्यामुळे २ ऑक्टोबर १९७२ रोजी दूरदर्शनच्या मुंबई केंद्राचे उद्घाटन झाले. त्यामुळे हिंदी अथवा इंग्रजी न जाणणाऱ्या मराठी प्रेक्षकांना, त्यांना समजणाऱ्या भाषेतील आणि त्याहीपेक्षा महत्त्वाचे म्हणजे महाराष्ट्रात राहणाऱ्या, मराठी मातृभाषा असलेल्या सर्वांना त्यांच्या संस्कृतीशी अधिक जवळ असलेले कार्यक्रम बघावयास मिळू लागले. स्थानिक कलाकारांनाही नव्या माध्यमाद्वारे कला सादर करण्याची संधी मिळू लागली. मुंबई केंद्रापाठोपाठ इतर महत्त्वाच्या शहरांमध्ये 'दूरदर्शनची' केंद्रे सुरू झाली. कार्यक्रमनिर्मिती आणि प्रक्षेपणकेंद्रांबरोबर सहक्षेपण केंद्रांचीही संख्या झपाट्याने वाढत गेली. लघुशक्ती प्रक्षेपण केंद्र, सूक्ष्मलहरी (Microwave) तंत्रज्ञान व त्यानंतर उपग्रहामार्फत होणारे प्रक्षेपण, यामुळे दूरदर्शनचे जाळे थोड्याच अवधीत संपूर्ण देशभर पसरले. महाराष्ट्रात सध्या नागपूर व पुणे येथे 'दूरदर्शन' ची कार्यक्रम निर्मिती केंद्रे आहेत.

१९८२ मध्ये दळणवळणासाठीच्या इन्सॅट-१-ए या भारतीय उपग्रहाच्या यशस्वी प्रक्षेपणामुळे दिल्लीत झालेल्या आशियाई खेळांचे थेट प्रक्षेपण 'दूरदर्शन' ला करता आले. आशियाई खेळांच्या निमित्ताने रंगीत प्रक्षेपणालाही सुरुवात झाली. १९८३ मध्ये राष्ट्रीय प्रक्षेपण सुरू झाले. त्यात हिंदी इंग्रजी भाषांतील बातमीपत्रे आणि इतर कार्यक्रम यांचा समावेश होता.

दूरदर्शनने १९८४ मध्ये डी.डी. मेट्रो (डी.डी.- २), १९९५ मध्ये डी.डी. इंटरनॅशनल (डी.डी. -३), १९९९ मध्ये डी. डी. स्पोर्ट्स, डी. डी. न्यूज, १९९४मध्ये मूव्ही क्लब व दहा प्रादेशिक भाषातील वाहिन्या जसे डीडी मराठी, डी.डी. गुजराती, डी.डी. बंगाली

इत्यादी सुरू केल्या. या वाहिन्या पाहण्यासाठी मात्र संचाबरोबर येणारी संदेश ग्रहण यंत्रणा (अँटेना) पुरेशी नाही. त्यांचे प्रक्षेपण उपग्रहामार्फत होत असल्याने प्रेक्षकांकडे 'डिश अँटेना' सारखे उपकरण अथवा 'केबल' जोडणी असणे आवश्यक आहे.

‘दूरदर्शन ’ही काही व्यापारी वाहिनी नाही. ती चालविण्यासाठी सरकारकडून संपूर्ण आर्थिक साहाय्य मिळते, परंतु पुढे दूरदर्शनची प्रचंड लोकप्रियता लक्षात घेता जाहिरातीसाठी ते प्रभावी माध्यम आहे व जाहिरातींद्वारे पैसे मिळणे शक्य आहे असे लवकरच लक्षात आले. त्यामुळे १९७६ पासून दूरदर्शनवर जाहिराती स्वीकारण्यास प्रारंभ झाला. प्रारंभीच्या काळात जाहिरातीसुद्धा एखाद्या रंजक कार्यक्रमाप्रमाणे पाहिल्या जायच्या एवढे प्रेक्षकांना या माध्यमाचे आकर्षण होते. करमणूक प्रधान कार्यक्रमांना सहसा अधिक जाहिराती मिळतात. कारण त्यांचा प्रेक्षकवर्ग अधिक मोठा असतो. सध्या 'दूरदर्शन' वर जाहिराती बरोबरच प्रायोजित कार्यक्रम दाखवले जातात.

१९९१ नंतर उपग्रह वाहिन्यांशी स्पर्धा सुरू झाल्यावर ‘दूरदर्शनच्या’ मुख्य वाहिनीच्या कार्यक्रमाच्या स्वरूपातही मोठ्या प्रमाणात बदल झाले. इतर वाहिन्यांची लोकप्रियता वाढत असली तरी त्या सर्व वाहिन्यांच्या प्रेक्षकांच्या एकत्रित संख्येपेक्षा 'दूरदर्शन' च्या प्रेक्षकांची संख्या आजही कितीतरी पटीने अधिक आहे.

- **उपग्रह वाहिन्यांचे भारतात आगमन:**

१९९१ मध्ये सी. एन. एन. या वाहिनीवर दाखविल्या गेलेल्या इराक – कुवेत युद्धाच्या दृश्यांमुळे ‘उपग्रह वाहिन्या’ ही संकल्पना लोकप्रिय झाली. भारतात खासगी नभोवाणी अथवा दूरचित्रवाणी वाहिनी सुरू करायला कायद्याची परवानगी नाही. त्यासाठी लागणारी भारतीय भूमीवरून उपग्रहाकडे संदेश पाठविण्याची (अपलिंकिंग) सुविधा बिगर सरकारी संस्थांना दिली जात नसे. अजूनही अपवादात्मक परिस्थिती वगळता तशी परवानगी दिली जात नाही. परंतु परकीय देशातून उपग्रहामार्फत पाठवलेले संदेश ग्रहण करण्यावर निर्बंध घालणे अवघड होते. सर्वोच्च न्यायालयाने ही अवकाश लहरी मुक्त आहेत, असा निकाल एका प्रकरणात दिला होता.

तबकडीच्या आकारातील संदेश ग्रहण यंत्रणेमुळे (डिशअँटेना) अवकाशातील दळणवळण उपग्रहांनी पाठविलेले कार्यक्रम ग्रहण करणे शक्य होते. परंतु तबकडीच्या आकाराचे उपकरण बसविणे खर्चिक असल्याने सामान्य माणसांना ते परवडण्यासारखे नव्हते. त्यामुळे 'केबलचालक' या नव्यासंस्थेचा उदय झाला. हे केबल चालक स्वतःच्या इमारतीवर तबकडीच्या आकारातील संदेश ग्रहण यंत्रणा बसवून त्याद्वारा ग्रहण केलेले संदेश तारांच्यामार्फत ग्राहकांच्या दूरचित्रवाणी संच्यापर्यंत पोहोचवितात. ही सुविधा अल्पावधीतच अत्यंत लोकप्रिय झाली आहे. सर्व लहान-मोठ्या शहरात अशा तबकड्यांचे आणि तारांचे जाळे पसरलेले आपणास पाहावयास मिळते.

भारतात सर्वातप्रथम ज्या वाहिन्या दिसू लागल्या होत्या त्यात ‘स्टार’ या उपग्रह वाहिनीचा समावेश होतो. त्या पाठोपाठ हिंदी आणि प्रादेशिक भाषेतील अनेक वाहिन्या सुरु झाल्या. या वाहिन्या पूर्णतः व्यापारी स्वरूपाच्या आहेत. अधिकाधिक प्रेक्षकांना आकर्षित करू शकतील असे कार्यक्रम दाखवून, अधिकाधिक जाहिराती आणि पर्यायाने अधिकाधिक नफा

मिळवणे एवढाच मर्यादित उद्देश यापैकी बहुतेक वाहिन्यांच्या चालकांचा असतो. भारतात सध्या किमान ५० - ५५ देशी-विदेशी वाहिन्या दिसतात. त्यापैकी बी बी.सी, सी. एन.एन, स्टार न्यूज, झी न्यूज आणि डी.डी. न्यूज या अहोरात्र बातम्या प्रसारित करणाऱ्या वृत्तवाहिन्या आहेत. झी, सोनी, स्टार प्लस, होम टिव्ही, आणि 'दूरदर्शन' - २ (डी डी मेट्रो) या करमणूक प्रधान हिंदी वाहिन्या आहेत. स्टार स्पोर्ट्स, ईएसपीएन आणि डीडीस्पोर्ट्स क्रीडाविषयक कार्यक्रम दाखवणाऱ्या तर झी सिनेमा, स्टार मुव्हीज, टीएनटी आणि डी डी मूव्ही क्लब चित्रपटविषयक वाहिन्या आहेत. नॅशनल जिओग्राफिक, डिस्कव्हरी इत्यादी माहिती प्रधान वाहिन्याही आहेत. संगीतविषयक वाहिन्या म्हणून एम. टीव्ही, चॅनल व्ही, म्युझिक एशिया या तरुण वर्गात लोकप्रिय अशा वाहिन्या आहेत.

अलीकडे ' डी. डी. सह्याद्री ' (डी. डी.१०), 'अल्फा टी.व्ही,' आणि 'प्रभात' या मराठी वाहिन्या महाराष्ट्रातील प्रेक्षकांना उपलब्ध झाल्या आहेत. लवकरच इनाडू या दाक्षिणात्य वाहिनीच्यावतीने मराठी वाहिनी सुरू करण्यात येणार आहे. त्याचप्रमाणे ' स्टार ' वाहिनीचे ही 'तारा' हे मराठी भावंड येत आहे. उपग्रह वाहिन्या फक्त केबल चालकामार्फत ग्राहकांपर्यंत पोहोचत असल्याने अनेक ठिकाणी स्थानिक केबल वाहिन्या आहेत. त्यावरून दिवसातून एकदा अथवा दोनदा स्थानिक वार्तापत्रे आणि उर्वरित वेळात करमणुकीचे कार्यक्रम (मुख्यत्वे चित्रपट) दाखविले जातात. या वाहिन्यांचे प्रक्षेपण फक्त केबल चालकांच्या ग्राहकापुरतेच मर्यादित असते. 'पुणेवार्ता' हे स्थानिक केबल चालकांमार्फत चालविले जाणारे देशातील पहिले व्हिडिओ सायं दैनिक होते.

३ब.२ दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाचे प्रकार, लेखन, संशोधन आणि प्रसारण इत्यादी

दूरचित्रवाणीवर सध्या आपल्याला अनेक प्रकारचे कार्यक्रम पाहायला मिळतात. उपग्रह वाहिन्या सुरू झाल्यापासून तर विविध रचनाबंधामधील कार्यक्रम सादर होतात. त्यात मनोरंजनात्मक कार्यक्रमांची संख्या अधिक असते. दूरचित्रवाणी वाहिन्यांना अधिकाधिक प्रेक्षकांना आवडतील असे कार्यक्रम सादर करावे लागतात. कारण जितका मोठा प्रेक्षकवर्ग तेवढ्या जास्त जाहिराती आणि पर्यायाने तेवढे अधिक उत्पन्न असा हा साधा सरळ हिशेब आहे. मनोरंजन करणाऱ्या कार्यक्रमांबरोबरच माहिती देणाऱ्या कार्यक्रमांना उदाहरणार्थ बातमीपत्रे, चर्चा, माहितीपट, इत्यादींना मोठा प्रेक्षक वर्ग आहे. किंबहुना विविध वाहिन्यांवरील वृत्ताधारित कार्यक्रमांची संख्या दिवसेंदिवस वाढत आहे.

कोणत्याही एका सर्वसाधारण दूरचित्रवाणी वाहिनीचे कार्यक्रम तुम्ही सातत्याने काही काळ पाहिले, तर असे लक्षात येईल की, विविध प्रकारचे कार्यक्रम तिच्यावरून सादर होत असतात. त्यांची विभागणी अनेक प्रकारांनी करता येईल. लक्ष्यगटानुसार बालकांसाठी, युवकांसाठी, महिलांसाठी, ज्येष्ठ नागरिकांसाठी असे उपप्रकार पडतात. विषयानुसार कौटुंबिक, सामाजिक क्रीडाविषयक, आरोग्यविषयक इत्यादी अनेक उपगट पडतात. भाषानुसारही विभागणी करता येते. परंतु सर्वात महत्त्वाची विभागणी कार्यक्रमाच्या उद्दिष्टानुसार करणे अधिक उचित होईल.

कोणत्याही प्रसार माध्यमाची मनोरंजन करणे, माहिती देणे आणि शिक्षण देणे अशी तीन महत्त्वाची उद्दिष्टे असतात. दूरचित्रवाणीलाही तीच त्रिसूत्री लागू होते. कार्यक्रमात ज्या उद्दिष्टांवर भर दिला असेल त्यानुसार आपण त्यांची (१) करमणूकप्रधान (२) माहितीप्रधान (३) शैक्षणिक अशा प्रमुख तीन गटात विभागणी करू. हे तीन गट परस्परांपासून पूर्णता स्वतंत्र असू शकत नाहीत, हे लक्षात घेणे महत्त्वाचे आहे. करमणूक प्रधान कार्यक्रमातून माहिती अथवा शिक्षण मिळतच नाही, असे म्हणणे वास्तवतेला धरून होणार नाही. प्रश्नमंजुषेचा कार्यक्रम करमणुकीच आखला जात असला तरी त्यातून प्रेक्षकांना नवी नवी माहिती मिळते. तसेच उपयुक्त माहिती प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचवण्यासाठी करमणुकीचा आश्रय घेतला जातो. हे 'आमची माती आमची माणसे,' 'कामगार विश्व' यांसारख्या कार्यक्रमातून आपण अनेकवेळा पाहिली असेल.

लहान कार्यक्रम या गटात समाविष्ट होणाऱ्या बहुसंख्य कार्यक्रमाचा प्रधान हेतू करमणूक करणे हाच असतो त्यामुळे त्यातील बहुतांश आशय कल्पित असतो किंवा निखळ करमणुकीसाठी काही कार्यक्रम प्रत्यक्ष करून आणले जातात करमणूक प्रधान कार्यक्रमांची आपण पुढीलप्रमाणे वर्गवारी करू शकतो.

३ब.२.१ करमणूक प्रधान कार्यक्रम:

अ) **मालिका:** कौटुंबिक, रहस्यप्रधान, विनोदी, भयकारक, पौराणिक / ऐतिहासिक.

ब) **संगीत विषयक:** गीतांच्या लोकप्रियतेविषयीचे, चित्रपटगीते.

क) **खेळ स्वरूपातील:** प्रश्नमंजुषा, सोपे शारीरिक खेळ, बौद्धिक खेळ, अंताक्षरी, नृत्यस्पर्धा

ड) **चर्चात्मक:** टॉक शो

वर उल्लेख केलेल्या विविध प्रकारांचा आपण थोडक्यात परिचय करून घेऊ.

अ) मालिका:

सर्वसाधारण वाहिन्यांवरच्या मालिका हा एक महत्त्वाचा कार्यक्रम प्रकार आहे. अनेक दिवस चालणारा, नाट्यमय प्रसंगांची रेलचेल असलेला, उत्कंठा वर्धक कार्यक्रम म्हणजे दूरचित्रवाणी मालिका, असे ढोबळमानाने वर्णन करता येईल. या मालिकांचे पुढील प्रमाणे प्रकार उपप्रकार पडतात.

कौटुंबिक:

इंग्रजीत ज्याला ‘सोप ऑपेरा’ किवा डेली शोप म्हणतात त्या प्रामुख्याने कौटुंबिक मालिका असतात. एक किंवा त्याहून अधिक कुटुंबातील अनेक व्यक्तींच्या महत्वकांक्षा, संघर्ष, आपत्ती, इत्यादींचे विस्तृत चित्रण हा बहुतेक प्रत्येक कौटुंबिक मालिकेचा गाभा असतो. भारतात 'हम लोग' या मालिकेपासून कौटुंबिक मालिकांच्या युगाला सुरुवात झाली. बुनियाद, शांती, स्वाभिमान, जुनून अशा अनेक मालिकावर्षानुवर्षे दूरचित्रवाणीवरून सादर होत होत्या. मोठी कुटुंबे, त्यांतील व्यक्तींचे टोकाचे स्वभाव, बदलते नातेसंबंध, संशयास्पद

भूतकाळ, प्रेमात किंवा धंद्यात झालेली फसवणूक अशा विषयांवर मालिकांची बांधणी केली जाते.अनेकदा या मालिकांना विशिष्ट आखीव अशी कथा-पटकथा नसते. वाहिनीकडून मुदतवाढ मिळेल त्याप्रमाणे कथा वाढविली जाते. क्वचित प्रेक्षकांच्या प्रतिसादानुसार कथेत बदलही केले जातात. ह्या अनेक दिवस चालत असल्यामुळे त्यात काम करणारे कलाकारही कधी कधी बदलतात. पण प्रेक्षकांच्या रसास्वादात त्याने फरक पडत नाही.

रहस्यप्रधान:

रहस्यप्रधान मालिकांमध्ये गुन्ह्यांचा शोध, खटला यांचे चित्रण असते. या प्रकारातील मालिकेत एकच गोष्ट सादर न होता दोन-तीन भागांच्या छोट्या छोट्या गोष्टी सादर होतात. रहस्य शोधणारी पात्रे समान असल्याने मालिकेत एक सातत्य राहते. टएक शून्य शून्यट, तिसरा डोळा, कमांडर या गाजलेल्या मराठी तर सीआयडी, क्राईम पेट्रोल या हिंदी रहस्य प्रधान मालिका आहेत.

विनोदी:

विनोदी मालिका हा ही प्रेक्षणीय प्रकार आहे. प्रसंगाधिष्ठत विनोद हा या मालिकांचा कणा असतो. याप्रकारातही काही पात्रे समान ठेवून त्यांच्या आयुष्यात घडणारे विनोदी घटनांचे चित्रण केले जाते. 'चाळ नावाची वाचाळ वस्ती,' ' चिमणराव - गुंड्याभाऊ ' या मराठी तर 'फ्लॉप शो,' 'श्रीमान श्रीमती' या हिंदी विनोदी मालिका दूरचित्रवाणीवरून प्रसारित झाल्या होत्या.

भयकारक:

अनाकलनीय गोष्टींचे माणसाला नेहमी आकर्षण वाटते. हे लक्षात घेऊन मालिका निर्माते असे भयप्रद गुढ मालिकांची निर्मिती करतात. चित्रविचित्र चेहरे, आवाज, घटना हे या मालिकांचे वैशिष्ट्य आहे. 'होनी - अनहोनी,' 'आहाट,' 'झी हॉरर शो' ही विविध वाहिन्यांवर गाजलेल्या मालिकांची उदाहरणे आहेत.

पौराणिक:

दूरचित्रवाणीवरून आतापर्यंत दाखविल्या गेलेल्या सर्वात लोकप्रिय मालिकांत 'रामायण,' 'महाभारत' या मालिकांचा समावेश होतो. 'ओम नमःशिवाय,' 'जय हनुमान,' यासारख्या मालिकांना ही मोठा प्रेक्षकवर्ग लाभला. पौराणिक कथांमधील वैचित्र्य, संघर्ष आणि प्रेक्षकाला त्याविषयी वाटणारी आत्मीयता यामुळे भारतात पौराणिक मालिका हा लोकप्रिय प्रकार आहे.

ऐतिहासिक:

'स्वामी,' 'द ग्रेट मराठा,' 'चाणक्य' छत्रपती शिवाजी महाराज, स्वराज्य रक्षक संभाजी इत्यादी ऐतिहासिक मालिका लोकप्रिय झाल्या.पौराणिक व ऐतिहासिक मालिकांची निर्मिती अन्य प्रकारच्या मालिकांपेक्षा अधिक क्लिष्ट व खर्चिक असते. कालानुरूप वेशभूषा, रंगभूषा करणे, युद्ध, दरबार असे शेकडो कलाकारांचा सहभाग असलेले प्रसंग चित्रित करणे हे निर्माता-दिग्दर्शकांपुढे मोठे आव्हान असते.

गाजलेल्या साहित्यकृतींवर आधारित मालिकाही दूरचित्रवाणीवरून सादर केले जातात. 'श्रीगंगाधर टिपरे,' 'व्यक्ती आणि वल्ली,' 'मालगुडी डेज,' 'चाणक्य' या गाजलेल्या साहित्यकृतींवर आधारित मालिका, अशी या प्रकारातील मालिकांची कितीतरी उदाहरणे देता येतील.

ब) संगीतविषयक कार्यक्रम:

भारतीय चित्रपटात संगीताला जेवढे महत्त्वाचे स्थान आहे, तेवढेच दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रमांतही आहे. चित्रपट गीतामुळे ज्याप्रमाणे दूरचित्रवाणीचे कार्यक्रम लोकप्रिय होतात, त्याचप्रमाणे दूरचित्रवाणीवर प्रक्षेपित झाल्यामुळे नव्या चित्रपटातील गाणी पर्यायाने चित्रपट लोकप्रिय होतात. या कार्यक्रमांचे मुख्य दोन प्रकार पडतात.

लोकप्रियतेची क्रमवारी (काउंट डाऊन):

प्रत्येक आठवड्यात कोणते गीत लोकप्रियतेच्या कोणत्या क्रमांकावर हे सांगून त्या गीतांची झलक या कार्यक्रमात दाखविली जाते. केवळ गीतांचा क्रमांक सांगून गीत न दाखवता दोन गीतांच्या दरम्यान मनोरंजनात्मक नाटीका सादर केली जाते. ती बहुधा विनोदी असते. नाटिका आणि गीतांचे क्रमांक, प्रत्यक्ष गीत यांत काही संबंध असतोच असे नाही.

गीतांच्या लोकप्रियतेचे क्रमांक ठरविण्याच्या पद्धतीत एक वाक्यता आढळत नाहीत. कधी प्रेक्षकांचा प्रतिसादानुसार क्रमांक ठरतात तर कधी चित्रपटांच्या ध्वनिफितींच्या खपाच्या आकडेवारीनुसार, एकाच आठवड्यात प्रक्षेपित झालेल्या भिन्न भिन्न कार्यक्रमात गीतांच्या लोकप्रियतेचे क्रमांक भिन्न असल्याने अनेकदा लक्षात येते.

चित्रपटगीते:

एखाद्या विषयानुरूप, एकाच कलावंताची, एका चित्रपटातील, विविध कालखंडातील, अशी अनेक पद्धतींनी चित्रपटगीते सादर केली जातात. चित्रपटगीतांचा कार्यक्रम तयार करणे तुलनेने अधिक सोपे असते. दूरचित्रवाणीवरील 'छायागीत,' 'चित्रहार,' 'रंगोली' हे चित्रपट गीतांचे कार्यक्रम विलक्षण लोकप्रिय झाले होते.

क) खेळ स्वरूपातील कार्यक्रम:

विविध वयोगटातील, क्षेत्रातील व्यक्तींना कलागारात बोलावून त्यांच्यात विविध प्रकारच्या स्पर्धा आयोजित करणे असे या कार्यक्रमाचे स्वरूप असते. अशा कार्यक्रमांमुळे प्रेक्षकांचा प्रत्यक्ष सहभाग वाढतो व स्पर्धात्मक स्वरूपामुळे कार्यक्रम उत्कंठावर्धक होतात. कार्यक्रम अधिक आकर्षक करण्यासाठी अनेकदा त्यात आवर्जून प्रसिद्ध व्यक्तींचा समावेश केला जातो. उदाहरणार्थ होम मिनिस्टर.

असे कार्यक्रम यशस्वी होणे सूत्र संचालकावर अवलंबून असते. सूत्र संचालक जितका प्रसंगावधानी, हजरजबाबी, उत्साही व सहभागी खेळाडूंना उत्तेजन देणारा असेल तितका तो कार्यक्रम अधिक रंगतो.

- **प्रश्नमंजुषा:**

एखाद्या विशिष्ट विषयासंबंधी किंवा सर्वसाधारण स्वरूपाचे प्रश्नमंजुषा कार्यक्रम आयोजित केले जातात. दूरचित्रवाणीवरील 'क्विझ टाईम,' 'पार्लमेंट क्विझ,' इत्यादी कार्यक्रम लोकप्रिय होते. चित्रपटांविषयी, खेळाविषयी, पर्यटनाविषयी प्रश्नमंजुषा कार्यक्रम सादर केले आहेत. (कौन बनेगा करोडपती)

- **सोपे शारीरिक / बौद्धिक खेळ:**

या प्रकारात सहभागी खेळाडूंच्या दरम्यान साध्या खेळांच्या उदाहरणार्थ, एक मिनिटात अधिकाधिक केळी खाणे, फुगे फोडणे इत्यादी स्पर्धा आयोजित केल्या जातात. त्याचा उद्देश खेळाडूंची शारीरिक क्षमता चाचणी घेणे हा नसून निखळ मनोरंजन करणे हाच असतो.

बौद्धिक खेळात विविध प्रकारचे शाब्दिक, भाषिक, कायिक अभिनयावर आधारित असे खेळ घेतले जातात. स्मरणशक्ती चाचणी घेणारे ही खेळ आयोजित केले जातात.

- **अंताक्षरी / गायन /नृत्य स्पर्धा:**

वरील प्रकाराप्रमाणे यात सर्वजण सहभागी होऊ शकत नाहीत. कारण या प्रकारासाठी किमान कलागुणांची आवश्यकता असते. दूरचित्रवाणीवरून प्रसारित झालेला 'ताक धिना धिन' हा लोकप्रिय कार्यक्रम अंताक्षरी स्वरूपातील होता. या कार्यक्रमात सहभागी होणाऱ्या व्यक्तीला गीतांविषयीचे सामान्य ज्ञान व गायनाचे कौशल्य अवगत असणे आवश्यक असते.

'मेरी आवाज सुनो,' 'इंडियन आयडॉल,' 'सा रे ग म प' यासारख्या कार्यक्रमात तर सहभागी कलाकारांच्या गायन कौशल्याची प्रेक्षक आणि जाणकार परीक्षा घेतात. तुलनेने अपरिचित असलेल्या किंवा मर्यादित वर्तुळात नाव मिळविलेल्या कलाकारांना अशा कार्यक्रमांमुळे लाखो प्रेक्षकांसमोर आपली कला सादर करण्याची संधी मिळते. गायनाप्रमाणेच काही वाहिन्यांवर नृत्याच्या स्पर्धाही घेतल्या जातात. अशा प्रकारचे 'दम दमा दम,' किंवा 'बुगी वुगी,' 'डान्स इंडिया डान्स,' ' नच बलिये,' 'सुपर डांसर,' हे बालकलाकारांचे कार्यक्रम लोकप्रिय झालेली दिसतात.

ड) चर्चात्मक कार्यक्रम:

एखाद्या विषयासंबंधी खुली चर्चा घडवून आणणारा 'टॉक शो' हा अत्यंत कलात्मक कार्यक्रमाचा प्रकार आपल्याकडे पाश्चात्य देशातून आला. 'टॉक शो' मध्ये हाताळले जाणारे विषय सामाजिक, कौटुंबिक, भावनिक अशा प्रकारचे असतात. उदाहरणार्थ 'मोलकरणींना नोकरदरांप्रमाणे सुट्ट्या, पगारवाढ, रजा हवी का' या विषयावर खुली चर्चा आयोजित केली तर त्यात प्रमुख सहभागी व्यक्ती म्हणून मोलकरणींच्या संघटनेची प्रमुख, सामाजिक कार्यकर्ती, वकील, कामगार नेता, इत्यादींना बोलावले जाईल. त्याचप्रमाणे कलागारातील ५०-६० प्रेक्षकही चर्चेत सहभागी होतील. येथे सर्वात महत्वाची भूमिका 'सूत्र संचालकाची जबाबदारी' आहे. 'वाद- संवाद' हा दूरचित्रवाणीवरील अशा प्रकारचा कार्यक्रम गाजलेला

कार्यक्रम आहे. विनोद दुआ, प्रिया तेंडुलकर, किरण खेर यांचे 'टॉक शो' कार्यक्रमही लोकप्रिय होते.

'टॉक शो' खेरीज अभिरूप खटले चालवून चर्चा करणे, यशस्वी सनदी अधिकारी व्यक्तीला कलागारात निमंत्रित करून प्रेक्षकांनी प्रश्न विचारणे, अशा स्वरूपाचे कार्यक्रमही आयोजित केले जातात. 'आपकी अदालत,' 'जनता दरबार,' हे कार्यक्रम उदाहरणादाखल देता येतील.

३ब.२.२ माहिती प्रधान कार्यक्रम:

या गटात समाविष्ट होणाऱ्या कार्यक्रमांचा प्रधान हेतू एखाद्या घटनेसंबंधी, विषयासंबंधी माहिती देणे हा असतो. या कार्यक्रमात कल्पिताला वाव नाही, तर पूर्णपणे सत्यावर आधारित तपशील देण्याची जबाबदारी या कार्यक्रमांवर असते. माहिती प्रधान कार्यक्रमांची आपण पुढीलप्रमाणे वर्गवारी करू शकतो .

अ) बातमीपत्र

ब) वृत्ताधारित कार्यक्रम - मुलाखत व चर्चा

क) माहितीपट

३ब.२.३ शैक्षणिक प्रधान कार्यक्रम:

भारतात शैक्षणिक दूरचित्रवाणी कार्यक्रमाची गरज आणि उपयोगिता दोन्ही ही मोठ्या प्रमाणावर आहेत. ज्या प्रत्येक गावात वीज पुरवठा झालेला आहे, त्या प्रत्येक गावात घराघरात दूरचित्रवाणी संच असण्याची शक्यता असल्याने शालेय शिक्षणाला पूरक म्हणून आणि प्रौढ साक्षरतेच्या प्रसारासाठी दूरचित्रवाणीचा प्रभावीपणे उपयोग करून घेतला जातो. व्यवसायिक वाहिन्यांना शैक्षणिक कार्यक्रमांच्या निर्मितीत रस असेल असे नाही पण दूरचित्रवाणीसारख्या सार्वजनिक सेवेत मोडणाऱ्या (Public Survice) वाहिनीची ती प्राथमिक जबाबदारी आहे.

दूरचित्रवाणीचा विस्तार, विकेंद्रीकरण यामुळे विविध प्रादेशिक भाषांत, बोलीभाषांत कार्यक्रम बनविणे शक्य आहे. शैक्षणिक कार्यक्रम अभ्यासक्रमांधारित असतात, त्याचप्रमाणे अभ्यासक्रमाबाहेरील माहिती देणारेही असतात. निव्वळ माहिती देणे हा त्यामागील उद्देश नसून प्रत्यक्ष व्यवहारात, आयुष्यात उपयोगी पडणारी कौशल्ये शिकवणे हा प्रमुख उद्देश असतो.

शैक्षणिक कार्यक्रम विविध स्वरूपात सादर केले जाऊ शकतात. करमणूक प्रधान कार्यक्रमांचे अंतर्गत आपण पाहिलेल्या नाट्य, संगीत, प्रश्नमंजुषा, खेळ, चर्चा, या सर्व आकृतिबंधाद्वारे शैक्षणिक विषय हाताळले जातात.

दूरचित्रवाणीच्या राष्ट्रीय वाहिनीवरून महाविद्यालयीन आणि विद्यापीठीय विद्यार्थ्यांसाठी शैक्षणिक कार्यक्रम सादर केले जातात. दिल्लीचे इंदिरागांधी राष्ट्रीय मुक्त विद्यापीठ प्रामुख्याने आपल्या अभ्यासक्रमांवर आधारित कार्यक्रम सादर करते, तर विद्यापीठ अनुदान आयोगातर्फे (UGC) सादर होणाऱ्या 'कंट्रीवाईड क्लासरूम' या सदरात विशिष्ट

पाठ्यक्रमांची मर्यादा नसलेले परंतु विद्यार्थ्यांचे ज्ञान अधिक समृद्ध करणारे कार्यक्रम सादर केले जातात. या कार्यक्रमांची निर्मिती देशभरातील सात – आठ केंद्रावरून होते. पुणे विद्यापीठातील एज्युकेशनल मिडिया रिसर्चसेंटर (EMRC) हे त्यापैकी एक आहे. आता केवळ शैक्षणिक कार्यक्रमांना वाहिलेली ' ज्ञानदर्शन' ही स्वतंत्र राष्ट्र वाहिनी दूरचित्रवाणीने सुरु केली आहे.

राज्य पातळीवर मराठीतून शैक्षणिक कार्यक्रम प्रस्थापित प्रक्षेपित होतात. शालेय विद्यार्थ्यांसाठी राज्य शासनाच्या 'राज्य शैक्षणिक तंत्रज्ञानसंस्थे' ने तयार केलेले कार्यक्रम 'बालचित्रवाणी' या सदरात सादर केले जातात. यशवंतराव चव्हाण मुक्त विद्यापीठाने आपल्या विद्यार्थ्यांसाठी तयार केलेले, अभ्यासक्रमावर आधारित कार्यक्रम सुद्धा 'मुक्तविद्या' यासदरात प्रक्षेपित होतात. हे दोन्ही कार्यक्रम 'दूरचित्रवाणी सह्याद्री' या दूरचित्रवाणी वाहिनीवरून सादर केले जातात.

३ब.३ वृताधारित कार्यक्रम – मुलाखत व चर्चा

बातमीपत्रे हा पत्रकारितेचा गाभा आहे. दूरचित्रवाणी वरूनही बातमीपत्रे प्रसारित होतात. ताज्या घडामोडींची त्वरित तोंड ओळख करून देणारा कार्यक्रम म्हणून बातमी पत्रांचे महत्त्व अनन्य साधारण आहे. परंतु सर्वच घटनांची ओझरती माहिती घेऊन प्रेक्षकांचे समाधान होत नाही. त्या घटनांचे विश्लेषण करणे, त्यांची सांगोपांग चर्चा करणे व त्यांचा अन्वयार्थ लावणे ही देखील प्रेक्षकांची एक गरज असते. त्यामुळेच वृत्ताधारित किंवा चालू घडामोडीवर आधारित कार्यक्रम लोकप्रिय होतात. अशा कार्यक्रमातील एक महत्त्वाचा प्रकार म्हणजे संवादात्मक कार्यक्रम. या संवादाला मुलाखत, चर्चा, जनमत चाचणी, विश्लेषण अशी विविध रूपे देता येतात. सर्व संवादामध्ये एक समान सूत्र असते, ते म्हणजे प्रेक्षकांच्या वतीने, त्यांचा प्रतिनिधी म्हणून प्रश्न विचारणारा मुलाखतकार आणि त्या प्रश्नांना उत्तरे देणारा एक किंवा अनेक तज्ज्ञ होय. वृत्ताधारित संवादात्मक कार्यक्रमाचे मुलाखत व चर्चा हे दोन प्रकार आहेत.

३ब.३.१ मुलाखत:

मुलाखत या शब्दातून आपल्याला दोन व्यक्तीतील संवाद अपेक्षित असतो. हा संवाद प्रश्नोत्तर स्वरूपातील असतो. मुलाखतकार म्हणजेच प्रश्नकर्ता एखाद्या विषयातील तज्ज्ञ व्यक्तीला- मुलाखत दात्याला प्रश्न विचारून संबंधित विषयाची माहिती घेतो. या कार्यक्रम प्रकारात एक प्रश्नकर्ता व एक उत्तरदाता किंवा फार तर दोन उत्तरदाते असतात. काही मुलाखती १) पूर्वनियोजित, सविस्तर असतात, तर काही २) संक्षिप्त व आयत्या वेळी घेतलेल्या असतात.

१) पूर्वनियोजित मुलाखत:

पूर्वनियोजित मुलाखतीचे तीन प्रकार पडतात.

अ) माहिती मिळविण्यासाठी घेतलेली मुलाखत:

ताजा संदर्भ असलेल्या एखाद्या घटनेसंबंधी तज्ज्ञांची मते जाणून घेण्यासाठी तसेच त्या विषयासंबंधी अधिक माहिती मिळवण्यासाठी मुलाखतीचे आयोजन केले जाते. त्याकरता तज्ज्ञाला दूरचित्रवाणी केंद्रावर बोलावून त्याची मुलाखत घेतली जाते. उदाहरणार्थ आर्थिकदृष्ट्या दुर्बल घटकांसाठी स्वयंरोजगार योजना सुरू झाली असेल आणि त्याविषयी संबंधित योजनेच्या संचालकांची मुलाखत घेतली, तर त्या योजनेविषयी सर्व माहिती मिळू शकते. संचालकांना त्या योजनेविषयी भाषण करायला सांगितलं तर ते कंटाळवाणे ठरण्याची शक्यता असते. कारण त्यात एकसुरीपणा येतो. या तुलनेत मुलाखत अधिक जिवंत वाटते. ते अधिक उपयुक्तही ठरू शकते. कारण सामान्य प्रेक्षकांना पडणारे प्रश्न मुलाखतकार जाणकार व्यक्तीला विचारू शकतो. मुलाखती ऐवजी जाणकार व्यक्तीचे भाषण केले, तर कदाचित काही प्रश्न अनुत्तरित राहण्याची शक्यता असते.

एखाद्या घटनेचे संभाव्य परिणाम, घटनेविषयी तज्ञांची मते, जाणून घेण्यासाठी देखील याप्रकारच्या मुलाखती घेतल्या जातात. या मुलाखतीमध्ये प्रश्नांची उत्तरे देण्याकरता त्या विषयातील तज्ज्ञ, अधिकारी व्यक्तीला बोलविण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्या व्यक्तींचे त्या क्षेत्रातील कार्य, त्यातील अभ्यास, त्याविषयी असलेला संबंध इत्यादी निकष लावून मुलाखतदात्याची निवड केली जाते.

आ) कामगिरीची दखल घेण्यासाठी घेतलेली मुलाखत:

या प्रकारात फारशा प्रसिद्ध नसलेल्या, चार - चौघांसारख्याच असलेल्या पण आव्हानात्मक परिस्थितीत मोठी कामगिरी करून दाखविणाऱ्या व्यक्तींच्या कार्याची दखल घेण्यासाठी अशा मुलाखतींचे आयोजन केले जाते. उदाहरणार्थ - एखादया अपंग व्यक्तीने हिमालयातील शिखर सर केले तर त्याची थोडक्यात बातमीतर दिली जातेच; पण पुरेसा वेळ उपलब्ध असेल तर त्या व्यक्तीची सविस्तर मुलाखतही आवर्जून घेतली जाते. सामान्यांच्या असामान्य कामगिरीवर प्रकाश झोत टाकणे हे या मुलाखतीचे उद्दिष्ट असते. ही मुलाखत कलागारा ऐवजी मुलाखतदाताच्या नित्याच्या परिसरात चित्रित केली तर ती अधिक परिणामकारक ठरते.

इ) प्रसिद्ध व्यक्तींच्या मुलाखती:

या प्रकारात विविध कारणांसाठी प्रसिद्ध व्यक्तींच्या मुलाखती घेतल्या जातात परंतु बातम्यांशी संबंधित कार्यक्रमात मुलाखत घेण्यासाठी कोणता तरी ताजा संदर्भ असणे आवश्यक आहे. उदाहरणार्थ, चित्रपट निर्माते बी.आर. चोप्रा यांना दादासाहेब फाळके पुरस्कार मिळाल्याबद्दल त्यांची मुलाखत घेणे समर्पक वाटते. त्या पुरस्काराच्या अनुषंगाने श्री चोप्रा यांच्या कारकीर्दीचा आढावा मुलाखतकार घेऊ शकतो. क्रीडा, कला, साहित्य, संगीत या क्षेत्रात सर्वोच्च पदव्या मिळविलेल्या व्यक्तींच्या मुलाखती घेतल्या जातात. तसेच भारताच्या भेटीवर आलेले कलावंत, राष्ट्राध्यक्ष व इतर पाहुणे, क्रीडा स्पर्धांत पदक मिळविलेले खेळाडू, नुकतीच सत्ता हाती घेतलेले मुख्यमंत्री इत्यादींच्या मुलाखती या प्रकारात मोडतात. अशा मुलाखतींसाठी मुलाखत दात्यांची संमती तर घेतलेली असतेच; पण पुरेशी पूर्वसूचनाही दिलेली असते. प्रत्यक्ष चर्चेसाठी किमान दहा मिनिटे तर जास्तीत

जास्त ३०ते ४० मिनिटे ही दिली जातात. दूरदर्शनवर पूर्वी गाजलेल्या 'फुल खिले हे गुलशन गुलशन' या कार्यक्रमात चित्रपट क्षेत्रातील कलावंत, दिग्दर्शक, संगीतकार इत्यादींच्या मुलाखती घेतल्या जात असत. मुलाखतीची ही एक मालिका होती. कलावंताच्या जीवनाचा कारकिर्दीचा आढावा घेणे हा त्यामागील उद्देश होता. 'प्रतिभा आणि प्रतिमा' या मराठी साहित्य विषय कार्यक्रमातही लेखकांच्या मुलाखती प्रकाशित केल्या जात असत.

२) आयत्या वेळेच्या संक्षिप्त मुलाखती:

या मुलाखती विविध कारणांसाठी घेतल्या जातात त्यांचे प्रकार खालील प्रमाणे

अ) प्रत्यक्षदर्शीची मुलाखत (Eye Witness Interview):

एखादी घटना प्रत्यक्ष पाहणाऱ्या किंवा घडामोडीत सहभाग असलेल्या व्यक्तीची घेतलेली ही मुलाखत असते. ही मुलाखत आधी नियोजित करता येत नाही. तसेच मुलाखतदाते ही निश्चित करता येत नाहीत. मुलाखतदात्यांना आपल्याला मुलाखत द्यावी लागणार आहे याची कल्पनाही असत नाही. अशा व्यक्तींकडून नेमकी माहिती मिळविण्याचे कसब मुलाखत कर्त्याकडे म्हणजेच वार्ताहराकडे असणे आवश्यक असते.

आ) धावती मुलाखत:

अनेकदा महत्त्वाच्या व्यक्ती ज्या ठिकाणी येणार असतील तेथे दूरचित्रवाणीचे वार्ताहर, छायाचित्रकार त्यांचे चित्रण करण्यासाठी सज्ज असतात. त्या व्यक्ती येता क्षणीच वार्ताहर एक - दोन प्रश्न विचारतात. त्याची उत्तरेही ती व्यक्ती थोडक्यात देते. बातम्यांमध्ये अशा प्रकारच्या धावत्या मुलाखती अनेकदा पाहावयास मिळतात. उदाहरणार्थ सर्वोच्च न्यायालयाने एखाद्या प्रकरणात निकाल दिल्यावर आरोपी अथवा त्यांचा वकील न्यायालयातून बाहेर येऊन आपल्या खोलीकडे अथवा गाडीकडे जाताना त्यांना प्रश्न विचारण्याचा प्रयत्न दूरचित्रवाणीचे वार्ताहर करतात. असे आपण अनेकदा पाहिले असेल.

इ) जनमत चाचणी (Vox Populi):

एखाद्या महत्त्वाच्या घटनेविषयी सामान्य माणसांची मते जाणून घेण्यासाठी अशा प्रकारची मुलाखत घेतली जाते. उदाहरणार्थ पेट्रोलच्या किंमतीत अचानक लिटरप्रमाणे पाच रुपयाची मोठी वाढ झाली, तर सामान्य माणसांच्या प्रतिक्रिया जाणून घेण्यासाठी वार्ताहर - छायाचित्रकार शहरात विविध ठिकाणी हिंडून 'पेट्रोल दरवाढीविषयी आपली काय प्रतिक्रिया आहे ?' हा एकच प्रश्न अनेक जणांना विचारतात. बातमीमध्ये प्रत्येकांच्या प्रतिक्रियेमधील नेमकी, समर्पक अशी एक दोन वाक्येच दाखवून जनमताचा कौल साधारणपणे स्पष्ट करता येतो.

मुलाखतीचे तंत्र:

मुलाखत घेणाऱ्याच्या कौशल्यावर मुलाखतीचे यश-अपयश अवलंबून असते. त्यामुळे मुलाखत द्यावी कशी यापेक्षा मुलाखत घ्यावी कशी? हे पत्रकारितेच्या विद्यार्थ्यांनी शिकले पाहिजे. दूरचित्रवाणी केंद्रासाठी किंवा वाहिनीसाठी काम करणाऱ्या वार्ताहराला बातमीदारी

करताना आयत्या वेळेस मुलाखत घेण्याची वेळ येते. त्याचप्रमाणे वर्तमानपत्रातील पत्रकारांनाही अनेकदा दूरचित्रवाणीवर विषयतज्ज्ञांची किंवा विशेष पाहुण्यांची मुलाखत घ्यावी लागते. त्यामुळे मुलाखतीचे तंत्र प्रत्येक पत्रकाराला अवगत असणे अत्यावश्यक आहे.

१) मुलाखतीची पूर्वतयारी:

मुलाखत पूर्वनियोजित असेल तर ती घेण्यापूर्वी मुलाखतकाराला बरीच पूर्वतयारी करावी लागते. लक्ष्यगट, कालावधी, उद्दिष्ट यांची माहिती करून घेणे. अनेकदा मुलाखतीचा निर्माता आणि मुलाखतकार या दोन वेगळ्या व्यक्ती असतात. निर्माता / दिग्दर्शकाच्या मनातील कल्पना प्रत्यक्षात उतरविण्याचे काम मुलाखतकारावर सोपविलेले असते. त्यामुळे मुलाखतकाराने वर उल्लेख केलेली माहिती मिळविणे आवश्यक असते. कारण लक्ष्यगटानुसार प्रश्न व ते विचारण्याची पद्धत बदलू शकते. उदाहरणार्थ एखाद्या प्रसिद्ध लेखिकेची मुलाखत शालेय विद्यार्थ्यांसाठी घ्यायची असेल तर पाठ्यपुस्तकात नेमलेल्या त्या लेखिकेच्या कलाकृतीच्या अनुषंगाने प्रश्न विचारावे लागतात. मुलाखतीत फार सैद्धांतिक बाबींची चर्चा करून चालत नाही. जर त्याच लेखिकेची मुलाखत महिलांच्या कार्यक्रमात प्रक्षेपित होणार असेल तर एक स्त्री म्हणून तिला आलेल्या अनुभवांवर कदाचित भर देता येईल. सर्वसाधारण प्रेक्षकांसाठी असलेल्या कार्यक्रमात या लेखिकेचे मराठी साहित्यातील स्थान, साहित्य निर्मितीची प्रक्रिया, इत्यादीविषयी सविस्तर चर्चा करता येईल.

त्याचप्रमाणे मुलाखतीला मिळणाऱ्या एकूण कालावधीवरही प्रश्नांची संख्या आणि त्यांचे स्वरूप अवलंबून असते. मुलाखतीचे उद्दिष्ट ही मुलाखतकाराने समजावून घेतलेली पाहिजे. उदाहरणार्थ एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीच्या चरित्र लेखिकेची, त्या प्रसिद्ध व्यक्तीच्या कार्यासंबंधातच मुलाखत असेल तर त्या लेखिकेच्या इतर साहित्य कृतींविषयी बोलण्याचे कारण नाही. हे मुलाखतकाराने लक्षात घेतले पाहिजे.

२) मुलाखतदात्याची / विषयाची संपूर्ण माहिती मिळविणे:

मुलाखतीच्या विषयाची - मग ती मुलाखत एखाद्या व्यक्तीविषयी असो अथवा संस्था, घटना, प्रश्न यासंबंधी असो. समग्र माहिती मुलाखतकाराला असली पाहिजे. मुलाखतीद्वारे प्रेक्षकांना माहिती मिळावी असा उद्देश असतो.

वरील परिच्छेदात उल्लेख केलेल्या लेखिकेचे उदाहरण घ्यायचे झाल्यास मुलाखतीला सुरुवात झाल्यावर जर त्या लेखिकेला आपण आतापर्यंत किती पुस्तके लिहिलीत ? यापैकी कथा किती ? कादंबऱ्या किती ? कोणत्या पुस्तकाच्या अनेक आवृत्ती निघाल्या ? कोण कोणते पुरस्कार मिळाले ? कोणत्या वर्षी मिळाले ? असे अगदी प्राथमिक प्रश्न विचारून माहिती घेण्याचा प्रयत्न केला तर उपलब्ध मर्यादित प्रसारण वेळेतील बहुमोल वेळ वाया जाईल. ही सर्व माहिती मुलाखतकाराने मुलाखती पूर्वीच जमविणे आवश्यक असते.

त्याकरिता त्या विषयासंबंधी उपलब्ध असलेले साहित्य वाचणे, शक्य असेल तर पूर्वी प्रसारित झालेल्या मुलाखती ऐकणे, पाहाणे ही आवश्यक असते. गरज पडल्यास मुलाखतदात्याशी आधीच चर्चा करून विषय समजावून घ्यावा लागतो.

३) तंत्रांची माहिती करून घेणे:

दूरचित्रवाणीसाठी मुलाखत घेणाऱ्याला दूरचित्रवाणीच्या तंत्राची माहिती असणे आवश्यक आहे. मुलाखतीचे चित्रीकरण कलागारात असेल तर तेथील प्रकाश व्यवस्था, ध्वनि - मुद्रणासाठी लावलेले ध्वनीक्षेपक, कॅमेऱ्याचे कार्य या सर्वांची त्याला किमान जुजबी माहिती असणे आवश्यक आहे.

प्रत्यक्ष मुलाखत घेण्याचे कौशल्य:

मुलाखत हा कार्यक्रम प्रकार अन्य कार्यक्रमांपेक्षा भिन्न आहे. कारण या कार्यक्रमाची सविस्तर संहिता लिहिणे शक्य नसते अगर मुलाखतीची तालीम करून ती सादर करणे ही शक्य नसते. तसे करण्याचा प्रयत्नही करू नये, कारण ठरवून, आखून संवाद केला तर त्यात जिवंतपणा येत नाही. जिवंतपणा हेच मुलाखतीचे हुकमी अस्त्र असते. जिवंत, प्रवाही, माहिती पूर्ण आणि रसाळ मुलाखत घेण्यासाठी मुलाखतकाराने विशेष प्रयत्न केले पाहिजेत.

अ) मुलाखतीचा प्रारंभ:

मुलाखतीचा प्रारंभ कसा करायचा ते आधी ठरवून ठेवले पाहिजे. लिहून काढले तरी हरकत नाही; पण मुलाखतीला सुरुवात करताना लिखित संहिता वाचून दाखविणे योग्य नाही. मुलाखतकार जितक्या सहजपणे, उत्स्फूर्तपणे, मनापासून बोलल्याप्रमाणे मुलाखतीची सुरुवात करेल तितके ते चांगले वाटते. एखाद्या ज्वलंत प्रश्नाविषयी चर्चा असेल, तर मुलाखतीच्या दिवसापर्यंतच्या घडामोडींवर बारकाईने लक्ष ठेवावे लागते. विषयासंबंधीच्या सर्वात ताज्या घडामोडीचा संदर्भ देऊन मुलाखतीला सुरुवात करता आली तर ती केव्हाही अधिकप्रभावी ठरणार. मुलाखतीच्या आरंभी मुलाखतदात्यांची थोडक्यात पण समर्पक ओळख करून देणे आवश्यक असते. त्याचप्रमाणे विषयाचे निवेदन त्याविषयी चर्चा करण्याची गरज ही स्पष्ट करणे आवश्यक असते.

ब) प्रश्नांचा क्रम:

मुलाखतदात्याला कोणते प्रश्न विचारायचे हे ठरवण्याऐवजी कोणत्या मुद्द्यासंबंधी प्रश्न विचारणे अत्यावश्यक आहे याचे एक टिपण मुलाखतकाराने तयार केले पाहिजे. नेमके प्रश्न, त्यांचा क्रम, त्यांची शब्द – वाक्यरचना हे सर्व आधीच ठरवून मुलाखत घेतली तर ती कृत्रिम ठरण्याचा धोका तर असतोच पणत्या तून प्रेक्षकांचा गोंधळ उडण्याची शक्यताच जास्त असते. कारण मुलाखतदात्याच्या उत्तरातून पुढचा प्रश्न सहजपणे आला पाहिजे. उदाहरणार्थ शहरातील वाहतूक समस्येविषयी वाहतूक पोलीस प्रमुखांची मुलाखत घेताना वाहनचालकांचा बेशिस्तपणाविषयी आठवा प्रश्न विचारायचा असे ठरवून ठेवले आणि पहिल्याच प्रश्नांच्या उत्तरात पोलीस प्रमुखांनी नेमक्या त्याच मुद्यावर भर दिला तर त्यासंबंधी योजलेले प्रश्न लगेच विचारणे अधिक चांगले होईल.

क) प्रश्नांची शब्दरचना / वाक्यरचना:

मुलाखतकाराने आधीच आपल्या मनाप्रमाणे प्रश्न लिहून काढले तर मुलाखतकाराची भाषा, शैली, शब्दप्रयोग आणि मुलाखतदात्याची बोलण्याची शैली यांत जाणवण्याइतकी तफावत

पडू शकते व ते ऐकावयास फारच चमत्कारिक वाढते.उदाहरणार्थ मुलाखतकाराच्या 'प्रगत आणि आधुनिक समाजात निरंतर होत असलेल्या स्थित्यंतराकडे एक विचार क्षम आणि संवेदनशील नागरिक म्हणून दृष्टिक्षेप टाकला असता आपल्याला काय वाटते? या प्रश्नाला 'आजच्या या बदलत्या समाजाकडे जागरुकतेने पाहताना मला असे वाटते की . . .' असे साध्या भाषेत उत्तर दिले आणि सर्व प्रश्न उत्तरे अशा भिन्न भाषांत झाले तर ते योग्य ठरणार नाही. शक्य झाल्यास मुलाखतीपूर्वी नाही तर मुलाखतीला सुरुवात झाल्यावर लगेचच पाहुण्यांच्या भाषा शैलीचा अंदाज घेऊन त्याप्रमाणे आपल्या प्रश्नांची शैली बदलणे आवश्यक असते.

ड) मुलाखतकारांचा प्रतिसाद:

मुलाखत जितक्या मोकळ्या अनौपचारिक वातावरणात, गप्पांच्या स्वरूपात होईल, तितकी ती अधिक रंगते. एरवी गप्पा मारताना किंवा चर्चा करताना आपण जसा त्वरित प्रतिसाद देतो तसा दूरचित्रवाणीच्या मुलाखतीत देखील देणे आवश्यक असते. मुलाखतकाराचा चेहरा निर्विकार असेल किंवा लक्ष पाहुण्यांच्या बोलण्याऐवजी हातातील प्रश्नांच्या / मुद्यांच्या यादीकडे असेल तर पाहुणांना नाउमेद होईल. त्याला मुलाखतकाराने प्रतिसाद देणे परंतु त्याचा अतिरेक न करता संयत प्रमाणात तो देणे आवश्यक असते. क्वचित प्रसंगी पाहुण्याला बोलताना एखादा तपशील आठवत नाही किंवा तो मुलाखतकारालाच एखादा प्रश्न विचारतो. तेव्हा मुलाखतकाराला त्वरित आवश्यक ती माहिती पुरवता आली पाहिजे. त्यासाठी मुलाखतकाराने त्या चर्चेत पूर्णतः सहभागी झाले पाहिजे.

मुलाखतीतील प्रश्नांचे स्वरूप:

मुलाखतकाराने जमविलेली व मुलाखतीत तो वापरणार असलेली माहिती बिनचूक असली पाहिजे.

१. पाहुण्यांचे नाव, हुद्दा सांगताना चूक होणे अक्षम्य आहे. विषयासंबंधी जमवलेली सर्व माहिती अचूक असल्याची खात्री मुलाखतकाराने करून घेतली पाहिजे. अन्यथा नाशिकमध्ये कृषी आयुक्त म्हणून काम करताना... असा प्रश्न विचारल्यावर पाहुण्याने' पहिली गोष्ट म्हणजे मी कधीच कृषी आयुक्त म्हणून काम केलेले नाही, तर... असे उत्तर दिले तर मुलाखतकाराची विश्वासार्हता आणि त्याच्याविषयीचा आदर एका क्षणात नाहीसा होईल.

२. प्रश्नातच अप्रत्यक्षरीत्या उत्तर सुचवू नये. प्रश्न थेट आणि ज्याला पाहुणा स्वतःच्या मर्जीनुसार उत्तर देईल असा असावा. उदाहरणार्थ 'वाहतूक समस्येचे निराकरण कसे करता येईल ?' रस्ते रुंद करून, नव्या वाहनांना परवानगी नाकारून, की... असे अनेक पर्याय प्रश्नातच दिले तर सहाजिकच तज्ज्ञ यापैकी एखाद्या मुद्यावर बोलायला सुरुवात करेल व त्याची स्वतःची मते कदाचित प्रेक्षकांना करणार नाही.

३. एकदम दोन-तीन प्रश्न विचारूनही पाहुण्याला गोंधळात टाकू नये. उदाहरणार्थ 'पदाचा कार्यभार हाती घेतल्यावर सर्वात प्रथम तुम्ही कोणते निर्णय घेतले?' ते निर्णय अंमलात आणताना काही अडचणी आल्या का?' 'त्या अडचणी कशा दूर केल्या?' अशी एकदम प्रश्नांची सरबत्ती करण्याऐवजी एका वेळी एकच प्रश्न विचारावा.

४. 'हो' किंवा'नाही' असे एका शब्दात उत्तर येईल असे प्रश्न टाळावेत. सरकारचे नवे शिक्षणविषयक धोरण तुम्हाला पसंत आहे का ? असे विचारले तर 'हो' किंवा 'नाही' म्हणून मुलाखतदाता गप्प बसेल. त्याऐवजी 'सरकारच्या नव्या शिक्षणविषयक धोरणाविषयी तुमचे काय मत आहे ?' असे विचारले तर धोरण पसंत आहे की नाही हे त्या श्रोत्यांना कळेलच, पण त्यामागील कारण मिमांसाही लक्षात येईल.

५. कार्यक्रम मुलाखतीचा आहे म्हटल्यावर त्यात प्रश्न विचारले जाणार हे ओघाने आलेच, त्यामुळे मुलाखती दरम्यान 'माझा पहिला प्रश्न असा आहे.', 'मी असे विचारू इच्छितो', 'आपण सांगाल का ?' हे जरा आमच्या प्रेक्षकांना सांगा.' असे वाक्प्रचार कटाक्षाने टाळायला हवेत. त्याऐवजी थेट प्रश्न विचारण्यावर भर द्यायला हवा.

३ब.३.२ चर्चा:

ज्यामुद्याला / प्रश्नाला अनेक बाजू असतात, त्यांच्याविषयी चर्चा घडवून आणली जाते. चर्चेच्या कार्यक्रमात सूत्रसंचालन करणारा एक आणि चर्चा करणारे तीन ते चार तज्ज्ञ सहभागी होतात. चर्चात्मक कार्यक्रमाचा कालावधी किमान २० ते३० मिनिटांचा असावा लागतो. तरच प्रश्नांची सांगोपांग चर्चा करता येते. चर्चात्मक कार्यक्रमाचे विषय महत्त्वाच्या राजकीय, सामाजिक, राष्ट्रीय, आंतरराष्ट्रीय घडामोडी संबंधीचे असतात.

चर्चेसाठी तज्ज्ञांचे 'पॅनेल' निवडताना साधारणत: समान हुद्यावरील तज्ज्ञ व्यक्ती निवडण्याची काळजी घ्यावी लागते. उदाहरणार्थ, 'भारत आणि आघाडी सरकारे' या विषयावरच्या चर्चेत विविध राजकीय पक्षांच्या प्रतिनिधींना तसेच राजकीय विश्लेषक, पत्रकार यांना बोलवावे लागेल. एकापक्षाचा अध्यक्ष, दुसऱ्याचा चिटणीस, तिसऱ्याचा कार्यकर्ता तर चौथ्याचा वयोवृद्ध आणि फारसा सक्रिय नसलेला माजी नेता असे सहभागी वक्ते निवडले तर समतोल चर्चा होईलच असे नाही. त्याचप्रमाणे राजकीय विश्लेषक आणि पत्रकार हेही समान अनुभव आणि ख्याती असलेले असतील तर चर्चेला वजन प्राप्त होईल.

चर्चेच्या सूत्रसंचालकाची भूमिका अतिशय महत्त्वाची असते. २० ते ३० मिनिटांच्या कालावधीत चार वक्त्यांना समान संधी मिळायला हवी असेल तर सूत्रसंचालकाने खरोखरच सूत्रे स्वतःच्या हातात ठेवायला हवीत. जरा आक्रमक आणि आग्रही स्वभावाचे वक्ते चर्चेवर वर्चस्व गाजविण्याची शक्यता असते. त्यांना काबूत ठेऊन सर्वांना बोलते करण्याची अवघड जबाबदारी सूत्रसंचालकाकडे असते. चर्चा भरकटू न देण्याची, विषयाशी संबंधित सर्व मुद्द्यांचा वापर करण्याची, त्याचबरोबर सहभागी वक्त्यांमध्ये चर्चेऐवजी वाद-विवाद होऊ न देण्याची अशा कितीतरी अतिरिक्त जबाबदाऱ्या सूत्रसंचालकावर असतात.

३ब.३.३ माहितीपट (डॉक्युमेंटरी):

प्रत्यक्ष घडलेल्या घटना नोंदविणारा दूरचित्रवाणीवरील कार्यक्रम प्रकार म्हणजे माहिती पट होय. बातमीपत्रे ही सत्य घटनांची माहिती देतात. परंतु बातमीपत्रात एखादी घटना हाताळण्यासाठी मर्यादित वेळ उपलब्ध असतो. बातमीचे संपादनही अल्पावधीत करावे लागते. त्या तुलनेत माहितीपट अधिक लांबीचा असतो व त्याचे चित्रीकरण, संपादन यासाठी अधिक वेळ उपलब्ध असतो. उद्दिष्टानुसार माहिती पटाचे दोन प्रकार पडतात.

१. **एखादा वर्तमान सामाजिक प्रश्न हाताळणे:** प्रश्नाच्या विविध बाजू मांडणे, त्याचे तोटे अथवा त्रुटी समोर आणणे, त्याविषयी जनतेत जनजागृती निर्माण करणे व त्यासंबंधी प्रत्यक्ष कृती करण्यास त्यांना उद्युक्त करणे हे काही माहितीपटाचे मुख्य उद्दिष्ट आहेत. असे माहिती पट प्रभावी होण्याकरता त्यांची मांडणी कलात्मक रीत्या केली जाते.

२. अधिक व्यापक दृष्टिकोनातून बनविल्या जाणाऱ्या माहितीपटाचे उद्दिष्ट एखाद्या विषयाचे भौगोलिक, शास्त्रीय, सांस्कृतिक इत्यादी सखोल संशोधन करून त्याची माहिती प्रेक्षकांना देणे हे असते.

परंतु सत्य घटना हा सर्व प्रकारच्या माहितीपटांचा आत्मा असतो. काल्पनिक प्रसंगांना त्यात स्थान नसते.

माहितीपट निर्मितीची प्रक्रिया:

क) प्रत्यक्ष चित्रीकरण:

घटना घडत असताना घेतलेली दृश्य माहितीपटात आधी प्रभावी ठरतात. उदाहरणार्थ नर्मदा बचाव आंदोलनाविषयी माहितीपट बनविण्याचे १९९८ -१९९९ साली ठरले असते तर माहितीपटाच्या निर्मात्याला / दिग्दर्शकाला चित्रीकरणाच्या काळात घडलेल्या विविध घटनांचे प्रत्यक्ष चित्रण करता आले असते. पुराच्या पाण्यात डोमेखेडी गावात निर्धाराने थांबलेले आंदोलक, मेधा पाटकर यांची भाषणे इत्यादी घटनांचे चित्रण करणे शक्य झाले असते. या घटना घडतील तशा त्याचे चित्रीकरण करावे लागते. निर्मात्याच्या सोयीने त्या घटना घडू शकत नाहीत; परंतु त्या घटनाबद्दलचे आंदोलकांचे अथवा अन्य अधिकारी व्यक्तींचे भाष्य मात्र निर्माता स्वतःच्या सोयीने हव्या त्या वेळेस हव्या त्या पार्श्वभूमीवर घेऊ शकतो.

एखाद्या संस्थेवर, विशेषतः संस्थेच्या इतिहासावर नव्हे तर कामकाजावर, माहितीपट बनवणे चित्रणाच्या दृष्टीने सामाजिक चळवळीवरील माहितीपटाच्या तुलनेत अधिक सोपे असते.

उदाहरणार्थ: एखाद्या अनाथाश्रमावर माहितीपट बनवताना आवश्यक ते सर्व प्रसंग निर्माता व संस्थाचालक यांच्या परस्पर सोयीने चित्रित करता येतात. गरज वाटल्यास त्याकरता काही प्रसंग पूर्णपणे सत्यावर आधारित मुद्दाम घडवून आणून चित्रीकरण करणे शक्य असते.

उदाहरणार्थ: त्या आश्रमातील दिवाळी वैशिष्ट्यपूर्ण पद्धतीने साजरी होत असेल व दिवाळी नुकतीच होऊन गेली असेल तर दिवाळीतील ते वैशिष्ट्यपूर्ण उपक्रम मुलांकडून पुन्हा करून घेतले तरी चालू शकते. पण हा उपाय वरचेवर वापरला जात नाही. चित्रणाचे योग्य नियोजन असेल तर तशी वेळही येत नाही प्रसंगाची पुनर्निर्मिती करण्याच्या मुद्यांची नैतिकतेच्या दृष्टीनेही चाचपणी केली पाहिजे. अन्यथा सत्यघटनांचे वास्तववादी चित्रीकरण या माहितीपटाच्या मूळ हेतूलाच तडा जाण्याची शक्यता असते.

ख) उपलब्ध चित्र:

वर उल्लेख केलेले आंदोलनाच्या प्रारंभीची पाच सहा वर्षांपूर्वीची दृश्ये निर्मात्याने स्वतः घेतली असणे जवळपास शक्य नाही. अशा वेळेस त्याला अन्य साधनांवर अवलंबून राहावे लागते. त्या साधनांत अन्य व्यक्ती, वाहिन्या, संस्था, यांनी पूर्वी केलेल्या चित्रणाच्या चित्रफितींचा समावेश होतो. फिल्मडिव्हिजनसारख्या अनेक वर्ष वृत्तपट आणि माहितीपट बनवणाऱ्या संस्थेचे सहकार्य अशा वेळेस घेता येते. ऐतिहासिक स्वरूपाच्या अथवा एखाद्या व्यक्तीच्या चरित्रात्मक माहितीपटासाठी अशा स्तोत्रांची बहुधा आवश्यकता भासते. आधुनिक काळात बनविल्या गेलेल्या माहितीपटात अशी जुनी दृश्ये वापरली, तर जुने व नवे चित्रण यांच्या दर्जात मोठा फरक जाणवण्याची शक्यता असते.त्या फरकाचे स्पष्टीकरण उपशीर्षकांद्वारे अथवा निवेदनातून द्यावे लागते.

ग) छायाचित्रे व अन्य दस्तऐवज:

घडून गेलेल्या घटनांचे चलत् चित्रीकरण उपलब्ध नसल्यास छायाचित्रांचाही कल्पकतेने वापर करता येतो. प्रसिद्ध व्यक्तींबद्दल माहितीपट करताना छायाचित्रांच्या माध्यमातून त्या व्यक्तीचा जीवनपट उलगडता येतो. छायाचित्रे उपलब्ध नसल्यास पुर्वी वर्तमानपत्रात प्रसिद्ध झालेल्या बातम्या, पुस्तके, चित्रे यांचे स्थिरचित्रण करूनही वापरता येते.

घ) संबंधित व्यक्तीचे भाष्य:

घडून गेलेल्या घटनांचे चित्रीकरण अथवा अन्य दृश्यात्मक साहित्य उपलब्ध नसेल, तर ती घटना अथवा विषय वस्तू यांच्याशी जवळून परिचय असणाऱ्या व्यक्तींचे भाष्य प्रभावी रीत्या वापरता येते. घटनेच्या साक्षीदाराकडून मिळणाऱ्या माहितीचा समावेश निवेदनात करण्याऐवजी आणि ते सहजपणे ऐकविण्याऐवजी, विषयपुढे सरकेल त्याप्रमाणे छोट्या छोट्या तुकड्यांत विविध ठिकाणी ते वापरता येते. उदाहरणार्थ - एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीविषयीच्या माहितीपटात त्या व्यक्तीच्या एखाद्या कुटुंबीयांचे भाष्य, त्या व्यक्तीच्या आयुष्यातील विविध कालखंडाबद्दल असू शकते. ते विभागून समर्पक जागी वापरणे अधिक चांगले असते.

च) प्रसंगाची पुनर्निर्मिती:

ही पद्धत प्रचलित माहितीपटात जरी नसली तरी डॉक्युड्रामा या प्रकारात वापरले जाते. उदाहरणार्थ भूतकाळात घडलेल्या प्रसंगाची माहिती वर उल्लेखलेल्या ‘क, ख, ग’ या तंत्राचा वापर करून प्रेक्षकांना देण्याऐवजी तो प्रसंग कलावंतांकरवी जसाच्या तसा प्रेक्षकांसमोर उभा करण्याचा प्रयत्न केला जातो. त्याकरता मूळ विषयावर हुकूम, नेपथ्य, वेशभूषा, रंगभूषा, भाषा इत्यादी साकारण्याचा प्रयत्न केला जातो. अशा प्रकारच्या चित्रणात काल्पनिकतेला वाव असत नाही.

माहितीपटाची रचना:

साधारणपणे माहितीपटाची रचना एखाद्या माहितीपूर्ण भाषणाप्रमाणे अथवा लेखाप्रमाणे असते, कारण माहिती देणे अथवा क्रिया करण्यास उद्युक्त करणे हा त्यामागील प्रमुख उद्देश

असतो. नाटकाप्रमाणे गोष्ट सांगणे किंवा मनोरंजन करणे हा उद्देश माहितीपटाचा नसतो. उपलब्ध साहित्याची तर्कसंगत मांडणी करणे त्यासाठी आवश्यक असते. अशा पद्धतीने विषयाशी संबंधित विविध घटकातील व मुद्यांतील परस्परसंबंध सहजा सहजी स्पष्ट होतो. माहितीपटाच्या तपशीलाची मांडणी अनेक पद्धतीने करता येते.

१. **कालानुक्रमे:** उदाहरणार्थ व्यक्तीचे जीवनचरित्र तिच्या बालपणापासून मांडणे.

२. **स्थळानुसार:** उदाहरणार्थ अनेक ठिकाणी कार्यरत असलेल्या संघटनेची माहिती देताना एकेका ठिकाणाविषयी स्वतंत्ररीत्या माहिती देणे.

३. **मूलत:** वर्गवारी पडली असेल तर त्यानुसार मांडणी करणे. उदाहरणार्थ वायू गळतीचा रहिवाशांवर झालेला परिणाम दाखवताना बालके, तरुण, वृद्ध यांच्यावर भिन्न परिणाम झाले असतील व तज्ज्ञांच्या भाष्यात विविध घटकांचा स्वतंत्रपणे विचार झाला असेल, तर मांडणी करताना तीच वर्गवारी कायम ठेवणे.

४. कारण आणि परिणाम असा क्रम लावणे.

५. समस्या व त्यावरील उपाय असा क्रम लावणे.

माहितीपटाचे निवेदन:

निवेदनाची भूमिका कितपत महत्त्वाची आहे. हे माहितीपटातील दृश्य घटकांवर अवलंबून असते. माहितीपटात मोठ्या प्रमाणावर दृश्ये व भाष्य असतील तर निवेदन अल्प प्रमाणात असते. या उलट दृश्य व घटनाक्रम गुंतागुंतीचे असतील तर ते स्पष्ट करणाऱ्या निवेदनाची आवश्यकता असते. तरी माहितीपटाची मुख्य संकल्पना स्पष्ट करणे व दृश्यांना पूरक माहिती देणे एवढेच निवेदनाचे मर्यादित उद्दिष्ट असले पाहिजे. उत्तम निवेदनामुळे माहितीपटात नाट्यमयता निर्माण करायला किंवा ती वाढवायला मदत होते. घटनास्थळावरील नैसर्गिक आवाजाखेरीज संपादित चित्रफितीला समर्पक संगीताची जोड देता येते.

निर्मात्याच्या मनातील रूपरेषा संकलित चित्रफितीच्या रूपाने प्रत्यक्षात उतरली की निवेदन -लेखनाचे काम सुरू होते. कारण कोणत्या दृश्यांना पूरक निवेदनाची गरज आहे, हे तेव्हाच स्पष्ट होते. माहितीपट लक्ष्यगटासाठी बनविण्यात आला असेल, तर त्या लक्ष्यगटाला समजायला सोपी जाईल अशी भाषा वापरणे आवश्यक असते.

३ब.३.४ दूरचित्रवाणीवरील बातम्या:

बातम्यांना आजच्या युगात अनन्य साधारण महत्त्व आहे. दूरचित्रवाणीचा प्रसार झाल्यापासून घरबसल्या जगातील घडामोडी बघता येत असल्याने बातम्यांचा प्रेक्षकवर्ग मोठ्या प्रमाणात वाढला आहे. विविध वाहिन्यांवरील चुरशीमुळे प्रेक्षकांना अधिकाधिक बातम्या आणि अधिकाधिक चांगली दृश्य बघावयास मिळत आहेत. या बातमीपत्रांच्या निर्मितीत अनेकांचा सहभाग असतो. कॅमेरामन, तंत्र निर्देशक इत्यादी तांत्रिक आघाड्या सांभाळणाऱ्याचे स्थान दूरचित्रवाणी या माध्यमात किती महत्त्वाची आहे, हे आत्तापर्यंतच्या विवेचनावरून आपल्या लक्षात आले असेल. बातम्यांसाठी त्या सर्वांचे कौशल्य आवश्यक

आहेच परंतु वृत्त संपादक आणि बातमीदार यांच्या भूमिका विशेष महत्त्वाच्या असतात. जगात विविध ठिकाणी घडत असलेल्या लाखो घटनांपैकी प्रेक्षकांना ज्यात रस असेल त्यांचे त्वरित वार्तांकन करणे हे बातमीदाराचे काम असते, तर ती बातमी अगदी योग्य आणि थेट पद्धतीने प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचविण्याचे काम संपादकाचे असते. त्यांचे नीट आकलन होण्यासाठी बातमीपत्रांचे प्रकार, बातम्यांचे विषय, निवडीचे निकष इत्यादी मुद्देही विस्ताराने समजून घेणे आवश्यक आहे.

बातमीपत्रांचे प्रकार:

बातमी म्हणजे काय ? ते तुम्ही यापूर्वी पाहिले आहे. बातमीच्या विविध प्रकारच्या व्याख्याही पाहिल्या आहेत, बातमीपत्रांमध्ये हाताळले जाणारे विषय, त्यांची वारंवारिता, भाषा, भौगोलिक क्षेत्र, इत्यादींच्या निकषांवर बातमीपत्रांची विविध प्रकारांत विभागणी करता येऊ शकते. उदाहरणार्थ, वारंवारितेनुसार विभागणी दर तासाला / दिवसातून दोनदा / आठवड्यातून दोनदा / आठवड्यातून एकदा प्रसारित होणारी बातमीपत्रे, भाषेनुसार मराठी / हिंदी / इंग्रजी बातमीपत्रे, इत्यादी. परंतु विषयानुसार आणि भौगोलिक क्षेत्रानुसार होणारी वर्गवारी अधिक महत्त्वाची आहे, कारण तिचा परिणाम थेट बातमीपत्राच्या आशयावर, त्यात समाविष्ट होणाऱ्या बातम्यांवर होतो.

(अ) विषयानुसार विभागणी:

बातमीपत्रात जो विषय प्रामुख्याने हाताळला जात असेल त्यानुसार बातमीपत्रांची विभागणी करता येते. एखाद्या विशिष्ट विषयाच्या बातमीपत्रामुळे त्या विषयाची सविस्तर माहिती देणे शक्य होते. एखाद्या घटनेची सांगोपांग चर्चा करून आवश्यक तेवढी माहिती प्रेक्षकांना पुरविता येऊ शकते.

१) क्रीडाविषयक बातमीपत्र:

यामध्ये सहाजिकच विविध खेळांचे सामने, खेळाडू यांविषयीच्या बातम्या प्रामुख्याने असतात. क्रीडाविषयक इतर घडामोडींची, उदाहरणार्थ, क्रीडाविषयक धोरणांची घोषणा, क्रीडामंत्र्यांचे वक्तव्य, इत्यादीविषयी विस्ताराने माहिती दिली जाते.

२) हवामानविषयक बातमीपत्र:

परदेशात आणि अलीकडच्या काळात भारतातही हवामानविषयक बातम्यांना विशेष महत्व प्राप्त झाले आहे. हवामानावर आणि विशेषत: पावसावर, देशातील बहुसंख्य जनता आणि पर्यायाने देशाची अर्थव्यवस्थाही अवलंबून असल्याने हवामान विषयक सविस्तर वृत्त महत्त्वाचे ठरते. अशा विशेष बातमीपत्रामुळे ते देणे शक्य होते.

३) निवडणूकविषयी बातमीपत्र:

अशा तऱ्हेची बातमीपत्रे अर्थातच निवडणुकांच्या काळात प्रसारित होतात. तत्काळ बातमी दाखविण्याच्या दूरचित्रवाणीच्या सामर्थ्यामुळे निवडणूक विषयक बातमीपत्रे, विशेषत : निवडणूक निकालाविषयीची बातमीपत्रे भारतात अलीकडच्या काळात विलक्षण लोकप्रिय झाली आहेत.

४) सांस्कृतिक बातमीपत्र:

यात सांस्कृतिक घडामोडी संबंधाच्या वृत्तांचा समावेश होतो. या गटाचे संगीतविषयक, चित्रपटविषयक, साहित्यविषयक इत्यादी प्रकार पडू शकतात. वृत्तवाहिन्यांवर अथवा सर्वसाधारण वाहिन्यांवर खास सांस्कृतिक बातमीपत्रे सहसा आढळत नाहीत, परंतु संगीतविषयक वाहिन्या, चित्रपटविषयक वाहिन्यांवर अशा प्रकारची वार्तापत्रे बघावयास मिळू शकतात.

५) अर्थकारणविषयक बातमीपत्र:

दूरचित्रवाणी पाहणाऱ्या प्रेक्षकांसाठी एक मोठा गट असा आहे, ज्यांना व्यापार, शेअर बाजार, उद्योग, अर्थव्यवस्था इत्यादी विषयीच्या बातम्यांमध्ये विशेष रस असतो. त्यांच्यासाठी असे विशेष बातमी पत्र प्रसारित केले जाते. काही वाहिन्या, दररोज नियमितपणे अशी विशिष्ट विषयाला वाहिलेली बातमीपत्रे प्रसारित न करता आठवड्यातून एकदा करतात, तर काही वेळा सर्वसाधारण बातमीपत्राचे भाग पाडून त्यात संबंधित विषयाची माहिती देतात.

६) सर्वसाधारण बातमीपत्र:

यात वर उल्लेख केलेल्या सर्व प्रकारच्या बातम्यांचा समावेश होतो; परंतु एखाद्या सर्वसाधारण बातमीपत्रात कोणत्या विषयाच्या बातम्यांना स्थान आणि प्राधान्य द्यायचे हे ठरलेले नसते. त्यादिवशी किंवा बातमीपत्राच्या प्रसारणाच्या वेळेस सर्वात महत्त्वाच्या वाटणाऱ्या घटनांचा बातमीपत्रात समावेश होतो. त्यामुळे राजकीय, सामाजिक, सांस्कृतिक, क्रीडाविषयक, अर्थकारणविषयक, हवामानविषयक इत्यादी सर्व प्रकारच्या बातम्या अशाप्रकारच्या बातमीपत्रात असतात. बातमीच्या व्याख्येत बसणाऱ्या कोणत्याही घटनेचा त्यात समावेश होऊ शकतो.

ब) भौगोलिक क्षेत्रानुसार विभागणी:

बातमीपत्र कोणत्या भौगोलिक परिसरात प्रक्षेपित होते, त्यात कोणत्या भौगोलिक परिसरात घडणाऱ्या बातम्यांचा समावेश होतो. यानुसारही बातमीपत्रांची विभागणी होऊ शकते.

१) स्थानिक बातमीपत्र:

ज्या शहरातून बातमीपत्र प्रसारित होते, तिथल्या स्थानिक बातम्यांना प्रसिद्धी मिळणे आवश्यक असते. अन्यत्र राहणाऱ्या व्यक्तींना त्या बातम्या महत्त्वाच्या वाटत नाहीत. कारण ज्या व्यक्ती / संस्थाविषयी या बातम्या असतात त्या स्थानिक पातळीवरील असतात. त्यामुळे राज्य किंवा राष्ट्रीय पातळीवर या घडामोडींची एखाद्या वेळेस दखलही घेतली जात नाही. अशा स्थानिक घडामोडींना प्रसिद्धी देण्यासाठी स्थानिक बातमीपत्रांची संकल्पना पुढे आली. या बातमीपत्रात शहरात घडणाऱ्या घडामोडींचा तसेच त्या शहरातील व्यक्ती / संस्था यांविषयी अन्यत्र घडणाऱ्या घटनांच्या माहितीचा समावेश केला जातो. इतर महत्त्वाच्या घडामोडींविषयी प्रेक्षक अन्य मार्गांनी माहिती मिळवतील हे गृहीत धरून या बातमीपत्रांची आखणी केली जाते. उदाहरणार्थ केंद्रीय अंदाजपत्रकाविषयीच्या स्थानिक बातमीपत्रातील

बातमीत अंदाजपत्रकाचे शहरात झालेले स्वागत, स्थानिक जनतेत उमटलेली प्रतिक्रिया यावर भर दिला जाईल. अंदाजपत्रक कोणी, किती वाजता, कशा पद्धतीने सादर केले, त्यातील विविध तरतुदी कोणत्या याविषयी सविस्तर माहिती त्यात देण्याची गरज नाही.

मुंबईत खेळल्या जाणाऱ्या क्रिकेट कसोटी सामन्याची बातमी नाशिकच्या स्थानिक बातमीपत्रात सांगण्याची गरज नाही. परंतु हा सामना जिंकल्यानंतर नाशिकमध्ये विशेष जल्लोष झाला असेल तर ती बातमी त्यात येऊ शकते.

अनेक लहानमोठ्या शहरात केबल दूरचित्रवाणीद्वारा दिवसातून एकदा / दोनदा संपूर्णतः स्थानिक स्वरूपाची बातमीपत्रे प्रसारित केली जातात. महाराष्ट्रातील पुणे, मुंबई, ठाणे, नाशिक, नागपूर इत्यादी अनेक शहरात अशी बातमीपत्रे लोकप्रिय झाली आहेत.

२) राज्यस्तरीय किंवा प्रादेशिक बातमीपत्र:

बातमीपत्राचे प्रसारण केंद्र ज्या राज्यात किंवा विभागात असते, तेथील बातम्यांना याप्रकारच्या बातमीपत्रात अधिक स्थान मिळते. स्थानिक वार्ताप्रमाणे याचे स्वरूप अगदी संकुचित नसते. त्या राज्याच्या प्रेक्षकांवर परिणाम करणारी कोणतीही घटना त्यात समाविष्ट होऊ शकते. उदाहरणार्थ केंद्रीय अंदाजपत्रकातील तरतुदी या वार्तापत्रात विस्ताराने सांगितल्या जाणे आवश्यक आहे. कारण राज्यातील प्रत्येक माणसाचा त्याच्याशी थेट संबंध असतो, त्या तरतुदींचा त्यांच्या जीवनावर थेट परिणाम होणार असतो. राष्ट्रीय पातळीवरील अशा काही महत्त्वाच्या घटना सोडल्यास प्रादेशिक बातमीपत्रात त्या राज्यातील घटनांना महत्त्वाचे स्थान दिलेले असते.

'दूरचित्रवाणी' च्या मुंबई केंद्रावरून प्रसारित होणारे सायंकाळी सातचे बातमीपत्र पूर्णतः जरी नाही, तरी बऱ्याचशा प्रमाणात राज्यस्तरीय असते. कारण त्यात महाराष्ट्रातील घटनांना प्राधान्य दिलेले असते.

आकाशवाणीवरून प्रसारित होणाऱ्या प्रादेशिक बातम्या हे या प्रकारच्या बातमीपत्राचे उत्तम उदाहरण आहे. प्रत्येक राज्यातील घटनांना योग्य प्रसिद्धी मिळावी याचसाठी खरे तर 'दूरचित्रवाणी'च्या वृत्तसेवेचे विकेंद्रीकरण करण्यात आले आहे. प्रत्येक राज्याच्या राजधानीतून त्या राज्याच्या भाषेतून बातमी पत्रे प्रसारित केली जातात.

३) राष्ट्रीय बातमीपत्र:

दूरचित्रवाणीच्या राष्ट्रीय कार्यक्रमात दाखविल्या जाणाऱ्या हिंदी व इंग्रजी बातमीपत्रांचा राष्ट्रीय बातमीपत्र या प्रकारात समावेश होतो. ही बातमीपत्रे हिंदी या राष्ट्रीय भाषेत किंवा इंग्रजी या देशात देशभर सर्वत्र समजणाऱ्या भाषेत आहेत म्हणून ती राष्ट्रीय बातमीपत्र आहेत असे नव्हे, तरही बातमीपत्रे संपूर्ण देशात पाहिली जातात व संपूर्ण देशातील महत्त्वाच्या घडामोडींचा त्यात समावेश असतो. म्हणून त्यांना राष्ट्रीय बातमीपत्र असे म्हटले जाते. म्हणून देशाच्या राजधानीत घडणाऱ्या आणि देशाच्या दृष्टीने महत्त्वाच्या असलेल्या घटना, विविध राज्यांत घडणाऱ्या महत्त्वाच्या घटना यांचा यात प्रामुख्याने समावेश होतो. आंतरराष्ट्रीय घडामोडीतही भारतीयांना रस असल्याने महत्त्वाच्या

आंतरराष्ट्रीय बातम्या सांगितल्या जातात. परंतु राष्ट्रीय बातम्या सांगणे हा बातमीपत्रामागचा मुख्य उद्देश असतो.

४) आंतरराष्ट्रीय किंवा जागतिक बातमीपत्र:

जागतिक स्तरावर महत्त्वाच्या समजल्या जाणाऱ्या, ज्यात अनेक देशांचे हितसंबंध गुंतलेले आहेत. अशा बातम्यांचा या प्रकारच्या बातमीपत्रात समावेश होतो. बीबीसी किंवा सी.एन.एन. यासारख्या खऱ्या अर्थाने आंतरराष्ट्रीय स्वरूप असणाऱ्या वाहिन्यांवरून अशी जागतिक स्वरूपाची बातमीपत्रे प्रसिद्ध होतात. उदाहरणार्थ इस्राईल - पॅलेस्टाईन संघर्ष, कोरोना महामारीची जागतिक स्थिती अशा घटनांना या बातमीपत्रात महत्त्वाचे स्थान मिळते.

३ब.३.५ दूरचित्रवाणी - वृत्तनिवेदन:

१) टेलि प्रॉम्प्टर २) दृश्य मॉनिटर ३) घड्याळ ४) फ्लोअर मॅनेजर ५) स्टँडबाय स्क्रिप्ट ६) संचालकांशी संपर्क साधण्यासाठी दूरध्वनी या वस्तूंच्या सुयोग्य वापरामुळे निवेदक बातमी चांगली देऊ शकतो.

दृश्यात्मक बातमीला उत्तम संहितेचे जोड दिल्याशिवाय ती बातमी पूर्ण होत नाही. त्याचप्रमाणे चांगल्या लिखित संहितेला चांगल्या निवेदनाची / वाचनाची जोड दिल्याशिवाय त्या संहितेचे व्यवस्थित आकलन प्रेक्षकांना होत नाही. बातम्या आणि अन्य माहिती प्रधान कार्यक्रमांचे निवेदन दोन प्रकारे केले जाते.

(क) पडद्यावरील निवेदन (On Screen Narration)

(ख) पडद्यामागील निवेदन (Off Screen Narration)

(क) पडद्यावरील निवेदन:

पडद्यावरील निवेदनात निवेदक प्रेक्षकांना दिसतो. निवेदकाचे बोलणे ऐकण्याबरोबरच प्रेक्षक निवेदकाला पाहतही असतात. त्याचे हातवारे, वेशभूषा, रंगभूषा, त्याच्यामागील परिसर, इत्यादी तपशिलांची प्रेक्षक नोंद घेत असतात. बातमीपत्राचे वाचन करणारा कलागारातील वृत्तनिवेदक आणि घटनास्थळावरून वृत्तांत पाठवणारा वार्ताहर यांना असे पडद्यावरील निवेदन करावे लागते.

(ख) पडद्यामागील निवेदन:

कलागारातील वृत्तनिवेदक सहसा बातमीची सुरुवात करून देण्यापुरता चार पडद्यावर दिसतो. त्यानंतर पडद्यावर घटनेची दृश्ये आणि त्या पार्श्वभूमीवर निवेदकाचा आवाज ऐकायला मिळतो. काही वाहिन्यांवर वृत्तनिवेदक फक्त बातमीची सुरुवात करतो व पडद्यामागील निवेदन अन्य निवेदक वाचतो, तर काही वाहिन्यांवर (दूरचित्रवाणी) वृत्त निवेदकच पडद्यामागील निवेदन वाचतो. माहितीपटात पडद्यामागील निवेदन फार महत्त्वाचे असते.

कोणतेही निवेदन प्रभावी होण्याकरिता निवेदकाकडे पुढील गुण असणे आवश्यक आहे:

(१) चांगला आवाज:

निवेदक स्त्री असो अथवा पुरुष, त्यांचा आवाज प्रसन्न आणि ऐकायला चांगला वाटेल असा हवा. अति बसका किंवा कर्कश आवाज ऐकताना त्रास होतो.

(२) शुद्ध शब्दोच्चार:

प्रमाण भाषेचा लिखित संहितेत वापर करणे जसे आवश्यक आहे, त्याप्रमाणेच निवेदन वाचताना प्रमाण उच्चार केले पाहिजेत. शब्दांचे चुकीचे उच्चार निवेदकाने केले तर काही काळाने ते रूढ होण्याची शक्यता असते. उदाहरणार्थ भारताने ऐवजी भार्ताने, जनता ऐवजी जन्ता असे चुकीचे उच्चार आपल्या कानांवर कधीकधी पडतात. अशा चुका निवेदकाच्या कामात अक्षम्य आहेत. अन्य राज्यातील किंवा देशातील व्यक्ती अथवा स्थळे यांची नावे वाचण्याची वेळ आली तर त्यांचे नेमके उच्चार समजून घेण्याची जबाबदारी निवेदकावर असते. त्यासाठी त्यांनी संबंधित ठिकाणच्या योग्य व्यक्तीशी संपर्क साधून उच्चार जाणून घेतला पाहिजे.

(३) वाचनाची सुयोग्य गती:

निवेदनाची गती ते समजायला योग्य अशी हवी. अति संथ निवेदन कंटाळवाणे होते.तर अतिजलद निवेदन समजायला अवघड जाते. दृश्यांवरील निवेदन करताना शब्द आणि दृश्ये यांची सांगड घालण्यासाठी गतीमध्ये आवश्यक ते फेरफार करावे लागतात. अन्यथा निवेदन संपले तरी दृश्यमालिका चालू राहिल्याने बोध होत नाही किंवा दृश्यमालिका संपली तरी निवेदन न संपल्याने विचित्र परिस्थिती निर्माण होते.

(४) शब्द फेकीची जाण:

बातम्यांच्या किंवा माहितीपटांच्या निवेदनात वाचिक अभिनयाला तिळ मात्रही स्थान नसले तरी, एका सुरात, अजिबात चढ उतार न करता, योग्य ठिकाणी विराम न घेता निवेदन वाचणेही अपेक्षित नसते. वाक्यातील महत्त्वाच्या शब्दांवर जोर देणे, वाक्य अर्थानुसार तोडणे, आवाजात थोडेफार चढ-उतार करणे आवश्यक असते.

बातमी दुःखद, चांगली, मनोरंजक, भीतीदायक कशीही असो वृत्तनिवेदकला ती तटस्थपणे वाचावी लागते. स्वतःच्या भावना आवाजात डोकावून न देता, पण तरीही आवाजात जिवंतपणा कायम ठेवून निवेदन करण्यासाठी विशेष कौशल्य आणि सराव यांची गरज असते.

(५) आत्मविश्वास:

निवेदकाला विषयाची जाण आहे. शब्दांवर त्याचे पूर्ण नियंत्रण आहे, असे प्रेक्षकांना निवेदन ऐकताना वाटले पाहिजे. त्यासाठी निवेदन आत्मविश्वासपूर्ण हवे. अडखळत, चाचरत वाचले तर ते प्रभावी होत नाही. बातम्यांचे थेट प्रक्षेपण चालू असताना अचानक महत्त्वाची बातमी आयत्यावेळी समोर आली तर गडबडून न जाता ती नीटपणे वाचण्यासाठी हाच आत्मविश्वास उपयोगी पडतो.

(६) उत्तम सामान्यज्ञान:

सत्याधारित कार्यक्रम विशेषत: बातमीपत्रे विविध विषयांवरची असतात. बातमीपत्रात कोणत्याही विषयावरच्या बातम्यांना मज्जाव नसतो. त्यामुळे वृत्तनिवेदकाचे सामान्य ज्ञान उत्तम हवे. विविध क्षेत्रातील संज्ञा शब्द उच्चारण्याची आणि सांगण्याची नेमकी पद्धत त्याला अवगत हवी. इतिहास, भूगोल, राजकारण, खेळ आणि अशा इतर अनेक क्षेत्रांची किमान तोंड ओळख करून घेण्यासाठी निवेदकाने विशेष प्रयत्न करायला हवेत.

(७) प्रसन्न व्यक्तिमत्त्व:

वृत्तनिवेदक पडद्यावर दिसत असेल तेव्हा किंवा वार्ताहर घटनास्थळावरून प्रेक्षकांना प्रत्यक्ष माहिती देत असेल तेव्हा त्याच्या बोलण्यातील आशय, शब्द, शब्दांची फेक, हातवारे, चेहऱ्यावरील भाव, इत्यादी सर्व तपशील प्रेक्षक टिपतात. त्यामुळे पडद्यावरील आपले दर्शन प्रेक्षकांना सुसह्य वाटावे यासाठी निवेदकाने विशेष काळजी घ्यायला हवी. वृत्तनिवेदकाला आपले काम चोख बजावण्यासाठी सौंदर्याचीच गरज असते असे नाही. प्रसन्न व्यक्तिमत्त्व, टापटीप व सभ्यपणा यांची, बातमीपत्रे या आकृतिबंधातील औपचारिकपणा, घटनेपासूनची अलिप्तता, बातम्यांना प्रेक्षकांच्या दृष्टीने असलेली विश्वासार्हता, इत्यादींना बाधा येणार नाही अशी निवेदकाची पडद्यावरील प्रतिमा हवी.

आपली प्रगती तपासा:

प्रश्न: दूरचित्रवाणी माध्यमाचे स्वरूप स्पष्ट करून या माध्यमातील कार्यक्रमांच्या विविधतेवर प्रकाश टाका.

३ब.४ प्रश्नावली

१) दूरचित्रवाणी माध्यमातील कार्यक्रमांसाठी लेखनकरताना भाषेच्या उपयोजनाबाबतीत कोणती दक्षता घ्यावी ते सोदाहरण स्पष्ट करा.

२) दूरचित्रवाणी माध्यमातील बातमीपत्राचे लेखन करताना भाषेच्या उपयोजनाबाबतीत कोणती दक्षता घ्यावी ते सविस्तर स्पष्ट करा.

३) दूरचित्रवाणी माध्यमातील जाहिरातीचे लेखन करताना भाषेच्या उपयोजनाबाबतीत कोणती दक्षता घ्यावी ते साधार स्पष्ट करा.

४) दूरचित्रवाणीचा शोध लागण्यापूर्वी संदेशवहनासाठी कोणकोणती माध्यमे वापरली जात असे लिहा.

५) दूरचित्रवाणीच्या शोधानंतर लगेच त्याचा प्रचार मोठ्या प्रमाणात का होऊ शकला नाही ते लिहा.

३ब.५ संदर्भ ग्रंथ

- बर्वे उज्वला - जनसंज्ञापन आणि आधुनिक प्रसार माध्यमे - दूरचित्रवाणी, पुस्तक चौथे, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नाशिक प्रथम प्रकाशन नोव्हेंबर २०००
- दीक्षित मनीषा, वैद्य माधवी - दूरचित्रवाणी संवादाचे स्वरूप व कौशल्ये, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नाशिक
- भागवत लीलावती - बोलू ऐसे बोल, मराठी ग्रंथ संग्रहालय,ठाणे १९७८ httpwww.granthalaya.org
- प्रो. डॉ. हरि मोहन - आधुनिक जनसंचार माध्यम और हिंदी तक्षशिला प्रकाशन, इंदोर जनवरी २०१७
- पांडेय विश्वनाथ - संप्रेषण और रेडिओ शिल्प, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी २००५
- मोहन सुमित - मीडिया लेखन, वाणी प्रकाशन,दिल्ली जनवरी २०१३
- रैणा गौरीशंकर - संचार माध्यम लेखन, वाणी प्रकाशन, दिल्ली जनवरी २००९

*****

Turnitin Originality Report

Processed on: 07-Dec-2022 15:39 IST
ID: 1974143516
Word Count: 91259
Submitted: 1

Mass Media and Usage of Marathi Language By Ma Idol

Similarity Index	Similarity by Source	
0%	Internet Sources:	0%
	Publications:	0%
	Student Papers:	0%

< 1% match (Internet from 11-Feb-2014)
http://www.jw.org/de/publikationen/zeitschriften/

< 1% match (Internet from 07-Dec-2022)
https://www.mpscacademy.com/2016/03/name-of-news-papers-during-independence-movement.html

< 1% match (Internet from 25-Sep-2020)
https://www.slideshare.net/KrishiAgrawal/computer-networks-presentation-58566459

< 1% match (student papers from 13-Mar-2020)
Submitted to Oberoi International School on 2020-03-13

< 1% match (student papers from 18-Nov-2022)
Submitted to University of Mumbai on 2022-11-18

< 1% match (Internet from 10-Jun-2012)
http://www.lan-college.com/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A2%D9%85%D9%88%D8%B2%D8%B4%D9%8A/49-%D8%B2%D8%A8%D8%A7%D9%86-%D9%88-%D8%A7%D8%AF%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%86%DA%AF%D9%84%D9%8A%D8%B3%D9%8A/53-%D9%85%D9%86%D8%A7%D8%A8%D8%B9-%D8%A2%D8%B2%D9%85%D9%88%D9%86-%D9%83%D8%A7%D8%B1%D8%B4%D9%86%D8%A7%D8%B3%D9%8A-%D8%A7%D8%B1%D8%B4%D8%AF-%D8%B2%D8%A8%D8%A7%D9%86-%D9%88-%D8%A7%D8%AF%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%86%DA%AF%D9%84%D9%8A%D8%B3%D9%8A.pdf

< 1% match (Internet from 23-Oct-2018)
https://es.scribd.com/document/354052785/License-LME-EV3-Single-Global-pdf

१अ पर्स रा म धाय्म े आण ि पर्स रा म धाय्म े घटक रचन ा १.१ ईदद् षिट् े १.२ पर्सत् वान ा १.३ पर्स रा म धाय्म े व भ षा ावय्वह रा य ासकंलप्र चां ाऐथथ १.४ पर्स रा म धाय्म चां े पर्क रा १.४.१ व मधय्यगु नी क ळा ता ली पर्स रा म धाय्म े १.४.२ अधदुद्रक क ळा ता ली पर्स रा म