

डिजिटल न्यूजपेपर : स्वरूप आणि आव्हाने

Dr Dhiraj Suresh Shinde

Head, Department of History, Smt.Akkatai Ramgonda Patil Kanya Mahavidyalaya,
Ichalkaranji Dist Kolhapur

गोषवारा :

वृत्तपत्रे हि आजच्या युगात एक प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून ओळखली जातात. अलीकडील काळात वृत्तपत्रांमध्येही व्यावसायिकता येत जाऊन वृत्तपत्रांचे बाजारीकरण झाले. प्रचंड स्पर्धेत दर्जा वाढविताना तत्वांची तडजोड करण्यात आली.कॉम्प्युटरच्या शोधनंतर पत्रकारीतेतही कागद,पेनची जागा कॉम्प्युटरने घेतली.पत्रकारांच्या काम करण्याच्या पद्धतीमध्येही बदल झाला. आता पत्रकार, संपादक हा वार्तापत्रांचे संस्करण करण्याबरोबरीने कम्पोजीटर, प्रुफरीडर, प्रोसिसिंगचे कार्यही तोच करतो. नवीन तंत्रज्ञानामुळे त्याच्या काम करण्याच्या तंत्रात आणि गतीतही बदल झाला आहे. आता एकटाच पत्रकार वृत्तपत्रामध्ये संगणकाद्वारे सर्व प्रक्रिया करतो. वृत्त पाठवण्यासाठी त्याच्याकडे लॅपटॉप, मोबाईल असतो. त्याद्वारे जलद गतीने वृत्त आदानप्रदान करता येते.पुढचा टप्पा म्हणजे इंटरनेटवरती ऑनलाईन दैनिकांची उपलब्धता होय. आपली वृत्तपत्रे जगभरात पोहोचावीत व व्यवसायामध्ये जाहिरातींच्या माध्यमातून फायदा मिळावा या हेतूने वर्तमानपत्राच्या वेब आवृत्त्यांची निर्मिती झाली. त्यामध्ये वृत्ते क्षणाक्षणाला अपडेट केली जातात. वेब आवृत्तीमुळे देशातील,राज्यातील, जिल्ह्यातील,गावातील बातमी क्षणात समजणे शक्य झाले.इंटरनेट आवृत्त्यांच्या वाढत्या प्रभावामुळे भविष्यात 'कागदविरहित वर्तमानपत्र' (Paperless Newspaper) हि संकल्पना पर्यावरणपूरक आणि बदलत्या कालानुरूप येणे अल्पकाळातच शक्य आहे. ऑनलाईन पत्रकारितेचे क्षेत्र,स्वरूप, व्याप्ती, कामकाज पद्धत, रचना, मांडणी ही पारंपारिक पत्रकारीतेपेक्षा पूर्ण भिन्न ठरते. स्थानिक स्तरावरील एखादा प्रश्न वृत्तपत्रे आपल्या वेब आवृत्तीद्वारे जागतिक पातळीवरती काही क्षणात प्रकाशित करतात. त्यामुळे भाषिक वृत्तपत्रांच्या भौगोलिक मर्यादा ऑनलाईन दैनिकांनी केव्हाच पार केल्या आहेत. स्थानिक भाषिक वृत्तपत्रांना ऑनलाईन पत्रकारितेमुळे विदेशात मोठी मागणी असते. तसेच वाचकांना थेट सहभाग हे ऑनलाईन दैनिकाचे वेगळेपण असते. या ऑनलाईन आवृत्त्यांमधून सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, धार्मिक, विषयांवरतीही मत व्यक्त करता येते किवा विविध प्रश्न विचारून त्याबाबतीत वाचकांच्या ऑनलाईन प्रतिक्रिया घेता येतात. 'विश्वसनियतेचा अभाव' हा सोशल मिडीयापुढील मोठा प्रश्न आहे आणि तेच वृत्तपत्राचे बलस्थान आहे. त्यामुळे जोपर्यंत सोशल मिडीया विश्वसनियतेच्या आघाडीवर प्रगल्भ होत नाही तोपर्यंत वृत्तपत्रांचे स्थान,महत्व अबाधित आहे. आधुनिक आव्हानांना आधुनिक पद्धतीने उत्तर देण्यातून मुद्रित माध्यमे भविष्यातही प्रदीर्घ काळ प्रभावी राहतील.

प्रास्ताविक-

वृत्तपत्रे हि आजच्या युगात एक प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून ओळखली जातात. आजच्या 'इलेक्ट्रॉनिक मिडीयाच्या' युगात प्रिंट मिडीयाने आपले स्थान अबाधित राखले आहे. वृत्तपत्रांचा संबंध सर्वसामान्य जनतेच्या थेट प्रश्नांशी येतो. लोकांचा कल,आवडीनिवडीनुसार आजची वृत्तपत्रे आपला चेहरा जास्तीत जास्त लोकाभिमुख करण्याचा सातत्याने प्रयत्न करत असतात. त्यामुळे प्रसारमाध्यमे समाजाचा अविभाज्य भाग बनली आहेत. भारतामध्ये 'हिकीज गॅझेट' नंतर वृत्तपत्रांच्या विकासास प्रारंभ झाला.भारतात प्रादेशिक वृत्तपत्रांची उत्तरोत्तर निर्मिती,विकास,विस्तार घडून आला. स्वातंत्र्य लढ्यावेळी ही वाढ मोठ्या प्रमाणावर घडून आली. एका बाजूस लोकमत जागृत करणे आणि दुसऱ्या बाजूने लोकमताचे संघटीत दडपण शासनावर आणण्याची अवघड कामगिरी भारतीय पत्रकारितेने केली आहे.स्वातंत्र्य चळवळीत राष्ट्रीय नेत्यांनी एक प्रभावी साधन म्हणून वृत्तपत्रांचा वापर सुरु केला आहे. महाराष्ट्रात लोकमान्य टिळकांनी केसरी,मराठा,महात्मा गांधीजीनी हरिजन,यंग इंडिया,नवयुग,पंडित नेहरूंनी नॅशनल हेरॉल्ड,मौलाना आझाद यांनी 'अल हिलाल' ही वृत्तपत्रे सुरु केली. वृत्तपत्रांबाबत म.गांधीजीनी मत व्यक्त केले कि,'लोकांना काय हवे,' या प्रश्नांचा संपादक जसा विचार करतात तसाच 'लोकांना काय दिले पाहिजे' याचा विचार संपादकांनी करणे आवश्यक आहे.

वृत्तपत्रांची ताकद ब्रिटिशांना ज्ञात असल्यामुळे त्यांनी इ.स १७९९ पासून वृत्तपत्रांवरती अनेक निर्बंध घातले. भारत स्वातंत्र्यानंतर भारतीय राज्यघटनेत कलम १९ (१)'अ' नुसार सर्व नागरिकांना भाषण व अविष्कार स्वातंत्र्यात (फ्रीडम ऑफ स्पीच अँड एक्सप्रेसशन) वृत्तपत्र स्वातंत्र्याचा समावेश केला आहे.१ पुढे सातत्याने शासकीय पातळीवर अनेक आयोग,समित्या नेमून वृत्तपत्रांच्या नियमन विषयक धोरण आखण्यात आले. वृत्तपत्रांमध्येही व्यावसायिकता येत जाऊन वृत्तपत्रांचे बाजारीकरण झाले. प्रचंड स्पर्धेत दर्जा वाढविताना तत्वांची तडजोड करण्यात आली. छपाई तंत्रामध्ये गती,तंत्र या बाबतीत अचूकता आणण्याचा प्रयत्न झाला. शिळाप्रेस नंतर छपाई तंत्रात सातत्याने बदल होत गेले.ऑफसेट,लेजर,डिजिटल या पद्धती महत्वाच्या असून खर्चिक असल्याने सद्या या पद्धतींचा वापर केला जात नाही.२ भविष्यात या आधुनिक पद्धती स्वस्त झाल्यास त्यांचा वापर सुरु होईल.

संगणक, इंटरनेटचा वाढता प्रभावी वापर – संगणकाचा अविष्कार मानवी इतिहासामध्ये एक महत्वाचा टप्पा ठरला. त्यातच इंटरनेटच्या प्रभावी वापरामुळे संगणकालाही वेगळ्या स्वरूपाची ओळख मिळाली. इंटरनेटचा उगम हा रशिया आणि अमेरिकेतील शीतयुद्धाच्या परिणामातून झाला. अमेरिकेचे तात्कालिन राष्ट्राध्यक्ष जॉन एफ केनेडी यांना क्युबा संकटामुळे ही जाणीव झाली कि, अमेरिकेवर परमाणु बॉम्बच्या हल्ल्याची भीती आहे. अमेरिकेस अशी भीती होती कि, क्युबामध्ये रशिया मोठ्या प्रमाणावर अणुबॉम्ब

उत्तरवीत आहे.जर अमेरिकेवरती परमाणु हल्ल्याचा प्रयत्न झाल्यास त्याचा परिणाम म्हणून अमेरिकेतील संपर्क माध्यमे ही प्रभावित होऊ शकतात म्हणून अमेरिकेचे लष्करी मुख्यालय पँटागॉन येथील लष्करी तज्ञांनी परमाणु हल्ला झाला तरी प्रभावित न होणाऱ्या संचार माध्यमांची गरज निर्माण झाली. त्यासाठी पँटागॉनच्या 'एडव्हान्स रिसर्च प्रोजेक्ट एजन्सी' (ARPA) ने मोठी आर्थिक मदत केली. व त्यातून २ सप्टे १९६९ मध्ये लिओनार्ड रॉकच्या नेतृत्वाखाली एका वैज्ञानिकाच्या पथकाने आपले संगणक हे रेफ्रिजरेटरच्या आकाराच्या स्वीच, ज्याचे नाव 'इंटरफेस मेसेज प्रोसेसर' असे होते, त्याच्याशी जोडून संदेशाचे आदान-प्रदान सर्वप्रथम केले. त्यामुळे लिओनार्ड रॉकला इंटरनेटचा जनक मानतात. आरंभी ARPA NET नावाने ही कार्यपद्धती ओळखली जाते.

अशाप्रकारे लष्करी वापरासाठी झालेल्या इंटरनेटचा वापर पुढील २५-३० वर्षांमध्ये सर्वसामान्य वर्गात प्रचंड लोकप्रिय झाला यादरम्यान संगणक तज्ञांनी संदेशाचे आदान-प्रदान करण्यासाठी एका पद्धतीचा शोध लावला त्यालाच 'ई-मेल' म्हणतात. त्यामुळे जलद गतीने संदेशवहन शक्य होऊन माहिती वहनाची प्रक्रिया गतिमान झाली.^३ माध्यमाच्या प्रभावी वापरामुळे त्याचा विकासही वेगाने झाला.इ.स. १९७० च्या दशकामध्ये मार्शल मॅकलुहान यांनी भविष्य वर्तवले होते कि, "भविष्यात माहिती आदान-प्रदान, प्रसारणाचा वेग, स्वरूप इतके प्रचंड बदलेल कि, जग हे एक खेडे बनेल" त्यावेळी मॅकलुहानच्या वक्तव्यावरती लोकांना अविश्वास वाटला परंतु ही भविष्यवाणी इ.स. २००० नंतर खरी ठरल्याचे दिसते.^४

वृत्तपत्र, पत्रकारांचे डिजिटलायझेशन -

पत्रकारीतेतही कागद,पेनची जागा कॉम्प्युटरने घेतली आहे. पत्रकारांच्या काम करण्याच्या पद्धतीमध्येही बदल झाला आहे. आता पत्रकार, संपादक हा वार्तापत्रांचे संस्करण करण्याबरोबरीने कम्पोजीटर, प्रुफरीडर, प्रोसिसिंगचे कार्यही तोच करतो. नवीन तंत्रज्ञानामुळे त्याच्या काम करण्याच्या तंत्रात आणि गतीतही बदल झाला आहे. पूर्वी पूर्ण वर्तमानपत्रातील कर्मचाऱ्यांचा एक गट बातम्यांवरती संस्करण करण्याचे काम करत असे. यापूर्वी पत्रकार, उपसंपादक बातमी लिहून कम्पोजीटरकडे पाठवत असे. तेथून बातमी कंपोज करून प्रुफरीडरकडे जात असे. त्याच्याकडे तपासून पुन्हा कम्पोजीटरकडे सुधारणेसाठी पाठवून तो ती बातमी कंपोज करून मेकअपमॅन त्याच्याकडून मशीनमॅनकडे जात असे ही सर्व प्रक्रिया क्लिष्ट, वेळखाऊ होती. परंतु आता एकटाच पत्रकार संगणकाद्वारे ही सर्व प्रक्रिया करतो. वृत्त पाठवण्यासाठी त्याच्याकडे लॅपटॉप, मोबाईल असतो. त्याद्वारे जलद गतीने वृत्त आदानप्रदान करता येते. पत्रकार इंटरनेटद्वारे वृत्तावर आवश्यक संस्करण करून लगेच छपाईकरता पाठवू शकतो. या पुढचा टप्पा म्हणजे इंटरनेटवरती ऑनलाईन दैनिकांची उपलब्धता होय.

वृत्तपत्रांच्या वेब आवृत्त्या -

वर्तमानपत्रे हि सुरवातीला मुद्रित स्वरूपाची असलेने जगभरातील वाचकांपर्यंत वृत्तपत्र पोहोचवणे कठीण जात होते. त्यातूनच आपली वृत्तपत्रे जगभरात पोहोचावीत व व्यवसायामध्ये जाहिरातींच्या माध्यमातून फायदा मिळावा या हेतूने वर्तमानपत्रांच्या वेब आवृत्त्यांची निर्मिती झाली. अमेरिकेत सर्वप्रथम 'न्युयॉर्क टाइम्सने' आपल्या दैनिकाची वेब आवृत्ती सुरु केली. भारतात "The Hindu" या अग्रगण्य इंग्रजी वृत्तपत्राने इ.स. १९९५ ला चेन्नई येथून आपली पहिली ई-आवृत्ती सुरु केली. आणि भारतात 'इंटरनेट पत्रकारिता' सुरु झाली. मराठी वृत्तपत्रात सर्वप्रथम दै. केसरीने ई-आवृत्ती सुरु केली. आज जगभरात ४००० हून जादा दैनिके इंटरनेटवरती आहेत. भारतात ३०० हून अधिक, मराठीत १०० हून अधिक वृत्तपत्रे इंटरनेटवर इ.स. २०१४ पर्यंत उपलब्ध होती. भविष्यात यात वाढ होत जाणार आहे. वाचकांच्या सर्वेनुसार भारतीय वृत्तपत्रांच्या वेबावृत्त्या ६५ देशात पसरल्या असून अमेरिका, कॅनडा, युरोपात राहत असलेल्या अनिवासी भारतीयांना आपापल्या राज्यातील, जिल्ह्यातील, स्थानिक वृत्तांबाबत उत्सुकता असते. सुरवातीला दैनिकाच्या बातम्या रात्री उशिरा ई-आवृत्त्यांवरती प्रसिध्द केल्या जात असत. त्यातील बदल किंवा जादा वृत्त दुसऱ्या दिवशीच अपलोड केले जात असत. त्यामुळे अनिवासी भारतीयांना ताजे वृत्त उशिरा प्राप्त होत असत त्यामुळे ई-आवृत्त्यात 'वेब आवृत्ती' हा प्रकार निर्माण झाला. त्यामध्ये वृत्ते क्षणाक्षणाला अपडेट केली जातात. वेब आवृत्तीमुळे देशातील, राज्यातील, जिल्ह्यातील, गावातील बातमी क्षणात समजणे शक्य झाले. मराठीत दैनिक सकाळ वृत्तपत्रांच्या वाचक वर्ग २५ हून अधिक देशांमध्ये पसरला असून त्याच्या हिट्स दैनंदिन लाखावर असतात. इंटरनेट आवृत्त्यांच्या वाढत्या प्रभावामुळे भविष्यात 'कागदविरहित वर्तमानपत्र' (Paperless Newspaper) हि संकल्पना पर्यावरणपूरक आणि बदलत्या कालानुरूप येणे अल्पकाळातच शक्य आहे.

ऑनलाईन वृत्तपत्रांचा विकास-

ऑनलाईन पत्रकारितेचे क्षेत्र, स्वरूप, व्याप्ती, कामकाज पद्धत, रचना, मांडणी ही पारंपारिक पत्रकारीतेपेक्षा पूर्ण भिन्न ठरते. स्थानिक स्तरावरील एखादा प्रश्न वृत्तपत्रे आपल्या वेब आवृत्तीद्वारे जागतिक पातळीवरती काही क्षणात प्रकाशित करतात. त्यामुळे भाषिक वृत्तपत्रांच्या भौगोलिक मर्यादा ऑनलाईन दैनिकांनी केव्हाच पार केल्या आहेत. स्थानिक भाषिक वृत्तपत्रांना ऑनलाईन पत्रकारितेमुळे विदेशात मोठी मागणी असते. तसेच वाचकांना थेट सहभाग हे ऑनलाईन दैनिकाचे वेगळेपण असते. या ऑनलाईन आवृत्त्यांमधून सामाजिक, राजकीय, आर्थिक, धार्मिक, विषयांवरतीही मत व्यक्त करता येते किंवा विविध प्रश्न विचारून त्याबाबतीत वाचकांच्या ऑनलाईन प्रतिक्रिया घेता येतात.^५

मराठी वृत्तपत्रांच्या डिजिटल आवृत्या –

मराठीमध्ये सर्वप्रथम साखळी वृत्तपत्रांनी ई आवृत्यांना सुरुवात केली. २६ जानेवारी २००० मध्ये विश्वाक सोल्युशन, प्रा.लि. चेन्नई या कंपनीने दै. सकाळची वेबसाईट डिजाईन केली. इ.स. २००३ मध्ये अमेरिकेमधील गार्शिया मिडिया या कंपनीने आधुनिक पद्धतीने दै. सकाळची वेबसाईट डिजाईन केली. अमेरिकेतील माय विश्व डॉट कॉम कंपनीने टेक्स्ट सोबत बातम्यांचे व्हिडीओही अपलोड केले. इ.स. २००९ नंतर कोल्हापूर पासून नागपूरपर्यंतच्या सर्व आवृत्या ऑनलाईन स्वरूपात उपलब्ध केल्या. ई-सकाळ वृत्तपत्रास भेट देण्यात प्रथम क्रमांक भारत, दुसरा अमेरिका, तिसरा ब्रिटन, चौथा संयुक्त अरब अमिरात, पाचवा ऑस्ट्रेलिया सहावा क्रमांक सिंगापूरचा लागतो. दै. पुढारीने इ.स. २००८ पासून अद्यावत ऑनलाईन सेवा विकसित केली. दिल्लीच्या फोर सी प्लस या कंपनीकडून दै.पुढारीने वेब डिजाईन विकसित केली. सुरवातीला त्यात कोल्हापूर, गोवा, बेळगाव, सांगली, सातारा अशा आवृत्या नंतर मुंबई, नाशिक या आवृत्यांचीही भर पडली. इ.स. २०१२ पर्यंत रोज २८० पाने अपलोड, अकरा आवृत्यांद्वारे ऑनलाईन स्वरूपात दै. पुढारी उपलब्ध आहे. आज सर्वच लहान मोठ्या वृत्तपत्रांनी आपल्या इंटरनेट आवृत्या विकसित केल्या आहेत. त्यामुळे मुद्रित आवृत्तीपुर्वी इंटरनेट आवृत्ती प्रकाशित करणे शक्य होते.

वृत्तपत्रांसमोरील आव्हाने: प्रिंट ते डिजिटल –

अत्याधुनिकतेच्या जगात वृत्तपत्रीय सर्व संदर्भ बदलले आहेत.पत्रकारिता हे समाजसेवेचे माध्यम म्हणून मानले जात होते.परंतु कालानुरूप व्यापारीकरणामुळे माध्यमविश्वाचा प्रत्यक्ष,प्रचंड प्रभाव समाजजीवनावर,त्यांच्या मानसिकतेवर पडला आहे.अमेरिकी विचारवंत टॉफ्लर याने आपला ग्रंथ 'पॉवर शिफ्ट' मध्ये याचे विस्तृत विवेचन केले आहे.त्यानुसार,अमेरिकेमधील दैनंदिन गरजा,राष्ट्रीय उत्पन्न माध्यमांवर अवलंबून आहे.कोएक्सल,केबल,फायबर ऑप्टीक्स,उपग्रह संचार,कॉम्प्यूटर,टेलिफोन,फॅक्स,इंटरनेट,मोडेम यामुळे प्रत्येक अमेरिकन घर माध्यम घर बनले.टेलीटेक्स,व्हिडीओटेक्स,डिजिटल साउंड.इंटरएक्टिव्ह टेलिव्हिजन उपग्रह यामुळे समाजजीवनात मोठे बदल झाले आहेत.सकाळी उठून अमेरिकन लोक टी.व्ही स्क्रीनवर वृत्तपत्र वाचतात,बँक व्यवहार,खरेदी विक्री,आरक्षण (रेल्वे,बस इतर) ही सर्व कामे घरी विद्यापीठाचे पत्रकारितेचे प्राध्यापक रॉबर्ट मेक यांनी या स्थितीविरोधी इशारा दिला आहे.त्यांचे पुस्तक'रिच मिडिया पुअरडेमोक्रेसी'मध्ये ते लिहितात'पत्रकारांची स्वायत्तता भविष्यात धोक्यात आली आहे.आता हा संपूर्ण व्यवसाय झाला आहे.कोणत्याही सिद्धांत,नैतिक

मूल्यांशी याचा काही संबंध नाही.नैतिक पत्रकारिता हा तोट्याचा व्यवसाय झाला आहे आणि दुर्दैवाने हलक्या पत्रकारितेचा व्यवसाय फायद्याचा मानला जातो.त्यामुळे सामाजिक जबाबदारीचे तत्व नष्ट होऊन जास्तीत जास्त बाजारीकरण आणि त्यातून वैचारिक,अभ्यासू मांडणीपेक्षा चटपटीत,भडक वृत्त प्रसारणाकडे लक्ष दिले जाते.इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांचे मोठे आव्हान दैनिक वृत्तपत्रासमोर आहे.परंतु त्याबाबत समीरण वाळवेकर हे इलेक्ट्रॉनिक क्षेत्रामध्ये कार्यरत जेष्ठ पत्रकार मत व्यक्त करतात कि,” इलेक्ट्रॉनिक माध्यमे वर्तमानपत्रांच्या आधी सारे काही दाखवतील कुरघोडी करतील,पण विचार करायला लावण्या इतपत प्रभाव टाकू शकणार नाहीत,ते कार्य वर्तमानपत्रांना करावे लागेल”^७ वृत्तपत्र व्यवसायामध्ये अनेक राजकारणी,उद्योगपतींनी प्रवेश केलेला आहे. परिणामी लोकशिक्षणाच्या मुळ हेतूपासून वृत्तपत्रे दूर जात आहेत. प्रचंड आर्थिक गुंतवणूक,वृत्तपत्रांतर्गत स्पर्धा यामुळे समाजाचा विकास,भाषेची जडणघडण अशा नैतिक मुल्यांऐवजी राजकीय फायदा,काहीजण उद्योगांना संरक्षण मिळावे या हेतूने या व्यवसायामध्ये आहेत. आता तर उपभोक्त्याच्या गरजेप्रमाणे निर्माण होणाऱ्या बाजारपेठेतील घटक/उत्पादित वस्तू म्हणून वृत्तपत्राकडे पाहतात. इंटरनेट,टी.व्ही,इतर प्रसारमाध्यमाद्वारे बातमी पाहिली,ऐकली जाते. परंतु चिकित्सक सर्वसामान्य वाचक त्यावर समाधान न मानता त्या घटनेचा अधिक तपशील जाणून घेण्यासाठी,वृत्ताची मांडणी,विश्लेषण जाणून घेण्यासाठी वृत्तपत्र वाचतो थोडक्यात वाचकांची उत्सुकता वृत्तपत्रे टिकवून आहेत.

दैनिकापुढे मोठी आव्हाने उभी असताना साप्ताहिके,पाक्षिके ही अस्तित्वाची लढाई लढत आहेत. बहुतांश साप्ताहिकांनी नियमितपणे साप्ताहिकांच्या छपाई शिवाय इतर छपाईची स्थानिक कामे घेण्यास सुरुवात केली. काही साप्ताहिके बाहेरून छापून घेतली जातात. कारण ठराविक नियमित वाचकांशिवाय साप्ताहिकांचा फारसा खप नसल्याने मूलतः उत्पन्न कमी मिळते. दैनिकामधील मोठे वृत्तपत्र समूह आणि काही प्रमाणात लहान वृत्तपत्रे नावीन्यातून कार्यरत राहत असतात. वाचकांसाठी विविध सवलती,योजना,आमिषे याद्वारे खप वाढविण्याचा सतत प्रयत्न सुरु असतो. इ.स.२००० नंतर वृत्तपत्र व्यवसायामध्ये 'किंमतयुद्ध' भडकले. तोटा सहन करून परवडत नसतानाही नाममात्र एक रुपये,दोन रुपये दराने वृत्तपत्रांची विक्री सुरु झाली. यात मोठे वृत्तपत्रसमूह टिकून राहिले. स्थानिक वृत्तपत्रांची मात्र या किंमतयुद्ध स्पर्धेत खूप पिछेहाट झाली वृत्तपत्रांसमोर प्रचंड मोठी आव्हाने असताना दुर्दैवाने आज अंतर्गत स्पर्धेतून एकमेकांना सहकार्य करण्याऐवजी शत्रुभावनेने वृत्तपत्र कार्यरत आहेत. इ.स. १९९१ नंतर भारताने स्विकारलेल्या नवीन आर्थिक धोरणानुसार जागतिकीकरण,उदारीकरण,खाजगीकरण हे सर्वच क्षेत्रात घडून आले. त्यामध्ये वृत्तपत्र व्यवसायही मागे राहिला नाही. मोठी वृत्तपत्रे प्रचंड भांडवलातून पूर्ण क्षमतेने या व्यवसायामध्ये उतरल्याने स्थानिक मोठ्या वृत्तपत्रांसमोर आव्हान तर लहान वृत्तपत्रांना अस्तित्त्व

टिकवण्यासाठी धडपड करण्याची वेळ आली आहे. आपापसात स्पर्धा करण्यापेक्षा नित्य नवीन आव्हानांना एकत्रितपणे हाताळणे गरजेचे आहे. मुद्रित माध्यमांच्या अस्तित्वावरती आव्हान येत असल्याने वाचकांच्या बदलत्या गरजा मागणीनुसार वृत्तपत्रांमध्ये प्रभावी बदल करताना आकर्षक मांडणी, उत्कृष्ट विश्लेषण, विश्वसनीय आकडेवारी, कमी शब्दात ज्यादा आशय मांडणीचे कौशल्य, दुर्गम-ग्रामीण भागापर्यंत प्रभावी वृत्तपत्र वितरणाचे जाळे निर्माण करून वाचक संख्या आणि एकूण वृत्तपत्राच्या खपामध्ये वाढ करणे आवश्यक आहे.

नमुना दाखल महाराष्ट्रामधील कोल्हापूरातील वृत्तपत्रांचा आढावा घेता, कोल्हापूर जिल्ह्यामध्ये १००० हून ज्यादा नियमित अनियमित वृत्तपत्रे आहेत. त्यामध्ये मोठ्या वृत्तपत्रसमूहाची, पक्षीय विचारसरणीची स्थानिक नेत्यांच्या प्रभावाने कार्य करणारी, स्थानिक प्रश्नांची मांडणी करणारी, गावातील जत्रा, यात्रा, निवडणुका, वाढदिवस अशावेळी प्रसिद्ध होणारी तत्कालीक वृत्तपत्रे आहेत. परंतु ती अनियमित असलेने व काही हेतू, आर्थिक उद्देशाने ठराविक दिवशी किंवा प्रासंगिक प्रसिद्ध होतात. २०१५ मधील शासनमान्य वृत्तपत्रांच्या यादीचा विचार करता कोल्हापूरमध्ये १७ दैनिके आणि १४ साप्ताहिके कार्य करतात. हि किमान निकष पूर्ण करणारी आहेत. त्या स्थानिक स्तरावर या दैनिकांना, साप्ताहिकांना अनेक समस्यांना सामोरे जावे लागते. कोल्हापूर जिल्हा शासनमान्य यादीवर बेळगाव जिल्ह्यामधील वृत्तपत्रे असलेने शासनाच्या येणाऱ्या जाहिराती रोटेशन पद्धतीने विभागल्या जाऊन त्याचा आपसूक तोटा कोल्हापूरमधील छोट्या स्थानिक वृत्तपत्रांना होतो. शासनमान्य यादी खपनिहाय अ, ब आणि क श्रेणीद्वारे अनुदान, जाहिराती वितरीत करत असते. त्यामुळे केवळ खप असा निष्कर्ष न लावता कोल्हापूरमधील शतकोत्तर परंपरा लाभलेल्या, समृद्ध इतिहासाचा वारसा असलेल्या आणि कोल्हापूरचे मुखपत्र म्हणून एक काळ गाजविलेल्या वृत्तपत्रास केवळ खपाच्या आधारे 'क' गटात समाविष्ट करणे चुकीचे आहे. अत्याधुनिक साधने, भांडवल छोट्या वृत्तपत्रांना परवडत नाही. त्यामुळे खपाच्या निष्कर्षाऐवजी समाजासाठी केलेल्या कामगिरीचा विचार करून नियमित, प्रामाणिकपणे नफा तोट्याचा विचार न करता प्रसिद्ध होणाऱ्या स्थानिक पत्राचा विचार करून शासकीय यादी प्रसिद्ध करावी. २०१८ नंतर शासकीय जाहिरातींचे प्रमाण कमी झालेने लहान वृत्तपत्रांवर त्याचा परिणाम झाला आहे. दुसरी महत्वाची समस्या भाषेची शुद्धता ही असून नवीन पत्रकारांची पिढी वृत्त जलद देण्याच्या गडबडीत भाषा शुद्धतेकडे दुर्लक्ष करतात. त्यामुळे वृत्ताच्या शिर्षकांमध्येही चुका होत आहेत. आतील मजकुराच्या चुका तर सर्रास होत आहेत. मराठी भाषेमध्ये अनेक बोलीभाषा असून त्यामध्ये वऱ्हाडी, अहिराणी, नागपुरी, कोकणी, मराठवाड्यामधील, कोल्हापुरी, सातारी, पुणेरी, मुंबईकडील हिंदी मिश्रित अशा आहेत. गरजेनुसार प्रमाण भाषेचा आग्रह न धरता बोलीभाषेमधून वर्तमानपत्राची छपाई होणे गरजेचे आहे. आज मराठी वृत्तपत्रांमध्ये भाषा मिश्रणाची गंभीर समस्या निर्माण झाली आहे. अनेक वृत्तपत्रांमधून मराठीस सक्षम पर्यायी शब्द असताना इंगजी

शब्दांचा वापर वाढला आहे.^१ इ.स २००० नंतर वृत्तपत्रे अडचणीमधून मार्गक्रमण करत आहेत दैनिकांमध्ये अंतर्गत स्पर्धा प्रचंड मोठ्या प्रमाणात असलेने प्रसंगी कमी किमतीत वृत्तपत्राची विक्री करावी लागते.वृत्तपत्राच्या विस्तार,वृद्धीसाठी मोठे भांडवल लागते जे मोठे वृत्तपत्रसमूह उभे करू शकतात परंतु लहान दैनिकांना मर्यादा असलेने अशी पत्रे या स्पर्धेमधून बाहेर फेकली जातात.तसेच इतर समस्यांना तोंड द्यावे लागते.त्यामध्ये उत्कृष्ट कार्यक्षम मराठी भाषेवर प्रभुत्व असलेल्या पत्रकारांची वानवा,वृत्तपत्रामध्ये प्रशिक्षित कामगार वर्गाची वानवा,छपाईसाठी लागणाऱ्या कागदांच्या सतत वाढणाऱ्या किमती,छपाई यंत्रे,शाईच्या दरात सतत होणारी वाढ,शासकीय बंधने,शहराबाहेर वृत्तपत्रवहन करणाऱ्या वाहनांची भाडेवाढ अशा अनंत अडचणीमधून वृत्तपत्रे जात आहेत.वाचकांसाठी विविध सवलती,योजना,आमिषे याद्वारे खप सातत्याने वाढविण्याचा प्रयत्न सुरु असतो.त्यातून इ.स २००५ दरम्यान वृत्तपत्रामध्ये 'किंमत युद्ध' भडकले.प्रचंड आर्थिक तोटा सहन करून नाममात्र एक रुपया दराने दै.पुढारी,दै.सकाळ या वृत्तपत्रांनी आपल्या दैनिकाची विक्री सुरु केली.या स्पर्धेमधून अग्रलेख,विशेष लेख,बातम्या लिहून परस्परांच्या अंतस्थ गोष्टी सांकेतिक भाषेत उघड करण्याची स्पर्धा या दोन मोठ्या दैनिकामध्ये सुरु झाली.त्यामुळे वाचकवर्गाचा आर्थिक फायदा,मनोरंजन झाले.परंतु वृत्तपत्रीय नैतिकता,संकेत पायदळी तुडवले गेले.त्यामुळे अशा मोठ्या वृत्तपत्रसमूहांनी अगोदरच नित्यनुतन संकटे असताना आपापसातील स्पर्धेमधून टीकेची निचतम पातळी गाठणे या व्यवसायास आत्मपरीक्षण करण्यास लावणारी गोष्ट आहे.इ.स १९४३ दरम्यान बंगाल दुष्काळावेळी दै.सकाळने मदतनिधी गोळा करण्यासाठी प्रयत्न सुरु केले.तेव्हा सकाळकारांच्या या सामाजिक कार्याचे जाहीर कौतुक 'सकाळकारांचा स्तुत्य उपक्रम' असा अग्रलेख लिहून कौतुक केले.आणि कोल्हापूरमधील सकाळ वृत्तपत्राची मदत पुढारीच्या कोल्हापूर कार्यालयात गोळा केली.कै.ना.भि परुळेकर आणि कै.ग.गो जाधव यांनी पत्रकारीतेची मुल्ये सांभाळताना राष्ट्रकार्यामध्ये एकमेकांना सहकार्याची भूमिका घेतली.दुर्दैवाने आजच्या एकविसाव्या शतकात अंतस्थ स्पर्धेमधून सहकार्याऐवजी शत्रुभावनेने ही वृत्तपत्रे कार्यरत आहेत.

४०० ते ४५० वर्षांच्या वैभवशाली परंपरेमुळे वृत्तपत्रसृष्टी प्रगल्भ झाली आहे. त्या तुलनेत ३० ते ४० वर्षापूर्वी अस्तित्वात आलेल्या सोशल मिडीयाच्या आव्हानापुढे गोंधळून न जाता मार्गक्रमण करणे गरजेचे आहे. 'विश्वसनियतेचा अभाव' हा सोशल मिडीयापुढील मोठा प्रश्न आहे आणि तेच वृत्तपत्राचे बलस्थान आहे. त्यामुळे जोपर्यंत सोशल मिडीया विश्वसनियतेच्या आघाडीवर प्रगल्भ होत नाही तोपर्यंत वृत्तपत्रांचे स्थान,महत्व अबाधित आहे. मुद्रित माध्यमांसोबत ऑनलाईन वृत्तपत्रांसारखे प्रयोग करून चित्रे, छायाचित्रे, व्हीडीओ आकर्षक आणि वाचनीय मजकूर,क्षणाक्षणाला बदलती वृत्ते,विश्वसनीय पद्धतीने वृत्तांची मांडणी अशा नवीन पद्धतीने मुद्रीतचे इंटरनेटद्वारे प्रसारणाकडे लक्ष देऊन आधुनिक आव्हानांना आधुनिक पद्धतीने उत्तर देण्यातून मुद्रित माध्यमे भविष्यातही प्रदीर्घ काळ प्रभावी राहतील.

संदर्भ :

1. Basu Durgadas, Introduction to the constitution of India, lexis Nexis Publication, Gurgaon, Haryana 1960, Page no 110,111
2. इंटरनेट साधन – <http://en.m.wikipedia.org/wiki/Eo/A4>
3. हर्षदेव, उत्तर आधुनिक मिडिया तकनीक, वाणी प्रकाशन, दिल्ली 2012, पृष्ठ क्र 32,33
4. रत्न कृष्णकुमार, सूचना और प्रसारण माध्यम की एक्कीसवीं शताब्दी में बदलती भूमिका, मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर, २००१, पृष्ठ क्र ३१
5. साळुंखे पद्मिन, चौगुले सुरज, माध्यमविविधता, गवळी प्रकाशन सांगली, २०१५, पृष्ठ क्र. ३६
6. हर्षदेव, उपरोक्त पान क्र. ४८, ४९.
7. तुपे केशव, लेख-वृत्तपत्र एक प्रभावी प्रसारमाध्यम, प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा, संपा. भास्कर शेटके, स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे, एप्रिल 2012, पृष्ठ क्र. १९८
8. शासनमान्य वृत्तपत्रांची यादी २००५, माहिती व प्रसारण मंत्रालय महाराष्ट्र सरकार.
9. डॉ. जाधव जयद्रथ, लेख- प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा, संपा. डॉ. भास्कर शेटके, स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे, २०१२, पृष्ठ क्र. १९८