

एचआयव्ही/एड्स बाबत वृत्तपत्र प्रसिध्दीचा अभ्यास स्वप्नील सुधाकर तोरणे

जनसंपर्क अधिकारी, महाराष्ट्र आरोग्य विज्ञान विद्यापीठ, नाशिक.

सारांश : एचआयव्ही/एड्ससारख्या रोगावर आजवर पूर्ण बरे करू शकेल असा उपाय सापडलेला नाही. एचआयव्हीच्या वेगवान प्रसाराला आळा घालण्यासाठी प्रतिबंध हाच एकमेव खान्नीशीर उपाय आहे. प्रतिबंधासाठी योग्य प्रकारे जनप्रबोधन होणे आवश्यक आहे. आरोग्य विषयक जनप्रबोधनासाठी मदत घेतली जाते संज्ञापन शास्त्राची. संज्ञापन साधनांची योग्य पध्दतीने मदत घेऊन आरोग्य विषयक माहिती शास्त्रीय दृष्टीकोनातून परिणामकारकरित्या प्रसारीत झाल्यास समाजाचे आरोग्य चांगले राहू शकते. वृत्तपत्र हे विशेष लोकप्रिय माध्यम असल्याने शिवाय यास स्थान, खर्च अशा मर्यादा नसल्याने आरोग्य विषयक माहिती सर्वसामान्य वाचकाला अधिक प्रभावित करते.

वृत्तपत्रामधून सातत्याने आरोग्य या विषयाला मिळत असणारी प्रसिध्दी आपण पहातो मात्र या प्रसिध्दीचे स्वरूप अभ्यासणे अत्यंत महत्वाचे आहे. प्रस्तुत संशोधन प्रकल्पासाठी आशय विश्लेषणात्मक अभ्यास करण्याकरीता सात महिने कालावधी लागला. एकूण 212 दिवसांची वृत्तपत्रे याप्रमाणे प्रती दिन 10 वृत्तपत्रे म्हणजेच $212 \times 10 = 2120$ वृत्तपत्रांचे संख्यात्मक विश्लेषण केले गेले आहे. या विश्लेषणात अनुक्रमिक, दिनांक, वृत्तपत्राचे नांव, वृत्त, लेख, छायाचित्र, जाहिरात, मजकुराचे शीर्षक आणि चौरस सेंटिमीटर मध्ये आकारमान असे विभाग करण्यात आले आहे. या आशय विश्लेषणासाठी गांवकरी, सकाळ, सामना, महाराष्ट्र टाईम्स, टाईम्स ऑफ इंडिया, लोकसत्ता, इकोनॉमिक टाईम्स, लोकमत, इंडियन एक्सप्रेस आणि देशदूत या वृत्तपत्रांचा अभ्यास करण्यात आला आहे. या सात महिन्यांच्या कालावधीत निवडण्यात आलेल्या दहाही वृत्तपत्रांनी एकूण एक लाख बारा हजार एकशे त्रेपन्न चौसेमी एवढी प्रसिध्दी या विषयाला दिली असल्याचे निदर्शनास येते. या एकूण प्रसिध्दीमध्ये सर्वाधिक प्रसिध्दी दि. 1 डिसेंबर या दिवशी मिळाली असल्याचे निदर्शनास येते. दि. 1 डिसेंबर हा दिवस जागतिक एड्स दिन म्हणून साजरा केला जात असल्याने या दिवशी सर्वच वृत्तपत्रांमधून भरपूर मजकुरास प्रसिध्दी मिळाली. निवडण्यात आलेल्या दहाही वृत्तपत्रांमधून एकूण सुमारे बत्तीस हजार चारशे सात चौसेमी एवढी प्रसिध्दी मिळाली असल्याचे आढळून येते. एचआयव्ही/एड्स या विषयाला वृत्तपत्रांकडून चांगल्या प्रकारे प्रसिध्दी मिळते. सात महिन्यांच्या कालावधीत दि. 1 डिसेंबर रोजी जागतिक एड्स दिन असल्यामुळे सर्वाधिक म्हणजे 30 पेक्षा अधिक प्रसिध्दी प्राप्त झाली आहे. एकूणच प्रसिध्दीची संख्यात्मक व्याप्ती जास्त असली तरी ठराविक वृत्तपत्रे अधिक प्रसिध्दी देतात. ठराविक वृत्तपत्रे कमी प्रसिध्दी देतात असे निदर्शनास येते. योग्य प्रमाणात वर्षभर सर्वच वृत्तपत्रांकडून ठराविक स्वरूपात एचआयव्ही/एड्स विषयक प्रसिध्दी होणे आवश्यक आहे. ती त्याप्रमाणे होत नाही असा निष्कर्ष निघतो.

कि वर्ड्स : एचआयव्ही, एड्स, वृत्तपत्र, रोग, आरोग्य, जनप्रबोधन, माध्यम.

प्रस्तावना

पृथ्वीतलावर येणाऱ्या प्रत्येक व्यक्तीला आयुष्यात केव्हांना केव्हातरी आरोग्य विषयक समस्यांना तोंड द्यावे लागते. मेंदूज्वरापासून तर पायाला भेगा पडण्यापर्यंत व सर्दी-खोकल्यापासून न्हदयरोगापर्यंत लक्षावधी रोग व व्याधींनी मनुष्य जखडला गेला आहे. याच बरोबर साथीच्या रोगांचे होणारे आक्रमण देखील समाजाचे आरोग्य बाधित करतात. अशा प्रसंगी एखाद्या व्यक्तीला आपल्याला कोणती व्याधी जडली आहे किंवा चुकीच्या सर्वयीमुळे कोणता रोग होऊ शकतो याची माहिती असेल, त्यावरील उपचारांबाबत माहिती असेल, त्याचे परिणामांची जाण असेल तर ती व्यक्ती निश्चितच सावध होऊन योग्य उपाय योजनांद्वारे या व्याधीपासून अथवा रोगांपासून दूर राहण्याचा प्रयत्न करते.

ही माहिती सर्वसामान्य नागरिकाला उपलब्ध होण्याचे मार्ग मर्यादित असतात. एखादी व्याधी किंवा रोगाबद्दलची वैद्यकीय परिभाषेतील पुस्तके वाचून कुठलाही सर्वसामान्य नागरिक आपले ज्ञान वाढवत नसतो. किंबहुना एवढ्या मोठ्या प्रमाणावर खर्च करण्याइतका वेळ व पैसा देण्याची त्याची तयारी नसते. शिवाय इतक्या खोलवरील सांगोपांग ज्ञानाची त्यास आवश्यकता नसते. त्या व्यक्तीस रोगांसंदर्भात माहिती प्राप्त होण्यासाठी काही मर्यादित स्त्रोतांचा उपयोग होतो. यात प्रामुख्याने वैद्यकीय तज्ज्ञांद्वारे वैयक्तिक मार्गदर्शन, रेडिओ, दूरचित्रवाणीवरील आरोग्य विषयक कार्यक्रम, सोप्या भाषेतील पुस्तिका आणि सर्वात प्रमुख साधन म्हणजे वृत्तपत्रांतून येणाऱ्या बातम्या, लेख, माहितीपर लेख आदिंमधून सर्वसामान्य माणूस माहिती संकलित करीत असतो.

समाजात चांगले बदल घडून यावेत म्हणून अनेक प्रयत्न केले जातात. त्या प्रयत्नांचे वृत्त देणे हा देखील महत्वाचा भाग होय. एखाद्या साथीने हजारो लोक मेले ही जशी बातमी आहे तशीच, अशा प्राणघातक साथी उद्भवू नयेत म्हणून जी विधायक आरोग्य मोहीम हाती घेण्यात येते तिचे वृत्तही आवश्यक आहे. अशा प्रकारचे वृत्त कसे द्यावे हे त्याकरीता कोणती काळजी घ्यावी हे इत्यादी बाबतीत चर्चा होणे जरूरीचे असते. अशा प्रकारच्या चर्चा होण्यासाठी संज्ञापनाचे जे कार्य केले जाते ते आरोग्य विषयक जनप्रबोधन होय.

आरोग्य विषयक जनप्रबोधनासाठी मदत घेतली जाते संज्ञापन शास्त्राची. हे व्यावहारिक शास्त्र आहे. संज्ञापन साधनांची योग्य पध्दतीने मदत घेऊन आरोग्य विषयक माहिती शास्त्रीय दृष्टीकोनातून परिणामकारकरित्या प्रसारीत झाल्यास समाजाचे आरोग्य चांगले राहू शकते.

आरोग्य विषयक संज्ञापनाच्या बाबत प्रसारमाध्यमांची निश्चितच व्यापक व अत्यावश्यक भूमिका असते आणि व्यवहारदृष्ट्या तारेवरची कसरत ठरते. प्रसारमाध्यमांचे जनमानसावरील प्रभुत्व म्हणजेच प्रभाव याबाबत महत्त्व सर्व मान्य आहे. असे असले तरी माध्यमांकडून प्रसारीत केला जाणारा संदेश आणि त्याचे

परिणाम याचे दृश्य स्वरूपात मापन करणे अवघड असते. यामुळे माध्यमांचे प्रत्यक्ष सामर्थ्य हे जाणवणारे असले तरी त्याच्या प्रत्यक्ष प्रभावाची व्याप्ती समजणे अवघड असते.

वृत्तपत्र हे विशेष लोकप्रिय माध्यम असल्याने शिवाय यास स्थान, खर्च अशा मर्यादा नसल्याने आरोग्य विषयक माहिती सर्वसामान्य वाचकाला अधिक प्रभावित करते. बहुतांशी सर्वच वृत्तपत्रांनी आरोग्य विषयक साप्ताहिक पुरवणी सुरु केली असल्याने यात वाचकांच्या जिज्ञासेची पूर्ती करणारे अनेक सदरे असतात. उदा: एचआयव्ही/एड्सचा प्रसार भारतात विशेषत: महाराष्ट्रात अतिशय वेगाने झालेला आहे. मृत्यूशी गाठ घालून देणाऱ्या या रोगप्रसाराने सान्या जगात भितीचे वातावरण निर्माण झाले आहे. आपला देश व विशेषत: महाराष्ट्रात या रोग प्रसाराचा आजवरचा वेग मति कुंठित करणारा आहे. कोणतीही शंभर टक्के सुरक्षित उपचार पध्दती नसलेल्या एड्स व एचआयव्ही प्रसारावर सद्यस्थितीत तरी प्रतिबंध हाच एकमेव योग्य उपाय आहे. प्रतिबंधासाठीच जनप्रबोधन होणे आवश्यक आहे.

प्रस्तुत विषयाचे अध्ययन करण्यामागे केवळ वृत्तपत्रांच्या कामगिरीचे मोजमाप करणे हा उद्देश नसून या संशोधनाद्वारे माध्यमांनी विशेषत्वाने वृत्तपत्रांनी कशा प्रकारे कार्य केले म्हणजे त्यांच्या असलेल्या सामर्थ्याचा योग्य उपयोग होऊन समाजाचे आरोग्य कायम कसे राहिल याबाबत ठोस उपाययोजना शोधण्याचा आहे.

उद्देश :

संशोधनाची पूर्तता ही उद्दिष्टांच्या पूर्ततेमध्ये असते. प्रस्तुत संशोधनाची उद्दिष्ट्ये पुढीलप्रमाणे :-

1. वृत्तपत्रे या माध्यमातून एचआयव्ही/एड्स बाबत मिळणाऱ्या प्रसिध्दीचे स्वरूप अभ्यासणे :-

एचआयव्ही/एड्सचा सातत्याने वाढता प्रसार व गैरसमज यांचेही समाजातील प्रमाण चिंताजनक असल्याचे सर्वच सरकारी, स्वयंसेवी संस्था वारंवार जाहिर करीत असतात. एचआयव्हीच्या रुग्णांना मिळणारी वागणूक, त्यांची सामाजिक स्तरावर होणारी हेळसांड या सर्व बाबी समाजाचा या रोगाबाबत असलेला दृष्टीकोन स्पष्ट करतात. अर्थातच अशा प्रकारच्या नकारात्मक सामाजिक दृष्टीकोनाला समाजातील अज्ञानच जबाबदार असते. अपुऱ्या माहितीमुळेच अशा प्रकारच्या घटना घडत असतात.

वृत्तपत्र हे जनप्रबोधनाचे अत्यंत प्रभावी माध्यम आहे. मुद्रित माध्यमात वृत्तपत्रांची विश्वासार्हता आजही कायम आहे. डॉ.धारुकरकर म्हणतात, 'व्यक्तीला जसे मन असते, तसे माध्यमाचेही अंतर्भूत असते. समाजापुढे असलेल्या प्रश्नांचे कशा प्रकारे मूल्यांकन करते यावरून त्या प्रसारमाध्यमाच्या अंतर्भूतातील

मूल्यप्रवृत्तीचे दर्शन घडते. प्रसारमाध्यमांचे खरे यश हे एखाद्या विशिष्ट प्रश्नाच्या न्हददायी हात घालण्याच्या पध्दतीवर अवलंबून असते. वृत्तपत्रामधून सातत्याने आरोग्य या विषयाला मिळत असणारी प्रसिध्दी आपण पहातो मात्र या प्रसिध्दीचे स्वरूप अभ्यासणे अत्यंत महत्वाचे आहे. त्यासाठीच वृत्तपत्रे या माध्यमातून एचआयव्ही/एडसबाबत मिळणाऱ्या प्रसिध्दीचे स्वरूप अभ्यासणे हे उद्दिष्ट निर्धारित करण्यात आले आहे.

संशोधन पध्दती :

1.एकूण कालावधी :- प्रस्तुत संशोधन प्रकल्पासाठी आशय विश्लेषणात्मक अभ्यास कालावधी-सात महिने

दि. 1 जून 2007 ते दि. 31 डिसेंबर 2007.

एकूण 212 दिवसांची वृत्तपत्रे – प्रती दिन 10 वृत्तपत्रे.

212 x 10 = 2120 वृत्तपत्रे.

यापैकी – दि.25/09/2007 रोजी अनंत चतुर्दशी असल्यामुळे तसेच दि. 11/11/2007 रोजी दिपावली भाऊबीज असल्यामुळे वृत्तपत्रांना सुट्टी असल्याने त्याच्या दुसऱ्या दिवशीची वृत्तपत्रे प्रसिध्द झाली नाहीत. यात दि. 26/09/2007 रोजी व दि.12/11/2007 रोजी वृत्तपत्रे प्रसिध्द झाली नाही. म्हणजे सर्वसाधारण 212 दिवसांच्या वृत्तपत्रांचा अभ्यास करता आला. म्हणजे 212 x 10 = 2120 वृत्तपत्रांचा आशय विश्लेषणात्मक अभ्यास करण्यात आला.

2.वृत्तपत्रांची निवड :- आशय विश्लेषणाच्या अभ्यासासाठी वृत्तपत्रांची निवड विचारपूर्वक करण्यात आली. या वृत्तपत्रांच्या निवडीमागे केवळ वृत्तपत्रांची निवड हा एवढाच प्राथमिक हेतू न ठेवता ह्या वृत्तपत्रांचा खप, त्यांचा वाचकवर्ग, त्यांची किंमत, या वृत्तपत्रांचा वाचकांचा सर्वसाधारण शैक्षणिक स्तर आदींचा अभ्यास करून तौलनिक विचार करण्यात आला. तदनंतरच सर्वच स्तरांच्या जनमागसाचे योग्य प्रतिनिधीत्व करू शकतील अशा दहा वृत्तपत्रांची निवड करण्यात आली.

या दहा वृत्तपत्रांमध्ये तीन राष्ट्रीय वृत्तपत्रे घेण्यात आली. यात Indian Express, Times of India, Economic Times ही ती वृत्तपत्रे होय. तीनही वृत्तपत्रे इंग्रजी भाषेतील आहे. राष्ट्रीय स्तरावर जवळपास प्रत्येक राज्यातील प्रमुख शहरांमधून या वृत्तपत्रांच्या आवृत्या प्रसिध्द होत असतात. या तीन वृत्तपत्रांचे दोन माध्यम समूह आहे. Indian Express हे वृत्तपत्र Express Group P;k ekydhps vlwu Times of India o Economic Times हे वृत्तपत्रे Bennett, Coleman & Co.Ltd. या कंपनीच्या मालकीची आहेत. म्बदवउपब ज्पउमे हे वृत्तपत्र आर्थिक व वाणिज्य व्यापारविषयक वृत्तपत्र आहे. गडद पिवळ्या रंगाची न्यूजप्रिंट यासाठी विशेषत्वाचे वापरली जाते.

राज्यस्तरीय वृत्तपत्रे म्हणून महाराष्ट्र टाईम्स, लोकसत्ता व सामना ही तीन वृत्तपत्रे निवडण्यात आली. यातील महाराष्ट्र टाईम्स या वृत्तपत्राची केवळ एकच आवृत्ती मुंबईहून प्रसिध्द होते व सर्वत्र जाते. लोकसत्ता या वृत्तपत्राच्या मुंबई, नागपूर, पुणे, अहमदनगर अशा आवृत्या आहेत. तर 'सामना' या दैनिकाच्या मुंबई, पुणे व औरंगाबाद अशा आवृत्या आहेत. ही तीनही वृत्तपत्रे प्रामुख्याने मुंबई म्हणजे महाराष्ट्राच्या राजधानीत केंद्रित झालेले आहेत. यास्तव या तीन वृत्तपत्रांची राज्यस्तरीय वृत्तपत्रे म्हणून निवड करण्यात आली आहे.

राज्यस्तरीय साखळी वृत्तपत्र म्हणून लोकमत व सकाळ या दोन वृत्तपत्रांची निवड करण्यात आली आहे. लोकमत व सकाळ या वृत्तपत्रसमूहांच्या मालकीची ही वृत्तपत्रे आहे. हे दोन्हीही उद्योग समूह माध्यम क्षेत्रात भारतात राष्ट्रीय स्तरावर नावाजले गेले आहे. लोकमत वृत्तपत्रसमूहाच्या नाशिक, मुंबई, पुणे, नागपूर, औरंगाबाद, जळगाव, अहमदनगर, सोलापूर, कोल्हापूर व अकोला येथून एकाच वेळी प्रसिध्द होते. तर सकाळ वृत्तपत्रसमूहाचे देखील नाशिक, पुणे, मुंबई, कोल्हापूर औरंगाबाद, सोलापूर, सातारा, विदर्भ व खान्देश इत्यादी आवृत्या प्रसिध्द होतात. प्रस्तुत: संशोधन कार्यासाठी दोन्ही वृत्तपत्रसमूहाच्या नाशिक येथून प्रसिध्द होणाऱ्या आवृत्या घेण्यात आल्या आहेत.

विभागीय व स्थानिक प्रतिनिधीत्व म्हणून गांवकरी व देशदूत ही दोन वृत्तपत्रे घेण्यात आली. गांवकरी या वृत्तपत्रांच्या आवृत्या जळगाव, औरंगाबाद, धुळे, अहमदनगर, ठाणे अशा विविध शहरांमधून प्रसिध्द होते. गांवकरीचे मुख्यालय नाशिक येथे असून नाशिक शहर व ग्रामीण भागात गांवकरीचा खप लक्षवेधी आहे. देशदूत या वृत्तपत्राचे देखील नाशिक हे मुख्यालय असून जळगाव, धुळे आदि आवृत्या प्रसिध्द होतात. देशदूत हे वृत्तपत्र उत्तर महाराष्ट्रातील ग्रामीण भागात विशेष लोकप्रिय आहे. या दहा वृत्तपत्रांचा सर्वच स्तरातील, वयोगटातील, शैक्षणिक स्तर, आर्थिक स्तर, व्यावसायिक स्तर आदिंचा समावेश असलेला वाचकवर्ग असून संशोधनात्मक कार्यासाठी हे दहा वृत्तपत्रे संपूर्ण वृत्तपत्रीय जगताचे महाराष्ट्र राज्यापुरते का होईना प्रतिनिधीत्व करतात यात शंका नाही.

3.विश्लेषणाच्या पध्दती :- या दहा वृत्तपत्रांच्या रोजच्या वृत्तपत्रांत्यतिरिक्त पुरवण्यांची पाने रोज अभ्यासून त्याचे एचआयव्ही/एडसविषयक विश्लेषण करणे हे एक आढावात्मक कार्य होते. यात संख्यात्मक विश्लेषण केले गेले. संख्यात्मक विश्लेषणात अनुक्रमांक, दिनांक, वृत्तपत्राचे नांव, वृत्त, लेख, छायाचित्र, जाहिरात, मजकुराचे शीर्षक आणि चौरस सेंटीमीटर मध्ये आकारमान असे विभाग करण्यात आले आहे. यात प्रत्येक महिन्याचे एचआयव्ही/एडसविषयक मजकुराचे छायाचित्रांचे विश्लेषण करण्याचा प्रयत्न या संशोधन प्रकल्पातील प्रमुख टप्पा आहे. संख्यात्मक विश्लेषणाद्वारे केवळ माहिती सामग्री उपलब्ध होणे शक्य होते. यावरून सांख्यिकीय निष्कर्ष काढणे शक्य असते. मात्र या प्राप्त झालेल्या तथ्यांचा सामाजिक विकासासाठी कशा प्रकारे उपयोग होऊ शकेल हे अभ्यासणे संशोधकाला अधिक महत्वाचे वाटते.

वृत्तपत्रांचे आशय विश्लेषण :

या दहा वृत्तपत्रांच्या रोजच्या वृत्तपत्रांत्यतिरिक्त पुरवण्यांची पाने रोज अभ्यासून त्याचे एचआयव्ही/एडसविषयक विश्लेषण करणे हे एक आढावात्मक कार्य होते. डॉ.सुधाकर पवार सांगतात, 'संशोधकांनी केलेले निरीक्षण ही त्याची सामग्री असते. या सामग्रीत निरीक्षणाचे मापन करून सांख्यिकीमध्ये वर्णन केलेले असते. हे मापन नेहमी वेगवेगळ्या प्रकारचे किंवा स्तरावरचे असते. या मापनात वर्गवारी किंवा वर्गीकरण हे मुलभूत असते.'

यात संख्यात्मक विश्लेषण केले गेले आहे. संख्यात्मक विश्लेषणात अनुक्रमांक, दिनांक, वृत्तपत्राचे नांव, वृत्त, लेख, छायाचित्र, जाहिरात, मजकुराचे शीर्षक / मध्यवर्ती संकल्पना आणि चौरस सेंटीमीटर मध्ये आकारमान असे विभाग करण्यात आले आहे. यात प्रत्येक महिन्याचे एचआयव्ही/एडसविषयक मजकुराचे छायाचित्रांचे विश्लेषण करण्याचा प्रयत्न या संशोधन प्रकल्पातील प्रमुख टप्पा आहे.

संख्यात्मक विश्लेषणाद्वारे केवळ माहिती सामग्री उपलब्ध होणे शक्य होते. यावरून सांख्यिकीय निष्कर्ष काढणे शक्य असते. मात्र या प्राप्त झालेल्या तथ्यांचा सामाजिक विकासासाठी कशा प्रकारे उपयोग होऊ शकेल हे अभ्यासणे संशोधकाला अधिक महत्वाचे वाटते. यास्तव या सर्व वृत्तपत्रांच्या प्रसिध्दीच्या गुणात्मक विश्लेषणाचाही अभ्यास करण्यात आला आहे. विशिष्ट लेखाचा आशय काय, त्यातून कोणता संदेश प्राप्त होतो आहे. या प्रसिध्दीमुळे वाचकांच्या मनावर सकारात्मक किंवा नकारात्मक कसा प्रभाव पडू शकतो याचाही उहापोह करण्यात आला आहे. अर्थातच अशा पध्दतीने ज्या वृत्तांचे अथवा लेखांचे गुणात्मक विश्लेषण शक्य होईल अशाच प्रसिध्दीची निवड करण्यात आली आहे. काही वृत्ते ही केवळ उपक्रमांची असतात त्यात विशेष गुणात्मक मुल्ये आढळून आलेली नाहीत अशांचा केवळ उल्लेख केला आहे.

संपूर्ण कालावधीतील वृत्तपत्रांची प्रसिध्दी

एचआयव्ही/एडसबाबत वृत्तपत्र प्रसिध्दीचा अभ्यास

दि. 01 जून 2007 ते दि. 31 डिसेंबर 2007

विविध वृत्तपत्रांचे सामग्री विश्लेषण आकार (चौ.से.मी.)

वृत्तपत्राचे नाव	दि. 1 जून ते 30 जून	दि. 1 जुलै ते 31 जुलै	दि. 1 ऑग. ते 31 ऑग.	दि. 1 सप्ट. ते 30 सप्ट.	दि. 1 ऑक्ट. ते 31 ऑक्ट.	दि. 1 नोव. ते 30 नोव.	दि. 1 डिसें. ते 31 डिसें.	एकूण कालावधी दि. 1 जून ते 31 डिसें.
गांवकरी	301	589	516	77	497	1199	4171	10899
सकाळ	284	448	480	144	295	2766	2244	9426
सामना	228	104	40	102	288	909	1000	3316
महानगर, टाईम्स	264	936	40	240	352	352	1801	4753
टाईम्स ऑफ इंडिया	916	2418	1615	1069	1374	4034	5927	23942
लोकसत्ता	96	3550	4926	675	1000	553	5371	260
इकोनॉमिक टाईम्स	206	1136	300	510	501	477	1759	5111
लोकमत	1143	1725	407	516	960	3195	7602	3026
देशदूत (एचएचएस)	1752	2437	616	744	568	1332	1910	1850
देशदूत	66	370	340	45	260	5497	622	1292
एकूण	5268	13713	5085	4122	6095	20314	32607	20964

एकूण कालावधीचे संख्यात्मक आशय विश्लेषण :-

आरोग्य विषयक जनप्रबोधनातील वृत्तपत्रांचा सहभाग, एचआयव्ही/एडस संदर्भात विशेष अभ्यास या संशोधनासाठी आशय विश्लेषण हे तथ्य संकलनाचे प्रमुख साधन आहे. यासाठी दि.1 जून ते दि.31 डिसेंबर 2007 या कालावधीच्या वृत्तपत्रांचे आशय विश्लेषण करण्यात आले आहे. सर्व दहा वृत्तपत्रांच्या एचआयव्ही/एडसविषयक प्रसिध्द झालेल्या मजकुराचे संख्यात्मक विश्लेषण करण्यात आले आहे. या सात महिन्यांच्या कालावधीत निवडण्यात आलेल्या दहाही वृत्तपत्रांनी एकूण एक लाख बारा हजार एकशे त्रेपन्न चौसेमी एवढी प्रसिध्दी या विषयाला दिली असल्याचे निदर्शनास येते. या एकूण प्रसिध्दीमध्ये सर्वाधिक प्रसिध्दी दि.1 डिसेंबर या दिवशी

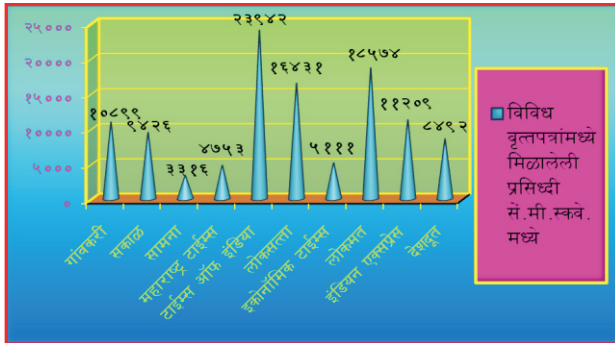
मिळाली असल्याचे निदर्शनास येते.दि.1 डिसेंबर हा दिवस जागतिक एड्स दिन म्हणून साजरा केला जात असल्याने या दिवशी सर्वच वृत्तपत्रांमधून भरपूर मजकुरास प्रसिध्दी मिळाली. निवडण्यात आलेल्या दहाही वृत्तपत्रांमधून एकूण सुमारे बत्तीस हजार चारशे सात चौसेमी एवढी प्रसिध्दी मिळाली असल्याचे आढळून येते.

जागतिक एड्स दिनाच्या अगोदरचे तीस दिवस व नंतरचे तीस दिवस या विषयाबाबत प्रसिध्दीचे प्रमाण विशेष दखल घेण्याजोगे आहे. प्राप्त तथ्यांनुसार दि.1 नोव्हेंबर ते 30 नोव्हेंबर या कालावधीत वीस हजार तीनशे चौदा चौसेमी आकाराची प्रसिध्दी लाभली आहे. याचबरोबर एक डिसेंबरच्या जागतिक एड्स दिनानंतर दि.2 डिसेंबर ते 31 डिसेंबर या कालावधीत देखील निवडण्यात आलेल्या दहाही वृत्तपत्रांमध्ये मिळून वीस हजार नऊशे चौसष्ट चौसेमी एवढी प्रसिध्दी प्राप्त झाली असल्याचे आढळून येते.

निवडण्यात आलेल्या सात महिन्यांच्या कालावधीत सर्वात कमी प्रसिध्दी दि.1 सप्टेंबर ते 30 सप्टेंबर या कालावधीत मिळाली असल्याचे आढळून येते. या कालावधीत एकूण चार हजार एकशे बावीस चौसेमी प्रसिध्दी या विषयास प्राप्त झाली आहे. यापेक्षा अधिक प्रसिध्दी दि.1 जून ते 30 जून या कालावधीत एकूण पाच हजार दोनशे अठरावण चौसेमी प्राप्त झाली असल्याचे निदर्शनास येते. दि.1 ऑक्टोबर ते 31 ऑक्टोबर या कालावधीत सहा हजार पंचाणव चौसेमी प्रसिध्दी प्राप्त झाली आहे. दि.1 ऑगस्ट ते 31 ऑगस्ट दरम्यान नऊ हजार दोनशे ऐंशी चौसेमी प्रसिध्दी प्राप्त झाली असल्याचे निदर्शनास येते. 1 जुलै ते 31 जुलै या कालावधीत तेरा हजार सातशे तेरा चौसेमी प्रसिध्दी प्राप्त झाली आहे.

वर दिलेल्या तक्त्यावरून एकूण कालावधीच्या नऊ भागात एचआयव्ही/एड्स या विषयाला प्राप्त प्रसिध्दीचा संख्यात्मक आढावा निदर्शनास येतो. यावरून असे लक्षात येते की, जागतिक एड्स दिनानिमित्त वृत्तपत्रांचे एचआयव्ही/एड्स या विषयाकडे प्रसिध्दीचे प्रमाण सर्वाधिक आहे. जागतिक एड्स दिन आंतरराष्ट्रीय स्तरावर साजरा होत असल्याने स्थानिक पातळीपासून आंतरराष्ट्रीय पातळीपर्यंत अनेक विविध उपविषय वृत्तपत्रांनी चर्चीलेले आढळून येतात. जागतिक एड्स दिनाच्या अगोदरचा एक महिना व नंतरचा एक महिना या कालावधीचा अभ्यास केल्यास प्रसिध्दीचे प्रमाण हे उर्वरीत पाच महिन्यांपेक्षा अधिक असल्याचे लक्षात येते. एचआयव्ही/एड्स या विषयाला अधिक लोकांपर्यंत पोहोचविण्यासाठी जागतिक एड्स दिनाची जी संकल्पना राबविण्यात आलेली आहे ती यशस्वी ठरली असल्याचे लक्षात येते.

आलेख क. 1



आलेख क.1 चे निरीक्षण केले असता त्यात निवडण्यात आलेल्या दहा वृत्तपत्रांच्या एकूण कालावधीतील प्रसिध्दीबाबत प्रस्तुतीकरण केले आहे. या वृत्तपत्रांमध्ये सर्वाधिक प्रसिध्दी जपउमे व प्दकंप या वृत्तपत्राने एकूण तेवीस हजार नऊशे बेचाळीस चौसेमी एवढी प्रसिध्दी दिल्याचे निदर्शनास येते. दुसऱ्या अंकाची प्रसिध्दी लोकमत या वृत्तपत्राने अठरा हजार पाचशे चौऱ्याहत्तर चौसेमी एवढी दिली आहे. त्या खालोखाल लोकसत्ता या वृत्तपत्राने सोळा हजार चारशे एकवीस चौसेमी प्रसिध्दी दिली आहे. इंडियन एक्सप्रेस या वृत्तपत्राने अकरा हजार दोनशे नऊ चौसेमी एवढी प्रसिध्दी दिली आहे. गांवकरी या वृत्तपत्रातून दहा हजार आठशे नव्याणव चौसेमी प्रसिध्दी दिली असल्याचे निदर्शनास येते. सकाळ या वृत्तपत्रानेही एचआयव्ही/एड्स बाबत योगदान देत नऊ हजार चारशे सव्वीस चौसेमी प्रसिध्दी दिली आहे. देशदूत या वृत्तपत्राने आठ हजार चारशे ब्याणव चौसेमी आकाराची प्रसिध्दी दिली आहे. टाईम्स वृत्तसमुहाचे अर्थकारणाला वाहिलेल्या इकॉनॉमिक टाईम्स या वृत्तपत्राने पाच हजार एकशे एकरा चौसेमी एवढी प्रसिध्दी दिली आहे, तर महाराष्ट्र टाईम्स या वृत्तपत्रातून चार हजार सातशे त्रेपन्न चौसेमी एवढी प्रसिध्दी देण्यात आली आहे. सर्वात कमी प्रसिध्दी सामना या

वृत्तपत्रातून तीन हजार तीनशे सोळा चौसेमी एवढी प्राप्त झाल्याचे निदर्शनास येते. सदर आकडेवारी एकूण कालावधीची आहे.

निष्कर्ष :

प्रस्तुत प्रकरणात संख्यात्मक व गुणात्मक विश्लेषणाद्वारे नोंदविण्यात आलेले ठळक निष्कर्ष व निरीक्षण पुढीलप्रमाणे :-

- 1.एचआयव्ही/एड्स या विषयाला वृत्तपत्रांकडून चांगल्या प्रकारे प्रसिध्दी मिळते.
- 2.सात महिन्यांच्या कालावधीत दि.1 डिसेंबर रोजी जागतिक एड्स दिन असल्यामुळे सर्वाधिक म्हणजे 30: पेक्षा अधिक प्रसिध्दी प्राप्त झाली आहे.
- 3.जागतिक एड्स दिनाच्या तीस दिवस अगोदर व नंतर देखील प्रसिध्दीचे प्रमाण इतर कालावधीपेक्षा तुलनात्मक अधिक आढळते.
- 4.जागतिक एड्स दिनाच्या निमित्ताने आयोजित उपक्रम याबाबत माहिती व 1 डिसेंबर रोजी साजरे करण्यात आलेले विविध उपक्रम यामुळे या कालावधीत अधिक प्रसिध्दी मिळण्याचे निदर्शनास येते.
- 5.इतर कालावधीत मात्र ठराविक प्रसिध्दीचे प्रमाण आढळून आले आहे.
- 6.सर्वाधिक प्रसिध्दी या वृत्तपत्रांमधून प्राप्त झाली त्या वृत्तपत्रांनी एचआयव्ही/एड्सबाबत विशेष पुरवण्या काढल्यामुळे झाली असल्याचे निदर्शनास येते.
- 7.विशेष पुरवण्या या बऱ्याच वेळा जाहिराती पुरस्कृत असल्यामुळे प्रसिध्दीच्या प्रमाणात मोठया प्रमाणावर वाढ झाली असल्याचे निदर्शनास येते.
- 8.सर्वसाधारणतः सर्वच वृत्तपत्रांमधून एचआयव्ही/एड्स बाबत वृत्तांचे प्रमाण सर्वसाधारणतः सारखे असल्याचे आढळून येते.
- 9.जाहिरात व विशेष लेख यामुळे प्रसिध्दीच्या प्रमाणात काही वृत्तपत्रांचे प्रसिध्दीचे प्रमाण अधिक असल्याचे निदर्शनास येते.
- 10.एकाच वृत्तपत्र समुहाच्या विविध वृत्तपत्रांमध्ये भिन्न प्रसिध्दीचे प्रमाण आढळते.
- 11.एकूणच प्रसिध्दीची संख्यात्मक व्याप्ती जास्त असली तरी ठराविक वृत्तपत्रे अधिक प्रसिध्दी देतात. ठराविक वृत्तपत्रे कमी प्रसिध्दी देतात असे निदर्शनास येते.
- 12.काही संशोधनात्मक व उपचार पध्दती बदलची माहिती देणारे वृत्त त्रोटक स्वरूपात प्रसिध्द झाले आहेत असे लक्षात येते.
- 13.संशोधनात्मक, उपचार पध्दती, आदिबाबतचे वृत्तास सर्वच वृत्तपत्रांनी व्यापक स्वरूपात प्रसिध्दी देणे गरजेचे आहे असा निष्कर्ष निघतो.
- 14.काही वृत्तांबरोबर वृत्तपत्रांनी विश्लेषणात्मक तज्ज्ञांचे लेख प्रसिध्द करणे गरजेचे आहे. असे आढळून येत नाही असा निष्कर्ष निघतो.
- 15.एचआयव्ही/एड्स विषयाकडे माध्यमकर्मींचा दृष्टीकोन केवळ बातमी अथवा मजकूर असा मर्यादित असल्याचा निष्कर्ष निघतो.
- 16.माध्यमकर्मींच्याच एचआयव्ही/एड्सकडे पाहण्याचा दृष्टीकोन व्यापक समाज हितासाठी प्रसिध्दी असा असल्यास हवा. जो आढळत नसल्याचा निष्कर्ष निघतो.
- 17.केवळ एचआयव्ही उपकरणांना प्रसिध्दी देण्यापेक्षा उपकरणांमधून दिल्या जाणाऱ्या संदेशांमुळे व्यापक जनप्रबोधन होऊ शकते. मात्र केवळ उपकरणांची बातमी या पुरतेच मर्यादित राहत असल्याचा निष्कर्ष निघतो.
- 18.योग्य प्रमाणात वर्षभर सर्वच वृत्तपत्रांकडून ठराविक स्वरूपात एचआयव्ही/एड्स विषयक प्रसिध्दी होणे आवश्यक आहे. ती त्याप्रमाणे होत नाही असा निष्कर्ष निघतो.
- 19.सुयोग्य वृत्तपत्र प्रसिध्दीसाठी माध्यमकर्मींचे एचआयव्ही विषयक प्रशिक्षण शिबीरांचे, कार्यशाळांचे आयोजन करावयास हवे असा निष्कर्ष निघतो.
- 20.सातत्याने सुयोग्य प्रसिध्दीसाठी, व्यापक जनप्रबोधन व समाजहित साधण्यासाठी एचआयव्ही/एड्सबाबत वृत्तपत्रांसाठी माध्यम धोरण राबविणे गरजेचे आहे असा निष्कर्ष निघतो.

संदर्भ

- के.पार्क, पार्कस् टेक्स्टबुक ऑफ प्रिक्टिकल अँड सोशल मेडिसिन, बनारसीदास भानोत पब्लिकेशन, जबलपूर, फेब्रुवारी 2009, 20 वी आवृत्ती.
- दुबे प्रमोदकुमार, 'संस्कृती का अर्थ', संस्कृती अर्धवार्षिक, संस्कृती मंत्रालय, भारत सरकार, नवी दिल्ली, वर्ष 2008, अंक 15.
- डॉ.धारुरकर विल., 'विकास संवादाची नवी क्षितीज', चैतन्य प्रकाशन, औरंगाबाद, प्रथम आवृत्ती, जानेवारी 1999
- डॉ.धारुरकर विल., 'माध्यम समीक्षा', परिमल प्रकाशन, औरंगाबाद, प्रथम आवृत्ती, जुलै 1988.
- डॉ.पवार सुधाकर, 'संवादशास्त्र', मानसन्मान प्रकाशन, पुणे, प्रथमावृत्ती, जुलै 2000.
- डॉ.एम.पी.गुप्ता, 'एचआयव्ही/एड्स 'हिंदी', युएनएड्स, भारत, 2004.
- राज्य आरोग्य शिक्षण व संपर्क विभाग पुणे, 'आरोग्य संवर्धन व संवाद कौशल्य प्रशिक्षण पुस्तिका', राज्य आरोग्य शिक्षण व संपर्क विभाग, पुणे.
- डॉ.लिमकर सुधाकर, आरोग्य संवाद, संवाद प्रकाशन, औरंगाबाद, प्रथमावृत्ती,

ऑक्टोबर 2005, प्रस्तावना डॉ. गव्हाणे सुधीर.
डॉ.विंग क्लार्क, डॉ. चौधरी शंकर, 'एचआयव्ही आणि एड्स कुटुंब मार्गदर्शिका',
पॉप्युलर प्रकाशन, मुंबई, प्रथमावृत्ती 1996.
Annonym, "Facts for Life", UNICEF, WHO, UNESCO,
UNFPA, UNDP, UNAIDS, WFP and World Bank,
Sept.2005.
Annonym, Facts for Life, Unicef, Geneva, Switzerland,
2012.