

## बी.ए. भाग ३

### मराठी भाषा : उपयोजन आणि सर्जन

#### प्रकरण ३

#### आकाशवाणीसाठी लेखन

##### स्वरूप :-

आकाशवाणी हे श्राव्य माध्यम असल्यामुळे समाजातील निरक्षर माणसांपर्यंत पोहोचण्याचे एक उत्तम माध्यम आहे. त्यामुळे जनतेला माहिती पुरविणे, लोकांचे प्रबोधन करणे, त्यांच्या दैनंदिन समस्यांमध्ये मार्गदर्शन करणे इ. उपयोग आकाशवाणीपासून होतात. भारतात चौदा भाषा, दोनशे बोलीभाषा बोलल्या जातात. प्रत्येक प्रदेशातील परंपरा, जाती, धर्म, सण, उत्सव, लोकपरंपरा, लोककला वेगवेगळ्या असतात. म्हणूनच कार्यक्रमांचे आयोजन करताना श्रोत्यांच्या सामाजिक, सांस्कृतिक व धार्मिक स्तराचे भान ठेवावे लागते. म्हणून आकाशवाणीवरून साहित्यविषयक कार्यक्रम, संसद, समीक्षा, रूपक कार्यक्रम इ. वेगवेगळे कार्यक्रम सादर करावे लागतात. तसेच मुले, युवक, महिला, ग्रामीण जनता यांच्या वेळेचे नियोजन पाहून कार्यक्रमांची आखणी करावी लागते. शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत व चित्रपट संगीत सादर करताना वेळेचा विचार केला जातो. अशा प्रकारे कार्यक्रमात विविधता असल्याने आणि ते वेगवेगळ्या लक्ष्य गटासाठी करायचे असल्याने प्रत्येक प्रकारचे लेखन करताना काही पथ्ये पाळावी लागतात. लेखनाच्या विविध पध्दतीचा अवलंब करावा लागतो.

माणसाला आपला शब्द एका ठिकाणाहून कितीतरी दुरवर असलेल्या ठिकाणी पोहोचवता येतो. याची जाणीव झाल्यावर **मार्कोनी** सारख्या संशोधकाने ते पूर्णत्वाला नेले आणि आकाशवाणीचा जन्म झाला. सर्व जनसंवाद माध्यमातील आकाशवाणी हे सुलभ आणि स्वस्त माध्यम आहे. आकाशवाणीद्वारे आपल्याला भारताच्या काना कोप-यात दुरवरच्या लोकांपर्यंत सहज जाऊन पोहोचता येते. केवळ करमणुकीसाठी नव्हे तर **लोक शिक्षणासाठी** आकाशवाणीचा मोठ्या प्रमाणात वापर केला जातो. जनतेला माहिती पुरविणे, लोकांचे प्रबोधन व रंजन करणे आणि त्यांच्या दैनंदिन समस्यांमध्ये मार्गदर्शन करणे अशा विविध कारणांसाठी तसेच राष्ट्राच्या निर्मितीला व समाजाच्या विकासाला हातभार लावण्यासाठी त्याची मदत होत असते.

##### आकाशवाणीवरील जाहिरात (सर्व जाहिराती) :-

सध्याचे युग जाहिरातीचे असल्यामुळे जाहिरात ही मानवी जीवनाचा अविभाज्य घटक बनली आहे. एखाद्या वस्तूत केवळ गुणवत्ता असून चालत नाही तर त्यासाठी त्या वस्तूची योग्य शब्दात जाहिरात करावी लागते. बाजारात अनेक वस्तूंची प्रचंड गर्दी होत आहे. असंख्य प्रकारच्या वस्तू जाहिरातीतून आपल्या नित्य जीवनात येत असतात. या जाहिरातीची विविध माध्यमे आहेत. उदा. वृत्तपत्र, फलक, स्लाईड्स, पोस्टर्स, आकाशवाणी. जाहिरात हा ग्राहकाशी उत्पादकाने केलेला एक प्रकारचा सहज संवाद असतो. त्यामुळे ग्राहक प्रत्यक्ष समोर उभा आहे अशी कल्पना करून जाहिरातीचे लेखन करावे.

१. जाहिरात ही साधी, सरळ असावी. ग्राहकाच्या बुद्धीला फार ताण देणारी नसावी.
२. जाहिरातीत प्रामाणिकपणा असावा. खोटी आश्वासने, वढाईपणा असू नये.
३. जाहिरात ही औचित्य बाळगणारी असावी. म्हणजे प्रसन्न व कर्णात्मक (ऐकण्याला योग्य) असावी.
४. जाहिरातीत इतर उत्पादकांची निंदा किंवा त्यांच्यावर दोष ठेवू नयेत.
५. जाहिरातीतील मजकूरांनी ग्राहकांची दिशाभूल होवू नये.
६. जाहिरातीत केवळ गैरवापर व पोकळ विशेषणे वापरू नये.

७ . अनेकदा विनोदाच्या साहाय्याने जाहिरातीचे लेखन केले जाते . त्यावेळी जाहिरातीचा मसुदा हा केवळ करमणुकीचा भाग नाही हे लक्षात असावे .

८ . जाहिरातदाराने ग्राहकाला कधीही कमी लेखू नये कारण ग्राहक हा राजा असतो . त्यामुळे जाहिरातीतून ग्राहकाचा आत्मसन्मान वाढविणारी शब्दयोजना करावी .

**आकाशवाणीवरील जाहिरात :-**

आकाशवाणी हे पूर्णतः **श्राव्य माध्यम** असल्याने आकाशवाणीवरील जाहिराती बोलल्या, ऐकल्या जाणा-या भाषेतल्या असाव्यात . त्यातील निवेदनात विविधता आणता येते . उदा . एकाच व्यक्तीने आवाजात चढ-उतार करून निवेदन करणे किंवा संवाद रूपाने निवेदन सादर करणे . तसेच या निवेदनाला संगीताची, सुरांची किंवा निरनिराळ्या आवाजांची जोड दिली जाते . आकाशवाणी हे निवेदन माध्यम असल्यामुळे त्याची वेळ महत्त्वाची असते . जाहिरातीस जास्त वेळ देता येत नाही . सर्वसाधारणपणे जाहिराती या १० सेकंदाच्या, १५ सेकंदाच्या जाहिराती असतात . फार तर ३० सेकंदाच्या असतात . आकाशवाणीवरील चांगल्या सुस्पष्ट वाचनाचा वेग हा मिनिटाला १०० शुद्ध मराठी शब्द व २० इंग्रजी शब्द इतका असतो . त्यामुळे जाहिरातीचा कालावधी आणि त्यातील शब्दसंख्या यांचे एक गणितच करावे लागते किंवा संगीत मूर किंवा इतर आवाज ऐकवणे जाणार असतील तर त्यांचाही कालावधी लक्षात घ्यावा लागतो . त्यामुळे आकाशवाणीसाठीचा मसुदा हा कमीत कमी शब्दांचा असावा . शब्द सोपे, कर्णमधूर व वाक्यरचना लहान असावी .

आपल्या उत्पादनाचे नाव ग्राहकांच्या कानावर पुन्हा पुन्हा जाईल व त्यामुळे आपले उत्पादन त्यांच्या स्मरणात राहिल एवढाच हेतू जाहिरातदाराच्या मनात असावा . उदा . सोना बॉलपेन . आकाशवाणीवरील आणखी एक लोकप्रिय प्रकार म्हणजे पुरस्कृत कार्यक्रम होय . या कार्यक्रमात उत्पादनाची माहिती सांगितली जात नाही . पण, जो कार्यक्रम असेल त्याच्या प्रत्येक भागात त्याचा उल्लेख केला जातो . उदा . सुगम संगीत, चित्रपट गीते असावेळी त्या उत्पादनाचे फक्त नाव घोषित केले जाते .

**मसुदा लेखकाने लक्षात ठेवायच्या गोष्टी :-**

१ . वैशिष्ट्यपूर्ण आवाज किंवा ध्वनी यामुळे ऐकणा-यांचे लक्ष वेधले जाते . त्याला सुसंगत अशी आवाजाची जोड दिल्यास ऐकणा-यांच्या मनापुढे चित्र उभे राहते .

२ . विशिष्ट सुरावटीमुळे जाहिरात परिचयाची होते . मसुदयाचे वाचनही आरोह-अवरोह, चढ-उतार, भावनिक आव्हान लक्षात घेऊन करावे .

३ . कमी वेळ असल्यामुळे अनेक गोष्टी सांगण्यापेक्षा एखादा महत्त्वाचा लाभ ग्राहकांना सांगावा .

४ . उत्पादनाचे नाव आणि घोषवाक्य एकापेक्षा अधिकवेळा उच्चारवे . कारण, पुन्हा पुन्हा एखादे नाव कानावर पडले की, ते मनावर ठसा उमटवते .

५ . संगीताचा वापर करावा . एखादया गीताच्या मुखडयात मसुदा बसवून तो त्या चालीसह गाऊन दाखवावा .

६ . जाहिरातीचा मसुदा हा आदेश देणारा नसावा . तर तो आज्ञार्थी असावा .

७ . वेळ आणि उत्पादनाचा वापर यांचा संबंध साधून जाहिरात करावी . उदा . सकाळी उठल्यावर दात घासणे, दाढी करणे, एखादी गोळी घेणे इ . जाहिराती ग्राहकांच्या सवयींचा अभ्यास करून कराव्यात म्हणजे त्या अधिक परिणामकारक होतात .

उदा . फिनोलेक्स

**आकाशवाणीवरील जाहिरात :-**

**१ . झुळूक सावण**

घडयाळाचा एक ठोका,

तो - अगं, साडेआठ झाले, अंघोळ माझी अंघोळ, अगं सावण कुठाय .

ती - हा घ्या, नवा, निळाभोर, सुगंदी झुळूक .

तो व ती (एकाच सुरात) – झुळूक, आकाशासारखा निळगर्द, फुलांसारखा सुगंधी, मऊ-मुलायम फेसाचा झुळूक, लक्षात ठेवा झुळूक .  
वरील मसुदयात २७ शब्द आहेत . घडयाळाचा एक टोका व योग्य ते संगीत यांसह ही जाहिरात आकाशवाणीवर सुमारे  
२०-२५ सेकंदांची होईल .

## २ . केवडा अगरवत्ती :-

गणेशाला नैवेद्य मोदकाचा  
आणि पूजेला सुगंध केवडयाचा  
पूजेसाठी वापरा केवडा अगरवत्ती  
मन प्रसन्न करणारी  
उत्साह वाढवणारी  
जास्त वेळ जळणारी एकच एक गोष्ट  
केवडा अगरवत्ती केवडा अगरवत्ती

## ३ . प्रिया घडयाळे :-

सूझ माणसांची एकच निवड प्रिया घडयाळे  
आपल्या पैशांचा योग्य मोबदला प्रिया घडयाळे  
आता अनेक आकर्षक आकारात प्रिया घडयाळे  
प्रत्येक क्षणाला तुमची सोबत प्रिया घडयाळे  
प्रियजनांच्या सुखद आठवणी सांगणारी प्रिया घडयाळे .