पत्रकार आणि पत्रकारिता

म. ग्रं. सं. ठाणें
विषय निबंध
सं. क्र. 3004



REFBK-0024037

कॅप्टन मा. कृ. शिन्दे

रुक्मिणी प्रकाशन, दादर, मुंबई १४

मराठी ग्रंथ संग्रहालय, ठाणे.

सूचना :—खाली दिलेल्या तारखेपर्यंत पुस्तक/मासिक परत करावे, तसे न केल्यास घटना नियम क्र. ५ [८] नुसार प्रतिदिनी ५ पैसे जादा वर्गणी भरावी लागेल.

11 JAN 1984
15 JAN 1984
५।१।९८

15 JUN 1991
3 - JUL 1991

(क्र. मा. प.)
५०००-१२-८२

मराठी ग्रंथ संग्रहालय दादर
ग्रंथ शाखा (स्थळ प्रत)
3004
निबंध २४०३७
3/११८३



REFBK-0024037

संदर्भ निबंध
3004 ?
2003U
3/99/03

पत्रकारिता' या विषयाचे सांगोपांग आणि अद्ययावत् विवेचन करणारे एकमेव मराठी पुस्तक

पत्रकार आणि पत्रकारिता

अर्थात्

वृत्तपत्र विद्येची मूलतत्त्वे

Journalist & Journalism

कॅप्टन मा. कृ. शिंदे (मिलिंदमाधव)
Ex Army Officer, Ex J. P. & S. E. M.
(गद्य-पद्य लहानमोठ्या ९४ पुस्तकांचे लेखक व पत्रकार)

रुक्मिणी प्रकाशन, दादर, मुंबई १४

प्रकाशक :
सौ. रेश्मा विश्वास सापळे
रुक्मिणी प्रकाशन,
रुक्मिणी निवास, एस. एस. वाघ मार्ग,
दादर, मुंबई-४०० ०१४.

या पुस्तकाचे सर्वाधिकार सौ. अ. मा. शिंदे
३१, खोताची वाडी, मुंबई ४ यांचे स्वाधीन आहेत.

प्रथम संस्करण : मार्च १९८३

किंमत २५ रुपये

पुस्तक मिळण्याचे ठिकाण
रामकृष्ण प्रिंटिंग प्रेस,
३१ त्रिभुवन रोड,
गिरगांव, मुंबई ४०० ००४

मुद्रक :
शारद कृष्णाजी सापळे
रामकृष्ण प्रिंटिंग प्रेस
३१, त्रिभुवन रोड, गिरगांव
मुम्बई-४०० ००४

१९८२ साली माझ्यावर तीन मोठ्या शस्त्रक्रिया झाल्या.
तेव्हा प्रत्येक शस्त्रक्रियेच्यावेळी माझ्या उशाशी उभ्या
राहून मला धीर दिला आणि रुग्णालयात प्रवेश
मिळवून देण्यापासून तो पुढे तीन महिन्यांनी मला
घरी आणून सोडीपर्यंत ज्यानी पूर्व परिचय
नसतानाही सर्वतोपरी सहाय्य करून आत्मीय-
तेने आणि निरपेक्षपणे माझ्या आरोग्याची
काळजी वाहिली, त्या देवतातुल्य प्रसिद्ध
समाजसेविका व राष्ट्रसेविका

डॉ. सौ. निरंजनादेवी चतुर्वेदी [एस. इ. एम.]

यांच्या चरणी कृतज्ञतापूर्वक व आदरपूर्वक समर्पण !

—मा. कृ. शिंदे

पत्रकार कॅप्टन मा. कृ. शिंदे

१९३० पासून पत्रकारितेला सुरुवात, प्रगति, मौज, मनोरंजन, प्रेक्षक वगैरे अनेक नियतकालिकात नियमित लेखन.

१९३० सहसंपादक 'तिरंगी झेंडा' मासिक.

१९३२ संपादक 'शांती' साप्ताहिक.

१९३३ सहसंपादक 'निर्भिड' साप्ताहिक १९३८ पर्यंत.

१९३५ संपादक 'नवमत' मासिक, **या मासिकातील श्री. शिंदे यांचा पहिला अग्रलेख, साहित्य सम्राट श्री. न. चिं. तथा तात्यासाहेब केळकर यांनी 'अर्वाचीन मराठी साहित्य' या ग्रंथाच्या उपसंहारात स्वमताच्या पुष्ट्यर्थ उद्धृत करून घेतला आहे. (पृ. क्र. ६०१–३)**

१९३८ संपादक 'भारती' मासिक.

१९३८ संपादक 'रसिक' साप्ताहिक.

१९४६ नियमित लेखन 'झंकार' टोपण नांव का. न. डोळे, शिवाय धनुर्धारी साप्ताहिकांत 'पापामिया' या टोपण नांवाने अनेक महिने लेखन. त्याचप्रमाणे प्रवासी [साप्ताहिक], नवे जग, वसंत, नवजीवन, लोकमान्य [सं. सावरकर], तारका [साप्ताहिक], करमणूक [सं. न. रा. जोशी], लोकसत्ता, महाराष्ट्र टाईम्स, नवाकाळ, सुगंध, सत्यवादी इत्यादि अनेक नियतकालिकात स्तंभलेखन, नाट्य–चित्रपट ग्रंथपरिक्षणे वगैरे विपुल प्रासंगिक लेखन. **मुंबईतील ५४ वर्षाच्या वास्तव्यापैकी सुमारे ४३ वर्षे पत्रकारितेशी प्रत्यक्षाप्रत्यक्ष संबंध.**

१९७१, ६–१ एक ज्येष्ठ पत्रकार म्हणून मुंबई मराठी पत्रकार संघातर्फे शाल व श्रीफळ देऊन सत्कार करण्यात आला.

१९७८, २१–६ मुंबई मराठी पत्रकार संघाने समारंभपूर्वक सन्मान्य सभासदत्व बहाल करून एक पदक दिले.

१९८१, २०–३ मुंबई महानगरपालिकेने महापौरांच्या हस्ते एक ज्येष्ठ पत्रकार म्हणून समारंभपूर्वक सत्कार करून, शाल, श्रीफळ व एक पदक बहाल केले.

अनुक्रमणिका

१. **नियतकालिके आणि वृत्तपत्रे**—दोहोतील फरक,–साखळीवृत्तपत्रे,– पहिले भारतीय वृत्तपत्र, पहिले मराठी वृत्तपत्र, वृत्तपत्रांचे प्रकार, वर्तमानपत्राचे कर्तव्य. ९

२. **बातमी, बातमीदार, बातमीलेखन**—बातमी म्हणजे काय? बातम्यांचे प्रकार, बातमीदाराचे आवश्यक गुण, बातमी कशी लिहावी? बातमी शुद्ध असावी, बातमीदाराने पाळावयाचे पथ्य, बातमीला मथळा देणे, बातमी आणि बातमीपत्र. १७

३. **मुलाखती : प्रयोजने, प्रकार आणि पथ्ये**—मुलाखत म्हणजे काय? प्रयोजन आणि प्रकार, बातमीसाठी मुलाखत, मुलाखत देणारे, व्यक्ति-परिचयात्मक व संस्थापरिचयात्मक मुलाखत, मुलाखत घेणाऱ्याची पथ्ये. २५

४. **वृत्तवितरण, संस्था आणि इतर व्यवस्था**—'समाचार', परदेशी वृत्तसंस्था, मजकूर वितरण संस्था, वृत्त व माहितीविषयक सरकारी व्यवस्था, आकाशवाणी, दूरदर्शन, पी. आय. बी., फिल्म्स डिव्हिजन, क्षेत्र प्रसिद्धी संचालनालय, संशोधन आणि संदर्भ विभाग, छायाचित्र विभाग. ३०

५. **वृत्तसंपादक, उपसंपादक, मुख्य संपादक**—वृत्तसंपादक, भाषांतर कसे करावे, बातमीवरील संस्कार, बातमीचा मथळा, हेड लाईन, उपमथळे व टाईप, टाइपांचे नमुने, लाइनो व मोनो टाईप, रात्रपाळीचा संपादक, बातम्या आणि छायाचित्रे, ऐन वेळेची बातमी, लि. आ. म., संपादकाची कामे, लोकमान्य टिळक व खाडिलकर, आणखी एक प्रकरण, संपादक कसा असावा. ३७

६. **खास वृत्तलेखन व निवेदन**—(वार्तापट, आकाशवाणी, दूरदर्शन यांसाठी) ऐतिहासिक पार्श्वभूमी, पहिला भारतीय वार्तापट, आय. एफ. आय., फिल्म्स डिव्हिजन, खास वृत्तलेखन, फिल्मची लांबी आणि शब्द, आकाशवाणी व दूरदर्शन, महाराष्ट्र सरकारचे वार्तापट, सोळा मि. मि. फिल्म, बातमी सांगणे (बोलणे), आवाज. ५४

७. **लेख, अग्रलेख कसा लिहावा**—अग्रलेखाचा विषय, मुद्यांचे टाचण व मांडणी, अग्रलेखाची रचना, अग्रलेखाचा मथळा, अग्रलेख आणि लालित्य, प्रत्यक्ष अग्रलेख लेखन, प्रारंभ, विषयविस्तार, समारोप, भाषा व लेखनशैली लालित्य म्हणजे काय? ६२

८. **टीकालेखन, नाट्य-चित्रपट परीक्षण, स्तंभलेखन वगैरे**—टीका म्हणजे काय ? व ती कशी लिहावी, टिकेचे प्रकार, टीकाकार कसा नसावा, वाङ्मयीन टीका, ग्रंथ परीक्षण, नाट्यलेखन परीक्षण, नाट्यपुस्तक परीक्षणासाठी मुद्दे, नाट्यप्रयोग परीक्षण, नाट्यप्रयोग परीक्षणासाठी मुद्दे, चित्रपट परीक्षण व ललितकला समीक्षण, पत्रकारांची अयोग्य टीकापद्धती, धंदा मा समजू नये, स्तंभलेखन, स्फुटे लिहिणे, वृत्त-पत्रलेखक. ८०

९. **मुद्रितशोधन** (Proof Correction) **व आचार संहिता**—मुद्रित शोधकाचे गुण, कॉपी म्हणजे काय ? प्रूफ व गॅली प्रूफ, मुद्रण साधे व रोटरी यंत्राने, मुद्रितशोधनाची मुख्य चिन्हे, मुद्रितशोधनाचा नमुना, मुद्रितशोधन झालेला तोच मजकूर, पत्रकारांसाठी आचार संहिता. ८७

१०. **जाहिरात शास्त्र**—शास्त्र म्हणजे काय ? जगातली पहिली जाहिरात, जाहिरातीचे तत्त्व आणि कार्य, संस्था प्रकाशने, संस्थाप्रकाशनाचा संपादक, पूर्वी आणि आता, इतर माध्यमे, जाहिरात लेखन, जाहिरात कशी असावी, जाहिरातीत चित्रांचा उपयोग, जाहिरातीचे यश कशात असते, जाहिरातीचे भाषांतर, वृत्तपत्रांची जीवनशक्ती, जाहिरातवितरक संस्था व व्यक्ती, वृत्तपत्रांना जाहिराती देण्याबाबत सरकारी धोरण, वृत्तपत्रांचे स्वातंत्र्य. ९९

११. **जाहिरातीची इतर माध्यमें**—सिनेमा, रेडिओ (आकाशवाणी), टेलिव्हिजन, ओपेल व्हीजन, आगगाड्या, बसगाड्या, भिंती व भिंतीपत्रके. १०१

१२. **नवीन वृत्तपत्र सुरू करू इच्छिणाऱ्यासाठी मार्गदर्शन**—डिक्लरेशन, अंकाची प्रत, नोंदणी क्रमांक, प्रकाशन बंद करताना, छपाईची यंत्रसामुग्री, महत्वाची माहिती. १०५

१३. **परिशिष्ट (अ) प्रेस कमिशन आणि प्रेस कौन्सील**—प्रेसकमीशन, प्रेस कौन्सील. १०८

१४. **परिशिष्ट (ब)—पत्रकारिता-शिक्षण देणारी काही विद्यापीठे.** ११०

१५. **परिशिष्ट (क)—काही व्यवसायिक संघटना.** ११२
शिवाय अनेक पृष्ठपूरके.

★

एक योगसाधना

पत्रकारिता हा एक योग आहे. एक योगसाधना म्हणूनच संबंधितांनी त्या विद्येचा अभ्यास केला पाहिजे आणि तेवढ्याच पावित्र्याने आणि निष्ठेने तो व्यवसाय केला पाहिजे. पत्रकार आणि पत्रकारिता याविषयी पुष्कळांना कुतुहल आणि जिज्ञासा असते. परंतु वृत्तपत्रविद्येची मूलतत्वे समजावून सांगणारे एकही पुस्तक मराठीत नव्हते. ती उणीव दूर करण्यासाठी वाचन [अभ्यास] आणि अनुभव यांच्या आधाराने मी हे पुस्तक लिहिण्याचा प्रपंच केला. १९७७ साला-पूर्वीच या पुस्तकाची पिंडरचना झाली. पुढे त्यात भर पडत गेली. याची अनुक्रमणिका नजरेखाली घातली तर संबंधित विषयाची विविधता व व्याप्ती कळून येईल !

१९२९–३० सालच्या दरम्यान 'मौज' या त्यावेळच्या अत्यंत लोकप्रिय साप्ताहिकाचे संपादक श्री. द. ग. सारोळकर यांच्या प्रेरणेने आणि प्रोत्साहनाने मी हलकेफुलके गद्यपद्य लेखन करू लागलो. शिवाय तेव्हाच्या 'प्रभात' या दैनिकासाठी कधी बातमीदार म्हणून तर कधी नाटक-सिनेमा-समीक्षण-लेखक म्हणून शिलेदारी केली. ती उमेदवारी म्हणजे निव्वळ निष्काम कर्मयोग होता ! मात्र त्या निमित्ताने व्यासंग वाढत गेला आणि पत्रकारितेचे व्यसनही अंगात पुरे-पूर भिनले. त्यामुळेच नंतर नियतकालिकांचा सहसंपादक आणि संपादक म्हणूनही अनुभव घेतला. हे पुस्तक म्हणजे त्याचेच फळ.

या पुस्तकासाठी मला अनेक जुन्या दिवंगत आणि नव्या विद्यमान पत्र-कारांच्या विचारधनाचा फार उपयोग झाला, म्हणून त्या सर्वांचे मी कृतज्ञापूर्वक आभार मानतो. त्याचप्रमाणे अशा गंभीर विषयावरील पुस्तक प्रसिद्ध करणाऱ्या प्रकाशिका, त्या बाबतीत पुढाकार घेणारे रामकृष्ण प्रि. प्रेसचे संचालक श्री. दाजीसाहेब सापळे आणि मुद्रणालयातील सर्व कर्मचारी बांधव यांचे आभार मानणे मी माझे कर्तव्य समजतो. शेवटी, अनावधानाने अगर नजरचुकीने काही दोष राहिले असतील तर त्याबद्दल तज्ज्ञांनी क्षमा करावी अशी विनंती करतो.

३१ खोताची वाडी,
मुंबई नं. ४०० ००४
ता. २४–२–१९८३

सर्वांचा नम्र
मा. कृ. शिंदे [ऑ. कॅप्टन]

कॅप्टन मा. कृ. शिंदे [मिलिंदमाधव] यांचे आजपर्यंतचे प्रसिद्ध साहित्य

शिंदे–साहित्य संपदा

१. धार्मिक ओवीबद्ध पोथ्या व गद्य पुस्तके.....५९

२. ललित व गंभीर विषयावरील ग्रंथ.....१३

३. नाटके.....११

४. कथासंग्रह..... ७

५. इतर..... ४

एकूण पुस्तके ९४

शिवाय

६. वरेच प्रासंगिक किरकोळ लेखन.

७. आकाशवाणीसाठी केलेले लेखन, श्रुतिका, कथाकथन, चित्रपट परीक्षणे वगैरे.

८. लष्करी चित्रपटासाठी व माहितीपटासाठी कथा-पटकथा, संवाद, पद्य, दिग्दर्शन, भाष्यलेखन व भाषण, भारत सरकारच्या व महाराष्ट्र सरकारच्या माहितीपटासाठी व वार्तापटासाठी अनेक वर्षे केलेले विपुल भाष्यलेखन भाषण व दिग्दर्शन.

९. आगामी प्रकाशनांची काही तयार हस्तलिखिते.

१०. मराठी विश्वकोशासाठी केलेले लेखन,

११. इतर लेखकांच्या पुस्तकासाठी प्रस्तावना लेखन वगैरे.

१२. पत्रकार या नात्याने केलेले लेखन व संपादन.

१३. वेगवेगळ्या ग्रामोफोन कंपन्यांसाठी केलेले गीतलेखन.

आगामी पुस्तके

[१] धन्य आनंद दिन (नाटक), [२] चोरांचे संमेलन [त्रोटक] [३] धिक्कार मन साहिना [त्रोटक], [४] गीता मर्म आणि माहात्म्य, [५] झुंबर [कथा संग्रह], मम आत्मनः [आत्मचरित्र].

३००५
निबंध २४०३७
३।११।८३

पत्रकार आणि पत्रकारिता

तात्त्विक आणि व्यावहारिक ज्ञान

: १ :

नियतकालिके आणि वृत्तपत्रे

पत्रकार आणि पत्रकारिता हे या पुस्तकाचे नाव असल्यामुळे ह्या दोन्ही शब्दाविषयी थोडा खुलासा करणे क्रमप्राप्तच ठरते. वरील दोन्ही शब्दांपैकी **पत्रकार** म्हणजे कोण हे सांगणे फारसे कठीण नाही. कारण बातमीदार, स्तंभलेखक, वृत्तपत्रांच्या व नियतकालिकांच्या संपादकीय खात्यात काम करणारे लेखक, नियतकालिकांचे व वृत्तपत्रांचे संपादक—उपसंपादक, मुद्रिते तपासणारे आणि व्यवसाय म्हणून वृत्तपत्रात अगर नियतकालिकात नियमितपणे लेखन करणारे लेखक यांना 'पत्रकार' या संज्ञेने संबोधता येते. त्याचप्रमाणे वृत्तपत्रांचे छाया-चित्रकार आणि वृत्तपत्रीय सजावट करणारे चित्रकार-व्यंगचित्रकार यांचाहि पत्रकार या शब्दात समावेश होतो. यांपैकी बहुतेक सर्वांना मार्गदर्शक ठरेल अशी योग्य ती व जरूर तेवढी माहिती या पुस्तकात यथा स्थळी सापडेल! यानंतर '**पत्रकारिता**' या शब्दाविषयी.

पत्रकारिता हा शब्द एक असला, तरी तो व्यवसाय असल्यामुळे त्या व्यवसायाशी (१) बातमी मिळविण्याची कला, (२) लेखनकला, (३) मथळे देण्याची कला, (४) खास वृत्तलेखन कला, (५) अग्रलेख-लेखन कला, (६) टीकालेखन कला, (७) मुद्रितशोधन कला आणि (८) जाहिरात कला, अशा अनेक कलांशी संबंध असतो. पत्रकारिता शिकू इच्छिणाऱ्याला त्या सर्व कलांचे ज्ञान असावे लागते. म्हणून या

पुस्तकात त्या सर्व विषयांचे ज्ञान थोडक्यात सूत्रबद्ध देण्याचा प्रयत्न करणार आहे. नियतकालिके आणि वृत्तपत्रे यांचे स्वरूप वेगवेगळे असते.

दोहोंतील फरक

नियतकालिक म्हणजे ठराविक काळाच्या अंतराने प्रसिद्ध होणारे पुस्तक अगर पत्र. या प्रकारात वार्षिके, षण्मासिके, त्रैमासिके, द्वैमासिके, मासिके, पाक्षिके, साप्ताहिके आणि अर्धसाप्ताहिके यांचा प्रामुख्याने समावेश होतो. वृत्तपत्र हेही वास्तविक नियतकालिकच. परंतु वृत्तपत्रे आणि इतर नियतकालिके यांचे उद्देश, कार्य, स्वरूप आणि लेखन-पद्धती यात फरक असतो.

ठिकठिकाणच्या बातम्या प्रसिद्ध करून, आपल्या देशातच नव्हे तर साऱ्या जगातील देशात कुठे काय घडले, तेथील परिस्थिती कशी आहे वगैरेविषयीचे ज्ञान वाचकांना करून देऊन लोकात जागृती निर्माण करणे हे मुख्यतः वृत्तपत्रांचे कार्य असते; आणि नव्या जुन्या ज्ञानाचा प्रसार करून वाचकांना विचार करायला शिकवता शिकवता त्यांचे मनोरंजनही होईल अशी व्यवस्था करणे हे नियतकालिकांचे कार्य असते. म्हणजे वृत्तपत्रे आणि नियतकालिके यांचा प्रकृतिधर्म भिन्न भिन्न असतो. राजकीय, सामाजिक, आर्थिक, शैक्षणिक इत्यादी क्षेत्रांत रोजच्यारोज होणाऱ्या व्यवहारांच्या घडामोडीतच वृत्तपत्राच्या संपादकाचे लक्ष गुंतून राहिल्यामुळे त्याला एखाद्या विषयावर सखोल विचार करण्याइतकी फुरसत मिळत नसते. सर्व विषयांवर झटपट आपले मत बनवून ते वाचकांपुढे मांडावे लागते. इतर नियतकालिकांच्या संपादकांचे तसे नसते. त्यांना कोणत्याही गोष्टीचा साधकबाधक विचार करायला भरपूर सवड मिळते. म्हणूनच स्थायी स्वरूपाच्या विषयासंबंधी नीट चिंतन करून विचार मांडणे मासिका-साप्ताहिकासारख्या नियतकालिकांच्या संपादकांना शक्य असते.

वृत्तपत्रात पहिले स्थान वृत्ताला — बातमीला. नंतर दुय्यम स्थान असते त्यातील मतप्रदर्शनाला. वृत्तपत्रात मतप्रदर्शन नसले तरी चालेल, परंतु वृत्त नसून मात्र चालायचे नाही. वृत्तच नसेल तर ते वृत्तपत्र या नावालाही पात्र ठरणार नाही. म्हणूनच जास्तीत जास्त बातम्या देणे हे जसे वृत्तपत्रांचे कर्तव्य असते, तसेच जास्तीत जास्त बोधप्रद मजकूर प्रसिद्ध करून प्रबोधनाबरोबरच शक्य तेव्हा वाचकांचे मनोरंजन करणे हे नियतकालिकांचे मुख्य कर्तव्य असते. वृत्तपत्रांतील लेखन अल्पजीवि असते तर मासिकासारख्या नियतकालिकातील लेखन त्या मानाने दीर्घजीवि असते. नाही म्हणायला वृत्तपत्रांतील अग्रलेख वेगळ्या स्वरुपाचे असल्यामुळे ते लेखन कित्येकदा संग्राह्य व दीर्घजीवि ठरण्याची शक्यता असते. नियतकालिकात साहित्यगुणांनी मंडित असलेले लेख, निबंध, कविता, गोष्टी, प्रवासवर्णने, चरित्रे इत्यादी वाङ्मयप्रकार प्रसिद्ध होण्यास वाव असतो. वृत्तपत्रातील लेखनात साहित्यगुण असण्याची अपेक्षा नसते. म्हणूनच 'साहित्य ही कला आहे आणि पत्रकारिता हा व्यवसाय आहे,' (While literature is an art, journalism is a profession) असे म्हटले जाते. त्या व्यवसायाला आता तर उद्योगधंद्याचे स्वरूप आलेले आहे.

साखळी वृत्तपत्रे

वृत्तपत्रे ही बहुधा राजकीय पक्षांनी, राजकीय पुढाऱ्यांनी, वृत्तपत्रांचे सामर्थ्य थोर असते हे पटलेल्या बड्या भांडवलदारांनी, वत्तपत्रे ही राष्ट्राची चवथी मालमत्ता आहे हे कार्लाइलचे मत पटलेल्या धूर्त धनिकांनी अगर त्यांच्या प्रतिनिधीनी चालवलेली असतात. अर्थात् अशा वृत्तपत्रांच्या संपादकांना कितीही स्वातंत्र्य असले, तरी त्यांना आपापल्या मालकांच्या मर्जीप्रमाणे ठराविक रिंगणातच वावरणे भाग असते. इब्सेनने म्हटल्याप्रमाणे 'Politics are the most important thing in the life of a newspaper' (An Enemy of the people) वृत्तपत्रकारांना राजकारण हे महत्त्वाचे मानणे भाग असते.

अर्थात् तशा वृत्तपत्रांवरून खरे निःपक्षपाती लोकमत कळत नसते. म्हणूनच लोकशाहीत लोकमताची बूज राखण्यासाठी वाचकांच्या पत्र-व्यवहाराला प्रसिद्धी द्यावी लागते. राजकारण ह्या महत्त्वाच्या विषया-खेरीज इतर मामुली विषयांबाबत संपादकाला लोकमतापुढे अनेकदा मान तुकवावी लागते. लोकमताला प्रसिद्धी दिल्यामुळे त्या वृत्तपत्राचे ध्येयधोरण आणि त्याची प्रतिक्रिया यासंबंधाने सूज्ञ वाचकांना जरूर तो बोध होतो आणि ते हंसक्षीर न्यायाने ग्राह्य अग्राह्य काय ते ठरवू शकतात.

काही भांडवलदार किंवा त्यांच्या संघटना निरनिराळ्या ठिकाणी निरनिराळ्या भाषेत, निरनिराळ्या संपादकांच्या संपादकत्वाखाली अनेक वृत्तपत्रे चालवतात. त्यांना साखळी वृत्तपत्रे म्हणतात. तशी साखळी निर्माण करून ते राजकारण, अर्थकारण नि औद्योगिक धोरण आपल्याच मुठीत ठेवण्याचा प्रयत्न करतात. त्या वृत्तपत्रांची नावे-रूपे वेगवेगळी असली तरी त्यांचे ध्येयधोरण आणि त्यातील मुख्य सूत्र एकच असते. एकच गोष्ट अनेकांनी अनेकदा अनेक प्रकारे सांगितल्या-मुळे वाचकांच्या मनावर व त्यांच्या मतावर त्याचा व्हायचा तो परिणाम होतो. साखळी वृत्तपत्रांच्या चालकांना नेमके तेच साधायचे असते. कारण Harold L. Ickes याने म्हटल्याप्रमाणे "It (वृत्तपत्र) can be used to elect and defeat candidates for public office, to destroy public confideuce in administrative and legislative proposals. The use as well as the misuse of imformation has made the power of suggestion the decisive force in world affairs. It can strengthen or destroy a democracy. It can build or wreck the nation." (America's House of Lords) हे त्यांना ठाऊक असते.

इथे एक गोष्ट सांगितली पाहिजे ती ही की, नियतकालिके ही बातम्या प्रसिद्ध करण्यासाठी नसतात हे खरे असले तरी ज्ञातिविषयक,

व्यवसायविषयक, शैक्षणिक, औद्योगिक वगैरे विषयांना वाहिलेल्या नियतकालिकांत त्या त्या क्षेत्रातील घडामोडींच्या बातम्या प्रसिद्ध होत असतात, ते इष्ट व योग्यच असते. वृत्तपत्रांचा विचार करताना आपल्या देशात वृत्तपत्र कधी निघाले हा प्रश्न आपल्या मनात येतोच.

पहिले भारतीय वृत्तपत्र

इ. स. १७५७ साली प्लासीच्या युद्धात निर्णायक विजय मिळवून इंग्रजांनी बंगालमध्ये आपले आसन स्थिर केले. पुढील काळात इंग्लंडमधील बरेच इंग्रज भारतात येऊ लागले. त्यांत काही सैनिक होते, कांही कंपनी सरकारचे कर्मचारी होते, तर बरेचजण आपले नशीब काढण्याच्या उद्देशाने इकडे आले होते. इंग्लंडमध्ये असताना त्यांना वृत्तपत्रे वाचायला मिळत असत. परंतु इकडे आल्यावर मात्र त्यांना वृत्तपत्र वाचायला मिळेना. इंग्लंडमधून वृत्तपत्रे मागवायची तर समुद्रमार्गे त्या काळात सहा महिन्यांपेक्षा अधिक काळ लागायचा! म्हणून भारतातच वृत्तपत्र कां छापले जाऊ नये, असा विचार अनेकांच्या मनात येऊ लागला. शिवाय आणखीही एक कारण झाले. प्लासीच्या युद्धानंतर गव्हर्नर जनरलच्या हाती असलेल्या अमर्याद सत्तेचा जाच वाढल्यामुळे कंपनीसरकारचे काही वरिष्ठ अधिकारी नाराज झाले होते. आपल्यावर होत असलेला अन्याय जगाला सांगण्याची गरज त्यांना भासू लागली होती. त्या संधीचा फायदा घेऊन जेम्स ऑगस्टस हिकी (१७५१–१८३०) नावाच्या गृहस्थाने ता. २९ जानेवारी १७८० रोजी 'बंगाल गॅझेट' नावाचे वृत्तपत्र प्रसिद्ध करून भारतीय वृत्तपत्र–सृष्टीचा पाया घातला. त्यानंतर सुमारे ५२ वर्षांनी पहिले मराठी वृत्तपत्र निघाले.

पहिले मराठी वृत्तपत्र

मराठीतील पहिले वृत्तपत्र म्हणजे 'दर्पण' हे होय. त्याचा पहिला अंक ता. ६ जानेवारी १८३२ रोजी प्रसिद्ध झाला. त्याचे संपादक होते आचार्य बाळ गंगाधर जांभेकर. त्यापूर्वी १८२५ साली गोव्यात

कळगुट येथे चंद्रोबा शेणवी डुकले यांनी 'सर्वसंग्रह' नावाचे एक हस्तलिखित त्रैमासिक सुरू केले होते. त्याचप्रमाणे दर्पणच्या पूर्वी म्हणजे १८२८ साली 'मुंबई वर्तमान' या नावाचे एक मराठी वृत्तपत्र प्रसिद्ध झाले होते, असे 'मराठी संशोधन पत्रिकेत' १९६९ साली प्रसिद्ध झालेले आहे.

दर्पण हे इंग्रजी आणि मराठी अशा मिश्र स्वरूपाचे होते. म्हणून पुढे संपूर्णतः मराठी भाषेतील 'मुंबई अखबार' हे वृत्तपत्र ता. ३ जुलै १८४० रोजी प्रसिद्ध झाले. १८३७ साली 'दिग्दर्शन' हे पहिले नियतकालिक (मासिक) निघाले आणि १८४० साली 'प्रभाकर' हे पहिले मराठी साप्ताहिक प्रसिद्ध झाले. मराठी वृत्तपत्राचा विस्तृत इतिहास मी माझ्या 'मराठी वृत्तपत्रव्यवसाय : इतिहास आणि शास्त्र' या पूर्वप्रसिद्ध पुस्तकात दिलेला असल्यामुळे इथे पुनरावृत्ती करीत नाही. दर्पणच्या रूपाने लावलेले मराठी वृत्तपत्रव्यवसायाचे इवलेसे रोप वाढता वाढता त्याचा फार मोठा विस्तार झाला असून, दिवसेदिवस त्याची अधिकाधिक वाढ होत चालली आहे. त्या वाढीचे नीट निरीक्षण केले व काही नियतकालिकांचे हिडीस स्वरूप पाहिले की त्या वाढीला बाळसे म्हणण्याऐवजी सूज म्हणणेच योग्य ठरावे. मात्र वृत्तपत्रव्यवसायाची झपाट्याने वाढ होत असून तो व्यवसाय कौतुकावस्था व उपयुक्ततावस्था मागे टाकून आता शास्त्रावस्थेपर्यंत पोचला आहे हे मात्र निश्चित!

वृत्तपत्रांचे प्रकार व त्यांचे कर्तव्य

आपल्या मराठी वृत्तपत्रांकडे पाहिले तर त्यांचे तीन प्रकार असल्याचे आढळून येते. (१) भारदस्त किंवा प्रतिष्ठित वर्तमानपत्रे, (२) खळबळ उडविणारी चळवळी वर्तमानपत्रे आणि (३) हीन अभिरुचीची किंवा हलक्या दर्जाची वर्तमानपत्रे.

जी वर्तमानपत्रे आपली उच्च पातळी आणि उच्च अभिरुची न सोडता भारदस्तपणे बातम्या नि इतर मजकूर प्रसिद्ध करतात ती

पहिल्या प्रकारात मोडतात. दुसऱ्या प्रकारची वृत्तपत्रे चालविण्यात चालकांचा कोणताही उच्च हेतु नसतो. एखाद्या क्षुद्र व क्षुल्लक बातमीलाही महत्त्व देऊन उगीच सनसनाटी निर्माण करणे आणि वाचकात उत्सुकता निर्माण करून आपल्या वर्तमानपत्राचा खप वाढविण्यासाठी खटपट करणे, एवढाच दुसऱ्या प्रकारच्या वर्तमान-पत्रांचा उद्देश असतो. तिसऱ्या प्रकारची वृत्तपत्रे श्लील अश्लिल असा भेद न मानणारी, गलिच्छ बातम्या, हलक्या प्रतीचा विनोद, घाणेरडी छायाचित्रे किंवा रेखाचित्रे देऊन उथळ बुद्धीच्या, हलक्या आवडी निवडीच्या वाचकांची मने आकर्षित करतात. यालाच 'यलो जर्न्यालिजम' म्हणतात. वरील सर्व विवेचन साप्ताहिके—मासिकादी नियतकालिकांनाही लागू आहे.

वर्तमानपत्राचे कर्तव्य

पत्रकारिता शिकू इच्छिणाऱ्यांना वर्तमानपत्राचे खरे कर्तव्य कोणते हे माहित असणे अत्यंत आवश्यक असते. मी या प्रकरणाच्या सुरुवातालीच म्हटल्याप्रमाणे वर्तमानपत्राचे आद्य कर्तव्य म्हणजे (१) ठिकठिकाणच्या बातम्या देणे हे आहे. (२) लोकात ज्ञान-प्रसार करणे हे दुसरे कर्तव्य. (३) लोकांच्या जीवनाशी निगडीत असलेल्या विषयांची साधकबाधक सर्वांगीण चर्चा करून असत्य मतांचे खंडन करणे हे तिसरे कर्तव्य आणि (४) लोकमताला योग्य दिशा दाखवून इष्ट असे वळण लावणे हे चवथे कर्तव्य असते.

जगातील सर्व देशांच्या निवडक बातम्या संकलित स्वरूपात वर्तमान-पत्रात वाचायला मिळतात म्हणून वाचकांना वर्तमानपत्रांचे भारी महत्त्व वाटते. लोक दैनिके वाचतात ते मुख्यतः बातम्यासाठीच वाचतात. वर्तमानपत्रात बातम्यांना जेवढे महत्त्व असते, तेवढे साप्ताहिकात नसते. कारण बातम्यापेक्षा लोक-शिक्षणाला व लोक-रंजनालाच साप्ताहिकादी नियतकालिकात स्थान असते. म्हणूनच

काही प्रथितयश दैनिके साप्ताहिक स्वरुपाच्या रविवारच्या खास आवृत्त्या काढतात.

नियतकालिके आणि वृत्तपत्रे यांची प्रास्ताविक चर्चा केल्यानंतर वृत्तपपत्रांच्या प्रत्यक्ष कामकाजाविषयी अधिक सविस्तर माहिती देणे जरूर आहे. पत्रकारितेत नियतकालिके आणि वृत्तपत्रे यांचा समावेश होत असला तरी 'पत्रकारिता' म्हटल्यानंतर वृत्तपत्रेच आपल्या डोळ्यांसमोर येतात. म्हणून पुढच्या प्रकरणात त्याच विषयाकडे वळू.

★

बातमीपत्र

बातमीपत्र म्हणजे विशिष्ट ठिकाणी विशिष्ट कालावधीत घडलेल्या घटनेची विस्तृत माहिती. ही माहिती त्या घटनेची पार्श्वभूमी आणि कारणमीमांसा यासह लिहावी लागते. त्यामुळे अधिक स्पष्ट बातमी जाणू इच्छिणाऱ्या जिज्ञासू वाचकाचे समाधान व्हावे, हा उद्देश असतो. म्हणूनच अशा बातमीपत्रात बातमीदाराला बरेच स्वातंत्र्य असते; त्यात त्याला कधी कधी स्वतःचे मतही प्रदर्शित करता येते. — लेखक

: २ :

बातमी, बातमीदार, बातमीलेखन

पत्रकारिता व्यवसाय कालपरत्वे उत्क्रांत होऊन त्याला कलेचे स्वरूप प्राप्त झाले. या कलेत वृत्तपत्राचा मालक, संपादकवर्ग, बातमीदार आणि वाचक यांचा प्रत्यक्ष संबंध असतो. प्रत्येक कलेत ज्याप्रमाणे काही कलाविशेष असतो, तसाच तो बातमीदाराच्या व्यवसायातील कलेतही असतो. वृत्तपत्र (Newspaper) आणि मतपत्र (Views paper) असे वृत्तपत्रांचे दोन प्रकार मानतात. परंतु आधुनिक वृत्तपत्रात वृत्तप्रसिद्धीही असते आणि मतप्रदर्शनही असते. तरीही वृत्त आणि मत हे दोन स्वतंत्र विषय असून ते स्वतंत्रपणेच हाताळावे लागतात.

बातमी म्हणजे काय ?

बातमीदाराला 'वार्ताहर' हे दुसरे नाव आहे. त्याला बातमी म्हणजे काय हे आधी कळले पाहिजे. एखादी घटना लोकांना कळावी म्हणून तिची वृत्तपत्रात प्रसिद्ध करण्याजोगी माहिती म्हणजे बातमी, अशी बातमी या शब्दाची ढोबळ व्याख्या करता येईल ! यातील 'बातमी' हा शब्द वाटेल त्या घटनेला लागू पडत नसतो, हे बातमीदाराने अवश्य लक्षात ठेवावे. कारण रोजच्या रोज प्रत्येक ठिकाणी लहानमोठ्या अनेक घटना घडतात. परंतु प्रत्येक घटना वर्तमानपत्रात देण्याच्या योग्यतेची असतेच असे नाही. या संदर्भात जॉन बी. बोगार्टचे मत महत्त्वाचे वाटते. त्याच्या मताप्रमाणे " When a dog bites a man that is not a news, because it happens so often. But if a man bites a dog that is news." माणसाला कुत्रा चावला ही एक घटनाच असते. परंतु ती बातमी होऊ शकत नाही. जर कुत्र्याला माणूस चावला तर ती घटना मात्र बातमी होऊ शकते.

म्हणजे घटना 'बातमी' होण्यासाठी त्या घटनेत काही वैशिष्ट्य, वैचित्र्य अगर आगळेपण असावे लागते हे आपल्या लक्षात येईल! कोळ्याच्या जाळ्यात मासे सापडणे ही नेहमीचीच घटना झाली. परंतु माशांनी जाळ्यासह कोळ्यालाही ओढून समुद्रात नेले. किंवा त्या जाळ्यात एखादा अवाढव्य मासा सापडला, तर मात्र ती वृत्तपत्रात प्रसिद्धीला देण्यालायक बातमी ठरेल! यावरून बातमी म्हणजे काय व ती कशी असावी याचा अर्थबोध व्हावा. मिळालेल्या बातमीवर नीट विचार झाला पाहिजे. तसे झाले तरच ती बातमी नीट लिहिता येईल.

बातम्यांचे प्रकार

बातम्यांच्या प्रकारांविषयी विचार केला, तर त्या प्रामुख्याने आठ प्रकारच्या असलेल्या आढळतात. (१) राजनैतिक :– राजकीय पक्षांच्या, राजकीय नेत्याविषयींच्या आणि राजकीय क्षेत्रातील उलाढालींच्या, (२) सामाजिक :– यात सभा-संमेलने, व्याख्याने, समारंभ आणि उत्सवादी बातम्या असतात. सभा-संमेलनांचे व व्याख्यानांचे वृत्त जलद टिपून घेण्यासाठी बातमीदाराला लघु-लेखनकला अवगत असली तर त्याचे काम सोपे होते. (३) न्यायालयीन व गुन्हेगार विषयक :– यात कोर्टकचेऱ्यांतील कज्जे–खटले, पोलीस ठाण्यावरील बातम्या, स्टेशने, बंदरे, यातच घातपात–अपघात, रुग्णालये वगैरेसंबंधी बातम्या येतात. (४) कामगार विश्व :– यात कामगारांच्या चळवळी, संप, मोर्चे, टाळेबंदी, मेळावे वगैरे बातम्या. (५) क्रीडाजगत् :– निरनिराळ्या क्रीडांगणावर होणाऱ्या खेळांचे सामने, स्पर्धा, बैठे अगर मैदानी आणि मर्दानी खेळ, त्याचप्रमाणे खेळाडू यांच्याविषयी बातम्या, (६) करमणूक :– यात नाटक – सिनेमा – दूरदर्शन, नृत्य – गायनाचे कार्यक्रम, चित्र – शिल्पादी प्रदर्शने इत्यादि विषयींच्या बातम्या, (७) व्यापार–धंदा :– शेअर बाजार, धान्य – कापड, इतर वस्तू, सोने-चांदी यांच्या भावातील चढउतार इत्यादि व्यापारी बातम्या आणि (८) शिक्षणक्षेत्र :– यात विद्यालये - महाविद्यालये, विद्यार्थीविश्व, शिक्षक संघटना इत्यादींच्या बातम्या. वास्तविक जीवन जेवढे व्यापक

आहे, तेवढ्या बातम्याही अनंत आणि विविध प्रकारच्या असतात. म्हणून वर दिलेल्या आठच प्रकारच्या त्या असतात असे समजू नये. केवळ मुख्य प्रकार तेवढेच इथे दिलेले आहेत!

बातमीदाराचे आवश्यक गुण

पत्रकारितेच्या व्यवसायातील एक प्रमुख व महत्त्वाचा मूळ घटक म्हणजे बातमीदार तथा वार्ताहर हा होय. बातमीदाराला आपल्या भागात घडणाऱ्या घटनांचा मागोवा घेता आला पाहिजे. त्या घटनामागील जरूर ती कारणपरंपरा समजली पाहिजे व ती बातमी त्याला नीट निवेदन करता आली पाहिजे. कुठे, कोणाकडे आणि कधी गेले असता माहिती मिळेल याचे ज्ञान बातमीदाराला असले पाहिजे. शिवाय त्याच्या अंगी निरलसपणा व चिकाटी हे गुणही असले पाहिजेत. बातमीदाराने फोटोग्राफी शिकून घेतली तर ती त्याच्या व्यवसायात उपयुक्त ठरेल.

बातम्या मिळविणे किंवा बातम्या काढणे ही एक कलाच असते. बातमी कधीकधी सहजासहजी मिळत नसते. त्यासाठी कोणाच्यातरी पोटात शिरावे लागते. म्हणून बातमीदार गोडबोल्या असावा लागतो. त्याचे बोलण्याचे कौशल्य, बोलणे करताना कार्यकारण संबंध जोडण्याची सवय करून घेणे, या गोष्टीनाही महत्त्व असते. बातमीदाराच्या कामाचे तास ठरलेले नसतात. खरे म्हटले तर बातमीदाराला सुटी अशी कधी नसतेच. म्हणूनच बातमीदार आपापल्या आवडीचे क्षेत्र निवडतात. आठ प्रकारच्या बातम्यांप्रमाणे बातमीदारांचे आठ प्रकार होतात. एखादा बातमीदार राजकीय बातम्या मिळविण्यात पटाईत असतो, तर एखादा क्रीडातज्ञ असल्याने क्रीडाक्षेत्रातील बातम्या मिळविण्यात तरबेज असतो. मोठमोठ्या शहरात तर रात्रीचा बातमीदार म्हणून एखादा स्वतंत्रच बातमीदार असतो. पोलीसठाणी, रुग्णालये, रेल्वेस्टेशने इत्यादि ठिकाणांना भेट देऊन त्या त्या क्षेत्रातील महत्त्वाच्या बातम्या वृत्तपत्रांना पुरविणे हे रात्रीच्या बातमीदाराचे काम असते.

बातमी कुठे कशी मिळवावी हे सांगितल्यानंतर बातमी कशी लिहावी हेही सांगितलेच पाहिजे.

बातमी कशी लिहावी ?

बातमी मिळविणे ही जशी एक कला आहे, त्याचप्रमाणे मिळालेली बातमी कशी लिहावी याचेदेखील तंत्र आहे. म्हणून बातमीदार होऊ इच्छिणाऱ्याने प्रथम वृत्तपत्रात प्रसिद्ध झालेल्या विविध घटनांसंबंधीच्या बातम्यांचा नीट अभ्यास करावा. तसे न करता एकदम बातमी लिहिण्याचा उद्योग आरंभिला तर चुका होतील; आणि तुम्ही लिहिलेली बातमी खरी असली, तरी ती नीट न लिहिता आल्यामुळे एक तर ती बातमी निर्जीव, बेचव ठरेल किंवा अर्थाचा अनर्थही होऊ शकेल! याचे एक उदाहरण देतो. समजा 'पोलिसांनी एका अल्पवयीन मुलीवर बलात्कार केला म्हणून तिघांना पकडले.' असे वाक्य लिहिले तर त्यामुळे तो गुन्हा पोलिसांनीच केला व म्हणून तीन पोलिसांनाच पकडले, असा त्या वाक्याचा अर्थ होईल. वास्तविक तुम्हाला म्हणायचे होते, 'अल्पवयीन मुलीवर बलात्कार केल्याबद्दल पोलिसांनी तिघांना पकडले!' परंतु वाक्य लिहिण्यात चूक झाल्यामुळे त्याचा विपरित अर्थ झाला! अशाच तऱ्हेचे एक ताजे उदाहरणच देतो. मुंबईच्या एका प्रमुख दैनिकात एका बँकेसंबंधी बातमी देताना ता. २७-११-८१ च्या अंकात ठळक अक्षरात पुढील प्रमाणे मथळा होता. (पहिली ओळ-) दोन्ही संघटनांच्या पोलिसात (दुसरी ओळ-) परस्पर विरोधी तक्रारी. याचा सरळ अर्थ असा होतो की, दोन्ही संघटनांचे पोलीस आहेत आणि त्यांनी परस्पराविरोधी तक्रारी केल्या. वास्तविक हा शब्द-रचनेचा घोटाळा आहे. तो मथळा 'पोलिसांत दोन्ही संघटनांच्या परस्परविरोधी' तक्रारी असा हवा होता. तात्पर्य असे की, वाक्यांत प्रत्येक शब्दाच्या स्थानाला फार महत्त्व असते. ते लक्षात न घेता वाक्य लिहिले तर वाचक बुचकळ्यात पडतात. म्हणून अन्वयार्थ लावीत बसायला लावणारी वाक्ये बातमीत लिहू नयेत. यासंबंधाचे

नियम सूत्ररुपाने देतो. ते असे – (१) बातमीची भाषा सहज समजण्यसारखी सरळ असावी. (२) शब्द सोपे व सर्वपरिचित असावेत. (३) बातमीच्या भाषेत साहित्यगुण असलेच पाहिजेत असा आग्रह नसावा. म्हणूनच साहित्यगुण आणण्यासाठी उगीच ओढूनताणून भारदस्त संस्कृत शब्द कोंबून भाषा दुर्बोध किंवा क्लिष्ट करू नये. तशी भाषा वाचतांना सर्वसामान्य वाचकांना शब्दाशब्दागणिक अडखळल्यासारखे होईल. वृत्तपत्र वाचताना वाचक शब्दकोश घेऊन वाचायला बसत नाहीत, हे बातमी लिहिताना लक्षात असावे. (४) जाडजूड अगडबंब शब्द वापरून बातमीची भाषा बोजड बनवू नये. बातमीलेखन ही काही आपली विद्वत्ता दाखविण्याची जागा नव्हे हे पक्के लक्षात ठेवावे. (५) बातमीच्या भाषेत सहज न समजणारे अनुप्रास, उपमा, उत्प्रेक्षा, रूपके इत्यादि प्रकार टाळले तर बरे. सांगायचे हेच की, आपण लिहिलेली बातमी वाचताना वाचकाला (६) कधी, कसा, (कशी, कसे) कां, काय, कुठे आणि कोणी या सहा संभाव्य "ककारां" पैकी जास्तीतजास्त प्रश्नांची उत्तरे मिळाली पाहिजेत अशी खबरदारी घ्यावी.

बातमी शुद्ध असावी

तुम्ही जुन्या की नव्या शुद्धलेखन पद्धतीने बातमी लिहावी, हा सर्वस्वी तुमचा व ज्या वर्तमानपत्रासाठी बातमी लिहिणार आहात, त्या वर्तमानपत्राच्या संपादकीय धोरणाचा व पसंतीचा प्रश्न आहे. परंतु जी बातमी पाठवायची ती मात्र अगदी शुद्ध बातमी असावी. तींत आपली मते किंवा पदरचे विषय अगर घटना घुसडू नयेत. वृत्त म्हणजे वृत्त ! जे घडले, जसे घडले ते थोडक्यात लिहून पाठवावे. याचाच अर्थ असा की, बातमीत भेसळ नसावी. बातमीत भेसळ करण्याच्या प्रकाराला मी 'वृत्तप्रदूषण' म्हणतो. वृत्तपत्राकडे पाठवायच्या बातमीत स्थळ, काळ, व्यक्ती यांचा उल्लेख असावा. बातमीच्या घटनेत एखाद्या प्रसिद्ध व्यक्तीचा संबंध असेल तर त्या बातमीच्या मथळ्यात त्या

व्यक्तीच्या नावाला महत्त्व द्यायला विसरू नये. एखादी बातमी अशी असते की, तिने वाचकांची उत्कंठा वाढते. पुढे काय झाले हे जाणण्याची इच्छा उत्पन्न होते. म्हणून काही प्रगतिमय माहिती प्रसिद्ध करावी लागते. त्याला 'फॉलो अप' म्हणतात.

बातमीदाराने पाळावयाचे पथ्य

(१) ऐकीव बातमीबद्दल आधी खात्री करून घ्यावी. (२) ज्या बातम्या गुप्त स्वरुपाच्या व ज्या प्रसिद्ध करू नये असा दंडक असेल, अशा बातम्या प्रसिद्धीसाठी पाठवू नये. नाही तर ती बातमी अनावधानाने प्रसिद्ध होण्याचा धोका असतो व मग बातमी पाठविणारा बातमीदार आणि वृत्तपत्राचे संपादक आणि प्रकाशक हे देखील तुमच्या चुकीमुळे गोत्यात येण्याची भीति असते. म्हणून बातमी पाठविताना जरूर ती खबरदारी घ्यावी. (३) बातमीत कोणा व्यक्तीची अगर संस्थेची बदनामी होईल असे काही नसावे. (४) बातमीतील विधाने खरी व निःसंदिग्ध असावीत व त्यासंबंधाने आधी जरूर ती शहानिशा केलेली असावी. (५) वृत्तपत्राकडे एखादी बातमी पाठविण्यासाठी अगर ती प्रसिद्ध करविण्यासाठी बातमीदाराने कोणाकडून विशेषतः संबंधितांकडून काही चिरीमिरी स्वीकारू नये. कोणाचाही मिंधेपणा पत्करू नये. (६) सत्य हा बातमीचा प्राण असतो. म्हणून त्या प्राणतत्त्वाशी प्रतारणा करून व सत्य डावलून, कांही क्षुल्लक मोहाला अगर कोणाच्या भिडेला बळी पडून असत्य बातमी पाठवू नये. (७) त्याचप्रमाणे मूड बुद्धीने किंवा वैयक्तिक शत्रुत्वामुळे बातमी विकृत करण्याचे किंवा ती दडपण्याचे पाप करू नये. वरील मुख्य सात पथ्ये पाळणे हे बातमीदाराचे आद्य कर्तव्य आहे.

बातमीला मथळा देणे

बातमीदाराने वृत्तपत्राकडे पाठवावयाच्या बातमीला आपल्या परीने एखादा मथळा सुचवायला हरकत नसते. परंतु तोच मथळा राहील किंवा राहावा असे होत नाही. कारण ती बातमी संपादकीय खात्यात

गेल्यानंतर उपसंपादक अगर सहसंपादक त्या बातमीवर काही संस्कार करतात. त्या प्रक्रियेत मूळ मथळा जाऊन त्या ऐवजी एखादा नवीनच मथळा येण्याची शक्यता असते. बातमी किती लहान अगर मोठी लिहावी हे ज्याने त्याने बातमीच्या महत्त्वानुसार ठरवावे.

बातमी आणि बातमीपत्र

घडलेल्या घटनेची माहिती वृत्तपत्राकडे प्रसिद्धीसाठी पाठविणे हे बातमीदाराचे मुख्य काम असते हे आपण पाहिले. ती बातमी लोकांना कळण्यापुरती थोडक्यात लिहिलेली असावी हेही कळले. परन्तु एखादी बातमी अशी असते की त्या बातमीतील घटनेची कारणे किंवा इतर वस्तुस्थिती जाणून घेण्याची वाचकांना उत्सुकता असण्याची शक्यता असते. म्हणून ती वस्तुस्थिती सविस्तर लिहून पाठविणे हे देखील बातमीदाराचे एक काम असते. त्या सविस्तर बातमीला 'बातमीपत्र' म्हणतात.

त्याचप्रमाणे एकाच ठिकाणच्या अनेक बातम्या एकत्र गुंफून त्या वर्तमानपत्राकडे पाठविणे यालाही 'बातमीपत्र' म्हणतात. उदाहरणार्थ 'दिल्लीचे बातमीपत्र' 'नागपूरचे बातमीपत्र' वगैरे वगैरे. बातमीपत्रातील विषय महत्त्वाचे असावेत. किरकोळ बातम्या सुट्या सुट्या पाठविल्या तरी चालेल. अशा बातमीपत्राचा विस्तार किती असावा याचा ठराविक नियम नाही. परंतु बातमीच्या महत्त्वानुसार व वाचकांच्या उत्सुकतेनुसार ते वार्तापत्र लिहिण्याचे तारतम्य बातमीदाराने ठेवावे. म्हणजे ते बातमीपत्र लहानही असू नये आणि उगीच लांबलचक कंटाळवाणे चऱ्हाटही असू नये. तसेच एखादी बातमी आणि तत्संबंधी प्रसिद्ध करावयाचे बातमीपत्र यांच्या प्रसिद्धीकरणामध्ये जास्त कालावधी जाऊ देऊ नये.

काही बातमीदार स्वयंस्फूर्तीने आपापल्या गावच्या बातम्या वर्तमानपत्राकडे पाठवतात. परंतु काही वृत्तपत्रे ठिकठिकाणी आपले पगारी

बातमीदार अगर प्रतिनिधी ठेवतात. त्या सर्वांना वरील माहिती मार्गदर्शक ठरेल! बातमी, बातमीदार व बातमीलेखन याविषयी या प्रकरणात माहिती दिल्यानंतर पुढील प्रकरणात 'मुलाखत' या विषयाची माहिती देतो.



एक नाजुक बाब

गुन्हेगारीच्या बातम्या देणे ही बातमीदाराच्या बाबतीत एक नाजुक बाब असते. कोणाही व्यक्तीस अटक होते ती आरोपावरून होते, गुन्ह्यामुळे नव्हे. गुन्हा शाबीत होईपर्यंत कोणीही कायद्याने गुन्हेगार ठरत नाही. म्हणून तशी बातमी देणाऱ्या बातमीदाराला फार सावधगिरी बाळगावी लागते. न्यायप्रविष्ट असलेल्या प्रकरणाविषयी बातम्या देताना कोर्टाची बेअदबी होणार नाही अशी खबरदारी घ्यावी. द्यायची असलीच तर गुन्हेगाराचीच जरूर ती माहिती द्यावी. त्या व्यक्तीच्या नातेवाईकांचा त्या बातमीशी उगीच संबंध आणू नये. तसे केले तर ते नातेवाईक आपली बदनामी झाली म्हणून संपादकाला कायदेशीर नोटीस देऊ शकतील. आरोपी पोलीसांना सांगतो ते 'निवेदन' आणि कोर्टात देतो तो 'कबुलीजबाब' हे लक्षात ठेऊन त्या शब्दांची अदलाबदल करू नये.

: ३ :

मुलाखती : प्रयोजने, प्रकार आणि पथ्ये

आधुनिक पत्रकारितेत 'मुलाखत' या विषयाचाही समावेश होतो. मुलाखत घेणे हे पत्रकाराचे विशेषतः बातमीदाराचेच एक अंगभूत कार्य असते. म्हणून या प्रकरणात मुलाखत या विषयाचे विवेचन करतो.

मुलाखत म्हणजे काय ?

मुलाखतीसंबंधाने विचार करताना, मुलाखत म्हणजे काय, हा प्रश्न प्रथम आपल्या समोर उभा राहातो. इंग्रजी 'इंटरव्हयू' या शब्दाचा मराठी प्रतिशब्द म्हणून 'मुलाखत' हा शब्द वापरला जातो. परंतु त्यात इंग्रजी शब्दाच्या सर्वच सूक्ष्म अर्थछटामात्र नाहीत. वास्तविक मुलाखत हा शब्द म्हणजे 'मुलाकात' या हिंदी शब्दाचे मराठी रूप आहे. आणि त्या मूळ शब्दाचा अर्थ 'भेट' असा आहे. भेटीचे कार्यपरत्वे दोन भाग आहेत.

प्रयोजने आणि प्रकार

त्या दोन भागांपैकी पहिल्या भागाचे प्रयोजन असते, (१) बातमी मिळविणे आणि (२) व्यक्तिपरिचय किंवा संस्थापरिचय घडविणे हे दुसरे प्रयोजन. प्रयोजना प्रमाणेच भेटीचे प्रकारही दोन असतात. (१) योगायोगाने किंवा सहजपणे होणारी भेट आणि (२) मुद्दाम घेतलेली भेट.

जेव्हा एखादी व्यक्ती आपल्याला कुठेतरी कधीतरी सहज भेटते आणि तिच्याशी गप्पा मारता मारता आपणास हवी असलेली बातमी अगर माहिती मिळते, ती सहज भेट किंवा सहज मुलाखत होय. परंतु आपण जेव्हा विशिष्ट उद्देशाने विशिष्ट व्यक्तीची आधी ठरवून भेट घेतो, ती मुद्दाम घेतलेली भेट किंवा मुद्दाम घेतलेली मुलाखत असते. वार्ताहर बैठक किंवा 'पत्रकार परिषद' हा प्रकार यातच मोडतो.

बातमीसाठी मुलाखत

मुख्य संपादक विशिष्ट विषयासंबंधाने माहिती मिळविण्याची कामगिरी ठिकठिकाणी असलेल्या आपल्या बातमीदारावर सोपवतात किंवा त्यासाठी आपल्या कार्यालयातील एखाद्या पत्रकाराची योजना करतात. म्हणून मागील प्रकरणात बातमीदारासाठी ज्या सूचना दिलेल्या आहेत, त्या तर मुलाखत घेणाऱ्याने लक्षात ठेवाव्यातच शिवाय आणखीही कांही गोष्टी त्याला लक्षात ठेवाव्या लागतात. मुख्य म्हणजे (१) ज्याची भेट होते किंवा भेट मुद्दाम घेतली जाते, तेव्हा त्या व्यक्तीकडून आपणास जरूर ती माहिती मिळावी म्हणून भेटलेल्या किंवा भेट घेतलेल्या व्यक्तीला योग्य ते प्रश्न विचारून तिला बोलायला लावणे, आणि (२) त्या व्यक्तीने दिलेली उत्तरे तिथल्या तिथे अगर नीट स्मरणात ठेवून नंतर लिहून काढणे. अशा वेळी लघुलेखनकला बातमीदाराला उपयोगी पडते. मुलाखत घेणे हे काम वाटते तेवढे सोपे नाही. ते एक खास शास्त्र अगर तंत्र आहे. हे तंत्र प्रत्येक बातमीदाराने आपल्या परीने व अनुभवाने आत्मसात करायचे असते. मात्र इतके खरे की, उत्तम मुलाखत घेणे ही पत्रकारिता व्यवसायातील एक खास कला आहे.

मुलाखत देणारे

काही काही लोक नियमितपणे अगर कारणपरत्वे वार्ताहरांना खास बोलावून मुलाखत देतात. अशा मुलाखती देणाऱ्यांची वर्गवारी केली तर ते खालीलपैकी एखाद्या वर्गात मोडतात. उदाहरणार्थ (१) मुलाखत घ्यायला आलेल्या बातमीदाराचे आनंदाने स्वागत करून विचारलेल्या प्रश्नांची यथायोग्य खरी उत्तरे देणारे. (२) बातमीदाराला उत्तरे देण्याच्या ओघात, नकळत एखादी गुप्त गोष्ट आपण सांगून टाकू की काय, अशी मनात भीति वाटल्यामुळे बाचकत बाचकत, तुटक तुटक, उत्तरे देणारे आणि (३) प्रसिद्धीला हपापल्यामुळे मुलाखत द्यायला एका पायावर तयार असणारे. वरील तीन वर्गांपैकी दुसऱ्या

वर्गात मोडणारे जे लोक असतात ते विचारलेल्या प्रश्नांची आपल्या पद्धतीने उत्तरे देतात, परंतु शेवटी आपले नाव जाहीर न करण्याची विनंती करतात—नव्हे तसे बजावून सांगतात. अशा विविध प्रकारच्या व विविध स्वभावाच्या लोकांशी बोलताना त्यांच्या पोटात शिरावे लागते आणि आपला उद्देश साध्य करावा लागतो.

व्यक्तिपरिचयात्मक आणि संस्थापरिचयात्मक मुलाखत

माहिती मिळविण्यासाठी जशी मुलाखत घेतात त्याचप्रमाणे अनेकदा व्यक्तिपरिचयात्मकही मुलाखत घ्यावी लागते. माहिती मिळविण्यासाठी मुलाखत घेणाऱ्यासाठी जी ९ पथ्ये पुढें दिलीं आहेत, तीं लक्षात ठेवून शिवाय व्यक्तिपरिचयात्मक किंवा संस्थापरिचयात्मक मुलाखत घेणाऱ्याने आणखी काही गोष्टीकडे लक्ष दिले पाहिजे. त्या पैकी कांहीं अशा :

(१) ज्याची मुलाखत घ्यायची असेल त्याच्या भावना दुखावतील असे प्रश्न कधीही विचारू नयेत.

(२) त्याच्या मर्मावर आघात होईल असे प्रश्नही विचारू नये.

(३) व्यक्तीच्या वैयक्तिक व खाजगी जीवनाशी संबंध असणाऱ्या बाबीसंबंधाने प्रश्न विचारतांना, ती एक नाजुक बाब असते हे लक्षात घेऊन, फार खबरदारीने जपून प्रश्न विचारावा.

(४) त्या व्यक्तीला राग किंवा वैताग येईल असे प्रश्न टाळावेत.

(५) मुलाखत संपल्यावर आभार मानून हसतमुखाने निरोप घ्यावा. कोणाची मुलाखत घेण्याचा प्रसंग येईल हे कांहीं सांगता यायचे नाही.

(१) राजकारणी, पुढारी, उद्योगपती, वेगवेगळ्या क्षेत्रातील संशोधक अगर तज्ज्ञ आणि कलाकार वगैरे अनेक प्रकारच्या लोकांशी संबंध येण्याचा संभव असतो. म्हणून त्या त्या क्षेत्रातील लोकांच्या मुलाखती घेण्याची पद्धतही स्थळ, काळ, व्यक्तीप्रमाणे निरनिराळी असावी.

(२) कांही कांही प्रसंगी खोटे घालून खरे काढायलाही हरकत नसावी. अशावेळी सरळ सरळ थाप मारावी लागली तरी चालेल. मात्र तसे करताना प्रकरण अंगाशी येणार नाही अशी कातडीबचावू खबरदारी घ्यायला विसरू नये.

(३) ज्याची मुलाखत घ्यायची असेल, त्याची मिळविता येईल तेवढी माहिती आधीच मिळवून ठेवावी. त्याचे छंद, आवडते खेळ, आदरणीय प्रिय व्यक्ती वगैरेंचा त्या माहितीत समावेश असावा.

(४) परमेश्वराला सुद्धा स्तुति प्रिय असते. म्हणून मुलाखत घेताना थोडीशी साखरही पेरावी. मात्र फाजील स्तुति करून एखाद्याला प्रमाणा बाहेर चण्याच्या झाडावर चढवू नये.

(५) माहिती देणाऱ्या मुलाखतीने असो, अगर व्यक्तिपरिचयाने असो, वाचकांचे समाधान व्हावे, हा हेतु सारखा डोळ्यांसमोर ठेवावा.

मुलाखत घेणाऱ्यासाठी पथ्ये

मुलाखत घेणाऱ्याने कांहीं पथ्ये पाळली पाहिजेत. त्यापैकी कांही गोष्टी अशा :

(१) स्वतःचे व्यक्तित्व व मुद्रा प्रसन्न ठेवावी.

(२) बोलण्यात गोडवा व जिव्हाळा असावा.

(३) वागण्यात सभ्यपणा, विनयशीलपणा आणि वक्तशीरपणा असावा.

(४) पोषाख नीटनेटका स्वच्छ असावा, गबाळेपणा नसावा.

(५) शक्य तेव्हा व जरूर तेव्हा इच्छित प्रश्न आधी ठरवून ते लिहून काढावे.

(६) प्रश्न थोडक्यात विचारावा. उगीच अघळ पघळ बडबड करू नये. शिवाय आपल्या प्रश्नातून विस्तृत उत्तर मिळविण्याची युक्ती योजावी.

(७) तुम्हाला किती सवड आहे याचा विचार न करतां, ज्याची मुलाखत घ्यायची असेल त्याला किती सवड आहे याचा अवश्य विचार करावा.

(८) आपल्या व मुलखत देणाऱ्याच्या सोयीसाठी भेटीचा दिवस, वेळ व स्थळ या गोष्टी आधीच ठरवून घेणे बरें.

(९) मुलाखतीची उत्तरे नोंदवहीत टिपून घ्यायला मुलाखत देणाऱ्याची कांही हरकत नाहीं, यावद्दल प्रथम खात्री करून घ्यावी.

एवढी मुख्य पथ्ये पाळली तर मुलाखत घेणे बरेच सोपे व सोयीचे होईल. आकाशवाणीसाठी व दूरदर्शनसाठी मुलाखत घेण्याऱ्यांनीही ही पथ्ये पाळावी.

मुलाखती घेण्याची जबाबदारी यशस्वीपणे पार पाडण्यासाठी बातमीदारादि पत्रकारांना ज्या ज्या गोष्टींची माहिती असणे आवश्यक असते, ती सर्व माहिती या प्रकरणात दिलेली आहे. पुढील चवथ्या प्रकरणात वृत्तवितरण संस्था आणि इतर व्यवस्था यांची माहिती मिळेल.

वार्ताहराने —

अनेक विषयांचे ज्ञान संपादन केले पाहिजे व बहुश्रुत बनले पाहिजे. त्याने स्वभाषेतील व शक्य असल्यास इतर देशी विदेशी भाषांतील वृत्तपत्रे आणि नियतकालिके वाचण्याचा परिपाठ ठेवावा. आकाशवाणी आणि दूरदर्शनवरील महत्त्वाची भाषणें व तज्ज्ञांच्या मुलाखती ऐकावयास कंटाळू नये.

— लेखक

: ४ :

वृत्तवितरण संस्था आणि इतर व्यवस्था

वृत्तपत्राच्या कचेरीत अनेक ठिकाणच्या वातमीदारांनी अगर प्रतिनिधींनी पाठविलेल्या अनेक बातम्या दिवसभर सारख्या येत असतात. त्याचप्रमाणे वृत्तवितरक संस्थाकडून आलेल्या देशीविदेशी बातम्यांचीही भेंडोळी येऊन पडतात. वृत्तपत्रांना बातम्या पुरविणाऱ्या अनेक संस्था असतात. त्यांतील मुख्य म्हणजे, (१) प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया, (२) युनायटेड न्यूज ऑफ इंडिया, (३) हिंदुस्थान समाचार आणि (४) समाचार भारती या होत. आणीबाणीच्या काळात ता. २४ जानेवारी १९७६ रोजीं त्या संस्थांचे एकत्रीकरण करण्यात आले होते.

'समाचार'

त्या एकत्रीकरण केलेल्या वृत्तावितरण संस्थेला 'समाचार' असे नाव देण्यात आले होते. मग त्या राष्ट्रीय वृत्तसंस्थेकडून वर्तमानपत्रांना बातम्या पुरविल्या जात असत. नंतर 'समाचार'चे पुन्हा चार वृत्तसंस्थांत रूपांतर करण्यासाठी, ता. ३१ जानेवारी १९७५ रोजीं वृत्तवितरणविषयक जी परिस्थिती होती तीच परत प्रस्थापित करावी, असे केंद्रीय मंत्रीमंडळाने १९७७ च्या नोव्हेंबर महिन्यांत ठरविले. त्याप्रमाणे वरील चारही वृत्तसंस्था ता. १४ एप्रिल १९७८ रोजी सकाळी ८ वाजल्यापासून पूर्ववत् स्वतंत्रपणे काम करू लागल्या. केवळ आकाशवाणीसाठी एखादी स्वतंत्र वृत्तसंस्था स्थापण्यासंबंधी विचार चालू असल्याचेही ता. १८–१२–८१ रोजी जाहीर झाले आहे.

परदेशी वृत्तसंस्था

भारतीय वृत्तवितरण संस्थांप्रमाणेच परदेशातील बातम्या पुरविणाऱ्या सुमारे २१ वृत्तसंस्था आहेत. त्यातील प्रमुख अशा : (१) रूटर

(यु. के.) (२) टास न्यूज एजन्सी (यु. एस. एस. आर.), (३) युनायटेड प्रेस इंटर नॅशनल (यु. पी. आय.) यु. एस. ए., (४) असोसिएटेड प्रेस, (ए. पी.) (५) जर्मन प्रेस एजन्सी (यु. एन. एस. ए.) वगैरे. त्याचप्रमाणे (६) राष्ट्रीय समाचार समिती (नेपाळ) आणि (७) इटालियन नॅशनल न्यूज एजन्सी याही वृत्तसंस्था आहेत. वरीलपैकी क्र. ४ ची वृत्तसंस्था ही जगातली तशा तऱ्हेची पहिली वृत्तसंस्था मानली जाते. [स्थापना १८४८]

मजकूर वितरण संस्था

देशी परदेशी बातम्या पुरविणाऱ्या संस्था जशा आहेत, तशाच बातम्या, लेख, कथा, स्फुटे, टीका, मुलाखती, विनोदी मजकूर इत्यादि विविध प्रकारचा वाचनीय मजकूरही मागणीप्रमाणे पुरविणाऱ्या अनेक संस्था आहेत. त्यापैकी कांही संस्था छायाचित्रेही पुरवितात. उदाहरणार्थ (१) ओरिएण्ट लँग्वेज ब्यूरो, मुंबई–१, (२) प्रेस फोटो ब्यूरो, मद्रास–१४, (३) प्रेस सर्व्हिस ऑफ इंडिया मुंबई ७४ वगैरे वगैरे. यापैकी क्र. ३ ची संस्था इंग्रजीप्रमाणेच हिंदी आदि करून मुख्य मुख्य भारतीय भाषांतून देखील मजकूर पुरविते. इंटर नॅशनल क्लिपिंग सर्व्हिस, मुंबई १ सारख्या कांही संस्था देशीविदेशी वृत्तपत्रांतील कात्रणे पुरविण्याचेही कार्य करतात.

वृत्त व माहितीविषयक सरकारी व्यवस्था

भारताच्या सर्वांगीण विकासासाठी जे जे प्रकल्प सुरू केलेले आहेत, ज्या ज्या योजना कार्यान्वित झालेल्या आहेत, ते कार्य म्हणजे एक जगन्नाथाचा रथ आहे. तो रथ ओढण्यासाठी सरकारी यंत्रणा आपापल्या परीने शिकस्त करीत असतातच. तरीही त्या कामी आम जनतेच्या सहयोगाची अपेक्षा असते. म्हणूनच जनतेला त्या त्या कार्याची माहिती असणे आवश्यक असते. ती माहिती लोकांना देण्याचे कार्य, भारत सरकारचे माहिती आणि नभोवाणी खाते आपल्या विविध

माध्यमाद्वारे करीत असते. त्या वृत्त–सेवा कार्याची मुख्य माध्यमें अशीं :–(१) आकाशवाणी, (२) दूरदर्शन, (३) प्रेस इन्फर्मेशन ब्यूरो (पी. आय. बी.) (४) फिल्म्स डिव्हिजन (चित्रपट विभाग), (५) क्षेत्र प्रसिद्धी संचालनालय (D. F. P.), (६) संशोधन आणि संदर्भ विभाग (आर. आर. डी) आणि छायाचित्र विभाग (पी. डी.) या माध्यमांची त्रोटक माहिती खाली देत आहे.

(१) आकाशवाणी

जनतेला माहिती व वातम्या पुरवून, मनोरंजन आणि शिक्षण देण्याचे कार्य आकाशवाणी करीत असते. एकूण लोकसंख्येच्या सुमारे ८० टक्के लोकांसाठी देशभर सुमारे ८४ केंद्रे विखुरलेली आहेत. त्यात सुमारें ६० परिपूर्ण केंद्रे असून इतर साहाय्यक केंद्रे आहेत. शिवाय 'विविध भारती' विभागही आहेत. अनेक शहरात कायम स्वरुपाचे स्टुडिओ स्थापन केलेले असून इतर अनेक ठिकाणी तसेच स्टुडिओ स्थापन केले जात आहेत.

सुमारे २८ केंद्रांवरून व्यापारी कार्यक्रम ध्वनिक्षेपित होत असतात. त्यात आणखी भर पडतच आहे. व्यापारी कार्यक्रमांनी १९६७ पासून ३१ मार्च १९७८ पर्यंतच्या मुदतीत एकूण सुमारे ४६२१ कोटी रु. चे उत्पन्न मिळाले असावे.

(२) दूरदर्शन

ता. १ एप्रिल १९७६ पासून आकाशवाणी आणि टेलिव्हिजन ही खाती वेगवेगळी करण्यांत आली, आणि टी. व्ही. ला 'दूरदर्शन' असे नाव देण्यांत आले. पहिले टी. व्ही. केंद्र १९५९ साली दिल्ली येथें स्थापन करण्यात आले. कार्यक्रम मुख्यतः शालेय स्वरूपाचे व ग्रामीण भागासाठी असत. कार्यक्रम सामुदायिकपणे बघता यावेत म्हणून प्रेक्षकांचे 'टेलीक्लब' स्थापन केले होते.

पुढे १९६५ च्या ऑगस्ट पासून दिल्ली येथे टी. व्ही. ची सर्व-साधारण सेवा सुरू झाली. भारतात दिल्ली, मुंबई, मद्रास, कलकत्ता, लखनौ, श्रीनगर, जालंदर, अहमदाबाद वगैरे ठिकाणी दूरदर्शनकेंद्रे आहेत. मुख्य केंद्रावर होणारे कार्यक्रम काही उपकेंद्रावरून प्रक्षेपित केले जातात. उदाहरणार्थ मुंबईचे पुण्याहून, दिल्लीचे मसुरी येथून, लखनौचे कानपूरहून, जालंदर केंद्रावरील कार्यक्रम अमृतसर येथून प्रक्षेपित होतात. गावोगावीच्या लोकांसाठीही दूरदर्शनचे कार्यक्रम पहाता यावेत अशी व्यवस्था होत आहे. आतां दूरदर्शन केंद्रातून व्यापारी कार्यक्रम दाखविण्याचे कार्यही बऱ्याच प्रमाणात वाढले आहे. प्रत्येक ट्रान्समीटरच्या कक्षेत असलेल्या ग्रामीणजनतेला सामुदायिकपणे कार्यक्रम पहाता यावेत म्हणून अनेक ठिकाणी टी. व्ही. चे संच ठेवण्यात आले आहेत. दूरदर्शनवरून व्यापारी कार्यक्रम दाखविण्याची सुरवात ता. १-१-७६ पासून अल्प प्रमाणात झाली. आता आकाशवाणीप्रमाणेच दूरदर्शन-वरूनही जाहिरात स्वरूपाचे व्यापारी कार्यक्रम प्रदर्शित केले जातात.

(३) पी. आय. बी. (प्रेस इन्फर्मेशन ब्यूरो)

वृत्तपत्रे आणि इतर माध्यमें यांच्या द्वारे सरकारी ध्येयधोरणे, निर्णय आणि इतर बातम्या व माहिती लोकांपर्यंत पोचेल अशी व्यवस्था करणे हे या संस्थेचे मुख्य कार्य असते. त्यासाठी वृत्तपत्रांना बातम्या, लेख वगैरे जरूर ते साहित्य या संस्थतर्फे पुरविण्यात येते. शिवाय, पत्रकारांच्या छोट्या छोट्या सभा (परिषदा) भरविणे, छायाचित्रे पुरविणे आणि पत्रकारांना दौऱ्यावर घेऊन जाणे वगैरे कार्येही होत असतात. पी. आय. बी. खाते माहिती आणि नभोवाणी खात्याच्या इतर माध्यमांनाही बातम्या, लेख वगैरे साहित्य पुरवीत असते. हे साहित्य इंग्रजी आणि हिंदीप्रमाणेच इतर सुमारे १६ भाषातून पुरविले जाते. या संस्थेचे मुख्य कार्यालय दिल्ली येथे असून इतर ३० ठिकाणीही उपकार्यालयें आहेत. त्यापैकी एक मुंबई येथेही आहे. ही सर्व कार्यालये टेलिप्रिंटर्सने परस्पराशी जोडलेली आहेत.

(४) फिल्म्स डिव्हीजन (चित्रपट विभाग)

फिल्म या माध्यमाचा उपयोग करून लोकांना दशाच्या प्रगतीची, मुख्य मुख्य घडामोडींची, घटनांची, व्यक्तींची वगैरे वस्तुनिष्ठ माहिती देणे व त्यांना राष्ट्रविकासकार्यात गोडी निर्माण होईल असे प्रयत्न करणे हे कार्य वरील खात्यामार्फत होत असते. (प्रकरण ६ वे पहा.)

या चित्रपट विभागामार्फत दरवर्षी सुमारे १३० माहितीपट आणि ५२ वृत्तपट तयार होत असतात. या दोन्ही प्रकारच्या चित्रपटांना प्रादेशिक भाषांतून आणि जरूर त्या इतर भाष्याची जोड दिलेली असते. चित्रपट सुमारे ६१६४ पक्क्या चित्रपटगृहातून आणि सुमारे ३५०८ फिरत्या सिनेमातून दाखविले जातात.

(५) क्षेत्र प्रसिद्धी संचालनालय (डी. ऑफ एफ. पी.)

वरील खाते आपल्या फिरत्या पथकामार्फत, जास्तीत जास्त लोकांना राष्ट्रीय कार्यक्रम, ग्रामविकास, लघुउद्योग या संबंधीचे विकास कार्य, शेतीभाती, ग्रामीण आरोग्य, कुटुंबकल्याण, दारूचे दुष्परिणाम, अस्पृश्यता–निवारण इत्यादि विषयासंबंधाने होत असलेल्या व्यापक कार्याची माहिती देते. त्यासाठी व्याख्याने, चित्रपट, गाणी–पोवाडे, नाटके आणि छापील पुस्तिका वगैरे साधनांचा अपयोग केला जातो. देशात अशा तऱ्हेची प्रसिद्धी पथके सुमारे २२६ असून तीं सर्व २० प्रादेशिक कार्यालयांच्या अधिकारक्षेत्रात कार्य करीत असतात.

(६) संशोधन आणि संदर्भ विभाग (रिसर्च ॲन्ड रेफरन्स डिव्हिजन)

मंत्रीमंडळाला आणि त्याच्या इतर माध्यम कार्यालयांना प्रसिद्धी-विषयक साहित्यसामुग्री पुरविणे हे ह्या विभागाचे प्राथमिक कार्य असते. प्रचलित विचार प्रवाह आणि चित्रपट उद्योग यांचाही सतत अभ्यास होत असतो. इतर देशात प्रसिद्ध होणाऱ्या महत्त्वाच्या बातम्या, चरित्रे, शब्दचित्रे यांचाही संग्रह केला जातो. त्याचप्रमाणे वृत्तपत्रांकडे प्रसिद्धी-

साठी पाठविली जाणारी सरकारी पत्रके, अधिकृत सरकारी अहवाल, वृत्तपत्रांची जरूर तीं कात्रणे, नियतकालिकांत व वृत्तपत्रात प्रसिद्ध होणारे महत्त्वाचे लेख निवडून त्यांची वर्गवारी करणे व त्यांना अनुक्रमांक देऊन ते सर्व जपून ठेवणे इत्यादि कामेंही या विभागामार्फत होत असतात. 'इंडिया' या नावाचे एक संदर्भ वार्षिक आणि 'मास मिडिया इन इंडिया' या नावाचे दुसरे एक वार्षिक अशी दोन वार्षिके या विभागाकडून प्रसिद्ध होत असतात.

(७) छायाचित्र विभाग (फोटो डिव्हिजन)

माहिती आणि नभोवाणी खात्याचा हा एक विभाग आहे. राष्ट्राच्या प्रगतीची आणि परिवर्तनाची छायाचित्र रूपानें नोंद ठेवणे आणि जरूरी लागेल तेव्हा पी. आय्. बी., क्षेत्र प्रसिद्धी संचालनालय, दूरदर्शन केंद्रे वगैरे माध्यमांना दृक् आधार म्हणून छायाचित्रे पुरविणे हे या विभागाचे मुख्य कार्य असते. देशाबाहेर प्रसिद्धी करणाऱ्या खास विभागालाही या विभागाकडून छायाचित्रे पुरविली जातात. केंद्रसरकारच्या इतर खात्यांना, सरकारी कार्यालयांना आणि सर्वसामान्य लोकांनाही अधिकृत छायाचित्रे पैसे घेऊन दिली जातात.

या विभागाच्या छायाचित्रविषयक संग्राहात सुमारे तीन लाखांपेक्षा अधिक निगेटिव्हज असून त्यांत स्वातंत्र्योत्तर काळात देशात आणि परदेशात घडलेल्या महत्त्वाच्या घटनांच्या चित्ररूपी नोंदी आहेत. त्याचप्रमाणे भारतीय भूप्रदेशाची, भारतीय लोकांची, इतक्या वर्षात घेतलेली छायाचित्रेही आहेत. लोककथाविषयक आणि संदर्भविषयक छायाचित्रे, पी. आय. बी.च्या खास छायाचित्र संग्रहात, दिल्ली येथील शास्त्रीभवनात जतन करून ठेवलेली आहेत. या विभागाचे मुख्य कार्यालय दिल्ली येथे असून, मुंबई, मद्रास, कलकत्ता येथे प्रादेशिक कार्यालये आहेत. रासायनिक प्रक्रिया, छपाई वगैरे छायाचित्र विषयक कामांसाठी या विभागाची अत्याधुनिक उपकरणांनी सुसज्ज अशी

रसायनशाळा असून उत्तमोत्तम कॅमेरेही आहेत. त्याचप्रमाणे रंगीत छायाचित्रांसाठी स्वयंचलित पद्धतीने रासायनिक प्रक्रिया व छपाई करू शकणारी खास यंत्रसामुग्रीही आहे.

कोणती माहिती, बातमी अगर छायाचित्रे कोणत्या सरकारी कार्यालयाकडून मिळू शकतील हे पत्रकारांना माहित असले पाहिजे, म्हणूनच ही माहिती थोडक्यात या प्रकरणात दिली आहे.

●

वृत्तपत्रे आणि जनता

नाशिक येथील 'लोकगर्जना' या नवीन दैनिकाचे प्रकाशन करताना (स.) काँग्रेसचे अध्यक्ष श्री. शरद पवार म्हणाले की, "लोकशक्तीचा पाठिंबा मिळत नाही, तोपर्यंत वृत्तपत्रांचा समाजात दरारा निर्माण होत नाही.... केंद्रित झालेल्या शक्तिविरुद्ध लोकमत तयार करून ती काबूत ठेवण्याचे महत्त्वाचे कार्य वृत्तपत्रे पार पाडतात....भ्रष्टाचार चव्हाट्यावर आणणाऱ्या वृत्तपत्रांना जनतेने सक्रीय पाठिंबा दिला पाहिजे"

वरील शब्दात श्री. पवार यांनी अप्रत्यक्षपणे वृत्तपत्रे आणि जनता यांच्या कर्तव्याविषयीचे एक सूत्रच सांगितलेले आहे, यात शंका नाही. वृत्तपत्रांनी आणि जनतेनेही या सूत्राचा आशय जाणून घेणे इष्ट आहे. — लेखक

: ५ :

वृत्तसंपादक, सहसंपादक, मुख्य संपादक

मागील प्रकरणात वृत्तपत्रांकडे बातम्या पाठविणाऱ्या वृत्तसंस्थांची माहिती दिलीच आहे. त्या शिवाय महाराष्ट्र शासनाकडून शासकीय स्वरूपाच्या खास बातम्या मराठीतून वृत्तपत्रांकडे पाठविल्या जातात. परराष्ट्रांच्या काही वकिलातीही आपापली खास बातमीपत्रके पाठवून वृत्तपत्रांना आपापल्या देशाविषयीच्या बातम्या पुरवीत असतात. 'टेलिप्रिंटर' सारख्या यांत्रिक साधनांनी वृत्तवितरण कार्य अतिशय जलद होऊ शकते. अशा रीतीने ठिकाठिकाणाहून आलेल्या बऱ्याच बातम्या दैनिकांच्या कचेरीत जमा होत असतात. त्या बातम्या आल्या म्हणून जशाच्या तशाच छापायला द्यायच्या नसतात. त्यातून योग्य व महत्वाच्या बातम्या निवडून काढाव्या लागतात. त्या निवडण्याचे आणि त्यावर जरूर ते संस्कार करण्याचे काम वृत्तसंपादकाचे असते.

वृत्तसंपादक

वृत्तसंपादनाचे काम जबाबदारीने करण्यासाठी संपादक मंडळातील जो पत्रकार [उपसंपादक] नेमलेला असतो, तो दुसऱ्या दिवशींच्या अंकात प्रसिद्ध केल्याच पाहिजेत अशा बातम्या वेगळ्या काढून त्या इतर उपसंपादकांच्या स्वाधीन करतो. अनेक बातम्या इंग्रजी भाषेत असतात. म्हणून त्या बातम्यांचे मराठी भाषेत भाषांतर करावे लागते. अर्थात् उपसंपादकांना वेगवेगळ्या भाषेतील बातम्यांचे आपल्या भाषेत भाषांतर करावे लागते. उपसंपादकांच्या कामापैकीच ते एक काम असते. उद्या प्रसिद्ध होणाऱ्या अंकांत 'उद्या' ऐवजी 'आज' असे लिहावे लागते.

भाषांतर कसे करावे

परभाषेतील मजकूर स्वभाषेत भाषांतरित करणे ही गोष्ट वाटते तितकी सोपी नाही. भाषांतर करणे ही सुद्धा एक कलाच असते

भाषांतर करणाऱ्याला स्वभाषेइतकेच ज्या भाषेतील मजकुराचे भाषांतर करावयाचे असेल त्या परभाषेचेही सखोल ज्ञान असावे लागते. त्या भाषेच्या खाचाखोचा, बारकावे, त्या भाषेची घाटणी, वाक्प्रचार, म्हणी इत्यादींची सूक्ष्म माहिती असणे आवश्यक असते. संपादकीय खात्यातील पत्रकारांना मुख्यतः इंग्रजी भाषेतील बातम्या स्वभाषेत लिहाव्या लागतात. म्हणून इंग्रजी भाषेतील मूळ अर्थ स्वभाषेत आणतांना अर्थहानी किंवा अर्थविकृती होणार नाही अशी खबरदारी भाषांतरकाराला घ्यावी लागते. भाषांतर चांगले करता येण्यासाठी बुद्धिमत्ता, दोन्ही भाषांचे उत्कृष्ट ज्ञान, आणि विपुल शब्दभांडार यांची गरज असते. भाषांतर करताना एखाद्या शब्दाचा अर्थ कळला नाही, तर त्या भाषेचा शब्दकोश घेऊन जरूर त्या शब्दाचा अर्थ जाणून घ्यावा आणि मगच भाषांतर करावे. उगीच वेळ मारून नेण्यासाठी 'ठोकून देतो ऐसाजे' असे करू नये. तशाने वाचकांचीच नव्हे तर स्वतःचीही फसवणूक केल्यासारखे होईल. शब्दाचा अर्थ न कळता केलेले भाषांतर कसे अर्थहीन होते याचे एक साधे उदाहरण देतो. बऱ्याच वर्षांपूर्वीची गोष्ट आहे. एका मराठी दैनिकातील उपसंपादकाने गुजराती सायंदैनिकातील एका बातमीचे भाषांतर करून 'वरळी येथें दोन मोटारींची टक्कर होऊन अकस्मात झाला.' अशी बातमी प्रसिद्ध केली. अकस्मात या गुजराती शब्दाचा अर्थ अपघात असा आहे. परन्तु ते माहीत नसल्यामुळे आणि त्या शब्दाचा अर्थ दुसऱ्या कोणालाही न विचारता बातमीचे भाषांतर केल्यामुळे वरीलप्रमाणे हास्यास्पद वाक्य लिहिले गेले. मराठींत 'अकस्मात' शब्दाचा अर्थ अगदीच वेगळा होतो हे काही त्या विद्वान पत्रकाराला कळले नाही. आणखी एक सूचना अशी की, परभाषेतील मजकुराचे शब्दशः भाषांतर करू नये. त्यांतील फक्त मतितार्थ आपल्या भाषेत आणावा. शब्दशः भाषांतर केल्यामुळे किंवा अर्थ न कळता भाषांतर केल्यामुळे अनेकदा अर्थाचा अनर्थ होतो आणि त्यांतून नको असलेला विनोद निर्माण होतो. एका पत्रकाराने

एकदा इंग्रजी वाक्याचे मोठे मनोरंजक भाषांतर केले होते. अमुक एक इसम 'Taxing our brain' याचे त्याने अमुक अमुक इसम 'आमच्या मेंदूवर कर बसवीत आहे.' असे भाषांतर केले होते, तर दुसऱ्या एकाने 'Bombay Talkies carried out shooting at V. T.' या वाक्याचे चक्क 'बॉम्बे टॉकीजने बोरीबंदरवर गोळीबार केला' असे भाषांतर केले होते. वरील दोन्ही पत्रकार आज हयात असून वयोवृद्ध आहेत. त्यांची नावे जाहीर करणे औचित्याला धरून होणार नाही. वरील किस्से कपोलकल्पित नाहीत, एवढेच मी सांगू इच्छितो.

'Round the clock' या शब्दप्रयोगाचे जर 'घड्याळा भोंवती' असे भाषांतर केले तर त्याला भाषांतर म्हणता येईल का ? जाहिरातींचे भाषांतर करतांना तर अधिक खबरदारी घ्यावी लागते. तो स्वतंत्र विषय असल्यामुळे त्याचा 'जाहिरात शास्त्र' या प्रकरणात विचार करू. भाषांतरकारांच्या दृष्टीने एक आनंदाची बातमी देणे आवश्यक आहे ती ही कीं, साधा इंग्रजी मजकूर भारतीय भाषांत भाषांतर करण्यासाठी भारतीय शास्त्रज्ञ कॉम्प्यूटरचा उपयोग करू लागले आहेत. या सोयीचा फायदा पत्रकारही लौकरच घेऊ लागतील हे उघड आहे.

बातमीवरील संस्कार

समजा परभाषेतील बातमीचे स्वभाषेत भाषांतर करता आले, तरी ते टंकजुळणी खात्यात पाठविण्यापूर्वी कसे लिहावे हे माहीत असावे लागते. बातम्यांचा, एखाद्या स्फुटाचा अगर लेखाचा सर्व मजकूर एकच जुळारी (कंपोजीटर) जुळवीत नसतो. अनेक जुळारी त्यापैकी थोडा थोडा भाग जुळवतात. नंतर ते भाग क्रमवार एकत्र करून मगच ती बातमी, स्फुट किंवा लेख छापायला जातो. जुळारी खात्यातील ही कार्यपद्धती पत्रकाराने लक्षात घेऊन मजकूर फार मोठ्या कागदावर लिहू नये. लहानलहान कागदावर एकाच बाजूवर छपाईसाठी बातम्या लिहाव्या. त्या कागदावर जरूर तेवढा समास [माया] सोडावा. त्या

प्रत्येक कागदाला मुद्रणालयाच्या परिभाषेत 'कॉपी' असे म्हणतात. प्रत्येक कॉपीवर अनुक्रमांक घालावा. अक्षर सुवाच्य व सुटे सुटे लिहावे. म्हणजे त्या मजकुराची टंकजुळणी करताना जुळाऱ्यांना त्रास पडणार नाही. या संबंधाने अधिक माहिती पुढे येईलच.

बातम्या लिहून काढतांना त्यांच्यावर जे संस्कार करावे लागतात, ते काम तज्ज्ञ वृत्तसंपादकाचे असते. संस्कार करण्याच्या प्रक्रियेत (१) प्रथम बातमीला मथळा द्यावा लागतो. तो मथळा बातमीच्या महत्वाच्या मुद्याशी संबंधित असावा. मथळा दिल्यानंतर (२) बातमी ज्या ठिकाणची असेल ते ठिकाण प्रथम लिहावे. उदाहरणार्थ मद्रास, कलकत्ता, लंडन, कैरो वगैरे. (३) नंतर त्याला लागूनच बातमीची तारीख [दिनांक]. (४) त्यानंतर बातमी ज्या वृत्तसंस्थेकडून आलेली असेल त्या संस्थेचे नाव (फक्त आद्याक्षरे) कंसात द्यावे. जसे (प्रे. ट्र.) किंवा [यु. न्यू.) असे. (५) जर बातमी एखाद्या बातमीदाराकडून आलेली असेल तर कंसात [वार्ताहर] असे मोघम लिहावे. (६) कांही मोठ्या दैनिकांचे प्रतिनिधी म्हणून काम करणारे बातमीदार गावोगावी नेमलेले असतात. त्यांच्याकडून त्या त्या गावच्या बातम्या दैनिकाच्या कार्यालयात येतात. त्याही बातम्या जुळारीखात्यात देतांना त्यांना इतर बातम्याप्रमाणेच जरूर तो योग्य मथळा दिल्यानंतर त्याचेच खाली 'आमच्या प्रतिनिधीकडून,' 'आमच्या विशेष प्रतिनिधीकडून' किंवा 'आमच्या बातमीदाराकडून' असे लिहावे. मात्र इथे एक खबरदारी घ्यावी लागते ती ही कीं, मथळ्याचा टाईप आणि 'आमच्या बातमीदाराकडून' या वाक्याचा टाईप वेगवेगळा वापरावा; आणि मथळा व 'आमच्या बातमीदारकडून' हे वाक्य एकाच ओळीत देऊ नये. पुष्कळदां तशाने घोटाळा होण्याचा संभव असतो. समजा 'कलकत्ता येथे धाडसी दरोडा' असा मथळा असेल आणि त्याच टायपात त्याच ओळीत 'आमच्या बातमीदाराकडून' असे छापले असेल, तर वाचक 'कलकत्ता येथे धाडसी दरोडा आमच्या बातमी-

दाराकडून' असे सरळ वाचतील आणि त्या दैनिकाच्या बातमीदारानेच तो दरोडा घातला असा त्यांचा समज होईल! म्हणून त्या दोन ओळींसाठी टाईप जरी निरनिराळा वापरला तरी अर्थ स्पष्ट होऊ शकेल. इतके संस्कार केल्यानंतर खाली ती विशिष्ट बातमी थोडक्यात अगर महत्त्वानुसार विस्तृत द्यावी.

बातमीचा मथळा

बातमीचा मथळा देताना बातमीतील विषयाला अगर व्यक्तीला महत्त्व देऊन लिहावा. कधीकधी साध्या बातमीलाही आकर्षक मथळा कसा देता येतो त्याचा मला आठवणारा एक नमुनाच येथे देतो.

सर्वसाधारणपणे बाजारात साखर गुळापेक्षा महाग मिळते. परंतु मुंबईत एकदा गुळाचा भाव साखेरच्या भावापेक्षा वाढला. अर्थात् ती बातमी महत्वाची ठरली. केवळ बातमी म्हणून ती बातमी द्यायची असती, तर 'गुळ महागला' अशी बातमी दिली असती, तरी चालले असते. परंतु त्या बातमीला अधिक आकर्षकपणा येण्यासाठी व वाचकांचे लक्ष वेधण्यासाठी एका दैनिकातील पत्रकाराने कसा सुंदर मथळा दिला पहा: त्याने आपल्या कल्पकतेचा साज त्या बातमीला चढवला आणि 'उलटी गंगा–साखरेपेक्षा गुळ महाग!' असा मथळा दिला. यालाच 'एडिटर्स टच' म्हणतात. म्हणून बातमी देताना वृत्तसंपादकाला जर का एखादी कल्पना सुचली तर बातमीला उठाव देण्यासाठी आपल्या प्रतिभेचा अवश्य उपयोग करावा. एखाद्या बातमीची खात्री नसली, फक्त काही कुणकुणच कानावर आलेली असली, तर तशा बातमीला मथळा देऊन पुढे प्रश्नचिन्ह द्यावे. उदाहरणार्थ 'टपालखात्याचे कर्मचारी संपावर जाणार?' या मथळ्याने त्या गोष्टीची निश्चिती नाही, हे सूचित होईल! म्हणजे 'नरो वा कुंजरो वा' अशा प्रकारची ती बातमी ठरेल! खोटे घालून खरे काढण्यासाठीही वरील प्रकारची प्रश्नचिन्ही युक्ती उपयोगी पडते.

हेडलाईन, मथळे, उपमथळे व टाईप

दैनिकाचे सामान्यतः आठ रकाने (कॉलम्स) असतात. प्रत्येक रकाना (कॉलम) सुमारे ५ सें. मी. रुंदीचा असतो. हेडलाईन म्हणजे दैनिकाच्या दर्शनी पानावरील मुख्य महत्त्वाचा मथळा. हा मथळा बहुतेक आठ कॉलमीच असतो. त्यासाठी मोठ्यातमोठा दिसणारा ६ लाईनचा टाईप वापरतात. कोणत्या मथळ्यासाठी अगर कोणत्या मजकुरासाठी कोणता टाईप वापरावा हे जुळाऱ्यांना उपसंपादकाने – सहसंपादकाने किंवा अनुभवी अशा जुळाऱ्यानेही सुचवायचे असते. टाईप अनेक प्रकारचा असतो. त्यात १२ पॉइंट, १४ पॉइंट, पायका ब्लॅक, साधा वन्निक, जब्रा, वन्नीक ब्लॅक, दोन लाईन, चार लाईन आणि सहा लाईन असा बारीक-मोठा टाईप असतो. (पहा पृ. ४३-४४-४५)

दुय्यम मथळे चार लाईन किंवा दोन लाईन टाईपांचे द्यावेत. सामान्य बातम्या एक कॉलमच्याच द्याव्या. परंतु कधीकधी काही बातम्या दोन कॉलमी किंवा जरूरीप्रमाणे तीन कॉलमी मथळे देऊनही प्रसिद्ध कराव्या लागतात. कधीकधी रुंद मथळ्यांच्या बातम्याही मथळ्याच्या रुंदीप्रमाणेच दोन कॉलमी अगर तीन कॉलमी रुंदीतही कंपोज कराव्या लागतात. संपादक अगर सहसंपादक त्यासंबंधीचे धोरण ठरवतो आणि निर्णय घेतो. त्या त्या प्रमाणे त्या त्या बातमीला महत्त्व येते.

मोठ्या दैनिकाच्या आठ कॉलमात ६ लाईन टायपाची सुमारे २६ अक्षरे मावतात, परंतु शब्द सुटेसुटे असावेत म्हणून शक्यतो २४ अक्षरांपेक्षा जास्त अक्षरांचे मथळे देण्याचे टाळावे. म्हणजे तेवढ्या जागेत अक्षरांची दाटीगर्दी होणार नाही. मथळा अर्थपूर्ण परंतु लांबलचक नसावा. मथळ्याची, पोटमथळ्याची व बातम्यांची मांडणी नीटनेटकी करून द्यावी. बाहेरगावचे बातमीदार आपापल्या बातम्या पाठविते वेळी

(पान ४६ वर)

काही मुख्य टाईप [अक्षरांचे खिळे] व त्यांचे नमुने

(१) सहा लाईन, (२) चार लाईन, (३) तीन लाईन; (४) बन्नीक, (५) जब्रा, (६) दोन लाईन, (७) पायका ब्लॅक, (८) १४ पॉइंट, (९) १२ पॉइंट.

(१) सहा लाईन (७२ पॉइंट)

दिवसपाळीचे संपादक

(२) चार लाईन (४८ पाईंट)

आपापले काम करून जाताना त्यांच्यानंतर येणाऱ्या

(३) तीन लाईन (३६ पाईंट)

रात्रपाळीच्या संपादकांसाठी काही काम अगर सूचना लिहून ठेवून जातात.

(४) वन्नीक (२० पाईंट)

उद्याच्या अंकाच्या पृष्ठांची रचना करविणे, नको वाटतील त्या बातम्या रद्द करून काढून ठेवायला लावणे, आयत्या वेळी आलेल्या

(५) जब्बा (१६ पाईंट)

महत्त्वांच्या बातम्यांचे भाषांतर वगैरे संस्कार करून जुळारी-खात्यात पाठविणे, जरूर ती प्रुफे [मुद्रिते, पृष्ठमुद्रिते] तपासून देणे,

(६) दोन लाईन [२४ पाईंट]

ही जबाबदारी रात्रपाळीच्या संपादकाची असते. म्हणून त्याचेही काम जबाबदारीचे व महत्वाचे असते.

(७) पायका ब्लॅक [१२ पाईंट]

इतर सहकारी पत्रकारांनी लिहून ठेवलेल्या बातम्या कापण्याचा अधिकार त्याला असतो. परंतु तसे करण्यासाठी सबळ कारण असावे लागते.

(८) चौदा पॉइंट [१४ पाईंट]

ती संभाव्य कारणें अशी :– (१) बातमी वाजवीपेक्षा अधिक मोठी असली, (२) रात्री त्या बातमीपेक्षा अधिक महत्त्वाच्या बातम्या आल्या, (३) बातमीतील विधानाविषयी संशय आला किंवा घोटाळा निर्माण होण्याचा संभव असला,

(९) बारा पॉइंट [१२ पाईंट]

आणि (४) बातमीचे भाषांतर चुकीचे झालेले असले अगर ते गचाळ पद्धतीने लिहिलेले असले तर रात्रपाळीच्या संपादकाने ती बातमी अगर बातम्या काढून ठेवायला हरकत नसावी. अगर ती बातमी स्वतः दुरुस्त करून किंवा नव्याने लिहून वापरावी.

(पृ. ४२ वरून पुढे चालू.)

मथळ्यासह पाठवितात. परंतु ते मथळे उपसंपादकाला पसंत पडलेच पाहिजेत किंवा त्याने तेच मथळे वापरले पाहिजेत असे बंधन नसते. आपल्या दैनिकाचे ध्येयधोरण लक्षात घेऊन योग्य वाटतील ते दुसरे मथळे देणे हा उपसंपादकाचा अगर संपादकीय खात्यातील इतर संबंधित पत्रकाराचा हक्कच असतो. त्याचप्रमाणे कोणती बातमी कशी कुठल्या पृष्ठावर कुठे द्यायची हेही त्यानेच ठरवायचे असते. कदाचित् जुळारी खात्याचा प्रमुख पृष्ठरचनेच्या सोयीसाठी थोडा फेरफार करतो व तसे करणे योग्यच असते.

लायनो व मोनो टाईप

टायपांच्या बाबतींत लाइनो व मोनो टाईप ही नावेही अनेकांनी अनेकदा ऐकली असतील ! त्या दोन्ही वेगवेगळ्या अक्षरजुळवणी पद्धती आहेत. त्या टायपांच्या जुळणीपद्धतीनें मुद्रणव्यवसायात मोठीच क्रांती केली. लाइनो पद्धतीने सबंध एक ओळच तयार होते, तर मोनोपद्धतीने प्रथम एका कागदाच्या पट्टीला त्या त्या अक्षरांची छिद्रे पडून त्यातून शिसे पडते व अक्षरे जुळवली जातात. ह्या दोन्ही पद्धती यांत्रिक असतात. भारतात त्या पद्धती केव्हा सुरू झाल्या यासंबंधाने थोडे इथे लिहिले तर ते अस्थानी ठरू नये.

मुद्रणकलेच्या व टायपांच्या इतिहासाशी अनेक मराठी माणसांची नावे निगडीत आहेत. त्यांत जावजी दादाजी चौधरी, गणपत कृष्णाजी पाटील आणि यशवंत नानाजी माणगावकर हीं नावे प्रामुख्याने घेतली जातात. सर फिरोजशहा मेहता यांनी १८८६ साली जो एक छापखाना सुरू केला होता आणि १८९६ पासून ज्या छापखान्यात 'ॲडव्होकेट ऑफ इंडिया' नावाचे इंग्रजी सायं दैनिक छापले जात असे, त्या छापखान्यानेच लाइनो आणि मोनो या टायपांची यंत्रे सुमारे १९०३ साली भारतात प्रथम आणली. ती यंत्रे स्वतःच्या बुद्धीने चालविणारे पहिले गृहस्थ म्हणजे यशवंत नानाजी माणगावकर हे होत. वरील

छापखान्यातच 'जगद्वृत्त' नावाचे मराठी नियतकालिक श्री. कृष्णराव अर्जुन केळूसकर (मास्तर) यांच्या संपादकत्वाखाली १९०७ साली निघत असे, हेही या संदर्भात लक्षात ठेवण्यासारखे आहे. ही ऐतिहासिक माहिती श्री. मनोहर सी. केळूसकर यांनी पुरविली म्हणून लेखक त्यांचा आभारी आहे. मुद्रणकलेने आता आणखी एक पाऊल पुढे टाकले असून 'फोटो ऑफसेट' या पद्धतीने मुद्रण होऊ लागले आहे.

रात्रपाळीचा संपादक

दिवसपाळीचे संपादक आपापले काम करून जाताना त्यांच्या नंतर येणाऱ्या रात्रपाळीच्या संपादकासाठी काही काम अगर सूचना लिहून ठेवून जातात. उद्याच्या अंकाच्या पृष्ठांची रचना करविणे, नको वाटतील त्या बातम्या रद्द करून ठेवायला लावणे, आयत्या वेळी आलेल्या महत्त्वाच्या बातम्यांचे भाषांतर वगैरे करून योग्य संस्कारांसह जुळारी खात्यात पाठविणे, जरूर ती प्रुफे (मुद्रिते, पृष्ठमुद्रिते) तपासून देणे ही जबाबदारी रात्रीच्या संपादकांची असते. म्हणून त्याचे काम महत्त्वाचे असते. रात्रपाळीच्या संपादकाला इतर पत्रकारांनी लिहून ठेवलेल्या बातम्या कापण्याचा अधिकार असतो. परंतु तसे करण्यासाठी सबळ कारण असावे. ती कारणे अशी :– (१) बातमी वाजवीपेक्षा मोठी असली, (२) रात्री त्या बातमीपेक्षा अधिक महत्त्वाच्या बातम्या आल्या, (३) बातमी वाचून त्या बातमीतील विधानाबाबत संशय आला किंवा घोटाळा निर्माण होण्याचा संभव असला, आणि (४) बातमीचे भाषांतर चुकीचे झालेले असले अगर ते गचाळ पद्धतीने लिहिलेले असले तर रात्रपाळीच्या संपादकाने ती बातमी अगर बातम्या काढून ठेवायला हरकत नसावी. परंतु चार क्रमांकाच्या कारणामुळे जर एखादी अत्यंत महत्त्वाची बातमी काढून ठेवण्याची पाळी आलीच तर मात्र त्या संपादकाने ती बातमी स्वतः दुरुस्त करून अगर नव्याने लिहून वापरावी. एखादी बातमी काढून ठेवली आणि तिच्याऐवजी दुसरी बातमी देणे आवश्यक असले, तर पत्रकाराने

सारासार विचार करायला चुकू नये. त्याचप्रमाणे आपल्या दैनिकात एकच बातमी एकाच दिवशी दोन ठिकाणी छापली जाणार नाही अशी काळजी घ्यावी. स्फुटे अगर टीकाटिपणी लिहिणाऱ्यांनीही या प्रकरणातील सूचनांचा विचार करावा.

बातम्या आणि छायाचित्रे

आधुनिक पत्रकारितेत छायाचित्रकाराला फार महत्त्व आहे, कारण बातमी त्या त्या घटनेच्या छायाचित्रांसह दिल्याने तीत एकप्रकारचा जिवंतपणा येतो व ती बातमी बोलकी ठरते. म्हणूनच बातमीशी संबंधित असलेले एखादे छायाचित्र देता आले तर ते अवश्य द्यावे. बातमीत ज्या विशेष व्यक्तीचा उल्लेख अगर संबंध असेल अशा व्यक्तींची छोटीछोटी छायाचित्रे द्यावी. तसे केल्याने बातम्यांना महत्त्व तर येतेच शिवाय तशा सचित्र बातम्यांकडे वाचकांचे लक्षही वेधले जाते. म्हणून बातमीदारच छायाचित्रकार असला तर उत्तम !

शक्य तेव्हा व्यंगचित्रेही द्यावीत. त्यासाठी व कित्येक बातम्यांचे, लेखांचे, गोष्टींचे मथळे खास पद्धतीने लिहून घेण्यासाठी चित्रकारांचाही उपयोग करून घ्यावा. छायाचित्रकार व चित्रकार हे देखील आधुनिक पत्रकारितेचे महत्त्वाचे घटक आहेत. त्यांच्या कलेचा व सेवेचा जरूर तेव्हा योग्य उपयोग करून घेण्याचे धोरण ठेवावे. 'कौशल्य सारे रचनेत आहे' हे लक्षात घेऊन आपल्या दैनिकातील बातम्यांची, छायाचित्रांची व रेखाचित्रांची आकर्षक मांडणी करण्याकडे लक्ष द्यावे. वर्तमानपत्रांची आपापसात अंतस्थ स्पर्धाच चाललेली असते. ती निकोप असली, तर ती सर्वांनाच उपकारक ठरते. छायाचित्रीकरण हा स्वतंत्र विषय असल्याने त्याची सखोल माहिती इथे दिलेली नाही. मात्र त्या विषयाचा पत्रकारितेशी निकटचा संबंध आहे म्हणून पत्रकारांनी फोटोग्राफी शिकावी.

३००५
२४०३७
निबंध ३।११।८३

ऐनवेळची बातमी

एखादेवेळी रात्री एखाद्या थोर व्यक्तीच्या निधनाची बातमी अनपेक्षितपणे येते. अशी बातमी फोनने आली तर त्याविषयी अधिक चौकशी करून खात्री करून घ्यावी. ती महत्त्वाची असेल तर दुसऱ्या दिवशीच्या अंकांत द्यावी लागते. अशा स्थितीत रात्रपाळीच्या संपादकाला त्या मृत व्यक्तीची त्रोटक माहिती त्या बातमीत देणे भाग असते. परंतु ती चरित्रविषयक त्रोटक माहिती रात्रपाळीच्या संपादकाला माहीत असतेच असे नाही. म्हणून 'हूज हू' मधून अगर एखाद्या जाणकार व्यक्तीला फोन करून माहिती मिळवावी व ती द्यावी.

लि. आ. म.

पुष्कळदा अशी परिस्थिती निर्माण होते कीं, कांही लोक अगर संस्था आपापल्या संबंधी आत्मस्तुतीपर अगर जाहिरातवजा काही मजकूर स्वतःच लिहून प्रसिद्धीसाठी पाठवतात. तो मजकूर छापावा तर मनाला पटत नाही; आणि न छापूनही चालण्यासारखे नसते. इकडे आड आणि तिकडे विहीर अशी कुचंबणा होते. अशा वेळीं तो पेंचप्रसंग सोडविण्यासाठी त्या नियतकालिकाचा (दैनिकासह) संपादक आलेला मजकूर प्रसिद्ध करतो, परन्तु त्या मजकुराखाली कंसांत 'लि. आ. म.' हीं तीन अक्षरें प्रसिद्ध करतो नि मोकळा होतो. लि. आ. म. या अक्षरांचा अर्थ 'लिहून आलेला मजकूर' असा असतो. ही एक संपादकीय शक्कल असते.

संपादकाची कामे

नियतकालिकाचा अगर वर्तमानपत्राचा संपादक हा त्या त्या क्षेत्रातील सर्वाधिकारी असतो. (१) दैनिकाचे जे विशिष्ट धोरण असेल, त्या धोरणाशी सुसंगत आणि पोषक ठरतील अशाच बातम्यांना व विचारांना आपल्या दैनिकात प्रसिद्धी देणे, (२) आपल्या खात्यातील इतर पत्रकारांना त्यांची त्यांची कामे वाटून देणे व त्यांचेकडून ती

योग्य रीतीने होत आहेत कीं नाहींत हे पहाणे, (३) दुसऱ्यांनी लिहिलेली स्फुटे, टीकाटिपणी नजरेखाली घालणे, (४) आपल्या सहकारी पत्रकारांशी अधूनमधून विचारविनियम करणे, त्यांच्या कामकाज-विषयक अडचणी व समस्या समजून घेणे व त्याबाबत जरूर ती कार्यवाही करणे, (५) दैनिकातील स्फुटे किंवा सदरे लिहिणाऱ्या संपादकवर्गापैकी एखादा पत्रकार गैरहजर असल्यास त्याच्या गैरहजेरीत ते सदर लिहिण्यासाठी दुसऱ्याची योजना करणे आणि तसा दुसरा कोणी सहसंपादक उपलब्ध नसल्यास स्वतः ते काम संभाळणे, (६) सत्रांच्या कामात एकसूत्रीपणा राहील अशी शिस्त ठेवणे आणि मुख्यतः (७) दैनंदिन अग्रलेख लिहिणे वगैरे कामे मुख्य संपादकाने करायची असतात. थोडक्यात म्हणजे रोजचा अंक ठराविक पद्धतीने ठराविक वेळी प्रसिद्ध होईल अशी व्यवस्था करणे ही जबाबदारी मुख्य संपादकावर असते. दैनिकात प्रसिद्ध होणारा कोणताही मजकूर कोणीही लिहिलेला असला तरी त्यासंबंधीची अंतिम जबाबदारी मुख्य संपादकावरच असते व ती त्याला पत्करावीच लागते.

लोकमान्य टिळक व काकासाहेब खाडिलकर

संपादकीय जबाबदारीच्या सन्दर्भात टिळक–खाडिलकरांचे आदर्श आपल्यापुढे आहेत. लोकमान्य टिळकांना ज्या लेखनाबद्दल शिक्षा झाली होती, तो लेख वास्तविक काकासाहेब खाडिलकरांनी लिहिलेला होता. लोकमान्य टिळक, खाडीलकरांवर ती गोष्ट ढकलून मोकळे होऊ शकले असते. परंतु त्यानी तसे केले नाही. 'केसरी'चे संपादक व प्रकाशक या नात्याने त्यानी ती जबाबदारी स्वतः पत्करली व शिक्षा भोगली. योगायोग असा कीं तोच प्रसंग कालांतराने खुद्द खाडिलकरांवरही आला. खाडिलकर 'नवाकाळ'चे संपादक असताना भा. रा. धुरंधर हे सहसंपादक होते. त्यानी नवाकाळमध्ये लिहिलेला एक अग्रलेख इंग्रज सरकारच्या दृष्टीने आक्षेपार्ह ठरला आणि संपादक व प्रकाशक या नात्याने खाडिलकरांवरच ती जबाबदारी असल्यामुळे त्यानाच त्याबद्दल

शिक्षा भोगावी लागली! त्यावेळी धुरंधरांना पुढे करून खाडिलकर स्वतः अंग झाडून सहज मोकळे होऊ शकले नसते का? पण नाही. संपादक व प्रकाशक या नात्याने कायद्याने तेच जबाबदार होते म्हणून त्यानी ती जबाबदारी बिनतक्रार स्वीकारली. वरील दोन्ही उदाहरणांनी संपादकीय नीतीची व रीतीची नव्या पत्रकारांना कल्पना करता येईल.

आणखी एक प्रकरण

मामा वरेरकर यांचे 'स्वयंसेवक' हे नाटक १९३४ साली बाबूराव पेंढारकर यानी आपल्या 'ललितकलादर्श नाटक मंडळी' तर्फे मुंबईत ऑपेरा हाऊसच्या रंगभूमीवर सादर केले. तेव्हा कोणाच्यातरी (नाव सांगणे योग्य ठरणार नाही.) उर्मटपणामुळे त्यावेळच्या काही तरुण पत्रकार मंडळीला आपला अपमान झाला असे वाटले आणि त्यामुळे त्या नाटकावर संघटितपणे टीकेचा भडिमार करण्याचे त्यानी ठरविले. त्या पत्रकारात, आप्पा पेंडसे, मी, सुंदर मु. मानकर, प्रभाकर ग. गुप्ते, केळूसकर असे प्रमुख होतो. अनंतराव गद्रे यांची या कामी आम्हाला बरीच मदत झाली! वरील पत्रकारांच्या हातात तेव्हा मौज, वसुंधरा, निर्भीड ही साप्ताहिके आणि प्रभात हे दैनिक अशी अत्यंत लोकप्रिय आणि मोठ्या खपाची नियतकालिके होती. अर्थात आम्ही सर्व आपापल्या लेखण्या परजून त्या नाटकावर तुटून पडलो. टीकेची अर्थात मारक टीकेचे झोड उठवली. दुःखाची गोष्ट अशी की, स्वयंसेवक हे नाटक सत्तेच्या गुलाम नाटकाच्या तोडीचे वरेरकरांचे एक उत्तम नाटक असूनही, खोट्यानाट्या आरोपांनी भरलेल्या विषारी टिकेमुळे ते सपशेल पडले, आणि कोणाच्यातरी उद्दामपणाचे प्रायश्चित्त बिचाऱ्या निष्पाप पेंढारकरांना भोगावे लागले. इथे मुद्दा असा की, निर्भीड साप्ताहिकात प्रसिद्ध होणारी टीका मीच लिहीत होतो. काही लेख लिहिल्यावर शेवटी त्या नाटकाला आणखी कोपरखळ्या मारण्यासाठी मी फक्त काही मुद्देच क्रमवार दिले होते. ते नाटक–कंपनीला एवढे झोंबले की, कंपनीने प्रसिद्ध कायदेपंडित माणिकराव तळपदे यांच्या मार्फत आनंदराव गद्रे

यांस कायदेशीर नोटीस देऊन फिर्याद करण्याची धमकी दिली. ते मुद्दे जरी मी लिहिलेले होते तरी संपादक, प्रकाशक या नात्याने गद्रेच जबाबदार होते. त्यानी ती जबाबदारी माझ्यावर न ढकलता स्वतः स्वीकारली आणि सुदैवाने वाटाघाटी होऊन ॲडव्होकेट तळपदे यांच्या कचेरीत त्या प्रकरणाची आपसात तडजोड होऊन ते प्रकरण सामोपचाराने मिटले. निर्भीडच्या पुढच्याच अंकात गद्रे यानी दिलगिरी प्रदर्शित केली आणि 'लिंबूसरबत पिऊन सन्मान्य समेट' अशा शीर्षकाचा लेख लिहून एकंदर प्रकरणावर पडदा पाडला ! माझे पातक गद्रे यांना कसे भोवले हे सांगण्यासाठीच हे लिहिले. सारांश वृत्तपत्रात प्रसिद्ध होणाऱ्या मजकुराची कायदेशीर जबाबदारी संपादकावरच असते व ती त्याने पत्करली पाहिजे.

संपादक कसा असावा ?

संपादक मग तो एखाद्या नियतकालिकाचा असो अगर वर्तमानपत्राचा असो तो निःस्पृह, सुविचारी, धोरणी आणि बहुश्रुत असावा आणि त्याला समाजाचे उत्तम नाडीज्ञानही असावे. म्हणून पत्रकारिता शिकणाऱ्याने आणि संपादक होण्याची महत्वाकांक्षा बाळगणाऱ्याने वरील गुणांबरोबरच विद्वत्ता आणि अभ्यासुवृत्ती हे गूणही आत्मसात् केले पाहिजेत. त्याशिवाय कोणताही पत्रकार यशस्वी संपादक होऊ शकणार नाही. त्याचप्रमाणे संपादकाच्या यशाचे मूळ त्याच्या लोकहिताविषयीच्या तळमळीत, आत्मविश्वासात आणि सत्याधिष्ठीत निर्भयतेत असते हेही विसरू नये. कारण तो तसा असला तरच त्याच्या लेखनात तेजस्विता आणि आवेश आपोआपच येतात व ते लेखन वाचकांच्या हृदयाचा ठाव घेते. 'संपादक झालो, संपले.' असे समजू नये. अभ्यास सतत चालू ठेवावा. डोळे उघडे ठेवून आपल्या सभोतालच्या जगाचे उत्तम निरीक्षण करून आपली जी मते बनतील ती त्याने वाचकांसमोर मांडावी.

संपादक आणि त्याच्या खात्यातील इतर पत्रकार यांच्यामध्ये परस्परांविषयी विश्वास असणे दैनिकाच्या यशाच्या दृष्टीने महत्वाचे

असते. सहकार्य आणि परस्परावलंबन हे दैनिकासारख्या अनेकांच्या श्रमानें संपन्न होण्याऱ्या कार्यातील मुख्य सूत्र असते हे ओळखून संपादकीय खात्यातील सर्वांनी वागावे. उपसंपादक, सहसंपादक हे मुख्य संपादकाला जबाबदार असतात आणि संपादक मालकांना जबाबदार असतो. शिवाय मुख्य संपादक हा त्याच्या अधिकारात असलेले पत्रकार आणि मालक यांमधील दुवा असतो.

उपसंपादक, सहसंपादक आणि मुख्य संपादक यांच्या कामकाजा-संबंधाने महत्वाचे तेवढे या प्रकरणात सांगितले. यापुढील प्रकरणात खास वृत्तलेखन व निवेदन यासंबंधाने चर्चा करूं!

★

उद्याचे इतिहास लेखन

आजची वृत्तपत्रे ही उद्याच्या इतिहास–लेखनाची खरी साधने असतात हे लक्षात ठेवून, पत्रकारांनी आपापल्या वृत्तपत्रात वृत्तसत्यता आणि वृत्तसुचिता या गोष्टीवर भर दिला पाहिजे. फापटपसारा टाळून काटेकोरपणाने वृत्तपत्रीय लेखन केले तर वृत्तपत्रातील बऱ्याच जागेची बचत होईल आणि ती जागा इतर महत्त्वाच्या मजकुरासाठी उपयोगात आणता येईल.

— लेखक

: ६ :

खास वृत्तलेखन व निवेदन

(वार्तापट, आकाशवाणी व दूरदर्शनसाठी)

वृत्तलेखन म्हणजे वास्तविक बातमी लिहिणे. परंतु वृत्तपत्रांसाठी बातमी लिहिणे आणि वार्तापट, आकाशवाणी व दूरदर्शन यांसाठी बातमी लिहिणे यात थोडा तांत्रिक फरक असतो. म्हणूनच ते खास वृत्तलेखन ठरते. आधुनिक पत्रकारितेत तशा खास वृत्तलेखनकलेचा समावेश होतो, म्हणून त्यासंबंधाने जरूर तेवढी माहिती या प्रकरणात देत आहे.

थोडी ऐतिहासिक माहिती

वार्तापट म्हटल्यानंतर त्यासंबंधाने थोडीशी ऐतिहासिक माहिती देणे क्रमप्राप्त ठरते. ती माहिती अशी : जगातला पहिला वार्तापट ल्यूमेरी ब्रदर्स यांनी अमेरिकेत सुमारे १८९६ साली तयार केला. त्यानीच व्हिक्टोरिया राणीच्या अंत्ययात्रेचाही एक वार्तापट १९०१ साली तयार केला होता. त्यानंतर १९१० सालापासून ' पाथे वीक्ली ' या नावाने साप्ताहिक वार्तापट प्रदर्शित व्हायला सुरुवात झाली. म्हणजे वृत्तपत्राची जबाबदारी चित्रपटाने स्वीकारली. त्यामुळे वार्तापट जगभर लोकप्रिय झाले. बऱ्याच वर्षांपूर्वी भारतातही वार्तापट तयार करण्याचे प्रयत्न झालेले आहेत. १८९७, १८९९ साली श्री. हरिश्चंद्र भाटवडेकर (दादा साने) यानी भारतात प्रथम वार्तापट वजा लघुपट चित्रपट तयार केले होते.

पहिला भारतीय वार्तापट

फिल्मच्या माध्यमाचा उपयोग करून एखाद्या घटनेचे चित्रीकरण करून एक छोटासाच स्वयंपूर्ण चित्रपट तयार करणे हे वार्तापटाचे स्वरूप असते. वार्तापटात एका किंवा अनेक घटनांची चित्रमय नोंद असते.

१९०४ साली रँग्लर र. पु. परांजपे हे जेव्हा इंग्लंडहून भारतात परत आले तेव्हा मुंबईतील त्यावेळच्या वेस्टएण्ड सिनेमा (नाझ)च्या आवारातील मंगळदास नथुभाई गार्डनमध्ये त्यांचा जाहीर सत्कार करण्यात आला होता. त्यावेळी त्या घटनेचा सुमारे २०० फूट लांबीचा एक चित्रपट श्री. (कै.) दादा साने नावाच्या गृहस्थानी तयार करून त्याच्यावर इंग्लंडहून रासायनिक संस्कार करून आणला होता. त्याच लघुचित्रपटाने भारतीय वार्तापटांची प्राथमिक मुहूर्तमेढ रोवली गेली. नंतर १९०३ व १९११ साली दिल्ली येथे जो एक खास कार्यक्रम (दिल्ली दरबार) झाला होता, त्याचेही चित्रीकरण करण्यात आले होते. परन्तु तो वार्तापट एका परदेशी कंपनीने तयार केला होता. त्यानंतर १९२० साली लोकमान्य टिळकांच्या अंत्ययात्रेचा जो एक चित्रपट तयार करण्यात आला, तो खऱ्या अर्थाने पहिला भारतीय वार्तापट होय, असे म्हणायला हरकत नसावी. पूर्वीच्या वार्तापटांना त्या त्या घटनांची माहिती सांगणारे निवेदन किंवा भाष्य जोडलेले नसे. पडद्यावर फक्त लिखित खुलासा दाखविण्यांत येई.

आय. एफ. आय. आणि फिल्म्स डिव्हिजन

पूर्वीचे चित्रपट निर्मितीचे सरकारी उपक्रम एकत्रित करून १९४३ साली हिंदुस्थान सरकारने आय. एफ. आय. (इन्फर्मेशन फिल्म्स ऑफ इंडिया) नावाचे एक चित्रपट खाते सुरू केले आणि त्या खात्यामार्फत जे माहितीपट व वार्तापट तयार होऊ लागले, त्यांना घटनाचित्रांचा खुलासा सांगणारे निवेदन (भाष्य) जोडण्यात येऊ

लागले. हे निवेदन इंग्रजी, हिन्दी, बंगाली, तामीळ आणि तेलगु अशा फक्त पांच भाषात असे. हें खाते १९४६ साली बंद करण्यात आले आणि त्याच कार्यासाठी स्वातंत्र्योत्तर काळात १९४८ साली एक खास खाते 'फिल्म्स डिव्हिजन' या नावाने भारत सरकारने सुरू केले. या चित्रपट विभागामार्फत तयार होणाऱ्या माहितीपटांना व वार्तापटांना पूर्वीप्रमाणेच फक्त पाच भाषातील भाष्ये असत. माहितीपटांना डॉक्यूमेंटरी फिल्म्स ऑफ इंडिया असे म्हणतात तर वार्तापटांना इंडियन न्यूज रिव्हयू म्हणतात. १९५४ पासून माहितीपटांना आणि वार्तापटांना मराठी आदिकरून सुमारे १५–१६ भारतीय भाषांतील भाष्ये जोडण्यात येऊ लागली. (भारत सरकारच्या याच चित्रपट विभागात प्रस्तुत पुस्तकाच्या लेखकाने १५ वर्षांपेक्षा अधिक काळ माहितीपटांसाठी व वृत्तपटांसाठी मराठी निवेदन लेखन व भाषण केलेले आहे.)

खास वृत्तलेखन

वृत्तपत्रासाठी बातम्या लिहिणे तसे म्हटले तर सोपे असते. कारण त्या लेखकाला सर्वसामान्य बंधनाखेरीज इतर बंधने नसतात. परंतु वार्तापटासाठी बातम्या लिहिणाऱ्या वृत्तलेखकाला काही खास बंधने (पथ्ये) पाळावी लागतात. ती बंधने मुख्यतः दोन आहेत. (१) पहिले बंधन म्हणजे वार्तापटाच्या लांबीचे आणि (२) दुसरे बंधन असते ते लेखन पद्धतीचे. वार्तापट निर्मितीच्या अवस्थेत प्रथम ठराविक घटनेचे फिल्म्सच्या माध्यमाने चित्रीकरण होते. त्या फिल्मवर रासायनिक संस्कार होतात. मग ते ते चित्रफिल्मवरील दृश्यांचे तुकडे संकलनकार निवडून काढून संगतवार व क्रमवार जोडून एक सलग वार्तापट तयार करतो. फिल्म ठेवण्याचा जो टिनचा डबा असतो, त्यात एक रील म्हणजे सुमारे १००० फूट लांबीची फिल्म राहते. म्हणून हाताळण्याच्या व प्रदर्शनाच्या सोयीसाठी सर्वसामान्यपणे १००० फूटापेक्षा कमी लांबीचाच वार्तापट तयार केला जातो. काही खास कारणास्तव कधी कधी जरूरीप्रमाणे त्याहीपेक्षा अधिक लांबीचा वार्तापट तयार

करण्यात येतो, परंतु तो अपवाद. हजार फूट लांबीच्या वार्तापटात एकच घटना असते असे नाही. अनेक घटनांची दृश्ये असतात. म्हणून वार्तापटाचे निवेदन (भाष्य) लिहिताना त्या त्या वृत्तदृश्यांची लांबी लक्षात घ्यावी लागते. उगीच अघळपघळ बातमी लिहून चालत नाही. लिहिलेली बातमी निवेदकाला बोलायला किती वेळ लागेल व त्या वेळेत त्या वृत्ताची संपूर्ण माहिती सांगून होईल का, याचा विचार वृत्तपटासाठी बातमी लिहिणाऱ्याला करावा लागतो. म्हणूनच ते खास वृत्तलेखन असते.

फिल्मची लांबी आणि शब्द

फिल्मच्या किती लांबीत किती शब्द असावेत, यासंबंधीचा एक सर्वसामान्य ढोबळ नियम आहे. तो असा की, दीड फूट लांबीत दोन शब्द, असे प्रमाण असावे. फिल्मची गती दर मिनिटाला ९० फूट असते. याचा अर्थ असा की, एका मिनिटासाठी १२० किंवा जास्तीत जास्त सुमारे १३० शब्द लिहावेत. एका रीलमध्ये ९०० फूट फिल्म असते असे मानले, तर त्यासाठी लागणाऱ्या १० मिनिटात १३०० शब्द बसतात असे ठरते. वार्तापटासाठी बातमी लिहिताना चित्रलांबी व भाषणगती या दोन्ही गोष्टींचा मेळ बसवावा लागतो. हे झाले पहिले बंधन. दुसरे बंधन जे लेखन विषयक असते, ते तिहेरी असते. ते असेः (१) वार्तापटासाठी करायचे वृत्तलेखन हे बोलण्यासाठी (ऐकण्यासाठी) करायचे असते, वाचण्यासाठी नव्हे. म्हणून ते बोलण्याच्या (सांगण्याच्या) पद्धतीनेच लिहावे लागते, (२) वार्तापटाचे वृत्तलेखन शक्य तितके सोपे व सरळ असावे. सर्वसामान्य प्रेक्षकाला (श्रोत्याला) सहज समजेल असे असले पाहिजे (३) त्यात स, सा, सी, सू अशा अक्षरांनी सुरुवात होणाऱ्या शब्दांचा उपयोग करू नये. कारण तशा अक्षरांचे उच्चार माईकच्या प्रकृतीला मानवत नाहीत. तशाने 'सससस' चा आवाज निर्माण होतो व श्रवणक्रियेत अस्पष्टपणा निर्माण होतो. म्हणूनच ' साती समुद्र शोधले तर सगळीकडे संपत्तीच संपत्ती साचलेली

सापडेल.' अशा सकारी अनुप्रासात्मक वाक्यांचा उपयोग करू नये. त्याचप्रमाणे 'फ' 'ठ' 'ढ' ही अक्षरे शब्दाच्या सुरुवातीला नसावीत. सारांश बोलणाऱ्याच्या व्यावहारिक अडचणी लक्षात घेऊन वार्तापटाचे लेखन करावे. वार्तापट ही यांत्रिक उपकरणांच्या साह्याने संपन्न होणारी गोष्ट आहे, हे विसरू नये.

आकाशवाणी आणि दूरदर्शन

आकाशवाणी आणि दूरदर्शन यांसाठी वृत्तलेखन करणाऱ्यांना, वार्तापटासाठी वृत्तलेखन करणाऱ्याने पाळावयाचे क्र. २ चे बंधन पाळले कीं झाले. त्यांना त्या मानाने बरेच स्वातंत्र्य असते. फक्त सरकारी धोरण आणि कार्यालयीन निर्बंध लक्षात ठेवले कीं खूप झाले.

आकाशवाणीवरून व दूरदर्शनवरून बातम्या सांगणाऱ्या व्यक्तीला त्या बातम्या वाचल्या जाताहेत असें ऐकणाऱ्यांना वाटता कामा नये, एवढेच मुख्य बंधन पाळावे लागते. त्या बातम्या सांगायच्या असतात, वाचायच्या नसतात. वृत्तपत्रांच्या बातम्या वाचण्यासाठी लिहिलेल्या असतात.

महाराष्ट्र सरकारचे वार्तापट

महाराष्ट्र सरकारच्या माहितीखात्यामार्फत जे माहितीपट तयार होतात, त्यासाठी करावयाच्या वृत्तलेखनाची कार्यपद्धती विशिष्ट प्रकारची असते. सर्वसामान्य पद्धतीने प्रथम निवडक वृत्तदृश्यांचा चित्रपट तयार होतो. त्यावरून त्यांतील घटनांच्या दृश्यांची लांबी, वर्णन इत्यादि गोष्टींची एक यादी बनविली जाते. त्या यादीला 'डोपशीट' म्हणतात. ते डोपशीट संकलनकार तयार करतो व तो तें वार्तापटाचे निवेदन लिहिणाऱ्या लेखकाला देतो. लेखक मग चित्रखंडाची (शॉटची) लांबी व वर्णन लक्षात घेऊन मराठी निवेदन लिहितो. संबंधित अधिकाऱ्याला पसंत पडलेल्या त्या मराठी निवेदनाचे हिंदीत भाषांतर करण्यात येते. (महाराष्ट्र सरकारच्या अनेक वार्तापटांसाठीं आणि माहितीपटासाठी प्रस्तुत लेखकाने मराठी वृत्तलेखन व निवेदन केलेले आहे.)

फिल्म्स डिव्हिजनच्या कार्यपद्धतीप्रमाणे कच्चा वार्तापट तयार झाला की प्रथम इंग्रजी निवेदन लिहिले जाते आणि त्या आधारे इतर भाषांचे लेखक आपापल्या भाषेत त्याचे भाषांतर करतात. भाषांतर करणे ही स्वतंत्र कला आहे. त्यासंबंधानें जरूर ती माहिती इतरत्र देण्यात आलेली आहे.

सोळा मि. मि. फिल्म

वरील विवेचन ३५ मि. मि. रुंदीच्या फिल्मसंबंधाने झाले. पुष्कळदा १६ मि. मि. रुंदीच्या फिल्मसाठीही वृत्तलेखन करावे लागते. अशावेळी १६ मि. मि. जातीच्या चित्रपटाची विशिष्ट गती लक्षात घेणे आवश्यक असते. ३५ मि. मि. फिल्मची गती जशी मिनिटाला ९० फूट असते, त्याचप्रमाणे १६ मि. मि. जातीच्या फिल्मची गती दर मिनिटाला ३६ फूट असते. मात्र दर मिनिटातील शब्दसंख्येत फरक पडत नाही. १६ मि. मि. च्या ३६ फूट लांबीत १३० शब्दच असावेत.

आधुनिक पत्रकारिताशास्त्रात वरील प्रकारच्या खास वृत्तलेखनाचा समावेश होत असल्याने या प्रकरणात ती माहिती दिली. ज्या पत्रकारांना बातम्या सांगण्या (बोलण्या) संबंधाने माहिती हवी असेल, त्यांच्यासाठी संक्षिप्त माहिती याच प्रकारणात देतो.

वृत्तनिवेदन (सांगणे–बोलणे)

वार्तापटासाठी, आकाशवाणीवरून व दूरदर्शनवरून बातम्या सांगण्यात त्या त्या प्रकाराप्रमाणे काही किरकोळ अंगभूत फरक असले, तरी बोलण्याच्या पद्धतीसंबंधाने सर्वसामान्य नियम सारखेच असतात. वार्तापटाच्या बातम्या खास लेखकाने लिहिल्यानंतर त्या बातम्यांचे ध्वनिलेखन होण्यापूर्वी बोलणाऱ्याने प्रथम त्या बातम्या मुव्हिओला नावाच्या यांत्रिक उपकरणावर किंवा छोट्या खास चित्रपटप्रदर्शनगृहातील पडद्यावर वृत्तपट पाहून ज्या बातम्या बोलायच्या असतील त्या वार्तापटातील त्या त्या दृश्याबरोबर वाचून पाहाव्या. एखादी बातमी दृश्याच्या फिल्मपेक्षा वाढत असलेली आढळली, तर त्या बातमीतील जरूर तेवढे शब्द

लेखकाकडून कमी करवून घ्यावे; मात्र अशी काटछाट केल्यानंतर अर्थहानी अगर अर्थविकृती होणार नाही अशी खबरदारी घ्यावी. अशा रीतीने प्राथमिक तयारी झाल्यानंतरच वृत्तनिवेदकाने माइकच्या समोर बोलायला बसावे. मात्र बातमी बोलणे (सांगणे) म्हणजे माईक समोर बसून बातमीतले शब्द रुक्षपणे वाचणे नव्हे. वृत्तनिवेदन बोलण्याविषयी काही प्राथमिक नियम आहेत, ते वृत्तनिवेदकाने लक्षात ठेवले पाहिजेत. काही महत्वाचे नियम असे :—

(१) आवाज लहरीनी वाहात जातो. म्हणून पहिल्या ध्वनिलहरी पूर्णपणे श्रोत्या–प्रेक्षकांच्या कानावर गेल्याखेरीज दुसऱ्या ध्वनिलहरी निर्माण करू नये. म्हणजे बातमीचा एक एक शब्द श्रोत्या–प्रेक्षकांना कळेल अशा रीतीनेच उच्चारावा. ध्वनिलहरी अभंग ठेवण्याचा प्रयत्न करावा. प्रत्येक शब्दोच्चार अलग अलग, स्वच्छ, स्पष्ट, ठसठशीत आणि मोकळा असावा. उच्चारांची भेसळ अगर गचडीगर्दी करू नये. मात्र वर्गात गुरुजी विद्यार्थ्यांना शुद्धलेखन घालतात तशा पद्धतीने बोलूं नये.

(२) कोणता शब्द कसा उच्चारायचा, केव्हा कधी जलद अगर संथपणे बोलायचा आणि कोणत्या शब्दावर केव्हा जोर द्यायचा, त्याचप्रमाणे कोणते वाक्य कुठे तोडायचे व परत ते कसे नि आवाजाच्या कोणत्या पातळीवर सुरू करायचे आणि कसे संपवायचे ते आधीच नीट ठरवून ठेवावे. त्यासाठी सूचना म्हणून जरूर तिथे आधीच खुणा करून ठेवाव्या.

(३) पुष्कळदा 'आणि' 'पण' 'परंतु' असले छोटे छोटे शब्द आणि कांही कांही क्रियापदे, विशेषतः वाक्याच्या शेवटचे शब्द निष्काळजीपणाने चांगले स्पष्ट उच्चारले जात नाहीत. ते तोंडातल्या तोंडातच रहातात. त्यामुळे श्रोत्यांना मागच्या पुढच्या भाषणाचा अर्थबोध व्हायला व संबंध कळायला अडचण पडते. म्हणून लहान शब्द उच्चारतानाही फार खबरदारी घ्यावी. मात्र त्यामुळे बोलण्यात कृतिमपणा येऊ देऊ नये.

(४) बातम्या लिहिलेला कागद फार मोठा किंवा फार लहान नसावा. कागद उभा लांबट, उदाहरणार्थ फुलस्केप आकाराचा असला, तर वाचता वाचता मान खाली खाली होत जाते आणि त्यामुळे तोंड माईकच्या सरळ रेषेपासून ढळते. अर्थात् तशाने ध्वनिलेखनक्रियेवर अनिष्ट परिणाम होतो आणि आवाजात अस्पष्टपणा येतो. म्हणून तोंड माईकसमोरच सरळ रेषेत स्थिर ठेवावे. स्थिती बदलू नये. पान बदलताना कागदाचा आवाज होऊं नये.

(५) बातम्या वाचताना आवाजाची पातळी समान ठेवावी. बोलण्याची गती व आवाजाची पातळी बोलण्याच्या ओघात उगीच कमी-अधिक अगर वर खाली न करण्याची सवय लावून घ्यावी.

बातम्या मग त्या वार्तापटासाठी बोलायच्या असोत अगर आकाशवाणीवरून किंवा दूरदर्शनवरून सांगायच्या असोत, त्या सांघू इच्छिणाऱ्या व्यक्तीला एका विशिष्ट जातीचा आवाज असावा लागतो. तसा आवाज असणें ही एक निसर्गाची देणगी असते. परंतु तशा केवळ नैसर्गिक देणगीने भागत नाही. बातम्या बोलणाऱ्या सांगणाऱ्या व्यक्तीने आवाज कमवला पाहिजे आणि त्यासाठी खास परिश्रमपूर्वक अभ्यास केला पाहिजे.

वार्तापट, जाहिरातपट, शैक्षणिक चित्रपट, माहितीपट यासाठी बातम्या बोलताना किंचित् वेगवेगळी भाषणपद्धती अंगिकारावी लागते. अनुभवाने ते साधते. वार्तापटाच्या बातम्या बोलणारी व्यक्ती आणि आकाशवाणीवरून बातम्या सांगणारी व्यक्ती प्रेक्षकांना किंवा श्रोत्यांना दिसत नसते. म्हणून तिच्या रंगरूपाला महत्व नसते. परंतु दूरदर्शनवरून बातम्या सांगणारी व्यक्ती थोडीतरी प्रेक्षणीय आणि प्रसन्न चेहऱ्याची असणे अपरिहार्य असते. असो.

या प्रकरणात खास वृत्तलेखन व निवेदन या संबंधीच्या मी माझ्या अनुभवसिद्ध सूचना दिलेल्या आहेत. त्या त्या प्रकारचे लेखन व भाषण करूं इच्छिणाऱ्या पत्रकार बंधुभगिनींना त्या खात्रीने उपयुक्त ठरतील!

: ७ :

लेख, अग्रलेख कसा लिहावा

नियतकालिकासाठी संपादकीय मजकूर अगर लेख लिहिणे ही एक कलाच आहे. पत्रकारितेचा अभ्यास करणाऱ्याला संपादक होण्याची महत्वाकांक्षा असणे अगदी स्वाभाविक आहे. अग्रलेख लिहिणे हे संपादकाचे विशेषतः दैनिकाच्या संपादकाचे एक क्रमप्राप्त कर्तव्य असल्यामुळे, अग्रलेख कसा लिहावा यासंबंधी पत्रकारिता शिकणाऱ्यांसाठी जरुरीपुरते विवेचन या प्रकरणात करावयाचे आहे.

अग्रलेखाचा विषय

प्रथम अग्रलेखाच्या विषयापासून सुरुवात करूया. अग्रलेखाचा विषय कोणता असावा हे सर्वस्वी संपादकाच्या इच्छेवर अवलंबून असते. अग्रलेखाचा विषय निवडताना स्वतःची योग्यता, ज्ञान, वाचन, अनुभव आणि अभिरूची इत्यादि गोष्टी लक्षात घ्याव्या. ज्या विषयाची आपल्याला नीटशी माहिती नाही, अनुभव नाही, अभ्यास नाही, कोणी शंका काढल्याच तर त्याचे समाधान करता येणार नाही किंवा ज्या विषयाची स्वतःला गोडी नाही, असा विषय अग्रलेखासाठी निवडण्याच्या फंदात पडू नये. आपल्या दैनिकाच्या वाचकांची आवडनिवड,

पात्रापात्रता, त्यांची बौद्धिक पातळी वगैरे गोष्टी लक्षात घऊन योग्य तो विषय निवडावा. मग तो विषय राजकीय असो, सामाजिक असो अगर जीवनस्पर्शी क्षेत्रातील दुसरा कोणताही असो. दैनिकाच्या बाबतीत एखादी देशी अगर विदेशी ताजी बातमीही अग्रलेखाचा विषय होऊ शकेल!

मुद्यांचे टाचण व मांडणी

अग्रलेखाचा विषय एकदा मनाशी ठरला की त्यासंबंधाची जरूर ती माहिती मिळवावी. नवशिक्या संपादकाने नंतर त्या मुद्यांचे क्रमवार व साधार टाचण करावे. आठवत असलेल्या गोष्टींचीही परत एकदा खात्री करून घ्यावी. मुद्यांतील आपल्या विधानांच्या संबंधाने आपणच शंका काढाव्या व त्यांचे निरसन करता येईल की नाही याचा मनाशी विचार करून ठेवावा. अनुभवी संपादकाला अशा पायरीपायरीने जाण्याची गरज नसते. परंतु अननुभवी संपादकाने मात्र 'घेतले पेन आणि केले अग्रलेखलेखन सुरू' असे करू नये. सरावासरावाने पुढे तुम्ही तसे करू शकाल! परंतु प्राथमिक अवस्थेत असणाऱ्यांनी अग्रलेख लिहिण्याच्या तंत्राप्रमाणेच वागावे हे बरे.

अग्रलेखाची रचना

अग्रलेखाचा विषय कोणताही असला तरी त्याची रचना जर तंत्रशुद्ध असली, तर तो अग्रलेख वाचकांना आवडल्याशिवाय राहाणार नाही. निदान त्या अग्रलेखाला कोणी नाके तरी मुरडणार नाहीत. कदाचित् झालीच तर मतभिन्नता होईल एवढेच! म्हणून अग्रलेखाची रचना निबंधलेखनाच्या जुन्या तंत्राप्रमाणे (१) विषयाची तोंडओळख, (२) विषयाचा विस्तार आणि (३) समारोप या पद्धतीने करावी. म्हणजे विषयाच्या मांडणीत ठिसूळपणा राहाणार नाही. अग्रलेख बांधेसूद व तर्कशुद्ध होईल! एखादा वकील जसा न्यायाधिशासमोर आपल्या अशिलाची बाजू मांडतो, त्याचप्रमाणे संपादकाने अग्रलेखात आपल्या विषया-

बद्दलची बाजू साधार व शक्य असल्यास सोदाहरण मांडावी आणि अग्रलेखात मांडलेले मुद्दे कसे खरे व बळकट आहेत ते पटवून देण्याचा प्रयत्न करावा. अग्रलेखाच्या प्रारंभी विषयाची प्राथमिक माहिती द्यावी. विषयविस्तार करताना आपणच आपल्या मुद्यांबद्दल आक्षेप घ्यावे व त्या आक्षेपांचे खंडन करून आपल्या विधानांचे समर्थन करावे. त्यामुळे तुमचा अग्रलेख निःपक्षपातीपणाने लिहिलेला आहे असे वाचकांना वाटेल आणि त्यांचा कौल तुमच्याच बाजूने लागेल. वाचकांचे मत अनुकूल बनविणे व आपले मुद्दे त्यांना पटविणे, हे अग्रलेखाचे साध्यच असावे लागते.

अग्रलेखाचा मथळा (शीर्षक)

अग्रलेखाला मथळा कसा द्यावा याचाही विचार झाला पाहिजे. त्यासंबंधानें ठरलेला नियम नाही परंतु कांही खुब्यामात्र आहेत. (१) पहिली खुबी ही की, अग्रलेखाचे शीर्षक कमीत कमी अक्षरांचे तरीही अर्थपूर्ण असावे. (२) त्यात वाचकांचे कुतुहल जागृत करण्याचे सामर्थ्य असावे. (३) पोरकट, असभ्य, अश्लील अशा प्रकारात मोडेल अशी शब्दयोजना नसावी. (४) मथळ्यात गंभीरपणा व भारदस्तपणा असावा. आणि (५) अग्रलेखात जे सांगितलेले किंवा विवेचन केलेले असेल, ते मथळ्याने स्पष्टपणें अगर अस्पष्टपणे सूचित व्हावे. बातम्यांना मथळे देण्यासाठी ज्या सूचना यापूर्वीच दिलेल्या आहेत त्यांचाही इथे उपयोग व्हावा. वरील खुब्यांप्रमाणे अग्रलेखाला शीर्षक दिले तर अग्रलेखाचे अर्धे यश पदरात पडले म्हणून समजावे.

काही संपादक अग्रलेखाचे शीर्षक आधीच ठरवतात आणि त्या अनुरोधाने नंतर अग्रलेख लिहितात. परंतु काही संपादकांची रीत वेगळी असते. आधीच मथळा निश्चित केला तर अग्रलेख लिहिण्याच्या ओघात पुढे वेगळीच कलाटणी मिळते आणि मग आधी ठरविलेला मथळा अग्रलेखाच्या एकंदर स्वरूपाशी जुळेनासा होतो. म्हणून आधी अग्रलेख

लिहून तो पुरा झाल्यानंतरच ते त्याला साजेल शोभेल असा मथळा देतात.

अग्रलेख आणि लालित्य

वर्तमानपत्रांचे अग्रलेख हे दैनंदिन रामरगाड्याच्या घाईगर्दीत लिहावे लागतात. त्यामुळे तशा झटपट लेखनात लालित्यादी साहित्यगुणांची अपेक्षा करणे योग्य ठरणार नाही. तरीही कधीकधी वाळवंटात हिरवळ सापडल्यासारखी उदाहरणे सापडतात. काहीकाही संपादकांच्या अग्रलेखात एखादे वेळी अभिजात साहित्याची लक्षणे दिसून येतात. अर्थात् तसे अग्रलेख लिहिणारा संपादकही तसाच बुद्धिमान, रसिक आणि प्रतिभासंपन्न असतो! या संदर्भात मला 'लोकसत्ता' दैनिकात एकदा प्रसिद्ध झालेला अग्रलेख अजूनही आठवतो. त्या अग्रलेखाचे शीर्षक होते 'गाळून घ्या उकळून घ्या!' वास्तविक मुंबई महानगरपालिकेने नागरिकांना उद्देशून पिण्याचे पाणी शुद्ध करण्यासाठी ते 'गाळून घ्या उकळून घ्या' असे आवाहन केले होते. परंतु त्या आवाहनाने संपादकाची प्रतिभा जागृत होऊन त्यानी त्या आवाहनातील व्यावहारिक ध्वनीचा आणि व्यंजकतेचा उत्तम उपयोग करून घेतला आणि एक कल्पनापूर्ण श्लेषयुक्त सुंदर अग्रलेख लिहिला. रविवारच्या 'लोकसत्ता' मधील लेख वाचनीय असतात. नियतकालिकांचे काही संपादकीय लेखही कित्येकदा साहित्यगुणांनी नटलेले आढळतात, परंतु असे अग्रलेख अपवादादाखलच दाखवता येतील! बहुसंख्य दैनिके राजकारण या विषयातच अधिक रस घेणारी असतात. अर्थात तशा रुक्ष विषयात कसले साहित्य असणार कपाळाचे? असलाच तर त्यात थोडा विनोद, उपरोध आणि थोडे चिमटे! परंतु त्यासाठी त्या संपादकाला मात्र दोष देण्यात अर्थ नाही. कारण आपल्या दैनिकाचे गंभीर स्वरूप आणि कडक ध्येयधोरण संभाळण्यासाठी त्या विशिष्ट संपादकाला धडपड करणे भागच असते. अर्थात् त्याच्या अग्रलेखात रुक्षपणा आणि खडबडितपणा आला तर ते क्षम्यच म्हटले पाहिजे. अग्रलेख किती

लांबीचा लिहावा याबद्दल संपादकाने स्वतःच्या लेखणीला मर्यादा घालून द्यायची असते.

प्रत्यक्ष अग्रलेख लेखन

अग्रलेखाचा मथळा लिहिला की त्याच्याखाली एखादे सुभाषित, म्हण, काव्यपंक्ती, एखाद्या थोर व्यक्तीचे बोल वगैरे काही उद्धृत करण्याची जुन्या काळातील काही संपादकांची एक प्रथा होती. मात्र अग्रलेखात व्यक्त केलेल्या मताशी त्या त्या अवतरणाचा संबंध असावा लागतो हे त्यांना ठाऊक असे.

हल्लीच्या वृत्तपत्रांतील अग्रलेख आपापल्यापरीने विचारपूर्ण असतात, परंतु त्यांना वरीलप्रमाणे सूचक असे एखादे अवतरण असतेच असे नाही. मात्र पुष्कळदा अपवाद आढळतात. त्याचे एक उदाहरण म्हणून 'महाराष्ट्र टाइम्स'च्या ता. २ सप्टेंबर १९८१ च्या अंकातील अग्रलेख पाहावा. त्या अग्रलेखाच्या मथळ्याखाली उमरखय्यामच्या काव्यपंक्तींच्या इंग्रजी भाषांतरातील आठ निवडक ओळी दिलेल्या होत्या, आणि त्यानंतर खाली अग्रलेख दिलेला होता. अवतरण देण्याची प्रथा आधुनिक काळातील दैनिकांतही कधी कधी दिसून येते, हेच यावरून सिद्ध होते. त्या अग्रलेखात संपादकाने कोणते विचार मांडले याच्याशी आपल्याला काही कर्तव्य नाही. अग्रलेखाच्या शीर्षभागी अवतरण कसे दिले जाते याचा ताजा नमुना म्हणूनच केवळ त्या अग्रलेखाचा येथे संदर्भ दिला आहे.

प्रारंभ

अग्रलेखाचा प्रारंभ चटकदार करावा. त्यासाठी वाचकांना आपण काहीतरी नवीनच गोष्ट सांगणार आहोत, असा आविर्भाव आणून वाचकांचे मन आपल्या लेखांत गुंतून राहील अशी युक्ती योजून अग्रलेखाला प्रारंभ करावा; किंवा वाचकांना एखादा कूट प्रश्न विचारून आपण आता त्याचे उत्तर देणार आहो असे सूचित करावे. मात्र अशा

तऱ्हेची सुरुवात केल्यानंतर पुढील मजकुराने वाचकांची निराशा होणार नाही अशी खबरदारी घ्यावी लागते. वाचकांची उत्कंठा वाढत गेली पाहिजे.

विषयविस्तार

यानंतरचा मुद्दा म्हणजे विषयविस्तार. अग्रलेखात हाच काय तो मुख्य व महत्वाचा भाग असतो. यांत विषयाचे सांगोपांग विवेचन, विरुद्ध मताचे खंडन आणि स्वमत प्रतिपादन करावे. (१) विषयाचे विवेचन अगदी सुबोध आणि सरळ करावे. जरूर असेल तिथे नेहमीच्या परिचयाचे दृष्टांत द्यावे. (२) अपरिहार्य कारणाशिवाय मूळ सूत्र सोडून विषयांतर करू नये. (३) विवेचनात विसंगती असू नये. (४) स्वमताच्या विरुद्ध इतरांकडून घेतले जाण्यासारखे जे संभाव्य आक्षेप असतील ते सगळे आपणच घ्यावेत आणि त्यांना तर्कशुद्ध उत्तर देण्याचा प्रयत्न करावा. (५) प्रतिपक्षाची बाजू आपणच जोरदारपणे मांडावी आणि क्रमवार तिचे खंडन करीत जावे. (६) विषय शास्त्रीय किंवा तांत्रिक असेल तर त्याचे विवेचन शास्त्रीय व तर्कनिष्ठ पद्धतीने करावे. त्यासाठी जरूर तर तज्ज्ञाकडून आधी माहिती मिळवावी, (७) विषय भावनात्मक असेल तेव्हा दुसऱ्यांच्या भावना दुखवणार नाहीत अशी काळजी घ्यावी. विशेषतः धार्मिक बाबीचा संबंध असेल तेव्हा ही सूचना अगत्याने लक्षात ठेवावी. (८) विवेचनाच्या ओघात खंडन-मंडन करताना कोणाच्याही खाजगी गोष्टींचा किंवा वैयक्तिक चारित्र्याचा अकारण संबंध आणू नये. इतक्या गोष्टी लक्षात घेऊन लिहिलेला अग्रलेख वाचकांना कां आवडणार नाही? विषयविस्तार झाल्यानंतर समारोप करायचा असतो.

समारोप

अग्रलेखाचा शेवटचा भाग म्हणजे समारोप! यांत सबंध अग्रलेखाचे तात्पर्य थोडक्यात द्यावे. हा भाग शेवटचा असल्यामुळे तो जेवढा

परिणामकारक होईल तेवढा करावा. म्हणजे वाचकांच्या मनावर तुमची छाप बसेल!

अग्रलेखात जेव्हा एखाद्या पक्षावर, संस्थेवर अगर व्यक्तीवर टीका करणे भागच असेल तेव्हा लोकहितासाठी ती टीका करतांना आपल्यावर कोणत्याही प्रकारचा दोषारोप होऊ नये म्हणून जे काही म्हणायचे असेल ते म्हणून झाल्यावर 'आम्ही या बाबतीत वरीलप्रमाणे जी विधाने केली ती खोटी आहेत काय?' किंवा 'असे म्हटल्यास ते गैर ठरेल काय?' अशा तऱ्हेचा प्रश्न विचारून मोकळे व्हावे. ही संपादकीय युक्ती आहे. ऋषितुल्य पत्रकार कै. कृष्णाजी प्रभाकर तथा काकासाहेब खाडिलकर यांचे 'नवाकाळ' मधील अग्रलेख या संदर्भात अवश्य अभ्यासावे, म्हणजे माझ्या म्हणण्यातील गोम नवीन पत्रकारांच्या लक्षात येईल! त्यांच्या बहुतेक अग्रलेखाचा शेवट प्रश्नचिन्हांकित कां असे, याचा संपादक होऊ इच्छिणाऱ्यांनी मुद्दाम अभ्यास करावा. त्याचप्रमाणे अग्रलेख परिणामकारक लिहिता यावेत अशी इच्छा असणाऱ्यांनी लोकमान्य टिळक यांचे केसरीतील लेख, अ. ब. कोल्हटकर यांचे 'संदेश'मधील लेख, शिवराम महादेव परांजपे यांचे लेख, युक्तिवादपूर्ण असलेले 'सुधारक'मधील आगरकर यांचे लेख, न. चिं. केळकर यांचे लेख, म. फुले यांचे लेख, आचार्य अत्रे यांचे 'मराठा'मधील टोलेजंग लेख, काकासाहेब लिमये यांचे 'ज्ञानप्रकाश' मधील लेख आणि प्रबोधनकार के. सी. ठाकरे, मुंबई सकाळमधील माधवराव गडकरी यांचे लेख अवश्य नजरेखाली घालावे.

अग्रलेखाची भाषा व लेखनशैली कशी असावी, यासंबंधाने थोडे विवेचन याच प्रकरणात करणे भाग आहे.

भाषा व लेखन शैली

विचारांचे वाहन म्हणजे भाषा—शब्द! ज्या पत्रकाराला आपले विचार दुसऱ्याला पूर्णपणे कळावे असे वाटत असेल, त्याचेकडे ते विचार स्पष्टपणे व्यक्त करता येण्याइतका शब्दसंग्रह असला पाहिजे.

त्याचप्रमाणे (१) अभिधा (२) लक्षणा आणि (३) व्यंजना या तिन्ही शब्दार्थांचे ज्ञानही असले पाहिजे, आणि लिहितांना त्या गुणांचा उपयोग करता आला पाहिजे. शब्द हे एक शस्त्र आहे. त्याचा विधायक व विनाशय असा दोन्ही प्रकाराने उपयोग करता येतो.

अभिधार्थ म्हणजे शब्दाचा सरळ अर्थ आणि लक्षणार्थ म्हणजे सरळ अर्थाहून वेगळा अर्थ. व्यंजनार्थ म्हणजे त्या शब्दाच्या पोटात दडलेला काही विशेष अर्थ. सरळ अर्थाच्या ऐवजी त्यासारख्याच परंतु जास्त चटकदार व खोचक अर्थ व्यक्त करण्याची शक्ती म्हणजेच व्यंजकता होय. अशा अर्थांच्या शब्दांचा उपयोग करून नटवलेली भाषा वाचकांच्या मनावर मोहिनी घालू शकते. मात्र शाब्दिक आतषबाजीत औचित्याकडे दुर्लक्ष करू नये. एखाद्या शब्दाचा व्युत्पत्तिशास्त्र दृष्ट्या अर्थ व रूढ अर्थ वेगवेगळा असला, तर अशावेळी शब्दाचा लोकपरिचित रूढार्थच वापरावा हे बरे. भाषेत (१) प्रसाद (२) ओज आणि (३) लालित्य हे गुण असावेत.

लेखनशैली ही व्यक्तिनिष्ठ असते. ती जाणवते, कळते, परंतु तिची काटेकोर व्याख्या करता येत नाही. प्रत्येक पत्रकाराची लिहिण्याची एक विशिष्ट धाटणी किंवा पद्धती असते, तीच त्याची लेखनशैली असते असे मोघम म्हणता येईल. हरि नारायण आपटे आणि ना. सी. फडके हे दोघेही कादंबरीकारच. परंतु त्या दोघांचीही लेखनशैली वेगवेगळी होती. भाषाशैलीला भाषासौंदर्य असे दुसरे नाव दिले तर ते अयोग्य ठरू नये. शब्दमाधुर्य, कोमलता, अर्थव्यंजकता आणि वाक्यांचा अखंड प्रवाह इत्यादि गुणांनी भाषाशैली प्राप्त होते. त्या सर्व गुणांना मिळून 'लालित्य' असे म्हणतात. यापेक्षा या विषयाच्या खोलात शिरणे म्हणजे प्रत्यक्ष भाषाशास्त्राचाच विषय हाताळणे होय. तो एक स्वतंत्र आणि विशाल विषय आहे, तरीही पत्रकारितेशी संबंधित असलेल्या मुद्यांपुरतीच इथे चर्चा केली. यापेक्षा अधिक विवेचन केल्यास ते विषयांतर ठरेल. म्हणून हे प्रकरण येथेच संपवून पुढील प्रकरणात टीकालेखाचा विचार करू.

★

: ८ :

टीकालेख, परीक्षणे, स्तंभलेखन, वृत्त-पत्रलेखक

पत्रकारांना पुष्कळदा काही स्फुटे लिहावी लागतात. स्फुटलेखन म्हणजे एखाद्या विशिष्ट विषयासंबंधी मर्यादित स्वरूपाचा एक लघुलेखच असतो. त्यांत मतप्रदर्शन असते. अशी स्फुटे लिहितांना कधी कधी टीकालेखही लिहिण्याचे प्रसंग येतात. म्हणून आधी—

टीका म्हणजे काय व ती कशी लिहावी ?

यासंबंधाने प्रत्येक पत्रकाराला पूर्ण कल्पना असली पाहिजे. त्यासाठी अधीं टीका म्हणजे काय ते पाहू. टीका या शब्दाचा Criticism हा पर्यायी इंग्रजी शब्द 'Krinein' या ग्रीक धातूपासून निर्माण झालेला आहे. आणि त्या धातूचा अर्थ निर्णय देणे (to judge) असा आहे. 'In its strict sence the word criticism means judgement' असे "An Introduction to the study of literature" या ग्रंथात W. H. Hudson यानेही म्हटलेले आहे.

टीका करणे म्हणजे टीकाविषयीच्या योग्यतेविषयी निर्णय देणे ही व्याख्या अनेक विचारवंतांना मान्य आहे. परंतु प्रचारात मात्र टीका या शब्दाला विकृत अर्थ आलेला दिसतो. कारण टिकेसाठी समोर असलेल्या लेखावर, ग्रंथावर किंवा व्यक्तीवर तुटून पडणे आणि तसे करतांना त्यातील दोषच शोधून काढणे किंवा त्या व्यक्तीला धारेवर धरणे

एवढाच टीकेचा रूढार्थ होऊन बसला आहे ! वास्तविक टीका म्हणजे परीक्षण नव्हे आणि दोषदर्शन किंवा निंदा तर नव्हेच नव्हे. त्याचप्रमाणे टीका म्हणजे उपहास नव्हे, खाजगी द्वेषाचा सूड उगविणे नव्हे किंवा दुसऱ्याला मूर्ख ठरवून स्वतःच्या ज्ञानाची जाहिरात करणेही नव्हे. टीका ही सत्हेतूपूर्वक आणि सहृदयेतून निर्माण झालेली असावी. टीकेत दोषदर्शन असावे तसे गुणग्रहण आणि मार्गदर्शनही असावे. ती मुद्देसूद आणि व्यापक स्वरूपाची असावी. टीकालेखन हीसुद्धा कलाच आहे. विषारी टीकेला आपल्या दैनिकात किंवा नियतकालिकात स्थानच देऊ नये म्हणजे तशी कुत्सीत टीका करण्याच्या प्रवृत्तीला आपोआपच आळा बसेल. टीका नेहमीच निःपक्षपाती आणि समतोल असावी. ती पूर्वग्रह-दूषित भावनेने लिहिलेली नसावी.

टिकेचे प्रकार

टिकेचे अनेक प्रकार आहेत. त्यांत (१) निर्णायक टीका, (२) रचनात्मक टीका, (३) संस्कारवादी टीका (४) आस्वादक टीका आणि (५) शास्त्रीय टीका हे मुख्य प्रकार जाहेत. टीकाशास्त्र हे आदर्श-वादी शास्त्र असून ते अवैकल्पिक शास्त्र नाही हे पत्रकाराने लक्षात घेतले पाहिजे. त्यातील सिद्धांत हे गणितशास्त्राच्या सिद्धांताप्रमाणे अबाधित नसतात. निर्णायक टीका आणि आस्वादक टीका हे प्रकार परस्परपूरक घटक आहेत असे म्हणायला हरकत नसावी. यापेक्षा अधिक विवेचन न करता टीकाकार कसा असावा अगर कसा नसावा ते पाहू.

टीकाकार कसा नसावा

टीकाकार कसा नसावा हे कळले की, तो कसा असावा हे आपोआपच कळेल. म्हणून टीकाकार कसा नसावा हेच येथे सांगतो. (१) टीकाकार छिद्रान्वेषी नसावा. (२) विचारांचा संकुचितपणा व मनाचा कोतेपणा यांना थोरा देणारा नसावा. (३) पांडित्याचा टेंभा मिरवणारा नसवा. (४) सत्य गोष्ट मुद्दाम दडवून असत्याचा गवगवा करणारा नसावा.

(५) नाविन्याला उगीच नावे ठेवून त्याचा अनादर करणारा नसावा. (६) सर्व मुद्दे संपले तरीही हट्टाने वितंडवाद घालीत बसणारा नसावा. (७) निःस्पृहपणा आणि स्पष्टवक्तेपणा म्हणजे फटकळपणा आणि शिवराळपणा असे समजणारा नसावा. (८) टीकेच्या निमित्ताने कोणाच्या खाजगी जीवनांतील ज्ञातअज्ञात, खऱ्या-खोट्या गोष्टी उकरून काढून कोणालाही हिनवणारा नसावा. ही काही पथ्ये पाळून जो पत्रकार कोणत्याही प्रकारची टीका लिहील ती उत्तम टीका होय.

पत्रकारितेच्या व्यवसायात पत्रकाराचा पुष्कळदा वाङ्मयीन टीकेशी संबंध येतो. विशेषतः पुस्तकांचे परीक्षण लिहिताना कित्येक अहंमन्य पत्रकारांच्या अंगात एक आगळेच वारे संचारते! म्हणून वाङ्मयीन टीकेसंबंधी थोडे लिहिणे भाग आहे.

वाङ्मयीन टीका आणि ग्रंथ परीक्षण

विचार करण्याच्या शास्त्रीय पद्धतीला अनुसरून काही निश्चित तत्त्वांच्या आधारे वाङ्मयाचे विवेकपूर्ण विश्लेषण करण्याची शक्ती म्हणजे वाङ्मयीन टीका असे प्रा. रा. शं. वाळिंबे यांनी एके ठिकाणी म्हटलेले आहे. वाङ्मय कृतीतील सौंदर्यतत्त्वाचे आकलन करणे वाचकांना सोपे जावे म्हणून ज्या गोष्टींचे ज्ञान आवश्यक असेल त्या गोष्टी टीकाकाराने स्पष्ट करून सांगितल्या आणि त्या विशिष्ट वाङ्मय प्रकारातील उत्कृष्टत्व कशात आहे हे शोधून काढून त्या आधारे परीक्षण करावयाच्या वाङ्मयकृतीचे मूल्यमापन केले, तरच ती टीका खऱ्या अर्थी वाङ्मयीन टीका ठरेल! 'टीक्यते गम्यते ग्रन्थार्थः अनया' (जिच्या साह्याने ग्रन्थाच्या अर्थाची प्रतीति होते ती टीका) हा वाङ्मयीन टीकेचा अर्थ संस्कृत टीकाकारांना अभिप्रेत होता. परंतु अभिप्राय देण्याच्या किंवा ग्रंथपरीक्षणाच्या निमित्ताने काही काही ग्रंथपरीक्षक कसा उग्र अवतार धारण करतात ते पाहिले की, प्रा. वाळिंबे यांच्या शब्दांची आठवण येते. कारण आपपर भावाने लेखकाकडे बघून टीकाकारांची टोळी कशी असहिष्णुता व्यक्त करतो त्याचे प्रा. वाळिंबे

यांनी सडेतोड विवेचन करतांना म्हटले आहे की, "एखादा ज्ञाता मत्सरग्रस्त असला आणि नवीन लेखकाची उपेक्षा बुद्धयाच करावयाची असा त्याने चंग बांधला असला तरी तो एकाकी असल्याने फारसा धोका उत्पन्न होत नाही....परंतु टीकाकार मंडळी कळप करून राहूं लागली म्हणजे अनिवार परिस्थिती निर्माण होते—अनभिज्ञ मानवांनी 'कंपूशाही' अशी त्यांची हेटाळणी करण्याचा कितीही प्रयत्न केला तरी ते टीकाकारमात्र स्थितप्रज्ञाचा आव आणून औदासिन्य धारण करतात व विद्वत्परिषदेचेच आपण सदस्य आहोत अशा तोऱ्यात संचार करीत असतांना दिसतात."

प्रतिपक्षातील लेखकाची कलात्मक आणि शास्त्रीय पद्धतीने संभावना कशी करावी याचे जणू त्यांना बाळकडूच मिळालेले असते. पण त्यांच्यापैकी एखाद्या चिल्लर माणसाने काही लिहिले तर त्याच्याभोवती तेजोवलय निर्माण करून त्याला एखाद्या साहित्यसम्राटाच्या रांगेत नेऊन बसविण्यासाठी चढाओढ लागते. ही दुष्कृत्ये केवळ कंपूशाहीच्या जोरावरच ते पचवतात, हा प्रा. वाळिंबे यांच्या म्हणण्याचा मतितार्थ. म्हणून पत्रकारांनी ग्रंथ परीक्षणे किंवा कलानिरीक्षणे करताना वरील प्रकाराला बळी पडू नये. परीक्षण लिहितांना तेवढ्यापुरते आपण न्यायाधिश आहोत असे समजून सद्सद्विवेक बुद्धी जागृत ठेवून निर्णयात्मक रसास्वादी परीक्षण लिहावे. लेखकावर अथवा कलाकारावर अन्याय करू नये. याचा अर्थ टीकाकाराने अगर ग्रंथपरीक्षकाने दोष-दर्शन करू नये असा नव्हे. दोषदर्शन अवश्य करावे, परंतु ते करताना शत्रुबुद्धीने न करता मित्रत्वाच्या भावनेने हळुवारपणे करावे. पत्रकार व परीक्षकांनी यापासून योग्य तो बोध घ्यावा.

नाट्यलेखन परीक्षण

सर्वसाधारण ग्रंथपरीक्षण लिहिणे आणि नाटकाचे परीक्षण लिहिणे यांत सूक्ष्म परंतु महत्त्वाचा फरक असतो. नाटकात गद्य आणि संगीत असे दोन प्रकृतिभेद असतात, त्याचप्रमाणे पौराणिक, ऐतिहासिक,

सामाजिक, सुखांतिका, दुःखपर्यवसायी, विनोदी असेही नाटकाचे अनेक भेद असतात. म्हणून नाटक या साहित्य प्रकाराच्या शास्त्राची व तंत्राची माहिती असल्याशिवाय नाट्यलेखन परीक्षण लिहिण्याचे धाडस करू नये. नाटकाच्या पुस्तकाचे परीक्षण करतांना परीक्षण लेखकाने मुख्यतः खालील गोष्टी विचारात घ्याव्या.

नाट्यपुस्तक परीक्षणासाठी मुद्दे

(१) कथानक, कथापरिपोष आणि त्यातील कृतिमानता.
(२) पात्रे आणि पात्रांचा स्वभावपरिपोष.
(३) संवादलेखन, भाषा, शब्दयोजना व गतिशीलता.
(४) संगीत; पद्यरचना, शब्दलालित्य व काव्यगुण.
(५) नाटक लिहिण्यासाठी उपयोजिलेले विशेष तंत्र.
(६) नाटकातील प्रायोगिक मूल्ये.
(७) नाटक वाचून मनावर होणारा परिणाम.

नाट्यप्रयोग परीक्षण

पत्रकाराला नाट्यप्रयोग परीक्षणही लिहावे लागते. त्यासाठीच वृत्तपत्रकचेरीतील नाट्यसदर संभाळणाऱ्याला नाट्यप्रयोग करणाऱ्या संस्थेकडून खास मोफत प्रवेशपत्रिका मिळत असतात आणि फुकटात नाटक पहायला सापडते म्हणून काही पत्रकार नाटकाच्या प्रयोगाचे परीक्षण लिहिण्याची संधी मिळावी म्हणून धडपडत असतात ही वस्तुस्थिती आहे. वास्तविक नाट्यप्रयोग—परीक्षण ही एक खास बाब असते. नाट्यप्रयोग परीक्षण आणि नाट्यलेखन (पुस्तक) परीक्षण या दोन वेगवेगळ्या गोष्टी आहेत. तरीही नाट्यप्रयोगाचे मर्म न जाणणारे परीक्षक नाट्यपरीक्षण करतांना नाटकांतील कथानकाचेच परीक्षण करतात. नाट्यप्रयोग परीक्षकाने नाटक कोणी आणि कसे लिहिले आहे याचा विचार न करतां, नाटकाचा प्रयोग कसा होत आहे, याचाच विचार करून निर्णय द्यावा. नाटक बरे अगर वाईट निवडलेले असणे

ही ते नाटक करणाऱ्या नाट्यसंस्थेची जबाबदारी असते. आपला संबंध फक्त आपल्यासमोर होत असलेल्या नाट्यप्रयोगापुरताच असतो. म्हणून नाट्यप्रयोगाचे परीक्षण करतांना कोणत्या गोष्टी पत्रकाराने लक्षात ठेवाव्या ते खाली देत आहे.

नाट्यप्रयोग परीक्षणासाठी मुद्दे

(१) नाट्यप्रयोग सुरू करण्यातील वक्तशीरपणा.

(२) प्रयोगातील पात्रयोजना. (नटनटींची निवड)

(३) पात्रांचे आवाज, बोलण्याची धाटणी, शब्दोच्चार आणि शब्दांची फेक.

(४) पात्रांचा अभिनय, येणे जाणे, रंगभूमीवरील वागणूक, इतर पात्रांशी प्रतिक्रियात्मक सहकार्य.

(५) नेपथ्य, प्रकाश योजना, वेशभूषा रंगभूषा.

(६) दिग्दर्शन व संगीत दिग्दर्शन.

(७) नाट्यप्रयोगाचा उठावदारपणा व एकंदरीत परिणाम.

परीक्षक हा तेवढ्यापुरता न्यायाधिश असतो. म्हणून त्याने आपपर भाव न बाळगता, कोणावरही अन्याय न करता, न्यायनिष्ठुरपणाने आपले कर्तव्य चोख बजावले पाहिजे.

प्रस्तुत पुस्तकाच्या लखकाने अनेक नाट्यलेखन स्पर्धासाठी आणि अनेक नाट्यप्रयोग स्पर्धांसाठी अनेकदां परीक्षक म्हणून काम केलेले असून वरील सूचना अनुभवजन्य व अभ्यासजन्य आहेत.

चित्रपट परीक्षण व ललितकला समीक्षण

चित्रपटाचे परीक्षण करताना फक्त त्या चित्रपटाच्या कथानकाचेच कांहीजण परीक्षण करतात. पण ते योग्य नाही. कारण चित्रपट ही कला कथा, संवाद, गीते, छाया चित्रण, ध्वनिलेखन, अभिनय, संकलन इत्यादि अनेक कला आणि अनेकांच्या श्रमांचे फळ असते. केवळ कथानकाचे परीक्षण करून अभिप्राय दिल्याने इतरांच्या श्रमांकडे

व कौशल्याकडे दुर्लक्ष होऊन त्या त्या तंत्रविशारदाबाबत अन्याय होतो. म्हणून तसे परीक्षण लिहिणाऱ्या पत्रकाराने चित्रपट तंत्र अभ्यासून मगच चित्रपटावर परीक्षण लिहिण्याची सवय लावून घ्यावी. उगीच डिझाल्व, वाईप, सिंबॉलिजम वगैरे शब्द लिहिले म्हणजे चित्रपट परीक्षण होत नाही. त्या संदर्भात 'शिंदेज डिक्शनरी ऑफ सिने आर्ट अॅन्ड फिल्म क्रॅफ्ट' हे पुस्तक नजरेखाली घालावे अशी शिफारस आहे. त्या पुस्तकावरून चित्रपटविषयक सर्व संज्ञा, तांत्रिक शब्दप्रयोग, कथा–पटकथा कशी लिहितात, शॉटस् व त्यांचे प्रकार, दिग्दर्शक व दिग्दर्शन, छायाचित्रण, लेन्स व लेन्सचे प्रकार, ध्वनिमुद्रण, ट्रिकसीन, चित्रपटाचे संकलन व संकलकाची कामे, व्यंगपट कसे तयार करतात वगैरे चित्रपटकलेची सर्वांगीण माहिती (अनुभवजन्य) मिळू शकेल. चित्रपटपरीक्षणे लिहिणाऱ्याला वरील गोष्टींचे थोडे तरी ज्ञान असणे इष्ट असते. तसे ज्ञान असणारा पत्रकारच चित्रपटाचे यथायोग्य परीक्षण करू शकेल.

नाट्यप्रयोग, तमाशा, नृत्ये, चित्रकला–शिल्पकला प्रदर्शने वगैरे ललितकला शाखांचे समीक्षण करणाऱ्या पत्रकारालाही त्या त्या कला-संप्रदायातील बारकावे, शैली, तंत्र इत्यादि माहिती असावी लागते. त्याशिवाय लिहिलेले समीक्षण म्हणजे केवळ थातूरमातूर केल्यासारखे होईल. तशाने जाणकार वाचकांचे मुळीच समाधान होणार नाही. केवळ वृत्तपत्र हाती असल्याने कोणी वरील कलांचा जाणकार होत नसतो. त्यासाठी अधिकारी व्यक्तींचे त्या त्या कलेसंबंधीचे ग्रंथ अगर लेख अभ्यासावे लागतात. चित्रपटादि कलाप्रकारांचे परीक्षण करून रसग्रहणात्मक अभिप्राय व्यक्त करणे हे तज्ज्ञांचे काम असते. म्हणून नाटकशास्त्र आणि तंत्र व सिनेमाशास्त्र आणि तंत्र ही माझी पुस्तकें मिळवून वाचावी अशी सूचना करू इच्छितो.

पत्रकारांची अयोग्य टीकापद्धती

पत्रकार कधी कधी अयोग्य पद्धतीने कशी टीका करतात ते आता

सांगतो. पुष्कळदा एखाद्या गोष्टीचा अगर घटनेचा बुद्धिपुरस्सर विपर्यास करून एखाद्यावर नाहक टीकेची झोड उठविली जाते. त्याचे एक उदाहरणच येथे देतो. महात्मा गांधीनी १३ ऑक्टोबर १९४० च्या 'हरिजन'च्या अंकात 'हैद्राबाद' या शीर्षकाचा एक अग्रलेख लिहिला होता. त्यात त्यानी म्हटले होते—"स्वातंत्र्य जर शस्त्राच्या जोरावर मिळविले तर जी सत्ता सर्वात बलिष्ठ ठरेल, तीच सर्व हिंदुस्थानावर वर्चस्व गाजवील आणि मला माहीत आहे त्यावरून ही सत्ता कदाचित् हैद्राबाद असू शकेल. मोठ्या अगर छोट्या संस्थानांची इच्छा असो अगर नसो, ती ब्रिटिशांच्या तावडीतून मुक्त होतील. स्वतःच्या अस्तित्वासाठी ती परस्परांशी लढतील आणि सर्वात बलिष्ठ जो कोणी असेल त्याला ती शरण जातील व तो हिंदुस्थानचा सम्राट बनेल." ह्या लेखातील आशय अगदी स्पष्ट आहे. निजाम फारच श्रीमंत होता, बलिष्ठ होता म्हणूनच म. गांधीनी हैद्राबादचा उल्लेख केला असावा हे कोणाच्याही लक्षात येईल. परंतु आश्चर्य हे कीं, त्या लेखाचा विपर्यास करून म. गांधींनी निजामचे राज्य हिंदुस्थानवर व्हावे अशी स्पष्ट इच्छा व्यक्त केली, अशासारखी टीका अनेक टीकाकारांनी त्या काळी केली होती. म्हणजे म. गांधींच्या विधानांचा जाणूनबुजूनच विपर्यास करण्यात आला होता, हे कोणाच्याही लक्षात येईल.

धचा मा समजू नये

या उदाहरणाच्या आधाराने मला माझ्या होतकरू पत्रकार बांधवांना एवढेच सुचवायचे आहे की, दुसऱ्या एखाद्या वृत्तपत्रात अगर ग्रंथात एखाद्याचे स्वतःला न रुचणारे एखादे मत आढळले तर त्याचा संदर्भ नीट लक्षात घेऊनच टीका करायची असली तर करावी. 'ध' चा 'मा' समजून उगीच कोणावर टीकेचा प्रहार करू नये. टीकेची ती अयोग्य पद्धत आहे. अशी पद्धत चांगल्या विचारी पत्रकाराने कधीच स्वीकारू नये. त्याचप्रमाणे आपल्याला अप्रिय किंवा प्रतिकुल वाटणारे सत्य उजेडात न येता ते काळोखातच राहावे म्हणून कोणाही नव्या अगर जुन्या पत्रकाराने

धडपडू नये. ज्यांच्या आधाराने लोकशाहीने व लोकशिक्षणाने जगावयाचे, ती वर्तमानपत्रे आणि पत्रकारच जर असत्याचा प्रचार आणि पुरस्कार करू लागली तर सुसंस्कृतपणा, शिष्टाचार, सौजन्य, सत्यशीलता इत्यादि सद्गुणांनी जावे कुठे? वैयक्तिक टीका जशी त्याज्य तशीच असत्याधिष्ठित टीकाही त्याज्यच! पक्षाभिनिवेशाने किंवा मताभिमानाने राजकीय स्वरूपाच्या वर्तमानपत्रात वरीलप्रमाणे काही दोष शिरण्याची बरीच शक्यता असते. म्हणून पत्रकारिता शिकणाऱ्यांनी प्रथमपासूनच सावधगिरी बाळगावी. गाफील राहून चुका होऊ देऊ नये. कोवळ्या वयोमानाप्रमाणे नवशिक्या पत्रकारांना जगाचा आणि जीवनाचा पुरेसा अनुभव मिळालेला नसतो. म्हणून बुद्धी थोडीतरी अपरिपक्व असते. हा कांहीं त्या पत्रकाराचा दोष नसतो. अशा नवशिक्या पत्रकाराने आपल्या लेखनात कितीही आत्मविश्वासाने विधाने केली, तरीही तीं तेवढी अचूक किंवा बळकट नसण्याची शक्यता असते. म्हणून आपलीच मते अचूक आहेत, असा दुराग्रह बाळगू नये. जरूर तेव्हा आपली चूक कबूल करण्यात मनाचा मोठेपणाच असतो. तशाने त्याचा मानसिक निकोपपणा दिसून येतो व इतरांच्या मनात त्याच्याविषयी आदरभावना निर्माण होते.

स्तंभलेखन :

स्तंभ लेखना संबधाने : अर्नेस्ट मेयर्स नांवाच्या ग्रंथकाराने एके ठिकाणी सरळ असे म्हटलेले आहे कीं, स्तंभलेखकाला मुख्यतः तीन कामे करावी लागतात (१) ज्ञान अगर माहिती देणे, (२) आपल्या लेखनाने वाचकांना आनंद देणें, त्यांची करमणूक करणे, आणि (३) खऱ्या अगर कपोलकल्पित विषयावर सनसनाटी विचार प्रकट करून वाचकांमध्ये खळबळ माजवणे. वरीलपैकी कोणतेही काम करावयाचे असले तरी त्याला लेखनकलेची मूलभूत तत्त्वे माहीत असावी लागतातच. या पुस्तकातील चर्चेत ती माहिती आलेलीच आहे.

स्फुटे लिहिणे

वृत्तपत्रात पहिले स्थान वृत्ताला—बातमीला द्यावे, त्यात आपले मत कोंबू नये, असा एक दंडक असतो, हे आपण या पूर्वीच्या विवेचनात पाहिलेच आहे. जेव्हा आपले मत द्यायचे असेल, तेव्हा त्यासाठी वेगळे स्फुट लिहावे हेही आपणास कळलेले आहे. स्फुटात टीका, स्वमत, सूचना यांचा समावेश होऊ शकतो. म्हणूनच स्फुट हे टीकात्मक, मत-प्रतिपादनात्मक, सूचनात्मक आणि उपदेशात्मक मजकुराने मंडित झालेले असते. ज्या गोष्टी बातमीत देता येत नाहीत, त्या स्फुटाद्वारे वाचकांना स्वतंत्रपणे सादर करता येतात. यावरून स्फुटाचें स्वरूप लक्षात यायला हरकत नसावी. स्फुटे कशी असावीत असे जर कोणी मला विचारले, तर मी 'महाराष्ट्र टाईम्स' या दैनिकातील 'धावते जग' या सदरातील स्फुटाकडे बोट दाखवीन! याचा अर्थ इतर दैनिकांतील स्फुटे चांगली नसतात असा मात्र नव्हे. मी फक्त माझी आवड इथे नमूद केली एवढेच. स्फुट म्हणजे एखाद्या विषयावरचा, बातमीवरचा किंवा घटनेवरचा एक लघुतम लेखच असतो, असे समजणे चूक ठरू नये. नवोदित पत्रकारांनी लेखनाचा सराव म्हणून स्फुटे आणि परीक्षणे लिहिण्याचा प्रयत्न करावा असे सुचवावेसे वाटते.

वृत्तपत्रलेखक

दैनिकांच्या संदर्भात 'वृत्तपत्रलेखक' असा एक नवीन लेखकवर्ग निर्माण झाला असून त्याला आता स्थैर्य आणि मान्यताही मिळालेली दिसते. अशा वृत्तपत्र लेखकांनाही ते ते लेखन करण्यासाठी जरूर ते मार्गदर्शन यातील विषयांच्या चर्चेवरून मिळू शकेल. आपले लेखन रीतसर होण्यासाठी वृत्तपत्रलेखकांनी या माहितीचा उपयोग करून घ्यावा. एखाद्या दैनिकात आपले पत्र प्रसिद्धीला पाठवताना वृत्तपत्रलेखकाने स्वतःला एक प्रश्न विचारावा की, आपले पत्र छापले तर त्या जागेला जाहिरातीच्या दराने दैनिकाला किती पैसे द्यावे लागतील? तेवढ्या पैशांच्या योग्यतेचे आपले पत्र आहे का? उत्तर होकारार्थी असेल, तर

ते पत्र खुशाल पाठवावे. महत्वाच्या विषयावरचे तुमचे पत्र जागा असेल त्या प्रमाणात संपादक अवश्य प्रसिद्ध करतील ! कदाचित् प्रसिद्ध झाले नाही, तर संपादकांच्याही काही अडचणी असतात हे लक्षात घेऊन उगीच घुस्सा करू नये. प्रसिद्ध करावा असा मजकूर अमर्याद येतो, परंतु दैनिकातील जागा मर्यादितच असते. म्हणूनच मजकूर प्रसिद्ध करतांना डावेउजवे अगर मागेपुढे होणे अपरिहार्य असते. वृत्तपत्रलेखक हे समाजातील 'जागले' आहेत. त्यांची शोधक नजर सर्वसंचारी असते. म्हणूनच वृत्तपत्रलेखकांची पत्रे दैनिकाच्या कार्याला पोषकच ठरतात. अर्थात् त्या पत्रांना महत्त्व असतेच. मात्र पत्रलेखकांनीही आपली जबाबदारी ओळखूनच पत्रे लिहावी. समाजहिताच्या दुर्लक्षित अगर उपेक्षित गोष्टी अगर तक्रारी जाहीर करून जनतेचे व शासनाचे लक्ष तिकडे वेधणे ही एक समाजसेवाच आहे.

शिकाऊ पत्रकारांना जेवढ्या गोष्टींचे ज्ञान असणे आवश्यक असते, त्यापैकी बहुतेक गोष्टींची माहिती येथपर्यंत दिली. तरीही एक गोष्ट सांगितली पाहिजे जी ही की, कोणत्या तरी **वर्तमानपत्रात प्रत्यक्ष काम करूनच खरी पत्रकारिता शिकावी लागते.**

पुढील प्रकरणात मुद्रिते कशी तपासावी याची पत्रकाराला सोदाहरण माहिती मिळेल. कारण वर्तमानपत्रात काम करताना पत्रकाराला आपल्या अगर दुसऱ्याच्या लेखनाची मुद्रिते तपासावी लागतात. म्हणून त्यासंबंधाने जरूरीपुरते ज्ञान प्रत्येक पत्रकाराला असावे लागते. त्यासाठी पुढील स्वतंत्र प्रकरण देतो.

टीप : मोठ्या दैनिकांच्या बाबतीत विशिष्ट मजकूर अगर विशिष्ट सदर ठराविक पृष्ठांकावर प्रसिद्ध व्हावे असा एक संकेत ठरलेला असतो. तो संकेत पाळला जाईल याची दक्षता सहसंपादक किंवा संपादक यांनी घेतली पाहिजे.

★

: ९ :

मुद्रित शोधन आणि (Proof Correction) आचारसंहिता

मुद्रितशोधकाचे गूण

मुद्रितशोधन हे फार किचकट काम आहे. मुद्रित शोधकाचे काम म्हणजे कमीत कमी चुका राहातील असा प्रयत्न करणे हे होय. निर्दोष काम होणे केवळ अशक्यप्रायच ! कारण 'It is a process of eliminating mistakes' असा तज्ज्ञाचा अभिप्राय आहे. यावरून वर्तमानपत्रातील मुद्रितशोधनाच्या किचकटपणाची कल्पना यावी. मुद्रितशोधकाला मनाची एकाग्रता, व्याकरणाचे व भाषेचे सखोल ज्ञान, मुद्रितातील भागाकडे पूर्ण लक्ष, उत्तम दृष्टी, कावळ्यासारखी सूक्ष्म दोष शोधक नजर आणि सुबुद्धपणा हे गूण अत्यंत आवश्यक असतात. मुद्रितशोधनाच्या काही निश्चित खुणा आहेत. (त्या याच प्रकरणात इतरत्र दिलेल्या आहेत.) परंतु त्याला केवळ सांकेतिक खुणाच माहीत असून भागत नाही, तर ज्या बातमीचे अगर विषयाचे तो मुद्रित तपासणार असेल, त्या विषयाची माहिती व बातमीची संदर्भासह माहिती असली पाहिजे, व त्या त्या संबंधीचे ज्ञान व अद्ययावत् दृष्टी असली पाहिजे. काही लोक मुद्रिते तपासण्याच्या कामात इतके प्रवीण

असतात कीं, ते मुद्रित शोधक म्हणून तोच व्यवसाय करतात. असे व्यावसायिक मुद्रितशोधक म्हणून अनेक प्रकाशकांच्या आणि वर्तमानपत्रांच्या पदरी स्वतंत्रपणे कामाला असतात.

कॉपी म्हणजे काय ?

छापण्यासाठी मजकूर ज्या कागदावर लिहितात त्या लिहिलेल्या कागदाला छापखान्याच्या परिभाषेत कॉपी (Copy) असे म्हणतात. ही कॉपी लहान लहान कागदावर सुवाच्य अक्षरात लिहिलेली असावी. छापण्यासाठी लिहावयाचा कोणताही मजकूर कागदाच्या दोन्ही बाजूंवर लिहू नये. कॉपीच्या डाव्या बाजूला जरूर तेवढी माया (समास) सोडावी. कॉपीच्या प्रत्येक पृष्ठावर अनुक्रमांक घालावा. अनुस्वार, विसर्ग, विरामचिन्हे वगैरे स्पष्टपणे लिहिलेली असावी. अनुस्वार पुष्कळदा अर्थाचा अनर्थ करतो ! उदाहरणार्थ ' सडासंमार्जन ' या शब्दातील दुसऱ्या सवरचा अनुस्वार जर चुकून पहिल्या सवर पडला, तर तो ' संडासमार्जन ' असा शब्द होईल ! अर्थात् त्याच्या अर्थात तफावत पडणारच !

कॉपी लिहिणाऱ्याचे अक्षर वळणदार नसले तरी चालेल, परंतु ते सुवाच्य मात्र असावेच. कारण अक्षरे (टाईप) जुळविणाऱ्याला कॉपीकडे लक्ष देऊन त्याप्रमाणे अक्षरांचे टाईप जुळवायचे असतात. ते जुळवतांना अर्थ लावून वाचण्यास त्याला फुरसत नसते. एकादे अक्षर जर त्याला नीट वाचता आले नाही, तर त्याऐवजी भलतेच अक्षर जुळविले जाईल. तसे झाल्यास मुद्रित तपासताना ती चूक लक्षात आल्यावर ते अक्षर काढून दुसरे अक्षर बसविले जाईल. यांत निष्कारण वेळ जातो. दैनिकाचे बाबतीत असा वेळ वाया जाणे परवडणारे नसते. कारण दैनिकाच्या कामात प्रत्येक सेकंद मोलाचा असतो. बातम्या, स्फुट, अग्रलेख , इतर सदरांचा मजकूर जसा ठरलेल्या वेळीच तयार व्हावा लागतो, त्याचप्रमाणे तो मजकूर कंपोज होऊन त्याची मुद्रिते

तपासून मशीनखात्यात ठराविक वेळीच पोचावा लागतो. उशीर झाला तर वर्तमानपत्र ठरलेल्या वेळेपेक्षा उशीरा तयार होईल आणि तशाने त्या दैनिकाच्या खपावर त्याचा अनिष्ट परिणाम होईल. वाचकांना ते दैनिक उशीरा मिळाल्यामुळे तर तेही नाराज होतील, म्हणून प्रत्येक गोष्ट वेळच्यावेळींच व्हावी लागते.

प्रुफ, गॅलीप्रूफ

जुळारी खात्यात मजकूर जुळवला की त्याला शाई लावून एका उपकरणावर एक कागद छापून काढतात. त्यालाच हँडप्रूफ म्हणतात. ते प्रूफ संपादकीय खात्यात येते व तेथे मुद्रितशोधक (प्रूफकरेक्टर) जुळवलेला मजकूर मूळ कॉपीशी ताडून पाहातो. चुका आढळल्या तर सांकेतिक खुणा करून दुरुस्त्या सुचवितो. जुळविलेल्या मजकुराचे ठराविक लांबीचे जे प्रूफ काढतात त्याला 'गॅलीप्रूफ' म्हणतात. त्या गॅल्यांची नीट मांडणी करून 'पान' तयार करतात. त्या पानाच्या प्रुफाला 'पेजप्रूफ' म्हणतात. त्या पेजप्रुफात काही चुका राहिल्या नाहीत अशी खात्री झाली की ते पान मुद्रणयंत्राच्या पाट्यावर ढकलतात. त्याला 'फॉर्म' म्हणतात. आणि त्या फॉर्मच्या प्रुफाला 'मशीन प्रुफ' म्हणतात. मोठी वर्तमानपत्रे रोटरी मशीनवर छापली जात असल्याने मिनिटाला शेकडो प्रती छापून तयार होतात.

गॅलीप्रुफामध्ये हवे तितके नवे शब्द किंवा ओळी घालणे, त्यांची फिरवाफिरवी करणे आणि नको असलेला मजकूर काढून वाटल्यास नवीन मजकूर त्यात बसविणे या गोष्टी करता येतात. मात्र त्या बाबतीत त्वरित निर्णय घ्यावा. वेळ काढू नये. पत्रकार होऊ इच्छिणाऱ्यांना प्रुफे तपासण्याचे काम करता आलेच पाहिजे. यासंबंधाने थोडी माहिती यापूर्वीच्या एका प्रकरणात आलेलीच आहे. इथे तीच थोडी विस्तृत माहिती आहे. प्रुफे तपासताना ती जुन्या की नव्या शुद्धलेखनपद्धतीप्रमाणे तपासायची हे त्या त्या दैनिकाच्या अगर नियतकालिकाच्या

विशिष्ट शिस्तीवर आणि रीतीवर अवलंबून असते. त्या बाबतीत संपादकाच्या इच्छेप्रमाणे वागावे. नव्या शुद्धलेखन पद्धतीची स्वतंत्र पुस्तिका मिळते. म्हणून विस्तारभयास्तव ते नियम देण्याचे टाळतो.

मुद्रण : साधे व रोटरी मशीनने

मुद्रण हा एक मोठा आणि स्वतंत्र विषय असून तीही एक कला आहे. वर्तमानपत्राची छपाई मुख्यतः दोन प्रकारच्या मुद्रणयंत्रांनी होते. ज्या वृत्तपत्राच्या थोड्याच प्रती छापायच्या असतात, अशीं वृत्तपत्रे 'सिलिंडर' मुद्रणयंत्राच्या साह्याने छापतात. परंतु ज्या वृत्तपत्राच्या हजारो प्रती छापायच्या असतात, ते वृत्तपत्र 'रोटरी' यंत्राने छापतात. रोटरी हे एक प्रचंड परंतु फार सोयीचे यंत्र असते. सिलेंडर यंत्रावर फॉर्म ठोकला की छपाई सुरू करता येते. परंतु रोटरी यंत्राने करावयाची छपाई थोड्या वेगळ्या पद्धतीने करावी लागते. त्यासाठी सिलेंडर यंत्रासाठी फॉर्म तयार करतात तसाच अक्षरांचा प्रमाणशीर फॉर्म तयार करतात. मग त्याच्यावरून मॅट तयार करून प्लेट तयार करावी लागते. ती प्लेट रोलरवर बसवतात. तो रोलर फिरत राहतो व त्यातून सरकत जाणाऱ्या कागदावर छपाई होत जाते व यांत्रिक रचनेमुळे त्या कागदाची घडी होऊन तयार वृत्तपत्र बाहेर येते. रोटरी यंत्रात एकाच वेळी वेगवेगळ्या अनेक रंगी शाईनेही छपाई होऊं शकते. आणखी एक पद्धत आहे तिला 'फोटो ऑफसेट छपाई' म्हणतात. इथें छपाई कलेची माहिती द्यायची नसल्याने केवळ ढोबळ माहितीच दिलेली आहे. यानंतर मुद्रितशोधनाच्या खुणांची ओळख करून घेऊ. मुद्रित शोधनाच्या वेळी टाईप डिग्री टाईप आहे कीं अखंड आहे हे लक्षांत घ्यावे.

मुद्रितशोधनाच्या मुख्य खुणा


नवीन परिच्छेद आहे. एक एम जागा सोडा. एक एम म्हणजे इंचाचा सुमारे सहावा भाग.


स्वल्पविराम घाला.


पूर्णविराम घाला.


मध्ये अंतर सोडा.


शब्दाची अदलाबदल करा.


दोन शब्द जोडा.


काढून टाका.


अक्षर बरोबर उठलेले नाही. नीट करा.


खोडलेला शब्द राहू दे. काढू नका.


समासातील अक्षर घाला.

उलट-सुलट अवतरण चिन्हे घाला.


अक्षराचा आकार चुकीचा. एकाच आकाराचे अक्षर वापरा.


जागा सोडण्याचा खिळा वर आला आहे, तो खाली दाबा.


ओळ पुरी होईपर्यंत चालू ठेवा.


दोन शब्दांमधील कोरी जागा कमी करा.


अक्षरे अगर ओळ वाकडीतिकडी झाल्यास अशी खूण करतात.

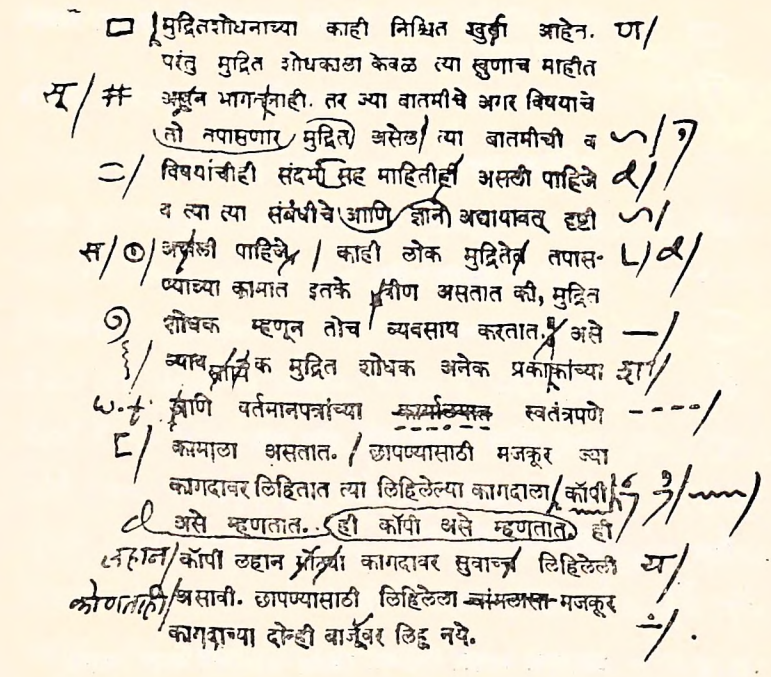
येथून नवीन परिच्छेद करा.


अक्षर उलटे पडले आहे. नीट करा.


जाडी अक्षरे वापरा.

समासात लिहिलेला शब्द त्याऐवजी घाला.

मुद्रित शोधनाचा नमुना


मुद्रितशोधनाच्या काही निश्चित खुणा आहेत. परंतु मुद्रित शोधकाला केवळ त्या खुणाच माहीत असून भागत नाही. तर ज्या बातमीचे अगर विषयाचे तो तपासणार मुद्रित असेल त्या बातमीची व विषयांचीही संदर्भासह माहितीही असली पाहिजे व त्या त्या संबंधीचे आणि ज्ञानी अद्ययावत दृष्टी असली पाहिजे. काही लोक मुद्रितेत तपासण्याच्या कामात इतके प्रवीण असतात की, मुद्रित शोधक म्हणून तोच व्यवसाय करतात. असे व्यावसायिक मुद्रित शोधक अनेक प्रकाशकांच्या आणि वर्तमानपत्रांच्या स्वतंत्रपणे कामाला असतात. छापण्यासाठी मजकूर ज्या कागदावर लिहितात त्या लिहिलेल्या कागदाला कॉपी असे म्हणतात. ही कॉपी लहान लहान कागदावर सुवाच्य लिहिलेली असावी. छापण्यासाठी लिहिलेला कोणताही मजकूर कागदाच्या दोन्ही बाजूंवर लिहू नये.

मुद्रितशोधन झालेला तोच मजकूर

मुद्रितशोधनाच्या काही निश्चित खुणा आहेत. परंतु मुद्रितशोधकाला केवळ त्या खुणाच माहीत असून भागत नाही. तर ज्या बातमीचे अगर विषयाचे मुद्रित तो तपासणार असेल, त्या बातमीची व विषयाचीही संदर्भासह माहिती असली पाहिजे व त्या त्या संबंधीचे ज्ञान आणि अद्ययावत दृष्टी असली पाहिजे. काही लोक मुद्रित तपासण्याच्या कामात इतके प्रवीण असतात की, मुद्रितशोधक म्हणून तोच व्यवसाय करतात. असे व्यावसायिक मुद्रितशोधक अनेक प्रकाशकांच्या आणि वर्तमानपत्रांच्या कार्यालयात स्वतंत्रपणे कामाला असतात.

छापण्यासाठी मजकूर ज्या कागदावर लिहितात त्या लिहिलेल्या कागदाला 'कॉपी' असे म्हणतात. ही कॉपी लहानलहान कागदावर सुवाच्य लिहिलेली असावी. छापण्यासाठी लिहिलेला कोणताही मजकूर कागदाच्या दोन्ही बाजूंवर लिहू नये.

पत्रकारांसाठी आचारसंहिता

या पुस्तकात बातमीदारांसाठी ज्या सूचना आणि पथ्ये सांगितलेली आहेत, ती आचारसंहितेतच मोडतात. तरीही 'मराठी वृत्तपत्रव्यवसाय, इतिहास व शास्त्र' या माझ्या पूर्वप्रसिद्ध पुस्तकात मी जी खास आचारसंहिता दिलेली आहे, तीच चौदा कलमी आचारसंहिता इथे उद्धृत करतो.

(१) पत्रकारांनी आपले नित्य कर्तव्य पार पाडताना मूलभूत मानवी व सामाजिक हक्कांची पुरेपूर जाणीव ठेवावी आणि व्यवसायिक कर्तव्याचा एक अत्यावश्यक भाग या नात्याने बातम्या किंवा टीका-टिपणी पाठवितांना सद्भावनेचा व योग्य कार्याचा विसर पडू देऊ नये.

(२) भारताची राष्ट्रीय एकता, सुदृढता व एकात्मता तसेच आर्थिक आणि सामाजिक प्रगती यांना पोषक ठरणाऱ्या सरकारी व सार्वजनिक कृतींना उत्तेजन देण्याचा व त्या ठळकपणे प्रसिद्धीच्या प्रकाशात आणण्याचा पत्रानी व पत्रकारांनी प्रयत्न करावा.

(३) ज्यामुळे सामाजिक व्यवस्था विस्कळीत होईल किंवा उठाव अथवा बंड उद्भवू शकेल, अशा बातम्या वा टिकाटिपणी प्रकाशित करण्याचे पत्रानी व पत्रकारानी टाळावे. हिंसेचा निःसंदिग्धपणे धिक्कारच करायला हवा.

(४) प्रसिद्ध होणारी बातमी वस्तुस्थितीस धरून आहे याची प्रत्रानी व पत्रकारांनी खात्री करून घ्यावी. विपर्यस्त [वस्तुस्थितीचा विपर्यास करणाऱ्या] असत्य ठरण्याची शक्यता असलेल्या व खरेपणाची खात्री मिळत नसलेल्या बातम्या प्रसिद्ध करू नये.

(५) सनसनाटी किंवा कपोलकल्पित बातम्या प्रसिद्ध करू नयेत. कोणतीही बातमी वा टीकाटिपणी खोटी ठरल्याचे आढळून आल्यास लगेच दुरुस्ती केली जाईल अशी व्यवस्था करावी.

(६) योग्य त्या गुप्ततेचे पालन केले जावे. व्यवसायिक गुप्तता पाळली जावी.

(७) पत्रकारांनी पत्रकारेतर हेतूसाठी आपल्या दर्जाचा दुरुपयोग करू नये. तसेच पत्रकारेतर हेतुसाठी बातम्या मिळविण्याचाहि यत्न

करू नये. व्यावसायिक वर्तनावर वैयक्तिक हितसंबंधाचा परिणाम होऊ देऊ नये.

(८) एखादी बातमी किंवा टिकाटिपणी प्रसिद्ध करण्याकरिता किंवा प्रसिद्ध करण्याकरिता पत्रकारांनी आपल्या स्थानाचा वा अधिकाराचा दुरुपयोग करून लांच देणे घेणे, प्रलोभन दाखविणे वा त्यास बळी पडणे यासारखी या पेशास लांछन ठरणारी गोष्ट अन्य कोणतीच नाही.

(९) सार्वजनिक हितसंबंध ज्यांत गुंतलेले नसतील, अशा व्यक्तिगत मतभेदांत पत्रांनी वा पत्रकारांनी गुंतवून घेऊं नये.

(१०) व्यक्तिगत खाजगी जीवनावर परिणाम होईल अशा अफवा, लोकापवाद किंवा खात्री नसलेल्या बातम्या पत्रांनी वा पत्रकारांनी प्रसिद्ध करू नयेत. किंवा त्यांना चालनाहि देऊ नये.

(११) अश्लिलता किंवा दुष्प्रवृत्ती, गुन्हेगारी वा बेकायदेशीर हालचाली याना उत्तेजन देणाऱ्या बातम्या (यात जाहिरातीहि असल्यास) प्रसिद्ध करण्याचे पत्रांनी कटाक्षाने टाळावे.

(१२) लोकशाही, धर्मनिरपेक्षता व समाजवाद या राष्ट्रीय उद्दिष्टांना पत्रांनी व पत्रकारांनी प्रोत्साहन द्यावे आणि तीं ठळकपणे लोकांसमोर मांडावी.

(१३) जात, समाज, धर्म, वर्ग, प्रदेश व भाषा यातील गटाशी संबंध असेल अशा उपद्रवांची बातमी देतांना, पत्रांनी व पत्रकारांनी एकांगी दृष्टिकोण बाळगू नये. या गटाच्या संख्येसंबंधी तपशील प्रसिद्ध करू नये किंवा कोणत्याहि गटास प्रसिद्धीहि देऊ नये.

(१४) भारताची सार्वभौमता व एकात्मता, राष्ट्राची सुरक्षितता किंवा परदेशाबरोबरचे मित्रसंबंध यांच्या हितास बाधक व मारक ठरणाऱ्या बातम्या पत्रानी व पत्रकारांनी प्रसिद्ध करू नयेत.

ही चौदा कलमी आचारसंहिता, ऑल इंडिया न्यूज पेपर एडीटर्स कॉन्फरन्स, इंडियन अॅन्ड इस्टर्न न्यूजपेपर्स सोसायटी, इंडियन फेडरेशन ऑफ वर्किंग जर्नालिस्टस व इंडियन लँग्वेज न्यूजपेपर्स असोसिएशन यासारख्या नामवंत संस्थांनी स्वीकारलेली आहे.

★

३००५
निबंध २४०३७
३।११।८३

: १० :

जाहिरातशास्त्र

जाहिरातशास्त्र हा एक स्वतंत्र विषय आहे. परंतु आधुनिक पत्रकारितेच्या शिक्षणक्रमात त्याही विषयाचा समावेश करण्यात आलेला आहे, आणि ते एका दृष्टीने योग्यच आहे. म्हणूनच या प्रकारणांत त्या विषयाची थोडी तात्त्विक माहिती देतो.

शास्त्र म्हणजे काय ?

जाहिरातशास्त्र असा शब्द वापरल्यानंतर त्यातील 'शास्त्र' या शब्दाचा अर्थ विशद करून सांगणे क्रमप्राप्तच ठरते. शास्त्र या शब्दाची अनेकांनी अनेक प्रकारांनी व्याख्या करण्याचा प्रयत्न केलेला आहे. ज्या विषयात नियमबद्धता आहे ते शास्त्र, अशी त्रोटक व्याख्या कोणी करतात, तर कोणी म्हणतात की, 'शास्त्र ही एक नैगमनिक प्रणाली (Deductive System) असून त्यात काही मोजक्या परंतु एकमेकापासून स्वतंत्र असलेल्या अशा गृहित कृत्यांच्या संचापासून त्याचे सर्व नियम निष्पन्न होतात किंवा त्यांचे सिद्धांत वा प्रमेयांकन तर्कशुद्ध पद्धतीने होत असते.' (पहा—महाराष्ट्र—साहित्य—पत्रिका अंक १७५ । १९७०, पृ. ८) वास्तविक शास्त्र म्हणजे तज्ज्ञांनी

अनुभवांती ठरविलेले नियम असे समजणे अयोग्य ठरूं नये. म्हणून त्या संबंधाने उगीच कीस न काढता त्या विषयाचे विवेचन सुरू करावे हे बरे. जाहिरात हा प्रकार फार जुना असल्याचे पुढील उताऱ्यावरून सिद्ध होते.

जगातील पहिली जाहिरात

जगातील सर्वात जुनी जाहिरात म्हणून डॉ. ग. मं. रेगे यांनी आपल्या 'जाहिरात कला आणि कल्पना' या पुस्तकाच्या पृ. १२ वर जी माहिती दिली आहे, ती बोलकी आहे. ते म्हणतात–"ब्रिटिश म्युझियममध्ये ३००० वर्षापूर्वीचा लव्हाळ्यापासून तयार केलेला कागद आहे. त्यावर एका इजिप्तमधील नागरिकाने शेम नावाच्या पळून गेलेल्या गुलामाला परत करणारास 'एक अरब्रेल सुवर्ण नाणे' बक्षिस दिले जाईल, अशी जाहिरात केली आहे. प्राचीन थेबीस शहराचे उत्खनन करणाऱ्या एका पुराणवस्तु संशोधकाने हा शोध लावला."

अशा रीतीने जाहिरातविश्व सुरू झाल्यानंतर कालप्रवाहात कधीतरी जाहिरातीचेही शास्त्र निर्माण झाले आणि तत्संबंधीचे विधिनियम तयार झाले असावेत.

जाहिरातीचे तत्त्व आणि कार्य

जाहिरातीचे मूलभूत तत्त्व काय आहे यासंबंधाने विचार केला तर आपल्याला असे आढळून येईल कीं, जाहिरातीद्वारे आपल्याला जे काही सांगायचे असेल त्याने लोकांचीं मते आपल्यासारखी बनविणे व आपले म्हणणे त्यांना पटविणे हे जाहिरातीचे मूलतत्त्व आहे. आपण कोण काय करतो व लोकांना कोणकोणत्या वस्तू अगर सेवा देण्याचे कार्य करतो अगर आपल्याला काय पाहिजे हे जाहीर करून त्यांचा ओघ आपल्याकडे खेचून घेणे हे जाहिरातीचे मुख्य कार्य आहे.

जाहिरात ही जीवनाच्या विविध अंगाशी निगडीत असलेली कला आहे. तत्त्वतः प्रत्येक व्यक्ती कळत अगर न कळत आपली जाहिरात

करीत असते. व्यापारी जे जाहीर करून सांगतात ती प्रत्यक्ष जाहिरात असते. आणि पुढारी जे सांगतात त्याला प्रचार म्हणतात. म्हणजे तीही प्रछन्न जाहिरातच असते. जाहिरात फक्त वर्तमानपत्राद्वारे किंवा नियतकालिकातून केली जाते असे मात्र नाही. व्यापारी संस्था अगर उद्योगधंदे त्यासाठी नियमितपणे अगर अनियमितपणे लहान मोठ्या आकर्षक पुस्तिका अगर हस्तपत्रे प्रकाशित करून जाहिरात–कार्य करतात.

संस्था प्रकाशने

विशिष्ट कंपनी अगर उद्योगधंदा आपली प्रतिमा कामगारात व लोकांत निर्माण करण्यासाठी किंवा त्या प्रतिमेचे संवर्धन करण्यासाठी एखादी पुस्तिका अगर नियतकालिक प्रसिद्ध करून एक संवादमाध्याम निर्माण करतात, त्याला संस्थाप्रकाशन म्हणता येईल.

त्याचे स्वरूप केवळ कंपनीपुरते, बाह्योपयोगी किंवा संमिश्रही असू शकते. सामान्यपणे त्यात कंपनीच्या कामगारांच्या तसेच व्यवस्थापन व कामगार यांच्या संबंधीच्या बातम्या आणि त्यानुसार आपल्या मालाची जाहिरात दिली जाते. आजचे 'किर्लोस्कर' मासिक हे 'किर्लोस्कर खबर' नावाच्या जाहिरातस्वरूपी पत्रकाचेच परिणत स्वरूप आहे! सारांश, केवळ व्यवसायिक घडामोडींची आणि तांत्रिक प्रगतीची माहिती देणारी ही संस्थाप्रकाशने असतात. प्रारंभीच्या काळात केवळ कंपनीची जाहिरात असे त्या प्रकाशनाचे स्वरूप असे. परन्तु आता औद्योगिक प्रश्नांची गुंतागुंत पूर्वीपेक्षा बरीच वाढलेली आहे. अशावेळी माहितीचा प्रभावीपणे प्रसार होणे अत्यंत महत्त्वाचे असते. कामगारांतील अलग पडण्याची भावना दूर करणे, त्यांचे मन वळविणे, त्यांना त्यांच्या कामकाजाशी संबंधित असलेल्या प्रश्नांचे साधकबाधक ज्ञान करून देणे, हे उद्देश साधणे महत्वाचे असते. कंपनीचा (कारखान्याचा) वगैरे कारभार कार्यक्षमतेने चालण्या-

साठी शांततेची गरज असते म्हणून वरील प्रकारच्या कार्याची गरज असते.

संस्थाप्रकाशनाचा संपादक

वरील कार्य करणारी जी संस्थाप्रकाशने असतात, त्यांचे संपादन नीट व्हावे म्हणून तज्ञ संपादकाची योजना करतात. वृत्तपत्राचे संपादन आणि तशा संस्थाप्रकाशनाचे संपादन सारखे नसते. त्या संपादकाची विशिष्ट जबाबदारी काय असते ते त्या संपादकाला आधी समजावे लागते. कारण संस्थाप्रकाशन म्हणजे खरे जाहिरातमाध्यम म्हणून प्रसिद्ध होत असते. अर्थात् वृत्तपत्रकारितेच्या कलेइतकीच जाहिरात कलेचीही त्या संपादकाला चांगली माहिती असावी लागते. विशेषतः (१) व्यवस्थापन व कामगार या दोघांचेही प्रतिबिंब त्या संस्थाप्रकाशनात पडले पाहिजे. (२) कितीही तणातणीची परिस्थिती निर्माण होवो, तिचे जास्तीतजास्त वस्तुस्थितीनिदर्शक वर्णनच अंकामध्ये यायला हवे. (२) केवळ आपल्याला पगार मिळतो म्हणून पगार देणाऱ्या व्यवस्थापनाचीच बाजू मांडणे किंवा त्यांच्या बाजूला झुकते माप देणे योग्य ठरणार नाही. हे प्राथमिक नियम संस्थाप्रकाशनाच्या संपादकाने लक्षात ठेवले पाहिजेत. तरच त्याचेकडून तशा प्रकारच्या प्रकाशनाची संपादकीय जबाबदारी व्यवस्थितपणे पार पडू शकेल.

हल्ली व्यावसायिक (प्रोफेशनल) व्यवस्थापन असते. त्यात सुजाणपणा आढळतो. त्यामुळे व्यवस्थापनेच्या भूमिकेचा अवास्तव प्रचार करण्याची पाळी येत नाही. संपादक जर चतुर आणि कुशल असेल, तर तो व्यवस्थापकांनाही कौशल्याने चार शब्द सुनवू शकतो. यासाठी इतर नियतकालिकांप्रमाणेच छायाचित्रे, रेखाचित्रे वगैरेंचा उपयोग करावा.

पूर्वी आणि आता

पूर्वी या संपादकवर्गाची तज्ज्ञता व प्राविण्य हे गुण फारसे लक्षात

घेतले जात नसत. परंतु आता प्रत्येक गोष्ट शास्त्रशुद्ध व तंत्रशुद्ध असणे जसे अगत्याचे झाले आहे, त्याप्रमाणे संस्था प्रकाशनातही ते अगत्याचे झाले आहे. संस्थेच्या प्रकाशनाचे संपादन काय कोणीही करील असे पूर्वी व्यवस्थापनाला वाटे. परंतु आता संपादकाचे महत्व संबंधित लोकांना व मालकवर्गाला अनुभवाने पटले आहे. म्हणून जाहिरातकलेचा उपयोग करून संस्थाप्रकाशनाचे संपादन करणाऱ्या संपादकाला महत्व आलेले आहे. संस्था प्रकाशनात साहित्यतत्वापेक्षा जाहिराततत्वाला खरे महत्व असते. यास्तव संस्थाप्रकाशनाच्या संपादकाने या प्रकरणातील विवेचनाचा अवश्य विचार करावा.

इतर माध्यमे

छपाईयुक्त जाहिरातीखेरीज म्हणजे वृत्तपत्रीय जाहिरात–माध्यमाखेरीज आणखीही काही माध्यमे आहेत. तेव्हा त्यांचाही प्रकार व परिणाम यांविषयी जाहिरातदाराला विचार व वापर करावा लागतो. स्लाइडस्, जाहिरातपट, माहितीपट, आणि दूरदर्शन (टी. व्ही.) हीं दक्श्राव्य माध्यमे जिवंत व प्रभावी आहेत. म्हणून त्यांचाही वापर वाढत आहे. जाहिरात मग ती वर्तमानपत्री असो, आकाशवाणीद्वारे फक्त श्राव्य असो किंवा चित्रपट अगर दूरदर्शन सारख्या दृक्श्राव्य साधनाद्वारे केलेली असो, त्यासाठी कमीअधिक खर्च करावा लागतो. पुष्कळांना जाहिरातीसाठी केलेला खर्च वाया गेला असे वाटते. परन्तु परिणामतः तसे नसल्याचे आढळून येते. कारण जाहिरातीसाठी खर्च केलेली रक्कम म्हणजे भांडवली गुंतवणूक असते असे समजले पाहिजे. भांडवल म्हणून ती रक्कम धंद्यात गुंतलेली असते हे विसरता कामा नये

जाहिरातलेखन

इतर कलाप्रमाणेच जाहिरात हींदेखील एक कला आहे. ती कला आहे हे एकदां मान्य केले की त्या कलेचे विशिष्ट तंत्र असते हेही मान्यच करावे लागते. जाहिरात मग ती कशाबद्दलचीही असो, लिहिणे फारच कठीण असते. त्यासंबंधाने अल्डस हक्स्ले (Aldous Huxley)

'ऑन धी मार्जिन'मध्ये म्हणतो कीं, दहा कठीण काव्ये लिहिणे सोपे आहे परन्तु हजारो ग्राहकांना आकर्षित करील अशी एक जाहिरात लिहिणे कठीण आहे. हे मत जाहिराती ज्यांनी लिहिल्या असतील त्यांनाच पटेल ! इतरांना त्याची कल्पना येणार नाही.

जाहिरात लिहितांना जाहिरात–लेखकासमोर दोन प्रश्न प्रामुख्याने उभे राहातात. (१) पहिला प्रश्न हा की, योग्य गोष्ट योग्य रीतीने कशी सांगावी हा, आणि (२) दुसरा प्रश्न म्हणजे आपण लिहिलेली जाहिरात आपणास अपेक्षित असलेल्या जास्तीत जास्त लोकापर्यंत जाऊन ती त्यांच्या वाचनात कशी येईल हा ! या दोन प्रश्नांचा विचार करून जर जाहिरात लिहिली तर ती खात्रीने योग्य आणि परिणामकारक ठरेल यात शंका नाही. जाहिरातीचा जास्तीत जास्त उपयोग करून घेणे यातच त्या जाहिरातीसाठी केलेल्या खर्चाचा मोबदला असतो. जाहिरातीचा आकृतिबंध आकर्षक असावा.

जाहिरात कशी असावी

जाहिरातीत आपल्या मालाची भरमसाट स्तुती करण्याकडे बहुतेक जाहिरात लेखकांचा स्वाभाविक कल असतो. परंतु ती स्तुती अवास्तव असली, तर मात्र ती जाहिरात त्या मालाच्या विक्रीला पोषक न ठरता कधी कधी मारक ठरण्याचा अधिक संभव असतो. आपल्या मालाचे वैशिष्ट्य खुलवून फुलवून सांगायला हरकत नसावी. परंतु वर्णन अतिशयोक्तीच्या घरात गेले की ते हास्यास्पद ठरते हे विसरू नये. सिनेमा–नाटक यांच्या जाहिरातलेखकाने या बाबतीत अधिक जागृत राहिले पाहिजे. ती जाहिरात वाचून प्रेक्षकांच्या मनांत त्या चित्रपट नाटकाबद्दल काही अपेक्षा निर्माण झालेल्या असतात. प्रत्यक्ष चित्रपट अगर नाटक पाहातांना प्रेक्षकांच्या त्या अपेक्षा पूर्ण झाल्या तर आपण जाहिरातीत वाचले–ऐकले ते खरे असे त्याना वाटेल व विशिष्ट समाधान वाटेल. परंतु जर त्यांचा अपेक्षाभंग झाला, तर त्याचा अनिष्ट परिणाम होईल आणि तो चित्रपट अगर जे नाटक इतर बाबतीत चांगले

असूनही, ते रद्दड आहे असा प्रचार सुरू होईल. जाहीर प्रचारापेक्षा कर्णोपकर्णी होणारा बरा अगर वाईट प्रचार सुरू होईल. जाहीर प्रचारापेक्षा कर्णोपकर्णी होणारा बरा अगर वाईट प्रचार फार जालीम असतो. म्हणून चित्रपटात—नाटकात असलेले गूणच मोठे करून दाखवावे, परंतु त्यांत नसलेले गूण त्यांच्यावर कधीही लादू नये.

जाहिरातीत चित्रांचा उपयोग

जाहिरातीत चित्रांचा उपयोग केल्याने ती वाचकांच्या गजरेत भरते यांत शंका नाही. म्हणून जाहिरातीत छायाचित्रे अगर रेखाचित्रे घालून जाहिरात नटवून सजवून त्यामुळे जाहिरात आकर्षक व्हायला मदतच होते. परंतु तसे करताना योग्य ती काळजी घ्यावी. एकतर बिभत्स छायाचित्रे अगर रेखाचित्रे जाहिरातीत घालूच नयेत. आणि दुसरे असे की, त्या छायाचित्रांनी कोणाच्या भावना दुखावल्या जाऊ नयेत. या संदर्भात मला एका प्रकरणाची आठवण होते. एकेकाळी वेस्टर्न इंडिया थिएटर्स लि. या संस्थेसाठी काही काळ मी जाहिरातलेखन करीत होतो. तेव्हाच्या कृष्ण सिनेमात—आताच्या ड्रीमलँडमध्ये लागलेल्या 'अमृतमंथन' या प्रभातच्या बोलपटाची मराठी जाहिरात मीच लिहीत असे. तेव्हा त्या चित्रपटाची कुंडली करवून ती जाहिरातीत देण्याची कल्पना माझीच होती व ती त्याकाळी एक नाविन्य म्हणून लोकांना आवडली होती. (पुढे त्याच कल्पनेचे अनुकरण बॉम्बे टॉकीजच्या एका चित्रपटाच्या जाहिरातीत करण्यात आले होते.) इथे सांगण्याचा मुद्दा हा की, त्याचवेळी कालांतराने एक विशिष्ट घटना घडली. ती इथे देणे वावगे ठरू नये. १९३९ च्या आक्टोबर महिन्यात 'माणूस' नावाचा प्रभातचा बोलपट तेव्हाच्या फेमस पिक्चर्स (बाबुराव पै) मार्फत प्रदर्शित झाला होता. फेमस पिक्चर्स या चित्रपट वितरण संस्थेत त्यावेळी शामराव ओक हे जाहिरातलेखन करीत असत. त्यानी माणूसच्या जाहिरातीत जे चित्र प्रसिद्ध केले होते ते आदिमानवासारखे किंवा ओरँग उटांगसारखे दिसणारे होते. योगायोग असा की, व्ही.

आर. मेहता यांच्या रॉयल फिल्म सर्कीट नावाच्या दुसऱ्या एका चित्रपट वितरण संस्थेत वसंतराव मराठे नावाचे जे जाहिरातलेखक होते, ते जाडजूड, काळे, ठेंगू होते व त्यांच्यामध्ये व ओकांनी प्रसिद्ध केलेल्या चित्रामध्ये भलतेच साम्य दिसत असे. मराठे यांना पाहिले की, कित्येकांना माणूसमधील चित्राची आठवण होत असे. म्हणून आपली टिंगल टवाळी व बदनामी करण्यासाठीच ओकांनी ते चित्र प्रसिद्ध केले अशा सबबीखाली मराठे यांनी शामराव ओक आणि बाबुराव पै या दोघांवर बदनामीची फिर्याद करण्यापर्यंत ते प्रकरण विकोपाला गेले होते. यावरून ध्यावयाचा बोध असा की, जाहिरातीत छायाचित्रे अगर रेखाचित्रे वापरतांना त्याने आपल्यावर काही शेकणार नाही, असे कातडीबचावू धोरण स्वीकारावे. मजकुराबाबतही तीच खबरदारी घ्यावी. उगीच कोणाला कोपरखळ्या मारू नये.

जाहिरातीचे यश कशात असते

जाहिरातीची लोकांत चर्चा होत राहणे हे जाहिरातीच्या यशाचे एक गमक आहे. त्या बाबतीत अनंतराव गद्रे यांचा हातखंडा होता. त्यांनी एकदा मिनर्व्हा मुव्हीटोन तर्फे तयार झालेल्या 'नामाचा महिमा' या मराठी चित्रपटाची जाहिरात करतांना त्याच बोलपटातील एका दृश्याचे वर्णन करताना, 'गरगरा' हा एकच शब्द प्रत्येक वेळी एकाच जाहिरातीत चढत्या श्रेणीने इतक्या वेळा वापरला होता की, तो शब्द मुंबईत सर्वांच्या तोंडी झाला होता. अजूनही अनंतराव गद्रे हे नांव निघाले की, 'गरागरा' या शब्दाची जुन्या लोकांना आठवण होते. त्यानी लोकप्रिय केलेला आणखी एक शब्द म्हणजे 'हाऊसफुल्ल' हा होय. त्यातील डबल 'ल' मुळे तो शब्दही फार लोकप्रिय ठरला. वास्तविक आचार्य अत्रे यांच्या 'घराबाहेर'या नाटकाच्या वेळी 'हाऊस फुल्ल' असा एक फलक त्यानी नाट्यगृहाच्या (ऑपेरा-हाऊसच्या) बाहेर लावून ठेवला आणि तोच शब्द त्यानी त्या नाटकाच्या जाहिरातीतही ठळक अक्षरात वापरला. तेव्हापासून

आजपर्यंत नाटक-सिनेमांच्या जाहिरातीत तो शब्द अधून मधून आढळतो. जाहिरात करण्याच्या विशेष कौशल्यामुळें आचार्य अत्रे यांनी गद्रे यांना 'जाहिरात जनार्दन' ही पदवी बहाल केली होती. वरील हकीगतीवरून जाहिरातलेखनातील मर्म शिकाऊ पत्रकारांच्या लक्षात यावे.

जाहिरातीचे भाषांतर

वर्तमानपत्राकडे पुष्कळदा विविध भाषात लिहिलेल्या विशेषतः न्यायालयीन विषयांच्या नोटिसा, जाहीरनामे किंवा महापालिका, मोठमोठ्या कंपन्या, कारखाने इत्यादिकडून कांही इंग्रजी जाहिराती येत असतात. त्यात बऱ्याच प्रमाणात शास्त्रीय आणि तंत्रनिष्ठ शब्द असतात, ते कळले पाहिजेत. नाहीतर तशा जाहिरातींचे भाषांतर करता यायचे नाही. दिवाणी अगर फौजदारी विषयांच्या जाहिरातीत अनेकदा त्या क्षेत्राशी संबंधीत असलेले विशिष्ट शब्द असतात. त्यांचे काटेकोर व अचूक भाषांतर व्हावे लागते. हुद्दाविषयक संज्ञा आपल्याला माहीत नसल्या तर त्यासाठी 'पदनाम कोश' उघडून पहावा. अशा जाहिरातींचे भाषांतर करणाऱ्या पत्रकरावर मोठीच जबाबदारी असते. सत्रन्यायालय, वादी, प्रतिवादी, पक्षकार, दरखास्त, हुकूमनामा, खरेदीखत, गहाणखत, जामीन, जातमुचलका, सोडचिठी, फारिकखत इत्यादि व तशासारख्या इतर अनेक शब्दांचे अर्थ माहित असावे लागतात व ते मराठी शब्द कोणत्या इंग्रजी शब्दांचे प्रतिशब्द असतात हे देखील ठाऊक असावे लागतात. त्याचप्रमाणे ते ते शब्द कधी, कुठे व कसे वापरायचे याचेही भाषांतरकाराला पूर्ण ज्ञान असावे लागते.

बातमीचे भाषांतर करणे आणि जाहिरातीचे भाषांतर करणे ही कामे अगदी वेगवेगळी असतात, म्हणून जाहिरातीच्या विषयाचे ज्ञान

असल्याखेरीज कोणाही पत्रकाराने त्या जाहिरातींचे भाषांतर करण्याचे काम अंगावर घेऊ नये. हा विद्वत्तेचा प्रश्न नसून अनुभवाचा प्रश्न आहे. केवळ बी. ए., एम्. ए. असल्यामुळे पत्रकार म्हणून नोकरी मिळाली तरी त्यामुळे लगेच तांत्रिक गोष्टीचे ज्ञान होतेच असे नाही. त्यासाठी काही तपश्चर्येची व तज्जन्य अनुभवाची जोड असावी लागते.

इथे फक्त थोडक्यात विवेचन केले आहे. जाहिरात शास्त्राविषयी अधिक माहिती मिळवू इच्छिणाऱ्यांनी जेम्स डी अडम्स यांचे 'मोअर पॉवर टू ॲडव्हर्टायजिंग' आणि एलबर्ट हब्बर्ड यांचे 'ॲडव्हर्टायजिंग ॲण्ड ॲडव्हर्टायजमेंट' हे ग्रंथ नजरेखाली घालावे.

वृत्तपत्रांची जीवनशक्ती

जाहिरातशास्त्राविषयी माहिती देतानाच जाहिरात-वितरण संस्था व व्यक्ती यांचीही थोडी माहिती दिली तर ते अनुचित ठरू नये. कारण जाहिरातीचे उत्पन्न हीच खऱ्या अर्थी वृत्तपत्राची जीवनशक्ती असते, हे एक व्यवहारिक सत्य आहे. वृत्तपत्राच्या केवळ खपाने वृत्तपत्राचा संसार चालत नसतो. खप खूप असला आणि जाहिरातीचे उत्पन्न मुळीच नसले किंवा कमी असले तर ते वृत्तपत्र तोट्यात जाईल व शेवटी बंद होईल! म्हणून वृत्तपत्राच्या खपाच्या प्रमाणात जाहिरातींचे उत्पन्नही वाढले पाहिजे. वृत्तपत्राचा खप आणि जाहिरातीचे उत्पन्न यांत जरूर तो समतोल असावा लागतो. म्हणून जाहिरात–एजंट किंवा जाहिराती पुरविणाऱ्या संस्था यांना वृत्तपत्राच्या जीवनात फार महत्व असते.

जाहिरात वितरक संस्था व व्यक्ती

जाहिराती मिळविण्याचा धंदा करणाऱ्या एजंटाने कसे वागावे, कसे बोलावे हा स्वतंत्र विषय आहे. पत्रकाराशी त्याचा काही संबंध नसतो. जाहिरातदार व वर्तमानपत्र यांच्या मधील दुवा म्हणजे जाहिरात-एजंट. तशा काही जाहिरात वितरण संस्थांची व व्यक्तींची नामावली येथे देतो. जाहिरातवितरण व्यवसाय करणारी महाराष्ट्रातीलच नव्हे तर भारतातली

पहिली संस्था म्हणजे बी. दत्ताराम आणि कंपनी ही होय असे म्हणतात. त्या संस्थेचे कार्यालय मुंबई येथे गिरगावात होते. त्या कंपनीचे अनुकरण करून मग अनेकांनी तशा संस्था सुरू केल्या.

सबंध भारतात सुमारे ११० प्रमुख जाहिरात वितरण संस्था असून त्यापैकी सुमारे ५० मुंबईत व कांही पुण्यात आहेत. प्रसिद्ध नावे अशी : लिंटास, न्यू युनिव्हर्सल ॲड. कं., एल. एस. स्टोनॅक, जे. डी. कीमर आणि कंपनी, जे. बाल्टर थॉम्सन, एन. आर. श्रॉफ, बी. पी. सामंत आणि कंपनी, महाराष्ट्र ॲडव्हरटायजिंग कं. (शिरोडकर), सक्सेस ॲडव्हरटाजर्स (एकबोटे), बॉम्बे पब्लिसिटी (सामंत, साठे), आर. व्ही. दामले, शं. वि. साल्ये, बी. वाय. पाध्ये, टिळक ब्रदर्स, जेराल्ड एल. चार्ड, ए. जी. भट, पी. व्ही. मंडलिक, इंप्रेशन्स, जेसन्स, रिडिफ्यूजन, सिस्टाज, मुद्रा कम्युनिकेशन्स, व्हिन ॲण्ड याक ॲडव्हर्टायझिंग, श्री इन वन ॲडव्हर्टायझिंग, हायवेज ॲडव्हर्टायझिंग, नितीन पब्लिसिटी, एम. एन. मोरे यांची दर्शन ॲण्ड कंपनी—मनहर पब्लिसिटी वगैरे. ही नावे देताना त्यांचा ज्येष्ठताक्रम लक्षात घेऊन दिलेली नाहीत किंवा कालपरत्वे त्यांच्या श्रेष्ठतेचाही विचार केलेला नाही. जुनी नवी जेवढी नावे आठवली तेवढीच दिली आहेत. अर्थात् ही यादी पूर्ण नाहीच. वरील संस्थांपैकी कांही अस्तिवात आहेत काही नाहीत.

या क्षेत्रात जाहिराती लिहिणारे काही तज्ज्ञ होते व आहेतही. जाहिरात लेखनाचा स्वतंत्रपणे व्यवसाय करणाऱ्यापैकी काही नावे अशी :— सूर्याफिल्म कंपनीपासून तो व्यवसाय करीत होते ते १. बकुलेश, २. शांतिलाल शहा (कलकत्ता फिल्म एक्श्चेंज), ३. रघुवीर रेळे (एम. बी. ब्रिलिमोरिया कं.) ४. नारायण रामचंद्र मोरे आणि बंधु, ५. शामराव ओक, ६. वसंतराव मराठे, ७. वसंत साठे, ८. मा. कृ. शिंदे, ९. अ. सी. केळूसकर, १० अनंतराव गद्रे, ११. बाबू पनवेलकर, १२. वर्दे (श्री. नारायण पब्लिसिटी), १३ नाडकर्णी, १४ छोटूभाई

दसाई वगैरे वगैरे. यांपैकी काही व्यक्ती हयात आहेत. कदाचित ते आता जाहिरात लेखनाचा व्यवसाय करीत नसतील. मराठी वृत्तपत्र व्यवसायाला वरील सर्वांनी एकेकाळी आपआपल्या परीने हातभार लावलेला होता, हे विसरता कामा नये. असो.

जाहिराती देण्याबाबत सरकारी धोरण

केंद्रिय जाहिरात आणि दृक्श्राव्य प्रसिद्धी संचालनालयाने बड्या, मध्यम आणि छोट्या वृत्तपत्रांना जाहिरात देण्याचे प्रमाण ६० टक्के व ४० टक्के एवढे निश्चित केले असल्याची माहिती, केंद्रिय माहिती व नभोवाणी खात्याचे माजी मंत्री श्री. वसंत साठे यानी संसदीय सल्लागार समितीच्या बैठकीत ता. ७–७–१९८२ रोजी सांगितली. ते आणखी म्हणाले कीं, छोटी व मध्यम खपाची १८ हजार वृत्तपत्रे असून त्या सर्वांनाच जाहिराती देणे शासनाला शक्य होणार नाही. त्यामुळे योग्य प्रमाणात जाहिराती देण्याचा निर्णय घेण्यात आला आहे.

मराठी वृत्तपत्रात काही जहाल, काही मवाळ, काही केवळ अस्तित्व टिकविण्यासाठी धडपडणारी आणि काही केवळ नावाची वृत्तपत्रे आहेत व होती. मात्र मराठी वृत्तपत्रांची परंपरा अतिशय उज्वल आहे यात मुळीच शंका नाही. शेवटी "·····वृत्तपत्रांचे स्वातंत्र्य अबाधित राखण्याची गरज आहे....फक्त आम्हीच सत्याचे दर्शन घडवू शकतो अशी भावना जर राज्यकर्त्यामध्ये निर्माण झाली, तर सारे काही संपलेच !....म्हणून वर्तमानपत्रांनीं विविध विचारांचे दर्शन घडविण्याची गरज आहे...." या श्री. जयवंतराव टिळक यांच्या षष्ठ्यब्दपूर्ति समारंभाच्या अध्यक्षस्थानावरून, ता. १३–१०–८१ रोजी तर्कतीर्थ लक्ष्मणशास्त्री जोशी यांनी काढलेल्या उद्गारांनी हे प्रकरण पूर्ण करतो.

★

: ११ :

जाहिरातीची इतर माध्यमे

वृत्तपत्रे आणि इतर नियतकालिके ही जाहिरातींची प्रमुख माध्यमे असली तरी आणखीही काही माध्यमे असतात. या प्रकरणात त्याच माध्यमांची थोडक्यात माहिती देतो. इतर माध्यमात एक मुख्य माध्यम म्हणजे सिनेमा.

(१) सिनेमा (चित्रपट)

सिनेमा हे जाहिरातीचे एक लोकप्रिय आणि प्रभावी माध्यम असून असंख्य प्रेक्षकांवर त्याचा थेट परिणाम होत असतो. या माध्यमाचा उपयोग दिवसेदिवस वाढत आहे. १९७१ ते १९७८ च्या कालावधीत कायम स्वरूपाच्या सिनेमामध्ये सुमारे ३० टक्के वाढ झाली. सात हजार कायम स्वरूपाच्या सिनेमापैकी ८० टक्के सिनेमा नागरी विभागात आहेत. उरलेले १४०० सिनेमा भारताच्या विशाल ग्रामीण भागात विखुरलेले आहेत. सिनेमांची संख्या वाढली त्याच प्रमाणांत संबंधितांच्या जाहिरात खर्चातही वाढ झाली. सिनेमागृहांच्या रचनेतही इष्ट असा बदल झाला, गेल्या पांच–सहा वर्षांपूर्वीपेक्षा सध्या वातानुकूलित सिनेमास्कोप आणि ७० मि. मि. फिल्म दाखवायची सोय असलेली सिनेमागृहे

अधिक आहेत. शिवाय जुन्या सिनेमागृहापेक्षा नवीन सिनेमागृहाच्या बाल्कनीतील आणि अपर स्टॉलमधील आसनांच्या संख्येचे प्रमाणही वाढलेले आहे. सिनेमा–माध्यमाने करावयाच्या जाहिरातींनी जाहिरातदारांकडून सुमारे ८ कोटींचा धंदा मिळतो. जाहिरातींसाठी चित्रपटगृहांतून स्लाइडसुद्धा दाखविल्या जातात. तसेच छोटे जाहिरातपटही दाखविले जातात.

(२) रेडिओ (आकाशवाणी)

१९२७ साली इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशनने आपल्या उत्पन्नात भर घालण्याच्या उद्देशाने खास कार्यक्रम आयोजित (ध्वनिक्षेपित) करण्याची सुरुवात केली. रेडिओद्वारा जाहिराती करणे त्यानंतर सुमारे सात वर्षे चालले. परंतु ऑल इंडिया रेडिओ स्थापन झाल्यानंतर ती पद्धत बंद करण्यांत आली.

ही परिस्थिती १९३६ पर्यंत होती. तेवढ्यात भारत सरकारने नेमलेल्या एका खास समितीने व्यापारविषयक जाहिराती परत सुरू करण्याची शिफारस केली. त्याचा परिणाम म्हणून मुंबई, पुणे, नागपूर केंद्रावरून ता. १ नोव्हेंबर १९३७ पासून 'विविध भारती' वरून व्यापारी स्वरूपाच्या जाहिराती ध्वनिक्षेपित व्हायला सुरवात झाली. मे १९७० पासून रेडिओवर ७,१५,३० आणि ६० सेकंदाच्या छोट्या छोट्या जाहिरात कार्यक्रमांची सुरवात झाली.. त्या जाहिराती मुख्य कार्यक्रम आणि गाण्यांचे कार्यक्रम यांत मधून मधून आयोजित करण्यात येतात. एकूण ७५ संकदांचे जास्तीजास्त चार कार्यक्रम ध्वनिक्षेपित होतात. ध्वनिक्षेपित होणाऱ्या कार्यक्रमांच्या एकूण वेळेपैकी १० टक्के वेळ जाहिरातीसाठी वेगवेगळ्या दराने दिला जातो.

सध्या आपल्या देशात परवाना दिलेले सुमारे २० दशलक्ष रेडिओ असावेत. आणि सुमारे तेवढेच रेडिओ परवान्याशिवायच वापरले जात

असावेत असा अंदाज व्यक्त केला जातो. ३१ मार्च १९७९ रोजी संपलेल्या आर्थिक वर्षांत जाहिरातींपासून झालेले एकूण उत्पन्न ८० दशलक्ष रुपयांपेक्षां अधिक असावे.

(३) टेलिव्हिजन (दूरदर्शन)

भारतात १९५९ च्या नोव्हेंबर महिन्यात टेलिव्हिजनचे प्रथमागमन झाले. तेव्हा युनेस्कोच्या मदतीने दिल्ली येथे एक लहानसे प्रायोगिक केंद्र स्थापन करण्यात आलें. मात्र १९७० पर्यंत या माध्यमाकडे फारसे लक्ष देण्यात आले नव्हते. त्यानंतर मात्र भारत सरकारने दूरदर्शनच्या विकासाचा जोरदार कार्यक्रम हाती घेतला. सध्या असलेल्या एकूण सुमारे १७ केंद्रांपैकी फक्त दहा केंद्रात जाहिराती स्वीकारल्या जातात. मुंबई, पुणे, दिल्ली, कलकत्ता, मद्रास, लखनौ, अमृतसर आणि श्रीनगर येथील दूरदर्शन केंद्रांवरून ता. १ जानेवारी १९७६ पासून व्यापारी स्वरूपाच्या जाहिरातींचे लघुतम कार्यक्रम प्रदर्शित होऊ लागले. नंतर वरील केंद्रात मसुरी आणि कानपूर या केंद्रांची भर पडली. सहाव्या योजनेत आणखीही बऱ्याच ठिकाणी नवीन दूरदर्शन केंद्रे सुरू होतील, आणि रंगीत कार्यक्रम दाखविता येतील आणि तसे टी. व्ही. चे संच उपलब्ध होतील ! (झाले आहेत.)

गेल्या अडीच-तीन वर्षात दूरदर्शन संचांच्या संख्येत बरीच वाढ होऊन ती सुमारे १० लक्ष झाली असावी ! त्यांतले बहुसंख्य संच दिल्ली आणि मुंबई या शहरात आहेत. त्याचप्रमाणे दूरदर्शनवरील जाहिरातींनी मिळणारे उत्पन्न १९७६–७७ साली ८ दशलक्ष रुपये होते ते १९७९ साली ५० दशलक्ष रुपयापर्यंत पोचले !

(४) ओपेल व्हिजन—

आपल्या उत्पादनाची जाहिरात करण्यासाठी आता एक नवीन ट्रूम निर्धाली आहे. फ्रीजच्या उंचीची आणि कूलरच्या जाडीची एक बॉक्स पुण्याच्या डेक्कन जिमखान्यावरील पूनाकॉफी हाऊसमध्ये बसविली

आहे. ओपेल इंडियाच्या वतीने ती बॉक्स बसविली असून, या बॉक्सच्या छोट्या टी. व्ही. सारख्या पडद्यावर, दर १०–१५ सेकंदाना नवीन उत्पादनाची जाहिरात झळकेल. 'ओपेल व्हिजन' हे त्या बॉक्सचे नाव आहे. भारतामध्ये अशा पद्धतीचे जाहिरात प्रदर्शन प्रथमच होत आहे, अशी माहिती 'मनोहर' च्या १५–२१ जुलै १९७९ च्या अंकात प्रसिद्ध झाली होती. सारांश 'ओपेल व्हिजन' हे जाहिरात प्रदर्शनाचे आणखी एक नवीन माध्यम निघाले आहे एवढेच या विषयाच्या संदर्भात लक्षात ठेवावे.

आगगाड्या

वरील माध्यमाखेरीज जाहिरातींची मुख्य माध्यमे म्हणजे रेल्वे कंपन्यांच्या आगगाड्या आणि निरनिराळ्या राज्यांतील एस. टी. बसगाड्या. जाहिरातीसाठी आपल्या स्थानकांचा आणि आगगाड्यांच्या डब्याचा उपयोग करू देण्याऱ्या रेल्वे कंपन्या म्हणजे (१) मध्य रेल्वे, (२) पूर्व (इस्टर्न) रेल्वे, (३) उत्तर रेल्वे, (४) इशान्य रेल्वे, (५) वायव्य सरहद्द रेल्वे, (६) दक्षिण रेल्वे, (७) अग्नेय रेल्वे, (८) पश्चिम रेल्वे आणि (९) दक्षिण मध्य रेल्वे.

वरील रेल्वेच्या आगगाड्यांच्या बाह्यांगावर व डब्यांतही, त्या त्या कंपनीच्या नियमानुसार लहानमोठ्या जाहिराती लावण्यासाठी मासिक, वार्षिक कराराने सोय होऊ शकते. त्यासाठी कमी अधिक दर आकारण्यात येतात.

बसगाड्या

निरनिराळ्या राज्यातील प्रवाश्यांची व स्थानिक उतारूंची ने-आण करणाऱ्या परिवहनविषयक बसगाड्यांचाही जाहिरातीसाठी उपयोग करू दिला जातो. त्याबद्दल पैसे द्यावे लागतात. खालील राज्यांतील मार्ग परिवहन संस्थांच्या बसगाड्यांत जाहिराती [पोस्टर्स वगैरे] लावू देतात–अर्थात् पूर्व परवनगीने.

(१) अहमदाबाद नगरपालिकेच्या बसगाड्या (२) मुंबईच्या बी. इ. एस. टी.च्या बसगाड्या, (३) चंदीगड परिवहन मंडळाच्या बसगाड्या,

(४) दिल्लीच्या परिवहन महामंडळाच्या बसगाड्या, (५) हरियाना राज्य परिवहन विषयक गाड्या, (६) हिमाचल प्रदेशच्या बसगाड्या, (७) मध्येप्रदेश राज्य मार्ग परिवहन महामंडळाच्या गाड्या, (८) महाराष्ट्रातील एस. टी. च्या गाड्या, (९) पेप्सूच्या परिवहन गाड्या, (१०) पुणे आणि सोलापूर येथील नगरपालिकांच्या परिवहन गाड्या आणि (११) ओरिसा राज्यातील परिवहन सेवेच्या गाड्या वगैरे.

ही झाली मुख्य मुख्य जाहिरात–माध्यमे. या खेरीज मोठमोठ्या शहरातून लहान मोठे आडवे उभे जाहिरात–फलक लावले जातात ते वेगळेच ! जाहिरात–पत्रकांच्या तावडींतून रस्त्यावरच्या दिव्यांचे खांबही सुटत नाहीत ! ठिकठिकाणी न्यूऑनसाईनच्या जाहिराती झळकतात, त्यापासूनही नगरपालिकांना उत्पन्न मिळत असते.

भिंती व भिंतीचित्रें

खेड्यापाड्यातील मोक्याच्या ठिकाणी भित्तीपत्रके लावणे किंवा घरांच्या भिंतीच रंगविणे हेही प्रकार जाहिरातीसाठी होत असतात. सारांश जाहिरात–प्रचार हा व्यापक स्वरूपाचा आणि बहुमुखी असतो. त्या प्रकारांची यादी करायची झालीच, तर ती परिपूर्ण होऊच शकणार नाही ! असो. यापुढील प्रकरणात, ज्यांना नवीन नियतकालिक सुरू करायचे असेल अशा पत्रकारांसाठी काही व्यावहारिक सूचना देतो.



: १२ :

नवीन वृत्तपत्र सुरू करू इच्छिणाऱ्यासाठी मार्गदर्शन

कोणालाही नवीन वृत्तपत्र किंवा नवीन नियतकालिक सुरू करायचे असेल, तर त्याने प्रथम आर्थिक तरतूद केली पाहिजे. म्हणजेच अंदाज

आखून त्याप्रमाणे भांडवल उभारायची व्यवस्था करून ठेवली पाहिजे. त्यानंतर ते वृत्तपत्र अगर नियतकालिक कोणत्या प्रेसमध्ये छापून घ्यायचे की स्वतःच त्यासाठी छापखाना सुरू करायचा ते ठरवून त्याप्रमाणे जरूर ती व्यवस्था करावी लागते. मात्र एवढे करूनही भागत नाही. नवीन वृत्तपत्र अगर नियतकालिक सुरू करण्यापूर्वी काही सरकारी कायदेशीर सोपस्कार उरकावे लागतात. उदाहरणार्थ 'डिक्लेरेशन' (जाहीरनामा).

डिक्लरेशन—

कायदेशीर सोपस्कारांपैकी पहिली गोष्ट म्हणजे डिक्लेरेशन. ज्या ठिकाणी इच्छित वृत्तपत्र अगर नियतकालिक काढायचे असेल, ते ठिकाण ज्या जिल्हाधिकाऱ्याच्या अधिकारक्षेत्रात असेल, त्या जिल्हाधिकाऱ्याकडे अगर विभागीय जिल्हाधिकाऱ्याकडे विहित फॉर्म भरून त्या डिक्लेरेशनसाठी अर्ज करावा लागतो. त्या अर्जात (१) वृत्तपत्राचे अगर नियतकालिकाचे तुम्ही ठरविलेले नाव, (२) नियतकालिकाचा प्रकार—दैनिक, साप्ताहिक वगैरे, (३) ज्या भाषेत ते प्रसिद्ध करायचे असेल ती भाषा, आणि (४) जरूर ती इतर माहिती—मुद्रक, प्रकाशक, संपादक यांची नावे व पत्ते—वगैरे दिली पाहिजे. त्यांत प्रकाशनस्थळही द्यावे लागते. डिक्लेरेशन हे मुख्यतः प्रकाशकासाठी असते.

वरीलप्रमाणे माहिती असलेला रीतसर अर्ज मिळाल्यानंतर जिल्हाधिकारी, 'रजिस्ट्रार, न्यूजपेपर्स फॉर इंडिया, नवी दिल्ली' यांच्याशी संपर्क साधून, संकल्पित नाव भारतात प्रसिद्ध होत असलेल्या इतर कोणत्याही वृत्तपत्राच्या अगर नियतकालिकाच्या नावासारखे नसल्याची खात्री करून घेतात आणि नंतरच त्या नावाचा उपयोग करायला परवानगी देतात. तेच नांव आधीच अस्तित्वात असलेल्या एखाद्या नावासारखे असल्याचे आढळले तर प्रकाशकाला त्याच्या पसंतीच्या क्रमाने दुसरी काही नावे सुचविण्यास सांगण्यात येते. न्यूजपेपर्सच्या रजिस्ट्रारनी हिरवा कंदील दाखविल्यानंतर जिल्हाधिकारी डिक्लेरेशन रीतसर मंजूर करतात.

डिक्लरेशन मिळून दीड महिन्याच्या मुदतीत जर ते दैनिक अगर साप्ताहिकादि नियतकालिक प्रसिद्ध केले नाही, तर ते डिक्लरेशन रद्द ठरते. मासिकासारख्या नियतकालिकाच्या बाबतीत ही मुदत तीन महिन्यांची असते. मुद्रणस्थळ, मुद्रक, प्रकाशक अगर मालक यांच्या बाबतीत काही फेरबदल झाल्यास किंवा वृत्तपत्राचे–नियतकालिकाचे नाव किंवा भाषा यांत बदल करायचा असला, तर नवीन डिक्लरेशन करावे लागते. त्याचप्रमाणे एकदा सुरू झालेले दैनिक, साप्ताहिक वगैरे कोणत्याही कारणाने जर १२ महिन्यापेक्षा अधिक काळपर्यंत प्रसिद्ध होऊ शकले नाही तरीही नवीन डिक्लरेशन करावे लागते.

अंकाची प्रत

प्रत्येक अंक प्रसिद्ध होताच तो ४८ तासांचे आत प्रकाशकाने 'रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपर्स' यांचेकडे किंवा मराठीच्या बाबतीत मुंबईतील संबंधित अधिकाऱ्याकडे पाठविला पाहिजे.

नोंदणी क्रमांक (रजिस्ट्रेशन)

प्रकाशकाने आपल्या प्रकाशनाचा अंक डिक्लरेशनच्या नकलेसह रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपर्स यांचेकडे पाठविल्यावर ते आपल्या नोंदवहीत तो नोंदवतात आणि तो नोंदणी क्रमांक नोंदणीदाखल्यासह प्रकाशकाला कळवतात. प्रत्येक अंकावर तो नोंदणी क्रमांक दृश्य भागावर छापावा लागतो. नोंदणी क्रमांक नसेल तर पोस्टखात्याकडून टपालहासिलात सवलत मिळत नाही.

प्रकाशन बंद करताना

प्रकाशन बंद करायचे असल्यास किंवा मुद्रक, प्रकाशक यांचा त्या प्रकाशनाशी असलेला संबंध सोडायचा असल्यास त्यांनी जिल्हाधिकाऱ्यांना रीतसर कळविले पाहिजे. तसे न केल्यास तो गुन्हा ठरतो.

छपाईची यंत्रसामुग्री

छपाईची यंत्रसामुग्री आयात करायची असेल, तर त्या बाबतींत

रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपर्स यांच्याशी संपर्क साधून जरूर ती माहिती आधीच मिळवावी.

महत्त्वाची माहिती

वृत्तपत्राच्या अगर अन्य नियतकालिकांच्या प्रत्येक अंकांत प्रकाशक, मुद्रक, मालक, संपादक आणि मुद्रणस्थळ व प्रकाशनस्थळ ही महत्त्वाची माहिती असली पाहिजे. संपादकाचे नाव स्वतंत्रपणे दिले तरी चालते. त्याप्रमाणे ठराविकवेळीं वरील नावे, त्यांचे पत्ते व राष्ट्रीयत्व तक्ता क्र. ४ नियम ८ प्रमाणे जाहीर करावे लागते.



: १३ :

परिशिष्ट (अ)

प्रेस कमिशन आणि प्रेस कौन्सील

स्वातंत्र्यप्राप्तीनंतर भारतातील कांहीं भांडवदारांची नजर वृत्तपत्र-सृष्टीकडे वळली. त्यांनी वृत्तपत्रे सुरू केली आणि निरनिराळ्या प्रांतातील अनेक वृत्तपत्रे आपल्या हाती घेतली.

प्रेस कमिशन

वरील घटनेची स्पष्ट जाणीव भारताचे भूतपूर्व पंतप्रधान पं. जवाहरलाल नेहरू यांना प्रथम झाली आणि त्यांनी त्या प्रश्नाची चौकशी करण्यासाठी १९५२ साली पहिले कमिशन नेमले.

त्या प्रेसकमिशनचा अहवाल भारत सरकारने स्वीकारला आणि भारतीय वृत्तपत्र सृष्टीची पुनर्घटना होण्याची आशा निर्माण झाली. परंतु भारतसरकारने त्या अहवालातील शिफारशींची करावी तशी अंमलबजावणी केली नाही. पत्रकारांच्या प्रश्नाखेरीज इतर शिफारशींकडे द्यावे तसे लक्ष दिले गेले नाहीं. ज्या योड्या शिफारशींची अंमलबजावणी

झाली तीही दिरंगाईने आणि शिफारशींचे मूळ स्वरूप बदलून करण्यात आली. पुढे पहिल्या कमिशनचा अहवाल तसाच पडला असताना जवळजवळ तशाच कामासाठी भारतसरकारने दुसरे कमिशन नेमले.

प्रेस कौन्सील

प्रेस कौन्सील ही पहिल्या प्रेस कमिशनने केलेल्या शिफारशींपैकी एक मुख्य शिफारस आहे. त्यापूर्वी ब्रिटनमध्ये अशा स्वरूपाचे प्रेस-कमिशन काम करू लागले होते. इतर काही देशातही तशांच प्रकारच्या संस्था काम करीत आहेत.

प्रेसकमिशनची व प्रेस कौन्सालची शिफारस १९५४ सालची. परंतु ती अमलात यायला सुमारे १२ वर्षे लागली. १९७६ च्या प्रारंभी आणीबाणीमुळे त्या कामाला थोडी खीळ बसली. पुढें तीन वर्षांनी म्हणजे १९७९ च्या मार्चमध्यें प्रेस कौन्सीलचे पुनरुजीवन झाले आणि ते कार्यान्वित झाले. मात्र एखाद्या व्यवसायाचे नियमन करणाऱ्या संस्थेत त्या व्यावसायिकांच्या प्रतिनिधींची बहुसंख्या असली पाहिजे हे तत्त्व पाळले गेले नाही. प्रेस कमिशनच्या शिफारशीप्रमाणे पहिल्या प्रेस कौन्सीलमध्ये पत्रकारांचे मताधिक्य होते. परन्तु पुढे संसदेचे पाच सभासद त्यांत घेतल्याने ते बहुमत राहिले नाही.

ब्रिटनमध्ये कायद्याचा आधार नसूनही प्रेस कौन्सीलला प्रतिष्ठा प्राप्त झाली. प्रेस कौन्सीलला संसदेच्या कायद्याचा आधार असल्याशिवाय त्याला कोणी किंमत देणार नाही हे ओळखून कौन्सीलला संसदेच्या कायद्याचा आधार असला पाहिजे असे पहिल्या प्रेसकमिशनने म्हटले होते. परन्तु संसदेच्या कायद्याचा आधार असून देखील या देशातले प्रेस कौन्सील परिणामकारक ठरू शकले नाही. या प्रकाराला देशातील सामाजिक परिस्थिती कारणीभूत असेल असे म्हणावे लागते. (मुं. म. पत्रकार संघात ता ६ जानेवारी १९८१ रोजी श्री. मा. वि. साने यांनी केलेल्या भाषणाच्या आधारे) म. टाइम्स ता. १९–७–८२ च्या अंकातील अग्रलेखात वृत्तपत्र आयोगांचा साकल्याने विचार केलेला आहे.

★

परिशिष्ट (ब)

पत्रकारिता–शिक्षण देणारी काही विद्यापीठें

भारतात खालील विद्यापीठात पत्रकारितेची पदविका, पदवी किंवा पदव्युत्तर शिक्षण मिळण्याची सोय आहे.

१. पंजाब युनिव्हर्सिटी – चंदीगड
२. पंजाबी ,, – पतियाळा
३. जबलपूर ,, – जबलपूर
४. रविशंकर ,, – रायपूर (म. प्र)
५. मद्रास ,, – मद्रास
६. नागपूर ,, – नागपूर
७. शिवाजी ,, – कोल्हापूर
८. कालिकत ,, – थेन्हीपलम् (केरळ)
९. मराठवाडा ,, – औरंगाबाद
१० उस्मानिया ,, – हैदराबाद
११ बनारस हिंदु ,, – वाराणशी
१२ बऱ्हामपूर ,, – बऱ्हामपूर (ओरिसा)
१३ भारतीय पत्रकारिता विद्यापीठ – नवी दल्ली (हिंदी माध्यमातूनसुद्धा)
१४ मुंबई विद्यापीठ – मुंबई
१५ एस. एन्. डी. टी. महिला विद्यापीठ –मुंबई
१६ युनिव्हर्सिटी ऑफ कलकत्ता – कलकत्ता
१७ युनिव्हर्सिटी ऑफ म्हैसूर – म्हैसूर
१८ युनिव्हर्सिटी ऑफ राजस्थान – जयपूर
१९ डेटलाईन स्कूल ऑफ जर्न्यालिजम – नवी दिल्ली
२० पुणे विद्यापीठ – पुणे

शिवाय अनेक मास कम्युनिकेशन सेंटरमध्येही पत्रकारिता या विषयाचे शिक्षण दिले जाते.

परिशिष्ट (क)

काही व्यावसायिक संघटना

वृत्तपत्रांच्या आणि संपादक, बातमीदार वगैरे श्रमिक पत्रकारांच्या ज्या प्रमुख व्यावसायिक संघटना आहेत त्यापैकी काहींची नावे अशी :

(१) **ऑल इंडिया न्यूजपेपर एडिटर्स कॉन्फरन्स,** नवी दिल्ली १. स्थापना १९४०,

(२) **ऑल इंडिया स्मॉल ॲन्ड मिडियम न्यूजपेपर असोसिएशन** नवी दिल्ली–६.१८६० च्या सोसायटीच्या कायद्यान्वये १९७२ साली नोंदविली.

(३) **ऑल इंडिया स्मॉल ॲन्ड मिडियम न्यूजपेपर्स फेडरेशन,** कानपूर–१२. स्थापना–१९६८.

(४) **इंडियन ॲन्ड इस्टर्न न्यूजपेपर सोसायटी,** नवी दिल्ली १. स्थापना १९३९.

(५) **इंडियन फेडरेशन ऑफ वर्किंग जर्नालिस्ट,** नवी दिल्ली–१. स्थापना १९५०. या संघटनेला भारत सरकारची मान्यता आहे. अनेक संघटना या संस्थेशी संलग्न आहेत.

(६) **इंडियन लँग्वेजीस न्यूजपेपर्स असोसिएशन,** घोगा स्ट्रीट, मुंबई–१. स्थापना १९४१.

(७) **इंडियन रूरल प्रेस असोसिएशन–** नवी दिल्ली, २–स्थापना १९७३.

(८) **नॅशनल युनियन ऑफ जार्ना लिस्टस्;** (इंडिया) न्यू दिल्ली १

(९) **प्रेस गिल्ड ऑफ इंडिया,** मुंबई–३९. स्थापना १९५५.

(१०) **प्रेस इन्स्टिटचूट ऑफ इंडिया,** नवी दिल्ली-१. स्था. १९६३

(११) **स्पेशलाइन्ड पब्लिकेशन असोसिएशन,** मुंबई–१. स्थापना १९५९.

(१२) **सबएडिटर्स गिल्ड,** नवी दिल्ली १६.

(१३) **सेंट्रल इन्फर्मेशन सर्व्हिस असोसिएशन,** नवी दिल्ली १.

(१४) **ऑल इंडिया स्मॉल न्यूजपेपर्स फेडरेशन,** मोरादाबाद. (यू. पी.)

(१५) **मुंबई मराठी पत्रकार संघ,** मुंबई–१.

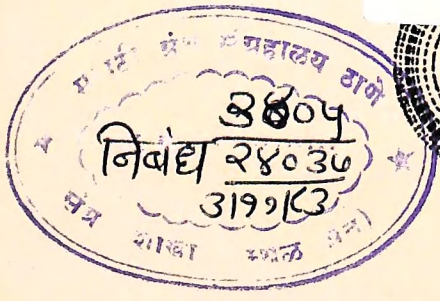
(१६) **अ. भा. मराठी पत्रकार परिषद,** मुंबई–१.

(१७) **बॉम्बे जर्नालिस्ट असोसिएशन,** मुंबई.

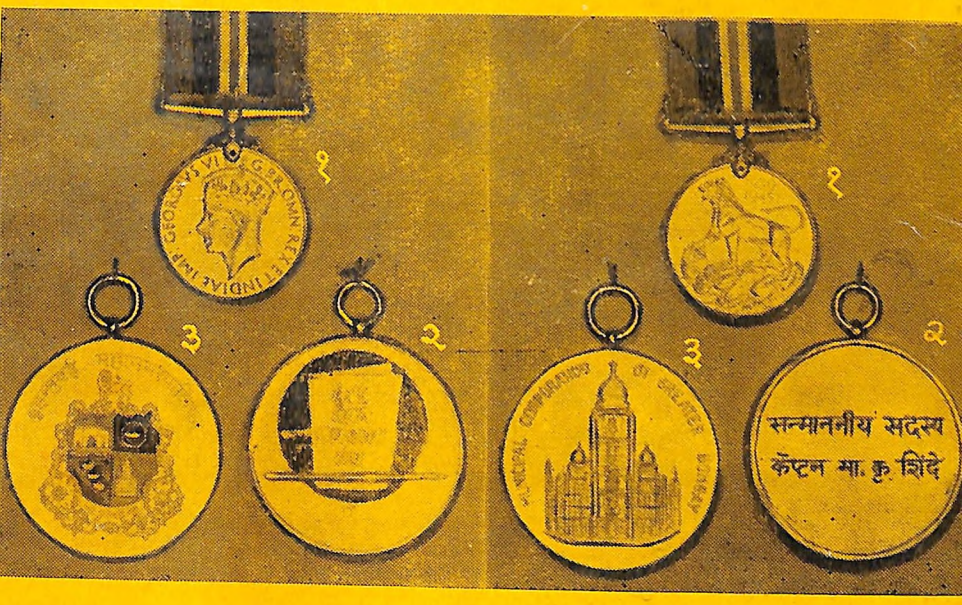
(१८) **मुंबई गुजराती पत्रकार संघ,** मुंबई वगैरे,

या शिवाय आणखीही अनेक संघटना व क्लब आहेत.

REFBK-0024037



कॅप्टन शिंदे यांना मिळालेली पदके



पुढची बाजू

मागची बाजू

१. दुसऱ्या जागतिक महायुद्धकाळात केलेल्या लष्करी सेवेबद्दलचे 'वॉर मेडल' (युद्ध पदक)

२. मुंबई मराठी पत्रकार संघाने सन्माननीय सदस्यत्व बहाल करताना समारंभपूर्वक दिलेले पदक (२१-६-७८)

३. एक ज्येष्ठ पत्रकार म्हणून गौरव करताना बृहन्मुंबई महानगरपालिकेचे महापौर माननीय बाबुराव शेटये यांच्या हस्ते मिळालेले पदक (२०-३-८१)