



प्रसारमाध्यमे व इतर क्षेत्रातील अनुवाद संधी

डॉ. संभाजी मलघे
इंद्रायणी महाविद्यालय, तळेगाव, पुणे

प्रस्तावना:

प्रसारमाध्यमे आणि इतर क्षेत्रात अनुवाराच्या संधी उपलब्ध आहेत का? असल्यास त्यांचे स्वरूप नेमके कसे आहे? याचा विचार या शोधनिबंधात केला आहे.

भाषांतर ही साहित्यक्षेत्राच्या दृष्टीने महत्त्वाची प्रक्रिया आहे. भाषांतरामुळे एका भाषेतील साहित्य दुसऱ्या भाषेमध्ये पोहचवले जाते. ही भाषिक देवाण-घेवाण असते. साहित्यकृतीचे भाषांतर ही एक सर्जनशील प्रक्रिया असते हे आता जवळपास मान्य झाले आहे. कारण साहित्यामधील मानले गेलेले प्रकार जसे- कथा, कादंबरी, नाटक, स्वकथन, चरित्र, प्रवासवर्णन, कविता या प्रकाराचे भाषांतर, रूपांतर, अनुवाद, स्वैर अनुवाद करताना सर्जक शक्तीची गरज पडते. ही सर्जक शक्ती म्हणजे सर्जनशीलता असल्याशिवाय भाषांतर करणे म्हणजे हुबेहुब प्राणी किंवा पक्षी तयार करण्यासारखे आहे, असा प्राणी किंवा पक्षी जो हुबेहुब आहे. मात्र त्यामध्ये प्राण नाही! म्हणूनच साहित्य क्षेत्रातील अनुवादाला अनन्यसाधारण महत्त्व आहे. साहित्य क्षेत्रातील म्हणजे कोणत्याही साहित्यकृतीचे भाषांतर करून दुसऱ्या भाषेत ती साहित्यकृती पोहचवली जाते, ही पोचवलेली नवी साहित्यकृती म्हणजे नवनिर्मिती असते असे मानले जाते.

प्रसारमाध्यमांमधील भाषांतराचे स्वरूप ढोबळमानाने कसे आहे? या प्रश्नाचे उत्तर ते साहित्याच्या भाषांतरासारखे सर्जनशील किंवा 'नवनिर्मिती' म्हणावे अशा स्वरूपाचे नसते, तर ती एक तांत्रिक प्रक्रिया आहे. जी भाषाव्यवहाराने घडते एवढे म्हणता येते.

प्रसारमाध्यमांसाठी भाषांतर करताना ज्या बाबीची, तंत्रकौशल्याची, भाषिक तयारीची गरज पडते त्या बाबी, तंत्रकौशल्ये आणि भाषिक तयारी स्पष्ट करता येते. प्रसारमाध्यमांसाठी भाषांतर करताना माध्यम प्रकाराचे सुयोग्य ज्ञान असणे आवश्यक आहे. म्हणजे दृक-श्राव्य माध्यमप्रकारातील सुक्ष्म-ढोबळ फरक त्याला स्पष्टपणे ज्ञात असणे अत्यावश्यक आहे. हे तंत्रकौशल्यामध्ये मोडते. त्याचप्रमाणे त्या-त्या माध्यमाची म्हणून जी भाषाशैली असते, त्या भाषाशैलीचे सुयोग्य ज्ञान, आकलन अत्यावश्यक आहे. आणि भाषांतरासाठी जी प्राथमिक अट अथवा पूर्वअट असते ती पूर्ण होणे गृहीत धरले आहे, ती प्राथमिक अट किंवा पूर्व अट म्हणजे दोन भाषांचे उत्तम भाषिक ज्ञान असणे- ही ती अट होय.

दृक, दृक-श्राव्य, आधुनिक प्रसारमाध्यमे, इतर क्षेत्रे यामधील अनुवादाचे स्वरूप नेमके कसे आहे? याचा धावता आढावा घेण्याचा प्रयत्न या शोधनिबंधात केला आहे.

'वृत्तपत्र' या प्रसार माध्यमातील अनुवादाच्या संधी :-

'वृत्तपत्र' हे मुद्रित स्वरूपाचे प्रसार माध्यम आहे. वृत्तपत्रामध्ये अनुवादाच्या संधीविषयी जाणून घेण्यापूर्वी वृत्तपत्र या मुद्रित माध्यमाच्या विशेष बाबी समजावून घेतल्या, तर या माध्यमातील अनुवादाच्या संधी समजणे अधिक सोपे जाईल.

वृत्तपत्रसृष्टीचा पाया घालणारे 'दर्पण' या साप्ताहिकापासून 'अनुवादाचा' अनुभव मराठी वाचकांनी घेतलेला आहे. 'दर्पण' चे स्वरूप कसे होते. "'दर्पण' पत्रात इंग्रजी व मराठी अशा दोन्ही भाषात मजकूर प्रसिद्ध होत असे. प्रथमपासूनच ही पद्धत होती. पानातील दोन स्तंभांपैकी डावीकडच्या स्तंभात इंग्रजी मजकूर असे व त्याचेच भाषांतर उजवीकडच्या स्तंभातून देण्यात येत असे. असे प्रत्येक पानात दोन स्तंभ असत.'¹ वाचकांची भाषिक समज, आवश्यकता लक्षात घेऊन हा अनुवाद देण्यात येत



होता हे वेगळे सांगण्याची आवश्यकता नाही. मराठी वृत्तपत्रातून सुरुवातीच्या काळापासून अनुवादाची आवश्यकता भासत होती. हे स्पष्ट होते.

आजच्या आधुनिक काळातही वृत्तपत्र या मुद्रित माध्यमासाठी अनुवादाची तितकीच निकड आहे. "ब्वउउनदपबवसवहल ।द प्दजतवकनबजपवद वी जीम जेनकल वी बवउउनदपबंजपवद" या ग्रंथात जोसेफ ए. डेव्हिटो यांनी जनसंवादाची अकरा वेगवेगळी कार्ये विशद केली आहेत. ती अशी 1) मनोरंजन 2) बळकटी आणणे 3) बदल घडविणे वा अनुनय करणे 4) शिक्षण 5) सामाजिकीकरण 6) प्रतिष्ठाप्राप्ती 7) चालना देणे 8) लक्ष वेधणे 9) अंमल वा कैफ चढविणे 10) बंध निर्भिणे 11) नैतिकीकरण"² या उद्दिष्टपूर्तीसाठी अनुवाद करणे आवश्यक ठरते.

स्तंभलेख, अग्रलेख, वैचारिक लेख यांचे भाषांतर :-

स्तंभलेख, अग्रलेख आणि विविध विषयांवरील वैचारिक लेख आणि त्यांचे भाषांतर हे अनन्यसाधारण महत्त्वाचे असे काम आहे. या भाषांतराचे अतिव्यापक आणि दूरगामी असे परिणाम आणि लाभ आहेत. डॉ. सुधाकर पवार यांनी ते असे नोंदविले आहेत- "स्वातंत्र्योत्तर वीस वर्षांच्या काळात वृत्तपत्र ही शक्ती सुदृढ होऊन लोकशाही समाजाचे अधिष्ठान बनून राहयला पाहिजे होती. पूर्वीच्या काळात समाज धारणेसाठी धर्ममार्तंड अथवा ऋषीमुनी यांचा जसा आधार घेतला गेला तसाच आज वृत्तपत्र सृष्टीचा आधार लोकशाही जीवनाच्या उभारणीसाठी व्हावा. पण हे तेंव्हाच शक्य होईल ज्यावेळी वृत्तपत्रांना अस्मिता लाभेल. वार्ताहरापासून संपादकापर्यंत खऱ्याखऱ्या स्वातंत्र्याचा लाभ होईल आणि अंगिकृत जबाबदारीतील सामाजिक जाणीवेने भारवलेले वार्ताहर व संपादक पुढे येतील तेंव्हाच हे घडेल."³ एवढ्या व्यापक पातळीवरून 'वृत्तपत्र', 'संपादक', 'वार्ताहर' यांच्याकडे पाहिले जाते. म्हणूनच उत्तम संपादक, स्तंभलेखक, वैचारिक लेख लिहिणारी तज्ज्ञ मंडळी यांचे विचार सर्वदूर पोहचवण्यासाठी भाषांतराची आवश्यकता असते.

स्तंभलेखनाच्या भाषांतरापाठीमागे अनेक संदर्भ असतात. त्यामुळे अशा स्तंभलेखांचे भाषांतर करून ते सर्वत्र पोहचवले जाणे आवश्यक ठरते. "आज स्तंभलेखनाचा परिघ विस्तारला आहे. गंभीर स्वरूपाचे, टीका टिप्पणी करणारे लेखनही आज स्तंभलेखनातून केले जाते हे स्पष्ट आहे. सामाजिक, राजकीय, सांस्कृतिक, सांस्कृतिक संदर्भात टीका करणारे, भाष्य करणारे स्तंभलेखन आज मोठ्या प्रमाणात होते. विविध सामाजिक-सांस्कृतिक प्रश्नांची प्रस्तुतता (त्मसमअंदबम) हा या स्तंभलेखनामागचा फार मोठा हेतू असतो."⁴ या हेतुपूर्तीसाठी स्तंभलेखन आणि त्याचे भाषांतर केले जाते.

प्रसिद्ध स्तंभलेखक खुशवंत सिंग, शेखर गुप्ता, सुनील चाबके, सुकृत खांडेकर, मधू कांबळे हे प्रसिद्ध स्तंभलेखक आहेत, तसेच वैचारिक, राजकीय लेख लिहिणारे पत्रकार आहेत. या लेखकांनी लिहिलेल्या स्तंभांचे भाषांतर करणाऱ्या भाषांतरांची गरज वृत्तपत्रांना वाटते. त्याचप्रमाणे हिंदी, उर्दू, तमीळ, तेलगु आदी भारतीय भाषांमधून लेखन करणाऱ्या पत्रकारांच्या स्तंभांचे भाषांतर आवडीने, चिकित्सकपणे वाचले जाते, अभ्यासले जाते. अशा भाषांतराच्या संधी विविध भाषांतरकारांसाठी उपलब्ध आहेत. हीच बाब लेख, अग्रलेख वैचारिक लेख यांनाही लागू पडते.

वृत्तपत्रे आणि जाहिरातींचे भाषांतर

वृत्तपत्रे विविध क्षेत्रातल्या जाहिराती प्रसिद्ध करीत असतात यामध्ये-राजकीय, शैक्षणिक, सामाजिक, कला, क्रीडा, राजकारण, अर्थकारण क्षेत्रामधल्या विविध प्रकारच्या जाहिराती प्रसिद्ध केल्या जातात. यामध्ये शासकीय विभागांच्या जाहिराती प्रसिद्ध केल्या जातात.

वृत्तपत्रांमधून 'क्लासिफाईडस्' जाहिराती म्हणजेच छोट्या जाहिराती प्रसिद्ध केल्या जातात. यामध्ये चतुर्थ श्रेणी कर्मचारी ते प्रथम श्रेणी अधिकारी यामधील सर्व प्रकारचे कर्मचारी भरती विषयक जाहिराती दिल्या जातात. या जाहिराती कधी खाजगी कारखाने, कंपन्यांकडून दिल्या जातात. बऱ्याच वेळा या जाहिराती एकाच भाषेतून दिल्या जातात उदा. इंग्रजी मात्र तो जाहिरातदार ती जाहिरात वृत्तपत्राच्या सर्व आवृत्त्यांमधून प्रसिद्ध करण्यासाठीची ठराविक रक्कम देतो. अशावेळी ती एका भाषेतील जाहिरात वृत्तपत्रांना अन्य भाषेतील आपल्या आवृत्त्यांसाठी प्रसिद्ध करण्यासाठी स्वतःच्या विभागातील कर्मचाऱ्यांची मदत घ्यावी लागते. मराठी वृत्तपत्रांपासून ते सर्व भाषांमधून अशा कर्मचाऱ्यांची आवश्यकता पडते.

सरकारी जाहिराती प्रमुख वृत्तपत्रांमधून दिल्या जातात यामध्ये मतदानविषयक जाहिराती, अत्यावश्यक सेवाविषयक म्हणजे वीज, पाणी, आरोग्य या विषयक जाहिराती, आरोग्यविषयीच्या जाहिराती यांचा समावेश होतो अशा जाहिरात लेखनाच्या संधी उपलब्ध आहेत.

‘पुरवणी जाहिराती’ या प्रकारच्या जाहिरातींसाठी त्या-त्या क्षेत्रातील मान्यवर पत्रकारांची जाहिरातदारांची आवश्यकता असते. एखाद्या मान्यवर व्यक्तीच्या संदर्भाने किंवा सामाजिक राजकीय संस्थेच्या संदर्भाने या 8 ते 10 पानांच्या जाहिरातीच्या पुरवण्या काढल्या जातात. अशा जाहिरात लेखनाच्या संधी या क्षेत्रात उपलब्ध आहेत.

दृक-श्राव्य माध्यमातील अनुवादाच्या संधी :-

दृक-श्राव्य माध्यमामध्ये दृक आणि श्राव्य माध्यमे आणि केवळ श्राव्य माध्यमे असे ढोबळमानाने वर्गीकरण करण्यात येते.

दृक-श्राव्य माध्यमामध्ये दूरचित्रवाहिन्या (बिंददमसे) तसेच दूरदर्शन (ळवअमतदउमदज बिंददमसे) वेगवेगळ्या वेबसाईट्स, वेगवेगळ्या प्रकारचे ॲप्स यांचा समावेश होतो. तर श्राव्य या माध्यमामध्ये आकाशवाणी, खाजगी रेडिओ केंद्रे, एफ. एम. (फ्रिकवेन्सी मॉड्युलेशन) केंद्रे यांचा समावेश होतो. या सर्व दृक-श्राव्य माध्यमांमधून वेगवेगळ्या प्रकारच्या कार्यक्रमांसाठी अनुवादकाची आवश्यकता असते. या माध्यमासाठी जाहिराती दिल्या जातात. या जाहिराती तयार करण्यासाठी या जाहिराती एका भाषेतून दुसऱ्या भाषेत देण्यासाठी अनुवादकाची आवश्यकता निर्माण झाली आहे. “सध्याच्या जगात भाषा व साहित्य क्षेत्रातील अनुवादकांना फार मोठ्या प्रमाणात संधी उपलब्ध झाल्या आहेत. आजच्या माहिती तंत्रज्ञानाच्या काळात तांत्रिकदृष्ट्या विकसित साधनांमुळेही जग जवळ येत आहे. विचार विनिमय शक्य झाले आहे. हे क्षेत्र साहित्यानुवादासह व्यापारी व औद्योगिक-व्यावहारिक जगातही विस्तारले आहे. जागतिकीकरणामुळे विशेष करून इंग्रजी भाषेचे व इतर भाषांचेही ज्ञानभाषा म्हणून महत्त्व वाढले आहे. जागतिकीकरणामुळे विशेष करून विविध प्रसार माध्यमांमध्येही अनुवादाकांची सातत्याने निकड भासत आहे जाहिरातींचे क्षेत्रही याला अपवाद नाही.”⁵ दृक-श्राव्य माध्यमांच्या लेखनाचे माध्यम

‘भाषा’ हेच आहे.

भ्रमणध्वनी अर्थात मोबाईल हे दृक-श्राव्य माध्यम आहे. मोबाईलची स्वतःची संपर्क भाषा विकसित होत आहे. ही भाषा वैशिष्ट्यपूर्ण आहे. अशा भाषेचे नेमके स्वरूप डॉ. मधुकर मोकाशी यांनी स्पष्ट केले आहे. “सध्याच्या नव्या जमान्यात इंटरनेट, मोबाईल फोन या आधुनिक संपर्क साधनांमुळे इंग्रजी भाषेचे संक्षिप्त रूप केले जात आहे. एस. एम. एस. करताना आपणही हे संक्षिप्त रूपच वापरू लागले आहोत हे समजते. मात्र मराठीत शब्दांचे मोठ्या प्रमाणात संक्षिप्त रूप झालेले नाही. कारण मोबाईलसारख्या संपर्क साधनांमध्ये ही भाषा वापरली जात नाही. याशिवाय त्याला पर्याय म्हणून तज्ञानामुळेही मराठीतील इंग्रजी शब्दांची रेलचेल वाढीस लागली असल्याचे चित्र आहे.”⁶ याबाबतची खूप उदाहरणे देता येतील.

उदा.

1. plz- Please – कृपया
2. Bcoz- Because –कारण की
3. Betⁿ- Between – मध्ये
4. Pt- Point – स्थान
5. Wer u- where are you – तू कोठे आहेस?
6. Bdy- Hpy- Happy Bithday – वाढदिवसाच्या शुभेच्छा!
7. I.L.C. – I Love you – माझे तुझ्यावर प्रेम आहे
8. Sry – Sorry – क्षमस्व माफ करा
9. i4 v – I for You – मी तुझ्यासाठी आहे! मी तुझा आहे.

अशा प्रकारची ही नवी भाषा विकसित होत आहे. ही भाषा प्रचलित होत आहे. तिचा उपयोग दैनंदिन संदेशाची देवाण-घेवाण करण्यामधून होत आहे. या सर्व प्रकारच्या रचनांची, नव्या भाषिक प्रयोगांची नोंद ऑक्सफर्ड ने घेतली आहे या नव्या भाषेचा अभ्यास केला जात आहे. ही नवी भाषा साहित्यामधून जाहिरातींमधून

विविध प्रसारमाध्यमातील कार्यक्रमांमधून सर्रास वापरली जात आहे. या भाषेच्या भाषांतरासाठी भाषातज्ज्ञ तर हवाच मात्र तो आधुनिक प्रसारमाध्यमांमधील अत्यंत जाणकर असणे आवश्यक आहे.

दृक-श्राव्य माध्यमांमध्ये आणि आधुनिकप्रसारमाध्यमांमध्ये या संधी उपलब्ध आहेत, शिवाय त्या अधिकाधिक व्यापक विस्तारित होत आहेत.

इतर क्षेत्रातील अनुवादाची संधी

दृक माध्यम, दृक-श्राव्य माध्यम याशिवाय इतर क्षेत्रातही अनुवादाच्या संधी आहेत. या संधी वेगाने वाढत आहेत हे ही महत्त्वाचे आहे.

विविध भाषातील साहित्य अनुवाद :-

प्रत्येक भाषेची साहित्यनिर्मिती ही नेहमीच सर्जनशील असते. इतर भाषांमधील दर्जेदार साहित्यकृती आपल्या भाषेत आपल्या जाण्यात ही त्या भाषेवर प्रेम करणाऱ्या सर्वच क्षेत्रातील माणसांची असते. यामध्ये प्रकाशक, प्रकाशन संस्था विक्रेते हे व्यावसायिक लाभाच्या दृष्टीने या साहित्यनिर्मितीकडे पाहत असतात. विविध भाषांमधील साहित्यकृती उदा. मराठी इंग्रजी, तमीळ, तेलगू, कन्नड, उर्दू, पंजाबी, मल्याळम, हिंदी, बंगाली, आसामी अशा भाषांमधील साहित्य दुसऱ्या भाषेत भाषांतर करण्यासाठी भाषांतरकाराची आवश्यकता असते. भारतीय भाषांसाठी अनुवादाच्या संधी उपलब्ध आहेत.

भारतीय भाषांप्रमाणेच इतर देशातील भाषांमधील साहित्य अनुवाद करण्यासाठीही संधी उपलब्ध आहेत. फ्रेंच, जर्मन, जापानीज, स्पॅनिश, रशियन या भाषांमधील साहित्य मराठी आणि अन्य भाषांमधून अनुवादित करण्यासाठी अनुवादकांची अत्यंत आवश्यकता आहे, इतर भाषांमधील दर्जेदार साहित्यकृती भाषांतरित करणे ही व्यावसायिक दृष्ट्या, भाषिक दृष्ट्या सांस्कृतिकदृष्ट्या अत्यंत मोलाची आणि आवश्यक बाब आहे. मॉरझीम गॉर्कीची 'आई' ही कादंबरी सर्व भाषांमधून पोहचली आहे. निग्रोचे ठसंबा स्पअजंजनतम जगभर पोहचले आहे. अण्णा भाऊ साठे यांचे साहित्य रशियन भाषेत भाषांतरित झाले आहे.

मराठीमध्ये इतर भाषांमधून भाषांतर करणाऱ्या भाषांतरकाराची मोठी यादी आहे. यातील काही ठळक नावे म्हणजे धर्मानंद कोसंबी, राहूल सांस्कृत्यायन, डॉ. आ. ह. साळुखे, प्रा. डॉ. भाऊ लोखंडे, मुग्धा कर्णिक, अरुण केळकर, निसीम बेडेकर, डॉ. अनिल आंबेकर, डॉ. वृंदा चाफेकर, शुभदा पटवर्धन, डॉ. अरुण मांडे, विलास गीते, श्रीराम लागू, माधुरी शानबाग, सोनाली नवांगुळ, अधुरा जसबाग, जयमती दळवी मा. शं. मोरे, आनंद दळवी, शैला सोमण, प्रकाश मिसाळ, सुधा नरवणे, साधना सराफ वगैरे.

नवीन पिढीतील अभ्यासकांसाठी या भाषांतराच्या मोठ्या संधी सदैव उपलब्ध आहेत, जागतिकीकरणामुळे तंत्रज्ञान, साहित्य, उद्योग-व्यवसायातील बदल आणि नवे शोध वेध घेतल्याशिवाय जगातील कंपन्यांना आपले स्थान टिकवून ठेवण्यासाठी धडपडावे लागत आहे अशा वेळी नव्या ज्ञानासाठी त्यांना अनुवादकांवर अवलंबून रहावे लागत आहे. "वाढत्या जागतिकीकरणाच्या रेट्यामुळे हे होणे अपरिहार्य मानताना बहुसंख्य आंतरराष्ट्रीय कंपन्या देशात स्थिरावल्या आहेत. परदेशी गुंतवणुकीचे प्रमाणही उत्तरोत्तर वाढत आहे. शिवाय अनेक भारतीय कंपन्या देखील पाश्चिमात्य युरोपिय देशात आपले बस्तान बसवून उद्योग व्यवसायांची वाढ मोठ्या प्रमाणावर करीत आहेत. या सर्व प्रक्रियेमध्ये कंपन्यांना अनुवादक आणि इंटरप्रिटर्स यांना महत्त्वाचे काम मिळू शकते. एका गटाच्या पाहणीनुसार सध्याची अनुवादन क्षेत्राची जागतिक बाजारपेठ 2250 कोटी रुपयांपेक्षाही अधिक असल्याचे वाचनात आले आहे." यावरून या क्षेत्रातील अनुवादाच्या संधी स्पष्ट होतात.

कला क्षेत्र, संरक्षण पर्यटन, आयात-निर्यात वगैरे क्षेत्रातील अनुवादानाच्या संधी :-

कला क्षेत्रामध्ये अनुवादाच्या संधी उपलब्ध आहेत. संगीत नाट्य, वाद्यवादानासाठी आवश्यक साहित्य उपलब्ध करण्यासाठी सांगितिक भाषेत लिहिल्या जाणाऱ्या साहित्याची आवश्यकता वाढत आहे. ही देवाण-घेवाण करण्यासाठी अनुवादकांची आवश्यकता आहे.

संरक्षण आणि पर्यटन हे मोठे क्षेत्र आहे. या क्षेत्रासाठी तांत्रिक ज्ञानाची, भौगोलिक ज्ञानाची गजज पडते. इतिहास आणि राज्यशास्त्र, युद्धनीती याशी संबंधित हे विषय आहेत. या मोठ्या क्षेत्रासाठीही अनुवादाच्या विविध स्वरूपाच्या संधी उपलब्ध आहेत.

पर्यटनासाठी जशी भाषांतरकाराची गरज आहे. त्याचप्रमाणे माहिती आणि तंत्रज्ञान, पर्यावरणशास्त्र, वैद्यकीयशास्त्र या क्षेत्रातही या संधी उपलब्ध आहेत.

दुभाषी आणि परदेशी दुतावासातील अनुवादकांसाठीच्या संधी :-

‘दुभाषी’ ही संकल्पना आता पुरेशी रुळली आहे. जगभरातल्या कंपन्यांसाठी अशा दुभाषांची अत्यंत गरज आहे. हे दुभाषे किमान दोन भाषांमध्ये प्रभुत्व प्राप्त केलेले असतात. ते एका भाषेतील आशय दुसऱ्या भाषेतून व्यक्त करू शकतात. या दुभाषांमुळे दोन वेगवेगळ्या भाषा बोलणाऱ्या व्यक्तींमध्ये उत्तम वैचारिक देवाण घेवाण होत असते. अशा दुभाषांना पर्यटन क्षेत्रात फार मोठी संधी आहे.

प्रत्येक देशाचे वेगवेगळ्या देशांमध्ये आपले प्रतिनिधी म्हणजे राजदूत नेमलेले असतात. या राजदुतांना सरकारी योजना, ध्येयधोरणे, नियम समजावून सांगण्यासाठी आणि समजून घेण्यासाठी दुभाषांची अत्यंत आवश्यकता असते. हे तात्काळ अनुवाद करणारे अनुवादक असतात. त्यांच्यामुळे वेगवेगळ्या दोन देशांमधील नेत्यांमध्ये संवाद साधला जात असतो. या संवादासाठी वेगवेगळ्या भाषा येणे आवश्यक असते. भारतीय दुतावासात येणाऱ्या वेगवेगळ्या भाषा बोलणाऱ्या भारतीयांच्या अडचणी सोडविण्यासाठी अनुवादकांची गरज असते. या संधी कायम निर्माण होत राहणाऱ्या आहेत.

अशा प्रकारे वेगवेगळी प्रसारमाध्यमे अशा संधी अनुवादकांसाठी उपलब्ध करून देत आहेत. जागतिकीकरण आणि आधुनिक तंत्रज्ञानाच्या प्रसार प्रचारातील महत्त्वाची गरज म्हणून अन्य क्षेत्रातही वेगवेगळ्या प्रकारच्या अनुवादाच्या संधी उपलब्ध होत आहेत. अनुवादाचे क्षेत्र दिवसेंदिवस व्यापक आणि विस्तारित होत आहे.

संदर्भ :-

1. लेले रा. के. – मराठी वृत्तपत्रांचा इतिहासा कॉन्टिनेन्टल प्रकाशन, पुणे द्वितीयावृत्ती 2004, पृ.59
2. जोशी श्रीपाद भालचंद्र – जनसंवाद आणि जनमाध्यम : सैद्धांतिक संकल्पन आवृत्ती मंगेश प्रकाशन, नागपूर प्रथमावृत्ती, पृ.25
3. पवार सुधाकर – वृत्तपत्र व्यवसाय काल आणि आज प्रकाशक, प्रमोद पवार, प्रथमावृत्ती 1986, पृ.31
4. खोरे अरुण – मुद्रित माध्यमांसाठी लेखन कौशल्ये यशवंतराव चव्हाण मुक्त विद्यापीठ नाशिक, प्रथम प्रकाशन, सप्टेंबर 2002, पृ.54
5. डॉ. मोकाशी मधुकर – भाषांतर चिकित्सा स्नेहवर्धन प्रकाशन, पुणे प्रथमावृत्ती-23 फेब्रुवारी 2012, पृ.
6. डॉ. मोकाशी मधुकर – उपरोक्त, पृ.46
7. डॉ. मोकाशी मधुकर – उपरोक्त, पृ.95