

भारतीय लोकशाही आणि वृत्तपत्रांची बदलती भूमिका

डॉ. धीरज सूरज शिंदे

विभागप्रमुख,

इतिहास विभाग,

अक्काताई रामगोंडा पाटील कन्या

महाविद्यालय,

इचलकरंजी, जि. कोल्हापूर.

गोषवारा :

वृत्तपत्रे हि आजच्या युगात एक प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून ओळखली जातात. आजच्या 'इलेक्ट्रॉनिक मिडीयाच्या' युगात 'प्रिंट मिडीयाने' आपले स्थान अबाधित राखले आहे. वृत्तपत्राचे नाते नेहमी विश्वासाहर्तेशी जोडले जाते. 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. लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हणून परिचित असलेल्या वृत्तपत्रांचे स्थान हे अत्यंत वेगाने आधुनिक काळामध्ये बदलत असले तरी वाचकांची वृत्तपत्रावरील विश्वसनीयता हे वृत्तपत्राचे सामर्थ्य असलेले आपल्या बलस्थानाचा वापर करून वृत्तपत्र सक्षम होणे हे सुदृढ लोकशाहीसाठीही महत्वाचे आहे.

बीज शब्द : प्रसार माध्यमे, वृत्तपत्र स्वातंत्र्य, लोकशाही, विकास

प्रास्ताविक-

वृत्तपत्रे हि आजच्या युगात एक प्रभावी प्रसारमाध्यम म्हणून ओळखली जातात. आजच्या 'इलेक्ट्रॉनिक मिडीयाच्या' युगात 'प्रिंट मिडीयाने' आपले स्थान अबाधित राखले आहे. वृत्तपत्राचे नाते नेहमी विश्वासाहर्तेशी जोडले जाते. 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.

वृत्तपत्रांचा विकास आणि भूमिका-

भारतामध्ये 'हिकीज गॅझेट' नंतर वृत्तपत्रांच्या विकासास अधिकृतप्रारंभ झाल्याचे मानतात. भारतात प्रादेशिक वृत्तपत्रांची उत्तरोत्तर निर्मिती, विकास, विस्तार घडून आला. स्वातंत्र्य लढ्यावेळी ही वाढ मोठ्या प्रमाणावर घडून आली. ब्रिटीश कालखंडामध्ये एका बाजूस लोकमत जागृत करणे आणि दुसऱ्या बाजूने लोकमताचे संघटीत दडपण शासनावर आणण्याची अवघड कामगिरी भारतीय पत्रकारितेने नेटाने केली आहे. भारतीय स्वातंत्र्य चळवळीत राष्ट्रीय नेत्यांनी एक प्रभावी प्रसार माध्यम म्हणून वृत्तपत्रांचा वापर सुरु केला आहे. त्याकाळामध्ये वृत्तपत्रे मतपत्रे होती. जनजागृतीसोबत लोकशिक्षणाचे कार्य वृत्तपत्रांनी केले. लोकमान्य टिळकांनी केसरी, मराठा, महात्मा गांधीजींनी हरिजन, यंग इंडिया, नवयुग, पंडित नेहरूंनी नॅशनल हेरॉल्ड, मौलाना आझाद यांनी 'अल हिलाल' ही वृत्तपत्रे सुरु केली. वृत्तपत्रांबाबत म. गांधीजींनी मत व्यक्त केले कि, 'लोकांना काय हवे,' या प्रश्नांचा संपादक जसा विचार करतात तसाच 'लोकांना काय दिले पाहिजे' याचा विचार संपादकांनी करणे आवश्यक आहे. 1. वृत्तपत्रांची ताकद ब्रिटिशांना ज्ञात असल्यामुळे त्यांनी इ.स १७९९ पासून वृत्तपत्रांवरती अनेक निर्बंध घातले. पुढे लोकआंदोलनामधून वृत्तपत्रावरील निर्बंध सैल होत गेले.

स्वातंत्र्यानंतरची वृत्तपत्रे आणि मांडणीमधील बदल-

भारत स्वातंत्र्यानंतर भारतीय राज्यघटनेत कलम १९ (१) 'अ' नुसार सर्व नागरिकांना भाषण व अविष्कार स्वातंत्र्यात (फ्रीडम ऑफ स्पीच अॅण्ड एक्सप्रेसशन) वृत्तपत्र स्वातंत्र्याचा समावेश केला आहे. 2. स्वातंत्र्यानंतर खऱ्या अर्थाने वृत्तपत्रांनी लोकशाहीभिमुख धोरण अवलंबले. देश उभारणीच्या ध्येयाने तात्कालिक नेतृत्वाने देशाच्या प्रगतीची पायाभरणी केली. 3. पंचवार्षिकयोजनांची अंमलबजावणी सुरु झाली. परंतु कालानुरूप या प्रगतीस भ्रष्टाचाराची वाळवी लागू लागली. असा भ्रष्टाचार उघड करण्यास तत्कालीन वृत्तपत्रांनी सुरवात केली. त्यामधून वृत्तपत्रांची प्रतिमा उजळून निघाली. देशपातळीवरील हर्षद मेहता प्रकरण, बोफोर्स घोटाळा, सिंगूर-नंदीग्राम सारख्या घटना असतील किंवा महाराष्ट्रामधील प्रातिनिधिक स्वरूपामध्ये अंतुले यांचे सिमेंट प्रकरण, तेलगी घोटाळा, आदर्श प्रकरण

अशी प्रकरणे वृत्तपत्रांनी लावून धरली.तसेच पिढ्यानपिढ्या समाजात असणाऱ्या अंधश्रद्धेवर मार्गदर्शन करण्याचे कार्य वृत्तपत्रांनी केले.त्यामधून आजचा वैचारिक महाराष्ट्र घडत गेला.त्यामध्ये मोलाचा वाटा वृत्तपत्रांचा आहे.वृत्त देण्याच्या प्रधान कार्यासोबत अग्रलेख,स्फुटलेख,वाचकांचा पत्रव्यवहार,विविध सर्वे,वैचारिक लेख,विडंबनात्मक लेखन यामधून सर्वसामान्यांच्या प्रश्नांवर प्रकाश टाकण्याचा प्रयत्न केला.त्यामधून असे प्रामाणिक पत्रकार आणि वृत्तपत्रे सत्ताधारी पक्षाच्या रडारवर आली.आणि सर्वसामान्य जनतेचा दृढविश्वास अशा निष्पक्षपाती पत्रकार आणि वृत्तपत्रावर दृढ झाला.

राजकीय फायद्यासाठी वृत्तपत्रांचा वापर-

जागतिकीकरणानंतर परिस्थिती बदलली.वृत्तपत्रांचा जनमानसावरील प्रभाव पाहता ती आपल्या ताब्यात असावीत अशी मानसिकता नेते मंडळींमध्ये वाढत गेली. त्यासाठी संपादकांशी मैत्री वाढवून आपल्या प्रतिमेला फार गालबोट लागणार नाही याची काळजी नेते मंडळी घेत असत. त्यामुळे राजकीय मंडळींमध्ये पत्रकार आणि संपादक यांचे महत्व खूप होते. त्याचवेळी वृत्तपत्र आपल्या मालकीचे असावे ही भावनाही बळावत गेली. त्यामुळे त्यांना मोठा राजकीय फायदाही होत होता. अशातच ज्यांच्या मालकीची वृत्तपत्रे होती त्यांची राजकीय नेतृत्वाची इच्छाही बळावत गेली. त्यामुळे मालक मंडळी त्यांना हव्या त्या पक्षाला, नेतृत्वाला आवडेल अशी वृत्तपत्रीय रचना करू लागले. त्यामुळे वृत्तपत्राचा मुळ निष्पक्षपाती गाभा हरवत गेला. वृत्तपत्र हे उत्पादन बनले. नफा हेच उद्दिष्ट डोळ्यांपुढे ठेवून वृत्तपत्रांचे नियोजन सुरू झाले. वैचारिक खाद्य देणाऱ्या आणि समाजमन जागृत करणाऱ्या पुरवण्या कमी होत गेल्या. गल्लो-गल्ली पैसे देणाऱ्या दादा लोकांवर वाढदिवस पुरवण्या निघू लागल्या.तालुका,ग्राम पातळीवर पुरवण्यांचे आर्थिक फायद्यानुसार नियोजन सुरू झाले.4

संपादक हा व्यवस्थापक बनला.त्यामुळे त्याच्या कामाला मर्यादा आल्या. त्या मर्यादेतच वृत्तपत्र चालवायचे बंधन निर्माण झाले. मराठी वृत्तपत्रसृष्टीमध्ये लोकमान्य टिळकांचा 'केसरी' अथवा प्र.के अत्रे यांचा 'मराठा' आणि त्यानंतर बाळासाहेब ठाकरे यांचा 'सामना' यांनी विशिष्ट विचारसरणीने वृत्तपत्र चालवले. परुळेकरांच्या 'सकाळ' नेही मोठा ठसा समाजात उमटवला. 'महाराष्ट्र टाईम्स' सारखे व्यावसायिक वृत्तपत्र असूनही गोविंद तळवलकरांनी उत्तम संपादकीय छाप सोडली. माधव गडकरींचे 'चौफेर' असो वा अरुण टीकेकारांचे संदर्भ लेख असो, वाचकांची उत्तम वैचारिक मशागत असे. विजय कुवळेकरांनी संपादकीय व्यवस्थापनाचा नवा धडा वृत्तपत्र सृष्टीत राबवला. कुमार केतकरांनी स्वतःचा वाचक वर्ग निर्माण केला. भारतकुमार राउत यांनी अनेक नवे तरुण लेखक तयार केले. खाडिलकरांच्या 'नवाकाळ' नेही एक काळ गाजवला. अनंत भालेरावांच्या 'मराठवाडा' नेही मोठी चळवळ उभा केली होती, असे शेकडो दाखले देता येतील. परंतु गेल्या दोन दशकांमध्ये यात अमुलाग्र बदल होत गेला.

कालानुरूप वृत्तपत्रासमोरील आव्हाने-

माध्यम स्पर्धेमध्ये वृत्तपत्रांची थोडी पिछेहाट झाल्याने धोरणामध्ये बदल करून संपूर्ण व्यावसायीकरण स्वीकारले, ते योग्यही होते. वाढता खर्च पाहता जाहिराती हाच एकमेव स्रोत राहिला.त्याचबरोबर २४ तास सतत चालणाऱ्या वृत्तवाहिन्यांचे मोठे आव्हान वृत्तपत्रांपुढे उभे राहिले. त्यानंतर डिजिटल मिडिया, सोशल मिडिया यांची आव्हानेही प्रिंट मिडियापुढे उभी राहिली. यास्थितीत वृत्तपत्रांना स्वतःमध्ये बदल करणे अपरिहार्य होते. ज्या नावाचे वृत्तपत्र होते त्याची 'ब्रॅण्ड व्हॅल्यू' वाढवण्याचे काम व्यवस्थापनाने सुरू केले. त्यातून मोठमोठे 'इव्हेंट' ही संकल्पना आली. मग त्याला प्रायोजक आले, म्हणून मग याची व्यावसायिक गणिते आली. वृत्तपत्रांनी त्यांच्या 'वेबसाईट' सुरू केल्या. त्यातून वर्तुळ वाढवत नेले गेले. त्यामुळे वृत्तपत्रांचा खप कमी झाला, तरी त्याची प्रतिमा तशीच ठेवण्यात व्यवस्थापनाला यश आले. काही वृत्तपत्रांनी वृत्तवाहिन्याही काढल्या. सत्ताधारी नेत्यांना सर्व प्रमुख प्रसारमाध्यमे आपल्या अंकित असावी, असे वाटते. त्यांचा तसा प्रयत्नही सुरू असतो. आज तर 'गोदी मिडिया' अस उल्लेखच प्रसारमाध्यमांबाबत केला जातो. इतकी माध्यमांची अहवेलना कधीही झाली नव्हती. आज वृत्तपत्रांना कोणतेही मिशन राहिलेले नाही. 'प्रोडक्ट' झाल्याने ते आता प्रोफेशन झाले आहे.वृत्तपत्रातला साधा पत्रकार ते संपादक सगळेजण तिथे नोकरी करतात.अनेक जाहिरातदार मालकांवर थेट दबाव आणून संपादकांकडून त्यांना हवे ते घडवून आणतात.व्यवस्थापनाचीही व्यावसायिक गणिते सांभाळायची असल्याने जाहिरातदारांच्या मागणीला बळी पडावे लागते. हे दृष्टचक्र आहे पण कटू सत्य आहे. आज मालक त्याच्या मर्जीतला संपादक बसवतो, त्याचा लिखाणाचा दर्जा कसा आहे, तो समाजात किती प्रतिष्ठित आहे, याची गणना केली जात नाही. त्यापेक्षा जाहिरात मिळवण्याचे कौशल्य तपासले जाते. त्यामुळे संपादकपदाची पूर्वीसारखी प्रतिष्ठा राहिली नाही. त्याचप्रमाणे नोकरी टिकवण्यासाठी मालकांची मर्जी सांभाळण्याचे काम संपादकांनी स्वीकारल्याने पदाची अहवेलना झाली आहे. 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.5

लोकशाहीमध्ये शासनाची भूमिका-

सरकार आणि वृत्तपत्रे हे एकमेकांचे मित्र असू शकत नाहीत. किंबहुना ते प्रतिस्पर्धी असतात, परंतु अलीकडे प्रतिस्पर्धी कोणताही असू दे त्याला शिल्लक ठेवायचे नाही अशी सत्ताधाऱ्यांची धारणा झाल्याने वृत्तपत्रेही त्याला अपवाद ठरली नाहीत. राजधानी दिल्लीत तब्बल एक वर्ष शेतकऱ्यांचे आंदोलन चालले. त्याचे शेतकऱ्यांच्या बाजूने किती कव्हेरज झाले हा तपासायचा विषय ठरेल. मात्र या आंदोलनामुळे कायदे मागे घ्यावे लागले हा ताजा इतिहास आहे. या प्रकरणामुळे प्रसारमाध्यमांवरील विश्वास पुन्हा डळमळीत झाला. लोकभावना आणि प्रसारमाध्यमे यांच्यात तफावत वाढत गेली.

व्यवस्थापनाच्या किंवा मालकाच्या जवळ असणाऱ्यांना खुश करायचे त्यांच्या बातम्या प्रसिद्ध करण्याचे धोरण अवलंबले गेले. त्यामुळे जनतेचे खरे प्रश्न मागे पडत गेले. फक्त वृत्तपत्रांबाबत बोलायचे झाले तर, अजूनही लोकांचे प्रश्न मांडण्यासाठी वृत्तपत्रांना मोठा वाव आहे. पर्यावरण, ग्रामीण व्यवस्थेचे प्रश्न मांडणारे शेकडो पत्रकार आहेत, पण त्यांना पुरेशी संधी मिळत नाही. अर्थात व्यवस्थापनाने वृत्तपत्राचा समाजाभिमुख चेहरा कायम ठेवण्याचा प्रयत्न यशस्वी केला आहे. म्हणूनच आजही माहितीच्या जंजाळात वृत्तपत्रीय बातम्यांकडे आदराने पाहिले जाते.

वृत्तपत्रांच्या छापील मजकुरावर विश्वास ठेवणारा मोठा वर्ग समाजामध्ये आहे. मात्र वृत्तपत्रे स्वतःच आशयापासून भरकटत चालली आहेत. व्यावसायिक गणिते सांभाळताना वृत्तपत्रांची कसरत होत आहे. त्यातून गेल्या दोन वर्षांपूर्वी आलेल्या कोरोनाच्या संकटामुळे वृत्तपत्रांना त्याचा मोठा फटका बसला. त्यातून अजूनही वृत्तपत्र व्यवसाय सावरत आहे. वृत्तपत्रांतर्गत गळेकापू स्पर्धा, वाहिन्यांचे आणि सोशल सोशल मिडियाचे आव्हान यामुळे वृत्तपत्रसृष्टी आक्रसून गेली आहे. या साऱ्या पार्श्वभूमीवर लोकशाही टिकवण्याचे शिवधनुष्य वृत्तपत्रांनी पेलावे ही अपेक्षा जरा जास्तच वाटते. अर्थात, ती वृत्तपत्रांची जबाबदारी आहे, परंतु आज समाजामधील विविध जाती, गट, समूह अत्यंत आक्रमक झाले आहेत. त्यांच्या मनाविरुद्ध एक ओळ जरी छापून आली तरी मालकांवर दबाव आणतात. त्यामुळे वृत्तपत्रांचे जगणेच संकुचित झाले आहे. आज अनेक पत्रकारांना मुलाखतीच्या वेळी जाहिरात आणू शकता का, असा प्रश्न केला जातो. वृत्तपत्रांचे संपूर्ण व्यापारीकरण झाल्याने त्यांच्याकडून निव्वळ आदर्शाची अपेक्षा करणे व्यर्थ ठरेल. मात्र इतर प्रसारमाध्यमांपेक्षा वृत्तपत्राविषयीची आदराची भावना शिल्लक आहे, तीच भावना त्याचे भांडवल आहे.

निष्कर्ष :

वृत्तवाहिन्या, सोशल मिडिया यांनी विश्वासाहता गमावल्याने लोकांचा अजूनही छापील शब्दांवर विश्वास आहे. त्याचा आधार घेऊन वृत्तपत्रे अजूनही फिनिक्स पक्षाप्रमाणे भरारी घेऊ शकतात. टीआरपी वाढवणाऱ्या तयार बातम्या छापण्याबरोबरच शोधपत्रकारिता आणि दूर्लक्षित वृत्तांना प्राधान्य द्यावे लागेल. कोरोनामुळे खचलेल्या समाजाला उभारी देण्याचे काम वृत्तपत्रांनाच करावे लागणार आहे. नितीमुल्यांची चर्चा मागे पडली असली, तरी लोकांच्या लढाईत वृत्तपत्रांनी स्वतःला सामावून घ्यायला हवे. वृत्तपत्रांचे झालेले व्यापारीकरण आता मागे फिरू शकत नाही. नफेखोरी हा उद्देश असल्याने फार मोठ्या मुल्यांची अपेक्षाही धरता येणार नाही. मात्र, पुढच्या काळात समाजातल्या संवेदनशील गटांबरोबर, संस्थांसोबत, व्यक्तींसोबत व्यवहार वाढवल्यास त्याचे प्रतिबिंब वृत्तपत्रांत उमटेल. फार आदर्शवादी नसले, तरी किमान मुल्यांची जपणूक वृत्तपत्रे अवश्य करतील आणि करत आहेत.

वृत्तपत्रांनी त्यांचा समाजाभिमुख चेहरा जपला, तरच त्यांची प्रतिष्ठा कायम राहिल आणि त्या प्रतिष्ठेचे फायदे व्यवस्थापनाला पर्यायाने मालकांना मिळवता येतील. त्यासाठी तरी वृत्तपत्रांना 'जिवंत' ठेवणे, ही त्या व्यवस्थापनाची जबाबदारी असणार आहे. लोकशाही मुल्यांची जपणूक अशाच पद्धतीने होत राहिल. वृत्तपत्रसृष्टी डिजिटल माध्यमांकडे अधिक वळते आहे. त्यात आता जरी नफा असला तरी, हळूहळू वृत्तपत्रीय जग डिजिटल माध्यमात रुपांतरीत होणार, हे तीव्रतेने जाणवते. अर्थात, माध्यमाचे व्यासपीठ कोणतेही असो त्यातून कंटेंट काय देता हेच शेवटी महत्वाचे ठरते. लोकांना उत्तम जगता यायला हवे, त्यासाठी काय करता येईल, याचा वृत्तपत्रांनी सातत्याने विचार करायला हवा. त्यामधून वृत्तपत्राची आणि पर्यायाने लोकांची प्रगती होईल, यात शंका नाही. लंडन विद्यापीठाचे पत्रकारितेचे प्राध्यापक रॉबर्ट मेक यांनी या स्थितीविरोधी इशारा दिला आहे. त्यांचे पुस्तक 'रिच मिडिया पुअर डेमोक्रेसी' मध्ये ते लिहितात 'पत्रकारांची स्वायत्तता 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 ज्येष्ठ पत्रकार मत व्यक्त

करतात कि, "डिजीटल माध्यमे वर्तमानपत्रांच्या आधी सारे काही दाखवतील कुरघोडी करतील, पण विचार करायला लावण्याइतपत प्रभाव टाकू शकणार नाहीत, ते कार्य वर्तमानपत्रांना करावे लागेल" 6

एकूणच लोकशाहीचा चौथा स्तंभ म्हणून परिचित असलेल्या वृत्तपत्रांचे स्थान हे अत्यंत वेगाने आधुनिक काळामध्ये बदलत असले तरी वाचकांची वृत्तपत्रावरील विश्वसनीयता हे वृत्तपत्राचे सामर्थ्य असलेने आपल्या बलस्थानाचा वापर करून वृत्तपत्र सक्षम होणे हे सुदृढ लोकशाहीसाठीही महत्वाचे आहे.

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) संपादक : डॉ दिपक पवार लेखक: विनायक पात्रुडकर, लोकशाही समजून घेताना, मुख्य निवडणूक अधिकारी कार्यालय, ऑनलाईन लेखमालिका
- 5) कित्ता
- 6) तुपे केशव , लेख- वृत्तपत्र एक प्रभावी प्रसारमाध्यम, प्रसारमाध्यमे आणि मराठी भाषा, संपा. भास्कर शेटके, स्नेहवर्धन प्रकाशन पुणे, एप्रिल 2012, पृष्ठ क्र 197.198