ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం - రచనా పద్ధతులు

ఖండాలు 1-6

BRAOU

డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాద్

2003

పాఠ్య నిర్మాతలు

దేవేళ్ళ బాలకృష్ణ
(సంపాదకుడు)
కె. దామోదరం
డా॥ కేతు విశ్వనాథరెడ్డి
డా॥ ఆర్. అనంతపద్మనాభరావు
డా॥ ఉమాపతి వర్మ
డా॥ ఎ. సాయి ప్రసాద్
కె.ఎస్. ఆర్. మూర్తి
రమాకాంత్
గొల్లపూడి మారుతిరావు
లలితకుమారి (ఓల్గా)
ఓలేటి పార్వతీశం
సి.వి. రంగారావు
వి.వి.రావు

ముఖ చిత్రం
చంద్ర

ఆచార్య కేతు విశ్వనాథరెడ్డి
కార్యక్రమ సమన్వయకర్త
డా॥ ఆర్. వసునందన్
పాఠ్యాంశ సమన్వయకర్త

సమన్వయం :
డా॥ కె. ఎస్. రమణ
ఘంటా చక్రపాణి
డా॥ ఉమాపతి వర్మ

అనువాదం :
అనంతకుమార్

115092
29-4-05
Dr. B.R.A.O.U. LIBRARY
Acc. No. 115092
Date 29.4.2005
Call No 65.9.2
PRA
BRAOU

డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం
హైదరాబాదు

మొదటి ముద్రణ, 1997, 2003

అన్ని హక్కులు విశ్వవిద్యాలయానివి. ఈ పుస్తకంలోని ఏ భాగం ఐనా ఉపయోగించదలుకుంటే, విశ్వవిద్యాలయం అనుమతి పొందాలి. ఈ పాఠ్యాలు సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం పాఠ్య ప్రణాళికలో ఒక భాగం.

ఇతర వివరాలకు :
డైరక్టర్ (ఎకడమిక్), డా॥ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం
రోడ్ నెం. 46, జూబిలీహిల్స్, హైదరాబాద్ - 500 033.

Lr.No.50/Dr. BRAOU/DMP/PTG/F.No.45/J.O.203/2003-2004/dt.16.4.03/No. of Copies 200

Printed at : **Graphica Printers**, Hyderabad.

Mass Media (PGDWMMT) Book 3

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం - రచనా పద్ధతులు

ఖండాలు 1-6

1. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు : పరిచయం

2. రేడియో, ఆడియో : రచనా పద్ధతులు

3. టెలివిజన్, వీడియో : రచనా పద్ధతులు

4. సినిమా : రచనా పద్ధతులు

5. దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాల నిర్మాణం : మెళకువలు

6. పరిశోధన, మదింపు

BRAOU

BRAOU

పరిచయం

వేగంగా విస్తరిస్తున్న కమ్యూనికేషన్ టెక్నాలజీ పరిధి జనమాధ్యమాల కోసం రాసే అవకాశాలను బాగా పెంచగలిగింది. జనమాధ్యమాలలో అచ్చుమాధ్యమమైన పత్రికల కంటే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో వస్తున్న అవకాశాలు మరీ ఎక్కువ. రేడియో, టెలివిజన్, శాటిలైట్ టెలివిజన్, కేబుల్ వ్యవస్థ, చలన చిత్రాల వంటివి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో అంతర్భాగంగా సమాజం మనుగడను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. వీటి ప్రభావానికి లోనైన సమాజం మంచీ చెడులను రెండింటినీ తనలో ఇముడ్చుకోవడం పరిపాటైంది. కాబట్టే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు ఇవాల్టిరోజున సమాజంలో కీలకస్థానాన్ని ఆక్రమించుకున్నాయి. విజ్ఞానాన్నీ, వినోదాన్నీ, సమాచారాన్నీ సమర్థవంతంగా ప్రసారం చేయగలస్థాయిని అందుకోగలగడం ఈ మాధ్యమాలకున్న విశిష్ఠ లక్షణం.

ఈ నేపథ్యంలో తెలుగులో పి.జి. డిప్లమా స్థాయి కార్యక్రమాన్ని సార్వత్రిక విద్యావిధానం పరిధిలో రూపుదిద్దుకోవడం అందరూ ఆహ్వానించదగ్గ పరిణామం. మాతృభాషలో ఇటువంటి కార్యక్రమాల బోధన ఉండడం, కమ్యూనికేషన్ రంగంలో వస్తున్న విజ్ఞానాన్ని, మాతృభాషలో అందించడం, వాడుకోవడం సమాజాభివృద్ధి కెంతగానో తోడ్పడతాయి.

ఈ పి.జీ. డిప్లమా కార్యక్రమం మొట్టమొదటిసారిగా తెలుగులో రూపొందించే ప్రయత్నం జరగడం ఒక విశేషం. కార్యక్రమ పాఠ్యాంశాల రచనలో అటు పత్రికా రంగం నుంచీ నిష్ణాతులైన విలేఖర్లు, ఎడిటర్లు, ఇటు విద్యారంగం నుంచి ఉపాధ్యాయ నిపుణులు, కలిసి పనిచేయడంవల్ల ఈ కార్యక్రమానికి ఆచరణాత్మక విలువ వచ్చిందని భావిస్తున్నాం.

ఈ కార్యక్రమంలో చర్చించిన వివిధ అంశాలను ఆరు ఖండాలుగా ప్రస్తావించాం. ప్రతి ఖండంలోనూ నాలుగు నుంచీ ఆరు దాకా భాగాలున్నాయి. ఒకటవ ఖండంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల పరిచయంలో భాగంగా మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాలనూ, భాష అవకాశాలనూ, పరిమితులనూ, రచనా విధానాన్నీ పరిభాషనూ చర్చించాం.

రెండో ఖండంలో ఐదు భాగాలున్నాయి. వీటిలో రేడియో ఆడియోలకు ఎలా రాయాలి? కార్యక్రమ రూపభేదాలు విద్యాకార్యక్రమాలు, వాణిజ్య ప్రకటనలు, ఎలా రూపకల్పన చేస్తారు? అన్న అంశాలను కూలంకషంగా చర్చించే ప్రయత్నం చేశాం. అలాగే ఆడియో కార్యక్రమాల స్వభావం గురించి ప్రత్యేకించి ప్రస్తావించాం.

మూడో ఖండంలో టెలివిజన్, వీడియో రచనా పద్ధతిని ఐదు భాగాలుగా రూపొందించి చర్చించాం. టెలివిజన్ కి రాయడంలోని స్వరూపస్వభావాలు, రూపకల్పనలోని భేదాలు ఏనిమేషన్ అంశాలు ప్రధానమైనవి. విద్యావసరాలకోసం వాణిజ్య ప్రకటన కోసం రాసే విధానాలనూ, దానితోపాటు ముడిపడివుండే విశిష్ట లక్షణాలనూ పొందుపరిచాం. టెలివిజన్‌తో పోల్చినపుడు వీడియోకి రాయడం కొంత భిన్నమైన ప్రక్రియ. కాబట్టే సారూప్యతల్ని, భిన్నాంశాలను విపులీకరించాం. ఇకపోతే నాల్గవ ఖండంలో సినిమా రచనా పద్ధతులకు సంబంధించి రూపొందించినది. ఇందులో ఆరు భాగాలున్నాయి. సినిమాకు రాయడంలోని స్వరూపస్వభావాలు, నిర్మాణానికి సంబంధించిన మౌలికాంశాలు - వీటిని విడివిడిగా రెండు భాగాల్లో చర్చించాం. అలాగే కథాచిత్రాలు, వార్తాచిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు, మహిళలు, బాలల చిత్రాలు, వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలు - వీటిని ఆయా అంశాల ప్రత్యేకతనూ విశిష్టతలనూ విపులంగా వివరించాం.

అయిదో ఖండంలో ఆరు భాగాలు దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాల నిర్మాణం, మెళకువలు అనే శీర్షిక కింద

BRAOU

కనిపిస్తాయి. వీటిలో కార్యక్రమ నిర్మాణ పద్ధతులు, ప్రక్రియలు, నిర్మాణ దశలు, ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్, సాంకేతిక వనరులు - సదుపాయాలు, కార్యక్రమాల నిర్మాణం సమష్టి బాధ్యత వంటి అంశాల ప్రస్తావన ప్రధానమైంది.

చివరిదైన ఆరవ ఖండంలో పరిశోధన, మదింపులకు సంబంధించిన పలు విషయాలను పొందుపరిచాం. మదింపులో కన్పించే ప్రసారమాధ్యమ అంశాలు, కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పరిశోధనా మదింపుల ప్రాధాన్యం, ప్రేక్షకుడి అవసరాల గుర్తింపు, మదింపు పద్ధతులు, పూర్వపరీక్ష, పరిశీలించిన ప్రధానంగా చర్చలో కనిపిస్తాయి.

ఈ పి.జి డిప్లమో కార్యక్రమంలో చర్చించిన పలుఅంశాల క్లుప్త చిత్రమిది. ప్రతిభాగంలోనూ అవసరమైనచోట ఉదాహరణలు, చిత్రపటాలు పొందుపరచి, చర్చించే ప్రయత్నం చేశాం. అధ్యాయాలు తమ అవగాహనను పెంచుకోవడానికి వీలుగా అభ్యాసాలను, మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలనూ ఇచ్చాం.

పాఠ్య ప్రణాళిక ఆధారంగా సమగ్ర సమాచారాన్ని సంగ్రహంగా చర్చించాం. కాబట్టి అధ్యాయులు తమ అధ్యయన ప్రణాలికను క్రమరీతిలో అవగతం చేసుకొని, పాఠ్యాంశాలనుంచి విషయ పరిజ్ఞానాన్ని పొందగలరనీ, నేర్చుకున్న విజ్ఞానాన్ని ఆచరణలో పెట్టగలిగే స్ఫూర్తిని సాధించగలరనీ ఆశిస్తున్నాం.

- సంపాదకులు

BRAOU

ఖండం-1 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు : పరిచయం

ఈ ఖండంలో నాలుగు భాగాలున్నాయి. అవి :

1. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాలు
2. భాష అవకాశాలు, పరిమితులు
3. రేడియో, టెలివిజన్ : రచనా విధానం
4. పరిభాష

మొదటి భాగంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల భేదాలనూ, వాటి లక్షణాలనూ పరిచయం చేశాము. రెండో భాగంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల్లో ఉపయోగించే భాషకున్న అవకాశాలనూ, భాష వాడకంలోని పరిమితులనూ, రాయటంలోని సమస్యలనూ, పరిష్కారాలనూ, శైలీ భేదాలనూ చర్చించాము. మూడోభాగంలో కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ, రచయితకు సంబంధించిన అంశాలను వివరించాము. నాలుగో భాగంలో కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియను గురించి, రచనాంశాల గురించి, ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో మనకు పరిమితమయ్యే పరిభాష గురించి, నిర్దేశకుడి పాత్ర గురించి చర్చించాము.

ఈ ఖండం ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు సంబంధించిన స్థూల పరిచయం.

BRAOU

BRAOU

భాగం 1 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాలు

విషయ క్రమం

1.0 ఉద్దేశం
1.1 ప్రవేశిక
1.2 జన మాధ్యమాలు
1.2.1 విధులు
1.2.2 ప్రభావం
అభ్యాసం
1.3 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు
1.4 రేడియో - విశిష్ట లక్షణాలు
1.5 టెలివిజన్ - విశిష్ట లక్షణాలు
1.6 చలన చిత్రాలు - విశిష్ట లక్షణాలు
అభ్యాసం
1.7 కొత్త టెక్నాలజీలు
1.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం
1.9 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

1.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు

- రేడియో, టెలివిజన్, చలనచిత్రాల పట్ల ప్రేక్షకుడిగా అవగాహన పెంపొందించుకుంటారు.
- రేడియో, టెలివిజన్, చలన చిత్రాలను కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియగా గుర్తిస్తూ వాటి ప్రధాన- విశిష్ట లక్షణాలను కొన్నింటిని గుర్తిస్తారు. మరికొన్నింటిని మీకు మీరుగా గుర్తించే ప్రయత్నం చేస్తారు.
- రేడియో, టెలివిజన్, చలన చిత్రాల మాధ్యమంలో జనమాధ్యమం అంశాలను చర్చించగలుగుతారు. మదింపు వేయగలుగుతారు.

1.1 ప్రవేశిక

'కమ్యూనికేషన్' అనేది ఒక చలన (Dyanamic) ప్రక్రియ. లక్ష్యాన్ని సాధించటానికి చర్యలు, ప్రతిచర్యలు ఈ ప్రక్రియలో పని చేస్తాయి ఇది మానవాళి వైవిధ్యంతో కూడుకున్న కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియకు కేంద్ర స్థానం. వ్యక్తిగత కమ్యూనికేషన్ (Intra-Personal Communication), వ్యక్తికీ వ్యక్తికీ మధ్య కమ్యూనికేషన్ (Inter-Personal Communication), సామూహిక కమ్యూనికేషన్ (Group Communication), జన బాహుళ్య మాధ్యమం (Mass Communication), అనేవి నాలుగు కమ్యూనికేషన్ రకాలు. కమ్యూనికేషన్ రకాలలో నాలుగింటికి విడి విడి విశిష్ట లక్షణాలు ఉన్నాయి. పరస్పరం వీటి మధ్య ఒక సంబంధమూ ఉంటుంది. ఈ పాఠ్యాంశ భాగం ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమానికి సంబంధించినది కావటం చేత మాస్ కమ్యూనికేషన్ అంశాల చర్చకు పరిమితం చేస్తున్నాం.

ప్రేక్షకులు పెద్ద సంఖ్యలో పాల్గొనడం వల్ల జనమాధ్యమంగా (Mass Media) వ్యవహరిస్తున్నాం. మాస్ కమ్యూనికేషన్, మాస్ మీడియాలు - ఈ రెండుపర్యాయ పదాలుగా భావిస్తారు. "యంత్ర పరికరాల ద్వారా సందేశం ఒకేసారి బహుళ సంఖ్యలోని ప్రజల్ని చేరుకునే వ్యవస్థ". జన మాధ్యమాలు వివిధ రకాలు. వార్తాపత్రికలు,

మాగజైన్‌లు, రేడియో, చలనచిత్రాలు, టెలివిజన్ వంటివి ప్రధానంగా పేర్కొనదగినవి. శాటిలైట్ ప్రసారాలు, కేబుల్ వ్యవస్థలు ఇటీవల బహుళ ప్రాచుర్యాన్ని పొందిన జన మాధ్యమాలు.

జన మాధ్యమాలలో (Mass Media), రేడియో, టెలివిజన్, శాటిలైట్ టెలివిజన్, కేబుల్ వ్యవస్థ, చలనచిత్రాల వంటివి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమానికున్న విశిష్ట లక్షణాల వల్ల దాని ప్రభావం సమాజం మీద కనిపిస్తుంది.

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు ఇవాల్టి రోజున సమాజంలో కీలక స్థానాన్ని ఆక్రమించుకున్నాయి. విజ్ఞానాన్నీ, వినోదాన్నీ, సమాచారాన్నీ సమర్థవంతంగా అందించగలిగే స్థాయికి చేరుకోగలిగాయి. ఈ నేపథ్యంలోనే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకున్న వివిధ విశిష్ట లక్షణాలను ప్రస్తావిస్తున్నాం.

1.2 జన మాధ్యమాలు (Mass Media)

19వ శతాబ్దాంతానికి ముందు దాదాపు రెండున్నర వేల సంవత్సరాలపాటు రంగస్థలమే (stage/theatre) జన మాధ్యమాలకి వేదికగా ఉండేది. రంగస్థలం మీద కళాకారుల ప్రదర్శనలు జరిగేవి. ప్రేక్షకులు ఎదురుగా ఉండేవారు. ప్రతిస్పందన అక్కడే లభించేది. అయితే ప్రదర్శనలను తిలకించే జన సమూహాలు మాత్రం చిన్నవిగా ఉండేవి. వందేళ్ళ క్రితం అంటే 1896లో చలనచిత్రం పుట్టింది. "మూకీ చిత్రం"గానే చలనచిత్రాలు తొలిరోజుల్లో జనాదరణను పొందడం ప్రత్యేక విశేషం. 1931లో మూకీ చిత్రాలకు 'మాటలరూపంలో'శబ్దాలు జోడించారు. మూకీలు "టాకీలు"గా మారాయి. అది మొదలు చలనచిత్ర రంగం ఎన్నో పరిణామాలకు గురైంది. మలుపులూ తిరిగింది. ఆధునికత వైపు పయనిస్తూ వచ్చింది. జన మాధ్యమాలలోకి క్రమేపీ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు స్థానాన్ని పొందాయి. అంతర్భాగంగా ఏర్పడ్డాయి. ఎలక్ట్రానిక్ రంగంలో త్వరితంగా ఏర్పడిన అభివృద్ధి, పరిశోధనలే ఇందుకు దోహదపడ్డాయి.

1920లో రేడియో ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. మనదేశంతో పాటు అనేక ఇతర దేశాలు దీనికి నాంది పలికాయి. 1930 ప్రాంతంలో టెలివిజన్ పశ్చిమదేశాలలో దర్శనమిచ్చింది. రెండో ప్రపంచ యుద్ధం తరువాత టెలివిజన్ ప్రసారాల విషయంలో కన్పించే పురోగతి బహుముఖం. మన దేశంలో మాత్రం 1959లో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. ఆధునిక పరిజ్ఞానంలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పుల కారణంగా టెలివిజన్ ఒక బలవత్తరమైన సమాచార మాధ్యమంగా అనతికాలంలోనే ఎదిగింది. మరో వైపు రేడియో, చలన చిత్రాలు సైతం సమాజ జీవనంలో కీలకమైన స్థానాన్ని పొందాయి. చలనచిత్రాలకు, రేడియో, టెలివిజన్‌లలో కన్పించే కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియలో భిన్నత్వం ఉంది. వాటి విశిష్ట లక్షణాల మధ్య ఉండే వ్యత్యాసాలకు అద్దం పడుతుంది. రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాలను ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంగా పరిగణిస్తారు. ఎలక్ట్రానిక్స్‌పై ఆధారపడి ఆ మాధ్యమాలను నిర్వహించడమే ఇందుకు కారణం.

BRAOU

1.2.1 విధులు

జన మాధ్యమాలకు కొన్ని విధులు ఉన్నాయి. వాటిలో 4-5 ప్రధానమైనవి. అవి సమాచారం (information), బోధన (instruction), వినోదం (entertainment), సాంస్కృతిక అభివృద్ధి (cultural promotion), సమైక్యత (integration) వంటివి.

సమాచారం

జీవన విధానాన్ని మెరుగుపరచుకోవటానికి సమాచారం తోడ్పడుతుంది. పశ్చిమదేశాలలో సమాచారాన్ని ఒక శక్తిగా పరిగణిస్తారు. సమాచార ప్రసారం మన చుట్టూ ఉన్న పరిసరాల్ని గురించి తెలియజేస్తుంది. యుద్ధాలు, సంక్షోభాలు, కరువులు, కాటకాలు, వరదలు వంటి సమాచారాన్ని పొందటం ఒకటి. తద్వారా తనను తాను ఆపదలనుంచి రక్షించుకొనే అవకాశాన్ని కల్పించటం మరొకటి. మానవాళికి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు అందించే ధనాత్మక అనువర్తనాలు ఎన్నో ఉన్నాయి. అనువర్తనాలు ప్రాచుర్యాన్ని సాధించి పెట్టగలిగాయి.

బోధన

జనమాధ్యమం ప్రధాన విధుల్లో బోధన ఒకటి. విజ్ఞానాన్ని (knowledge), సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని (technology),

నైపుణ్యాలనూ (skills), ప్రజలకు అందించగల సామర్థ్యం ఈ మాధ్యమాలకుంది. బోధనా పద్ధతిలో లభించే విద్యాపరమైన అంశాలు మనిషికి సమాజంలో సమున్నత స్థానాన్ని కల్పిస్తాయి.

వినోదం

మానవజీవితంలో వినోదానికి ఉన్న విలువ అపారం. దైనందిన జీవితంలోని నిస్పత్తువనూ, నిస్పృహలనూ, వినోదం కొంతవరకు పారదోలుతుంది. జీవితంలో విలువైన అంశాలను కూడా వినోదం ద్వారా అందుకోవచ్చు. సంగీతం, నృత్యం, నాటకం సాహిత్యం, విగ్రహశిల్పాలు, చిత్రలేఖనం, చలనచిత్రాలు, క్రీడలు వంటి కళారూపాలు మానవాళికి వినోదంతోబాటు ఆహ్లాదాన్ని జ్ఞానాన్నీ ఇవ్వడం మనందరికీ తెలిసిందే.

సాంస్కృతిక అభివృద్ధి

జన మాధ్యమాలు మన సంస్కృతిని పరిరక్షించుకోవడానికీ, వృద్ధి చేసుకోవడానికీ అవకాశాన్నిస్తాయి. మానవాళి కళాత్మక భావాలను తట్టి లేపుతాయి. జన మాధ్యమం ఈ దిశగా చేసే కృషి జన సంస్కృతి పరిణామానికి దోహదం చేస్తుంది.

సమైక్యత

సమైక్యతకు ఇప్పుడున్న ప్రాధాన్యం తెలియంది కాదు. జనమాధ్యమాలు సమైక్యతకు ఒక పరికరంగా తోడ్పడతాయి. వ్యక్తులు, సమూహాలు, ఒకపరిపట్ల మరొకరికి సదవగాహనను పెంపొందించుకునే సంస్కారాన్ని కల్పిస్తాయి. సౌభ్రాతృత్వాన్ని పెంపొందిస్తాయి.

1.2.2 ప్రభావం

కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో వస్తున్న టెక్నాలజీ అభివృద్ధి జనమాధ్యమాలను ప్రభావితం చేస్తున్నది. ప్రసార మాధ్యమాలతో పోల్చినపుడు రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాలు విశిష్టమైనవి. లక్షలాది ప్రేక్షకుల్ని ఇవి చేరతాయి. జనమాధ్యమాలు మన నిత్యజీవితంలో అంతర్భాగంగా మారడానికి ఈ లక్షణం తోడ్పడుతుంది. రేడియో, టెలివిజన్, వార్తా పత్రికలు, చలన చిత్రాలు, టెలిఫోన్ వంటివి లేనిదే తెల్లవారదు. అలాగే వివిధ సందర్భాలలో మన దైనందిన జీవితంలో ఇటువంటివే ఎన్నో జనమాధ్యమాలు అంతర్భాగంగా మనకు కనపడతాయి. జనమాధ్యమాల వినియోగం విషయంలో మానవాళి సాధించిన విజయాలు పేర్కొనదగినవి. మనం సాధించిన సాంకేతిక అభివృద్ధే దీనికి దోహదం చేసింది. కేవలం పట్టణ ప్రాంతాలకే జన మాధ్యమాలు పరిమితం కాలేదు. గ్రామీణ ప్రాంతాలలోకి చొచ్చుకుని వెళ్ళగలిగాయి. గ్రామీణ అవసరాలకూ, అవకాశాలకూ తోడుగా నిలుస్తున్నాయి. అమెరికా, ఐరోపా, రష్యా, మధ్య ప్రాచ్య దేశాలలో జరిగే సంఘటనల్ని క్షణాల్లో మనం కూర్చున్నచోటే మనకు విన్పిస్తున్నాయి, చూపిస్తున్నాయి. ప్రపంచాన్ని భౌగోళిక గ్రామం (Global Village) గా మార్చివేయగలిగాయి. ప్రసారమాధ్యమాలకున్న శక్తికిది తార్కాణం. జన మాధ్యమాల శకంగా ఈ శతాబ్దాన్ని పేర్కొనడంలో అతిశయోక్తి ఉండదు.

జన మాధ్యమాల ప్రభావం సమాజం మీద, మనిషిమీద ఎంతగానో కన్పిస్తుంది. కొన్ని సందర్భాలలో మనం జనమాధ్యమాల మీదనే ప్రతి విషయానికీ ఆధారపడడం నిర్వివాదాంశమే. వీటి ప్రభావ పరిధులు ఏ దశకు చేరుకున్నాయంటే జన మాధ్యమాలు వ్యతిరేక ప్రభావాన్ని సైతం సమాజం మీద ప్రసరిస్తున్నాయి - అనే వాదనను పుట్టించాయి. హింస, నేర ప్రవృత్తి, సెక్స్ విషయాలు యువతరం మీద చెడు ప్రభావం చూపిస్తాయనడం ఉదాహరణగా చెబుతారు. విదేశీ కార్యక్రమాల వల్ల మనసంస్కృతి, జాతీయతలకు ముప్పు ఏర్పడుతుందని కూడా అనుమానిస్తున్నాం. వీటికి సమాధానాలు అంత తేలిక కాదు. ఎందుకంటే జనమాధ్యమాలు సమాజంలో ఏకాకిగా తమ పనిని నిర్వహించవు. ఏకాంతంగానూ ఉండలేవు. ఈ కారణంగానే ప్రజలమీద ధనాత్మక, ఋణాత్మక ప్రభావాలు కనిపిస్తాయి. మత సామరస్యం, పర్యావరణ పరిరక్షణ, సమాజ వ్యతిరేక శక్తుల నిర్మూలన, మాదక ద్రవ్యాల వ్యతిరేకత వంటి వాటి మీదే కాకుండా, జాతీయ సమైక్యత విషయంలోనూ ప్రజలలో ఒక స్పృహను కల్పించటానికి దోహదపడుతున్నాయి. విద్య,అభివృద్ధి, సామాజిక చైతన్యం వంటి విషయాల ప్రచారంలో ధనాత్మక పాత్రను జన మాధ్యమాలు నిర్వహిస్తున్నాయి. హింస, నేర ప్రవృత్తి, సెక్స్‌వంటి విషయాలలో దేశ సాంస్కృతిక పరిరక్షణ విషయంలో కొన్ని సందర్భాలలో ఋణాత్మక ప్రభావాన్ని ఈ మాధ్యమాలు ప్రసరిస్తున్నాయి. పిల్లల మీద, యువతరం మీద వీటి ప్రభావం ఎక్కువగా కన్పించటం పరిపాటి.

BRAOU

అభ్యాసం

జన మాధ్యమాల ప్రధానమైన 'విధుల్ని' రాయండి.

జన మాధ్యమాల ధనాత్మక, రుణాత్మక ప్రభావాలను గుర్తించండి.

1.3 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు

అచ్చు మాధ్యమంతో పోల్చినపుడు, ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలు వైవిధ్యాన్ని కలిగి ఉంటాయి. విభిన్నంగానూ ఉంటాయి. క్షణాలలో సమాచారాన్ని ప్రసారం చేస్తాయి. తక్షణ ప్రభావం ప్రసరిస్తుంది. సమాచార ప్రసారాలు దూరతీరాలకు సైతం వేగంగా అందించగలవు. భౌగోళిక, సాంస్కృతిక, మేధాపరమైన పరిధులను అధిగమించి జన సామాన్యాన్ని చేరుకోగలవు. అందుకే ఈ మాధ్యమాలను జనబాహుళ్య మాధ్యమాలనవచ్చును. "బహుజన హితాయ బహుజన సుఖాయ" కార్యక్రమ రూపకల్పనలో రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాలకు ఈ రెండు సందేశాత్మక నియమాలు చాలా అవసరం.

రేడియో, టెలివిజన్‌లు జన మాధ్యమాలలో అత్యుత్తమమైనవి. వీటికి కొన్ని ప్రత్యేక లక్షణాలున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమంలో ఉండే లక్షణాల విభిన్నతే ఈ రెండింటికి విశిష్టతను సాధించి పెట్టాయి. రేడియో, టెలివిజన్‌ల విశిష్ట లక్షణాలను ఈ భాగంలో చర్చించటం, వీటితోపాటు చలన చిత్రాల విశిష్ట లక్షణాలను క్లుప్తంగా ప్రస్తావించడం చేశాం.

1.4. రేడియో - విశిష్ట లక్షణాలు

రంగస్థలంతో పోల్చితే రేడియో మాధ్యమం భిన్నమైంది. కళాకారుడు (వక్త కావచ్చు, వార్తలు చదివే వ్యక్తి కావచ్చు, నాటకంలో పాత్రవేసే వ్యక్తి కావచ్చు, నేరుగా విషయాన్ని తెలిపే రచయిత కావచ్చు) శ్రోత ఒకరికి ఒకరు కన్పించరు. శ్రోతకు కళాకారుడు విన్పిస్తాడు. కళాకారుడు కనిపించని మాధ్యమం గానే రేడియోని మనం చూస్తాం. శ్రోత, కళాకారుడు ఒకరికి ఒకరు ప్రత్యక్షసంబంధాన్ని కలిగి ఉండరు. రేడియోలో పాల్గొనే కళాకారుడు, తన శ్రోతని సృజనాత్మక ధోరణిలో ఊహించుకోవాలి. అదే విధంగా శ్రోత వ్యక్తిని, కళాకారుడ్ని ఊహించుకోవాలి. ఈ నేపథ్యంలో కొన్ని విశిష్ట లక్షణాల్ని పరిశీలిద్దాం.

1.4.1 ధ్వని మాధ్యమం

ధ్వని ప్రధాన మాధ్యమం రేడియో. రేడియో ప్రసారంలో ఉండేవి మూడు అంశాలు. అవి మాట, సంగీతం, శబ్దాలు. వీటిని ధ్వని తరంగాల ద్వారా శ్రోతకు చేరుస్తాయి. ధ్వని తరంగాల ద్వారా వెళ్ళే శబ్దాలు శ్రోతకు వినడానికి అనువుగా, ఇంపుగా ఉండాలి. శ్రోతలో ఉత్తేజాన్ని కల్పించే సృజనాత్మకతను తట్టి లేపాలి.

BRAOU

1.4.2 స్వర మాధ్యమం

రేడియో స్వర మాధ్యమం. కళాకారుడు ప్రసారం కోసం తన స్వరాన్ని వినియోగిస్తాడు. సంగీతాన్ని, శబ్ద భాగాల్ని జోడిస్తారు. రేడియో శ్రోత వినికిడి శక్తి విశిష్ట గుణాలకు అద్దం పడతాయి. కళాకారులు ప్రదర్శించే భావావేశాలను ఇట్టే పసిగట్టగలరు. సంతోషం, దుఃఖం, నవ్వును గుర్తిస్తారు. మానసికంగా ఈ భావాలకు ప్రభావితమౌతారు. వింటున్న భావాన్ని బట్టి, కళాకారుడి దృష్టి లోంచి ఊహించి చెప్పేదాన్ని ఊహించుకుంటారు. సరైన రీతిలో ఊహా కల్పనలను శబ్దంలో ఇమడ్చగలిగితే శ్రోత రూపాన్ని దిద్దుకోగలడు. ధ్వని ద్వారా శ్రోతలో నిద్రాణంగా ఉండే ఊహాశక్తిని తట్టిలేపే ఆస్కారం వుంది.

1.4.3. వారధి-మైక్రోఫోన్

రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో మైక్రోఫోన్ ఒక పరికరం. వక్త మాట్లాడేది మైక్రోఫోన్ ద్వారానే శ్రోతకు చేరుతుంది. వక్త స్వరంలోని ఎగుడు దిగుడుల్నీ, భావాల్నీ శ్రోతకు సరాసరి చేర్చగలదు. శ్రోతతో మాట్లాడుతున్నట్టే, మైక్రోఫోన్‌లో వక్త మాట్లాడాలి. రంగస్థలం మీద మాట్లాడినట్లుగా బిగ్గరగా అవసరం లేదు సున్నితంగా భావ ప్రకటన చేయగలిగితే చాలు. మైక్రోఫోన్‌కు దాన్ని ఆంప్లిఫై చేసే శక్తి ఉంది.

1.4.4 సన్నిహిత మాధ్యమం

రేడియో మాధ్యమానికి శ్రోతల్ని సన్నిహితులుగా చేసుకునే లక్షణం ఉంది. వక్త శ్రోత తన పక్కనే కూర్చున్నట్లు, నడుస్తున్నట్లు ఊహించుకునే అవకాశాన్ని కల్పిస్తుంది. శ్రోతకు తన వక్త ఎదురుగా నిలబడే మాట్లాడుతున్నట్లు అనిపించినపుడు ఈ సాన్నిహిత్యం సాధ్యమవుతుంది. వక్త, శ్రోత ఒకరికొకరు అన్న భావం ఇక్కడ ఏర్పడాలి. శ్రోతకు వ్యక్తిగత, సామాజిక, కుటుంబ సమస్యలను సంబంధాలను చర్చించగల నేర్పు ఉంది. అంతర్గత భావాల్ని సృజించగలడు. అందుకే సన్నిహిత మాధ్యమంగా రేడియో స్థిరపడింది. మాట్లాడేమాట, వ్యక్తపరిచే భావం శ్రోతకు సన్నిహితంగా ఉండేలా జాగ్రత్త పడడం అవసరం. మాట్లాడే తీరు ఆత్మీయంగా, ఆపామాషీగా ఉండాలి. శ్రోత ఏ పనిలో ఉన్నా, ఏ స్థితిలో వున్నా అర్థం చేసుకోగలిగే పరిస్థితిని ఈ సాన్నిహిత్యం కల్పించాలి. శ్రోత ఆడిటోరియంలోలా నలుగురితో కూర్చుని ఉండడు. అది దృష్టిలో ఉంచుకొని సన్నిహితంగా మెలిగే ప్రయత్నం వక్త స్వరం చేయాలి. చెప్పదలచుకున్న అంశం ఏదైనా కావచ్చు. చెప్పే రూపం ప్రసంగం కావచ్చు. చర్చ కావచ్చు. రూపం కావచ్చు. నాటకం కావచ్చు. చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని సన్నిహితంగా అతి సాధారణ ధోరణిలో ఉత్తేజకరంగా చెప్పాలి.

B RAOU

1.4.5 ప్రజా మాధ్యమం

ఒక్క ప్రసారం తోటే వేలాది, లక్షలాది, కోట్లాది శ్రోతలకు చేరే తత్వం. సమాజంలోని వివిధ వర్గాలు, సమూహాలు, విధాన, సామాజిక, ఆర్థిక, సాంస్కృతిక వైరుధ్యాలు కలిగి ఉండే శ్రోతలు ప్రసారాల్ని వింటారు. కాబట్టి ప్రసార అంశాన్ని అతి సామాన్య శ్రోత అర్థం చేసుకోగలిగే రీతిలో ఉండాలి. మన దేశం వంటి అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశంలో రేడియో అతి తక్కువ ఖర్చుతో కూడుకున్న ప్రసార మాధ్యమం. ఈ విశిష్ట లక్షణాల్ని ప్రసారకర్త దృష్టిలో వుంచుకోవాలి.

1.4.6 సరళమైన భాష

మనదేశంలో అత్యధికులు నిరక్షరాస్యులు. అంతో ఇంతో చదువుకున్నవారు. కాబట్టి రేడియో ప్రసారంలో భాష సూటిగా, సరళంగా, ప్రజలకు దగ్గరగా ఉండే భాషలో ఉండాలి. మాట్లాడే భాషే ప్రసారం కావాలి. సాహిత్య, సాంకేతిక పదాల వాడకం అనవసరంగా చొప్పించకూడదు. వీటిని వాడినా శ్రోతకు అర్థమయ్యే రీతిలో చెప్పాలి. భావన విపులీకరించాలి. ప్రత్యక్ష సంభాషణ పంథాలో మనం చెప్పే సంభాషణ కొనసాగాలి. (రెండో భాగంలో ఈ విషయమై మీరు వివరంగా తెలుసుకుంటారు).

1.4.7 కదిలే మాధ్యమం

రేడియో ప్రసారం మనం ఎక్కడైనా వినవచ్చు. ఏ సమయంలోనైనా వినవచ్చు. ఒక విధంగా కదిలే మాధ్యమం ఇది. దీన్ని దృష్టిలో ఉంచుకొనే ఈ మాధ్యమాన్ని వాడుకోవాలి.

1.5 టెలివిజన్ - విశిష్ట లక్షణాలు

టెలివిజన్ శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమం. రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాష ద్వారా మరికొంత విపులంగా తెలుస్తుంది. భాష-పరిభాషలను, వాటి మధ్య తేడాలను గమనించే అవకాశం లభిస్తుంది. కార్యక్రమ రూపకల్పన దశలో భావన (concept) దగ్గర నుంచి కార్యక్రమ తుది రూపాన్ని సంతరించుకొనే (Final output) వరకు పరిభాషలో కన్పించే తేడాలను గుర్తించగలం. వాటి మధ్య ఉండే ప్రసార తత్వ వైవిధ్యాలే దీనికి ఉపకరిస్తాయి. ఈ నేపథ్యంలోనే టెలివిజన్ మాధ్యమం ప్రధాన విశిష్ట లక్షణాలను కొన్నింటినైనా క్లుప్తంగా పరిశీలిద్దాం.

1.5.1 శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమం

టెలివిజన్ శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమమే. ఎక్కువపాళ్ళు దృశ్య మాధ్యమంగా ఉండవచ్చు. శ్రవ్య దృశ్య అంశాల పరంగా టెలివిజన్ ప్రసారాన్ని అనుకొని, నిర్మించి, వీక్షించడంలో దృశ్య మాధ్యమం ప్రాధాన్యం వహిస్తుంది. వినటం, చూడటం అన్న ప్రక్రియల్ని ప్రత్యక్షంగా ఒకేసారి ప్రభావితం చేసే శక్తి దీనికుంది. టెలివిజన్‌కున్న శక్తి ఎక్కువే. దాని ప్రభావమూ అధికమే. విన్నదానికంటే చూసిన దాన్ని తొందరగా ఆకళింపు చేసుకోగలం. ఎక్కువ సేపు గుర్తుంచుకోనూగలం. విన్నదాని కంటే చూసిన ఇమేజ్ ఎక్కువ కాలం పాటు మన మనసులో ముద్ర వేసుకోగలదు. ఇది మనందరి అనుభవంలోని విషయమే.

1.5.2 విస్తృత పరిధి, నమ్మకం

టెలివిజన్ మాధ్యమం జన బాహుళ్య మాధ్యమాలలో అత్యున్నత మాధ్యమం. శాటిలైట్ టెలివిజన్ ప్రసారాల కారణంగా టెలివిజన్ ప్రసారాలు తమ పరిధిని బాగా విస్తరింపజేసుకున్నాయి. కమ్యూనికేషన్ టెక్నాలజీలో చోటుచేసుకున్న సాంకేతిక అభివృద్ధి వల్ల అటు ఉపగ్రహాల్లోనూ, ఇటు సముద్ర గర్భాల్లోనూ ఏం జరుగుతుందో చెప్పగల నైపుణ్యం టెలివిజన్ కెమెరాకుంది. ఇదే సమాచార విప్లవానికి నాంది పలికింది. విజ్ఞాన వాహికగా టెలివిజన్ విద్యామాధ్యమాలకు దారి చూపింది. ఉన్నది ఉన్నట్లు కళ్ళకు కట్టినట్లు చూపించగలిగే సత్తా టెలివిజన్‌కు ఉండడంతో దీనిపట్ల నమ్మక భావాన్ని కల్పించింది. శక్తివంతమైన మాధ్యమంగా టెలివిజన్ ప్రపంచ రాజకీయ, సామాజిక, క్రీడాంశాలను, వ్యక్తిత్వాలను, సంఘటనలను, ఆలోచనలను మన ముంగిట ప్రసరిస్తోంది.

1.5.3 ఆకర్షణీయత

టెలివిజన్‌కున్న ఆకర్షణ, టెలివిజన్‌లో కనిపించే వ్యక్తులకున్న ఆకర్షణ తెలియంది కాదు. వివిధ సంఘటనలను, అంతర్జాతీయ సమావేశాలను, ఫాషన్‌షోలను, ఇంటర్వ్యూలను, క్రీడాంశాలను మనకు చూపించగలదు. ప్రముఖమైన ప్రపంచ నాయకుల, ప్రముఖ వ్యక్తుల వ్యక్తిత్వాలను మన ముందుకు తేగలదు. ఇన్ని అద్భుతాలను చూపించగలదు. కాబట్టే దీనికి గారడీ పెట్టె (Magic Box) అనే పేరు వచ్చింది. టెలిఫోన్‌కు దాసోహం అనడం వింటూనే వుంటాం. టెలివిజన్ విషయంలో కూడా ఇది వర్తిస్తుంది. టెలివిజన్‌కు వున్న ఆకర్షణే ఇందుకు ప్రధాన కారణం. ప్రతిచిన్న దానికి మనను లోబర్చుకునే సామర్థ్యం ఉంది. కాబట్టి కొందరైతే (మూర్ఖుల పెట్టె) “ఇడియట్ బాక్స్” అనడం కూడ వింటుంటాం. ఈ రెండు భావాలకు మూలాధారం “ఆకర్షణే” నని మర్చిపోకూడదు.

1.5.4 క్లోజప్ నైజం

టెలివిజన్‌కు క్లోజప్ మాధ్యం అనే పేరు వుంది. టెలివిజన్ తెర చిన్నది కావటం మూలాన చూపించే చిత్రభాగాల్ని దూరపు షాట్‌లతో నిండినవి కాకుండా క్లోజప్ ఫొటోలతో చూపిస్తారు. ఈ కారణంగానే చర్యల్ని, ప్రతి చర్యల్ని ముఖకవళికలో హావభావాల్ని ప్రదర్శించే వీలు కలుగుతుంది.

1.5.5 ఇంట్లోనే మాధ్యమం

టెలివిజన్ మాధ్యమం కుటుంబాని కోసం, వినోదాన్ని, విజ్ఞానాన్ని, సమాజాన్ని మన ముంగిట్లోకి తెస్తుంది. ఇంట్లోని వారందరూ కలిసే చూస్తారు. టెలివిజన్ ఒక విధంగా సినిమా థియేటర్‌ను, సినిమాను, రంగస్థలాన్ని మన ముందుకు తీసుకొస్తుంది. పెద్దలు, చిన్న పిల్లలు అందరూ చూస్తారు. కాబట్టి టెలివిజన్ సందేశం వస్తువు సమాజానికీ, సంస్కృతికీ అద్దం పడుతుంది. అవసరమైన ప్రసార నియమాలను కూడ ఇందుకోసం రూపొందించారు. నైతికత ఆధారంగా రూపొందించిన ఈ నియమాలను తెలుసుకోవల్సిన అవసరం టెలివిజన్ పరిశ్రమతో ముడిపడి వున్న అందరికీ ఉంటుంది.

BRAOU

1.5.6 ప్రజాస్వామ్య యుతం

టెలివిజన్ మాధ్యమం ప్రజాస్వామ్యయుతమైంది. అందరికీ, అన్ని వర్గాల వారికి అందుబాటులో ఉంటుంది. టెలివిజన్ ద్వారా ప్రసారమయ్యే అంశాలు అందరికీ అందే విధంగా ఉంటాయి. సాహిత్యాన్ని గానివ్వండి. సమాచారాన్ని గానివ్వండి, విద్యను గానివ్వండి, ప్రజాస్వామికంగా అందిస్తుంది. విద్యా బోధన రంగంలో ఇటీవల టి.వి. ప్రసారాలు సాధించిన విజయాలు గణనీయమైనవి. ఇన్సాట్ ప్రసారం ద్వారా మన దేశంలో విద్యాకార్యక్రమాల ప్రసారాలు జరుగుతున్నాయి.

1.5.7 తక్షణ తత్వం

టెలివిజన్ మాధ్యమం తక్షణ తత్వం కలది. జరిగే సంఘటనల్ని, సందర్భాల్ని వార్తా పత్రికల కంటే అతి వేగంగా అందించగలదు. టీవిలో 'నిన్నటివార్త నేటి వార్తకాదు' సి.యన్.యన్., బి.బి.సి వంటి టెలివిజన్ సంస్థలు గల్ఫ్ యుద్ధం సమయంలో, ఒలంపిక్ క్రీడల సమయంలో అందించిన తక్షణ వార్తల్ని గుర్తు తెచ్చుకుంటే ఈ తక్షణ తత్వం ఏమిటో గుర్తిస్తారు. టెలివిజన్‌లో ప్రతి కార్యక్రమం నిడివి సమయం రూపంలో నిర్ధారించ బడుతుంది. కార్యక్రమ నిడివి దాన్ని మించకూడదు. ఇది టెలివిజన్ రచయితల, నిర్మాతల అనుభవానికి పరీక్ష. అతి జాగ్రత్త, ప్రణాళికా బద్ధంగా, తక్షణ తత్వాన్ని ప్రతిబింబించేలా కార్యక్రమాన్ని రూపొందించేలా చేస్తుంది.

1.5.8 ప్రచార తత్వం

టెలివిజన్‌ను 'ఆధునిక సేల్స్‌మేన్' అంటారు. ఉత్పాదనలను అమ్మేందుకు ఉత్ప్రేరకంగా పని చేస్తుంది. ఎందరో కొనుగోలు దార్లకు ఉత్పాదనల మంచి చెడులను సమర్థవంతంగా అందిస్తుంది. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం అయిన టెలివిజన్‌కు తప్ప విస్తృత పరిధిలో వార్తా పత్రికలకు ఈ శక్తి కన్పించదు. ప్రకటనదార్లకు, ఉత్పత్తిదార్లకు, ప్రకటనలో వచ్చే అంశాల విషయంలో ప్రేక్షకుల సాంస్కృతిక, నైతిక విలువల్ని దెబ్బతీయకుండా కొన్ని నియమాల విధింపు కన్పిస్తుంది. ఈ ప్రకటనల ప్రవర్తనా నియమావళిని పాటించవలసిన అవసరమూ తప్పనిసరి.

1.6 చలన చిత్రాలు - విశిష్ట లక్షణాలు

BRAOU

చలన చిత్రాలను యాంత్రికమైన మాధ్యమంగా పరిగణిస్తారు. కెమెరా, మైక్రోఫోన్‌లు, ఎడిటింగ్ యంత్రాలు, కెమెరా లెన్స్‌లు తదితర సినిమా నిర్మాణ పరికరాలు టెలివిజన్‌లో మాదిరే చలన చిత్ర నిర్మాణంలోనూ వినియోగిస్తారు. యంత్రాలు, కళాకారులు, సాంకేతిక సిబ్బంది మధ్య పరస్పర సంబంధాలు ఇక్కడ కూడా కన్పిస్తాయి. ఇప్పుడిప్పుడే యాంత్రికమైన చలన చిత్ర నిర్మాణంలోకి ఎలక్ట్రానిక్స్ ప్రవేశిస్తున్నాయి. కనుక చలనచిత్రం కూడ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్‌ల మాదిరే కొన్ని విశిష్ట లక్షణాలు కలిగి ఉంది. కొన్నివిశిష్ట లక్షణాలు టెలివిజన్‌కి దగ్గరగా, మరికొన్ని రేడియోకి దగ్గరగా కనిపిస్తాయి. ఇంకా యాంత్రికపరమైన విధానంలోనే చలన చిత్రాల నిర్మాణం కొనసాగుతున్నా, ఎలక్ట్రానిక్ సాధనాల ద్వారా కొంతమేర కృషి చలనచిత్ర నిర్మాణంలో కూడ కనిపించడం, ఈ మాధ్యమాన్ని ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం వైపు తీసుకెళ్ళే ప్రయత్నం చేస్తున్నట్లు గుర్తించాలి. ఈ నేపథ్యంలోనే క్లుప్తంగా దీని గురించి ప్రస్తావించాం. ఈ మాధ్యమానికి ప్రధానమైన విశిష్ట లక్షణాలు కొన్ని వున్నాయి. అవి -

- ప్రచార మాధ్యమం
- సహకార మాధ్యమం
- కళా మాధ్యమం
- అభివృద్ధి కోసం మాధ్యమం

అభ్యాసం

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాధ్యమాలని వేటిని అంటారు. రెండు మూడు కారణాలని చెప్పండి.

____

____

భాగం 2 భాష: అవకాశాలు, పరిమితులు

విషయ క్రమం

2.0 ఉద్దేశం
2.1 ప్రవేశిక
2.2 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష-అవకాశాలు
అభ్యాసం
2.3 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష-పరిమితులు
అభ్యాసం
2.4 రాయటంలో సమస్యలు, పరిష్కారాలు
అభ్యాసం
2.5 కొన్ని శైలులు
అభ్యాసం
2.6 కాల వ్యవధి
2.7 నమూనాల పరిశీలన
అభ్యాసం
2.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం
2.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

2.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత ఈ కింది అంశాలను వివరించగలుగుతారు

- ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష-అవకాశాలు
- ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష-పరిమితులు
- రాయటంలో ఎదురయ్యే సమస్యలు, వాటి పరిష్కారాలు
- కొన్ని శైలులు, కాల వ్యవధి

BRAOU

2.1 ప్రవేశిక

మొదటి భాగంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాలను గురించి చర్చించుకున్నాం. ప్రసార ప్రక్రియ ప్రధానంగా జరిగేది భాష ద్వారానే. భావ ప్రసారానికి ప్రధాన మాధ్యమం ధ్వనుల రూపంలోని భాష; ధ్వని సంకేతాలయిన అక్షర రూపంలోని భాష, కాబట్టి భాష ప్రసార ప్రక్రియకు దోహదం చేయడం లోని అవకాశాలు, పరిమితులను మనం చర్చించుకోవడం అవసరం.

భాష ప్రధానంగా మనం నోటితో చేసే ధ్వనుల రూపంలో ఉంటుంది. మనుషులందరూ మాట్లాడుతారు. కనుక మానవసమాజాలన్నిటికీ భాష ఉంది. వాటిలో కొన్ని సమాజాలకు అంటే అసమాజాల్లో మాట్లాడే భాషలకు మాత్రమే లిపి ఉంది. లిపి అంటే ఒక భాషలోని ధ్వనులకు యాదృచ్ఛికంగా కల్పించిన సంకేతాలు అన్నమాట.

ధ్వనుల రూపంలోని భాషను వినియోగించుకునే వ్యవస్థను మౌఖిక భాష అంటారు. లిపిబద్ధమైన ధ్వనుల రూపాన్ని లిఖిత భాష అంటారు. మౌఖిక భాష వాడకం శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలలో విస్తృతంగా ఉంటుంది. నిరక్షర సమాజాలలోని అంటే లిపిలేని భాష సమాజాల్లోని సమాచారాన్ని కూడా ఆ భాషా వ్యవహారాల ద్వారా వినియోగించుకోగలిగిన అవకాశాలు ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలోనే సాధ్యం. లిఖిత భాష, ప్రధానంగా ముద్రణ మాధ్యమానికి పరిమితమైంది. అయితే శ్రవ్య, దృశ్యీకరణ మాధ్యమం (Audio Vision) లోను, దృశ్య

మాధ్యమంలోను సందర్భాన్ని బట్టి లిఖిత భాషను ప్రదర్శించే అవకాశాలు ఉన్నాయి. మాట్లాడేటప్పుడు కానీ, రాసేటప్పుడుకానీ మనం భాషను వాడుకునే శక్తి శ్రోతల మీద, ప్రేక్షకుల మీద, పాఠకుల మీద ప్రభావాన్ని చూపుతుందని మనకు తెలుసు. గత ఆరేడు దశాబ్దాలుగా రేడియో మాధ్యమాన్ని, నాలుగు దశాబ్దాలకు పైబడి టెలివిజన్‌ను మనం వినియోగించుకుంటున్నా వాటి ద్వారా అందుతున్న భాషకు సంబంధించి ఒక సూత్రబద్ధమైన అవగాహన కానీ, రేడియోకు, టెలివిజన్‌కు రూపొందించిన శైలీపత్రాలు గానీ, మనకు పూర్తి అందుబాటులో లేవు. అవి రూపొందించిన ధాఖలాలు కూడా ముఖ్యమే. అందువల్ల ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో ఉపయోగించవలసిన భాష శైలిని గురించి, వాటి అవకాశాలు, పరిమితుల గురించి కొంత తెలుసుకోవడం అవసరం.

2.2 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష - అవకాశాలు

రేడియో, ఆడియో, టెలివిజన్, వీడియో, సినిమా - ఇవి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలోని ప్రధాన ప్రసార సాధనాలని మీకు తెలుసు. వారం వారం రేడియో గంటల కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేస్తోంది. భారతదేశంలోని 149 కార్యక్రమ ప్రసార కేంద్రాల ద్వారా ఆకాశవాణి 72 భాషల్లో, మాండలికాలల్లో ప్రసారం చేస్తూ భారతజనాభాలో 96.2శాతం ప్రజలకు తనవాణిని వినిపిస్తుంది. 86.1శాతం భారత భూవైశాల్యానికి తన ప్రసారాలని అందిస్తోంది. ఆకాశవాణి కార్యక్రమాలలో భాషను ఉపయోగించే ప్రక్రియల్లో వార్తలు, వార్తారూపకాలు, నివేదికలు, చర్చలు, శ్రవ్యనాటికలు, నాటకాలు, కథానికలు, అడపాదడపా నవలలు, చలనచిత్రాలు చేరతాయి. తరువాత దూరదర్శన్ వారం వారం 1300 గంటల ప్రసారాలని తన ప్రసారికల ద్వారా అందిస్తోంది. 40 కార్యక్రమ రూపకల్పన కేంద్రాలు ఈ కార్యక్రమాలను రూపొందిస్తున్నాయి. 800 ట్రాన్స్‌మీటర్లు, గణనీయ సంఖ్యలోని ఉపగ్రహ ట్రాన్స్‌పాండర్లు దేశంలోని 270 మిలియన్ల ప్రజలకు కార్యక్రమాలని అందజేస్తున్నాయి. 86శాతం ప్రజలకు దూరదర్శన్ సంకేతాలు చేరువలో ఉన్నాయి. ప్రాంతీయ ప్రసారాలు ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో వారానికి 72 గంటల 30 నిముషాలు సాగుతున్నాయి. వీటికితోడు ఇటీవలే బహుళ ప్రాచుర్యం పొందిన కేబుల్ నెట్ వర్క్ వ్యవస్థ, ఉపగ్రహ ప్రసార వ్యవస్థ భారతదేశంలోని మారుమూల గ్రామాలకు కూడా విస్తరించింది. దూరదర్శన్ జాతీయ, ప్రాంతీయ, స్థానిక కార్యక్రమాలకు ఇస్తున్న ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి మనం పరిశీలిస్తే ప్రాంతీయ, స్థానిక కార్యక్రమాలు ప్రధానంగా ప్రాంతీయ భాషలోనే ప్రసారమౌతున్నాయనే విషయం మనకు తెలిసిందే. అలాగే కేబుల్ నెట్‌వర్క్ వ్యవస్థకున్న మౌలిక లక్షణం ప్రాంతీయ, స్థానిక సమాచార ప్రసారం కాబట్టి ఆవ్యవస్థ ప్రాంతీయభాషనే విస్తృత స్థాయిలో వినియోగించుకుంటున్నదని మనకుతెలుసు. సమాచార పరిధికి చెందిన ప్రక్రియలు, విద్యా కార్యక్రమాలు, వినోద కార్యక్రమాలు రేడియోతోపాటు దృశ్యమాధ్యమాలు భాషను వాడుకుంటున్నాయి. 32 భారతీయ భాషల్లో దాదాపు వెయ్యి చలనచిత్రాలు ఏటేటా నిర్మిస్తున్నారు. వీటిలో తెలుగుకు రెండోస్థానం ఉంది. ఈ అంశాలను బట్టి ప్రసార సాధన మాధ్యమాలు విస్తృతంగా భాషలను ఉపయోగించుకుంటున్నాయని గమనించవచ్చు. ఈ అవకాశాల వల్ల వార్తాసేకరణ, రూపక రచయితలు, సృజనాత్మక రచయితలు గణనీయంగా ప్రసారరంగంలోకి వచ్చారు. ఆంధ్రప్రదేశ్ ఇందుకు మినహాయింపు కాదు. తెలుగు భాషను పత్రికల కంటే కూడా ప్రసార సాధనాలు ప్రజలకు మరింత చేరువను చేశాయి. మాట్లాడే భాషా, రాసే భాషా, ఈ అలవాట్ల మీద ప్రసార సాధనాల్లోని భాష ప్రభావాన్ని చూపుతుంది.

BRAOU

అభ్యాసం

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాష అవకాశాలను చర్చించండి.

2.5 కొన్ని శైలులు

ప్రసార సాధనాలలో భావ ప్రసారం సూటిగా, స్పష్టంగా చేయడానికి అనుగుణమైనది 'సాధారణ శైలి', కవితాత్మకంగా చెప్పే 'ఉద్వేగశైలి' అసాధారణ స్థితి తెలియజేయడానికే వాడుకోవడం మంచిది. సాధ్యమైనంత మటుకు ఉద్వేగ శైలి శ్రోతలు, ప్రేక్షకుల ఆవేశాలని రెచ్చగొట్టేదిగా ఉండటం శ్రేయస్కరం కాదు. సాహిత్యస్థాయి పటసం పరిహరించి శైలిలో సూటిదనం, స్పష్టత, సాధించడం మంచిది. శ్రోతలను ఆత్మీయంగా భావించి ప్రత్యక్షంగా సంభోధించినట్లు చేసిన రచన 'ఆత్మీయతాశైలి' అవుతుంది. ఆత్మీయతాశైలి సాహిత్యశైలిలో భాగమే. ఈ శైలిని గ్రామీణ కార్యక్రమాలలో కొంతవరకు శ్రోతలను సంబోధిస్తూ 'మీరు', 'మేము' వంటి సర్వనామాలలో ఉపయోగించవచ్చు. కానీ ఏ రకమయిన అలంకారాలు, ఆవేశం, ఉద్వేగం, ఆత్మీయత లేకుండా, కవితాధోరణికి లోను కాకుండా విషయప్రధానంగా చిన్న, చిన్న వాక్యాలలో మాట్లాడుతున్నట్లు రచన చేయడం వాంఛనీయం. రచన చేసేటప్పుడు ఎదురయ్యే లేఖన సమస్యల్ని పరిష్కరించుకుంటేతప్ప సరైన ప్రసారమాధ్యమ భాషను అందించలేం.

2.6. కాల వ్యవధి

శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమాలలో రచయిత కాల నిబద్ధుడు. నిముషాలు, సెకన్లు అతడి భాషను కట్టుబాటులో ఉంచుతాయి. ఇంగ్లీషులో 'సెకనుకు' మూడు మాటల్ని మాట్లాడగలగడం వృత్తి నైపుణ్యం ఉన్న వ్యక్తికే సాధ్యం. తెలుగులో రెండుమాటల కంటే సాధ్యం కాదు. నిమిషానికి వందమాటలలోపు సమాచారం ఇవ్వగల ప్రసారం సులభంగా శ్రోతలకు, పాఠకులకు అందుతుంది. మిగతా రచనా సూత్రాలన్నీ వార్తాపత్రికల రచనకు అన్వయించేవే.

2.7 నమూనాల పరిశీలన

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్‌లలో ప్రసారమయిన వార్తా రచనలనుంచి, కార్యక్రమం నుంచి రెండు మూడు నమూనాలను కింద ఇస్తున్నాం. ఈ భాగంలో చర్చించిన భాష-పరిమితులు, అవకాశాల నేపథ్యంలో ఒకసారి పరిశీలించండి.

16-6-1996 సాయంత్రం ప్రసారమయిన ఆకాశవాణి ప్రాంతీయ వార్తల నమూనా. ఈ వార్తా ప్రసారం వ్యవధి 50 సెకన్లు. **నమూనా 1 :**

అట్లాంటా ఒలింపిక్ క్రీడల్లో టెన్నిస్ కాంస్యపతకాన్ని సాధించిన లియాండర్ పేస్‌కు ఈ రోజు సిరీస్ సంస్థ 10 లక్షల రూపాయల నగదును అందజేసింది. ఈ ఉదయం హైదరాబాదులో ప్రత్యేకంగా ఏర్పాటుచేసిన ఒక కార్యక్రమంలో ముఖ్యమంత్రి ఎన్. చంద్రబాబునాయుడు ఆయనకు ఈ చెక్కును అందజేశారు. 44 సం॥రాల తర్వాత భారతదేశానికి పతకాన్ని సాధించినందుకు పేస్‌ను ముఖ్యమంత్రి అభినందిస్తూ ఇది యువతకు స్ఫూర్తి నివ్వాలని అన్నారు. సిరీస్ సంస్థ మేనేజింగ్ డైరెక్టర్ శ్రీ జి. రామరాజు మాట్లాడుతూ క్రీడలను ప్రోత్సహించాలనే ఉద్దేశంతో అంతర్జాతీయ స్థాయిలో భారతదేశ గౌరవాన్ని నిలబెట్టినందుకు లియాండర్‌పేస్-కు ఈ బహుమతి నిస్తున్నట్లు చెప్పారు. రాష్ట్రమంత్రులు శ్రీయుత ఏ. మాధవరెడ్డి, పి. అశోకగజపతిరాజు, పార్లమెంటుసభ్యులు శ్రీ బి. ధర్మభిక్షం, శాసనసభ్యులు శ్రీయుతులు మల్‌రెడ్డి రంగారెడ్డి, విఠల్ రెడ్డి పేస్‌ను అభినందించారు.

BRAOU

నమూనా 2: 16-9-96 సాయంత్రం టెలివిజన్ వార్త ప్రసారం నుంచి ఇస్తున్నాం. ఈ వార్త ప్రసారమయిన వ్యవధి 55 సెకన్లు.

చూపిన దృశ్యాలు శబ్దం లేకుండా వార్త చదివే వ్యక్తి విజన్‌తో ప్రారంభమై - కార్యక్రమ వేదిక డిగ్నిటరీలతో లియాండర్‌పేస్‌కు ముఖ్యమంత్రి చెక్కును అందిస్తూ. మరో వైపు ఆహుతుల షాట్. క్లోజప్‌లో ముఖ్యమంత్రి మాట్లాడుతూ - ఇతర మంత్రులు, ఎంపీ, ఎమ్మెల్యేల షాట్‌లు ఆహుతుల షాట్ లియాండర్ పేస్ మాట్లాడటం... క్లోజప్ వచ్చిన ఆహుతుల రెండు మూడు కోణాల్లో షాట్‌లు . . .	ఒలింపిక్స్‌లో మనదేశానికి పతకాన్ని సాధించిన లియాండర్ పేస్‌కు ఒక ప్రైవేటు కంపెనీ తరపున ముఖ్యమంత్రి ఎన్. చంద్రబాబు నాయుడు ఈ రోజు హైదరాబాదులో 10 లక్షల రూపాయల చెక్కును అందజేశారు. ఈ సందర్భంగా జరిగిన కార్యక్రమంలో ముఖ్యమంత్రి, లియాండర్‌పేస్‌ను అభినందిస్తూ ఆయన మరిన్ని విజయాలను సాధించాలని ఆకాంక్షించారు. అంకిత భావంతో కృషి చేస్తే సాధించలేనిది లేదంటూ యువకులు అన్ని రంగాలలో కృషి చేసి దేశానికి పేరు తేవాలని ముఖ్యమంత్రి చెప్పారు. తన తండ్రి ప్రోత్సాహంతో టెన్నిస్ క్రీడలో తను ఈ స్థాయికి చేరుకున్నానని శ్రీలియాండర్ పేస్ చెప్పారు. దేశ ప్రతిష్టను ఇనుమడింప చేసేందుకు మరిన్ని విజయాలను సాధిస్తూ ఇక ముందుకూడా కృషి చేస్తానని అన్నారు.
వార్త చదివే వ్యక్తి విజన్‌లో	రాష్ట్రమంత్రులు శ్రీ పి. అశోకగజపతిరాజు, శ్రీ ఏ. మాధవరెడ్డి, పార్లమెంటు సభ్యులు శ్రీ బి.ధర్మభిక్షం, మలకపేట ఎమ్మెల్యే శ్రీ మల్ రెడ్డి రంగారెడ్డి, శ్రీ విఠల్ రెడ్డి, సిరీస్ కంపెనీ ఎం.డి. శ్రీ జి. రామరాజు ప్రభృతులు ఈ కార్యక్రమంలో పాల్గొన్నారు.

BRAOU

నమూనా 3: టెలివిజన్ నాటకంలోంచి ఒక సన్నివేశం.
రచన - దృశ్యీకరణ

ఈటీవి 'వసుంధర' - 'చిన్నితల్లి' నాటకం స్క్రీన్‌ప్లే - 66వ సీను - (ఇంట్లో లోపల - ఉదయం)

గంగాధర్ ఇల్లు - హాలు .....

టీపాయ్ మీద బాక్సులో ఉన్న డైమండ్ లాకెట్ మీద క్లోజప్ . దాన్నో రెండు చేతులు బాక్సులోంచి తీస్తాయి. జూమ్ బేక్ చేస్తూ - లాకెట్‌ని పట్టుకున్నది గంగాధర్ అని Establish చేస్తాం. ఆసరికే సోఫాలో కూర్చుని ఉంటాడు పెదబాబు. శ్వేత అతన్ని వాటేసుకుని ఉంటుంది. పార్వతి, కాంతం నిలబడి ఉంటారు. కొద్దిగా దూరంలో బిందు నెత్తుకుని, చిన్ని ఉంటుంది. లాకెట్‌ని పార్వతికి చూపిస్తూ ....

గంగాధర్ : డైమండ్ లాకెట్ ఎలా ఉంది?!

గంగాధర్ చేతుల్లోంచి లాకెట్‌ని తీసుకుని చూస్తూ..... గంగాధర్‌తో .....

పార్వతి : ఎంత ముద్దొస్తోందో....?! ఎవరికి?!

గంగాధర్ : బిందుకి?! బర్త్‌డే ప్రజెంటేషన్?!

పార్వతి చేతిలో లాకెట్ తీసుకుని చూస్తూ......

గంగాధర్‌తో............. కాంతం : చిన్న పిల్ల! దానికింత భారీదెందుకు బాబూ!

చిన్నిని చూస్తూ......... ఏ దొంగ కళ్లు పడ్డా ప్రమాదం!!

కాంతంతో................	పెదబాబు: ఎత్తుకుని తిప్పాల్సిన బిడ్డేకాని, బిందు పరిగెత్తే పిల్లకాదు కదా కాంతం! నువ్వు భయపడాల్సిన పనేం లేదు! పోతే ఇంట్లోనే పోతుంది. తీస్తే ఇంటి దొంగలే తీస్తారు!!
పెదబాబుతో...........	కాంతం: అదే నేనంటోంది బావగారూ! ఇంటి దొంగని పట్టడం మహాకష్టం !!
కాంతంతో..............	పెదబాబు : పాపం పండితే ఇంటి దొంగయ్యేది! గజదొంగయ్యేది!! ఇట్టే దొరికి పోతారు కాంతం!! నువ్వేం కంగారు పడకు!!

Scene dissolved inthe ....

Scene 67 .... INT/Night

XXXX	XXXX	XXX	XXX
XXXX	XXXX	XXX	XXX

ఇవి సాధారణ నమూనాలు మాత్రమే. రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలలో ఎన్నో రకాల కార్యక్రమ రూపాలను వింటాం, చూస్తాం ఈ నమూనాల భాష-పరిమితులు, అవకాశాలను పరిశీలించిన విధంగానే వివిధ కార్యక్రమ రూపాలలో భాషను తరచూ పరిశీలించే ప్రయత్నం చేయండి. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల ద్వారా అందుతున్న భాషకు సంబంధించి ఒక సూత్రబద్ధమైన అవగాహనను పొందే అభ్యాసానికి దోహదం చేస్తుంది.

2.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

BRAOU

- మౌఖిక భాష వాడకం శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమాలలో విస్తృతంగా ఉంటుంది.
- రేడియోలో భాషను ఉపయోగించే ప్రక్రియల్లో - వార్తలు, వార్తారూపకాలు, నివేదికలు, చర్చలు, గోష్ఠులు, శ్రవ్య నాటికలు, నాటకాలు, కథానికలు, అడపదడపా నవలలు, చలనచిత్రాలు చేరతాయి.
- సమాచార పరిధికి చెందిన ప్రక్రియలు, విద్యా కార్యక్రమాలు, వినోద కార్యక్రమాలు రేడియోతోపాటు, దృశ్య మాధ్యమాలు భాషను వాడుకుంటున్నాయి.
- అందరికీ అర్థమయ్యే భాషను వాడటం సహజం. దాన్నే సామాన్యభాష అంటారు. సామాన్యభాషే 'ప్రామాణిక భాష'.
- రచనా విషయం, రచనా సందర్భం, రచనా వినియోగం, రచనా పరిమితులు, కళాకారుడు ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల్లోని భాషా'శైలి'ని నిర్ణయిస్తాయి.
- వినడం, చూడడంలో సంగీతం, భాషా ధ్వన్యేతర శబ్దాలు, నిశ్శబ్దం కూడా భాషా వినియోగంలో ప్రయోగంలో భాగంగా ఉంటాయి.
- సూటిగా, స్పష్టంగా చేసే భావ ప్రసారానికి 'సాధారణ శైలి' అనుగుణం. 'ఉద్వేగశైలి' అసాధారణ స్థితిని చెప్పడానికి సరిపడుతుంది.
- రచయిత కాలనిబద్ధుడు, నిముషాలు సెకన్లు అతని భాషను కట్టుబాటులో ఉంచుతాయి.

2.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి?

1. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో భాష అవకాశాలను విపులీకరించండి?

2. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు రాయడంలో కొన్ని సమస్యలు ఎదురవుతాయి. సోదాహరణంగా చర్చించండి?

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి?

1. ప్రసార మాధ్యమాలకు రాసే భాషా శైలులు ఏవి?

2. రేడియో, టెలివిజన్‌లకు రాయడంలో భాషాపరంగా సౌలభ్యాలను ప్రస్తావించండి?

BRAOU

భాగం 3 రేడియో టెలివిజన్: రచనా విధానం

విషయ క్రమం

3.0 ఉద్దేశం

3.1 ప్రవేశిక

3.2 కార్యక్రమాలు

3.3 నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచయితకు సంబంధించిన అంశాలు

అభ్యాసం

3.4 రచయిత కుండే లక్షణాలు

3.5 భాష, శైలి ప్రాధాన్యం

3.6 నియమాలు

అభ్యాసం

3.7 ప్రత్యేక కార్యక్రమాల కోసం రాయడం

అభ్యాసం

3.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

3.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

3.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది విషయాలను చర్చించగలుగుతారు

- రేడియో, టెలివిజన్‌లకు రాసేటప్పుడు చేపట్టే పద్ధతులూ, పాటించే విషయాలూ
- భాష-శైలి ప్రాధాన్యాలు
- నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచన ఎలా కొనసాగుతుంది?
- రేడియో రచనలో మాటలు, శబ్దాలు, సంగీతం వంటివి ఒక అంతర్భాగంగా ఉండటం.
- టెలివిజన్ విషయంలో దృశ్యీకరణ ప్రాథమిక అంశంతో పాటు దృశ్యానికి భాష, శైలి ఉన్నాయనే అంశం.

BRAOU

3.1 ప్రవేశిక

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు రాయడం ఒక ప్రత్యేక కళ. రేడియో, టెలివిజన్, చలన చిత్రాలకు రాసే రచయితలకు ఈ మాధ్యమాల పట్ల ఒక అవగాహన ఉండాలి. ఈ ప్రసార మాధ్యమాలకుండే బలాలను, బలహీనతలను గురించి తమకు అనువుగా మలచుకొని రచన చేయగలగాలి. ఏ కార్యక్రమానికైనా రచన తొలిమెట్టు. నిర్మాతలు, నిర్దేశకులు, కళాకారులు, బృందంలోని ఇతర సాంకేతిక సభ్యులకు కార్యక్రమ రూప కల్పనతో సంబంధం ఉంటుంది. కార్యక్రమ రూపం అందరికీ తెలియాలి.

రేడియో, టెలివిజన్, చలన చిత్రాలకు రాయడంలో కొన్ని సామాన్యమైన తేడాలున్నాయి. అయితే రాసే విధానం, లక్షణాలు ఇంచుమించు ఒకేలా ఉంటాయి. రేడియోకు రాయడం గురించి ప్రత్యేకించి ఒక భాగంలో చర్చించాం. అలాగే టెలివిజన్, చలనచిత్రాలకు రాసే పద్ధతుల్ని విడివిడి భాగాలలో వివరించాం.

ఈ భాగంలో టెలివిజన్ రేడియోలకు రాయడం ఎలా అన్న అంశాన్ని ప్రత్యేకించి చర్చిస్తున్నాం. ప్రసారమాధ్యమంలో ఈ రెండింటికి రాయడంలో సారూప్యతలు ఎన్ని ఉన్నా కొన్ని వైవిధ్యాలు కనిపిస్తాయి. రేడియో అన్న పదాన్ని ఆడియో కార్యక్రమాల కోసం రాయడాన్ని కూడ దృష్టిలో ఉంచుకొని విస్తృత పరిధిలో ప్రస్తావన చేస్తున్నాం. టెలివిజన్ విషయంలో 'వీడియో'ను పరిగణనలోకి తీసుకోవలసి ఉంటుంది. కాబట్టి ఈ భాగంలోని చర్చను, రేడియో, టీవీలకు సంబంధించి రచనా విధానం నేపథ్యంలో అధ్యయనం చేయాలి.

రచన (script) రేడియో టీవీల కోసమే అయినా, ఇతర ప్రసార మాధ్యమాలకు రాయడానికై కార్యక్రమాన్ని మొదలు పెట్టే ముందు ఏం చెప్పదలచుకున్నదీ విశదీకరించే పరికరంలాంటిదిగా మనం భావించాలి. ఎన్నో రకాలుగా నిర్మాతకు రచన తోడ్పడుతుంది. అవసరమైన సందర్భాలలో చివరి నిమిషంలో కూడా మార్పులు చేయవలసి రావచ్చు. నిర్మాణంలో పాల్గొనే బృందంలోని ఇతర సభ్యులకు నిర్మాత ఏం చెప్పదలచుకున్నదీ రచన స్పష్టం చేస్తుంది. రేడియో టెలివిజన్‌లకు రాయడంలో కన్పించే పద్ధతులు వేరు. అదే అచ్చు పత్రికలకు రాసే వ్యాసాలు, నివేదికలతో పోల్చి చూస్తే భిన్నంగా ఉంటుంది. టెలివిజన్‌లోనయితే చూడ్డానికి, వినడానికి ఆస్కారం ఉంది. రాసే భాషకు భిన్నంగా రేడియో టెలివిజన్ భాష ఉంటుంది. ఒక విధంగా వినే భాష అని చెప్పుకోవాలి. చూసి గ్రహించుకోగలిగే భాషగాను పేర్కొనవచ్చు. రాసే విధానం, ప్రక్రియల్లో కనిపించే ఈ కీలకమైన లక్షణం కారణంగానే రేడియో, టీవీలకు రాయడం భిన్నత్వాన్ని పొందాయి. రచయితకు ప్రసార మాధ్యమాల పట్ల అవగాహన ఉండవలసిన అవసరం ఏర్పడింది, తప్పని సరైంది.

3.2 కార్యక్రమాలు

రేడియో టెలివిజన్‌లలో ప్రసారమయ్యే కార్యక్రమాలు వివిధ రకాలు. సృజనాత్మకత ఆధారంగా ఎన్నైనా రూపాల్ని ధరించగలవు. గిరిగీసి ఇన్నే రకాలనీ, ఇవేరూపాలనీ చెప్పడం సాధ్యపడదు. బాగా వాడుకలో వున్న ప్రధానమైన రూపాలు కొన్ని లేకపోలేదు. అవి (1) ప్రసంగం (2) ఇంటర్వ్యూ (3) చర్చ (4) క్విజ్ (5) నాటకం (6) రూపకం (7) ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వంటివి. శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలకున్న బలాలు, అవకాశాలను బట్టి కార్యక్రమ రూపాలు కొంత భిన్నత్వాన్ని ప్రదర్శిస్తాయి. కొన్ని కొత్త రకాలకు ఊపిరినిస్తాయి. అయితే ప్రస్తుత చర్చలో ప్రాథమిక అంశాల ప్రస్తావన దృష్ట్యా పైన పేర్కొన్న రూపాల/రకాల నేపథ్యంలో విషయచర్చ చేస్తున్నాం. ఈ రూపాలు రెండుగానీ అంతకంటే ఎక్కువగానీ కలసినపుడు రూపాంతరీకరణ చెంది సరికొత్త రూపాలు ఉద్భవిస్తాయి. కార్యక్రమ రూపాన్ని బట్టి రచన కుండేఅవకాశాలు, పరిధులు మారతాయి. భాషాశైలి భిన్నంగా ఉంటుంది. పరిధుల కుదింపు, విస్తరణ చోటుచేసుకుంటుంది.

రాసేటప్పుడు ముందుగా ఆలోచించవలసిన విషయాలు రెండు: శ్రోత లేదా ప్రేక్షకుడు మన ముందు ఉండడం ఒకటి. మనం వారితోనే మాట్లాడడం మరొకటి. రచయితకు - ప్రేక్షకుడికి మధ్య సంబంధం ప్రత్యక్షమైంది అని గుర్తించాలి. ఒకరితో ఒకరికి పరిచయం లేకపోయినా, ఒకే చోట ప్రత్యక్షంగా పాల్గొనకపోయినా ఇద్దరిమధ్య ఉండే పరిచయం ఒక అంతర్భాగం. ఒక అంతర్లీనం. అంతేగాని అతనికి రాయడం మాత్రం కాదు. మీరు మాట్లాడడానికి రాస్తున్నారు అని గుర్తుంచుకోవాలి. మీరు చెప్పింది వినడమే గాని చదవడం అంటూ ఉండదు. వినడానికే స్క్రిప్టు రాస్తున్నామని గుర్తుంచుకోవాలి.

కార్యక్రమ రూపాలలో ఉండే భేదాలు రాసే పద్ధతిని కొంత వరకు నియంత్రిస్తాయి. ఉదాహరణకు రేడియో నాటకానికోసం రాసే తీరూ, రేడియో ప్రసంగం కోసం రాసే విధానమూ ఒకటి కాదు. రేడియో రూపకానికి రాసే పద్ధతీ, ఇంటర్వ్యూ కోసం రాయడమూ ఒకటి కాదు. స్టూడియోలోనే నిర్మించే కార్యక్రమాల కోసం రాయడం, బయట రూపొందించే కార్యక్రమాల కోసం రాయడం వేరుగా వుంటాయి. టెలివిజన్‌కురాయడం విషయంలోనూ ఈ వ్యత్యాసం కన్పిస్తుంది. కాకపోతే 'దృశ్యం' అనేది మాధ్యమం. కాబట్టి రేడియోలోలా అన్నీ మనం చెప్పనక్కర్లేదు. ప్రతీది ధ్వని రూపంలో వినిపించనక్కర్లేదు. దృశ్యాలే చాలా మటుకు అర్థాల్ని, భావాల్ని, సంస్కృతుల్ని, వేషభాషల్ని ప్రదర్శించగలవు. రాసే రచనలో మాటతోపాటు దృశ్యానికి ప్రాముఖ్యం ఇవ్వాలి. ఒక విధంగా దృశ్య ప్రాముఖ్యం అధికంగా కన్పిస్తుంది.

కార్యక్రమ రూపాన్ని, లక్ష్యాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకొని చెప్పదలచుకున్న అంశాన్ని ఒక క్రమరీతిలో ప్రదర్శించవలసిన అవసరం ఏర్పడుతుంది. రేడియో, టీవీలలో సారూప్యత కల్గిన లక్షణం ఇది. చెప్పదలచుకున్న అంశాలనుబట్టి, విషయాన్ని బట్టి రచయిత కార్యక్రమ రూపాన్ని నిర్ధారించుకోగలడు. కార్యక్రమ రూపం నిర్ధారించిన తరువాత చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని కార్యక్రమ రూపాన్ని దృష్టిలో వుంచుకొని చిన్న చిన్న భాగాలుగా శ్రోతకైనా, ప్రేక్షకుడికైనా అందించగలగాలి.

BRAOU

3.3 నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచనకు సంబంధించిన అంశాలు

రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణం ఒక నిరంతర ప్రక్రియ. భావన (concept)తో మొదలై ఎన్నో దశలను దాటి కార్యక్రమం (programme)గా రూపుదిద్దుకుంటుంది. రూపుదిద్దుకున్న కార్యక్రమాన్ని మదింపు (evaluate) వేసి అవసరమైన మార్పులు, చేర్పులు చేయవలసిన అవసరమూ ఉంటుంది. కార్యక్రమం ఆశించిన, ఉద్దేశించిన లక్ష్యాలను సాధించడాన్ని గుర్తించడమే దీనికి కారణం. ఈ ప్రక్రియలో రచన ప్రతి దశలోనూ తన ఉనికిని చాటు కుంటుంది. వేరే చెప్పనక్కర్లేదు. రేడియో-టీవి కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో అంతర్భాగం 'రచన' ప్రక్రియ. భావన (concept) దశలో చిన్న చిన్న భావాలను రాసుకోవడం, తరువాత ఒక ప్రాథమిక రచన (basic script) గా కార్యక్రమానికి ఒక రూపాన్నివ్వడం, మళ్ళీ పూర్తి స్థాయిలో తుది రచన (final script) చేయడం వంటివి ఉన్నాయి. కొన్ని సమయాలలో రచనా కార్యక్రమం పూర్తయిన తరువాత మార్పులు చేర్పులతో మళ్ళీ రాయవలసి వస్తుంది. మార్పుల తర్వాతదే తుది రచనగా నిలుస్తుంది. కొన్ని సందర్భాలలో నిర్మాణానంతర దశలోనూ మార్పులు - చేర్పులకు లోనై మొదట్లో రాసుకున్న రచనకు భిన్నంగా ఉంటుంది. కొన్నిసార్లయితే రూపురేఖలే మారిపోతాయి. టెలివిజన్‌కు రాయడంలో నిర్మాణానంతర రచన ఎక్కువ పాళ్ళలో కన్పిస్తుంది. దృశ్యీకరణలో వచ్చే వ్యత్యాసాలు దృశ్యీకరణ పరిధులను ఇది సూచిస్తుంది. రేడియో విషయంలో పరిమితంగానే ఈ స్థితి కన్పిస్తుంది.

కార్యక్రమ నిర్మాణం వివిధ దశలలో రచన తన ఉనికిని చాటుకున్నట్లే, బృందం వివిధ సభ్యులతో తన ప్రమేయాన్ని ఏర్పరచుకుంటుంది. భావన రూపుదిద్దుకున్న దశలో రచయిత నిర్మాతతోనూ, నిర్దేశకుడితోనూ చర్చిస్తాడు. భావనకు ఒక రూపాన్నిస్తాడు. ఆ తరువాత తనకు తానుగా రచన కొనసాగిస్తాడు. కొన్ని సార్లు ఈ దశలోనే రాసిన దాన్ని వినిపించడం, చర్చించి మార్పులు చేయడం జరుగుతుంది. మార్పులు, చేర్పుల్ని క్రోడీకరించి రాసే రచనే కొన్ని కార్యక్రమాల విషయంలో తుది స్క్రిప్టు అవుతుంది.

రేడియో, టెలివిజన్‌ల కోసం రాయడం అనేది ఒక సృజనాత్మక ప్రక్రియ. రచన ఇక్కడితోనే ఆగిపోతుందని గాని, దీనికిదే తుది రూపమని, గాని చెప్పలేం. ఒకోసారి కార్యక్రమాలు నిర్మిస్తున్నప్పుడు కళాకారులు ఉచ్చారణకు అనువుగా మార్పులు చేయవలసి రావచ్చు. ఒక్కొక్కసారి రాసినదానికంటె మరొక విధంగా చెప్తే, చెప్పదలచుకున్నది మరింత స్పష్టంగా ఉంటుందనుకున్నపుడూ మార్పులు అవసరమౌతాయి. బయటి ప్రదేశాలలో రూపొందించిన కార్యక్రమం అంశాలను ఒక చోట జోడించి ప్రసారం చేస్తున్నపుడు రచన చివరి వరకు మారుతూనే వస్తుంది. దీన్నే కొన్ని సందర్భాలలో కూర్పు తరువాతి రచన (post-production script) అని కూడ అంటారు. డాక్యుమెంటరీలకు ఇచ్చే వ్యాఖ్యానాలు (commentaries) చాలా మటుకు ఈ కోవలోకే వస్తాయి.

రేడియో-టెలివిజన్ కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ప్రధానంగా మూడుదశలుంటాయని ప్రస్తావించుకున్నాం. కొన్ని సందర్భాల్లో మూడు దశల స్థానంలో ఒకటి రెండు చర్యలను ఆధారంగా చేసుకుని మరో దశను ప్రస్తావించవచ్చు. టెలివిజన్ విషయంలోని పూర్వప్రదర్శన, మదింపు ఇటువంటి దశే. టెలివిజన్ బృందంలోని సభ్యుల సంఖ్య భిన్నంగా ఉంటుంది. సాంకేతిక సిబ్బంది, సాంకేతిక వనరుల ప్రమేయం అధికంగా ఉండటం వల్ల నిర్మాణప్రక్రియాపరంగా కొన్ని వ్యత్యాసాలు కన్పిస్తాయి. రచనలో కొన్ని పద్ధతులు కన్పిస్తాయి. టెలివిజన్ స్క్రిప్టు రచనలో దృశ్యాన్ని, శబ్దాన్ని సూచించే విధంగా రాసేది 'స్క్రిప్టింగ్'. దీన్నే 'స్టోరీ బోర్డ్' విధానం అని కూడా అంటారు. రేడియో టీవీలకు రాయడంలో విధానాలు, పద్ధతులను విపులంగా విడి విడి భాగాలలో ఈ కోర్సులోనే చర్చించాం కాబట్టి వాటి జోలికి పోవడం లేదు. ఆ భాగాలను కూడా అధ్యయనం చేసినప్పుడు రేడియో టీవీలకు రాయటంలో కన్పించే విశిష్టతలు స్పష్టంగా మీ అవగాహనలోకి వస్తాయి. కాబట్టి ఆభాగాలను చదివిన తర్వాత మళ్ళీ ఈ భాగాన్ని అధ్యయనం చేయవలసిందిగా సూచిస్తున్నాం.

(1) ప్లానింగ్ (planning), (2) ప్రొడక్షన్ (production), (3) పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ (post-production) దశలుగా వాటిని గుర్తించాం. ఈ దశలన్నింటిలోనూ రచనా ప్రాధాన్యం కనిపిస్తుంది. కార్యక్రమానికి రచనే ఆధారం కాబట్టి కార్యక్రమం మొదలుపెట్టినప్పటినుంచి చివరి దాకా రచన ప్రమేయం వుంటుందనడంలో అతిశయోక్తి లేదు.

BRAOU

అభ్యాసం

'కార్యక్రమ రూపాన్ని బట్టి రచన విధానం మారుతుంది' - నాలుగైదు ముఖ్య విషయాల్ని ప్రస్తావించండి.

కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ దశలు ఏవి?

BRAOU

3.4 రచయిత కుండే లక్షణాలు

రేడియో, టీవివంటి ప్రసార మాధ్యమాలకోసం రచయితలం కావాలనుకునే వారి సంఖ్య పెరుగుతూంది. ప్రసార మాధ్యమాల కోసం రాసే రచయితలకు ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యం ఉండాలా? శిక్షణ ఏదైనా అవసరమా? అనే ప్రశ్నలు తరచూ విన్పిస్తూనే ఉంటాయి. ఈ వాతావరణాన్ని పరిశీలించినపుడు కొన్ని మౌలిక విషయాలనుపరిగణనలోకి తీసికోక తప్పదు. అవి రచయిత సృజన విషయానికేపరిమితమైఉంటాయా? వాటిని కనుక్కోవడం ఎలా? అసలు ప్రసార మాధ్యమాల కోసం రచన అనేది ఎలా కొనసాగుతుంది? ఇవీ ఆలోచించవలసిన విషయాలు.

రేడియో, టీవి వంటి ప్రసార మాధ్యమాల కోసం రాస్తున్న రచయితల అనుభవాలను పరిశీలించినపుడు మామూలుగా రచనలు చేయగల వ్యక్తి ఎవరైనా ప్రసార మాధ్యమాలకు రచయితగా ఎదిగే అవకాశం ఉంటుంది. ఈ నేపథ్యంలో రచయితకు ఉండవలసిన లక్షణాలను కొన్నింటిని పేర్కొనవచ్చు. ముదుగా శ్రవ్య, దృశ్య, మాధ్యమాల లక్షణాలను, బలాలను, బలహీనతలను దృష్టిలో ఉంచుకొని రచన విధానాన్ని పరిశీలించాలి. అప్పుడు మనకు కొన్ని విషయాలు 'లక్షణాల' రూపంలో మనముందుకొస్తాయి. అవి :

- రాయడానికి ఉత్సుకత
- భాషను వాడగలిగే నేర్పు
- వినడానికీ దృశ్యానికీ రాయగలగడం
- భావుకత్వంలో మాటలద్వారా దృశ్యాలను మనసులో సృష్టించగలగటం

- కథా కథన నైపుణ్యం
- తనను తాను మదింపు వేసుకో గలగడం

3.5 భాషా శైలి ప్రాధాన్యం

రేడియోకి, టెలివిజన్‌కు రాయడంలో ప్రధానంగా భాష, శైలి ప్రాముఖ్యాన్ని వహిస్తాయి. రాసే భాష సరళంగా చిన్న చిన్న పదాలతో ఉండాలి. తేలికగా అర్థం చేసుకోగలిగేలా ఉండాలి. భాష - ప్రసార వాహికగా రచయిత నుండి లేదా నిర్మాత నుండి శ్రోత, ప్రేక్షకుడి వద్దకు సందేశాన్ని తీసుకెళ్తుంది. వాక్యాల నిర్మాణం చిన్నదిగా ఉండాలి. అవసరానికి మించి భాషను ప్రదర్శించకూడదు. భాషకున్న శబ్ద శక్తిని పూర్తిగా వినియోగించ గలగాలి. ప్రత్యక్షంగా శ్రోతతో మాట్లాడే నైజం రేడియో, టీవీల ప్రసారాలకు వుంది కాబట్టి భాష సంభాషణ రూపంలో ఎదుటి వ్యక్తితో మాట్లాడుతున్న తీరుగా ప్రత్యక్ష పద్ధతిలో ఉండాలి. రాసే భాషకు, చదివే భాషకు వ్యత్యాసం ఉంది కాబట్టి వాక్యాల నిర్మాణంలో జాగ్రత్త వహించాలి.

3.6 నియమాలు

పత్రికలకు రాసినా, ప్రసార మాధ్యమాలకు రాసినా రాసేటప్పుడు కొన్ని నియమాలకు లోబడి రాయవలసి వుంటుంది. ఈ భాగంలో ప్రసార మాధ్యమాలకు సంబంధించి నియమాలను కొన్నింటిని ప్రస్తావించాం.

3.6.1 లేఔట్

కార్యక్రమం ఎలా ఉంటుంది అనే దాన్ని రేఖామాత్రంగా చెప్పడమే 'లేఔట్' ఉద్దేశం. టెలివిజన్ విషయం లో నైతే 'స్టోరీ బోర్డ్' లేఅవుట్‌గా చెప్పుకోవచ్చు. రచన చదవటానికి అనువుగా వుండాలి. సాధారణంగా స్క్రిప్టును ఒక నిర్ణీతమైన కాగితం సైజులో రాస్తారు. కొన్ని సందర్భాలలో కాగితాల మీద రాసినా కార్యక్రమంలోని భాగాలను విడివిడిగా ఒక్కో కాగితం మీద రాసుకుంటారు. ఇది చదివే కళాకారులకు వీలుగా ఉంటుంది. కాగితం మీద రాసేటప్పుడు కుడి, ఎడమ వైపు ఖాళీలను వదలాలి. కళాకారులు అవసరమైన చిన్న చిన్న మార్పులు చేసుకోవటానికి ఇది వీలు కల్పిస్తుంది. పదానికి పదానికి మధ్య, వాక్యానికి వాక్యానికీ మధ్య, పేరాకు, పేరాకు మధ్య ఖాళీ ఉండాలి. పదాలను గానీ, వాక్యాలను గానీ పేజీ చివరలో తుంచకూడదు. పదం పూర్తయిన తర్వాత, వాక్యం పూర్తయిన తర్వాత మరో పేజీలో రచనను కొనసాగించటం అవసరం. పేజీ మీద పై నుంచి కింద దాకా కిక్కిరిసి రాయకూడదు. సాధ్యమైనంత తక్కువ లైన్లను పేజీలో పొందుపరిస్తే చదివే వారికి సౌలభ్యంగా ఉంటుంది. టెలివిజన్‌కు రాయడంలో కొంత భిన్నత్వం కన్పిస్తుంది. మౌలికంగా రచనా విధానం ఒకటే అయినా - రచన టెలివిజన్ నిర్మాణంలో ప్రేక్షకుడితో సంబంధాన్నే కాకుండా, నిర్మాణబృందం సభ్యులతో బంధాన్ని కలిగి ఉంటుంది. రచనలో దృశ్యీకరణ, సంభాషణ అంశాలు ఉంటాయి. బృందంలోని సభ్యులకు ఒక విధంగా 'కమ్యూనికేట్' రచనగా టెలివిజన్ రచన ఉంటుంది. బృందం సభ్యులు తమ తమ విధుల్ని నిర్వర్తించడానికి సంకేత విధానంగా కూడా దోహదపడ్తుందని గుర్తుంచుకోవాలి.

3.6.2 చిన్న వాక్యాలు

చిన్న వాక్యాలు చెప్పదలచుకున్న భావాన్ని సమర్థవంతంగా అందిస్తాయి. స్క్రిప్టును చదివేటప్పుడు భావాలు వ్యక్తం చేయడానికి, అవసరమైన విరామాన్ని ఇవ్వడానికి చిన్న చిన్న వాక్యాలు బాగా తోడ్పడతాయి. వాక్యాలలో కామాలు ఎక్కువయితే వాక్యం పెద్దదవడమే కాకుండా అది నడవాల్సిన తీరే తప్పుతుంది. అంటే శ్రోతకు అర్థం కాకుండా పోతుంది. ముద్రణలో అయితే చూపులు వెనక్కి వెళ్ళి అర్థం గాని పదాల్ని, వాక్యాల్ని మళ్ళీ చదవగలం. కాని రేడియో, టీవీల ప్రసారంలో అది వీలుకాదు. సాధ్యపడదు. చిన్న వాక్యాలు తప్పనిసరి. అదీ ప్రత్యక్ష వాక్యాల రూపంలోనే వుండాలి. అప్పుడే చెప్పదల్చుకుంది శ్రోతకు నేరుగా బోధపడుతుంది. టెలివిజన్ రచనలో దృశ్యాలకు మాట్లాడేశక్తి ఉంటుంది. మాటకంటే దృశ్యమే ఒక్కోసారి శక్తివంతమైంది. రచన చేసేటప్పుడు ఈ అంశాన్ని రచయిత దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.

BRAOU

3.6.3 విరామ చిహ్నాలు

రేడియో రచనలో విరామ చిహ్నాలకున్న పరిధి విస్తృతమైంది. విరామ చిహ్నాలే చెప్పగలిగిన భావాన్ని ఆశించిన రీతిలో ప్రదర్శించడానికి దోహదపడతాయి. ఉదాహరణకు మీరు ఒక పదాన్ని నొక్కి వక్కాణించ దలచుకున్నపుడు దానికింద గీత గీయడం వల్ల చదివే వారికి తేలికగా అర్థం అవుతుంది. ఆ పదాన్ని చదవాల్సిన రీతిలో చదువుతారు. పదాలకీ పదాలకీ మధ్య, వాక్యాలకి ముందో తరువాతో, చుక్కల్ని.........., చిన్న చిన్న గీతల్ని - - - - - పెట్టడం వల్ల చదివేటప్పుడు ఆగి మళ్ళీ చదువుతారు. ఇలా చేయడం వల్ల చెప్పదలచుకున్నది సులువుగా చెప్పవచ్చు. అలాగే చదివే వ్యక్తి తన వీలును బట్టి భావం చెడకుండా చెప్పడానికి వాక్యాలను విరుచుకుంటాడు. సహజంగా జరిగే పనే ఇది. దీన్ని వంకర (/)నిలువు గీతతో సూచిస్తారు.

టెలివిజన్ రచనలో - మాటకు సంబంధించినంత వరకు విరామ చిహ్నాల ప్రాధాన్యం కొనసాగుతుంది. దృశ్యం కూడా ఒక విరామ చిహ్నమన్న సంగతి మర్చిపోకూడదు. దృశ్యం భావాన్ని చెప్పగలదు. భాషని ప్రస్తావించగలదు. చర్యని చూపగలదు. ప్రతి చర్యను నివారించగలదు. దృశ్యంలోని నిశ్శబ్దమూ, సహజ శబ్దాలు విరామ చిహ్నాలుగా నిలుస్తాయి. రచనకు కొనసాగింపుగాను కనిపిస్తాయి. కాబట్టి టెలివిజన్-రేడియో రచనా విధానంలో 'దృశ్యానికున్న' పరిమితులను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి.

3.6.4 సంఖ్యలు

రేడియో ప్రసారాల్లో సంఖ్యల్ని చెప్పేటప్పుడు జాగ్రత్త అవసరం. అంకెల్ని, సంఖ్యల్ని శ్రోత విని గుర్తుంచుకోవడం కష్టం. కాబట్టి సాధ్యమైనంతవరకు ఎక్కువ సంఖ్యలు లేకుండా సమాచారాన్ని దగ్గర సంఖ్యకు కుదించి చెప్పాలి. ఉదాహరణకు 1,63,763 అనేకంటే లక్షా అరవై నాలుగువేలు దాకా అనో లేదా లక్షా అరవైమూడు వేలకు పైగా అనో ప్రస్తావించాలి. సమాచార ప్రసారాన్ని బట్టి, సందర్భాన్ని బట్టి దగ్గర సంఖ్య ఏదౌతుంది అని నిర్మాత నిర్ణయించడం చేయాలి. టెలివిజన్ రచనలో సంఖ్యల చర్చ వచ్చినప్పుడు ఆ జాగ్రత్తలు అవసరమే. అయితే సంఖ్యల ప్రస్తావన ధ్యేయం, లభించే దృశ్యపరంగా లభించే సమయం ఆధారంగా కొన్ని పరిమితులుంటాయని మాత్రం గ్రహించాలి.

BRAOU

3.6.5 విషయ ప్రస్తావన

ప్రసార సమయంలో చెప్పదలచుకున్న ప్రధాన విషయాన్ని మొదట్లోనో, చివరిలోనో ఉంచకూడదు. ఎందుకంటే శ్రోత వినడానికి ఉద్యుక్తుడై మనం చెప్పదలచుకున్న విషయాల్ని అవగాహన చేసుకోవడానికి కొంత సమయం పడుతుంది. టెలివిజన్ విషయంలోను ఇదే స్థితి కన్పిస్తుంది. మానసికంగా ఏ శ్రోతకైనా ప్రేక్షకుడికైనా ఇది పరిపాటే. అలాగే కార్యక్రమం చివరికి వచ్చే సరికి కొన్ని సందర్భాలలో వినే ఆసక్తి కొరవడుతుంది. ఈ కారణంగా చెప్పదలచుకున్న ప్రధాన విషయాల్ని కార్యక్రమ మధ్యభాగంలోకి చొప్పించగలగాలి. ఇది కార్యక్రమానికి ఒక నిర్మితి ఉండాలి అనేది సూచిస్తుంది. కార్యక్రమానికి మొదలు, మధ్యభాగం, ముగింపు ఉండాలి. మధ్యభాగంలోనే ముఖ్య విషయ ప్రస్తావన జరగడం విధిగా జరగాలి. రేడియో, టీవీల విషయంలో విస్తృత పరిధిలో ఆలోచించినపుడు ఇది తప్పనిసరైన విధానం.

అభ్యాసం

ప్రసార మాధ్యమాల కోసంరాసే రచయితల కుండవలసిన కొన్ని లక్షణాలు వివరించండి.

రచనలో 'లేఅవుట్' 'విరామ చిహ్నాల'కు సంబంధించి నాలుగైదు మాటల్లో తెలపండి.

3.7 ప్రత్యేక కార్యక్రమాల కోసం రాయడం

రేడియో, టీవీ కార్యక్రమాలు - వివిధ రకాలని చెప్పుకున్నాం. కార్యక్రమ రూపాలకు సృజనాత్మకతే అవధి అనీ తెలుసుకున్నాం. రేడియో ప్రసంగానికి, నాటకానికి, రూపకానికి ఇలాంటి సాధారణ కార్యక్రమాలకి రాయడం ఒక ప్రధానాంశం. వీటికి రాయడంలో రచయితకు కొంత సమయం లభిస్తుంది. రాసింది మళ్ళీ చదువుకొని మార్పులు చేర్పులు చేసుకోవచ్చు. వీలయితే కార్యక్రమ రూపాన్ని మార్చుకోవచ్చు.

రేడియో, టీవీల కోసం నిర్మించే కొన్ని ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు వున్నాయి. ఆ కార్యక్రమం ఉద్దేశాలు వేరు. నిర్దేశిత శ్రోతల స్థాయి వేరు. శ్రోతలు, ప్రేక్షకుల అభిరుచులు వేరు. ఇటువంటి వాటికి రాయడంలో స్క్రిప్టు రచయితకు కొన్ని ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యాలు (Skills) ఉండడం అవసరం. అసలు ప్రత్యేక కార్యక్రమాలంటే ఏమిటో ముందే తెలుసుకుందాం. అవి :

- ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు
- విద్యా కార్యక్రమాలు
- వార్తా ప్రసారాలు
- వైజ్ఞానిక కార్యక్రమాలు
- క్రీడా కార్యక్రమాలు
- వయోజన విద్యా కార్యక్రమాలు
- వ్యవసాయ కార్యక్రమాలు

ఇలా ఎన్నో విధమైన ప్రత్యేక కార్యక్రమాల్ని మనం వింటుంటాం. ప్రత్యేక కార్యక్రమాలకు రాసే రచయిత ఆ కార్యక్రమ విభాగంలో ప్రవేశం కలిగిన వారై ఉండాలి. ఉదా: క్రీడా కార్యక్రమాలకు రాసే రచయితకు క్రీడాంశంలో ప్రవేశం లేకపోతే ఎలా? అలాగే విద్యా కార్యక్రమాల్లోనూ, వైజ్ఞానిక కార్యక్రమాల్లోనూ స్క్రిప్టు రచన రచయితకు ఆ విషయాలపట్ల అవగాహనను కోరుతుంది. కొన్ని సందర్భాలలో రాయబోయే అంశానికి సంబంధించి వాస్తవాల్ని తెల్సుకోవడానికి పరిశోధన చేయాలి. వాస్తవాల్ని తెలుసుకోవాలి. అప్పుడే ప్రత్యేక కార్యక్రమాలకి రాయడం సాధ్యపడుతుంది.

ప్రత్యేక కార్యక్రమాలలో కొన్ని 'ప్రత్యక్ష ప్రసారాల' విషయంలో రచయితకు కావల్సిన నైపుణ్యం వేరు. ఈరకమైన ప్రత్యేక కార్యక్రమాలకు రాసేవారికి తమంతట తాముగా జరుగుతున్న దాన్ని చూసి చెప్పగలిగే నేర్పు వుండాలి. ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి సంబంధించిన విషయాలను పరిశోధించి కొన్ని వాస్తవాలను దగ్గర వుంచుకొని

BRAOU

అవసరమైన చోట - ఈ వాస్తవాల్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో ప్రస్తావించగలిగే నేర్పు రచయితకుండాలి. రచయితే వ్యాఖ్యానం చెప్పే నేర్పూ అవసరం. ప్రత్యేక విషయాలకు స్క్రిప్టు రాయడంలో సాంకేతిక, వైజ్ఞానిక పదాలను, భావనలను సూటిగా తేలికైన విధంగా శ్రోతకు వివరించగలగాలి. కొన్ని సందర్భాలలో సంక్లిష్టమైన భావనలు ఎదురవుతాయి. వాటిని విడమర్చి, చెప్పడం చేయాలి. పారిభాషిక పదాల వినియోగంలో మెళకువ ప్రదర్శించాలి.

అభ్యాసం

ప్రత్యేక కార్యక్రమాలని వేటిని అంటారు.

3.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం.

- రేడియో, దీని కార్యక్రమాలు వివిధ రూపాలలో వుంటాయి. ప్రసంగం, నాటకం, రూపకం, చర్చ, క్విజ్ వంటివి బాగా వాడుకలో ఉండే రూపాలు.
- కార్యక్రమ రూపాలకి సృజనాత్మకతే హద్దు. ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, విద్యా కార్యక్రమాలు, వైజ్ఞానిక కార్యక్రమాలు, వయోజన విద్యా కార్యక్రమాలు.
- రేడియో, టీవీలకు రాయడం ఒక కళ. స్క్రిప్టు కార్యక్రమానికి అద్దం పడుతుంది. టీవి విషయంలో స్టోరీబోర్డ్ ఈ పని చేస్తుంది.
- కార్యక్రమ నిర్మాణ బృందంలోని సభ్యులకు స్క్రిప్టు ఒక 'కమ్యూనికేషన్' రూపం.
- రచయిత కుండవలసిన లక్షణాలు, భాష, శైలి విషయంలో నియమాలు, ముఖ్యంగా లేఔట్, చిన్న వాక్యాలు, విరామచిహ్నాలు, సంఖ్యలు, విషయ ప్రస్తావన వంటివి రచనా విధానంలో కీలకమైన అంశాలు.

3.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ దశల్ని వర్ణిస్తూ, రచన అంతర్భాగంగా వుండే విధానాన్ని ప్రస్తావించండి.
2. కార్యక్రమ రూపాలు ఏవి? ప్రత్యేక కార్యక్రమాలని వేటిని పేర్కొంటారు.

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. రచనలో భాషా, శైలి ప్రాధాన్యం ఏమిటి?
2. రేడియో, టీవి రచయితలకు ఉండవలసిన లక్షణాలు ఏవి?

BRAOU

భాగం 4 పరిభాష

విషయ క్రమం

4.0 ఉద్దేశం

4.1 ప్రవేశిక

4.2 కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ

4.2.1 రేడియో

4.2.2 టెలివిజన్

అభ్యాసం

4.3 రచనాంశాలు

అభ్యాసం

4.4 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం-పరిభాష

4.4.1 రేడియో

4.4.2 టెలివిజన్

అభ్యాసం

4.5 నిర్మాత/నిర్దేశకుడి పాత్ర

అభ్యాసం

4.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

4.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

4.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం అధ్యయనం చేసిన తర్వాత మీరు ఈ క్రింది అంశాలను చర్చించగలుగుతారు

- రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో వివిధ దశలలో వినియోగించే పరిభాష
- కెమెరా షాట్‌లు, వాటి నైజానికి సంబంధించిన ప్రధాన అంశాలు
- పరిభాష ఆధారంగా కార్యక్రమ నిర్మాణానికి అనువుగా నిర్మించే స్టోరీబోర్డ్ ప్రాధాన్యం
- బృందం నాయకుడిగా నిర్మాత/నిర్దేశకుడు పరిభాషను వినియోగించగలగడం.

BRAOU

4.1 ప్రవేశిక

సమాచార ప్రసారంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల చొరవ వల్ల విప్లవాత్మకమైన మార్పులు వచ్చాయి; వస్తున్నాయి. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో గుణాత్మకమైన మార్పులకు ఆస్కారం లభించింది. శ్రవ్య దృశ్య కార్యక్రమ రూపకల్పనా ప్రక్రియ సంక్లిష్టం కావడానికి ఇది దోహదం చేసింది. క్రమేపీ వస్తున్న మార్పుల వల్ల ఈ మాధ్యమాల పరిణామ క్రమంలో రేడియో, టెలివిజన్‌లు తమకంటూ ఒక భాషను, పరిభాషను ఏర్పరుచుకోగలిగాయి. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో కృషి చేస్తున్న నిర్మాతలు/నిర్దేశకులకు ఈ మౌలిక పరిభాష గురించి ఒక అవగాహన తప్పనిసరైంది. కార్యక్రమ నిర్వహణ, నిర్మాణ విషయాలలో గుణాత్మకత పరిభాష ద్వారా లభించింది. ప్రామాణికమైనదిగా పరిభాష రూపుదిద్దుకునే ఆస్కారం ఏర్పడింది.

రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాషను పరిభాషగానే చూడడం వీలు పడదు. పరిభాష నిర్మాణదశల్లో ఉండే కీలకాంశాల భావనకు అద్దం పట్టేదిగా కన్పిస్తుంది. తనకంటూ ఒక ప్రత్యేకతను పొందగలిగింది. రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాషలు వేరు. పరిధులు వేరు. కొన్ని సందర్భాల్లో రేడియో పరిభాష టెలివిజన్ పరిభాషలో అంతర్భాగంగా కన్పిస్తుంది. శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమాల మధ్య వుండే సారూప్య అంశాలు దీనికి కారణం.

రేడియో కార్యక్రమాలతో పోల్చినపుడు టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో పాల్గొనే బృందం సభ్యుల

సంఖ్య అధికం. వివిధ వర్గాలకు, నైపుణ్యాలకు చెందిన వారు ఉంటారు. బృందంలో ప్రతీ సభ్యుడికి ప్రత్యేకమైన విధులుంటాయి. సభ్యుల మధ్య ఉండే ఈ ప్రత్యేక విధుల మధ్య అల్లిక ఉంటుంది. ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి ఉంటాయి. సమన్వయంతో నిర్వహించవలసిన అవసరమూ ఉంటుంది. ఈ సంక్లిష్ట స్థితే సారూప్యానికి వైరుధ్యానికి ప్రధానంగా దోహదం చేస్తుంది. దృశ్య మాధ్యమానికుండే బలాలు వేరు. రేడియో కార్యక్రమాలతో పోల్చినపుడు టెలివిజన్ కార్యక్రమాల అవసరాలు, అవకాశాలు భిన్నమైనవి. ఈ నేపథ్యంలోనే రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాష రూపుదిద్దుకుంది.

4.2 కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ

కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియను చర్చించే ముందు రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకున్న బలాలను ఒకసారి తెలుసుకుందాం. స్వల్ప నిర్మాణపు ఖర్చులు, విస్తారంగా గల ప్రసార పరిధి, సాంకేతికంగా సులభమైన అందుబాటు వంటివి రేడియో బలాలైతే, శ్రవ్య దృశ్యాలు రెండూ కలసి ప్రేక్షకుడిని త్వరగా ఆకట్టుకోగలగడం టెలివిజన్ ప్రత్యేక బలం. వంద పదాలు చెప్పే అర్థాన్ని ఒక చిత్రం చెప్పగలదు. మనం చూడలేని ప్రదేశాలనూ, మనుషుల్నీ, పరిసరాలనూ చూపించగలిగే సత్తా టెలివిజన్‌కు ఉంది. ఈ కారణంగానే కొన్ని పరిమితులున్నా టెలివిజన్ వినియోగం పరిధి బాగా విస్తరణ చెందింది. నిర్మాణపు ఖర్చు అధికమే అయినా టెలివిజన్ బలవత్తరమైన ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంగా రూపొందింది. మిగిలిన ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలన్నింటినీ దాటి ముందు వరుసలోకి రాగలిగింది.

4.2.1 రేడియో

రేడియో కార్యక్రమం ఒక అంశం (Theme) మీద భావనతో ప్రారంభమై, ఆ అంశాన్ని కార్యక్రమ రూపంలో వినిపించడంతో పూర్తవుతుంది. రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ప్రధానంగా మనం గమనించగలిగేది మూడు దశలు. అవి - (1) ప్లానింగ్, (2) నిర్మాణం, (3) నిర్మాణానంతర దశ.

ప్లానింగ్ దశలో అంశాన్ని ఎన్నుకోవటం, కార్యక్రమ లక్ష్యాల్ని నిర్ణయించటం, నిర్దేశిత శ్రోతలను గుర్తించటం, రచన చేయటం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను, సహజ శబ్దాలను ఎన్నుకోవటం, పాల్గొనే కళాకారులను ఎంపిక చేసుకోవడం ప్రధానమైనవి.

నిర్మాణదశలో కార్యక్రమ నిర్మాణానికి అవసరమైన సాంకేతిక వనరుల ఏర్పాటు, రిహార్సల్స్, రికార్డింగ్ వంటివి ప్రధానమైనవి. వీటికి తోడు కార్యక్రమంలో వినియోగించే సంగీతం, సహజశబ్దాలు, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్ వినియోగించుకోవడానికి అవసరమైన ప్రత్యేక పరికరాలను సమకూర్చుకోవడం, ఏర్పరుచుకోవడం కూడా ఉంటుంది. ఈదశలోనే అవసరమైన సందర్భాలలో సంబంధించిన బృంద సభ్యులతో సమావేశాన్ని ఏర్పాటు చేయడం జరుగుతుంది.

కార్యక్రమాలను రికార్డు చేసిన తరువాత, తుదిరూపం ఇచ్చే దశనే నిర్మాణపు అనంతర దశ అంటారు. కార్యక్రమాన్ని వినడం, నిర్ధారించుకున్న రూపకల్పనకు అనుగుణంగా దాన్ని మార్చటం ప్రధానమైంది, మొదటి భాగం. దీన్నే కూర్పు గావించడం అంటారు. తర్వాత కార్యక్రమానికి అవసరాలను బట్టి సంగీతం, సహజ శబ్దాలు, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను చేర్చడంను మిక్సింగ్ అంటారు. ఇది రెండో భాగం. నిర్మాణపు అనంతరదశలో కార్యక్రమ అవసరాలను బట్టి రెండు భాగాలు పూర్తిచేసుకున్నాకే కార్యక్రమానికి పూర్తి రూపువస్తుంది. కొన్ని సందర్భాలలో రెండో భాగం అవసరం ఉండదు. ఉదా: ప్రసంగాలలో సహజ శబ్దాలకు, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌కు అవకాశాలు పెద్దగా ఉండవు.

4.2.2. టెలివిజన్

టెలివిజన్ కార్యక్రమం బృందం సభ్యులందరూ కలసికట్టుగా తీర్చిదిద్దే ఒక కళ. నిర్మాత/నిర్దేశకుడితో పాటు కళాకారులు, ఛాయాగ్రహకుడు, ఇంజనీర్లు, ఆయా రంగాలకు సంబంధించిన సహాయక సిబ్బంది కలసి ఒక బృందంగా టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పాల్గొంటారు. కార్యక్రమ నిర్మాణం ప్రధానంగా నాలుగు దశలలో జరుగుతుంది. (1) ప్లానింగ్, (2) నిర్మాణానికి ఏర్పాట్లు (3) నిర్మాణం (4) నిర్మాణ అనంతర దశ, మదింపు.

ప్లానింగ్ దశలో కార్యక్రమ లక్ష్యాల్ని నిర్ధారించడం. నిర్దేశిత ప్రేక్షకుల్ని గుర్తించడం. వారి అవసరాల్ని అంచనా

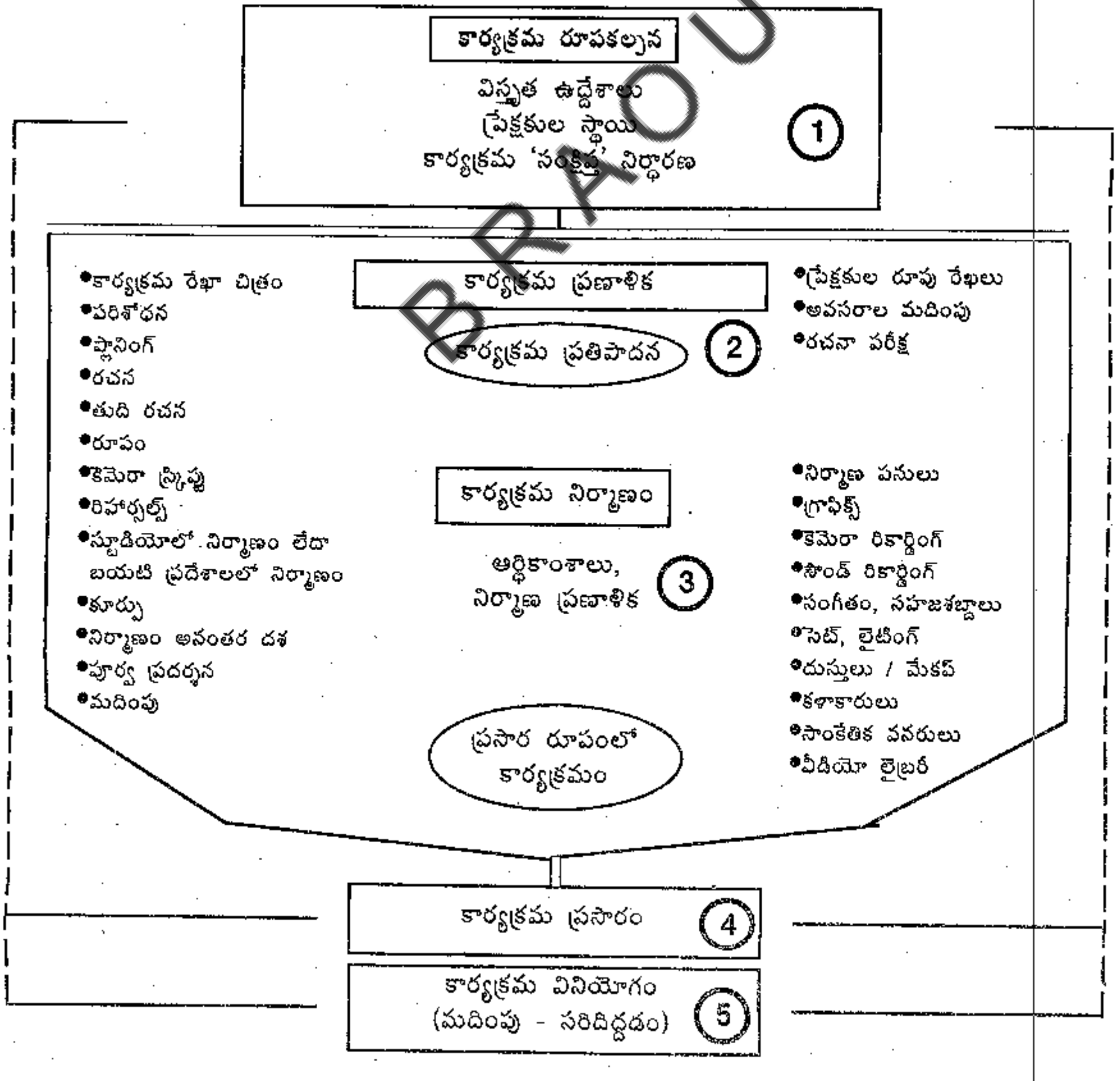
BRAOU

వేయడం, కార్యక్రమాల్ని ఏ పంథాలో రూపొందించాలి అనేది నిర్ణయించడం వంటివి కనిపిస్తాయి. అనుగుణంగా స్క్రిప్టు రాయడం కూడా ఈ దశలోనే ఊపిరి పోసుకుంటుంది.

నిర్మాణం దశ టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో కీలకమైంది. ఈ దశలోనే బృందంలోని కళాకారులు, సాంకేతిక, తదితర సిబ్బంది అందరూ కలిసి ప్రత్యక్షంగా కృషి చేయవలసిన అవసరం ఉంటుంది. నిర్మాణం దశలోనే చాలామటుకు టెలివిజన్ పరిభాష వినియోగం కన్పిస్తుంది. కాబట్టి నిర్మాత/నిర్దేశకుడి పాత్ర ఈ దశలో సంక్లిష్టమైనది, అతి కీలకమైంది.

టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో నిర్మాణానంతర దశ సాధారణంగా బయటి ప్రదేశాలలో నిర్మించి తెచ్చిన వాటికే వర్తిస్తుంది. ఎందుకంటే స్టూడియో నిర్మాణంలో రూపొందే టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు అన్ని హంగులతో, అన్ని ఏర్పాట్లతో ఒకేసారి జరగవలసి ఉంటుంది. కాబట్టి నిర్మాణం అనంతర దశలో అవకాశం-అవసరం రెండూ పెద్దగా కన్పించవు. కానీ ఆచరణలో స్టూడియోలో నిర్మించిన కార్యక్రమాలను సైతం ఎడిట్ చేయడం తరచూ చూస్తూనే ఉంటాం. బయటి ప్రదేశాలలో రూపొందించిన టెలివిజన్ కార్యక్రమాల్ని నిర్ణయించిన రూపంలో పెట్టదలచుకున్నపుడు కూర్పు అవసరం. కూర్పు దశలోనే సంగీతం, సహజశబ్దాలు, శబ్దాలు, గ్రాఫిక్స్ వంటివి అవసరమైన చోట జోడించి కార్యక్రమ రూపకల్పన పూర్తి చేస్తారు. కార్యక్రమమంతా పూర్తయిన తర్వాత ఒకసారి పరిశీలించి ప్రసార వినియోగానికి అనువుగా వుందో లేదోనని మదింపు వేస్తారు. మదింపు ఆధారంగా అవసరమైన చోట్ల కొన్ని సమయాలలో కొద్దిపాటి మార్పులు చేయవలసి రావచ్చు. చేస్తారు కూడా.

టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియను ఈ క్రింది చిత్రంలో చూపిన విధంగా ప్రస్తావిస్తారు.



BRAOU

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ దశలు ఏవి?

'నిర్మాణ అనంతర దశలో' చేపట్టే పనులు ఏవి?

BRAOU

4.3 రచనాంశాలు

రేడియో, టెలివిజన్‌లకు రాయడం ఒక కళ. టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు దృశ్యానికి సంబంధించి భావాన్ని సరిగా చెప్పే ప్రయత్నం చేయాలి. అదే రేడియోకు రాసేటప్పుడు మాత్రం తాను కోరుకున్న భావనను (image) శ్రోతలు ఊహించుకోగలిగేలా రచయిత రాయాలి. రేడియోకూ, టెలివిజన్‌కూ రాయడంలో కొన్నిసారూప్యాలు ఉన్నాయి. కొన్ని వైరుధ్యాలూ ఉన్నాయి. అంశాలన్నీ విపులంగా రేడియో, టెలివిజన్‌లకు రాయడం కోసం ఉద్దేశించిన భాగాలలో ప్రత్యేకించి వివరించాం. ఆ భాగాలను కూడా ఒకసారి చదవండి.

ఈ రెండు మాధ్యమాలకు స్క్రిప్టు రాయటంలో ఉండే ఒకటి రెండు లక్షణాలను మాత్రం గుర్తించవలసిన అవసరం ఉంది. సాధారణంగా రేడియోకు స్క్రిప్టు రాయడం నిర్మాణానికి ముందే జరగాలి.కాని టెలివిజన్ విషయంలో అన్ని సందర్భాలలో ఇది వర్తించదు. స్క్రిప్టు రాయటం, మార్చడం వంటివి అన్ని దశలలోనూ విస్తరించి కన్పిస్తుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణం, కూర్పు పూర్తయిన తర్వాత కూడా స్క్రిప్టు రాస్తారు. డాక్యుమెంటరీల రూపకల్పనలో ఇది సర్వసాధారణం.

రేడియో కార్యక్రమాల విషయంలో స్క్రిప్టు, ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టు ఇంచుమించు ఒకటే. టెలివిజన్ విషయంలో రెండు వేరు. టెలివిజన్ తొలిదశ స్క్రిప్టు కార్యక్రమంలో చర్చించే అంశాల్నీ సూత్రప్రాయంగా వివరిస్తుంది. ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టులో, స్క్రిప్టులో ప్రస్తావించే అంశాలకి దృశ్య కల్పన (Picturization), శ్రవ్యాన్ని (Voice Sound effets) సూచించడం చేస్తారు. శ్రవ్య దృశ్య అంశాల మేళవింపులో సమతౌల్యం పొందడానికే స్క్రిప్టు మారుతూ వస్తుంది. టెలివిజన్ స్క్రిప్టు రచనకుండే సహజగుణం ఇది.

దృశ్యకల్పన ప్రక్రియ టెలివిజన్ స్క్రిప్టు రచనలో ప్రధానమైన అంతర్భాగం. ఏ అంశానికి ఏ దృశ్యం ఉండాలి. దృశ్యం ఏ తీరులో ఉండాలి అన్న ది వివరిస్తుంది. నిజానికిది, సృజనాత్మక ప్రక్రియ. కార్యక్రమానికి ఒక రూపాన్ని, ఒక రూపకల్పనను ఇస్తుంది. కార్యక్రమం 'మొదట' నుంచి 'ముగింపు' వరకు స్పష్టంగా కన్పిస్తుంది. దృశ్యాల మేళవింపులో ఉండే సాధనాల్ని పరిగణనలోనికి తీసుకుంటుంది. ఇక్కడ దృశ్యాల్ని షాట్‌లుగా విభజిస్తారు. 'షాట్' టెలివిజన్ భాషలో ప్రాథమిక భాగం. టెలివిజన్ పరిభాషకు ఒక విధంగా కొలమానం. ఈ ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టు రూపకల్పనకు షాట్‌లను, సీన్‌లనుకలిపి స్టోరీ బోర్డు రూపంలో ఉంచుతారు. స్టోరీ బోర్డులో కాగితం నిలువుని రెండు భాగాలుగా విభజన చేస్తారు. ఎడమవైపు నిలువు భాగంలో దృశ్య కల్పనకు కేటాయిస్తారు. 'కుడివైపు' - సంభాషణలు, సంగీతం, సహజ శబ్దాల వంటి వాటిని సూచిస్తారు. అంటే శ్రవ్య, దృశ్య అంశాల మధ్య కల బంధాన్ని 'స్టోరీ బోర్డ్' స్పష్టం చేస్తుంది.

స్టోరీ బోర్డు ఎడమవైపు భాగంలో స్క్రిప్టుకు అనువైన విధంగా దృశ్య వివరణ కోసం షాట్‌ని యూనిట్‌గా తీసుకొంటారు. దృశ్యకల్పన చేస్తారు. షాట్ పరిమాణాన్ని, సంఘటనని వర్గీకరిస్తారు. రచనకు ఈ విధమైన వర్గీకరణలోనే టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ఒక పరిభాష ద్వారా చేపట్టారు. షాట్ పరిమాణం (Shot Size), క్రమం (Sequence), సంయోజనం/సంఘటనం (Composition) అనే మూడు కీలకాంశాలు టెలివిజన్ పరిభాషకు జీవం పోశాయి.

అభ్యాసం

'స్టోరీ బోర్డ్' ప్రాధాన్యం ఏమిటి?

4.4 ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం - పరిభాష

ప్రసార మాధ్యమాలు త్వరితగతిన విస్తరిస్తున్న తరుణంలో రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాషకు ప్రాధాన్యం ఏర్పడింది. కార్యక్రమ రూపకల్పన బృందాలలో వుండే విభిన్న నైపుణ్యాలు కల వ్యక్తుల మధ్య సరైన అవగాహనకు అర్థమయ్యే భాష అంటూ ఒకటి ఉండాలి. ఆ భాషను బృందంలోని నిర్దేశకుడు, కళాకారుడు, సాంకేతిక సిబ్బంది, ఇతర సహాయ సిబ్బంది ఒకరి నుంచి ఒకరు కార్యక్రమ అవసరాల్ని అర్థం చేసుకునేందుకు దోహదపడాలి. అలాగే

BRAOU

ఒక భాష నుండి మరో భాషకు మార్చే కార్యక్రమాల విషయంలో దృశ్య స్ఫూర్తిని అర్థం చేసుకోవటానికి ఒక పరిభాషంటూ ఉండాలి. టెలివిజన్ ప్రధానంగా దృశ్యమాధ్యమం. ఈ దృశ్య మాధ్యమంలోనే శ్రవ్య మాధ్యమం అంతర్లీన మాధ్యమం. రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణంలో వాడే పరిభాష పరిమితి, బృందంలో ఉండే సభ్యుల సంఖ్య తక్కువ. ఈ కారణాల వల్ల రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణానికి పరిభాషంటూ ఉన్నా పెద్దగా వాడుకలోకి రాలేదు. టెలివిజన్ పరిభాషలో దృశ్య మాధ్యమానికి చెందిన పరిభాషాంశాలు ఉన్నాయి. కనుకనే టెలివిజన్ పరిభాషను రేడియో టెలివిజన్ పరిభాషగా విస్తృత పరిధిలో ప్రస్తావించడంతో తప్పుపట్టకూడదు.

4.4.1 రేడియో

రేడియోకి స్క్రిప్టు రాయడం, రేడియో కార్యక్రమ నిర్మాణంలోని వివిధ దశల్ని చర్చించుకున్నాం. శ్రవ్య మాధ్యమంలో ప్రధానంగా ప్రస్తావనకు వచ్చేవి - సంగీతం, సహజ శబ్దాలు, సౌండ్ ఎఫెక్ట్సు. కార్యక్రమంలో వీటిని సూచించేందుకు ప్రత్యేకించి పరిభాషంటూ ఏదీ రూపొందలేదు. నిర్మాత/నిర్దేశకుడు సానుకూలతను బట్టి తనకి, తనతోపాటు కార్యక్రమంలో కృషి చేసే సహసిబ్బందికి అర్థమయ్యే రీతిలో రాసుకోవటం. సాధారణంగా చేస్తారు. కొందరు నిర్మాతలు/నిర్దేశకులు అంశాలను సూచించటానికి పెట్టే గుర్తులు, చిహ్నాలు మన అనుభవంలోకి వచ్చిన విషయమే. దీని వినియోగం పరిమితమైంది. సార్వజనీనతను పొందలేదు. ఒక అవగాహన మాత్రం ఏర్పరచుకోగలిగింది. రేడియో నాటకం వంటి వాటి రూపకల్పనలో మాత్రం స్క్రిప్టులో కళాకారులకు కావల్సిన సూచన లిస్తారు. నాటకంలో పాల్గొనే బృందం సభ్యుల, కళాకారుల సంఖ్య అధికం కావడం దీనికి ప్రధాన కారణం. నిర్మాణ దశలో అవసరమైన సందర్భాల్లో నిర్దేశకుడు ఈ విధంగా చేస్తే బాగుంటుందని తనోసారి చేసి చూపిస్తాడు. రేడియో స్వర మాధ్యమం కావటం వల్ల చెప్పదలచుకున్న భావాన్ని, భావాల్ని స్వరమే చెప్పాల్సిరావడం దీన్ని పురికొల్పుతుంది.

4.4.2 టెలివిజన్

టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో పాల్గొనే నిర్మాతకు/నిర్దేశకులకు ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యాలు అవసరం. ఈ నైపుణ్యాల్లో (skills) కీలకమైంది - టెలివిజన్ పరిభాష పట్ల శ్రద్ధ, అవగాహన. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో అవసరమైన సాధారణ అవసరాల్ని (needs), పద్ధతుల్ని (methods), ప్రక్రియల్ని (process) విశదీకరించే విధంగా పరిభాష తోడ్పడుతుంది.

షాట్ అనేది టెలివిజన్ పరిభాషలో సూక్ష్మస్థాయి, దృశ్య భాగం (visual unit), వివిధ పరిమాణాల్లో ఉండే షాట్‌లను టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో చూస్తాం. షాట్ పరిమాణం అనేది కెమెరా ఫోకల్ లెన్స్, కెమెరాకు వస్తువుకు మధ్యగా ఉండే దూరం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. షాట్‌లు పలురకాలు. మానవ ఆకారాన్ని పరిగణనలోకి తీసుకుని వీటిని వర్గీకరించారు. టెలివిజన్ పరిభాషలో ప్రధానంగా ఐదు షాట్‌లు కన్పిస్తాయి.

(1) క్లోజప్ Close-Up (CU) - భుజాలనుంచి, తలపై భాగానికి మధ్యన ఉండే షాట్ పరిమాణం 'క్లోజప్'.

(2) మీడియం క్లోజప్ Medium Closeup (MCU) - ఛాతీ భాగపు షాట్‌గా ఇది తలపై భాగాన్నుంచి మోచేతి భాగాల మధ్యన ఉండే షాట్ పరిమాణం 'మీడియం క్లోజప్'.

(3) మీడియం షాట్ Medium Shot (MS) - మిడ్ షాట్ (Mid Shot) అని కూడా అంటారు. షాట్ పరిమాణం నడుం వరకు ఉంటుంది. కాబట్టి 'వెయిస్ట్ షాట్' (Waist Shot) అని కూడా అంటారు. నడుం పై భాగం ఈ షాట్‌లో కన్పిస్తుంది. ఈ మీడియం షాట్‌లో విషయం (Subject), బాక్ గ్రౌండ్ (back-

BRAOU

		ground) సరిసమానంగా దృశ్యబంధన భాగాన్ని (Shot frame) పంచుకుంటాయి.
(4)	మీడియం లాంగ్ షాట్ Medium Long Shot (MLS)	'నీషాట్' (Knee Shot) అనీ అంటారు. షాట్ పరిమాణం మోకాలి పై భాగం నుంచి తలపై భాగం వరకు. ఈ షాట్ పరిమాణంలో బాక్ గ్రౌండ్ (background) అధికం.
(5)	లాంగ్ షాట్ Long Shot (LS)	దృశ్య బంధనం (picture frame) లోని నిలువు ఎత్తులో మూడు భాగాల్ని ఆక్రమించే షాట్ 'లాంగ్ షాట్'.

ఈ అయిదు టెలివిజన్ షాట్‌లు ప్రధానమైనవి. అయినా షాట్ పరిమాణంలో వైవిధ్యాన్ని, తేడాల్ని బట్టి టెలివిజన్ నిర్మాతలు/నిర్దేశకులు వాటిని ఆయా ప్రాథమిక షాట్‌కు దగ్గరగా వుండే పేరుతో అనుసంధానం చేసి పెద్ద, చిన్న, మరీ చిన్న వంటి విశ్లేషణాల్ని చేర్చి పిలుస్తారు. ఉదాహరణకు - వెరీ లాంగ్ షాట్ (Very Long Shot), బిగ్ క్లోజప్ (Big Closeup), బ్లోఅప్ (Blow up), సింగిల్ షాట్ (Single Shot), టూ షాట్ (Two Shot), త్రీ షాట్ (Three Shot), క్రౌడ్ షాట్ (Crowd Shot) వంటివి.

ఈ షాట్‌లనుకలుపటానికి, కదలికలను సూచించటానికి, కదలికల మధ్య ఉండే సంబంధాల్ని వివరించటానికి, చాలా సందర్భాలలో కెమెరా కదలికలు అవసరమౌతాయి. కొన్ని సార్లు కెమెరా చర్యను (Action) మరికొన్ని సార్లు ప్రతిచర్యను (Reaction) అనుసరిస్తాయి. కొన్ని సార్లు ఎదుర్కొంటాయి. కొన్ని సార్లు వెనక్కి తగ్గుతాయి. ఈ సందర్భాలలో కెమెరా కదలికలు తప్పనిసరి. ఈ కదలికల్ని వర్ణించటానికి టెలివిజన్ తనకంటూ ఒక పరిభాషను ఏర్పరుచుకొంది. ఆ పరిభాషలో ప్రధానంగా కనిపించే పదజాలం కట్ (cut), డిజాల్వ్ (dissolve), సూపర్ (super), వైప్ (wipe), పాన్ (pan), టిల్ట్ (tilt), క్రాబ్ (crab), ట్రక్ (truck), డాలీ (dolly), క్రేన్ (crane), జూమ్ (zoom) వంటివి. కదలిక నైజాన్ని బట్టి, ఆ కదలిక కుండే అనువర్తనా పరిధి ఆధారంగా షాట్ విధానాన్ని వివరిస్తారు. ఒక్కొక్క కదలిక ఒకటిగాని అంతకంటే ఎక్కువగాని సమయం-సందర్భాల్ని సూచిస్తాయి. ఉదాహరణకు సమయాన్ని, స్థలంలో మార్పును సూచించటానికి కట్ (cut)ను వాడినట్లే, ఒకే సమయంలో రెండు, మూడు సంఘటనల్ని వివరించే ప్రయత్నం సూపర్ (super) చేయగలదు. డిజాల్వ్ (dissovle)లో నయితే ఒక క్రమరీతి మార్పును దృశ్యంలో చూపగలం. ఇలా ప్రతీ పదానికీ టెలివిజన్ పరిభాషలో విస్తృతమైన అవకాశాలు కన్పిస్తాయి. పరిమితమైన అనువర్తనలూ ఉంటాయి.

టెలివిజన్ అంటే శ్రవ్య దృశ్య రూపమని ఇంతకు ముందే తెలుసుకున్నాం. సమాచారాన్ని ప్రధానంగా చేరవేసేదే దృశ్యమని అర్థం చేసుకున్నాం. కాబట్టే టెలివిజన్ కార్యక్రమం ఏదైనా నాణ్యంగా ఉండాలంటే, విభిన్న దృశ్యాలు వాటి దృశ్యీకరణ, కూర్పులలోని నాణ్యతను బట్టే ఉంటుంది. నిజానికి టెలివిజన్ పరిభాష దృశ్య సంఘటన (picture composition), దృశ్యం ఎంపిక (picture selection), దృశ్యం క్రమం అమరిక (picture arrangement) వంటి సూత్రాల మీదే ఆధారపడి ఉంటుంది. ఈ మూడు ప్రధాన సూత్రాలు టెలివిజన్ తెరను (Television Screen) దృష్టిలో ఉంచుకొని చేస్తారు. ఈ కారణంగానే టెలివిజన్ పరిభాషగా ఇది పేరు పొందింది. షాట్ పరిమాణాల్ని మారుస్తూ, సరిచేస్తూ అర్థవంతమైన, ఆసక్తికరమైన షాట్‌లను ఇవ్వగలిగే నైపుణ్యం కెమెరా మెన్‌కి ఉండాలి. కెమెరా కదలికల్ని, కెమెరాను ఉంచవలసిన ఎత్తు, వాడవలసిన ఇతర అనుబంధాలు, పద్ధతులు అతనికి అందుబాటులో ఉన్నప్పుడే, వాటిని సరిగా నిర్వహించగలిగినపుడే ఈ పని చేయగలడు.

BRAOU

ఒక షాట్‌ని సంఘటిత పరచటానికి (composition) ఒక ధ్యేయం అంటూ వుంది. మనుషుల్ని, స్థలాల్ని, వస్తువుల్ని, సందర్భాల్ని, సంఘటనల్ని సాధ్యమైనంత స్పష్టంగా, కళాత్మకంగా చూపించడమే ఈ ధ్యేయం. చక్కటి దృశ్య సంఘటన చూపరులనిట్టే ఆకట్టుకుంటుంది. ఈ ప్రక్రియలో మూడు అంశాల్ని ప్రధానంగా పరిగణిస్తారు. అవి - స్క్రీన్ ఏరియాని (Screen Area) సరిగా నిర్వహించడం, స్క్రీన్ డెప్త్ (Screen depth)ని సృష్టించడం. స్క్రీన్ మోషన్ (Screen motion)ని నిర్వహించడం. ఈ సందర్భంగానే టెలివిజన్ పరిభాషలో కొన్ని పదబంధాలు, పదాలు వాడటం కనిపిస్తుంది. వాటిలో కొన్ని హెడ్ రూమ్ (Head-room), లుకింగ్ రూమ్ (Looking-room), వాకింగ్ రూమ్ (Walking-room), వంటివి స్క్రీన్ ఏరియాలోకి వస్తే, ఫోర్ గ్రౌండ్ (fore-ground), బాక్ గ్రౌండ్ (back ground) వంటివి స్క్రీన్ డెప్త్ లోకి వస్తాయి. కటింగ్ జాయింట్స్ (cutting joints), పొజిషన్ కెమెరా ఆన్ గ్రాఫిక్స్ (Position Camera on Graphics) వంటివి స్క్రీన్ మోషన్ లోనివి.

ప్రేక్షకుడు ఎప్పుడూ కళాత్మకంగానూ, ఆసక్తికరంగానూ, సమతౌల్యంలో ఉండే దృశ్యాన్ని తెరమీద వెదుకుతాడు. టెలివిజన్ తెర చిన్నది కావడం వల్ల చిన్న చిన్న వివరాల్ని చూపడం సాధ్యపడదు. కాబట్టి స్పష్టమైన, అందమైన, సమతౌల్యంతో కూడుకున్న, అర్థవంతమైన దృశ్యాల్ని చూపించాలన్నదే టెలివిజన్ పరిభాష ప్రధాన ఉద్దేశం. కనుకనే టెలివిజన్ పరిభాషసార్వజనీనతను పొందగలిగింది.

అభ్యాసం

'పరిభాష' అవసరం ఏమిటి?

BRAOU

టెలివిజన్ పరిభాషలో 'ఐదుషాట్'లు ఏవి?

కెమెరా కదలికల ఆధారంగా వాడే పరిభాషలో నాలుగైదు పదాలు వివరించండి.

4.5 నిర్మాత/నిర్దేశకుడి పాత్ర

రేడియో, టెలివిజన్ నిర్మాణంలో నిర్మాత/నిర్దేశకుడి పాత్ర కీలకమైంది. బృందం సభ్యుల్ని అందర్నీ తన చిత్రీకరణ భావనని అర్థం చేసుకొనేలా చేయవలసిన బాధ్యత అతని మీద ఉంటుంది. దృశ్యీకరించడం, ఫోటోల ఎంపిక, దృశ్యాల అమరిక వంటి వాటిని ఒక క్రమ పద్ధతిలో అర్థవంతంగా, ప్రణాళికాబద్ధంగా చేయగలిగినప్పుడే ఇది సాధ్యపడుతుంది. దీనికంటూ ఒక పరిభాష అవసరమౌతుంది. పరిభాష అంటూ లేకపోతే తన భావనని బృందంలోని ఇతర సభ్యులకు చేరవేయలేడు. ప్రేక్షకుడికి నచ్చేలా కార్యక్రమాన్ని రూపొందించడం సాధ్యపడదు. షాట్ల పరిమాణం గాని, రూపురేఖలు గాని, కెమెరా కదలిక సరళిగాని, దృశ్యాల కూర్పుగాని, వాటికంటూ ఒక పరిధి, విస్తరణ ఉన్నాయి. కాబట్టి టెలివిజన్ పరిభాషలో వాటికుండే అర్థాన్ని ప్రేక్షకులకు చేరవేయవలసిన బాధ్యత నిర్మాత/నిర్దేశకునిదే. ఈ బాధ్యత నిర్మాతకు/నిర్దేశకునికి టెలివిజన్ పరిభాషను నేర్చుకోవలసిన అవసరాన్ని సూచిస్తుంది, నిర్దేశిస్తుంది.

అభ్యాసం

నిర్మాత "నిర్దేశకుడి పాత్ర రేడియో టెలివిజన్ నిర్మాణాల్లో తప్పని సరి" అనే అంశాన్ని నిరూపించండి.

BRAOU

4.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

- రేడియో, టెలివిజన్ పరిభాషను క్లుప్తంగా తెల్సుకున్నాం - రేడియో, టెలివిజన్ తమకంటూ ఒక పరిభాషను ఏర్పరుచుకోగలిగాయి. టెలివిజన్ విషయంలో పరిభాషకు సార్వజనీనత లభించింది.

- పరిభాష టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణం వివిధ దశల్లో వాడతారు. అధికభాగం నిర్మాణదశలో బృందం సభ్యుల మధ్య కొనసాగే మౌనభాషగా గుర్తిస్తాం.
- ప్లానింగ్, నిర్మాణానికి ఏర్పాట్లు, నిర్మాణం, నిర్మాణ అనంతర దశలను తెల్సుకున్నాం. స్టోరీబోర్డ్ ప్రాధాన్యాన్ని గ్రహించాం, నిర్మాణాన్ని ప్రస్తావించాం.
- టెలివిజన కార్యక్రమ నిర్మాణంలో దృశ్యభాగం (visual unit) ప్రాథమిక అంశం. దీని ఆధారంగానే పరిభాష రూపుదిద్దుకొంది.
- షాట్ పరిమాణాల్ని వర్గీకరించాం. క్లోజప్, మీడియం క్లోజప్, మీడియం షాట్, మీడియం లాంగ్ షాట్, లాంగ్ షాట్‌లను చెప్పుకున్నాం.
- టెలివిజన్ పరిభాషలో కెమెరా కదలికలు తమకంటూ ఒక పరిభాషను పొందాయి. వివిధ రకాల కదలికలు పరిభాషాపరంగా ఉంటాయి.
- దృశ్య సంఘటనం, దృశ్యం ఎంపిక, దృశ్యం అమరిక వంటివి కూడ టెలివిజన్ పరిభాషకు ఊపిరి పోశాయి.
- పరిభాష ప్రధానోద్దేశం కార్యక్రమానికి కళాత్మక విలువల్ని, నాణ్యతను ఇవ్వడమే. ఈ దిశగా నిర్మాత/నిర్దేశకుడి పాత్రను గుర్తించాం.

4.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. 'టెలివిజన్ పరిభాష'ను షాట్‌లు, కెమెరా కదలికల ఆధారంగా ప్రస్తావించండి.
2. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విషయంలో 'పరిభాష' అవసరాన్ని, అవకాశాల్ని చర్చించండి.

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. 'షాట్' అంటే అర్థం - ప్రధాన షాట్‌ల వర్గీకరణం.
2. పరిభాష ను వాడడంలో నిర్దేశకుడి పాత్ర.

BRAOU

BRAOU

భాగం 5 రేడియోకు రాయడం

విషయ క్రమం

5.0 ఉద్దేశం

5.1 ప్రవేశిక

5.2 రచనలో తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు

5.3 రేడియోకు రాయడం ఎలా?

అభ్యాసం

5.3.1 మౌలికాంశాలు

5.3.2 మెళకువలు

అభ్యాసం

5.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

5.5 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

5.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత ఈ కింది అంశాలను వివరించగలుగుతారు:

- రేడియోకు రాయడంలో తెలుసుకోవల్సిన మౌలికాంశాలు
- రాయడంలో చూపవలసిన మెళుకువలు

BRAOU

5.1 ప్రవేశిక

రేడియో ప్రసారాలకు రాయడంలో ప్రధానంగా తెలుసుకోవలసిన మౌలికాంశాలు కొన్ని ఉన్నాయి. అట్లాగే తీసుకోవల్సిన జాగ్రత్తలున్నాయి. రేడియో శ్రవ్యమాధ్యమం, ఈ శ్రవ్య మాధ్యమానికి రాయడంలో ఎదుర్కొనే చిక్కులున్నాయి. చూపవలసిన మెళకువలున్నాయి. మాట్లాడే భాష ప్రధాన లక్షణాలను దృష్టిలో ఉంచుకొని రాయవలసి ఉంటుంది.

5.2 రచనలో తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు

రేడియోకు రాయడంలో రచయిత గమనించాల్సిన అంశాలు ఇవి :

పత్రికలకు, రేడియోకు రాయడంలో తేడా

చదువురాని వారికి కూడా రేడియో ఉపయోగం

రేడియోలో వాడే భాష ఎలా వుండాలి?

శైలి విషయంలో పాటించవలసిన మెళకువలు

శ్రోతను దృష్టిలో పెట్టుకొని రాయడం

పాండిత్య ప్రకర్షకు అవకాశాన్నివ్వక పోవడం

స్పష్టత, సంక్షిప్తత గుర్తుపెట్టుకోవడం

ఆత్మీయంగా చెప్పగలగడం

ఈ అంశాలను గూర్చి ప్రధానంగా తెలుసుకొందాం.

5.3 రేడియోకు రాయడం ఎలా?

రేడియో, చలనచిత్రాలు, టెలివిజన్‌లకు రాయడంలో కొన్ని సారూప్యాలు, మరికొన్ని వైవిధ్యాలు ఉన్నాయి

రేడియో రచనలో వినడానికే ప్రాధాన్యం. రాసే భాషకు భిన్నంగా రేడియో భాష ఉంటుంది. రచయితకు ప్రసార మాధ్యమాలకున్న అవకాశాలు, పరిధుల పట్ల అవగాహన ఉండాలి. రాసినది కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియకు అనువుగా ఉండాలి. వివిధ కార్యక్రమరూపాలకు రాసే విధానం వేరు ఈ అంశాలన్నింటిని దృష్టిలో ఉంచుకొని రేడియోకు రాయడం ఎలా అని ఆలోచించినప్పుడు కొన్ని మౌలికాంశాలు, మరికొన్ని మెళకువలు కన్పిస్తాయి.

5.3.1 మౌలికాంశాలు

రేడియో కేవలం ధ్వని ప్రధానమైంది. శ్రవ్య మాధ్యమానికి చెందినది. కేవలం వినేందుకు మాత్రమే వీలవుతుంది. నిరక్షరాస్యులు కూడా రేడియో ప్రసారాలను విని ఆనందించగలరు. రేడియో కెలా రాయాలి అనేది ఆలోచించే ముందు రేడియో ప్రత్యేకత తెలుసుకోవాలి.

గ్రామీణ ప్రాంతాల్లో భారతదేశ జనాభా 74 శాతం మంది జీవిస్తున్నారు. వారిలో అక్షరాస్యులు తక్కువ.రేడియో ప్రసారాలు 96 శాతం మంది ప్రజలకు అందుబాటులో ఉన్నాయి. ఆ ప్రత్యేకతలను మనస్సులో పెట్టుకొని రాయాలి. రేడియోలో ప్రవచనశాఖ (Spoken Word Section) ఉంది.

సాధారణంగా పత్రికలకు రాయడం అలవాటు గాబట్టి రేడియోకు కూడా అదే ధోరణిలో రాస్తారు. ఆకాశవాణిలో ప్రసారమయ్యే ప్రసంగాలు చాలా వరకు ఇదే ధోరణిలో కొనసాగుతాయి. పత్రికల్లో వ్యాసాలు మళ్ళీ మళ్ళీ చదువుకోవచ్చు. రేడియోలో ప్రసారం జరుగుతుంటే మనం వింటాం. జటిలమైన వాక్యాలు అర్థం గాని భావాలు ఉంటే పత్రిక మళ్ళీ తిరగేయవచ్చు జలపాతంలా సాగిపోయే ప్రసంగాన్ని మళ్ళీ వెనక్కి మళ్ళించలేం. అస్పష్టంగా ఉంటే ప్రసారాన్ని మళ్ళీ వినడం కుదరదు. ఒకసారి వినగానే ఆ మాటలు అర్థం అయ్యేంత సులభంగా ఉండాలి. సుదీర్ఘ సమాసాలు, పొడుగాటి వాక్యాలు పనికి రావు. పాండిత్య ప్రకర్షను ప్రదర్శించే అలంకార ప్రాయమైన భాష పనికిరాదు. భాషా పటిమను తెలియచేసే అనుప్రాసాలంకారాలు వాడవద్దు. అచ్చు కోసం రాసే వ్యాసంలో అయితేయివన్నీ పనికొస్తాయి. రచయిత గొప్పతనాన్ని చాటిచెబుతాయి. రేడియోలో ఇది కుదరదు.

ఒకరితో ఒకరు మాట్లాడుకొంటే ఎలా ఉంటుందో రేడియోకు అలా రాయాలి. అది సహజమైన భాషలో ఉండాలి. కృత్రిమంగా ఉండకూడదు. శ్రోత వెంటనే ఆకర్షితుడు కావాలి. లేకుంటే రేడియో కట్టేస్తాడు. ఇద్దరు మిత్రులు ఇంట్లో కూచొని మాట్లాడుకుంటే ఎలా వుంటుందో పరిశీలించండి. ఆ ధోరణిలో రాయడానికి ప్రయత్నించండి.

BRAOU

రేడియోలో పని చేసే అధికారులు తమకు రాసే ప్రతులు ప్రత్యేకంగా ఉండాలని ప్రసంగకర్తలని, రచయితలను కోరుతారు. అందులో భాష విషయంలో ప్రత్యేక శ్రద్ధ చూపించాలి. ఉదా: 'పైన చెప్పిన విధంగా' ,'కింద చెప్పిన విధంగా' అనే పదాలు పత్రికల్లో పనికొస్తాయి. రేడియోలో ఇదే భావం కోసం యింతకు ముందు చెప్పినట్లు అనాలి. ఇలాంటి అతి సూక్ష్మ విషయాలను కూడా గుర్తుంచుకోవాలి. కేవలం వాడుక భాషలో రాస్తే రేడియో ప్రసంగం అనిపించుకోదు. మాట్లాడేభాష రాయాలి.

మాట్లాడే భాష

ప్రసంగాన్ని విన్న తర్వాత శ్రోత వెనక్కు వెళ్ళి ఆలోచిస్తే ఏదైనా కొంచెమైనా గుర్తుండాలి. రేడియోలో ప్రసంగం కొనసాగుతున్నప్పుడు శ్రోత దృష్టి ప్రసంగం మీద ఉంటుంది. ఏం మాట్లాడుతున్నాడో శ్రద్ధగా ఆలకిస్తాడు. ఏదైనా ప్రముఖ విషయం చెవిన పడకుండా పోతుందనే ఉద్దేశంతో శ్రోత అతి జాగ్రత్తగా వింటాడు. ప్రసంగం అయిన తర్వాత దాంట్లో సొగసుల్ని గురించి ఆలోచన మొదలవుతుంది. ఒక్కసారి వెనక్కి వెళ్ళి ఏ విషయాన్ని గూర్చి ప్రధానంగా చెప్పాడు. మనస్సులో ఏది గాఢంగా నాటుకొంది. మనః ఫలకంపై నిలిచిన భావచిత్రాలు ఏవి? మొత్తం మీద ఆకార్యక్రమం ఎలా ఉంది - అనే విషయం ఆలోచిస్తాడు.

ఆ కార్యక్రమం ప్రసంగమా? నాటకమా? పరిచయమా? రూపకమా? లేక మరొక కార్యక్రమమా అనే విషయం స్పష్టం కావాలి. రేడియో కార్యక్రమం స్మరణీయంగా రాయడంలోనే విశేషం వుంది. కొంతకాలం పాటు కార్యక్రమం శ్రోత మనస్సులో చెరగని ముద్ర వేయగలగాలి.

ఇది ఎలాంటిదంటే ఒక ఉదాహరణ చెప్తే గుర్తుకొస్తుంది. ఒక్కొక్కసారి జ్ఞాపకశక్తి పోటీలు పెడతారు. అందులో దాదాపు 20 వస్తువులు కొద్ది క్షణాలపాటు చూపించి మనల్ని రాయమంటారు. మనం దాదాపు 10 వస్తువుల పేర్లు కచ్చితంగా రాస్తాము. మిగతా నాలుగైదు కొంచెం ఆలోచిస్తే గుర్తుకొస్తాయి. ఇలాంటిదే రేడియో కార్యక్రమం. 15 నిముషాల కార్యక్రమం విన్న తర్వాత అందులో ప్రధాన విషయాలు నాలుగైదు గుర్తుకురావాలి. లేకపోతే ఆ కార్యక్రమం వృథా. శ్రోత విలువైన కాలం వృథా చేసినట్లే. ఈ సిద్ధాంతం దృష్టిలో పెట్టుకొని రాత మొదలెట్టాలి.

రేడియోకు రాయడంలో ప్రధానంగా గుర్తుంచుకోవల్సింది ఎంతవరకు శ్రోత జ్ఞాపకం పెట్టుకోగలడు? అనే విషయం. ఇందులో రెండు అంశాలు ఉన్నాయి. వ్యక్తి మానసిక తత్వం జ్ఞప్తికి తెచ్చుకొనే కారణాలు. అంతకు మించి శ్రద్ధాసక్తులు మరీ ముఖ్యం. పరధ్యానంగా ఏదో పనిచేసుకుంటూ ఉబుసుపోకకు వినే వారి సంగతి వేరు. వారికి చిత్ర సంగీతం చాలు ఏదో పని చేసుకుంటూ పాటలు వింటూ ఆనందంలో మునిగిపోతారు. అలా కాకుండా సీరియస్‌గా ఆలోచించే శ్రోతను దృష్టిలో పెట్టుకొని ప్రసారాల విషయం చర్చిద్దాం. మీకు సంగీతం బాగా తెలిసివుంటే కొత్త రాగం గుర్తు పట్టగలరు. దానికి తోడు శ్రద్ధాసక్తులు మరీ ముఖ్యం. మనకు శ్రద్ధ వున్న విషయాల పట్ల మరింత ఆసక్తి చూపుతాం. కొందరికి సంగీతం కొందరికి సాహిత్యం మరి కొందరికి నాటకాలు. ఇలా ఆయా వ్యక్తుల మానసిక స్థితి మీద ఆధారపడి ఉంటుంది.

జ్ఞాపకానికి తెచ్చుకోవడానికి ప్రధాన అంశాలు ఏవి? ఏ విషయాలు సులభంగా గుర్తుంటాయి. జానపద గాథలు విన్న వ్యక్తిని దానిలోని ప్రధాన కథ చెప్పమంటే తటాలున చెబుతాడు. కొంత కాల వ్యవధి తర్వాత అడిగితే కొన్ని ప్రధాన విషయాలు మాత్రమే చెప్పగలడు. శ్రోత ప్రసారంచేసే వ్యక్తి ఒకే స్థాయిలో ఆలోచించగల వ్యక్తులయితే పర్వాలేదు. అందరూ అలా వుండరు. రేడియో పండిత పామర జనులకు అందుబాటులో ఉండేది. అందువల్ల అందరికీ అందుబాటులో ఉండేలా రాయగలగాలి అదే నైపుణ్యం.

కొందరు కృత్రిమ భాషను వాడుతారు. అది కృతకంగా కేవలం అలంకార ప్రాయంగా కన్పిస్తుంది. శాస్త్ర విషయాలను గూర్చి ముచ్చటించేటప్పుడు కొన్ని సాంకేతిక పదాలను, భావాలను చెప్పవలసి రావచ్చు. దాన్ని కూడా సులభశైలిలో చెప్పగలగాలి. కనీసం ఆ కార్యక్రమం విన్న తర్వాత ఏదో ఒక్క విషయం శ్రోత మనస్సులో నిలిచిపోవాలి. ప్రసంగం, రూపకం, ఏదైనా ప్రక్రియ వాడండి. ఆ అంశంలో ప్రధాన కేంద్ర బిందువు ఏమిటో శ్రోత చెప్పగలగాలి.

మనకు బాగా గుర్తుండాలి అంటే వివరాలన్నీ క్షుణ్ణంగా ఇవ్వాలి. ఒక సినిమా చూసి వచ్చిన వ్యక్తిని 'సినిమా ఎలా వుంది' అని అడిగితే మామూలు ముక్కోణపు ప్రేమ వ్యవహారమే' అంటాడు. అంటే ఒక అబ్బాయి ఇద్దరు అమ్మాయిలు లేదా ఒక అమ్మాయి, ఇద్దరు అబ్బాయిలు వారి ప్రేమకథ. రేడియో కార్యక్రమం విన్న తర్వాత రేడియో వాళ్ళ ప్రభుత్వ ప్రచార కార్యక్రమంలో ఇదీ ఒక భాగమే అనుకొనే ప్రమాదం ఉంది. అందువల్ల ఆ కార్యక్రమంలోని ప్రధాన కేంద్ర బిందువును ప్రతిపాదించగలగాలి.

సామాన్యంగా మనం గుర్తుంచుకోలేని అంశాలు - గణాంక వివరాలు. గణాంక వివరాలు ఇవ్వాలనే తాపత్రయం చాలా మందిలో కనిపిస్తుంది. శాస్త్రవేత్తలు కూడా ఈ పొరపాటు చేస్తారు. కార్యక్రమం చేసినట్లు భావిస్తారు. ఇలా చేయడం వల్ల చెప్పదల్చుకున్న ప్రధానాంశం మరుగున పడిపోతుంది. ఈ పిట్టకథలకు ప్రాధాన్యం ఏర్పడుతుంది. కాబట్టి గణాంక వివరాల్ని చెప్పేటప్పుడు దగ్గరి సంఖ్యకు కుదించి చెప్పాలి.

అభ్యాసం

రేడియోకి రాయడంలో మౌలికాంశాలు తెలియజేయండి?

BRAOU

5.3.2 మెళకువలు

రేడియో భాష వ్యావహారికంలో ఉండాలి. అలాకాకపోతే పదగాంభీర్యం మాత్రమే మిగిలిపోతుంది. మాట్లాడేతీరులో రాయడం అలవాటు చేసుకోవాలి.

జటిల పద బంధాలు. సుదీర్ఘ సమాసాలు, 'బడు' ధాతువుతో కూడినప్రయోగాలు (అత్యవసరమైతే తప్ప) వదిలిపెట్టాలి.

ఆత్మీయంగా ఉండటానికి ప్రయత్నించాలి. ఉత్తమపురుషలో రాస్తే మంచిది. రేడియోలో మాట్లాడేటప్పుడు 'నేను' 'నాకు' అని స్వంత అనుభవాలు చెప్పినట్లుగా వుంటే మంచిది.

అధిక సమాచార భారంతో అసలు విషయం వెనక్కుపోకూడదు. శ్రోత కళ్ళ ఎదుట మాట్లాడే వ్యక్తి కనిపించడు. మాట్లాడిన విషయం మళ్ళీ వినాలంటే అతనికి అవకాశం లేదు. అందువల్ల శ్రోతకు మానసిక శ్రమ కల్గిన పక్షంలో అతడు వినడానికి ఉత్సాహం చూపడు.

రాయడంలో ఎక్కువ గణాంక వివరాలు గుప్పించవద్దు. ఉదా: 14,78 324 పధ్నాలుగు లక్షల డెబ్బై ఎనిమిది లక్షల మూడు వందలా ఇరవై నాలుగు అని చెప్పే బదులు దాదాపు పధ్నాలుగు లక్షలా డెబ్బై ఎనిమిది వేలు అని చెబితే చాలు. ఒక దానితో ఒకటి పోల్చి చెప్పవలసిన సందర్భంలో ఒక భావచిత్రాన్ని శ్రోతకు వ్యక్తీకరించగలిగితే చాలు.

అవసరమనుకొంటే ఏదైనా భావాన్ని పునరుక్తి చేస్తే తప్పులేదు. ఒకటి రెండు సార్లు చెప్పడం వల్ల శ్రోత మనసులో అది పదిలంగా నిలిచిపోయే అవకాశాలు అధికం.

సగటున నిముషానికి నూరు, నూట ఇరవై పదాలను రేడియోలో వాడవచ్చు. దాని కనుగుణంగా రాసె విషయాన్ని మలచుకోవాలి.

కాగితానికి ఒక పక్కనే రాయాలి. ఒక పేజీ నుండి మరొక పేజీకి రాత కొనసాగించవద్దు. ఏ పేజీ విషయం ఆ పేజీలో వాక్యంతో ముగిస్తే మంచిది. పేరా ముగింపు కుదిరితే మరీ మంచిది.

రాసే ప్రతిలో వీలున్నంత వరకు ఎక్కడ ఒత్తి పలకాలో ఎక్కడ విరామం ఇవ్వాలో గుర్తు రాసుకోవాలి.

రాయడానికి ఉపక్రమించే ముందు నాలుగు ప్రధాన విషయాలు గుర్తుంచుకోవాలి.

1. విషయం
2. రూపభేదం
3. నిర్మాణం
4. శైలి

విషయాన్ని ఎంపిక చేయడం సామాన్యంగా రేడియో వారు చేస్తారు. ఫలానా అంశంపై ప్రసంగమో, రూపకమో, నాటకమో కావాలని రాస్తారు. ఆ విషయం మన జీవితానుభవంలో నుండి ఎంచుకొన్నదైతే మరింత నైపుణ్యంగా రాయవచ్చు. మన జీవితంలో అసలు చూడని విషయాలను గూర్చి రాయడం శూన్యంలోంచి

సృష్టించడమే అవుతుంది. నిజ జీవితంలో చూసిన అనుభవాలు, జ్ఞాపకాలు చెప్పడం సులభం. కాబట్టి రచయిత చెవులు, కళ్ళు, నిరంతరం అన్వేషిస్తుండాలి. తాను చూసిన విన్న, అంశాలను రాసే సమయంలో అనుభవాల దొంతరలోంచి తీసి ఏర్చికూర్చి రాయడానికి సాధ్యమౌతుంది.

రూపభేదాన్ని ఎంచుకోవడం అంశాన్ని బట్టి ఉంటుంది. ఆ విషయం ప్రసంగానికి ఒదుగుతుందా రూపకానికి బాగుంటుందా? నాటకానికి మెరుగా అనే విషయం ఆలోచించాలి. ఇతి వృత్తాన్ని బట్టి రూపబేధం నిర్ణయించుకోవచ్చు. పర్యావరణ పరిరక్షణపై నాటకం కంటె రూపకంగాని ప్రసంగం కాని బాగుంటుంది. అందువల్ల రూపభేదాన్ని ఎంచుకోవడంలో జాగ్రత్త వహించాలి.

నిర్మాణం విషయంలో ప్రధానంగా రెండు అంశాలు గుర్తుంచుకోవాలి. సులభంగా చెప్పగలగడం, సులభ గ్రాహ్యమయ్యే రీతిలో వివరించడం. దీనికి తన దగ్గర వున్న విషయాన్ని ఒక క్రమంలో అమర్చుకోవాలి. సహేతుకంగా, లోకజ్ఞత గుర్తుపెట్టుకొని అనుభవాన్ని విప్పి చెప్పడం అవసరం. దానికి అపూర్వమైన విషయపరిజ్ఞానం విశేష గ్రంథ పఠనం దోహదం చేస్తాయి. సుదీర్ఘ వర్ణనలు, అనవసర విషయాల జోలికి పోకూడదు. అదొక శిల్ప సౌందర్యంగా భావించాలి. ముడికొయ్యగాని రాయి గాని తీసుకొని శిల్పంగా మలచడానికి ఎంత నైపుణ్యం, శక్తి, అవసరమో రేడియోకి రాయడానికి కూడా అంత అనుభవం అవసరం. వాక్యనిర్మాణం, విషయ వివరణ ప్రధానం. చక్కటి వాయిద్యాన్ని మీటితే ఎంత సొగసైన సంగీతం వినిపిస్తుందో అంతటి నిర్మాణకౌశలం అవసరం.

శైలి

ఒకే విషయం మీద ఇద్దరు రాసిన ప్రతులు భిన్నంగా ఉంటాయి. ఎవరి శైలి వారిది. ఎవరి బాణీ వారిది. ఒకటి మరొకటితో పోటీపడినట్లు రాసి వుండవచ్చు. పదాలను ఏర్చికూర్చి భావ వ్యక్తీకరణ చేయడమే శైలి. ఒక రచయిత తనకున్న విశేష పరిజ్ఞానాన్ని, పాండిత్యాన్ని పదకౌశలాన్ని ఒక్కొక్కరకంగా వ్యక్తపరుస్తాడు. ఒక వాక్యాన్ని మరొక వాక్యంతో కలపడం కూడా నైపుణ్యంగా చేస్తాడు. కొందరు పదాడంబరం చూపిస్తారు. మరికొందరు సులభమైన పదాలతో అదే విషయాన్ని చెబుతారు. అలా చెప్పగలగడానికి సామర్థ్యం కావాలి. దీన్నే అల్పాక్షరాల్లో అనల్పార్థ రచన అన్నారు. మన ప్రాచీనులు విశేషణాలు అలంకారాలు, ఉపమానాలు పెట్టి రమణీయంగా రాయవచ్చు. అది కావ్యం అవుతుంది. రేడియోకి అలాంటి కావ్య ధోరణి అక్కరలేదు. సూటిగా సులభంగా సరాసరి అర్థమయ్యేలా చెప్పగలగాలి.

రాయడానికి ముందు ఎంతో చదవాలి. అలా చదవకుండా గాలి పోగుచేస్తే చాలదు. విశేషానుభవం మరీ అవసరం.

ఎలా అరంభించాలి! ఎలా ముగించాలి అనేది ఆలోచించి మొదలెట్టాలి. అరంభం ఎంత ఆసక్తిదాయకంగా ఉండాలో ముగింపుకూడా అంత ఆకర్షణీయంగా ఉండాలి. ముందు అ విషయంపై మీకు స్పష్టమైన అవగాహన ఉండాలి. మనస్సులో అస్పష్టత ఉంటే రచనలో కూడా ఆ అస్పష్టత కనబడుతుంది. ఒక చక్కటి సంగీత కచేరిలో మొదటి కీర్తన మొదలు చివరి వరకు ఎంత సమతూకంగా సాగుతాయో అలానే రచన కూడా ఉండాలి.

రాయడానికి ముందు విషయసేకరణకు ఎక్కువ కృషి సాగించాలి. రాయాలనే సృజనాత్మక తృష్ణ ఉండాలి. జీవితానుభవాన్ని ప్రకృతి పరిశీలనను ఊహను కలిపి రంగరించి రచన చేయాలి అధికంగా ఊహ చేయడం సరిపడదు. అలా చేయడం వల్ల సహజత్వానికి దూరమవుతాం.

అరంభం, అంత్యం శ్రద్ధగా తీర్చిదిద్దాలి. మొదటి నాలుగు వాక్యాలు విని ఆకార్యక్రమం బాగులేకపోతే శ్రోత రేడియో కట్టేస్తాడనే విషయం మాటిమాటికి గుర్తుండాలి. శ్రోతను మన వైపు ఆకర్షించి అతణ్ణి మరో ధ్యాసవైపు మళ్ళకుండా చేయగలగడం రచనా శిల్పం! అది రేడియోకు రాసే వారికీ అవసరం.

ఆత్మీయత రేడియో కార్యక్రమానికి ప్రాణం. స్వవిషయం చెప్పినట్లుగా చెప్పడంలో శ్రోత ఆసక్తి కనబరుస్తాడు. 'ఆరోజు నేను తిరుపతి బస్టాండులో నిలబడి ఉంటే బస్సు పొగ నన్ను ఉక్కిరి బిక్కిరి చేసింది' వాతావరణ

BRAOU

కాలుష్యం మీద మాట్లాడే వ్యక్తి యిలా ప్రారంభిస్తే వినే వ్యక్తి ఆసక్తితో వింటాడు అలా కాకుండా 'వాతావరణ కాలుష్య ప్రమాదం విశ్వ మానవకోటికి ఈనాడు ప్రమాదమైన సమస్య' అని మొదలు పెట్టాడనుకోండి. ఇదేదో ప్రచారకార్యక్రమం అని శ్రోత కట్టేస్తాడు.

కొందరు ప్రసిద్ధమైన పేర్లు అంశాలు ప్రస్తావిస్తారు. ధృతరాష్ట్రుని కుమారులలో కొందరి పేర్లు గుర్తు అలాకాకుండా ఎవరిపేరో చెబితే ఎవరికి గుర్తు. రష్యన్ నవలలు చదువుతుంటే అందులో రకరకాల పాత్రల పేర్లు వస్తుంటాయి. అవి గుర్తుపెట్టుకోవడం కష్టం. మహాభారతం ఆదిపర్వం కూడా అంతే. ఎన్నో పురాణగాథలు అందులో వ్యక్తులు ఫలానావాడు ఫలానా వాని కొడుకు అని వంశక్రమం విడిగా కాగితం మీద వ్రాసుకుంటే తప్ప గుర్తు వుండదు. అందువల్ల అప్రసిద్ధమైన పేర్లు వాడవద్దు. ఒకవేళ వాడినా వాటి వివరాలు చెప్పాలి.

శ్రోతలలో వేలాది మంది వుంటారు. వారి నందరినీ ఉద్దేశించి మాట్లాడినట్లుకాక ప్రత్యేకించి మీతో మాట్లాడినట్లు చెప్పగలిగితే శ్రోత ఎక్కువ సంతోషిస్తాడు. రేడియోకి రాయడంలో గుర్తుంచుకోదగిన అంశమిదే. చెప్పదలచుకొన్న భావాన్ని స్పష్టంగా మనం నిర్ధారించుకోవాలి. ఆ విషయాన్ని ఎలా చెబితే మనసుకు హత్తుకుంటుందో ఆలోచించాలి. అలా చెప్పగలిగితే అతడు కృతార్థుడైనట్లే పది నిముషాల కార్యక్రమంలో ఒక్క అంశం చెబితే చాలు అదే ఆత్మీయంగా ఉంటే వినడానికి యింపుగా వుంటుంది.

ఉదాహరణకు నిరుద్యోగ సమస్య మీద ప్రసంగం తయారు చెయ్యాలి. నిరుద్యోగ సమస్యకు ఎన్నో కోణాలున్నాయి. వాటిలో ఒక అంశాన్ని తీసుకొని దాని మీద ప్రసంగాన్ని కొనసాగిస్తే ఆకర్షణీయంగా వుంటుంది. 'నిరుద్యోగుల్లో స్వయం ఉపాధి పథకాల పట్ల నిర్లిప్తత' అనే అంశం గుర్తుంచుకొని దాని మీద పది నిముషాల ప్రసంగం కొనసాగిస్తే శ్రోత మనసు నాకట్టుకొంటుంది. అలా కాకుండా నిరుద్యోగుల సంఖ్య, ఏఏ డిగ్రీల వాళ్ళు ఎంత మంది ఎన్ని సంవత్సరాలనుండి నిరుద్యోగులు ఎంప్లాయ్‌మెంటు ఎక్చేంజిలు ఎన్ని ఉన్నాయి. వాటిలో నమోదైన వారికి ఎన్ని సంవత్సరాలనుండి ఉద్యోగాలురావడం లేదు. మన దేశ పేదరికం. ఉద్యోగాలకు లంచాలివ్వవలసి రావడం సిఫారసుల అవసరం - ఇలా కలగాపులగం చేసి పంచకంగాళి చేసివెయ్యకూడదు. ఈ పంచకంగాళీ అనేమాట వాడుకలో తక్కువ దీన్ని వాడటం నా చాపల్యానికి ఉదాహరణ.

BRAOU

1. భావంలో స్పష్టత, వ్యక్తీకరణలో స్పష్టత, అవసరం. విషయంలో పటిష్టతతో బాటు రచన అద్దంలా ప్రకాశించాలి.

2. సంక్షిప్తత మరో మెట్టు. ఆలోచనలు, భావాలు, పదాలు సంక్షిప్తంగా ఉంటే మంచిది. పదమేబ్రహ్మ (Word is God) కాబట్టి పదాలను ఆచితూచి వాడాలి. వాటిని వ్యర్థంగా వాడ కూడదు. ఒక పదాన్ని వాడే ముందు దాని అర్థం ఖచ్చితంగా అదేనా అని యోచించి వాడాలి. అవసరమైతే నిఘంటు సహాయం తీసుకోవాలి.

3. రాతలో అతివ్యాప్తి అవ్యాప్తి దోషాలు గమనించాలి. ఎక్కువగా చెప్పడం ఎంత మంచిదిగాదో కొద్దిగా చెప్పడం కూడా అంత పొరపాటు. అలంకారిక శైలిలో వ్రాసేది పాతకాలం. చిన్న చిన్న వాక్యాలతో అద్భుతాలు సాధించవచ్చు. ఇప్పటికీ బైబిలు రచన ఆదర్శప్రాయమైన రచనగా భావిస్తారు.

4. పదాడంబరత పనికి రాదు. అలా అని అర్థం కాని భాష వాడవద్దు. పదాలు భావాలు మనం రాసే రచనకు అనుగుణంగా ఉండాలి.

5. వాడుకలో లేని జాతీయాలు, నానుడులు, సామెతలు, మాండలికాలు అనవసరం. మాట్లాడుకునే ధోరణిలోనే యథాతథంగా రాస్తే చాలు. దానికి అనవసరమైన పదాడంబరాన్ని చుట్టూ అల్లి సంక్లిష్టం చేయవద్దు.

6. పది నిముషాల ప్రసంగం - రూపకం రాయాలంటే ఎంత రాయాలి? నిడివి ఎంత ఉండాలి? ఇది మనం ఆలోచించాలి. సామాన్యంగా తావు సైజు పేపరుకు ఒక వైపున రాస్తే రెండు నిముషాలు పడుతుంది చదవడానికి. అంత స్పీడుగా లేకుండా, మరీ నెమ్మదిగా కాకుండా చదివితే రెండు నిముషాలు వస్తుంది. అందువల్ల ఐదు పేజిలు రాస్తే చాలు. రాసిన తర్వాత ఒకసారి చదివి టైం సరిచూసుకోవాలి. ఒక వేళ రేడియో వారు ఏద్దైనా కొన్ని పేరాలు

తొలగించినా మన రచన వారిచ్చిన సమయానికి సరిపోయేలా ఉండాలి. అందుకోసం కొంచెం ఎక్కువ రాస్తే తప్పు లేదు. చదివేటప్పుడు సమయం మించిపోతున్నదని రేడియో వారు సూచిస్తే తగ్గించడానికి వీలుగా కొన్ని అదనపు పేరాలు గుర్తుంచుకోవాలి. అనవసరమైతే వాటిని తీసివేయడానికి సంసిద్ధంగా ఉండాలి.

7. వివరణ ఎక్కువ ఇవ్వడానికి ప్రయత్నించవద్దు శ్రోత కూడా మీతో సమానమైన ప్రతిభ కలవాడు. అతడు మీరు చెప్పిన అంశానికి తన ఆలోచనలు జోడించి ఆ విషయాన్ని గురించి వివరణలు ఊహించుకొంటాడు.

8. అవసరమైనంత వరకు హాస్యాన్ని జోడించడంలో తప్పు లేదు. మరీ సీరియస్‌గా వుండే విషయం అయితే తప్ప హాస్యాన్ని వాడడం దోషం కాదు.

రాసిన తర్వాత బిగ్గరగా మరీ చదువుకొని వినండి. మీకే కొన్ని దోషాలు కనిపించవచ్చు. భావాలు, సూచించిన అంశాలు మార్చాల్సి రావచ్చు. మొదట్లో కాగితం మీద పెట్టినపుడు మహాద్భుతంగా కనిపించి, మీకనిపించిన విషయాలే మళ్ళీ చదివినప్పుడు దోషంగా కనబడవచ్చు. వాటిని నిర్దాక్షిణ్యంగా తొలగించండి. ప్రతి రచయిత తన విమర్శకుడు తనే కావాలి.

రాసిన ప్రతిని కొంతకాలం అలా వదిలివెయ్యాలి. దాని ధ్యాస తొలగిన తర్వాత ఎప్పుడో దాన్ని చదవండి. అప్పుడది కొత్త కోణంలో కనిపిస్తుంది. కొన్ని మాటలు ఎందుకు రాశానో అని ఆశ్చర్యం వేస్తుంది. అపుడు దాన్ని తిరగరాయండి.

రాసిన ప్రతిని యితరులకు వినిపించండి. మీ స్థాయికి తగిన వ్యక్తులైతే మంచిది. అతను చేసిన సూచనలు మర్యాదగా స్వీకరించండి. సహేతుకమైన అతని విమర్శలను అర్థం చేసుకోండి.

నేరుగా చెప్పడం నేర్చుకోవాలి. కేవలం క్లాసు రూములో పాఠం చెప్పినట్లు చెబితేచాలదు. విషయాన్ని సూటిగా చెప్పడం వల్ల శ్రోత మనస్సుకు హత్తుకుంటుంది.

భాష మీద అధికారం అవసరం. పదాలను అమర్చడంలో కూర్చడంలో నేర్పరితనం అవసరం. భావాన్ని స్పష్టంగా వ్యక్తీకరించడానికి అవి దోహదం చేస్తాయి.

BRAOU

స్పష్టత

ఏం చెప్పాలనుకొంటున్నామో ముందుగా స్పష్టంగా భావించాలి. మనం ఎంచుకొన్న విషయానికి సంబంధించిన అన్ని అంశాలను తెలుసుకోవాలి. అందులో ఏమీ అస్పష్టత ఉండకూడదు. కార్మిక హక్కులను గూర్చి మాట్లాడాలనుకొంటే కార్మిక చట్టాలు, న్యాయపరమైన హక్కులు, రాజ్యాంగం, కార్మిక సంఘాల పాత్ర గురించి కార్మిక న్యాయస్థానాలు ఎలా పని చేస్తాయో తెలుసుకోవాలి. స్పష్టమైన అవగాహన లేకుండా ఊహాత్మకంగా రాస్తే సరిపోదు.

స్పష్టత అనేది మన విజ్ఞానం మీద ఆధారపడి వుంటుంది. మనం చెప్పదలచుకున్న విషయం మీద అధికారం లేకపోతే రాయడానికి శక్తి చాలదు. అలా లేకపోతే మాటల కల్పనతో గందరగోళాన్ని సృష్టించడం తప్ప మరేమీ ఉండదు. తెలియని విషయాలు వివరించడానికి పూనుకోవద్దు. విషయ వివరణకు ప్రయత్నించాలి గాని డొంక తిరుగుడు ధోరణి వద్దు. గాలి, వెలుతురు, సూర్యుడు, ఆకాశం నదులు ఎలా స్వచ్ఛంగా కనిపిస్తున్నాయో అలా స్వచ్ఛంగా ఉండాలి మన రచన. విషయావగాహన వున్నప్పుడు రాసినంత స్పష్టత మరోలా రాదు.

ఏం చెప్పాలనుకొంటున్నాడో ముందుగా నిర్ణయించుకొని రాతకు పూనుకోవాలి. నాకంతగా తెలుసు గాబట్టి 'నేను చెప్పేదే వేదం' అనే ధోరణి పనికిరాదు. చెప్పదలచుకున్నదేదో మామూలు ధోరణిలో చెప్పదలచుకుంటే సరేసరి. అందరికీ తెలిసిన సమాచారాన్ని అందిస్తుంటే ఫరవాలేదు. అలా కాకుండా శ్రోతకు తెలియని ఏదైనా విషయం చెప్పదలచుకొంటే ఆ విషయాన్ని గూర్చి మనకు స్పష్టమైన అవగాహన ఉండాలి.

విషయంలో తాదాత్మ్యం చెంది రాయడం ముఖ్యం. శ్రోత తనకు తెలియని విషయాన్ని తెలుసుకోవడానికి

ఉత్సుకత చూపుతాడు. ఆ విషయంపై మీరు సాధికారికంగా మాట్లాడగలరనే నమ్మకం కలిగితే అతడు మీ మాటలు వినడానికి ఉద్యుక్తుడవుతాడు. ఆ నమ్మకం అతనికి కలిగించడమే మీ పని.

ఆసక్తి కలిగించడమనేది ఒక కళ. ఏ కళ అయినా అభ్యాసం మీదనే సిద్ధిస్తుంది. కవిత, శిల్పం, చిత్రలేఖనం, సంగీతం వంటి లలిత కళలు ఏవైనా ప్రతిభా పాండిత్యాలకు తోడు అభ్యాసం మీద నైపుణ్యంగా సాధించవచ్చు. అలానే రాయడం కూడా, అభ్యాసం కూసు విద్య.

శ్రోతృస్థానాన్ని మీరు ఊహించుకొని రాయగలగాలి. శ్రోతలను సంపాదించడానికి ప్రయత్నించడంలో సారళ్యం అవసరం. సూటిగా సరళంగా చెప్పడం ఇందులో కిటుకు.

స్పష్టతకు తోడు పారదర్శకత రాయడంలో గుర్తుంచుకోవలసిన మరో అంశం. శాస్త్రవేత్తల విషయంలో ఇది ముఖ్యంగా అవసరం. వారికి విషయంపై అపారమైన అవగాహన, అధికారం ఉంటాయి. వాటిని చెప్పడంలో పూర్తి అధికారం వున్న దానికి తోడు స్పష్టంగా చెప్పగల శక్తి వుండదు. ఏ కొద్ది మంది మాత్రమో అలా చెప్పగలరు.

అంతరిక్ష పరిశోధన గురించి చెప్పాలను కొంటే శాస్త్రీయమైన అవగాహన మాత్రమే చాలదు. దాన్ని విశ్లేషించి సామాన్యులకు అందుబాటులో ఉండే పరిభాషలో చెప్పగల సామర్థ్యం ఉండాలి. అలా కాకుండా కేవలం శాస్త్రజ్ఞులకు మాత్రమే అర్థమయ్యేలా చెప్పి ప్రయోజనం లేదు. రేడియో అందరికీ చెందింది. శ్రోతల్లో అన్ని తరగతుల వారు ఉంటారని గుర్తు పెట్టుకోవాలి.

చిన్నచిన్న మాటల్లో చెప్పడం స్పష్టత కాదు. సరియైన దృక్పథం చెప్పడంలో సంక్షిప్తత అవసరం. కొన్ని విషయాలు క్లిష్టమైనవి ఉంటాయి. మనస్సులో శ్రోతను ఎల్లప్పుడూ దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. అతని చదువుసంధ్యలు తెలుసుకోవాలి.

కార్మికులకు, మహిళలకు, విద్యార్థులకు, ఉపాధ్యాయులకు, యువకులకు, పిల్లలకు - ఎవరికి? అనేది తెలుసుకొని వారి స్థాయిలో రాయాలి. వారి భాషలో రాయాలి. ఒక్కొక్కరు ఒక్కో శైలిలో రాయడానికి పూనుకుంటారు. అతని భాష, భావ వ్యక్తీకరణ అతని సొంతం. తరాలు మారిపోతున్నాయి. గ్రాంథిక వాదుల రోజులు పోయి యిప్పుడు వ్యావహారిక శైలి రాజ్యం చేస్తోంది. మాట్లాడే భాషలో రాయాలి. మనతోబాటు శ్రోతను గూడా నడిపించు కెళ్ళే శక్తి సామర్థ్యాలు కావాలి.

BRAOU

భాష

మానవులు ఒకరికొకరు విషయాన్ని తెలియజేయడానికి భాష ప్రధాన వాహకం. కాబట్టి వారికి తెలిసిన మాండలికం వాడటం ముఖ్యం. వ్యాకరణ సూత్రాలు, సంధులు, సమాసాలు, అలంకారాలు, ఛందస్సు, ఈ పరిధులన్నీ దాటి ఎదుటి వాడికి అర్థమయ్యే భాషలో రాస్తే చాలు! సామాన్యునికి అర్థమయ్యే భాష మనం ఎంచుకోవలసిన భాష. కఠినమైన భాషలో భావాన్ని పొదగడం భావ్యం కాదు. సామాన్యుడి మాటల్లో ఎంతో భావగాంభీర్యం, పద సంపదలో స్వచ్ఛత ఉంటాయి! అది అలవరుచుకోవాలి. వారి మాటల్లో సృజనాత్మకత, ఆనందం, అధికారం ఉంటాయి. ఎవరికోసమైతే వ్రాస్తున్నామో వారి స్థితి గతుల అవగాహన ముఖ్యం. అప్పుడే వారికి రాయడానికి తగిన అధికారం లభిస్తుంది. అదే స్పష్టతకు సులభ మార్గం.

సూటిగా చెప్పడం

సూటిగా చెప్పడం అంత సులభం కాదు. అదొక కళ. అభ్యాసం పై అది సిద్ధిస్తుంది. అది ఎలా సాధ్యం. అది శ్రమ సాధ్యం. భాషలో పద బంధాలు ప్రధానం. సూటిగా చెప్పదలచుకొన్న విషయాన్ని భాషా వాహిక ద్వారా చెప్పగలగడం నేర్చుకోవాలి. ఒక్కొక్కసారి కొద్దిపాటి విరామం ఇచ్చినా మాట్లాడేటప్పుడు తగినంత భావాన్ని కలిగిస్తుంది. ఎక్కడ నొక్కి చెప్పాలో, ఎక్కడ విరామం యివ్వాలో రాసే ప్రతిలో సూచన చేస్తే మంచిది. మాట్లాడుతూ మాట్లాడుతూ ఒక్క క్షణం ఆగితే శ్రోత మనసులో కదలిక మొదలౌతుంది. ఆలోచన రేకెత్తుతుంది.

అభ్యాసం

రేడియోకు రాయడంలో తెలుసుకోవలసిన మెళుకువలు తెలియజేయండి.

5.4 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

- రేడియోకి రాయడంలో భాష అందరికీ అర్థమయ్యేలా ఉండాలి.
- రేడియో, రచన పండిత పామరులందరికీ 'వినే' భాషలో ఉండాలి.
- గణనాంశాలు, విజ్ఞాన శాస్త్ర విషయాలు వీటి ప్రస్తావన రేడియో రచనలో మెళుకువగా చెయ్యాలి.
- రేడియో రచయిత శ్రోత దృష్టితో, తన రచన తానే మరొక్కసారి చదివి చూసుకొని, ప్రసారం నిమిత్తం ఇవ్వాలి.

BRAOU

5.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. రేడియోకు రాయడంలో ప్రధానమైన మౌలికాంశాలను తెలియజేయండి.
2. రేడియోకు రాయడం ఒక కళ. ఈ విషయాన్ని విస్తరిస్తూ అందులో మెళకువలు తెలియజేయండి.

క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో జవాబు లివ్వండి.

1. శ్రోతల్ని దృష్టిలో పెట్టుకొని రేడియోకు రాయడం ఎలా?
2. శ్రోతలకు ఆసక్తికరంగా చెప్పడంలో పాటించవలసిన ముఖ్యాంశాలు ఏవి.

భాగం 6 కార్యక్రమ రూప భేదాలు

విషయ క్రమం

6.0 ఉద్దేశం

6.1 ప్రవేశిక

6.2 ప్రధానాంశాలు

6.3 భిన్న నిర్మాణాలు

అభ్యాసం

6.3.1 భిన్న నిర్మాణాలు, కార్యక్రమ రూప భేదాలు, రచనా పద్ధతులు, ప్రవచన శాఖ (స్పోకన్ వర్డ్) కార్యక్రమాలు

అభ్యాసం

6.3.2 సృజనాత్మక నిర్మాణాలు

6.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

6.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

6.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది అంశాలను గురించి చర్చించగలుగుతారు.

- కార్యక్రమ రూప భేదాలు
- వాటి రచనలో మెళకువలు

6.1 ప్రవేశిక

రేడియో కార్యక్రమంలో వివిధ ప్రక్రియలున్నాయి వాటికి రాసే రచయిత ఎన్నో మెళకువలు పాటించాలి. ఆయా ప్రక్రియల స్వరూపాన్ని, వాటిలో మంచి చెడ్డలను తెలుసుకోవాలి. ఒక్కొక్క ప్రక్రియకు ఒక విధమైన బలం, బలహీనత ఉంటాయి. వాటిని తెలుసుకోవడానికి ఈ భాగంలో ప్రయత్నిద్దాం.

6.2 ప్రధానాంశాలు

ఇందులో ఐదు ప్రధానాంశాలు ఉన్నాయి. సాధారణంగా ప్రవచనశాఖ కిందికి వచ్చే ప్రసంగం, పరిచయం, చర్చ, గోష్ఠి, సంభాషణ ప్రధానంగా తెలుసుకోవాలి. సృజనాత్మకత ఆశించే కథ, కవిత, జింగిల్, టిట్ బిట్, నాటిక, నాటకం మరో కోవలోకి వస్తాయి. వీటికి తోడు వివిధ రకాలైన రేడియో రూపకాలను ప్రస్తావించుకోవాలి. కార్యక్రమాలకు ఎలా రాయాలి? వాటి విషయంలో గమనించవలసిన ప్రధానాంశాలు, మెళకువలు తెలుసుకుంటారు.

6.3 భిన్న నిర్మాణాలు

రేడియో కార్యక్రమాలు రూపొందించడంలో వివిధ రూపభేదాలు ఎంచుకొంటారు. విషయాన్ని బట్టి ఆ నిర్మాణం ఎంపిక ఉంటుంది. ప్రధానమైన కార్యక్రమ రూపాలు రెండురకాలు. మొదటిది ప్రవచనశాఖకు చెందినది, రెండవరకానికి చెందినది సృజనాత్మకశాఖ.

ప్రవచన విభాగం	సృజనాత్మక విభాగం
ప్రసంగం	కథ
పరిచయం	కవిత
చర్చ	జింగిల్
గోష్ఠి	టిట్‌బిట్
సంభాషణ	నాటిక
ముచ్చట్లు - కబుర్లు	నాటకం
	రూపకం - 1. విషయాత్మకం, 2. వ్యక్తి ప్రధానం, 3. డాక్యుమెంటరీ, 4. సంగీతాత్మకం, 5. వార్తారూపకం.

ఈ కింది పేరాలలో వివిధ రూప భేదాలలో రాయడానికి సంబంధించి కొన్ని మెళకువలు తెలుసుకుందాం.

ప్రసంగం

రేడియోలో ప్రసంగం చేయడం అనుకున్నంత తేలిక కాదు. పదినుండి పదిహేను నిముషాల వ్యవధిలో చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని చెప్పడం కష్టంతో కూడిన పని.

ప్రసంగాలు వివిధ రకాలు అవి :

1. సాహిత్య ప్రసంగాలు
2. విజ్ఞాన శాస్త్ర ప్రసంగాలు
3. ప్రచార ప్రసంగాలు

ప్రసంగం రాసేముందు ప్రధానంగా విషయాన్ని సులభంగా ఎలా చెప్పడం? అన్నది పరిశీలించాలి. విషయసేకరణ చేసింతర్వాత ఆ విషయాన్ని సూటిగా చెప్పగలగాలి. గణాంక వివరాలు ఎక్కువ వద్దు. గజిబిజి చేసే రీతిలో కాకుండా ఒక్కొక్క అంశాన్ని ఒక్కొక్క పేరాలో చెప్పడానికి ప్రయత్నించాలి. ప్రసంగం ఎత్తుగడ చక్కగా ఉంటే శ్రోతలు వినడానికి ఆసక్తి కనబరుస్తారు. స్వీయానుభవాన్ని జోడించి చెప్పగలిగితే మరీ రక్తి కడుతుంది. మాట్లాడే భాషను వాడాలి.

BRAOU

సాహిత్య ప్రసంగాల విషయంలో గ్రాంథికమైన ప్రాబంధిక శైలి వద్దు. పెద్దన మనుచరిత్రలో కావ్య గుణాలను చెప్పదలచుకొంటే అందులో పద్యాలను వల్లించడమే కాకుండా ప్రబంధాలలో మను చరిత్ర స్థానాన్ని, తదితర ప్రబంధ లక్షణాలను సులభశైలిలో వివరించగలగాలి. ఉదాహరణప్రాయంగా ఒకటి రెండు పద్యాలు చెప్పవచ్చు. సాహిత్యమంటే పండితులకే పరిమితం అనుకొనేలా కాకుండా పామరులు కూడా విని ఆనందించగలరని తెలుసుకోవాలి.

విజ్ఞానశాస్త్ర ప్రసంగాల విషయంలోనూ ఈ పరిస్థితే. శాస్త్రజ్ఞులకు కూడా అంతుపట్టని విషయాలను చాలా ఉదాత్త, గంభీరశైలిలో చెప్పి శ్రోతల్ని హడలు పుట్టించకూడదు. పుస్తకాలలో నుండి పేరాలు, పేరాలు ఉదాహరణలు, కొటేషన్లు జొప్పించి నందువల్ల ఉపయోగం లేదు. సామాన్యుడికి అర్థమయ్యే రీతిలో రాయగలగడం అభ్యాసం మీద వస్తుంది. ఇది విషయ ప్రధానమైన ప్రసంగం కాబట్టి విషయానికి తోడు చెప్పే శైలిలో మెళకువలు, తెలుసుకొంటే ప్రసంగం వినసొంపుగా వుంటుంది.

ప్రచార ప్రసంగాలు అంటే అభివృద్ధి కార్యక్రమాలను గూర్చి ఎక్కువ భాగం, అధికారులు చేసే ప్రసంగాలు. ఇరవై సూత్రాల ఆర్థిక కార్యక్రమం అమలు, చేనేత వృత్తుల వారికి ప్రభుత్వ సహాయం - ఇలా ప్రభుత్వ కార్యక్రమాల సమాచారాన్ని కలిగి ఉంటాయి. గణాంకవివరాల్ని, పేలవంగా ఉండే అంశాలకు సంబంధించిన ప్రసంగ రచనల్లో స్వీయానుభవాలు సక్సెస్ స్టోరీలు, బాధామయ జీవుల గాథలు కలిపి హృదయానికి హత్తుకొనేలా

చెప్పవచ్చు. ప్రభుత్వ పథకాల ద్వారా ఎన్నో గ్రామాలు బాగుపడ్డాయి. ఎందరో బలహీన వర్గాలవారు లబ్ధి పొందారు. వాటిని విశ్లేషించి చూపగలిగితే ఆసక్తి కలిగిస్తాయి. కొన్ని సందర్భాల్లో ఎత్తుగడ గాని, ముగింపు గాని ఏమీ వుండదు. ఏదో నివేదిక చదివి చేయి దులుపుకొన్నట్లుగా అనిపిస్తుంది. సాధారణంగా ఆయా శాఖల పౌరసంబంధ శాఖాధికారులు (పి.ఆర్.ఓ) ఈ ప్రసంగాలు రాసే సందర్భాలు ఉన్నాయి. రాసే సమయంలో వాళ్ళు కొన్ని సూచనలను దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.

ప్రభుత్వ పథకాల సమాచారం పట్ల శ్రోతలకు పెద్దగా ఆసక్తి ఉండదు.

చెప్పదలచుకున్న సమాచారాన్ని నేరుగా చెప్పడం కంటె, సందేశాత్మకంగా చెప్పడం బాగుంటుంది. లెక్కల వివరాలు ఎంతవరకు అవసరమో అంతవరకు చాలు. ఆత్మీయ ప్రసంగంలా ఉండాలి.

ప్రసంగకర్తలకు మెళకువలు:

పుస్తకాల్లోంచి పేరాలు పేరాలు ఎత్తి రాయకండి

గ్రంథస్థ భాష వద్దు

సుదీర్ఘమైన వాక్యాల వాడకం మంచిది కాదు

పదాడంబరత పనికి రాదు

ఎక్కువ విషయాన్ని కుక్కాలనే తాపత్రయం వద్దు.

అనవసరమైన 'కొటేషన్లు' పుస్తకాల్లోంచి కొట్టేసి రాయవద్దు

అసహజమైన శైలి ఎందుకు?

లెక్కలు, గణాంక వివరాలు ఎంతవరకు అవసరమో అంతే చాలు

సూచికలు, పట్టికలు, చిత్రపటాలు చూపలేం

సిద్ధాంత వ్యాసమో, సెమినార్ పత్రమో కాదు

డొంక తిరుగుడుగా చెప్పడం బాగుండదు

ఒక విషయం ఒకేసారి చెప్పడం

స్వంత అనుభవాన్ని జోడించి కథలా చెప్పడం

శ్రోతకు సన్నిహితంగా మాట్లాడటం

సామాన్యుడి భాషలో చెప్పడం

రాసిన తర్వాత ఒక్కసారి మీ శ్రీమతికో, శ్రీవారికో, మీ పిల్లలకో, సన్నిహితులకో వినిపిస్తే వారి అభిప్రాయం చెబుతారు. వాళ్ళ విమర్శలు సహృదయంతో స్వీకరించి మార్పులు చేర్పులు చేయండి.

పరిచయాలు

రేడియోలో పరిచయ కార్యక్రమం (Interview) చాలా ప్రాచుర్యం పొందింది. ఇది శ్రోతలను బాగా ఆకట్టుకునే ప్రక్రియ. పరిచయం చేసే వ్యక్తిని పరిచయకర్త (Interviewer) అంటారు. పరిచయాల రకాలు:

వ్యక్తి ప్రధాన పరిచయం (Personality Interview)

యథాతథా పరిచయం (On the spot Interview)

విషయాత్మక పరిచయం (Informative Interview)

వార్తా పరిచయం (News Interview)

సామాన్యుని పరిచయం (Man in the street Interview)

పరిచయాల ద్వారా ఆ వ్యక్తిని నేరుగా శ్రోతలు తెలుసుకుంటారు. ఇద్దరి మాటలు ఉంటాయి. కాబట్టి

BRAOU

ప్రసంగం కంటే పరిచయం పట్ల ఆసక్తి కనిపిస్తుంది. వ్యక్తి ప్రధానమైన (Personality) కార్యక్రమం వినడానికి ఉత్సుకత వుంటుంది. పరిచయాలు వ్యక్తిలోని గుణగణాలను శ్రోతలకు పరిచయం చేయడానికి దోహదం చేస్తాయి. పరిచయకర్త అనుభవాన్ని బట్టి అతడు వేసే ప్రశ్నల ద్వారా విషయాన్ని రాబట్టవచ్చు.

వ్యక్తి ప్రధాన పరిచయం

వ్యక్తి ప్రధాన పరిచయంలో ఆవ్యక్తిని శ్రోతలకు పరిచయం చేయవచ్చు. సుప్రసిద్ధ పండితుడు, శాస్త్రజ్ఞుడు, కళాకారుడు, క్రీడాకారుడు, వ్యాపారవేత్త - ఇలా ఆయా రంగాలలో ప్రముఖులైన వ్యక్తులను పరిచయం చేయడానికి ఈ ప్రక్రియ ఉపయోగపడుతుంది. దానికి ఆయనను గురించి క్షుణ్ణంగా పరిచయకర్త ముందుగా తెలుసుకోవాలి. ఆయనతో కలిసి ముచ్చటించి ప్రశ్నలు తయారుచేసుకోవాలి. లేకపోతే అడిగే దానికి చెప్పే దానికి పొంతనకుదరదు. మీరెన్ని కావ్యాలు రాశారు అని ప్రశ్న మొదలుపెడితే అయ్యబాబోయ్ నేను నవలలు, కథలు వ్రాశాను గానీ కావ్యాలు రాయలేదని ఆయన సమాధానం చెప్పవలసి వస్తుంది. కొందరు సమాధానాలు చాంతాడులా సుదీర్ఘంగా చెబుతారు. మరికొందరు నోరు విప్పరు. ఇద్దరితోనూ యిబ్బందే సమయానుకూలంగా వారిచేత చెప్పించగలగడమే నేర్పరితనం. గొప్పలు చెప్పుకొనే వాళ్ళున్నట్లే బిడియం, వినయం కలిసి నోరువిప్పని పెద్ద మనుషులుంటారు. వారితోనే అసలు అవస్థ. సాధారణంగా ఈ పరిచయాలు పావుగంట వ్యవధిని కలిగి వుంటాయి.

యధాతథ పరిచయం

ఇది అక్కడి కక్కడే ఆ ప్రదేశంలో జరుగుతున్న సందర్భాన్ని బట్టి కొద్ది పాటి వ్యవధిలో పరిచయం చేస్తారు. క్రికెట్టు టెస్ట్‌మాచ్‌లో గెలిచిన జట్టు నాయకుణ్ణి పరిచయం చేయడం, జ్ఞానపీఠ బహుమతి తీసుకొన్న వ్యక్తిని అప్పటికప్పుడు ఆయన భావాలు అడగడం ఈ కోవలోకి వస్తాయి. దీనికి ముందుగా పెద్ద ప్రయత్నం ఉండదు. అప్పటికప్పుడు వారికి తోచిన మాటలు చెబుతారు.

ఇందులో కూపీ తీసే రకం పరిచయాలుంటాయి. వీటినే ఇంగ్లీషులో Investigative Interviews అంటారు. ఇవి నిజనిర్ధారణకు ఉపకరిస్తాయి. డాక్యుమెంటరీ రూపకాలలో వాడుకొనే పరిచయాలకు ఇవి ఉపయోగపడతాయి.

విషయాత్మక పరిచయం

ఫలానా విషయం మీద ఇప్పుడు సాధికారికంగా మాట్లాడగలిగిన వ్యక్తితో పరిచయం వింటారు అని ప్రకటిస్తారు. ఉదాహరణకు అణురంగంలో భారత్ సాధించినప్రగతి - అణుశక్తి సంఘం అధ్యక్షులు డా. కె. కస్తూరి రంగన్‌తో పరిచయం ఆ విషయంలో ఆయన దిట్ట. ఆయనకు మించి చెప్పగలిగిన వారు లేరు. ఆయన దగ్గర సమాచారాన్ని రాబట్టగలిగిన వ్యక్తిత్వం పరిచయకర్తకుండాలి. పరిచయకర్త కూడా సమానస్థానంగల వ్యక్తి అయితేమంచిది. అలానే హైదరాబాదు నగర పాలక సంస్థ అభివృద్ధిని గూర్చి నగర కమీషనర్‌తో పరిచయం. ఇలా విషయాన్ని తెలుసుకోవడానికి చేసే పరిచయాలు ఈ కోవలోకి వస్తాయి.

వార్తా పరిచయం

అప్పటికప్పుడు వార్తా ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి చేసే పరిచయాన్ని వార్తా పరిచయం అంటారు. విమాన ప్రమాదమో, రైలు ప్రమాదమో, అయినప్పుడు క్షతగాత్రులతో పరిచయాలు ఈ కోవలోకి వస్తాయి. అప్పుడు ముఖ్యమంత్రిగా ఎన్నికయిన పార్టీ నాయకుడి గురించి మీ అభిప్రాయం ఏమిటి అని అడగటం - ఇలా వార్తలకు అవసరమయ్యే రూపంలో మలచుకొంటారు. ఇది రేడియో విలేకర్లు తరచు చేస్తూ వుంటారు. ఒకటి రెండునిముషాల్లో వారి వద్ద నుండి సమాచారాన్ని రాబట్టుతారు. దీనిని Emotional interviews అని కూడా అంటారు. వ్యక్తి మానసిక స్థితిని భావావేశాన్ని ఇందులో తెలుసుకోవచ్చు.

సామాన్యునితో పరిచయం

వీధిలో అతి సామాన్యునితో పరిచయం. ఇది ప్రజాభిప్రాయసేకరణ సందర్భంలో చేస్తారు. అతణ్ణి ముందుగా కలుసుకోవడం, మాట్లాడటం ఉండదు. అప్పటికప్పుడు అతడు చెప్పేస్తాడు.

BRAOU

పరిచయకర్త

పరిచయకర్త ముందుగా తాను చెప్పబోయే ప్రస్తావనను చక్కటి భాషలో తయారు చేసుకోవాలి. రాసుకొన్న మాటలు అడగవచ్చు. ప్రస్తావనలో పరిచయం చేయబోయే వ్యక్తి ఘనతనూ, వ్యక్తిత్వాన్నీ, అనుభవాన్ని ముందే తెలుసుకొని చెప్పాలి. మామూలు ధోరణిలో చెప్పే "మీరు మా ఆకాశవాణి స్టూడియోకి వచ్చినందుకు శ్రోతల పక్షాన ధన్యవాదాలు" వంటి మాటలు ఎబ్బెట్టుగా అనిపిస్తాయి. కొన్ని ప్రశ్నలు తయారుచేసుకొని తయారుగా ఉండాలి. అన్ని ప్రశ్నలూ అడగకపోవచ్చు. అవసరమైతే, వాడుకోవచ్చు. ఒక్కొక్కసారి క్లుప్తంగా సమాధానాలు చెప్పే వ్యక్తి అయితే ఎక్కువ ప్రశ్నలు అవసరం.

పరిచయంలో ఎదుటి వ్యక్తి చెబుతున్న మాటలు శ్రద్ధగా విని దానికి అనుబంధ ప్రశ్నలు వేయాలి. అనుకొన్న ప్రశ్నలు అవసరం కాకపోవచ్చు. ప్రశ్నలు చదువుకొనే ధ్యాసలో అతడేం చెబుతున్నాడో మరచిపోకూడదు. ఆయనతో ముందుగా ముఖాముఖీ ముచ్చటించడం వల్ల ఇద్దరిలో బెరుకుమాయమౌతుంది. పూర్తిగా రిహార్సల్స్ చేయడం మంచి లక్షణం కాదు. ప్రశ్నలకు జవాబులు చెప్పే రీతిలో పరిచయం కొనసాగకూడదు. అది కృత్రిమంగా అనిపిస్తుంది.

పరిచయం అనేది ఒక ధ్యేయంతో ఒక క్రమంలో సాగుతున్న సంభాషణ అని మరచిపోవద్దు. సరియైన ప్రశ్న, సరియైన వ్యక్తిని సరియైన సమయంలో సరియైన భాషలో అడగటం సరిగ్గా ఉంటుంది. శ్రోతను మనసులో పెట్టుకొని అడగాలి.

మంచిప్రశ్న అడిగితే చక్కటి జవాబు వస్తుంది. సులభంగా అర్థమయ్యే ప్రశ్న అడగాలి. ఒక ప్రశ్నకు ఒకే సమాధానం రీతిలో క్లుప్తంగా స్పష్టంగా పరిచయం కొనసాగాలి. అప్పుడే ఎవరు? ఎప్పుడు? ఎక్కడ? ఎలా? ఏమిటి? అనే ఆరు ప్రశ్నలకు సరియైన సమాధానాలు లభిస్తాయి. వాటిని గుర్తుపెట్టుకొని అడగాలి.

ప్రశ్నలు అనేక రకాలు:

సమాధానాన్ని ఆశించే ప్రశ్నలు: (Opening question) వీటికి సుదీర్ఘంగా సమాధానం చెప్పాలి. అందువల్ల ప్రశ్న తికమక పెట్టేలా వుంటుంది.

వివరణ కోరే ప్రశ్న - దీనిలో లోతుగా విషయ వివరణకు అవకాశం వుంటుంది. (probing question)

సూచనాత్మక ప్రశ్న (Leading question) దీనిలోకొన్ని సూచనలు పరిచయకర్త గ్రహించగలడు.

సంక్షిప్త ప్రశ్న (Closed question) ఇందులో సమాధానం ఔను, కాదు అనే రకంలో సంక్షిప్తంగా వుంటుంది.

ఉదా: సంపూర్ణ మద్య నిషేధాన్ని ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో నవంబరు 1 నుండి ప్రవేశపెడుతున్నారా? సమాధానం ఔను, కాదు అని సంక్షిప్తం.

సమాచారాన్ని రాబట్టే ప్రశ్న (Information question) దీనిలో విలువైన సమాచారాన్ని పరిచయకర్త రాబడతాడు.

ఉదా: 1994-95 సం॥లలో మా సంస్థ సాధించిన ప్రగతి. దాని వివరాలు.

ప్రశ్నలు అడిగేటప్పుడు సమాధానం ఎక్కువ రాబట్టే ప్రశ్నలు అడగాలి. పరస్పర విరుద్ధ ప్రశ్నలు అడుగరాదు. ఒకే ప్రశ్నలో మూడు, నాలుగు అంశాలు కలగాపులగం చేసి అడిగితే గందరగోళం ఏర్పడుతుంది.

ఊహ చేసి యిలా అయివుండవచ్చు గదా! అని అడగటం భావ్యం కాదు. ఒక ప్రశ్న వేసి సుదీర్ఘమైన సమాధానం - ఏకపాత్రాభినయంలోలా పది నిముషాలు చెబుతుంటే వింటూ కూచోడం సమంజసం కాదు. పరిచయ విషయ పరిధిని నిర్ణయించుకోవాలి. ప్రశ్నకు సరియైన సమాధానం వచ్చిందా? లేదా అని ఆలోచించి తర్వాత ప్రశ్న అడగాలి. అవసరమొస్తేనే మధ్యలో అనుబంధ ప్రశ్నతో సిద్ధంగా ఉండాలి. అలా కాకుండా పరధ్యానంగా ఉండకూడదు. అబద్ధాలాడకూడదు. అన్నీ నాకే తెలుసుననే భావం వ్యక్తపరచకూడదు. ఎదుటి వ్యక్తిని ఛాలెంజ్ చేస్తూ కించపరచినట్లు మాట్లాడవద్దు.

BRAOU

ఎదుటి వ్యక్తి పట్ల సానుభూతి, అవగాహన కలిగి పరిచయం చేయాలి. తటస్థంగా ఉండాలి. ఏ పక్షాన్నీ సమర్థించకూడదు. అతిశయోక్తులు వాడవద్దు. ఆవేశాన్ని అణచుకొని వైవిధ్యంతో కూడిన ప్రశ్నలు వేసి సామరస్యపూర్వక వాతావరణంతో పరిచయం కొనసాగించాలి. యుద్ధవాతావరణం సృష్టించవద్దు. పరిచయకర్తకు సంయమనం, ఊహాశక్తి, విషయ పరిజ్ఞానం, వినయం, సౌమ్యగుణం ఉంటే మంచిది.

పరిచయకర్త కుండవలసిన లక్షణాలు:

1. సంయమనం : ఎదుటి వ్యక్తి రెచ్చగొట్టేలా మాట్లాడినా పరిచయకర్త సహనం సంయమనం కోల్పోకూడదు.

2. నిదానం : నిదానంగా ఒకేస్థాయిలో ప్రశ్నలడగాలి.

3. తెలివితేటలు : పరిచయకర్త తెలివితేటలపై పరిచయ సౌందర్యం ఆధారపడి వుంటుంది. అలా అని అతి తెలివి ప్రదర్శించరాదు. తనకే అన్ని విషయాలు తెలుసునని ఎగతాళి చేసే ధోరణిలో ప్రశ్నించరాదు.

4. అవగాహన, ఊహాశక్తి : సరియైన అవగాహన సరిగా ఊహించగల సామర్థ్యం పరిచయకర్తకు అవసరం.

5. భావనా పటిమ : పరిచయకర్త భావనా పటిమ భావావేశసాంద్రమై పరిచయం వన్నెకెక్కుతుంది.

6. వినయం : పరిచయకర్త వినయ విధేయతలు ప్రదర్శించాలి. అలా అని అతి వినయం పనికిరాదు. అతి వినయం ధూర్త లక్షణం అన్నారుపెద్దలు.

7. సౌమ్యత : పరిచయం చేస్తున్న వ్యక్తిలో తన భావ సౌమ్యతను పరిచయకర్త చూడగలగాలి. ఇద్దరు బండికి కట్టిన రెండు ఎడ్లవలె బండిని ముందుకు సాఫీగా లాగాలి. లేకపోతే ఒక ఎద్దు ఒక వైపు, మరొక ఎద్దు యింకో వైపు లాగి బండి పడిపోతుంది. నిర్దిష్ట ప్రయోనం సిద్ధించదు.

8. సర్దుబాటు ధోరణి : ప్రశ్నలు అడిగి సమాధానాలు రాబట్టేటప్పుడు సమరస ధోరణి అవసరం. తాబట్టిన కుందేటికి మూడే కాళ్ళు అన్న ధోరణిలో సమాధానం సరిగా లేదని ఎదురు దెబ్బతీయకూడదు.

9. హాస్య ధోరణి : అవసరమున్నంత మేరకు హాస్యాన్ని జోడిస్తే, సమయోచితమైన సందర్భ శుద్ధి గల హాస్యం ప్రయోగిస్తే పరిచయం రక్తి గడుతుంది.

10. శ్రమ : పరిశ్రమతో కూడిన పరిచయం శ్రోతను ఆకట్టుకొంటుంది. పరిచయం చేయడానికి వెనకపడ్డ పరిశ్రమ యిందుకు తోడ్పడి పరిచయకర్తపై గౌరవం పెరుగుతుంది.

11. విషయ పరిజ్ఞానం : పరిచయ కర్త విషయ పరిజ్ఞానం కలవాడైతేనే పరిచయం ఆద్యంతం రమణీయంగా సాగుతుంది. లేకుంటే పరిచయకర్త అజ్ఞానం సులభంగా బయటపడుతుంది.

BRAOU

చర్చ

రేడియో చర్చలు ఆసక్తిదాయకంగా సాగుతాయి. ఇది క్లాసురూంలో చర్చనీయాంశంపై వ్యతిరేకంగా అనుకూలంగా మాట్లాడిన రీతిలో కాకుండా సామూహిక చర్చ (Group discussion) విధానంలో ఉంటుంది. సామాన్యంగా ఇందులో నలుగురు పాల్గొంటారు. ముగ్గురు కూడా వుండవచ్చు. అందులో ఒకరు మాడరేటర్ (నిర్వాహకులు). ఆయన చర్చ ప్రారంభిస్తారు. ముందుగా తాను విషయాన్ని ప్రవేశపెట్టి మిగతా వారి అభిప్రాయాలను అడుగుతారు. మిగతావారు వరుసగా తమ భావాలు చెబుతారు. మళ్ళీ రెండో విడతలో అందరూ మాట్లాడుతారు. దీన్ని మొదట రౌండ్ రెండో రౌండ్ అంటారు. చివరలో మాడరేటర్ ముక్తాయింపు చెబుతాడు.

చర్చా నిర్వహణ చాలా కష్టం దీనికి ముందుగా రిహార్సల్స్ వేసుకొంటాము.రాతకోతలు వుండవు. రాసింది చూసి చదివితే బోర్ కొడుతుంది. అలా చేసేవాళ్ళు కూడా ఉంటారు.

చర్చలో పాల్గొనే వ్యక్తులు

చర్చలో మాడరేటర్‌గా సామాన్యంగా ఆ విషయంపై అధికారికంగా మాట్లాడగలిగిన వ్యక్తిని సమన్వయశక్తిగల వ్యక్తిని పెడతారు. పత్రికారంగంలో పని చేసేవారు - అనుభవశాలురు కాబట్టి వారిని ఎంచుకొంటారు.

ఉదా: ఆర్థిక సంస్కరణలు ఎంతవరకు సఫలమయ్యాయి. దీని నిర్వహణకు పత్రికా సంపాదకుడు - విలేఖరి ఉంటారు. ఆర్థికమంత్రిత్వ శాఖా అధికారి, ఆర్థికశాస్త్రవేత్త, ఒక మహిళా కార్యకర్త / స్వచ్ఛంద కార్యకర్త చర్చలో పాల్గొనే వారిగా ఎంపిక చేస్తారు. సాధారణంగా చర్చ 20నిముషాలనుండి 30 నిముషాల వ్యవధిలో కొనసాగుతుంది. వాదోపవాదాలు, తర్కమూ ఉండదు. ఎవరి అభిప్రాయం వారు స్వేచ్ఛగా చెప్పవచ్చు. ఒకరు మాట్లాడేటప్పుడు మరొకరు దూసుకొని జోక్యం చేసుకోరాదు. వారు మాట్లాడటం అయిన తర్వాత తమ వాదన వినిపించవచ్చు. వాద నిర్వహణ సామర్థ్యం, వాద సమన్వయశక్తి చర్చా నిర్వాహకుడికి ఉండాలి.

ఢిల్లీ నుండి ఆదివారాలు రాత్రి 9-30 గంటలకు Current Affairs చర్చా కార్యక్రమం ఆంగ్లంలో ప్రసారమవుతుంది. ఇది చాలా విషయ ప్రధానంగా, ఆసక్తిదాయకంగా కొనసాగుతుంది. ఆయారంగాలలో ప్రసిద్ధులైన వ్యక్తులు ఇందులో తమ అభిప్రాయాలను తెలియజేస్తారు. ముగ్గురు నలుగురు వ్యక్తులు కలిసి పాల్గొనడం వల్ల శ్రోతలు వినడానికి ఇది ఆసక్తిదాయకంగా ఉంటుంది.

గోష్ఠి

ఏదైనా ఒక అంశంపై ప్రసంగం, చర్చ కుదరకపోతే, విషయం ఎక్కువైతే అప్పుడు గోష్ఠి కార్యక్రమం ఏర్పాటు చేస్తారు. ఆ విషయం యొక్క భిన్న కోణాలను ఆయా వ్యక్తులు వివరిస్తారు. ఒకే వ్యక్తి 30 నిముషాలు మాట్లాడే బదులు భిన్న వ్యక్తుల చేత వివిధ కోణాలను తెలియజేయడానికి ఈ గోష్ఠి ఉపయోగపడుతుంది.

ఉదా:- ప్రగతి పథంలో ఆధునిక మహిళ - ఈ అంశంపై గోష్ఠి ఏర్పాటు చేశారనుకుందాం.

సాహిత్యరంగంలో మహిళ

రాజకీయ రంగంలో మహిళ

కళారంగంలో మహిళ

క్రీడా రంగంలో మహిళ

ఉద్యోగ రంగంలో మహిళ

ఇలా ఒక్కొక్కరు ఒక్కొక్క అంశాన్ని చెప్పవచ్చు.

కార్యక్రమ నిర్వాహకులు ఆయారంగాలలో ప్రసిద్ధులను ఆవిషయాలను మాట్లాడేందుకు ఆహ్వానిస్తారు. వాళ్ళకు యితరులు మాట్లాడే విషయాలను కూడా తెలియజేస్తే ఆ విషయాల జోలికి యితరులు వెళ్ళరు. పునరుక్తి లేకుండా వుంటుంది.

రకరకాల గొంతులు తమ తమ ప్రతిభను జోడించి మాట్లాడతాయి కాబట్టి ఈ కార్యక్రమం సాధికారికంగా వుంటుంది. ఆసక్తిదాయకంగా వుంటుంది. దీనికి వ్రాతప్రతి రాసుకొని రావచ్చు. ప్రసంగానికి దీనికీ తేడా ఇది ఒక సమిష్టి కార్యక్రమం. ప్రసంగం వ్యష్టి కార్యక్రమం. ఇందులో సమన్వయకర్త మధ్య మధ్యలో అనుసంధానం చేసే మాటలు వాడి కార్యక్రమం రక్తి కట్టిస్తారు. ప్రసంగకర్తల పరిచయం కూడా అందులో చేయవచ్చు. కాలవ్యవధి 20 నుండి 30 నిముషాలు. ముగ్గురు లేదా నలుగురు ఈ కార్యక్రమంలో పాల్గొనవచ్చు. అందులో ఒకరుగాని ఇద్దరు గాని గోష్ఠి నిర్వహిస్తారు.

గోష్ఠికి చర్చకి తేడా వుంది. చర్చలో నలుగురు ఒకసారి కలిసి కూచుని మాట్లాడుతారు. ఇందులో విడివిడిగా ఎవరి అభిప్రాయాలు వారు రికార్డింగు చేయవచ్చు. చాలా పెద్ద పెద్ద వ్యక్తుల్ని అందర్నీ ఒకే సమయంలో

BRAOU

స్టూడియోలో కలపడం కష్టమైనప్పుడు ఈ పద్ధతిలో విడివిడిగా మాట్లాడిస్తారు. చర్చలో ఒకరు మాట్లాడిన విషయాన్ని మరొకరు ఖండించడమో, సమర్థించడమో ఉంటుంది. ఇందులో ఎవరి అభిప్రాయం వారిది.

సంభాషణ

ఏదైనా ఒక అంశాన్ని గూర్చి ఇష్టా గోష్ఠిగా యిద్దరు లేదా ముగ్గురు వ్యక్తులు మాట్లాడుకోవడం సంభాషణ. ఇది మామూలుగా Stock characters చేస్తారు. అంటే కార్మికుల కార్యక్రమంలో శ్రోతలకు ఏదైనా ఒక విషయాన్ని గూర్చి చెప్పాలను కుంటే ఇద్దరు వ్యక్తులు ఆ అంశానికి సంబంధించిన విషయాలను యథాలాపంగా మాట్లాడుకొంటారు. ఇందులో ఒకరికి తెలియని విషయాలు ఇంకొకరికి తెలిపేలా మాట్లాడుకొంటారు. సామాన్యుడికి అర్థమయ్యే రీతిలో కొనసాగుతుంది. కాబట్టి ఈ కార్యక్రమం ఆసక్తిదాయకంగా ఉంటుంది. ఇందులో ఏ విషయం గురించి అయినా మాట్లాడుకోవచ్చు. శ్రోతలకు ఏదైనా సమాచారం అందించడానికి ఇది ఉపయోగపడుతుంది.

హైదరాబాదు కేంద్రం నుండి ఇల్లు వాకిలి కార్యక్రమంలో ఇద్దరు వ్యక్తులు మాట్లాడుకోవడం మనం రోజూ వింటుంటాం. అలానే కార్మికుల కార్యక్రమంలో ఏకాంబరం, చిన్నక్క లోకాభిరామాయణం చెబుతూ మాట్లాడుకుంటారు.

ముచ్చట్లు - కబుర్లు

సంభాషణకు ముచ్చట్లకు పెద్ద తేడా లేదు. అయినా ముచ్చట్లు వీధి అరుగు మీద పెద్దమనుషులో, యింట్లో భార్యభర్తలో మాట్లాడుకొన్నట్లు వుంటాయి. పొలం కబుర్లు అని పొద్దుటే ఒక కార్యక్రమం ఉంది. ఇందులో వ్యవసాయదారులకు కబుర్లు చెబుతారు. ఎలాంటి పంటలకు ఎలాంటి ఎరువులు వెయ్యాలో రైతులకు చెబుతారు. ఇందులో శ్రోతలకు సన్నిహితమైన భాష వాడుతారు. వారి కర్థం కావడం ప్రధానం. అర్థమై వాటిని వాడకంలో పెడతారు.

ఇవి అచ్చట్లు, ముచ్చట్ల వలె ఉంటాయి. వీటికి రాతప్రతి ఉండదు. కొన్ని విషయాలు ఆధారం చేసుకొని ఆకాశవాణి ఉద్యోగులు ఈ కార్యక్రమంలో పాల్గొంటారు. రాతప్రతి ఆధారంగా కూడా మాట్లాడవచ్చు.

BRAOU

అభ్యాసం

రేడియో కార్యక్రమాల రూపభేదాలను తెలిపి అందులో ప్రవచన విభాగానికి చెందిన నిర్మాణ పద్ధతుల్ని తెలియజేయండి.

6.3.2 సృజనాత్మక నిర్మాణాలు

కథ

పత్రికలకు కథలు రాయడం ఒక కళ. రేడియోకు రాయడంలో మరీ జాగ్రత్త వహించాలి. ఇక్కడ నిడివి ఒక్కటే కాదు. భాష కూడా ఆలోచించాలి. మామూలుగా 10 ని.లు 15 ని.ల లోపు కథ ముగించాలి. పత్రికల్లో కన్నా రేడియోలో కథ వినడమే సొగసు. కథ చెబుతుంటే వినడం ఆనందం. మన నాయనమ్మలు, బామ్మలు మనకు

కథలు చెప్పలేదా? ఆదే రీతిలో చెప్పగలిగితే అసక్తిదాయకంగా వుంటుంది. మిగతా ప్రక్రియల్లో లాగే భాష సజీవంగా ఉండాలి. సూటిగా చెప్పగలగాలి. కథ ఎత్తుగడ, ముగింపు ఆసక్తిదాయకంగా సాగాలి.

కథా కథనంతోబాటు చదవడం కూడా ఒక కళ. రాసేటప్పుడు ఎక్కడెక్కడ విరామం యివ్వాలో వొత్తి పలకాలో గుర్తు రాసుకొంటే మంచిది. కథా కమామీషు అంతా శ్రోత మీద చెరగని ముద్ర వెయ్యాలి. అప్పుడే ఆ ప్రసారానికి విలువ.

కవిత

పత్రికల్లో కవితలు, పుస్తకాల్లో కవితలు చదివి ఆనందించవచ్చు. రేడియోలో కవితలు చదువుతుంటే విని ఆనందించగలిగేలా వుండాలి. పత్రికల్లో అయితే అర్థం గాని చోట మళ్ళీ చదువుకొంటారు. రేడియోలో అది కుదరదు.

కొందరు ప్రతి వాక్యాన్ని రెండు సార్లు చదువుతారు. పునరుక్తి చేయడం వల్ల శ్రోతకు విసుగు కలుగుతుంది. సభలో అయితేఎదురుగా జనం ఉంటారు గాబట్టి వాళ్ళ స్పందనను బట్టి బాగున్నాయనుకున్న వాక్యాలు మళ్ళీ మళ్ళీ చదవవచ్చు.

కవిత రాసేటప్పుడు ఎదురుగా జనం ఉన్నారన్న స్పృహతోనే రాయాలి. వారితో ముఖాముఖీ ముచ్చటిస్తున్నట్లు రాయవచ్చు. అది పద్యం, గేయం, వచనకవిత, మరేదైనా శ్రోతను ఆకర్షించాలి.

మామూలుగా ఆకాశవాణి ఆహుతుల సమక్షంలో కవి సమ్మేళనాలు, దీపావళి, సంక్రాంతి, ఉగాది, ఆగస్టు 15, జనవరి 26 సందర్భంగా ఏర్పాటు చేస్తుంటుంది. అప్పుడు సభలో చదివేలా రాయాలి. స్టూడియోలో రికార్డింగు చేసే కవితలు 6, 7 నిముషాల వ్యవధిలో ఉంటాయి. ఒకే ఖండిక గాని, భిన్న ఖండికలు గాని సెలక్టు చేసుకొని చదవవచ్చు, చదవవచ్చు అనే మాట కంటె కవితాగానం చేయవచ్చు. అంటే చక్కగా సరిపోతుంది. అప్పుడు అది కవితాగానం అవుతుంది.

నాటిక-నాటకం

రేడియో నాటిక, నాటకం ఎలా రాయాలో తెలుసుకొనే ముందు పూర్వరంగం గమనిద్దాం. దృశ్యనాటకాలు రాజ్యం చేస్తున్న సమయంలో రేడియో కోసం ధ్వని ప్రధానమైన శ్రవ్యనాటకాలు ప్రత్యేకంగా రాయడం నాటకరంగ చరిత్రలో ఒక నూతనాధ్యాయం సృష్టించింది. ధ్వని ప్రధానంగా సన్నివేశాన్ని పాత్రలను శ్రోతల కళ్ళకు కట్టేలా చెప్పగల సామర్థ్యం రచయిత కుండాలి. నటులు, ప్రయోక్త, శ్రోతలు ముగ్గురికీ ఉత్కంఠ కలిగించే అవకాశాలున్నాయి.

నాటక రచన చాలా కష్టం. అసలు "నాటకాంతంహి సాహిత్యం" అన్నారు. రేడియోలో కూడా అది చెల్లుతుంది. నాటకానికి రంగస్థలం నిడివి వెడల్పులు కొంత దోహదపడతాయి. రేడియోలో శ్రోత మనఃఫలకమే రంగస్థలం. అది ఎంతో విస్తృతమైంది. ఆకాశమంత రంగస్థలం భావుకుడైన వాడు. ఆకాశమంత రంగస్థలం ఊహించవచ్చు. చాలా విషయాలు మాటల ద్వారా చెప్పాల్సి వస్తుంది. మాటలద్వారా అక్కడి వాతావరణాన్ని శ్రోతలకు కళ్ళకు కట్టేలా చెప్పగలగాలి. అక్కడే చిక్కు. అది సాధించడానికి నేర్పు కావాలి.

రేడియో నాటిక 15 నిముషాలు, నాటకం 30 నిముషాలనుండి 60 నిముషాల వరకు వుంటుంది. నాటక రచయితకు తోడు ప్రయోక్త కూడా నాటకం రక్తి కట్టించడానికి తోడ్పడుతాడు. కేవలం ధ్వనులు శబ్దాలు మాటలగారడి కాకుండా ఒక సన్నివేశాన్ని చెవి ద్వారా శ్రోతకు కనబడేటట్లు చెయ్యడం అనుకొన్నంత సులభం కాదు. ఆ సన్నివేశంలో ఉద్వేగాన్ని ఉత్సాహాన్ని మాటలతో చిత్రించగలగాలి. నటుల ఉచ్చారణ దానికి గాంభీర్యం చేకూరుస్తుంది. సహజత్వం సంయమనం నాటకంలో ప్రధానం.

రాయడంలో మాటల ఎంపిక జాగ్రత్తగా చెయ్యాలి. కొద్ది మాటల్లో ఎక్కువ భాగం చెప్పగలగాలి. 'స్వగతంగా' అని నాటకాలల్లో వింటుంటాం. రేడియోలో తనలో తాను మాట్లాడుకోవడం ఉచ్చారణ ద్వారా చూపగలగాలి. రిహార్సల్సు ద్వారా మెరుగులు దిద్దుకోవచ్చు Sound Effects ద్వారా ఒక గంభీర సన్నివేశాన్ని

BRAOU

సృష్టించవచ్చు. రాసేటప్పుడు ఆ sound effect కావాలని సూచిస్తే చాలు. రైలు ప్రయాణం, విమానం హోరు, పోలీసు వ్యాను రాక - ఇలా అయా సన్నివేశాల తాలుకు 'ఎఫెక్టు' రికార్డు చేసి వుంచుతారు. అయా సందర్భాన్ని బట్టి వాటిని ఉపయోగిస్తారు. రచయిత రాత ప్రతిలో వాటిని సూచిస్తే చాలు సందర్భోచితమైన డైలాగులు రాయడం అవసరం. అనవసర సంభాషణలు పరిహరించాలి.

జింగిల్

ఇది చాలా తక్కువ వ్యవధి గల కార్యక్రమం. రెండు మూడు నిమిషాల వ్యవధిలో చెప్పదలచుకొన్న విషయాన్ని నాటకీయంగా రెండు మూడు పాత్రలతో చెప్పడం జింగిల్. చెట్టు నరకడం పర్యావరణకు భంగకరం అనే విషయాన్ని ఇద్దరు సంభాషించుకొంటున్నట్లుగా చెప్పిచివరలో కొసమెరుపుగా ఏదో ఒక వాక్యం అనడంతో ఆ సంభాషణ అంతమవుతుంది. ఆ వాక్యం మొత్తం కార్యక్రమానికి అయువుపట్టు. కార్యక్రమాల మధ్య ఈ 'జంగిల్స్' ప్రసారమవుతాయి. సందేశాత్మకం, వినోదాత్మకం అయిన ఈ ప్రక్రియ రచయిత సామర్థ్యం మీద ఆధారపడి వుంటుంది. కొద్ది మాటల్లో ఎక్కువ భావాన్ని చెప్పడమే యిందులో స్వారస్యం. ఇది ప్రసంగమూ, సంభాషణ, చర్చ ముచ్చట్లు కోవలోకి రాదు. ప్రత్యేకంగా కొసమెరుపు కలిగి వుంటుంది. బాగా ప్రయోగిస్తే అది బాంబులా పేలుతుంది.

టిట్ బిట్సు (సూచనలు)

ఒకటి రెండు వాక్యాల్లో శ్రోతలకు సందేశాన్ని విషయాన్ని అందించడానికి ఈ టిట్‌బిట్సు (సూచనలు) ఉపయోగపడతాయి. సత్యం, అహింస గురించి మహాత్మాగాంధీ, నెహ్రూ ఇలా అన్నారనే సందేశం చెప్పవచ్చు.

"ఇద్దరు సంతానం కుటుంబానికి సంతోషం"

ఇలా శ్రోతలకు అప్పుడప్పుడూ కార్యక్రమాల మధ్యలో ఏవైనా సూచనలు సలహాలు సందేశాలు ఇవ్వడం ఇందులో ప్రధానాంశం.

దీన్ని రాయడంలో ఎంతో జాగ్రత్త అవసరం.

మాటల పొందిక, తూకం వుంటే ఈ కార్యక్రమం శ్రోతల మనస్సుపై అలానే నిలిచి పోతుంది. లేకపోతే వ్యర్థ పదాల కూర్పు ఐపోతుంది.

BRAOU

రూపకం

రూపకం విషయాన్ని బట్టి రకరకాలుగా తయారుచేయవచ్చు. వాటిలో ప్రధానమైనవి కొన్ని. అవి 1. విషయాత్మకం, 2, వ్యక్తి ప్రధానం, 3. డాక్యుమెంటరీ, 4. సంగీతాత్మకం, 5. వార్తారూపకం.

లక్షణాలు

వాస్తవానికి సృజనాత్మక ప్రతిబింబమే రూపకం. ఏదైనా ఒక ఇతివృత్తం ఊహకు సంగీతం, కవిత్వం, వ్యాఖ్యానం, నాటకీయత వాస్తవికత జోడించి చెప్పడం రూపకంలో ప్రధానం. శ్రోత మనః ఫలకంపై అది చెరగని ముద్ర వేస్తుంది.

రూపకం ఎలా రాయాలి?

విషయాన్ని చెప్పడానికి సలహా యివ్వడానికి వినోదానికి రాయవచ్చు.

వాస్తవాంశాల క్రోడీకరణ యిందులో భాగం.

మూల వృత్తానికి సరిపడేలా భాష, శైలి అమరాలి.

ప్రారంభం రూపకానికి ప్రాణం, జీవనాడి.

ఉత్కంఠ, ఆశ్చర్యం కొసమెరుపు అవసరం.

కేవలం కల్పితం గాక వాస్తవానికి చిత్రణకావాలి.

పటిష్టమైన రచనగా ఉండాలి. ఇతివృత్తంలో ఐక్యత అవసరం.

రూపక రచయితకి వాస్తవాల వెనుక దాగిన రహస్యాలను త్రవ్విపోసి చెప్పగల శక్తి వుండాలి. భాష సులభంగా, మాట్లాడుకొనే శైలిలో వుండాలి. రెండు గొంతుకలు చదువుతాయి కాబట్టి రాతప్రతి రెండు గొంతుకలు చదివేలా రాయాలి. ఒకే వ్యాఖ్యాత కూడా చదవవచ్చు. కానీ ఇద్దరు (ఒక స్త్రీ ఒక పురుషుడు చదవడం ఆనవాయితీ) రూపకంలో ప్రధానంగా Effects బలాన్నిస్తాయి. నేపథ్య సంగీతం వాతావరణాన్ని సృష్టించే శబ్దాలు బాగా ఉపకరిస్తాయి.

రూపకానికి మధ్య కొన్ని పరిచయాలుంటాయి. పరిచయాల ఎంపికపై రూపకం బాగోగులు ఆధారపడి ఉంటాయి. వ్యాఖ్యానం చేసే వ్యక్తుల ఎన్నిక కూడా చక్కగా చేయాలి. రూపకం వ్యవధి 15 నిముషాలు 30 నిముషాలు లేదా గంటవరకు వుంటుంది. మనం ఎన్నుకొన్న ఇతివృత్తాన్ని బట్టి కాలాన్ని పరిమితం చేసుకోవచ్చు.

విసుగు పుట్టకుండా వాస్తవ రూప చిత్రణ చేయగలగడం రూపకంలో గుర్తుంచుకోవలసిన అంశం. దానికి రచయిత సామర్థ్యం దోహదం చేస్తుంది. ఉత్తమ రూపక రచయితకు సృజనాత్మకత అవసరం. సంస్కృత నాటకాలలో చెప్పే దశవిధ రూపకాలలో రూపకానికి దీనికి సంబంధం లేదు. ఇది కేవలం రేడియోకు ప్రత్యేకం.

విషయాత్మక రూపకం (Informative Feature)

ఇందులో ఏదైనా ఒక విషయానికి సంబంధించిన అంశాన్ని తెలియజేయవచ్చు. శ్రోతలకు విజ్ఞానం అందజేయడం ఇందులో ప్రధాన ధ్యేయం. సంబంధిత వ్యక్తులతో పరిచయాలు జతకూర్చి ఈ రూపకం తయారుచేస్తారు. పరిశోధన చేసి దానికి కావలసిన నేపథ్యాన్ని తయారు చేసుకొని వ్యాఖ్యానం చేస్తారు. పరిశోధన చేసి దానికి కావలసిన నేపథ్యాన్ని తయారుచేసుకొని వ్యాఖ్యానం రాయాలి. విషయ ప్రధానం కాబట్టి ఎక్కువ భాగం సమాచారం అందించడానికి ప్రయత్నించాలి. ఇందులో కథాత్మక శైలి పనికి రాదు. వినోదం కన్నా సమాచారం అందించడం ముఖ్యం. పరిచయాలతోబాటు వ్యక్తిగత అభిప్రాయాలను కూడా తెలియజేయాలి.

ఉదా:- 'నాలుగు శతాబ్దుల భాగ్యనగరం'

హైదరాబాదు నగర సంస్కృతీ సంప్రదాయాలు, ముస్లిం రాజుల సాహిత్య పోషణ. ఇతర చారిత్రక కట్టడాలు - ఇవి ప్రధానంగా తీసుకొని కొందరు ప్రముఖులతో పరిచయాలు రికార్డు చేసి రూపకం తయారుచేయవచ్చు. రాసేటప్పుడు గుర్తుంచుకోవలసింది హిందూముస్లిం సంస్కృతుల సమ్మేళనం. దీనికి ఉభయ సంస్కృతులను గూర్చి పరిశోధన చేయాలి.

శాస్త్ర విషయాలపైన కూడా ఇలాంటి రూపకాలు రాయవచ్చు. వాటిని శాస్త్ర విషయాత్మక రూపకంగా చెప్పవచ్చు. విశేష పరిశోధనలు, శాస్త్రీయ విషయాలు యిందులో వివరించవచ్చు.

వ్యక్తి ప్రధాన రూపకాలు (Personality Features)

సాహిత్య సాంస్కృతిక కళారంగాలలో సుప్రసిద్ధులైన వ్యక్తులతో పరిచయాలతో కూర్చిన రూపకం. సమాజంలో ప్రతి ఒక్కరు ఇతరుల్ని గూర్చి తెలుసుకోవాలని కోరుకుంటారు. అది మానవ సహజ నైజం.

ఈ రూపకం రాయడం కష్టం. ఆ వ్యక్తి సంపూర్ణ వ్యక్తిత్వాన్ని ధ్వని మాధ్యమంతో ప్రతిఫలింప జేయటం కష్టతరం. ఆ వ్యక్తి స్నేహితులు, ఉపాధ్యాయులు, సన్నిహిత బంధువులు, సహచరులతో పరిచయాలు సమకూర్చుకొని వాటి ఆధారంగా రూపకం రాయవచ్చు. విజ్ఞాన సర్వస్వంలో జీవిత సంగ్రహంలా రూపకం రాయకూడదు. ఆయన అసలుసిసలైన వ్యక్తిత్వాన్ని ప్రస్ఫుటం చేసేలా వుండాలి. అతడు నిత్యపఠనాసక్తి గలవాడైతే ఆ విషయం తెలియజేయాలి. అతడు నిత్య సంగీత సాధకుడైతే అది వెల్లడి చెయ్యాలి. ఒక వ్యక్తి మరొకరితో పోల్చినపుడు భిన్నంగా కనిపిస్తాడు. అది రూపకంలో స్పష్టం కావాలి.

ప్రధాన వ్యక్తులతో పరిచయాలు చేసేటప్పుడు మామూలుగా వేసే ప్రశ్నలు మానుకోవాలి. మీ అభిరుచులేమిటి?

BRAOU

విరామ సమయంలో ఏం చేస్తుంటారు? యువతరానికి మీ సందేశం? మీ అభిమాన సినీతార? మీ కిష్టమైన వంటకం? ఇలాంటి ప్రశ్నలు అవసరమున్నంతవరకేవేయాలి. అందరికీ ఒకే మూసలో పోసిన ప్రశ్నలు పనికి రావు. అతకవు. మీకానందాన్నిచ్చిన సన్నివేశాల వంటి ప్రశ్నలు బాగా రక్తికడతాయి.

రాసేటప్పుడు వ్యాఖ్యానం ద్వారా వ్యక్తి పరిచయం చేయడం సబబు కాదు. అతని పరిచయం ద్వారా వ్యక్తిత్వం బహిర్గతం కావాలి. వ్యక్తి మాటల ద్వారానే ఆయన సహజత్వం శ్రోతలు తెలుసుకోవడానికి ఇష్టపడతారు. ఫలానా వ్యక్తి సుప్రసిద్ధ సంగీత విద్వాంసుడని వ్యాఖ్యానంలో చెప్పడం కంటె మరో విద్వాంసుడు తన నోటితో కొన్ని మాటలు చెబితే దానికి విలువ జాస్తి. అతిశయోక్తులు, పదాడంబరం సరిగా పేలవు. ఇతరులు ఆయనను గురించి ఏమనుకుంటారో చెప్పండి. సహజంగా మానవతతో కూడిన రూపకంలా వుండాలి. విషయాన్ని బట్టి శైలి ఎంచుకోవాలి. అన్నిటికీ ఒకే మూస పనికి రాదు.

డాక్యుమెంటరీ రూపకం

ఇందులో 'డాక్యుమెంటేషన్' విషయ సేకరణ ఎక్కువ. ఏదైనా ప్రసిద్ధ కర్మాగార సంస్థను గూర్చి శ్రోతకు పరిచయం చేయడానికి ఇది ఉపయోగపడుతుంది. ఇందులో వాస్తవ విషయాలకు సంబంధించిన శబ్దాలు (Sound Effects) జతపరుస్తారు. అక్కడ అధికారులతో, వ్యక్తులతో పరిచయాలు ఉంటాయి. దీనికి పరిశోధన అవసరం.

ఉదా:- భారత హెవీ ఎలక్ట్రికల్ లిమిటెడ్ BHEL పై రూపకం. ఆ సంస్థ ఎలా ఆరంభమైంది. ఇప్పటి ప్రగతికి ఎవరు కారకులు? సంస్థల వివిధ విభాగాలు తెలియజేస్తూ అయా విభాగాలను చూస్తున్నట్లుగా శ్రోతల కళ్ళకు కట్టేలా శబ్ద చిత్రం కల్పించడమే ధ్యేయం.

సంస్థలో జరుగుతున్న రణగొణధ్వనులు, యంత్రాల శబ్దాలు రికార్డు చేసి వ్యాఖ్యానంతో జోడిస్తారు. ఆ సంస్థ మేనేజింగ్ డైరెక్టరు, తదితర సీనియర్ అధికార్లతో పరిచయాలు ఉంటాయి.

ఇలానే నాగార్జున సాగరం, శ్రీశైలం జలవిద్యుత్ ప్రాజెక్టు వంటి సంస్థలపై డాక్యుమెంటరీ రూపకాలు రాయవచ్చు. వ్యవధి 30 నిమిషాలు మించకూడదు. హంపీ శిథిలాలపైన, ఎల్లోరా గుహల మీద, పృథ్వి క్షిపణికి ప్రయోగంపైన యిలాగే డాక్యుమెంటరీలు తయారుచేయవచ్చు.

BRAOU

వార్తా రూపకం

పరిచయాలతో కూర్చిన రూపకంలో ప్రధానంగా పరిచయాలుంటాయి. వరదలు, తుఫాన్లు, భూకంపాలు వచ్చినపుడు అక్కడి దారుణ మారణ కాండను, జన జీవన విచ్ఛిత్తిని తెలియజేయడానికి రూపక ప్రక్రియ వాడుకోవచ్చు. ఇటీవల జరిగిన భూకంపంపై ఎన్నో రూపకాలు ప్రసారమైనాయి. ఇందులో వ్యాఖ్యాత కేవలం ఒక అనుసంధాన కర్త మాత్రమే. వాస్తవాలను తెలియజేయడానికి యిది ఉపయోగపడుతుంది. ఎక్కువ పరిశోధన చేసే అవసరం, అవకాశమూ ఉండదు. వాస్తవరూప చిత్రణ వుంటుంది.

ఉదా: భోపాల్ గ్యాస్ దుర్ఘటన, తిరుమల బ్రహ్మోత్సవాలపై రూపకం వీటిని రాసేటప్పుడు విషయసేకరణ వార్తా ప్రాధాన్యంతో కూడి వుంటుంది. వార్తలు సేకరించినట్లు విషయాన్ని సేకరిస్తారు. పేరు అందంగా పెట్టాలి.

సంగీత రూపకం

ఇందులో వ్యాఖ్యానం తప్ప మిగతా కార్యక్రమం సంగీత ప్రధానంగా ఉంటుంది. విషయ పరిశోధన చేసిన తర్వాత వ్యాఖ్యానం తయారు చేసుకొని సంగీతజ్ఞులైన గీత రచయితల చేత నాలుగైదు గీతాలు రాయిస్తారు. వాటిని స్వరపరచి సంగీతం కూర్చి పాడిస్తారు. ఆపాటల మధ్యలో వ్యాఖ్యానం సమకూర్చి రూపకం తయారు చేస్తారు. దీనికి విశేషశ్రమ అవసరం. పాటలు రాయగలిగిన వారు తక్కువ లయబద్ధమైన గీతాలురాసి వాటికి వ్యాఖ్యానం రాయడం ముఖ్యం.

ఉదా:- గోదావరి నది మీద 'కొండ నుంచి కడలిదాక' అని డా. బాలాంత్రపు రజనీకాంతరావుగారు సంగీత

రూపకం రాసి ప్రచారం చేశారు. దానికి జపాన్ రేడియో వారి బహుమతి కూడా లభించింది. ఎక్కడో మహారాష్ట్ర కొండలలో చిన్న పాయగా పుట్టిన గోదావరీమతల్లి రాజమండ్రి వద్ద విశాలమైన నదిగా విస్తరించి సముద్రంలో కలియడం కవి ఊహలో రమణీయ కావ్యంగా రూపొందింది. స్వయంగా కవి, సంగీతజ్ఞుడు, గేయ రచయిత ప్రసారమాధ్యమం తెలిసిన వ్యక్తి కాబట్టి చక్కటి రూపకం రాశారు.

రూపకాల విశిష్టత ఏమిటంటే ఇవి సృజనాత్మకతతో కూడినవి. కావడం వల్ల ఆలోచనాశక్తికి పదను పెడతాయి. విషయాన్ని కేవలం ప్రోజ్‌గా చెప్పడం గాక సంగీతం, పరిచయాదికాలతో చెప్పడం వల్ల శ్రోతలను బాగా ఆకర్షించగలుగుతాయి. రూపక రచయితకు స్వేచ్ఛ స్వాతంత్ర్యాలున్నాయి. అయితే వాస్తవాల వక్రీకరణ కుదరదు.

జాతీయస్థాయిలో హిందీ, ఇంగ్లీషు రూపకాలను ఆకాశవాణి ప్రసారం చేస్తోంది. వాటికి ప్రత్యేక విభాగాలున్నాయి. వాటి ప్రొడ్యుసర్లు విశేష శ్రమతో రూపకాలు రూపొందిస్తారు. 30 నిముషాల వ్యవధి రూపకం తయారుగావడానికి కొన్ని నెలల పరిశోధన, విషయసేకరణ, ఆయా ప్రాంతాల సందర్శన పరిచయాల రికార్డింగు వాటి ఎడిటింగు వాటిని అనుసంధానం చేయడం ఎంతో పరిశ్రమతో కూడుకొన్న పని. దానికి ఓపిక, పట్టుదల, దీక్ష ఉండాలి. మెల్‌వెల్‌డిమెలో-ప్రఖ్యాత రూపకకారుడు. ఆయన అంగ్లంలో ఎన్నో రూపకాలు రాసి ప్రసారం చేశారు. 'Lions of the Ghir' — ఘిర్ అరణ్యప్రాంత సింహాలపై ఆయన రాసిన రూపకానికి ప్రపంచ ప్రఖ్యాతి వచ్చింది. ఉత్తమరూపకంగా ప్రశంసలందుకొంది. నాటకరచయితగా కొందరు ప్రసిద్ధులైనందునే మరి కొందరు రూపక రచయితలుగా ప్రఖ్యాతి సంపాదిస్తారు.

అభ్యాసం

రేడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో సృజనాత్మక రూపభేదాలను తెలియజేయండి.

BRAOU

6.4 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకొందాం

- రేడియో ప్రసారంలో భిన్న నిర్మాణ కార్యక్రమ రూపభేదాల రచనా పద్ధతి తెలుసుకొన్నాం. అందులో ప్రవచన విభాగానికి యథాతథంగా రాస్తే సరిపోతుంది.
- సృజనాత్మక విభాగంలో నిర్మాణాలకు రచనా సామర్థ్యం పరిశోధనా అవసరం.
- రూపకం అన్నిటి కంటె ఉత్తమ రూపభేదం. ఆ తర్వాత నాటకానికి విలువ ఎక్కువ. రచయిత సామర్థ్యంపై రూపకం, నాటకం రక్తికడతాయి. శ్రోతల్ని ఈ రెండు బాగా ఆకట్టుకుంటాయి.
- విషయాన్ని బట్టి శైలి వుంటుంది.
- రూప భేదాల్లోని భాష భావ ప్రకటనకు మాత్రమే తోడ్పడేలా వుండాలి గాని పదాడంబరత పనికి రాదు.

6.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. రేడియో కార్యక్రమాలలో ప్రధానంగా ప్రసంగం, చర్చ ఎలా రాయాలో తెలియజేయండి.

2. రేడియో పరిచయ కార్యక్రమం తయారుచేయడానికి తీసుకోవలసిన మెళకువలు వివరించండి.

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. రేడియో రూపకం రాయడానికి ఎలాంటి శ్రద్ధ వహించాలి వివరించండి.

2. రేడియోనాటకం రాయడానికి రచయిత చూపవలసిన జాగ్రత్తలు తెలియజేయండి.

BRAOU

భాగం 7 విద్యా కార్యక్రమాలు

విషయ క్రమం

7.0 ఉద్దేశం

7.1 ప్రవేశిక

7.2 ముఖ్యాంశాలు

7.3 విద్యా ప్రసారాల తీరు తెన్నులు

అభ్యాసం

7.3.1 విద్యా ప్రసారాల తీరు తెన్నులు

7.3.2 వివిధ విద్యాప్రసారాలకు రాయడం

అభ్యాసం

7.4 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకొందాం

7.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

7.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది అంశాలను వినరించగలుగుతారు

- విద్యా ప్రసారాలను గురించిన వివరాలు
- విద్యా ప్రసారాలకు రాయడంలో నేర్పరితనం

BRAOU

7.1 ప్రవేశిక

ఈ భాగంలో మిగతా ప్రసారాలకు రాయడం కంటె విద్యా ప్రసారాలకు రాయడంలో క్లిష్టతను తెలుసుకొంటారు. విద్యా ప్రసారాలు ఎప్పుడు ప్రారంభమయ్యాయి. అవి ఎన్ని రకాలు. ఎవరెవరి నుద్దేశించి ఈ ప్రసారాలు వెలువడతాయి. విద్యార్థుల మానసిక స్థాయి ఏమిటి? వారి కర్థమయ్యే రీతిలో రాయడంలో ఉండే ఇబ్బందులు ఏవి? వీటిని తెలుసుకుంటారు.

7.2 ముఖ్యాంశాలు

భారతదేశంలో విద్యా ప్రసారాల పుట్టు పూర్వోత్తరాలను ఈ భాగంలో తెలుసుకొంటారు.

1. విద్యా ప్రసారాల ప్రారంభ దశ.
2. తెలుగులో విద్యా ప్రసారాల తీరుతెన్నులు.
3. వివిధ సంస్థల తోడ్పాటుతో విద్యాప్రసారాలు.
4. విద్యా ప్రసారాలు వినే వారి స్థితిగతులు.
5. ప్రసారాలకు రాయడంలో ఇబ్బందులు.
6. ప్రసారాలకు రాయడంలో పాటించవలసిన నియమాలు.

7.3. విద్యా ప్రసారాల తీరు తెన్నులు

7.3.1 విద్యా ప్రసారాల తీరుతెన్నులు

ఆకాశవాణి ప్రసారాలు సామాన్యునికి అందుబాటులో వుంటాయి. కార్మికులు, కర్షకులు, స్త్రీలు, బాలురు, వృద్ధులు, విద్యార్థులు, ఉపాధ్యాయులు - ఇలా అయా వర్గాల వారికి కార్యక్రమాలను ఆకాశవాణి ప్రత్యేకించి అందిస్తుంది.

1937 నవంబరులో మొట్టమొదటి సారిగా అకాశవాణి కలకత్తా కేంద్రం నుండి విద్యా ప్రసారాలు ఆరంభమయ్యాయి.

భారతదేశంలో విద్యా ప్రసారాలు 65 కేంద్రాల నుండి ఇప్పుడు ప్రసారమవుతున్నాయి. ఒక్కొక్క కేంద్రంలో విద్యా ప్రసార విభాగం పనిచేస్తోంది.

తెలుగులోని విద్యా ప్రసారాలు ఆకాశవాణి, హైదరాబాదు, విజయవాడ, కడప కేంద్రాలనుండి ప్రసారం అవుతున్నాయి. ఉన్నత పాఠశాలలకు విజయవాడ కేంద్రం నుండి మ. 11.40 ని.లకు ఇరవై నిముషాలపాటు ప్రసారాలుంటాయి. 1980లో విజయవాడ కేంద్రం ద్వారా విద్యా ప్రసారాలు ఆరంభమయ్యాయి. హైదరాబాదు కేంద్రం నుండి ప్రాథమిక పాఠశాలలకు మ. 2.30 ని.లకు ఇరవై నిముషాల పాటు ప్రసారాలు చేస్తున్నారు. ఆకాశవాణి, కడప కేంద్రం నుండి 1989 ప్రాంతాలలో ప్రాథమిక పాఠశాలల ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. ఉన్నత విద్యా కార్యక్రమాలను హైదరాబాదు నుండి విజయవాడ, కడప, విశాఖపట్టణం కేంద్రాలు రిలే చేస్తాయి.

విద్యా ప్రసారాల లక్ష్యం

విద్యార్థులకు మరింత విషయాన్ని అందించడం, పాఠ్యాంశాలను నేరుగా చెప్పడం అనే లక్ష్యంతో విద్యా ప్రసారాలు జరుగుతున్నాయి. సెకండరీ పాఠశాలల ప్రసారాల్లో కేవలం పాఠ్య ప్రణాళిక ఆధారంగా కార్యక్రమాలుంటాయి. పాఠ్య ప్రణాళికకు అవి దోహదకారులు. క్లాసురూపంలో నేర్చుకొన్నదానికి అదనంగా కొత్త విషయాలను నిపుణుల చేత చెప్పిస్తారు. సాధారణమైన బడిలో ఏలాంటి సౌకర్యాలు వుండవు. వారికివి బాగా ఉపయోగపడతాయి. విద్యార్థులు ఆధునిక విజ్ఞానాన్ని తెలుసుకొనేందుకు పాఠ్యప్రణాళికలో హెచ్చుతగ్గులను భర్తీ చేయడానికి సామాజికమైన సమకాలీన విషయాలను బోధించడానికి బాగా తోడ్పడుతున్నాయి. బాహ్య ప్రపంచానికి, పాఠ్య ప్రణాలికకు మధ్య వారధిలా సహకరిస్తాయి.

యునెస్కో, భారత ప్రభుత్వ విద్యాశాఖ కలిసి ఏర్పాటు చేసిన జాతీయస్థాయి వర్క్‌షాప్ ఒకదానిలో విద్యా ప్రసారాలను ఈ కింది విధాలుగా ఉపయోగించుకోవచ్చునని సూచించారు.

1) విద్యార్థులకు ప్రోత్సాహాన్ని అందించడానికి ఉన్ముఖుల్ని (motivation) చేయడానికి

2) అనియత విద్యావ్యాప్తిలో ప్రధాన ప్రకియగా వాడుకోవడం

3) నేరుగా విద్యాబోధనకు వినియోగించడం

4) పాఠ్యాంశాలకు తోడు అధికాంశాలను చెప్పడం (Enrichment of Programme)

5) అధ్యాపకులు, పర్యవేక్షకుల శిక్షణకు

6) వృత్తి విద్యా విషయాలను చెప్పడానికి, వృత్తిపరమైన నిపుణతను పెంచడానికి విద్యా ప్రసారాలు ఉపయోగపడతాయి.

ఈ నేపథ్యంలో విద్యా ప్రసారాలకు ఎలా రాయాలో ఆలోచిద్దాం. పాఠశాలల్లో అధికమైన పని ఒత్తిడిని తగ్గించగలగాలి. విద్యారంగాభివృద్ధికి విషయపరంగాను, సంఖ్యాపరంగాను (qualitative & quantitative)

BRAOU

ఈ ప్రసారాలు తోడ్పడాలి. వివిధ రాష్ట్రాల్లో వివిధ పాఠ్యప్రణాళికలుంటాయి. కాబట్టి ఆకాశవాణి ఒక చోట కేంద్రీకృతంగా ఈ ప్రసారాలు రూపొందించడం లేదు. ఆయా రాష్ట్రాలతో ఆయా విద్యాశాఖల సలహా మేరకు పాఠ్య ప్రణాళికకనుకూలంగా ప్రసారాలు తయారు చేస్తారు. ఆంగ్లభాషా ప్రసారాలు మాత్రం హైదరాబాదులోని CIEFL తయారుచేస్తుంది. దేశమంతా ఈ ప్రసారాలు ఒకే వారవడిలో జరుగుతాయి.

విశ్వవిద్యాలయాల విద్యార్థుల ప్రసారాలు

కరస్పాండెన్స్ కోర్సుల విద్యార్థుల కోసం ఆకాశవాణి ప్రసారాలు చేస్తుంది. అలానే సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయ విద్యార్థుల కోసం ప్రసారాలు జరుగుతున్నాయి. 1966 ఢిల్లీ విశ్వవిద్యాలయం వారి కోరిక మేరకు ఉన్నత విద్యా కార్యక్రమాల ప్రసారాన్ని ఢిల్లీ కేంద్రం ఆరంభించింది. ఆకాశవాణి హైదరాబాదు కేంద్రం నుండి సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం వారి పాఠాలు 1984 నుండి ఆరంభమైనాయి. ఈ కార్యక్రమాలు హైదరాబాదు 'బి' నుండి ప్రసారమౌతున్నాయి. ఇందిరాగాంధి సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం ప్రసారాలు ఇప్పుడు ఢిల్లీ కేంద్రం ప్రసారం చేస్తోంది. ఈ ప్రసారాల ద్వారా రాష్ట్రంలోని వివిధ ప్రాంతాల దూరవిద్యా కోర్సు విద్యార్థులు లాభం పొందుతున్నారు. హైదరాబాదులోని సెంట్రల్ ఇనిస్టిట్యూట్ ఆఫ్ ఇంగ్లీషు అండ్ ఫారిన్ లాంగ్వేజస్ వారు ఆకాశవాణి కోసం ఆంగ్లభాషా పరిచయ ప్రసారాలు తయారు చేస్తారు. దానికి ఆకాశవాణి రాయల్టీ అందిస్తుంది.

అనియత విద్యా ప్రసారాలు

జనాభా పెరుగుదలతోబాటు విద్యావసరాల పెరుగుదల కూడా అధికమైంది. నిరక్షరాస్యత వల్ల కేవలం పాఠశాలలోనే గాక ఇతరత్రా కూడా విద్యాబోధన అవసరమైంది. పాఠశాలల్లో చేరి మధ్యలో బడి మానుకున్న వారి కోసం ప్రసారాలు చేయవలసిన అవసరం యేర్పడింది. వయోజన విద్యా వ్యాప్తికి రేడియో తన వంతు కృషి మొదలుపెట్టింది. గ్రామీణ ప్రాంతాల వారికి రేడియో అందుబాటులో వుండటం వల్ల దాని శక్తి అపారం. దానిని వినియోగించుకొని వయోజన విద్యా ప్రసారాలను సమర్థవంతంగా చేస్తున్నారు. విదేశాలలో కూడా ఈ ప్రసారాలు విజయవంతం అయ్యాయి. చౌకగా ఈ రంగంలో విద్యావ్యాప్తికి కృషి చేయవచ్చు.

విద్యా ప్రసారాల రూపకల్పన

నిపుణుల సలహా మేరకు ప్రసారాలు పాఠ్యప్రణాళికను రూపొందిస్తున్నారు. ఆ ప్రణాళిక మేరకు ఆయా సబ్జెక్టులలో అనుభవజ్ఞులచేత ప్రసారాల సారాంశాన్ని రాయిస్తారు. పాఠ్యాంశం లక్ష్యం, ప్రసారానికి ముందు అధ్యాపకులు ఏం చెప్పాలి. ఈ ప్రసారం సారాంశం ఏమిటి? ప్రసారం తర్వాత అధ్యాపకులు ఏం చెయ్యాలి. ఒక నమూనా తయారు చేస్తారు. ఆ వివరాలు సంవత్సర మంతటికీ సంకలనపరచి హైదరాబాదు, విజయవాడ, కేంద్రాలు విడివిడిగా ప్రాథమిక, ఉన్నత పాఠశాలలకు పుస్తకాలుగా ముద్రించి జూన్‌లో స్కూళ్ళకు సరఫరా చేస్తారు. పాఠశాలల్లో ప్రసారాలు వినాలని ఉద్దేశం. ఆ కార్యక్రమాలు విన్న తర్వాత ఉపాధ్యాయులు తమ అభిప్రాయాలను తెలియజేయడానికి ఒక నమూనా పత్రం జతచేస్తారు. దాంట్లో ఆ ఉపాధ్యాయుడు ఆయా కార్యక్రమాలపై తమ అభిప్రాయాలు రాసి ఆకాశవాణి కేంద్ర నిర్దేశకులకు పంపాలి. అది ఆకాశవాణికి ఫీడ్ బ్యాక్ కింద పని చేస్తుంది. ఒక్కొక్కసారి ఆయా పాఠశాలలకు ముందుగా తెలియజేసి అక్కడి విద్యార్థుల అభిప్రాయాలు రికార్డు చేసి ప్రసారం చేస్తారు. దానివల్ల విద్యార్థులకు తాము కూడా కార్యక్రమాల్లో భాగస్వాములమనే భావన పెంపొందుతుంది. Participatory Programmes ఎప్పుడూ శ్రోతల్లో ఆసక్తిని పెంచుతాయి. అందుకే ఈ విధంగా విద్యార్థులచేత రాయించడం.

అభ్యాసం

రేడియో విద్యా ప్రసారాల స్వరూపాన్ని తెలియజేయండి.

____

____

____

BRAOU

7.3.2 వివిధ విద్యా ప్రసారాలకు రాయడం

ఈ ప్రసారాలకు ప్రధానంగా ఉపయోగపడే ప్రక్రియలు నాలుగైదు రకాలు. అవి:

రూపకం, సంగీత రూపకం, కథా రూపకం

బుర్ర కథలు

నాటిక

సంభాషణ

క్విజ్

సంచికా కార్యక్రమం

విద్యాప్రసారాల ప్రొడ్యూసరు విద్యాశాఖ నిపుణులతో సంప్రదించి సారాంశాన్ని తయారుచేస్తారు. సారాంశాన్ని ఆయా సబ్జెక్టులలో నిష్ణాతులైన అధ్యాపకులకు పంపిస్తారు. విషయ నిర్దేశం ప్రక్రియా నిర్దేశం కూడా చేస్తారు. సారాంశం కూడా పంపుతారు. రచయితలు రాసుకొచ్చిన రాతప్రతిని రేడియోలో విద్యాప్రసారాల ప్రొడ్యూసర్ తమ అవసరాల కనుగుణంగా మార్చుకుంటాడు. అవసరమైన చోట్ల సౌండు ఎఫెక్ట్స్ జోడించి రసవత్తరంగా తయారుచేస్తాడు అది అతని ప్రతిభకు నిదర్శనం. అనుభవం, శ్రద్ధ, ఆసక్తి ఈ కార్యక్రమ నిర్వాహకునికి అవసరం. వింటున్నది చిన్న పిల్లలని గుర్తుంచుకోవాలి.

BRAOU

రేడియో అత్యంత శక్తివంతమైన ప్రసార సాధనం. తక్కువ ఖర్చుతో ఎక్కువమంది విద్యార్థులు లాభపడతారు. కేవలం విషయాన్ని చెప్పడమే గాక, విద్యార్థుల్ని ఉత్తేజపరిచేలా ఉండాలి. విద్యార్థుల్లో జ్ఞాన తృష్ణను, ఆసక్తిని సచ్ఛీలతను పెంపొందించేలా రాయాలి. భారతదేశం వంటి అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశాలలో రేడియోకున్న శక్తి అపారం అని రాసేటప్పుడు గుర్తుంచుకోవాలి.

ఇబ్బందులు

ఇది కేవలం ధ్వని ప్రధానమైన మాధ్యమం కాబట్టి కొన్ని అంశాలకు రేడియో పనికిరాదు. చక్కటి పాఠం చెప్పవచ్చు. కాని శ్రోతలు వింటున్నారో లేదో తెలుసుకోవడం కష్టం. ఏదైనా ఒక ప్రత్యేక వర్గానికి, బృందానికి పాఠాలు తయారుచేయడం కుదరదు. విశ్రాంతి సమయంలో మళ్ళీమళ్ళీ తీరికగా చదువుకోవడానికి కుదరదు. వింటున్నంతసేపు విద్యార్థి శ్రద్ధగా ఉండాలి. ఆ బాధ్యత అధ్యాపకులు తీసుకోవాలి, అది సులభం కాదు. రేడియో క్లాసులో పెట్టి వినిపించగలరు. గాని విద్యార్థి చేత తదేకంగా వినేలా చేయలేరు. కార్యక్రమం ఆసక్తిగా వుండాలని, మరి రేడియో ప్రసారాల ద్వారా విద్యార్థిని ఉన్ముఖం చేయడం ఉత్తేజితం చేయడం కష్టం. ఎదురుగా శ్రోతలైన విద్యార్థులుండరు. అధ్యాపకుడు వారి ముఖకవళికలు గమనించి మళ్ళీ విషయం పునశ్చరణ చేయడం కుదరదు. అందువల్ల వారికి ఏ విధమైన ప్రక్రియ యిష్టమో, ఎలాంటి పద్ధతి అనుసరించాలో తెలుసుకోవడం కష్టం.ముఖాముఖి మాట్లాడుకోవటం కుదరదు. లెక్కలవంటి విషయాలు, చార్టులు, బొమ్మలు చూపించి చెప్పడం కుదరదు. దృశ్య ప్రధానమైన వస్తువులు లేకుండా కేవలం శబ్ద సహాయంతో ధ్వని ప్రధానంగా చెప్పగలశక్తి రచయిత కుండాలి. అది అందరికీ సాధ్యం కాదు. అనుభవంతోపాటు చెప్పగల నేర్పు అవసరం.

రేడియోకున్న పరిమితుల్ని దృష్టిలో వుంచుకొని కొన్ని సూత్రాలు పాటిస్తే రేడియోకి ఆసక్తికరంగా రాయగలం.

1. రేడియో పాఠాలకు తోడు ప్రసారానికి దోహదం చేసే బొమ్మలు, సారాంశ ప్రతులు, పోస్టర్లు, స్లైడ్లు ముందుగా పాఠశాలలకు సరఫరా చేయాలి. ఆయా పాఠాలు వినేప్పుడు విద్యార్థులకు అధ్యాపకులు వాటిని చూపించి వివరించాలి.

2. రేడియోలో వింటున్నప్పుడు క్షణ క్షణానికి విషయం మారిపోతుంది. అందువల్ల మొదటినుండి విద్యార్థిలో ఆసక్తి కలిగించేలా రాయాలి. ఆ ఆసక్తి చివరిదాకా కొనసాగేలా చూడాలి. ఇందుకు ఆసక్తిదాయకమైన రచనా శైలిని, కొత్త పద్ధతులను ఎన్నుకోవాలి.

3. ప్రసారాలు కేవలం ధ్వని ప్రధానం కాబట్టి మాటలకు తోడు Sound Effects, సంగీతం జోడించి పరిపుష్టం చేయాలి.

4. విద్యా ప్రసారాల పరిధిని గుర్తుంచుకొని రాతప్రతిని తయారుచేసి ఆద్యంతాలు ఆసక్తిని పెంపొందించేలా చూడాలి. ఉత్కంఠ, ఉల్లాసం, ఉద్రేకం విద్యార్థులకు కలిగించాలి. కొత్త విషయాలు తెలుసుకుంటున్నామనే కుతూహలం పెంచాలి.

5. కేవలం రచయిత శక్తి మీదనే గాక ప్రయోక్త పైన కూడా కార్యక్రమం జయప్రదం కావడం ఆధారపడి వుంటుంది. ముడికొయ్యను శిల్పంగా చెక్కినట్లు రాతప్రతిని సర్వాంగసుందరమైన కార్యక్రమంలా రూపొందించగల శక్తి ప్రయోక్తకుండాలి.

6. ధ్వని మాధ్యమానికి పనికివచ్చే సబ్జెక్టులను మాత్రమే స్వీకరించాలి. లెక్కలు చెప్పడానికి కుదరదు. బోర్డు మీద వేసి చూపడమే మార్గం. లెక్కల పాఠాల విషయంలో భావనలను విశదీకరించే అంశాలను ఎన్నుకొని రచనలు చేయడం మంచిది.

7. భాష విషయంలో ఎంతో శ్రద్ధ వహించాలి. పాండిత్యం ప్రకటించుకొనేలా గాక విద్యార్థిని దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

8. కేవలం సబ్జక్టులలో నిపుణుల్ని ఎంచుకొంటే సరిపోదు. వారిలో బాగా రాసే వారిని ఎంచుకోవాలి. పాఠం చెప్పడం వేరు, పాండిత్యం వేరు, నైపుణ్యం వేరు, బాగా రాయడం వేరు.

9. రాసే వారికి తగిన శిక్షణ ఇవ్వాలి రేడియో కెలా రాయాలో స్పష్టంగా చెప్పాలి. అందునా విద్యాప్రసారాలకు ఎలా రాయాలో సోదాహరణంగా వివరించాలి.

10. రచయితలు జన్మతః పుట్టరు. సృష్టించబడతారు. రాసే విధానం, శైలి, పద్ధతులు వారికి తెలియచేసి వారిని కూచోబెట్టి రాయించాలి.

11. అవసరమైతే మళ్ళీ తిరగ రాయించాలి. విసుగు లేకుండా ప్రసారానికి అనుగుణంగా దానిని మలచుకోవాలి. అప్పుడే ప్రయోక్త లక్ష్యం నెరవేరుతుంది. కార్యక్రమం రక్తి కడుతుంది.

రాసేటప్పుడు గుర్తుంచుకోవలసిన అంశాలు

విద్యార్థుల భావనను ఉత్తేజితం చేసే విధంగా రాయాలి. తద్వారా బాహ్య ప్రపంచాన్ని క్లాసురూంలో సృష్టించగలగాలి. ఎప్పుడో జరిగిన చరిత్ర పాఠానికి సంబంధించిన ఒక సన్నివేశాన్ని గాని, ఇతివృత్తాన్నిగాని విద్యార్థుల కంటికి కనిపించేలా రాయగలగాలి. అదే సామర్థ్యం మనం ఎంచుకున్న విషయాలు శబ్దాలు సంగీతం సరియైన పద్ధతుల్లో సమతూకంగా వాడటం ద్వారా విద్యాప్రసారాల ప్రమాణాలు పెంచవచ్చు.

రాతప్రతి మూలాధారం కాబట్టి దాని విషయంలో అతిశ్రద్ధ వహించాలి. మిగతా సంగీతం ఎఫెక్ట్స్ వంటివి అసలు ప్రతిలో సారం లేకపోతే అవి నిష్ప్రయోజనం.

BRAOU

విద్యార్థి స్థాయికి సరిపడే భాషను వాడటంలో అసలు విజయం దాగి వుంది.

సరియైన భాష అంటే ఏమిటి? విద్యార్థికి అర్థమయ్యే భాష తలలూపించే భాష. విద్యార్థి నేపథ్యం అతని విద్యార్హతలు అభిరుచులు, పరిసర వాతావరణం దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

రచయిత రాయబోయే ముందు ఏ ప్రక్రియ అనుకూలమో ఆలోచించి ఎంచుకోవాలి.

రచయిత రాసిన పదాలు, విద్యార్థి చదవడు, కేవలం వింటాడు. అందువల్ల కంటికింపైన మాటలు గాక చెవికింపైన పదాలు వాడాలి.

కంటికనువుగా రాసేటప్పుడు పేరాలు, కామాలు, ఫుల్‌స్టాపులు వుంటాయి. పాఠకుడు తన శక్తిని సామర్థ్యాలను బట్టి నిదానంగానో వేగంగానో చదువుకుంటాడు. పునశ్చరణకు అవకాశం వుండి క్లిష్టంగా వున్న చోట అతడు పేజీలు వెనక్కు తిప్పి చదువుకుంటాడు.

చెవికి అనువుగా రాయడం ఒక కళ. అనేక విషయాలను ఒక్కసారి చెప్పాలనుకోవడం పొరపాటు. అంకెలు ఎక్కువ అక్కరలేదు.

వాడుక భాషలో రాయాలి. విద్యార్థి చదువుకునే క్లాసురూంలో శారీరకంగా కూచొని వున్నా అతని ఆలోచనలు చెరువులో ఈతకొడుతుంటాయి. క్లాసురూంలో అయితే మాష్టార్ని అడిగి సందేహాలు తీర్చుకుంటాడు. రేడియోలో అది కుదరదు.

కేవలం కఠిన పదాలను మార్చి సులువైన తేలిక పదాలు వాడటం సరిపోదు. సన్నిహితంగా మాట్లాడుతున్నట్లు రాయాలి.

విద్యార్థి మనస్సు ఒక ఖాళీ పలకలాంటిది. దాని మీద రాసిన అక్షరాలు చెరిపేయటం కష్టం. అతని మీద మన మాటలు ఎంతో ప్రభావం చూపుతాయి. అందువల్ల తప్పుడు సమాచారం ఇవ్వకూడదు. అది చెరగని ముద్ర వేసి విద్యార్థిని తప్పుదారి పట్టిస్తుంది.

రాసే వారు ఆ సబ్జెక్టులో నిపుణులు. రేడియో ప్రొడ్యూసర్‌కు ఆ విషయంపై అధికారం ఉండకపోవచ్చు. తప్పొప్పులు మీరే సరి చూడాలి. తెలియని విషయం ఎవరినైనా అడిగి సరిచూసుకోండి. ఏదో ఒకటి చెబితే సరిపోదు. విద్యార్థిని పెడత్రోవ పట్టించవద్దు.

BRAOU

వివిధ ప్రక్రియలు

రేడియో ప్రక్రియలలో చాలా వరకు విద్యా ప్రసారాలకు ఉపయోగపడవు. ప్రసంగాలు పనికి రావు. అవి ఆసక్తిని కలిగించక బోర్ కొట్టిస్తాయి. పరిచయాలు సరిపడవు. ఇందులో పరిచయకర్త ప్రమేయం తక్కువ అందువల్ల విద్యాప్రసారాలకు మామూలుగా వాడే ప్రక్రియలు ఎలా రాయాలో తెలుసుకొందాం. 6వ భాగంలో భిన్న నిర్మాణాలను గురించి తెలుసుకున్నాం. ఇందులో విద్యా ప్రసారాలను దృష్టిలో పెట్టుకొని ఎలా వ్రాయాలో గమనిద్దాం.

రూపకం/కథా రూపకం

రూపకం ఎలా వ్రాయాలో 6వ మొదటి భాగంలో తెలుసుకున్నాం. ఒకసారి ఆ పాఠ్యాంశాన్ని మళ్లీ అధ్యయనం చెయ్యండి. ఇప్పుడు కథా రూపకం అనే కొత్త మాట వింటున్నాం. కథా రూపకంలో కొన్ని పాత్రలు వుంటాయి. వాటి ద్వారా కథను చకచకా నడిపిస్తారు. ఇద్దరు లేక ముగ్గురు విద్యార్థులు తమ మేష్టార్ని విషయం అడిగి తెలుసుకుంటారు. అతిశయోక్తులకు తావివ్వకూడదు. కాకమ్మకథలు చెప్పినట్లు కాక శ్రద్ధగా చెప్పాలి.

ఉదా: బతకలేక పోతున్నాం - బాబోయ్ - ప్రాణం తీసే గాలి - దీనిపై కథా రూపకం.

లక్ష్యం : గాలి కలుషిత మయ్యే విధానం, కలుషితమైన గాలి వల్ల కలిగే అనర్థాలు తెలుసుకుంటాం.

ప్రసారానికి ముందు అధ్యాపకుడు వాతావరణ కాలుష్యాన్ని గురించి కొన్ని విషయాలు చెబుతాడు రాము వాళ్ళ మాష్టారు - 1984వ సంవత్సరంలో భోపాల్‌లో జరిగిన దుర్ఘటనవల్ల విషవాయువు వెలువడిందని దాని వల్ల ఎలా గాలికలుషితమైందో అదిలేకపోతే బతకటం ఎలా కష్టమో రాముకి అర్థం కాలేదు. అంతమంది ప్రాణాలు ఎలా పోయాయి. అతనికి అర్థం కాని ప్రశ్న. యిలా ఆలోచిస్తూ నిద్రించిన రాముకి ఒక కల వచ్చింది. గాలి దేవత కనిపించి తన కథ చెప్పింది.

గాలి చెప్పిన కథ - గాలి ఎలా కలుషితమౌతుంది. అందువల్ల అనర్థాలు, కాలుష్యాన్ని ఎలా నిరోధించాలి. కాలుష్యం వల్ల కలిగే ప్రమాదాలు కథలా చెప్పింది. శాస్త్రీయ విషయాలు నేరుగా చెప్పడం కంటె ఇలా చెప్పడం ఆసక్తి కలిగిస్తూ వుంటుంది. అయితే ప్రతికథా రూపకమూ కలలో కథ చెప్పినట్లు రాయనక్కరలేదు. జడపదార్థాలు మూర్తిమత్వం దాల్చి తమ కథ చెప్పుకోవడం ఒక పద్ధతి. చెవి చెప్పిన కథ, కన్ను చెప్పిన కథ ఇలా ఆత్మకథా రూపంలో రాయవచ్చు. రచయిత ఆలోచనా సరళి మీద ఆధారపడి వుంటుంది. ఇదమిత్థంగా ఇలాగే రాయాలని రూలు లేదు.

మూల భాగంలో ప్రధానమైన విషయాలు సులభంగా చెప్పగలగాలి. ఈ రూపకంలో గాలిలో ఏఏ పదార్థాలు ఉంటాయి. ఆక్సిజను కార్బన్ డై ఆక్సైడు ఉండడం ఇతర వాయువుల నిష్పత్తి తెలియజేయాలి. గాలి ఎలా కలుషితమౌతుంది. అందువల్ల కలిగే అనర్థాలు. కాలుష్యాన్ని ఎలా నిరోధించాలి. అందులో చెప్పాలి.

ప్రసారం తరువాత విద్యార్థికి కొన్ని ప్రశ్నలు ఇవ్వాలి. ఈ రూపకంలో ప్రశ్నలు ఇలా వుంటాయి. కొన్ని అభ్యాసాలు కూడా యివ్వాలి.

1. పరిశుభ్రమైన గాలి కోసం తోటల్లో, పార్కుల్లో ప్రతి రోజూ కొంతసేపు విహరించడం అలవాటు చేసుకోండి.
2. ఇంటి ముందు, పెరట్లో మొక్కలు పెంచండి.
3. మీ ఊళ్ళో వాతావరణం కలుషితం చేసే అంశాలు పరిశీలించి ఒక జాబితా తయారుచేయండి.

కథారూపకంలో ఆసక్తిని పెంపొందించేశక్తి వుంది. నేరుగా చెప్పే బదులు కథలా చెప్పడంలో ముచ్చట వుంది. కథాకథనం చక్కగా సాగితే విషయం మనసుకు హత్తుకొంటుంది. గేయకథా రూపకాలు ఆత్మకథ రూపకాలు సామెతలతో కూడిన రూపకాలు ఇందులో భిన్న నిర్మాణ పద్ధతులు అవసరాన్ని బట్టి రచయిత కౌశలాన్ని బట్టి ఆపద్ధతి ఎంచుకోవాలి.

సంగీత రూపకం

సంగీత రూపకంలో ప్రధానంగా గేయాలుంటాయి. ఆ గేయాలు పాడుకొనేందుకనువుగా సరళశైలిలో సులభంగా అర్థమయ్యే రీతిలో వుండాలి.

బుర్రకథలు

'తాన తందానా తందనా' అని వంతలు పాడుతుంటే ప్రధాన కథకుడు అసలుకథ చెబుతాడు. ఇది పల్లెలో బాగా ప్రచారంలో వున్న ప్రక్రియ. దీనికి ముగ్గురు పాత్రలు అవసరం. ఇద్దరు వంతలు ఒక ప్రధాన కథకుడు. పాడిన పాటను వంతలు మళ్ళీ కలిసి పాడుతారు. ఇది రాయడం చేతనైన వారే ఈ ప్రక్రియను స్వీకరించాలి.

బుర్రకథ సంగీత ప్రధానమైంది గాబట్టి లయ, తీరు వుండాలి సులభ భాషలో చెప్పాలి. పాడుకొనేందుకు అనుగుణంగా ఉండాలి. వీరరస ప్రధానమైన విషయాలు బుర్రకథకు బాగా ఉపకరిస్తాయి. ఉయ్యాలవాడ నరసింహారెడ్డి, అల్లూరిసీతారామరాజు వంటి దేశభక్తుల కథలు యిందులో జోడించవచ్చు. ప్రధాన కథకుడు ఇందులో ప్రాణం. అతనికి మంచి సామర్థ్యం వుంటే బుర్రకథ రక్తి కడుతుంది. వంతల ద్వారా కొంత హాస్యం కూడా జోడించవచ్చు. హాస్యం ద్వారా విసుగు పోగొట్టవచ్చు.

నాటిక

రేడియో నాటకం గూర్చి ఇంతకుముందే తెలుసుకొన్నాం. ఇప్పుడు విద్యా ప్రసారాలకు రాసే నాటికల గురించి మరికొన్ని వివరాలు తెలుసుకుందాం. ఇక్కడ విద్యార్థుల స్థాయికనుగుణంగా రాయవలసి వుంటుంది. అందులో పాల్గొనేది కూడా విద్యార్థులే కాబట్టి అది దృష్టిలో వుంచుకొని రాయాలి. సులభశైలిలో పాత్రల సంభాషణ లుండాలి.

సంభాషణ

ఒక విషయంపై యిద్దరు వ్యక్తులు సంభాషించుకోవడం ఈ ప్రక్రియలో ప్రధానం. విషయం పాఠ్యాంశంలో భాగం. ఇందులో ఇద్దరూ ఆ విషయాన్ని గూర్చి విపులంగా చర్చిస్తారు. విషయ వివరణ సులభశైలిలో సాగాలి.

మిగతా రచనా ప్రక్రియ ముందు భాగాలలో తెలుసుకొన్నాం.

క్విజ్

ఇది మామూలు క్విజ్ కార్యక్రమం వంటిదే. దీనికి ప్రశ్నలు, జవాబులు తయారుచేయాలి. పాఠ్యాంశం ఆధారంగా ఫలానా సబ్జెక్టు మీద అని ముందుగా చెబుతారు. ఆ సబ్జెక్టుపై ప్రశ్నలు తయారుచేయాలి. ప్రశ్నలు సులభంగా వుండాలి. పాఠ్యాంశానికి పరిమితంగా ఉండేలా రాయాలి.

సంచికా కార్యక్రమం

ఏదైనా ఒక విషయంపై భిన్న కోణాలను తెలియజేయాలంటే సంచికా కార్యక్రమం ఎన్నుకోవాలి. ఉదాహరణకు: నీతి నా ఊపిరి - అనే విషయంపై సంచికా కార్యక్రమం లక్ష్యం - నీతి గలిగిన ప్రవర్తన మించి ఏదీ లేదని తెలియజేయడం.

ప్రసారానికి ముందు

విద్యార్థుల చేత వివిధ రకాల కథలు, వ్యాసాలు, పాటలు-నీతి అనే అంశం ఆధారంగా రాయించాలి. వారిలో రచనపై యిష్టం కలిగించాలి.

BRAOU

ప్రసార సారాంశం

ఈ సంచికా కార్యక్రమంలో వివిధ పాఠశాలల విద్యార్థులు గాని లేక ఒకే పాఠశాల విద్యార్థులు గాని కింది రూపభేధాలతో రాస్తారు. వాళ్ళే చదువుతారు.

1. కథ
2. రూపకం
3. నీతి శతకాలలో పద్యాలు
4. పురాణ ప్రసిద్ధమైన కథలు
5. ఏకపాత్రాభినయాలు
7. పిల్లలు రాసిన చిన్న చిన్న పాటలు
8. ప్రసిద్ధ వ్యక్తుల జీవితంలో భాగాలు

అభ్యాసం

విద్యా ప్రసారాలకు రాయడంలో ఎదుర్కొనే ఇబ్బందులు తెలియజేయండి.

7.4 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకొందాం

- విద్యా ప్రసారాలు నిరక్షరాస్యులు ఎక్కువగా ఉన్న మన దేశంలో చాలా ప్రధాన పాత్ర వహిస్తాయి.
- ప్రాథమిక పాఠశాలలకు, విద్యార్థులకు, ఉన్నతపాఠశాల విద్యార్థులకు, అధ్యాపకులకు ప్రత్యేక ప్రసారాలుంటాయి.
- రాష్ట్ర ప్రభుత్వ సహకారం ఈ విద్యా ప్రసార ప్రణాళిక తయారు చేయడంలో ఎంతైనా అవసరం.
- సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం వారు ప్రత్యేక ప్రసారాలు చేస్తున్నారు.
- అనియత విద్యా వ్యాప్తికి రేడియో కృషి ఎంతైనా అవసరం.
- విద్యా ప్రసారాలలో భిన్నప్రక్రియలు, రూపభేదాలు వాడవచ్చు.
- కథా రూపకాలు తక్కువ ఆసక్తి కలిగిస్తాయి.
- విద్యార్థుల స్థాయికి తగ్గట్లు రచన చేయాలి.
- విద్యా ప్రసారాలు పాఠశాలల్లో వినిపించడానికి ప్రయత్నాలు జరగాలి.
- విద్యా ప్రసార ప్రయోక్త కార్యక్రమాలు తయారు చేయడంలో ఎంతో కృషి చేయాలి.

BRAOU

7.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. మన దేశంలో విద్యా ప్రసారాల పుట్టుపూర్వోత్తరాలు తెలియజేసి తెలుగులో విద్యా ప్రసారాల తీరు తెన్నులు తెలియజేయండి.
2. నిరక్షరాస్యులు అధికమైన మనదేశంలో విద్యా ప్రసారాలకు రాయడంలో మెళకువలు వివరించండి.
3. రూపక ప్రక్రియ విద్యా ప్రసారాలకు ఎంత వరకు ఉపయోగమో తెలియజేయండి.

కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. విశ్వ విద్యాలయ ప్రసారాలు మన దేశంలో ఎలా జరుగుతున్నాయి.
2. విద్యా ప్రసారాలకు రాయడంలో యిబ్బందులు తెలియజేయండి.

భాగం 8 వాణిజ్య ప్రకటనలు

విషయ క్రమం

8.0 ఉద్దేశం

8.1 ప్రవేశిక

8.2 స్వరూపం

8.2.1 రేడియో ప్రత్యేకత

అభ్యాసం

8.3 శైలి, మెళుకువలు

అభ్యాసం

8.3.1 శైలి

8.3.2 మెళుకువలు

8.4 కొన్ని వాణిజ్యప్రకటనల ప్రస్తావన

8.5 ప్రసారాంశాలు-నియమాలు

8.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

8.7 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

8.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివింతర్వాత ఈ కింది అంశాలను మీరు వివరించగలుగుతారు:

- వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూపం, ప్రత్యేకత
- రాయడంలో శైలి, మెళుకువలు

BRAOU

8.1 ప్రవేశిక

ఈ భాగాలలో రేడియో వాణిజ్యప్రకటన స్వరూపాన్నీ, శ్రోతలపై వాటి ప్రభావాన్నీ, రాయడంలో ఎలాంటి శైలిని వాడాలి. సంక్షిప్తత ఎంతవరకు అవసరం అనే అంశాల్ని, ఎదురయ్యే అవరోధాలనూ రేడియో వాణిజ్య ప్రకటనలు రాయడంలో మెళకువలను చర్చించావు.

8.2 స్వరూపం

వాణిజ్య ప్రకటనలు టి.వి లో, రేడియోలో నిత్యం వింటూనే ఉన్నాం. కొత్తగా మార్కెట్‌లోకి వచ్చిన ఏవస్తువుకైనా తగిన ప్రచారం కావాలి. పిన్నలు మొదలు పెద్దలవరకు ఈ ప్రచారం హోరుకు కొట్టుకొని పోయేవారే. 'మధ్యతరగతి పౌరుని జీవితంపై ఈ వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రభావం ఎంతో వుంది. రేడియోలో వాణిజ్య ప్రసారాలు ప్రత్యేకంగా వున్నాయి. ఆకాశవాణి, వివిధ భారతి ప్రసారాలు కేవలం వాణిజ్య ప్రకటనలకే పరిమితం.

ఒక వస్తువుకు మరొక వస్తువుకు మధ్య తేడాను తెలుపడానికి ప్రకటనలు తోడ్పడతాయి. బట్టల సబ్బులు, పది, పదిహేను వున్నాయి. వాటిలో ఒక్కొక్కదానికి ఒక్కొక్క ప్రత్యేకత. అంగట్లో కొనడానికి వెళ్ళిన వ్యక్తి మనస్సుపై ప్రకటనల ప్రభావం తప్పకుండా వుంటుంది. రేడియోలో తాను విన్న ట్యూను గుర్తుకు వస్తుంది. ఇతర వస్తువులకన్నా తమ వస్తువు నాణ్యతలోను, మన్నికలోను మంచిదని భ్రమింపజేయడంలో ప్రకటనదారులకు తెలివితేటలు కావాలి. మనకు అసలు తెలియని వస్తువుల గురించి ప్రకటనలు కోకొల్లలుగా వస్తాయి. ఒక కొత్త

వస్తువు మార్కెట్టులోకి రాబోయే ముందు 'మార్కెట్ సర్వే' చేసి తగిన ప్రచారాన్ని చేస్తారు. అది విన్న తర్వాత ఆ వస్తువు మన జీవనగమనంలో అత్యవసరమనిపిస్తుంది.

ప్రసార మాధ్యమంలో రేడియోకున్న శక్తి అపారం. పత్రికలు చదువురాని వారికి ఉపయోగపడవు. చెవితో విన్నపుడు శ్రోత ఆకర్షితుడవుతాడు. అదే టీవిలో చూస్తే మరీ విశేషం. పత్రికలకు రేడియోకు ఉన్న తేడా - ప్రకటనలు చెవికింపుగా వినిపిస్తాయి.

వాణిజ్య ప్రకటనలు కార్యక్రమాల మధ్యలో రావాలి కానీ, మొత్తం ప్రకటనలే అయితే శ్రోతలు రేడియో కట్టేస్తారు. నాటకాలు, పరిచయాలు, హాస్యోక్తులు వీటి మధ్య ప్రకటనలు ప్రసారం చేస్తారు.

ప్రకటనలు ఎన్ని రకాలు

వరుసగా 5 నిముషాలు ప్రకటనలే వేశారనుకోండి బోర్ కొడుతుంది. అందుకే సాధారణంగా 120 సెకండ్లు (2 నిముషాల)లోగా ప్రకటనలన్నీ పూర్తి కావాలి. ఆ తర్వాత కార్యక్రమం మూడు నాలుగు నిముషాలు వస్తుంది. దాని తర్వాత మళ్ళీ ప్రకటనలు, ప్రకటనలు 7, 10, 15, 30, 45, 60 సెకండ్లు వుంటాయి. 7 సెకండ్లు ఉంటే దానిని 'Time Check' అంటారు.

ప్రకటనలెందుకు?

ఏదైనా కొత్తవస్తువు లేదా సేవ ప్రాచుర్యానికి

కొత్త వినియోగదారులను సమకూర్చుకోవడానికి

వస్తువులో ఏదైనా మార్పులు సూచించడానికి

ధరల మార్పును తెలియజేయడానికి

కొత్త ప్యాకింగు వివరాలు చెప్పడానికి

నేరుగా విక్రయాలు చేయడానికి

స్టాకిస్టులు ఫలానా ప్రాంతంలో ఉన్నారని వినియోగదారులకు తెలపడానికి

స్టాకిస్టులను ఆహ్వానించడానికి

వినియోగదారులను విజ్ఞానవంతుల్ని చేయడానికి

అమ్మకాలు పెంచడానికి

మార్కెట్లో పోటీ ఎదుర్కొనేందుకు

బ్రాండును గుర్తు చేయడానికి

పెట్టుబడిదారులను ఆకర్షించడానికి

ఎగుమతులు పెంచడానికి

సిబ్బంది నియామకానికి

అమ్మకాల ఫలితాలను, బహుమతులను తెలియబరచడానికి

8.2.1 రేడియో ప్రత్యేకత

పత్రికల్లో ప్రకటనలు ఇవి కేవలం అక్షరాస్యులకు మాత్రమే అందుబాటులో వుంటాయి. అయితే పాఠకుడు తనకిష్టం వచ్చినపుడు మళ్ళీ మళ్ళీ చదువుకొనే అవకాశం దీనిలో వుంది.ఫొటోలు, వర్ణచిత్రాలు ప్రకటనకు అందాన్ని తెస్తాయి. మాగజైన్లలో వచ్చిన ప్రకటనలు ఇంటిల్లిపాదీ చదువుతారు. పొరుగిళ్ళకు ఆ మాగజైను అరువు తీసుకెళ్తే వారు కూడా ఈ ప్రకటనలు, చదువుతారు. పూర్తి విడి పేజీ ప్రకటన మొదలు ఒక కాలం ప్రకటన వరకు సైజులు మన అవసరాన్ని బట్టి ఏర్పాటు చేసుకోవచ్చు. రంగులు ఎన్నైనా వాడవచ్చు.అయితే చదువు వచ్చిన వారికి మాత్రమే ఇవి పరిమితం.

BRAOU

రేడియో ప్రకటనల ప్రత్యేకత

నిరక్షరాస్యులకు కూడా ఇవి అందుబాటులో ఉంటాయి. అంధులు కూడా ఈ ప్రకటనలు వినవచ్చు. గ్రామీణ ప్రాంతాలలో ఇప్పుడు రేడియో 96శాతం మంది ప్రజలకు చేరువలోకి వచ్చింది. అందువల్ల గ్రామీణ ప్రాంతాలలో 74 శాతం మించి నివసిస్తున్న భారతదేశంలో ఏ వస్తువుకైనా ప్రకటన యివ్వాలి అంటే రేడియో చక్కటి మాధ్యమం. శ్రోత తాను స్వయంగా విన్న దాన్ని నమ్ముతాడు. అందువల్ల ఆ వస్తువు పట్ల ఆకర్షితుడౌతాడు.

టీ.వీ. ప్రకటనల్లో దృశ్యం కూడా కనిపిస్తుంది. కాబట్టి దానికి ఎక్కువ ప్రాధాన్యం వుంది. కానీ, టీ.వీ. ప్రకటన చాలా ఖర్చుతో కూడుకొన్న పని. అందుకోసం ఎక్కువమంది ప్రకటనదారులు రేడియో ప్రకటనలకు ఎక్కువ మొత్తాన్ని కేటాయిస్తున్నారని గమనించాలి.

సంక్షిప్తత

ప్రకటనలో ఏం చెబుతున్నారో శ్రోతకు యిట్టే అర్థం కావాలి. డొంకతిరుగుడు ధోరణి పనికి రాదు. కొద్ది సెకన్ల సమయంలో వస్తువు నాణ్యతను వివరించే పదజాలం వాడాలి. దానికి శక్తియుక్తులు కావాలి. అసాధారణమైన తెలివితేటలు కావాలి. ప్రకటన వ్రాసే వ్యక్తి ఎన్నో రకాలుగా ఆలోచించి ఈ పని చేస్తాడు. అతణ్ణి Copy Writer అంటారు. అన్ని అడ్వర్టయిజింగ్ ఏజన్సీలలో ఈ కాపీరైటర్లు ఉంటారు. వీళ్ళు ఒక్కొక్క వస్తువుకు సంబంధించిన మూడునాలుగు రకాల ప్రకటనల కాపీలు తయారు చేస్తారు. వాటిలో ఒకదాన్ని ఆ తర్వాత ఖరారు చేస్తారు. సంక్షిప్తత ప్రధానం. ఉన్న కొద్ది సెకన్ల కాలంలో శ్రోతల్ని ఆకట్టుకోవాలి. దానికి తగిన శబ్దాలను ఎంచుకోవాలి. భావం స్పష్టంగా ఉండాలి. ఏదైనా అనుమానానికి దారి తీయ గూడదు.

ఇబ్బందులు

అడ్వర్టయిజింగ్ చట్టం ప్రకారం అతిశయోక్తులకు తావివ్వరాదు. అలా చేస్తే MRTP చట్టం పరిమితిలో శిక్ష విధిస్తారు. భారతదేశంలో Monopolies & Restrictive Trade Practices సంస్థ స్వతంత్ర ప్రతిపత్తి గల సంస్థ. దాని అధ్యక్షుడు సుప్రీంకోర్టు న్యాయమూర్తి హోదా కలవారు. వాళ్ళు ప్రకటనల్లో మోసాలను, అతిశయోక్తులను పరిశీలించి శిక్షిస్తారు. అందువల్ల జాగ్రత్తగా యోచించి రాయాలి.

నాటకీయత; సంగీతం

ప్రకటనల్ని భావస్ఫోరకంగా చక్కటి స్త్రీ, పురుష కంఠాలతో డైలాగుల రూపంలో నాటకీయంగా తయారు చేస్తారు. దానికి వాడే నేపథ్య సంగీతం కూడా ప్రధానం. చక్కటి ట్యూన్లు తయారు చేస్తే వినే శ్రోత మనస్సులో అది చక్కటి ముద్ర వేస్తుంది. రోజుల తరబడి వినడం వల్ల మన మనసుపై చెరగని ముద్రవేసి స్థిరపడిపోతాయి. కొన్ని దూరదర్శన్ ప్రకటనలు సంగీతం వల్ల ఆబాలగోపాలాన్ని ఆకర్షించడం మనకు తెలుసు. అందువల్ల ప్రకటన తయారుచేయడంలో సంగీతం, భావ గాంభీర్యం రెండూ ముఖ్యం. ఇందుకు ఎంతో కృషి చేయాలి.

అభ్యాసం

రేడియో వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూపాన్ని తెలియ జేయండి?

BRAOU
Dr. BRAOU LIBRARY Acc. No. 115092

రేడియో ప్రకటనల ప్రత్యేకతను తెలియజేయండి.

8.3 శైలి, మెళుకువలు

8.3.1. శైలి

మీరు చెప్పిన మాటలు విని ఎదుటివాడు వస్తువును కొనడానికి మోజుపడే మాటకారి తనం మీకుండాలి. దాన్ని వ్యాపార భాషలో చెబితే 'Salesman ship' అనవచ్చు. మార్కెట్టులో ఎన్నో వస్తువులున్నాయి. ఎంతో పోటీ వుంది. మీ మాటల మాయల గారడీలో శ్రోతను బురిడీ కొట్టించాలని అనుకొంటే పొరపాటు పడ్డారన్నమాటే. వినియోగదారుడు ఎంతో తెలివైన వాడు. అతనికి మీకంటె ఎక్కువే తెలుసు. అతని హృదయాన్ని ఆకట్టుకోగల ప్రకటన మీరు వ్రాయగలగాలి. అతడి మనసును కదలించే మాటలు చెప్పగలగాలి. అతడు అప్పటికే ఏదో ఒక బ్రాండుకు అలవాటు పడివుంటే కొత్త బ్రాండుకు మొగ్గు చూపేలా చేయగలగాలి. దానికి మాటల పొందిక కావాలి. గారడి కాదు. వస్తువు నాణ్యతను కొత్తదనాన్ని చెప్పగలగాలి. అప్పుడే అది సాధ్యపడ్తుంది.

వాణిజ్య ప్రకటనలకు బోలెడు డబ్బు ఖర్చు పెట్టాలి. ఉన్న సమయం బహుకొద్ది మహావుంటే 60 సెకండ్లు. గంటలకొద్దీ మాట్లాడటం సులభం కానీ, కొద్ది సెకన్లలో విషయం చెప్పడం తేలికైన విషయం కాదు. కాలనియమం వుంది. అందువల్ల కొద్ది మాటల్లో ఎక్కువ విషయం చెప్పగలగాలి. 'అల్పాక్షరముల అనల్పార్థ రచన' అన్నారు పెద్దలు. అది కావాలి.

8.3.2 మెళుకువలు

ప్రకటన ప్రారంభం ఆసక్తిదాయకంగా వుంటే అది శ్రోతను ఆకట్టుకొంటుంది. మనం చెప్పదలచుకొన్న విషయాన్ని మొదట కొద్ది మాటల్లో చెప్పగలిగితే శ్రోత ఆకర్షితుడౌతాడు. శ్రోతలను ఆటపట్టించడానికి పూనుకోకూడదు. వ్యతిరేకార్థాలు వాడటం మంచిది కాదు. ప్రకటనలు రూపొందించేటప్పుడు ఈ నాలుగు అంశాలు దృష్టిలో వుంచుకోవాలి.

1. ఉత్సుకత (Interest)
2. కాంక్ష (Desire)
3. నమ్మకం
4. స్పందన (Action)

ప్రకటన పట్ల ఉత్సుకతను చూపించగలిగే మాటలను వాడితే శ్రోత ఆ మాటలపట్ల ఉత్సాహం చూపుతాడు. ఆ ప్రకటన వినడానికి ఉద్యుక్తుడవుతాడు. చప్పగా నిర్లిప్తంగా వినిపించే ప్రకటనలను శ్రోత పట్టించుకోడు.

మనం కోరుకొనే విషయానికి అదే సరియైన వస్తువుగా ఆ ప్రకటన మనలో కాంక్షను రేకెత్తించగలిగి తృప్తి

BRAOU

నిస్తే చాలు. ఆ వస్తువు కొనడం వల్ల ప్రయోజనాలను దానిలో ప్రత్యేకతను వివరించగలగాలి. ఆ సందేశం శ్రోతకు ఆత్మీయంగా కన్పించాలి. అప్పుడు అతనిలో కోరిక కలుగుతుంది.

ప్రకటన చేసే సంస్థకు గల గౌరవ ప్రతిష్టలను ప్రస్తావించి ఆ వస్తువు నాణ్యతను తెలియజేయగలిగితే శ్రోత నమ్ముతాడు. అతనిలో నమ్మకం పెంచడానికి తగిన మాటలు వాడాలి.

ఆ వస్తువు కొనడం వల్ల కలిగే వ్యక్తిగత ప్రయోజనాన్ని త్వరపడికొనే స్పందనను ప్రకటన కలిగించాలి. దాని వల్ల అతడు ఆనందాన్ని పొందాలి.

ప్రకటనలో సందేశం స్పష్టంగా, త్వరగా అర్థమయ్యే రీతిలో ఆకర్షణీయంగా ఉండాలి. సందేశం స్వయంగా వ్యక్తీకరించగలిగిన శైలిని ఎంచుకోవాలి. హేతుబద్ధమైన ఆలోచనా సరళి, విశిష్టత కలిగిన ప్రకటనలు శ్రోతల్ని ఆకట్టుకుంటాయి. ముగింపు ఆసక్తిదాయకంగా ఉండాలి. సందేశంలో అస్పష్టత పనికి రాదు.

భాష సులభమైన భాష, పదాల పాండిత్య గాంభీర్యం ఎవరికీ అక్కరలేదు. కవిత్వం అంతకంటె అవసరం లేదు. వాడుక భాషలో బాగా అలవాటు పడ్డ పదజాలాలు, నుడికట్టు, సామెతలు వాడుకోవచ్చు. ఉదా: "బావా! ఎప్పుడు వచ్చితీవు" ఇది పాండవోద్యోగ విజయ నాటకంలో కృష్ణుడు అర్జునుణ్ణి అడిగే పద్యం. ఇది తెలుగునాట జనుల నాలుకపై బాగా ప్రచారంలో వుంది. ఇది ఆధారంగా చేసుకొని ఒక టీ.వీ. కంపెనీ వారు ఒక ప్రకటనను తయారుచేశారు.

మొదటి వ్యక్తి	:	బావా! ఎప్పుడు వచ్చితివీ! ఏమి తెచ్చితివీ?
రెండవ వ్యక్తి	:	తెచ్చితిన్ నీ కొరకు
మొదటి వ్యక్తి	:	ఆహా. . . . !
రెండవ వ్యక్తి	:	తెచ్చితిన్ నీ కొరకు E.C. టీ.వి.
మొదటి వ్యక్తి	:	E.C. టీ.వీ. యా. . . !
రెండవ వ్యక్తి	:	భారతదేశంలో ఫస్టు! టీ.వీ.లలో ఇది నీకు బెస్టు . . .
మొదటి వ్యక్తి	:	అలాగా . . . !?

BRAOU

ఇలాంటి ప్రకటనల్లో - అత్యుత్తమ సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో తయారై, కలర్ మరియు బ్లాక్ అండ్ వైట్ మోడల్సులో అందరికీ అందుబాటు ధరలో టీవీల ఆకర్షణలు చూపి వినియోగదారుల్ని మోసగించే మాటలు వాడరాదు. భారతదేశంలోనే అత్యుత్తమమైన.... లేదా ప్రప్రథమంగా.......... అతి గొప్పదైన............ ఇలాంటి విశేషాలు అతిశయోక్తులు వాడితే MRTP వారి ఆంక్షలకు లోను కావలసి వస్తుంది. వారు జరిమానా విధిస్తారు అందువల్ల వాస్తవానికి దూరం కాకుండా దగ్గరగా చెప్పగలగాలి.

ఉదాహరణకు రకరకాల సబ్బులు లోకంలో ప్రచారంలో ఉన్నాయి. లక్స్, హమామ్, సింథాల్, మైసూర్ శ్యాండల్. . . ఇలా కనీసం ఒక ఇరవైబ్రాండులు మార్కెట్లో దొరుకుతాయి. లైఫ్‌బాయ్ ప్రకటన మీరు వినే వుంటారు. లేదా టీ.వీలో చూసి వుంటారు. దాని ప్రత్యేకత దానిది.

బట్టలుతికే పౌడర్లు ఉన్నాయి. నిర్మా డిటర్జంట్ పౌడరు ఎంతో ప్రచారం పొందింది. దానికి కారణం వాళ్ళ ప్రకటనలో ప్రత్యేకత. ప్రకటనలు వ్రాసే 'కాపీ రైటరు' - వీటిని దృష్టిలోపెట్టుకొని అప్పటికే మార్కెట్లో ఉన్న వస్తువుల కంటె కొత్తదనంగా చెప్పగలగాలి. భాష, భావం, మాటల పొందిక వినసొంపుగా ఉండాలి. అందరికీ అర్థమయ్యేలా ఉండాలి. గూఢార్థాలు, గంభీరపదాలు వెతికి తెచ్చిపెట్టనక్కరలేదు. సరళంగా, సహజంగా, సుందరంగా, సున్నితంగా మనసుకు హత్తుకొనేలా చెప్పగలిగితే చాలు. ద్వంద్వార్థాలు వచ్చే పాటలు మనం సినిమాల్లో వింటుంటాం. అటువంటి ప్రయోగాలు ప్రకటనల్లో పనికిరావు. ముక్కుకు సూటిగా చెప్పగల శక్తి వుండాలి.

భావ స్పష్టత, భావ వ్యక్తీకరణలో స్పష్టత ఉండాలి. కేవలం ధ్వని మాధ్యమం (Audio Medium) కాబట్టి

శబ్దాల ద్వారా మనం చెప్పదలచుకొన్నది ఎదుటివాడి కంటికి కనిపించేలా ధ్వని ముద్రణ చేసి ధ్వని చిత్రణ ద్వారా చూపగలగాలి. రాసే వ్యక్తి ముందుగా దాన్ని తన మనఃఫలకంపై స్పష్టంగా అవగాహన చేసుకోవాలి. ఆతర్వాత మాటల పొందికతో చెప్పగలగాలి. భాష పై అధికారం, మాటల కూర్పులో నేర్పరితనం దీనికి తోడ్పడుతాయి. అభ్యాసం కూసు విద్య, అదేదో గొప్ప విషయం అని భ్రమ పడవలసిన అవసరం లేదు. ప్రయత్నిస్తే సాధించలేనిదేమీ లేదు. ప్రకటన పాఠం రాసిన తర్వాత ఒకటికి రెండు సార్లు మీరే చదివి ఆ భావం వస్తున్నదా? లేదా? అని ఆలోచించండి.

పోటాపోటీలుగా ఉన్న మార్కెట్‌లో మీరు సూచించే వస్తువు గుణగణాలు శ్రోతల మనస్సుల్ని ఆకట్టుకోవడం సులభం కాదు. ఒక్కోసారి మనం ప్రకటన వింటే అది ఎవరిదో అర్థం కాదు. దానికి అస్పష్టత ఒక కారణం. డొంక తిరుగుడు మరొక కారణం. ఒకరిపై మరొకరు పోటీపడి వస్తువుల ప్రకటనలు చేయాలని అనుకుంటారు. అందువల్ల అతిశయోక్తులు చొరబడే అవకాశం ఉంది. అది రాకుండా చూసుకోవాలి.

టీ.వీలో అయితే వస్తువు కంటికి కనబడుతుంది. రేడియోలో కేవలం పదాల ద్వారా మీరు శ్రోతల కళ్ళకు కనిపించేలా చేయగలగాలి. అది చాల కష్టం. మనసులో ఊహించి రాయాలి. అది ఎదుటి వాడికి అందేలా కనిపించాలి. అయితే రేడియోకు ఒక గొప్పదనం వుంది. శ్రోత తన మనస్సులో ఎంతో గొప్పగా ఊహించగలడు. ఉదాహరణకు ఒక పౌరాణిక పాత్ర ద్వారా మీరు మాటలు అనిపిస్తుంటే - సీత అనుకొందాం. ఆ సీతను శ్రోత ఆమె గొంతు విని చక్కగా ఊహించుకోగలడు. అదే టీ.విలో అయితే ఆమె సౌందర్యం, రూపురేఖలు కనిపించి అతని దృష్టికి సరిపోకపోవచ్చు.

కేవలం మాటలే గాక నేపథ్య సంగీతం, నాటకీయత ప్రకటనల్లో చోటు చేసుకుంటాయి. అందువల్ల పదాలను ఏరుకోవడంలో జాగ్రత్త తీసుకోవాలి.

విద్యాసంస్థలు, ఆసుపత్రులు, సిగరెట్టు, బీడీలు, పొగాకుతో తయారయ్యే వస్తువులు, పాన్‌మసాలా, మద్యపానీయాలు, ఆభరణాలు, విలువైన మణులు - వీటిపై ప్రకటనలు రేడియో అంగీకరించదనే విషయం గుర్తుంచుకోవడం మంచిది.

వాణిజ్య ప్రకటనలకు సంబంధించి మనదేశంలో కొన్ని చట్టాలు, నియమాలు ఉన్నాయి. వాటిని మనసులో పెట్టుకొని ప్రకటనలు రాయడం మంచిది. లేకపోతే నియమ విరుద్ధంగా ఉన్న ప్రకటనలు రేడియోవారు, తిరస్కరిస్తారు. అందువల్ల ఆ చట్టాన్ని క్షుణ్ణంగా అధ్యయనం చేయడం అవసరం.

BRAOU

అభ్యాసం

వాణిజ్య ప్రకటనల శైలి విషయంలో తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు ఏవి?

వాణిజ్య ప్రకటనలు రాయడంలో సామాన్యంగా గుర్తుంచుకోవలసిన మెళుకువలు క్లుప్తంగా రాయండి.

____

____

____

____

____

____

____

____

____

8.4 కొన్ని వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రస్తావన

1. **3 Three Roses Tea:**

వద్దు .... వద్దు .... వద్దు..... ఈ టీ లో రంగు లేదు; రంగుంటే రుచి లేదు; రుచి వుంటే చిక్కదనం లేదు. ఈ మూడు గుణాలున్న టీ ఏదైనా ఉందా?

ఇదిగో బ్రూక్‌బాండ్ త్రీ రోజస్ టీ...... మూడు గుణాల త్రీ రోజస్........ మీకు పూర్తి సంతృప్తినిచ్చే పరిపూర్ణ టీ .. ఇవుడుందా రంగు? .... ఊ ....రుచి............ఆ........... చిక్కదనం.............ఓ ఉందీ...... రంగు, రుచి, చిక్కదనం........ మూడు గుణాల .... త్రీ రోజస్................

2. **Onida B/W : T.V.**

Female : నన్ను పెళ్ళిచేసుకుంటానని చెప్పడానికి రేపు - మాయింటికొస్తున్నావుగా .... సరేనా ....

Male : సరే కానీ.....! మీ యింటి వాళ్ళకునేను నచ్చకపోతే.....?

Female : మరేం భయం లేదు, నువ్వొచ్చే వేళకు మా యింట్లో అందరూ టి.వి.చూస్తూ ఉంటారు.

Male : టీ.వి.యా......!

Female : అర్థం కాలేదా?

Male : లేదే

Female : మందమతివి! అదే సమయానికి నన్ను పెళ్ళి చేస్కుంటా అనేయ్, వాళ్ళు నీవైపు చూడనన్నా చూడరు.

Male : అయితే!

Female : సరే అనేస్తారు.

Male : నన్నసలు చూడకుండానే......!

Female : ఒనీడా బ్లాక్ అండ్ వైట్ ఎదురుగా ఉంటే ఎవ్వరూ ఇటు అటూ చూడరు.

Male : వ్వాఁ ఏం ఐడియా? అయితే ఇక పెళ్లి ఖాయం........

Female : ఖాయమేనోయ్ !
ఎగతాళి కాదు. నిజం....... ఒనిడా బ్లాక్ అండ్ వైట్ నుంచి చూపు మళ్ళదు.

BRAOU

3. Life Bouy regular Soap:

మొదటి వ్యక్తి : ఉన్నాడా నాతో కుస్తీ పట్టే దమ్మున్న మొనగాడెవరైనా!

రెండవ వ్యక్తి : నే నున్నాను ....

వ్యాఖ్యాత : చిన్న ఛాంపియన్ వచ్చాడు.... చిన్న ఛాంపియన్ వచ్చాడు.......
కుస్తీ అరంభం............... అబ్బా................
గెలిచాడు చిన్న ఛాంపియన్................

మొదటి వ్యక్తి : చిన్న ఛాంపియన్ నీవు నిజంగా చాలా ఆరోగ్యవంతుడివోయ్.

రెండవ వ్యక్తి : ఎందుకంటే ఇప్పుడు ఆరోగ్యం నా అరచేతిలో ఉంది...... ఇదిగో చూడు లైఫ్‌బోయ్
చిన్న ఛాంపియన్.......
ధర కేవలం మూడు రూపాయలు...... బరువు డెబ్బై ఐదు గ్రాములు,
ప్రతి గ్రాము నిండా ఆరోగ్యం.

వ్యాఖ్యాత : "లైఫ్‌బోయ్ ఎక్కడుందో ఆరోగ్యం అక్కడ వుందీ" వాడి చూడండి
లైఫ్‌బోయ్ చిన్న ఛాంపియన్.... డెబ్బై ఐదు గ్రాముల పొదుపైన ప్యాక్‌లో..........
ధర కేవలం మూడు రూపాయలే.
యిప్పుడు ఆరోగ్యం అంతా మీ అరచేతిలో
" లైఫ్‌బోయ్"

4. Sevinflo :

Female : రక్షించండి.......... రక్షించండి............. పంటను రక్షించండి.

Male I : నేను హేవియో తేజ్.........

Male II : భారతదేశంలో మొదటిసారిగా రాం పోలేంక్ వారి కొత్త కీటక
నాశని సెవిన్ ఫ్లో ....

Duet Song : సెవిన్ ఫ్లో.................. సెవిన్ ఫ్లో..................

Male : వాడటం చాలా సులభం...............

Female : వాడండి............

Male : సెవిన్ ఫ్లో ....

BRAOU

8.5 ప్రసారాంశాలు - నియమాలు

వాణిజ్య ప్రకటనల్లో ఎక్కువగా వాడుకలో ఉండే పదాలు:

1. ప్రైమరీ ఛానల్స్

ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో 12 ఆకాశవాణి కేంద్రాలలో వాణిజ్య ప్రకటనలు చేస్తారు. హైదరాబాదు-ఏ, విజయవాడ-ఏ, విశాఖపట్నం, కడప, ఆదిలాబాదు, నిజామాబాదు, వరంగల్, కొత్తగూడెం, కర్నూలు, అనంతపురం, తిరుపతి, మార్కాపురం - కేంద్రాలనుండి ప్రకటనలు వెలువడుతాయి. వీటిని ప్రైమరీ ఛానల్స్ అంటారు.

2. వివిధ భారతి

వాణిజ్య ప్రసార విభాగాలు హైదరాబాదు-సి, విజయవాడ-బి, కేంద్రాల నుండి ప్రత్యేకంగా ఉదయం 6-30 నుండి 10 గంటలు, మధ్యాహ్నం గం. 11-30 నుండి 5-30 గంటలు, సాయంత్రం 6-15 నుండి రాత్రి 11 గంటల వరకు వాణిజ్య ప్రసారాలు ఉంటాయి.

3. a. Spots: స్పాట్సు ప్రకటనలను స్పాట్స్ అంటారు.

b. Tie-up-Spots: ఒకే ప్రకటనలో ఒకటికి మించిన వస్తువుల ప్రకటన వుంటే దానిని టై-అప్-స్పాట్స్ అంటారు. దానికి ప్రత్యేకంగా సర్‌చార్జి విధిస్తారు.

c. Time Check: ఒక నిర్ణీత సమయంలో ప్రతిరోజూ ప్రసారమయ్యే ప్రకటనను టైం చెక్ అంటారు.

ఉదా: హోటల్ మమతా వారి సమయం ఇప్పుడు ఉ॥ 9 గంటలు. ఇది ఏడుసెకండ్లు మించి ఉండరాదు. ఈ స్పాట్స్ బొంబాయిలోని వివిధభారతి కేంద్రం మాత్రమే బుక్ చేస్తుంది.

d. Fixed Spots: ఫలానా సమయంలోనే ప్రకటనలు వెలువడాలని ప్రకటనదారుడు కోరవచ్చు, చిత్రసీమలో, పల్లె ప్రాంతాలలో మహిళా కార్యక్రమంలో ఇలా ఆయా వస్తువులను ఆయా కార్యక్రమాలలోనే ప్రసారం చేయాలని కోరవచ్చు. వీటికి 25% సర్‌చార్జి అదనంగా విధిస్తారు.

4. ఏజన్సీలు ప్రకటనలను తయారుచేసే కంపెనీలు వీటికి ఆకాశవాణి వారు ఆమోదం తెలుపుతూ పత్రాలు ఇస్తారు. వీటిలో రిజిష్టర్డ్, ఎక్రెడిటెడ్ ఏజన్సీలని రెండు రకాలున్నాయి.

5. Sponsored Programme: ఆకాశవాణి వారు తయారు చేసిన కార్యక్రమాలను ప్రకటనదారులు ప్రాయోజిత కార్యక్రమం పేర వాడుకోవచ్చు. ప్రకటనలకు కొంత సమయాన్ని యిందులో కేటాయిస్తారు. ఉదా: చిత్రమాధురి.

6. కేటగిరీలు : ప్రసార సమయాన్ని నాలుగు కేటగిరీలుగా విభజించారు. ఎక్కువ మంది శ్రోతలు వినే కార్యక్రమాన్ని కేటగిరి-I గా విభజించారు. దీనికి రేటు ఎక్కువ. ఉదా:- ఈ సమయంలో 15 సెకండ్ల స్పాట్‌కు ఒక రోజుకు రూ.470 కట్టాలి.

BRAOU

7. వాణిజ్య ప్రకటనలకు సంబంధించిన చట్టాల వివరాలు తెలుసుకొంటే మంచిది.

- i డ్రగ్స్ అండ్ కాస్మటిక్స్ చట్టం - 1940
- ii డ్రగ్స్ కంట్రోలు చట్టం - 1950
- iii డ్రగ్స్ అండ్ మ్యాజిక్ రెమిడీస్ 1954 (ఆబ్జక్షనబుల్ ప్రకటనల చట్టం)
- iv కాపీరైట్ చట్టం - 1957
- v ట్రేడ్ అండ్ మార్కెటైజ్ చట్టం - 1958
- vi ఆహారపదార్థాల కల్తీ నిరోధక చట్టం - 1954
- vii ఫార్మసీ చట్టం - 1948
- viii ప్రైజ్ కాంపీటీషన్ చట్టం - 1955
- ix ఎంబ్లమ్స్ అండ్ నేమ్స్ (ప్రివెన్షన్ ఆఫ్ ఇంప్రాపర్ యూజ్) చట్టం 1950
- x వినియోగదారుల హక్కుల రక్షణ చట్టం - 1986
- xi స్త్రీల అశ్లీలతా నిరోధక చట్టం - 1986
- xii భారతీయ అడ్వర్టయిజింగ్ కౌన్సిల్ వారు జారీ చేసిన కోడ్ ఆఫ్ ఎథిక్స్
- xiii మందులు, వ్యాధి నివారణకు సంబంధించిన ప్రకటనల కోడ్ ఆఫ్ స్టాండర్డ్స్

xiv అడ్వర్టయిజింగ్ ఏజన్సీల వ్యవహారాల నియమాలు

xv ఆకాశవాణి వాణిజ్య ప్రసారాల నియమాలు

8. పై ప్రకటనలో నిషేధించబడిన అంశాలు :

కుల, మత, జాతి విభేదాలను సృష్టించడం, హీనపరచడం.

భారత రాజ్యాంగంలోని ఆదేశిక సూత్రాలు, మౌలిక సూత్రాలకు వ్యతిరేకం.

హింసను ప్రేరేపించడం, చట్ట వ్యతిరేక కార్యక్రమాలకు పురి కొల్పడం, అశ్లీలత, హింసలను ప్రదర్శించడం.

నేర మనస్తత్వాన్ని ప్రదర్శించడం.

విదేశీ స్నేహ సంబంధాలను దెబ్బతీయడం.

జాతీయ చిహ్నాలను, జాతీయ నాయకులను, రాజ్యాంగాన్ని ప్రకటనల్లో వాడుకోవడం

8 (b) సినిమా పాటల ట్యూన్లు, యథాతథంగా ప్రకటనల్లో వాడుకోరాదు.

9. ప్రసంగాలు, నాటకాల మధ్యలో ప్రకటనలు అంగీకరించరు.

8.6 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

- వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రభావం శ్రోతలపై ఎంతగానో ఉంటుంది. రాసేటప్పుడు ఎంతో జాగ్రత్త వహించాలి.
- రేడియో కేవలం ధ్వని మాధ్యమం. శబ్దాల ద్వారానే వస్తువును మనః ఫలకంపై చూపగలగాలి.
- ప్రకటనల్లో సంక్షిప్తత చాలా ముఖ్యం. ప్రకటనలో ప్రతి సెకను ఖర్చుతో కూడుకున్న పని.
- ప్రకటనలు రాయడంలో మెళకువలు గమనించి రాయగలగాలి.
- శైలి విషయంలో శ్రద్ధ తీసుకోవాలి.
- టీ.వీ.కి రేడియోకు ప్రకటనల విషయంలో ఎంతో తేడా ఉందని రాసేటప్పుడు దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. రేడియో ప్రకటనల విషయంలో 'ఊహాత్మక కల్పనలకు' ఆస్కారం ఉంది. వాస్తవాన్ని ప్రతిబింబించగల ఊహాజనితాలయితే ప్రకటన శక్తివంతంగా రూపొందగలదు.

BRAOU

8.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూపాన్ని క్లుప్తంగా తెలియజేయండి.
2. శ్రోతల నాకట్టుకొనేలా రేడియో వాణిజ్య ప్రకటనలు రాయడంలో గల మెళకువలు తెలియజేయండి.

కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. వాణిజ్య ప్రకటనలు రాయడంలో రచయితలు పాటించవల్సిన నియమాలు తెలియజేయండి.
2. వాణిజ్య ప్రకటనల శైలి ఎలా ఉండాలో తెలియజేయండి.

భాగం 9 ఆడియో కార్యక్రమాల స్వభావం

విషయ క్రమం

9.0 ఉద్దేశం

9.1 ప్రవేశిక

9.2 ప్రధానాంశాలు

9.3 ఆడియోకు రాయడం

9.3.1 మెళకువలు

అభ్యాసం

9.3.2 స్పందన - సంభాషణ నైజం

అభ్యాసం

9.4 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

9.5 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

9.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత ఈ కింది అంశాలను తెలుసుకుంటారు.

- ఆడియో పాఠాలు రాయడంలో క్లిష్టత
- వినియోగదారుని స్పందన

9.1 ప్రవేశిక

మీరు ఈ భాగంలో కేవలం ఆడియోకు రాయడంలో తెలుసుకోవలసిన విషయాలు, ఆడియో ప్రత్యేకత, ఎవరి నుద్దేశించి వ్రాస్తున్నాం, వారి అవసరాలేమిటి?, వారి కెంత వరకు ఉపయోగం వంటివి ప్రధానంగా చర్చించడం చేస్తున్నాం. ఆడియోకు రచన కొనసాగించడంలోని మెళుకువలు తెలుసుకుంటారు. మరోవైపు వినే వార్ని అంటే, వినియోగదారుని స్పందన తీరు, ప్రవృత్తి అభిప్రాయాలు తెలుసుకుంటారు.

BRAOU

9.2 ప్రధానాంశాలు

ఆడియో పాఠాలు కేవలం యింటి దగ్గర కూచుని వినేవారి నుద్దేశించి రాసేవి. ముఖ్యంగా విద్యాపర అవసరాలలో వీటి అవసరం ఎక్కువ. వాటిని రాయడంలో పాటించవలసిన నియమాలు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి:

1. వినేవారు పాఠశాల - కళాశాలలో కూర్చుని వినరు.
2. తీరిక వేళల్లో తమ సౌలభ్యాన్ని బట్టి వ్యవధి వున్నప్పుడు వింటారు. వారికి సులభగ్రాహ్యంగా ఉండేలా రాయాలి.
3. వారు స్పందించే దానికి వీలుగా ప్రశ్నలు తయారు చేయాలి.
4. వారి ప్రవృత్తిని గమనించి పరీక్షలు దృష్టిలో పెట్టుకొని రాయాలి.
5. పునశ్చరణకు వీలుకలిగించాలి.

9.3 ఆడియోకు రాయడం

ఆడియో శ్రోతలు కేవలం ఆసక్తి గల విద్యార్థులు/వ్యక్తులు. వారు పాఠ్యాంశంలో భాగంగా ఆడియో పాఠం వినడానికి ఉద్యుక్తులవుతారు. తాము చదువుకొన్న పాఠానికి ఈ ప్రసంగం ప్రజంటేషన్ చేయూతనిస్తుందని వింటారు. విద్యార్థికి అది అవసరమైన విషయం. వినడం వల్ల అతను లాభం పొందుతాడు. అతనికున్న సందేహాలు తీర్చుకొంటాడు. అనుమానాలు తీరుతాయి. అదనపు సమాచారం అందుతుంది. సబ్జక్టుపై అధికారం లభిస్తుంది. ఈ కారణాలన్నీ దృష్టిలో పెట్టుకొని. విద్యార్థి ఆడియో కార్యక్రమం వింటాడు. కాబట్టి అతడు Caplico Audience. రేడియో శ్రోత అలా కాదు. వినకపోయినా అతనికి యిబ్బంది లేదు. ఆసక్తిగా వుంటే వింటాడు. లేకుంటే లేదు. విద్యార్థి అలాకాదు. అయితే అతనికి ఆసక్తి లేకపోతే ఆశించిన ప్రయోజనం సిద్ధించదు. లక్ష్యం నెరవేరదు.

వింటున్న శ్రోత స్థాయి మనకు తెలుసు. డిగ్రీ పాఠ్యాంశంలో భాగంగా చరిత్రలో శ్రీకృష్ణదేవరాయలను గురించి ఆడియో పాఠం చెబుతున్నామనుకొందాం. విజయనగర సామ్రాజ్యం గురించి కొద్దిగా చెప్పాలి. సాహితీ నేపథ్యంగా సాంస్కృతిక వారసత్వాన్ని వివరించాలి. కృష్ణదేవరాయల సామ్రాజ్యంలో ఆంధ్ర కర్ణాటక రాష్ట్రాలలో సంస్కృతీ వైభవాన్ని విశ్లేషించాలి. మిగతా అతడు అందుకొని ఊహిస్తాడు. ఆడియో శ్రోత కంటే మరిన్ని వివరాలు ఇతడు తెలుసుకోవాలనుకుంటాడు. రేపు పరీక్షల్లో రాయడానికి కావాల్సిన సమాచారమంతా అతడు అందుకోవాలను కొంటాడు. అవసరమైతే నోట్సు రాసుకొంటాడు. తన దగ్గర ఉన్న పాఠ్యాంశాలతో సరిపోల్చుకుంటాడు.

9.3.1 మెళకువలు

ఆడియో ఏర్పాటు చేసేది నిపుణులు. ఆ నిపుణులు - శాస్త్రజ్ఞులు, ప్రసిద్ధులు, పండితులు, అధ్యాపక వృత్తిలోని వారు. ఆయా రంగాలలో నిష్ణాతులు. వారి పేరు చెప్పగానే ఓహో! అని తలూపుతాం. వారు లబ్ధ ప్రతిష్ఠులైతే మరింత గౌరవం పెరుగుతుంది. క్లాసు రూంలో ఆయన పాఠం వినడం మారుమూల గ్రామంలో ఆ విద్యార్థికి కుదరదు. అందువల్ల ఎంతో ఉత్సాహంతో, ఉల్లాసంగా వింటాడు.

BRAOU

ఆడియో శ్రోతలు ఎవరు?

ఎవరి నుద్దేశించి రాస్తున్నాము?

వారికెంత వరకు ఉపయోగం?

ఈ ప్రశ్నలు వేసుకొంటే రాసే వారికి సులభంగా వుంటుంది.

ఆడియో శ్రోతలు భిన్నం

రేడియోకు రాయడం వేరు, వీడియోకు రాయడం వేరు

ఆడియోకు రాయడం వేరు.

రేడియో శ్రోతలు లక్షలాది మంది ఉంటారనే భ్రమతో ప్రసారాలు చేస్తుంటారు. విభిన్న ప్రాంతాలలో, విభిన్న మనస్తత్వాలుగల, భిన్న సంస్కృతులు గల, భిన్న వయస్కులు, భిన్న వృత్తుల వారు ఒకేసారి వింటారు. అందువల్ల అందరి స్థాయిని దృష్టిలో పెట్టుకొని సామాన్యుని కందుబాటులో ఉండేలా రాయాలి. లేదా స్త్రీలు, కార్మికులు, మహిళలు, బాలురు, విద్యార్థులు, యువతీయువకులు, ఇలా ప్రత్యేక వర్గాల వారికి ప్రత్యేక ప్రసారాలకు రాయాలి. పనిచేసుకొంటూ, ఆఫీసులో పని చేసుకొంటూ, రైల్లో, కార్లో ప్రయాణిస్తూ వినవచ్చు. తదేక లగ్నంతో, చిత్తంతో వినవలసిన పని లేదు. యాదృచ్ఛికంగా, పరధ్యానంతో వినవచ్చు. ఇష్టం లేకపోతే రేడియో ఆపివేసే హక్కు, అవకాశం అతని చేతిలో వుంది. ప్రసారాలు తమ కోసమేనని అతడు అనుకోడు. తాను కూడా లక్షలాది శ్రోతలలో ఒకడు. తన కోసమే ప్రసారాలు కావడం లేదని అతనికి తెలుసు. ఇది శ్రవ్య ప్రధానమైన రేడియో ప్రత్యేకత. దాని బలం, బలహీనత దాని కున్నాయి.

వినే వ్యక్తి టేపు రికార్డరు దగ్గర పెట్టుకొని శ్రద్ధాసక్తులతో వింటాడు. కాబట్టి రేడియో శ్రోతలాగా అతనికి

ఏకాగ్రత వుండదనే భయం అక్కరలేదు. క్లాసు రూంలో మేష్టారు పాఠం చెబుతుంటే శారీరకంగా అతడు క్లాసులో వున్నా, ఏదో విషయం ఆలోచిస్తుండవచ్చు. ఇక్కడ తను వినాలని ఓపికగా వింటున్నాడు. అర్థంకాకపోతే మళ్ళీ వెనక్కి తిప్పి వింటాడు. చెబుతున్న వ్యక్తి ప్రసిద్ధుడు కావడం వల్ల గౌరవం యినుమడిస్తుంది. ఈ కారణాల వల్ల ఆడియో పాఠాలు వినే వ్యక్తి ఆ పాఠాలను ఉపయోగించుకోవడానికి ప్రయత్నిస్తాడు. అలాంటప్పుడు ఆసక్తిదాయకంగా తెలియజేయవలసిన అవసరం వుంది. ఇటీవలి కాలంలో ఈ ఆడియో పాఠాల తయారీ అధికమైంది. విద్యా ప్రసారాల కంటె యివి భిన్నమైనవి. విద్యా ప్రసారాలలో శ్రోతలు భిన్న ప్రదేశాలలో కూచొని వుంటారు. వారి విద్యా స్థాయి పరిమితం. ఇక్కడ విద్యార్థులు వయోజనులు. లౌకిక జ్ఞానం, వయస్సుతో పెరిగిన తెలివితేటలు ఉన్నాయి.

దూర విద్య

దూర విద్య ఈ దశాబ్దంలో బాగా అభివృద్ధి చెందింది. ఇప్పుడు సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయాలు వచ్చాయి. ఈ రంగంలో మొట్టమొదటి కృషి ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో జరిగింది. 1982 ఆగస్టులో ఆంధ్రప్రదేశ్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం ప్రారంభమైంది. ఆ తర్వాత ఇతర రాష్ట్రాలు కూడా ఈ రంగంలో ముందంజవేశాయి. ఇందిరాగాంధీ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం జాతీయస్థాయిలో ఢిల్లీలో నెలకొల్పబడింది. ఈ విశ్వవిద్యాలయం విద్యార్థులు దేశమంతా విస్తరించి ఉన్నారు. అచ్చు పాఠ్య పుస్తకాలతోపాటు ఆడియో, వీడియో పాఠాలు కూడా బోధన సామగ్రిలో అంతర్భాగాలు. అధ్యయన కేంద్రాలలో విద్యార్థులకు అందుబాటులో ఉంటాయి. విద్యార్థులు తమ వీలుని బట్టి వీటినుంచి పాఠ్యాంశాలు విని, చూసి నేర్చుకునే ప్రయత్నం చేస్తారు.

ఆడియో పాఠాలు

పాఠం చెప్పే అధ్యాపకులందరూ ఆడియో పాఠాలురాయడానికి ఆస్కారం లేదు. మాధ్యమం బలాలు బలహీనతల పట్ల అవగాహన కలవారే రాయగలరు. అప్పుడే వారి రాసే భాష, చెప్పే విధానం, రెండూ సులభంగా విద్యార్థికి అర్థమవుతాయి. చెప్పదల్చుకున్న పాఠ్యాంశాన్ని సరళంగా, చిన్న వాక్యాలతో, విషయానికి అనువైన కార్యక్రమ రూపాన్ని ఎంచుకొని చెప్పగలగాలి. ముఖ్యంగా, ఎదురుగా మేష్టారు లేడనే లోపాన్ని పాఠం చెప్పడంలో చూపగలగాలి.కఠిన విషయాలను మరీ కఠినం చేయడం వల్ల ప్రయోజనం లేదు.

BRAOU

ఒక్కొక్కసారి చెబుతున్న అంశం దృష్టిలో పెట్టుకొని ఆయా రంగాలలో లబ్ధ ప్రతిష్ఠుల్ని ఆడియో పాఠాలు చెప్పడానికి ఎన్నుకొంటారు. ఒకవేళ వారు సరిగా చెప్పలేకపోతే మొగమాటం లేకుండా వారి వద్ద రాత ప్రతిని తీసుకొని, ఆడియో ప్రయోక్త దానిని తన అవసరాల కనుగుణంగా మార్చుకొని సమర్థుడైన వ్యక్తి చేత చెప్పించగలగాలి. అప్పుడే ఆడియో పాఠం అనుకొన్న రీతిలో సాగుతుంది. ఏ ఉద్దేశంతో అయితే వినాలని విద్యార్థి కూచుంటే ఆ లక్ష్యం సిద్ధిస్తుంది. అతని అవసరం తీరుతుంది. అవగాహన పెరుగుతుంది. ఎదురుగా విద్యార్థి ఉన్నప్పుడు వారి స్పందనను చూసి అనవసరమైన చోట్ల అధిక వివరణ లేకుండా దాటవేయవచ్చు. ఇక్కడ అది కుదరదు. అన్ని విషయాలు విపులంగా చెప్పవలసి వుంటుంది. లేకపోతే విద్యార్థికి వెలితి యేర్పడుతుంది.

ఆడియో పాఠాలు రాయడం

విద్యా ప్రసారాలకు రాయడం అనే భాగంలో తెలుసుకొన్న విషయాలు ఈ భాగంలో కూడా గుర్తుంచుకోవాలి. అయితే మరికొన్ని మెళకువలు ఈ భాగంలో తెలుసుకోవాలి.

ఆడియో పాఠాలకు విద్యా ప్రసారాలకు తేడా ఉంది. విద్యా ప్రసారాలు మళ్ళీ వినాలంటే కుదరదు. అది ప్రసారమయ్యే సమయంలోనే వినాలి. వెనక్కి వెళ్ళి వినడం కుదరదు. ఆడియో పాఠాలు అలా కాదు. టేప్ తమ దగ్గర వుంటుంది. అవసరమొచ్చినంత వరకు విని నోట్సు రాసుకోవచ్చు. అర్థంకాకపోతే మళ్ళీ వెనక్కి పెట్టుకొని వినవచ్చు. అందువల్ల కావాలనుకున్న వేగంలో చెప్పవచ్చు.

మధ్యమధ్యలో ఆగి విద్యార్థి చేయవలసిన అభ్యాసాలుంటే చెప్పవచ్చు. ఆ అభ్యాసాలు ఎలా చెయ్యాలో వివరించవచ్చు. అభ్యాసాల ద్వారా విద్యార్థికి మరింత అవగాహన పెరిగేలా వుండాలి. ప్రశ్నలు వేసి సమాధానాలు రాయమనండి. అయితే ఈ ప్రకియలో విద్యార్థి పాలు పంచుకోవాలి.

రాసేటప్పుడు రాత ప్రతిలో వలె కాకుండా చూసుకోవాలి. క్లాసు రూంలో పాఠంలా ఉండకూడదు. తరగతి పాఠాలు ఏకముఖ ప్రసారం (One Way Communication) వంటివి. ఏకముఖంగా చెప్పుకొని పోవడమే. ద్విముఖ ప్రసారం (Two Way Communication) లో ఉభయుల మధ్య అవగాహన అవసరం.

రాసే విషయాన్ని భాగాలుగా విభజించుకొని ఖండాలుగా కల్పవచ్చు. భిన్నకోణాలు ఉన్న పాఠ్యాంశం అయితే ఆయా కోణాలను వివిధ భాగాలలో చెప్పవచ్చు. శాస్త్ర విషయాలను చెప్పేటప్పుడు, పాఠ్యాంశాలతో బాటు అందించిన చార్టులు, బొమ్మలు, గణాంక వివరాలు తీసి చూసుకొనే వ్యవధి యివ్వండి. సూచనలు (Instructions) సవివరంగా ఉండాలి. అస్పష్టత ఉండకూడదు. మీరు ఒకటి వూహిస్తే విద్యార్థి మరొకటి ఆలోచిస్తే మొత్తం ప్రణాళిక చెడిపోతుంది. ఉదా: భారతదేశంలో వాయుమార్గాలు - అనే పాఠ్యాంశం గూర్చి చెబుతున్నారు.

విద్యార్థి అవగాహనకు వీలుగా వాయు మార్గాలను ఆలోచించే భారతదేశపటాన్ని అతనికి అందజేసి వుంటారు. పాఠం మొదలు పెట్టి భారతదేశంలో వాయుమార్గాలు ఎలా వెళతాయో దానికి భారతదేశపటం సహాయకారిగా వుంటుంది. పాఠాలు మొదలు పెట్టేటప్పుడు విద్యార్థిని. ఆ పటం పరచి పెట్టుకోమని ముందు సూచన యివ్వండి. పటం అవసరం వచ్చినపుడు పాఠంలో దాన్ని ఒక భాగం చేసి ముందుకు సాగాలి.

"చూశారా! మీముందున్న భారతదేశపటంలో ఉత్తరభాగంలో రాజధాని నగరాన్ని కలిపే వాయుమార్గాలు ఎన్ని ఉన్నాయో ఆలోచించండి." అని చెప్పి కొంచెం సేపు ఆగాలి. అతడు చూసిన తర్వాత మళ్ళీ పాఠం మొదలెట్టాలి. రాసేటప్పుడు ఆ వివరాలు దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. పాఠం మధ్యలో ఒక అభ్యాసం యివ్వండి. సమాధానం ఆలోచించ నివ్వండి.

రాయటంతోపాటు పాఠాన్ని తయారు చేయడానికి అవసరమైన సూచనలు కూడా రాతప్రతిలో రాయాలి.

శబ్ద ప్రభావకాలు (Sound Effects)

ఇవి వ్రాత ప్రతికి బలాన్ని చేకూరుస్తాయి. అందువల్ల అవసరమైన చోట ఏఏధ్వని సంకేతాలు వాడాలో తెలియజేయండి. అవి స్టూడియోలో ప్రయోక్త వాడుకొంటాడు.

సంగీతం

నేపథ్య సంగీతం అవసరమైతే దానిని కూడా రాతప్రతిలో సూచించండి. సాధారణ ప్రసంగం కన్నా కొద్దిపాటి సంగీతం అవసరమొచ్చినచోట్ల వాడవచ్చు. సంగీతపాఠంగా మారకుండా చూసుకోవాలి.

ప్రయోక్త బాధ్యత

చక్కటి రాతప్రతిని మరింత చక్కగా రూపొందించగలశక్తి ప్రయోక్తకుండాలి. Spoken Word లో రాయడంతోబాటు దాన్ని సరిగా రికార్డు చేయడం కూడా అవసరం. అప్పుడే ఆ పాఠం రక్తి కడుతుంది.

ఆడియో పాఠం యితరులకు వినిపించి అందులో ఏదైనా అర్థంకాని భాగం వుందేమో ముందుగా తెలుసుకోవచ్చు. Feed back తీసుకొని దానిని తిరిగి రాయవచ్చు. విద్యార్థుల స్థాయిలో వుందా? లేక వారి స్థాయిని మించి - above their head - వుందా? అని ప్రశ్న వేసుకోవాలి. పరిశోధనా వ్యాసం రాసినట్లుగాక, సిద్ధాంత వ్యాసంలా గాకుండా రాసే ప్రయత్నం చేయాలి.

BRAOU

అభ్యాసం

ఆడియో పాఠాలు రాయడంలో ఏ ఏ జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలో తెలియజేయండి.

9.3.2 స్పందన - సంభాషణ నైజం

ఇతర ప్రక్రియలలో లేని స్పందన ఆడియో వినడంలో మాత్రమే వుంది. ఇతర మీడియా సంబంధిత ప్రచార సాధనాలైన రేడియో, టీ.వీలలో ఎదురుగా వున్న శ్రోత స్పందించడం తక్కువ. ఒక వేళ ఉత్తరాల ద్వారా, ఇతర సాధనాల ద్వారా తమ స్పందనను ఆయా కేంద్రాలకు తెలియజేయవచ్చు.

కాని ఆడియో పాఠాలలో అలా కాదు పాఠం వింటున్న విద్యార్థి వెంటనే స్పందిస్తాడు. ఇంటరాక్షన్ అనేది అధ్యాపకుడు-విద్యార్థి మధ్య జరుగుతుంది. ఇద్దరు ముఖాముఖి కూర్చొని మాట్లాడుకొనేలా ఆపాఠంలో స్పందనకు సంబంధించిన అంశాలు రాస్తారు. కలిసి పాడుదాం - వంటి కార్యక్రమాలలో విద్యార్థులు సంగీత పాఠం నేర్చుకొంటారు. ఆంగ్ల పాఠాలలో పదాల ఉచ్చారణకు సంబంధించిన పాఠాలు చెప్పేటప్పుడు అధ్యాపకుడుసరియైన ఉచ్చారణ చెబుతారు. దాన్ని విద్యార్థి అనుకరిస్తాడు. ఇలా చేస్తున్నప్పుడు విద్యార్థి స్పందనకు మంచి అవకాశం వుంటుంది. ఒంటరిగా కూచొని తాను వింటున్నపుడు తనకున్న సందేహాలు తీర్చుకొనేందుకు ఆడియోపాఠం ఉపకరించాలి. అస్పష్టత పనికిరాదు. సందేహానికి తావివ్వకూడదు. తమ స్పందనను విద్యార్థి సలహాదారుతో సంప్రదించడానికి వీలుగా నోట్సు రాసుకోవాలి. అభ్యాసాలు పూర్తి చేసి ప్రశ్నావళికి సమాధానాలు రాయాలి. మాదిరి ప్రశ్నలు., ఆకళింపు ప్రశ్నలకు సరియైన సమాధానాలు తయారుచేసుకోవాలి. అడియో పాఠాల ప్రయోజనం క్లాసురూం పాఠంతో పోల్చి చూస్తే స్పందన విషయంలో చక్కటి అవకాశాన్నిస్తుంది. పాఠం మళ్ళీ మళ్ళీ విని తన కర్థమయ్యేంత వరకు టేప్ వాడుకోవచ్చు. క్లాసురూం పాఠం గంట కొట్టగానే అయిపోతుంది.

ఆడియో పాఠం నిడివి సాధారణంగా 20 నుండి 30 ని॥ల వ్యవధిలో ఉంటుంది. అందులో ఆ పాఠానికి సంబంధించిన అన్ని అంశాలు కూలంకషంగా చర్చించాలి. రాసేటప్పుడు గుర్తుంచుకోవలసిన విషయాలు:

స్పందన నైజం సహజంగా విద్యార్థికి వుంటుంది. దానిని ఉద్దీప్తం చేయడానికి ప్రయత్నిస్తాడు.

క్లిష్టమైన విషయాలు చెప్పేటప్పుడు విద్యార్థికి మధ్య మధ్య ప్రశ్నలు వేసి అతని నాడి గమనించాలి. మన ధోరణిలో మనం చెప్పుకపోవడం కాదు.

కొత్త విషయం ప్రతిపాదించేటప్పుడు, దాని నేపథ్యం విద్యార్థికి తెలుసునా? లేదా? అనే విషయాన్ని గూర్చి అతణ్ణి అడిగి తెలుసుకోవాలి.

ఒక ఉదాహరణ:

'రేడియో ప్రసారాలు ఆంధ్రప్రదేశంలో ఎలా అభివృద్ధి చెందాయి'. ఇది పాఠ్యాంశం. దీనిలో మీరు చెప్పబోయే అంశం ఇప్పుడు తెలుగులో ప్రసారాల వివరాలను గురించి -

BRAOU

ఈ విషయం చెప్పేటప్పుడు రేడియో ప్రసారాలు ఎప్పుడు ప్రారంభం అయ్యాయి. వాటి నేపథ్యం ఏమిటి? అనే విషయం విద్యార్థికి తెలుసునో లేదో కనుక్కోవాలి, తెలియకపోతే ఆకాశవాణి ప్రసారాలు ఎప్పుడు ప్రారంభమైందీ, స్వాతంత్ర్యం వచ్చేనాటికి భారతదేశంలో ఎన్ని రేడియో కేంద్రాలున్నాయి? 8వ పంచవర్ష ప్రణాళిక పూర్తి అయ్యే సరికి ఎన్ని కేంద్రాలున్నాయి? ఈ వివరాలు చెప్పాలి.

తెలుగు ప్రసారాల పుట్టుపూర్వోత్తరాలు విశదం చెయ్యాలి. అదనపు సమాచారంగా జిల్లా రేడియో కేంద్రాల పేర అనంతపురం, తిరుపతి, నిజామాబాద్, వరంగల్, కర్నూలు, కొత్తగూడెం పట్టణాలలో నెల కొల్పిన కేంద్రాలను గూర్చిచెప్పాలి. ఫ్రీక్వెన్సి మాడ్యులేషన్ ప్రసారాలలో సాంకేతికంగా వుండే సౌలభ్యం గూర్చి వివరించాలి. వాటి పరిధి ప్రయోజనం,లక్ష్యం తెలపాలి.

ఇన్ని విషయాలు విద్యార్థికి అందిస్తేనే తప్ప తెలుగు ప్రసారాలపాఠం పూర్తికాదు. చారిత్రిక విషయాలపట్ల అవగాహన కలిగించాలి.

విద్యార్థిలో కుతూహలాన్ని, ఉత్కంఠను రేపి అతడి ద్వారా విశేషాలు చెప్పించడానికి ప్రయత్నించాలి.

ముందు పాఠాలపై ప్రశ్నలు వేసి సరియైన సమాధానాలు రాబట్టాలి. ముందరి పాఠాలు క్లుప్తంగా అవగాహనకు రాకపోతే పునాదిలేని భవనం అవుతుంది. అదికూలిపోగలదు. విద్యార్థి విముఖుడు కావచ్చు.

ఈ పాఠానికి ముందరి పాఠాలకు మధ్య ఎక్కడైనా సమన్వయం పొంతన వుంటే దాన్ని కూడా గుర్తు చెయ్యాలి.

సార్వత్రిక విద్యావిధానంలో చదువుకొనేవారు విద్యా సముపార్జన ధ్యేయంగా పెట్టుకొన్నవారు కాబట్టి వారికి అధిక సమాచారాన్ని యివ్వగలగాలి.

స్పందన సమయంలో విద్యార్థి ఆలోచనా సరళిని గమనించి ప్రశ్నలు వెయ్యాలి.

కేవలం పాఠ్య పుస్తకాలలో సప్లయి చేసిన విషయాలనే మళ్ళీ మళ్ళీ ఏకరువు పెడితే ప్రయోజనం లేదు. అందుకు భిన్నంగా కొత్త పద్ధతిలో చెప్పాలి.

BRAOU

స్పందన అందించే విద్యార్థి నైజం

పాఠ్యాంశాలు ముందుగా చదువుకొని అవగాహన చేసుకొంటాడు. ఏవైనా అనుమానాలుంటే నోట్ చేసుకొని సలహాదారుని అడగటానికి సిద్ధపడతాడు.

తెలుసుకోవాలనే జిజ్ఞాస, తపన అతనిలో వుంటుంది.

క్లాసు రూం మాడల్ లెక్చరు కాకుండా ఆడియోపాఠం వుండాలని కోరుకొంటాడు.

క్లాసు రూం పాఠంలో లేని కొన్ని సౌలభ్యాలు ఆడియో పాఠానికి వున్నాయి. అవసరం వచ్చినప్పుడు మళ్ళీ ఆభాగం తాను వినగలడు.

అభ్యాసాలకు జవాబులు చెప్పడానికి అతను సిద్ధపడతాడు. అవి ఎక్కువ జటిలమైనవి కాకుండా ఉండాలి.

పాఠంలో చెప్పిన విషయాలపైన ప్రశ్నలుండాలి. అవి డొంకతిరుగుడుగా వుంటే స్పందన సరిగా వుండదు.

విద్యార్థి మరింత సమాచారాన్ని సేకరించి ప్రశ్నకు సమాధానం రాయవలసివస్తే ముందుగా చెబితే తప్ప అతడు తయారుకాలేడు.

స్పందనకు ప్రతిసమాధానం సరిగారాని పక్షంలో అతడు మళ్ళీ ప్రశ్నలడగదలచుకోడు.

స్పందనకు అడ్డుపెట్టాలనీ, అతణ్ణి అణచివెయ్యాలని ప్రయత్నించకూడదు. అతడు తనదైన బాణీలో ప్రశ్నలడుగుతాడు. వాటికి సరియైన సమాధానం ఎదురుచూస్తాడు.

- అధ్యాపకుడు - విద్యార్థి మధ్య స్పందన అనేది సంభాషణ రూపంలో కొనసాగాలి. దానికి ఆడియో పాఠం రచయితకు కొన్ని మెళకువలు కావాలి.

ఆడియో పాఠాల స్పందనలో ప్రధానాంశాలు

ఆడియో పాఠాల స్పందన నైజం గురించి తెలుసుకుందాం.

1. **ఇది రేడియో పరిచయం కాదు**

పరిచయంలో పరిచయకర్త మేధావి కానవసరం లేదు. విషయాన్ని రాబట్టే వాడైతే చాలు. ఆడియోపాఠాల స్పందన విషయంలో విద్యార్థి పరిచయకర్తలా ప్రశ్నలు వేయకూడదు. అప్పుడు స్వరూపమే మారిపోతుంది.

2 **ప్రశ్నోత్తరాల కార్యక్రమం కాదు**

విద్యార్థి, అధ్యాపకుడు ప్రశ్నలు,జవాబులు చెప్పుకొనే రీతిలో స్పందన ఉండకూడదు. అధ్యాపకుడు 10 ని.లు పాఠం చెప్పింతర్వాత విద్యార్థి స్పందన తెలుసుకొంటాడు. చివరిలో ప్రశ్నావళి అడుగుతాడు.

3 **ఇది సంభాషణ కాదు**

ఇక్కడ విద్యార్థి, అధ్యాపకుడు ఒక విషయంపై మాట్లాడుకోవడం కాదు. విద్యార్థికున్న సందేహాలను సమాధాన రూపంలో అధ్యాపకుడు తీరుస్తాడు. సంభాషణలో ఇద్దరు వ్యక్తులూ దిట్టలు. ఇద్దరికీ విషయంపై అధికారం వుంటుంది. ఇక్కడ విద్యార్థి ఉత్సుకత ప్రధానం.

4 **ఇవి ముచ్చట్లు కాదు**

ఆడియో ప్రతిస్పందన రేడియోలో ముచ్చట్లు వంటిది కాదు. చిన్నక్క, పెద్దయ్య ఉబుసుపోక మాటలు చెప్పుకొంటారు. ఇక్కడ విద్యార్థి సబ్జెక్టు తెలుసుకోవాలనే ధ్యేయంతో ఉంటాడు.

5 **ఇవి కబుర్లు కాదు**

రేడియోలో కబుర్లు కార్యక్రమంలో వలె ఇద్దరు వ్యక్తులు ఒక పాఠ్యాంశాన్ని గూర్చి ఆడియోలో కబుర్లు చెప్పుకోరు. విషయ వివరణమే ప్రధానం.

6 **ఇది చర్చ కాదు**

రేడియోలో, టీ.వీలో ఏదైనా ఒక విషయంపై చర్చ ప్రసారం అవుతుంది. ఆడియో స్పందన అలాకాదు.

7 **ఇందులో నాటకీయతకు అవకాశం లేదు**

ఆడియో స్పందన వాస్తవ చిత్రణ. ఇందులో నాటకీయతకు గాని కృత్రిమత్వానికి గానీ తావులేదు. ఏవో ప్రశ్నలు అడగాలి కాబట్టి అడుగుతున్నామనే ధోరణిలో ప్రశ్నలు వేస్తే స్పందన నైజం పటాపంచలౌతుంది. ఉద్దేశం నెరవేరదు.

8 **ఇది సంస్కృత పాఠం / హిందీ పాఠం వంటిది కాదు**

రేడియోలో సంస్కృత పాఠం చెబుతారు. అధ్యాపకుడు చెప్పింది విద్యార్థి రాసుకుంటాడే తప్ప అతడు ఎక్కువ వివరణ అడగటం గాని, సందేహాలు తీర్చుకోవడం గానీ ఉండదు. ఆడియో పాఠం అలాంటిది కాదు.

BRAOU

అభ్యాసం

ఆడియో పాఠాలకు విద్యార్థుల స్పందన ఎలా ఉండాలో వివరించండి.

9.4 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకొందాం

- ఆడియో పాఠాలు రాయడం రేడియో పాఠాలు రాయడం కంటె భిన్నమని గుర్తుంచుకోవాలి.
- ఆడియో పాఠాల శ్రోత పరీక్షల దృష్టితో పాఠం వింటాడు. అతనికవసరమైన సమాచారం అందివ్వాలి.
- ఆడియో పాఠాలు వినేటప్పుడు అతనికి అందుబాటులో చార్టులు, పటాలు ఉంటాయి. వాటిని వాడుకొనే విధంగా పాఠం చెప్పాలి.
- స్పందన కోరుకొనేటప్పుడు విద్యార్థిని ఇరకాటంలో పెట్టుకూడదు.
- విద్యార్థికి అభ్యాసాలు అతిక్లిష్టమైనవి యివ్వకూడదు.
- విద్యార్థికి అవగాహనను పెంపొందించడం, స్పందననైజం గమనించడం ముఖ్యం.
- ఆడియో పాఠాలు దూర విద్యకు ప్రాణం

9.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. అడియో పాఠం రచయిత ఎలాంటి జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి.
2. విద్యార్థి స్పందన నైజం తెలుసుకోవడం ఎలా? వివరించండి

క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. దూర విద్యలో ఆడియో పాఠాల ప్రాముఖ్యం తెలపండి.
2. విద్యార్థి స్పందనకు అనుగుణంగా రాయడం ఎలా?

BRAOU

ఖండం-3 టెలివిజన్, వీడియో : రచనా పద్ధతులు

ఈ ఖండంలో ఆరు భాగాలున్నాయి. అవి:

టెలివిజన్‌కు రాయడం : స్వరూప స్వభావాలు

కార్యక్రమ రూపకల్పన భేదాలు

విద్యావసరాలు

కదిలే బొమ్మల రూపకల్పన (Animation)

వాణిజ్య ప్రకటనలు

వీడియో కార్యక్రమాల స్వభావం

10వ భాగంలో టెలివిజన్ కోసం చేసే రచన స్వరూప స్వభావాలను చర్చించాము. 11వ భాగంలో కార్యక్రమ రూపకల్పన భేదాలను పరిచయం చేసి, ప్రదర్శనాత్మక వివరణలను పొందుపరిచాము. 12వ భాగంలో విద్యా కార్యక్రమాల పద్ధతులను, ప్రయోజనాలను వివరించి, వాటి రూపకల్పనలో పాటించవలసిన అంశాలను, రాసే పద్ధతిని విశదీకరించాము. 13వ భాగంలో కదలికలేని బొమ్మల భాగాలను కలిపి కదిలే బొమ్మలుగా రూపొందించే ప్రక్రియను పరిచయం చేసి, ఆ ప్రక్రియ క్లిష్టమైన అంశాల, భావనల వ్యక్తీకరణకు ఏ రకంగా దోహదం చేస్తుందో చర్చించాము. 14వ భాగంలో వాణిజ్య ప్రకటనల భేదాలను తెలిపి, వాటి ప్రణాళికను, రచనా పద్ధతులను ఉదాహరణలతో వివరించాము. 15వ భాగంలో వీడియో కార్యక్రమాల స్వరూప స్వభావాలను చర్చించి, వాటి పరస్పర చర్య నైజాన్ని వివరించాము.

ఈ ఖండం చదివాక మీకు టెలివిజన్, వీడియో రచనా పద్ధతులపట్ల ఒక అవగాహన ఏర్పడటమే గాకుండా వాటిని గురించి మీరు చర్చించగలుగుతారు. వాటి రచనకు తగిన శిక్షణను పొందగలుగుతారు.

BRAOU

BRAOU

భాగం 10 టెలివిజన్‌కు రాయడం స్వరూపస్వభావాలు

విషయ క్రమం

10.1 ఉద్దేశం

10.2 ప్రవేశిక

అభ్యాసం

10.3 కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రణాళిక

10.4 టెలివిజన్‌కు రాయడం

అభ్యాసం

10.5 రచనా రూపాలు

10.6 రచనల రకాలు

అభ్యాసం

10.7. రచనలో పాటించదగ్గ అంశాలు

అభ్యాసం

10.8 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

10.9 మాదిరి పరీక్షాప్రశ్నలు

10.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత ఈ కింది అంశాలను తెలుసుకుంటారు.

- టెలివిజన్ కోసం రాయడం దృశ్యమాధ్యమానికి చేసే రచన. ఇది నిర్ధారించిన ప్రేక్షకుల కోసం చేసే రచన
- టెలివిజన్ స్క్రిప్టు కళాత్మక విలువలకు ప్రతిరూపం. రచనా ప్రక్రియ ప్రతి దశలోనూ ఈ విలువలను దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అవసరం ఉంటుంది.
- స్క్రిప్టు ఒకేసారి రూపొందదు. రెండు మూడు సార్లు రాయవలసి వస్తుంది. రెండు మూడు దశలలో రూపొందే స్క్రిప్టు పరిణామమే - తొలి స్క్రిప్టు , తుది స్క్రిప్టు, కెమేరా స్క్రిప్టు.
- వార్తలు, నాటకం, వాణిజ్య ప్రసారాల కోసం చేసే రచన - భేదాలు.
- స్క్రిప్టు రచనలో పాటించదగ్గ అంశాలు, సూచనలు.

10.1 ప్రవేశిక

టెలివిజన్ బహుళార్థ ప్రసార సాధన వ్యవస్థ. శాటిలైట్, కేబుల్ వ్యవస్థల ఆవిర్భావం గడచిన దశాబ్దకాలంలో టెలివిజన్ ప్రసార అవకాశాల్ని ఎన్నో రెట్లు పెంచింది. ప్రసార సాధనాలు సమాచారం, వినోదం, విజ్ఞానం, విద్యా విషయాలను విస్తృత పరిధిలో ప్రసారం చేయగలుగుతున్నాయి. కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో మనం సృజనాత్మక ధోరణులను గ్రహించగలం. వీటిలో గుణాత్మకమైన మార్పులూ చోటు చేసుకుంటున్నాయి. టెలివిజన్ కోసం రాయటం ఇప్పుడు ఒక వృత్తిగా రూపొందే దిశగా పయనిస్తోంది.

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం కోసం ఇలా రాయాలి, మరోలా రాస్తే బాగుంటుందని నిర్దిష్ట విధానాన్ని చెప్పే రచనలు ఏవీ పెద్దగా లేవు. టెలివిజన్ రచనకు పనికి రాని వస్తువు అంటూ ఏదీలేదు. సృజనాత్మకతే దాని సరిహద్దు. టెలివిజన్ రచన పరిధి ఎంత విస్తృతమైందో, అన్ని పరిమితుల్ని కలిగి ఉంటుంది. . ఈ వైరుధ్య లక్షణాలకు దోహదపడే కారణాలు రెండు. అవి:

1. రచనలో పాత్రల స్వభావం, ధ్వని అంశాలు, దృశ్యీకరణ విషయాలు వంటివి.

2. రచయితతో పాటు, నిర్దేశకుడు, నిర్మాణ బృందంలోని ఇతర సాంకేతిక సిబ్బంది మరోవైపు - టెలివిజన్ రచనకు వివిధ దశల్లో సృజనాత్మకత కోసం చేసే సమిష్టి కృషి మరో వైపు.

టెలివిజన్‌కు రాయడం ఒక సమిష్టి కృషి. టెలివిజన్ రచన దశలవారీగా రూపొంది, తుదిరూపాన్ని పొందుతుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు స్క్రిప్టు తప్పనిసరి. దృశ్యాలను ఏర్చి కూర్చినప్పుడు వాటిని గురించి చెప్పేందుకు ఒక రచన ఉండాలి. రచన ఎవరికోసం? భాష ఏ స్థాయిలో ఉండాలి? చెప్పదల్చుకున్న విషయం ఏ స్థాయిలో కార్యక్రమంలో పొందుపరచాలి? ఈ అంశాలు పరిగణనలోకి వస్తాయి. టెలివిజన్‌కు రాయడం అన్నది ఒక కళ. మంచి రచన చేయాలి. అయితే మంచి రచన అనేది ముఖ్యంగా రెండు మూడు అంశాల మీద ఆధారపడి ఉండటాన్ని గమనిస్తాం. అవి:

- కార్యక్రమం లక్ష్యం ఏమిటి? ఎవరికోసం రాస్తున్నాం? కార్యక్రమ లక్ష్యం, స్పష్టత ఎవరికోసం రాస్తున్నామో ఆ పరిధిలో ప్రేక్షకుల అవసరాలను కల్గి ఉండటం.
- కార్యక్రమంలో శ్రవ్య దృశ్య అంశాల ఎంపిక సునిశిత దృష్టితో చేయడం.
- టెలివిజన్ కోసం రాయడంలో మెలకువల పట్ల స్పష్టమైన అవగాహన కల్గి ఉండడం.

టెలివిజన్ ప్రధానంగా దృశ్య మాధ్యమం అన్న నిజాన్ని మర్చిపోకూడదు. కొన్ని సందర్భాల్లో 'ఆడియో'కు దృశ్యాన్ని చేరుస్తాం. ఆ తర్వాతే దృశ్యంతో కలిసి ఆడియో చెప్పదల్చుకున్న అంశాన్ని వివరిస్తుంది. శ్రవ్య, దృశ్యాల మధ్య సమతూకం లేని పక్షంలో కార్యక్రమంలో చెప్పదల్చుకున్న భావన దెబ్బతింటుంది. కొన్ని సందర్భాల్లో ఆడియోకు ప్రాధాన్యం ఇవ్వవలసి వస్తే, మరికొన్నిసార్లు దృశ్యానికి ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలి. ఈ ప్రాధాన్యతలను ఆచి తూచి చెప్పగల సత్తా రచనకే ఉంటుంది. రచన అనగానే కేవలం మనం రాసే సంభాషణకే పరిమితం కాదు. సంగీతం, శబ్దాలు, సహజశబ్దాల ప్రమేయం ఉంటుంది. టెలివిజన్ రచనలో సంభాషణతో పాటు, వెనకాల వినిపించే సంగీతం, శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు అంతర్భాగమౌతాయి.

టెలివిజన్ రచనకు దోహదపడే సాంకేతిక వనరులను కూడా మనం కొంతమేరకు పరిగణించాలి. చిత్రీకరణ సాధ్యాసాధ్యాలను మదింపు వేసుకోవాలి. చిత్రీకరణలో స్థల, కాల, ప్రదేశాల్ని అర్థవంతంగా నేర్పుతో వినియోగించుకోగలగాలి. అంటే టెలివిజన్ రచన కేవలం సమిష్టి ప్రక్రియ మాత్రమే కాదు. ఒక సంక్లిష్ట ప్రక్రియ కూడా అన్నది అర్థమవుతుంది. టెలివిజన్ రచయిత టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో కీలకమైన పాత్రధారి. టెలివిజన్ పరిభాషను ఆధారంగా చేసుకుని పనిచేస్తాడు. రచనని కొనసాగిస్తాడు. చెప్పదల్చుకున్న అంశాని (Theme) కి ఒక రూపం కల్పిస్తాడు. భావానికి (concept) అర్థాన్ని వివరిస్తాడు.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కోసం రాస్తున్నప్పుడు దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అంశాలు ఏమిటి?

BRAOU

10.2 కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రణాళిక

టెలివిజన్ రచన దశల వారీ ప్రక్రియ అని తెల్సుకున్నాం. దశలలో మరికొన్ని అంచెలు ఉంటాయి. దశలు, అంచెలు ఒక దానితో ఒకటి ముడిపడి ఉంటాయి. కొన్నిసార్లు ఒకటిగా కలిసిపోతాయి. కార్యక్రమ నిర్మాణంలోని ప్రణాళికకు అనుగుణంగా టెలివిజన్ రచన సాగడంవల్ల నిర్మాణప్రక్రియలో రచనకున్న ప్రాధాన్యం ఏమిటో అర్థం అవుతుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణం ఒక చక్రీయ ప్రక్రియ (Cycle Process) అందువల్ల 'రచన' కార్యక్రమంలో సజీవ ప్రక్రియ అవుతుంది. కార్యక్రమనిర్మాణ ప్రక్రియలో మూడు దశల్ని ఇంతకుముందు భాగాలలో చర్చించుకున్నాం. వాటిని - ప్లానింగ్, ప్రొడక్షన్, ప్రొడక్షన్ అనంతర మదింపు దశలనీ గుర్తించాం. ఈ దశలన్నింటిలోను 'రచన' కన్పిస్తుంది. కాకపోతే రచన పరిధికి సంబంధించి కొంతమేర వ్యత్యాసాలు కన్పిస్తాయి. కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ విధానాన్ని ఒకసారి ఇక్కడ మననం చేసుకోవాలి. అప్పుడు నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచన ప్రాధాన్యం తెలుస్తుంది. ఒకసారి నిర్మాణ ప్రక్రియ విధానంలో ప్రధాన అంశాలను పరిశీలిద్దాం.

కార్యక్రమ భావం (Idea)
కార్యక్రమ సంక్షిప్తం (brievity)
కార్యక్రమ పరిశోధన (Research)
కార్యక్రమ రూపకల్పన (Design)
నిర్మితి, దృశ్యీకరణం (Structure and Visual treatment)
స్టోరీ బోర్డ్ (Story Board)
చిత్తు ప్రతి (Draft Script)
తుది ప్రతి (Final Script)
కెమెరా రచన (Camera Script)

ఈ క్రమాన్ని క్రోడీకరిస్తే - కార్యక్రమ లక్ష్యాల గుర్తింపులోనే టెలివిజన్ రచన తొలి ఊపిరి పోసుకుంటుంది.

లక్ష్యాలను నిర్ధారించేటప్పుడు ప్రేక్షకుడికి మనం ఏం చెప్పదల్చుకున్నామో దాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని నిర్ధారిస్తాం. చెప్తల్చుకున్న విషయాన్ని ఎలా దృశ్యీకరణ చేయగలమో ఆలోచిస్తూ, కార్యక్రమ రూపాన్ని నిర్ణయిస్తాం. ప్రేక్షకుడి స్థాయినిబట్టి, చెప్పదల్చుకున్న సమాచారాన్నిబట్టి కార్యక్రమం నిడివిని నిర్ణయించడం జరుగుతుంది. విషయాన్ని చిన్న చిన్న భాగాలుగా గుర్తించి, క్రమరీతులలో కార్యక్రమ రూపంలో అమరుస్తాం. రచనకు తొలి రూపం ఈ దశలోనే వస్తుంది. కార్యక్రమ అవసరాల్ని బట్టి రచనలో మార్పులు చేర్పులు గావించి, కెమెరా స్క్రిప్టుని రూపొందించడం చివరగా జరుగుతుంది. కార్యక్రమం అవసరాల్ని బట్టి ప్రొడక్షన్ అనంతర దశలో సైతం 'స్క్రిప్టు' కు తుదిమెరుగులు అద్దడం చేస్తారు.

అభ్యాసం

కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలోని ముఖ్యాంశాలు వివరించండి.

BRAOU

10.4 టెలివిజన్‌కు రాయడం

రచన సృజనాత్మక ప్రక్రియ. ఏ రచనలోనైనా ఒక సన్నివేశాన్ని చిత్రించడానికి, పాత్రల రూపకల్పనకు, సంభాషణలు రాయడానికి రచయితకు ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యాలు ఉండాలి. రచనకు, కార్యక్రమ రూపానికి అనువుగా నిర్వహించడంలో నేర్పు ఉండాలి. టెలివిజన్‌కు రాయడం పత్రికలకు రాసినట్లుకాదు. ప్రేక్షకుల లక్షణాలు వేరు. పుస్తకాన్ని మళ్ళీ మళ్ళీ చదవగలిగే అవకాశం పాఠకుడికి ఉన్నట్లు టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడికి ఉండదు. టెలివిజన్ రచయిత చెప్పినదానికే ప్రేక్షకుడు పరిమితమై ఉంటాడు. టెలివిజన్ రచయితకు ఈ మాధ్యమానికుండే బలాలు, బలహీనతలు, నిర్మాణ పద్ధతుల విషయంలో మంచి అవగాహన ఉండాలి.

రచన సృజనాత్మక అంశం అని అనుకున్నాం. టెలివిజన్ రచనలో సృజనాత్మకతకు హద్దుల్లేవు అనీ తెలుసుకున్నాం. టెలివిజన్ ప్రసారాలలో సృజనాత్మక రచనలతో పాటు వివిధ కార్యక్రమ రూపాలను చూస్తున్నాం. రచన సృజనాత్మక తత్త్వం కావడం వల్ల రాసే పద్ధతులు రచయిత నేర్పరితనాన్ని బట్టి ఉంటాయి. రచనా రూపం ఏదైనా టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు కొన్ని మౌలిక అంశాలను దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. ప్రధానమైన మౌలిక అంశాలను కొన్నిటిని ఇక్కడ చర్చిస్తున్నాం.

టెలివిజన్ దృశ్య మాధ్యమం. రచయిత పదాలతో పరిచయాన్ని పెంచుకున్నట్టే దృశ్యాలతోనూ పెంచుకోవాలి. దృశ్య సంపద పెరిగితే పదాలు, దృశ్యాల మేళవింపు తేలికవుతుంది. కళాత్మక విలువల్ని నేర్పుగా పదాలు దృశ్యాల మేళవింపుతో సుసంపన్నంచేయగల ఆస్కారం ఏర్పడుతుంది. కొన్ని సందర్భాలలో టెలివిజన్ రచనలో 'మాట'కు పెద్దగా పనిబడదు. శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు, సంగీతం మనం చెప్పదల్చుకున్న భావాన్ని 'దృశ్యం'తో చెప్పించగలవు. రచయితకున్న దృశ్య, దృశ్య చలన దృష్టి కార్యక్రమ విలువలనూ, స్థాయినీ పెంచుతుంది.

రచన వినడానికే చేయాలి. రచనకుండే వినికిడి ధర్మాల్ని గుర్తించాలి. పదాలు సరళమైనవి కావాలి. చిన్నవిగా ఉండాలి. చెప్పదల్చుకున్న భావాన్ని సూటిగా చెప్పగలగాలి. సంక్లిష్ట పదాలు, వాక్యాలు ప్రేక్షకుడికి అర్థం కావటం మాట అటుంచి, కొన్ని సందర్భాలలో కళాకారుడు (Talent) వాక్యంలో ఉన్న భావాన్ని పూర్తిగా ప్రదర్శించలేకపోవచ్చు. కర్తను క్రియకంటే ముందు చెప్పాలి. ప్రేక్షకుడిని ఆకట్టుకోవాలన్నా, మనం చెప్పింది వారికి అర్థవంతంగా చేరాలన్నా వాక్య నిర్మితి పట్ల జాగ్రత్తగా ఉండటం అవసరం. మాండలిక పదాలను అవసరమైతే తప్ప వాడకూడదు. శైలి అలవోకగా, అషామాషీగా, ఆత్మీయంగా ఉండాలి. ప్రేక్షకుడు మనం చెప్పే అంశాన్ని మళ్లీ వెనక్కు వెళ్ళి చూడలేడు కాబట్టి చెప్పే సంఘటనలను సరైన క్రమంలో అమర్చి చెప్పాలి. పేర్లనూ, సంఖ్యలనూ, వాదాలనూ, విషయాన్నీ, ఆలోచనల పరంపరనూ ఆటగా చొప్పించకూడదు. భావనల మధ్య అస్పష్టత నివారించడానికీ, సమాంతర భావాల్నీ, చర్యల్నీ, వివరించడానికీ, ఫ్లాష్‌బ్యాక్‌లను చెప్పడానికీ రచన స్థాయిలోనే సరైన నిర్మితిని చేపట్టాలి. ఇవి సమయాలలో వ్యత్యాసాన్ని కలిగి ఉంటాయి. కాబట్టి రచనదశలోనే వీటిని నిర్వహించాలి. నిర్మాణ దశలో చెప్పదల్చుకున్న భావనకు పూర్తి న్యాయం చేసే ఆస్కారం లభిస్తుంది.

ప్రేక్షకుడిని దృష్టిలో ఉంచుకునే రాయాలి. రచన చేపట్టే ముందే నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడెవరో తెలుసుకోవలసిన బాధ్యత రచయితది. నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడికంటూ కొన్ని లక్షణాలుంటాయి. వాని లక్షణాల ఆధారంగా మాట, దృశ్యీకరణ జరిపినప్పుడే, కార్యక్రమానికి ప్రభావ శక్తి ఉంటుంది. చిన్నపిల్లలకు రాయడం వేరు. బడిపిల్లలకు రాయడం వేరు. పెద్దవాళ్లకు రాయడం వేరు. చదువుకున్నవారికి రాయడం వేరు. చదువరులకు రాయడం వేరు. ప్రేక్షకుల సామాజిక స్వభావాన్ని బట్టి వారిలో అర్థంచేసుకునే శక్తి మారుతుంది. నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడికి రాయడం ఒక ఎత్తైతే సామాన్య ప్రేక్షకుడికి రాయడం మరొక ఎత్తు. చెప్పదల్చుకున్న విషయం, విజ్ఞాన శాస్త్ర విషయమైనా, సామాజిక అంశమైనా, భాషా విషయమైనా, సాంస్కృతిక భావమైనా, ఏదైనా సరే ప్రేక్షకుడి స్థాయి, లక్షణాలను

BRAOU

దృశ్యీకరణ చేయడం జరుగుతుంది. భాష స్థాయి, కార్యక్రమ రూపం వరకూ అన్నీ ఈ నేపథ్యంతోనే ప్రభావితమౌతాయి.

టీవి కార్యక్రమం కళాత్మకంగా ఉండాలి. రచయిత రాసినా రచనలోంచి చివరకు ప్రేక్షకుడు చూసేది 'దృశ్యమే'. దృశ్యమే ప్రేక్షకుడి మనసును ఆకట్టుకుంటుంది. అర్థాన్ని చెప్తుంది. రచనలోని 'మాట'కు దృశ్యరూపమూ కళాత్మకతతో ఉండాలి.కాబట్టి రచన - కార్యక్రమానికి తుది దశ కాకూడదు. దృశ్యమాధ్యమాన్ని తనలో ఇముడ్చుకోగలగాలి. టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు మాటలే ప్రాధాన్యం వహించకూడదు. పొదుపుగా వాడిన మాటల్లోనే దృశ్యం ప్రేక్షకుడి ముందుకి వెళ్లి కార్యక్రమ సందేశాన్నివ్వగలగాలి. అలాగని దృశ్యాల మోతాదు మితాన్ని దాటగూడదు మాటలకూ, దృశ్యాలకూ సమతూకం అవసరం. ఇదంతా టెలివిజన్ రచయిత చేతుల్లోని భాద్యతే.

టెలివిజన్ రచయిత సాంకేతిక వనరులని దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. సాంకేతిక వనరుల లభ్యతను బట్టీ రచనకు, కార్యక్రమానికి ఒక రూపాన్నివ్వాలి. సాంకేతిక పరికరాల లభ్యత, షూటింగ్ ప్రదేశాలలోని సన్నివేశాల బాక్‌గ్రౌండ్ సీనరి అంశాలను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. కార్యక్రమం నిడివి ఒక పరిమితి. రచన చేయడానికి లభించే సమయం మరొక పరిమితి. సమయాభావం వల్ల కొన్ని సందర్భాలలో కావలసిన సాంకేతిక వనరుల్ని పొందడంలోను, లొకేషన్స్ ఎంపిక చేసుకొని లొకేషన్స్‌లో చిత్రీకరించడంలోనూ అవరోధాలు ఎదురవుతాయి. టెలివిజన్ రచయిత వీటిని, వీటిని అనుసరించే ఇతర పరిమితుల్ని దృష్టిలో వుంచుకొని, బేరీజు వేసుకొని రచన చేయాలి.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కార్యక్రమం నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచన (Writing) స్థానాన్ని ఏవిధంగా గుర్తిస్తారు.

BRAOU

టెలివిజన్ రచన 'ఒక సృజనాత్మక ప్రక్రియ' - నాలుగైదు వాక్యాల్లో చెప్పండి.

10.5 రచనా రూపాలు

టెలివిజన్ రచనలోని దశలనూ అంచెలవారీ రచనా నైజాన్నీ తెలుసుకున్నాం. కార్యక్రమం భావనతో మొదలయి, కార్యక్రమం పూర్తి రూపం దాల్చేవరకు రచనకు ప్రమేయం ఉంటుందని అర్థం చేసుకున్నాం. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో రచన రూపం వివిధ దశల్లో ఎలా ఉంటుందో తెలుసుకోవల్సిన అవసరం ఇప్పుడు ఉంది.

ప్రతిదశలోను కన్పించే రచనారూపానికి కొన్ని నిర్దిష్టమైన లక్ష్యాలు ఉన్నాయి. భావనతో ప్రారంభమైన రచన, కార్యక్రమంలో తుది రచనగా పరిణామం చెందడానికి ఈ లక్ష్యాలు తోడ్పడతాయి. రచనా రూపాలు కార్యక్రమాల రకాల మీద కొంతవరకు ఆధారపడి ఉంటాయి. డాక్యుమెంటరీకి రాయటం వేరు. నాటకానికి రాయటం వేరు. కథకు రాయడం వేరు. రూపకానికి రచన చేయడం వేరు. ఇలా విభిన్న రచనా ప్రక్రియలకుండే పరిమితుల కారణంగానే రచనా రూపాలలో వైవిధ్యం కన్పిస్తుంది. రచయిత రచనాశైలిని, ఆచరణలను బట్టి రచనా రూపాలలో వ్యత్యాసం కన్పించడం పరిపాటి. వైవిధ్యాలు, వ్యత్యాసాలు రచనా రూపాలలో కన్పించినా, మౌలికంగా ఉండే రచనా రూపాలను తెలుసుకోవడం టెలివిజన్ రచయిత ప్రాథమిక లక్ష్యం కావాలి.

ప్రధానంగా మూడు రూపాలు ఇక్కడ చెప్పుకోవచ్చు. అవి (i) డ్రాఫ్ట్ రచన (Draft Script), (ii) తుది రచన (Final Script) (iii) కెమెరా రచన (Camera Script). ఈ రచనా రూపాలే రచనను రూపొందించడంలో కన్పించే మూడు దశలుగానూ వర్ణిస్తారు. రచనా రూపాల మధ్య ఉండే 'కొనసాగింపు బంధనం' ఆధారంగా చేసుకొని ఈ విధమైన వర్ణన చేస్తారు.

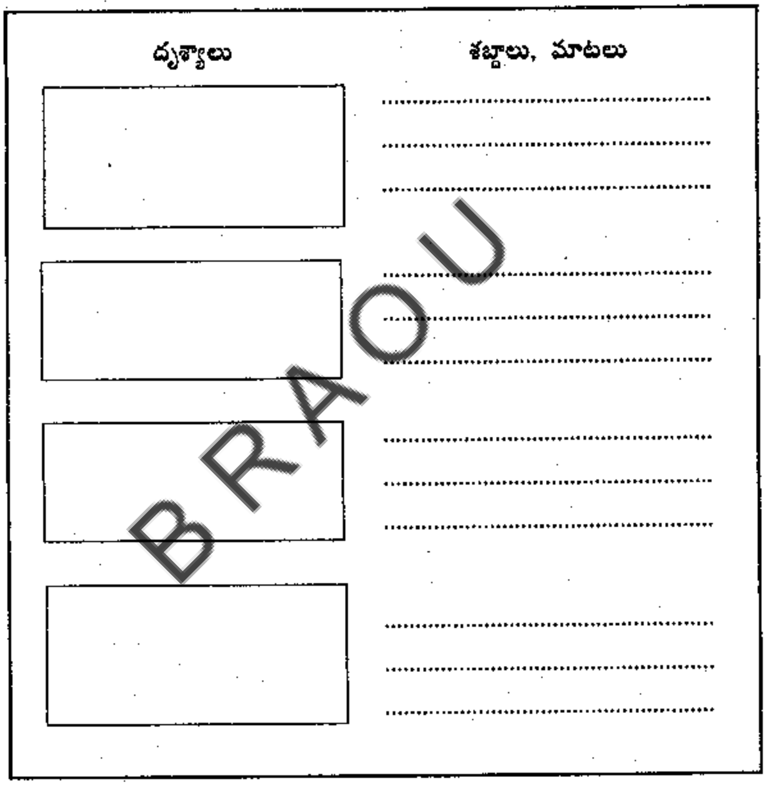
BRAOU

(i) డ్రాఫ్ట్ రచన (Draft Script) - రచయిత వైపు నుంచి రచన మొత్తం పూర్తి దశలో కన్పిస్తుంది. భావనల వివరాలు ఉంటాయి. దృశ్యాల వివరణ, సంభాషణలు కార్యక్రమంలో పొందుపర్చాల్సిన సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్ వంటి వివరాలు ఈ ప్రతిలో ఉంటాయి. సహచరులతోటి, విషయ నిపుణులతోటి, నిర్మాణ బృంద సభ్యులతోటి చర్చించడానికి డ్రాఫ్ట్ రచన తోడ్పడుతుంది. సాంకేతికవనరులు, నిర్మాణపరంగా సాధ్యాసాధ్యాలు, భావనల వివరణలలోని తప్పొప్పులను చర్చించి నిర్ధారించడానికి అవకాశం కల్పిస్తుంది. చర్చలను బట్టి కార్యక్రమ రూపాన్ని నిర్ణయించడంతోపాటు, నిర్మాణపరంగా, భావనల వివరణల పరంగా సద్దుబాట్లు, దిద్దుబాట్లకు లోనై రచనకు తుదిరూపం ఇచ్చే చర్యకు ఈ ప్రతి దోహదం చేస్తుంది.

(ii) తుది రచన (Final Script) - డ్రాఫ్ట్ రచన పైన వచ్చిన సలహాలు, సవరణలు చేసి రచనకు తుదిరూపం ఇస్తారు. కార్యక్రమ రూపం (Programme Format) తుదిరచనలో కన్పిస్తుంది. కార్యక్రమంలో సంగీతం, శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు, నిపుణుల అభిప్రాయాలు ఏయే సందర్భాలలో చొప్పించాలో, చేర్చాలో సూచిస్తారు. కార్యక్రమ రూపం, నాటకమయితే, నాటక ప్రదర్శనాంశాలు పొందుపరుస్తారు. నాటకాల విషయంలో, కథాకథనాల విషయంలో తుదిరచన (Final Script) కార్యక్రమ నిర్మాణానికి ముందే పూర్తవుతుంది. డాక్యుమెంటరీలు, వార్తాచిత్రాలు, వార్తా రూపకాల వంటి వాటి విషయంలో కార్యక్రమ నిర్మాణం పూర్తయి, పూర్తి కూర్పు (Edit) జరిగాక రచనకు తుదిరూపం ఏర్పడుతుంది.

టెలివిజన్ రచయిత ఇచ్చిన తుదిరచన ఆధారంగానే కార్యక్రమ నిర్మాత 'స్టోరీబోర్డ్'ను రూపొందించుకుంటాడు. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో 'స్టోరీబోర్డ్' ఒక ప్రధానమైన అంశం. స్టోరీబోర్డ్‌లో షాట్‌ల వివరణ - రచనను చిన్న చిన్న భాగాలుగా విడగొట్టి నిర్మాత పొందు పర్చుకుంటాడు. రచన, దృశ్యీకరణల మధ్య అంతరం ఏర్పడకుండా

చెప్పదలుచుకున్న భావాన్ని, భావనలను అర్థవంతంగా చెప్పడానికి చేసే ప్రయత్నమిది. ఇలా దృశ్యీకరణ జరగడం వల్ల కళాకారులకు, బృందంలోని ఇతర సభ్యులకు కార్యక్రమం రూపురేఖల పట్ల పూర్తి అవగాహన ఏర్పడుతుంది. రిహార్సల్స్‌లో బాగా ఉపయోగపడుతుంది. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో నాణ్యతను సాధించడానికి దోహదపడుతుంది. స్టోరీబోర్డ్‌ను ఎలా రూపొందిస్తారో తెలుసుకోవాలి. రచన చేసే కాగితాన్ని నిలువులో రెండు భాగాలు చెయ్యాలి. కుడి, ఎడమ భాగాలుగా వీటిని పేర్కొనవచ్చు. కుడివైపు నిలువు భాగంలో కాగితం పైనుంచి కింది దాకా అడ్డుగీతలు ఉంటాయి. రాయడానికి, శబ్దాలు, సంగీతం వంటి వాటిని సూచించడం ఈ వైపు చేస్తారు. టెలివిజన్ కార్యక్రమంలో శబ్దానికి సంబంధించిన అంశాలన్నీ ఈ వైపున సూచిస్తారన్నమాట. ఎడమ వైపు నిలువుభాగంలో దీర్ఘచతురస్రాకారపు ఖాళీ పెట్టెలను గీస్తారు. 3:4 నిష్పత్తిలో ఈ పెట్టెల నిర్మాణం ఉంటుంది. ఈ పెట్టెలో బొమ్మలనూ శాఖలనూ గీయడానికి వాడతారు. షాట్ సైజులను వివరించే ఆస్కారం ఉంటుంది. దృశ్యీకరణకు సంబంధించిన అంశాలను బొమ్మలరూపంలో, రేఖల రూపంలో ఈ ఎడమవైపు పెట్టెలలో ప్రదర్శిస్తారన్నది అర్థమవుతుంది. స్టోరీబోర్డు నమూనాను మీ అవగాహనకోసం ఈ కింద ఇస్తున్నాం.



BRAOU

(iii) కెమెరా రచన (Camera Script) - రచనా విధానంలో ఇది కీలకమైనది. తుది రచన పూర్తయిన తరువాత కార్యక్రమ నిర్మాణ దశలో నిర్మాణసౌలభ్యం కోసం దీన్ని రచిస్తారు. రచయిత రాసిన దాన్ని నిర్మాత, కెమెరామెన్‌తో చర్చించి 'కెమెరా పరిభాషలో' రచనను రూపాంతరీకరిస్తారు. నిర్మాణదశలో పాల్గొనే సిబ్బందికి నిర్మాణపు అంశాల సంకేతాలను కెమెరా స్క్రిప్టు అందిస్తుంది. వాస్తవానికి ఇదొక 'సాంకేతిక రచన' (Technical Script) ఇందులో షాట్‌ల వర్గీకరణ, పరిమాణాలు పొందుపరుస్తాయి. సంగీతం, శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు ప్రవేశ, నిష్క్రమాలు, సూచనలు కన్పిస్తాయి. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో వాడే వివిధ సాంకేతిక వనరుల సమన్వయం ఇందులో కన్పిస్తుంది. కెమెరా రచన ప్రాధాన్యం స్టూడియో నిర్మాణాలలో అత్యంత కీలకమైంది. పరికరాలు, సాంకేతిక వనరులు, నిర్మాణంలో పాల్గొనే సిబ్బంది, కళాకారులు - చర్య ప్రతిచర్యలను సమన్వయపరచి కార్యక్రమ నిర్మాణం ప్రణాళికాబద్ధంగా సాగించడానికి దోహదపడుతుంది.

10.6 రచనల రకాలు

కార్యక్రమ నిర్మాణం సృజనాత్మక ప్రక్రియ అని తెలుసుకున్నాం. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు వివిధ రకాలనీ గుర్తించాం. ప్రసంగం, ఇంటర్వ్యూ, చర్చ, రూపకం, వార్తాచిత్రం, వార్తా రూపకం, డ్రామా, డాక్యుమెంటరీ వంటి కొన్ని కార్యక్రమ రూపాలన్నీ అర్థం చేసుకున్నాం. కార్యక్రమ రూపాల్ని బట్టి రచనా విధానంలోనూ స్వల్పమైన అంతర్యాలు - వైవిధ్యాలు గోచరిస్తాయి. టెలివిజన్ రచయితలు ఈ వైవిధ్యాల్ని గుర్తించగలగాలి. కార్యక్రమ రూపాలన్నిటికీ పేరు పేరునా రచనా విధానాన్ని చర్చించడం సాధ్యం కాని పని. రచనా విధానాల్ని క్రోడీకరించి - ప్రధానమైన రచనల రకాలని ఇక్కడ ప్రస్తావించాం. అవి : వార్తల రచన, నాటక రచన, వాణిజ్య ప్రసారాల రచన వంటివి.

టెలివిజన్ రచనలో వార్తలకోసం రాయడం అతి సాధారణమైన రచన. వార్తలకోసం రాయవలసివచ్చినప్పుడు డాక్యుమెంటరీలు, వార్తాచిత్రాలు, వార్తలు, వార్తా సంకలనాలు, వర్తమాన విషయాలపైన చర్చలు, కథనాలు వంటివి ఈ కోవలకి వస్తాయి. రచన వార్తా రచనకు దగ్గరగా ఉండాలి. త్వరితంగా రాయాలి. రిహార్సల్స్‌కి అవకాశం ఉండదు కాబట్టి సమాచారాన్ని అర్థవంతంగా, క్లుప్తంగా పొందుపరచాలి. రచనా రూపాలనన్నింటినీ ఒకే దశలోకి కుదించవలసిన సందర్భాలు ఎదురౌతాయి. వార్తారచనలు వార్త ఆధారంగా ఒకో వార్తను ఒకో పేజీలో రాయాలి. నిర్ణీతమైన లైన్లను మించి ఒక పేజీలో రాయకూడదు. దృశ్యీకరణ అంశాలు స్పష్టంగా పొందుపరచాలి. కొన్ని సందర్భాలలో ప్రొడక్షన్ అనంతరదశలో చేర్చే స్వరాలను, శబ్దాలను సూచించాలి. గ్రాఫిక్స్ వంటివి వాడినప్పుడు వాటి వివరణ రచనలో సూచించాలి.

నాటకాలకు, కథాకథనాలకు రాసే రచన 'పూర్తిస్థాయి రచన'గా ఉంటుంది. కార్యక్రమ నిర్మాణానికి ముందే రచన చర్చించి నిర్ధారిస్తారు. నిర్ధారించిన రచన ఆధారంగానే నిర్మాణం కొనసాగుతుంది. సాంకేతికవనరులు, లొకేషన్ సాధ్యాసాధ్యాలు అన్నీ కూలంకషంగా ముందే పరిశీలించి నిర్ణయిస్తారు. రచయిత స్థాయిలోనే వీటి సమన్వయం రచనలో చేసే ప్రయత్నం జరుగుతుంది. షాట్లు, సీన్ల పరిమాణం, పరిధి స్పష్టంగా ముందుగానే నిర్ధారణ చేసుకోవాలి. టెలివిజన్ పరిభాష, రచనాశైలి కలసి మెలసి కొనసాగితేనే కార్యక్రమానికి అందమైన రూపం, నాణ్యత వస్తాయి. ప్రేక్షకుల్ని బాగా ఆకట్టుకుంటాయి.

వాణిజ్య ప్రసారాల కోసం రాయడం ఒక విధంగా కొత్త ప్రక్రియ. ఇటీవలి కాలంలో బాగా ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చింది. టెలివిజన్ రచనా వ్యాసంగంలో ప్రత్యేక విభాగంగా రూపుదిద్దుకొనే ప్రయత్నం చేస్తోంది. విస్తృతపరిధిలో టెలివిజన్ పరిభాష ఒకటే అయినా అతి దగ్గర్నించి పరిశీలిస్తే పరిభాష వినియోగంలో వ్యత్యాసం కన్పిస్తుంది. పరిభాషను కొన్ని సందర్భాల్లో కొత్త అర్థంలో వాడతారు. వాణిజ్య ప్రకటనలు తక్కువ నిడివి గల చిత్రాలు. 'నిడివి' తక్కువే అయినా రచన మాత్రం ముందే జరగాలి. ప్రతిచిన్న అంశం నిర్మాణానికి ముందే పూర్తి చెయ్యాలి. ప్రతీ చిన్న అంశాన్ని క్షుణ్ణంగా ఒకటి రెండుసార్లు చర్చించి నిర్ధారణ చెయ్యాల్సివస్తుంది. రచనలో మాటల పరిమాణం తక్కువ పాళ్లలో ఉంటుంది. దృశ్యీకరణ పరిధి ఎక్కువ. దృశ్యాలే చెప్పదల్చుకున్న అంశాన్ని ప్రసారం చేస్తాయి. మాట దానికి సహకరిస్తే - దృశ్యం మరింత ప్రతిభావంతంగా సందేశాన్ని అందించగలదు. స్టోరీబోర్డ్ ప్రభావం వాణిజ్యప్రకటనల రచనల్లో కీలకమైంది. నిర్మాణ ప్రక్రియ వైపు నుంచి చూసినా, ఆర్థిక అంశాలపరంగా చూసినా స్టోరీబోర్డ్ అత్యంత కీలకమైంది.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కోసం రాసేటప్పుడు ప్రధానంగా మూడు రచనా రూపాలను ఎందుకు గుర్తిస్తాం?

BRAOU

రచనలు చేసే వివిధ రకాల కార్యక్రమాలు ఏవి?

10.7 రచనలో పాటించదగ్గ అంశాలు

BRAOU

టెలివిజన్ కోసం రాయడం సంక్లిష్టమైన ప్రక్రియగా గుర్తించాం. సమిష్టి ప్రక్రియగా తెల్సుకున్నాం. కార్యక్రమ భావన దశనుంచి, పూర్తిస్థాయి కార్యక్రమం రూపొందేవరకు రచయిత ప్రాధాన్యాన్ని తెలుసుకున్నాం. వివిధ దశల టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో రచయిత పాటించదగ్గ అంశాలు - రచనా ప్రక్రియకు సంబంధించినవి కొన్ని ఉన్నాయి. కొన్నిటిని ఇక్కడ ప్రస్తావిద్దాం.

టెలివిజన్ దృశ్యమాధ్యమం.

రచనాంశాన్ని సాధ్యమైనంత దృశ్యీకరణలో ప్రదర్శించాలి.

సాధ్యమైనంత తక్కువ మాటల్ని వాడాలి. మాటలు దృశ్యాన్ని బలపరచాలి.

ప్రేక్షకుడు శబ్దాన్ని, మాటని గ్రహించవలసిన సందర్భాలలో దృశ్య ప్రాధాన్యాన్ని పరిమితం చేయాలి.

సరళమైన-సూటిగా చెప్పే భాషనే రాయాలి. వాడుకలో లేని పదాల్ని వాడకూడదు. చిన్న చిన్న వాక్యాలు రాయాలి. మాట్లాడే భాషనే రాయాలి.

శైలి సరళంగా సంభాషణ రీతిలో కొనసాగాలి. మాండలిక పదాలను అవసరమైతే తప్ప వాడకూడదు. వాక్యనిర్మాణం సరైంది కావాలి. వ్యాకరణ దోషాలు దొర్లకూడదు.

వ్యక్తిగత సంభాషణలో ఉండాలి. మీరు, నేను మనం వంటి సంబోధనా వచనాలు ప్రేక్షకుడ్ని దగ్గరకు తెస్తాయి.

అచ్చు మాధ్యమానికి రాసే వాక్య నిర్మాణం కూడదు. వ్యాఖ్యానాలు రాసేటప్పుడు మాట్లాడేతీరు ప్రతిబింబించాలి.

ప్రేక్షకుడికి మనం చెప్పదల్చుకున్న విషయం పట్ల ఉన్న అవగాహనను బేరీజు వేసుకొని - ఆ స్థాయి నుంచి రచనను నిర్మించాలి.

కొన్ని సందర్భాలలో ప్రధాన అంశాలను ఒకటికి రెండుసార్లు చెప్పడం అవసరం. అది ప్రేక్షకుడికి చెప్పదల్చుకున్న అంశం బాగా బోధపడేలా చేస్తుంది.

పదాడంబరాలు వద్దు. బరువైన సాంకేతిక పదాలను వాడకండి. తప్పని సరైతే వాటి అర్థాన్ని, భావనను స్పష్టంగా చెప్పే ప్రయత్నం చేయాలి.

కార్యక్రమం నిడివి-సమయానికి సరిపడే విధంగా చెప్పదల్చుకున్న విషయాన్ని వివరించాలి. విషయాన్ని కిక్కిరిసి చెప్తే ప్రేక్షకుడికి అర్థంకాకుండా పోతుంది.

రచనలో ఒకేసారి పలు అంశాలు వివరించవద్దు. ఒకదాని తర్వాత ఒకటి చెప్పాలి.

రచనలో శబ్దాలు, మాటలతోపాటు నిశ్శబ్దంకూడా సందేశాన్నివ్వగలదని గుర్తించాలి.

రచనను - కొత్త కోణంలో విషయాన్ని (Subject) చెప్పేదిగా రూపొందించాలి. విషయం పాతదే అయినా కొత్త తరహాలో చెప్పే ప్రయత్నం చెయ్యాలి.

స్టోరీబోర్డ్‌కు అవసరమైన దృశ్యాలను, ఎఫెక్ట్‌లను సూచించాలి.

కార్యక్రమానికి లభించే సాంకేతిక వనరులు, సిబ్బంది, సమయం, బడ్జెటు వంటివి రచనకుపక్రమించే ముందే తెల్సుకోవాలి.

ఇలాంటివే మరెన్నో సూచనలు మన దృష్టిలోకి వస్తాయి. వీటిలో కొన్నయినా పాటించగలిగితే టెలివిజన్‌కు రాయడం సులభమౌతుంది. నాణ్యమైన రచనను అందించే అవకాశమూ లభిస్తుంది.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కోసం రాసేటప్పుడు పాటించవలసిన నాలుగైదు ముఖ్యమైన సూచనల్ని చెప్పండి.

BRAOU

10.8 ముఖ్య విషయాల్ని గుర్తుంచుకుందాం

- టెలివిజన్‌కి రాయడం ఒక సృజనాత్మక ప్రక్రియ.
- దృశ్యమాధ్యమానికి చేసే రచన వినడం కోసం రాస్తారు.
- కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రణాళిక రచన ప్రక్రియ మధ్య అల్లిక ఉంది.
- టెలివిజన్‌కి రాయడంలో ముఖ్యమైనవి. భాష, రచన చేసే విధానం.
- రచన రూపాలు: డ్రాఫ్టు రచన, తుదిరచన, కెమెరా రచనలు.
- స్టోరీబోర్డ్ నిర్మితి - టెలివిజన్ నిర్మాణ ప్రక్రియపరంగా కీలకమైంది.
- వార్తలు, నాటకం, వాణిజ్య ప్రకటనల కోసం రాయడంలో వ్యత్యాసాలున్నాయి.

- సృజనాత్మకత దృష్ట్యా మరింత లోతుగా వీటిని అధ్యయనం చేయవలసిన అవసరం ఉంది. టెలివిజన్ కోసం రాయదల్చుకున్న వారు కొన్ని జాగ్రత్తలు పాటించాలి. సూచనలు దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. శ్రవ్య దృశ్యమాధ్యమాలకున్న బలాలు, బలహీనతలు దీనికి ప్రధాన కారణాలు.

10.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రణాళిక, టెలివిజన్‌కు రాయడం - ఈ రెండింటికి మధ్యగల అనుబంధాన్ని వివరించండి.
2. కార్యక్రమాల రకాలు, రచనా రూపాలు - ఒకదానిపై ఒకటి ఆధారపడి ఉంటాయి అన్న అంశాన్ని వివరించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. స్టోరీబోర్డ్ ప్రాధాన్యం.
2. టెలివిజన్ రచనలో పాటించదగ్గ ముఖ్య సూచనలు.

BRAOU

భాగం 11 కార్యక్రమ రూపకల్పన: భేదాలు

విషయ క్రమం

11.1 ఉద్దేశం

11.2 ప్రవేశిక

11.3 వివిధ రూపకల్పనలకు రాయడంలో మెళకువలు

11.4 ప్రక్రియను బట్టి రాయడం

అభ్యాసం

11.5 వార్తా ప్రసారాలు

11.6 ఇంటర్వ్యూలు, చర్చలు

అభ్యాసం

11.7 డాక్యుమెంటరీలు, ప్రదర్శనాత్మక వివరణలు

11.8 టెలిప్లే

అభ్యాసం

11.9 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

11.10 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

11.1 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది అంశాలను వివరించగలుగుతారు

- సరళత, ధారాళమైన శైలి, చైతన్యవంతమైన శైలి, ప్రశ్నలు, చతురోక్తులు టెలివిజన్ రచనా ప్రక్రియలో అంతర్భాగాలు.
- షూటింగ్ స్క్రిప్టులు - రకాలు ప్రాధాన్యం
- టెలివిజన్‌లో వార్తా ప్రసారాలు, ఇంటర్వ్యూలు, చర్చలు, డాక్యుమెంటరీలు, ప్రదర్శనాత్మక వివరణలు, టెలిప్లే వంటి కార్యక్రమ రూపకల్పనలు వీటి మధ్య గల వ్యత్యాసాలు; వీటికి రాసే పద్ధతులు.

BRAOU

11.2 ప్రవేశిక

టెలివిజన్ స్క్రిప్టు (Script) అనేది కార్యక్రమాల రూపకల్పనకు ప్రాతిపదిక. దాని నాధారంగా చేసుకుని కార్యక్రమ నిర్మాణం జరుగుతుంది.

అందువల్ల కార్యక్రమ నిర్మాణానికి సంబంధించిన అన్ని విషయాలూ, అంటే దృశ్యభాగాలు (Shots), దృశ్యాలు (Scenes), దృశ్యాల అన్వయం (Sequence), సంభాషణలు (Dialogues), వ్యాఖ్యానం (Commentary), శబ్దాలు (Sounds), శబ్ద ప్రక్రియలు (Sound Effects), కెమెరా కోణాలు (Camera Angles), కెమెరా కదలికలు (Camera Movements) దృశ్యభాగాల అమరిక (Shot Composition), దృశ్యాల మార్పును సూచించే ప్రతీకలు (Transition Devices), సాంకేతిక వర్గానికి అవసరమయిన సూచనలు మొదలైనవన్నీ స్క్రిప్టులో పొందుపరచవలసి వుంటుంది.

11.3 వివిధ రూపకల్పనలకు రాయడంలో మెళుకువలు

టెలివిజన్‌కు రాసే వారందరూ గుర్తుంచుకోవలసిన అంశాలు కొన్ని వున్నాయి. ఇవి అన్ని ప్రక్రియలకూ వర్తిస్తాయి. ఈ అంశాలు ముఖ్యంగా విషయ వ్యక్తీకరణకూ, భాష శైలి మొదలైన వాటికి చెందినవి.

1. సరళత (Simplicity)

'టెలివిజన్‌కు రాసే వాళ్ళు టెలివిజన్ మాధ్యమానికి గల ప్రత్యేకతలను గుర్తుంచుకోవాలి. వాటిలో ముఖ్యమయింది. దాని ట్రాన్సియంట్ నైజం (Transient). ఈ క్షణం తెరమీద కన్పించిన దృశ్యం మరుక్షణం వుండదు. శబ్దమూ అంతే, మనం పత్రిక గానీ పుస్తకం గానీ చదువుతున్నప్పుడు అర్థంకాకపోతే వాక్యాన్ని మళ్ళీ చదువుతాము. టెలివిజన్‌లో ఇలా వెనక్కి వచ్చే అవకాశం వుండదు. చెప్పే విషయం అర్థం చేసుకునేందుకు ప్రేక్షకులకు ఒకే ఒక్క అవకాశం వుంటుంది. కనుక మొదటిసారి వినగానే అవగాహన అయ్యేలా రాయాలి. సులభమైన పదాలు, సరళమైన భాష, భిన్న వాక్యాలు వుపయోగించి అన్వయక్లిష్టత లేకుండా రాయగలిగితే వినేవారికి/చూసే వారికి సులువుగా అర్థమవుతుంది. అలా రాసినపుడే కార్యక్రమం పట్ల ప్రేక్షకులకాసక్తి కలుగుతుంది.

2. ధారాళమైన శైలి (Easy Flow)

కార్యక్రమంలో వేరు వేరు భాగాలుండవచ్చు. ఒక విషయంలో వేరు వేరు అంశాలుండవచ్చు. రాసే విధానం ఒక అంశాన్నుండి మరో అంశానికి, ఒక భాగాన్నుండి మరో భాగానికి అతికినట్లుండకూడదు. ఆ మార్పు సహజంగా కన్పించాలి/ విన్పించాలి. సులభమయిన విషయాలనుండి క్లిష్టమయిన విషయాలకు, తెలిసిన విషయాలనుండి తెలియని విషయాలకు దారి తీయడం మంచిది. విషయానికీ విషయానికీ మధ్య తర్కబద్ధమయిన సమన్వయం వుండేలా చూసుకోవాలి. అసంగతమయిన, బొత్తిగా సంబంధంలేని విషయాలు గుది గుచ్చినట్లుగా వుండకూడదు.

BRAOU

3. చైతన్యవంతమైన శైలి (Lively Style)

పత్రికలకు రాసేటప్పుడు మరొకరు చదివేందుకు రాస్తాము. టెలివిజన్‌కు రాసేది మరొకరు వినేందుకు చూసేందుకు రాస్తాము. ఈ తేడాను గుర్తుంచుకోవాలి. పైగా టెలివిజన్ దృశ్యప్రధాన మాధ్యమం (Visual Medium) రచన దృశ్యానుగుణంగా సహజంగా వుండాలి. టెలివిజన్‌లో దృశ్యాలు స్తబ్దుగా వుండవు. ఉండకూడదు. గతిశీలత (Dynamism) వాటి లక్షణం. నిరంతర గమనం ద్వారా అవి ప్రేక్షకుని తాదాత్మ్యతను పొందే ప్రయత్నం చేస్తాయి. జరిగి పోయిన దానిని వర్ణిస్తున్నట్లు కాక జరుగుతున్న దాన్ని వివరిస్తున్నట్లుగా రాయాలి.

అందుచేత క్రియా పదాల ఎన్నికలో చైతన్య శీలత ప్రధానంగా వుండాలి. చేతనను గమనాన్ని సూచించే క్రియా పదాలను (Active Verbs) ఎన్నుకోవాలి.

ఉదాహరణకు: "బెలూన్లు పిల్లలకు యిష్టమయిన వస్తువులు" అని కాక 'పిల్లలకు బెలూన్లంటే యిష్టం' అని రాయాలి.

4. సహజమయిన, స్వాభావికమయిన శైలి (Spontaneous Style)

రాసేపద్ధతి అమూర్తమైన ప్రేక్షక సముదాయాన్ని వుద్దేశించి రాసినట్లుండకూడదు. ప్రేక్షకావళిలో ప్రతి వ్యక్తి తన కొరకే అనుకునేటట్లుగా వుండాలి. పదాల ఎన్నిక, వాక్య నిర్మాణం స్వాభావికంగా ఉండాలి. ఆయా సందర్భాలలో మనం ఎలా మాట్లడతామో అలాగే వుండాలి. ముఖ్యంగా సంభాషణలలో కృత్రిమత్వం వుండకూడదు. సాధ్యమయినంత వరకు వాడుక భాషనే వుపయోగించాలి.

మనం మాట్లాడేటప్పుడు అన్ని వేళలా పూర్తి వాక్యం వాడం కదా! కొన్ని సార్లు వాక్యాలను అర్థాంతరంగా ఆపేస్తాము. కానీ సందర్భాన్ని బట్టి అని అర్థవంతంగానే వుంటాయి. టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు అలాగే రాయొచ్చు. తప్పు లేదు.

మనం వాడుతున్న భాష, పలుకుబడి, నుడికారాలు, శైలి, కొత్తగానూ, తెచ్చి పెట్టుకున్నట్లుగాను కృతకంగానూ వుండరాదు. ప్రేక్షకులకు కన్పించే దృశ్యాలు విన్పించే భాష వారి జీవితంలో భాగాలుగా అనుభూతి కలిగించాలి.

5. ప్రశ్నలు, చతురోక్తులు (Questions, Teasers)

ఎలాంటి కార్యక్రమాన్నైనా తుదివరకు ప్రేక్షకులు ఆసక్తితో చూడడమన్నది సాధ్యం కాకపోవచ్చు. పలుచోట్ల ప్రేక్షకుల ఆసక్తి తగ్గి, వారి దృష్టి యితర విషయాల పైకి మళ్ళే అవకాశం వుండొచ్చు. అలాంటప్పుడు వారి దృష్టి మళ్ళించడానికి చిన్న ప్రశ్నలు, చతురోక్తులు లాంటివి పనికి వస్తాయి. అయితే వీటి వాడకం సందర్భోచితంగా వుండాలి.

6. చక్కటి ప్రారంభం, పటిష్టమైన ముగింపు (Good Take Off, Strong Ending)

ఏ కార్యక్రమమైనా ప్రేక్షకులమీద ప్రభావం చూపించాలన్నా వారికి కొంత కాలంపాటు గుర్తుండాలన్నా చక్కని ప్రారంభం, గట్టి ముగింపు అవసరం. కార్యక్రమాలను నాటకీయంగా, చురుక్కుమనిపించేలా, భయపెట్టేలా, యింకా ఎన్నో రకాలుగా మొదలు పెట్టవచ్చు. అయితే కార్యక్రమంలోని విషయాన్ని బట్టి ప్రక్రియను బట్టి ఎలా మొదలుపెట్టాలో నిర్ణయించాల్సి వుంటుంది. అది రచయిత సృజనాత్మకత మీద ఆధారపడి వుంటుంది. ప్రేక్షకులు కార్యక్రమాన్ని తుదివరకు చూస్తారా లేదా అన్నది ప్రారంభం మీదనే ఆధారపడి వుంటుంది. అలాగే కార్యక్రమం ముగింపు అర్థవంతంగా, స్ఫూర్తిదాయకంగా వుంటే ప్రేక్షకులను ఆలోచింపచేస్తుంది. ప్రేక్షకులను ఆలోచింపజేసే కార్యక్రమాలే వారి మీద ప్రభావాన్ని చూపించగలుగుతాయి.

పై సూచనలన్నింటితోపాటు టెలివిజన్‌కు రాసేవాళ్ళు ఒక మూలసూత్రాన్ని మరచిపోకూడదు. అది "వినడానికనువుగా రాయాలి".

టెలివిజన్‌ను ప్రేక్షకులు చూస్తారు, వింటారు. దృశ్యానికనుగుణంగా వినడానికనువుగా, అర్థవంతంగా రాయాలి.

BRAOU

అభ్యాసం

విషయ వ్యక్తీకరణ, భాష., శైలి విషయంలో గుర్తుంచుకోవల్సిన అంశాలు ఏవి?

షూటింగ్ స్క్రిప్టులు అని వేటిని అంటారు.

11.4 ప్రక్రియను బట్టి రాయడం

సాధారణంగా టెలివిజన్‌కు స్క్రిప్టులు తయారుజేసేవారు (ప్రక్రియను బట్టి) నాలుగు రకాలుగా రాస్తారు. వీటిని షూటింగ్ స్క్రిప్టులని కూడా అంటారు. అవి పూర్తి స్క్రిప్టు (Full Script), అసంపూర్ణ స్క్రిప్టు (Partial Script), రన్ డౌన్ షీట్ (Run Down Sheet), స్టోరీ బోర్డ్ (Story Board) వీటి గురించి తెలుసుకుందాం.

పూర్తి స్క్రిప్టు (Full Script)

కార్యక్రమ రూపకల్పనకు అవసరమయిన అన్ని హంగులూ, వివరాలూ, సూచనతో పొందుపరచి రాసిన దాన్ని పూర్తి స్క్రిప్టు అంటారు. యిందులో వ్యాఖ్యానం, సంభాషణలు, ధ్వని సంకేతాలు, శబ్దాలు, సంగీతం, దృశ్య భాగాలు (Shots), దృశ్యాల అన్వయం (Sequence), కెమెరా కదలికలు (Camera Movements), సాంకేతిక వర్గానికి సూచనలు పొందుపరుస్తారు. అన్ని వివరాలు స్పష్టంగా నిర్ద్వంద్వంగా వుంటాయి. ఇలాంటి స్క్రిప్టులు ప్రాతిపదికగా కార్యక్రమాన్ని ఏమాత్రం తేడా లేకుండా చిత్రీకరించవీలవుతుంది. ఇలాంటి స్క్రిప్టులలో పనిచేసేటప్పుడు దర్శకునికి కార్యక్రమ నిర్మాణం మీద పూర్తి నియంత్రణ వుంటుంది. కార్యక్రమ రూపకల్పనలోను, చిత్రీకరణలోను పాల్గొంటున్న వారందరికీ కార్యక్రమం గురించిన పూర్తి అవగాహన కలుగుతుంది.

నాటకాలకు, డాక్యుమెంటరీలకు పూర్తి స్క్రిప్టు అవసరమవుతుంది.

యిలాంటి పూర్తి స్క్రిప్టులను రచయితలు రెండువిధాలుగా తయారు చేస్తారు. అది స్ప్లిట్ పేజి (Split Page), మరియు పూర్తి పేజి (Full page) పద్ధతులు.

స్ప్లిట్ పేజి : కాగితాన్ని మధ్యకు మడిచి రాయడం వల్ల దీన్ని స్ప్లిట్ పేజి పద్ధతి అంటారు. మడిచిన పేజీలో ఎడమవైపు భాగంలో దృశ్యపు వివరాలు (దృశ్య భాగం, కెమెరా కోణం) (Shot descriptions) రాస్తారు. కుడివైపు దృశ్యానికి చెందిన వ్యాఖ్యానం, మాటలు లేదా సంభాషణ రాస్తారు. కుడివైపు చివర భాగంలో ధ్వని సంకేతాలు, ఇతర శబ్ద సంచయాల వివరణ యివ్వబడతాయి.

పూర్తి పేజి: ఇలాంటి స్క్రిప్టులలో మొత్తం కార్యక్రమాన్ని భిన్న భిన్న దృశ్యాలుగా విభజించి, ఒక్కొక్కదానికి చెందిన వివరాలు ఒక పేరాగ్రాఫు లాగా రాస్తారు. సూచనలు, దృశ్యపు వివరాలు (Shot descriptions) వ్యాఖ్యానం, సంభాషణ, ధ్వని సంకేతాలు ఒక దాని తర్వాత ఒకటి వరుసగా రాస్తారు.

ముందు చెప్పినట్లుగా నాటకాలకు, డాక్యుమెంటరీలకు పూర్తి స్క్రిప్టు అవసరమవుతుంది. వార్తా ప్రసారాలకు కూడా అవసరమే. అయితే వార్తా ప్రసారాలకు మిగిలిన కార్యక్రమాలకు తేడా వుంది. నాటకాలు లాంటివి ముందుగా రిహార్సల్ వేస్తారు. గనుక, అనుకోని అవాంతరాలు ఏవైనా ఉంటే స్క్రిప్టులో మార్పులు చేర్పులు చేసుకునే వీలుంటుంది. వార్తా ప్రసారాలు అలా - కాదు. వీటికి రిహార్సల్ జరిగే వీలుండదు. పైగా వేరుగా ప్రసారమవుతాయి. అందువల్ల వార్తా ప్రసారాలకు ప్రత్యేకంగా స్క్రిప్టు తయారుచేస్తారు.

న్యూస్ స్క్రిప్టు : (News Script)

సాధారణంగా వార్తలు వేరుగా ప్రసారమవుతాయి. పైగా రిహార్సిల్ చేసేందుకు వీలుండదు.

BRAOU

అందువలన పొరపాట్లు జరగకుండా వార్తాప్రసారం జరగాలంటే పూర్తి స్క్రిప్టు వుండడం అవసరం. స్క్రిప్టులో వార్తా ప్రసారానికి అవసరమైన కాప్షన్స్ (captions) బయటి ప్రాంతాల నుండి వార్తా ప్రతినిధులు పంపిన ప్యాకేజీలు ఇతర ఫిల్మ్ క్లిప్పులు (Film Clips) మొదలగు వాటి వివరాలు యివ్వాలి. అలాంటి వాటిని 'ఇన్‌సర్ట్స్' (Inserts) అంటారు. వాటన్నింటికీ వరుససంఖ్య యివ్వాలి. ప్రతి ఇన్‌సర్ట్ ఎక్కడ ప్రారంభమై ఎక్కడ ముగుస్తుంది. ఎంత సమయంసేపు చూపించాలి అనే వివరాలు వ్రాయాలి.

కుడివైపున ప్రతివార్తను, న్యూస్‌రీడరు చదువుతాడా? (Live-Read) వార్తా కథనానికి నేపథ్యంలో వ్యాఖ్యానమున్నదా? (Voice Over) లేక వీడియోటేప్ మీదనే వ్యాఖ్యానమున్నదా? (Sound on Tape) అన్న వివరాలు యివ్వాలి.

ఆ ప్రసారానికి సిద్ధం చేసిన వార్తా కథనాలన్నింటినీ ఒక్కొక్క దాన్ని ఒక్కొక్క పేజిలో రాయాలి. ప్రతిపేజికీ ఎంత సమయం పడుతుందో కూడా సూచించాలి. దీనివలన మొత్తం కావలసిన సమయం గురించి దర్శకునికి అవగాహన వుంటుంది.

వార్తలు చదివే వారికి వీలుగా టెలిప్రాంప్టర్ (Tele Prompter) లో చూపించేందుకు న్యూస్‌స్క్రిప్టును టైప్ చేయించాలి.

అసంపూర్ణ స్క్రిప్టు (Partial Script)

ఇంటర్వ్యూలు, చర్యలు లాంటి కార్యక్రమాలకు ముందుగా పూర్తి స్క్రిప్టు రాయడం వీలుకాదు. ఆ కార్యక్రమంలో పాల్గొనేవారు ఎలా మాట్లాడతారో ముందుగా చెప్పలేముకదా!

చర్చించవలసిన విషయం, దానిలోని అంశాలు ముందుగా నిర్ణయించుకున్నాక అయినా సంభాషణ ఎలా కొనసాగుతుందో చెప్పడం కష్టం.

అందువల్ల యిలాంటి కార్యక్రమాలకు స్క్రిప్టు కొంత వరకే రాయడం సాధ్యమవుతుంది. ఇంటర్వ్యూకయితే ఉపోద్ఘాతం అతిథిని అడగవలసిన ప్రశ్నలు, ఉపసంహారం, సాంకేతిక సూచనలు రాయవచ్చు. అదే చర్చా కార్యక్రమమైతే, ఉపోద్ఘాతం, చర్చించవలసిన విషయంలోని వివిధ అంశాలు, ఉపసంహారం సూచికతో, మాత్రం రాయవచ్చు. అందువలన వీటిని అసంపూర్ణ స్క్రిప్టులుగా పరిగణిస్తారు.

అయితే నిర్మాణ పథకానికి సంబంధించిన పూర్తి వివరాలు వుంటాయి. సంభాషణలు వీటికి చెందిన దృశ్యభంగిమలు వాటి చిత్రీకరణ గురించి రికార్డు చేసే సమయంలో నిర్ణయాలు తీసుకోవడం జరుగుతుంది.

రన్‌డౌన్ షీట్ (Run Down Sheet)

కొన్ని టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు పై రెండు రకాల స్క్రిప్టు అవసరం వుండదు. ఉదాహరణకు, "వాతావరణం" "రేపటి కార్యక్రమాలు" లాంటివి. వీటిని ప్రతిరోజు ప్రసారం చేస్తూనే వుంటారు గనుక కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పనిచేసే వారందరికీ వాటి గురించి తెలిసే వుంటుంది. కాబట్టి వాటికి ప్రత్యేకంగా స్క్రిప్టు తయారుచేసే అవసరం వుండదు. కావలసిందల్లా ఒకటి తర్వాత ఒకటిగా చేయవలసిన పనులు, సాంకేతిక సూచనలు. వీటిని వరుసగా రాసి వుంచితే వాటి ఆధారంగా కార్యక్రమంలోని ఆ భాగాన్ని చిత్రీకరించడమో, ప్రసారం చేయడమో జరుగుతుంది.

స్టోరీ బోర్డ్ (Story Board)

పైన చెప్పిన వాటికంటే భిన్నంగా వుండేది స్టోరీ బోర్డ్. ఈ రకపు స్క్రిప్టు సాధారణంగా వాణిజ్య ప్రకటనకూ, సందేశాత్మక ప్రకటనలకూ వుపయోగిస్తారు. ఇలాంటి కార్యక్రమాలు నిడివి తక్కువగా వుండి, అతి తక్కువ సమయంలో సందేశాన్ని అందజేయగలగాలి. కనుక ప్రతి ఫ్రేము (Frame) దానిలోని దృశ్యం, శబ్దంతో సహా ముందుగా నిర్ణయించవలసి వుంటుంది. క్షణక్షణానికీ మారే దృశ్యాలను వాటికి చెందిన మాటలు, ధ్వనులు, సంగీతం ఫ్రేము ఫ్రేముకు వివరణతో సహా యివ్వవలసి వుంటుంది.

BRAOU

ఇలాంటివి చాలా నిర్దిష్టంగా నిర్మించాల్సినవి గనుక ప్రతి ఫ్రేము విలువైనది గనుక వీటికి స్టోరీ బోర్డ్ అవసరమవుతుంది.

ఇప్పుడు వార్తా ప్రసారాలకు, ఇంటర్వ్యూలకు, డాక్యుమెంటరీలకు, టెలి-ప్లేలకు రాయడమెలాగో చూద్దాము.

11.5 వార్తా ప్రసారాలు (News Casts)

టెలివిజన్ ప్రసారాల్లో వార్తలు (News) ప్రముఖ పాత్ర వహిస్తాయి. ప్రతిరోజూ వార్తలు ప్రసారం చెయ్యాలి.

టెలివిజన్‌లో వార్తా ప్రసార పద్ధతులను, రాసే విధానాన్ని గురించి క్లుప్తంగా తెలుసుకుందాము.

టెలివిజన్ వార్తా ప్రసారాలలో మూడు రకాల వార్తా కథనాలు (News Stories) చోటు చేసుకుంటాయి.

అవి: 1. చదివే వార్తలు, 2. వాయిస్-ఓవర్ (Voice Over), 3. సంఘటనా స్థలాల్లో రికార్డు చేసిన నివేదికలు. వీటినే 'పాకేజెస్' (Packages) అని కూడా అంటారు. ఆయా కథనాల ముఖ్య లక్షణాలు కింది విధంగా వుంటాయి.

చదివే వార్తలు (Live Read)	-	వార్తలు చదివే వ్యక్తి తెరమీద కన్పిస్తూ చదవడానికి వీలుగా రాసిన వార్తలు (దృశ్యాలు లేకుండా)
వాయిస్ ఓవర్ (Voice over)	-	వార్తకు సంబంధించిన దృశ్యాలు తెరమీద కన్పిస్తుండగా నేపథ్యంలో చదవడానికి వీలుగా రాసిన కథనాలు. ఇవి సాధారణంగా దృశ్యాలను వివరించేవిగా, వ్యాఖ్యానంలాగా వుండాలి.
పాకేజ (Package)	-	సంఘటన స్థలాల నుండి వార్తా ప్రతినిధులు సంఘటనలకు చెందిన దృశ్యాలతో పాటు తమ వివరణ, వ్యాఖ్యానాలను కలిపి రికార్డు చేసి పంపిన కథనాలను పాకేజ్ అంటారు. వీటిలో సంఘటనతో సంబంధం వున్న వ్యక్తులతో ప్రత్యక్ష సాక్షులతో జరిపిన 'ఇంటర్వ్యూలు' కూడా వుంటాయి. ఇలాంటి వీడియో టేప్ మీద రికార్డు చేసిన పాకేజ్‌లను యథాతథంగా ప్రసారం చేయడం జరుగుతుంది.

BRAOU

సాధారణంగా టెలివిజన్‌లో వార్తా ప్రసారాలు, వాయిస్-ఓవర్ పద్ధతిలోగానీ పాకేజీ పద్ధతిలోగానీ వుంటాయి. వార్తలు చదివే వ్యక్తి తెరమీద కన్పిస్తూ చదవడం కథనాల ప్రారంభంలోనూ, వార్తలకు సంబంధించిన దృశ్యాలు లేనప్పుడు మాత్రమే జరుగుతుంది.

అయితే వార్తా కథనాలు ఏ పద్ధతికి చెందినవైనా వాటిని రూపొందించే సంవిధానం (Structure) మాత్రం ఒకే రీతిగా వుంటుంది. ప్రతి కథనంలోనూ ప్రస్తావన (Lead) సంక్రమణాలు (Transitions/Bridges) సౌండ్‌బైట్స్ (Sound Bites) ముగింపు (Closer) తప్పనిసరిగా వుంటాయి.

ప్రస్తావన (Lead) - ప్రతి కథనానికీ ప్రస్తావన వుంటుంది. కథనం దీనిలో ప్రారంభమవుతుంది. ఈ ముందు వాక్యంలో ప్రేక్షకులకు వార్త ప్రాముఖ్యతయేమిటో తెలిపేటట్లుగా వుండాలి. ఒకే ఒక్క వాక్యంలో ప్రేక్షకులను ఆకట్టుకుని, చివరివరకూ మీరా వార్తను చూసేలా చేయగలగాలి. అనడానికి ప్రస్తావన ఒకే వాక్యమైనా చాలా జాగ్రత్తగా, ఉత్సుకత కలిగించేవిధంగా రాయవలసి వుంటుంది.

సంక్రమణాలు (Transitions/Bridges) వార్తలోని ఒక అంశం నుండి తర్వాత అంశానికి దారితీసే పదాలను, పదబంధాలను (Phrases) సంక్రమణాలుగా పరిగణిస్తారు. ఈ పదబంధాలను అతిజాగ్రత్తగా ఎన్నుకోవలసి వుంటుంది. కథనంలో పట్టు సడలకుండా సంబంధం లేని రెండు విషయాలను కలుపుతున్నట్లు కాకుండా సహజ పరిణామం లాగా వుండాలి. వీటి వాడకం వల్ల వార్తలోని కంటున్యుటీ (Continuity) దెబ్బతినకుండా చూసుకోవచ్చు.

• సౌండ్‌బైట్స్ (Sound Bites) - వార్తలోని సంఘటనకు చెందిన వ్యక్తులతో వార్తా ప్రతినిధులు ఇంటర్వ్యూలు చేయడం జరుగుతుంది. ఈ రికార్డు చేసిన ఇంటర్వ్యూలలో భాగాలను సౌండ్ బైట్స్ అంటారు. ఇవి కథనానికి వాస్తవికతను, విశ్వసనీయతను చేకూరుస్తాయి.

ముగింపు (Closer) - ప్రస్తావనలాగే ప్రతికథనానికి తప్పనిసరిగా వుండేది ముగింపు. ఈ వాక్యం కథనానికి ముక్తాయింపు లాంటిది. వార్త ఒక సంఘటన గురించినదైతే, ముగింపు వాక్యం విన్న తర్వాత ప్రేక్షకులకు ఆ సంఘటన గురించి పూర్తి వివరాలు తెలిసినట్లుగా అనిపించాలి.

ఇక వార్తలు ఎలా రాయాలి? అన్న విషయం చూద్దాం. టెలివిజన్‌లో వార్తలు వినడానికి, చూడడానికి వుద్దేశించబడ్డవి. అందువలన పదాల ఎన్నిక, వాక్య నిర్మాణం చెప్పే పద్ధతి వినడానికనువుగా, సులువుగా అర్థమయ్యేలా వుండాలి. వాడుకభాషలో, ఎదుట నున్న వారితో మాట్లాడుతున్నట్లుగా రాసేందుకు ప్రయత్నించాలి.

సాధ్యమయినంతవరకు చిన్న వాక్యాలు అందరికీ తెలిసిన పద్ధతిలో, అన్వయ క్లిష్టత లేకుండా రాయాలి.

వీలయినంతవరకు వాక్యాలు క్రియాత్మకంగా (బడు, బడ్డది వాడకుండా) (Active Voice) లో రాయాలి. పదాలను ఎన్నుకునేప్పుడు వెంట వెంట వచ్చే పదాలు విడివిడిగా పలికేందుకు వీలుగా వుండే పదాలను ఎన్నుకోవాలి. సకారంలో అంతమయ్యే పదానికి వెంట సకారంలో మొదలయ్యే పదాన్ని రాయకూడదు. రాస్తే వార్తలు చదివే వ్యక్తి వాటిని పలకడంలో ఇబ్బంది కలుగుతుంది. (సదస్సు సమాప్తమయింది) - ఇలా రాస్తే పలకడం కష్టం అవుతుంది. స్పష్టత లోపిస్తుంది.

అందరికీ తెలిసినవైతే తప్ప సంక్షిప్తనామాలు (Acronyms) వాడకుండా వుండడం మంచిది. (యం.సి.హెచ్ కాదు, హైదరాబాదు మునిసిపల్ కార్పొరేషన్ అని రాయడం మంచిది)

సంకేతాలను (Symbols) వాడనే కూడదు. పూర్తి పదాలు రాయాలి.

సంఖ్యలు సూచించేటప్పుడు ఒకటినుండి పదకొండు వరకు అక్షరాలలో రాయడం మంచిది.

రాయడం పూర్తయింతర్వాత, ఒకసారి మీకు మీరే పైకి చదివి చూసుకోండి. స్పష్టత లోపించిందని మీకనిపిస్తే మళ్ళీ తిరగరాయండి.

వార్తలు రాయడం పూర్తయింతర్వాత న్యూస్‌స్క్రిప్టు (News Script) ను ముందు వివరించిన పద్ధతిలో తయారుచేయాలి. స్ప్లిట్ పేజి (Split Page) పద్ధతిలో ఎడమ వైపున దృశ్య వివరాలు కుడివైపున వార్తలు, కథనాల వివరాలు రాయాలి.

అయితే న్యూస్ స్క్రిప్టులో కొన్ని ప్రత్యేకమైన సంకేతాలను వాడతారు. నాటిలో కొన్ని కింద యివ్వబడ్డాయి.

O/C — On Camera అంటే వార్తలు చదివే వ్యక్తి తెరమీద కన్పించి చదువుతాడని

V/O — Voice Over అంటే న్యూస్ రీడర్ తెరమీద కన్పించకుండా చదువుతాడు దృశ్యం కన్పిస్తుంది.

Full CG — Full Character Generator అంటే వీడియో టైప్ రైటర్ (Video Type Writer) లోగానీ Character Generator లోగానీ తయారుచేసిన కాప్షన్ (Caption) తెర మీద కన్పించాలి.

SOT — Sound On Tape అంటే ధ్వని, దృశ్యం రెండూ టేప్ మీద నుండే వస్తాయని

Remote — అంటే సంఘటనా స్థలంలో రికార్డు చేయబడ్డ (ధ్వని/దృశ్యం) వార్తా కథనం దీనినే పాకేజి (Package) అని కూడా అంటారు.

చివరగా న్యూస్‌స్క్రిప్టును టెలిప్రాంప్టర్ (Tele—Prompter) లో చూపించేందుకు వీలుగా టైప్ చేయించాలి.

BRAOU

11.6 ఇంటర్వ్యూలు, చర్చలు

దాదాపుగా అన్ని టెలివిజన్ కేంద్రాలు తమ ప్రసారాల్లో కొంత సమయాన్ని ఇంటర్వ్యూలకు, చర్చలకు కేటాయిస్తాయి.

ఇంటర్వ్యూలు, చర్చలలో, వ్యక్తి లేదా అభిప్రాయ ప్రధానమైన ప్రక్రియలు అంటే పాల్గొంటున్న వారి వ్యక్తిత్వం మీద లేదా వారి అభిప్రాయాల మీద కార్యక్రమపు దృష్టి (తద్వారా ప్రేక్షకుల దృష్టి) కేంద్రీకరించబడుతుంది.

చెప్పదలచుకున్న విషయం వ్యక్తుల మధ్య జరిగే సంభాషణ (వారి అభిప్రాయం) రూపంలో వ్యక్తమవుతుంది. దృశ్యపరంగా వ్యక్తపరిచేది చాలా తక్కువ.

సాధరణంగా ఇంటర్వ్యూలు రెండు రకాలుగా చేస్తుంటారు.

ప్రముఖ వ్యక్తులను ప్రశ్నించి వారి అభిప్రాయాలను రాబట్టడం వాటిలో ఒకటి.

ఎన్నుకున్న వ్యక్తి యొక్క వ్యక్తిత్వం, జీవిత విశేషాలు, అనుభవాలు ప్రేక్షకులకు తెలియజేయడమే గాక, ఆ వ్యక్తి నుండి, ఆవ్యక్తి అనుభవాలనుండి స్ఫూర్తి పొందే అవకాశం ప్రేక్షకులకు కల్పించడం ఇలాంటి కార్యక్రమాల ధ్యేయం.

ఏదో ఒక విషయమంతా అభినివేశం, నైపుణ్యం కలిగిన వ్యక్తిని ఇంటర్వ్యూ చేయడం రెండవరకం.

ఎన్నుకున్న విషయం గురించి నిపుణుల అభిప్రాయాల రూపంలో విశ్వసనీయమైన సమాచారాన్ని అందజేసి, తర్వాత ఆ విషయం పట్ల ప్రేక్షకులకు సరైన అవగాహన కలిగించడం యిలాంటి కార్యక్రమాల ధ్యేయం.

ఇక చర్చా కార్యక్రమం గురించి చూద్దాం. ఎన్నుకున్న విషయం గురించి వివిధ రంగాల్లో ప్రముఖులైన వ్యక్తుల అభిప్రాయాలను ప్రేక్షకులకు తెలియజేయడం లేదా ఒక సమస్యను వివిధ దృక్కోణాలనుండి చూసే వీలు కల్పించడం, వివిధ వర్గాలకు లేదా రంగాలకు ప్రాతినిధ్యం వహించే వ్యక్తుల అభిప్రాయాలు వాదనలు, సమస్యా పరిష్కారానికి ప్రత్యామ్నాయ మార్గాలు ప్రేక్షకులకు సూచించడం ఇలాంటి చర్చా కార్యక్రమాల ధ్యేయం.

BRAOU

చర్చా కార్యక్రమాలలో సాధారణంగా ఇద్దరు లేక ముగ్గురు వ్యక్తులు (ఎన్నుకున్న విషయంలో అభినివేశం, సమస్యతో సంబంధం కలిగిన వారు) పాల్గొంటారు. వీరితో పాటు చర్చను సమన్వయపరిచేందుకు మరొక వ్యక్తి అవసరం. ఇలా సమన్వయపరిచే వ్యక్తిని మాడరేటర్ (Moderator) అంటారు. చర్చలో పాల్గొంటున్న వ్యక్తులందరూ తమకు కేటాయించిన కాలపరిమితిని వుపయోగించుకునేలా చూడడం, చర్చకు ఎన్నుకున్న విషయం/సమస్య యొక్క పరిధికి లోబడి వుండేలా చూడడం మాడరేటర్ బాధ్యత.

ఇక రచన విషయానికొస్తే ఇంటర్వ్యూలకు చర్యలకు పూర్తి స్క్రిప్టు తయారుచేసే అకాశం వుండదు. అందువలన అసంపూర్తి స్క్రిప్టులు తయారుచేస్తారు.

ఇంటర్వ్యూలకు స్క్రిప్టులు రాసేవారు ఉపోద్ఘాతం, అతిథిని అడగవలసిన ప్రశ్నలు, ఉపసంహారం మాత్రం రాయాలి. ఉపోద్ఘాతంలో ఎన్నుకున్న విషయం, దాని ప్రాముఖ్యత, అతిథి పరిచయం, ఎన్నుకున్న విషయంలో అతిథికున్న అభినివేశం చోటుచేసుకుంటాయి.

ఉపోద్ఘాతం తర్వాత అతిథిని అడగవలసిన ప్రశ్నలు అన్వయం వుండేలా రాయాలి. అయితే అవే ప్రశ్నలు అడగవలసిన పనిలేదు. అవసరాన్ని బట్టి మరికొన్ని ప్రశ్నలు అడిగే అవకాశం వుంటుంది.

ఉపసంహారంలో అతిథి వెలిబుచ్చిన అభిప్రాయాల సారాంశం, అతిథికి ధన్యవాదాలు వుండాలి.

చర్చా కార్యక్రమాలకయితే ఉపోద్ఘాతంలో ఎన్నుకొన్న విషయం/సమస్య ప్రాముఖ్యత, పాల్గొంటున్న వారి పరిచయం రాయవలసి వుంటుంది.

తర్వాత మాడరేటర్‌కు సూచనలు, చర్చలో చోటుచేసుకోవలసిన ముఖ్యాంశాలు రాయాలి.

ఉపసంహారంలో చర్చలోని సారాంశం, పాల్గొంటున్న వారికి ధన్యవాదాలు వుండాలి.

ఇలాంటి కార్యక్రమాలకు ముందుగా రిహార్సల్ చేపట్టినట్లయితే పాల్గొనే వారి అభిప్రాయాలను బట్టి ఈ పరిచయం తయారుచేయవచ్చు. లేనపుడు రికార్డింగ్ సమయంలోనే ఇంటర్వ్యూ చేసే వ్యక్తి లేదా మాడరేటర్ చెప్పవలసి వుంటుంది.

ఇక నిర్మాణానికి స్క్రిప్టు ఫుల్‌పేజి పద్ధతిలో గానీ స్ప్లిట్ పేజీ పద్ధతిలోగానీ తయారు చేసుకోవచ్చు.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ వార్తా ప్రసారాలలో ప్రధాన ఘట్టాలు ఏవి?

టెలివిజన్‌లో ఇంటర్వ్యూ చర్చా కార్యక్రమాల మధ్య ప్రధాన భేదాలు ఏవి?

BRAOU

11.7 డాక్యుమెంటరీలు, ప్రదర్శనాత్మక వివరణలు

డాక్యుమెంటరీలనబడే కార్యక్రమాలను వాస్తవచిత్రాలనవచ్చు. యివి కల్పనాప్రక్రియలు కాదు. జరిగిన జరుగుతున్న విషయాలను, సంఘటనలను, ప్రాతిపదికగా చేసుకొని రూపొందించే కార్యక్రమాలు.

రకరకాల విషయాల గురించి తెలుసుకోవాలనే కుతూహలాన్ని ప్రేక్షకులలో కలిగించడం, తద్వారా ప్రాపంచిక విషయాలపట్ల వారికున్న అవగాహనను పెంపొందించి వాటి గురించి ఆలోచింపజేయడం వీటి ధ్యేయం.

డాక్యుమెంటరీలకు మూలం వాస్తవమే. అయితే ఆ వాస్తవాన్ని సృజనాత్మకంగా, ఆసక్తికరంగా ఆలోచనా ప్రేరకంగా వ్యక్తపరుస్తారు.

డాక్యుమెంటరీలకు వస్తువు ఏదైనా కావచ్చు. సాంఘిక, రాజకీయ, సాంస్కృతిక సంబంధమైన విషయాలు, సంఘటనలు, సమస్యలు, జీవనపద్ధతులు, మానవ సంబంధాలు, వాటికి చెందిన సమస్యలు, శాస్త్ర సంబంధమైన ప్రక్రియలు, ఆవిష్కరణలు, సంస్థలు, ప్రముఖ వ్యక్తుల జీవిత విశేషాలు మొదలైనవన్నింటినీ డాక్యుమెంటరీలకు వస్తువులుగా వాడుకోవచ్చు.

డాక్యుమెంటరీలను నడుస్తున్న చరిత్రకు ప్రతిరూపాలుగా కూడా పరిగణించవచ్చు. జరుగుతున్న సంఘటనలను లోతుగా పరిశీలించి విశ్లేషించి భిన్న దృక్కోణాలనుండి వాటిని నిర్మించే అవకాశం ప్రేక్షకులకు కలిగించవచ్చు.

అయితే డాక్యుమెంటరీల చిత్రీకరణ వాటిలోని భావ వ్యక్తీకరణ మాత్రం వాస్తవికంగా వుంటుంది. సమస్యలను చిత్రీకరించేటప్పుడు వాటికి పరిష్కార మార్గాలను సూచనలు చేసేటప్పుడు కూడా అవేవీ సత్యదూరాలు కాకుండా వుంటాయి.

ఒకోసారి పూర్వమెపుడో జరిగిన సంఘటనలను దృశ్యపరంగా చూపించవలసి వస్తుంది. అలాంటప్పుడు వాస్తవాలను పరిశోధించి వెలికి తీసి వాటి ప్రాతిపదికగా ఆ సంఘటనకు రూపురేఖలు కల్పించి నాటకరీతిలో ప్రదర్శించడం జరుగుతుంది.

డాక్యుమెంటరీ కార్యక్రమం నిజంగా చూస్తే ఒక ప్రక్రియకాదు. ఒక ప్రక్రియకూ పరిమితమై వుండదు కూడా. అందువల్లనే దీనిని సంఘటిత (Composite) కార్యక్రమంగా కొందరు పరిగణిస్తారు.

డాక్యుమెంటరీలలో వాడే నిర్మాణప్రక్రియలు వాటి రచనలో తీసుకొనవలసిన జాగ్రత్తలు ఏమిటో చూద్దాము. డాక్యుమెంటరీలలో సాధారణంగా వ్యాఖ్యానం, ప్రయోక్త, వ్యక్తులతో ఇంటర్వ్యూలు, నిదర్శనాత్మక వివరణలు, ప్రదర్శన ప్రధానమైన భాగాలు, గ్రాఫిక్స్, సంగీతం, ధ్వని, శబ్ద సంచయాలు వాడడం జరుగుతుంది.

వ్యాఖ్యానం (Narration)

డాక్యుమెంటరీలలో చాలా ఎక్కువభాగం విషయం వ్యాఖ్యానపరంగానే వ్యక్తపరుస్తారు.

చాలా డాక్యుమెంటరీలలో ప్రయోక్త/వ్యాఖ్యాత వివిధ భాగాలకు అనుసంధాన కర్తగా వ్యవహరించడం జరుగుతుంది. ఒక భాగాన్ని మరో భాగానికి జోడించడం మొత్తం విషయంలోని అన్ని అంశాల మధ్య సమన్వయం, కంటిన్యుటీ (continuity) వుండేందుకు ప్రయోక్తను వుపయోగిస్తారు. ప్రయోక్త కొంతవరకు తన వ్యాఖ్యానాన్ని తెరమీద కన్పిస్తూ చెప్పడం జరుగుతుంది. ఉపోద్ఘాతం నుండి ఉపసంహారం వరకు పూలదండలో దారంలాగా ప్రయోక్త పాత్ర వుంటుంది.

అయితే తెరమీద కన్పిస్తూ చేసే వ్యాఖ్యానం ఎంత తక్కువగా వుంటే అంత మంచిది. చెప్పదలచుకున్నది దృశ్యపరంగాను, దృశ్యసహాయంతో శబ్దరూపంగానూ, లేనప్పుడు ఆ విషయం/సంఘటనకు చెందిన వ్యక్తుల ద్వారానూ తెలియజేయడం మంచిది. అప్పుడే కార్యక్రమం ఆసక్తికరంగా వుంటుంది.

BRAOU

వాయిస్-ఓవర్ (Voice Over)

డాక్యుమెంటరీలలో చాలా భాగం విషయం దృశ్యపరంగా చెప్పబడుతోంది. అలాంటప్పుడు అవసరమైన చోట్ల నేపథ్య వ్యాఖ్యానం పొందుపరుస్తాము.

ఇలాంటి వ్యాఖ్యానం కూడా పరిమితంగా వుండాలి. అది కూడా దృశ్యంలో కన్పించేవాటిని వర్ణించడం కాకుండా ఆ దృశ్యపు ప్రాముఖ్యతను వివరించే విధంగా రాయాలి.

ఇంటర్వ్యూలు (Interviews)

ముందు చెప్పినట్లుగా డాక్యుమెంటరీలలో సంఘటనలకు సంబంధించిన వ్యక్తులతో ఇంటర్వ్యూలు కూడా పొందుపరుస్తారు. అయితే అన్నిసార్లూ యివి ప్రశ్నోత్తరాల రూపంలో వుండనవసరం లేదు. ప్రశ్నలను వ్యాఖ్యానంలో అంతర్భాగంగా పొందుపరిచి వాటికి సమాధానాలను వ్యక్తుల అభిప్రాయాల రూపంలో వినిపించవచ్చు. వరుసగా ప్రశ్నోత్తరాలరూపంలో రెండు మూడు ఇంటర్వ్యూలను పొందుపరచడం ప్రేక్షకులకు విసుగుకలిగించవచ్చు. ఒకే విషయం/సమస్య గురించి వేరు వేరు వ్యక్తుల అభిప్రాయాలను పొందుపరచడం మంచిది. అందువల్ల ఒక విషయాన్ని భిన్న దృక్కోణాలనుండి పరిశీలిస్తున్న అనుభూతి ప్రేక్షకులకు కలుగుతుంది. తద్వారా వారికావిషయం పట్ల సంపూర్ణ అవగాహన కలుగుతుంది. వివాదాత్మకమైన విషయాలను/సమస్యలను చిత్రీకరించేటప్పుడు, చెప్పే విధానం ఏకపక్షంగా వుండరాదు. అన్ని పక్షాల వ్యక్తుల అభిప్రాయాలకు స్థానం కల్పించాలి.

అయితే డాక్యుమెంటరీలకు రూపకల్పన చేసేప్పుడు దృశ్యపరంగా విషయాల్ని వ్యక్తపరచటం, వ్యక్తులపరంగా (ఇంటర్వ్యూల ద్వారా) విషయాన్ని వ్యక్తపరచడం, ఈ రెంటి మధ్య సమతౌల్యం వుండాలి.

కార్యక్రమపు మొత్తం వ్యవధి, చెప్పదలచుకున్న విషయపు ప్రాధాన్యతలనుబట్టి వీటిని నిర్ణయించవలసి వుంటుంది.

రాసేటప్పుడు వ్యాఖ్యానంలోని చివరిభాగానికి అభిప్రాయానికి (ఇంటర్వ్యూ) పొంతనవుండేటట్లుగా చూచుకోవాలి. కార్యక్రమపు 'నడక'లో తేడాలు వుండకూడదు. అభిప్రాయం పూర్తయింతర్వాత, ప్రాధాన్యం తిరిగి మొదలయేటపుడు కూడా కృత్రిమంగా ఉంచినట్లుగా కాకుండా సహజ పరిణామంగా కన్పించాలి.

నిదర్శనాత్మక వివరణలు (Demonstrations)

శాస్త్ర సంబంధమైన విషయాలు, ప్రక్రియలు, లేదా యంత్రాలు, పరికరాలు అవి పనిచేసే విధానాలు లాంటివి కేంద్రబిందువులుగా రూపొందే డాక్యుమెంటరీలలో నిదర్శనాత్మక వివరణలు అవసరమవుతాయి.

అలాగే కొన్ని వ్యాపకాలు (ఉదాహరణకు పర్వతారోహణ) లాంటివి కూడా నిదర్శనాత్మకంగా వివరించవలసి వస్తుంది.

ఇలాంటి వివరణలు ఇచ్చేటప్పుడు ఆయా అంశాలలో భాగాలు, రూపురేకలు, అని పనిచేసే విధానం స్పష్టంగా చెప్పడం అవసరం. అందువల్ల ప్రేక్షకుల దృష్టి వాటి మీద కేంద్రీకరించేలా చిత్రీకరణ జరగాలి. ఇలాంటి విషయాలలో వ్యక్తులు ప్రధానం కాదు.

ఇలాంటి వివరణలు ఎక్కువ భాగం దృశ్యంగానే జరిగినా మాటలు వివరణను బలపరచాలి. రచన అందుకు తగినట్లుగా వుండాలి. మాటలు, దృశ్యానికి బలం చేకూర్చేవి ప్రేక్షకుల అవగాహనకు సహాయ పడేవిగానే వుండాలి. వివరణలో దృశ్యం ప్రధానభాగంగా వుండాలి కానీ, మాటలు కాదు. రచన చేసేవారు యిది తప్పనిసరిగా గుర్తుంచుకోవాలి. అవసరమయినంత వరకే మాటలు దృశ్యానికి ముందు వెనుకల వచ్చేలాగా చూసుకోవాలి.

ప్రదర్శనలు (Performance)

కొన్ని డాక్యుమెంటరీలు, వ్యక్తిగత కౌశల్యాలను, చాతుర్యాన్ని ప్రదర్శించే ప్రయత్నం చేస్తాయి. నృత్యం లాంటి అభినయకళలు, వివిధ కళారూపాలు, హస్తకళలు లాంటివి ఈ కోవలోకి వస్తాయి. ప్రేక్షకులకు ఆయా కుశలతలను చూపించడమే ధ్యేయం.

BRAOU

ఉదాహరణకు నృత్యంలో అభినయానికి హావభావాలకు గల సంబంధాన్ని ఆంగికాభినయానికి హస్త ముద్రలకు, పద విన్యాసానికి గల సంబంధాన్ని ప్రధానంగా చూపవలసివుంటుంది.

రచనలో గూడ అవసరమైన మేరకు వివరణకు సరిపడినన్ని మాటలు వాడాలి.

గ్రాఫిక్స్ **(Graphics)**

డాక్యుమెంటరీలలో పాల్గొంటున్న వ్యక్తుల పేర్ల నుండి, చిత్రాలు, రేఖా పటాలు, దేశపటాలు, క్లిష్టమయిన ప్రక్రియలను వివరించేందుకు ఫ్లో బోర్డులు **(Flow Charts)** వుపయోగించవలసి వుంటుంది.

ఇవన్నీ కార్యక్రమంలోని విషయాన్ని చక్కగా బోధపరచేందుకు, ప్రేక్షకుల ఆసక్తిని పెంపొందించేందుకు తోడ్పడతాయి.

స్క్రిప్టు తయారుచేసేవారు, ఎలాంటి గ్రాఫిక్స్ వాడవలెనో ముందుగానే నిర్ధారించుకుని వాటికి అవసరమైన మాటలను (వివరణలను) స్క్రిప్టుతో పొందుపరచాలి.

సంగీతం **(Music)**

పరిమితంగా వుపయోగిస్తే సంగీతం కార్యక్రమాలకు చక్కటి నేపథ్యంగా, భావ వ్యక్తీకరణకు సహాయంగా, ఒక అంశం నుండి మరో అంశానికి మారడాన్ని సహజ పరిణామంగా అనుభూతి కలిగించడానికి వుపయోగపడుతుంది.

ధ్వని, శబ్ద సంచయం **(Sounds, Sound Effects)**

డాక్యుమెంటరీలలో కేవలం మాటలేగాక అవసరాన్ని బట్టి యితర ధ్వనులు, వుపయోగించవలసి వస్తుంది. అక్కడక్కడా సహజమైన శబ్దాలను యథాతథంగా వాడడం వలన సహజత్వం, దర్శనీయత కలుగుతాయి.

పైన వివరించినవన్నీ కాకపోయినా చాలావరకు ప్రక్రియలు డాక్యుమెంటరీలలో వుపయోగించడం జరుగుతుంది.

డాక్యుమెంటరీలను సరైన పద్ధతిలో చిత్రీకరించేందుకు పూర్తి స్క్రిప్టు వుండడం అవసరం. అది ఫుల్ పేజీ పద్ధతిలోగాని, స్ప్లిట్ పేజి పద్ధతిలోగాని రాసుకోవచ్చు.

స్ప్లిట్ పేజిలో రాసేటపుడు ఎడమవైపు భాగంలో దృశ్య సంబంధమైన వివరాలు, సూచనలు, కుడివైపున వ్యాఖ్యానం, మాటలు రాసుకోవాలి. స్క్రిప్టు తయారయిన తర్వాత పొందుపరచవలసిన అన్ని విషయాలు వున్నాయోలేదో సరిచూసుకోవడం మంచిది.

11.8. టెలిప్లే (Tele-Play)

ప్రేక్షకుల మనోల్లాసానికి వుపయోగపడే టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో టెలిప్లే (Tele-Play) ముఖ్యమయినది.

టెలివిజన్ కొరకు ప్రత్యేకంగా రాసిన, లేక అనువదించిన నాటకాలను, టెలిప్లేలుగా పిలుస్తారు.

నిజానికి అవి నాటకాలే గనుక వాటిలో కీలకమయినది నాటకీయత (Drama) వస్తువేదైనా కొన్ని దశాబ్దాలుగా టెలి-ప్లేలను నిర్మించి ప్రసారం చేస్తుండడం వలన వాటికి ఒక విలక్షణమైన సంవిధానం ఏర్పడింది.

టెలి-ప్లేల వ్యవధి తక్కువ గనుక (అవి ధారావాహికమైనా, ఏకాంకమైనా, ప్రతిప్రసారంలోనూ పరిమితమైన వ్యవధి మాత్రమే వుంటుంది.) పాత్రల స్వరూప స్వభావాలను ఒక క్రమపద్ధతిలో వ్యక్తపరచడానికి వీలుండదు. అందువలన మనకు నిత్యజీవితంలో తారసపడేలాంటి పాత్రలు ఎన్నుకుని, ఆ పాత్రల చుట్టూ తిరిగే కథనంతో ఒకటి రెండు సంఘటనలతో ముగింపుకు వచ్చేలాంటి నాటకాలు టెలిప్లేలుగా ప్రాచుర్యం పొందాయి. అలాంటి వాటికి అలవాటు పడ్డ ప్రేక్షకులు కూడా వాటినే ఆశించడం జరుగుతున్నది.

BRAOU

టెలి-ప్లేలు రాయాలనుకునే వారు రెండు విషయాలను గుర్తుంచుకోవాలి. నాటకంలోని పాత్రలు నిజజీవితంలో తారసపడేవిగా వుండాలి. అపుడే ప్రేక్షకులు నాటకంతో తాదాత్మ్యం చెందే అవకాశం వుంటుంది. కథనం ఆసక్తికరంగా ఉత్సుకత కలిగించేదిగా ఉత్కంఠభరితంగా వుండాలి.

ఉన్న కొద్ది సమయంలో పై రెండింటినీ సాధించడం అంత సులభం కాదు. కానీ ఏదో ఒక సంఘర్షణ లేక సమస్యను ఎన్నుకుని, పాత్రలు అన్నింటినీ ఆ సంఘర్షణలో భాగస్తులుగా చేసినందువల్ల కథనానికి వేగం, గమనం వస్తాయి. ఈ సంఘర్షణ ఇద్దరు వ్యక్తుల మధ్య పోట్లాట కావచ్చు, ఒక వ్యక్తి మానసిక సంఘర్షణ కావచ్చు. మిగిలిన పాత్రలన్నీ కూడా ఏదో విధంగా ఆ సంఘర్షణతో భాగస్తులు గనుక ముందేమి జరుగుతుందన్న ఉత్కంఠ ప్రేక్షకులకు కలుగుతుంది. పాత్రల చేతల ద్వారా సంఘర్షణ లేదా సమస్యను వ్యక్తపరిచి, ఒకటి రెండు ఘటనల తర్వాత సంఘర్షణకు తర్కబద్ధమైన ముగింపు, సమస్యకు పరిష్కార మార్గం చూపించగలగాలి. టెలివిజన్ దృశ్య మాధ్యమం గనుక దృశ్యాల మార్పుతో బాటుగా వివిధ రకాల దృశ్య ప్రదర్శనకు వీలు కల్పించాలి.

టెలిప్లేలు రాసే వారు పాత్రల స్వభావాలను వారి చేతల ద్వారా మాటల ద్వారా సూచన ప్రాయంగా తెలియచేయాలి. ప్రతి పాత్ర యితర పాత్రలతో మెలిగే, ప్రవర్తించే పద్ధతిలో వారి వ్యక్తిత్వం ప్రేక్షకులకవగతం అయేలా రాయాలి. నాటకం లోని అన్ని పాత్రలు ఒకే విధంగా ప్రవర్తించడం గానీ మాట్లాడడం గానీ చేయరాదు. వారి వారి స్థితిగతులను బట్టి, స్థాయిని బట్టీ మాట్లాడే పద్ధతి వుండాలి. సంభాషణలు వాస్తవికంగా, నిత్యజీవితంలో లాగా వుండాలి. (ఉదాహరణకు మనం చాలా సార్లు సంభాషణల్లో పూర్తి వాక్యాలు వాడం. ఒకమాటలోనో, లేక సగం వాక్యలోనో చెప్పదలుచుకున్నది చెబుతాం) పనిగట్టుకుని పూర్తి వాక్యాలు మాట్లాడినట్టుగా వుండకూడదు.

టెలిప్లేలు రాసేవారు గుర్తుంచుకోవలసిన మరో విషయం టెలిప్లేల ప్రసార పద్ధతి. మొత్తం టెలిప్లే మొదలు నుండి తుది వరకు అవిచ్ఛిన్నంగా ప్రసారమయే వీలు లేదు. మధ్యలో వాణిజ్య ప్రకటనల కోసం కొంత సమయం కేటాయించడం జరుగుతుంది. అందువలన టెలి-ప్లేలో కథనం చిన్న అంకాలుగా, వుండడం అవసరమవుతుంది. ప్రతి అంకానికీ ఉత్కంఠతో కూడిన ముగింపు వుండడం కూడా తప్పనిసరి. సాధారణ నాటకాల లాగా ఒకే పతాక సన్నివేశంతో ముగించాలంటే సాధ్యంకాదు.

చిత్రీకరణ కోసం తయారు చేసే టెలి-ప్లే స్క్రిప్టు తక్కిన ప్రక్రియల స్క్రిప్టులకంటే భిన్నంగా వుంటుంది. మామూలు నాటకాలు రాసే పద్ధతిలోనే రాయవచ్చు. అయితే పేజికి మధ్య భాగంలో సంభాషణ రాస్తారు. రెండు వైపుల మార్జిన్ వదలాలి. ఎడమవైపు మార్జిన్‌లో దృశ్యభాగాల సంఖ్య పాత్రధారులకు సూచనలు రాస్తారు. ఏ పాత్ర సంభాషణ అయితే ఆ పాత్ర పేరు పెద్ద అక్షరాలలో పేజి మధ్యలో రాస్తారు.

దృశ్య భాగాల వివరణ, కెమెరా కదలికలు మొదలైనవి దర్శకుని యిష్టాయిష్టాలకు వదలుతారు. కనుక అవి రాయనవసరంలేదు. అయితే ఎడిటింగ్ సూచనలు, పరిణామ సంకేతాలు (Transion Devices) మాత్రం పేజిలో కుడివైపున రాస్తారు.

పాత్రధారులకు సూచనలు వారి సంభాషణకు ముందుగా బ్రాకెట్లలో రాస్తారు.

అభ్యాసం

డాక్యుమెంటరీలలో 'నెరేషన్' గురించి రాయండి.

____

____

____

____

____

____

BRAOU

అభ్యాసం

'టెలిప్లే' అని దేన్ని అంటారు. రచనావిధానంలో మీరనుకున్న రెండు ప్రధాన అంశాలను చెప్పండి.

11.9 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

- టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు అందరూ గుర్తుంచుకోవలసిన అంశాలు, అన్ని ప్రక్రియలకు కల్పించేవి ఉన్నాయి. అవి సరళమైనవి, ధారాళమైనవి, చైతన్యవంతమైన శైలి, ప్రశ్నలు, చతురోక్తులు, చక్కటి ప్రారంభం, ముగింపు వంటివి ప్రధానమైనవి.
- మామూలు రచనకు, కార్యక్రమ రూపకల్పన కోసం చేసే రచనకు తేడా ఉంది. దాన్నే షూటింగ్ స్క్రిప్టు అంటారు. పూర్తి స్క్రిప్టు, అసంపూర్తి స్క్రిప్టు, రన్‌డౌన్ షీట్, స్టోరీబోర్డ్ - లు షూటింగ్ స్క్రిప్టుకు సంబంధించిన అంశాలు.
- టెలివిజన్ వార్తా ప్రసారాలకు రాయడం, ఇంటర్వ్యూలు, చర్చలను టెలివిజన్‌లో నిర్వహించడం ప్రధాన ప్రక్రియలు. రచన విషయంలో, నిర్మాణం విషయంలో, కళాకారుల విషయంలో తీసుకోవలసిన అనేక చర్యల్ని తెల్పుకున్నారు.
- డాక్యుమెంటరీలకు, ప్రదర్శనా కార్యక్రమాలకు రాయడం వేరు. కార్యక్రమాలకున్న పరిధులు వేరు. ప్రేక్షకులకు అర్థవంతంగా వీటిని అందించే అంశాలు గుర్తించారు. డాక్యుమెంటరీలలో 'వ్యాఖ్యానం' ప్రాధాన్యాన్ని తెల్పుకున్నారు.
- 'టెలిప్లే' ఒక సృజనాత్మక ప్రక్రియ. నాటకాలను టెలివిజన్ కోసం మార్చే విధానాన్ని, దాని ప్రసారంలో కన్పించే విలక్షణమైన సంవిధానాన్ని అర్థం చేసుకొన్నారు.

BRAOU

11.10. మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. వార్తా ప్రసారాలు, ఇంటర్వ్యూల లక్షణాలను వివరించి, వాటికి రాసే విధానాన్ని క్లుప్తంగా చెప్పండి.
2. డాక్యుమెంటరీలు, నిదర్శనాత్మక వివరణలలో నిర్మాణంలో రచనాపరంగా సారూప్యత కలిగిన అంశాలు ఏవి? నిర్మాణ ప్రక్రియలో వాటి స్థానం ఏది?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి

1. టెలిప్లే నిర్వచనం? దానిని రాసే విధానం తెలపండి.
2. సృజనాత్మక రచనకు, ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టుకు వ్యత్యాసం ఉందా? ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టు రకాలేవి?

BRAOU

భాగం 12 విద్యావసరాలు

విషయ క్రమం

12.0 ఉద్దేశం

12.1 ప్రవేశిక

12.2 విద్యా కార్యక్రమాలు : పద్ధతులు

12.3 విద్యా కార్యక్రమాలు : ప్రయోజనాలు

అభ్యాసం

12.4 విద్యాకార్యక్రమాల రూపకల్పనలో పాటించవలసిన అంశాలు

12.5 విద్యా కార్యక్రమాలు రాయటం

అభ్యాసం

12.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

12.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

12.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది అంశాలను విశ్లేషించగలుగుతారు.

- విద్యాకార్యక్రమాల లక్షణాలు, వాటిని నిర్మించే వివిధ రకాల పద్ధతులు
- విద్యాకార్యక్రమాల ప్రసారం ద్వారా సాధించే ప్రయోజనాలు
- విద్యాకార్యక్రమాల రూపకల్పనలో రచయిత పాటించవలసిన అంశాలు
- విద్యా కార్యక్రమాల కోసం రాయటం

BRAOU

12.1 ప్రవేశిక

టెలివిజన్ ద్వారా విద్యాబోధనకుపకరించే కార్యక్రమాలను రూపొందిచేందుకు తక్కిన కార్యక్రమాల రూపకల్పన కంటే కొంత ఎక్కువ పరిశ్రమ చేయవలసి వుంటుంది.

టెలివిజన్‌లో విద్యా కార్యక్రమాలను ఒక ప్రణాళిక ప్రకారం, నిర్ణీత ధ్యేయంతో రూపొందించడం జరుగుతుంది.

12.2. విద్యా కార్యక్రమాలు

టెలివిజన్ ద్వారా ప్రసారమయ్యే విద్యాకార్యక్రమాలకు రెండు లక్షణాలు తప్పని సరిగా వుంటాయి.

1. ఎన్నుకున్న పాఠ్యాంశాన్ని ఒక పథకం ప్రకారం కూలంకషంగా, తర్కబద్ధంగా వివరించే ప్రయత్నం జరుగుతుంది.

2. ప్రేక్షకుల జ్ఞానంలోగానీ, నడవడికలోగానీ, అభిప్రాయాలలో గానీ నికరమైన అభివృద్ధికరమైన మార్పును కలిగించే ప్రయత్నం జరుగుతుంది.

పై రెండు లక్షణాలలో ఏ ఒక్కటి లోపించినా ఆ కార్యక్రమాన్ని విద్యా కార్యక్రమంగా పరిగణించరు.

అయితే ప్రసారమయ్యే విద్యాకార్యక్రమాలన్నీ ఒకే విధంగా వుండవు. అవసరాలను బట్టి విద్యాకార్యక్రమాలను వివిధ పద్ధతులలో రూపొందిస్తారు. అవేమిటో చూద్దాం.

1. **బోధన కార్యక్రమాలు (Instructional Programmes):** ఇలాంటి కార్యక్రమాలు ఉపాధ్యాయునితో నిమిత్తం లేకుండా నేరుగా పాఠ్యాంశాలను బోధించే ప్రయత్నం చేస్తాయి.

ఉదాహరణకు గణితం, భాషలు నేర్పే కార్యక్రమాలు ఈ కోవలోనివి కొన్ని సంస్థలు తమ ఉద్యోగుల వృత్తులలో కుశలత పెంచేందుకు, కొత్త కొత్త సాంకేతిక విషయాలను బోధించేందుకు ఇలాంటి కార్యక్రమాలను రూపొందిస్తాయి.

2. **సుసంపన్నతా కార్యక్రమాలు (Enrichment Programmes):** ఇలాంటి కార్యక్రమాలు నేరుగా బోధనకు ఉపకరించవు. విద్యాలయాల్లో జరుగుతున్న బోధనా కార్యక్రమాలకు తోడ్పాటు ఇచ్చేవిగా వుంటాయి. అదనపు సదుపాయంగా బోధన కార్యక్రమాన్ని సుసంపన్నం చేయడమే వీటి ధ్యేయం. వీటిలోని విషయాలు పాఠ్యాంశాలే అయినా వాటిని మరింత విస్తృతంగా, సోదాహరణంగా వివరించే ప్రయత్నం జరుగుతుంది. విద్యాలయాల్లో ప్రదర్శించ వీలుకాని ప్రయోగాలు, యితర ప్రాంతాల దేశాల విశేషాలు కూడా ఈ కార్యక్రమాలలో పొందుపరచవచ్చు. వీటివలన విద్యార్థులు కేవలం పాఠ్యపుస్తకాల మీద ఆధారపడే దానికంటే ఎక్కువ సమాచారం పొందగలుగుతారు. వారి ఆలోచనా ధోరణి దృక్పథం విస్తృతమయ్యే అవకాశం వుంటుంది.

ఇలాంటి కార్యక్రమాల ముఖ్యలక్షణం ఒకటుంది. విద్యార్థులీ కార్యక్రమాలు చూడలేకపోయినా వారి బోధనా కార్యక్రమం కుంటుపడదు. చూడగలిగితే వారి అవగాహన మెరుగవుతుంది.

3. **సమగ్ర కార్యక్రమాలు (Integrated Programmes):** ఇలాంటి కార్యక్రమాలను సాధారణంగా చిన్న తరగతుల విద్యార్థుల నుద్దేశించి రూపొందిస్తారు. వీటిలో 'వస్తువు' పాఠ్యాంశమే అయినా వ్యక్తీకరణ మనోల్లాసకరంగా వుండేలాగున రూపకల్పన చేస్తారు. విద్యాబోధన, మనోల్లాసం రెండింటికి చెందిన అంశాలూ సమపాళ్ళలో మేళవించి విద్యార్థులనాకట్టుకునే ప్రయత్నం చేస్తారు.

అయితే విద్యాబోధనకు చెందిన అంశాలు మనోల్లాసపు అంశాల మాటున మరుగుపడకుండా సరైన రీతిలో సమతూకంగా పొందు పరచడం అవసరం. లేకపోతే కార్యక్రమ ధ్యేయం దెబ్బతినే ప్రమాదముంది.

BRAOU

12.3 విద్యా కార్యక్రమాలు : ప్రయోజనాలు

టెలివిజన్ ద్వారా విద్యా కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేయడం వలన ప్రయోజనమున్నదా? అన్న విషయాన్ని చూద్దాము.

టెలివిజన్‌కు గల ప్రత్యేక లక్షణాలను వుపయోగించి విద్యావసరాలను తీర్చడం సాధ్యమవుతుందని విషయ పరిజ్ఞానం కలిగిన వారంటారు. టెలివిజన్ ద్వారా కొత్త విషయాలను, సమాచారాన్ని సత్వరం అందచేయవచ్చు. మనకున్న పరిమితమైన వనరులను నైపుణ్యాన్ని ఎక్కువ మందికి తక్కువ కాలంలో అందుబాటులోకి తేవచ్చు. ఇలా చేసినందువల్ల బోధనా కార్యక్రమాలు సుసంపన్నమవుతాయి. విద్యారంగంలోని లోటుపాట్లను పూరించే అవకాశం వుంటుంది.

టెలివిజన్‌కు గల ప్రత్యేకతలు వాటిద్వారా బోధనను సుసంపన్నం ఎలా చేయవచ్చో తెలుసుకుందాము.

1. సత్వరత (Immediacy):

టెలివిజన్ మాధ్యమానికి సత్వరత (Immediacy) ముఖ్య లక్షణం. జరుగుతున్న సంఘటనను అలాగే దూరప్రాంతాలకు చేరవేసే శక్తి టెలివిజన్‌కున్నది. అందువలన వివిధరంగాలలో వస్తున్న మార్పులు, కొత్త విషయాలు ఎప్పటికప్పుడు విద్యార్థులకందుబాటులోకి తేవచ్చు. ఇలాంటి వాటిని పాఠ్యపుస్తకాలలో పొందుపరచాలంటే సంవత్సరాలు పట్టొచ్చు.

2. విశ్వవ్యాప్తి (Omnipresence):

మనకున్న సాంకేతిక నైపుణ్యంతోనూ అందుబాటులో వున్న వస్తు సంచయంతోనూ ప్రపంచంలో ఏమూల జరిగిన సంఘటననైనా టెలివిజన్ ద్వారా చూడవచ్చు. మానవుడు వెళ్ళగలిగిన ప్రతిచోటికీ టెలివిజన్ వెళ్ళగలుగుతుంది. అక్కడినుండి యితర ప్రాంతాలకు దృశ్యప్రసారం చేయగలుగుతుంది. టెలివిజన్‌కు గల ఈ లక్షణాన్ని విద్యావసరాలకు చక్కగా వుపయోగించుకోవచ్చు. అనుక్షణం, అనునిత్యం జరుగుతున్న విషయాలను టెలివిజన్ ద్వారా అందుబాటులోకి తెచ్చుకోవచ్చు.

3. ఏనిమేషన్, ఇతర ప్రక్రియలు (Animation / Special Effects) :

టెలివిజన్ మాధ్యమం సాంకేతికంగా చాలా ప్రగతి సాధించింది. రకరకాల ప్రక్రియలు అందుబాటులో వున్నాయి. మరియే యితర మాధ్యమానికీ లేనంతగా శక్తియుక్తులు సాధించుకుంది. వీటన్నింటినీ విద్యావసరాలకు వాడుకోవచ్చు. ఉదాహరణకు ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలో సాధారణంగా మన కంటికి కన్పించని విషయాలను ప్రక్రియలను చక్కగా మనసుకు హత్తుకునేలా వివరించవచ్చు. శరీరపు లోపలి భాగాలు, అవి పనిచేసే విధానం, వాటి చలనంలాంటి వింతలు ఏనిమేషన్ ద్వారా చూపించవచ్చు. యంత్ర భాగాలు, వాటి పనితీరు కూడా కంటికి కట్టినట్టుగా వివరించవచ్చు. అంతేకాక దేశకాలాలతో నిమిత్తం లేకుండా విషయాలను వివరించవచ్చు. క్లిష్టమైన విషయాలను, అమూర్తమైన విషయాలను సరైన రీతిలో విద్యార్థులకు వివరించవచ్చు.

4. దృశ్య ప్రాధాన్యత (Visual Capability) :

టెలివిజన్‌కున్న మరో ముఖ్యలక్షణం అది దృశ్య ప్రధాన మాధ్యమం. దీనివలన పాఠ్యాంశాలను పాఠ్యపుస్తకాల కంటే మెరుగైన పద్ధతిలో వివరించడానికి వీలు కలుగుతుంది. వ్యక్తుల గురించి, సంఘటనల గురించి చదివి నేర్చుకోవడం కాకుండా చూసి నేర్చుకోవడానికి వీలు కల్పించవచ్చు. ఈ ఒక్క లక్షణం ద్వారా మనకున్న యెన్నో విద్యావసరాలను తీర్చుకునే వీలున్నది.

ఏ కొద్దిమందికో అందుబాటులో వున్న వనరులను, టెలివిజన్ ద్వారా వేలమందికి అందుబాటులోకి తేవచ్చు. ఎంతో ఖర్చుతో కూడుకున్న ప్రయోగాలను ఒకసారి టెలివిజన్‌లో చిత్రీకరించినందువలన ఎంతోమంది విద్యార్థులకు ప్రయోగం చూసే వీలు కలుగుతుంది. వున్న చోటే వుంటూ వివిధ ప్రాంతాల వైవిధ్యతను గూర్చి తెలుసుకునే వీలు కల్పించవచ్చు.

BRAOU

5. ఆత్మీయత (Intimacy) :

టెలివిజన్ మాధ్యమానికి గల మరో విలక్షణత దాని ఆత్మీయతా గుణం. ప్రతి వ్యక్తీ టెలివిజన్ ద్వారా యిచ్చే సందేశం తన కోసమేనని భావిస్తాడు. ఈ లక్షణం బోధనకు చక్కగా వుపకరిస్తుంది. క్లిష్టమైన విషయాలలో సత్ఫలితాలను రాబట్టేందుకు ఈ లక్షణం చక్కగా వుపయోగించవచ్చు.

6. శీఘ్ర వితరణ (Rapid Dissemination) :

అతి తక్కువ కాలంలో లెక్కకు మించిన జన సముదాయాలకు సమాచారాన్ని అందించగలదు టెలివిజన్. ఈ లక్షణాన్నుపయోగించుకుని ఎన్నో రకాల విద్యావసరాలను తీర్చుకోవచ్చు.

ఏకకాలంలో దేశమంతటిలోనూ వున్న విద్యార్థులకు సమాచారాన్ని అందజేయవచ్చు. త్వరితగతిని వస్తున్న మార్పులను చేర్పులను అంతటి వేగంగానూ విద్యార్థులకు అందేలా చూడవచ్చు.

పై లక్షణాలన్నింటినీ సమిష్టిగా వుపయోగించి విద్యార్థుల పరిజ్ఞాన పరిధిని విస్తృత పరచేందుకు, వారి కందుతున్న సమాచారపు స్థాయిని పెంచేందుకు, కొత్తవిషయాలను ఎప్పటికప్పుడు అందజేసేందుకు, కాలదోషం పట్టిన పాఠ్యపుస్తకాల మీద ఆధారపడడాన్ని తగ్గించేందుకు కృషి చేయవచ్చు.

అభ్యాసం

విద్యాకార్యక్రమాలను వివిధ పద్ధతులలో రూపొందిస్తారు. వాటిలో ముఖ్యమైన వాటిని చెప్పండి.

విద్యాటెలివిజన్ కార్యక్రమాల ప్రధానమైన ప్రయోజనాలను ప్రస్తావించండి.

BRAOU

12.4. రూపొందించటంలో పాటించవలసిన అంశాలు

విద్యాకార్యక్రమాలు రూపొందించే రచయితలు గుర్తించుకోవలసిన విషయాలు కొన్ని వున్నాయి. వాటిని పరిశీలిద్దాం.

ఏ స్థాయి విద్యార్థుల కోసం మనం కార్యక్రమాలు రూపొందించదలచుకున్నామో వారి గురించిన అన్ని వివరాలు ముందుగా సేకరించుకోవాలి. దీని ద్వారా సముదాయపు పరిజ్ఞానపు స్థాయి, వారి అవసరాలు తెలుసుకోవచ్చు. వారి కందుబాటులో వున్న వనరులు, బోధన పరికరాలు మొదలైన వివరాలు కూడా సంపాదిస్తే సరైన రీతిలో కార్యక్రమాలు రూపొందించే వీలు కలుగుతుంది. వీటన్నిటి ద్వారా ఆయా స్థాయికి తగినట్లు వారి అవసరాల మేరకు కార్యక్రమాలు తయారు చేయవచ్చు.

తర్వాత ఆయా స్థాయి విద్యార్థుల అవసరాలేమిటి? వాటిలో ప్రధానమైనవి ఏవి? వేటిని మనం ముందుగా తీర్చాలి? తీర్చడానికి మనమెలాంటి కార్యక్రమాలు రూపొందించాలి? వీటన్నింటి మీదా సదవగాహన ఏర్పడ్డ తర్వాత కార్యక్రమ ప్రణాళిక తయారు చేసుకోవచ్చు.

12.5. విద్యాకార్యక్రమాలకు రాయడం

సాధారణంగా విద్యాకార్యక్రమాల రూపకల్పన ముగ్గురు వ్యక్తుల సమిష్టి కృషి. విద్యావిషయ సలహాదారు, (Educational / content Consultant) దర్శకుడు (Director/Producer), రచయిత (Script Writer) ముగ్గురూ, విద్యార్థుల అవసరాల మేరకు కార్యక్రమ ప్రణాళికను తయారు చేస్తారు.

కార్యక్రమాల విషయ నిర్ణయం జరిగిన తర్వాత సలహాదారు కానీ, ఆ విషయంలో ప్రావీణ్యం కలిగిన వ్యక్తిగానీ కార్యక్రమంలో పొందుపరచదలచిన అంశాలను తయారు చేయడం జరుగుతుంది.

అలా తయారయిన విషయాన్ని టెలివిజన్‌కు అనువదించడం రచయిత బాధ్యత.

కేవలం మాటలరూపంలో వున్న రచనను దృశ్యరూపంగా మార్చి కార్యక్రమానికి రూపకల్పన చేయవలసి వుంటుంది.

క్లిష్టంగా వున్న విషయాలను సులువుగా బోధించే ప్రయత్నం చేయాలి. అమూర్తంగా వున్న భావనలకు రూపం కల్పించి విద్యార్థులకందుబాటయేలా చేయాలి.

ఇలా రూపకల్పన చేయడంలోనే రచయిత సృజనాత్మకత వెల్లడవుతుంది.

ఇది ముఖ్యంగా రచయిత బాధ్యత అయినా దర్శకునితోనూ, ప్రవీణునితోనూ, సంప్రదింపులు చర్చలు అవసరమవుతాయి. ఎందుకంటే చెప్పవలసిన విషయం నిర్దోషంగా వున్నదా లేదా అన్నది ప్రవీణుడు నిర్ణయిస్తాడు. దానికి చిత్రీకరణ రచయిత ఆశించిన రీతిలో చేయడానికి వీలవుతుందా లేదా అన్నది దర్శకుడు నిర్ణయిస్తాడు.

అయితే రచయితలు విద్యా కార్యక్రమాలు రూపొందించేటప్పుడు కింది సూచనలను మనసులో వుంచుకోవడం మంచిది. వీటిలో చాలా వరకు అన్ని రకాల టెలివిజన్ రచనలకూ వర్తించినా కొన్ని మాత్రం టెలివిజన్ విద్యాకార్యక్రమాలకు ప్రత్యేకమయినవి.

1. టెలివిజన్ దృశ్యప్రధాన మాధ్యమమన్న విషయం గుర్తుంచుకోవాలి. చెప్పదలచిన విషయాన్ని దృశ్యరూపంగా చెప్పే ప్రయత్నం చేయాలి. పదాలు, శబ్దాలు, దృశ్యపు ప్రాముఖ్యతను విస్తరించేలా వుండాలి. కన్పిస్తున్న దాన్ని వర్ణించనవసరం లేదు. దాని ద్వారా చెప్పదలచుకున్న అంశాన్ని వివరించే ప్రయత్నం చేయాలి. దృశ్యభాగాల అమరిక ద్వారా వ్యక్తమయే సమాచారాన్ని, సందేశాలను శబ్దాలు, మాటల ద్వారా మరింత అర్థవంతం చేసే ప్రయత్నం చేయాలి.

2. అన్ని సమయాల్లోనూ దృశ్యపరంగా సందేశాలను అందివ్వడం సాధ్యంకాకపోవచ్చు. అలాంటప్పుడు శబ్దానికి ప్రాధాన్యత యివ్వవలసి వుంటుంది. కానీ సంబంధిత దృశ్యాల అమరిక వుండాలి. దృశ్యమూ, శబ్దమూ సమన్వయమవాలి. సమాంతరంగా వుండకూడదు.

3. రచనలో సంభాషణా శైలి వాడడం మంచిది. వాడే మాటలు వాక్యాలు "మాట్లేడేభాష"గా వుండాలి. "చదివేభాష" కాదు. ఎదుటనున్న వ్యక్తినుద్దేశించి చెప్పినట్లుగా రాయాలి.

4. కార్యక్రమాన్ని చూడబోయే విద్యార్థుల భాషాపరిజ్ఞానాన్ని బట్టి, ఆ విషయంలో వారికున్న అవగాహననుబట్టి పదాల ఎన్నిక, వివరించే విధానం వుండాలి. వారికి తెలిసిన అంశాలతో ప్రారంభించి తెలియని వాటిని వివరించాలి. అంశాలను సమాచారాన్ని విద్యార్థుల సౌలభ్యాన్ని దృష్టిలో వుంచుకుని ఒకటి తర్వాత ఒకటిగా వివరించడం మంచిది. క్లిష్టమైన అంశాలను సాధ్యమైనంత వివరంగా సోదాహరణంగా చూపాలి.

5. కార్యక్రమపు నిడివిని బట్టి అందించే సమాచారాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి. తక్కువ వ్యవధిలో ఎక్కువ సమాచారాన్ని యివ్వడం వలన ప్రయోజనం వుండదు. విద్యార్థులు సమాచారాన్ని గుర్తుంచుకోవడమే గాక తర్వాత దాన్ని వుపయోగించుకోగలగాలి.

BRAOU

6. ప్రతిసారీ ఒక అంశాన్ని మాత్రమె వివరించాలి. రెండు మూడు అంశాలను ఒకేమారుగా వివరించడం వల్ల ప్రయోజనం వుండదు.

7. సాంకేతిక పదాలు వాడినప్పుడు, ఇతర భాషా పదాలు వాడినప్పుడు వాటి వివరణ యివ్వడం మంచిది.

8. క్లిష్టమైన అంశాలకు ఉపోద్ఘాతం అవసరం కావచ్చు. అలాంటప్పుడు సులభమైన వివరణతో మొదలెట్టి క్లిష్టమయిన అంశాలకు దారితీయడం మంచిది.

విద్యాకార్యక్రమాలకు రాసే వాళ్ళు తమ స్క్రిప్టులను మరింత చక్కగా తయారు చేసుకోడానికి స్క్రిప్టు టెస్టింగ్ పద్ధతి వుపయోగించవచ్చు.

స్క్రిప్టు టెస్టింగ్ (Script Testing)

మీరు ఏ స్థాయి విద్యార్థుల కొరకు రాస్తున్నారో అదే స్థాయికి చెందిన విద్యార్థులను ఏడు లేక ఎనిమిది మందిని చేర్చి వారికి మీరు రాసిన దాన్ని చదివి వినిపించండి.

వారికి వినిపించిన తర్వాత వారికి కింది విషయాల గురించి ప్రశ్నలు వేసి సమాధానాలను రాబట్టండి.

మీరు రాసిన విషయంలోని అంశాలన్నీ వారికి అర్థమయ్యాయా?

ఏవి అవగాహనకు రాలేదు? ఎందువల్ల? మీరు వాడిన పదాలు, భాష అర్థం చేసుకునే విధంగా వున్నదా?

అర్థంకాని పదాలున్నాయా?

అంశాలు ఒకటి తర్వాత ఒకటి చక్కగా అమర్చబడ్డాయా? లేక అర్థం చేసుకోవడం కష్టంగా వున్నదా?

పై ప్రశ్నలకు వచ్చే సమాధానాలను బట్టి స్క్రిప్టులోని మంచి చెడులను గమనించి సర్దుబాటు చేసుకోవచ్చు.

స్క్రిప్టు చదువుతున్నపుడు విద్యార్థులు కనబరచిన ఆసక్తిని బట్టి కూడా స్క్రిప్టులో మార్పులు చేర్పులు చేసుకోవచ్చు. విద్యార్థులు ఆసక్తి కనబరచిన చోట ఆసక్తి పెంపొందించే విధంగా మార్పులు చేయొచ్చు. స్క్రిప్టులోని విషయాలు విద్యార్థుల అవగాహనకు మరీ భారంగా వున్నప్పుడు కొన్ని అంశాలను తగ్గించవచ్చు.

పై సూచనలన్నీ పాటించి రాసినపుడు మంచి స్క్రిప్టు తయారయే అవకాశం వుంది.

అభ్యాసం

విద్యా టెలివిజన్ కార్యక్రమాల రూపకల్పన సమిష్టి కృషి అని ఎందుకు అంటారు?

BRAOU

విద్యా టెలివిజన్ కార్యక్రమాల రచనలో రచయితలు పాటించవలసిన సూచనలేవి?

12.6. ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

- విద్యాకార్యక్రమాలను వివిధ పద్ధతులలో రూపొందిస్తారు. బోధన కార్యక్రమాలు, సుసంపన్నత కార్యక్రమాలు, సమగ్ర కార్యక్రమాల వంటివి రూపకల్పన పద్ధతులు.
- సత్వరత, విశ్వవ్యాప్తి, ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలు, దృశ్యప్రాధాన్యత, ఆత్మీయత వంటి ప్రత్యేకతలు టెలివిజన్ ద్వారా ప్రసారమయ్యే విద్యాకార్యక్రమాలకు బోధనా పరంగా ప్రయోజనాల్ని కల్పిస్తాయి.
- విద్యా కార్యక్రమాల రూపకల్పన సమిష్టి కృషి. విద్యా విషయ సలహాదారు, కార్యక్రమ దర్శకుడు/నిర్మాత, రచయిత ముగ్గురూ కలిసి కృషి చేస్తారు. వీరి పరస్పర చర్చలు సృజనాత్మక కార్యక్రమాలకు దోహదం చేస్తాయి.
- విద్యా కార్యక్రమాలు టెలివిజన్ కోసం రాయడంలో కొన్ని మెళకువలు ఉన్నాయి. వాటిని పాటిస్తే గుణాత్మకతను సాధించవచ్చు.

BRAOU

12.7. మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానం రాయండి.

1. విద్యా కార్యక్రమాలకు రాసేటప్పుడు రచయిత దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అంశాలను ప్రస్తావించండి.
2. టెలివిజన్ ద్వారా ప్రసారమయ్యే విద్యాకార్యక్రమాల ద్వారా సాధించగల ప్రయోజనాలేవి?

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు చెప్పండి.

1. సుసంపన్న కార్యక్రమాలు (Enrichment Programmes)
2. ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ

భాగం 13 కదిలే బొమ్మల రూపకల్పన

విషయ క్రమం

13.0 ఉద్దేశం

13.1 ప్రవేశిక

13.2 ఏనిమేషన్ నిర్వచనం, పరిధి

13.3 ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ, ప్రయోజనాలు

అభ్యాసం

13.4 ఏనిమేషన్ నిర్మాణాలకు రాయడం

అభ్యాసం

13.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

13.6 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

13.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను చర్చించగలుగుతారు

- కదలిక లేని చిత్రభాగాలను కలిపి కదిలే బొమ్మలుగా రూపొందించడం ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ
- క్లిష్టమైన అంశాలను, భావనలను సులభంగా చెప్పటానికి ఉపయోగించేదే ఏనిమేషన్ పద్ధతి
- ఏనిమేషన్ ప్రక్రియకు రాయడం ఒక ప్రత్యేకమైన కళ

BRAOU

13.1 ప్రవేశిక

కొన్ని దశాబ్దాల కిందట అచ్చు అక్షరాలు నాగరికతకు ప్రతిరూపాలుగా వుండేవి. క్రమంగా వాటి స్థానాన్ని కదిలే బొమ్మలు (సినిమా, టెలివిజన్) ఆక్రమించుకున్నాయి. ఈనాడు ప్రపంచజనాభాలో ఎక్కువభాగం ప్రజలు తమ సమాచార ప్రేరణకు, విద్యార్జనకు, మనోల్లాసానికీ కదిలేబొమ్మలపైన ఆధారపడుతున్నారంటే ఆశ్చర్యం లేదు.

ఇందుకు కారణం కదలికలేని బొమ్మల కంటె కదిలే బొమ్మలు ప్రజలను ఎక్కువగా ఆకర్షించడమే. పైగా అవి సమాచారాన్ని, సందేశాలను చక్కగా అందించగలవు.

ఇటీవలి కాలంలో ఏనిమేషన్ (Animation) ప్రక్రియ సినిమాలలోను, టెలివిజన్ లోనూ విడదీయరాని భాగంగా తయారయింది.

13.2 ఏనిమేషన్ నిర్వచనం, పరిధి

చేతితో గీసిన చిత్రాలను ఒక్కొక్క దానిని ఒక్కొక్క ఫ్రేము (Frame) లో ఫిల్మ్ (Film) మీదగానీ వీడియో టేప్ (Video Tape) మీదగానీ వరుసగా (ఒక నిర్దిష్ట అన్వయంతో) చిత్రీకరించి, ఆ ఫిల్మ్‌ను ప్రాజెక్ట్ (Project) చేసిగాని, వీడియో టేప్‌ను ప్లేబాక్ (Play Back) చేసిగానీ చిత్రాలను కదులుతున్నట్టుగా చూపించడాన్ని ఏనిమేషన్ (Animation) అంటారు.

ఈ ప్రక్రియకు ప్రాచుర్యం లభించింది ఈ మధ్యనే అయినా ప్రారంభం మాత్రం సినిమా కంటే ముందే జరిగింది. 'సినిమా' రూపు దిద్దుకోకముందే ప్రాక్సినోస్కోప్ (Praxinoscope) అనేపద్ధతిలో ఒక బెల్టు లాంటి దాని

మీద వరుసగా చిత్రాలను గీసి, ఆ బెల్టు (Belt) ను వేగంగా నడపడం ద్వారా బొమ్మలు కదులుతున్నట్లు చూపించేవారు. క్రమంగా సినిమా, దాని తర్వాత టెలివిజన్ అభివృద్ధి చెందడంతో ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ వాటిలో ఒక భాగంగా తయారయింది.

సాధారణంగా ఫిల్మ్ మీదగానీ, వీడియో టేప్ మీద గానీ దృశ్యంలో వాస్తవంగా జరిగే కదలికలను (మనుషులు, జంతువులు, యంత్రాలు, యితర వస్తువులు) యధాతథంగా చిత్రీకరిస్తారు. తర్వాత ఆఫిల్మ్ గానీ, టేప్ గానీ నడిపించినపుడు తెరమీద మనకు మొదటి కదలికలు కన్పిస్తాయి. అంటే దృశ్యంలో వున్న కదలికలను మనం తెరమీద చూస్తాము. ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలో దీనికి విరుద్ధంగా జరుగుతుంది. ముందు కదలిక లేని దృశ్యాలు, బొమ్మలు చిత్రీకరిస్తారు. వాటిని తెరమీద చూసినపుడు మనకు వాటిలో కదలికలు కన్పిస్తాయి. అంటే నిజంగా తన కదలికలను ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ సృష్టిస్తుందన్నమాట.

ఏనిమేషన్ చాలా శ్రమతో కూడుకున్నది. ఎంతో ఓపికతో జాగ్రత్తగా చేయవలసిన పని. అయితే ఏనిమేషన్ కున్న విశ్వజనీనతతో పోల్చినప్పుడు అవి లెక్కలోకి రావు. అయితే ఏనిమేషన్ రంగంలో కంప్యూటర్ ప్రవేశంతో కళాకారులకు శ్రమ తగ్గి సదుపాయాలు ఎక్కువయ్యాయి. ఇప్పుడు వందలకొద్దీ చిత్రాలు గీయనవసరం లేదు. కావాలనుకున్న రంగులలో అవసరమైన టెక్స్చర్ (Texture) లో త్రీ డైమన్షన్స్ (Three Dimensions) లో చిత్రాలను కంప్యూటర్‌లోనే తయారు చేయవచ్చు. కంప్యూటర్ ద్వారానే వాటిలో కదలికలు కల్పించవచ్చు. మొదటిసారిగా 1951లో మసాచుసెట్స్ ఇన్స్టిట్యూట్ ఆఫ్ టెక్నాలజీ (Massachusettes Institute of Technology) వారు కంప్యూటర్ ఫిల్మ్ నిర్మించినప్పటినుండి యిప్పటికి కంప్యూటర్ ఏనిమేషన్ రంగంలో ఎన్నో మార్పులు వచ్చాయి. కంప్యూటర్ ఏనిమేషన్‌కు అసాధ్యమయినది లేదన్నంతగా ఈ రంగం అభివృద్ధి సాధించింది.

అభ్యాసం

ఏనిమేషన్ అంటే ఏమిటి? నిర్వచనం ఇవ్వండి

BRAOU

13.3 ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ, ప్రయోజనాలు

మనం టెలివిజన్‌లో చూసే డోనాల్డ్ డక్ (Donald Duck) మిక్కీ మౌస్ (Micky Mouse) లాంటి కార్టూన్ చిత్రాలు, టెలివిజన్ కార్యక్రమాల శీర్షికల్లో కన్పించే విలక్షణమైన వినూత్నమైన ప్రక్రియలు అన్నీ ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ యొక్క విభిన్న రూపాలే.

ఏనిమేషన్ ద్వారా విషయాలను వ్యక్తీకరించడానికి, సందేశాలను అందించడానికి చాలా సదుపాయాలున్నాయి. వాటి వేగం (Rapidity) పరిణామ శీలత (Quick Transition) సులభంగా అవగతమవడం (Easy to

Follow) హాస్యం (Humour) వంటి వాటిని వివిధ రకాలుగా వుపయోగించుకొంటూ ఎంత క్లిష్టమైన విషయాన్నైనా సుబోధకంగా చేయవచ్చు. వివరణను స్పష్టంగా చేయవచ్చు. ఉదాహరణకుకొన్ని మిలియన్ల సంవత్సరాలలో జరిగిన పరిణామ సిద్ధాంత (Theory of Evolution) వివరాలను కొద్ది నిముషాలకు కుదించి మనస్సుకు హత్తుకునే విధంగా చూపించవచ్చు. అతిక్లిష్టమైన అమూర్తమైన (Abstract) భావజాలాన్ని కూడా మూర్తిమంతం చేసి రేఖాచిత్రాల ద్వారా సంబంధకంగా చేయవచ్చు. ఏనిమేషన్‌లోని గొప్ప సదుపాయం సమాచారాన్ని దృశ్యంగా మార్చి సులభతరం చేయడం. అందువల్ల యితర బోధన పద్ధతుల కంటే ఏనిమేషన్ ద్వారా చెప్పిన విషయం ఎక్కువ కాలం గుర్తుంటుంది. పైగా ఏనిమేషన్ లోని పాత్రలు, దృశ్యాలు విశ్వజనీనంగా వుండడం (ఏనిమేషన్ లోని పాత్రలు విలక్షణంగా వుంటాయి. ఏ ఒక్క దేశకాలపరిస్థితులనూ పోలి వుండవు) వలన అవి అన్ని ప్రాంతాలకు దేశాలకు సరిపడేలా వుంటాయి.

పై కారణాల చేత ఏనిమేషన్ ప్రక్రియను వాణిజ్య ప్రకటనలకు టెలివిజన్‌లో మనోల్లాస కార్యక్రమాలకు, విద్యాకార్యక్రమాలకూ విరివిగా వాడుతున్నారు.

ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలో ధ్వని, వ్యాఖ్యానం, సంభాషణలు, సంగీతం లాంటి వన్నీ పరిమితంగా వుపయోగిస్తారు. వీటన్నింటినీ సరైన సమన్వయంలో సమ్మేళన పరిచినప్పుడే ఏనిమేషన్ ఒక విలక్షణమైన ప్రక్రియగా రూపొందుతుంది. అలా సమ్మేళన పరిచేందుకు సృజనాత్మకత అవసరం.

13.4 ఏనిమేషన్ నిర్మాణాలకు రాయటం

ఏనిమేషన్ ప్రక్రియకు రచన చేయదలచుకున్న వారు గుర్తుంచుకోవలసింది, చిత్రానికీ, శబ్దానికీ అది ధ్వని అయినా, సంగీతమైనా సంభాషణ అయినా, ఏనిమేషన్‌లో వుండే సంబంధం అది లయాత్మకంగా వుండాలి.

మాటలను సృజనాత్మకంగా వాడడం వల్ల పాత్రకు తగిన కంఠ స్వరాన్ని వాడడం వల్ల కార్టూన్ కథలలోని పాత్రలకు ఒక విలక్షణమైన వ్యక్తిత్వాన్ని కల్పించవచ్చు. మిక్కీమౌస్ (Micky Mouse) వ్యక్తిత్వానికి వాల్ట్ డిస్నీ (Walt Disney) కంఠస్వరం ఎంతో వన్నె తెచ్చిందన్న విషయం మనం గుర్తుంచుకోవాలి.

సరైన పద్ధతిలో మితి మించకుండా వాడినపుడు వ్యాఖ్యానం, సంభాషణలు, ఏనిమేషన్ సీక్వెన్స్ ఏమిటో ప్రేక్షకులకు స్పష్టంగా వివరంగా తెలుస్తుంది. అయితే ప్రత్యక్షంగా తెరమీద జరుగుతున్న కథనాన్ని మాటలద్వారా వర్ణించకూడదు. ఆయా దృశ్యాల ప్రాముఖ్యతకు వివరించే ప్రయత్నం చేయవద్దు. అప్పుడే ప్రేక్షకులను ఆకర్షించడం సాధ్యమవుతుంది.

నిజానికి ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ ఒక భ్రమ. మనం వాడే చిత్రాలు, ధ్వనులు, సంగీతమూ, సంభాషణలూ ఆ భ్రమను కల్పిస్తాయి. సీక్వెన్స్ పూర్తయ్యేవరకూ ప్రేక్షకులు ఆ భ్రమలోనే కొనసాగాలి. పైన చెప్పిన హంగులన్నింటినీ ఎంతో సృజనాత్మకంగా వాడితేనే ఆ భ్రమలో ప్రేక్షకులను కొంతకాలం పాటు వుంచగలుగుతాము. సమ్మేళనంలో ఏ మాత్రం హెచ్చు తగ్గులు కలిగినా భ్రమ విడిపోతుంది.

వ్యాఖ్యానం, సంభాషణలు రాసేవారు గుర్తుంచుకోవలసిన మరో విషయం వుంది. అదేమిటంటే సీక్వెన్స్ దృశ్యంలోకి అతివేగంగా పరిణామం చెందుతుంది. సంభాషణలంటూ వుంటే అవి ఆ వేగానికి సరిపడేలా వుండాలి. వేగాన్ని తగ్గించేవిగా వుండకూడదు. తెరమీద జరుగుతున్న దృశ్య కథనం అవిచ్ఛిన్నంగా వుండాలి. సంభాషణలు ఆయా సందర్భాలలో అవిచ్ఛిన్నత (Continuity) కు సహాయపడాలి గానీ ప్రతిబంధకాలు కారాదు.

అంతేకాక ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలో వాడే సంభాషణలు హాస్యస్ఫోరకంగానయినా వుండాలి లేదా నాటకీయతను అతిశయింపజేసేవిగానైనా వుండాలి. ఈ రెండింటిలో ఏదో ఒకటి తప్పనిసరిగా సంభాషణలో వుండాలి. లేనపుడు వాటిని వాడకపోవడమే మంచిది.

ఏనిమేషన్‌కు నిర్మాణపు స్క్రిప్టు స్టోరీబోర్డ్ పద్ధతిలో తయారు చెయ్యాల్సి వుంటుంది. ప్రతిఫ్రేమునూ చిత్రం,

BRAOU

శబ్దం, మాటలు, ధ్వని సంకేతాలతో పొందుపరచాలి. అయితే ఏనిమేషన్ కళాకారుడు, దర్శకుడు రచయిత సమిష్టిగా కృషి చేసినపుడే మంచి ఏనిమేషన్‌లు సృష్టించబడతాయి.

అభ్యాసం

ఏనిమేషన్ ద్వారా ఒనగూడే ప్రయోజనాలు ఏవి?

ఏనిమేషన్ కోసం రాయడంలో ప్రత్యేక అంశాలేవి.

BRAOU

13.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ఏనిమేషన్ వినూత్నమైన, విభిన్నమైన ప్రక్రియ. ధ్వని, వ్యాఖ్యానం, సంగీతం, సంభాషణలు - సరైన సమన్వయంలో పరిమితంగా వినియోగిస్తారు.
- ఏనిమేషన్ చిత్రాల సంభాషణ హాస్యస్ఫోరకంగా ఉండాలి.

- ఏనిమేషన్ ప్రక్రియలో కొత్త టెక్నాలజీల వల్ల పరిధి విస్తరణకు అస్కారం లభించింది. కంప్యూటర్ ఏనిమేషన్ వల్ల లభిస్తోన్న అవకాశాలు అపారం.

13.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ఏనిమేషన్ నిర్వచనాన్ని ఇస్తూ, దాని పరిధుల విస్తరణను వివరించండి?
2. ఏనిమేషన్‌కు రాయడంలోని మెళకువల్ని ప్రస్తావించండి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ఏనిమేషన్ ద్వారా విషయాలను అందించడానికి ఉన్న సదుపాయాలు.
2. ఏనిమేషన్ ప్రక్రియ ఒక భ్రమ - వర్ణించండి.

BRAOU

భాగం 14 వాణిజ్య ప్రకటనలు

విషయ క్రమం

14.0 ఉద్దేశం

14.1 ప్రవేశిక

14.2 వాణిజ్య ప్రకటనల రకాలు

అభ్యాసం

14.3 ప్రకటనల ప్రణాళిక

అభ్యాసం

14.4 ప్రకటన రచన

అభ్యాసం

14.5 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

14.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

14.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను విశదీకరించగలుగుతారు.

- వాణిజ్య ప్రకటనలు భేదాలు: ఎడ్వర్‌టైజ్‌మెంటు స్పాట్స్, స్పాన్సర్డ్ ప్రోగ్రామ్‌లు, టైమ్‌చెక్‌లు
- ప్రకటనల నిర్మాణ రీతులలోని వైవిధ్యం
- ప్రకటనలను రూపొందించే ప్రక్రియ
- ప్రకటన రచన - కీలకమైన అంశాలు

BRAOU

14.1 ప్రవేశిక

కొద్ది కాలం క్రితం వాణిజ్య ప్రకటనలకు రాయటం అంటేనే చిన్న చూపుగా ఉండేది. అది రచయితలు కేవలం వ్యాపార దృష్టితో, డబ్బుకోసం మాత్రమే చేపట్టే ప్రక్రియ అనీ, దానిలో కళాత్మకతకూ (artistry) భావనా పటిమకూ (creativity) రచనా పటిమకూ తగినంత అవకాశం లేదనీ విమర్శించేవాళ్ళు. కాలక్రమేణా వాణిజ్య ప్రకటనల మీద ఉండే అపోహలు తొలగిపోయాయి. వాటికి సంఘంలోనూ మన నిత్య జీవితాల్లోనూ తగిన స్థానం వచ్చిందనే చెప్పాలి.

వాణిజ్య ప్రకటనల్లో కనిపించే కళాత్మకత, భావనా పటిమ, రచనా పటిమ, ప్రేక్షకుల్ని సులువుగా ఆకట్టుకునే లక్షణాలు మామూలు కార్యక్రమాల్లో కన్నా హెచ్చుగా కనిపిస్తాయి; కన్పించాయి కూడా. అన్నిటికన్నా ముఖ్యంగా ప్రేక్షకుల మనస్సుల్ని సులువుగా ఆకట్టుకుని, ఆయా ప్రకటనల్లోని వస్తువుల్ని వారి చేత కొనిపించేటట్టు చేయటమే కదా వాణిజ్య ప్రకటనల ముఖ్యోద్దేశం. అంటే 'అమ్మకపు దృష్టి' (selling approach) అనేది ప్రతి వాణిజ్య ప్రకటనలోనూ అంతర్లీనంగా ఉంటుంది.

14.2 వాణిజ్య ప్రకటనల రకాలు

వాణిజ్య ప్రకటనల్లో వాడే నిర్మాణ రూపాల (Production formats) ను బట్టి, రచనా విధానాల్ని బట్టి, టెలివిజన్‌లో కనిపించే ప్రకటనల్ని పలువిధాలుగా విభజించవచ్చు. మనం వాటిని ఈ కింది కోణాల నుంచి పరిశీలిద్దాం.

1. వాణిజ్య ప్రకటనలు : అమలులో ఉన్న వివిధ పద్ధతులు

2. వాణిజ్య ప్రకటనల తయారీ (Production)

3. అమ్మకపు దృష్టి. (Selling approach)

1. టెలివిజన్ ద్వారా వాణిజ్య ప్రకటనల్ని ప్రవేశపెట్టిన మొదట్లో, వాటిని "advertisement spots" 'గా మాత్రమే తీసుకునేవారు. ఈ స్పాట్సు సాధారణంగా 10 సెకెండ్ల నుంచి 30 సెకెండ్ల వరకు (కొన్ని సందర్భాల్లో ఒక నిమిషం వరకూ కూడా) నిడివి కలిగి, టీవీ మాధ్యమం ద్వారా ఆయా వస్తువుల ప్రచారానికి పనికి వచ్చేవి. జనరంజకంగా ఉండే టీవీ ప్రోగ్రాముల ముందుగానీ, అయిపోయిన వెంటనే గానీ, లేక వాటి మధ్యలోనో ఈ spots ని చూపించటం వల్ల వాటిని ప్రేక్షకులు అధిక సంఖ్యలో చూసి ఆకర్షితులయ్యే అవకాశం లభిస్తుంది. advertisement spots ని తయారు చేయటంలో ప్రావీణ్యం ఉండే కంపెనీలు దేశంలో చాలా ఉన్నాయి. చాలా వాణిజ్య సంస్థలు వాటికి కావలసిన ప్రకటనల్ని ప్రచార ఏజన్సీల ద్వారా తయారు చేయించుకుంటాయి. కొన్ని వాణిజ్య సంస్థలు మాత్రం తమ ప్రకటనల్ని తామే తయారు చేసుకొనటం చేస్తాయి.

వాణిజ్య ప్రకటనల్లో చెప్పుకోతగ్గ ఇంకో రకం ప్రాయోజిత కార్యక్రమాలు 'Sponsored programmes' సాధారణంగా అరగంట నిడివి కలిగి (వాటితో బాటుగా జొప్పించే advertisements తో సహా), జనరంజకంగా ఉండే ఏదైనా కార్యక్రమాన్ని (లేక సీరియల్‌ని) తయారుచేసి, దాని ప్రసారం కోసం దూరదర్శన్ కేంద్రాలకు అమ్మడం ఈ మధ్యకాలంలో చాలా పరిపాటి అయింది. వీటినే ప్రాయోజిత కార్యక్రమాలు (Sponsored programmes) అంటారు. వాణిజ్య సంస్థలు ఈ విధంగా కార్యక్రమాల్ని Sponsor చేయటం వల్ల, దానికి ప్రతిఫలంగా వారికి కొన్ని సెకండ్ల నిర్ణీతమైన సమయం వారి వాణిజ్య ప్రకటనల కోసం కార్యక్రమంలో భాగంగా వారికి లభిస్తుంది. గత పదేళ్ళలో Sponsored programmes వల్ల వాణిజ్య ప్రకటనలకూ, దూరదర్శన్ ద్వారా మనకి అందే కార్యక్రమాల జనాదరణకూ మంచి ఉత్తేజం లభించింది.

BRAOU

ఇవి కాక, Station time check (వార్తల ముందు), Feature Films, అంతర్జాతీయ క్రీడా కార్యక్రమాల రిలేలలో ఫలానా సంస్థవారు స్పాన్సరు చేస్తున్నట్లు ఆ సంస్థ పేరుని సూపర్ చేయించుకోవటం వంటి పద్ధతులు కూడా వాణిజ్య ప్రకటనల్లోని రకాలు. అయితే, రచన దృష్ట్యా ఇలాంటి ప్రకటనల గురించి చెప్పుకోదగ్గ విషయాలేమీ లేవు.

2. **వాణిజ్య ప్రకటనల తయారీ పద్ధతులు (Production Techniques)** ఇంచుమించు నూటికి నూరుశాతంటీవీలో మనం చూసే ప్రకటనలన్నీ ముందుగానే రచించబడి, ఫిల్ము మీదగానీ, వీడియో టేపు మీదగానీ రికార్డు చేయబడినవే. అప్పటి కప్పుడు live గా చూపించే ప్రకటనలు లేవు. ముందుగా రికార్డు చెయ్యడం వల్ల ప్రకటనలో uniformity of presentation, చెప్పదలుచుకున్న సమాచారంలో తప్పులు లేకుండా జాగ్రత్తపడటం, తయారీలో రకరకాల సాధనాలను, special effects వాడటం కుదురుతుంది. అయితే, ముందుగా రికార్డు చెయ్యకుండా అప్పటికప్పుడు చూపించటంలో కూడా కొన్ని లాభాలు లేకపోలేదు. ఉదాహరణకు: వస్తువుల రేట్లు, ఎక్కడెక్కడ దొరుకుతాయో మొదలైన వివరాలు చూపించగలగడం, ఇలాంటి సందేశాల్లో మార్పుల్ని ఎప్పటికప్పుడు చెప్పగలగటం live presentations లో తేలికైనపని. అశుధారగా వచ్చే ప్రకటన లోని credibility, immediacy కూడా ఆ ప్రకటన, వస్తువు విలువని పెంచుతాయి.

ప్రకటనల తయారీలలో ఈ కింది వైవిధ్యాలను మనం గమనిస్తాం.

- అమ్మకానికి సంబంధించిన సందేశాలను రెండు, మూడు - వేరే వేరే వ్యక్తుల ద్వారా లేక కంఠాల ద్వారా వినిపించటం (ఉదా॥ Parachute Coconut Oil)

- ఇంటర్వ్యూ పద్ధతి (ఉదా: Aerial Washing Powder)
- నాటకీయత (ఉదా: Captain Cook)
- సంగీత ప్రధానంగా ఉండేవి (ఉదా: Uncle chipps; VIP luggage)
- Voice-over లో క్రియాత్మకంగా ఉండేవి (ఉదా: CEAT Tyres)
- ఎలక్ట్రానిక్ స్పెషల్ ఎఫెక్ట్సు (ఉదా: Sundrop Oil)
- యదార్థాన్ని మార్పుచెయ్యకుండా చూపించేవి. (ఉదా: National Literacy Mission; Camey Soap)
- నిశ్చల చిత్రాల పొందిక (Still Picture Sequences) (ఉదా: Harrison Locks)
- కదిలే బొమ్మల రూపకల్పన (Animation) (ఉదా: Top Ramen Noodles)
- తోలుబొమ్మలు (ఉదా: BPL Vacuum Cleaner)

పైవన్నీ మిశ్రమంగా ఉన్నవి (ఉదా: Rasna Soft Drinks)

వాణిజ్య సందేశాలను ఒకే ప్రకటనలో రెండు, మూడు వేరేవేరే కంఠాల ద్వారా వినిపించటం వల్ల ఒక సందేశానికీ, రెండో సందేశానికీ ఉండే తేడా మరింత స్పష్టంగా తెలుస్తుంది. ఒకటే సందేశమైతే దాన్ని రకరకాల కంఠాల ద్వారా గానీ వ్యక్తుల ద్వారా గానీ వింటే ఆ సందేశం మరింత బలంగానూ, సమ్మిశ్రితంగానూ ఉంటుంది. వస్తువుల వాడకంలో ఉండే సులువులు, లాభాలు వాటిని ప్రత్యక్షంగా వాడే వ్యక్తులను 'ఇంటర్వ్యూ'చెయ్యడం ద్వారా చెప్పించడం వల్ల, ప్రేక్షకుల మీద ప్రభావం ఎక్కువ. నాటకీయత వల్ల ప్రకటనలను జనరంజకంగా తీర్చిదిద్దగలుగుతాం. అలాగే సంగీత ప్రధానంగా మన ప్రకటనల్ని తయారు చేస్తే జంత్ర లేదా గాత్ర ప్రధానంగా, అవి మరింత ఆత్మీయతను గలిగి ప్రేక్షకులలో భావైక్యాన్ని ఏర్పరిచేందుకు తోడ్పడతాయి. క్రియాత్మకంగా (action oriented) ఉండే ప్రకటనల ద్వారా ఆ వస్తువు యొక్క లక్షణాలు ప్రస్ఫుటంగానూ, ప్రత్యక్షంగానూ తెలియజెప్పగలం. టెక్నాలజీలో వచ్చిన అభివృద్ధి వలన special effects, మ్యాజిక్‌లతో కూడిన visuals ఈ మధ్య ప్రకటనల్లో ఎక్కువౌతున్నాయి. ఇందువల్ల ప్రజలను ఆశ్చర్యపరచి ఆకట్టుకోగలం. యదార్థ సీనులు యథాతథంగా చూపించటం వలన ప్రకటనలోని కథావస్తువుకు గౌరవం, విశ్వసనీయత పెరిగి ప్రజలు ఆ ప్రకటనలోని సందేశాన్ని అనుసరించేందుకు దోహదం చేయగలుగుతాం.

నిశ్చల చిత్రాల పొందిక ద్వారా సమకూర్చే ప్రకటనలు పొదుపుగా తయారు చేయగలగటమే కాకుండా, వాటి ద్వారా కొన్ని వస్తువుల రూపు రేఖలు, వాటి లక్షణాలు స్పష్టంగా ప్రేక్షకులకు చూపించగలం. కదిలే బొమ్మలు, కార్టూన్ల ద్వారా ముఖ్యంగా పిల్లల మనస్సుని ఇట్టే ఆకట్టుకోవచ్చు. అందుకే పిల్లలకి సంబంధించిన చాలా ప్రకటనల్లో తరచు కార్టూన్లు వాడటం గమనించే ఉంటారు. అలాగే తోలు బొమ్మలు (puppets) కూడా ప్రకటనలోని కథావస్తువుపట్ల ఉత్సుకత జనించేట్లు మలిచేందుకు ఉపయోగపడతాయి. కొన్ని ప్రకటనల్లో పై చెప్పిన విధానాలలో నాలుగైదింటిని మిశ్రమంగా వాడుకుని తయారు చేయటం కూడా మనం గమనిస్తాం.

3. **అమ్మకపు దృష్టి:** వస్తువులను అమ్మించగలగటమే వాణిజ్య ప్రకటనల ముఖ్యోద్దేశం అని ఇదివరకే చెప్పుకున్నాం. అయితే ఈ ఉద్దేశాన్ని నెరవేర్చుకునేందుకు ప్రకటనలు అవలంబించే మార్గాలు వేరుగా ఉంటాయి. కొన్ని శీఘ్ర ఫలితాల్ని (immediate results) సాధించటానికి ప్రయత్నిస్తే, మరికొన్ని ఉత్తరోత్రా వచ్చే ఫలితాల్ని (long term results) దృష్టిలో పెట్టుకుని తయారు చేయబడతాయి.

BRAOU

ఇంకొన్ని కేవలం ప్రేక్షకుల మనస్సుల్లో సద్భావాన్ని పుట్టించేవిగా ఉంటాయి. కొన్నిట్లో మనకి అమ్మకానికి తోడ్పడే సందేశం ప్రత్యక్షంగా, కొట్టొచ్చినట్లు కనపడితే, మరి కొన్నిట్లో అది పరోక్షంగానూ, అంతర్గతంగానూ ఉంటుంది.

వస్తువు పేరుని మరీ, మరీ చెప్పటం, దాని చిత్రాన్ని ప్రకటనలో చాలాసార్లు తిరిగి, తిరిగి చూపించటం వల్ల దానిని ప్రేక్షకుల మనస్సుల్లో హత్తుకునేట్లు చెయ్యటం, అందువల్ల, మనం బజారుకి వెళ్ళినప్పుడు ఆ వస్తువును కొట్లో చూడగానే మనం వెంటనే గుర్తుపట్టటం జరుగుతూంటుంది. ప్రకటన ద్వారా పరిచయం ఉండటం వల్ల, కొనేటప్పుడు ఆ బ్రాండునే కొనటానికి మొగ్గుతాం, వేరే మనకి తెలీని బ్రాండుల కన్నా (ఉదా॥ Uncle Chips).

బ్రాండు పేరుని మాత్రమే బల్లగుద్దినట్లు చెప్పటమే కాకుండా, చాలా ప్రకటనల్లో మనకి ఆ బ్రాండుని ఎందుకు కొనుక్కోవాలో, అందువల్ల మనకి కలిగే సత్ఫలితమేమిటో బలంగా నచ్చచెప్పే సమాచారం కూడా కనిపిస్తుంది. ఇలాంటి సమాచారాన్ని సాధారణంగా నాటక ఫక్కీలో గానీ, అదివరకే ఈ వస్తువుని వాడి తృప్తిచెందిన వ్యక్తుల నుంచి వచ్చే సమర్థనా వాక్యాలుగా గాని (ఉదా॥ Green Valley Frozen Foods) వస్తువు యొక్క ప్రయోజనాన్ని ప్రయోగాత్మకంగా చూపించటం ద్వారాగానీ (ఉదా: Rin Washing Powder), ఏదైనా చిరాకైన సమస్యకి ఆ వస్తువు పరిష్కారమార్గం అని కానీ (ఉదా॥ Clearasil Cream), ఆ వస్తువును మిగతా బ్రాండులతో పోల్చి, దాని విశిష్టతను నిరూపించి చూపించటం ద్వారాగానీ (ఉదా: Captain Cook Salt) మనకి అందించటం జరుగుతుంది.

హాస్యధోరణి ప్రధానంగా ఉండే ప్రకటనలు ఒక ప్రత్యేక కోవకి చెందినవి. ఇలాంటి ప్రకటనలు జనరంజకం అవుతున్నాయని అనిపిస్తుంది. ఉదా॥ Savlon Antiseptic lotion; Sil Jams; Johnson & Johnson Band Aid. సాదాసీదాగా ఉండే ప్రకటనల కన్నా హాస్యంతో మిళితమైన ప్రకటనలకి ప్రేక్షకుల దృష్టిని ఆకట్టుకునే శక్తి ఎక్కువ. పైగా పీటి ధోరణి, టివీలో వచ్చే కార్యక్రమాలలాగానే, జనరంజక ప్రధానమై ఉండటం వల్ల వాటితో సులువుగా కలిసిపోయి, ప్రజలకు మరింత అంగీకారపరంగా వుండగలుగుతాయి. అందువల్ల మనకు వాణిజ్య ప్రకటనలంటే సహజంగా ఉండే చిరాకు తగ్గి అవంటే ఇష్టపడే అవకాశం కూడా కలుగుతుంది. అయితే, అవే జోకులు మళ్ళీ మళ్లీ విన్నా, చూసినా నవ్వు రాదుకదా, అందుకని ఒకే బ్రాండుకి సంబంధించిన హాస్య ప్రకటనల్ని ఒక పరంపరలాగా తీసి వాటిని మార్చి మార్చి చూపించటం కూడా కద్దు.

ఏది ఏమైనా హాస్య ప్రకటల్ని చూడటం అంటే సాధారణంగా అందరూ ఇష్టపడతారు. మనం ఏ ప్రకటనల్ని చూడడానికి ఇష్టపడతామో ఆయా ప్రకటనల్లో చూపించిన వస్తువులంటే కూడా ఇష్టపడి వాటి అమ్మకాలు పెరుగుతాయి అని పరిశోధనలవల్ల రూఢిగా తెలుస్తోంది. అయితే విచిత్రమేమిటంటే, మనకి విపరీతమైన చిరాకునీ, విసుగునూ కలిగించే ప్రకటనలు కూడా ఆయా వస్తువుల అమ్మకాల్ని పెంచుతాయని (as a second best) అని కూడా పరిశోధనలు తెలుపుతున్నాయి!

14.3 ప్రకటనల ప్రణాళిక (Planning of Commercials)

ప్రకటనా రచనను ప్రణాళికను రూపొందిచేటప్పుడు ముందుగా మనం తెలుసుకోవలసిన విషయాలు కొన్ని ఉన్నాయి. ఆ వస్తువుకి సంబంధించిన పూర్తి వివరాలు, లక్షణాలు, చెప్పుకోదగ్గ సులుపులు, మంచితనాలు. ఈ వస్తువు యొక్క ఏదైనా ప్రత్యేకత మీద కేంద్రీకరించి ప్రకటనను రూపొందించగలమా? అసలు ఈ వస్తువు ఏ విధంగా ప్రజల్ని ఆకట్టుకోగలదు - దాని ధరవల్లా, వాడకంలో ఉండే సులువులల్లా, లేక దాని సౌందర్యం వల్లా? ఈ వస్తువు యొక్క విశిష్టత ఏమిటి? ఈ వస్తువులో ఏమైనా లోటుపాట్లు వుంటే వాటని మన ప్రకటనలో ఏ విధంగా కప్పిపుచ్చవచ్చు లేక తెలివిగా వాటిని మలిచి చెప్పవచ్చు.

BRAOU

పై విషయాలన్నిటితో బాటు ప్రకటనా రచయితలు ముఖ్యంగా గ్రహించవలసినది ఆయా ప్రకటనలకు ఉద్దేశించిన ప్రేక్షకులు ఎవరు అనేది. రాత్రి సమయాల్లో primetime లో ప్రదర్శించే కార్యక్రమాలతో బాటు చూపించే ప్రకటనలైతే వాటిని అన్ని తరగతుల వారూ, పిన్నలూ పెద్దలూ అందరూ చూస్తారు. అందుచేత అలాంటి ప్రకటనల్ని ఏదో ఒక తరహా ప్రేక్షకులకే కాకుండా సార్వజనీనంగా ఉండేటట్లు రూపొందించవలసి ఉంటుంది. అలాకాక, మధ్యాహ్నం వేళల్లో చూపించే మహిళా కార్యక్రమాల్లో ఉండే ప్రకటనలైతే గృహిణులను ఆకర్షించేటట్టుగానూ, క్రీడా కార్యక్రమాల్లో వచ్చే ప్రకటనల్ని యువతీ యువకులకు, కార్టూన్లు మొదలైన పిల్లల కార్యక్రమాలను అనుసరించి వచ్చే ప్రకటనల్ని పిల్లలకి నచ్చేటట్లు రూపొందించవలసి వుంటుంది.

చాలా ప్రకటనల్లో ఒక నిర్దిష్టమైన కీలకమైన అమ్మకపు అంశాన్ని (key selling point) ఎంచుకుని, దాని మూలాధారంగా మొత్తం విషయం రూపొందించటం జరుగుతుంది. ఉదాహరణకు 'Lifebouy Soap' యొక్క ప్రకటనలన్నీ కూడా చాలా కాలంగా "అవి ఆరోగ్యానికి మంచివి" అన్న విషయం మీదనే కేంద్రీకృతమై నిర్మించబడ్డాయి. మరి యే ఇతర సమాచారాలు ఆ ప్రకటనల ద్వారా మనకి చెప్పబడవు. ఈ విధంగా ఒకే విధంగా ఒకే ఒక కీలకమైన అంశాన్ని నొక్కి చెప్పటం వల్ల ప్రేక్షకుల మనస్సుల్లో ఆ అంశానికి ఆ వస్తువుకు అవినాభావ సంబంధం ఏర్పడి, ఆ వస్తువు చెరగని ముద్రలా ఉండిపోయే అవకాశం కలుగుతుంది.

అన్నిటికన్నా ముఖ్యంగా ప్రేక్షకులను ఏదో విధంగా ఆయా వస్తువులను అధికంగా కొనేటట్లు చెయ్యటమే వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రథమ కర్తవ్యం అని ఇదివరకు చెప్పుకున్నాం కదా. ప్రకటనల్లో ఈ విధమైన ఒప్పించే శక్తిని జొప్పించటానికి రచయితలు కింది మార్గాలు అవలంబిస్తారు:

1. **ప్రప్రథమంగా ప్రేక్షకుల దృష్టిని ఆకట్టుకోవటం:** ఇది ప్రకటనా రచనలోని అతి క్లిష్టమైన పని. ఇందుకని అందమైన అమ్మాయిల్ని ప్రకటనల్లో నమూనాలుగా వాడుకోవటం ప్రపంచవ్యాప్తంగా అనుసరిస్తున్న పద్ధతి. ముఖ్యంగా సినీ తారల్ని, ఉచ్ఛస్థితిలో ఉన్న క్రీడాకారుల్ని, కళాకారుల్ని ప్రకటనల్లో చూపించితే, అలాంటి ప్రకటనలు జనాదరణ పొందుతాయని అందరికీ విదితమే. అదే విధంగా చంటి పిల్లలు, జంతువులు కూడా ప్రేక్షకుల దృష్టిని ఇట్టే ఆకట్టుకుని ఆయా ప్రకటనలు జనరంజకం అయ్యేందుకు దోహదం కలుగుతుంది.

2. **ప్రకటించే వస్తువు ఆవశ్యకతను నిరూపించటం:** నేటి నాగరిక జీవితంలో ప్రతిమనిషికి రోజువారీగా ఉండే అవసరాలు తీరేందుకు రకరకాలైన వాణిజ్య వస్తువులు తోడ్పడతాయి కదా. ఈ నిత్యావసరాలన్నింటికీ వెనుక ఉండే 'తృష్ణలు' ఈ విధంగా చెప్పుకోవచ్చు.

- వ్యక్తి భద్రత: **(Self preservation)** మన ఆరోగ్యం, మన జీవితం, మన ఆస్తిపాస్తుల యొక్క వృద్ధి, రక్షణ. ఈ తృష్ణకి అనుకూలమైన వస్తువులు: మందులు, టానిక్కులూ, ఇన్సూరెన్సు పథకాలు, పెట్టుబడులకు సంబంధించిన పథకాలు మొదలైనవి.

- సుఖజీవితం: నిత్య జీవనంలో సుఖాన్ని, సునాయాసాన్ని కలిగించే వస్తువులూ, పద్ధతులూ వగైరా అందరూ కోరుకుంటారు కదా. రుచికరమైన ఆహారాలు, గృహోపయోగమైన వస్తు సామగ్రి, వాహనాలు, వగైరాలు ఈ కోవకి చెందినవి.

- సాంఘిక పరపతి **(social prestige)** : ప్రతీమనిషికీ సంఘంలో తన ప్రాముఖ్యత గుర్తింపు చెందాలనీ, నలుగురూ తనను మెచ్చుకోవాలనీ ఉంటుంది. ఇందుకు తోడ్పడే వాణిజ్య వస్తువులు, మంచి బట్టలు, మన సౌందర్యాన్ని పెంచే సబ్బులు, పౌడర్లు, నగలు, స్థాయీ గౌరవ సంకేతాలుగా చెలామణీ అయ్యే సామగ్రి వగైరా.

ఆయా వస్తువుల నైజాన్ని బట్టి 'వాటి ఆవశ్యకతను ప్రజలకి తెలియబరచవలసిన అవసరం ఎంతమటుకు' అన్నది ఆధారపడి వుంటుంది. ప్రకటనల అవసరం లేకుండానే మనకి నిత్య జీవితంలో చాలా వస్తువులు అవసరం పడటం, వాటిని నిత్యం కొంటూ వుండటం మామూలేకదా. ఉదాహరణకు చీరల విషయం తీసుకుందాం. అవి

BRAOU

స్త్రీలందరికీ ఎలాగూ అవసరమే. అందుచేత చీరలకు సంబంధించిన ప్రకటనల్లో వాటి అవసరాన్ని గురించి ప్రత్యేకించి చెప్పనక్కర్లేదు. అయితే, ఆ బ్రాండు పేరుతో ఉన్న చీరలు లేక ఆ షాపులో దొరికే చీరలు విశిష్టమైనవనీ, మన్నిక గలవనీ, అందమైనవనీ, లేక చవక అనీ ప్రచారం చెయ్యటం అవసరం. ఇది ఇలా ఉండగా, కొన్ని వస్తువుల విషయంలో మాత్రం వాటి ఆవశ్యకతని గురించి మనం ప్రత్యేకించి చెబితేకానీ సామాన్య ప్రజలకి అర్థం కాదు. త్రాగేనీటిని శుభ్రపరిచేందుకు తోడ్పడే Water Filters, శరీరంలోని క్రొవ్వు పదార్థాన్ని పెంచకుండా వాడదగిన కొన్ని రకాల వంటనూనెలు వగైరా ఈ కోవకి చెందుతాయి. అందుచేత అలాంటి వస్తువుల యొక్క ప్రకటనల్లో వాటి ఆవశ్యకతను ప్రత్యేకించి చెప్పడం మనం గమనిస్తాం.

ఒకసారి ఆవశ్యకతను నిర్దిష్టం చేసిన తరువాత, ప్రకటన ద్వారా మనం చెయ్యవలసినది - ఈ ఆవశ్యకతను ఈ వస్తువు "మరి ఏ ఇతర వస్తువులకన్నా కూడా మిన్నగా తీర్చగలదు" అన్న విషయం. ఈ విషయాన్ని స్పష్టంగా చెప్పటానికి ప్రదర్శన పద్ధతి చాలా బాగా తోడ్పడుతుంది. ఆ వస్తువుని వాడే తీరు, వాడటం వల్ల వచ్చే ఫలితం, అదే పనికి వేరే బ్రాండు వస్తువుని వాడితే వచ్చే నష్టం మొదలైనవి ప్రత్యక్షంగా ప్రజలకి చూపించడం ఈ పద్ధతి ద్వారా. ముఖ్యంగా కొన్ని బట్టల సబ్బుల ప్రకటనలు, Captain cook salt వగైరాలు ఈ పద్ధతిని అవలంబించటం మీరు గమనించే వుంటారు. టెలివిజన్ మాధ్యమం చిత్ర ప్రధానమైనది కనుక ఈ ప్రదర్శన పద్ధతి టీవీ ప్రకటనలకు చక్కగా సరిపోతుంది. (రేడియో ప్రకటనలకు అంతగా కుదరదు.)

పేరు ప్రఖ్యాతులున్న వ్యక్తులు ప్రకటన ద్వారా ఆ వస్తువుకి మద్దతు ఇవ్వడం మరొక కిటుకు. అందుకనే తలనూనెలు, పౌడర్లు, సబ్బుల ప్రకటనల్లో అందమైన అభినేత్రులు మనకి తరచు కనిపిస్తూంటారు. అలాగే మరి కొన్ని ప్రకటనల్లో ప్రముఖ క్రీడాకారుల్ని, కళాకారుల్ని వాడుకుంటారని కూడా మనం ఇదివరకే గ్రహించాం. సిఫారిసు అన్నది ప్రముఖ వ్యక్తుల నుంచే కాకుండా, సంస్థల నుంచి కూడా ఉండవచ్చు. ISI సర్టిఫికేట్, ISO 9000, మొదలైన సిఫారసులు ప్రకటనల్లో తరచు వాడుకోవటం గమనించతగ్గ విషయం.

14.4 ప్రకటనా రచన (Scripting of Commercials)

ప్రణాళిక దశలోనే రచయితలు ప్రకటనలకి సంబంధించిన చాలా విషయాల గురించి నిర్ణయాలు తీసుకుంటారు అని చదివాం. దాన్ని సమర్పించే విధానం (ఒక Announcer ద్వారానా, నాటక ఫక్కీలోనా, ప్రయోగాత్మకంగానా లేక మరో శైలితోనా); ఆ వస్తువు యొక్క కీలకమైన అమ్మకపు అంశం (key selling point) ఏమిటి; అది ఏ విధంగా నొక్కి చెప్పాలి; మరి ఏవైనా లోటు పాట్లుంటే వాటిని ఏ విధంగా సమర్థించవచ్చు మొదలైనవి. తదుపరి, ప్రకటన యొక్క ప్రతిని రచించటం మొదలవుతుంది. ప్రకటన యొక్క రూపాన్ని (format) నిర్ణయించుకోవటం ఒక ఎత్తైతే, విషయాన్ని నలుగురికీ నచ్చేటట్టు చెప్పటం, దానికి తగ్గ పదాలు, శబ్దాలు, చిత్రాలు సమన్వయం చేసుకోవటం మరింత క్లిష్టతరమైన పనికదా.

1. ప్రకటించే వస్తువు ప్రజల మనస్సుల్లో హత్తుకుపోయి, వారికి ఆ వస్తువు పూర్తిగా జ్ఞాపకం ఉండేటట్టు చేయడం కోసం దాని పేరు, రూపు ప్రకటనల్లో పదేపదే చెప్పటం, చూపించటం జరుగుతుందని చెప్పుకున్నాం కదా. ఇలాంటి పునరుక్తి వల్ల చూసే వాళ్లకు విసుగు పుట్టవచ్చు కానీ, వస్తువుని మాత్రం వాళ్ళు మరచిపోలేరు. అలాగే చక్కని సంగీతం, పాటల ద్వారా కూడా ఇదే ఫలితాన్ని పొందవచ్చు. ప్రకటనల్లో వచ్చే పాటల్ని (ముఖ్యంగా పిల్లలు) తేలికగా వంటపట్టించుకుని కూనిరాగాలుగా వల్లిస్తూ వుండటం ఇందుకు తార్కాణం. ఇకపోతే, ఒక బ్రాండుకి సంబంధించిన వస్తువు ఏదైనా slogan ద్వారా ముడిపెట్టి చెప్పటం మూడో పద్ధతి. ఉదా॥ "లైఫ్‌బాయ్ హైజహా తందురుస్తీ హై వహా"; Amul chocolate – A Gift for someone you love."

2. ప్రజల్ని ఆయా వస్తువులు వెంటనే కొనేందుకు ప్రోద్బలం చేసేందుకు ఉద్దేశించిన ప్రతుల్ని చర్యప్రతి (action copy) అంటారు. ఇలాంటి action copy లు రాసేటప్పుడు రచనలో 'స్పష్టత' అతి ముఖ్యమైన అవసరంగా గమనించాలి. సరళమైనవి, వ్యావహారికమైనవిగా ఉండే పదాలు, మాటలు

BRAOU

వాడటం వల్ల ప్రజలు ఎటువంటి ప్రయాసలేకుండా ప్రకటనను, దానిలోని సందేశాన్ని అర్థంచేసుకోగలరు కదా. అయితే రచయితలు చాలాసార్లు ప్రకటనల్లో కావాలనే క్లిష్టమైన సాంకేతిక పదాలు (technical terms) సందర్భానుసారంగా వాడుతుంటారు (ఉదా॥ ఫలానా tooth paste లో 'flouride' వుందనీ; ఫలానా వంటనూనెలో Polyunsaturated fats' వుండటం వల్ల అది ఆరోగ్యానికి మంచిదని). ఈ సాంకేతిక పదాల అర్థం ప్రజలకి అంతగా తెలియక పోయినప్పటికీ, అలాంటి పదాలు వాడటం వల్ల ప్రకటనకీ, ఆయా వస్తువులకీ గౌరవం, ఆదరణ పెరుగుతుంది. చూసేవారి దృష్టిలో. ఇలాంటి సందర్భాల్లో కూడా, ప్రకటన యొక్క సందేశంలోనూ, కథావస్తువులోనూ స్పష్టత లోపించకుండా తగు జాగ్రత్త తీసుకోవాలి.

3. పదాల ఎంపికలో, అవి వస్తువు యొక్క గుణ గణాలకు సరిగా సరిపోయేటట్లు, పెడర్థాలు రాకుండానూ ఎంపిక చేసుకుని వాడటం ఎంతైనా అవసరం. వాణిజ్య ప్రకటనలకి సంబంధించిన పరిశోధనల ద్వారా తెలిసిందేమిటంటే కొన్ని పదాలు, మాటలు అమ్మకాల్ని పెంచటంలో ప్రత్యేకమైన శక్తిని చూపించగలవని. ఇలాంటి పదాలు సందర్భానుసారంగా ప్రకటనల్లో వాడితే ప్రకటన యొక్క అమ్మకపు శక్తిని మరింత ఇనుమడింపజేసే అవకాశం ఎక్కువవుతుంది. ఇలాంటి కోవకి చెందే పదజాలంలో ఈ కిందివి గమనించండి:

"introducing for the *first time* (in India) ...."

"New"

"Sensational"

"Last Chance"

"Natural"

"Latest"

"Direct from *Japan*"

"recommended by *Doctors*"

"With *foreign* collaboration"

"*Hundred percent pure*"

BRAOU

4. వాణిజ్య ప్రకటనల రచనా ప్రక్రియ టీవీకోసం రచించే మిగతా రచనల మాదిరిగానే 'Story Board' పద్ధతి లో రాయవలసి ఉంటుంది. 'Story Board' ని గురించి మీరు ఈ కోర్సులోని పూర్వపు భాగాల్లో తెలుసుకున్నారు. అదే పద్ధతిలో ప్రకటనా రచన కూడా పేజీకి ఎడమ భాగంలో చిత్రాల ఫ్రేములను, కుడి భాగంలో వాటి కెదురుగా ఆయా చిత్రాలతో బాటుగా ఉండే మాటలు, శబ్దాలను, నేపథ్య సంగీతాన్ని గురించి రాసుకోవాలి. ఈ విధంగా రచన పూర్తి చేసుకున్న తరువాత దాన్ని పునఃపరిశీలన చేసుకోవటం ఎంతైనా అవసరం. ఈ పునఃపరిశీలన చేసేటప్పుడు ఈ కింది ప్రశ్నలను మీలో మీరు వేసుకుని, వాటి దృష్ట్యా మీ రచనను విమర్శించుకోండి:

- ఈ రచన ప్రేక్షకులను ఆకర్షించగలదా?
- ప్రకటించే వస్తువును ఆకాంక్షించేందుకు వీలుగా దాన్ని గురించి ప్రేక్షకుల మనస్సులో బలమైన ముద్ర వేయగలిగానా?
- వస్తువు యొక్క, గుణగణాలను క్రియాత్మకంగా ప్రకటనలో చూపించానా?
- వస్తువు యొక్క కీలకమైన అమ్మకపు అంశం (key selling point) మీద కేంద్రీకృతం చేసి, మిగతా బ్రాండులకన్నా ఇది ఉత్కృష్టమైనది అన్న విషయం స్పష్టంగా తెలియజేయగలిగానా?

ఇవిగాక, అన్నిటికన్నా ముఖ్యంగా, మనం ఇదివరకే చాలాసార్లు చెప్పుకున్నట్లు, వాణిజ్య ప్రకటనల అంతిమ ఆశయం ఆయా వస్తువుల అమ్మకాన్ని, వాడకాన్ని వృద్ధి చేయించటమే కదా. ఎందుకోసం మీ ప్రకటనను హాస్యంగా తయారు చెయ్యవచ్చు, నాటక ఫక్కీలో నడిపించవచ్చు, లేక వీనుల విందుగా సంగీత ప్రధానంగానూ, కళాత్మకంగానూ తీర్చిదిద్దవచ్చు. ఏదిఏమైనా, ఆ ప్రకటన పై లక్షణాలను మాత్రం గొప్పగా ప్రదర్శించి, వస్తువుల అమ్మకంలో మాత్రం తోడ్పడలేకపోతే, అలాంటి ప్రకటన - నిష్ప్రయోజనమే అవుతుంది కదా. అందుచేత కేవలం ప్రేక్షకుల ప్రశంసల్ని మాత్రమే ధ్యేయంగా పెట్టుకుని ప్రకటనారచనకు పూనుకోవటం పొరపాటే అవుతుంది. ఒకోసారి మీ ప్రకటన యొక్క నిర్మాణ విలువల్ని, అందులో జొప్పించిన electronic special effects, మాజిక్‌లు, మ్యూజిక్‌లు బ్రహ్మాండంగా ఉండి ప్రేక్షకుల్ని సమ్మోహితులుగా చేయవచ్చు. కానీ అట్టి సమ్మోహనాస్త్రాల వల్ల అసలు వస్తువుని గురించిన సమాచారం, దాని పేరు, రూపురేఖలు మరుగున పడే ప్రమాదం కూడా వుంది. ఇలాంటి చిక్కుల్ని కూడా దృష్టిలో పెట్టుకుని ప్రకటనా రచయితలు తమ కార్యక్రమాన్ని చేపట్టితే, వారు సృష్టించే ప్రకటనలు ప్రజానీకం మీద, వాణిజ్య ప్రపంచం లోనూ విజయం సాధిస్తాయి.

14.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- వాణిజ్య ప్రకటనలలో కనిపించే కళాత్మకత, భావనా పటిమ, రచనా పటిమ, ప్రేక్షకులను ఆకట్టుకునే లక్షణాలు మామూలు కార్యక్రమాలలోకన్నా ఎక్కువగా కనిపిస్తాయి.
- వాణిజ్య ప్రకటనల్లో వాడే నిర్మాణరూపాన్ని బట్టి, రచనా విధానాన్ని బట్టి టెలివిజన్‌లో కన్పించే ప్రకటనలు పలు రకాలుగా విభజించవచ్చు. Ad. spots, time checks, sponsored programmes వంటివి కొన్ని ప్రధాన వాణిజ్య ప్రకటన రూపాలు. వీటిల్లో ప్రకటన నైజం, పరిధిలో వైవిధ్యం చూస్తాం.
- నిర్దేశిత (target) ప్రేక్షకులు ఎవరు, ప్రకటన వస్తువు మంచి చెడులు అన్నవి ముందుగా బేరీజు వేస్తారు. ఇది ప్రకటన రూపకల్పనలో మొదటి దశ. దీన్నే ప్రకటన ప్రణాళికగా గుర్తించాం.
- ప్రకటన రచనలో మెలుకువల్ని గ్రహించాం. విషయాన్ని నలుగురికి నచ్చేట్టు చెప్పటం, దానికి దగ్గ పదాలు, శబ్దాలు, చిత్రాలు సమన్వయం చేయటం ప్రకటన రచనలో అంశాలని గుర్తించాం.

BRAOU

14.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రకటనల రచనలో రచయిత పరిశీలించదగిన కీలకమైన అంశాలను చర్చించండి.
2. వాణిజ్య ప్రకటనలలో అమలులో ఉన్న పద్ధతులను కొన్నింటిని సోదాహరణంగా ప్రస్తావించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రకటనల రూపకల్పనలో కన్పించే వైవిధ్యాలు ఏవి.
2. ప్రకటనల రూపకల్పనలో నిర్దేశిత ప్రేక్షకులు (target audience) ప్రస్తావన సందర్భాన్ని, ప్రాముఖ్యాన్ని గుర్తించండి.

భాగం 15 వీడియో కార్యక్రమాల స్వభావం

విషయ క్రమం

15.0 ఉద్దేశం

15.1 ప్రవేశిక

15.2 వీడియోకి రాయడం ఎలా?

అభ్యాసం

15.3 పరస్పరచర్యానైజం

అభ్యాసం

15.4 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

15.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

15.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత ఈ కింది అంశాలను గురించి అవగాహన చేసుకుంటారు.

- వీడియోకి రాయడం
- పరస్పర చర్యల నైజం

BRAOU

15.1 ప్రవేశిక

భారతదేశంలో 1980వ దశకాన్ని వీడియో విజృంభణగా పేర్కొనవచ్చు. 1982 'ఆసియాడ్' తరువాత వీడియో కార్యక్రమాలు విస్తరణ వేగాన్ని పుంజుకున్నాయి. వీడియో గేమ్సు, పార్లర్లు, వీడియో బస్సులు ఇలా ఎన్నో విధాలుగా పట్టణ ప్రాంతాల నుంచి పల్లె ప్రాంతాల వరకూ దర్శనమిస్తాయి. అంతేకాదు, పారిశ్రామికరంగంలో, విద్యా, వైద్య రంగాలలో కళాసాంస్కృతిక రంగాలలో వీడియో కార్యక్రమాలు విరివిగా వినియోగించబడుతున్నాయి. ఇటు ప్రేక్షకులకు వినోదాన్ని అటు విద్యార్థులకు విజ్ఞానాన్ని అందిస్తున్న ఈ వీడియో కార్యక్రమాల వెనుక ఎంతో మంది కృషి, శ్రమ ఉంటాయి. వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో కార్యక్రమ నిర్మాతలు, రచయితలు, విషయ నిపుణులు, కళాకారులు, సాంకేతిక నిపుణులు, సిబ్బంది, కలిసి ఒక బృందంగా పనిచేస్తారు. ఈ భాగంలో స్థూలంగా రచయిత వీడియో కార్యక్రమ రచన ఎలా చేస్తాడో తెలుసుకుందాం.

15.2 వీడియోకి రాయడం ఎలా

దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాలను రెండుగా విభజించవచ్చు. ప్రసార కార్యక్రమాలు. ప్రసారేతర కార్యక్రమాలు. మొదటి వానిలో టెలివిజన్, వీడియోలకు రాయడంలో చాలా మటుకు సారూప్యతలే కన్పించినా కొన్ని వైవిధ్యాలు లేకపోలేదు. ఈ దృష్ట్యా వీడియోకు రాయడాన్ని గురించి ప్రత్యేకించి చర్చ అవసరం.

వీడియోకి రాయడం కూడా చూడటానికి, వినడానికి రాయడమే. చిత్రీకరించవలసిన చిత్రాలకు అనుగుణంగా శ్రవ్యాన్ని ప్రేక్షకులకు అందజేయడం కోసం రాయడం. వీడియో మాధ్యమానికి రాయడం సంక్లిష్టమైన ప్రక్రియ. స్క్రిప్టు ఎన్నో మార్పులు, మరెన్నో చేర్పులకు లోనవుతూ, చివరిదశలో కెమెరా స్క్రిప్టుగా రూపొందుతుంది.

రచయిత రచనా ప్రక్రియకు పూర్వం విషయాన్ని గురించి సంపూర్ణంగా పరిశోధన చేయాలి. రచన

ప్రారంభించే ముందు ఈ కింది అంశాలను చాలా జాగ్రత్తగా పరిశీలిస్తూ, పరిగణనలోకి తీసుకుంటూ ఉండాలి. అవి:

(1) **ప్రేక్షకుల నమూనా లేదా రూపం :** ఈ కార్యక్రమం ఎవరికోసం? లేదా ఏ విద్యాస్థాయి ప్రేక్షకులకోసం, సామాజిక, సాంస్కృతిక ఆర్థిక పూర్వరంగం ఏమిటి, వారి అభిరుచులు ఎలా ఉన్నాయి. వారి వయస్సు మొదలైన వాటి గురించి పరిశోధన.

(2) **కార్యక్రమ లక్ష్యం :** రూపొందించవలసిన కార్యక్రమం, విద్యకు సంబంధించినదో లేదా వినోదానికి సంబంధించినదో అయితే అది సాధారణ లక్ష్యం కావచ్చు. కాని ప్రత్యేక లక్ష్యాన్ని మాత్రం గుర్తించాలి లేదా నిర్ణయించాలి. ఉదాహరణకు విద్యాసంబంధమైన వీడియో కార్యక్రమం విద్యార్థుల అధ్యయనానికి ఉపకరిస్తుంది. అలాగే వయోజన విద్యా వీడియో కార్యక్రమాన్ని తీసుకున్నట్లయితే పౌరులలో కుటుంబనియంత్రణ గురించి ప్రేరణ కలిగించడానికి. ఇలా ప్రత్యేక లక్ష్యాలను నిర్ణయించుకోవాలి.

(3) **సమాచారసేకరణ/వాస్తవికత :** రచయిత ఒక క్రమపద్ధతిలో విషయ సమాచార సేకరణ చేసి వరుసక్రమంలో ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. ఎందుకంటే స్క్రిప్టు తయారుచేయడానికి ఎన్నో వనరులను వినియోగించాల్సి ఉంటుంది. అవి పుస్తకాలు, గ్రాఫిక్స్, ఫిల్మ్‌క్లిప్స్, చార్టులు, చిత్రాలు మొదలైనవి. ఇలాంటి వనరుల వినియోగం రచయితకు తప్పనిసరి. సేకరించిన సమాచారం వాస్తవికమైనదా కాదా అన్న విషయాన్ని శ్రద్ధతో పరిశీలించాలి.

(4) **ట్రీట్‌మెంట్ :** విషయానికి సంబంధించిన సమాచారసేకరణ పూర్తికాగానే, రచయిత ఆకర్షణీయంగా, ప్రతిభావంతంగా సమర్పించడానికి ఎంతో ఆలోచన చేయాల్సి ఉంటుంది. ఈ నేపథ్యంలో రచయిత లభ్యమైన చిత్రాలను గురించి విషయానికి సరిపడే అనువైన చిత్రాలను ఎంపిక చేసుకోవాలి. రచన చేసే వ్యక్తి సృజనాత్మకతను ఈ సందర్భంలో ఎక్కువగా వినియోగించవలసి ఉంటుంది.

(5) **కార్యక్రమం రూపురేఖలు :** రూపకల్పన పద్ధతిలో ప్రధానంగా ప్రస్తావనకు వచ్చే అంశం కార్యక్రమం రూపు రేఖలు. దీనికి సరిపడే విధంగా ప్రోగ్రాం ఫార్మాట్‌ను చెప్పుకోవచ్చు. ఒక విషయంలోని బలహీనతల్ని, బలమైన అంశాలను ప్రసారమాధ్యమపరంగా పరిశీలించినపుడు కొన్ని ప్రధానమైన ఫార్మాట్‌లను గుర్తుంచుకోవలసి వుంటుంది. అవి : చర్చ, ఇంటర్వ్యూ, రూపకం, డిమాన్‌స్ట్రేషన్, డాక్యుమెంటరీ, డ్రామా మొదలైనవి.

BRAOU

అయితే ఫార్మాట్స్ విషయంలో నిర్దిష్టంగా ఏదో ఒక ఫార్మాట్‌ను వుపయోగించుకోవాలనే నియమం ఎక్కడా లేదు. విషయాన్ని బట్టి, రూపకల్పన విధానాన్ని బట్టి, రెండు మూడు రకాల ఫార్మాట్‌లను కలిపి కూడా సృజనాత్మకసరళిలో కార్యక్రమాన్ని రూపొందించే అవకాశం వుంది. ఒక విధంగా ఫార్మాట్స్‌కు సంబంధించినంతవరకు సృజనాత్మకతదే సమాధానం. పలు రకాల ఫార్మాట్‌లను చేపట్టగలిగినా, దానికి తగిన సాంకేతిక పరికరాలు, ఆర్థిక వనరులు ఉండటం తప్పనిసరి. లేని సందర్భాలలో వున్న పరిమితులను దృష్టిలో ఉంచుకొని ఫార్మాట్‌ను ఎంపిక చేసుకోవలసి వస్తుంది. కార్యక్రమనిర్మాత, రచయిత కలసి సమతుల్యతాధోరణిలో రచన, రూపకల్పన విధానాన్ని, ఒక దానికొకటి అన్వయం చేసినపుడు అర్థవంతమైన కార్యక్రమం రూపొందుతుంది. నిర్దేశిత ప్రేక్షకునికి లేదా విద్యార్థికి లేదా అధ్యాయికి చేరువగా విషయాన్ని తీసుకెళ్ళగలరు.

(6) **సాధ్యాలు-ఆచరణీయత :** రచయితకు సిద్ధాంతపరమైన, ఆలోచనలు, విజ్ఞానం ఎన్ని వున్నప్పటికీ, కల్పన, చిత్రాలకు సంబంధించిన జ్ఞానం, అవగాహన ఉండాలి. ఏవి అంశాలు సాధ్యమో, ఏవి అసాధ్యమో, ఏది ఆచరణీయమో, ఏది ఆచరణీయంకాదో సమాజ పరిస్థితులకు అనుగుణంగా, నిర్దేశిత ప్రేక్షకుల స్థితిగతులకు అనుగుణంగా భావనల్ని అందచేయగలగాలి. ఉదా: పట్టణ ప్రాంత ప్రేక్షకుల కోసం రూపొందించిన కార్యక్రమంలో 'ఫ్లాష్ బాక్' పెట్టారనుకోండి. వారు అర్థంచేసుకోగలరు. ఎందుకంటే వారికి ప్రసారమాధ్యమాలు ఎక్కువగా అందుబాటులో ఉన్నాయి కాబట్టి. అదే కార్యక్రమాన్ని గ్రామీణ, పల్లె ప్రాంత ప్రేక్షకులకు చూపిస్తే, వారికి అర్థంకాక గందరగోళ పరిస్థితి ఏర్పడుతుంది.

(7) భాష / శైలి : కార్యక్రమ రచనలో వాడే భాష సరళంగా, సూటిగా, స్పష్టంగా ఉండాలి. సహజత్వానికి దగ్గరగా ఉండాలి. ముద్రణా మాధ్యమానికి రాయడం వేరు, వీడియో మాధ్యమానికి రాయడం వేరు. మాట్లాడే భాషను వినియోగించాలి. సంక్లిష్టమైన పదాలు, వాక్యాలు, ప్రయోగించడం భావ్యం కాదు. వీడియో మాధ్యమ ప్రత్యేకతలను పరిమితులను దృష్టిలో ఉంచుకొని రచన కొనసాగాలి. ఎందుకంటే ఈ మాధ్యమం చిత్రాలకు చిత్రీకరణకు ప్రాధాన్యతనిస్తుంది. చిత్రాలు, ధ్వని రెండూ అన్వయం చెందాలి. చిత్రమే అర్థాన్ని, భావాన్ని ప్రేక్షకునికి అందచేసేటట్లయితే వాఖ్యానం రాయకూడదు. మృదువైన, సరళమైన, సులభంగా అర్థమయే మాటలు, వాక్యాల ప్రయోగం చేయాలి.

శైలి విషయానికి వస్తే, రచయితకి రచయితకీ ఈ శైలి ఒకో విధంగా ఉంటుంది. రచయితకు భాష మీద వున్న పట్టు అధికారం రచనా విధానాన్ని నిర్ణయిస్తుంది. దీనినే శైలిగా చెప్పుకోవచ్చు.

రచన అంటే స్క్రిప్టు మన ఎదుటివారికి ఒక చక్కటి కథ చెప్తున్నట్లుగా కొనసాగాలి. ఆ చెప్పే విధానం (అంటే రాసే విధానం) ఆసక్తికరంగా, ఆకర్షణీయంగా, ప్రేక్షకుని మీద ప్రభావం ఉండే ప్రయత్నంలో నడవాలి.

స్క్రిప్టు రాయడానికి కొన్ని ముఖ్యమైన మార్గదర్శకసూత్రాలు

1. స్క్రిప్టు సరళంగా, సూటిగా, స్పష్టంగా ఉండాలి.
2. నిర్దేశిత ప్రేక్షకుల/విద్యార్థుల వయస్సు, విద్యాస్థాయి, సామాజిక , సాంస్కృతిక పూర్వరంగాలను దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.
3. కార్యక్రమాన్ని స్వీకరించే వారి శైలిని, వ్యక్తిత్వాన్ని పరిగణనలోనికి తీసుకోవాలి.
4. ముఖ్యమైన అంశాల వివరణ, మననం చేసుకోవడానికి ప్రాధాన్యత నివ్వాలి.
5. ప్రేక్షకులను సూటిగా కార్యక్రమంలో లీనం చేసే ప్రయత్నం చేయాలి.
6. కార్యక్రమ మధ్యభాగాలలో అక్కడక్కడ ప్రేక్షకునికి కొంచెం విరామ సమయాన్ని, అంటే ఊపిరి పీల్చుకొనే వ్యవధిని ఇవ్వాలి.
7. ఉన్న వ్యవధిలో ఎక్కువగా సమాచారాన్ని అందించే ప్రయత్నం చేయడం మంచిది కాదు.
8. వ్యాఖ్యానంతోపాటు అనువైన, లభ్యమయ్యే చిత్రాలను, ధ్వనిని సంగీతాన్ని సూచించాలి.
9. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమ పరిమితులను, ప్రత్యేకతలను, సాంకేతిక పరికరాలను, సదుపాయాలను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి.
10. ముగింపు విషయంలో, ఇంతకు ముందు వాడని చిత్రాలతో పదాలతో, ముఖ్యవిషయాలను మరోసారి రాయాలి.
11. రచయిత విషయపరిజ్ఞానం, ఊహాశక్తి, సృజనాత్మకత మాట్లాడే భాష మీద పట్టుకలిగి ఉండాలి.

స్క్రిప్టు నమూనా

వీడియో	ఆడియో
గ్రామీణ వాతావరణం. ప్రభాత సమయం. విభిన్న వయస్సుల గల స్త్రీలు వరుసక్రమంలో బోరింగు పంపు దగ్గర నిలబడిన సన్నివేశం. చిత్రీకరించాలి.	నీరు. మనకు ప్రకృతి ప్రసాదించిన అన్ని జీవరాసులకు ఇది మూలాధారం.

BRAOU

అభ్యాసం

వీడియో రచన కోసం దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అంశాలు ఏవి?

రచన చేయడానికి కొన్ని మార్గదర్శకసూత్రాలున్నాయి. అవి ఏమిటి?

BRAOU

6.3 పరస్పర చర్యా నైజం

పరస్పర చర్యలనైజం సందర్భంలో ఇంటరాక్టివ్ వీడియోకి సంబంధించినది. వీడియో వ్యవస్థకు ప్రేక్షకుడికి లేదా విద్యార్థికి మధ్యనజరిగే చర్యలు, ప్రతిచర్యలనే ఇంటారాక్టివిటీ అంటారు. ఈ ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమాలు ఎక్కువగా విద్యాబోధనలో, శిక్షణా కార్యక్రమాలలో వినియోగించబడుతున్నాయి. ఎలక్ట్రానిక్ రంగంలో నానాటికి వస్తున్నమార్పుల నేపథ్యమే ఇంటరాక్టివ్ వీడియోగా చెప్పుకోవచ్చు.

ఇరవయ్యో దశాబ్దం విద్యాబోధనలో కొత్తదారుల్ని ఎన్నుకొంది. సంప్రదాయవిద్యాబోధనకు భిన్నంగా ముందుకు నడచివెళ్ళడం ప్రారంభించింది. కరస్పాండెన్సు విద్యావిధానంతో ప్రారంభమయి సార్వత్రిక లేదా దూరవిద్యావిధానం వంటి కొత్త విధానాలు రూపుదిద్దుకొన్నాయి. ఒక విధంగా రెండు దశాబ్దాల కాలంలో విద్యాబోధనలో విప్లవాత్మకమైన మార్పులువచ్చాయి. కేవలం బోధన తరగతి గదికే పరిమితం కాలేదు. మౌఖిక బోధనకే పరిమితం కాలేదు. ఇది టెక్నాలజీలో సాధించిన ప్రగతి. విద్యాబోధనలో ఈ మాధ్యమాన్ని విరివిగా వినియోగించగలిగిన అవకాశాన్ని సృష్టించగలిగింది. వీడియో బోధన మాధ్యమం విషయంలో అధ్యయన విషయం రూపకల్పన స్టూడియోలోనో,

స్టూడియో బయటనో నిర్మించే అవకాశం ఉంది. అయితే ఆర్థికపరమైన విషయాన్ని పరిగణనలోనికి తీసుకున్నప్పుడు స్టూడియో బయట నిర్మించే కార్యక్రమాల విషయంలో ఖర్చును పరిమితం చేస్తుంది. తక్కువ ఖర్చుతో అధ్యయనసామగ్రిని అందించే అవకాశాన్ని కల్పిస్తుంది కూడాను.

అధ్యయన విషయాలకున్న బలాలను బట్టి, బలహీనతల్ని బట్టి కార్యక్రమం ఏ పద్ధతిలో రూపొందించడం లేదా రాయడం అనేది ఆధారపడి ఉంటుంది. సమాజశాస్త్రం, భాషా అధ్యయనాలు వంటివి స్టూడియో బయట నిర్మించడంలో కొన్ని పరిమితులమేరకే సాధ్యపడతాయి. శాస్త్ర విజ్ఞాన విషయాలు ముఖ్యంగా వృక్షశాస్త్రం, జంతుశాస్త్రం వంటివి స్టూడియో బయట నిర్మాణానికి ఎక్కువ ఆస్కారాన్ని కల్పిస్తాయి. అయితే భౌతిక, రసాయన శాస్త్రాల విషయంలో వుండే ఈ అవకాశాలు కొద్ది మేరకే.

అధ్యయన విషయాలకు సంబంధించిన వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో విద్యాపరమైన అంశాలు ప్రధానభాగంగా ఉంటాయి కాబట్టి రూపకల్పనా ప్రక్రియలో సృజనాత్మకతకు ఎంత అవకాశం ఉంటుందో, అధ్యయన విషయ రచనలో అంతే అవకాశం ఉంటుంది. కార్యక్రమ నిర్మాత, అధ్యాపకుడు కలసి సమతుల్య ధోరణిలో రూపకల్పనని, రచనని ఒకదానికొకటి అన్వయం చేసినపుడు మాత్రమే అర్థవంతమైన కార్యక్రమాన్ని రూపొందించగలుగుతారు.

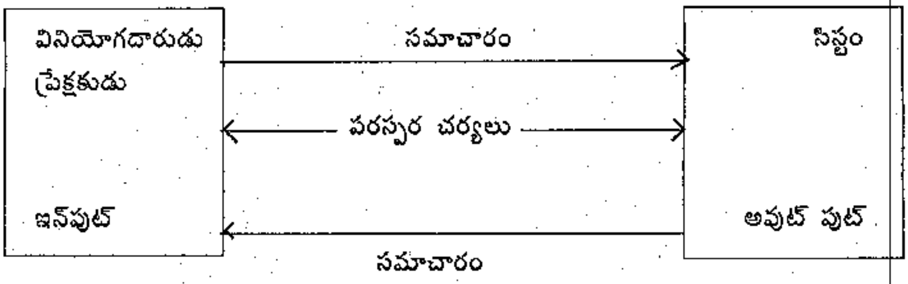
అయితే ఇక్కడ ప్రధానంగా ఆలోచించవలసిన అంశాలు ఒకటి రెండు వున్నాయి. అవి నిర్దేశిత విద్యార్థిపరంగా విద్యార్థికి అంటే సార్వత్రిక విద్యావిధానంలో 'అధ్యాయి' అంటారు. అధ్యాయికి ఉండే సమయం, అవగాహనశక్తి వంటివి. ఇంటారాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమాలలో నిర్దేశిత విద్యార్థి విద్యాకార్యక్రమాన్ని తనకు తోచిన విధంగా తన అవగాహన పరిధి మేరకు వినియోగించుకొంటాడు. కాబట్టి కార్యక్రమాన్ని కొన్ని సందర్భాలలో వెనక్కి వెళ్ళి, చూసిన భాగాన్ని మళ్ళీ చూస్తూ, అర్థంకాని భావనల్ని, సిద్ధాంతాల్ని నేర్చుకొనే ప్రయత్నం చేస్తాడు. ఫార్మాట్‌లోను, రచనలోనూ ఈ విధమైన వెసులుబాటు అంతర్భాగంగా ఉండాలి.

అధ్యయన విషయాన్ని విద్యార్థి తనంతట తాను అర్థంచేసుకొన్నాడో లేదో, తనంతతానుగా తెలుసుకోవడానికి వీలైన విధానం తనను తాను స్వయంగా అంచనావేసుకోవడం. ఈ స్వయం అంచనా కోసం కార్యక్రమ రచనలో, కొన్ని అభ్యాసాలు పొందుపరచవలసిన అవసరం ఉంటుంది. అధ్యయన విషయంలోని అంశాలన్నిటినీ ఒకేసారి ఏకరువు పెట్టడం మంచి పద్ధతికాదు. విద్యార్థి అన్ని విషయాలు ఒక్కసారిగా జీర్ణించుకోవడంగాని గుర్తుంచుకోవడం గాని సాధ్యపడదు.

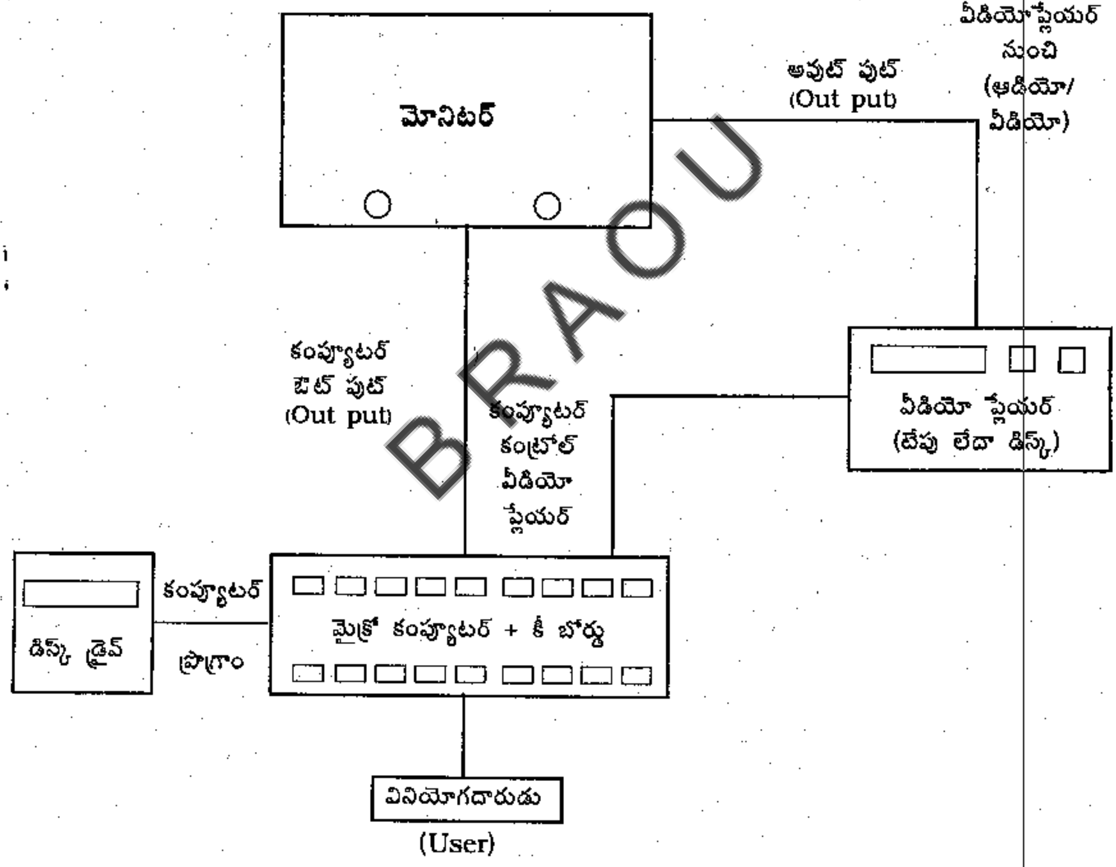
కాబట్టి ఒక వైపు అధ్యయన విషయభారాన్ని కొంతమేరకే పరిమితం చేస్తూ, మరోవైపు చెప్పే అంశాలను భాగాలుగా ఒక క్రమపద్ధతిలో వివరించడం ఎంతైనా అవసరం. భాగాల మధ్యలో స్వయం అంచనాలకు దోహదపడే అభ్యాసాలను పొందుపరచడం ముఖ్యం.

కంప్యూటర్ విజ్ఞానం అభివృద్ధి చెందడంతో వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పన అందునా ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ఎన్నో కొత్తపోకడలు ప్రారంభమయ్యాయి. కంప్యూటర్ టెక్నాలజీ, వీడియో టెక్నాలజీ, రెండింటి సమన్వయమే ఇంటరాక్టివ్ వీడియో. ఈ వీడియోతో నిర్దేశిత విద్యార్థి లేదా ప్రేక్షకుడు భాగస్వామి అవుతాడు. వాటిని నియంత్రిస్తాడు. అందువల్ల ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమాలను వినియోగించాలంటే నిర్దేశిత విద్యార్థికి లేదా ప్రేక్షకుడికి కొంత సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అవసరం. కేవలం కార్యక్రమాన్ని మొదటినుంచీ చివరిదాకా చూడటమే కాకుండా అందులో పొందుపరచబడిన అభ్యాసాలు, ప్రశ్నలు, జతపరచడం (మ్యాచింగ్) మొదలైన వాటికి సరియైన సమాధానాలను, కంప్యూటర్ ఇన్‌పుట్ ద్వారా అందజేయవలసి వుంటుంది. ఈ ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమాలలో విద్యార్థి లేదా ప్రేక్షకుడు యాక్టివ్‌గా ఉంటాడు. ఎందువల్లనంటే అతని నుంచి చర్యలు, ప్రతిచర్యలు ఎక్కువగా అవసరం అవుతాయి. సాధారణ వీడియో కార్యక్రమాలలోనయితే విద్యార్థి లేదా ప్రేక్షకుడు ఆయా కార్యక్రమాలను చూడడం వరకే పరిమితుడవుతాడు. ఇచ్చట ఇవ్వబడిన చిత్రాన్ని చూస్తే మీకో అవగాహన ఏర్పడుతుంది.

BRAOU



ఈ కార్యక్రమాలు విద్యార్థిని లేదా ప్రేక్షకుడిని ప్రేరేపిస్తాయి. ఒక్కమాటలో చెప్పాలంటే వ్యవస్థకు (వీడియో) వినియోగదారుని (విద్యార్థి) కి మధ్యన పరస్పర చర్యలు జరుగుతాయన్నమాట. ధ్వని, చిత్రాలతో కూడుకొని వున్న వీడియో కాసెట్టు కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం నియంత్రణలో వుంచడం జరుగుతుంది. ఎప్పుడైతే వినియోగదారుడు (User) కార్యక్రమాన్ని ప్రారంభిస్తాడో, అప్పుడు కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం నియంత్రణలో వున్న వీడియో కార్యక్రమం అతని కంట్రోల్‌లోకి వస్తుంది. ఈ క్రింది ఇంటరాక్టివ్ వీడియో పని తీరును చూడండి.



BRAOU

ఈ చిత్రాన్ని చూసిన తరువాత ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమం లేఅవుట్, దానిలో వున్న వివిధ అంశాలు అర్థమయి వుండాలి. దీనిలో ముఖ్యమైన అంశాలు.

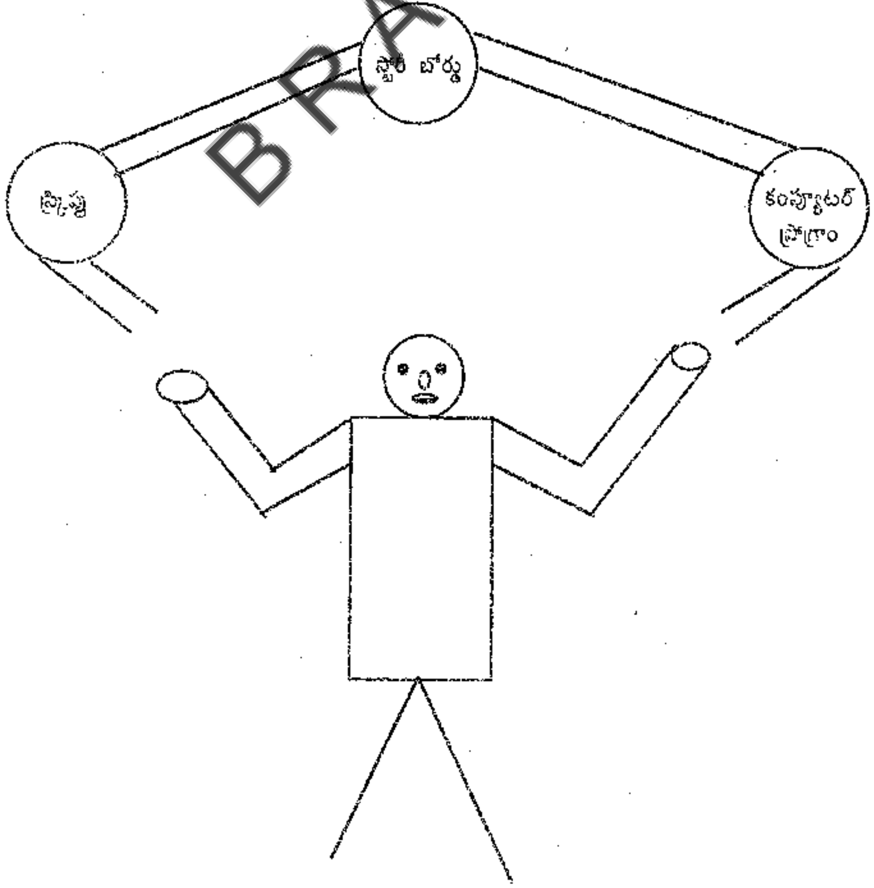
- వినియోగదారుడు / విద్యార్థి - కీ బోర్డు ద్వారా వ్యవస్థ (వీడియో) తో పరస్పర చర్యలు జరుపుతాడు.
- వీడియో ప్లేయర్ కంప్యూటర్ సూచనలు, సంకేతాల మేరకు ఆడియో, వీడియో 'ఔట్‌పుట్'లను అందజేస్తుంది.
- వీడియో సీక్వెన్స్‌లను లేదా కంప్యూటర్ టెక్స్ట్ (Text) ను గాని లేదా రెండింటి మిశ్రమాన్ని గాని మోనిటర్ ప్రదర్శిస్తుంది.

- ఔట్‌పుట్ (Out put) కంప్యూటర్ నుంచి ఇవ్వాలా లేక వీడియో ప్లేయర్ నుంచి ఇవ్వాలా అనేది ఆయా సందర్భాలను బట్టి ఏది సముచితమైనదో కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం నిర్ణయిస్తుంది.
- వీడియో ప్లేయర్ విధులపై కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం నియంత్రణ కలిగి ఉంటుంది.
- వినియోగదారుని ప్రతిస్పందనలలో స్క్రీన్ మీద ఏమి ప్రదర్శించాలో కంప్యూటర్ నిర్ణయాలు జరుగుతాయి.

ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణం చాలా సంక్లిష్టమైన ప్రక్రియ. కార్యక్రమ మధ్య భాగాలలోకాని, ముందుగాని, ఎక్కడైనా కాని వినియోగదారునికి ఎంత స్వేచ్ఛ నివ్వాలో డిజైనర్ నిర్ణయిస్తాడు. సాధ్యమైనంత మేరకు ఎక్కువ వీడియో సన్నివేశాలు, ప్రశ్నలు, (Text), గ్రాఫిక్స్ వీటన్నిటినీ మేళవిస్తే ఆకర్షణీయమైన, ఆసక్తికరమైన ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమాన్ని రూపొందించడానికి ఆస్కారం వుంటుంది. ఈ వీడియో కార్యక్రమ రచనలో "ఫ్లోచార్ట్" (Flow Chart) మొత్తం కార్యక్రమానికి ప్రాతినిధ్యం వహిస్తుంది. ఇన్‌స్ట్రక్షన్‌లో ఫ్లోచార్ట్‌లో మూడు అంశాలు వుంటాయి అవి.

స్క్రిప్టు ఆడియో ట్రాక్ మీద రావలసిన వ్యాఖ్యానానికి సంబంధించినదైతే, స్టోరీబోర్డు చిత్రాలకు సంబంధించినది. ఈ రెండే కాకుండా ఇంటరాక్టివ్ వీడియోలో కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం ఫ్లోచార్ట్ వుంటుంది.

పరస్పర చర్యల వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో కంప్యూటర్ ప్రోగ్రాం ఫ్లోచార్ట్, స్క్రిప్టు, స్టోరీ బోర్డు ప్రధానమైన అంశాలు.



BRAOU

ఇంటరాక్టివ్ వీడియో కార్యక్రమ రచనలో ప్రశ్నలు జతపర్చడం, క్విజ్ మొదలైనవి వీడియో చిత్రాలతో కూడుకొని ఉంటాయి. రచనలో ముందుగా సరళమైన ప్రశ్నలు పొందుపరచి, కార్యక్రమం జరుగుతున్న కొద్దీ సంక్లిష్టమైన ప్రశ్నలు రాయాలి. అలాగే జతపర్చడం వంటివి కూడా రాయవచ్చు. ఇంటరాక్టివిటీలో రెండు మౌలికమైన భావనలున్నాయి. ఒకటి రాండమ్ ఆక్సస్, రెండు బ్రాంచింగ్.

అభ్యాసం

వీడియో ఇంటరాక్టివ్ నైజాన్ని క్లుప్తంగా చెప్పండి.

ఇంటరాక్టివ్ వీడియోలో వస్తున్న కొత్త పోకడలు ఏవి?

ఫ్లో చార్ట్ అంటే ఏమిటి?

BRAOU

మన పుస్తకాలలో పేజీలు ఎలా విభజించి ఉంటాయో అలాగే వీడియోలో ఫ్రేములుగా విభజించవచ్చు. విభిన్న భాగాలలో ఏ భాగాన్నయినా చూసే, ప్రారంభించే సదుపాయాన్ని 'రాండమ్ ఆక్సిస్" అంటారు.

అలాగే బ్రాంచింగ్‌లో వినియోగదారుడు (User) కార్యక్రమంలో ప్రధాన మార్గం నుంచి విభిన్న మార్గాలకు తీసుకెళ్ళబడతాడు.

ఉదా:- రైల్వే ప్రధాన మార్గం నుంచి ఇతర మార్గాలను ఏర్పాటు చేసినట్లుగా చెప్పుకోవచ్చు.

విద్యార్థుల / ప్రేక్షకుల / శిక్షణ పొందుతున్న వారి విద్యాస్థాయిలు, అవసరాలు, వారి పూర్వరంగం, అభిరుచులను బట్టి పరస్పర చర్యల రచన జరుగుతుంది. ఇది సంపూర్ణంగా సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో సంబంధమున్న వ్యవస్థ లేదా ప్రక్రియగా పేర్కొనవచ్చు.

6.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- వీడియోకి రాయడం అంటే చూడటానికి, వినడానికి రాయడం.
- చిత్రీకరించిన చిత్రాలకు అనుగుణంగా ప్రేక్షకులకు శ్రవ్యాన్ని అందజేయడం కోసం రాయడం.
- రచయిత ప్రేక్షకుల పూర్వరంగం, పరిశోధన, సమాచార సేకరణ, కార్యక్రమ రూపురేఖలు, సాధ్యాసాధ్యాలు, వాస్తవికత, మాట్లాడే భాష, కార్యక్రమ లక్ష్యాలను, వ్యవధిని దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.
- ప్రేక్షకుడికి లేదా విద్యార్థికి, వీడియో వ్యవస్థకు మధ్య జరిగే చర్యలు ప్రతిచర్యలనే ఇంటరాక్టివిటీ అంటారు.
- కంప్యూటర్ టెక్నాలజీ, వీడియో టెక్నాలజీల సమన్వయమే ఇంటరాక్టివ్ వీడియో.
- సాధారణ వీడియో కార్యక్రమాల్లో ప్రేక్షకుడు/విద్యార్థి చూడటం వరకే పరిమితమౌతాడు. కాని పరస్పరచర్యల వీడియోలో చురుకుగా పాల్గొంటాడు.
- ఫ్లోచార్టు, స్టోరీ బోర్డు, స్క్రిప్టు వీడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ప్రధానమైన అంశాలు.
- స్క్రిప్టు ఆడియోట్రాక్ మీద రావలసిన వ్యాఖ్యానానికి సంబంధించినదైతే, స్టోరీబోర్డు చిత్రీకరించవలసిన చిత్రాలకు ప్రాతినిధ్యం వహిస్తుంది.
- పరస్పర చర్యలలో రెండు ముఖ్యమైన భావనలు రాండమ్ ఆక్సిస్, బ్రాంచింగ్.

BRAOU

15.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. వీడియోకి రాయడం ఎలా?
2. వీడియో కార్యక్రమ రచనలో రచయిత దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అంశాలేమిటి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు ఇవ్వండి

1. ఇంటరాక్టివిటీ అంటే ఏమిటి? దీనిలోని మౌలిక భావన లేమిటి?
2. ఫ్లోచార్ట్, స్క్రిప్టు, స్టోరీ బోర్డు అంటే ఏమిటి?

BRAOU

ఖండం-4 సినిమా : రచనా పద్ధతులు

ఈ ఖండంలో సినిమా రచనా పద్ధతులను పరిచయం చేస్తున్నాము. వరుసక్రమంలో ఈ ఖండంలో ఆరుభాగాలున్నాయి. అవి:

సినిమాకు రాయడం - స్వరూపస్వభావాలు

సినిమా నిర్మాణం - మౌలికాంశాలు

కథా చిత్రాలు

వార్తాచిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు

మహిళలు, బాలల చిత్రాలు

వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాలు

16వ భాగంలో చలనచిత్రం, సినిమా అనే మాటల తేడాను, తెరవెనుక ఉన్న శాస్త్రీయ సూత్రాన్ని తెలిపి సినిమా దశలనూ, నిర్మాణ వివరణను చర్చించాము. 17వ భాగంలో సినిమా నిర్మాణంలోని మౌలికాంశాలను వివరించాము. 18వ భాగంలో కథా రచనను నిర్వచించి, భేదాలనూ నమూనాలనూ తెలిపి, కథాచిత్రరచనా విధానాన్ని చర్చించాము. 19వ భాగంలో వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలను నిర్వచించి, రకాలను, ప్రత్యేకతనూ వివరించి, రచనా విధానాన్ని విశ్లేషించాము. 20వ భాగంలో మహిళలు, బాలల చిత్రాల అవసరాన్ని, ప్రాధాన్యాన్ని చర్చించాము. 21వ భాగంలో వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాన్ని నిర్వచించి, రచన నిర్మాణాలను వివరించాము.

ఈ ఖండం చదివాక మీకు సినిమా రచనా పద్ధతులు, నిర్మాణం అవగాహనకు వస్తాయి. వివిధ భాగాలలోని అంశాలను మీరు మీ వృత్తికి అన్వయించుకోగలుగుతారు.

BRAOU

BRAOU

భాగం 16 సినిమాకు రాయడం : స్వరూప స్వభావాలు

విషయ క్రమం

16.1 ఉద్దేశం

16.2 ప్రవేశిక

16.3 చలనచిత్రం, సినిమాల మధ్య తేడా

16.4 తెర వెనుక ఉన్న శాస్త్రీయ సూత్రం

అభ్యాసం

16.5 సినిమా దశలు

16.6 సినిమా నిర్మాణ వివరణ

అభ్యాసం

16.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

16.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

16.1 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు.

- చలన చిత్రం, సినిమాల మధ్య తేడాతోబాటు, కదిలే బొమ్మల వెనకాల ఉన్న శాస్త్రీయాంశాలు.
- సినిమా అభివృద్ధి దశలు.
- సినిమా నిర్మాణంలో వివిధ దశలు.

16.2 ప్రవేశిక

చలనచిత్రమన్న పేరులోనే కదిలే బొమ్మ - అన్న అర్థముంది. అంటే ఒక కదలికను తెలిపే క్రమంలో ఉండే కొన్ని నిశ్చలన చిత్రాల కదలికే చలనచిత్ర మూలసూత్రమని చెప్పవచ్చు. నిశ్చలనచిత్రాలు, ఛాయాచిత్రాలు లేదా ఫోటోల ఆవిష్కరణ చలనచిత్రాల సృష్టికి దోహదం చేసిన చారిత్రాత్మక అంశం. ప్రముఖ చిత్రకారుడు, శాస్త్రవేత్త అయిన లియనార్డో డావిన్చి ఆలోచనలకు వాస్తవరూపమే నిశ్చలనచిత్రాలు.

ఒక చీకటి గదిలోకి చిన్న రంధ్రం ద్వారా వెలుగు కిరణాలను ప్రసరింపజేసినపుడు గది బయటి బింబాలు గదిలోని గోడపై తలక్రిందులుగా పడటం నిశ్చలనచిత్రాల/ఫోటోల ప్రాథమిక సూత్రం. అయితే ఈ సహజ పరిశీలనలో గదిగోడలకు బదులు ఒక ప్రత్యేక కటకం వుంచినపుడు ఆ బింబాన్ని పట్టి బంధించవచ్చని కనుగొనడమే శాస్త్ర సాంకేతిక పరిజ్ఞానపు విప్లవాత్మక ఆవిష్కరణ. అయితే ఇవి నిశ్చలన చిత్రాలే.

ఇంగ్లాండ్‌కు చెందిన ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జ్ నిశ్చలన చిత్రాల్లో 'కదలిక'ను తీసుకురాగలిగిన మొట్టమొదటి శాస్త్రవేత్త అని చెప్పవచ్చు. 1877లో మైబ్రిడ్జ్ ఒక గుర్రపు పరుగుకు సంబంధించిన వివిధ ఫోటోలను ఒక క్రమంలో ప్రత్యేక ప్రొజెక్టర్ ద్వారా చూపించి వాటి మధ్య చలనాన్ని చూపి సంచలనం సృష్టించాడు. అలా ఒక క్రమంలో అమర్చిన నిశ్చలన చిత్రాలను వరుసగా ఒక నిర్దిష్ట అంతరంలోచూసినపుడు అవి కదిలిన భ్రమ (Illusion) మనకు కలుగుతుంది. ఇదే చలన చిత్రాల మూలసూత్రం.

చలనచిత్రానికి మూలపురుషుడు మైబ్రిడ్జ్ అయితే ఈ పద్ధతిని మరింత మెరుగుపరచి క్రమబద్ధీకరించిన వాడు థామస్ అల్వాఎడిసన్. 1880లో ఎడిసన్ తన బృందంతో కలసి వివిధ ఫోటోలను ఒక ఫిల్మ్‌లో పొందుపరచి

BRAOU

'కదలికను' మరింత సహజంగానూ, సులభంగానూ చూపించగలిగాడు. జార్జ్ ఈస్ట్‌మన్ అనే శాస్త్రవేత్త ఈ తరహా ఫిల్మ్‌ను రూపకల్పన చేశాడు.

ఆ విధంగా ప్రారంభమైన చలనచిత్రం కాలానుగుణంగా ఎంతో అభివృద్ధి చెంది, ఎన్నో మార్పులకు గురైనప్పటికీ జీవితంలో ఒక శక్తివంతమైన (సమాచార) మాధ్యమంగా ఎదిగింది.

సినిమా చరిత్రకారులు సినిమాకు మూలం ఆదిమానవుడు తన గుహలలో వేసుకున్న దృశ్యచిత్రాలనే పేర్కొంటారు. వాస్తవానికి చలనచిత్రం అన్న ఆలోచన కదిలే చిత్రాలను బంధించగల 'కెమెరా' ఆవిష్కరణ తరువాతే ప్రారంభమైంది.

16.3 చలనచిత్రం, సినిమాల మధ్య తేడా

చలనచిత్రాలన్నీ సినిమాలు కానక్కర్లేదు. ఫ్రెంచి సిద్ధాంతవేత్తల ప్రకారం చలనచిత్రానికీ (Film) సినిమా (Cinema) కు తేడా వుంది. చలనచిత్రం తన చుట్టూ వున్న ప్రపంచంతో వున్న సంబంధం గురించి ప్రస్తావించే ఒక కళ అయితే సినిమా ఆకళకు సంబంధించిన అంతర్గత వ్యవస్థను, అందులోని సౌందర్యాన్నీ ప్రతిఫలించే మాధ్యమం.

కథాచిత్రాలు (Feature Films) అన్నవి వచ్చే వరకూ చలనచిత్రాన్నీ (Film), సినిమా (Cinema)ను సమానార్థంలో వాడారు. ఆ తరువాతి కాలంలో చలనచిత్రం (Film), కథాచిత్రం (Feature Film/Cinema) వేరు వేరు అర్థాన్ని సంతరించుకున్నాయి. చలనచిత్రం ఏదైనా ఒక అర్థాన్నిచ్చే దృశ్యాల సమన్వయ రూపమవ్వచ్చు. కానీ కథాచిత్రం మాత్రం ఒక కథను చెప్పే దృశ్యాల పరంపర అని అర్థం.

చలనచిత్రమయినా సినిమా అయినా మన చూపు కలిగించే దృక్భ్రమ (Optical Illusion), ప్రేక్షకులకు తాము ఒక సంపూర్ణమైన, సహజమైన దృశ్యాన్ని చూస్తున్నామన్న భ్రమ కలిగించగలగడమే సినిమా విజయం. ఒక నిశ్చలనచిత్రాన్ని (Photo) మన కన్ను చూసి అది మన మెదడులో చిత్రింపబడి మనకు అవగతమయ్యే లోపే మరో నిశ్చలనచిత్రాన్ని అదే స్థానంలో ప్రదర్శిస్తే వాటి మధ్య ఒక రకమైన కొనసాగింపు (Continuity) మనకు కనిపిస్తుంది. ఈ కొనసాగింపు కేవలం మానవ నేత్రపు బలహీనత లేదా పరిమితి వల్ల ఏర్పడే భ్రమ. ఈ పరిమితిని గమనించిన తరువాతే శాస్త్రవేత్తలు అందుకనుగుణంగా రెండు నిశ్చలన చిత్రాల మధ్య సహజమైన కదలికను ఆవిష్కరించగలిగారు. సినిమాలో కనిపించే విడివిడి దృశ్యాలమధ్య వున్న తేడా మనం గుర్తించ లేనంతగా, గమనించలేనంత వేగంతో వాటిని ప్రదర్శిస్తారు.

16.4 తెరపై కన్పించే బొమ్మల కదలికల వెనక ఉన్న శాస్త్రీయసూత్రం

సినిమా కెమెరా ఒక ఫ్రేమ్‌ను ఏక కాలంలో ఎక్స్‌పోజ్ చేస్తుంది అలా ఎక్స్‌పోజ్ అయిన ప్రతీ ఫ్రేమ్ కూడా ఒక నిశ్చలన చిత్రం (Photograph) తో సమానం. క్రమం తప్పకుండా ఇలాంటి ఫ్రేమ్‌లు ఎక్స్‌పోజ్ కావడం వల్ల బొమ్మ కదిలినట్టు భ్రమించుతాం. ఒక బింబాన్ని ఫిల్మ్‌పై రికార్డ్ చేయాలంటే కెమెరా షట్టర్‌లను ఒక సెకనులో 1/13వ వంతు తెరచి వుంచాల్సి వుంటుంది. ఏకకాలంలో ఒక సెకనుకు ఎక్స్‌పోజ్ అయిన ఫిల్మ్‌లో ఒక సెకనులో 16/30 వ వంతు మాత్రమే. మనం చూడగలుగుతాం. మిగతా 14/30వ వంతు చీకటిగా వుంటుంది. రెండు ఫ్రేమ్‌ల మధ్య వుండే ఈ చీకటి మనకంటికి కనిపించదు. నిజానికి ఈ చీకటి మనకు కనిపిస్తే రెండు ఫ్రేమ్‌ల మధ్య కొనసాగింపు (Continuity) చెడుతుంది. మన కంటికున్న పరిమితి వల్ల ఈ చీకటిని మనం చూడలేం. ఈ కారణంగానే ఫ్రేమ్‌ల మధ్య ఏ అటంకం లేకుండా వరుసగా కనిపిస్తాయి. తెరపై కనిపించే బొమ్మల 'కదలిక' వెనుక వున్న శాస్త్రీయ సూత్రమిదే.

BRAOU

అభ్యాసం

చలనచిత్రం (Films) సినిమా (Cinema) మధ్య తేడాను ప్రస్తావించండి.

అభ్యాసం

కదిలే బొమ్మల వెనకాల వున్న శాస్త్రీయ సూత్రం ఏమిటి?

BRAOU

16.5 సినిమా దశలు

సినిమా చరిత్ర అంటే ఒక కొత్త కళకు సంబంధించిన చరిత్రను ప్రస్తావిస్తున్నామన్నమాటే. వందేళ్ళ సినీమా చరిత్రలో ఎన్నో సాంకేతిక ఆవిష్కరణలు జరిగాయి. ఒక్కొక్క ఆవిష్కరణ సుదీర్ఘ సినిమా ప్రయాణంలో ఒక మైలురాయిగా నిలిచిపోయింది. సినిమాకు సంబంధించినంతవరకు 1913 నుంచి 1927 మధ్య కాలాన్ని నిశ్శబ్దదశ అంటారు. 1928-1932 ప్రపంచ సినిమా ఆర్థికంగా, సాంకేతికంగా అభివృద్ధి చెందిన కాలం. దీన్నే సినిమా చరిత్రకారులు సంధి దశ అనికూడా వ్యవహరిస్తుంటారు. 1946వ సంవత్సరం సినిమా ఆర్థికంగా పూర్తి స్థాయి విజయాన్ని చవిచూసింది. గడచిన రెండు దశాబ్దాలు సాంకేతికరంగంలో ఎన్నో సవాళ్ళను ఎదుర్కొని ఆవిష్కరణలకు జన్మనిచ్చాయి. సినిమాకళకు సామాజిక, రాజకీయ విలువలు చేకూర్చింది కూడా ఈ రెండు దశాబ్దాలలోనే.

16.6 సినిమా నిర్మాణ వివరణ

సినిమా అన్ని తరహాల మనస్తత్వాన్ని ప్రతిఫలిస్తుంది. ఏ సాహిత్యమూ తెలీని నిరక్షరాస్యుడికి కూడా ఆరోగ్యకరమైన వినోదాన్ని అందించే మాధ్యమం సినిమా. ప్రక్రియ నిర్మాణం విభిన్న మనస్తత్వాలు కల్గిన సాంకేతిక, కళానిపుణుల సమ్మేళనం అని చెప్పవచ్చు. ప్రముఖ జర్మన్ దర్శకుడు ఫ్రిట్జ్‌లాంగ్ సినిమా నిర్మాణాన్ని మధ్యయుగాలనాటి చర్చి నిర్మాణంతో పోల్చాడు. చర్చి నిర్మాణంలో ఏ విధంగా అయితే శిల్పులు, వాస్తుకారులు, ఇంజనీర్లు, చిత్రకారులు తదితర నిపుణులు పాలుపంచుకుంటారో అదేవిధంగా సినిమాలో కూడా ఆయా రంగాలలో నిష్ణాతులైన కళాకారులు వేర్వేరు దశల్లో సినిమా నిర్మాణంలో పాల్గొంటారు.

సినిమా నిర్మాణమంతా ఒక పద్ధతి ప్రకారం జరుగుతుంది. దర్శకుడు/నిర్మాత సినిమా నిర్మించే తొలిదశల్లోనే సినిమా సంపాదకుడిని (Editor) నియమించలేడు. ఎందుకంటే సంపాదకుడనే సినిమా కళానిపుణుడు నిర్మాణం జరుగకముందు ప్రవేశించలేడు కనుక.

సినీ దర్శకుడు ఒక నిర్ణయం తీసుకునేముందు ఆ నిర్ణయం పర్యవసానాలు మిగతారంగాలపై ఏ విధంగా వుంటాయో ఊహించగలిగివుండాలి. దర్శకుడు/నిర్మాత పడవ సరంగులాగా పడవ గమనాన్ని, దిశను, వాతావరణాన్ని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి.

నిర్మించబోయే సినిమాకు సంబంధించి ఏరకమైన కనీస అవగాహన లేకుండా దర్శకుడు నిర్మాణానికి పూనుకోరాదు. తన మదిలో మెదిలిన ఆలోచనకు ఒక సక్రమమైన దృశ్యరూపం ఇచ్చేందుకు చిత్రకథను ఏర్పరుచుకోవాలి. చిత్రకథకుల (Script writers) తో సంప్రదించి తన ఆలోచనలకు ఒక సమగ్ర రూపం వచ్చేలా చూసుకోవాలి. ఒక ముడి ఆలోచనను తెరకెక్కించగల సమర్థులు, సృజనాత్మక కళాకారులు చిత్రకథకులు. అందుకే ఫ్రిట్జ్‌లాంగ్ (Fritz Long) చిత్రకథకులను భావన రూపశిల్పులతో (Architects) పోల్చాడు. భవనానికి భౌతిక రూపమివ్వడమే కాకుండా దాన్ని అందంగా అలంకరించేందుకు రూపశిల్పి ఎలా శ్రమిస్తాడో చిత్రకథకుడు కూడ దర్శకుడి ఆలోచనను అర్థవంతమైన దృశ్యరూపమివ్వడమే కాకుండా దాన్ని అందంగా తీర్చిదిద్దేందుకు శ్రమిస్తాడు. ఒక ఆలోచనను దృశ్యీకరించేందుకు చిత్రకథకుడు ఎన్నో అడ్డంకులను, పరిమితులను అధిగమించి సృజన చేస్తాడు. ఉదాహరణకు హనుమంతుడు సీతాన్వేషణలో లంకకు వెళ్ళడాన్ని దృశ్యీకరించాలనుకుందాం. దీన్ని వివరించడానికి సవివరంగా ఒక వ్యాసం రాయొచ్చు. కాని ఇదే విషయాన్ని తెరకెక్కించేందుకు చిత్రకథకుడు ప్రతిచిన్న విషయాన్ని దృశ్యంగా వివరించవలసి ఉంటుంది. హనుమంతుడు ఇందులోని ఏకైక పాత్ర. ఆ పాత్రకు సంబంధించిన (Tridimentionality) భౌతిక, సామాజిక, మానసిక స్థితిగతుల గురించి సవివరంగా పేర్కొనాల్సి వుంటుంది. అంటే హనుమంతుడి ఆకారము, ఆహార్యము, మాట్లాడేతీరు, అతడి రామభక్తి, హావభావాలు, లంకను చేరే క్రమంలో అతను చేసే కోతిచేష్టలు - ఇలా ప్రతి చిన్న వివరాన్ని కూడ చిత్రకథకుడు వివరించాల్సి వుంటుంది.

ఆ విధంగా చిత్రకథకుడు ఒక దృశ్యాన్ని రచిస్తున్నప్పుడు ఆ దృశ్యానికి పేరు, ఆ దృశ్యంలో జరిగే నటన తాలూకు సంక్షిప్త వివరణ, సంభాషణలు, సెట్టింగ్ తదితర వివరాలు అందులో పొందుపరచాల్సి వుంటుంది. చిత్రకథ కూడా, తాను సృష్టించిన పాత్రలు, రచించిన సంభాషణలు రూపొందించిన వాతావరణం వాస్తవమే నన్న నమ్మకం కలిగించడంలోనే వుంటుంది అతని నైపుణ్యమంతా. చిత్రంలోని వివిధ పాత్రల మధ్య సమన్వయం, స్థలకాలాల మధ్య తర్కబద్ధమైన సజీవసంబంధం నెలకొల్పడమే చిత్రకథకుడి తొలివిజయం. సుమారు మూడుగంటల నిడివి వుండే సినిమాలో మొత్తం జీవితం చూపించడం అసాధ్యమవుతుంది. కథలో ఏ అంశం అధిక ప్రాధాన్యత కలిగి ఉన్నదో ఏ అంశం అప్రధానమైనదీ నిర్ణయించుకునే విచక్షణ కలిగివుండాలి. లేకపోతే చిత్రం అసంబద్ధంగాను, అసమగ్రంగాను తయారవుతుంది. ఒక్క మాటలో చెబితే తాను రాసే ప్రతి దృశ్యాన్నీ తన మనో నేత్రంతో దర్శకుడికన్నా ముందుగా ఒక ప్రాథమిక రూపంలో ఊహించుకునే దార్శనికుడు చిత్రకథకుడు.

చిత్రకథకు లీలామాత్రరూపమిచ్చిన తరువాత బడ్జెట్, లొకేషన్స్ తదితర ప్రధాన విషయాలను దర్శక నిర్మాతలు నిర్ణయిస్తారు. ఆ తరువాత చిత్రకథకుడు తన కథను మూడు ప్రధాన భాగాలుగా విభజించుకుని

BRAOU

నిర్మాణానికి కథను సిద్ధం చేస్తాడు. ప్రారంభం, క్లైమాక్స్, సమస్యపరిష్కారం అన్నవే ఆ మూడు భాగాలు. ఇలా విభజించుకోవడం వల్ల చిత్రీకరణ సులభమవ్వడమే కాకుండా కథాగమనాన్ని స్రవంతిని కొత్త ఆలోచనలకనుగుణంగా మలుచుకోవచ్చు. చిత్రకథను దృశ్యాలుగా, షాట్‌లుగా పునర్విభజించడం కూడా చిత్రకథకుడి బాధ్యతే. ప్రతిదృశ్యం కూడ ప్రేక్షకుల కళ్ళముందు జరుగుతున్న అనుభూతిని తెప్పించగలిగే రీతిలో ప్రతిభావంతంగా రాయాల్సి వుంటుంది. ఒక నవలాకారుడికి, చిత్రకథకుడికి వున్న తేడాను గమనించవచ్చు. ఒక నవలాకారుడు తన రచనలో 'ఏం జరిగిందో' వివరిస్తే, చిత్రకథకుడు 'ఏమి జరుగుతూ వుందో' వివరించాల్సి వుంటుంది.

చిత్రకథకు సంబంధించినంతవరకు రష్యన్‌లు, జర్మన్‌లు చేసిన కృషి అనన్యమైనది. విచిత్రమేమిటంటే చిత్రకథకు సంబంధించిన వీరి ఆవిష్కరణలన్నీ నిశ్శబ్దదశకు (1913-27) చెందినవే. ప్రముఖ రష్యన్ సినీ దర్శకుడు, నవ్యసినిమా పితామహుడు అయిన సెర్గీఐసన్‌స్టీన్ చిత్రకథలోని పెదాలకు తెరపై కనిపించే పదచిత్రాలకు (images) ఒక సజీవసంబంధం వుండాలని నిర్దేశించాడు. ఐసన్‌స్టీన్ దృష్టిలో ఉత్తమ చిత్రకథ దర్శకుడి సృజనకు ప్రేరణగా నిలిచేది.

అభ్యాసం

సినిమా ప్రధాన దశలను చెప్పండి.

BRAOU

సినిమా నిర్మాణ ప్రక్రియలో ముఖ్యమైన అంశాలేవి?

16.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- చిత్రకథ మూడుదశల్లో తయారవుతుంది. మొదటిదశలో దర్శకుడు తన ఆలోచనను చిత్రకథకుడితో చర్చించి దానికి అక్షరరూపాన్నిస్తాడు. బడ్జెట్, లొకేషన్స్, తదితర ఆర్థిక, సాంకేతిక విషయాలు నిర్ణయమైపోయిన తరువాత ప్రారంభం, క్లైమాక్స్, పరిష్కారం అనే మూడు భాగాలుగా విభజించుకోవడం రెండవదశ. మూడవదశలో దృశ్యాలుగా పునర్నిర్వచించుకున్న చిత్రకథతో నేరుగా నిర్మాణానికి ఉపక్రమిస్తారు.

- దృశ్యాలుగా విడగొట్టుకున్న స్క్రిప్టులోని ప్రతిదృశ్యమూ దేనికదే ప్రత్యేకమైనదీ, పరిపూర్ణమైనదీ కావడం వల్ల ఏ క్రమంతోనైనా చిత్రీకరణ జరుపుకోవచ్చు. అంటే సాంకేతిక, ఆర్థిక, భౌతిక ఇబ్బందులను అధిగమించేందుకు అవసరమైన దృశ్యాలను చిత్రకథలోని దృశ్యక్రమాన్ని ఏ మాత్రం లెక్కచేయకుండా చిత్రీకరించుకునే వీలుంటుంది.

- కాలం కన్నా ముందుండాల్సిన వర్తమాన నిర్దిష్ట పరిస్థితిలో, మరీ ముఖ్యంగా సినీ పరిశ్రమలో చిత్ర నిర్మాణ వ్యయాన్ని, వ్యవధిని తగ్గించే అన్ని రకాల పద్ధతులను అవలంబించడం అనివార్యం.

- బయటి ప్రదేశాల్లో చిత్రీకరణ చాలా వ్యయంతో కూడుకున్నదే కాకుండా కష్టమైనది కూడా. దీనికి పటిష్టమైన ప్రణాళిక, నైపుణ్యం కలిగిన కళాకారులు అవసరమవుతారు.

- సానుకూల ప్రాంతాలను చిత్రీకరణకు ఎంపిక చేసేప్పుడు ఆర్థిక, సాంకేతిక పరిమితులను దృష్టిలో వుంచుకోవాలి.

- చిత్ర విజయంలో ఉత్తమ నటన ప్రధాన భూమికను నిర్వహిస్తుంది. అనుభవజ్ఞులైన, పాత్రోచితంగా నటించగల నటుల వల్లే ఉత్తమ చిత్రం సాధ్యపడుతుంది.

16.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. సినిమా నిర్మాణంలో గుర్తుంచుకోదగిన ప్రధాన దశలను వివరించండి.
2. చలనచిత్రానికున్న విశిష్ట లక్షణాలను గుర్తించండి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. సినిమా అభివృద్ధి దశలు ఏవి?
2. చలనచిత్రం, సినిమాల వివరణ ఇవ్వండి?

BRAOU

భాగం 17 సినిమా నిర్మాణం : మౌలిక అంశాలు

విషయ క్రమం

17.1 ఉద్దేశం

17.2 ప్రవేశిక

17.3 చిత్ర నిర్మాణం అంటే ఏమిటి?

అభ్యాసం

17.4 చిత్రనిర్మాణంలో వివిధాంశాలు

అభ్యాసం

17.5 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

17.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

17.1 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు.

- చలన చిత్రం, చిత్రనిర్మాణం
- చలనచిత్ర నిర్మాణంలో పాల్గొనే వివిధ శాఖలు
- చిత్రనిర్మాణంలో ఉపయోగించే సాంకేతిక పదాలు, చిత్ర నిర్మాణ వ్యాకరణం

17.2 ప్రవేశిక

మనిషిదైనందిన జీవితంలో సినిమా అంతర్భాగమై పోయింది. వినోదాన్ని యివ్వడమే సినిమా ప్రాథమిక ఉద్దేశ్యమైనప్పటికీ మరే యితర కళా ప్రక్రియ చేయనంత బలంగా మనిషి జీవితాన్ని ప్రభావితం చేయగలిగింది సినిమాయే అని చెప్పక తప్పదు. ఇప్పుడు సినిమా అన్ని మాధ్యమాలలోకి అత్యంత శక్తివంతమైన మాధ్యమమని చెప్పడంలో ఏ మాత్రం అతిశయోక్తి లేదు.

ప్రపంచసినిమా 1995వ సంవత్సరాన్ని వందేళ్ళ ఉత్సవంగా జరుపుకుంటోంది. తెలుగులో తొలి సినిమా ప్రదర్శన జరిగి మాత్రం అరవై అయిదేళ్ళే అయింది. వందేళ్ళ సినీ చరిత్రలో చిత్రనిర్మాణం (Film Production) సాంకేతికంగానూ, కథాపరంగానూ లెఖ్ఖలేనన్ని మార్పుల్నీ, ధోరణుల్నీ చవి చూసింది.

17.3 చిత్రనిర్మాణం అంటే ఏమిటి?

ఆలోచనలకు, సాంకేతికతకు మధ్య అన్యోన్యమైన సమన్వయ రూపమే సినిమా. ఒక ఆలోచన తెరపై దృశ్యంగా మారే క్రమంలో ఎన్నో సాంకేతిక విభాగాలకు చెందిన ఎంతో మంది నిపుణులు, కళాకారులు శ్రమించాల్సి వుంటుంది. చిత్రనిర్మాణం మనం తెరపై చూసి ఆనందించే చిత్రమంత అందంగా, ఆహ్లాదంగా ఏమీ వుండదు. చిత్రనిర్మాణం ఎన్నో సాంకేతిక అడ్డంకులనూ, భౌతిక పరిమితులనూ అధిగమించి అందమైన రంగు రంగుల ప్రపంచాన్ని తెరపై ఆవిష్కరిస్తుంది.

దర్శకుడి/రచయితలో మెదిలిన ఒక ఆలోచన దృశ్యరూపం దాల్చి తెరకెక్కేందుకు అవసరమయ్యే అన్ని రకాల ప్రయత్నాలు, ప్రయోగాలు చిత్రనిర్మాణ దశలోనే జరుగుతాయి. స్థూలంగా చెబితే చిత్రనిర్మాణం అంటే ఒక ఆలోచన/విషయం తెరకెక్కేందుకు లోనయ్యే ఒక క్రమం అని అర్థం.

BRAOU

ప్రతిప్రక్రియకూ ఒక ప్రత్యేకమైన భాష, వ్యాకరణం వున్నట్టే సినిమాకు కూడా ఒక ప్రత్యేకమైన భాష, వ్యాకరణము వున్నాయి. ఒక ప్రక్రియకు సంబంధించిన పద్ధతులు, సాంకేతిక పదజాలం తదితర విషయాలు మరే యితర ప్రక్రియలోనూ అదే అర్థాన్ని, ప్రయోజనాన్నీ యివ్వవు. చిత్ర నిర్మాణానికి అవసరమయ్యే భాష, వ్యాకరణం తెలుసుకునే ముందు నిర్మాణక్రమంలో పాలుపంచుకునే వివిధ ప్రత్యేక విభాగాల గురించీ, రంగాల గురించీ కొంత పరిజ్ఞానముండటం అవసరం.

చిత్రనిర్మాణం ప్రారంభించకముందే అందుకు అవసరమయ్యే అన్ని విభాగాలు, రంగాల గురించీ, వ్యయం, తదితర విషయాల గురించీ కనీస అవగాహనలతో, అంచనాలతో ప్రణాళిక నొకదాన్ని రూపొందించుకోవటం మంచి లక్షణం. అయితే అలా చిత్ర నిర్మాణం గురించిన ప్రాథమిక ప్రణాళికను రూపొందించుకోవడానికి కూడా నిర్మాణంలో పాల్గొనే వివిధ రంగాల గురించీ, అందులో వాడే సాంకేతిక పదజాలం గురించీ తెలిసివుండాలి.

అభ్యాసం

చిత్ర నిర్మాణ నిర్వచనం చేయండి.

____

____

____

____

____

____

____

____

____

BRAOU

17.4 చిత్ర నిర్మాణంలో వివిధ అంశాలు

చిత్ర నిర్మాణంలో వివిధ అంశాలు ప్రధానంగా ఈ కింది విధంగా వుంటాయి.

1. చిత్ర కథ - స్క్రిప్ట్ - Script
2. సానుకూల ప్రాంతాలు - లోకేషన్స్ - Locations
3. నటుల ఎంపిక - Finding Actors
4. కెమెరా కోణాలు - Camera angles
5. వస్తు నిష్పత్తి - Aspect ratio
6. బింబ పరిమాణం - దృష్టి కోణం - Image size and Perspective
7. దీపాలంకరణ - Lighting
8. ధ్వని - Sound
9. ఎడిటింగ్ - Editing

ఇప్పుడు వీటి గురించిన కనీస అవగాహన చేసుకుందాం.

1. చిత్ర కథ (Script)

ఒక రచయిత రాసిన కథనో లేదా దర్శకుడి ఆలోచననో చిత్రానికి అనుగుణంగా రాసుకున్న ప్రతిని చిత్రకథ

(Script) అంటాం. స్క్రిప్టుకు సమానమైన తెలుగు పదాన్ని దేన్నీ ఖాయంచేయకపోయినా చిత్రకథ, చిత్రానువాదము అన్న మాటలు మనం సినిమా పేర్లలో తరచు చూస్తుంటాము. తెలుగులో స్క్రిప్టుకు సమాంతరపదం చిత్రానుసారిత కథ అయినప్పటికీ చిత్రకథ అని అనడమే సులభం.

రచయిత రాసిన కథను దృశ్యాలుగా విభజించి సంభాషణలు రాసుకొని, చిత్ర నిర్మాణంలో అవసరమయ్యే ప్రతి కదలికనూ చిత్రకథలో పొందుపరచాల్సి వుంటుంది. అంటే చిత్రకథ అంటే కేవలం చిత్రకథకు సంబంధించిన సంభాషణలే కాకుండా చిత్రీకరణకు దోహదం చేసే విధంగా అందుకు అవసరమయ్యే సాంకేతిక, వ్యయ తదితర వివరాలను పొందుపరచిన ప్రతి, అని అర్థం.

2. సానుకూల ప్రాంతాలు (Locations)

ఒకసారి చిత్రకథను తయారుచేసుకున్న తరువాత చిత్రీకరణకుపక్రమిస్తారు. ఆయా సన్నివేశాలకు అనుకూలించే ప్రాంతాలను ఎంచుకోవడమే తదుపరి ప్రధాన అంశం. చిత్రకథలోని అవసరాన్ని బట్టి ఇంటా (Indoor/Studio), బయటా (Outdoor/Field) కూడా చిత్రీకరిస్తారు. సానుకూలప్రాంతాలు, చిత్రించే సన్నివేశం తాలూకు వాతావరణాన్ని (atmosphere) ప్రతిఫలించే విధంగా వుండాలి. లేదా అలాంటి వాతావరణాన్ని రూపొందించు కోవటానికి (కృత్రిమంగా అంటే Sets ద్వారా) వుండాలి. అంతేకాని చిత్రకథలో పేర్కొన్న ప్రాంతానికి విరుద్ధమైన వాతావారణాన్ని ప్రతిఫలిస్తే దృశ్యం అసహజంగా తయారవుతుంది. సానుకూలప్రాంతాలు ఆ దృశ్యంలో పాల్గొనే పాత్రల నటనకు, వారి జీవనవిధానానికీ నేపథ్యంగా, ఆలంబనగా వుండాలే కాని అసంబద్ధంగా వుండకూడదు. నెలల తరబడి (ఒక్కోసారి సంవత్సరాలతరబడి) జరిగే చిత్ర నిర్మాణానికి కారణం ఆర్థిక, సాంకేతిక ఇబ్బందులేకాకుండా చిత్రీకరణకు ఎంచుకున్న సానుకూల ప్రాంతాల మధ్య వుండే భౌతికదూరం ప్రధానకారణం. రెండు వేర్వేరు దూరాలలో వుండే సానుకూల ప్రాంతాలలో చిత్రీకరణను పూర్తి చేయడానికి ఖచ్చితమైన ప్రణాళిక వేసుకోవడం అవసరం. అన్నింటికీ మించి సానుకూలిత ప్రాంతాలను ఎంచుకునే ముందు నిర్మాణ వ్యయాన్ని దృష్టిలో వుంచుకోవటం కూడా ముఖ్యం.

1వ ఉదా:- (ద్రోహి చిత్రకథలోని ఒక సన్నివేశం)

1) దృశ్యం 15

2) మినీ బస్ లోపల

3) పగలు

\- - - - - - - - - - - - -

2వ ఉదా:- (అదే చిత్రకథలోని ఇంకొక సన్నివేశం)

1) దృశ్యం 15 (ఎ)

2) మినీ బస్ వెలుపల

3) పగలు

\- - - - - - - - - - - - -

పై ఉదాహరణలో సానుకూల ప్రాంతాల గురించి ఒక అవగాహన కలిగేందుకు వీలుగా రెండు దృశ్యాలను పేర్కొనడం జరిగింది.

పేర్కొన్న రెండు ఉదాహరణల్లోనూ (1) దృశ్యం పేరు లేదా సంఖ్యను తెలియజేస్తుంది. ఇలా ప్రతి దృశ్యానికి ఒక పేరుగానీ వరుస సంఖ్య గానీ యివ్వడం వల్ల చిత్రీకరణ సులభమవుతుంది.

BRAOU

(2) దృశ్యం జరిగే స్థలాన్ని అంటే సానుకూలిత ప్రాంతాన్ని (Location) సూచిస్తుంది. నిజానికి ఇక్కడ రెండు ఉదాహరణల్లోనూ ఒకే సానుకూలిత ప్రాంతానికిచెందిన రెండు వేర్వేరు స్థలాలు. ఒకటి మినీ బస్ లోపల, రెండవది బస్ బయట.

పైన చెప్పిన విధంగా చిత్రీకరించే దృశ్యాలలోని సానుకూలిత ప్రాంతాల తాలూకు పూర్తి వివరాలు చిత్రకథలోనే పొందుపరచుకుంటే చిత్రీకరణ మరింత సులభతరమవడమే కాకుండా చిత్రీకరణ కంటే చాలా ముందుగానే ఆదృశ్యంపై ఒక అవగాహన మనకు కలిగేందుకు అది దోహదం చేస్తుంది కూడా.

(3) నటుల ఎంపిక (Selection of actors)

చిత్రాన్ని సాంకేతికత ఎంతగా నిర్దేశిస్తుందో అంతకన్నా ఎక్కువ మొత్తంలో నటులు, వారి నటన, నిర్దేశిస్తాయి. ఎందుకంటే సాంకేతికపరంగా ఎంత ఉత్తమమైన నాణ్యతను, పరిజ్ఞానాన్ని మనం చిత్రనిర్మాణంలో పొందుపరచినప్పటికీ ఉత్తమ నటులు, ఉత్తమ నటన మాత్రమే ఉత్తమ చిత్రానికి సోపానాలు. కథ ఎంత మంచి దైనప్పటికీ తెరపై అది అందమైన, అర్థవంతమైన దృశ్యాలుగా తర్జుమాకావటానికి అనుభవజ్ఞులైన, పాత్రోచితంగా నటించగలిగే నటులు అవసరమవుతారు.

చిత్రకథను రూపొందించుకున్న తర్వాత అందులోని పాత్రలకు సరిపోయే నటుల ఎంపిక అత్యంత బాధ్యతతో కూడుకున్న అంశం. పాత్ర తాలూకు సామాజిక, మానసిక, భౌతిక కోణాలకు తగినవిధంగానే (tridimensionality) నటుల ఎంపిక జరగాలి. నటుడికి ఉండవలసిన మంచి శరీరసౌష్టవం, స్వరం, చిత్రకథలోని పాత్రను యథాతథంగా వ్యక్తీకరించేందుకు తగినవిధంగా వుండే నటులను మాత్రమే ఎంచుకోవాలి. నటుల ఎంపికకు చిత్రకథలోని పాత్ర లక్షణాలే కొలమానం కావాలి.

BRAOU

(4) కెమెరా కోణాలు (Camera Angles)

కెమెరా స్థానానికి దృశ్యంలో చూపించే విషయానికి (Object) మధ్యనున్న కోణాన్నే కెమెరా కోణం (Camera angle) అంటారు. చిత్రీకరించేబోయే దృశ్యంలోని (మరీ ప్రత్యేకించి ఆ షాట్‌లోని) సన్నివేశ ప్రాధాన్యాన్నీ, నటనా ప్రాముఖ్యతను మరింత ప్రతిభావంతంగానూ, స్పష్టంగానూ చెప్పేందుకు కెమెరాను సృజనాత్మకంగా వుపయోగించుకోగలిగి వుండాలి.

కెమెరాకు సంబంధించిన కోణాలే చిత్రకథలోని ప్రాముఖ్యతను తెలియజేస్తాయి. కెమెరా కోణాలను రూపకల్పన చేసే ముందు కొన్ని జాగ్రత్తలు తీసుకోవడం చాలా అవసరం. అందులో ప్రధానమైనది మనం దృశ్యాన్ని ఏ వైపు నుంచి ఏ వైపుకు చిత్రీకరిస్తున్నామన్నది. చిత్రీకరించే విషయానికి 180°ల పైగా కెమెరాను తిప్పటం వల్ల చూపించదలుచుకున్న చిత్రం విరుద్ధంగా వస్తుంది. ఫలితంగా కుడివైపు నుంచి ఎడమవైపుకు కదిలే పాత్ర అందుకు వ్యతిరేకంగా ఎడమనుంచి కుడివైపుకు కదిలినట్లు కనిపిస్తుంది. దీనివల్ల దిశ దెబ్బతినటమే కాకుండా ప్రేక్షకుడికి దృశ్యంపట్ల అస్పష్టత కూడా కలిగే ప్రమాదముంది. అందువల్ల కెమెరాకోణం ఎప్పటికి 180° లను మించరాదు.

(5) వస్తు నిష్పత్తి (Aspect Ratio)

అన్ని ఫ్రేమ్‌లు (frames) సాధారణంగా లంబకోణంలోనే వుంటాయి. 35mm చిత్రాల కొరకు సుమారు వందేళ్ళ క్రితం ప్రముఖ శాస్త్రవేత్త థామస్ ఆల్వాఎడిసన్ రూపొందించిన కొలమానాలే ఇప్పటికీ ప్రామాణికంగా వాడుకలో వున్నాయి. దృశ్యంలోని బింబవైశాల్యలంబకోణీయత (Image Area's rectangulairty) కొలతలను వస్తునిష్పత్తి అంటారు (Aspect Ratio). ఇంకో విధంగా చెబితే సమాంతర బింబపరిమాణానికి (Horizontal Image dimension) లంబపరిమాణానికీ (Vertical Image dimension) వున్న నిష్పత్తినే వస్తు నిష్పత్తి (Aspect Ratio) అంటారు. సాధారణంగా ఈ నిష్పత్తి చతురస్రానికి 1:1 గా వుంటుంది. కానీ 8mm, 16mm, 35mm లకుమాత్రం వస్తు నిష్పత్తి 4:3 అయితే వస్తు నిష్పత్తి చాలా సందర్భాలలో 1.33:1 వుండటం గమనార్హం.

(6) బింబపరిమాణం - దృష్టి కోణం

తెరపై కనిపించే బింబపరిమాణం కెమెరాలో వుపయోగించే కటకాల(Lense)ను బట్టి మారుతూ వుంటుంది. ఒకే దూరంలో వున్న బింబాన్ని వేర్వేరు కటకాలలో దర్శించినపుడు దాని బింబపరిమాణంలో విపరీతమైన మార్పును మనం గమనించవచ్చు. బింబ పరిమాణాన్ని మనకు కావలసినంత పరిమాణానికి మార్చుకునేందుకు సాధారణంగా వుపయోగించే పద్ధతి కెమెరాకు వస్తువుకు మధ్యదూరాన్ని మార్చడం అయితే ఇంకో పద్ధతిలో కూడా మనం బింబపరిమాణాన్ని మనమనుకున్న రీతిలో మార్చుకునే వీలుంది. కెమెరాకున్న కటకాలను మార్చటం వల్ల ఇది సాధ్యపడుతుంది. అయితే యిక్కడ గమనించవలసిన విషయమేమిటంటే కెమెరాకు వస్తువుకు మధ్య వున్న దూరాన్ని మార్చడంవల్ల వచ్చే బింబానికీ తేడా వుంటుంది. ఒక షాట్‌ను సాధారణ కటకం వుపయోగించి తీశారా? లేక ప్రత్యేక కటకాలను వుపయోగించి తీశారా అన్నది సులభంగా గుర్తించవచ్చు. ఇలా తీసిన బింబాలు తెరపై ఒకరకంగా వున్నట్టు కనిపించినప్పటికీ వాటి దృష్టికోణాల(Perspective)లో తేడా మనం గమనించవచ్చు. దృష్టికోణమే రెండు వేరువేరు దూరాలలో నుంచి చిత్రీకరించిన వస్తువులమధ్య తేడాను స్పష్టపరచేది. కాబట్టి బింబపరిమాణం, దృష్టికోణాల పట్ల కనీస అవగాహన కలిగివుండటం ఎంతైనా అవసరం. అలాగే సాధారణ కటకానికీ (కెమెరా కటకానికీ) ప్రత్యేక కటకంతో చిత్రించే బింబానికీ మధ్యతేడా తెలిసివుంటే సందర్భానుసారంగా చిత్రకథలోని సన్నివేశాల కనుగుణంగా మనం ఆ పరిజ్ఞానాన్ని ఉపయోగించుకోవచ్చు.

(7) దీపాలంకరణ (Lighting)

చిత్రంలోని ప్రతిదృశ్యం కూడా వెలుగునీడల సమన్వయం వల్లే మనకు కనిపిస్తుంది. ఒక వస్తువుపై ఏ మేరకు కాంతిపడుతుందో ఆమేరకు మాత్రమే మనకు కనిపించి మిగతాభాగం ఛాయలో (నలుపు) కనిపిస్తుంది. ఈ సూత్రమే చిత్రంలోని దీపాలంకరణ (Lighting) కు మూలం. దీపాలంకరణలో రెండు రకాల కాంతిని దృశ్యానుగుణంగా మలయడం తెలిసివుండాలి. ఒకటి సూర్యకాంతి (Day light). రెండు కృత్రిమకాంతి (Artificial light). సూర్యకాంతిని నేరుగా నటులపై పడకుండా పరావర్తకాలు (Reflectors) ద్వారా వుపయోగించుకుంటారు. అదే విధంగా సూర్యకాంతిలేని పక్షంలో కృత్రిమ కాంతిని ప్రత్యేక బల్బుల ద్వారా సృష్టించి వాడుకుంటారు. ఈ కృత్రిమ కాంతినిచ్చే బల్బుల్లో ప్రధానంగా గురిదీపాలు (Spotl ight), బరిదీపాలు (Flood light/Halozen) అనే రెండు రకాలున్నాయి. గురిదీపాలు ప్రత్యేకంగా ఒక బిందువును/ప్రత్యేక ప్రాంతాన్ని వెలుతురులో చూపించేందుకు వుపయోగిస్తే బరిదీపాలు మొత్తం ప్రాంతాన్ని కాంతివంతం చేయటానికి వాడతారు. వీటిని ఉపయోగించేటప్పుడు వాటి కాంతి తీవ్రతలో (Intensity) హెచ్చుతగ్గులు కల్పించేందుకు ఫిల్టర్లు లేదా కాంతి వ్యాపక తెరలు వాడతారు. వీటిని వుపయోగించడం ద్వారా మనకు కావలసినంత కాంతిని మాత్రమే మనం రాబట్టుకుని మిగతా కాంతిని వస్తువుపై ప్రసరించకుండా ఆరికట్టవచ్చు. ఫిల్టర్లలో రంగుపొరలను వాడటం వల్ల కూడా ఒక ప్రత్యేకమైన ఎఫెక్ట్‌ను తీసుకురావచ్చును.

ఏదేమైనప్పటికీ దీపాలంకరణ (Lighting) పాత్రల హావభావాలను, దృశ్యంలోని జీవాలను తెరపై యదాతథంగా లేదా అనుకున్న రీతిలో చూపించేందుకు అత్యంత ప్రధానమైన విభాగం.

(8) ధ్వని (Sound)

చలనచిత్రం శబ్ద, దృశ్యమాధ్యమాల సమాహార ప్రక్రియ. తెరపై కనిపించే ప్రతి కదలికకూ వుద్దేశ్యమూ, ప్రయోజనము, అర్థం వున్నట్లే, వినిపించే ప్రతి శబ్దానికీ కూడా వుద్దేశ్య, ప్రయోజన, అర్థాలు వుంటాయి. అయితే నిశ్శబ్దం కూడా చాలా సందర్భాలలో నిర్దిష్టమైన అర్థాన్నిస్తుంది. శబ్దనిశ్శబ్దాలను సమర్థవంతంగా, సందర్భానుసారంగా వుపయోగించుకోవడంలోనే దర్శకుడి నైపుణ్యం యిమిడివుంటుంది.

చలనచిత్రాలలో ధ్వనిముద్రణ రెండురకాలుగా జరుగుతుంది. చిత్రీకరణ జరిగే సందర్భంలోనే దృశ్యం నడుస్తుండగా యథాతథంగా ధ్వనిని ముద్రించడం ఒకపద్ధతి. దీనినే ప్రత్యక్ష ధ్వని ముద్రణా పద్ధతి (Direct or Live Sound recording) అంటారు. ఇలాకాక చిత్రీకరణ అంతా ముగిసిన తర్వాత చిత్రాన్ని క్రమబద్ధీకరించే

BRAOU

సమయంలో డబ్బింగ్ పద్ధతిలో జరిగే ధ్వని ముద్రణను పరోక్ష ధ్వని ముద్రణా పద్ధతి (Indirect Sound recording) లేదా నిర్మాణానంతర ధ్వనిముద్రణా పద్ధతి (Post production sound recording) అంటారు. పై రెండు పద్ధతులలోనూ టేప్‌రికార్డర్లపై సాధారణంగా ఏ పద్ధతిలో అయితే ధ్వని ముద్రణ జరుగుతుందో అదే పద్ధతిలో ఫిల్మ్ (Film) పై నేరుగా ముద్రించడం ద్వారా గానీ తరువాత కలపడం ద్వారాగాని ధ్వనిముద్రణను నిర్వహిస్తారు. ఫిల్మ్‌లో దృశ్యానికి ఇరువైపులా ధ్వనిని అయస్కాంత పద్ధతిలో ముద్రించడానికి వీలుంటుంది. ఫిల్మ్ కదలడం ప్రారంభమవడంతోనే ఇరువైపులా ముందుగా ముద్రించబడిన ధ్వని దానంతట అదే వినిపించడం మొదలవుతుంది. అయితే చిత్రీకరణ సమయంలోనే ప్రత్యక్ష పద్ధతిలో ధ్వని ముద్రిస్తే దృశ్యానికీ, ధ్వనికీ మధ్య ఖచ్చితమైన సమన్వయం ఏర్పడుతుంది. ఇలా చెయ్యటం అన్ని సందర్భాలలో కుదరదు ఎందుకంటే ప్రత్యక్ష పద్ధతిలో ఇతర అనవసర ధ్వనులను నియంత్రించే అవకాశముండదు. ఫలితంగా దృశ్యంలోని సంఘటనకు అవసరంలేని ధ్వనులు వినిపించి దృశ్యాన్ని అస్పష్టం చేస్తాయి. అలాంటి సందర్భాలలో నిర్మాణానంతర ప్రక్రియలో ధ్వనిముద్రించడమే ఉత్తమం. కానీ ఈ పద్ధతిలో కూడా ఏ కొంచెం తేడా వచ్చినా మొత్తం చిత్రంలోని దృశ్యాలకూ, ధ్వనికీ పొంతనలేకుండా గందరగోళంగా తయారయ్యే ప్రమాదముంది. అలా దృశ్యానికి సమాంతరంగా అందుకు అనుగుణమైన ధ్వని ముద్రించడాన్ని చిత్రపరిభాషలో సింక్ (Synchronize/sync) అయ్యిందని అంటారు.

(7) ఎడిటింగ్

చిత్ర నిర్మాణం ముగిసిన తర్వాతే అసలు పని ప్రారంభమవుతుందని చెప్పాలి. నిర్మాణంలోని అన్ని తప్పుల్ని, ప్రయత్నాల్నీ, ప్రయోగాల్ని ఒకసారి పునరవలోకనం చేసుకునే అవకాశం ఎడిటింగ్ కల్పిస్తుంది. చిత్రానికి సాంకేతికపరంగా, కథాపరంగా, నాణ్యతాపరంగా ఒకస్థాయిని, ఒక నిర్దిష్టరూపాన్ని కలిపించేది ఎడిటింగ్ దశలోనే. ఎడిటింగ్ అంటే దృశ్యానికీ దృశ్యానికీ మధ్య చిత్రస్రవంతి (Visual continuity), కథ స్రవంతి (Storyline)ని కాపాడుకుంటూ అవసరమైన మార్పులు చేసి చిత్రానికి తుదిరూపమిచ్చేదశ.

మనం తెరపై చూసే చిత్రంలోని దృశ్యాలపరంపర ప్రకారం చిత్రీకరణ జరగాలన్న నియమేమీ లేదు. అలా అదే క్రమంలో చిత్రించడం అన్నివేళలా సాధ్యపడదు కూడా. అందువల్ల వీలుపడిన దృశ్యాన్ని, చిత్రంలోని వరుసక్రమాన్ని పట్టించుకోకుండా, ముందుగా చిత్రీకరిస్తారు. మామూలుగా ప్రతి దృశ్యం ముందు అదృశ్యం తాలూకు వివరాలున్న పలకను వుంచి చిత్రీకరించి జతపరుస్తారు. దీన్ని చిత్రపరిభాషలో 'క్లాప్' అంటారు. 'క్లాప్' వల్ల చిత్రీకరణ సులభమవ్వడమే కాకుండా ఎడిటింగ్ సమయంలో దృశ్యాల అమరికలో అస్పష్టత, గందరగోళాన్ని నివారించవచ్చు.

అభ్యాసం

చిత్ర నిర్మాణంలో నటుల ఎంపిక ప్రాధాన్యం, విధానం వివరించండి.

BRAOU

'కెమెరాకోణాల' ప్రమేయాన్ని చెప్పండి

చిత్ర నిర్మాణంలో 'దీపాలంకరణ' అంశాలు తెలపండి.

BRAOU

17.5 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- చిత్ర నిర్మాణంలో అనేక సాంకేతిక అంశాలు, భౌతిక పరిమితులు ఉంటాయి. వాటిని సమన్వయం చేసుకోవాలి. కొన్ని సందర్భాల్లో ఎదురయ్యే అడ్డంకులు అధిగమించాలి.
- సినిమాకు ఒక ప్రత్యేకమయిన భాష, వ్యాకరణమూ ఉన్నాయి.
- చిత్ర నిర్మాణం గురించిన ప్రాథమిక ప్రణాళిక ముందుగానే రూపొందించుకోవాలి.
- చిత్ర నిర్మాణంలో వివిధ అంశాలు చూస్తాం. అవి చిత్రకథతో మొదలయి ఎడిటింగ్‌తో పూర్తవుతాయి. అంటే కథాభావనకు రూపకల్పన, తుదిరూపం ఈ అంశాలనుంచి వస్తుందన్న మాట.
- సానుకూల ప్రాంతాల ఎంపిక ప్రధానమైన అంశం.
- సన్నివేశ ప్రాధాన్యాన్ని, నటనా ప్రాముఖ్యతను ప్రతిభావంతంగా చెప్పడానికి కెమెరా కోణాలు బాగా ఉపకరిస్తాయి. ఇందులోని భాగమే చిత్రీకరణలో వస్తు నిష్పత్తి, బింబపరిమాణం.
- చలనచిత్రంలో ధ్వనికి ప్రత్యేక స్థానం ఉంది. చాలా సందర్భాల్లో దృశ్యాలకు ఊపిరిపోసేది 'శబ్దమే'.చిత్ర నిర్మాణంలో ధ్వని ముద్రణ రెండు రకాలుగా జరుగుతుంది.

17.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. చిత్ర నిర్మాణంలో ముఖ్య భూమికను నిర్వహించే అంశాలను వివరించండి.
2. 'చిత్రకథ' అంటే ఏమిటి? సోదాహరణంగా చర్చించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. బింబ పరిమాణం - దృష్టి కోణం అంటే ఏమిటి?
2. సినిమాలలో ఎడిటింగ్ విధానం వివరించండి.

BRAOU

భాగం 18 కథాచిత్రాలు

విషయ క్రమం

18.0 ఉద్దేశం

18.1 ప్రవేశిక

18.2 కథా రచన అంటే ఏమిటి?

18.3 కథా రచన లోని రకాలు

18.3.1 కథా చిత్రాల నమూనాలు

18.3.2 కథా చిత్ర రచనా విధానం

అభ్యాసం

18.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

18.5 అదనపు సమాచారం

18.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

18.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది విషయాలను విశ్లేషించుకోగలుగుతారు

- సినిమారచన అంటే ఏమిటి? అది నాటక రచనకు ఏ విధంగా భిన్నమయింది?
- సినిమా రచనకు ప్రాథమికంగా పాటించవలసిన సూత్రాలేమిటి?
- మౌలికమయిన రచనలో Improvisation అవసరం ఎంత ఉంది?

BRAOU

18.1 ప్రవేశిక

1931లో 'భక్త ప్రహ్లాద'తో కథా చిత్రాల చరిత్ర ప్రారంభమయింది. తనదయిన బాణీనీ, ధోరణిని ఏర్పరచుకోడానికి ఒక ప్రసార మాధ్యమం నిలద్రొక్కుకోడానికి 63 సంవత్సరాల వ్యవధి ఎక్కువేం కాదు. అయితే ఈ వ్యవధిలో ప్రపంచయుద్ధాలూ, ఈ దేశానికి స్వాతంత్ర్యం రావడం, సామాజిక వ్యవస్థలో, ఆర్థిక, సాంఘిక పరిణామాలు మార్పులూ - ఒక వ్యవస్థలో ఒక శతాబ్దికాలంలో రానంతటి పెద్ద మార్పులను తెచ్చిపెట్టాయి. వ్యవస్థలో ఆలోచన తీరు, అవసరాలు, అలవాట్లు - ఒకటేమిటి? అన్నీ వూహించనంత వేగంగా, సమగ్రంగా, సమూలంగా మారిపోయాయి. ఈ నేపథ్యంలో 'కథాచిత్రం' తనదైన రూపాన్ని సంతరించుకోలేకపోయిందంటే ఆశ్చర్యమేమీలేదు. ఉదాహరణకి 1931లో యింకా పౌరాణిక యితివృత్తాలపై ఆధారపడిన, ఆనాటి నాటకరంగంపై, నటులపై, నటనా ధోరణులపై ఆధారపడిన మొదటి తెలుగు కథా చిత్రం అవతరిస్తే - ఈనాటి కథకు, నటనకీ, ప్రక్రియకీ, ఆలోచనకీ మూలమేదో ఎక్కడో ఎవరికీ అంతుపట్టడం లేదు. ఈ వ్యవస్థలో మనం 'కథా చిత్రానికి' కథా చిత్రరచనకు ఒక వూహ మాత్రపు రూపాన్నయినా శోధించగలగాలి.

18.2 కథా రచన అంటే ఏమిటి?

సినీ కథారచన విషయంలో ఓ దురాచారం వుంది. నాటక రచన అంటే పాత్రల మధ్య సంభాషణలూ - మధ్య మధ్య ఆయా పాత్రల హావభావాలు రాకపోకలూ రచయిత సూచిస్తే చాలు; ప్రయోగ నిర్దిష్టమయిన కదలికల్ని మిగతా హంగుల్ని సమకూర్చుకుంటాడు రచయిత. కాని సినిమా రచనలో "స్క్రీన్‌ప్లే" ఆ షాట్ల వివరాలను నిర్దేశిస్తూ అవసరమయిన సంభాషణల్ని సమకూర్చడం ఉంటుంది. సాధారణంగా పాత్రల మధ్య

సంభాషణలూ, హావభావాలూ, కదలికలూ రాసి చెయ్యి దులుపుకోవడం మన సినిమాల్లో ఆచారంగా చలామణీ అవుతోంది. దర్శకుడు ఆసేను ప్రకారం షాట్లను నిర్ణయించుకొని చిత్రాన్ని రూపొందించాక, దాన్ని ఎడిటింగు గదిలో అవసరమయిన క్రమంలో చేర్చాక స్పెషల్ ఎఫెక్ట్స్ కూడా జత చేశాక - సెన్సారు కోసం తయారుచేసే "తెరమీద కథనాన్ని" స్క్రీన్‌ప్లే అంటారు. కాని రచయిత బాధ్యత సినిమా నిర్మాణం ప్రారంభించక ముందే ఈ కథనాన్ని నిర్దేశించడమే. కనక ఎర్నెస్ట్‌వేమెన్, ఆల్ఫ్రెడ్ హిచ్‌కాక్, కె.వి. రెడ్డి వంటివారి విషయంలో మినహాయిస్తే - స్క్రీన్‌ప్లే సిద్ధం చేసే బృందంలో రచయితతోపాటు దర్శకుడు కూడా ఉంటాడు. ఇంకా అవసరమయితే ఎడిటర్ కూడా వుంటాడు. ఈ మూడువిభాగాలను మనస్సులో ఉంచుకొని తెరమీద చిత్రణను కాగితం మీద నింపడమే సినిమా రచన అనిపించుకుంటుంది. బెన్‌హర్, సౌండ్ ఆఫ్ మ్యూజిక్ వంటి కొన్ని చిత్రాలకు అయా కథనాన్ని బట్టి ఎక్కువ సంభాషణల అవశ్యకత ఉంటుంది. అలాంటి సందర్భాలలో 'అదనపు సంభాషణల' రచయిత వేరే వుంటాడు. మిగతా సందర్భాలలో సినిమా రచన అంటే నిర్దిష్టమయిన స్క్రీన్‌ప్లే రచన అనే అర్థం.

1933 సంవత్సరం ఉత్తమ చిత్రం, ఉత్తమ దర్శకుడి ఆస్కార్ బహుమతిని మొదటిసారిగా పుచ్చుకుంటూ "షిండ్లర్స్ లిస్ట్" చిత్రం విజయానికి ఆ చిత్ర రచయిత రాసి యిచ్చిన స్క్రీన్‌ప్లేకే పెద్ద పీట వెయ్యాలని ప్రపంచప్రఖ్యాత దర్శకుడు స్టీవెన్‌స్పీల్‌బర్గ్ పేర్కొన్నారు. ఓ గొప్ప దర్శకుడు ఓ రచయిత రచనకి ప్రత్యేకంగా యిచ్చిన కితాబు ఇది.

ఉదాహరణ:

సాధారణంగా సినీ రచన యిలా సాగుతుంది.

పెద్ద భవంతి, కారు పోర్టికోలోకి
వచ్చి ఆగింది. భవనం మెట్ల మీద
ఒకావిడ నిలబడి వుంది. కారులోంచి
శేఖర్ దిగాడు. సరాసరి వెళ్లి ఆమె కాళ్లకి నమస్కరించాడు.

శేఖర్ : అమ్మా!

నవ్వు వినిపించింది.
శేఖర్ ముఖంలో ఆశ్చర్యం
అటు చూశాడు. వామనరావు
దగ్గరికి వచ్చాడు

వామ : ఆమె అమ్మ కాదు బాబూ. అమ్మ అని పదిమందిని నమ్మించడానికి నేను నిలబెట్టిన బొమ్మ. ఇక నుంచీ ప్రపంచానికి ఆమే నీ అమ్మ

శేఖర్ ముఖంలో షాక్.

నిజానికి స్క్రీన్‌ప్లే యిలా సాగాలి.

Wide angle shot - పెద్ద భవనం
కెమెరా - పోర్టికో మెట్ల మీద నిలబడిన స్త్రీ వెనక వుంది.
Foreground లో స్త్రీ - దూరం నుంచి కారు కెమెరా వేపు వస్తోంది. పోర్టికోలో ఆగింది.
Shot - కారులోంచి శేఖర్ దిగాడు. కెమెరా వేపు చూశాడు
Mid shot - స్త్రీ మూర్తి తెలుస్తోంది. ఆమె ముఖం మీద నీడ. ముఖం స్పష్టంగా తెలియడం లేదు.
Reverse angle shot. foreground లో Car వుంది.

BRAOU

శేఖర్ వచ్చి ఆమె కాళ్లకి నమస్కరించాడు.
ఆమె Point of view shot. C.S. శేఖర్ తలెత్తి
"అమ్మా" అన్నాడు. అదే face మీద OB Sound
వామనమూర్తి నవ్వు కుడివేపు ఆశ్చర్యంగా చూశాడు.
C.S. of వామనమూర్తి నవ్వుతున్నాడు.
Trolley వామనమూర్తిని mid shot లో చూపుతూ
అతను ముందుకు వస్తూంటే కెమెరా వెనక్కి నడుస్తోంది.
Final Shot లో స్త్రీ, శేఖర్ mid shot లోకి
వామనమూర్తి వచ్చాడు. ఇప్పుడు డైలాగ్ : ఆమె అమ్మకాదు బాబూ! అమ్మ అని పదిమందిని నమ్మించడానికి నేను నిలబెట్టిన బొమ్మ. ఇక నుంచి ప్రపంచానికి ఆమే నీ అమ్మ.
C.S. of శేఖర్ - షాక్, యిటు తిరిగి
కెమెరా వేపు చూశాడు
C.S. of స్త్రీ - యింకా ముఖం తెలీడం లేదు.
కాని ఆ నీడ లో నుంచి స్త్రీ నవ్వింది.
C.S. of శేఖర్ మరింత షాక్
Shot ఆకాశంలో పెద్ద మెరుపు. పిడుగు.

18.3 కథారచనలోని రకాలు

కథా రచన ఆయా చిత్రాల 'కథ'ల్ని బట్టి వుంటుంది. మానవ మేధస్సు తీసుకురాగలిగినంత వైవిధ్యం చిత్రాల కథలతో, ఆచిత్ర రచనలో సాధ్యం అయితే, స్థూలంగా కథాచిత్రాలను ఈ విధంగా విభజించవచ్చు.

అ) కుటుంబ, సాంఘిక, సామాజిక కథల చిత్రాలు

ఆ) క్రైం, ఆక్షన్ (నేర, సాహస కథల చిత్రాలు)

ఇ) చారిత్రకాలు

ఈ) పౌరాణికాలు

ఉ) శాస్త్రీయ కల్పనా చిత్రాలు (సైన్స్ Fiction)

ఇవి కాక Art Film, New Wave, New Realism, stylistic, surrealism, impressionism - యిలా ఎన్నయినా ఎన్నయినా చెప్పుకోవచ్చు.

18.3.1. కథాచిత్రాల నమూనాలు

అ) గుణ సుందరికథ, గుండమ్మకథ, డాక్టర్ చక్రవర్తి, ప్రతిఘటన, యాదోంకి బారాత్, వక్త్, సౌండాఫ్ మ్యూజిక్, హిం ఎలోన్ వగైరా

ఆ) అగ్గిపిడుగు, ఛాలెంజ్, అన్న, ఎంటర్ ది డ్రాగన్, దీవార్, జంజీర్ వగైరా

ఇ) పలనాటి చరిత్ర, మహామంత్రి తిమ్మరుసు, రాజరాజ చోళన్, శ్రీకృష్ణదేవరాయలు, ది బెకెట్, స్పార్టీకస్ వగైరా

ఈ) మాయాబజార్, విప్రనారాయణ, శ్రీవేంకటేశ్వర మాహాత్మ్యం, ది టెన్ కమాండ్‌మెంట్స్, బెన్‌హర్ వగైరా.

ఉ) ఆదిత్య 369, జురాసిక్ పార్క్, ఈ టీ వగైరా.

ఇంకా Art Film - మా ఊరు, బడి, ది పార్టీ వగైరా.

Stystic Film - ది మాన్ వ్రం లమాంచా (పీటర్ ఓటూల్స్. "పిచ్చి మారాజు" (పై చిత్రం అనుసరణ యిది) వగైరా.

18.3.2 కథా చిత్ర రచనా విధానం

స్క్రీన్‌ప్లే రాయడానికి కలం పట్టుకునే ముందు రచయిత గుర్తుంచుకోవలసిన మొదటి అంశం - తెరమీద కథ చెప్పేది కలం కాదు. కెమెరా అన్న విషయం. చూపే ఏ విషయాన్నయినా రచన సూచించాలి. దోహదం చెయ్యాలి, సహకరించాలి, సమీకరించాలి. పెద్ద మనిషిలాగా 'మాట' వెనక నిలబడాలి. ఈ ప్రక్రియ పేరే 'చిత్రం' "శబ్దం" కాదు అన్న విషయం మరిచిపోకూడదు.

నిజానికి మాట ద్వారా చెప్పడం చిత్రంలో బలహీనత. చలన చిత్రంలో కథ చెప్పడానికి సంభాషణల సహాయం తెచ్చుకోవడం ఆమాధ్యమంలో బలహీనమయిన రాజీ. చేసే ప్రతీ ఆలోచనా చెప్పాల్సిన ప్రతీమాటా - దాని అవసరం లేకుండా 'దృశ్యం'గా చూపగలగడం సాధ్యమా అని ఆలోచించాలి.

"మతాబు వెలిగిస్తే చెయ్యి కాలుతుంది బాబూ" అని ఓ ముసలాయన కుర్రాడికి చెప్పడం - Poor Visual. చాలా abstract

మతాబు వెలిగించే Shot, చెయ్యి కాలిన Shot, ఆసుపత్రిలో చేతికి కట్టుకట్టిన Shot, చిన్న తమ్ముడు మతాబును వెలిగించబోతే చేతికట్టువున్న ఓ చెయ్యి ఆ బాబుని ఆపడం బలమైన దృశ్యం.

ఓ టీ.వి.నాటకం - కుర్రాడు ఎక్కాలు చదువుకొంటున్నాడు. మనకి అర్థమవుతోంది. దృశ్యం. ఓ తాతగారు లోపల్నుంచి వచ్చారు. కుర్రాడిని చూసి నవ్వారు. "ఎక్కాలు చదువుతున్నావా బాబూ" అన్నారు. ఇది అర్థంలేని ప్రారంభం. అర్థంలేని ప్రశ్న. ఎదురుగా ఎక్కాలు చదువుతున్న కుర్రాడి దృశ్యాన్ని చూపిస్తూ "ఎక్కాలు చదువుతున్నావా?" అని ప్రశ్నించడం ఏనాటకంలో ఎక్కడా వర్తించదు.

ఓ ముఖ్యమయిన విషయం - రచయిత కాగితం మీద చిత్రాన్ని దర్శించే దర్శకుడు. సెల్యులాయిడ్ మీద చిత్రాన్ని దర్శింపజేసే రచయిత.

Andre Bazin అనే ఆయన ఓ మాట అన్నారు.

"The human being is all important in the theatre. The drama on the screen can exist without actor. A banging door a leat in the wind, waves beating on the shore can heighten the dramatic effect. Some film enterprices use man only as an accessory. Like an extra, or in counterpoint to nature, which is the true leading character".

సింగీతం శ్రీనివాసరావు గారు దర్శకత్వం వహించిన "పుష్పక విమానం" చిత్రం బలవత్తరమయిన 'దృశ్యకావ్యం' అనడానికి మంచి ఉదాహరణ.

కథని చెప్పేటప్పుడు - దృశ్యాల పూర్పు పూసలలో దారం లాగా ఉండాలి. అదే మంచి స్క్రీన్‌ప్లేకి మచ్చుతునక. ఏ సన్నివేశాన్ని, ఏ Shot ని తీసేసినా అక్కడ ఆ దృశ్యం లేని లోపం కనిపించాలి. అప్పుడే కథనం పకడ్బందీగా ఉన్నట్టు.

A narrative is a Chain of events in Cause -effect relationships occuring in time.

రాసేది చారిత్రికమూ, పౌరాణికమూ అయితే పాత్రని బట్టి పాత్రోచితమయిన భాష ఉపయోగిస్తాం. ఆ భాష ఆ పాత్రను గుర్తు పట్టేది అయితే చాలు. ఆ పాత్ర స్వభావాన్ని ఆవిష్కృతం చేస్తూ రచయిత ఉద్దేశాన్ని కథాపరంగా చెప్పేది సంభాషణ. నిత్యజీవితంలో పాత్ర వాస్తవికతకూ తెరమీద పాత్ర చిత్రణకూ తేడా వుంది.

ఉదాహరణకి - నిజజీవితంలో జాలరి భాష మనకి అర్థం కాకపోవచ్చు. ఆ 'యాస' ఆ పాత్రని జాలరిగా గుర్తుపట్టేవరకు వినియోగిస్తూ ఆ పాత్ర ద్వారా కథలో సాధించే ప్రయోజనాన్ని - మాటల్లో జత చేసినప్పుడు తెరమీద పాత్ర అవుతుంది.

BRAOU

Stylised characters: ఒక్కొక్కప్పుడు ప్రముఖంగా ఆయా తరహాపాత్రల్ని నటించేనటులు - కథా చిత్రణని ఆ మేరకు సుగమం చేస్తారు.

ఉదాహరణకి - కామాక్షమ్మ అనే పాత్ర గయ్యాళిది. మొగుడు ఆవిడంటే భయపడతాడు. ఆవిడ నోటికి అదుపు లేదు. ఇది ఒకటి రెండు సన్నివేశాలలో ప్రేక్షకులకి చెప్పాల్సిన పాత్రీకరణ. అయితే ఆ పాత్రని 'సూర్యకాంతమ్మ' నటించడం వల్ల "ఏమండీ" అంటూ ఆమె తెరమీద కనిపించగానే ఆ పాత్రీకరణ అంతా ప్రేక్షకుల మనసుల్లో కదులుతుంది.

అలాగే కొన్ని పేర్లు - ఒక్కొక్కప్పుడు ఆయా పాత్రల స్వభావాలకు అద్దం పడతాయి. మహంకాళి, గుండమ్మ సూర్యకాంతమ్మ యిలా పిలిచినప్పుడు ఆయాపాత్రల పాత్రీకరణ స్ఫురిస్తుంది.

భుజంగరావు, భానోజీ, జగ్గూ - యిలాంటి కొన్ని పేర్లు కూడా ఒక్కొక్కప్పుడు పాత్రీకరణకి దోహదం చేస్తాయి. వీటివల్ల నెరేటివ్ నిడివి తగ్గుతుంది.

అలాగే సింబాలిక్ గుప్తీకరణం (Symbolic Preservation) లో చెప్పాల్సిన ఎంతో గంభీరమయిన విషయాన్ని - చిన్న దృశ్యం - ఎంతో అర్థవంతం చేస్తుంది. ఉదా: అమ్మాయిని ఎవరో రేప్ చేశారు. అతని కాలి క్రింద చక్కటి పువ్వు నలిగిపోయింది. - లేదా ఆమె ఫోటోకి నిప్పంటుకుని కాలిపోయింది.

ఓ పేదవాడి భార్య చచ్చిపోయింది. కుండకి చిల్లు పడింది.

దుర్మార్గుడు జీవితాన్ని నాశనం చేస్తానని బెదిరిస్తున్నాడు. పావురం నెత్తిమీద రెక్కలు టపటప లాడిస్తూ ఎగురుతుంది.

ఓ మళయాళ చిత్రంలో భార్య శీలాన్ని ఎవరో పాడు చేశాడు. భర్త పిచ్చివాడయ్యాడు. ఇంటిల్లిపాదీ ఆమెను మాటల్తో హింసించారు. నిలదీశారు. అలనాడు రాముడు సీత శీలాన్ని శంకించి ఏం చేశాడు? అడవులకి పంపించాడు. కాని రోజులు మారిపోయాయి. తన తప్పులేని భార్యని అర్థం చేసుకొనే రోజులొచ్చాయి. భార్య కళ్ళనీళ్ళతో పెరట్లోకి వచ్చింది.

కొళాయి ముందు భర్త కూర్చొని వున్నాడు. రామాయణం పేజీలు నీటిలో నానుతున్నాయి. మట్టితో చేసిన రాముని విగ్రహాన్ని నీళ్లుపోసి కడిగి తుడుస్తున్నాడు.

"రామాయణం మలినమయిపోయింది. రాముడిని శుభ్రం చేస్తున్నాను. ఇదిగో - రామాయణాన్ని కడుగుతున్నాను" అంటాడు నవ్వుతూ భర్త. చిత్రం ముగుస్తుంది. దృశ్య ప్రధానమయిన చిత్రంలో Symbol కి అఖండమయిన స్థానం వుంది.

చివరగా - అన్నింటికన్నా ముఖ్యమయినది. - Emphasis

ప్రముఖ దర్శకుడు ఒకనాటి చలనచిత్ర పితామహులలో ఒకరయిన జీన్‌లాక్ గోడార్డ్ "Cinema is truth ; twenty four times per second" అన్నాడు. సెకనుకి 24 ఫ్రేములు కదులుతాయి చలనచిత్రంలో. ఇంతకంటె బలమయిన హెచ్చరిక రచయితకి, చిత్రదర్శకునికి మరొకటి వుండదు.

వాస్తవాన్ని భూతద్దంలో చూసేది కళ. కళాకారుడు జీవితం కంటే ఎక్కువే. అంటే కాదు ఎత్తైన వాడు కూడా. చిత్రంలో వాస్తవం అంటే మనిషి బొమ్మ తెరమీద దాదాపు 200 రెట్లు పెరిగి కనిపిస్తుంది. అసలే వాస్తవం భూతద్దంలో వుంది. అది 200 రెట్లు పెద్దదయింది. 24 రెట్ల వేగంతో ప్రేక్షకుని తాకుతోంది. దాని బలమూ, పదునూ, ప్రభావం దీనిని బట్టి ఊహించవచ్చు.

కనుక సామాజిక న్యాయం, సామూహికమయిన హితవుకి భంగం కలిగించే ఏమాత్రపు విభేదమయినా - చిత్రం తుపాకి గుండు కంటే బలమయిన హింసాయుధంగా మారుతుంది.

మంచిని బ్రతికించి చెడును మాపు చెయ్యడంలో - 'చెడు'ని ఎక్కువ అలంకరిస్తే, ఎక్కువ రెచ్చగొట్టేదిగా తయారు చేస్తే, ఎక్కువ ఆకర్షణీయమయితే - ఆ మేరకు ఆ కథలో - 'తూకం' దెబ్బతిన్నట్టే. రామాయణంలో

BRAOU

'రావణాసురుడి'ని అలంకరించే చిత్రణ రామాయణాన్ని మారణాయుధంగా మారుస్తుంది. రెండు పాట్లు, రెండుమాటలు, కాస్తపాటి మోజు, చిన్న మెలకువ, ఒక మేనరిజం, పాపులారిటీ వున్న ఒక్కనటుడు ఈ తూకాన్ని మార్చివేయవచ్చు. ఆ మేరకి ఆ రచన ప్రయోజనం మారిపోతుంది.

సరైన పాళ్లలో కలపని కారణంగా మారణాయుధం, తనను తయారుచేసే మనిషినే పొట్టనపెట్టుకున్నట్లు - చెప్పాల్సిన మంచి మరుగునపడి గర్హించాల్సిన చెడుకి గ్లామరు దక్కుతుంది.

హెచ్చరిక :- సినీ రచయిత ఉద్దేశ పూర్వకంగా కాకపోయినా, తన అసమర్థత వల్ల, ప్రేక్షకుల్ని ఆకట్టుకోవాలన్న ప్రలోభం వల్ల - చిత్రాన్ని కాక - మారణాయుధాన్ని తయారుచేసే ప్రమాదం వుంది. అది వెంటనే చేతుల్లో పేలదు. మానవనైతిక ప్రవర్తనని వెక్కిరించే కుహనా చిత్రం - ముందు తరం జీవనంలో కేన్సర్‌లాగ వ్యాపిస్తుంది.

డ్రాయింగు రూములో 'టెలివిజన్ కారణంగా తిష్ట వేసుకొని కూర్చునే చిత్రం ప్రేక్షకుల గుండెల్లోంచి దూసుకుపోయే కారణంగా - స్క్రీన్‌ప్లే రచన రచయిత సామాజిక, నైతిక బాధ్యత అది మరిచిపోరాదు.

అభ్యాసం

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమంలో భాషకున్న అవకాశాలను చర్చించండి.

18.4 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- తెర మీద కథ చెప్పేది కలం కాదు. కెమెరా.
- "సంభాషణ" చిత్రంలో బలహీనతకి నిదర్శనం, నిస్సహాయమయిన రాజీ.
- స్క్రీన్‌ప్లే ఒక్క రచయిత పని మాత్రమే కాదు, స్థూలంగా రచయిత, దర్శకుడు కలిసి సాధించే ప్రక్రియ.
- సినీ రచయితకి నేటి మాధ్యమ ప్రచారం, ప్రభావం దృష్ట్యా గురుతరమయిన సామాజిక బాధ్యత వుంది.
- మంచి రచన చెయ్యలేకపోతే నిర్మాతకి నష్టం రావచ్చు. కాని అసమర్థతతో కూడిన, సరైన అవగాహన లేని రచన ఒక్కోసారి సమాజానికి విపరీతమయిన కీడును తెచ్చిపెడుతుంది.

18.5 అదనపు సమాచారం

రచన చాలా మౌలికమయిన ప్రక్రియ. రచన జరిగాక పరిధులు, ప్రమాణాలు నిర్ణయించవచ్చుగాని ఆలోచించగలిగే మేధావికి పరిధులు లేవు.

అయితే కథారచన చేసే ప్రారంభదశలో ఏదయినా ఒక గొప్ప చిత్రాన్ని చూశాక యింటికి వచ్చి ఆ స్క్రీన్‌ప్లేని రాయడం మంచి ప్రయత్నం అవుతుంది. ప్రముఖ దర్శకులు బి.ఎన్.రెడ్డి గారు తొలి రోజుల్లో యిలా ప్రాక్టీసు చేసేవారట. ఒకటికి నాలుగుసార్లు తాను రాసినదానికి మూలరచన ఏ విధంగా భిన్నంగా వున్నదీ ఆలోచించగలిగితే - రచనకి ఒడుపు దొరుకుతుంది.

BRAOU

చెప్పే విషయం క్లుప్తంగా, ముక్తసరిగా ఉండాలనుకున్నప్పుడు చాలా ఆలోచన కావాలి. ఎక్కువ పరిశ్రమ కావాలి.

మరొక ముఖ్యమయిన విషయం. ఒకే విషయాన్ని ఇద్దరు చూసినప్పుడు - వారి వారి సంస్కారాన్ని ప్రతిభను బట్టి దృష్టి భేదం వున్నట్టు ఇద్దరు రచయితల్లో సృష్టిభేదం కూడా వుంటుంది. రచయిత బాణీ వ్యక్తి సంతకం లాంటిది. ఈ ఆలోచనలో, రచనలో భేదమే ఆ రచయితకి తనదైన బాణీని ఏర్పరుస్తుంది.

తాజ్‌మహల్ గురించి ప్రముఖ కవి జాషువాగారు "ఒక్కొక్క రాతిలో నిమిడియున్నవి షాజహాను భూ భుక్కు నెడందలోనుడికి పోయిన రక్తపుంజుక్కలలోని చక్కదనమ్ము" అన్నారు.

మరొక కవి "A tear of melody glistering on the cheek of time" అన్నాడు.

ఇది వారి వారి ప్రతిభావ్యుత్పత్తులను బట్టి వుంటుంది. సీతా స్వయంవరం జరుగుతోంది. రాముడు శివధనుస్సుని ఎక్కుపెట్టడానికి లేచాడు. అప్పటికే చాలా మంది రాజులు శివధనుస్సుని సంధించబోయి విఫలులయ్యారు. ఇప్పుడు రాముడు లేచాడు.

సీత ముఖం ఆనందంతో వెలిగింది. ఆమెకు తెలుసు శ్రీరామచంద్రుడు అవతారపురుషుడు. తండ్రికి ఇతనే అల్లుడు కాబోతున్నాడా? అనే ఆతృత కలిగింది.

భవిష్యత్తును దర్శించగలిగే వశిష్ఠుల వారి ముఖంలో చిరునవ్వు వెలిసింది.

ఇదొక చిత్రణ.

రాముడు లేవగానే, ఇతనేం సాధిస్తాడులే అన్న ఈసడింపు సాటి రాజులలో కలిగింది. రావణుడి భృకుటి ముడుత పడింది.

ఎక్కడో వున్న పరశురాముడు తుళ్ళిపడ్డాడు.

కైలాసంలో శివుడి ముఖంలో చిరునవ్వు కదిలింది. దేవతలు ఆతృతగా గమనిస్తున్నారు. శ్రీరాముడు అమ్మవారి పాణిగ్రహణం చెయ్యడానికి ప్రాతిపదిక -

అవతార ధర్మం ప్రారంభం కానుంది.

ఇదొక చిత్రణ. ఇలా ఎన్ని రకాలుగానయినా చిత్రించవచ్చు.

స్క్రీన్‌ప్లేలో అదనంగా వాడే ఒక్క షాట్, ఒక్క కదలిక, ఒక్క చిరునవ్వు కథనే మార్చి వేస్తుంది. సమర్థుడయిన ఎడిటర్ 'రామాయణాన్ని' ఎడిటింగ్ టేబిలుమీద - వేరే కొత్త షాట్స్ అవసరం లేకుండా ఒక Crime Narrative గా చెప్పగలడు. స్క్రీన్‌ప్లేలో షాట్స్ ఏర్పాటు, వేర్పాటు కూడా భాగమే.

BRAOU

18.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానం రాయండి.

1. స్క్రీన్‌ప్లే అంటే ఏమిటి? నాటకరచనకు సినిమా రచనకి ఉన్న ముఖ్యమయిన తేడా లేమిటి?
2. కథా చిత్రాలలో సందేశానికి ఉన్న ప్రాధాన్యం ఏమిటి?

ఈ కింది వాటికి 15 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. ప్రేక్షకుని మీద చిత్ర ప్రభావం (నేటి దూరదర్శన్, ప్రైవేట్ ఛానల్స్) ఎంతవరకు వుంటుంది.
2. కథా చిత్ర రచన చేసే రచయిత సామాజిక బాధ్యత ఏమిటి?

భాగం 19 వార్తాచిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు

విషయ క్రమం

19.0 ఉద్దేశం
19.1 ప్రవేశిక
19.2 వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు అంటే ఏమిటి?
19.3 వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలలోని రకాలు.
అభ్యాసం
19.3.1. వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీల ప్రత్యేకత
19.3.2. వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీల రచనా విధానం
అభ్యాసం
19.4 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం
19.5 అదనపు సమాచారం
19.6 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

19.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు విశ్లేషించగలిగిన అంశాలు

- కథా చిత్రాలకీ, వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలకు తల్లి ఒకరే కాని తండ్రి వేరు.
- వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలకు నిర్దిష్టమయిన ప్రయోజనం, లక్ష్యం ఉంది.
- ప్రసారమాధ్యమంలో అందమయిన కల కథా చిత్రం. అవసరమయిన 'వాస్తవం' వార్తా చిత్రం.
- ఆ చిత్రాల రచనలో పాటించవలసిన మెలకువలూ తలవొంచాల్సిన షరతులూ కొన్ని ఉన్నాయి.

BRAOU

19.1 ప్రవేశిక

విశాలమయిన మైదానంలో కులాసాగా కారు నడపడం లాంటిది కథా చిత్రం. రద్దీగా వున్న నగరం నడి బొడ్డులో, నిర్దేశించిన గమ్యానికి కారు తీసుకువెళ్ళడం లాంటిది వార్తాచిత్రం. డాక్యుమెంటరీ రచన కుంటుపడితే కారు చెడుతుంది. కాలు విరుగుతుంది. వార్తాచిత్రం, డాక్యుమెంటరీ తప్పుతోవపడితే ఆకాశం విరిగి నెత్తినపడుతుంది. ప్రసార మాధ్యమానికి ఉన్న బలమూ, శక్తీ అంతా సమీకృతమయే ఒకే ఒక్క ప్రక్రియ వార్తాచిత్రం, డాక్యుమెంటరీ. కథాచిత్రం వ్రాయడానికి సామర్థ్యంతోపాటు సామాజిక బాధ్యత అవసరం. వార్తా చిత్రంలో ఆ సామర్థ్యం, బాధ్యత ఉండీ, దారి తప్పితే ఓ రాజకీయపార్టీ కూలిపోవచ్చు. ఓ దేశపాలన విధానం కుంటుపడవచ్చు. ఏదయినా జరగవచ్చు. ఈ ఒక్క కారణానికే మనదేశంలో అన్ని రంగాలలోనూ ప్రభుత్వం స్వేచ్ఛని యిచ్చినా, యింకా ప్రసారమాధ్యమం మీద తనది పై చెయ్యిగా ఉంచుకొంది. వార్తా చిత్రం, డాక్యుమెంటరీ చెయ్యగల మేలు, హానీ తెలిస్తే ఒక విధంగా ప్రభుత్వ నిర్ణయాన్ని అర్థం చేసుకోగలం.

19.2 వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు అంటే ఏమిటి?

అమెరికా చలనచిత్రాల అకాడమీ (అకాడమీ ఆఫ్ మోషన్ పిక్చర్ ఆర్ట్స్ అండ్ సైన్సెస్), డాక్యుమెంటరీలకు బహుమతులివ్వడాన్ని రూల్సు నిర్ణయిస్తూ డాక్యుమెంటరీ అంటే యిలా వివరించారు. "ప్రత్యేకమైన చారిత్రక, సాంఘిక, శాస్త్రీయ, ఆర్థిక పరమయిన విషయాలతో, వాస్తవంగా జరిగిన లేదా వాస్తవాన్ని సూచించడానికి జరిపిన

సన్నివేశాల చిత్రం డాక్యుమెంటరీ. దీనిలో ప్రాధాన్యం విషయవాస్తవికతకే కాని వినోదానికి కాదు.

రాబర్ట్ ఫ్లాహార్ట్ అనే ఆయన దాదాపు 1922 ప్రాంతంలో అమెరికాలో మొట్టమొదటిసారిగా ఈ డాక్యుమెంటరీని తయారుచేశాడు. ఈ తయారు చేసిన చిత్రానికి జాన్ గ్రియార్సన్ అనే ఆయన 'డాక్యుమెంటరీ' అని బారసాల చేశాడు.

కెనడా దగ్గర హడ్సన్ బేలో ఖనిజాల పరిశోధనని జరిపి రాబర్ట్ ఫ్లాహర్టే చలనచిత్రాల గురించి వివరాలు నేర్చుకొని, (Eyems) కెమెరా పట్టుకొని బయలుదేరి ఎస్కిమో జీవనవిధానాన్ని వేల అడుగులు తీశాడు. తీరా ఎడిటింగు జరుపుతుండగా తన సిగరెట్టుపడి, నిప్పంటుకొని అంతా బూడిదయిపోయింది. అయినా ముందుగా సిద్ధం చేసిన మొదటి కాపీని తన మిత్రులకి చూపించాడు. అదే మొదటి డాక్యుమెంటరీ. అయితే అది చెత్తగా వుంది. నేను పరిశోధన చెయ్యడం నేర్చుకున్నాను కాని, పరిశీలించింది చెప్పడం సరిగ్గా నేర్చుకోలేదు" అని ఆయనే అన్నారు.

మనదేశంలో మన ప్రేక్షకులు చూసిన మొదటి వార్తా చిత్రాలు బ్రిటన్ నుంచి దిగుమతి అయిన న్యూస్‌రీల్స్ - మిత్రదేశాల సైనిక సమాచారం గురించిన డాక్యుమెంటరీలు యిలాంటివే.

ఆ రోజుల్లో వాటి ప్రయోజనం బ్రిటన్ రాణీగారి గొప్ప గురించో, రవి అస్తమించని బ్రిటీష్ సామ్రాజ్యం గురించో, హిట్లర్ జరుపుతున్న అరాచకం గురించో తెలపడం. ఆరోజుల్లో చిత్రం చూడడమే కొత్త కనక, విషయాన్ని చెప్పడం కాక 'చూడడాన్ని' చాలా అబ్బురంగా చెప్పుకొనేవారు.

19.3 వార్తా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలోని రకాలు

పైన 'డాక్యుమెంటరీ' వివరణలో చెప్పినట్టు - అవసరాన్ని బట్టి ఏ విషయం మీదయినా డాక్యుమెంటరీలు తయారు చెయ్యవచ్చు.

చారిత్రికం, సాంఘికం, శాస్త్రీయం, ఆర్థికం, రాజకీయం ఏదయినా ఇదికాక యాత్రస్థలాలను, పురావస్తు పరిశోధనని, జీవనసరళిని దేనినయినా వివరించే చిత్రాలను నిర్మించవచ్చు.

ప్రముఖుల జీవన విశేషాలు, ఇంటర్వ్యూలు, ఓ సంస్థ జరిపిన కృషి, ఓ నగర చరిత్ర - ఏదయినా ఈ కోవకు చేరుతుంది.

ఇంకా వార్తా సమాచారాలతో - వార్తలతో బాటు ఆయా సందర్భాల Clippings, చిన్న చిన్న ప్రసంగ పాఠాలూ, ఆ రాజకీయ వాతావరణంపై ప్రముఖుల సమీక్షలూ, విమర్శలూ, సోదాహరణ ప్రసంగాలతో మధ్య మధ్య చూపించే దృశ్య గుళికలు (Visual Clippings) ఇవన్నీ ఈ కోవకి చెందుతాయి.

అలాగే - పరిశ్రమలలో ఆయా ముడిసరుకుల స్థలాలను లేదా పరిశ్రమ అవసరాలు, అభివృద్ధిని సూచించే చిత్రం, విద్యా విషయక చిత్రాలు, కళలు, చిత్రణలూ, నిర్మితి (Architecture), లేదా ఆయా సంస్థల పరిచయాన్ని, ప్రాముఖ్యాన్ని తెలిపే చిత్రాలు.

ఉదా॥ శ్రీహరికోటలో రాకెట్ ప్రయోగాలకు సంబంధించిన వార్తా చిత్రం, విశాఖ ఉక్కు కర్మాగారం నిర్మాణం, ఉత్పత్తికి సంబంధించిన చిత్రం.

నిజానికి 'డాక్యుమెంటరీ' చిత్రం ఆయా అవసరాలను బట్టి 1894 నుంచి 1922 మధ్య మెల్ల మెల్లగా రూపుదిద్దుకొంది.

దీనిని బట్టి అర్థమయ్యేది - కళ్లముందు కనిపించే ఏ విషయమయినా, ప్రత్యేకమయిన ప్రాముఖ్యంతో చూపాలనుకున్నప్పుడు - అది 'డాక్యుమెంటరీ' అవుతుంది అని.

BRAOU

19.3.1 వార్తాచిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీల ప్రత్యేకత

ప్రముఖ ఫ్రెంచి దర్శకుడు జీన్ లూక్ గోదార్డ్ ఓ మాట అన్నాడు. Truth and Beauty have two Poles ; Documentary and fiction you can start with either one అని

కథాచిత్రం అనుకొన్నది చెప్తుంది. లేదా జరిగిన సంఘటనలో ఓ ముఖ్యాంశాన్ని ఎత్తి చూపిస్తుంది. మీరు అక్కడలేని, ఉండాలని అనుకోని స్థలాలకు మిమ్మల్ని తీసుకెళ్లి అక్కడేం జరిగిందో, జరుగుతుందో చూపిస్తుంది.

ఉ॥ సొమాలియాలో ఆకలి చావులు, వియత్నాంలో మారణకాండ, చిలీలో భూకంపం, అయోధ్యలో మసీదు కూలడం, యిలా ఏదయినా. ఉత్తర ధృవంలో సంవత్సరానికి ఆరునెలలు వాతావరణం ఎలా వుంటుందో చెప్తుంది. వేసవిలో ఊటీ ఎంత ఆకర్షణీయంగా వుంటుందో చెప్తుంది.

చెప్పే విషయం మీద డాక్యుమెంటరీ ఏ నిర్ణయాలూ తీసుకోకుండా సమాచారాన్ని మనకందజేస్తుంది.

ముఖ్యంగా వార్తా చిత్రం పని - జరిగింది. జరిగినట్టు చెప్పడమే...... ఊటీలో వేసవి చల్లగా వుంటుందనడానికి డాక్యుమెంటరీలు చల్లదనాన్ని హాయిని గానీ, బోటుషికారుని చూపించే అవకాశం వుంది. కాని కాశ్మీర్ సమస్య మీద ప్రధాని ఎర్రకోట మీద ఆగస్టు 15న చేసే ప్రసంగపాఠం చూపే వార్తా చిత్రం - నిర్లిప్తమయిన పెద్దమనిషి లాంటిది. తన అభిప్రాయం చెప్పదు. ప్రధాని అభిప్రాయం చూపుతుంది.

కథాచిత్రంలో హీరో ఉపన్యాసాన్ని కెమెరా అలంకరించవచ్చు. కాని ప్రధాని ఉపన్యాసాన్ని చూపడమే వార్తా చిత్రం పని.

సంవత్సరాలక్రితం పండిత జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ గారు కాలధర్మం చెందారని ఢిల్లీ తెలుగు వార్తల్లో గాద్గదికంగా చెప్పిన న్యూస్‌రీడర్‌ని సస్పెండు చేశారు. ప్రియతమ ప్రధాని నిర్యాణం దుఃఖకారణమే.కాని దుఃఖాన్ని ప్రదర్శించడం న్యూస్ రీడర్ పనికాదు. సమాచారాన్ని అందించడం మాత్రమే అతని పని.

వార్తా చిత్రం క్రికెట్ గ్రౌండులో నిలబడిన అంపైర్ లాంటిది. నిర్లిప్తంగా, నిజాయితీగా సమాచారాన్నిచ్చే దృశ్యాన్ని చూపడమే వార్తాచిత్రం.

అయితే డాక్యుమెంటరీకి ప్రత్యేకమయిన లక్ష్యం ఉండవచ్చు. శ్రీహరికోటలో భారతశాస్త్రజ్ఞులు సాధించే అపూర్వవిజయం ఉటంకించడం డాక్యుమెంటరీ పని కావచ్చు.

రవీంద్రనాథ్ ఠాగూర్ కవితాత్మను ఆవిష్కరించడం లక్ష్యం కావచ్చు. "It projects an idea, emphasizes, reveals and enlightens."

వార్తా చిత్రం చూపే విషయం మీద మీరు ఓ అభిప్రాయాన్ని ఏర్పరుచుకోవాలని చెప్పదు. విషయాన్ని చూపుతుంది. కాని డాక్యుమెంటరీకి మీ మనస్సులో ఏ అభిప్రాయాన్ని కూడదీయాలో తెలుసు. మిమ్మల్ని ఏ ఆలోచన వేపు నడిపించాలో తెలుసు. డాక్యుమెంటరీ చూడడం పూర్తయాక మీ మనస్సుల్లో ఏ ఆలోచన,ఆవేశం స్థిరపడాలో తెలుసు.

స్థూలంగా చెప్పాలంటే -

ప్రధాని నెహ్రూ కన్ను మూశారు. దృశ్యం - వార్తా చిత్రం.

మన ప్రియతమ నాయకులు నెహ్రూ గారు అకాల మరణానికి గురయ్యారు. డాక్యుమెంటరీ. -

19.3.2 వార్తా చిత్రాలు డాక్యుమెంటరీల రచనా విధానం

హోవార్డ్ లిండ్స్ అనే రచయిత ఓ మాట అన్నాడు. If you are going to write a propaganda play, you have better not let any of your characters know what the propaganda is - అని.

BRAOU

చిత్రానికి మాటే శత్రువు, సందేశాన్ని పాత్ర చేత చెప్పిస్తే మరింత నేలబారుగా మారుతుంది. ఇది కథా చిత్రం మాట. వార్తా చిత్రానికి, డాక్యుమెంటరీకి వివరణ, చెప్పే విషయాన్ని దృశ్యానికీ దృశ్యానికీ వంతెన వేసే కూర్పు అవసరం. కథాచిత్రంలాగే ఇక్కడ చెప్పాలనుకున్న విషయాన్ని బట్టి, సాధించాలనుకున్న ప్రయోజనాన్ని బట్టి, దృశ్యాల సమీకరణ, వాటిని సంధించే వివరణ సాగుతుంది.

ఉదా:- మహారాష్ట్రలో ప్లేగు వ్యాపించింది.

ప్లేగు వల్ల సంభవించిన దయనీయస్థితిని చెప్పాలా? ప్లేగు కొంత అనర్థాన్ని తెచ్చి పెట్టినా, అది ఆ స్థలానికి పరిమితం కాని మిగతా దేశీయులు కంగారు పడనక్కర లేదని చెప్పాలా? ప్లేగువల్ల జరిగినవి వినాశాన్ని చూపాలా? ప్లేగుని అరికట్టడానికి ప్రభుత్వం, స్వచ్ఛందసంస్థలూ జరుపుతున్న కృషిని చూపించాలా? ఇవన్నీ - అవే దృశ్యాలు. (shots) ద్వారా సాధించగలిగిన వేర్వేరు మార్గాలు. రోడ్లమీదపడి చచ్చిపోయి, యింకా అధికారుల దృష్టికిరాని రెండు జంతు కళేబరాల shots ఒకే వార్తా చిత్రంలో రెండు సార్లు ఎక్కువ కనిపిస్తే చూసే ప్రేక్షకులలో కలవరం బయలుదేరుతుంది. చికిత్స యిచ్చే డాక్టర్లు, వైద్య నిపుణుల కృషికి footage ఎక్కువ యిస్తే జరిగిన అనర్థం, దాని నుంచి ధైర్యంగా బయటపడే సందర్భం ప్రేక్షకునికి చేరుతుంది.

మండల్ కమీషన్ నిర్ణయాలు అమలు జరుపుతామంటూ అప్పటి ప్రధాని వి.పి.సింగు గారు ప్రకటన చేశాక దేశంలో విపరీతమయిన అలజడి రేగింది. ముఖ్యంగా ఉత్తరదేశంలో యువతరం తిరగబడింది. రాజీవ్‌గోస్వామి, అనే ఢిల్లీ విద్యార్థి తన మీద కిరసనాయలు పోసుకుని ప్రాణాహుతి చేసుకోబోయాడు. ఈ సందర్భంలో ఒకానొక ప్రైవేటు సంస్థ విడుదల చేసిన 'న్యూస్' టేపులో యిళ్లలో దాగొన్న యువకుల్ని బయటికి లాగి చావగొట్టిన footage, రక్తం మడుగుల్లో పడివున్న యువకుల దృశ్యాలూ చూపారు.

దేవీలాల్ కొడుకు ఓంప్రకాశ్ చేతాలా హయాంలో ఒక గ్రామంలో ఒక మనిషిని ప్రతిపక్షాల మనుషులు చచ్చేదాకా శరీరంలో కదలిక పోయేదాకా నిలబెట్టి కొట్టి చంపిన footage చూపించారు.

ఇవి మనసులో నిలిచిపోయే భయంకరమయిన దృశ్యాలు. ఇది జీవితంలో వాస్తవికతను చూపించడానికి మాత్రమే ఉపయోగించవు. సంస్థాగతమయిన అవినీతిని బయటపెట్టడానికి మాత్రమే ఉపయోగించవు. జీవితం పట్ల ఒక నైరాశ్యాన్ని, ఒక జుగుప్సనీ, ఒక భీతినీ కలిగిస్తాయి. సమాజంలో మార్పుని కాంక్షించే 'ఆశ' మీద దృష్టిపోయి - ఈ సమాజానికి దూరంగా పారిపోవాలనే నిస్పృహని కలిగిస్తాయి. సరైన మోతాదులో చూపని 'వాస్తవికత' మనస్సుని కోత పెడుతుంది.

కనుక డాక్యుమెంటరీ రచనలో సంయమనం విచక్షణ ఆ ఫీచర్ ద్వారా సాధించాలనుకున్న స్పష్టమయిన లక్ష్యం అవసరం. ఈ లక్ష్యం మేరకు కథాచిత్రాలలో లాగానే ప్లాట్ల ఎన్నిక, కూర్పు, వాటిని అనుసంధించే వివరణ సాగాలి.

స్క్రీన్‌ప్లే నిర్మాణంలో ఒక్క విషయం మరిచిపోకూడదు. హోరేస్ వాల్‌పోల్ మాటల్లో - Life is a comedy to those who think, a tragedy to those who feel.

సరైనపాళ్లలో తయారయిన డాక్యుమెంటరీ గ్రియర్‌సన్ మాటల్లో చెప్పాలంటే Documentary film gives us the opportunity to make poetry of our problems.

19.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- డాక్యుమెంటరీ కథా చిత్రంలో లభించే స్వేచ్ఛ లేదు. చెప్పే విషయం, పాట్స్, స్థలం, సన్నివేశం ముందే నిర్దేశించబడివుంటాయి.
- జరిగిన, జరుగుతున్న వాస్తవాన్ని చిత్రించే ప్రక్రియ కనక సరైన స్క్రీన్‌ప్లే సిద్ధం చేసుకోకపోతే విషయాన్ని వక్రంగా చిత్రించే ప్రమాదం ఎక్కువ వుంది.

BRAOU

- డాక్యుమెంటరీ, వార్తా చిత్రాల నిర్మాణంలో రచయితలకి ఎంతో Objectivity కావాలి.
- అసమర్థతతో కూడిన సరైన అవగాహన లేని స్క్రీన్‌ప్లే వల్ల ఆ డాక్యుమెంటరీ నిర్మాత, రచయిత కోర్టుల కెక్కే ప్రమాదం ఉంది.
- వార్తని చెప్పడం అవకాశం. వార్తని నిర్ణీత ధోరణిలో అనుసంధించి చెప్పడం శక్తి. అసమర్థత ఆ శక్తిని దుర్వినియోగం చేస్తుంది. ఇది రచయితకి - ముఖ్యంగా స్క్రీన్‌ప్లే రచయితకి - పెద్ద హెచ్చరిక.

19.5 అదనపు సమాచారం

వినోద ప్రధానమయిన చిత్ర పరిశ్రమలో 'డాక్యుమెంటరీ' అన్నది బూతుమాట. ఎందుకంటే అది వాస్తవాన్ని చెప్తుంది. వాస్తవంగా చెప్తుంది. ఆ నిజాయితీ భయపెడుతుంది. ఆ మేరకు కళ చప్పబడుతుంది. అందుకనే కథా చిత్రంలో 'డాక్యుమెంటరీ' పోకడ చంద్రుడిలో మచ్చలాంటిది. అన్నిటికీ మించి వాస్తవాన్ని వాస్తవంగా చెప్పడం ప్రమాదకరం. ఎవరికీ? మీకూ నాకూ, ఒక్కొక్కప్పుడు సమాజానికీ, దేశానికీ, ప్రపంచానికీ. కనుక డాక్యుమెంటరీ మీట మీద చెయ్యివేసి పట్టుకున్న డైనమైట్. ఎలా పట్టుకోవాలో ఎలా మీట మీద చెయ్యి వుంచాలో ఎప్పుడు మీట నొక్కాలో తెలిసిన వాడి చేతిలోనే దాని సరైన ప్రయోజనం లభిస్తుంది. లేకపోతే డాక్యుమెంటరీ నగరం మీదకి విడిచిపెట్టిన చిఱతపులి.

ఒక్క డాక్యుమెంటరీ విషయంలోనే "The Camera never lies" అన్న మాట నిజం కాదు. ఎందుకంటే డాక్యుమెంటరీ అతి సులువుగా సమాచారాన్ని చెప్పగలదు. "తెలివిగా సంధిస్తే 'ప్రచారం' చెయ్యగలదు. లౌక్యాన్ని ఉపయోగిస్తే తిట్టిపోయగలదు. ఇంకా కావాలంటే ఎదురు తిరగగలదు. అలజడి సృష్టించగలదు. అరాచకాన్ని ప్రేరేపించగలదు".

BRAOU

News has discovered truth, and eloped with politics. Their off spring is propaganda.

వాస్తవాన్ని చూసే కెమెరా Lens చాలా దుర్మార్గమయింది. అప్రమత్తతగా వుంటే ఎదురు తిరుగుతుంది. The motion picture Camera in particular is a natural lier ; and it lies more artificially with the aid of a willing camera man or editor.

చూసే చిత్రానికీ ; రచయిత, దర్శకుడు చూపే చిత్రానికీ చాలా తేడా వుంది. తను చూసే బొమ్మని స్క్రీన్‌ప్లే రచయిత ఒక దృష్టితోనే చూస్తున్నాడు. ఆ బొమ్మకి సంబంధించి తను చెప్పాలనుకున్న విషయాన్నే తను ప్రస్ఫుటం చేస్తున్నాడు. కాని ఆ బొమ్మ నుంచి మనం చాలా రకాలయిన విషయాను తెలుసుకోగలం. అంటే రచయిత ఏం చేస్తున్నాడు? తన అవసరం మేరకు తను చూసిన దృశ్యాన్ని మనకి చూపుతున్నాడు. He is selective. ఆ విధంగా మనం చూసే ప్రతీ దృశ్యమూ ఆ ప్రయోక్తపర్యంగా ఎన్నిక చేసిందే. ఉదాహరణకి - ఓ శాస్త్రజ్ఞుడు ఓ వజ్రాన్ని మనకు చూపిస్తున్నాడు. అది అందంగా వుందో, అసహ్యంగా వుందో చెప్పడం లేదు. అది ఫలానా వజ్రమంటున్నాడు. దాని స్వభావం చెప్పడం లేదు. అది ఎవరిదో చెప్పడం లేదు. దానిలో వున్న మూలధాతువులు చెప్పడం లేదు. బహుశా అతనికి ఆ సమయానికి ఆ వివరాలతో పని లేదు. బహుశ అవి అతనికి తెలీదు. తను నమ్మిన, తను భావించిన విషయాలను చెప్తున్నాడు. చెప్పే విషయాలు ఆయన సృష్టించినవి కావు. ఆయన అర్థం చేసుకొన్నవి. మనకి అవసరమని ఆయన భావించినవి.

ప్రతీ 'డాక్యుమెంటరీ' ఒక ప్రయోక్త ఆలోచన, నమ్మకం మేరకు తయారయేదే.

ప్రధాని గారి సభలో వెయ్యి మంది వున్నారు. అది ఒక్క దృశ్యం (Shot). అది కేవలం సమాచారం. Statement. సభలో వందమంది వ్యతిరేకులున్నారు. సభకి ఆ Shot ఒక ఉత్కర్షనిస్తుంది. సభలో రెండు వందల మంది సాయుధ పోలీసులున్నారు. రెండు షాట్లు. ప్రధాని ప్రసంగం అనర్గళంగా సాగుతోంది. సభ అయే సరికి వందమంది వ్యతిరేకులూ అల్లరి చెయ్యలేదు. సభ ముగిసింది.

ప్రధాని ప్రసంగానికి వ్యతిరేకులు కిమ్మనలేదా? సాయుధ పోలీసులకి భయపడి ఎదిరించలేకపోయారా? ఇది అదను కాదని పిరికి మందు అన్నారా? ప్రధాని వాళ్ళని తన వ్యక్తిత్వంతో మత్తులో పడేశాడా? - స్క్రీన్‌ప్లేని బట్టి, అంటే షాట్లను వినియోగించడాన్ని బట్టి సభకి అర్థం ప్రధాని వ్యక్తిత్వానికి ఓ రూపం వస్తుంది.

డాక్యుమెంటరీలో ఉన్న యింతటి వెసులుబాటు ఒక్కొక్కప్పుడు అవకాశమూ అవుతుంది. లేదా అనర్థమూ అవుతుంది. అందుకనే డాక్యుమెంటరీ, వార్తా చిత్రాల స్క్రీన్‌ప్లే రచనలో ఎంతో objectivity అవసరం.

19.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. కథా చిత్రానికీ, డాక్యుమెంటరీకి ఉన్న ముఖ్యమయిన తేడా ఏమిటి?
2. ఎందుకు, ఏ విధంగా డాక్యుమెంటరీ రచనలో రచయితకి ఎక్కువ సామాజికమయిన బాధ్యత వుంది.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. "సర్వజనామోదమయిన విషయాన్నో, వ్యక్తినో ప్రస్ఫుటం చేసే వార్తాచిత్రం ఓ చక్కటి పద్యంలాగా రమణీయంగా వుంటుంది" వివరించండి.
2. ప్రధానమంత్రి, రాష్ట్రపతి, ఉపరాష్ట్రపతి మొదలైన వారి ప్రసంగాలను వార్తా చిత్రాలలో చూపేటప్పుడు - వారి ప్రసంగ పాఠాల మధ్యలో వాక్యాలను కత్తిరించరాదు. యధాతథంగా వాడాలి. ఎందుకని?

BRAOU

భాగం 20 మహిళలు, బాలల చిత్రాలు

విషయ క్రమం

20.0 ఉద్దేశం

20.1 ప్రవేశిక

20.2 సినిమాలలో స్త్రీల చిత్రణ

అభ్యాసం

20.3 నిజమైన అర్థంలో మహిళా చిత్రాలు

20.4 మహిళా చిత్రాల రచన

20.5 బాలల చిత్రాలు

20.6 బాలల చిత్రాల కోసం రాయడం

అభ్యాసం

20.7 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

20.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

20.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం అధ్యయనం చేసిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు :

- సినిమాలలో స్త్రీల చిత్రణలోని పాక్షిక దృష్టి
- నిజమైన అర్థంలో మహిళా చిత్రాలు
- మహిళా చిత్రాల రచన
- బాలల చిత్రాల కోసం రాసే విధానం

BRAOU

20.1 ప్రవేశిక

సినిమాలు సాంఘికంగా స్త్రీల స్థాయిని ప్రభావితం చేయటమే కాదు, స్త్రీలు తమ గురించి తాము ఏమనుకుంటున్నారో దాన్ని కూడా ప్రభావితం చేస్తుంది. స్త్రీలు మహిళల వ్యతిరేక సినిమాలకు పెద్ద ఎత్తున ప్రేక్షకులుగా ఉంటారు. వాళ్ళు స్త్రీలుగా మారే క్రమాన్నంతా సినిమాలు ప్రభావితం చేస్తాయి. స్త్రీలు ఎంచుకునే విధానాన్ని - ఎల్లా మాట్లాడాలి, దుస్తులెలా ధరించాలి, ఏం నేర్చుకోవాలి, ఎలాంటి కలలు కనాలి, ఎట్లాంటి ఆశయాలు, ఆశలు కలిగివుండాలి. చివరకు తమ జీవిత లక్ష్యం ఏమిటి - వీటన్నిటినీ నిర్ణయించుకోవటంలో సినిమాల ప్రభావం ఎంతో ఉంటుంది. స్త్రీలు సమాజం విధించిన కట్టుబాట్లను ఛేదించి తమను తాము పునర్నిర్వచించేందుకు సినిమాలు సాధారణంగా నైతిక మద్దతును అందించవు. వాస్తవ జీవితంలో స్త్రీలు తమ జీవితంలో అట్లాంటి ప్రయత్నాలు చేస్తుంటే వాటిని చిన్న చూపు చూసి, ఎగతాళి చేసే ధోరణులు సినిమాళ్ళలో వుంటాయి. అంటే స్త్రీ పురుషులు నిజమైన అర్థంలో నవీనంగా ఆధునికంగా తయారుకావటాన్ని సినిమాలు అడ్డుకుంటాయి. అసలే కొద్దిమందిగా ఉన్న నవీన స్త్రీలు మరింత ఒంటరితనానికీ, పరాయీకరణకూ గురయ్యేలా చేస్తాయి. స్త్రీల బలాన్నీ, మానసిక స్థయిర్యాన్నీ హరించి బలహీనులుగా తయారుచేస్తాయి. స్త్రీల మాటలకు విలువలేకుండా పోతుంది. అసలు వాళ్ళ మాటలను పట్టించుకునే వారుండరు. దాంతో స్త్రీలు తమ దురదృష్టాన్ని నిందించుకోవటం తప్ప మరోమార్గం లేనివారవుతారు. స్త్రీల సమస్యలకున్న రాజకీయ కోణాన్ని సినిమాలు పూర్తిగా తుడిచివేస్తాయి. దాంతో స్త్రీల అణచివేత వ్యక్తిగతమైనదిగా, ఎవరూ జోక్యం చేసుకోలేనిదిగా మిగిలిపోతుంది. దీనిని

ఎదుర్కొవటానికీ, స్త్రీల పట్ల వివక్షలోని అన్యాయాన్ని ఎత్తిచూపి, స్త్రీలు తమ అణచివేతను అర్థం చేసుకోటానికీ కొత్త దృక్పథంతో మహిళా చిత్రాలు రావాల్సిన అవసరం వుంది. ఆ చిత్రాలు పురుషులకూ అవసరమే అయినా వాటిని మహిళా చిత్రాలుగా పిలవటం, ఆ ప్రత్యేక దృష్టితో మహిళా చిత్రాల రచన చేయటం అవసరం.

20.2 సినిమాలలో స్త్రీల చిత్రణ

మహిళా చిత్రాల రచన చేసేటప్పుడు ముఖ్యంగా గమనించుకోవలసిన విషయాలు 1 స్త్రీ పాత్ర చిత్రణ 2. స్త్రీల గురించి మాట్లాడే మాటలు, సంభాషల్లో స్త్రీల గురించిన భావాలు. 3. స్త్రీ పాత్రల మధ్య పరస్పర సంబంధాల చిత్రణ.

ఈ మూడు విషయాలకు సంబంధించి ప్రస్తుత సినిమాల ధోరణి చాలా నిరాశాజనకంగా వుంది. మొదటి విషయమైన స్త్రీల పాత్ర చిత్రణను ముందుపరిశీలిద్దాం. స్త్రీ పాత్రలను తల్లులుగా భార్యలుగా చిత్రిస్తారు. వీళ్ళు సర్వసాధారణంగా మగవాళ్ళపై ఆధారపడి బతికేవాళ్ళుగా వుంటారు. స్వతంత్రంగా పనిచేసుకుని జీవించే వారు సామాన్యంగా కనపడరు. ఒకవేళ అట్లాంటి స్త్రీ పాత్రలను సినిమాలో ప్రవేశపెడితే వాళ్ళను సరైన దోవలో లేని స్త్రీలుగా చిత్రించి, చివరికి తమ జీవిత విధానానికి తామే పశ్చాత్తాపపడి తిరిగి విధేయులైన భార్యలుగా, తల్లులుగా మారే క్రమమంతా చూపిస్తారు. సమర్థులైన ఉద్యోగులుగా రైతులుగా స్త్రీలను సామాన్యంగా చూపించరు. మనకు ఎప్పుడూ కనిపించేది త్యాగాలపుట్ట అయిన స్త్రీ మూర్తి - లేదా ఈ స్త్రీకి పూర్తి భిన్నంగా చాలా దుర్మార్గురాలూ, డబ్బుల కోసం పురుషులను వలలో వేసుకోవాలని చూసే శీలంలేని స్త్రీ. స్త్రీలను ఈ రెండు నమూనాలలోకి కుదించటమే కాక ఒక నమూనాకు మరొక నమూనాకు శత్రుత్వం కల్పిస్తారు. పతివ్రత × పతిత.

ఈ పతిత పాత్ర ఎప్పుడూ తన జీవితాన్ని అసహ్యించుకుంటూ చివరికి పశ్చాత్తాపపడుతూ ఉంటుంది. దేవదాసు సినిమాలో చంద్రముఖి పాత్ర నుంచి యిటీవలి సినిమాలైన "పూజకు పనికిరాని పువ్వు" 'మల్లెపువ్వు' మొదలైన వాటి వరకూ పతితలైన స్త్రీల పాత్రలు ఒకే రకంగా వుంటాయి. మన సినిమాలలో సర్వసాధారణంగా కనిపించే స్త్రీ పాత్రలను మూడు రకాలుగా మనం గుర్తించవచ్చు.

1. పతివ్రత 2. పతిత. 3. సూపర్ వుమన్. పతివ్రతల పాత్రలకు మనకు కావలసినంత సాంస్కృతిక పునాది వుంది. సీత, అనసూయ, సావిత్రి, సక్కుబాయి మొదలైన స్త్రీలంతా పురాణ ప్రసిద్ధులు. ఈ పాత్రల నమూనాలో సాంఘిక చిత్రాలలోకి స్త్రీ పాత్రలను రచయితలు ప్రవేశపెడుతున్నారు. దాదాపు ఈ స్త్రీలంతా ఒకే మూసలో వుంటారు. వీళ్ళ జీవితాలకు గానీ, వ్యక్తిత్వాలకు గానీ భిన్న కారణాలుండవు. ఒక్క పాతివ్రత్యము, పవిత్రత అన్న కోణం నుంచే వీరిని మనం చూడాలి. ఈ ఒక్క విషయమే ఈ స్త్రీల జీవితాలను శాసించి నడిపిస్తుంది. సినిమా సంభాషణలలోను, సినిమాలలోని పాటల ద్వారానూ ఈ స్త్రీలను ఆదర్శ స్త్రీలుగా నిరూపిస్తారు. "మాంగల్యానికి మించిన సంపద స్త్రీకి మరొకటి లేదు" "భర్త ఎలాంటి వాడైనా అతనిని సేవించటమే స్త్రీ ధర్మం" "అత్తమామల సేవలో, పిల్లల ఆలనాపాలనలో, పతి దేవుని పాదపూజలో ధన్యమయ్యే స్త్రీ జీవితమే సార్థకం" ఈ రకమైన సంభాషణలు, ఈ అర్థాన్నిచ్చే సంభాషణలు మనకు సినిమాలలో తరచు వినపడుతుంటాయి. పాటలలో కూడా నాగయ్యగారు పాడిన "ఆడ బ్రతుకే మధురం" పాట దగ్గరనుండీ" ఆలయాన వెలసిన ఆ దేవుని రీతి ఇల్లాలే ఈ జగతికి జీవన జ్యోతి" "ఆలయమేలా, అర్చనలేలా, ఆరాధనలేలా, పతిదేవుని పద సన్నిధి మించిన పరమార్థము గలదా" "మల్లె తీగవంటిది మగువ జీవితం, చల్లని పందిరి వుంటే అల్లుకుపోయేను" వరకు ఎన్నో పాటల్లో స్త్రీల పరాధీనతను గొప్ప విషయంగా, గర్వించదగిన విషయంగా గానం చేశారు. సినిమాలలో సాంకేతికంగా ఎన్ని మార్పులు వచ్చినా, చదువుకున్న స్త్రీలు, ఉద్యోగాలు చేస్తున్న స్త్రీలు పాత్రలుగా సినిమాలలోకి ప్రవేశించినా మంచి ఇల్లాలిగా తప్ప స్త్రీ జీవితానికి సార్థకత లేదనే సారాంశంలో రచయితలు చెబుతున్నారు.

పతితల పాత్రలు (సినిమా పరిభాషలో వీళ్ళను వాంప్‌లని అంటారు) కూడా పరోక్షంగా పతివ్రతల గొప్పదనాన్ని చాటటానికే రచయితలు వాడుకుంటారు. ఈ స్త్రీలు పతివ్రతల భర్తలను ఆకర్షించి, తద్వారా ఆ పతివ్రతల కష్టాలు పెంచి, దాని మూలంగా వారి పాతివ్రత్యాన్నికూడా పెంచటానికి ఉపయోగపడేలా పాత్ర చిత్రణ

BRAOU

జరుగుతుంది. రాను రాను ఈ రకమైన పాత్రలు సినీ విషయాలలో తగ్గిపోతున్నాయి. అది సంతోషించాల్సిన విషయం. ఇక మూడవరకం స్త్రీ పాత్రలు సూపర్ విమెన్ పాత్రలు నాడియా (ఒకనాటి (1940-50) హిందీ సినిమానటి) నటించిన సినిమాల నుండీ ఈ తరహా పాత్రలను రచయితలు సృష్టించటం మొదలుపెట్టారు. సామాన్యంగా ధీరోదాత్తుడైన వీరుడైన (సినిమా భాషలో చెప్పాలంటే (Action Hero) కథానాయకుడు చేసే పనులు ఈ సినిమాలలో కథానాయికలు చేస్తారు. ఒక్కరుగా ఎంతమంది గూండాలనైనా ఎదిరించి గెలుస్తారు. తెలుగులో రౌడీరాణి, పంచకల్యాణి - దొంగలరాణి, గంగ-మంగ, వంటి సినిమాలతో ఈ ధోరణి ప్రారంభమయింది. ఈ మధ్యకాలంలో 'కర్తవ్యం' వరకూ వస్తూనే వున్నాయి. ఇప్పటి సాంఘిక, సాంస్కృతిక పరిస్థితులను బట్టి తిరుగుబాటు చేసే స్త్రీలను కూడా సినిమాలలోకి తీసుకురాక తప్పని పరిస్థితి ఒకటి ఉంది. ఐతే ఆ తిరుగుబాటు చేసిన స్త్రీలను వాస్తవికంగా చిత్రించకుండా వ్యాపారదృష్టితో ఆకర్షణీయంగా చిత్రిస్తారు. స్త్రీ పాత్రలు ప్రతినాయకులను చంపటానికి సిద్ధపడేటప్పుడు కూడా వారిని అందంగా, ఆకర్షణీయంగా చూపించటానికే ప్రయత్నిస్తారు. ఈ మధ్య సినిమాలలో స్వతంత్ర భావాలకూ, పాతివ్రత్యానికీ మధ్య నలిగే స్త్రీ పాత్రలు కనిపిస్తున్నాయి. రచయితలకు స్త్రీ స్వతంత్రత గురించి సరైన దృక్పథం లేకపోవటం వల్ల ఈ పాత్రలు చివరకు వితంతువైనా బొట్టు పెట్టుకుంటుంది. దానిని గురించి మనం సంతోషించేలోపు ఆమె తన చర్యకు సంజాయిషీ చెబుతుంది. ఆమె భర్త చనిపోయేటప్పుడు ఆమెను బొట్టు తీయవద్దని కోరాడనీ, అందుకే తాను అట్లా వుంటున్నాననీ చెప్పటంతో దీనిని అభ్యుదయ మనాలో పాతివ్రత్యమనాలో తెలియక ప్రేక్షకులు తికమకపడతారు. అంటే అభ్యుదయకరమైన మార్పులు కూడా పాతివ్రత్యపు ముద్ర వేయకుండా ప్రవేశపెట్టటానికి రచయితలు, దర్శకులు నిర్మాతలు సిద్ధంగా లేరని మనకు అర్థమవుతుంది. మరొక సినిమాలో అన్యాయంగా తనను అనుమానించి ఒదిలేసిన భర్తను ఆ భార్య కూడా తిరస్కరిస్తుంది. ఆత్మ గౌరవం గల స్త్రీ పాత్ర సినిమాలలోకి వచ్చిందని సంతోషించే లోపు ఆమె భర్త ఫోటోకు పూజలు చేయటం మొదలుపెడుతుంది. చివరకు భర్త ఒడిలోనే మరణిస్తుంది. దీనిని ఎలా అర్థం చేసుకోవాలో తెలియని ప్రేక్షకులు అయోమయంలో పడతారు. ఇటువంటి సినిమాల ద్వారా స్త్రీల జీవితాలకు పురుషుడితో తప్ప మరొక అర్థం లేదని గట్టిగా చెప్పినట్టవుతుంది. ఇటీవలి కాలంలో మంచి మహిళా చిత్రంగా పేరు తెచ్చుకున్న 'అక్షింతలు' సినిమా ఉదాహరణ చూద్దాం. ఇందులో కథనాయిక స్త్రీలోలుడైన పురుషుని చేతిలో మోసపోతుంది. ఘోరంగా అవమానించబడుతుంది. ఐతే పట్టుదలతో ఆ అవమానం నుంచి బైటపడి గొప్ప గాయకురాలై ఎంతో డబ్బు, కీర్తి సంపాదిస్తుంది. ఐతే ఆమె ఆలోచనలనుంచి ఆ పురుషుడు మాత్రం తొలగడు. మొదట అతని మీద పగతో ప్రతీకారం తీర్చుకోవటం కోసం ప్రయత్నాలు ప్రారంభించి, చివరికి అతని దొంగ పశ్చాత్తాపాన్ని నిజమనుకుని నమ్మి మళ్లీ మోసపోతుంది. ప్రేమ, పగ, ప్రతీకారం వీటిలో దేనిపేరు మీదనైనా స్త్రీ పాత్రలన్నీ పురుషుల చుట్టూనే తిరుగుతుంటాయి. పురుషులనుంచి విడిగా తమకొక స్వతంత్ర జీవితాన్ని సృష్టించుకునే స్త్రీ పాత్రలు దాదాపు లేవనే చెప్పాలి.

BRAOU

1970వ దశాబ్దంలో మహిళలు రాసిన నవలలను సినిమాలుగా తీయటం ఎక్కువగా జరిగింది. కానీ ఆ నవలలలో కూడా స్త్రీ పాత్రలు పై నమూనాలోనే వున్నాయి. కోడూరి కౌసల్యాదేవి సృష్టించే స్త్రీ పాత్రలు పాతివ్రత్యపు భావాలను ఏ మార్పూ లేకుండా ప్రకటిస్తాయి. యద్దనపూడి సులోచనారాణి సృష్టించిన స్త్రీ పాత్రలు మొదట వ్యక్తిత్వం గల పాత్రలుగా ప్రారంభమవుతాయి. కొన్ని పాతభావాలను, విలువలను తిరస్కరిస్తాయి కూడా. కానీ తమకు అన్ని విధాలా నచ్చిన పురుషుడు, తనకంటే తెలివైన, చురుకైన, బలమైన, ధనవంతుడైన పురుషుడు దొరకగానే తన జీవితాన్ని అతని చేతుల్లో పెట్టి నిశ్చింతగా బతుకుతారు. అంతవరకూ తమ జీవితాలకు తామే బాధ్యత వహించిన ఆ స్త్రీలు చివరకు అలిసిపోయినట్లయి తమ బాధ్యతనంతా ఒక పురుషుడి చేతిలో పెట్టటంతో అప్పటివరకూ వారు సాగించిన, ప్రయాణం చేసిన అన్వేషణ ఒక మంచి పురుషుడి కొరకే అనేది స్థిరపడి పాత్రలు తమ బలాన్నంతా కోల్పోతాయి. మహిళాభ్యుదయకరమైన నవలలు రాసిన రంగనాయకమ్మ "పూలరంగడు" "ఇంటింటికథ" అనే సినిమాలకు సంభాషణలు రాసినా ఇవి మహిళా చిత్రాలు కాదు. సంభాషణలలో కూడా రంగనాయకమ్మ ప్రత్యేకత కన్పించదు. ఆమె నవలలు 'బలిపీఠం', 'ఇదేనా న్యాయం' సినిమాలుగా వచ్చినప్పటికీ అవి పూర్తి మహిళా (గోరింటాకు) చిత్రాలు కావు. ఒకటి కులాంతర వివాహాల్లోని కష్టనష్టాల గురించి చెప్పేది. రెండింటిలోనూ కథనాయకులకే ప్రాధాన్యం ఉంది. స్త్రీల విషయంలో అత్యంతాధునికమైన భావాలను చెప్పిన

డాక్టర్ శ్రీదేవి నవల "కాలాతీత వ్యక్తులు" "చదువుకున్న అమ్మాయిలు" పేరుతో సినిమాగా నిర్మించారు. ఐతే స్త్రీ స్వేచ్ఛ గురించి ఆ నవలలోని ఆధునిక భావాలనేమీ సినిమాలోకి రానివ్వకుండా కేవలం రేఖామాత్రమైన కథనే తీసుకుని దానిని చిత్ర రచయిత దర్శకులు తమకు కావలసినవిధంగా మల్చుకున్నారు. కాబట్టి రచయిత్రులు రాసిన నవలలూ, సినిమాలైనా స్త్రీ చైతన్య దృక్పథంతో వుంటాయని మనం భావించలేము.

స్త్రీలను ఆశబోతులుగా, డబ్బుకు విలువ యిచ్చేవారిగా చిత్రించే సినిమాలు ఒక వంక వస్తున్నాయి. వినియోగ వస్తు వ్యాపారమే ప్రధానంగా వున్న సమాజంలో స్త్రీలు రకరకాల వస్తువులు కావాలనుకోవటం సహజమే. కానీ దాని లోని సామాజిక కారణాలను తీసివేసి స్త్రీ పాత్రలను దురాశాపరులుగా చిత్రిస్తారు. ఇటీవల ఒక సినిమాలో (శుభలగ్నం) భార్య డబ్బు, అది తెచ్చే సౌఖ్యాల కోసం భర్తను కోటి రూపాయలకు అమ్మివేస్తుంది. భర్తనుంచి విడాకులు తీసుకుంటుంది. సరే ఏ కారణంతోనైనా విడాకులు తీసుకుంది గదా - అందరూ ఆమెను అసహ్యించుకుంటారు. ఆ సినిమాలో లాయరు విడాకులు తీసుకున్నందుకు ఆమెను "నువ్వు యిప్పుడు బొట్టున్న విధవరాలివి" అంటారు. అది ఆ ఒక్క స్త్రీనే కాదు విడాకులు తీసుకున్న స్త్రీలందరినీ ఉలిక్కిపడేలా చేస్తుంది.

హాస్యం పేరుతో స్త్రీలను అవమానించటం సినిమాలలో చాలా తరచుగా జరుగుతుంటుంది. "ఆడవాళ్ళ నోట్లో నువ్వుగింజ నానదు" "ఆడది ఔనంటే కాదని, కాదంటే ఔననీ అర్థం" స్త్రీలు చంచల స్వభావులు. త్వరగా అనుమానిస్తారు. బలహీనులు అనే ఆలోచనను హాస్యరూపంలో చాలా శక్తివంతంగా సినిమాలలో వ్యక్తీకరిస్తారు. ఈ రకమైన హాస్యంతో కూడిన దాడిని గుర్తించటం, దానిని ఎదిరించటం కూడా చాలా కష్టం. ఈ మధ్య కాలంలో వచ్చిన 'సతీ లీలావతి' సినిమా ఇందుకు మంచి ఉదాహరణ. ఈ మధ్యకాలంలో బహుభార్యాత్వ నిషేధ చట్టాన్ని కూడా మర్చిపోయి కథానాయకుడు యిద్దరు భార్యలను కలిగివుండే సినిమాలు విచ్చలవిడిగా తీస్తున్నారు. వాటిని మహిళా చిత్రాలని కూడా ప్రచారం చేస్తున్నారు. వాటిని కాస్త యింగితజ్ఞానం వున్నవారెవరైనా గుర్తించి అసహ్యించుకోవటం తేలిక. కానీ అదే కథావస్తువుతో వచ్చిన హాస్యచిత్రం 'సతీ లీలావతి'ని మనం అసహ్యించుకోలేం. అది పారడీగా హాస్యం పేరుతో చెల్లుబాటవుతుంది.

ఇటీవల వచ్చిన 'సొగసుచూడతరమా' అనే చిత్రంలో స్త్రీ పాత్ర ప్రధానమైనది. చాలా వ్యక్తిత్వం వున్న పాత్రగా కనిపిస్తుంది. కానీ మొదటి నుంచీ చివరివరకూ ఆ పాత్ర సమాజంలో వున్న విలువలనే కొత్త పద్ధతిలో ఆచరిస్తుంది. కట్నం కావాలని అడిగిన పెళ్ళికొడుకుని "నువ్వు ఫ్రాంక్‌గా చెప్పినందుకు నీమీద గౌరవం కలిగింది" అంటుంది. కట్నం యిచ్చే పెళ్ళి చేసుకుంటుంది. ఐతే క్రమంలో ఆమె బెరుకులేకుండా మాట్లాడిన తీరు ఆమె వ్యక్తిత్వం వున్న స్త్రీ అనే భ్రమను కల్పిస్తుంది. కొన్ని మాటలు చాలా తీవ్రంగా మాట్లాడి మరుక్షణంలో పతివ్రతలా ప్రవర్తిస్తుంది. సారాంశంలో భర్తను సంపాదించుకోటానికీ, అతన్ని సరైన దారిలో పెట్టుకోటానికీ యిప్పటి ఆధునిక స్వేచ్ఛ భావాలు అవసరమైతే, అవసరమైనంతవరకూ ఆ భావాలను మాటల్లో చెప్పి తన సంసారాన్ని స్త్రీ చక్కదిద్దుకోవాలి అనే సందేశాన్ని ఈ సినిమా యిస్తుంది. ఈ రకంగా అధిక శాతం సినిమాలు మహిళా వ్యతిరేక చిత్రాలుగానే వుంటున్నాయి. మహిళా చిత్రాలని పిలవబడే వాటిలో కూడా మహిళాభ్యుదయం, స్త్రీ సమానత్వం, స్త్రీలు చేసే పనులకు గౌరవం వుండటం లేదు.

అభ్యాసం

1. సినిమాలలో స్త్రీ పాత్ర చిత్రణ గురించి రాయండి.

BRAOU

20.3 నిజమైన అర్థంలో మహిళా చిత్రాలు

దాదాపు వంద సంవత్సరాల చరిత్ర కలిగిన భారతీయ చిత్రాలలో స్త్రీలనూ స్త్రీ సమస్యలనూ సానుభూతితో, సహజంగా, సవ్యంగా చిత్రించిన సినిమాలు లేవా అనే ప్రశ్న వస్తుంది. 'లేవు' అనే సమాధానం చెప్పుకోకుండా అరుదుగానైనా మంచి మహిళా చిత్రాలు వున్నాయని చెప్పుకోగలిగినందుకు మనం నిజంగా సంతోషించాలి. 1940-50 దశాబ్దాలలో వచ్చిన బాలయోగిని, సుమంగళి, కన్యాశుల్కం వంటి చిత్రాలు అనాటికున్న పరిమితులలో స్త్రీ సమస్యలను సానుభూతితో, నిజాయితీగా చిత్రించే ప్రయత్నం చేశాయి. ఐతే ఈ ప్రయత్నాలు తెలుగుచిత్రాలలో చాలా తొందరలోనే అగిపోయాయి. హిందీ, బెంగాలీ చిత్రాలలో ఆ ప్రయత్నాలు నేటివరకూ కొనసాగుతూనే ఉన్నాయి. "దునియా నా మానే" దహేజ్ గుడియా" వంటి సినిమాలు 40-50 దశాబ్దాలలో ఆత్మగౌరవం గిలిగిన స్త్రీ పాత్రలను ప్రేక్షకులకు పరిచయం చేశాయి.

1970వ దశాబ్దం నుండీ వ్యాపార చిత్రాల సంస్కృతికి భిన్నంగా సమాంతర సినిమా (Paralel Cinema) పేరుతో వచ్చిన కొన్ని చిత్రాలు మంచి మహిళా చిత్రాలుగా చెప్పుకోదగినవి ఉన్నాయి. మహిళా చిత్రాల రచన చేసేటప్పుడు ఆ చిత్రాలను చూసి అర్థం చేసుకోవటం చాలా అవసరం. సత్యజిత్ రే రూపొందించిన చారులత, మహానగర్ సినిమాలు అలాంటివి. చారులత, రవీంద్రనాథ్ ఠాగూర్ రాసిన నవల. ఒక నవలను చిత్రానువాదం చేసేటప్పుడు మూల రచయిత భావాలను చెడగొట్టకుండా వాటినింకా ఎలా మెరుగుపెట్టాలో తెలుసుకోవాలంటే 'చారులత' సినిమాను అధ్యయనం చేయాలి. 'మహానగర్' సినిమాలో ఉద్యోగం చేసే స్త్రీకి ఎదురయ్యే సమస్యలను వాస్తవికంగా చిత్రించాడు. రిత్విక్ ఘటక్ 'మయేఘ ఢాక తార' అనే చిత్రంలో ఉద్యోగం చేస్తూ కుటుంబ భారాన్ని మోసే స్త్రీ, తన తల్లిదండ్రుల చేత, అన్నదమ్ముల చేత, అక్క చెల్లెళ్ళ చేత కూడా ఎలా దోపిడీకి గురవుతుందో చాలా సున్నితంగా, అదే సమయంలో దాన్నంత భరించగల శక్తి స్వరూపిణి స్త్రీ అనే అంశాన్ని చాలా బలంగా చిత్రీకరించాడు.

ఒక మహిళా చిత్ర రచన, కథా వస్తువు అనే వరకూ - ఎట్లా వుండాలి అనే దానికి మంచి ఉదాహరణ మృణాల్‌సేన్ తీసిన చిత్రం "ఏక్‌దిన్ - ప్రతిదిన్". ఈ చిత్రం ఈనాటి సమాజంలోని లక్షలాది స్త్రీల స్థితిని వాస్తవికంగా చెప్పింది. ఉద్యోగం చేసే అవివాహిత అయిన స్త్రీ అర్థరాత్రి దాకా ఇంటికి రాకపోతే ఆ కుటుంబం, యిరుగుపొరుగు కుటుంబాలు, ఆ వీధిలో వాళ్ళు ఎట్లా కలవరపడతారో, అమె గురించి ఎన్ని వ్యాఖ్యానాలూ, వూహాగానాలూ చేస్తారో ఆ చిత్రమంతా చూపిస్తారు. చివరికి అమె అర్థరాత్రి దాటాక వస్తుంది. రకరకాల వ్యక్తులు రకారకాలుగా మాట్లాడతారు. చూస్తారు. సినిమా అయిపోతుంది. సినిమా చూసిన చాలామందికి ఆ అమ్మాయి ఎక్కడికి వెళ్ళింది చెప్పకుండానే సినిమా ముగించటం ఏమిటో అర్థం కాలేదు. కొందరు విమర్శకులు, మంచి సినిమాలను చూసే ప్రేక్షకులూ కూడా మృణాల్ సేన్‌ను " ఇంతకు ఆ అమ్మాయి ఎక్కడికి వెళ్ళిందో చెప్పలేదేమిటి?" అని అడిగారు. దానికి సమాధానంగా అయన "అది నాకు అనవసరం. మీకూ అనవసరం, అనవసరం అని చెప్పటానికే ఈ సినిమా తీశాను" అని సమాధానం ఇచ్చారు. ఉద్యోగం చేస్తూ, లోకజ్ఞానం గలిగిన స్త్రీ తన సమయాన్ని ఎవరి అనుమతీ లేకుండా తనకు యిష్టం వచ్చినట్లు గడపవచ్చు. అనేభావం మింగుడు పడటం కష్టంగానే వుంటుంది. అందువల్లనే చాలామంది ఆ అమ్మాయి ఏ చెడ్డపనీ చెయ్యలేదనీ, ఏదో ఓ మంచి కారణం వల్లనే ఆలస్యమయిందనీ చెప్పవచ్చుగదా అని తమ అసంతృప్తిని వ్యక్తం చేశారు. ప్రస్తుత సమాజం మంచి కారణం చెబితే స్త్రీలను పోనీలే అని క్షమించటానికి సిద్ధంగా వుందని మనకు అర్థమవుతుంది. ఆలస్యంగా యింటికి వచ్చినా ఫరవాలేదు. క్షమిస్తాం. కానీ కారణం చెప్పు. మంచి కారణం, వితంతువైనా, బొట్టుపెట్టుకో, ఒప్పుకుంటాం. కానీ కారణం చెప్పు అది నీ భర్త కోరిక అని. భర్త నుంచి విడిపో. ఒప్పుకుంటాం. కానీ కారణం చెప్పు. మాకు నచ్చే కారణం, మా విలువలనీ సెంటిమెంట్లనీ దెబ్బతియ్యని కారణం చెప్పు అంటుంది సమాజం. ఈ రకమైన అదుపునీ

BRAOU

అణచివేతనూ దెబ్బతీసే సినిమాగా 'ఏక్‌దిన్ ప్రతిదిన్' చిత్రాన్ని మనం చెప్పుకోవచ్చు. ఒక కథానాయిక ఒంటరిగా దుర్మార్గులందరితో పోరాడి గెలిచే ఫాంటసీ సినిమాల స్థానంలో, స్త్రీలు సంఘటితంగా ఒక దుర్మార్గాన్ని ఎదిరించటాన్ని 'మిర్చి మసాలా' చిత్రంలో మనం చూడొచ్చు. ఈ చిత్రంలో స్త్రీలు తమ గ్రామంలోని స్త్రీ లందరినీ అవమానిస్తున్న మిలటరీ అధికారిని, తమ తెలివితేటలతో, తమకు అందుబాటులో వున్న సాధనాలతో ఎదిరిస్తారు.

వేశ్యావృత్తిలో వున్న స్త్రీలను పాపులుగా కాకుండా మామూలు మనుషులుగా పరిచయం చేస్తాడు. 'మండీ' సినిమాలో శ్యామ్ బెనగల్. ఆ చిత్రంలో వేశ్యావృత్తిలో వున్న స్త్రీలు తమను తాము పాపులుగా హీనులుగా చూసుకోరు. తమను తామే అసహ్యించుకుని, అనుక్షణం కుమిలిపోయే వారిగా వుండరు. వాళ్ళు కూడా మనుషులు. జీవితాన్ని జీవించే, ప్రేమించే మనుషులు. కష్టాలు, సుఖాలు, సంతోషాలు, బాధలూ అన్నీ అనుభవించే స్త్రీలు. ఒక కొత్త మానవ దృక్పథం నుంచి ఆ స్త్రీలను మనకు ఆ చిత్రం పరిచయం చేస్తుంది.

ఈ విధంగా మూసపాత్రలకు భిన్నంగా కొత్త పద్ధతిలో వాస్తవ దృష్టితో నిర్మించిన మహిళా చిత్రాలు కూడా వున్నాయి. ఐతే అవి చాలా తక్కువ సంఖ్యలో వున్నాయి. వ్యాపార చిత్రాల ధోరణిలో తీసినప్పటికీ "మౌనపోరాటం" చిత్రంలో స్త్రీ తన ఆత్మగౌరవాన్ని నిలబెట్టుకోవటం కోసం చేసిన పోరాటాన్ని ఉత్తేజకరంగా చూపించారు. అట్లాగే వ్యక్తిగత సమస్యలు "కుటుంబ విషయాలు" అనే వాటిని బహిరంగం చేసి ఆ సమస్యల పరిధిని విశాలం చేయటంలో కూడా ఈ సినిమా కొత్తదారి తొక్కింది. ఈ చిత్రంలో కథనాయిక తనను మోసం చేసిన పురుషుడు తననే చెడ్డదానిగా నిందిస్తుంటే సహించక తన ఆత్మగౌరవం కోసం అతన్ని పెళ్ళాడేందుకు వీధిలో నిలబడి ఆ సమస్యను రాజ్యం (State) దృష్టి వరకూ తీసుకువెళ్తుంది. పెళ్ళి జరిగిన తర్వాత తాను యింత పోరాటం చేసింది. తన ఆత్మగౌరవాన్ని నిలబెట్టుకునేందుకేగాని అతనితో సంసారం చేసేందుకు కాదని తన దారిన తాను వెళ్తుంది. అతని దుర్మార్గాన్ని బహిర్గతం చేసి, తన బ్రతుకు తాను బ్రతకటానికి సిద్ధపడింది.

మయూరి, అశ్విని చిత్రాలలో స్త్రీ పాత్రల స్వయంకృషి సమాజంలో తమకో ప్రత్యేక స్థానం కల్పించుకోటాన్ని వాస్తవికంగా చిత్రించారు. ఈ సినిమాలను దృష్టిలో వుంచుకొని, వీటిలోని స్త్రీ అనుకూలాంశాలను జాగ్రత్తగా గమనించి మహిళాచిత్రాల రచన చేయాలి. మొత్తం మీద స్త్రీలను, వాస్తవికంగా చిత్రిస్తూ, వారి సమస్యలను సానుభూతితో అర్థం చేసుకుంటూ, వారికి ఆధునిక జీవితం వైపు నడిచేందుకు కావలసిన బలాన్నీ, నైతిక మద్దతునూ అందించే చిత్రాల అవసరం ఎంతైనా వుంది. అలాంటి చిత్రాలే మహిళా చిత్రాలు.

BRAOU

20.4 మహిళా చిత్రాల రచన

కథానిర్మాణంలో - కథను వాస్తవికంగా నడిపించాలి. సమాజంలో స్త్రీల పరిస్థితిని యదార్థంగా పరిచయం చేసే విధంగా కథను మలుచుకోవాలి. సెంటిమెంట్లకూ, మెలోడ్రామాకూ తావు లేకుండా సమాజంలో స్త్రీల స్థితిలో రావల్సిన మార్పులను, స్త్రీల గురించి సామాజిక దృక్పథంలో రావలసిన మార్పులను సూచనప్రాయంగానైనా తెలియచేస్తూ కథను నడిపించాలి. మహిళాచిత్రాల కథలో ఫాంటసీకి తావులేకుండా చూడటం అవసరం. 'సూపర్ విమన్' పాత్రలను కాకుండా స్త్రీలు సంఘటితంగా పోరాడిన తీరు చూపించటం మంచిది. "మూడు కొప్పులు ఒక చోట యిమడవు" అన్న పాత భావనను తీసివేసి స్త్రీల ఐక్యత, సంఘటిత శక్తి - వీటికి ప్రాధాన్యత యిచ్చేలా కథను నడిపితే ప్రయోజనం వుంటుంది. స్త్రీకి స్త్రీయే శత్రువు వంటి పాత భావాలను కథలో యిమిడ్చే ప్రయత్నం చెయ్యకుండా వుంటే మంచిది. పాత్ర చిత్రణలో మూస పాత్రలను వదిలి వేయాలి. అలాగని ఏ బలహీనతలూ లేని ఆదర్శ స్త్రీ పాత్రను సృష్టించాలని కాదు. సమాజంలో వున్న బలహీనతలకూ, విలువలకూ స్త్రీలు కూడా గురవుతుంటారు. ఐతే ఆ బలహీనతల వల్ల స్త్రీకి వాస్తవంగా ఏం జరుగుతుంది? దాని నుంచి బైటపడటం ఎట్లా అనే విషయాలను జాగ్రత్తగా చిత్రించాలి. తను పుట్టిపెరిగిన వాతావరణ కారణంగా 'పతియే ప్రత్యక్ష దైవం' అని భావించే స్త్రీ ఉండవచ్చు. కానీ అట్లా భావించటం వల్ల తన జీవితానికి ఏం జరుగుతుందనీ, తనకు జీవితమనేది లేకుండా పోవటాన్నీ ఆమె గమనించగలగాలి. పాత్రల స్వభావాలలో మార్పు హఠాత్తుగా, ఎవరో చెప్పే ఉపన్యాసాల వల్ల రాకుండా, తమ జీవితానుభవాల ద్వారా ఆ అనుభవాల అర్థం యేమిటని తమకు తాము విశ్లేషించుకునే ప్రయత్నం చేయటం ద్వారా - వచ్చినట్లు చిత్రించాలి. పాత్రల మానసిక సంఘర్షణను చిత్రించటానికి ప్రాధాన్యత

నివ్వాలి. మంచి వ్యక్తులు, చెడ్డ వ్యక్తులుగా స్త్రీలను గీతగీసి విభజించకుండ ఆ స్త్రీలు మంచిని, చెడునీ ఆచరించటానికి దోహదపడిన పరిస్థితులను చిత్రించటం మీద ఎక్కువ శ్రద్ధపెట్టాలి. అత్తగార్లందరూ గయ్యాళుల్లా, చదువుకున్న స్త్రీలందరూ పొగరుమోతులుగా, పాత్రను ఏర్పరిచే పద్ధతి మానుకోవాలి.

సంభాషణలు - సంభాషణల రచనలో ముఖ్యంగా పాటించవలసింది స్త్రీలను కించపరిచే మాటలు వాడకుండా ఉండటం. స్త్రీలను గౌరవించని, పురుషాధిపత్య సంస్కృతికి ప్రతినిధులైన పాత్రలు వుంటే ఆ పాత్రలు తప్పని సరిగా స్త్రీలనుకించపరిచే మాటలు మాట్లాడతాయి. ఐతే ఆ మాటలను పరికించే పద్ధతిలో, వాటిని మిగిలిన పాత్రలు అర్థం చేసుకునే తీరులో ఆ మాటలపై విముఖతను కల్గించాలి. స్త్రీలను కేవలం లైంగిక వస్తువుల్లా చూసే మాటలు, ఆరకమైన సంభాషణలు మహిళా చిత్రాలలోకి రాకూడదు.

20.5 బాలల చిత్రాలు

తెలుగులో బాలల చిత్రాలు లేవనే చెప్పాలి. బాలలకు ప్రత్యేక చిత్రాల అవసరం ఎంతైనా వుంది. పెద్దవాళ్ళు చూసే వ్యాపార చిత్రాలను పిల్లలకు దూరంగా వుంచి, వారికోసం ప్రత్యేకంగా చిత్రాలు తీయవలసిన అవసరం వుంది. ఐతే బాలల చిత్రాలు ఎలా వుండాలి అనే విషయం గురించి కనీసావగాహనలేని స్థితి వుంది. బాలలకు సాహిత్యమే చాలా తక్కువగా వున్న స్థితిలో చిత్రాలు ఎక్కువ రావటం కష్టమే. ఐతే వచ్చే చిత్రాలు ఎలా వుండాలనే విషయంలో స్పష్టత లేకపోతే ఆ కొన్ని చిత్రాల నాణ్యత కూడా దెబ్బతింటుంది.

బాలల చిత్రాలను మూడురకాలైన ప్రయోజనాలను ఆశించి నిర్మించవచ్చు. చిన్న పిల్లలకు కొన్ని పద్ధతులనూ, మానవ విలువలను బోధించటం, బోధన జోలికి వెళ్ళకుండా కేవలం వినోదాన్ని అందించటం, శాస్త్రపరమైన విషయాలనూ, చరిత్రకు సంబంధించిన విషయాలను తెలియజెప్పటం. తెలుగులో చివరి అంశానికి సంబంధించి టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో కొన్ని లఘుచిత్రాల నిర్మాణం తప్పించి మిగిలిన విషయాలపై సినిమాలు లేవు. శాస్త్రపరమైన విషయాలలో, పాఠ్యాంశాలలో బోధించే చిత్రాలుకూడా చాలా యాంత్రికంగా పిల్లలను ఆకర్షించే శక్తి లేనివిగా వుంటున్నాయి. విదేశీ చిత్రాలు, ముఖ్యంగా ఇంగ్లీషు చిత్రాలు బాలల నుద్దేశించి వస్తున్నాయి. ఉదాహరణకు జంగిల్ బుక్ వంటి కార్టూన్ సినిమాలు, వాల్ట్ డిస్నీ సినిమాలు చిన్న పిల్లలకు ప్రధానంగా వినోదాన్ని అందించే ఉద్దేశంతో వస్తున్నాయి. వాటిని ఆదర్శనీయమైన నమూనాగా తీసుకుని మనం ఆ పద్ధతిలో చిత్రాలను రూపొందించుకోవచ్చు. హోమ్ ఎలోన్, ఫ్రీ విల్లీ, బేబీస్‌డే అవుట్ వంటి చిత్రాలు కూడా కేవలం వినోదాత్మకమైనవే అటువంటి చిత్రాలను తెలుగులో అనువదించవచ్చు. పునర్నిర్మించవచ్చు. పునర్నిర్మాణం జరిగినపుడు అది బాలల చిత్రంగా కాక అందరినీ దృష్టిలో పెట్టుకుని కథను మార్చటం జరుగుతుంది. దానిని నివారించగలిగితే మంచిది. ఉదాహరణకు హోమ్ ఎలోన్ ఆధారంగా తెలుగులో 'తేజ' అనే సినిమా నిర్మించారు. ఐతే తెలుగులో కథ, సంభాషణలు, పాత్రలు అన్నీ ఎంతో మార్పుకు గురయ్యాయి. పిల్లల సినిమాలో వుండకూడని, అనవసరమైన ప్రేమ దృశ్యాలు, జుగుప్సాకరమైన హాస్యం, అనవసరమైన క్రూరత్వం కథలోకి తీసుకువచ్చారు. దానితో అది బాలల చిత్రం కాకుండా పోయింది. బేబీస్ డే అవుట్ చిత్రం విషయంలో కూడా అలాగే జరిగింది. కాబట్టి బాలల చిత్రం అనుకుని రచన చేసేటప్పుడు తప్పనిసరిగా వారిని ఉద్దేశించి మాత్రమే తీయాలి. కథా రచన ఆవిధంగానే సాగాలి. బాలల కోసం తీసిన చిత్రాలు, బాలల గురించి తీసిన చిత్రాలన్నీ బాలల చిత్రాలు కావాలనే నియమం లేదు. తెలుగులో అనాథ బాలల జీవితం గురించి 'భద్రం కొడుకో' చిత్రం నిర్మాణమైంది. ఆ చిత్రం చిన్న పిల్లల గురించే ఐనప్పటికీ ఆ చిత్రంలో కథా నిర్మాణం గానీ, పాత్ర చిత్రణ గానీ, సంభాషణలు గానీ కేవలం బాలల నుద్దేశించి రాసినవు కావు. ప్రధానంగా అనాథ బాలల గురించి పెద్దలలో ఆలోచన రేకెత్తించేందుకు రాసినవి. ఐతే అనేకమంది ఆ చిత్రాన్ని బాలల చిత్రంగా అర్థం చేసుకున్నారు. ఐతే ఆ చిత్ర కథావస్తువు హానికరమైనది కాకపోవటం వల్ల అంతర్లీనంగా విషాదం వున్నప్పటికీ, అది హాస్యరూపంలో ప్రకటితమవటం వల్లా దానిని బాలల చిత్రంగా పరిగణించినప్పటికీ బాలలకు అపకారం జరిగే అవకాశం లేదు.

బాలలకు ప్రధానంగా వినోదాన్నిచ్చేది ఫాంటసీ కథలు. ఆ అద్భుత చిత్రాలలో వీరులు చేసే మానవాతీతమైన

BRAOU

పనులు పిల్లలను ఆశ్చర్యపరచి ఆనందపరచి వారిని కొత్త వూహలకు ప్రేరేపిస్తాయి. అందువలన బాలల కోసం తీసే చిత్రాలు వాస్తవికంగా వుండాలని ఆలోచించనవసరం లేదు. ఎంత అసాధ్యమైన, అసంభవమైన విషయాలనైనా కూడా వినోద భరితంగా సైన్స్ ఫిక్షన్ రూపంలోనో, జానపదకథల రూపంలోనో పిల్లలకు అందించవచ్చు. (నిజానికి యివాళ భారీ వ్యయంతో నిర్మితమవుతున్న చిత్రాలన్నీ అద్భుతాలకూ, అవాస్తవికతకూ సంబంధించి బాలల చిత్రాలనే చెప్పాలి. వాటిలోని అసభ్యకరమైన కొన్ని దృశ్యాలను, ద్వంద్వార్థ సంభాషణలను తీసివేస్తే మన తెలుగు సినిమా రచయితలు రాస్తున్నవన్నీ బాలలకథలే. అందువల్లనే ఆ కథానాయకులు బాలల అభిమాన కథానాయకులవుతున్నారు. ఆ రకంగా ఆలోచిస్తే తెలుగులో బాలల చిత్రాలే ఎక్కువ. పెద్దల కోసం తీస్తున్న సినిమాలే తక్కువ.

20.6 బాలల చిత్రాల కోసం రాయడం

ప్రస్తుత సమాజంలో బాలల చిత్రాలకు, రచన చేసేటప్పుడు రచయితలు ముఖ్యంగా గమనించవలసింది 'జండర్' విషయం. మగపిల్లలకంటే ఆడపిల్లలు తక్కువవారనే భావం, యిప్పటి సమాజంలోని కుటుంబ వాతావరణంలో, తల్లిదండ్రుల పెంపకంలో, చిన్న పిల్లల మనసుల్లో నాటుకునే అవకాశాలు చాలా ఎక్కువ వున్నాయి. ఆ భావాలను బాలల చిత్రాలు బలపరచకుండా, వాటిని తిరిగి విధించకుండా జాగ్రత్త పడాలి. ఇప్పటి వరకూ మనకు తెలుగులో వచ్చిన బాలల సాహిత్యంలో ఈజండర్ వివక్ష వుంటూనే వుంది. చిన్న పిల్లల పాఠ్యపుస్తకాలలో కూడా వుంటూనే వుంది. అందువల్ల ఎంతో జాగ్రత్తగా, బాలల చిత్రరచన చేసేటపుడు జండర్ వివక్ష రానీయకూడదనే స్పృహతో వుంటే తప్ప రచయితలకు తెలియకుండానే వారి మనసుల్లో వున్న వివక్షాపూరిత భావాలు రచనలో ప్రవేశించే అవకాశం వుంది. అందువల్ల మరింత ఎక్కువ జాగ్రత్తగా వుండాలి.

చిన్న పిల్లల చేత వారి వయసుకు మించిన పెద్ద మాటలు మాట్లాడించటం, నీతి బోధలు చేయించటం మన సినిమాలలో ఆనవాయితీగా వస్తోంది. ఆ మాటలు చాలా ఎబ్బెట్టుగా వుంటాయి. బాలల చిత్రాల రచన చేయాలనుకున్నవారు చిన్న పిల్లలతో ఎక్కువ సమయం గడిపి వారి మనస్తత్వాన్నీ, వారి ఆలోచనలనూ, పిల్లలలో వుండే వైవిధ్యాన్నీ అర్థం చేసుకోవాలి. వారు మాట్లాడే మాటలను వాక్య నిర్మాణ పద్ధతులతో సహాజాగ్రత్తగా గమనించాలి. నిజానికి చిన్నపిల్లలు ఎన్నో కొత్త పదాలనూ, పదబంధాలనూ, కొత్త పద్ధతిలో వున్న వాక్య నిర్మాణాలనూ సృష్టిస్తుంటారు. అలాగే వారి భావాలు కూడా పెద్దవారి భావాల వలే ఒక మూసకు, ఒక చట్రానికీ అతుక్కుపోయి, లోబడిపోయి ఉండవు. గనుక, పెద్దవారికి తోచని అనేక ప్రశ్నలను అడుగుతారు. అనేక నూతనమైన భావాలను చెబుతారు. వీటిని శ్రద్ధగా గమనించి తన రచనలో చొప్పించగల రచయితలే మంచి బాలల చిత్రాల రచన చేయగలుగుతారు.

శాస్త్ర విషయాలు, విజ్ఞాన సంబంధమైన విషయాలు రాసేటప్పుడు అవి పిల్లల నిత్యజీవితంతో సంబంధాన్ని కలిగివుండేలా రచన చేయాలి. పిల్లల పరిసరాలతో గానీ, వారి చుట్టూ వుండే ప్రపంచంతో గానీ సంబంధం లేకుండా విజ్ఞానశాస్త్ర విషయాలతో చిత్రాలు నిర్మించడం వల్ల ప్రయోజనం వుండదు. ఆ చిత్రాలు బాలలను ఆకర్షించలేవు. తమను ఆకర్షించని విషయాల దగ్గరకు వారు ఎట్టి పరిస్థితిలోను వెళ్ళరు. అందువల్ల బాలల చిత్రాల రచన చేసే రచయిత మిగిలిన రచయితలందరికంటే ఎక్కువ బాధ్యతగా ఎక్కువ శ్రద్ధగా వుండాలి. పిల్లలంటే ప్రత్యేకమైన ఆసక్తీ, ప్రేమ, శ్రద్ధా లేని రచయితలు బాలల చిత్రాల రచన జోలికి రాకూడదు.

అభ్యాసం

బాలల చిత్రాల రచనలో తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలేవి?

BRAOU

20.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సినిమాలు స్త్రీల బలాన్ని మానసిక స్థాయినీ హరించరాదు. స్త్రీల పట్ల వివక్షతను ప్రదర్శించాలి.
- మన సినిమాల్లో మూసపోసిన స్త్రీ పాత్రలు కన్పిస్తాయి.
- 1970 ప్రాంతాలనుండి సమాంతర సినిమా పేరుతో వచ్చిన చిత్రాలు వ్యాపార చిత్రాలకు భిన్నంగా మహిళల ఆత్మగౌరవాన్ని చిత్రించాయి.
- కథకు వాస్తవికత ప్రాణం. స్త్రీల స్థితిని చిత్రిస్తూ, వాళ్లలో రావలసిన మార్పులను సామాజిక దృష్టితో సూచించాలి.
- బాలల చిత్ర నిర్మాణంలో ప్రయోజనాలను దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. అవి : 1. మానవ విలువల బోధన. 2. వినోదం, 3. శాస్త్రజ్ఞానం, చరిత్ర అవగాహన.
- బాలల చిత్రాలకోసం రచన చేసేటప్పుడు రచయితలు ముఖ్యంగా గుర్తుంచుకోవలసిన విషయం 'జండర్' మగపిల్లల కంటే ఆడపిల్లలు తక్కువ వారనే భావాన్ని కల్పించరాదు.

BRAOU

20.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. సినిమాలలోని స్త్రీ వివక్షను చర్చించండి.
2. బాలల చిత్రాల నిర్మాణ లక్ష్యాలను వివరించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. నిజమైన అర్థంలో మహిళా చిత్రాలు అంటే ఏమిటి?
2. బాలల చిత్రాల కోసం రాయటంలో రచయితలు ముఖ్యంగా గమనించవలసిన విషయం ఏదో వివరించండి.

భాగం 21 వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలు

విషయ క్రమం

21.0 ఉద్దేశం

21.1 ప్రవేశిక

21.2 వాణిజ్య ప్రకటనల పూర్వచరిత్ర

అభ్యాసం

21.3 నిర్వచనం

21.4 విధాలు

21.5 చిత్రాల రచన

అభ్యాసం

21.6 చిత్ర నిర్మాణం

అభ్యాసం

21.7 ప్రయోజనాలు

అభ్యాసం

21.8 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

21.9 మాదిరి పరిక్షా ప్రశ్నలు

21.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలు తెలుసుకుంటారు

- వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల రూపురేఖలు
- వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల రచన
- వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల రచనలో ఉండే పద్ధతులు, రీతులు గుర్తించి రాసే ప్రయత్నం
- వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల నిర్మాణం, పద్ధతులు, స్క్రిప్ట్ రచనలో పాటించాల్సిన విధానాలు

21.1 ప్రవేశిక

ప్రజలకు తక్కువ ఖర్చుతో త్వరితంగా ఉత్పాదనల, సేవల సమాచారాన్ని తెలియచేసే సాధనం వాణిజ్య ప్రకటన. ఈ ప్రకటన ప్రజలకు వస్తువుల మంచి చెడులను వివరిస్తుంది. కొనుగోలుదారుడు కొనేముందు ఒక నిర్ణయం తీసుకునేందుకు దోహదపడుతుంది. వస్తువు ఏదైనా సరే మార్కెటింగ్ చేయాలంటే వస్తువు, దాని ధర, డిస్ట్రిబ్యూషన్‌తోపాటు వాణిజ్య ప్రకటన అంశం కూడా కీలకపాత్ర వహించే పోటీయుగం ఇది. విక్రయదారునికి, కొనుగోలుదారునికి మధ్య సమాచార వారధిగా వాణిజ్య ప్రకటనలు విలువైన పాత్రను నిర్వహిస్తున్నాయి. వాణిజ్య ప్రకటనలో సందేశం ఏకపక్షీయంగా కనిపిస్తుంది. అంటే ఉత్పత్తిదారుడు ప్రకటనదారుడి ద్వారా ఇచ్చే సమాచారమే వినియోగదారుని చేరుతుంది. వినియోగదారుడు తప్పనిసరిగా స్వీకరించవలసి ఉంటుంది. వినియోగదారుడికి తనకు కావాల్సిన సమాచారం పొందే అవకాశం వాణిజ్య ప్రకటనలో కన్పించదు. అయితే వినియోగదారులు ఆ ప్రకటనను ప్రకటనలో చెప్పే అంశాలను ఆమోదించవలసిన అవసరం లేదు. తనకున్న పరిజ్ఞానాన్ని బట్టి, ఇష్టాఇష్టాలను బట్టి తిరస్కరించవచ్చు. దాన్ని తిరస్కరించే పూర్తి స్వేచ్ఛ అతనికి వుంది.

BRAOU

21.2 వాణిజ్య ప్రకటనల - పూర్వ చరిత్ర

భారతీయ సినిమా ఆవిర్భవించి వందేళ్ళయింది. 1896-1912 మధ్య చిత్రాల నిర్మాణం ప్రారంభమైంది. మూకీ చిత్రాలతో ప్రారంభమయి, టాకీలు వచ్చాయి. 1926-1932 మధ్యకాలంలో సాంకేతికపరంగా పురోగతి సాధించి చిత్రాలకు శబ్దాలు జోడించటం మొదలైంది. కథాచిత్రాలతో పాటే లఘుచిత్రాలు, వార్తాచిత్రాలు కూడా రూపుదిద్దుకున్నాయి. 1922లో 'న్యూస్ ఆఫ్‌ది వీక్' అనే డాక్యుమెంటరీ సినిమా రంగంలోకి ప్రవేశించింది. వాస్తవాల్ని సృజనాత్మకతతో స్పృశించడం అన్న భావం డాక్యుమెంటరీ చిత్రాలలో కన్పిస్తుంది. ఆ తర్వాత చిన్న చలనచిత్రాలు (Short Films) రూపుదిద్దుకున్నాయి. సామాజిక అంశాలను ప్రచారం చేయడంలో ఇవి ఎంతగానో దోహదపడ్డాయి. 1948లో ఫిల్మ్స్ డివిజన్ ఏర్పాటు ప్రచార చిత్రాల నిర్మాణంలో ఒక కొత్త మలుపు. ఈ పరిణామ క్రమంలో అంతర్భాగంగానే వాణిజ్యపరంగా ప్రచార చిత్రాల నిర్మాణం మొదలయింది. ఫిల్మ్స్ డివిజన్ ప్రభుత్వ సంస్థలు, జాతీయ విషయాలు, సామాజిక స్పృహ వంటి అంశాలతో చిత్రాలు నిర్మిస్తే, వాణిజ్య చిత్రాల నిర్మాణంలో ఉత్పాదనల మార్కెటింగ్ కోసం చిత్రనిర్మాణం జరిగేది. రెండిటి ధ్యేయమూ ప్రచారమే. ఒకదాని ధ్యేయం సామాజిక స్పృహ బాధ్యత. రెండోదాని ధ్యేయం ఉత్పాదన. మార్కెటింగ్. గడచిన నాలుగైదు దశాబ్దాల కాలంలో ఈ రెండురంగాలలో ప్రియారిటీలు మారాయి. సామాజిక అవసరాలను బట్టి మారినవి కొన్నయితే సామాజిక రుగ్మతలను నిరసించేవి కొన్ని అలాగే ఉత్పాదనల పరిచయంతో వచ్చినవి కొన్నయితే, పోటీ యుగాల్ని తట్టుకునేందుకు వచ్చినవి మరికొన్ని మనకు వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల్లో కన్పిస్తాయి. ఈ పరిణామాలు వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల కోసం రాయడంలో గణనీయమైన మార్పులు కొని తెచ్చాయి. ప్రధానంగా మనకు కన్పించే మార్పులు - ఈ కింది అంశాల విషయంలో కన్పిస్తాయి.

పరిధి (Scope)

అర్థం (Meaning)

అందుబాటు (reach)

అలాగే చిత్రాల నిర్మాణపు రూపురేఖల్లో ముఖ్యంగా కార్యక్రమ రూపం (format) ప్రస్తావనల (contents) రూపకల్పనావిధానం (methodology of production) లో కన్పిస్తాయి. కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పులే ఇందుకు ప్రధాన కారణం. ఈ మార్పుల వేగం గడచిన 5-6 ఏళ్ళకాలం మరీ ప్రస్ఫుటంగా గోచరిస్తుంది. సృజనాత్మకతతో, సాంకేతిక వనరుల విషయంలో గుణాత్మకమైన మార్పుల్ని కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థ నిర్దేశించగలిగింది. స్నానం సబ్బులు, డిటర్జెంటులు, వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలు చూసి, ఇటీవలే వస్తున్న 'పేజర్', 'సెలోఫోన్ల' వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల్ని చూస్తే మార్పు ఎంత గణనీయమైందో మనకు కన్పిస్తుంది.

BRAOU

వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల నిర్మాణంలో నిర్మాణ ప్రక్రియముందా? రచన ముందా అనే వాదన కన్పిస్తుంది. కొందరు దృశ్యాల ఎంపిక తర్వాత రచన చేస్తారు. మరి కొందరు రచన తర్వాతే చిత్రాల ఎంపిక చేస్తారు. ఏది ముందు అనే వాదన ఒక విధంగా సరైంది కాదు. సృజనాత్మకత, సృజనాత్మకత ఆవిర్భావం. ఈ రెండింటిలో దేన్నయినా ముందు పురికొల్పే అవకాశం వుంది. కొన్ని సందర్భాల్లో రచయిత, నిర్దేశకుల పంథా బట్టి ఉంటుంది.

అభ్యాసం

వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల ఆవిర్భావం తెలపండి.

వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల నిర్మాణంలో పరిగణించవలసిన అంశాలు ఏవి?

21.3 నిర్వచనం

వాణిజ్య ప్రకటనలకు అనేక నిర్వచనాలు కన్పిస్తాయి. ఇదమిత్థంగా ఇదే నిర్వచనమని చెప్పడం సాధ్యం కాదు. సృజనాత్మకత ముడిపడివున్న ప్రక్రియ కావడం వల్ల నిర్దిష్టమైన సంఖ్యలో రకాలుంటాయని పేర్కొనడం సాధ్యపడదు. అయితే మౌళికమైన నిర్వచనాన్ని మాత్రం ఇవ్వవచ్చు. అదే "ప్రజా ప్రకటనలు". ఇదే నిర్వచనానికి సూటైన అర్థాన్నిచ్చేది. డబ్బు రూపంలో చెల్లించి ప్రచారం చేసుకునేదే వాణిజ్య ప్రకటన. ఈ సందర్భంగానే వాణిజ్య ప్రకటనలపై 'అమెరికా మార్కెటింగ్ అసోసియేషన్ (చికాగో) చెప్పిన నిర్వచనాన్ని ప్రస్తావించవలసి వుంటుంది. "ఒక గుర్తింపు గల స్పాన్సర్‌చే డబ్బు చెల్లించే పద్ధతితో వ్యక్తి జీవితానికి అతీతంగా భావాలను, ఉత్పత్తులను, సేవలను ప్రతిబింబింప జేయటం" అనేదే ఆ నిర్వచనం.

21.4 విధాలు

ఐదు విధాలుగా వాణిజ్య ప్రకటనలను పేర్కొనవచ్చు.

1. ఉత్పత్తి - ఉత్పాదన సంబంధిత ప్రకటనలు (Product contents)
2. సేవాపరమైన ప్రకటనలు (Service Oriented contents)
3. సంస్థాపరమైన ప్రకటనలు (Organisation contents)
4. సామాజిక స్పృహ కోసం ప్రకటనలు (Social awareness contents)
5. అభివృద్ధి కోసం ప్రకటనలు (Development contents)

ఉత్పత్తికి సంబంధించిన ప్రకటనలో ఆ వస్తువు గూర్చి వినియోగదారులకు అవగాహన కల్పించడం, కొనాలనే ఉత్సుకతను రేపడం సర్ఫ్, రిన్ వంటి ప్రకటనలు ఇందుకు ఉదాహరణగా పేర్కొనవచ్చు.

ఎయిర్‌లైన్స్, లగ్జరీ హోటళ్ళు వంటి సంస్థలు. ఒకవైపు సేవలు చేస్తున్నామని ప్రకటిస్తూనే మరోవైపు పరోక్షంగా వ్యాపారం చేసుకోవడం. అయితే నిజమైన సేవా సక్తితో చేసే ప్రకటనలు కూడా లేకపోలేదు.

సంస్థాపరమైన ప్రకటనలు ప్రజల్లో సంస్థ పేరు ప్రతిష్టను పెంపొందించుకునేందుకు దోహదం చేస్తాయి.

BRAOU

ఇందులో సంస్థ ఉత్పత్తి చేసే ప్రస్తావన ఎక్కడా వుండదు. ఉదాహరణకు మఫత్‌లాల్ గ్రూప్ ప్రకటన ఇలా వుంటుంది. "భారతదేశం గొప్ప పుత్రులు... ప్రజల ఉన్నత సంప్రదాయాల కొనసాగింపు," ఇలా సాగుతుంది ప్రకటన. నిజానికి ఈ ప్రకటనలో మఫత్‌లాల్ గ్రూప్ బట్టల గూర్చి ఎక్కడా ప్రస్తావన ఉండదు. కేవలం సంస్థ ప్రతిష్ఠ పెంచేందుకు దోహదం చేసే ప్రకటన మాత్రమే. అయితే ఇక్కడ ఓ విషయం గమనించాలి. సంస్థ ప్రతిష్ట వల్లే సంస్థ ఉత్పత్తులపై ప్రజలు ఆకర్షితులవుతారనే విషయం గుర్తు పెట్టుకోవాలి.

రక్తదానం, నేత్రదానం, జాతీయ సమైక్యత, అక్షరాస్యత, అంగవికలురకు సహాయం, కుటుంబనియంత్రణ వంటి ప్రకటనలు సామాజిక స్పృహ కోసం చేసే ప్రకటనలుగా పేర్కొనవచ్చు. స్వచ్ఛంద సేవా సంస్థలు. కేంద్ర, రాష్ట్ర ప్రభుత్వాలు ఎక్కువగా ఇలాంటి ప్రకటనలు ఇస్తుంటాయి.

వివిధ సంస్థలు, ప్రభుత్వాలు తాము చేసిన అభివృద్ధి పనులను వివరించే వాణిజ్య ప్రకటనలు వెలువరించటం అభివృద్ధి కోసం చేసే ప్రకటనలుగా పేర్కొనవచ్చు.

వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రధానంగా ఐదు విధాలేనని చెప్పలేం. వాటి లక్ష్యాన్ని బట్టి , ఉద్దేశాన్ని అనుసరించి వర్గీకరించవచ్చు. ఉదాహరణకు ప్రజాసంబంధాలకు సంబంధించిన వాణిజ్య ప్రకటనలు, ఆర్థికపరమైన ప్రకటనలు ఇలా ఎన్నో రకాల వాణిజ్య ప్రకటనలు ఉన్నాయి. సృజనాత్మకత ముడిపడి ఉన్న ప్రక్రియ కావడం వల్ల నిర్ణీతమైన సంఖ్యతో ఇన్ని రకాలు వుంటాయని వర్ణించడం సాధ్యం కాదు. అయితే చిత్రాలను ఎక్కువగా ఐదు విధాల వాణిజ్య ప్రకటనలను విభజించవచ్చు.

21.5 చిత్రాలకు రచన

మామూలు రచనల పద్ధతి వేరు. వాణిజ్య ప్రకటనలకు రాసే పద్ధతి వేరు. పత్రికలకు రాసే పద్ధతి వేరు. రేడియోకు రాసే పద్ధతి వేరు. అలాగే చిత్రాలకు రాసే పద్ధతి కూడా వేరుగా వుంటుంది. వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాలకు రాయడం అన్నది ఒక కళ. సృజనాత్మకత కూడుకొని వుంటుంది. పత్రికలకు రాసే వాణిజ్య ప్రకటనలకు, ప్రసార, ప్రదర్శన మాధ్యమాలకు భాష వినియోగంలో తేడాలు కన్పిస్తాయి. ఈ రెండు మాధ్యమాలలో భాషకుండే పరిమితులు వేరు అలాగే రూపకల్పన విధానంలోను మార్పులు కన్పిస్తాయి. ఇవన్నీ కూడా ఒక వైపు నిర్మాణ ప్రక్రియకు సంబంధించినవైతే మరోవైపు ఉద్దేశిత లక్ష్యాలకు, ప్రసార పరిధులకుచెందినవి. వీటి మధ్యన ఉండే సున్నితమైన వ్యత్యాసాన్ని అనుభవం మీదనే తెల్సుకునే అవకాశం లభిస్తుంది. కొలిచి, నిర్ధారించి ఇవే నియమాలని వివరించడం గానీ కొలబద్ద ఇదేనని గాని చెప్పడం సాధ్యం కాదు. సమంజసమూ అన్పించుకోదు.

BRAOU

వాణిజ్య ప్రకటనల కోసం రాసేప్పుడు రచయితగా కొన్ని విషయాలు గుర్తించాలి. ముఖ్యంగా వాణిజ్య ప్రకటనలకు గల ధర్మాలు. వాణిజ్య ప్రకటనలకు కొన్ని ధర్మాలుంటాయని అన్నప్పుడు వాటిలో కొన్నింటిని మీ అవగాహన కోసం క్లుప్తంగా రేఖామాత్రంగా ఇక్కడ పొందుపరుస్తున్నాము.

వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల నిడివి. తక్కువ నిడివిగలవై ఉంటాయి. సెకన్లలో ప్రకటన ఉండాలి.

శబ్దాల ప్రాధాన్యం - ప్రతి శబ్దానికీ భాషయినా, సహజ శబ్దమైనా, సంగీత శబ్దమైనా దేని ప్రాధాన్యం దానికుంటుంది. సందర్భాన్ని బట్టి ప్రాధాన్యాన్ని నిర్వచించుకునే అవకాశం వుంది.

చిత్రాల వాణిజ్య ప్రకటనలకు రాసేప్పుడు భాష సూటిగా, సరళంగా చిన్న చిన్న వాక్యాలతో రాయాలి. వాక్యాలు వర్తమానకాలంలో ఉండాలి. పదాలు, వాక్యాలు వాడకంలో పొదుపు పాటించాలి. అవసరమైతే అర్థవంతంగా సందేశం చేరవేయడానికి భాషా ప్రయోగాలు చేయాలి. నేరుగా ప్రేక్షకులతో మాట్లాడుతున్నట్లు రచన చేయడం అభిలషణీయం. హావభావాలు శరీరసంకేతాలు, స్వరసంకేతాలు అనుగుణంగా భాష వాడాలి. ఒక విధంగా దృశ్యం కూడా ఒక భాషే. ప్రతి శబ్దం, నిశ్శబ్దం కూడా భాషేనని గుర్తుంచుకోవాలి. శబ్దాలు, దృశ్యాల మధ్య సమతూకం చేయాలి. ముఖ్యమైన అంశాల్ని మరోసారి పునరుద్ఘాటించాలి.

ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించడానికి అవసరమైతే ప్రశ్నతో ప్రకటన ప్రారంభించాలి. ప్రేక్షకులే ఒక నిర్ణయానికి వచ్చేట్టు ప్రకటన ముగించాలి. అవసరమయిన చోట్ల సూక్తులు కవితలు వాడొచ్చు. శ్రావ్యమైన గొంతు గల గాయకురాలి పాటను ఒకటి రెండు పంక్తులు వాడితే వాణిజ్య ప్రకటనకు వన్నె వస్తుంది.

రచన చేస్తున్నది కేవలం పుస్తకం నుంచి చదవడానికి కాదని, నటిస్తూ చెప్పవలసిన వాక్యాలని రచయిత గుర్తుంచుకోవాలి. దృశ్యమాధ్యమం కోసం రాస్తున్నామని గుర్తుంచుకొని డైలాగులు వినడానికి మాత్రమే రాయాలి గాని చూడటానికి గాదని గమనించాలి. ప్రేక్షకులు రచనను చదవరు వింటారు.

రచయిత ఒక్కొక్కసారి నిశ్శబ్ద చిత్రాలను కూడా రచన చేయవలసి వుంటుంది. ఆ చిత్రాలపై కంఠస్వరాలు జోడించాలి. అప్పుడు రచయిత ఆ ఫిల్మ్ నిడివి ఎంతవుందో చూసుకొని, ఆ నిడివికి సరిపోను ఉపోద్ఘాతం రాయాలి. ఎక్కువ, తక్కువ రాయకూడదు. 'మేము' అనేపదం సాధ్యమైనంత వరకు వాడకూడదు. వాణిజ్య ప్రకటనలలో కొందరు వినోదం ఉండకూడదంటారు. నిజానికి ఇది అవసరం. ఎందువల్లనంటే థియేటర్లకు వచ్చే ప్రేక్షకులు వినోదం కోసమే వస్తారు. అలాంటి వారికి వినోదం, హాస్యంతో కూడిన వాణిజ్య ప్రకటనలు అందించటంలో తప్పులేదు. మ్యాజిక్ లాంటి మాటలు వాడటం కూడా రచయిత అలవర్చుకోవాలి.ఉదాహరణకు జాన్‌కాప్లెస్ అనే ప్రముఖ కాపీరైటర్ ఓ వ్యాపార సందేశంలో Repair (బాగుచేయటం) అనే పదం అంతకు ముందున్న వాణిజ్య ప్రకటనలో తీసేసి Fix (జోడించటం) అనే పదం చేర్చాడు. దానితో ఆసందేశంలో 21 శాతం ఆసక్తి పెరిగింది.

చిత్రాల వాణిజ్య ప్రకటనల రచనా తీరు భిన్నంగా వుంటుంది. ఈ తరహా రచనను కాగితాన్ని నిలువుగా రెండు భాగాలు చేస్తారు. కుడివైపున శబ్దాల్ని, వ్యాఖ్యానాన్ని రాస్తారు. ఎడమవైపు సాంకేతికపరమైన అంశాలను అంటే దృశ్యీకరణను వివరిస్తారు. రెండు నిమిషాలలోపుగాని, అంతకంటే కొద్దిగా ఎక్కువగాని వాణిజ్య ప్రకటనలను ప్రేక్షకులకు అందిస్తారు.

రచన చేసేముందు రచయిత వాణిజ్య ప్రకటనకు అవసరమైన సమాచారాన్నంతా సేకరించాలి. మార్కెట్ నివేదికలు, ఉత్పత్తి వస్తువు వివరాలు, కొనుగోలుదారుల మనోగతాలు తెలుసుకొని రచన ప్రారంభించాలి. ప్రకటిస్తున్న వస్తువును వినియోగదారులు కొనేట్లుగా ఉత్సుకత చూపాలి. ఒక వాణిజ్య ప్రకటనకు మరో వాణిజ్య ప్రకటనకు వైవిధ్యం కనిపిస్తుంది.

ఉదాహరణకు వీకోవజ్రదంతి టూత్‌పౌడర్, టూత్‌పేస్ట్ వాణిజ్య ప్రకటన ఇలా కొనసాగుతుంది.

"సృష్టి లేదా ప్రకృతి అనండి.... ప్రకృతి మనకు అనేక రకాల వనమూలికలను అమూల్యవరాలుగా ప్రసాదించింది.... వీటినే మనం ఔషధాలుగా వినియోగించుకుంటున్నాం..... ఇటువంటివే 24 మూలికలతో తయారైంది.... వీకో వజ్రదంతి టూత్‌పౌడర్, టూత్ పేస్ట్.....

క్రీడాకారులను ప్రధానపాత్రలుగా తీసుకొని నిర్మించిన 'లైఫ్‌బాయ్' సబ్బు ప్రకటనలో " ఆరోగ్యం ఎక్కడ వుందో లైఫ్‌బాయ్ అక్కడ వుంది" అనే అంశాన్ని ప్రధానంగా చెప్పడం జరిగింది.

చెడు శ్వాసను దూరం చేసేందుకు కోల్గేట్ టూత్‌పేస్ట్‌ను వర్ణించడం. 'మార్గో' స్నానపు సబ్బును వేపతో తయారైందిగా పేర్కొనడం, మరో స్నానపుసబ్బు లిరిల్ నిమ్మకాయల రసంతో తయారైందిగా చెప్పడం వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల్లో మనం గమనిస్తున్నాం. కొన్ని ప్రకటనలైతే ఎక్కువగా గుర్తుండేలా చేస్తాయి. ఉదాహరణకు 'రస్నా' పానీయం వారి ప్రకటనలో "ఐ లవ్‌యూ రస్నా" అనే సందేశం. విమల్ వస్త్రాల వారి ప్రకటనలో "వస్త్ర విమల్" అనే సందేశం మనకు ఎప్పుడు గుర్తుండేలా ఉన్నాయి.

కొన్ని సంస్థల వాణిజ్య ప్రకటనలు కవితా ధోరణిలో సాగుతాయి. ఉదాహరణకు ఒనిడా టి.వి. వారి ప్రకటనలో "Neighbour's envoy, owner pride" అని. విల్స్ ఫిల్టర్ సిగరెట్స్ వారి ప్రకటనలో "Made for each Other" అని. బజాజ్ స్కూటర్స్ వారి ప్రకటనలో "హమారా బజాజ్" అని ఫోర్‌స్క్వేర్ సిగరెట్స్ వారి ప్రకటనలో "Long life, King size " అని పేర్కొనడం జరిగింది.

BRAOU

వివిధ రకాల ప్రకటనల్లో ముఖ్యంగా స్నానపు సబ్బుల ప్రకటనల్లో ఎక్కువగా సినిమా తారలనే చూపిస్తున్నారు. సినిమా చూడటానికి థియేటర్లకు వచ్చిన ప్రేక్షకులు సినిమా తారలను ఎక్కువగా ఆదరిస్తారనే ఉద్దేశంతో సినిమా తారలు చెప్పిన సందేశాన్ని ఆచరిస్తారనే నమ్మకంతో ఉత్పత్తిదారులు ఈ రకంగా వాణిజ్యపరమైన ఎత్తు వేస్తున్నారు. హిందుస్తాన్ లీవర్ వారు "లక్స్ సబ్బు" ప్రచారం కోసం గత 58 ఏళ్ళ నుంచి సినిమా తారలనే ఉపయోగిస్తున్నారంటే సినిమా తారల మ్యాజిక్ ఎంతగా పనిచేస్తుందో మనకు అర్థమవుతుంది. 1938లో లీలాచెట్నోస్ అనే హీరోయిన్‌తో మొదటిసారి లక్స్ ప్రకటన వెలువడింది. ఇప్పుడు ప్రముఖ హీరోయిన్స్ శ్రీదేవి, మీనాక్షి శేషాద్రి లాంటి వారు కూడా 'లక్స్' ప్రకటనల్లో కనిపిస్తున్నారు.

కొన్ని ప్రకటనల్లో దృశ్యాలకు ఎక్కువ ప్రాధాన్యతనిస్తూ వాణిజ్య ప్రకటనలు వెలువడుతున్నాయి. ఉదాహరణకు లిరిల్ సబ్బు వారు తాజా తనాన్ని నొక్కి చెబుతూ కొడైకెనాల్ జలపాతం వద్ద కరన్ లున్యల్ స్నానం చేస్తున్న దృశ్యం, 'యిడిష్' హాస్య పుస్తకంలోని ఒక హాస్యసంఘటనను ఆనందిస్తున్న జంట దృశ్యాన్ని చూపించే విల్స్ ఫిల్టర్ (రెడ్ విల్స్) సిగరెట్స్ వారి ప్రకటన ఇందుకు ఉదాహరణలు. మరికొన్ని ప్రకటనల్లో క్రీడాకారులను ముఖ్యంగా క్రికెట్ క్రీడాకారులను చూపిస్తున్నారు. దినేష్ సూటింగ్స్...... సునీల్‌గవాస్కర్, గోల్డ్ కేఫ్‌లో నవాబ్ ...... పటోడి, పెప్సిలో సచిన్ టెండూల్కర్‌లను ఉదాహరణలుగా పేర్కొనవచ్చు.

స్టోరీబోర్డ్

వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల రచనలో 'స్టోరీబోర్డ్' కీలకమైంది. నిడివి తక్కువ చిత్రాలు కావడం వల్ల నిర్మాణం లోకి వెళ్ళే ప్రతి అక్షరానికి, దృశ్యానికి ప్లాన్ చేయాలి. రచన దృశ్యాల మేళవింపులో సమతూకం చేయాలి. ఈ సందర్భంగానే 'స్టోరీబోర్డ్' వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలను ఒక బ్లూ ప్రింట్ లాంటిది. నిర్దేశకుడు, కెమెరామెన్, టెక్నీషియన్, నిర్మాణ ప్రక్రియలో పాల్గొనే ఇతర సిబ్బందికి ఇది ఒక అవగాహన రూపం. కార్యక్రమం తుదిరూపానికి ఒక ప్రతిబింబం.

ఇది నిర్మాణంలో ఖర్చుని నియంత్రించగలదు.
సందేశాన్ని సమర్థవంతంగా చెప్పగలదు.
సందేశం ప్రభావాన్నీ ఎన్నో రెట్లు ప్రతిభావంతంగా చెప్పగలదు.
ప్రతి దృశ్యానికి కెమెరా కోణాన్ని చెప్తుంది.
ప్రతి శబ్దానికి, నిశ్శబ్దానికి భావాన్ని, భాషని చెప్పగలదు.

ఇన్ని లాభాలున్న 'స్టోరీబోర్డ్' రూపం ఏమిని ఆలోచిస్తే- కన్పించేది చాలా సులభమైన రూపమే. రచనకు మనం రాసేది ఒక కాగితం పైనే. ఈ కాగితం నిలువున రెండుగా విభజిస్తారు. కుడి, ఎడమ భాగాలు ఇలా రెండు. కుడివైపు శబ్దాల్ని, రచనని పొందుపరుస్తారు. ఎడమవైపు దృశ్యీకరణ చెప్తారు. దృశ్యీకరణ, కుడివైపు రాసిన శబ్దాలలో, చరనలో కార్యక్రమ రూపకల్పన విధానాన్ని బట్టి అనుసంధానం చేస్తారు. సమతూకాన్ని చేసే ప్రయత్నం చేస్తారు.

అభ్యాసం

వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలు ఎన్ని విధాలో తెల్పండి.

ప్రకటన చిత్రాలకు రాసే పద్ధతికి సంబంధించి కీలకమైన అంశాల్ని గుర్తించండి.

21.6 చిత్ర నిర్మాణం

సాధారణంగా మూడు సైజులలో చిత్ర నిర్మాణం వుంటుంది. అవి - 70 ఎం.ఎం., 35 ఎం.ఎం., 16 ఎం.ఎం.. 16 ఎం.ఎం. చిత్రాలు ఎక్కువగా పూర్వపు రోజుల్లో ప్రదర్శించేవారు. కాలం మారుతున్న కొద్దీ స్పష్టత కోసం 35 ఎం. ఎం. వైపు దృష్టి మళ్ళింది. 70 ఎం.ఎం.ను 35 ఎం.ఎం., తో పోలిస్తే రెండింతలు ఎక్కువ. సహజంగా నాణ్యత కూడా పెరుగుతుంది. అందువల్ల వాణిజ్య ప్రకటనదారులు ఎక్కువగా 70 ఎం.ఎం.లో దృశ్యాలు చిత్రీకరించి 35 ఎం.ఎం.లో మారుస్తున్నారు.

రచన పూర్తయిన తర్వాత మూవీ కెమెరాల సహాయంతో రీళ్ళపై దృశ్యాలను చిత్రీకరించటం లాబ్‌కు పంపి డబ్ చేయడం అంటే కంఠస్వరాలు, వాద్యాలు, శబ్దాలు, సంగీతం జోడించటం, వంటి పనులు నిర్వహిస్తారు. ఆఖరుగా మళ్ళీ ఎడిటింగ్‌కు పంపడం తర్వాత అవసరమైనన్ని ప్రింట్లు వేయించుకోవడం, ప్రదర్శన నిమిత్తం థియేటర్లకు పంపడంలో వాణిజ్య చిత్రాల నిర్మాణం పని పూర్తవుతుంది.

వాణిజ్య చిత్రాలు నిర్మించటానికి ఒక్కోసారి 30నిముషాలే పట్టవచ్చు. అయితే నిర్మాణంలో ఇది ఒక చిన్న భాగం మాత్రమే. దీని వెనుక ముందు ఎంతో కృషి అవసరం వుంటుంది. ఎంతో జాగ్రత్తగా ప్రణాళికను రూపొందించుకోవాల్సి వుంటుంది. నిర్మాణం నాలుగు దశలుగా పేర్కొనవచ్చు. (1) నిర్మాణం కన్నా ముందు వ్యూహ ప్రణాళిక (2) నిర్మాణం ఏర్పాట్లు రిహార్సల్స్, (3) నిర్మాణం (షూటింగ్) (4) నిర్మాణం తర్వాత పనులు.

నిర్మాణం కన్నా ముందు వేసుకునే వ్యూహ ప్రణాళికలో అనగా షూటింగ్ ప్రారంభానికి కొన్ని రోజులు, వారాలు, నెలల ముందు (పనిని బట్టి) నిర్మాణం తొలి ప్రణాళిక పనులు రూపొందించుకోవాలి. అంటే మొదట రచన పూర్తి చేయించడం. నిర్మాణం పనుల్లో ఉండేవారు అంటే దర్శకుడు, నిర్మాత, రచయిత, డిజైనర్, ఇతర సాంకేతిక నిపుణులు ఏఏ పనులు చేపట్టాలో అవగాహనకు రావడం అవసరం.

తర్వాత నిర్మాణం ఏర్పాట్లు రిహార్సల్స్ విసయంలో జాగ్రత్త వహించాలి. షూటింగ్ ప్రారంభానికి ముందు స్టూడియోలో అవసరమయిన సెట్టింగ్స్ వేయించటం, కంట్రోల్ రూం, రికార్డింగ్ రూంను సిద్ధం చేయించటం లైటింగ్, మైక్రోఫోన్ ఏర్పాట్ల వంటి వాటిని సరిచూసుకోవడం జరగాలి. స్టూడియో అమూల్య కాలాన్ని తగ్గించేందుకు ముందుగా ఆ నిర్మాణంలో పాల్గొంటున్న కళాకారులతో రిహార్సల్స్ వేయించడం తప్పనిసరిగా చేయాలి.

BRAOU

మూడవ దశలో నిర్మాణ (షూటింగ్) పని ప్రారంభించాలి. షూటింగ్ సందర్భంలో దర్శకుడు తనకు సంతృప్తి పడే వరకు షాట్స్ తీయిస్తూనే వుండాలి. ఒక సన్నివేశంలో అనేక షాట్స్ చిత్రీకరించినప్పటికి తనకు తృప్తినిచ్చే షాట్‌నే ఎడిటింగ్ సందర్భంలో ఎంపిక చేసుకోవాలి. సన్నివేశాలు ముందు, వెనుక కూడా తీయవచ్చు. వాణిజ్య ప్రకటనలో ఆఖరున వచ్చే భాగం పరిస్థితులను బట్టి ముందే తీసుకోవచ్చు. అలాగే ముందు వచ్చే భాగం మధ్యలో తీయవచ్చు. ఎడిటింగ్‌లో వీటిని క్రమపద్ధతిలో జోడిస్తారు.

నాలుగోదశలో నిర్మాణం తర్వాత పనులు ప్రారంభమవుతాయి. తాను తీసిన దృశ్యాలలో ఏవి కత్తిరించాలో, ఏవి తీసుకోవాలో దర్శకుడు, ఎడిటర్‌కు సూచిస్తాడు. ఉత్తమ దృశ్యాలే వాణిజ్య ప్రకటనలో చోటు చేసుకుంటాయి. ఈ విధంగా వాణిజ్య ప్రకటన నిర్మాణం పని పూర్తవుతుంది.

సెన్సార్ బోర్డు

పత్రికలు, రేడియో, టి.వి.లు, ప్రయివేటు శాటిలైట్ ఛానళ్ళతో పోలిస్తే వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాల ప్రదర్శనల విషయంలో ఓ వైవిధ్యం వుంది. పత్రికలు, ప్రయివేట్ శెటులైట్ ఛానళ్ళు స్వతంత్రను అవలంభిస్తే రేడియో, దూరదర్శన్‌లో ఆ శాఖల అధికారులు ముందుగా వాణిజ్య ప్రకటనను చూసి, విని ఆమోదం తెలుపుతారు. అవసరమైతే సెన్సార్ చేస్తారు. ఆ తర్వాత అవి ప్రసారం అవుతాయి. రేడియో, దూరదర్శన్ ప్రభుత్వ ఆధీనంలో ఉన్నందున ప్రకటనలకు రూపొందించిన నియమ నిబంధనలను పాటించి ప్రసారం చేస్తారు. మరి ప్రయివేట్ యాజమాన్యంలో థియేటర్లు ఉన్నందున వాణిజ్య ప్రకటనలను సెన్సార్ చేసి సెన్సార్ సర్టిఫికెట్ ఇచ్చే బాధ్యతను ప్రభుత్వం సెన్సార్ బోర్డుపై పెట్టింది. సెన్సార్ సర్టిఫికెట్ లేనిదే వాణిజ్య చిత్రాలను థియేటర్లలో చూపించడానికి వీలు లేదు. అందువల్లే థియేటర్లలో మనం వాణిజ్య ప్రకటన చూసే ముందు సెన్సార్ సర్టిఫికెట్ కనపడుతుంది. సెన్సార్ బోర్డు ఈ విధంగా ప్రదర్శన కోసం ఇచ్చే సర్టిఫికెట్ వెనుకాల కొన్ని లక్ష్యాలు కనిపిస్తాయి. ఈ లక్ష్యాలను క్లుప్తంగా ఇక్కడ చర్చిద్దాం. నియమాలు రూపంలో వుండే లక్ష్యాలు చలన చిత్రాల రచనలో నైతిక కళాత్మక విలువల్ని కాపాడడమే గాకుండా, గుణాత్మకమైన ప్రకటనలు రూపొందించే అస్కారాన్ని కల్పిస్తూ వీటిలో కొన్నింటిని ప్రస్తావించుకుందాం.

- నైతిక, కళాత్మక, మతపరమైన సున్నిత భావాలను భంగపరచకూడదు.
- మూఢనమ్మకాలు అమాయకత్వాన్ని ఆసరా చేసుకోకూడదు.
- వాస్తవ సమాచారాన్నే ఇవ్వాలి. తప్పుడు ప్రకటనలు ఇవ్వడం, మభ్యపరిచే విధంగా సమాచారాన్ని ఇవ్వడం సరైంది కాదు.
- ఒకే రకమైన ఉత్పత్తుల్ని ఇద్దరు ముగ్గరు ఉత్పత్తిదారులుతయారుచేస్తుంటే ఒకర్ని గూర్చి మరొకరు తక్కువచేసి చెప్పి తమ ఉత్పాదన గూర్చే గొప్పగా చెప్పుకోవడం జరుగకూడదు.
- పోటీ, ఉత్పాదనను పోల్చి రాయకూడదు.
- హింస, సెక్సు, జుగుప్సాకరమైన అంశాలను రచనల్లో జోడించరాదు. చిత్రీకరించరాదు.
- జాతీయ చిత్రాలను వాణిజ్య ప్రకటనల్లో వాడకూడదు.

21.7 ప్రయోజనాలు

మన దేశంలో సినిమాలు వినోదానికి పెట్టింది పేరుగా ఉన్నాయి. గ్రామీణులకు ముఖ్యంగా చిన్న చిన్న పట్టణాల సమీపంలో వుండేవారికి సినిమాలపై మోజు ఇంకా తగ్గలేదు. పత్రికలు కేవలం అక్షరాస్యులే చదువుతారు. చలన చిత్రాలు చూడటానికి థియేటర్లకు వచ్చిన వారిలో ఎక్కువగా నిరక్షరాస్యులు, పిల్లలు, పెద్దలు, ఇంట్లో టి.వి. సెట్ లేనివారు ఉన్నారు. అలాంటి వారికి వాణిజ్య ప్రకటనలు అందించే అవకాశం మాధ్యమం ద్వారానే లభిస్తుంది. ఇంట్లో టి.వి. ఉన్నా బుల్లి తెరపై చూసిన వాణిజ్య ప్రకటనకన్నా 35 ఎం.ఎం. లేదా 70 ఎం.ఎం. తెరపై

BRAOU

చూసిన వాణిజ్య ప్రకటనలకు తేడా వుంటుంది. థియేటర్లలో చూసిన వాణిజ్య ప్రకటన దృశ్యాలు ఎంతో పెద్దవిగా కనిపిస్తాయి. ప్రేక్షకులను బాగా ఆకట్టుకుంటాయి. టెలివిజన్ వీడియో టేపులతోపోలిస్తే, ఫిల్మ్‌లపై చిత్రాల స్పష్టత వుంటుంది. మరో ప్రయోజనం ఏమిటంటే దూరపుదృశ్యాలు (Long shots) దూరంగా కనిపించేవి స్పష్టంగా కనిపిస్తాయి. మనుషులు, కొండలు, కోనలు, ఇలాంటివి. ఎంతో వెనుకాల వున్నా మనకు స్పష్టంగా కనిపిస్తాయి. 'చూడటం-నమ్మడం' అనే సిద్ధాంత ప్రాతిపదికగా థియేటర్ల తెరపై చూసిన వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రజలు విశ్వసించడానికి దోహదపడ్డాయి.

టెలివిజన్‌లో, రేడియోలో పత్రికలలో వాణిజ్య ప్రకటనలు వెలువడ్డాయో, లేదో గమనించడం ప్రకటనదారులకు సులువు. అయితే థియేటర్లలో వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాలు ప్రదర్శిస్తున్నారో లేదో కనిపెట్టడం కష్టసాధ్యం. మారుమూల పట్టణాలలో కూడా థియేటర్లు ఉండటం వల్ల వాణిజ్య ప్రకటన నిఘా ఉంచడం ప్రకటనదారులకు ఒక పరీక్షే. అనేక థియేటర్లలో వాణిజ్య ప్రకటనలకు తప్పనిసరిగా చూపడం లేదు.నేరుగా సినిమా చూపిస్తున్నారు. ఇందువల్ల ప్రకటన దారుల ఉద్దేశం నెరవేరడం లేదు. మరోలోటు ఏమిటంటే వాణిజ్య ప్రకటన రీళ్ళను ఒక ప్రాంతం నుంచి మరో ప్రాంతానికి ఒక థియేటర్ నుంచి మరో థియేటర్‌కు తీసుకెళ్ళడానికి ఎంతో ఆలస్యమవుతున్నది. థియేటర్ యజమానులు కూడా రీళ్ళపై తగు జాగ్రత్త చూపడం లేదు. ఫలితంగా నాణ్యత లేని రీళ్లను ప్రేక్షకులకు చూపించవలసి వస్తున్నది స్పష్టత లేని దృశ్యాలను ప్రేక్షకులు చూసి వాణిజ్య ప్రకటనపైనే ఏవగింపు కలిగే పరిస్థితులు దారి తీస్తున్నాయి.

ట.వి.తో పోలిస్తే చిత్రాల వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రీకరణకు ఖర్చు భారీగా అవుతుంది. 40 అడుగుల చిత్రం సుమారు 30 సెకన్ల ఫిల్మ్ తీయడానికి 1000 నుండి 4000 అడుగుల ఫిల్మ్ అవసరంపడుతుంది. ఇంత భారీ వాణిజ్య ప్రకటనలు తీసినప్పటికీ ఒక్కోసారి శుద్ధ దండుగగా నిష్ప్రయోజనంగా మారుతుంది. ఉదాహరణకు సరైన సమయాన్ని ఎంపిక చేసుకోకపోవడం. వేసవి కాలంలో ఎక్కువగా ప్రయాణాలు చేస్తుంటారు ప్రజలు. ప్రయాణాలు ఏర్పాటు చేసే ఎయిర్‌లైన్స్ వారు ఏ చలికాలంలోనో, వర్షాకాలంలోనో ప్రకటన జారీ చేస్తే నిరుపయోగమే కదా!

అభ్యాసం

ప్రకటన చిత్రాల నిర్మాణం తీరును ప్రస్తావించండి.

BRAOU

21.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ఉత్పాదన, సేవల విషయంలో ఉత్పత్తిదారునికి, వినియోగదారునికి మధ్య సమాచార వారధిగా వాణిజ్య ప్రకటనలు విలువైన పాత్రను నిర్వహిస్తాయి.
- 1948లో ఫిల్మ్స్ డివిజన్ ఏర్పాటు ప్రచార చిత్రాల నిర్మాణంలో కొత్త మలుపు. ఫిల్మ్స్ డివిజన్ ప్రభుత్వ సంస్థలు, జాతీయ విషయాలు, సామాజిక స్పృహ అంశాలలో ప్రకల్పన చిత్రాలను నిర్మిస్తే, వాణిజ్య చిత్రాల నిర్మాణం ఉత్పాదనల మార్కెటింగ్ కోసం జరగడం మొదలయింది.

- వాణిజ్య ప్రకటనలు ఐదు భాగాలు : అవి (1) ఉత్పత్తి - ఉత్పాదన సంబంధిత ప్రకటనలు, (2) సేవాపరమైన ప్రకటనలు, (3) సంస్థాపరమైన ప్రకటనలు, (4) సామాజిక స్పృహ ప్రకటనలు, (5) అభివృద్ధి కోసం ప్రకటనలు.
- వాణిజ్య ప్రకటనలకు రాసే విధానం భిన్నమైంది. వాణిజ్య ప్రకటనలకు కొన్ని ధర్మాలుంటాయి. రచయిత వాటిని గుర్తించాలి. అవి చిత్రాల తక్కువ నిడివి. శబ్దం - దృశ్యాల ప్రాధాన్యం, ఆకర్షణీయత ప్రధానమైన ధర్మాలు. అలాగే రచనలో స్పష్టతకోసం, సమాచారం అర్థవంతంగా వినియోగదారుని ఆకట్టుకోవడం కోసం సరళభాషను, చెప్పదలుచుకున్న దాన్ని సూటిగా చెప్పడం చేయాలి.
- వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల నిర్మాణం ప్రణాళికాబద్ధంగా జరగాలి. మానవ, సాంకేతిక వనరుల సమన్వయం విధిగా ఉండాలి. బృందంగా ఏర్పడిచేసే పని కాబట్టి అందరూ తమ తమ విధుల్ని సమర్థవంతంగా నిర్వహించే జాగ్రత్త దర్శకుడి నైపుణ్యం మీద ఆధారపడి ఉంటాయి.
- వాణిజ్య ప్రకటనల చిత్రాలకు కొన్ని నియమాలు, మౌలిక నిబంధనలు ఉన్నాయి. విలువల ఏర్పాటు కోసం వీటిని Ad. Council నిర్దేశించింది. వాటిపట్ల రచయితకు, దర్శకుడికి క్షుణ్ణమైన అవగాహన ఉండాలి.

21.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల రచన ఎలా చేస్తారు? వివరించండి.
2. వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాల పూర్వచరిత్రను ప్రస్తావిస్తూ, నిర్వచనం చేయండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి.

1. వాణిజ్య ప్రకటన చిత్రాలుఎన్ని విధాలు.
2. క్లుప్తంగా నిర్మాణం దశలు వివరించండి.

BRAOU

ఖండం-5 దృశ్యశ్రవణ కార్యక్రమాల నిర్మాణం : మెళకువలు

ఈ ఖండంలోని ఆరు భాగాల వరుస ఇది. అవి :

నిర్మాణం - పద్ధతులు, ప్రక్రియలు

రేడియో/ఆడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణం- ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్

నిర్మాణ దశలు

టెలివిజన్/వీడియో సమష్టి బాధ్యత

కార్యక్రమాల నిర్మాణ దశలు

సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలు

22వ భాగంలో దృశ్యశ్రవణ కార్యక్రమాల నిర్మాణాంశాలనూ, ఆచరణ విధానాలనూ, ప్రతిభావంతమైన నిర్మాణానికి అవసరమయ్యే మెలకువలనూ తెలుసుకుంటారు.

23వ భాగంలో రేడియో ఆడియో కార్యక్రమాల ఆవశ్యకతను, పరిధిని, ప్రయోజనాలను, వాటి రూపకల్పనలో ప్రధాన నిర్మాణ దశలను రేడియో, ఆడియో కార్యక్రమాల మధ్య ఉండే భేదసాదృశ్యాలను తెలుసుకుంటారు.

24వ భాగంలో రేడియో కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపకల్పన ఆవశ్యకతను, ప్రాధాన్యాన్ని, పట్టికలోని వివిధాంశాలను తెలుసుకుంటారు.

25వ భాగంలో టెలివిజన్, వీడియో ఏ రకంగా సమిష్టి బాధ్యతో అవగాహన చేసుకుంటారు.

26వ భాగంలో టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమాలలోని వివిధ నిర్మాణ దశలను గ్రహిస్తారు.

27వ భాగంలో టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమాల కవసరమైన సాంకేతిక వనరులను సదుపాయాలను తెలుసుకుంటారు.

ఈ ఖండం చదివాక దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలోని మెలకువలు మీ వృత్తి నైపుణ్యాన్ని పెంచగలుగుతాయని గ్రహిస్తారు. వాటిని ఆచరణాత్మకంగా అమల్లో పెడతారు.

BRAOU

BRAOU

భాగం 22 నిర్మాణం-ప్రక్రియలు, పద్ధతులు

విషయ క్రమం

22.0 ఉద్దేశం

22.1 ప్రవేశిక

22.2 ప్రక్రియ : ఒక అవగాహన

22.1 ప్రవచన విభాగం ప్రక్రియలు

22.2 సృజనాత్మక విభాగం ప్రక్రియలు

అభ్యాసం

22.3 పద్ధతులు - ఆచరణాత్మకత

22.3.1 ప్రవచన విభాగం

22.3.2 సృజనాత్మక విభాగం

అభ్యాసం

22.4 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

22.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

22.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది అంశాలను వివరించగలుగుతారు:

- దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమ నిర్మాణం ఒక విశేషమైన అంశం.
- శబ్దం, దృశ్యంగా రూపాంతరం చెందడానికి, నిర్మాణపరంగా అనేక మార్పులకు లోను కావలసి వస్తుంది
- ద్రశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాలలోని వివిధ ప్రక్రియల్ని, వీటిని నిర్మించడానికి తలపెట్టినప్పుడు, ఆచరించవలసిన ఆచరణ విధానంతోపాటు ప్రతిభావంతమైన కార్యక్రమనిర్మాణానికి అర్థం చేసుకోవలసిన మెలుకువలు ఉన్నాయి.

BRAOU

22.1 ప్రవేశిక

దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాలలో ఉండే మౌలికమైన, ప్రక్రియ భేదాలను, ఒక్కొక్క ప్రక్రియకు సంబంధించి నిర్మాణంలో ఆచరించవలసిన పద్ధతిని, మెలుకువలను ఈ విభాగంలో తెలుసుకుంటారు.

ఇతర మాధ్యమాలలో ఉన్నట్టుగానే, ఈ దృశ్యశ్రవణ కార్యక్రమాలలో కూడా అనేక రకమైన రూపభేదాలున్నాయి. నిర్మాణంలో ఏ రకమైన సృజనాత్మకతను ప్రదర్శించవలసిన అవసరం లేకుండా, కేవలం ఆ కార్యక్రమంలో పాల్గొనేవారి ప్రతిభపైన వారు అందించే సమాచారం పైన ఆధారపడి నిర్మించే కార్యక్రమాలు వీటిని ప్రవచన విభాగంలో చేరుస్తారు. ఈ విభాగంలోకి వచ్చే అంశాలు (1) ప్రసంగం, (2) పరిచయం (3) అభిప్రాయ వేదిక (4) చర్చ. ఈ విధంగా వీటిని విభజించవచ్చు.

ఇక రెండవ విభాగంలోకి చేరే అంశాలలో సృజనాత్మకత (క్రియేటివిటీ) ప్రధాన పాత్ర వహిస్తోంది. ఆ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో, దానిని నిర్మించే సృజనాత్మకత ప్రతిభ స్పష్టంగా రూపుకడుతుంది. ఈ విభాగం క్రిందకు వచ్చే అంశాలు (1) కళారూప కార్యక్రమాలు (2) నాటకం లేదా నాటిక (3) లఘు చిత్రం (4) రూపకం (5 డాక్యుమెంటరీ (సాక్షి చిత్రం) (6) ఏనిమేషన్ చిత్రం (7) తొడుగు బొమ్మలాటలు/తోలు బొమ్మలాటలు. వీటిని 'పప్పెట్‌షోస్' అని చెప్పుకోవచ్చు. (8) 'మేగజైన్ షోస్' సంచికా కార్యక్రమాలు. ఈ విధంగా టీవి కార్యక్రమాలలో (ఇక ముందు దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాలను టీవీ కార్యక్రమాలు అని వ్యవహరించుదాం) ప్రధానమైన రూపభేదాలను ఏర్పాటు చేసుకోవచ్చు.

22.2 ప్రక్రియ : ఒక అవగాహన

దృశ్యశ్రవణ కార్యక్రమ నిర్మాణం ఒక ప్రక్రియ. ప్రక్రియ రూపభేదాలకు సంబంధించి ఉంటుంది. నిర్మాణ దశలకు సంబంధించి ఉంటుంది. కార్యక్రమరూపభేదాలకు, నిర్మాణ దశలకు మధ్య విడదీయరాని బంధం కనిపిస్తుంది. ఒకదానిమీద ఒకటి ఆధారపడి కనిపిస్తాయి. ఏదిఏమైనా ప్రక్రియపరంగా పరిశీలిస్తే రచయితకయినా, దర్శకుడికైనా ఒక అవగాహనంటూ ఉండాలి. ముఖ్యంగా ఒక బృందం సమష్టికృషి కాబట్టి ఈ అవగాహన తప్పనిసరి.

ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి ఉన్నాయి కాబట్టి రూపభేదాల ఆధారంగా కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ కీలకాంశాలను ప్రస్తావించడం సరైన విధానంగా భావించి ప్రక్రియ భేదాలను విడివిడిగా చర్చిస్తున్నాం.

22.2.1 ప్రవచన విభాగంలో ప్రక్రియలు

ఈ ప్రక్రియభేదాలలో మొదటిది **ప్రసంగం.** టి.వీ. కార్యక్రమాల పక్షంనుంచి పరిశీలిస్తే, అతి ఎక్కువ ప్రాచుర్యం కలిగిన ప్రక్రియ ఇది. ప్రేక్షకులను ఆకట్టుకోవడంలో కూడా, ఈ ప్రక్రియ క్రింది మెట్టుమీదనే ఉంటుంది. దీనికి ఒక ప్రధానమైన కారణం ఉంది. టీవీ అనేది దృశ్య ప్రధానమైన సాధనం. అందుచేత టీవీ కార్యక్రమానికి కూర్చునే ప్రేక్షకుడు, సాధారణంగా అనేక దృశ్యాలను చూడడానికి ఇష్టపడతాడు. టీ.వీ. ప్రసంగంలో ఇందుకు వ్యతిరేకమైన పరిస్థితి ఏర్పడుతుంది. ఒకే వ్యక్తి ఏదో ఒక అంశాన్ని గురించి, పది, పదిహేను నిముషాలు ఒక అంశాన్ని ప్రసంగించడానికి ఉపక్రమిస్తే, చూసే ప్రేక్షకుడు ఒక విధమైన 'విజువల్ మొనాటనీ' కి లోనవుతాడు. ఈ కారణంగా ఆ కార్యక్రమం అతనిని ఆకట్టుకోలేక పోతుంది. అందుకే టీవీలో ప్రసంగం అనే ప్రక్రియ ఎక్కువ రాణింపుకు రాలేదు.

అయితే కొన్ని సందర్భాలలో, టీ.వీ కార్యక్రమాలలో ఇది తప్పని సరి అవుతుంది. ముఖ్యంగా రిపబ్లిక్ దినోత్సవ సందర్భాన్ని పురస్కరించుకుని రాష్ట్రపతి ప్రసంగం, ఇలాంటివే మరికొన్ని ముఖ్య సందర్భాలలో ప్రధానమంత్రి, ముఖ్యమంత్రి వంటి వారి ప్రసంగాలు ప్రసారం అవుతాయి. అటువంటి సందర్భాలలో వాటిని సందేశాలుగా గానీ, విషయాన్ని బట్టి, వివరణగానూ విశ్లేషణగానూ వ్యవహరిస్తూ ఉంటాం.

ఈ ప్రసంగ కార్యక్రమాన్ని నిర్మించడం తప్పనిసరి అయితే కొన్ని జాగ్రత్తలు వహించాలి. ప్రసంగకర్త ప్రసంగంలో చెప్పదలుచుకొన్న విషయం సూటిగా చెప్పాడా లేదా అన్నది గమనించుకోవాలి. ప్రసంగంలోని భాష ఎంత సరళంగా ఉన్నదీ గమనించాలి. క్లిష్టమైన పదాలు, గ్రాంథికమైన భాష, ప్రేక్షకులను రంజింపజేయలేవు. పైగా, విషయం కూడా సరిగ్గా అర్థం కాదు. వివరణ పేరుతో గణాంక వివరాలను ఏకరువు పెట్టడం సరికాదు. ఏదో ఒక స్థాయి ప్రేక్షకుల్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని మాట్లాడడం కంటే, అన్ని స్థాయిల ప్రేక్షకుల్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని మాట్లాడటం మంచిది.

పరిచయాలు

పరిచయం అన్న ప్రక్రియ ప్రసంగం కన్నా, ప్రేక్షకుల ఆదరణలో ఒక మెట్టుపైనే ఉంటుంది. ప్రసంగ కార్యక్రమంలో కన్నా, పరిచయ కార్యక్రమంలో దృశ్యమాధ్యమంలోనైతే, ఒక రకంగా 'విజువల్ మొనాటనీ' తక్కువగా ఉంటుంది. కారణం ఇక్కడ ఒకే వ్యక్తికి బదులుగా ఇద్దరు వ్యక్తులుంటారు. ఒకరు విషయ నిపుణులు, ఒకరు పరిచయకర్త, పరిచయకర్త ముందుగా, ఏ వ్యక్తిని, ఏ అంశం మీద పరిచయం చేస్తున్నామో అన్న విషయాన్ని, సూచనప్రాయంగా వివరించడం జరుగుతుంది. పరిచయం అంశం, విషయ నిపుణుని వివరణలో చోటు చేసుకుంటాయి. తదనంతరం, పరిచయకర్త విషయనిపుణునితో సంభాషిస్తున్న ధోరణిలో అనేకమైన విషయాలను రాబడతారు. ఈ కారణంగా, అంటే ఇద్దరు వ్యక్తుల సంభాషణలను, దృశ్యంలో ఆవ్యక్తులను మార్చి మార్చి చూపడం ద్వారా కొంత 'విజువల్ మొనాటనీ' తగ్గుతుంది. ఈ పరిచయ కార్యక్రమాలలో అనేక రంగాలకు చెందిన అంశాలు చోటుచేసుకుంటాయి. ఉదాహరణకు: రాజకీయరంగం, సాహిత్యరంగం, వైద్య ఆరోగ్య రంగం, వయోజన

BRAOU

విద్య, ఆర్థికరంగం, సామాజిక సేవా రంగం, క్రీడారంగం . . . . ఇలా ఎన్నో రకాలు. మరొక మాటలో చెప్పాలంటే, ఏ రంగానికి చెందిన ఏ అంశాన్నైనా, పరిచయ కార్యక్రమం ద్వారా మనం ఆవిష్కరించవచ్చు. ఇందులో ప్రధానంగా రెండు రకాలుంటాయి. అంటే ఓ వ్యక్తికి సంబంధించిన లేదా వ్యక్తి ప్రధానమయిన పరిచయాలు. ఇక రెండో రకం, విషయ ప్రధానమైన పరిచయాలు. అంశం ప్రాముఖ్యాన్ని బట్టి, పాల్గొంటున్న విషయనిపుణుని ప్రాముఖ్యాన్ని బట్టి, పరిచయ కార్యక్రమానికి స్థాయి పెరుగుతుంది. అలాగే పరిచయకర్తకు, ఏ అంశం గురించి పరిచయాన్ని నిర్వహిస్తున్నాడో, దానిని గురించి, సరియైన అవగాహన ఉండాలి. అంశాన్ని గురించి, విషయ నిపుణుని గురించి, నేపథ్యం తెలిసి ఉండాలి. అంతేకాదు, పరిచయకర్త మంచి మాటకారి అయితే కార్యక్రమం రక్తి కడుతుంది. సంభాషణ విషయదూరం అవుతున్నప్పుడు, దానిని తిరిగి, మార్గంలో పెట్టే సమర్థత కూడా, పరిచయకర్తకు ఉండాలి. వీలైనంత సరళమైన భాషలో సంభాషణ సాగలి. చతురోక్తులతో, విషయాన్ని ఆవిష్కరింపచేయగలిగితే, పరిచయ కార్యక్రమం కూడా, ఒక ఆకర్షణీయమైన ప్రక్రియగా మారుతుంది.

అభిప్రాయవేదిక

ఒక ముఖ్యమైన సంఘటన, ఇటు రాష్ట్రంలోగానీ, అటుదేశంలోగానీ జరిగినప్పుడు, ఆయారంగాలకు చెందిన ప్రముఖుల అభిప్రాయాలను, ఒక్కచోట గుదిగుచ్చి రూపం దిద్దడమే, అభిప్రాయ వేదిక ప్రక్రియ. రాజకీయరంగంలోగానీ, నిర్మాణాత్మక రంగంలోగానీ, తదితరరంగాల్లోగానీ, ఒక విప్లవాత్మకమైన నిర్ణయం తీసుకున్నప్పుడు గానీ, ఒక అనూహ్య సంఘటన జరిగినప్పుడుగానీ, ఇటువంటి, అభిప్రాయవేదిక కార్యక్రమాల అవసరం ఎక్కువ ఏర్పడుతుంది. ఈ ప్రక్రియలో కూడా, మళ్ళీ రెండు ప్రధాన విభాగాలుంటాయి. ఒకటి వ్యక్తిగతం, రెండు విషయగతం. ఒకే అంశాన్ని గురించి, పలువురి అభిప్రాయాన్ని ఒకేసారి తెలుసుకొనే, అవకాశం కలిగిస్తోంది. అంశం లేదా సంఘటన ప్రాముఖ్యాన్ని బట్టి, పాల్గొనే ప్రముఖులను బట్టి ఈ అభిప్రాయ వేదిక కార్యక్రమాల స్థాయి పెరుగుతుంది.

చర్చ

ఆసక్తిని కలిగించే మరొక ప్రవచన విభాగప్రక్రియ చర్చ. ఇంతకు మునుపే చదువుకున్న అభిప్రాయ వేదికకు, చర్చకు కార్యక్రమరూపంగా చూసినప్పుడు కొంత సారూప్యం కనపడినా, అవి విభిన్న ప్రక్రియలే. ఇద్దరికి మించి విషయనిపుణులు పాల్గొనడం చర్చకు తప్పనిసరి అవుతుంది. ముగ్గురు లేదా, నలుగురు పాల్గొన్నప్పుడు, చర్చా కార్యక్రమం సవ్యంగా సాగుతుంది. ఇందులో ఒకరు సమన్వయకర్తగా వ్యవహరిస్తారు. చర్చలో పాల్గొనే ప్రముఖులు ప్రకటించిన భిన్న అభిప్రాయాల మధ్య సమన్వయ కర్త, ఒక విషయసమన్వయాన్ని సాధించగలగాలి.

ఇది ప్రవచన ప్రక్రియలన్నింటిలోని, ఆకర్షణీయమైన ప్రక్రియ. ఎందుచేతనంటే, పాల్గొనే ప్రముఖులు ఒక అంశాన్ని గురించిగానీ, ఒక సంఘటన గురించిగానీ, ఒక వ్యక్తి గురించి గానీ, విభిన్న దృక్పథాలలో విభిన్న అభిప్రాయాలను వ్యక్తం చేసే అవకాశం ఉంది. ఒక్కోసారి వాగ్వివాద స్థాయి కూడా కనిపిస్తుంది మనకి. ఈ కారణంగా అంటే, ఒకరు ఒక అభిప్రాయాన్ని ప్రతిపాదిస్తే మరొకరు దానిని ఖండించటం జరుగుతూ ఉంటుంది. కనుక ప్రేక్షకులలో, కార్యక్రమం చూస్తున్నంతసేపు మంచి ఆసక్తి కలుగుతుంది. చర్చా కార్యక్రమానికి ముందుగానే, పాల్గొనేవారు, ఒక స్క్రిప్టును తయారుచేసుకోవడం అన్నది మంచి పద్ధతి కాదు. అయితే, చర్చలో ఏఏ అంశాలను స్పృశించాలనుకుంటున్నారో, ఏఏ కోణాలనుండి, అంశాన్ని లేదా సంఘటనను, ఎత్తి చూపాలనుకుంటున్నారో, ఒక అవగాహన ఏర్పరుచుకోవడం, వారికి ఎంతో ఉపకరిస్తుంది. సాధారణంగా, చర్చా కార్యక్రమాల్లో అభిప్రాయభేదాలు చోటు చేసుకునే అవకాశాలు ఎక్కువగా ఉంటాయి కనుక, పాల్గొనేవారి గొంతులు తారాస్థాయికి చేరే ప్రమాదం, ఒకరిపై ఒకరు విరుచుకుపడే ధోరణి ద్యోతకమవుతుంది. అటువంటి సందర్భాలలో, సమన్వయ కర్త కల్పించుకునే పరిస్థితిని, సామరస్యధోరణికి తీసుకుని రావలసిన బాధ్యత వహించవలసి ఉంటుంది. చర్చలో ప్రతిపాదింపబడిన అంశం, దాని మీద వ్యక్తమైన విభిన్న అభిప్రాయాలు, వీటి సమాహారాన్ని సమన్వయం చేస్తూ ముగింపు వాక్యాలతో కార్యక్రమం ముగించాలి. సమన్వయ కర్త ప్రతిభావంతుడైతే, చర్చా కార్యక్రమం స్థాయి పెరుగుతుంది.

BRAOU

22.2.2 సృజనాత్మక (క్రియేటివ్) విభాగం

ఈ విభాగాన్ని ఇంతకు మునుపు మనం 8 ఉపభాగాలుగా చెప్పుకున్నాం. ఆయా ఉపభాగాల వివరణ ఇప్పుడు తెలుసుకుందాం.

కళా రూప కార్యక్రమాలు

మనకి ఉన్న అరవై నాలుగు కళలలో ఏదో ఒక కళని ఎంచుకుని, ఆ కళారూపం మాధ్యమంగా ఒక కార్యక్రమాన్ని రూపొందించే ప్రక్రియ ఇది. ఈ ప్రక్రియలో అనేక కళారూపాలు చోటుచేసుకుంటాయి. ఉదాహరణకు శాస్త్రీయ సంగీతం, శాస్త్రీయ నృత్యం, లలిత సంగీతం, జానపద నృత్యాలు, జానపద సంగీతం, నృత్య రూపకాలు, సంప్రదాయకళలు మొదలైనవి. ఇంతకు మునుపు మనం తెలుసుకున్న ప్రవచన విభాగ కార్యక్రమాల కన్నా, ఈ విభాగంలోని కార్యక్రమాలను, రూపొందించడానికి సృజనాత్మకత అవసరం చాలా ఉంటుంది. సహజంగా, ఆయా కళారూపాలకు ఉండే ఆకర్షణ, మన సృజనాత్మక రూపకల్పనను బట్టి ద్విగుణీకృతమౌతుంది. ఇందుకుగాను, ఈ తరహా కార్యక్రమాల నిర్మాణరంగంలో, అంటే టీ.వీ కార్యక్రమాల నిర్మాణరంగంలో, కార్యక్రమాలను నిర్మించేవారిని,'నిర్మాత' అంటారు. అయితే చలనచిత్ర రంగంలో నిర్మాతకి, టి.వి. రంగంలోని నిర్మాతకి చాలా తేడా ఉంది. నిర్మాణ విధానంలో వీటికి సారూప్యం ఉన్నా, ఈ మాటలో మాత్రం చాలా తేడా ఉంది. చలనచిత్ర రంగంలో డబ్బు వెచ్చించి, చిత్రాన్ని నిర్మించే వారు నిర్మాత అవుతారు. కానీ, టీ.వి.రంగంలో అలాకాదు. అక్కడ నిర్మాత అంటే, దర్శకుడు అన్నమాట. ఒక కార్యక్రమాన్ని, తన తెలివితేటలతో, సృజనాత్మకంగా నిర్మించేవారిని నిర్మాత అంటారు. ఈ రకంగా అతను దర్శకుడు చేసే పనిని చేస్తూ ఉంటాడు.

ఇక మళ్ళీ లలిత కళా రూప కార్యక్రమాల విషయానికి వస్తే, ఈ కళారూపాలను అన్నింటిని, అన్ని విషయాలకు ఉపయోగించుకోలేము. ఉదాహరణకి ఒక శాస్త్రీయ సంగీత కార్యక్రమాన్ని, ఆ అంశంలో అభిరుచి ఉన్న వారికి, ఒక వినోదాత్మక కార్యక్రమంగా అందించగలమే తప్ప, ఒక సందేశాత్మక కార్యక్రమాన్ని రూపొందించలేము. అలాగే శాస్త్రీయ నృత్య కార్యక్రమ విషయంలో కూడా. అయితే కొన్ని కళారూపాలను మాత్రం, సందేశాన్ని అందించడానికి చాలా ప్రతిభావంతంగా వాడుకోవచ్చు. వాటిని సందేశాత్మక కార్యక్రమాలుగా మలచుకోవచ్చు. సంప్రదాయ కళారూపమైన హరికథల ద్వారాను, జానపద కళారూపాలైన బుఱ్ఱకథలు, ఒగ్గుకథల ద్వారా సందేశాన్ని అందించవచ్చు. కుటుంబసంక్షేమం, వయోజన విద్య, పౌరహక్కులు, వినియోగదారుల హక్కులు వంటి సామాజిక ప్రయోజనం కలిగిన అంశాలను కూడా, ఈ కళారూపాల ద్వారా, మనం ప్రజలకు, మనసుకు హత్తుకుని పోయే సందేశాలుగా అందించవచ్చు. అలాగే లలిత, జానపద సంగీతరీతులను కూడా విషయాన్ని పరివ్యాప్తం చేయడానికి వాడుకోవచ్చు. ప్రక్రియపరంగా ఆలోచిస్తే, ఈ సృజనాత్మక విభాగంలోని అంశాలన్నీ ఆకర్షణీయమైనవే. ఈ రకమైన కార్యక్రమాల రూపకల్పన వల్ల, సమాజానికి చేకూరే ప్రయోజనం కూడా ఒకటి ఉంది. ప్రాచీనమైన సంప్రదాయ, శాస్త్రీయ, జానపద కళారూపాలు, శిథిలం కాకుండా కాపాడుకునే మార్గం, అవి జనబాహుళ్యంలో తిరిగి ప్రాచుర్యాన్ని సంతరించుకునే అవకాశం, సమాజానికి, అవసరమైన ఒక విలువైన సందేశాన్ని, ప్రతిభావంతంగా అందించే అవకాశం. ఇవన్నీ ఈ తరహా కార్యక్రమాల రూపకల్పన వల్ల మనకి ఒనగూడే ప్రయోజనాలు.

నాటకం లేదా నాటిక

రచనాపరమైన భేదాలవల్ల, వీటిని రెండుగా విభజించి ఉండవచ్చు. వాటికి వేర్వేరు లక్షణాలు ఉండి ఉండవచ్చు. కాని టీవీ కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియగా చూచినప్పుడు మాత్రం, వీటి మధ్య అంతరం లేదు. ఎందుకంటే, ఈ రెండింటి నిర్మాణ సంవిధానం ఒక్కటిగానే ఉంటుంది. అందుచేత, ఇక ముందు ఈ పాఠ్యభాగంలో ఆ రెండింటిని ఏదో ఒక పేరు తోనే వ్యవహరించుకోవచ్చు. మన పాఠ్యభాగంలో నాటకం అని వ్యవహరించుకుందాం.

సాహిత్యంలో నాటకానికి అగ్రపీఠం వేశారు. ఇతర మాధ్యమాలలో కూడా నాటకం అగ్రాసనం మీదనే ఉన్నది. ఒక ఇతివృత్తం. లేదా ఒక సంఘటన ఆధారంగా, కొన్ని పాత్రలు సూత్రధారులుగా, ఈ ప్రక్రియగా

BRAOU

రూపొందింది. అంతేకాదు ఇది మన నిత్యజీవితానికి అత్యంత సన్నిహితంగా కూడా ఉంటుంది. ప్రక్రియపరంగా చూస్తే నాటకం చాలా విశిష్టమైంది. ఏ అంశాన్ని మనం ప్రేక్షకులకు చెప్పాలన్నా, అతి ప్రతిభావంతంగా చెప్పే వీలున్నది. నాటకంలో రచనాపరంగా వచ్చే సంభాషణలే కాకుండా, అందులోని పాత్రధారుల ఆహార్యం, ఇంకా లొకేషన్లు, సెట్లు వంటి వాటి సహకారంతో, ఒక విధమైన వాతావరణాన్ని సృష్టించడం ద్వారా, ఈ ప్రక్రియను, ప్రజలకు అత్యంత సన్నిహితంగా తీసుకుని వెళ్ళవచ్చు. తద్వారా, ప్రేక్షకుల హృదయాలలో ప్రతిభావంతమైన ముద్ర వేయవచ్చు. నిజానికి, ఈ ప్రక్రియాపరంగా, మనం నిర్మించదలుచుకున్న కార్యక్రమానికి పరిధులు విధించుకోనవసరం లేదు.

దృశ్య సంబంధంగా గానీ, ఆహార్యం విషయంలో గానీ, సర్వసాధారణంగా చూపలేని అంశం అంటూ ఉండదు కనుక, పరిధులు విధించుకోనవసరం లేదు. ఇంత స్వేచ్ఛ ఉన్నా నిర్మాణపరంగా కొన్ని పరిమితులు తప్పనిసరి అవుతాయి. ఆ పరిమితులు ఏమిటన్నది, 'ఆచరణ' విభాగంలో వివరంగా తెలుసుకుందాం.

లఘుచిత్రాలు

లఘుచిత్రాన్ని టీవి పరిభాషలో 'క్వికీ' అని వ్యవహరిస్తుంటారు. ఒకటి రెండు నిముషాల్లోనే ఒక విషయాన్ని, ప్రేక్షకులలో ఒక ఆలోచన రేకెత్తించే విధంగా చెప్పడానికి ఈ ప్రక్రియ చాలా బాగా ఉపయోగపడుతుంది. మనం రోజు చూస్తున్న టీవీ కార్యక్రమాలలోని ఎన్నో అంశాలు ఇందుకు ఉదాహరణలుగా చెప్పుకోవచ్చు. గర్భిణీ స్త్రీల ఆరోగ్య పరిరక్షణ, పసిపిల్లలకు పోలియో డ్రాప్స్ ఇవ్వడం, మోటార్ సైకిళ్ళు నడిపేటప్పుడు హెల్మెట్ల అవసరం గురించి, ఇంకా దేశసమైక్యత అవసరం గురించి, సాంస్కృతిక సమైక్యత గురించి, ప్రముఖులైన, వ్యక్తులతో రూపొందించిన కార్యక్రమాలను, క్వికీలకు ఉదాహరణలుగా పేర్కొనవచ్చు. ఇవి ఎంత సమర్థవంతంగా సందేశాన్ని అందిస్తాయో, వాటిని చూచిన వారికి ప్రత్యక్షంగానే తెలుస్తుంది. అందంగా, ఆకర్షణీయంగా, ప్రతిభావంతంగా, ఆలోచన రేకెత్తించే విధంగా, విషయాన్ని ప్రేక్షకులకు అందించడానికి, ఈ లఘు చిత్రాన్ని (క్వికీ) మించిన ప్రక్రియ మరొకటి లేదనే చెప్పవచ్చు. అయితే, ఈ లఘు చిత్రాన్ని నిర్మించడానికి 'ఐడియా' ముఖ్యం. విషయాన్ని గురించిన ఆలోచనను అద్భుతంగా చేయగలిగి ఉండాలి. ఎంత జటిలమైన విషయాన్నైనా అతి క్లుప్తంగా వ్యాఖ్యానం, సంభాషణలు, చాలా వరకు తగ్గించి కేవలం దృశ్యం చూస్తూనే, దాన్ని గురించి ప్రతి ఒక్కరూ ఆలోచించే విధంగా ఈ లఘు చిత్రానికి రూపకల్పన చేయగలగాలి. ఈ ఒక్కసామర్థ్యం వల్లనే, లఘు చిత్రానికి స్థాయి పెరుగుతుంది.

BRAOU

రూపకం

నృత్యాన్ని ప్రధానంగా ఎంచుకుని, ఒక ఇతివృత్తాన్ని ఆధారంచేసుకుని, ఒక సందేశాన్ని ప్రేక్షకులకు అందించే ప్రక్రియను నృత్యరూపకం అంటారు. నృత్యాన్ని మినహాయించి కూడా రూపకాన్ని నిర్మించవచ్చు. ఇవికాక, సాంప్రదాయ కళారూపకాలు, సాహితీరూపకాలు ఈ కోవలోనే చెందుతాయి. మొత్తం మీద రూపకానికి బహుముఖమైన రూపాలున్నాయి.

డాక్యుమెంటరీ

డాక్యుమెంటరీలు, రూపకాలు తోబుట్టువుల్లాంటివి. అయితే ప్రధానమైన తేడా ఎక్కడ వస్తుందంటే, రూపకాల్లో కల్పన, సృజనాత్మకత ఎక్కువ చోటు చేసుకుంటే డాక్యుమెంటరీలు వాటికి పూర్తిగా దూరంగా ఉంటాయి. ముఖ్యంగా కల్పనకు ఏ విధమైన తావు ఉండదు. వాస్తవాలను యధాతథంగా చిత్రించడం డాక్యుమెంటరీ ప్రధాన లక్షణం. అందుకే వీటిని 'సాక్షి చిత్రాలు' అని కూడా అంటారు. ఈ డాక్యుమెంటరీలను, వ్యక్తుల మీద, వ్యవస్థ మీద, సంస్థల మీద నిర్మించవచ్చు. ఎంచుకున్న అంశాన్ని బట్టి, దానిని నిర్మించే నిర్మాతకు ఆ విషయం మీద ఉన్న అవగాహనను బట్టి, 'డాక్యుమెంటరీ' చిత్రం స్థాయి పెరుగుతుంది. సామాన్యుడు కూడా విషయాన్ని కూలంకషంగా తెలుసుకోవడానికి 'డాక్యుమెంటరీ'కి మించిన ప్రక్రియ లేదు. నిజానికి డాక్యుమెంటరీ నిర్మాణం చాలా క్లిష్టమైనది. ఎంచుకున్న అంశంపైన సంపూర్ణమైన అవగాహన ఉండాలి. కల్పనలకు ఏ మాత్రం చోటు ఉండదు కనుక, విషయాన్ని ఆకర్షణీయంగా చెప్పగలిగిన నేర్పు ఉండాలి. ఈ లక్షణమే డాక్యుమెంటరీని ప్రధానంగా రాణింపుకు తెస్తుంది. డాక్యుమెంటరీ నిర్మాణంలోని మెళుకువలను ఆచరణ విభాగంలో తెలుసుకుందాం.

ఏనిమేషన్ చిత్రాలు

నిర్మించేవారికి మహాకష్టం. చూచే వారికి మాత్రం భలే ఇష్టం అని చెప్పదగిన ప్రక్రియ ఏనిమేషన్ చిత్రం పెన్సిళ్ళతోటి, పెన్నులతోటి, రంగులతోటి, మనం సాధారణంగా తెల్లకాగితాల మీద బొమ్మలు గీస్తూ ఉంటాం. ఇవన్నీ నిశ్చల చిత్రాలు.

ఈ నిశ్చల చిత్రాలలో చలనం సాధించడమే ఏనిమేషన్. ఇది చాలా క్లిష్టమైన ప్రక్రియ. ఇక మనిషి నడవడం, మాట్లాడటం, కూర్చోవటం వంటివి మనం మామూలుగా చాలా సులభంగా చిత్రీకరించగలం కానీ, ఈ బొమ్మల ద్వారా పై విషయాలను చిత్రీకరించడం, పదింతలకష్టమైన పని. అన్ని అంశాలు ఏనిమేషన్‌లో రాణించవు. అందుచేత ఏనిమేషన్ చిత్రానికి విషయాన్ని ఎంచుకోవడంలో చాలా జాగ్రత్త వహించాలి. పిల్లలకు మరింత ఆకర్షణీయంగా ఉండే ప్రక్రియ కనుక, వారికి సంబంధించిన అంశాలు చిత్రికరించేటప్పుడు మరింత శ్రద్ధ వహించాలి. సాధారణ ప్రేక్షకులకు సంబంధించినంతవరకు, సందేశాన్ని వ్యంగ్యంగా, హృదయానికి హత్తుకునేలా చెప్పటంలో ఏనిమేషన్ చిత్రాలది ప్రత్యేక స్థానం. కుటుంబనియంత్రణను పాటించకపోవడం, ట్రాఫిక్ సిగ్నల్స్‌ను పాటించకపోవడం వంటివి చేసినప్పుడు కలిగే నష్టాలను, ప్రజలకు ఈ ఏనిమేషన్ చిత్రాల ప్రక్రియ ద్వారా అత్యద్భుతంగా చెప్పవచ్చు.

ఆధునిక కాలంలో కంప్యూటర్ ఆవిర్భావం తర్వాత, అనేక రంగాలలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పులాగానే, ఈ ఏనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణంలో కూడా చాలా మార్పులొచ్చాయి. కష్టతరమైన ఈ నిర్మాణం కొంతవరకు సులభతరమైంది.

అభ్యాసం

దృశ్యశ్రవణ కార్యక్రమాలలో కార్యక్రమ రూప భేదాలను రెండుగా వర్గీకరిస్తారు. వాటి కింద వచ్చే ప్రధాన రూపభేదాలను చెప్పండి.

పరిచయం, అభిప్రాయవేదిక, చర్చ - మూడింటి మధ్య ఉన్న ప్రధానమైన 3-4 భేదాలను ప్రస్తావించండి.

BRAOU

నాటకం, నాటిక, లఘు చిత్రాలు - వీటి మధ్య సంబంధాన్ని ప్రస్తావించండి.

తోడుగు బొమ్మలాటలు, తోలుబొమ్మలాటలు "పప్పెట్ షేర్"

ఇది కూడా ఒక ఆకర్షణీయమైన ప్రక్రియ. పల్లెపట్టులో ఉండే వారికి, ముఖ్యంగా నిరక్షరాస్యులకు, ఒక అంశాన్ని బోధించాలంటే, ఈ ప్రక్రియ అత్యద్భుతంగా ఉపయోగపడుతుంది. తొడుగు బొమ్మలు, తోలు బొమ్మలు, మనుషుల్లాగా చేసే విన్యాసాలను, ఆసక్తిగా తిలకించే నిరక్షరాస్యులైన ప్రజలకు సందేశం అందించడం, ఈ ప్రక్రియవల్ల సులభతరమౌతుంది. విద్యావిషయాలు, ఆరోగ్య, వైద్య విషయాలు మామూలు ప్రజలకు చెప్పడంలో, ఇటీవలి కాలంలో విపరీతమైన ప్రేక్షకాదరణను నోచుకున్నాయి ఈ తరహా కార్యక్రమాలు.

టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో ప్రధానంగా కనిపిస్తున్న ప్రక్రియలన్నింటి గురించిన వివరాలు కొంతవరకు తెలుసుకున్నాం. ఇప్పుడు, ఆయా ప్రక్రియల నిర్మాణంలో ఆచరణ విధానం మెళుకువలు తెలుసుకుందాం.

22.3 పద్ధతులు

ప్రక్రియ వేరు, పద్ధతి వేరు. ప్రక్రియలో కొన్ని దశల్ని చూస్తాం. ఆయా దశలలో జరిగే పనులు కొనసాగుతాయి. బృందం సభ్యులు తమ సేవల్ని అందిస్తారు. పద్ధతిలో ఆచరణను చూస్తాం. ఆచరణకు ఎన్నో అంశాల్ని సమకూర్చుకోవాలి. నిర్వహించాలి. మొదటి దాంట్లో మానవ వనరుల వినియోగం ఒక్కటే చాలామటుకు కనిపిస్తుంది రెండవదాంట్లో మానవ వనరులతో బాటు భౌతిక, సాంకేతిక వనరుల అవసరమూ ఉంటుంది. భౌతిక, సాంకేతిక వనరులుంటేనే కానీ రూపొందించిన కార్యక్రమం 'ఒక రూపం' పొందలేదు. కాబట్టే ఆచరణాత్మక విధానం "పద్ధతులలో" అంతర్భాగం. ప్రక్రియపరంగానే పద్ధతులలో ఆచరణాత్మక అంశాలని చర్చించాం.

BRAOU

22.3.1 ప్రవచన విభాగం

ప్రవచన విభాగంలో వచ్చే వివిధ కార్యక్రమ రూపభేదాలను తెలుసుకున్నాం. ఈ కార్యక్రమ రూపభేదాల ఆధారంగానే పద్ధతుల ఆచరణాత్మకతను పరిశీలిద్దాం.

ప్రసంగం

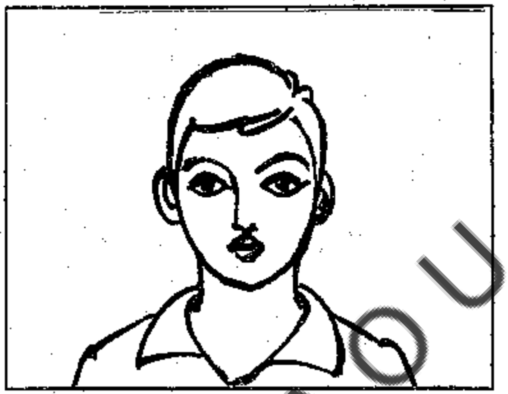
ప్రసంగ కార్యక్రమానికి ఏ అంశాన్ని ఎంచుకున్నప్పటికీ, దాని స్థాయి, కేవలం ఆ ప్రసంగకర్త స్థాయి మీదనే ఆధారపడి ఉంటుంది. అందుచేత, ఆయా రంగాలకు సంబంధించిన సుప్రసిద్ధులైన వ్యక్తులను మాత్రమే ప్రసంగకర్తలుగా ఎంపిక చేసుకోవాలి. వారి భాష వీలైనంత సరళంగా ఉండేలా చూసుకోవాలి. కాగితాలపై ప్రసంగ పాఠాన్ని వ్రాసుకుని వచ్చి, కెమెరా ముందు కూర్చుని చదవడం అనే పద్ధతి చాలా పేలవంగా ఉంటుంది. కనుక, కెమెరా ద్వారా ప్రేక్షకులతో సంభాషించినట్టుగా ఉండేటట్టు చూసుకోవాలి. ప్రసంగించవలసిన, ప్రధానమైన అంశాలను రేఖామాత్రంగా కాగితం మీద వ్రాసి ఉంచుకోవచ్చుగానీ, మొత్తం ప్రసంగపాఠం వ్రాసి తెచ్చుకొనడం మంచి పద్ధతి కాదు.

ఇక ఈ కార్యక్రమ నిర్మాణాన్ని ఆచరణలో పెట్టేటప్పుడు ఈ క్రింద చెప్పిన పద్ధతులు అవలంబించడం మంచిది. ఎందుకంటే, ప్రసంగ కార్యక్రమంలో వ్రాసుకుని వచ్చి, కెమెరా ముందు కూర్చుని చదవడం అనే పద్ధతి

చాలా పేలవంగా ఉంటుంది కనుక, కెమెరా ద్వారా ప్రేక్షకులతో సంభాషించినట్టుగా ఉండేటట్టు చూసుకోవాలి. ప్రసంగించవలసిన, ప్రధానమైన అంశాలను రేఖామాత్రంగా కాగితం మీద వ్రాసి ఉంచుకోవచ్చుగానీ, మొత్తం ప్రసంగపాఠం వ్రాసి తెచ్చుకోవడం మంచి పద్ధతి కాదు.

ఇక ఈ కార్యక్రమ నిర్మాణాన్ని ఆచరణలో పెట్టేటప్పుడు ఈ క్రింద చెప్పిన పద్ధతులు అవలంబించడం మంచిది. ఎందుకంటే, ప్రసంగ కార్యక్రమంలో, "విజువల్ మొనాటనీ" అనేది ఎక్కువగా ఉంటుందనే విషయాన్ని మనం ప్రక్రియ గురించి చెప్పుకునేటప్పుడు తెలుసుకున్నాం. కనుక ఈ విజువల్ మొనాటనీని వీలైనంతగా తగ్గించే ప్రయత్నం చెయ్యాలి. ప్రసంగించేటప్పుడు, ప్రసంగకర్తను, సూటిగానే చూపించాలి తప్ప పార్శ్వభాగాలనుండి చూపించకూడదు. అందుచేత, ప్రసంగకర్తకు అభిముఖంగా మాత్రమే కెమెరాను ఏర్పాటుచేసుకోవాలి. ఇలా ఏర్పాటు చేసుకున్న తర్వాత, కెమెరా ఉన్న స్థానం నుండే లెన్సును జూమ్ చెయ్యడం ద్వారా రెండు రకాల ఫ్రేమ్‌లను ఏర్పాటు చేసుకోవడం ఉత్తమం. ఒకటి "క్లోజప్" రెండవది "మిడ్ షాట్" అవసరాన్ని బట్టి, అ ఫ్రేమ్‌లను షాట్స్‌లో ఉపయోగించి, కార్యక్రమాన్ని చిత్రీకరించడం వల్ల మంచి ప్రయోజనం ఉంటుంది.

(1)



క్లోజప్
CLOSE-UP

(2)

మిడ్ షాట్
MID SHOT

BRAOU

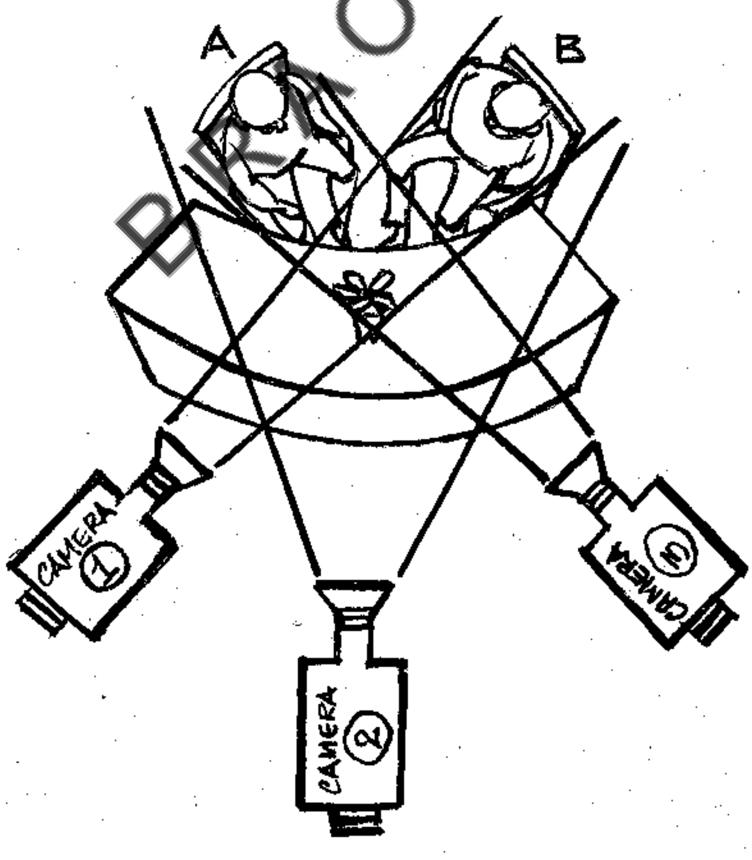
సర్వ సాధారణంగా ప్రసంగ కార్యక్రమాలు మిడ్‌షాట్‌తో ప్రారంభించడమే సరియైన పద్ధతి. ప్రసంగకర్త-విషయాన్ని ముఖకవలికలతో హావభావాలను ప్రదర్శిస్తూ చెబుతున్నప్పుడు, (Closeup) క్లోజప్ షాట్‌ను ఎంచుకోవడం సముచితంగా ఉంటుంది. ఈ రెండింటికి భిన్నంగా మరో కోణం నుండి ప్రసంగకర్తను చూపడం సరియైన పద్ధతి కాదు. కెమెరాకు ప్రసంగకర్త అభిముఖంగా ఉండడం చేత మనం ఎంచుకున్న ఫ్రేమ్ కారణంగానూ, ప్రేక్షకులకు చాలా చేరువగా ఉన్న అనుభవం కలుగుతుంది. అందుచేత, ప్రసంగకర్త నేరుగా ప్రేక్షకులతో సంభాషిస్తున్న రీతిలో ప్రసంగిస్తే, కార్యక్రమం చాలా రక్తి కడుతుంది.

పరిచయ కార్యక్రమం

ప్రసంగ కార్యక్రమం కన్నా మరింత ఆసక్తికరంగా ఉండే కార్యక్రమం పరిచయం అనే విషయాన్ని ఇంతకు ముందు మనం తెలుసుకున్నాం. పరిచయ కార్యక్రమంలో ఎంపిక చేసుకునే విషయనిపుణుని విషయంలో శ్రద్ధ

వహించాలి. పాల్గొనే వ్యక్తి ప్రముఖుడు, సుప్రసిద్ధుడు అయి ఉండటం మంచిది. ఇక పరిచయకర్త కూడా మంచి సంభాషణ శీలి అయి ఉండటం మంచిది అని ముందే చెప్పుకున్నాం. పరిచయ కార్యక్రమం నిర్మాణ పద్ధతిలో ఆచరించే విధానాలు ప్రధానంగా రెండు రకాలు. ఒకటి లొకేషన్ పరిచయాలు, రెండు స్టూడియోలో పరిచయ కార్యక్రమాలు. లొకేషన్లో చేసే పరిచయాల్లో ప్రధానంగా, కర్మాగారాల్లో, వైద్యశాలల్లో, మందిరాలల్లో, పూలతోటల్లో, శిల్ప, చిత్రకళామందిరాలలో, పరిచయం ఒక సంఘటనకు చెందినదైతే, ఆ సంఘటన జరిగిన ప్రదేశాలలో చోటుచేసుకుంటాయి. అప్పుడప్పుడు అంశాన్ని బట్టి క్రీడా మైదానాల్లో కూడా పరిచయాలు చేయవలసి రావచ్చు. ఇలా లొకేషన్లో పరిచయ కార్యక్రమాలు నిర్మించే సందర్భాలలో సర్వసాధారణంగా ఒకే కెమెరాతో చిత్రీకరించే అవకాశం ఉంటుంది. అంచేత ఈ రకమైన కార్యక్రమాలను ఏకబిగిన చిత్రీకరించే అవకాశాలు తక్కువ. వివిధ కోణాలనుండి, కార్యక్రమాన్ని చిత్రీకరించే అవకాశం ఉంది. కార్యక్రమం మొదలుపెట్టే ముందు పరిచయకర్తను, మిడ్‌క్లోజ్ ఫ్రేమ్‌లో చూపించడం, విషయాన్ని, నిపుణుణ్ణి పరిచయం చేసిన తర్వాత, ఇద్దరినీ కలిపి ఒకే ఫ్రేమ్‌లోను (సాధారణంగా ఇది మిడ్‌లాంగ్ ఫ్రేమ్ అవుతుంది) అటు తర్వాత విషయ నిపుణుడు మాట్లాడేటప్పుడు, అతనిని క్లోజప్‌లో చూపించడం చెయ్యాలి. ఇదంతా ఒకే కెమెరాతో నిర్వహించాలి కనుక, ప్రక్రియను 2 భాగాలుగా చిత్రీకరించి, తరువాత, ఒక వరుసలో ఎడిట్ చేసుకోవలసి వస్తుంది. మధ్య మధ్య ఓవర్‌షోల్డర్ షాట్‌లో కూడా చూపించవచ్చు. అంటే, కెమెరా పరిచయకర్త వెనుక నుండి, అతని భుజాలమీదుగా, విషయనిపుణుణ్ణి చూపించడం; ఈ రకంగా అనేక విధాలుగా చిత్రీకరించే అవకాశం ఉంది కనుక, విజువల్ మొనాటనీ కొంతవరకు తగ్గుతుంది.

ఇక స్టూడియోలో చిత్రీకరించేటప్పుడు, పరిచయకర్త విషయనిపుణుడు ఇరువురిని, ఎదురెదురుగా గానీ, ప్రక్క ప్రక్కన గానీ కూర్చుండబెట్టవచ్చు. ముందుగా పరిచయకర్తను, మిడ్‌క్లోజప్‌లో చూపి, విషయాన్ని, నిపుణుణ్ణి పరిచయం చేయాలి. అనంతరం, విషయనిపుణుణ్ణి పరిచయం చేయాలి. అనంతరం, విషయనిపుణుణ్ణి మిడ్‌క్లోజప్‌లో చూపించాలి. మధ్య మధ్య ఇద్దరినీ ఒకే ఫ్రేమ్‌లో అంటే టు షాట్‌లో చూపించాలి.



పైన చూపిన చిత్రం, సాధారణంగా స్టూడియోలో పరిచయ కార్యక్రమ విధానాన్ని తెలియచేస్తుంది. చిత్రంలో

చూపినట్టు (A) పరిచయకర్తను, (B) విషయ నిపుణుణ్ణి సూచిస్తాయి. ఇక (1), (2), (3) అంకెలలో సూచించినవి, కెమెరా స్థానాలు.

కెమెరా (3)ను ఉపయోగించి ముందు (A) పరిచయకర్తను మిడ్ క్లోజప్‌లో చూపి విషయాన్ని పరిచయం చేయవచ్చు. విషయ నిపుణుని ప్రస్తావన తేగానే, కెమెరా (1)ని ఉపయోగించి, (B) ని మిడ్‌క్లోజప్‌లో చూపించవచ్చు. అలాగే (B) మాట్లాడుతున్నప్పుడు కూడా, కెమెరా (1) ద్వారా అతనిని చూపవచ్చు. ఇక ఇద్దరూ మాట్లాడుతున్న సందర్భాలలో కెమెరా (2) ని ఉపయోగించి, ఒకే ఫ్రేమ్‌లో టుషాట్‌గా వారిని చూపవచ్చు. ఈ పద్ధతిని, కేవలం ఏదో రాష్ట్రంలోనేకాదు, దేశం మొత్తం మీద, అంతేకాదు ఇతర దేశాల టీవీ వ్యవస్థల్లో కూడా, దీనినే ఆమోదయోగ్యమైన పద్ధతిగా పరిగణిస్తారు.

కనుక ఈ పద్ధతిని అనుసరించటం వల్ల, అందరు ప్రేక్షకులకు ఆమోదయోగ్యమైన రీతిలో పరిచయ కార్యక్రమానికి రూపకల్పన చేయవచ్చును.

అభిప్రాయ వేదిక

అభిప్రాయ వేదికను గూడా, లొకేషన్లో గానీ, స్టూడియోలో గానీ చిత్రీకరించి రూపకల్పన చేయవచ్చు. రాజ్యాంగపరంగా గానీ, మరే ఇతర రంగంపరంగా గానీ, ఒక విప్లవాత్మకమైన నిర్ణయం తీసుకున్నప్పుడు, లేదా, ఒక విశేషమైన సంఘటన జరిగినప్పుడు, వివిధ రంగాలకు చెందిన ప్రముఖుల అభిప్రాయాలను సేకరించడం జరుగుతుంది. కనుక, ఆయారంగాలకు చెందిన వ్యక్తులను, వారి వారి నేపథ్యం తెలిసేలా చిత్రీకరించడం ఒక పద్ధతి. అంటే, ఒక డాక్టర్ అభిప్రాయం సేకరించేటప్పుడు, ఒక ఆసుపత్రి వాతావరణంలో, ఒక క్రీడాకారుడి అభిప్రాయం సేకరించేటప్పుడు క్రీడా మైదానంలో, ఒక విద్యావేత్త అభిప్రాయం సేకరించేటప్పుడు, అతని గ్రంథాలయంలో, ఒక సామాన్యుడి అభిప్రాయం సేకరించేటప్పుడు, రహదారిలో, ఒక చిత్రకారుడి అభిప్రాయం సేకరించేటప్పుడు, అతని, వర్ణ చిత్రాల నేపథ్యంలో, ఇలా ఎవరికి చెందిన నేపథ్యాన్ని వారికి అనువర్తించేలా చిత్రీకరించడం మంచి పద్ధతి. ఈ అభిప్రాయాలన్నీ సేకరించి, ఒక సూత్రధారుణ్ణి ఎంచుకొని, (ఏంకర్ సర్వీస్) అతని ద్వారా వాటిని ఒక క్రమంలో ఎడిట్ చేసుకోవాలి. ఒక స్టూడియోలో నిర్మించే పద్ధతిలో, అందరిని ఒకే వేదిక మీద కూర్చోబెట్టి, విషయానికి సంబంధించిన నేపథ్యాన్ని సెట్‌గా ఏర్పాటు చేసి, ఒక సూత్రధారుని ద్వారా ఒకరి తర్వాత ఒకరుగా అందరి అభిప్రాయాలు సేకరించాలి. ఇటువంటి కార్యక్రమాలు లొకేషన్లో చేసినప్పటికంటే, స్టూడియోలో చేయటం వలన, శబ్దంలో స్పష్టత ఎక్కువగా ఉంటుంది. అందుచేత అభిప్రాయాన్ని సుస్పష్టంగా తెలుసుకొనే అవకాశం కలుగుతుంది.

BRAOU

చర్చ

చర్చా కార్యక్రమాలను సాధారణంగా, స్టూడియోలలో నిర్మించడమే మంచిది. లొకేషన్లో నిర్మించడానికి, అనుకూలత కూడా ఈ కార్యక్రమాలకు ఎక్కువగా ఉండదు. ముగ్గురు లేక నలుగురు ఈ కార్యక్రమంలో పాల్గొనడం ఉత్తమమని ఇంతకు మునుపే చెప్పుకున్నాం.

చర్చకు నిర్ణయించిన, అంశం ప్రకారం, అందులో పాల్గొనే ప్రముఖుల్ని ఎంపిక చేసుకోవడం మంచిది. వీలైనంత వరకు, ఈ ప్రముఖులు, విభిన్న రంగాలకు చెందిన వారుగా ఉండేలా చూసుకోవాలి. ఇక సమన్వయ కర్త కూడా, అందరి నేపథ్యం తెలిసిన వాడై ఉండాలి. చర్చించవలసిన అంశం గురించి, సంపూర్ణమైన అవగాహన కలిగినవాడై ఉండాలి. సమన్వయకర్త ద్వారా చర్చను ప్రారంభించి, అంటే అంశంలో పాల్గొనే ప్రముఖుల వివరాలు తెలియచేసి, ఒక విషయాన్ని ప్రతిపాదించి, తరువాత ప్రముఖులంతా దానిని గురించి చర్చించుకుంటున్న విధంగా చిత్రీకరించాలి. ఏ వ్యక్తి మాట్లాడుతున్నప్పుడు ఆ వ్యక్తిని మిడ్‌క్లోజప్‌లో చూపడం మంచిది. మధ్య మధ్య పాల్గొంటున్న ఇతర సభ్యులు మాట్లాడుతున్న వ్యక్తిని ఆలకిస్తున్నట్లుగా, (రియాక్షన్ షాట్స్) చూపాలి. ఇది చర్చా కార్యక్రమం కనుక, ఒకరిద్దరు ఒకేసారి మాట్లాడే అవకాశాలు, అవసరాలు చాలా ఉంటాయి. అటువంటప్పుడు, ఒక కెమెరాలో లాంగ్‌షాట్ ద్వారా అంతా కనిపించేలా చూపించాలి. దృశ్యపరంగా అందరినీ కలిపి ఒకే షాట్‌లో చూపడం అన్నది ఎక్కువసార్లు చూపినా ఫరవాలేదు కానీ, అంతా కలసి ఒకేసారి మాట్లాడే సందర్భాలు మాత్రం

ఎక్కువ లేకుండా చూసుకోవాలి. లేని పక్షంలో ఎవరు ఏ అభిప్రాయాన్ని చెబుతున్నారు అన్నది స్పష్టంగా తెలియదు. ఒక గందరగోళ పరిస్థితి ఏర్పడుతుంది.

చర్చకు సంబంధించిన అంశాన్ని వివరించగల నేపథ్యాన్ని కార్యక్రమంలో (బాక్‌గ్రౌండ్ సెట్‌గా) ఏర్పాటు చేసుకుంటే, కార్యక్రమం చూడటానికి ఆకర్షణీయంగా ఉంటుంది. ఉదాహరణకు, ఎన్నికలప్పుడు చర్చ జరుగుతుంటే ఆ కార్యక్రమానికి బాలెట్ బాక్సు, అసెంబ్లీ భవనం, లేదా పార్లమెంటు భవనాన్ని నేపథ్యంలో చిత్రాలుగా గీస్తే, ఒక చక్కటి వాతావరణం కార్యక్రమంలో ఏర్పడుతుంది.

22.3.2 సృజనాత్మక విభాగం

సృజనాత్మక విభాగంలో వచ్చే కార్యక్రమ రూపాలను ఇదివరకే తెలుసుకున్నాం. ఈ కార్యక్రమ రూపభేదాల ఆధారంగా పద్ధతులను 'ఆచరణాత్మక' దృష్ట్యా పరిశీలిద్దాం.

సృజనాత్మక విభాగంలో వచ్చే ప్రక్రియల నిర్మాణానికి, ఇదే పద్ధతిని ఆచరించాలి. అన్న నిర్దుష్టమైన నిబంధనలు ఉండవు. ఇందుకు కారణం ఈ ప్రక్రియలు, సృజనాత్మక విభాగంలోకి వస్తాయి. కనుక ఒక కళను, అందంగా చూపాలి అని నిర్మాత నిర్ణయించుకునే సంకల్పం ప్రధానం. వీటిని కూడా వీలైనంతవరకు స్టూడియోలోనే నిర్మించడం మంచిది. ఏదో ఒక సందేశాన్ని అందించడానికి, కళారూప కార్యక్రమాన్ని ఎంచుకున్నప్పుడు, ఆ విషయాన్ని తెలియచేసే నేపథ్యాన్ని (బాక్‌గ్రౌండ్ సెట్) ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. ఇక సంగీత, నృత్య కార్యక్రమాలను చిత్రీకరించేటప్పుడు ప్రధాన గాయనీ గాయకుల్ని, ప్రధాన నృత్యకళాకారుల్ని, ప్రక్క వాయిద్య కళాకారుల్ని, వేర్వేరు కెమెరాలతో చిత్రీకరించుకునేలా ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. గాయని గాత్రం ప్రధానంగా వినబడేటప్పుడు, వయొలిన్ విద్వాంసుణ్ణి చూపడం, నర్తకి ముఖంలో చక్కని హావభావాలు ప్రకటిస్తున్నప్పుడు తాళం వేస్తున్న వారిని చూపడం మంచి కార్యక్రమం అనిపించుకోదు. అందుచేత, కార్యక్రమాన్ని ముందుగా ఒక రిహార్సల్ చూసి, ఎప్పుడు ఎవరిని చూపాలి అనే ఒక చిత్రీకరణ విధానాన్ని నిర్దుష్టంగా తయారుచేసుకోవాలి.

నాటకం లేదా నాటిక

నాటకం నిర్మాణం విధానంలో ఒక స్పష్టమైన ఆచరణ విధానాన్ని ప్రతి నిర్మాత ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. ఈ తరహా కార్యక్రమాల నిర్మాణం కూడా ప్రధానంగా రెండు రకాలుగా చేయవచ్చు. ఒకటి లొకేషన్లలో నిర్మించడం, రెండు స్టూడియోలో నిర్మించడం. ఈ రెండు పద్ధతులే కాకుండా, అప్పుడప్పుడు కొంత లొకేషన్లనో, కొంత భాగం స్టూడియోలోను నిర్మించే పద్ధతి కూడా ఉంది.

లొకేషన్లలో నాటకాన్ని చిత్రికరించేటప్పుడు, ఆ ప్రదేశాన్ని చాలా జాగ్రత్తగా పరిశీలించి నిర్ణయం తీసుకోవాలి. కథలో ఉన్న ఇతివృత్తం, ఆ సన్నివేశం. జరిగే ప్రదేశం, కథాపరంగా పాల్గొంటున్న పాత్రల, ఆర్థిక సాంఘిక పరిస్థితుల స్థాయి, వీటన్నిటిని పరిగణనలోకి తీసుకున్న తరువాతనే లొకేషన్‌ను నిర్ణయించుకోవాలి. లేని పక్షంలో చిత్రీకరణ అనంతరం చాలా ఇబ్బందులు ఎదుర్కోవలసి వస్తుంది. ఉదాహరణకు ఒక పౌరాణిక నాటకాన్ని మనం లొకేషన్‌లో చిత్రీకరిస్తున్నప్పుడు, ఎలక్ట్రిక్ స్థంభాలు, టెలిఫోన్ స్థంభాలు, విద్యుద్దీపాలు, టెలిఫోన్‌లు, కంప్యూటర్లు, స్కూటర్‌కార్లు వంటి వర్తమానకాలపు, ఆధునిక సౌకర్యాలు ఫ్రేమ్‌లోకనబడకుండా చాలా జాగ్రత్త వహించాలి. లేదా, ఒక పౌరాణిక సన్నివేశం జరుగుతున్నప్పుడు, నేపథ్యంలో, ఒక విద్యుద్దీపమో, టెలిఫోనో, స్కూటరో కనిపిస్తే, అది ఎంత అర్థరహితంగా ఉంటుందో మనం ఊహించుకోవచ్చు.

ఈ ఇబ్బందులన్నీ లేకుండా ఉండాలంటే, స్టూడియోలో నాటకాన్ని నిర్మించడం మంచి మార్గం. నాటకం ఇతివృత్తం, నాటకంలోని పాత్రల ఆర్థిక సాంఘిక స్థాయిననుసరించి, సెట్‌ను ప్లాన్ చేసుకోవడం అవసరం. ఆహార్యం,వేషధారణ వంటి వాటిలో కూడా ముందే జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. వేషధారణ పాత్రోచితంగా ఉన్నదా, లేదా అన్నది ముందే సరిచూసుకోవాలి. ఇక శబ్దం విషయానికొస్తే, స్టూడియోలో నాటకం నిర్మించతలపెట్టినప్పుడు, పాత్రల సంభాషణలు యాధాతథంగా రికార్డ్ చేయవచ్చు. అప్పుడు ఎదుర్కొనే ఇబ్బందులేవీ ఎక్కువగా ఉండవు. కానీ, లొకేషన్లో నిర్మించే నాటకాలకు డబ్బింగ్ అవసరం అవుతుంది. అంటే,పాత్రధారులు, తాము ధరించిన పాత్రకు సంబంధించిన సంభాషణలు తమ పెదవుల కదలికను గమనిస్తూ అందుకు అనుగుణంగా తిరిగి, సంభాషణలు

BRAOU

చెప్పవలసి ఉంటుంది. లొకేషన్లో రికార్డు చేసిన సంభాషణకు బదులుగా, ఇలా స్టూడియోలో రికార్డు చేసిన సంభాషణలను, ఆ దృశ్యానికి జతచేయడాన్ని డబ్బింగ్ అంటారు. దీని వల్ల శబ్దంతో మరింత స్పష్టత ఏర్పడి దృశ్యం రాణిస్తుంది.

ఇక కృత్రిమమైన వాతావరణంలో మనం, నాటకాన్ని నిర్మిస్తున్నాం కనుక, సంఘటనా లేదా సన్నివేశం, నాటకపరంగా ఏ సమయంలో జరుగుతుంది, అది రాత్రిపూటా, పగలా అన్నది నిర్ణయించుకుని అందుకు అనుగుణంగా లైటింగ్‌ను ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. కేవలం లైటింగ్ ద్వారానే, సన్నివేశం, పగలు రాత్రి అన్న భేదాన్ని చూపగలం, అందుచేత, లైటింగ్ విషయంలో కెమెరామెన్‌తో సంప్రదించి, ముందుగానే నిర్ణయం తీసుకోవాలి.

లఘుచిత్రం

నిర్మాణపరంగా నాటకానికి, లఘుచిత్రానికి పెద్దగా తేడా ఏమీ ఉండదు. నిడివిలోనే ప్రధానమైన తేడా. ముఖ్యంగా అతి తక్కువ సమయంలో, ఆలోచనరేకెత్తించే విధంగా, విషయాన్ని అందించవలసి ఉంటుంది కనుక, ప్రతిషాట్‌ను ఎంతో జాగ్రత్తగా ఆలోచించి ప్లాన్ చేసుకోవాలి. ఈ లఘు చిత్రాలను, లొకేషన్లోగానీ, స్టూడియోలోగానీ నిర్మించవచ్చు. ఎంత సృజనాత్మకమైన ఆలోచన ఉంటే, లఘు చిత్రం అంతగా రాణిస్తుంది.

రూపకం

ఈ ప్రక్రియలో ముందు మనం, ఏ తరహా రూపకం నిర్మించదలుచుకున్నామో ఒక నిర్ణయానికి రావాలి. అది నృత్యరూపకమా, సాహిత్యరూపకమా, లేక డాక్యుమెంటరీ రూపకమా, అది వ్యక్తి ప్రధానమా, లేక విషయ ప్రధానమా అన్న అంశాన్ని నిర్ధారణ చేసుకోవాలి.

నృత్య రూపకం అయినప్పుడు, భువనవిజయం వంటి సాహిత్య రూపకం అయినప్పుడు, ముందుగానే, కార్యక్రమం మొత్తాన్ని ఒకసారి రిహార్సల్ చూడటం మంచిది. కళాకారుల వివిధ కదలికల్ని, ముఖ్యమైన భంగిమల్ని ముందుగా నోట్ చేసుకుని ఉంచుకోవాలి. ఒక ప్రధాన పాత్ర ఒక అభినయాన్ని నిర్వహిస్తున్నప్పుడు, మిగిలిన సహ పాత్రలన్నీ ఏ విధంగా ప్రతిస్పందిస్తున్నాయో గమనించాలి. యాక్షన్ షాట్స్, రియాక్షన్ షాట్స్‌గా వీటిని విభజించుకుని, చిత్రీకరించాలి. ఎడిటింగ్ చేస్తున్నప్పుడు, వీటిని సమతుల్యమైన స్థాయిలో అవసరాన్ని బట్టి వాడుకోవాలి. ఒక వేదిక మీదనో, రంగస్థలం మీదనో జరిగే ఈ ప్రదర్శనను, టి.వీ కెమెరాల ద్వారా చిత్రీకరిస్తున్నప్పుడు, ఈ విధమైన అంశాలన్నీ ముందే గమనించుకోవాలి.

ఒక విషయపరమైన, వ్యక్తిగతమైన డాక్యుమెంటరీ రూపకాన్ని నిర్మిస్తున్నప్పుడు, ఎంత వాస్తవాన్ని చెబుతున్నాం. ఏ మేరకు కల్పనలను జోడిస్తున్నాం. అన్ని అంశాన్ని ముందుగానే సరిచూసుకోవాలి. ఇటు వాస్తవాలను వెల్లడించడానికి, అటు కల్పనలను ఆవిష్కరించడానికి, అవసరమైన దృశ్య సాధనాలను (విజువల్ మెటీరియల్) ముందే నిర్ణయం చేసుకోవాలి. ఎడిటింగ్ ద్వారా, ఈ దృశ్య సామాగ్రిని కలపడానికి, ఒక అంతఃసూత్రాన్ని ఏర్పాటుచేసుకోవాలి. అప్పుడే ఈ విధమైన రూపకాలు ఎక్కువగా రాణిస్తాయి.

డాక్యుమెంటరీ

సర్వసాధారణంగా ఈ డాక్యుమెంటరీ చిత్రాలు ఒక కర్మాగారం గురించో, ఒక ప్రాజెక్టును గురించో, ఒక వ్యక్తి గురించో, ఒక వ్యవస్థ గురించో, ఒక సమస్య గురించో, ఒక సుప్రసిద్ధ కళారూపం గురించో లేక ఒక శిల్పకళా భరితమైన దేవాలయం గురించో నిర్మించడం జరుగుతుంది. ముందుగా నిర్మించదలచిన, డాక్యుమెంటరీ కార్యక్రమం, ఏ కోవకు చెందుతుందో నిర్ణయించుకోవాలి. అందుకు సంబంధించిన విషయాన్నంతా ముందుగానే సేకరించాలి. సేకరించిన వివరాల్ని, దృశ్యమాధ్యమంలో ఏ విధంగా ప్రతిఫలింపచేయగలమో ఆలోచించుకుని, ప్లాన్ చేసుకోవాలి. డాక్యుమెంటరీలు, స్టూడియోలలో నిర్మించే కార్యక్రమాలు కాదు. కేవలం లొకేషన్లలో మాత్రమే వీటిని నిర్మించగలుగుతాం. అందుచేత, నిర్మాణానికి ముందే ఒకటి రెండుసార్లు, ఆయా ప్రాంతాలను సందర్శించడం మంచిది. చిత్రీకరణకు అక్కడున్న వివరాలను గమనించుకోవాలి. చిత్రీకరణకు అక్కడున్న వసతుల్ని కూడా గమనించుకోవాలి. ఈ అధ్యయనమంతా జరిగిన తర్వాతనే, నిర్మాణక్రమంలో చిత్రీకరణకు ఉపక్రమించాలి. ఒక

BRAOU

డాక్యుమెంటరీని చూసి, ఆ ప్రదేశాన్ని లేదా ఆ వ్యక్తిని, ప్రత్యక్షంగా చూసి తెలుసుకున్న అనుభూతిని కలిగించాలి. అందుకు నిర్మాత తన అవగాహనను, సృజనాత్మకతను సమంగా మేళవించాలి.

ఏనిమేషన్ చిత్రాలు

ఈ రకమైన టీ.వి. కార్యక్రమాల నిర్మాణానికి, నిర్మాతకు సాంకేతికపరమైన అవగాహన ఎక్కువగా ఉండాలి. ప్రధానంగా ఈ కార్యక్రమ నిర్మాణం అంతా, కాగితం మీద గీసిన రంగుబొమ్మల మీద ఆధారపడుతుంది. ఒక సెకను దృశ్యం కంట్లోపడడానికి, కెమెరాలో ఎన్ని ఫ్రేములు కదులుతాయో అన్ని ఫ్రేముల్లో ఒకే బొమ్మను గమనించలేనంత అతి తక్కువ తేడాలతో వ్రాయించి, వాటిని ఒక్కటొక్కటిగా చిత్రీకరించి ఎడిటింగ్‌లో కూడా ఒక్కొక్క ఫ్రేమ్‌ను జతచేసుకుంటూపోవాలి. ఇది చాలా ఓర్పుతో కూడినపని. ఒక పది నిముషాల నిడివి కలిగిన ఏనిమేషన్ చిత్రాన్ని నిర్మించడానికి, చాలాకాలం పడుతుంది. తరువాత, ఈ దృశ్యానికి, అనువైన గొంతులను ఎంపిక చేసుకొని, బొమ్మల పాత్రలకు విచిత్ర ధ్వనులలో డబ్బింగ్ అవసరమమైన శబ్దాలను ప్రత్యేకంగా తయారుచేసుకోవాలి. తరువాత వీటిని, సంభాషణలతో సమ్మిళితం చేస్తూ దృశ్యానికి జత చేయాలి. ఇదంతా సుదీర్ఘమైన కాలం పట్టే నిర్మాణ ప్రక్రియ.

అయితే ఇటీవలి కాలంలో కంప్యూటర్ల ఆవిర్భావంతో, ఈ పనులు చాలా వరకు సులభతరం అయినవి. కనుక, కంప్యూటర్ల సహాయంతో ఏనిమేషన్ చిత్రాలకు రూపకల్పన చేసుకోవడం మంచిది.

తొడుగు బొమ్మలా / తోలు బొమ్మలా

వీటిని 'పప్పెట్ ప్లేస్' అంటారు అన్న విషయాన్ని ఈ ప్రక్రియ గురించి చెప్పుకునేటప్పుడు తెలుసుకున్నాం. ఎనుకున్న కథ లేక ఇతివృత్తానికి అనుగుణంగా, కార్యక్రమంలో అవసరమైన బొమ్మలను (పప్పెట్లను) ముందుగా తయారుచేసుకోవాలి. చేతులకు తొడుక్కొని, వేళ్ళనుకదిలించడం ద్వారా ఆడించే బొమ్మలను, తోలు బొమ్మలని అంటారు. ఏ విధమైన బొమ్మల ద్వారా, మనం, ఇతివృత్తాన్ని చెప్పదలుచుకున్నామో నిర్ణయించుకోవాలి. ఆయా బొమ్మల కదలికలను బట్టి షాట్స్ ప్లాన్ చేసుకోవాలి. ఈ విధమైన కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో, క్లోజ్ షాట్స్‌నే ఎక్కువగా ప్లాన్ చేసుకోవాలి. లేదంటే, ఆ బొమ్మలను కదిలించి ఆడించే మనిషి చేతులు ఫ్రేమ్‌లో సుస్పష్టంగా కనబడే ప్రమాదం ఉంది. కదిలే బొమ్మలను చూసేటప్పుడు కలిగే ఆసక్తి, వాటిని కదిలించే చేతులను చూస్తే తగ్గు ముఖం పడుతుంది. అందుచేత షాట్స్‌ను జాగ్రత్తగా ప్లాన్ చేసుకోవాలి.

భిన్నమైన కంఠస్వరాల్ని సంభాషణల డబ్బింగ్ కోసం ఎంపిక చేసుకోవాలి. నేపథ్య సంగీతాన్ని ప్రత్యేకంగా తయారు చేసుకోవాలి. వీటిని దృశ్యంలోని బొమ్మల కదలికకు అనుగుణంగా జత చేయాలి. అప్పుడే, ఈ పప్పెట్ ప్లేస్ ఆకర్షణీయమైన కార్యక్రమంగా తయారవుతాయి.

మేగజైన్ షోస్ (సంచికా కార్యక్రమాలు)

ఒక రకంగా ఈ మేగజైన్ షోస్ అంటే, అన్ని రకాల ప్రక్రియల సమాహారంగా చెప్పుకోవచ్చు. ఒక చిన్న పరిచయం, ఒక పాట, ఒక నృత్యాంశం, ఒక కవిత, ఒక లఘు చిత్రం, ఇలా నాలుగైదు అంశాలను కలిపి ఒక సూత్రధారుడి సహాయంతో (ఏంకర్ పర్సన్) వీటిని సమాహారంగా తయారుచేయడం ఒక పద్ధతి. అలా కాకుండా, స్టూడియోకు ప్రేక్షకులను ఆహ్వానించి, వారి ముందు, వేర్వేరు అంశాలను ప్రదర్శించేస్తూ నిర్మించే సంచిక కార్యక్రమాలు మరొక పద్ధతి.

ఈ తరహా కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో మనం ఎంచుకున్న అంశాలుక్లుప్తంగానూ, భిన్నమైన ప్రక్రియలకు చెందినవిగానూ ఉండేలా చూసుకోవాలి. సమర్థుడైన వ్యక్తిని ఏంకర్ పర్సన్‌గా నిర్ణయించుకోవాలి. వీలైనంత వరకు సంచికా కార్యక్రమాలు, ఏదో ఒక అంశం లేదా ఇతివృత్తం చుట్టూ అల్లుకొనేలా చూసుకోవాలి. అప్పుడు ఈ తరహా కార్యక్రమాలు ఎక్కువ ఆసక్తిని కలుగచేస్తాయి.

BRAOU

అభ్యాసం

ప్రకటన విభాగంలో - నిర్మాణ పద్ధతులలో ఆచరణాత్మక ముఖ్యమైన అంశాలను రాయండి.

ఏనిమేషన్, తోలు బొమ్మలాట వంటి కార్యక్రమ నిర్మాణ పద్ధతుల్లోని ఆచరణలను ప్రస్తావించండి.

BRAOU

22.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- దృశ్య శ్రవణ కార్యక్రమాలలో అనేకమైన రూపభేదాలున్నాయి. వాటిని విస్తృత పరిధిలో - ప్రవచన విభాగం, సృజనాత్మకవిభాగం కింద విభజించి చెప్పవచ్చు. ప్రసంగం, పరిచయం, అభిప్రాయ వేదిక, చర్చ వంటివి ప్రవచన విభాగం కిందకు వస్తాయి. నాటకం, రూపకం, లఘు చిత్రాలు, ఏనిమేషన్ వంటివి సృజనాత్మక విభాగంలోకి వస్తాయి.
- ప్రక్రియ - నిర్మాణ క్రమాన్ని సూచిస్తుంది. కొన్ని దశలు ఉంటాయి. కార్యక్రమ రూపభేదాలననుసరించి ప్రక్రియలో కొన్ని సర్దుబాట్లు కన్పిస్తాయి. ప్రవచన విభాగం, సృజనాత్మక విభాగంలో విపులంగా రూపభేదాల వారీగా వీటిని గుర్తించాం. కార్యక్రమం విలువనీ, నాణ్యతనీ, ఆకర్షణ శక్తిని పెంపొందించడంలో ఈ అంశాలు బాగా ఉపకరిస్తాయి. సంభాషణలు, కళాకారుల నైపుణ్యం ఎంతగానో అవసరం. రచయిత, దర్శకుడు వివిధ అంశాలు దృష్టిలో ఉంచుకోవడం వల్ల ప్రక్రియ సమన్వయం తేలికవుతుంది.
- నిర్మాణ ప్రక్రియ వేరు, పద్ధతివేరు. పద్ధతి ఆచరణతో కూడుకొన్న అంశం. ప్రతి కార్యక్రమం ఒక పద్ధతిలేందే నిర్మాణం సాధ్యపడదు. వివిధ ప్రక్రియలు నిర్మాణంలో అనుసరించాల్సిన పద్ధతులు క్షుణ్ణంగా పరిశీలించాం. షాట్ పరిమాణాలను సైతం పరిశీలించాం. రెండు, మూడు కెమెరాలతో వివిధ ప్రక్రియలను ఏ పద్ధతిలో నిర్మించాలో గమనించాం. కార్యక్రమ నిర్మాణ పద్ధతిని ఎలా రూపొందిస్తామనే అంశాన్ని తెల్సుకున్నాం.

22.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. కార్యక్రమ నిర్మాణ పద్ధతుల్లో ఆచరణాత్మక అంశాలేవి. నాటకం లేదా నాటిక నిర్మాణం విషయంలో వీటిని ప్రస్తావించండి.
2. ప్రవచన విభాగంలో వచ్చే ప్రధాన కార్యక్రమరూపాలు ఏవి? వాటిలో ప్రక్రియలు ఏవిధంగా ఉంటాయో చెప్పండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. ఏనిమేషన్ చిత్రాలలో - నిర్మాణ పద్ధతులు.
2. లఘు చిత్రాలను సృజనాత్మక ప్రక్రియగా ఎందుకు చెప్తాం. నిర్మాణ పద్ధతి ఏవిధంగా ఉంటుంది?

BRAOU

భాగం 23 రేడియో/ఆడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణం, ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్

విషయ క్రమం

23.0 ఉద్దేశం

23.1 ప్రవేశిక

23.2 రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన

23.3 రూపకల్పనలో దశలు

అభ్యాసం

23.4 శ్రవ్యకార్యక్రమాల రూపకల్పన

23.5 రూపకల్పన దశలు

అభ్యాసం

23.6 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

23.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

23.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు:

- రేడియో, ఆడియో కార్యక్రమాల అవసరం, పరిధి, ప్రయోజనాలు.
- రేడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ప్రధానమైన నిర్మాణ దశలు.
- ఆడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ముఖ్యమైన నిర్మాణ దశలు.
- రేడియో, ఆడియో కార్యక్రమాల మధ్య ఉండే సారూప్యతలు, వైవిధ్యాలు.

BRAOU

23.1 ప్రవేశిక

రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం, అందువల్ల రేడియో కార్యక్రమాలను రూపకల్పన చేయడం, రచనలు చేయడం పత్రికారచనకంటే భిన్నంగా ఉంటుంది. ఈనాడు రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలను రూపొందించడం ఒక ప్రత్యేక వృత్తిగా రూపుదిద్దుకుంది. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో పనిచేస్తూ కార్యక్రమాలను రూపకల్పన చేసేవారికి ప్రత్యేక శిక్షణ, కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో కొన్ని మెళుకువలు తెల్సుకోవలసిన అవసరం ఏర్పడింది.ఈ విభాగంలో రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో పాటించే కొన్ని మౌలిక అంశాలను పరిశీలిద్దాం.

23.2 రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన

పత్రికా రచనలో మార్గదర్శక సూత్రాలు ఉన్నాయి. అదే విధంగా రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన చేసేందుకు కొన్ని మార్గదర్శకసూత్రాలు ఉన్నాయా? అంటే ఈ విషయంలో ఇంతవరకూ ఎవరూ ఇటువంటి నియమనిబంధనలు రూపొందించి ప్రచురించనప్పటికీ ప్రసార సాధనాలలో పనిచేస్తున్న సిబ్బంది, ఆరంగానికి చెందిన నిపుణులు కొన్ని మార్గదర్శక సూత్రాలకు అనుగుణంగా రేడియో కార్యక్రమాలను రూపొందిస్తున్నారు.

కార్యక్రమ ఉద్దేశం

రేడియో కార్యక్రమాల్ని రూపకల్పన చేసేప్పుడు ఆ కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు లేదా ప్రయోక్త ఆ కార్యక్రమాన్ని వినే శ్రోతలకు ఏ విషయాల్ని చెప్పాలనుకుంటున్నాడు అనేది ప్రధాన అంశం. అందువల్ల కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు/ప్రయోక్తకు ఈ విషయంలో స్పష్టమైన అభిప్రాయం ఉండాలి. అప్పుడే కార్యక్రమం రూపకల్పన ఆశించిన పద్ధతిలో శ్రోతలకు చేరుతుంది.

ఆడియో భాష

రేడియో కార్యక్రమాలను రూపకల్పన చేసే ప్రయోక్త భాష విషయంలో శ్రద్ధ వహించాలి. రేడియో ప్రసంగాలు నాటికలు, రూపకం వంటి కార్యక్రమాలు రూపొందించేప్పుడు వాడుక భాషలో, సరళమైన రీతిలో, సామాన్య ప్రజలకు కూడా అర్థమయ్యేలా అతి తేలిక పదాలను ఉపయోగించి రూపకల్పన చెయ్యాలి. రేడియో కార్యక్రమాలకు రచనలు చేసేవారు శ్రోతలు కంటితో చూడటం లేదనీ, కేవలం వినడం ద్వారా అర్థం చేసుకుంటున్నారన్న విషయాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని రచనలు చెయ్యాలి. అలాగేవారు రాసే కార్యక్రమాలు చదివేందుకు కాక మాట్లాడేందుకు అనువుగా రాయాలి.

కార్యక్రమ వ్యవధి

రేడియో కార్యక్రమాలను రూపొందించడంలో కాలనియమాన్ని పాటించడం మరో ప్రధాన అంశం. నిర్దేశించిన కార్యక్రమ వ్యవధిని దృష్టిలో ఉంచుకుని అందుకు అనుగుణంగా రచనలు చేయవల్సి ఉంటుంది.

శ్రోతల అభిరుచి

రేడియో కార్యక్రమాలను రూపొందించడంలో శ్రోతల అభిరుచులు, అవసరాలను పరిగణనలోకి తీసుకోవడం చాలా అవసరం. శ్రోతల ఇష్టాయిష్టాలను దృష్టిలో ఉంచుకోనట్లయితే రేడియో కార్యక్రమాలపట్ల వారు ఏ మాత్రం ఆసక్తిని చూపరు.

సందర్భం

రేడియో కార్యక్రమాలు సందర్భానికి తగినవిగా ఉండాలి. అందుకు ఈ కార్యక్రమాలను రూపకల్పన చేసే వారికి అవగాహన అవసరం. అసలు సందర్భానికి తగినట్లుగా అంటే ఏమిటి? ప్రముఖ నాయకులు, కవులు, విజ్ఞాన శాస్త్రవేత్తలు జయంతి ఉత్సవాలను పాటిస్తున్న రోజున వారి గురించి ప్రసంగాలు చర్చలు ప్రసారం చెయ్యడం.

అలాగే జాతీయ ప్రాధాన్యత గలిగిన గణతంత్ర దినోత్సవంనాడు గణతంత్ర దినోత్సవ వేడుకలను ప్రత్యక్ష ప్రసారం చెయ్యడం. స్వాతంత్ర్య సమరయోధులతో గానీ వారితో ప్రత్యక్ష పరిచయం ఉన్న వ్యక్తులతో గానీ ప్రసారం చెయ్యడం మొదలైనవి. ఇవే కాక మరికొన్ని మార్గదర్శక సూత్రాలు ఉన్నా అవి అనుభవపూర్వకంగా మాత్రమే తెలుసుకోగలం.

BRAOU

23.3 రూపకల్పనలో దశలు

రేడియో కార్యక్రమాలను రూపొందించడంలో మూడు ప్రధానమైన దశలు ఉన్నాయి. అవి:

1. ప్రణాళిక దశ
2. రూపకల్పన దశ
3. రూపకల్పన అనంతర దశ

ప్రణాళిక దశ

ఒక నిర్దిష్ట ప్రణాళిక లేని ఏ పని అయినా అర్థంతరంగా వాయిదా పడటం లే[illegible] కార్యరూపం దాల్చక పోవడం జరుగుతుంది. అందువల్ల రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో తొలిదశలో [illegible]ష్ట ప్రణాళికను తయారుచేసుకుని దాని ప్రకారం ముందుకుసాగడం ద్వారా కొన్ని అవరోధాలను సునాయాసంగా అధిగమించగలం. ఈ దశలో ప్రయోక్త దృష్టి సారించవలసిన అంశాలు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి:

ముందుగా ఒక అంశాన్ని (Theme) ఎంపిక చేసుకోవడం.

శ్రోతల అభిరుచులు, అవసరాలు, వయస్సు, విద్య తదితర విషయాలను మదింపు వేయడం.

ఎంపిక చేసుకున్న అంశానికి సంబంధించిన వివరాల కోసం పుస్తకాలు, కరపత్రాలు ఇతర రచనలను

సమాచారాన్ని సంప్రదించడం, తరువాత స్క్రిప్ట్ వ్రాయడం. ఇదే దశలో కార్యక్రమ Format ను కూడా నిర్ణయించుకోవల్సి ఉంటుంది. అంటే సమర్పణ పద్ధతి-కార్యక్రమం చర్చ, రూపకం, నాటకం, ఏదో ఒక రూపంలో ఉంటుందన్నది నిర్ణయం చేస్తారు.

పాల్గొనే కళాకారులను ఎంపిక చేసుకోవడం. వారి ప్రజ్ఞ, పాటవాల్ని బట్టి కార్యక్రమ నాణ్యత పెరుగుతుంది. కాబట్టి కళాకారులను ఎంపిక చేసుకోవడంలో అత్యంత శ్రద్ధ వహించాలి.

రేడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్ ప్రధాన భూమికను నిర్వహిస్తాయి. కాబట్టి ఈ తొలిదశలోనే కార్యక్రమ రూపకల్పనకు అవసరమయ్యే సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను గుర్తించవలసి వస్తుంది.

నిర్మాణ దశ

కార్యక్రమ రూపకల్పనలో అత్యంత కీలకమైన దశ ఇది. ఈ దశలో కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు/ప్రయోక్త రికార్డింగ్ జరగడానికి ముందే స్టూడియోను సిద్ధం చేసుకోవాలి. అంతేకాక సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను కార్యక్రమంతో సమ్మిళితం చేసేందుకు అవసరమయ్యే సాంకేతిక సదుపాయాలను ఏర్పాటు చేసుకోవాలి.

ఈ దశలోనే ప్రయోక్త బృందంలో ఉన్న ప్రొడక్షన్ / సాంకేతిక సిబ్బందితో కల్సి మెల్సి పని చేయవల్సి ఉంటుంది, కనక తుది రికార్డింగ్ జరిగే ముందు ఒక రిహార్సల్ చేసినట్లైతే బృందంలో సభ్యులందరి మధ్య అవగాహన పెరగడమే కాక, కార్యక్రమంలో పాల్గొనే కళాకారుల ఆత్మ విశ్వాసాన్ని పెంపొందించడానికీ, కార్యక్రమ రూపకల్పనలో మంచి ఫలితాలను సాధించడానికీ వీలవుతుంది.

కార్యక్రమ రూపకల్పన అనంతర దశ

కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ఇది చివరి దశ. కార్యక్రమాన్ని రికార్డ్ చేసిన తరువాత రూపొందించిన కార్యక్రమాన్ని సమీక్ష చేయవలసి ఉంటుంది. ఎందువల్లనంటే ఈ దశలోనే రచనలో గానీ, రికార్డింగ్‌లోగానీ అనవసరమనుకున్న భాగాలను, లేదా రేడియో ప్రసారానికి అభ్యంతరకరమనుకున్న భాగాలను తొలగించవలసి వస్తుంది. ఒక్కోసారి నిర్దిష్ట కార్యక్రమ వ్యవధిని మించినప్పుడు కూడా కొంత భాగాన్ని ఎడిట్ చేయాల్సి ఉంటుంది.

సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను అవసరమైన చోట్ల సమ్మిళితం చేసి తుది కార్యక్రమాన్ని ఒక మాస్టర్ టేపులోకి ఎక్కించి ప్రసారానికి సిద్ధం చేస్తారు.

BRAOU

అభ్యాసం

కార్యక్రమ రూపకల్పనకు ముందు గమనించవలసిన మార్గదర్శకాలు ఏవి?

రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ఏఏ దశలు ఉన్నాయి.

23.4 శ్రవ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పన

శ్రవ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ప్రధాన అంశం ముందుగా రికార్డు చేసిన కార్యక్రమాలను క్యాసెట్ల రూపంలో మార్కెట్‌లోకి విడుదల చేయడం. ఈ విధంగా శ్రవ్య కార్యక్రమాలను రూపొందించేటప్పుడు కొంతకాలంపాటు మనకు ఉపయోగపడే సమాచారాన్ని క్యాసెట్‌లో పొందుపరుస్తున్నామన్న మాట.

మనదేశంలో 1980వ దశకం నుంచీ ఆడియో క్యాసెట్ల సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఈ క్యాసెట్లను వినియోగించడం బహుళ ప్రాచుర్యాన్ని పొందాయి. 1980వ దశకంలో భారత ప్రభుత్వం అనుసరించిన ఉదారవిధానం, ఇతర అభివృద్ధి చెందిన దేశాలలో ముఖ్యంగా జపాన్‌తో ఒక అంగీకారానికి రావటం వల్ల ఆడియో క్యాసెట్ల రూపకల్పనకు మరింత ప్రోత్సాహం లభించింది. ఫలితంగా వేలాది ఆడియో క్యాసెట్లు భారతీయ మార్కెట్లలో అమ్ముడయ్యాయి.

ఆడియో క్యాసెట్లు సంగీత కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ప్రధానంగా వినియోగిస్తున్నారు. సినిమా పాటలు క్యాసెట్ల ద్వారా మార్కెట్లో బాగా చెలామణిలో ఉన్న సంగతి మనందరికీ తెలిసిందే. 1990 దశకంలో విద్యాకార్యక్రమాలలో రూపొందించిన కేసెట్లు విరివిగా లభిస్తున్నాయి. రేడియో నిర్మాణాలే కాకుండా ప్రైవేటు సంస్థలు, విశ్వవిద్యాలయాలు ఈ కేసెట్లను రూపొందిస్తున్నాయి.

సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయాలు, దూరవిద్యాసంస్థలలో విద్యార్థులకు బహుళ మాధ్యమ విద్యలో భాగంగా శ్రవ్య కార్యక్రమాలను రూపొందించి ఆడియో క్యాసెట్లను విద్యార్థులకు అధ్యయనకేంద్రాలలో అందుబాటులో ఉంచడం, ఈ దిశగా కొనసాగిన అభివృద్ధి.

శ్రవ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పన - కొన్ని అంశాలు

రేడియో కార్యక్రమాలూ, శ్రవ్య కార్యక్రమాలు రెండూ దాదాపు ఒకే కోవకు చెందినప్పటికీ రూపకల్పనలోనూ వినియోగ రీత్యా ఆడియో క్యాసెట్లు మరింత విస్తృతమైన పరిధినీ, ప్రయోజనాలను కలిగి ఉన్నాయి. అయితే ఇవన్నీ కూడా ప్రసారేతర మాధ్యమం ద్వారానేనని గుర్తుంచుకోవాలి. ఆడియో కార్యక్రమాల ప్రయోజనాలను పరిశీలించినప్పుడు కొన్నింటిని ఇక్కడ ప్రస్తావించవలసి ఉంది అవి:

శ్రవ్య కార్యక్రమాలు వినియోగంలో శ్రోతలకు/విద్యార్థులకు అవసరమైన స్వేచ్ఛను కల్పిస్తాయి. తమకు ఆసక్తి ఉన్న క్యాసెట్లను ఎంపిక చేసుకుని వారికి అనువైన సమయంలోనూ, ప్రదేశంలోనూ వినిపించవచ్చు. ఆడియో క్యాసెట్లు తమ ఆధీనంలో ఉండటం వల్ల తమ సౌలభ్యం మేరకు ఉపయోగించుకొనే అవకాశం లభిస్తుంది. ఈ విధంగా శ్రవ్య కార్యక్రమాలు వ్యక్తిగత అవసరాలకు అనుగుణంగా ఉండటం వల్ల క్యాసెట్లకు బహుళ ప్రజాదరణ లభించింది.

శ్రవ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో కార్యక్రమాలను రూపొందించే వారికి కూడా అవసరమైన స్వేచ్ఛ

BRAOU

లభిస్తుంది. ముఖ్యంగా సామాజిక, రాజకీయ ఆర్థిక అంశాలపై కార్యక్రమాలను రూపొందించేటపుడు రేడియోలో అయితే కొన్ని నియమాలను పాటించవల్సి ఉంటుంది. అందువల్ల ఆ విషయానికి సంబంధించి అన్ని వాస్తవాలను శ్రోతలకు అందించడం సాధ్యం కాదు.

ఉదాహరణకు: మత కల్లోలాలు, రిజర్వేషన్లు, కులవ్యవస్థ, సామాజిక విలువలు వంటి సున్నితమైన అంశాలపై కార్యక్రమాలను రూపొందించేటప్పుడు శ్రవ్య కార్యక్రమాలు మరింత స్వేచ్ఛను కల్పిస్తాయి.

కార్యక్రమ వ్యవధి విషయంలో కూడా ఆడియో క్యాసెట్లు ప్రయోక్తకు సానుకూలమైన సౌలభ్యాన్ని కల్పిస్తాయి. సాధారణంగా 60 నిముషాలు వ్యవధి ఉన్న క్యాసెట్లో కనీసం 30 నిముషాలు కార్యక్రమాన్ని రూపొందించినప్పటికీ సాధ్యమైనంత ఎక్కువ సమాచారాన్ని శ్రోతలకు అందించే అవకాశం ఉంటుంది. అదే రేడియో కార్యక్రమాలలో అయితే ఇతర కార్యక్రమాల వ్యవధిని బట్టి, ఇతర ఆకాశవాణి కేంద్రాలతో ఉండే రిలే ఏర్పాటును బట్టి కార్యక్రమ వ్యవధిని నిర్ణయించవల్సి ఉంటుంది.

ఆడియో క్యాసెట్ల వినియోగంలో మరో ప్రయోజనం ఏమిటంటే క్యాసెట్‌ను ఎక్కడ కావాలనుకుంటే అక్కడ ఆపి తమకు అవసరమైన రీతిలో అవసరమైన అంశాలను మననం చేసుకుంటూ మళ్లీ వినవచ్చు. శ్రవ్య కార్యక్రమాలు విద్యావసరాలకు తగిన మాధ్యమంగా పేర్కొనవచ్చు. మూడు ప్రపంచదేశాలలో ఈ మాధ్యమం ప్రాచుర్యాన్ని అందుబాటుని బట్టి స్థిరపడింది. విద్యార్థుల అవసరాలకు తగిన విధంగా రూపొందించడం, ఈ క్యాసెట్లు వారికి అందుబాటులో ఉంచడమే కాక వారి వారి వ్యక్తిగత అవగాహనకు తోడ్పడే విధంగా ఉండటం వల్ల ఈ క్యాసెట్లు విద్యార్థులకు ప్రయోజనం కల్పిస్తున్నాయి.

శ్రవ్య కార్యక్రమాలు, రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనకు అయ్యే వ్యయం దాదాపు ఒకే విధంగా ఉంటుంది. ఒక్కసారి మాస్టర్ టేపును లేదా కాపీని తయారు చేసిన తరువాత ఆ కార్యక్రమాన్ని రేడియో ప్రసారానికైనా పంపవచ్చు. లేదా ఆడియో క్యాసెట్‌లోకైనా మార్చవచ్చు. సాంకేతికంగా ఎటువంటి ఇబ్బందులు ఎదుర్కోవలసిన అవసరం రాదు.

BRAOU

23.5 రూప కల్పన దశలు

శ్రవ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పన ప్రక్రియ కూడా దాదాపు రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన ప్రక్రియ మాదిరే ఉంటుంది. మూడు దశల్లో కార్యక్రమం రూపకల్పన కొనసాగడం చూస్తాం. అవి:

1. ప్రణాళిక దశ
2. రూపకల్పన దశ
3. రూపకల్పన అనంతర దశ

ప్రణాళిక దశ

ఈ దశలో కార్యక్రమ ప్రయోక్త ఒక అంశాన్ని ఎంపిక చేసుకుని ఆ అంశానికి సంబంధిత పరిధిని స్పష్టంగా నిర్వచించాలి. కార్యక్రమాన్ని వినే శ్రోతల అవసరాలు, విద్య, వయస్సు, వృత్తి వారి అందుబాటులో ఉండే తీరిక సమయం తదితర అంశాలను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. తరువాత కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ఏ విషయం తరువాత ఏ విషయం రావాలి అనే అంశాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని కార్యక్రమ రచనను చేపట్టాలి. కార్యక్రమం చర్చ, సంభాషణ రూపకం, ఇంటర్వ్యూ ఏ ప్రక్రియలో ఉంటే ఆసక్తికరంగా ఉంటుందో నిర్ధారించుకోవాలి. అనంతరం కార్యక్రమ సమర్పణకు తగిన విధంగా పాల్గొనే కళాకారులను నిర్ణయించి వారితో తాము అనుకున్న రీతిలో కార్యక్రమాన్ని రూపొందించాలి.

ఇదే దశలో కార్యక్రమ రూపకల్పనకు అవసరమయ్యే సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్సను ఎంపిక చేసుకోవాలి.

నిర్మాణ దశ

ఒక నిర్దిష్ట ప్రణాళికను తయారుచేసుకున్న తర్వాత కార్యక్రమాన్ని రికార్డ్ చేసే ప్రక్రియ ప్రారంభమవుతుంది. ఈ దశలో కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు లేదా ప్రయోక్త ఈ క్రింది విధులను నిర్వర్తించవల్సి ఉంటుంది.

రికార్డింగ్ చేసేందుకు అవసరమైన స్టూడియోను సిద్ధంగా ఉంచుకోవడం.

అవసరమైతే సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను సంకలనం చేసేందుకు ప్రత్యేక ఎక్విప్‌మెంట్‌ను సమకూర్చుకోవడం.

బృందంలోని సభ్యులందరికీ అవగాహన కలిగేలా అవసరమనుకుంటే ఒక రిహార్సల్ చేయించాలి.

కార్యక్రమ రూపకల్పన అనంతరదశ

కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ఇది చివరి దశ. రికార్డ్ చేసిన తరువాత మళ్లీ ఒకసారి సమీక్ష జరపాలి. ఎందుకంటే ఈ దశలోనే రచనలో గానీ రికార్డింగ్‌లో గాని అనవసరమనుకున్న భాగాలను తొలగించి అనుకున్న వ్యవధికి సరిగ్గా సర్దుబాటు చేయడం జరుగుతుంది. శ్రవ్యకార్యక్రమాల రూపకల్పన సంకలనంతో సహా పూర్తయిన తరువాత మాస్టర్ క్యాసెట్ నుంచి అవసరమనుకున్న సంఖ్యలో కాపీలను తయారుచేసి మార్కెట్‌లోకి విడుదల చేస్తారు. అదే విద్యాకార్యక్రమాల విషయంలో అయితే విశ్వవిద్యాలయాలు నెలకొల్పిన అధ్యయన కేంద్రాలకు పంపిస్తారు. అక్కడ విద్యార్థులు తమకు అవసరమైన పద్ధతిలో క్యాసెట్లను వినియోగించుకుంటున్నారు.

ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్

రేడియో లేదా శ్రవ్య కార్యక్రమాన్ని రికార్డ్ చేసిన అనంతరం సంకలనం, రచన (స్క్రిప్ట్) పరిశీలన నుంచే ప్రారంభమవుతుంది. ఎందువల్లనంటే కార్యక్రమానికి స్క్రిప్ట్ అందించే రచయిత తనకు అవగాహన ఉన్న విధంగా స్క్రిప్ట్ తయారు చేసుకోవాలి. అయితే ఆ రచన నిర్దేశించిన కార్యక్రమ వ్యవధిని మించి ఉండవచ్చు.

ఉదాహరణకు కార్యక్రమ వ్యవధి 15 నిముషాలు అనుకుందాం. రచన (స్క్రిప్ట్) కూడా 15 పేజీలవరకు ఉంటే ఆ స్క్రిప్ట్‌ను రచయిత ఆమోదంతో సంకలనం చేసి రచనలోని కొన్ని భాగాలను కుదించవల్సి ఉంటుంది.

రేడియో లేదా శ్రవ్య కార్యక్రమ రూపాన్ని (format) బట్టి సంకలనం, డబ్బింగ్ ప్రాధాన్యత వహిస్తుంది. రేడియో నాటకం, రూపకం, డాక్యుమెంటరీల రూపకల్పనలో సంభాషణలు, వ్యాఖ్యానాలు మాత్రమే కాక సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను సమ్మిళితం చేయవల్సి ఉంటుంది.

ఉదాహరణకు రేడియో నాటకంలో ఒక పాత్ర అతివిషాదమైన డైలాగ్స్ చెబుతున్నప్పుడు నేపథ్యంలో అంతే విషాదంతో కూడుకున్న సంగీతాన్ని సూపర్ ఇంపోజ్ చెయ్యాల్సి ఉంటుంది. అటువంటి సందర్భాలలో సంకలనం ఒక్కటే మార్గం.

అదే విధంగా ఒక రూపకం తయారు చేస్తున్నపుడు రూపకం నిర్వహణలో ప్రయోక్త లేదా కార్యక్రమ నిర్వాహకుని వద్ద మౌలికంగా వ్యాఖ్యానం ఉంటుంది. అయితే రూపకంలోని కొన్ని భాగాలను స్టూడియో వెలుపల ఏదో ఒక నది ఒడ్డునో, రోడ్డు ప్రక్కనో లేదా ఒక గ్రామంలో ఇంటర్వ్యూలు రికార్డు చేశారనుకుందాం. అటువంటి సందర్భంలో వ్యాఖ్యాతతో స్టూడియోలో రికార్డు చేసిన వ్యాఖ్యానాన్ని స్టూడియో బయట రికార్డు చేసిన ఇంటర్వ్యూలను, సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌ను సమ్మిళితం చేయాలంటే సంకలనం తప్పనిసరి ప్రక్రియ.

రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం కనుక శబ్దం ఈ మాధ్యమంలో ఎంతటి ప్రాధాన్యాన్ని కలిగి ఉందో, నిశ్శబ్దం కూడా అంతే ప్రాధాన్యత సంతరించుకుంటుంది. ఒక పదిక్షణాల కంటే ఎక్కువ రేడియో నిశ్శబ్దంగా ఉంటే శ్రోతలలో ఉత్సుకత, ఆందోళన పెరుగుతుంది. అయితే ఈ మాధ్యమానికి అనువుగా నిశ్శబ్దాన్ని కూడా అర్థవంతంగా మార్చగల శక్తి, సామర్థ్యం, అవకాశాన్ని కల్పించే సాధనం సంకలనం.

BRAOU

అభ్యాసం

'శ్రవ్య కార్యక్రమాలు ప్రసారేతర కార్యక్రమాలు' సమర్థించండి.

విద్యా కార్యక్రమాలకు ఆడియో కార్యక్రమాలు చాలా అనువుగా ఉంటాయి. ఎందుచేత?

BRAOU

23.6 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- రేడియో, ఆడియో శ్రవ్యమాధ్యమాలే.
- రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనకు ముందు కొన్ని ముఖ్య అంశాలు దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. అవి - కార్యక్రమ ఉద్దేశం, భాష, కార్యక్రమం వ్యవధి, శ్రోతల అభిరుచి వంటివి. ఆడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలోను ఇంచుమించు ఇదేరకమయిన అంశాలు కనిపిస్తాయి. విద్యా కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో బోధనకు సంబంధించిన అంశాలను, కార్యక్రమంలో విషయపరిజ్ఞానం అమరికను పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి.
- రేడియో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో మూడు నిర్మాణదశలు ఉంటాయి. అవి ప్రణాళిక, నిర్మాణం, నిర్మాణ అనంతర దశలు. ఆడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలోను ఇవే దశలు కనిపిస్తాయి. రేడియో, ఆడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో సారూపత్యలతోపాటు, కొన్ని వైవిధ్యాలు ఉంటాయి. అయితే ఇవి ప్రధానంగా కార్యక్రమం నుంచి మనం ఆశించే ప్రయోజనాల మీద ఆధారపడి ఉంటాయి.
- రేడియో ప్రసారమాధ్యమం అయితే ఆడియో ప్రసారేతర మాధ్యమం. విద్యాకార్యక్రమాలకు ఆడియో కేసెట్లు బాగా ఉపకరిస్తాయి. విద్యార్థులకు అధ్యయనపరంగా ఎంతో సౌకర్యంగానూ, సౌలభ్యంతోను ఈ కేసట్ల వినియోగం ఉంటుంది. సార్వత్రిక విద్య లోనూ, దూర విద్యా విధానంలోనూ ఆడియో కార్యక్రమాల వినియోగం కీలకమైన అంశంగా గుర్తించవచ్చు.

23.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. రేడియో, ఆడియో కార్యక్రమాలలో రూపకల్పనలో వివిధ నిర్మాణదశలను వర్ణించి, వ్యత్యాసాలను వివరించండి.
2. విద్యాకార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ఆడియో కేసెట్లు విద్యార్థులకు ఏ విధంగా తోడ్పడుతున్నాయో విశ్లేషించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. 'ఆడియో ప్రసారేతర మాధ్యమం' - విశ్లేషణ చేయండి.
2. ప్రణాళిక దశలో నిర్మాత చేయవలసిన పనులేమిటి?

BRAOU

భాగం 24 నిర్మాణ దశలు

విషయ క్రమం

24.0 ఉద్దేశం

24.1 ప్రవేశిక

24.2 రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక

24.3 ప్రణాళిక ప్రక్రియ

24.4 కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపకల్పన

అభ్యాసం

24.5 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

24.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

23.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది అంశాల్ని వివరించగలుగుతారు.

- రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక ఆవశ్యకత, ప్రాధాన్యం.
- ప్రణాళిక ప్రక్రియకూ రచయితకూ, ప్రయోక్తకు, భౌతిక సదుపాయాలకూ మధ్య ఉండే సంబంధం
- కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక లోని వివిధ అంశాలు.

23.1 ప్రవేశిక

మనం ఇంతకు ముందు రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన ప్రక్రియను గురించి క్లుప్తంగా తెలుసుకున్నాం. రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో పాటించవలసిన కొన్ని నియమాలనూ, రూపకల్పనలో ప్రక్రియలో ఉన్న వివిధ దశలనూ మీరు అవగాహన చేసుకున్నారు. రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాల రూపకల్పన ఒక వృత్తిగా ఎంపిక చేసుకునే విద్యార్థులుగా మీరు అందుకు అనుబంధమైన మరికొన్ని అంశాలను కూడా తెలుసుకున్నప్పుడే మీలో వృత్తి నైపుణ్యాభివృద్ధికి సంబంధించిన దృక్పథం ఏర్పడుతుంది.

ఈ భాగంలో రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనకు అనుబంధమైన రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికను రూపొందించడమెలా? వివరణ పట్టికను తయారుచేయడమెలా? సర్వశక్తులను ధారపోసి రూపొందించిన కార్యక్రమాలను భద్రపరచడంలో అనుసరించవలసిన ప్రధాన అంశాలేవి? వీటిని గురించి తెలుసుకుందాం.

రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక రూపకల్పన, వివరణ పట్టిక తయారుచేయడం వంటి అంశాలపై ఇంతవరకూ తెలుగులో ఎటువంటి పుస్తకాలూ వెలువడలేదు. అందువల్ల రేడియో, టెలివిజన్లలో పాటించేకొన్ని పద్ధతులను, అనుసరించే విధానాలనూ ఒక అనుభవంగా పరిగణనలోకి మనం తీసుకొని అవసరమైన చోట్ల తగు ఉదాహరణలను పొందుపరుస్తున్నాం.

రేడియో కార్యక్రమాలకు ఒక ప్రణాళిక అవసరమా? వివరణ పట్టిక లేకపోతే మాత్రం ఏమౌతుంది? రేడియో కార్యక్రమాలను ఎందుకు భద్రపరచాలి? అనే సందేహాలు మీలో కొంతమందికి కలగవచ్చు. ఇటువంటి ప్రశ్నలనూ, సందేహాలనూ నివృత్తి చేయడానికీ, ఒక అవగాహన ఏర్పరచడానికీ ఒక ఉదాహరణ చూద్దాం.

అది వర్షాకాలం, దాదాపు ఆంధ్రప్రదేశ్ అంతటా వర్షాలు ఎడతెరపిలేకుండా కురుస్తున్నాయి. రాష్ట్రమంతటా వరద పరిస్థితులు ఏర్పడ్డాయి. ఆరోజు రేడియోలో -

BRAOU

"వానల్లు కురవాలి వానదేముడా
వరిచేలు పండాలి వానదేముడా"

అన్న పాట ప్రసారమవుతుంది. డ్యూటీలో ఉన్న డ్యూటీ అధికారి పరిగెత్తుకెళ్ళి ఎనౌన్సర్‌కు చెప్పి ఆ టేపు మార్పించి వేరే పాటను ప్రసారం చేయవలసిందని కోరాడు. లేకపోతే బయటనుంచి ఫోన్లు, ఉత్తరాలు రేడియోస్టేషన్‌కు రావచ్చు. అసలే వర్షాలతో, వరదలతో రాష్ట్ర ప్రజలు నానా ఇక్కట్లు పడుతుంటే ఇంకా వానలు పడాలని రేడియోలో పాటల ప్రసారం. ఇటువంటి కనీస పరిజ్ఞానం రేడియో కార్యక్రమాల్ని రూపకల్పన చేయాలనుకునే మీకు చాలా అవసరం. మనం రేడియో వింటున్నప్పుడు ప్రతిరోజూ ప్రసార విశేషాలు చెబుతుంటారు. అంటే రేడియో ప్రసారం మొదలైన దగ్గర నుంచీ ప్రసారం పూర్తయ్యే వరకు ఆనాటి కార్యక్రమాలన్నింటినీ ఎనౌన్సర్ వివరిస్తారు. అంటే ఏ సమయానికి ఏ కార్యక్రమం ప్రసారమో, ప్రసార వ్యవధి ఎంత? తరువాత కార్యక్రమం ఎప్పుడుమొదలవుతుందీ అనే విషయంలో ఒక యోజన రేడియో అధికారులకు ఉంటుందనేది స్పష్టమౌతుంది. అలాకాని పక్షంలో రేడియో అధికారులకు ఎప్పుడు ఏదితోస్తే ఆ కార్యక్రమాన్ని ప్రసారం చెయ్యవచ్చు కదా అంటే రేడియోలో మనం వినే కార్యక్రమాలు అన్నీ కూడా సమయంతో ముడిపడి ఉన్నాయని. ఏ సమయానికి ఏ కార్యక్రమం ప్రసారం కావాలో అనే విషయంలో ఒక పథకం లేకపోతే రేడియో ప్రసారాలు అస్తవ్యస్తంగా చుక్కానిలేని నావలా ప్రయాణించి అనుకున్న ఫలితాలను సాధించలేము. ఇటువంటి అస్తవ్యస్త పరిస్థితులను అధిగమించాలంటే రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పన, ప్రసారం చేసే విషయంలో ఒక ప్రణాళిక తప్పనిసరి.

మొదట రేడియో కార్యక్రమ ప్రణాళికను గురించి, రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక రూపొందించడంలో ప్రభావితం చేసే కొన్ని అంశాలను పరిశీలిద్దాం.

BRAOU

24.2 రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక

రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికను రూపొందించేటప్పుడు శ్రోతల ఆశలను, అభిలాషను, ఆశయాలను దృష్టిలో ఉంచుకుని కార్యక్రమ ప్రణాళికను తయారు చేయాలి. శ్రోతలు ఎటువంటి కార్యక్రమాలు ఉండాలని లేదా ఉంటే బాగుంటుందని కోరుకుంటారో అటువంటి కార్యక్రమాలనే ప్రవేశపెట్టాలి. ఆ విధంగా చేయడం ద్వారా వారి ఆశలనూ, ఆసక్తులనూ పరిగణనలోకి తీసుకున్నట్లవుతుంది. రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికను రూపొందించేటపుడు స్థానిక ప్రజల భాషను, అలవాట్లను దృష్టిలో ఉంచుకుని కార్యక్రమాలను ప్రవేశపెట్టాలి. ఉదాహరణకు ఇటీవల మనరాష్ట్రమంతటా స్థానిక రేడియో కేంద్రాలను కేంద్ర సమాచార, ప్రసార మంత్రిత్వశాఖ నెలకొల్పడం జరిగింది. ఈ స్థానిక రేడియో కేంద్రాలు దాదాపు జిల్లాకు ఒకటి చొప్పున ఇప్పటికే కొన్ని ప్రాంతాల్లో పనిచేయడం ప్రారంభించాయి. ఇటువంటి స్థానిక రేడియో కేంద్రాలు ఉన్న ప్రాంతాల్లో వివిధ భాషలు మాట్లాడే ప్రజలు ఉన్నట్లైతే ఆయా భాషలలో కార్యక్రమాలను రూపకల్పన చేయవలసి ఉంటుంది. అదే విధంగా స్థానిక ప్రజల సంస్కృతినీ, నమ్మకాలనూ, మనోభావాలనూ, అలవాట్లనూ, వృత్తులనూ పరిగణనలోకి తీసుకుని కార్యక్రమ ప్రణాళికను రూపొందించడం సదాశ్రేయస్కరం. స్థానిక ప్రజల సంస్కృతిని ప్రతిబింబించే కార్యక్రమాలు వారి మనో భావాలను ప్రభావితం చేస్తాయి. వృత్తులను పరిగణనలోకి తీసుకోవడం ద్వారా ఆ ప్రాంతంలో అత్యధికులు ఏ వృత్తిపై ఆధారపడి జీవనం గడుపుతున్నారో ఆ వృత్తులకు సంబంధించిన సమాచారాన్ని అందించడం ద్వారా రేడియో ఆశించిన ప్రయోజనాలను సాధించినట్లవుతుంది. రేడియోలో మనం రోజూ వినే 'వ్యవసాయదారుల కార్యక్రమం' ఒక చక్కని ఉదాహరణ. మనదేశంలో అత్యధికులు గ్రామీణ ప్రాంతాల్లో జీవనం గడుపుతున్నారు. గ్రామీణ ప్రజల్లో అత్యధికుల వృత్తి వ్యవసాయం. అందువల్లే రేడియోలో ప్రతి ఉదయం, సాయంత్రం వ్యవసాయ కార్యక్రమాలకు తగిన సమయాన్ని కేటాయించి ప్రజల వృత్తికి సంబంధించిన విలువైన వివరాలను అందజేయడం వల్ల వారికి తగిన ప్రాతినిధ్యాన్ని కల్పించినట్లవుతుంది. అలాగే స్థానిక ప్రజల వినోదపు అలవాట్లు, సంగీతం, సాహిత్యం తదితర విషయాలను దృష్టిలో ఉంచుకుని కార్యక్రమ ప్రణాళికను తయారుచేయాలి. ఉదాహరణకు కొన్ని ప్రాంతాల్లో ప్రజలకు ఈనాటి సంగీత విద్వాంసులు పాడే సంగీతంతో ఏ మాత్రం సంబంధం లేదు. ఆస్థానికులకు తెలిసినదే, పాడుకునేదే సంగీతం. ముఖ్యంగా కొన్ని ఆదివాసి ప్రాంతాల్లో నివసించే ప్రజలకు వారి

తెగల్లో అనునిత్యం పాడుకునేదే సంగీతం. అది జానపదం కావచ్చు లేదా ఆదివాసీ సంగీతం కావచ్చు. అటువంటి ప్రాంతాల్లో రేడియో కార్యక్రమాలురూపొందించేటపుడు ఆ ప్రజల సంగీతాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని స్థానిక కళాకారుల సహకారంతో కార్యక్రమం తయారు చెయ్యాలి. ఇంతవరకు మనం చర్చించిన అంశం కాకుండా ఆయా ప్రాంతాల్లో ఉండే స్థానిక ప్రజల మానసిక భావాలను ఎప్పటికప్పుడు పరిగణనలోకి తీసుకుని కార్యక్రమ ప్రణాళికను రూపొందించడం ఆదర్శప్రాయం ఇందుకు కార్యక్రమాలు రూపకల్పన చేసే ఉద్యోగులలో చొరవ, సాహసం, అంకితభావం ఉన్నప్పుడే కొత్త భావాలు అంకురిస్తాయి. తద్వారా రేడియో కార్యక్రమాలు ప్రజలకు చేరువవుతాయి. పదికాలాలపాటు మనగలుగుతాయి. ఇంతవరకూ మనం రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికను రూపొందించేపుడు పరిగణనలోకి తీసుకోవల్సిన అంశాలను చర్చించాం. ఇపుడు అత్యంత ప్రధానమైన ప్రణాళిక ప్రక్రియను గురించి వివరంగా తెల్సుకుందాం.

24.3 ప్రణాళిక ప్రక్రియ

రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళిక ప్రక్రియ ప్రయోక్త మనస్సులో మెదిలే భావనతో ప్రారంభమౌతుంది. ఆ భావనకు ఒక రూపం ఇచ్చేది రచయిత. ప్రయోక్త లేదా కార్యక్రమ నిర్వహణాధికారి సూచించిన ప్రకారం రచయిత స్క్రిప్టుకు తుదిరూపం ఇస్తాడు. ఉదాహరణకు ఒక రేడియో రూపకం రూపొందించడానికి రచయిత స్క్రిప్టు ఇచ్చిన తర్వాత ప్రయోక్త ఆ కార్యక్రమాన్ని రికార్డు చేయడానికి అవసరమైన భౌతిక సదుపాయాలను, వనరులను సమకూర్చుకోవల్సి ఉంటుంది. కార్యక్రమాన్ని కొంత భాగం స్టూడియోలోను, కొంత భాగం బయట చిత్రీకరణ (Location Recording) చేయవలసినపుడు కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు/ప్రయోక్త అవసరమైన వనరులను, సదుపాయాలను ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. అందుకు అవసరమైన స్టూడియో ఎక్విప్‌మెంట్, సహకార కార్యక్రమసిబ్బంది, కార్యక్రమంలో పాల్గొనే కళాకారులను ఎంపిక చేసుకోవడం మొదలైన విషయాలపై దృష్టి కేంద్రీకరించాలి. బయట చిత్రీకరణ (location recording) చేయడానికి ముందు అవసరమైతే ఒక ఫీల్డ్ సర్వే జరిపి అక్కడ ఎవరితో ఎంత సేపు రికార్డు చేయాలి అన్న విషయాన్ని ముందుగా నిర్ణయించుకోవాలి. ఒకవేళ ఆ కార్యక్రమంలో ఎవరైనా ప్రఖ్యాత రచయితో, కళాకారుడో లేదా ఇంకెవరైనా ప్రసిద్ధ వ్యక్తుల అభిప్రాయాలను రికార్డ్ చేయవల్సి వచ్చినపుడు ముందుగా వారి వద్ద అనుమతి తీసుకోవాలి. తాము ఎప్పుడు రికార్డ్ చేయడానికి వచ్చేదీ టైమ్‌తో సహా తెలియజేయాలి లేదా వారిని స్టూడియోకి పిలిచినట్లైతే వారు వచ్చే సమయానికి సిద్ధంగా ఉండాలి. అలాగే కార్యక్రమ రికార్డింగ్ కోసం బయట ప్రదేశాలకు వెళ్లవలసివచ్చినపుడు ప్రయాణానికి అవసరమైన వాహన సౌకర్యం, ఎక్విప్‌మెంట్, బ్యాటరీలు తదితర సౌకర్యాలను ముందుగా ఏర్పాటు చేసుకోవాలి. తరచుగా కార్యక్రమ ప్రయోక్త, డైరక్టర్‌గా కూడా వ్యవహరించడం జరుగుతుంది. కనక అవసరమైతే కళాకారులతో రిహార్సల్స్ చేయించవల్సి ఉంటుంది. ఈ మొత్తం ప్రక్రియ సమన్వయం చేసేందుకు ప్రయోక్తకు ప్రొడక్షన్ అసిస్టెంట్ తోడ్పడుతాడు. అలాగే కార్యక్రమ రూపకల్పనకు అవసరమైన ఆర్థిక వనరులను ముందుగా అంచనా వేసి పై అధికారుల వద్ద మంజూరు చేయించుకోవల్సి ఉంటుంది. రికార్డింగ్‌కు ఉద్యుక్తులవడానికి ముందు ప్రయోక్త అవసరమైన కళాకారులు నిపుణులను గుర్తించి ఎంపిక చేసుకోవాలి. వాస్తవానికి కార్యక్రమం అనుకున్న రీతిలో రూపొందించడానికి అవసరమైన కళాకారులను ఎంపిక చేసుకోవడంలోనే ప్రయోక్త తెలివితేటలు వెల్లడవుతాయని కొందరి అభిప్రాయం.

రేడియో కార్యక్రమాలను ప్రధానంగా స్టూడియోలోనే కాకుండా బయట ప్రదేశాలలో రికార్డ్ చేసినపుడు బయట ప్రదేశాలలో ఉన్న వాస్తవ పరిస్థితులను యథాతథంగా రికార్డ్ చేయవచ్చు. అయితే రచనకు అనుగుణంగా రికార్డ్ చేయించుకోవాలి. అదేవిధంగా బయట ప్రదేశాలలో రికార్డ్ చేసిన కొన్ని భాగాలు ప్రసారానికి అనువుగా లేనపుడు ఆభాగాలను తొలగించి ప్రసారానికి అనువైన భాగాలను మాత్రమే వాడుకోవాలి. అందుకే ఏ కార్యక్రమాన్నైనా మనం బయట రికార్డ్ చేసిన భాగాల్లో 1/3 వంతు భాగాన్ని మాత్రమే మనం ఉపయోగించుకోవచ్చు.

24.4 కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపకల్పన

రేడియోలో ప్రసారమయ్యే ప్రతి అంశమూ వివరణ పట్టికను అనుసరించే ఉంటుంది. ఈ కార్యక్రమ

BRAOU

వివరణ పట్టికలో నిమిష నిమిషానికి చేపట్టే అంశాల్ని సవివరంగా పేర్కొనటం జరుగుతుంది. ఈ కార్యక్రమ వివరణ పట్టికలో ఉన్న కార్యక్రమాలే రేడియోలో ప్రసారం చేస్తారు. అందువల్ల కార్యక్రమ నిర్వాహకులు లేదా ప్రయోక్త ముందుగా ప్రణాళికను సిద్ధం చేసుకుని స్టేషన్ డైరెక్టర్ అనుమతి తీసుకుని తదుపరి 3 నెలల్లో ప్రసారం చెయ్యబోయే కార్యక్రమాల వివరాలను సిద్ధంగా ఉంచుకోవడం జరుగుతుంది. అవసరమైతే కొన్ని సందర్భాల్లో ఎంపిక చేసుకున్న కళాకారులు లేదా నిపుణుల చేత ముందుగానే కార్యక్రమాలను రికార్డ్ చేయడం జరుగుతుంది.

కార్యక్రమాలను సెక్షన్ల వారీగా విభజించి కార్మికుల కార్యక్రమం, యువవాణి, నాటకం, తెలుగు ప్రసంగాలు, బాలలు, స్త్రీల కార్యక్రమాలు, క్రీడారంగం వంటి ఒక్కో విభాగానికి ఒక్కో కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు లేదా ప్రయోక్తకు బాధ్యతలు అప్పగించడం వల్ల ఎవరి విభాగానికి చెందిన కార్యక్రమ వివరాలను వారు ఏ రోజు కా రోజు కార్యక్రమ నిర్వాహకుడు (సమన్వయం) వారికి అందజేయడం జరుగుతుంది. వివరణ పట్టిక రూపొందించడం లోనే రేడియో కేంద్ర పేరుప్రతిష్టలు ఇనుమడిస్తాయని చెప్పవచ్చు. ఎందుకంటే రేడియోలో కార్యక్రమాలు మొత్తం సమాజాన్ని ప్రతిబింబించేవిగాను ప్రతివర్గానికి ప్రాతినిధ్యం కల్పించేవిగాను ఉండాలి. కాబట్టి ఈ విధంగా కార్యక్రమ ప్రణాళిక (Schedule) రూపొందించడమంటే కత్తి మీద సాము చెయ్యడమన్నమాటే. అన్ని వర్గాల ప్రజల అభిమతాన్ని తీర్చేందుకు ఆకాశవాణి కార్మికులకు, కర్షకులకు, స్త్రీలు, బాలలు యువజనుల కోసం కార్యక్రమాన్ని ప్రసారం చేస్తోంది. అయితే సమాజంలో వస్తున్న మార్పులకు అనుగుణంగా ఆకాశవాణి తన కార్యక్రమాల రూపురేఖలను తరచూ మార్పు చేస్తుండటం మనం గమనిస్తూనే ఉన్నాం. ఈ కార్యక్రమాలు మారుతున్న సమాజపు తీరుతెన్నులను ప్రతిబింబించేవిగా తమ కార్యక్రమాలు ఉండాలన్నదే ఆకాశవాణి అభిమతం కావచ్చు. ఉదాహరణకు ఆకాశవాణి ఇటీవల టెలిఫోన్‌లో ముఖాముఖి అన్న కార్యక్రమాన్ని ప్రవేశపెట్టింది. ఇటువంటి కార్యక్రమాలు మారుతున్న సమాజంలో ప్రజల ఆశలనూ, ఆకాంక్షలనూ తీర్చే విధంగా ఉంటాయనడంలో ఎటువంటి సందేహమూ లేదు. మామూలు పరిస్థితుల్లో రేడియో ప్రసారవివరాల పట్టిక రూపకల్పన గురించి కొన్ని ముఖ్యాంశాల్ని తెలుసుకున్నాం కదా. అయితే కొన్ని ప్రత్యేక సందర్భాల్లో సంక్షోభ సమయాలలో రేడియో కార్యక్రమాలు మార్పులు చేర్పులకు గురవుతుంటాయి. అటువంటి సందర్భాలలో ప్రణాళిక కొంత కష్టంతో కూడుకున్నదే. ఉదాహరణకి జాతీయ పర్వదినాలు జరుపుకుంటున్నపుడు అంతకు ఒకరోజు ముందు నుంచే ఆ సందర్భానికి, అనువైన, సముచితమైన కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేయవల్సి రావచ్చు. స్వాతంత్ర్య దినోత్సవ వేడుకలు ఆగస్ట్ 15వ తేదీన జరుపుకునే నేపథ్యంలో ఆగస్ట్ 14 వ తేదీ రాత్రి ప్రధానమంత్రి జాతి నుద్దేశించి రేడియోలో చేసే ప్రసంగ ప్రసారం, అన్ని స్థానిక భాషల్లోకి ప్రధాని ప్రసంగాన్ని తర్జుమా చేసి రేడియోలో ప్రసారం చెయ్యడం ద్వారా అనాటి రేడియో కార్యక్రమాల రూపురేఖలే మారిపోతాయి. ఆగస్ట్ 15వ తేదీ ఉదయం ఢిల్లీలోని ఎర్రకోట వద్ద ప్రధానమంత్రి చేతుల మీదుగా జరిగే జాతీయ పతాకావిష్కరణ కార్యక్రమంపై ప్రత్యక్ష ప్రసారం, వివిధ రాష్ట్రాల్లో రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రులు పాల్గొనే జాతీయ పర్వదిన వేడుకలు పై రేడియో నివేదికలు అదే విధంగా జాతీయోద్యమంలో పాల్గొన్న వారి అనుభవాలు లేదా ప్రముఖ నాయకులతో కలిసి పని చేసిన వారి సహచరుల అనుభవాలతో కార్యక్రమాల్ని ప్రసారం చెయ్యడం. జనవరి 25వ తేదీ రాత్రి రాష్ట్రపతి జాతి నుద్దేశించి చేసే ప్రసంగాన్ని ప్రసారం చెయ్యడం, ప్రసంగ పాఠాన్ని ముందుగా రప్పించి స్థానిక భాషల్లోకి అనువదించి ప్రసారం చెయ్యడం వంటివి ప్రత్యేక సందర్భాలుగా పేర్కొనవచ్చు.

అలాగే హైదరాబాద్‌లో అంతర్జాతీయ చలనచిత్రోత్సవం జరుగుతుందనుకోండి. ఆ సందర్భాన్ని పురస్కరించుకొని ప్రారంభ వేడుకలపై రేడియో నివేదిక ప్రసారం చేయడం, ప్రతి రోజూ జరిగే చలన చిత్రాల ప్రదర్శన (Screening) గురించి సారాంశాన్ని (Resume) శ్రోతలకు అందజేయడం. అదేవిధంగా చలనచిత్ర పరిశ్రమకు చెందిన ప్రముఖ నిర్మాతలు, దర్శకులు, రచయితలు, కళాకారులతో ఇంటర్వ్యూలు రికార్డ్ చేయడం ద్వారా ఆ వేడుకల గురించి ప్రజలకు అవగాహన కల్గించడం లాంటివి రేడియో కార్యక్రమాలలో ప్రత్యేక అకర్షణలుగా నిలుస్తాయని పేర్కొనవచ్చు.

సంక్షోభ సమయాల్లో కూడా రేడియో కార్యక్రామాల్లో గణనీయమైన మార్పులూ, చేర్పులూ చోటు చేసుకుంటాయి. ఉదాహరణకి దేశంలో ఏదైనా ప్రాంతంలో వరదలు, అంటు వ్యాధులు, భూకంపాలు తదితర ప్రకృతి వైపరీత్యాలు జరిగినపుడు రేడియోలో ప్రజలకు ఉపయోగపడే సమాచారాన్ని అందించడం, ప్రజలను

BRAOU

అప్రమత్తం చేయడం వంటివి ప్రజలను సురక్షిత ప్రాంతాలకు తరలివెళ్ళేందుకు హెచ్చరికలు జారీ చేయడం కూడా ప్రకృతి వైపరీత్యాలు జరిగినపుడు జరిగే మార్పులు అదేవిధంగా అంటు వ్యాధులు ప్రబలినపుడు ప్రజలను ఆ వ్యాధి గురించి విద్యావంతులుగా చేయడం అంటే వ్యాధి నిర్మూలన గురించి నిపుణులతో సలహాలు, ఇంటర్వ్యూలు ప్రసారం చెయ్యడం ద్వారా కొన్ని మార్పులు చేర్పులు చేయవలసి రావచ్చు.

ప్రముఖ నాయకులు ఎవరైనా మృతి చెందినపుడు భారతప్రభుత్వం లేదా రాష్ట్ర ప్రభుత్వాలు ఆ నాయకుని మృతికి సంతాపం ప్రకటించిన పక్షంలో రేడియో కార్యక్రమాల పూర్తి రూపురేఖలు మార్పుకు గురవుతాయి. అటువంటి సందర్భాలకు అనువైన కొన్ని కార్యక్రమాలను ఆకాశవాణి ఎల్లవేళలా సిద్ధంగా డ్యూటీ రూమ్‌లో ఉంచడమే కాక సంతాప దినాలలో ప్రసారం చేయడానికి అనువుకాని వినోద కార్యక్రమాలను రద్దు చేయడం కూడా ఇందులో అంతర్భాగమే. ఏదైనా కార్యక్రమంపై ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, ప్రత్యక్ష వ్యాఖ్యానాలు ప్రసారం చేయవల్సి వచ్చినప్పుడు కూడా ఎంతో సమన్వయం అవసరం. అటువంటి సందర్భాలలో అవసరమైతే కొన్ని వారం వారం తప్పనిసరిగా ప్రసారం చేయటానికి నిర్దేశించిన కార్యక్రమాల్ని సైతం రద్దు చేయవల్సిరావచ్చు. ఇక క్రీడారంగానికి వస్తే ప్రత్యక్ష వ్యాఖ్యానాలు ఉన్నప్పుడు ఆట పూర్తయ్యేంత వరకూ ప్రత్యక్ష వ్యాఖ్యానాలు కొనసాగించాల్సి ఉంటుంది. ఆట మధ్యలో ఏకారణం చేతనైనా అంతరాయం ఏర్పడినపుడు, ఆట సమయానికి తగినట్లుగా మార్పులు చేయవల్సి ఉంటుంది.

ఆకాశవాణి కార్యక్రమాల్లో కొంత శాతం కార్యక్రమాలు రాష్ట్రంలోని వివిధ ఆకాశవాణి కేంద్రాల మధ్య సమన్వయంతో నిర్వహించడం జరుగుతుంది. ఇటువంటి సందర్భాలలో ఏవారం, లేదా ఏ రోజు కార్యక్రమం ఏ ఆకాశవాణి కేంద్రం ప్రసారం చేస్తుంది. అన్న విషయంలో స్పష్టమైన అవగాహన ఉంటుంది.

ఉదాహరణకు ఆదివారం మధ్యాహ్నం 3 గంటలకు ప్రసారమయ్యే రేడియో నాటకం విషయాన్నే పరిశీలిద్దాం. నెలలో మొదటివారం హైదరాబాద్, రెండవవారం విజయవాడ మూడవ వారం కడప అలా రాష్ట్రంలోని అన్ని ఆకాశవాణి కేంద్రాలూ వంతుల వారీగా వారానికి ఒక కేంద్రం నిర్వహించడం మిగతా ఆకాశవాణి కేంద్రాలు నాటకాన్ని రిలే చేయడం జరుగుతోంది. అదే విధంగా ఆకాశవాణి ఇటీవలి కాలంలో ప్రారంభించిన 'రేడియో బ్రిడ్జి' కార్యక్రమం - రాష్ట్రంలోని వివిధ ఆకాశవాణి కేంద్రాలు ఒకే అంశంపై ఆయా ప్రాంతాల్లోని నిపుణులతో ఒక సమన్వయకర్త ఆధ్వర్యంలో ఈ కార్యక్రమాన్ని నిర్వహిస్తున్నారు. కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపొందించడంలో అనుసరించే నియమావళి మాత్రం స్థూలంగా ఉంటుంది.

BRAOU

అభ్యాసం

ప్రణాళిక ప్రక్రియ అంటే ఏమిటో తెల్పండి.

24.5 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలోను, ప్రసారం సంబంధం గానూ ఒక ప్రణాళిక తప్పని సరి.
- వీడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికను రూపొందించే ముందు శ్రోతల సామాజిక స్వభావాన్నీ, ఆకాంక్షలనూ గుర్తుంచుకోవాలి.
- కార్యక్రమం అనుకున్న రీతిలో రూపొందటానికి అవసరమైన సాధన సంపత్తినీ, కళాకారులను సమకూర్చుకోవాలి.
- ప్రణాళిక ప్రక్రియలో రచయిత, ప్రయోక్త లేదా కార్యనిర్వహణాధికారి వనరులు ప్రాధాన్యం వహిస్తాయి.
- కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపకల్పన నిమిష నిమిషానికి చేపట్టే అంశాలలో కూడి ఉంటుంది. సందర్భాన్ని బట్టి మార్పులకులోను కావచ్చు.

24.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తుల్లో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రణాళిక ప్రక్రియను వివరించండి.
2. కార్యక్రమ వివరణ పట్టిక రూపకల్పనలో ఎదురయ్యే సాధక బాధకాలను చర్చించండి.

కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తుల్లో సమాధానాలు యివ్వండి

1. ఎనౌన్సరుకు ఒక యోజన ఎందుకు అవసరమో తెల్పండి.
2. రేడియో కార్యక్రమాల ప్రణాళికలో ఏ అంశాలు పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి.

BRAOU

భాగం 25 టెలివిజన్, వీడియో - సమష్టి బాధ్యత

విషయ క్రమం

25.0 ఉద్దేశం

25.1 ప్రవేశిక

25.2 సమిష్టి బాధ్యత - మౌలికాంశాలు

25.3 నిర్మాణ రచన

అభ్యాసం

25.4 చిత్రీకరణ

అభ్యాసం

25.5 ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్

అభ్యాసం

25.6 సమష్టి బాధ్యత

25.7 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

25.8 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

25.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం అధ్యయనం చేసిన తరువాత మీరు కింది విషయాలను విశ్లేషించగలుగుతారు.

- టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో సమష్టి బాధ్యతకు చెందిన మూలక అంశాలు.
- కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రధాన దశలు. ఆయా దశల్లో పాల్గొనే నిర్మాణ బృందం చేపట్టే కార్యకలాపాలు. నిర్మాణ బృందం లోని వివిధ కేటగిరీ సభ్యుల మధ్య గల అల్లిక.
- కార్యక్రమం నాణ్యవంతమైనదిగా రూపొందటానికి కావలసిన సమష్టి కృషి.

BRAOU

25.1 ప్రవేశిక

టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో ప్రధానంగా తెలుసుకోవలసిన మౌలికాంశాలు, గమనించవలసిన మెళకువలు, తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు, టెలివిజన్ ప్రధానంగా దృశ్య మాధ్యమం అయినా, సినిమా కన్నా కొంత భిన్నమైనది కనుక, గమనించవలసిన ప్రత్యేకాంశాలు, ఎదుర్కొనే చిక్కులు ముందు జాగ్రత్తలు మొదలైన అంశాలు తెలుసుకుందాం.

25.2 సమిష్టి బాధ్యత - మౌలికాంశాలు

'భిన్నత్వంలో ఏకత్వం' అనే మాటకు మన భారతదేశాన్ని ఉదాహరణగా చెబుతాం మనం. 'సమైక్యత' అన్న మాటకు కూడా సంకేతంలా మనదేశాన్ని చెబుతాం మనం. అలాగే, టెలివిజన్ కార్యక్రమాన్ని కూడా ఒక సంకేతంలా చెప్పుకోవచ్చు. ఎందుకంటే, భిన్నభావాలు, విభిన్న సంస్కృతులు కలిగి, వేర్వేరు రాష్ట్రాలకు చెందినవారు ఒక్కటిగా కలిసి ఉండటమే సమైక్యతగా మనం నిర్వచించుకుంటాం. అలాగే, రకరకాల అంశాలలో విశేషమైన ప్రత్యేకమైన కృషి చేసిన వారంతా ఒక్కచోట చేరి రూపొందించే కార్యక్రమం, టీవీ కార్యక్రమం కనుక, ఈ కార్యక్రమాల నిర్మాణాన్ని కూడా మనం, సమైక్యత అన్న మాటకు పర్యాయపదంగా చెప్పుకోవచ్చు.

ఒక రచయిత (స్క్రిప్ట్ రైటర్) ఒక దర్శకుడు లేదా నిర్మాత, ఒక నటుడు, నటి, లేదా వ్యాఖ్యాత, ఒక కెమెరామేన్, ఒక లైటింగ్ అసిస్టెంట్, ఒక ఇంజనీరు, అతని సహాయకుడు, ఒక గ్రాఫిక్ ఆర్టిస్ట్ ఇలా రకరకాల అంశాలకు చెందిన సృజనశీలురైన వ్యక్తులు ఒక్కచోట చేరితే తప్ప ఒక టెలివిజన్ కార్యక్రమం నిర్మాణం పూర్తి కాదు. కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ చక్రీయమైంది. ప్రతిదశలోను వివిధ కేటగిరీలకు చెందిన సభ్యుల సమన్వయ కృషి అవసరం. కచ్చితంగా ఏ ఇద్దరో ఉంటారనీ చెప్పలేం. సృజనాత్మక ప్రక్రియ కావడం చేత బృందం లోని ఏ సభ్యుడి అవసరమైనా, ఏ సందర్భంలో నైనా రావచ్చు. అయితే ఆయా దశలలో ఒకరిద్దరూ, అంతకంటే ఎక్కువ మంది సభ్యుల పాత్ర కీలకమైందిగా ఉంటుంది. ఈ సందర్భంలోనే టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణాన్ని ప్రధానంగా మూడుభాగాలుగా విభజించుకోవచ్చు. ఈ మూడు భాగాలలోను వివిధ కేటగిరీల నిర్మాణ బృందం సిబ్బంది అవసరాన్ని, పనిని సోదాహరణంగా చర్చించే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం, పరిశీలించండి.

(1) వ్యూహరచన లేదా నిర్మాణ రచన

(2) చిత్రీకరణ

(3) నిర్మాణ అనంతర చర్యలు లేదా ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్

25.3 వ్యూహరచన లేదా నిర్మాణ రచన

సినిమాలలో దర్శకుడు అని వ్యవహరించే వ్యక్తిని, టీవి కార్యక్రమ నిర్మాణంలో నిర్మాత అని వ్యవహరిస్తారు. అని ఇంతకు ముందే తెల్సుకున్నాం. అందుకే చలనచిత్రాలలో నిర్మాతకు, టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో నిర్మాతకు చాలా తేడా ఉంది. అక్కడ తన సొమ్ము ఖర్చు చేసి, చలనచిత్రాన్ని నిర్మించే వారిని నిర్మాత అంటారు.కానీ ఇక్కడ, నిర్మాత అంటే, దర్శకత్వ బాధ్యతలు వహించి, కార్యక్రమాన్ని నిర్మించేవారు అని అర్థం.

నిర్మాత ముందుగా తన కార్యక్రమంలో ఏ అంశాన్ని చెప్పదలుచుకున్నాడో నిర్ధారించుకోవాలి. అలా నిర్ధారించుకున్న అంశాన్ని ఏ పద్ధతిలో, అంటే ఏ ప్రక్రియరూపంగా కార్యక్రమాన్ని నిర్మించదలుచుకున్నాడో ఒక నిర్ణయానికి రావాలి.

BRAOU

ఉదాహరణకు:-

అది పరిచయ కార్యక్రమమా? చర్చా కార్యక్రమమా? నాటకమా? సంగీత ప్రధాన కార్యక్రమమా? డాక్యుమెంటరీనా? లేక జానపద కళారూపాలపరంగా సాగే కార్యక్రమమా? లేక విద్యా కార్యక్రమమా? ఇలా రకరకాలుగా ఉన్న ప్రక్రియల్లో అది ఏ విభాగానికి చెందుతుందో నిర్ణయించుకోవాలి.

చర్చ లేదా పరిచయ కార్యక్రమాన్ని మినహాయిస్తే మిగిలిన ప్రక్రియలకు రచయిత అంటే స్క్రిప్ట్ రైటర్ అవసరం ఏర్పడుతుంది. ఈ దశలో నిర్మాత, రచయిత సమావేశం కావాలి. నిర్మాత, తను నిర్మించదలుచుకున్న టెలివిజన్ కార్యక్రమాన్ని గురించి, అందులో చెప్పదలుచుకున్న ప్రక్రియ గురించి, రచయితకు వివరించాలి. అంతవరకు, తన మనసులోనే మెదులుతున్న కార్యక్రమ మూలస్వరూపాన్ని, రచయిత మనసులో తన వివరణ, విశ్లేషణల ద్వారా ప్రవేశపెట్టాలి. తాను నిర్మించదలుచుకున్న కార్యక్రమానికి అవసరమైన చక్కని స్క్రిప్టును రచయిత దగ్గరనుండి రాబట్టాలి.

దర్శకుడు లేదా నిర్మాత తరువాత, ప్లానింగ్ విభాగంలో అత్యంత ప్రధానమైన పాత్ర వహించే వ్యక్తి రచయిత. రచయితలు రకరకాలు. పత్రికలకు రాసేవారు, రేడియోకి రాసేవారు, మాగజైన్లకు రాసేవారు. ఇలా రకరకాలుగా ఉంటారు. కానీ టీవీ కార్యక్రమానికి రచన చేసే రచయితకు, ఈ మాధ్యమంపట్ల స్పష్టమైన అవగాహన ఉండాలి. ఇతర మాధ్యమాలకు టీ.వి. రచనకు మధ్య ఉండే తేడాలను సరిగ్గా ఆకళింపు చేసుకుని ఉండాలి. ఏ ఇతర ప్రసార లేదా ప్రచార మాధ్యమంతో పోల్చి చూసినా, ప్రజలకు అత్యంత సన్నిహితంగా చేరువలోకి వచ్చి, ప్రతిభావంతమైన ముద్రవేయగలిగినది టీవీ మాధ్యమం. ఈ విషయాలన్నీ రచయిత, రచన

చేసేటప్పుడు దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. రచయిత, నిర్మాత లేదా దర్శకుని మనస్సులోకి పరకాయప్రవేశం చేసి, కార్యక్రమ స్వరూపాన్ని బయటకు రాబట్టాలి. కార్యక్రమ నిర్మాణ పరిధుల మధ్య, దానికి రూపకల్పన చేయాలి.

రచయిత, తన రచనలో వర్ణనలు చేయనవసరం లేదు. ఎందుకంటే, ఆ పని కెమెరా చేస్తుంది. కనుక. ఉదాహరణకు, "అది మిట్ట మధ్యాహ్నం అయినా సూర్యుడు లేడు. ఆకాశం అంతా బాగా మబ్బుపట్టి ఉంది. చల్లగాలి తోడైనట్టుంది, ఉన్నట్టుండి, మేఘాలు వర్షించడం మొదలు పెట్టాయి. వాన బాగా పెద్దగా కురుస్తోంది. రోడ్లు దాదాపుగా నిర్మానుష్యమయ్యాయి. రోడ్డు ప్రక్క ఒక ముసలివాడు మాత్రం,నెత్తిన ఒక తాటాకు అడ్డుపెట్టుకుని, చెట్టుకు ఆనుకొని కూర్చున్నాడు. అతని ఒళ్ళంతా తడిసి ముద్దయింది. అతను చలికి వణుకుతున్నాడు".

ఇటువంటి వర్ణనలు రచయిత చేయనవసరం లేదు. ఈపనంతా, దృశ్యమాధ్యమంలో కెమెరా చేస్తుంది.

దృశ్యాన్ని, సన్నివేశాన్ని వర్ణించేటప్పుడు, రచయిత దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన అంశం మరొకటి ఉంది.

ఉదాహరణ:

"వెయ్యి ఏనుగులు ఒక్కసారిగా ఘీంకరిస్తూ, ఆ వీరుని చుట్టుముట్టాయి. ఈ హఠాత్సంఘటనకు, విస్తుపోయిన ఆవీరుడు, భయాందోళనలతో కంపించి పోయాడు"

ఇటువంటి రచన అభిలషణీయం కాదు. ఎందుచేతనంటే టీవీది బుల్లితెర అని ముందే చెప్పుకున్నాం. మరి అటువంటి బుల్లి తెర మీద ఒక్కసారిగా వెయ్యి ఏనుగుల్ని చూపడం కష్టమైనపని. అంతేకాదు, వెయ్యి ఏనుగుల్ని, ఒక టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణం కోసం ఏర్పాటు చెయ్యడం, ఖర్చుతో కూడుకున్న పని.

సంభాషణాపరమైన సన్నివేశాన్ని రాసేటప్పుడు, రచయిత కొన్ని అంశాల్ని గమనించాలి.

ఉదాహరణ:-

సుశీల హాల్లో సోఫాలో కూర్చుని పేపర్ చదువుకుంటుంది. అప్పుడే బయటినుంచి వచ్చిన రాజును ఆమె గమనించలేదు. లోపలికి వచ్చిన అతను కూడా ఆమెను పలకరించలేదు. మౌనంగా నిల్చుండిపోయాడు. కొన్ని క్షణాల తర్వాత, సుశీల పేపర్లో నుంచి తల ఎత్తి రాజును చూసింది.

"సుశీల: హలో ! రాజా! నువ్వా?

రాజు : ఇప్పుడేవచ్చాను.

సుశీల : అలాగా! ఈ పేపర్ చదవడంలోపడి, నేను గమనించనే లేదు సుమా!

రాజు : అవును, నువ్వు పేపర్ చదువుకుంటున్నావు కదా' అని నేను డిస్టర్బ్ చెయ్యలేదు.

సుశీల : వెరీగుడ్, అది సరే . . . . . "

టీవీ మాధ్యమానికి ఈ విధమైన రచన చేయడం కూడా సరికాదు. సుశీల హాల్లో కూర్చోవడం, పేపర్ చదవడం, రాజు లోపలికి ప్రవేశించడం,ఆ మె అతన్ని గమనించక పోవడం, రాజు మౌనంగా నిలబడటం ఇవన్నీ కెమెరా ద్వారా దృశ్య రూపంలో మనం చూపించవచ్చు. దృశ్యంగా మనం చూసిన అంశాల్నే తిరిగి ఆ పాత్రలు సంభాషణ రూపంలో మాట్లాడుకోవటంలో ఔచిత్యం లేదు. అందుచేత, రచయిత, నిర్మాత లేదా దర్శకుడు, స్క్రిప్టు తయారు చేయడానికి ముందే, అవసరమైన, సన్నివేశాన్ని, సంఘటనల్ని, పాత్రల్ని వాటి ప్రవర్తనల్ని, అవసరమైన వివరణల్ని కూలంకషంగా చర్చించుకోవాలి. తదనంతరం, రచయిత స్క్రిప్టు తయారుచేయటం వలన, లోపాలు వచ్చే అవకాశం ఉండదు.

ఇక రచయిత, తన రచనను, కాగితం మీద ప్రత్యేక తరహాలో తయారుచేయాలి. ఆ సన్నివేశంలో కనబడే పాత్రలు, వాటి ఆహార్యం, కదలికలు, కనపడే ఇతర వస్తువుల వివరాలు, ఆ పాత్రలో ప్రవర్తించవలసిన తీరు వంటివి, ఎడమవైపు భాగంలో రాయాలి. ఇక ఆ పాత్రలు మాట్లాడుకొనే సంభాషణలు కుడివైపు సగభాగంలో వ్రాయాలి. దీనివల్ల చిత్రీకరణ సమయంలో, ఆ సన్నివేశంలో, ఏఏపాత్రలు ఉంటాయి సన్నివేశం, ఏ సమయంలో ఏ ప్రాంతంలో జరుగుతోంది. ఆ పాత్రలు ఎవరిని ఉద్దేశించి ఏఏ మాటలు మాట్లాడుకుంటాయి. ఒక పాత్ర

BRAOU

మాట్లాడుతున్నప్పుడు, సన్నివేశాన్ని అనుసరించి, ఇతర పాత్రలు ఏ విధంగా ప్రవర్తించాలి., ఇటువంటి విషయాలన్నీ నిర్మాత సులభంగా గ్రహించడానికి అవకాశం ఉంటుంది. చిత్రీకరణ సమయంలో ఎటువంటి పొరబాటు, జరగడానికి ఆస్కారం కూడా ఉండదు.

ఉదాహరణ:-

దృశ్యం		శ్రవ్యం
అదొక పెద్ద బంగళా, ఆ బంగళా ఆవరణలోకి ఒక కారు వేగంగా దూసుకొని వచ్చింది. పోర్టికోలో ఆగింది. నల్ల సూటు, నల్ల బూట్లు, నల్ల కళ్ళద్దాలు ధరించిన ఒక నడివయస్కుడు ఆ కారులోంచి దిగాడు. ఎదురుగా ఉన్న మెట్లెక్కి లోపలికి వెళ్ళబోతుంటే, లోపల్నుంచి వచ్చిన సునీత అతనికి మెట్లమీదనే ఎదురుపడింది. ఆమె చేతిలో పుస్తకాలు ఉన్నాయి.		
	వ్యక్తి :	హాయ్ సునీతా! డాడీ ఉన్నారా?
కళ్ళజోడు తీసి జేబులో పెట్టుకుంటూ అడిగాడు		
	సునీత :	ఉన్నారు అంకుల్. మేడ మీద గదిలో ఉన్నారు.
ఆమె చకచకా మరో రెండు మెట్లు దిగింది.		
	వ్యక్తి :	ఎక్కడికి కాలేజీకా?
	సునీత :	కాదు అంకుల్, మా ఫ్రెండ్ ఇంటికి. రేపట్నుంచి పరీక్షలు. చదువుకుందామని వెళ్తున్నాను.
అమె మెట్లు దిగి వెళ్ళిపోయింది. ఆ వ్యక్తి క్షణం సేపు ఆమె వెళ్ళిన వంక చూసి లోపలికి వెళ్ళాడు.		

ఈ ఉదాహరించిన సీన్‌లో మనకి ఎన్ని అంశాలు తెలుస్తున్నాయో గమనించండి.

(i) ఆ సన్నివేశంలో రెండు పాత్రలుంటాయి. ఒకటి నడివయస్సున్న వ్యక్తిపాత్ర, రెండు ఒక యువతి పాత్ర.

(ii) ఆ సన్నివేశం ఒక బంగళా ముందు పోర్టికోలో జరుగుతుంది.

(iii) ఆ సన్నివేశం చిత్రీకరించడానికి, ఒక కారు, నల్ల సూటు, నల్లబూటు, నల్లకళ్ళజోడు, కొన్ని పుస్తకాలు అవసరం అనే విషయం తెలుస్తుంది.

(iv) అంతేకాదు, తరువాతి సన్నివేశం మేడమీద గదిలో జరుగుతుందని, సునీత తండ్రి పాత్ర ఆ సన్నివేశంలో ఉంటుందని కూడా, అదనంగా తెలుస్తోంది.

కనుక, ఈ విధమైన పద్ధతిలో స్క్రిప్టును సిద్ధం చేసుకోవడం వలన, చిత్రీకరణ సులభం కావడమే కాకుండా, సన్నివేశాన్ని ఎలా రూపొందిస్తున్నామనే విషయంలో నిర్మాతకు స్పష్టమైన అవగామన పెరుగుతుంది. తనతోపాటు పాల్గొనే ఇతర సహసిబ్బందికి తెలుస్తుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ఇది అత్యంతావశ్యకమైన, అత్యంత ప్రధానమైన దశ.

ప్రొడక్షన్ స్క్రిప్టు పూర్తి చేసుకోవడమనే ప్రధానమైన దశ తరువాత, ప్లానింగ్ విభాగంలో అనేక ఇతర అంశాలు పరిగణనలోకి వస్తాయి.

రచయిత అందించిన స్క్రిప్టు ఆధారంగా, ఏఏ లొకేషన్లలో చిత్రీకరణ జరపవలసి ఉంటుందో సరిచూసుకోవాలి. అంటే లొకేషన్లను లెక్క చేసుకోవాలి. స్క్రిప్టును బట్టి ఆయా సన్నివేశాలు ఏలొకేషన్లో చిత్రీకరించాలో పట్టిక

BRAOU

వ్రాసుకోవాలి హాల్లో ఎన్ని సన్నివేశాలు, వంట ఇంటిలో ఎన్ని సన్నివేశాలు, ఇంటి ముందు ఎన్ని సన్నివేశాలు, రోడ్డు మీద ఎన్ని సన్నివేశాలు, తోటలో ఎన్ని సన్నివేశాలు, ఇలా సన్నివేశాల సంఖ్యని, ప్రాంతాన్ని పట్టిక వ్రాసుకోవాలి. ఒక్కొక్క లొకేషన్‌కు వెళ్ళినప్పుడు, అక్కడ ఎన్ని సన్నివేశాలు చిత్రీకరించాలో అన్నీ ఒక్కసారే పూర్తి చేసుకోవడానికి ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలి. ఉదాహరణకి, స్క్రిప్టులో 3,5,9 సన్నివేశాలు, పార్కులో జరిగే సన్నివేశాలనుకుందాం... పార్క్‌లొకేషన్‌కు చిత్రీకరణ కోసం వెళ్ళినప్పుడు, ఆ మూడు సన్నివేశాల చిత్రీకరణ పూర్తి చేసుకోవాలి. నిర్మాతకు సహాయకుడిగా ఉండే వ్యక్తి ఇవన్నీ నిర్మాత సలహాలతో పర్యవేక్షిస్తాడు.

మనం చిత్రీకరణ జరపవలసిన లొకేషన్లన్నీ అన్ని సందర్భాలలో, సహజమైన లొకేషన్లు కావు. రైలుపెట్టెలో జరిగే ఒక సన్నివేశం. నిజంగా రైలు పెట్టెలో చిత్రీకరించే వీలు లేనప్పుడు, రైలుపెట్టె మాదిరిగా సెట్ వేసుకోవలసిన అవసరం ఏర్పడుతుంది. సరిగ్గా, ఈ సందర్భంలో మనకి అవసరమయ్యే వ్యక్తి **సీనిక్ డిజైనర్**. సినిమారంగంలో ఆర్ట్ డైరెక్టర్‌గా వ్యవహరించే వ్యక్తిని టీ.వీ రంగంలో సీనిక్ డిజైనర్ అంటారు.

నిర్మాత కథానుగుణంగా, స్క్రిప్టులోని అవసరాన్ని బట్టి, తనకు ఎటువంటి సెట్ కావాలో వివరించాలి. ఆ సన్నివేశంలో ఆసెట్‌లో ఎంతమంది పాత్రధారులుంటారో, వారి మూవ్‌మెంట్స్, (కదలికలు) ఏ విధంగా ఉంటాయో నిర్మాత సీనిక్ డిజైనర్‌కు వివరించి చెప్పాలి. అప్పుడే, తదనుగుణంగా, తగినంత వైశాల్యంతో సీనిక్ డిజైనర్ సెట్‌ను ఏర్పాటు చెయ్యగలుగుతాడు. తరువాత, సెట్‌లో ఎటువంటి ప్రాపర్టీస్ అవసరమో అతనికి వివరించాలి. ఉదాహరణకి అదొక హాలుసెట్ అయితే, అక్కడ సోఫాలు ఉండాలా, కుర్చీలు ఉండాలా, బల్లలు ఏమైనా ఉండవచ్చా? టెలిఫోన్ అవసరం ఉందా? కర్టెన్లు ఉండాలా? ఫోటోలు కేలండర్లు అవసరమా ఎన్ని ఉండాలి, ఏఏరకాలు ఉండాలి? అది సంపన్నుల గృహమా, సామాన్యుల గృహమా, మధ్యతరగతి కుటుంబీకుల గృహమా? ఇటువంటి వివరాలు కూడా, నిర్మాత సీనిక్ డిజైనర్‌తో చర్చించాలి. అప్పుడే అవసరమైన రీతిలో, కథకు అనుగుణమైన స్థాయిలో, కార్యక్రమ నిర్మాణం కోసం సెట్ తయారవుతుంది. నిర్మాత, సీనిక్ డిజైనర్‌ల మధ్య ఎంత ఎక్కువ అవగాహన ఉంటే, సన్నివేశానికి అంత అనుకూలంగా, సజీవంగా సెట్ ఏర్పడుతుంది. ఒకవేళ సహజమైన ఇళ్ళలోను, లేదా రోడ్డుమీదా, లేదా రైళ్ళలోనో చిత్రీకరణ జరపదలుచుకుంటే, ఆ లొకేషన్లో అవసరమైన వస్తువులు, చిత్రీకరణకు అవసరమైన వసతులు ఉన్నాయో, లేదో, ఒక వేళ లేకుంటే ఆ లొకేషన్లో వాటిని సమకూర్చుకునే ఏర్పాటు చేసుకోవాలి.

BRAOU

లొకేషన్లు లేదా సెట్‌కు రంగం సిద్ధం చేసుకున్నాక. ఆయా సన్నివేశాల్లో కనబడే పాత్రలకోసం (నటీనటుల్ని) వారు పాత్రపరంగా ధరించే దుస్తులకు, మేకప్‌కు తగిన ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలి. స్క్రిప్టులోని అంశాల ఆధారంగా, ఎంతమంది నటీనటులు అవసరం అవుతారు, లెక్క చూసుకోవాలి. ఆయా నటులు గానీ, నటీమణులు గానీ, పాత్రపరంగా ఏ విధమైన దుస్తులు ధరించాలో నిర్ణయించాలి. ఆ దుస్తులు, చిత్రీకరణ సమయానికి, లొకేషన్‌కు లేదా సెట్‌కు చేరే ఏర్పాట్లు చేసుకోవాలి. అలాగే సాధారణ విషయంలో ఏ పాత్రకైనా, విగ్గులు, ఆభరణాలు లేదా ఇతర ప్రత్యేకమైన మేకప్ ఏదైనా అవసరమా అన్నది నిర్ణయించుకోవాలి. అప్పుడు దుస్తులు ఏర్పాటుచేసే **కాస్ట్యూమ్ డిజైనర్** తోనూ, **మేకప్ మేన్** తోను, ఈ అవసరాలన్నీ చర్చించాలి. పాత్రల స్వభావాన్ని, సన్నివేశాల్ని వారికి వివరించడం వల్ల, వారి వద్ద నుండీ, మంచి పనితనాన్ని రాబట్టవచ్చు. అందుచేత, నిర్మాత, కార్యక్రమం గురించి, నిర్మాణ విధానం గురించీ, వారిద్దరికీ సరైన అవగాహన కలిగేలా చెయ్యాలి.

ఇక **నటీనటుల** విషయంలో కూడా, నిర్మాత లేదా దర్శకుడు, మరింత విస్తృతంగా చర్చించాలి. స్క్రిప్టుని, దాని చిత్రీకరణ విధానాన్ని, పాత్ర స్వభావాన్ని, ఆహార్య విశేషాల్ని, అన్నీనటీనటులకు వివరించాలి. ప్రతి సన్నివేశాన్ని చిత్రీకరించేటప్పుడు, పాత్రపరంగా నటుడు, లేదా నటి ద్వారా దర్శకునిగా, తను ఏమి కావాలనుకుంటున్నది వివరించి చెప్పాలి. తద్వారా, సన్నివేశంలోనూ, లేదా మొత్తం కార్యక్రమంలోను తాను కావాలనుకున్నది పాత్రల ద్వారా రాబట్టగలుగుతాడు. తాను చెప్పదలుచుకున్నది ప్రేక్షకులకు చెప్పగలుగుతాడు. కనుక, నటీనటులకు, కార్యక్రమంపట్ల పూర్తి అవగాహన కలిగించవలసిన అవసరం ఉంది.

ఈ రకంగా ఆయా అంశాలపట్ల, ఒక ప్రణాళిక ఏర్పాటు చేసుకొన్నాక, ప్లాన్ చేసుకోవలసిన మరో

ముఖ్యమైన అంశం, ట్రాన్స్‌పోర్ట్. ఏదో ఒక లొకేషన్లో మనం చిత్రీకరణ జరపడానికి నిర్ణయించిన తరువాత, ఆ లొకేషన్‌కి, అదే ఆ ప్రాంతానికి, ఆ యూనిట్ సభ్యులంతా ఏ విధంగా చేరాలి అన్నది కూడా ముందే ప్లాన్ చేసుకోవాలి. కెమెరా లైట్లు, రికార్డింగ్ యూనిట్, సాంకేతిక నిపుణులు, నటీనటులు, మొదలైన సభ్యులంతా, ఏ విధంగా లొకేషన్‌కు చేరుతారు. అందుకు ట్రాన్స్‌పోర్టు అవసరాలు ఏ మేరకు ఉన్నాయి అన్నది ముందే నిర్ణయించుకోవడం వలన, చిత్రీకరణ సమయానికి, అనవసరమైన సమస్యలు ఎదురుకావు.

ఈ విధంగా వివిధ అంశాలపైన దృష్టిని కేంద్రీకరించడంతో వ్యూహరచన విభాగంలో అన్ని దశలు పటిష్ఠంగా పూర్తి చేసినట్టే. ఇక వ్యూహరచన విభాగం తరువాత ప్రధానమైనది. అమలు లేదా ఆచరణ (Execution) విభాగం పూర్వరంగం ఎంత పటిష్ఠంగా సిద్ధం చేసుకుంటె, ఈ రంగంలో పని అంత సులువు అవుతుంది.

అభ్యాసం

1. వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణం సమష్టి బాధ్యత అనడానికి దోహదపడే అంశాలు ఏవి?

2. కార్యక్రమ వ్యూహ రచన (Planning) దశలో ఏఏ కేటగిరీలకు చెందిన వ్యక్తుల సమన్వయం అవసరం?

BRAOU

25.4 చిత్రీకరణ

[illegible] నిర్మాణంలో, దాదాపు అన్ని శాఖలకు సంబంధించిన వ్యక్తులు, ఒకేసారి, ఒకేచోట కలిసే సందర్భం [illegible] చిత్రీకరణ ప్రక్రియను చేపట్టే ముందే, వ్యూహరచనలో ప్లాన్ చేసుకున్న లొకేషన్‌ను [illegible] ఇరువురూ కలిసి ప్రత్యక్షంగా సందర్శించి రావటం మంచిది. అందువల్ల [illegible] లైటింగ్ కండిషన్స్ ఇతర సౌకర్యాలు, వసతి ఏర్పాట్లు ఎలా ఉన్నాయనేది, ప్రత్యక్షంగా [illegible] చిత్రీకరణ సులభతరం అవుతుంది.

చిత్రీకరణ విభాగానికి వచ్చేటప్పటికి, అన్ని శాఖలవారు పాలుపంచుకొన్నా, కార్యక్రమ నిర్మాణానికి రూపకల్పన చేస్తున్న దర్శకుడు, ఆ దృశ్యాలలో, కెమెరా ద్వారా తెరకు అనువదిస్తున్న కెమెరామేన్ వీరిద్దరు ప్రధాన పాత్రధారులౌతారు. ఒక సన్నివేశాన్ని చిత్రీకరించేటప్పుడు, దానిని గురించి, కెమెరామేన్‌కు ఎంత ఎక్కువగా వివరించగలిగితే, ఎంత చక్కని అవగాహన కలిగించగలిగితే, ఫలితం కూడా అంత చక్కగా ఉంటుంది. దర్శకుడు ఊహించిన దానిని, కెమెరామేన్, కెమెరా సహాయంతో తెరకు అనువదించడం ఎంతో ప్రతిభతో కూడుకున్న పని.

దర్శకుడు లేదా నిర్మాత, తాను సిద్ధం చేసుకొన్న షూటింగ్ స్క్రిప్ట్‌లోని సన్నివేశాన్ని లేదా సంఘటనని, ఎన్ని షాట్స్‌గా విభజించి చిత్రీకరించదలుచుకున్నాడో, కెమెరామెన్‌కు వివరించాలి. ప్రతిసన్నివేశాన్ని, వీలైనన్ని, ఎక్కువ షాట్స్‌గా విభజించి చిత్రీకరించడం మంచిది. నిజానికి సృజనాత్మకతకు, ఇదీ మార్గం అని మనం సూత్ర నిర్దేశం చేయలేం కానీ కొన్ని సాధారణమైన మెళుకువలు పాటించడం వల్ల చక్కని ఫలితాన్ని సాధించవచ్చు. అది మనం దృశ్యంలో గమనించవచ్చు. ఇప్పుడు ఉదాహరణపూర్వకంగా ఈ విషయాన్ని వివరంగా తెలుసుకున్నాం. "ప్రతి సన్నివేశాన్ని వీలైనన్ని ఎక్కువ షాట్స్‌గా విభజించి, చిత్రీకరించడం మంచిది".

ఇంతకు మునుపు, రచన విభాగంలో ఒక సన్నివేశాన్ని ఉదహరించడం జరిగింది. ఒక పెద్ద బంగ్లా ముందుకి కారు వచ్చి ఆగడం, అందులోనుండి వ్యక్తి క్రిందికి దిగడం అతనికి ఒక యువతి ఎదురుపడటం. ఇదే సన్నివేశాన్ని విశ్లేషించి చూద్దాం.

ఈ మొత్తం సన్నివేశాన్ని ఒకే షాట్‌గా చిత్రీకరించామనుకోండి. అంటే కెమెరా ఏదో ఒక స్థానంలో ఫిక్స్ చేసుకుని సన్నివేశాన్ని యథాతథంగా చిత్రీకరించడం. అంటే, బంగళా ఆవరణలో ఒక కారు దూసుకుని వచ్చి ఆగుతుంది. అందులోనుండి ఒక నడివయస్కుడు దిగుతాడు. అతగాడు నల్లసూటు, నల్లకళ్ళజోడు ధరించి ఉంటాడు. అతను మెట్లు ఎక్కుతుండగా ఒక యువతి ఎదురౌతుంది. ఇద్దరు మాట్లాడుకుంటారు. ఆమె మెట్లు దిగివెళ్ళిపోతుంది. అతగాడు లోనికి వెళ్ళిపోతాడు. ఇలా ఒకే షాట్‌గా చిత్రీకరించడం వల్ల, దృశ్యరూపంలో ఇది చాలా పేలవంగా కనిపిస్తుంది.

కానీ, ఇదే సన్నివేశాన్నీ, ఒకే షాట్‌గా కాకుండా, వీలైనన్ని ఎక్కువ షాట్స్‌గా విభజించి చిత్రీకరిస్తే, సన్నివేశంలో దృశ్యపరమైన ఒక బిగి వస్తుంది ఒకే షాట్‌లో చిత్రీకరించినట్టు పేలవంగా ఉండదు. ఈ సన్నివేశాన్ని వీలైనన్ని ఎక్కువ షాట్స్‌గా చిత్రీకరించుకోవడానికి ప్లాన్ చేసుకున్నప్పుడు సాధ్యపడే కొన్ని షాట్స్‌ను ఇప్పుడు గమనించండి.

(i) రోడ్డుమీదకు కెమెరాను తీసుకుని వెళ్ళి, రోడ్డుకు అవలి వైపు నుండి గానీ, లేదా మనం చిత్రీకరించదలుచుకున్న బంగళా ఎదురింటినుండి గానీ, ఈ బంగళాను లాంగ్‌షాట్‌లో (long shot) చూపడం.

(ii) కెమెరాను బంగళా పోర్టికోలో అమర్చి, బంగళాముందు ఉన్న గేటును లాంగ్‌షాట్‌లో చూపటం. అలా గేటును చూపుతున్నప్పుడు, ఆ గేటులోనికి, ఒక కారు వేగంగా ప్రవేశించడం.

(iii) బంగళా పోర్టికోను మాత్రం establish చేసే షాట్.

(iv) లోనికి ప్రవేశించిన కారును, మిడ్‌లాంగ్ షాట్‌లో కారును అనుసరిస్తూ ఉంటే కారు వచ్చి పోర్టికోలో ఆగటం.

(v) కారుకు ఎదురుగా ఉన్న కెమెరా నెమ్మదిగా ప్రక్కకి జరిగి, కారు డోరును క్లోజప్‌లో establish చెయ్యడం.

(vi) పోర్టికో మెట్లపైన కెమెరాను అమర్చి, పోర్టికోలో ఆగిన కారును లాంగ్‌షాట్‌లో చూపుతున్నప్పుడు కారు డోర్ తెరుచుకోవడం.

(vii) కెమెరాను నేలకు దగ్గరగా అమర్చి, తెరుచుకున్న కారు డోర్ క్రింద నుంచి, నల్లని బూటుకాలు నేలమీద ఆనినట్లు క్లోజప్‌లో చూపడం.

(viii) లాంగ్‌షాట్‌లో వ్యక్తి కారు నుంచి క్రిందకు దిగడం.

BRAOU

(ix) క్లోజప్‌లో నల్లకళ్ళజోడు వ్యక్తి ముఖాన్ని చూపడం.

(x) మిడ్‌లాంగ్ షాట్‌లో ఆ వ్యక్తి కారు దగ్గరనుండి, పోర్టికో మెట్లపైకి వెళ్ళటం.

(xi) తల ఎత్తి అతను మెట్లపై ఉన్న వీధి వాకిలిని గమనించడం. క్లోజ్ షాట్

(xii) పుస్తకాలు చేతపట్టుకుని, సునీత చకచకా బయటకు రావడం లాంగ్‌షాట్

(xiii) హాయ్ సునీతా! డాడీ ఉన్నారా? అంటూ ఆ వ్యక్తి మిడ్‌లాంగ్ షాట్‌లో ఆమెను ప్రశ్నించడం.

(xiv) క్షణం సేపు ఆ వ్యక్తి ఎవరా?అని సునీత ముఖం చిట్లించి చూడటాన్ని క్లోజప్‌లో చూపడం. వ్యక్తిని ఆమె గుర్తుపట్టి ముఖంలో మార్పు ప్రకటించగానే షాట్ మార్చడం.

(xv) 'ఉన్నారు అంకుల్! మేడమీద గదిలో ఉన్నారు' అంటూ సునీత చెప్పిన సమాధానాన్ని, లొకేషన్లోని ఇద్దరు ఆర్టిస్టులు ఒకేసారి కనిపించేలా టూషాట్‌లో చూపడం.

(xvi) ఆ వ్యక్తి అనుమానంగా ముఖంపెట్టి 'ఎక్కడికి కాలేజికా?" అని అడగటం క్లోజప్.

(xvii) "కాదు అంకుల్ మా ఫ్రెండ్ ఇంటికి". . . . . . సునీత క్లోజప్

(xviii) ఆ వ్యక్తి కళ్ళజోడు తీసిజేబులో పెట్టుకోవడం క్లోజప్.

(xix) "రేపట్నుంచి పరీక్షలు, చదువుకుందామని వెళ్తున్నాను" సునీత మిడ్‌లాంగ్‌షాట్

(xx) టూషాట్, లాంగ్ షాట్, సునీత మెట్లు దిగి బయటకు వెళ్ళడం, ఆ వ్యక్తి ఇంటిలోపలికి వెళ్ళడం.

సాధారణంగా ఈ సన్నివేశాన్ని 20 షాట్స్‌గా విభజించాము. ఇంతకు ముందు, ఈ సన్నివేశాన్ని కెమెరాను ఒకే స్థానంలో ఉంచి ఒకే లాంగ్‌షాట్‌గా చిత్రీకరించినప్పుడు లేని వేగం, ఉత్కంఠ వంటి అంశాలు ఈ సన్నివేశాన్ని 20 షాట్స్ విభజించి చిత్రీకరించడం వల్ల, ఈ దృశ్యంలో అదనంగా వచ్చి చేరతాయి.

సృజనాత్మకతకు ఇది మార్గం, ఇది సూత్రం అని నిర్దేశించే అవకాశం లేదు. పైన ఉదహరించినట్టే, చిత్రీకరించడం వల్ల సన్నివేశంలో ఒక బిగి వస్తుందనుకోడం పొరబాటు. సృజనాత్మకతకు పరిధులు లేవుకనుక, పై ఉదాహరణను, ఒకానొక మార్గంగా భావించాలే తప్ప, అదే మార్గం అనుకోకూడదు. కార్యక్రమ నిర్మాతలు తమ తమ సృజనాత్మక దృష్టిని బట్టి రకరకాలుగా ఇంకా ప్రతిభావంతంగా చిత్రీకరించవచ్చును.

షూటింగ్ సమయంలో దృష్టిలో ఉంచుకోవలసిన మరో ముఖ్యమైన అంశం **లైటింగ్.**

చిత్రీకరణ జరుపుతున్న సన్నివేశం, కథాగమనంలో పగటిపూట జరుగుతుందా? రాత్రిపూట జరుగుతుందా, ఇంటి వెలుపలా? లేక ఇంటిలోపలా అన్న అంశాలను ఫ్లోర్‌ప్లాన్ చేసుకునేటప్పుడే, కెమెరామేన్‌తో చర్చించటం మంచిది. అటువంటప్పుడే, కెమెరామేన్, ఇతర సాంకేతిక సిబ్బంది కలసి, సన్నివేశానికి, అనువైన లైటింగ్‌ను సమకూర్చగలుగుతారు. తద్వారా, సీను జరుగుతున్నది పగలా, రాత్రా అన్న విషయాన్ని, ప్రేక్షకులకు అర్థమయ్యేలా, ప్రతిభావంతంగా తెలపైన చూపవచ్చును.

కేవలం, పగలు, రాత్రి అన్న భేదం ఒక్కదాని కోసమే లైటింగ్ కాదు. మరో అద్భుతమైన పాత్రను కూడా, సీన్‌లో లైటింగ్ పోషిస్తుంది. ఒక సన్నివేశం జరిగే సందర్భాన్ని పురస్కరించుకుని, అది - శృంగారభరితమైన సన్నివేశమా?, విషాదభరితమైన సన్నివేశమా?, హాస్యరసభరితమైన సన్నివేశమా? లేక గంభీరమైన వాతావరణంలో జరిగే సన్నివేశమా? నిర్ణయించుకుని, ఆ రసాన్ని దృశ్యంలో ప్రతిఫలించేలా లైటింగ్ చేయడం, ఒక అద్భుతమైన కళ. దీనికి కూడా, నిర్మాత, కెమెరామేన్, సాంకేతిక నిపుణుల మధ్య ఒక సంపూర్ణమైన అవగాహన అవసరం. కనుక ఈ విషయాలన్నీ దృష్టిలో ఉంచుకుని, టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ విషయంలో, ముఖ్యంగా, చిత్రీకరణ సమయంలో, లైటింగ్‌కు తగిన ప్రాధాన్యమిచ్చి, అవసరమైన మెళకువలను చూపి మంచి ఫలితాలు రాబట్టగలగాలి.

BRAOU

చిత్రీకరణ సమయాలలో, జాగ్రత్త వహించవలసిన, ఇంకొక ముఖ్యమైన అంశం ఉన్నది - అదేమంటే **'కాస్ట్యూమ్ కంటిన్యూటీ.'** 'కాస్ట్యూమ్ కంటిన్యుటీ' అంటే, పాత్రధారుల వస్త్రధారణకు సంబంధించినది. పాత్రధారులు, పాత్రస్వభావానికి, పాత్ర ఆర్థిక స్థోమతకి అనుగుణంగా వస్త్రధారణ చేసుకున్నారా లేదా అన్నది గమనించడం ఎంత ముఖ్యమో, ఈ కంటిన్యూటీ అన్నది పాటిస్తున్నారా లేదా అన్నది గమనించడం, అంతకు మించిన ముఖ్యమైన అంశం.

ఉదాహరణకు, కథాగమనం ప్రకారం, మొదటిసీనులో 'రాజు' అనే పాత్ర తెల్లప్యాంటు, చారలచొక్కా ధరించి, చేతిలో ఒక నీలం రంగు సూట్‌కేసు పట్టుకుని బయలుదేరాడనుకుందాం. మూడవ సీనులో ఆ రాజు పాత్ర, శివరావుగారింట్లో ప్రవేశిస్తుందనుకుందాం. ఈ మూడవ సీను మనం చిత్రీకరించేటప్పుడు, మొదటిసీనులో రాజుపాత్ర ఏ విధమైన దుస్తులు ధరించాడో, తిరిగి అవేదుస్తులు ధరించేలా చూసుకోవాలి. రాజు పాత్ర, తెల్లప్యాంటు, చారల చొక్కా, చేతిలో నీలం రంగు సూట్‌కేసు పట్టుకుని, శివరావుగారింట్లో ప్రవేశించాలి. ఇందుకు భిన్నంగా జరిగితే, తరువాత ప్రేక్షకులు, అయోమయంలో పడే అవకాశం ఉంది. ఇటువంటి పరిస్థితిని ఎదుర్కోవాలంటే, కాస్ట్యూమ్ కంటిన్యూటీని, జాగ్రత్తగా గుర్తుపెట్టుకుని పాటించడం అవసరం.

'ప్లానింగ్' అన్నది సవ్యంగా లేకపోతే, చిత్రీకరణలో ఎక్కువ పొరబాట్లు జరిగే అవకాశం ఉంది. ఎందుచేతనంటే, రాజు పాత్ర బయలుదేరడాన్ని, ప్రయాణాన్ని, శివరావుగారి ఇంటిని చేరడాన్ని చూపాలంటే మనం మూడు లొకేషన్లలో చిత్రీకరణ చేయవలసి ఉంటుంది.

1. రాజు ఉండే ఇల్లు
2. జన్సమ్మర్దంతో లేక రైల్వేస్టేషన్
3. శివరావుగారి ఇల్లు.

ఈ మూడు లొకేషన్లలో మనం చిత్రీకరణ జరపవలసి [illegible]. మూడు వేర్వేరు లొకేషన్లు కనుక మనం ఒకేరోజు చిత్రీకరణ జరిగే అవకాశం ఉండదు. వేర్వేరు రోజుల్లో ఈ షూటింగ్ జరుగుతుంది. ఇటువంటి [illegible] సమయంలో మనం, కాస్ట్యూమ్ కంటిన్యూటీ [illegible] అవకాశం [illegible] తన ఇంటి [illegible] బయలుదేరే రాజు పాత్ర చారల చొక్కా ధరిస్తే, మరోరోజు జన్సమ్మర్దంలో [illegible] షూటింగ్ జరి[illegible]ప్పుడు మర్చిపోయి తెల్లచొక్కా ధరించవచ్చు. ఇంకొకరోజు శివరావుగారింటి [illegible] తీసేటప్పుడు, రాజు పాత్ర పచ్చ చొక్కా ధరించి ప్రవేశించే ప్రమాదం ఉంది.

అంటే దృశ్యాన్ని మొత్తంగా మనం కార్యక్రమంలో చూసేటప్పుడు, రాజుపాత్ర చారల [illegible] బయలుదేరి, తెల్లచొక్కాతో ప్రయాణించి, పచ్చచొక్కాతో శివరావుగారింట్లో ప్రవేశిస్తుంది. [illegible] ఎంత [illegible], అనౌచిత్యంగాను ఉంటుందో మనం ఊహించుకోవచ్చు.

ఈ విధమైన [illegible]త్వం, అనౌచిత్యం కార్యక్రమంలో ఏర్పడకుండా ఉండాలంటే [illegible] లో [illegible] అవసరం. మనం షూటింగ్ ఏ రోజుల్లో జరిపినప్పటికీ, ఏ లొకేషన్లలో జరిపి[illegible], కథాగమనంలో [illegible] ప్రవర్తనకి అనుగుణంగా, వస్త్రధారణ జరిగిందా లేదా అన్నది గమనించుకోవాలి. అప్పుడు ఎటువంటి కన్‌ఫ్యూజన్ లేని, చక్కని కార్యక్రమం రూపొందే అవకాశం ఉంది.

అభ్యాసం

చిత్రీకరణ సందర్భంగా ఏరకమయిన సమన్వయం సమిష్టి బాధ్యత దృష్ట్యా [illegible]

....

....

....

....

BRAOU

ఒక షాట్‌ను ఇంటి ఆవరణలోనో, గదిలోనో తీస్తున్నపుడు లైటింగ్ అవసరాలకు ఏఏ వ్యక్తులు కృషి చేస్తారు?

25.5 ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్

వివిధ అంశాలకు సంబంధించి జాగ్రత్తలు, మెళకువలు పాటిస్తూ, చిత్రీకరణ (షూటింగ్) ప్రక్రియను పూర్తి చేయాలి. ప్రొడక్షన్ పూర్వరంగంలో వచ్చే అంశాలు మనం కొన్ని ఇంతకు మునుపు తెలుసుకున్నాం. లొకేషన్ సర్వే వంటివి ప్రొడక్షన్ పూర్వరంగంలోనికి వస్తాయి. షూటింగ్ ప్రక్రియను ప్రొడక్షన్‌గా పేర్కొంటే, ఇక ప్రొడక్షన్ తదనంతర రంగంలో గమనించవలసిన మరికొన్ని అంశాలున్నాయి. ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్, రీరికార్డింగ్ వంటివి, పోస్ట్ ప్రొడక్షన్‌లోనికి అంటే, ప్రొడక్షన్ తదనంతర రంగంలోనికి వస్తాయి.

స్క్రిప్ట్‌ను అనుసరించి వచ్చే సన్నివేశాల్ని, ఎన్ని షాట్స్‌గా విభజించి చిత్రీకరించామో, షూటింగ్ సమయంలోనే, ఒక పట్టిక తయారు చేసుకోవాలి. ఈ పట్టిక ఆధారంగా, షాట్స్ అన్నింటినీ, ఒక్కచోట చేరుస్తూ, సన్నివేశాన్ని ఎడిటర్ సహకారంతో ఎడిట్ చేసుకోవాలి. ఎడిటర్, నిర్మాతల మధ్య అవగాహన వల్ల, ఎడిటర్ ప్రతిభవల్ల, ఎడిట్ చేయబడే సన్నివేశంలో ఒక వేగం, ఒక గమనం వస్తుంది. ఇది అత్యంత కీలకమైన దశ. కార్యక్రమ నిర్మాణానికి ముందు నిర్మాత తన మనసులో ఊహించుకొన్నదానిని, మొట్ట మొదటి సారిగా తెరపై చూడగలిగేది ఈ దశలోనే. ఈ ఎడిటింగ్ దశలోనే, కార్యక్రమానికి పెట్టిన శీర్షికను, అంటే టైటిల్‌ను, సాంకేతిక సిబ్బంది వివరాలను, నటీనటుల పేర్లు వంటి వివరాలను, కార్యక్రమానికి ఎడిటింగ్ దశలోనే జత చేస్తారు. ఈ 'క్రెడిట్ కేప్షన్స్' అన్నీ ఒక గ్రాఫిక్ ఆర్టిస్టు సహకారంతో, నిర్మాత ముందుగానే తయారు చేయించుకోవాల్సి ఉంటుంది.

ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ పూర్తికాగానే, కార్యక్రమం డబ్బింగ్, మిక్సింగ్ దశకు చేరుకుంటుంది. కార్యక్రమాన్ని చిత్రీకరించేటప్పుడు, ముఖ్యంగా సహజ వాతావరణంలో అంటే రోడ్లు, రైలు, బస్ స్టేషన్లు, బస్సుస్టాండులు వంటి లొకేషన్లలో చిత్రీకరించేటప్పుడు, పాత్రధారులు చెప్పిన సంభాషణలు స్పష్టంగా రికార్డు అయ్యే అవకాశం లేదు. ఎందుచేతనంటే, ఆయా ప్రాంతాల్లో ఉండే, రణగొణధ్వనులు కూడా, సంభాషణలతో పాటుగా రికార్డు అవుతాయి. ఈ కారణంగా, పాత్రధారుల సంభాషణల్లో స్పష్టత లోపిస్తుంది. దృశ్యం ఎంత అందంగా తెరమీద కనిపిస్తున్నప్పటికీ,

దానికి సరియైన శబ్దం జత లేకపోతే, ఆ అందం రాణించదు. శబ్దంలోని అస్పష్టత అన్ని లోటులను తీర్చేందుకు ఉపయోగపడే ప్రక్రియ డబ్బింగ్.

పాత్రధారులు, తమ అభినయాన్ని, తామే బుల్లి తెరమీద చూసుకుంటూ, ఆ పాత్రల పెదవుల కదలికలకు అనుగుణంగా, తిరిగి అవేసంభాషణలను, సన్నివేశానికి అవసరమైన రసాన్ని పోషిస్తూ మళ్ళీ చెప్పగలగాలి. స్టూడియోలో, ఇతర శబ్దాల ఇబ్బంది లేకుండా, ఈ విధంగా రికార్డు చేసే, సంభాషణలను, చిత్రీకరించిన కార్యక్రమంలోని పాత్రలకు వాటి పెదవుల కదలికలకు అనుసంధించడమే డబ్బింగ్. ఒకానొక పాత్రధారి, వాచికం, ఆ పాత్రకు సరిపోయే స్థాయిలో లేనట్లైతే, వేరొక కళాకారుని చేత, ఆ సంభాషణలను తగుస్థాయిలో పలికించి, చిత్రీకరించిన పాత్రకు అనుసంధించవచ్చు. తద్వారా, పాత్రధారి వాచికంలోని లోపం కార్యక్రమం స్థాయిని దిగజార్చకుండా కాపాడుకోవచ్చు.

శబ్దం స్థాయిని పెంపుచేసే సౌలభ్యం, సౌకర్యం ఉన్న మరొక కీలకమైన దశ ఈ డబ్బింగ్ దశ.

డబ్బింగ్ తరువాత, కార్యక్రమనిర్మాణం చేరుకునే దశను రీరికార్డింగ్ అంటారు.

ధ్వని ప్రధానమైన కొన్ని స్పెషల్ ఎఫెక్ట్సను, సీనుకు అవసరమైన నేపథ్య సంగీతాన్ని జోడించడాన్నే రీరికార్డింగ్ అంటారు.

కారు డోర్ తెరుచుకుని ఒక వ్యక్తి దిగుతున్న సందర్భంలో డోర్ తీసిన శబ్దాన్ని వినిపించడం, వ్యక్తి మెట్లు ఎక్కుతున్నప్పుడు బూట్ల శబ్దం వినిపించడం, అంతకు మించి, ఒక విషాద సన్నివేశం జరుగుతున్నప్పుడు ఒక వయొలిన్, లేదా మరొక వాయిద్యాన్ని ఉపయోగించి, విషాద సంగీతాన్ని నేపథ్యంగా వినిపించటం, సన్నివేశాన్ని అనుసరించి, ఈ రకంగా, నేపథ్యంలో, శబ్దాలను సంగీతాన్ని అందించడం వల్ల, దృశ్యం యొక్క స్థాయి రెట్టింపు అవుతుంది. చూసే ప్రేక్షకులలో, రసానుభూతి ద్విగుణీకృతమౌతుంది.

ఈ రకంగా ఒక్కొక్క దశను దాటుకుంటూ రీరికార్డింగ్ పూర్తి చేసుకోవడమంటే, కార్యక్రమ నిర్మాణం పూర్తి అయినట్లే.

అభ్యాసం

ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్ దశలోని కీలకమైన ఇద్దరు సభ్యుల సమన్వయ చర్యల్ని చర్చించండి?

BRAOU

25.6 సమిష్టి కృషి

బృందంలోని వివిధ కేటగిరీల సభ్యుల విధుల్ని, సహకారాన్ని వివరించాం. కొన్ని సందర్భాల్లో వీరందించే సహకారం విస్తృతమైనది కావచ్చు. మరి కొన్ని సందర్భాల్లో క్లుప్తంగానూ కన్పించవచ్చు. ఏది ఏమైనా సమిష్టి బాధ్యత ఒకటి బృందంలో కన్పిస్తుంది. బృందంలోని దర్శక నిర్మాతలు, రచయితలు, కళాకారులు, ఆర్టుడైరెక్టర్లు, కాస్ట్యూమ్ డిజైనర్లు, మేకప్‌మేన్లు, కెమెరామేన్లు, ఇంజనీర్లు, ఎడిటర్లు, రికార్డిస్టులు, సంగీత దర్శకులు, గ్రాఫిక్ ఆర్టిస్టులు, ఇలా అనేక విభాగాలకు చెందిన, సృజన శీలురైన వ్యక్తులు చేసిన సమిష్ట కృషి వల్లే ఒక టెలివిజన్ కార్యక్రమం నిర్మాణం సాధ్యమవుతుంది అనడంలో సందేహం లేదు. వారి వారి సృజనాత్మకత స్థాయిని బట్టి అది కళాఖండమై, దృశ్యకావ్యమై మిగులుతుంది.

25.7 ముఖ్య విషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

- టెలివిజన్, వీడియో నిర్మాణాన్ని మూడు భాగాలుగా విభజిస్తారు. ఈ మూడు చిత్రీకరణ ముందు జరిగే నిర్మాణ రచన, నిర్మాణం అనంతరం జరిగే ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్‌లతోపాటు యదార్థ చిత్రీకరణ దశలు. ఈ మూడు దశలలో నిర్మాణ బృందం సభ్యుల సమన్వయ కృషి కనిపిస్తుంది.
- నిర్మాణ రచనలో - నిర్మాత, రచయిత, కెమెరామన్, సాంకేతిక సలహాదారు పాల్గొనే అవకాశం ఉంది. నిర్మాత, రచయిత పాల్గొనడం మాత్రం తప్పని సరి. అయితే కెమెరామన్, సాంకేతిక సలహాదారు అవసరాన్ని బట్టి పాల్గొంటారు. సీనిక్ డిజైనర్ కూడా పాల్గొనే అవకాశం లేకపోలేదు.
- నిర్మాణ రచన దశలోనే అవసరమైన సన్నివేశాల్ని, సంఘటనల్ని, పాత్రల్ని, వాటి ప్రవర్తనల్ని కూలంకషంగా చర్చించుకోవాలి.
- చిత్రీకరణ సమయంలో పాల్గొనే బృందం సిబ్బంది విస్తృత పరిధిలో ఉంటుంది. అన్ని కేటగిరీ బృందం సభ్యులూ పాల్గొంటారు. దర్శకుడు/నిర్మాత ఈ బృందం నాయకుడిగా వ్యవహరిస్తారు. లైటింగ్ వంటి అంశాలతో పాటు చిత్రీకరణను షాట్‌లుగా విభజించి వివిధ సభ్యుల సహకారంతో చిత్రీకరణను సమన్వయపరుస్తారు. సమిష్టి కృషి లేనిదే ఇది సాధ్యం కాదు.
- ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్ దశలో దర్శకుడితో పాటు ఎడిటర్, కొన్ని సందర్భాల్లో రచయిత కూడా పాల్గొంటారు. కళాకారుడు, నటుల అవసరం డబ్బింగ్, రీరికార్డింగ్ సమయాల్లో ఉంటుంది.
- బృందంలోని సభ్యులందరూ కలసి సమిష్టిగా భౌతిక, సాంకేతిక వనరుల వినియోగాన్ని సమన్వయం చేసుకోవడం వల్లనే చక్కటి కార్యక్రమం రూపొందుతుంది.

25.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానం రాయండి.

1. చిత్రీకరణ దశలో కార్యక్రమ నిర్మాణం బృందంలో ఏయే సభ్యుల సమిష్టి కృషి అవసరం?
2. దర్శకుడు లేదా నిర్మాత బృందం నాయకుడిగా వివిధ సభ్యులను ఎలా సమన్వయ పరుస్తారో తెలియ చేయండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానం రాయండి.

1. సమిష్టి బాధ్యత మౌలికాంశాలు వివరించండి.
2. ఎడిటింగ్, మిక్సింగ్‌లో ఎవరేం చేస్తారు.

BRAOU

భాగం 26 కార్యక్రమం నిర్మాణ దశలు

విషయ క్రమం

26.0 ఉద్దేశం
26.1 ప్రవేశిక
26.2 నిర్మాణానికి పూర్వదశ
అభ్యాసం
26.3 స్టూడియో ఏర్పాట్లు
26.4 చిత్రీకరణ
26.5 తుదిదశ
అభ్యాసం
26.6 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం
26.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

26.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింద విషయాలను చర్చించగలుగుతారు

- టెలివిజన్/వీడియో కార్యక్రమంలోని నిర్మాణ దశలు
- సృజనాత్మక భావనకు తగిన రూపురేఖల నిర్వ[illegible] రచన ప్రాధాన్యం, దాన్ని రాసే అంశాలు
- కార్యక్రమ నిర్మాణానికి అవసరమైన ఏర్పాట్లు
- చిత్రీకరణలో రిహార్సల్స్ ప్రాధాన్యం, [illegible] సభ్యుల కృషి
- కార్యక్రమం పూర్తవడానికి, [illegible] తుదిమెరుగులు దిద్దుకునే దశ

BRAOU

26.1 ప్రవేశిక

వీడియో కార్యక్రమాలుగానీ, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు గానీ ఎన్నుకొన్న విషయాన్నిబట్టి సందర్భాన్ని బట్టి స్టూడియోలో గాని మరెక్కడైనాగాని నిర్మించవచ్చు.

కార్యక్రమాలను రూపొందించేందుకు ఎన్నుకొన్న విషయాన్ని బట్టి ఒకటిగానీ లేదా రెండు/మూడు కెమెరాలు అవసరమవుతాయి. 20 లేదా 30 నిముషాల కార్యక్రమాన్ని నిర్మించేందుకు అంతకు ఎన్నో రెట్లు సమయం వెచ్చించ వలసి వుంటుంది.

వీడియో నిర్మాణ క్రమాన్ని స్థూలంగా నాలుగు దశలుగా విభజించవచ్చు.

1. నిర్మాణానికి పూర్వదశ
2. స్టూడియో లేదా బహిరంగ ప్రదేశాల్లో రికార్డింగ్ ఏర్పాట్లు
3. చిత్రీకరణ లేదా రికార్డింగ్
4. కార్యక్రమానికి తుదిరూపు ఇవ్వడం

[illegible] హంగులు సమకూర్చుతూ కార్యక్రమం రూపు దిద్దుకుంటుంది

26.2 నిర్మాణానికి పూర్వదశ

ఈ దశ నిర్మాణ క్రమంలో మొదటిదీ చాలా ముఖ్యమైనదీ. చిన్న విత్తనం, అంకురించి, మొక్కై శాఖోపశాలుగా ఎలా విస్తరిస్తుందో అలాగే ఈ దశలో లేశమాత్రంగా ఉన్న సృజనాత్మక భావనకు కార్యక్రమ పరిధులకు పెంచి, తగిన రూపురేఖలు సమకూర్చడం జరుగుతుంది. అవగాహన సులువుగా వుండేందుకు ఈ దశను కొన్ని ఉపదశలుగా విభజించవచ్చు.

సృజన - మొదటి సమావేశం:

ఇందులో దర్శక నిర్మాతలు, రచయిత పరిశోధకుడు పాల్గొంటారు. రచయిత సూచించిన సృజనాత్మక భావనలను పరిశీలించి కార్యక్రమ నిర్మాణానికి అనువైన వానిని ఎన్నుకోవడం, కార్యక్రమంలో పొందుపరచ దలచుకున్న విషయపరిధుల్ని నిర్ణయించడం, స్థూలంగా నిర్మాణ పద్ధతిని చర్చించడం జరుగుతుంది.

పై నిర్ణయాల కనుగుణంగా రచయిత స్క్రిప్టు తయారుచేయడం ప్రారంభిస్తాడు.

స్క్రిప్టు - మొదటి సమావేశం

ముందు చెప్పిన సమావేశంలో తీసుకున్న నిర్ణయాల కనుగుణంగా రచయిత విషయ సేకరణచేసి స్క్రిప్టుకు తొలిరూపం కల్పిస్తాడు. విషయసేకరణకు పరిధులు నిర్ణయించేందుకు కొంత పరిశోధన కూడా అవసరం కావొచ్చు.

స్క్రిప్టు మొదటి ప్రతిగా వున్నపుడు దర్శక నిర్మాతలు క్షుణ్ణంగా చదువుతారు. దానిని వీడియో రూపంలోనికి అనువదించడానికి వీలవుతుందా లేదా అన్న విషయాన్ని పరిశీలిస్తారు.

అందుకవసరమయ్యే సాంకేతిక పరికరాలు, యితర వస్తు సముదాయం, రికార్డింగ్ / చిత్రీకరణకు అనువైన ప్రదేశాలు (అది స్టూడియో కావచ్చు లేదా యితర ప్రదేశం కావచ్చు) స్థూలంగా నిర్ణయించడం జరుగుతుంది. అవసరమయిన చోట్ల స్క్రిప్టులో మార్పు చేర్పులు చేసేందుకు సూచనలు సలహాలు యిస్తారు.

నిర్మాణ పథకం - రెండవ సమావేశం

ఈ సమావేశంలో దర్శకనిర్మాతలు, రచయిత కాక, సాంకేతిక దర్శకుడు, కెమెరామెన్, లైటింగ్ యింజనీర్, కళాదర్శకుడు కూడా పాల్గొంటారు.

స్క్రిప్టును వీడియోగా అనువదించడానికి కావలసిన సాంకేతిక పరికరాలు, అవసరమయ్యే యితర వస్తువులు, వనరులు, సాధ్యా సాధ్యాలు, సమయ నిర్ణయం బడ్జెటు గురించి వివరంగా చర్చించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడం జరుగుతుంది.

సాధ్యాసాధ్యాలు చర్చించిన తర్వాత అవసరాన్ని బట్టి స్క్రిప్టులో మార్పులు చేయడం జరుగుతుంది. చిత్రీకరణకు కావలసిన కళాకారులు, ప్రయోక్తలు మొదలగువారి గురించి కూడా నిర్ణయాలు తీసుకోవడం జరుగుతుంది.

నిర్మాణ పథకం - మూడవ సమావేశం

రెండవ సమావేశంలో పాల్గొన్న వీరందరూ యిందులో పాల్గొంటారు. వీరందరు స్క్రిప్టును గురించిన అవగాహనతో వస్తారు. నిర్మాణానికి సంబంధించినంతవరకు ఈ సమావేశం చిట్టచివరిది.

ఇందువలన చిత్రీకరణ/రికార్డింగ్‌కు అవసరమయ్యే వస్తు సంచయం, సాంకేతిక పరికరాలు స్టూడియోలో రికార్డింగ్ చేయవలసిన భాగాలు ఇతర ప్రదేశాల్లో రికార్డింగ్ చేయవలసిన భాగాలు మొదలగునవి వివరంగా చర్చించి తగిన నిర్ణయాలు తీసుకుంటారు.

BRAOU

బడ్జెటుకు తుది రూపం యిస్తారు. అంతే కాకుండా స్క్రిప్టు ప్రకారం స్టూడియోలో రంగాలంకరణ ఎలా వుండాలి, అందుకు ఏయే వస్తువులు అవసరమవుతాయి, లైటింగ్ ఏ విధంగా చేయవలసి వుంటుంది. స్టూడియో బయట రికార్డింగ్ చేసే భాగాలలో అవసరమయ్యే వస్తు సముదాయమేమిటి? ఆయా ప్రదేశాలలో రికార్డింగ్ చేసేందుకు వీలుంటుందా? మొదలైన విషయాలన్నింటినీ చర్చించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడం జరుగుతుంది. చివరగా దర్శక నిర్మాతలు, చిత్రీకరణకు అవసరమయిన కెమెరా పొజిషన్లు, షాట్లు గురించిన పథకం తయారు చేసుకుంటారు.

అభ్యాసం

టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణంలో 'సృజన' ప్రాధాన్యాన్ని వివరించండి.

నిర్మాణపథకం వివిధ దశల్లో 'స్క్రిప్టు'కు సంబంధించి ఏ చర్చలు చేస్తారు.

BRAOU

26.3 స్టూడియో ఏర్పాట్లు

కంట్రోల్ రూములో సాంకేతిక పరికరాల పరిశీలన వాటిని సిద్ధంగా వుండేట్లు చూడడం ఈ దశలో ముఖ్యమయిన పని. కెమెరాలు, కెమెరా కంట్రోల్ యూనిట్లు, విజన్ మిక్సింగ్, శబ్ద గ్రహణ కవసరమయ్యే ఆడియో కంట్రోల్, వీడియో టైప్ రైటర్ మొదలగునవి సరిచూసుకోవడం చాలా అవసరం. ఈ ఏర్పాట్లు పూర్తయ్యే సమయానికి రచయిత స్క్రిప్టుకు తుదిరూపం కల్పించగలుగుతాడు.

దాని కనుగుణంగా స్టూడియోలో రంగాలంకరణ లేదా దర్శకుని పర్యవేక్షణలో చేయబడుతోంది. రంగాలంకరణ పూర్తయింతర్వాత లైటింగ్ ఏర్పాట్లు చేయవలసివుంటుంది. అలాగే శబ్ద గ్రహణకు అనువైన రీతిలో మైక్రోఫోన్‌ల యేర్పాటు కూడా చేయవలసి వుంటుంది.

పై ఏర్పాట్లు జరుగుతుండగా కళాకారులు/ప్రయోక్తలు తమ తమ భాగాలను ఒకటికి రెండుసార్లు ప్రదర్శించి చూస్తారు. దర్శక నిర్మాతలు వీరికి అవసరమయిన సూచనలు, సలహాలు యివ్వడం కూడా జరుగుతుంది.

రికార్డింగ్ స్టూడియోలో కాక బయట జరిగేటట్లయితే ఈ ఏర్పాట్లు అక్కడ కూడా చేసుకోవలసి వుంటుంది.

ఈ యేర్పాట్లన్నీ పూర్తయిం తర్వాత కార్యక్రమం రికార్డింగ్ చేసేందుకు సిద్ధంగా వున్నదని అనుకోవచ్చు.

26.4 చిత్రీకరణ

కార్యక్రమాన్ని రికార్డ్ చేసే ముందు కనీసం రెండుసార్లు రిహార్సల్ చేయడం జరుగుతుంది.

మొదటి రిహార్సల్‌ను డ్రెస్ రిహార్సల్ అనీ రెండవదాన్ని ఫైనల్ రిహార్సల్ లేదా చివరి రిహార్సల్ అనీ అంటారు.

డ్రెస్ రిహార్సల్

ఈ దశలో చిత్రీకరణకు కావలసిన అన్ని హంగులూ, అంటే సెట్, దుస్తులు, ఆహార్యం, సంగీతం, ఇతర ధ్వనులు, కెమెరాలు,అవసరమయిన చిత్రాలు, పటాలు, ఫిల్మ్‌క్లిప్స్ వీటన్నింటితో బాటు కార్యక్రమంలో పాల్గొంటున్న కళాకారులు ప్రయోక్తలు ఒకచోట చేరడం జరుగుతుంది.

మొత్తం స్క్రిప్టునంతా రిహార్సల్ చేయడం జరుగుతుంది. రిహార్సల్ జరుగుతున్నంతసేపూ దర్శక-నిర్మాత కెమెరామన్‌తోనూ, ఫ్లోర్‌మేనేజర్‌తోనూ సంభాషించేందుకు హెడ్ ఫోన్స్ వాడతారు. పాల్గొంటున్న వారితో కూడా దర్శకుడు నేరుగా గానీ ఫ్లోర్ మేనేజర్ ద్వారా గానీ మాట్లాడే వీలుంటుంది.

సాధారణంగా ఫ్లోర్ మేనేజర్ తన సూచనలను సంజ్ఞల ద్వారా తెలియజేస్తారు. స్టూడియోలో జరిగే రిహార్సల్ ఎక్కువ సమయం తీసుకుంటుంది. దర్శకుడు ప్రతికదలికను గమనించి మార్పుచేర్పులు చేస్తారు. లైటింగ్ తదితరమైన ఏర్పాట్లు కావలసిన విధంగా వున్నాయా లేదా అని పరిశీలించి అవసరమైన రీతిలో వాటిని అమర్చుకోవడం కూడా జరుగుతుంది.

రిహార్సల్ జరుగుతున్నంతసేపూ ప్రతివ్యక్తి తన కప్పగించిన బాధ్యతను నిర్వర్తించడమే గాక రికార్డింగ్ చేసేటప్పుడు తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలనన్నింటినీ గుర్తు పెట్టుకుంటారు. అందరూ సమష్టిగా కార్యక్రమం నాణ్యమైన రీతిలో రికార్డింగ్ చేసేందుకు కృషి చేస్తారు.

తుది రిహార్సల్

మొదటి రిహార్సల్ చేసినపుడు గుర్తించిన లోపాలను సరిచేసుకుంటూ దర్శకుని సలహాలను సూచించిన మార్పులను పొందుపరచి తుది రిహార్సల్‌లో పూర్తి కార్యక్రమాన్ని ప్రదర్శించడం జరుగుతుంది.

కార్యక్రమంలోని వివిధ భాగాలకు ఎంతెంత సమయం పడుతున్నదో మొత్తం కార్యక్రమానికి సమయం ఎంత పడుతున్నదోకూడా తుది రిహార్సల్ లోనే తెలుస్తుంది.

తుది రిహార్సల్ పూర్తయితే కార్యక్రమం రికార్డింగ్‌కు సిద్ధంగా వున్నట్లు అర్థం చేసుకోవచ్చు.

రికార్డింగ్ (చిత్రీకరణ)

కార్యక్రమాన్ని రికార్డింగ్ చేసే దశలో కార్యక్రమ నిర్వాహకులు, సాంకేతిక వర్గం, కార్యక్రమంలో పాల్గొంటున్న వారు అంతా తమకు నిర్ణయించిన స్థానాల్లో తమకు అప్పగించిన బాధ్యతను నిర్వర్తించేందుకు సిద్ధంగా వుంటారు.

కంట్రోలు రూములో దర్శకుడు/నిర్మాత దర్శకుని సహాయకుడు, విజన్ మిక్సర్ ప్రొడక్షన్ కంట్రోల్ వద్ద కూర్చుంటారు. స్టూడియోలో అమర్చిన కెమెరాలనుండి వచ్చే దృశ్యాలను/చిత్రాలను చూసేందుకు వీలుగా వీడియో

BRAOU

మానిటర్లలో చూడవచ్చు. ప్రతి కెమెరాను ఒక మానిటర్‌కు పంపుతారు. ఆడియో కంట్రోల్ వద్ద వీడియో ఇంజనీర్ కూర్చుంటాడు. కార్యక్రమంలో అవసరమయ్యే శబ్దసామగ్రి అంతటినీ వీడియో టేపుల రూపంలోగానీ, డిస్కుల రూపంలో గానీ సిద్ధంగా వుంచుకుంటారు.

వీడియో ఇంజనీర్ కెమెరా కంట్రోల్ యూనిట్ వద్ద వుండి స్టూడియో కెమెరాలనుండి వస్తువు దృశ్యాలను వీడియో మానిటర్ మీద ఫిల్మ్ మానిటర్ మీద చూసి వాటి నాణ్యతను నిర్ణయించి, అవసరమైన సూచనలు కెమెరామెన్‌కు అందజేస్తారు. సాధారణంగా ఒక వీడియో ఇంజనీరు రెండు లేదా మూడు కెమెరాలను నియంత్రించగలుగుతాడు.

స్టూడియోలో వున్న సదుపాయాన్ని బట్టి లైటింగ్ ఇంజనీరు కూర్చునే స్థలం నిర్ణయించబడుతుంది. కంప్యూటర్ ద్వారా లైటింగ్ నియంత్రించే వీలున్నపుడు లైటింగ్ ఇంజనీరు కంట్రోలు రూములో వుంటాడు. లేదంటే స్టూడియోలోనే వుండవలసి వస్తుంది.

వేరు వేరు కెమెరాల ద్వారా వస్తున్న దృశ్య భాగాలను గమనిస్తూ దర్శకుని సూచనల ననుసరించి ఏ దృశ్యం రికార్డు చెయ్యాలో దానిని ఎన్నుకుని రికార్డు చెయ్యడం విజన్ మిక్సర్ బాధ్యత. ఒక దృశ భాగాన్నుండి మరో దృశ్యభాగానికి మారేటప్పుడు అంటే ఒక కెమెరా నుండి మరో కెమెరాకు మారడం అన్నది అనాలోచితంగా కాక స్క్రిప్టు ననుసరించి చేయవలసి వుంటుంది. సాధారణంగా ఈ మార్పులు కట్, డిసాల్వ్, లేదా వైపలనుపయోగించి చేస్తారు.

రికార్డింగ్‌కు ఫలానా కెమెరా ఎన్నుకోబడ్డది అన్న విషయం కెమెరామెన్‌కు, దృశ్యంలో పాల్గొంటున్న వారికి తెలియజేయడం అవసరం. ప్రతి కెమెరాకు టాలీ లైట్ వుంటుంది. విజన్ మిక్సర్ కెమెరాను ఎన్నుకోగానే టాలీ లైట్ (ఎర్రదీపం) వెలుగుతుంది. ఈ రకంగా స్టూడియోలో వున్న వారికి కెమెరా నుండి వెళ్తున్న దృశ్యం రికార్డు అవుతున్నది తెలియజేయబడుతుంది.

మొదటిసారి కార్యక్రమంలో పాల్గొంటున్న వారికి ఇలాంటి సంకేతాలు ముందుగా వివరించడం జరుగుతుంది. దర్శకుని సహాయకుడు ఎప్పటికప్పుడు కెమెరామెన్‌కు తర్వాత షాట్‌కు రెడీగా వుండమని తెలియజేస్తుంటాడు. కంట్రోల్ రూమునుండి స్టూడియోలో వున్న వారికి సూచనలన్నీ ముందు చెప్పినట్లుగా హెడ్‌ఫోన్స్ ద్వారా యిస్తారు. స్టూడియోలలో సాధారణంగా రెండు కెమెరాలలో రికార్డింగ్ చేస్తారు. పెద్ద స్టూడియోలలో మూడు లేదా నాలుగు కెమెరాలలో రికార్డు చేసే సదుపాయాలుంటాయి.

స్టూడియోలో కాకుండా బయట రికార్డు చేసేందుకు అవసరాన్ని బట్టి కెమెరాల సంఖ్య మారుతుంది. సాధరణంగా ఒక కెమెరాలో రికార్డు జేస్తారు. అయితే కొన్ని ప్రత్యేకమైన కార్యక్రమాలు, ఉదాహరణకు క్రికెట్ లాంటి ఆటలు ప్రసారం చేసేందుకు 8 కెమెరాలుకూడా అవసరమవుతాయి.

ప్రత్యేకంగా నిర్మించబడి వుంటాయి గనుక స్టూడియోలలో శబ్దాలు కావలసిన రీతిలో రికార్డు అవుతాయి. అందువలన స్టూడియోలో రికార్డు చేసిన కార్యక్రమాలకు శబ్దాలు మరలా రికార్డు చేయడం గానీ, డబ్బింగ్ చేయవలసిన అవసరం గానీ వుండదు. బయట రికార్డింగ్‌లో శబ్దానికి సంబంధించినంతవరకు కొన్ని సమస్యలు వచ్చే అవకాశాలు వున్నాయి. అందువలన అలాంటి కార్యక్రమాలకు డబ్బింగ్ అవసరం కలుగుతుంది.

26.5 తుది దశ

కార్యక్రమ నిర్మాణంలో చివరిదశను తుది మెరుగులు దిద్దే దశగా చెప్పుకోవచ్చు. ముఖ్యంగా ఎడిటింగ్ కార్యక్రమంలోని భాగాలన్నీ రికార్డు చేసుకున్న తర్వాత, వాటిని ముందుగా నిర్ణయించుకున్న ప్రకారం సమన్వయ పరచడం ఎడిటింగ్ కార్యక్రమంలోని భాగాలన్నీ రికార్డు చేసుకున్న తర్వాత, వాటిని ముందుగా నిర్ణయించుకున్న ప్రకారం సమన్వయ పరచడం ఎడిటింగ్ ప్రక్రియకు ధ్యేయం.

BRAOU

స్క్రిప్టు కనుగుణంగా ఏ దృశ్యం తర్వాత ఏ దృశ్యం రావలసివున్నదో, దానికి చెందిన శబ్దం, మాటలు నిర్ణయించి చూసే వారికి విసుగు కలగని రీతిలో ఉత్సుకత కలిగించే విధంగా పొందుపరచడాన్ని ఎడిటింగ్ అనవచ్చు.

సాధారణంగా స్టూడియోలలో రికార్డు చేసిన కార్యక్రమాలకు ఎడిటింగ్ అవసరం అంతగా వుండకపోవచ్చు. రికార్డు చేస్తున్న సమయంలో అందుబాటులోలేని చిత్రాలు, పటాలు, రేఖా చిత్రాలు, శబ్దాలు లాంటివి మాత్రమే అవసరమైన చోట్ల పొందుపరచవలసి వుంటుంది.

బయట రికార్డు చేసిన కార్యక్రమాలకు ఎడిటింగ్ అవసరం ఎక్కువ వుంటుంది. స్టూడియో రికార్డింగ్ ఒక పథకం ప్రకారం, ముందు వెనుకలు చూసుకుంటూ కావలసిన రీతిలో చేసుకునే వీలుంటుంది. అదే బయట రికార్డు చేస్తున్నపుడు అంత సదుపాయం వుండక పోవచ్చు. అందువలన బయట రికార్డు చేసిన కార్యక్రమాల విషయంలో దర్శకుడు/నిర్మాత దృశ్యభాగాలను ఎన్నుకోవడం, వాటిని కథాక్రమంలో అమర్చుకోవడం అన్వయం సరిగా వుండేట్లు చూసుకోవడం లాంటి విషయాలను చాలా జాగ్రత్తగా గమనించవలసి వుంటుంది.

తర్వాత అవసరమైన రేఖా చిత్రాలు, సంగీతం లాంటివి సమకూర్చుకుని అవసరమైన చోట్ల వాటిని పొందు పరచవలసి వుంటుంది. తుదిదశలో తీసుకునే జాగ్రత్తలవలన చేపట్టే ప్రకియల వలన కార్యక్రమం యొక్క నాణ్యత పెరుగుతుంది.

నిర్మాణానికి సంబంధించిన మరికొన్ని విషయాలు.

"పరిచయాలు", "సంభాషణలు" "క్విజ్" "విద్యా కార్యక్రమాలు" లాంటివి రెండు కెమెరాలలో స్టూడియోలలో సులువుగా రూపొందించవచ్చు.

పేర్లు లేదా వ్రాసి చూపించవలసిన విషయాలు వీడియో టైప్‌రైటర్ ద్వారా చూపించవచ్చు. రికార్డింగ్ ఒక పథకం ప్రకారం జరుగుతుంది. గనక ప్రతీ వ్యక్తి జాగ్రత్తగా వుండి తమ బాధ్యతలను నిర్వహించడం అవసరం.

రెండు కెమెరాలు వాడుతున్నప్పుడు లైటింగ్ విషయంలో కొన్ని సమస్యలు తలెత్తే అవకాశం వున్నది. అలాగే శబ్ద ప్రయాణానికి ఉండే మైక్రోఫోన్‌ల సంఖ్య కూడా సమస్య కావొచ్చు. ఈ సమస్యలను తుది దశలో సరిద్దుకోవలసి వుంటుంది.

నాటకాలను రికార్డ్ చేసేందుకు ఒక కెమెరాను వాడడమే మంచిది. అవసరమైన విధంగా లైటింగ్ చేసుకుని ప్రతి దృశ్య భాగాన్ని కావలసిన రీతిలో చిత్రీకరించడానికి వీలుంటుంది. అలాగే శబ్ద గ్రహణానికి కూడా ఒకే మైక్రోఫోన్‌తో రికార్డు చేసినందువల్లన రికార్డింగ్‌లో తేడాలు కనిపించవు.

అయితే ఒక్క కెమెరాతో రికార్డు చేసినపుడు సమస్యలు తక్కువ అయినా ఎడిటింగ్‌కు ఎక్కువ సమయం కేటాయించవలసి వస్తుంది. అందువలన అవసరాన్ని బట్టి సందర్భాన్ని బట్టి అందుబాటులో వున్న సదుపాయాలను బట్టి దర్శకుడు నిర్ణయాలు తీసుకోవలసి వుంటుంది.

అభ్యాసం

నిర్మాణదశలో 'రిహార్సల్స్' స్థానాన్ని వర్ణించండి?

BRAOU

నిర్మాణ దశల్లోని 'తుదిదశ'లో కొనసాగే ప్రక్రియ ఏమిటి?

26.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణాన్ని నాలుగు దశలుగా విభజించవచ్చు, అవి:
  (ఎ) పూర్వదశ
  (బి) స్టూడియో లేదా బయటి ప్రదేశపు రికార్డింగ్ ఏర్పాట్లు
  (సి) చిత్రీకరణ
  (డి) తుదిరూపు ఇవ్వడం
- నిర్మాణానికి పూర్వ దశలో సృజనాత్మక భావనను కార్యక్రమ పరిధులకు పెంచి తగిన రూపురేఖలను సమకూర్చడం. సృజనాత్మక భావనకు అనుగుణంగా రచయిత వ్రాసిన స్క్రిప్టు వివిధ నిర్మాణపథక సమావేశాల్లో చర్చిస్తారు.

  స్క్రిప్టుకు తుదిరూపం ఇవ్వడంతోపాటు సాంకేతిక, ఆర్థిక వనరుల అవసరాలను కూలంకషంగా పరిశీలించి నిర్ధారిస్తారు.
- కార్యక్రమం స్టూడియోలో నిర్మించడానికి నిర్ణయిస్తే సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలను ఏర్పాటు చేస్తారు. అదే బయటి ప్రదేశంలో చిత్రీకరణకు తలపెట్టినప్పుడు దానికి సంబంధించిన ఏర్పాట్లు చేస్తారు.
- చిత్రీకరణలో ప్రధాన అంశం రిహార్సల్స్. స్టూడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో రిహార్సల్స్. స్టూడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో రిహార్సల్స్ సరైన కార్యక్రమ రూపకల్పనకు ఎంతగానో తోడ్పడ్తాయి. వివిధ సాంకేతిక సదుపాయాలను కల్పించడానికి వివిధ స్థాయిలలోని సాంకేతిక సిబ్బంది తమ వంతు కృషి చేస్తారు.
- స్టూడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలోనూ, కార్యక్రమాలను బయటి ప్రదేశాలలో నిర్మించడంలోనూ కొన్ని సమస్యలు ఎదురవుతాయి.

BRAOU

- తుదిరూపంలో నిర్మాణం పూర్తయిన కార్యక్రమ అంశాలకు తుదిమెరుగులు దిద్ది ' ఒక కార్యక్రమంగా' రూపుదిద్దడం చేస్తారు. ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్, మిక్సింగ్ ప్రక్రియలు ఈ దశలోనే మనకు కనిపిస్తాయి.
- పరిచయాలు, సంభాషణలు, క్విజ్, విద్యా కార్యక్రమాలు రెండు కెమెరాలలో స్టూడియోలో సులువుగా రూపొందించవచ్చు. వివిధ సందర్భాల్లో ఒకటి, రెండు, మూడు కెమెరాలలో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో కలిగే సౌలభ్యాన్ని చూస్తాం.

26.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు వ్రాయండి.

1. వివిధ నిర్మాణ పథకాల సమావేశాలలో స్క్రిప్టుకు సంబంధించి చర్చలెలా వుంటాయి. వివరించండి?
2. చిత్రీకరణకు ముందు రిహార్సల్స్ ఎందుకు చేస్తారు? స్టూడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో వీటి అవసరం ఏ మేర ఉంటుంది.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. స్టూడియో ఏర్పాట్లలో ప్రధాన అంశాలు.
2. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో రెండు/ మూడు కెమెరాలను ఎప్పుడు వాడాలి. విశ్లేషించండి.

BRAOU

భాగం 27 సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలు

విషయ క్రమం

27.0 ఉద్దేశం

27.1 ప్రవేశిక

27.2 టెలివిజన్ కెమెరా

అభ్యాసం

27.3 లైటింగ్

27.4 శబ్దగ్రహణం

అభ్యాసం

27.5 వీడియో, స్విచర్

27.6 వీడియో రికార్డింగ్

అభ్యాసం

27.7 వీడియో ఎడిటింగ్,

27.7.1 వీడియో పోస్ట్ ప్రొడక్షన్

27.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

27.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

BRAOU

27.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు:

- వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణానికి కొన్ని సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలు ఉంటాయి. అవి రికార్డింగ్‌కు, ఎడిటింగ్‌కు కావల్సిన యంత్రాలు పరికరాలు.
- కెమెరా ఆవశ్యకత - వీడియో కెమెరా పనిచేసే విధానం - వీడియో కెమెరాల రకాలు, వాటిల్లో వాడే లెన్సుల భేదాలు. కెమెరాకు సంబంధించిన వివిధ సాంకేతిక అంశాలు
- తెరమీద దృశ్యం సహజంగా, స్వాభావికంగా కనిపించటానికి అవసరమైన లైటింగ్ సదుపాయాలు
- శబ్ద గ్రాహ్యాన్ని వినియోగించుకునే ఆవశ్యకత, ఏర్పాట్లు, మైక్రోఫోన్ల ప్రాధాన్యం
- సాంకేతిక పరికరాలైన వీడియో స్విచర్, వీడియో ఎడిటింగ్ యంత్రాల ఏర్పాటు.

26.1 ప్రవేశిక

వీడియో కార్యక్రమ నిర్మాణానికి అవసరమైన సాంకేతిక సదుపాయాలలో ముఖ్యమైనవి రికార్డింగ్‌కు అవసరమైన యంత్రాలు, ఎడిటింగ్‌కు కావలసిన పరికరాలు.

26.2 టెలివిజన్ కెమెరా (Television Camera)

వీడియో లేదా టెలివిజన్ కార్యక్రమాలను రూపొందించడానికి అత్యవసరమైనది కెమెరా (Camera).

వీడియో కెమెరా తన ముందున్న దృశ్యం కటకం (Lens) ద్వారా గ్రహించి దాన్ని విద్యుత్సంకేతాలుగా మార్చగలుగుతుంది. ఈ విద్యుత్సంకేతాలను వీడియో సిగ్నల్ అంటారు.

ఈ వీడియో సిగ్నల్ టేపు మీద దృశ్యాన్ని ముద్రించడానికి తోడ్పడుతుంది.

వీడియో సిగ్నల్ అనేది ఎలక్ట్రానిక్ స్కానింగ్ పద్ధతిలో రూపొందుతుంది.

మనం ఎలాగైతే చదివేటపుడు ఒక వరుస అక్షరాలు పూర్తయింతర్వాత రెండో వరుస అక్షరాలను చదువుతామో అలాగే ఎలక్ట్రానిక్ స్కానింగ్ కూడా ఎడమనుండి కుడికి, పైనుండి క్రిందికి స్కాన్ చేస్తుంది.

మొదట్లో వీడియో కెమెరాలలో వీడియో సిగ్నల్ రూపొందించేందుకు ట్యూబ్ (Tube) అనే పరికరాన్ని వాడేవారు. ప్రస్తుతం ఛార్జ్ కపుల్డ్ (Charge Coupled Device) వాడుతున్నారు.

వీడియో కెమెరాలు దృశ్యం మీద ప్రతిఫలించే కాంతిని గ్రహిస్తాయి గనుక దృశ్యాలను రికార్డు చేసేందుకు చాలినంత కాంతి వుండడం అవసరం.

వీడియో పరిభాషలో ఫ్రేములు చాలా ముఖ్యమయినవి. చలన చిత్రాలలో ప్రతి సెకనుకు 24 ఫ్రేములు తెరమీద కనిపించేటట్లు చేస్తారు. అందువలన కదలికలు సహజంగా కన్పిస్తాయి. వీడియోలో సెకనుకు 2 ఫ్రేములు తెరమీద కన్పిస్తాయి.

కెమెరాలోని కటకం ఎదురుగా వున్న దృశ్యాన్ని "కాంతి" రూపంలో గ్రహించిన తరువాత ఆ కాంతి కిరణం ఎరుపు (Red) నీలం (Blue) ఆకుపచ్చ (Green) రంగులుగా విశ్లేషించగలుగుతుంది. ఇలా విడగొట్టబడ్డ కాంతికిరణాల సముదాయమే "రంగుల టెలివిజన్ సిగ్నల్". పై చెప్పిన మూడు రంగులను వివిధ పరిమాణాలలో కలపడం వల్ల మిగిలిన అన్ని రంగులూ సాధించవచ్చు. అందువలననే టి.వి. తెరమీద దృశ్యాలు సహజమైన రంగులలో మనకు కన్పిస్తాయి.

కలర్ టీవీ కానపుడు దృశ్యం యధాతథంగా కన్పిస్తుంది గానీ రంగులు వుండవు.

వీడియో నిర్మాణానికి రకరకాల కటకాల అవసరం వుంటుంది. చిత్రీకరించవలసిన దృశ్యాన్ని బట్టి ఈ Lenses ను ఎన్నుకోవలసి వుంటుంది. అలాగే స్టూడియో రికార్డింగ్‌కు ఒక విధంగా బయటి రికార్డింగ్‌కు మరొక విధంగా Lenses ను ఎన్నుకోవలసి వస్తుంది.

BRAOU

అయితే జూమ్ లెన్స్ (Zoom Lens) లో ఇలాంటి ఎన్నిక సమస్యలు తగ్గుతాయి. కెమెరాను వున్న చోటు నుండి కదలకుండానే రకరకాలైన దృశ్యభాగాలను (Shots) రికార్డు చేయవచ్చు.

జూమ్ లెన్సు అనేదిVariable Focal Length కలిగి వుంటుంది. (సాధారణంగా Lens ప్రతిదానికీ Fixed focal length వుంటుంది.) ఎదుటనున్న దృశ్యంలో ఎంత మేర కెమెరా చూడగలుగుతుంది అన్నది దాని focal length మీద ఆధారపడి వుంటుంది.

తక్కువ focal length కలిగిన కటకాలు (Lenses) దృశ్యాన్ని విస్తరించి చూపగలుగుతాయి.

అలాగే కెమెరాకు, దృశ్యానికి మధ్యనున్న దూరం కూడా దృశ్యం కన్పించే విధంలో తేడాను కలిగిస్తుంది.

జూమ్‌లెన్స్ (Zoom Lenses) లో కావలసిన రీతిలో focal length ను సరిచేసుకునే వీలున్నది కనుక పై చెప్పిన లాంటి సమస్యలు పరిష్కరించుకోవచ్చు.

కెమెరాలను ముందుకు వెనుకకు లేదా ప్రక్కలకు కదిలించే అవసరం (దృశ్య చిత్రీకరణకు) కలుగుతూ వుంటుంది. అందువలన కెమెరాలను రెండు మూడు రకాల స్టాండ్ల మీద అమర్చడం జరుగుతుంది. వీటిని ట్రైపాడ్ (Tripods) అని, పెడెస్టల్ (Pedestal) అనీ, క్రేన్లు (Cranes) అనీ పిలుస్తారు.

పరిమాణంలో Tripods లేదా Pedestals చిన్నవి. ప్రత్యేకమైన దృశ్యాల చిత్రీకరణకు మాత్రమే క్రేన్లను వుపయోగించడం జరుగుతుంది. పైగా క్రేన్లు పెద్దవి గనుక చిన్న స్టూడియోలలో వుపయోగించేందుకు అనువుగా వుండవు.

ప్రతి కెమెరాకు ఒక దృశ్యదర్శిని (View Finder) జోడించబడి వుంటుంది. కెమెరామన్ తాను చిత్రీకరించదలచిన దృశ్యాన్ని లేక దృశ్యభాగాన్ని దీని ద్వారా చూస్తాడు. దృశ్యాన్ని సరిగా ఫ్రేములో అమర్చుకోవడాన్ని నిర్ణీత రీతిలో Focus చేసుకొనేందుకు View Finder వుపయోగిస్తుంది.

కెమెరాను వున్న చోటనే వుంచి కుడి, ఎడమలకు త్రిప్పే వీలుంటుంది. ఒక దృశ్యాన్ని పూర్తిగా కుడినుండి ఎడమకు లేదా ఎడమ నుండి కుండికి చూపించేందుకు ఈ కదలిక సాయపడుతుంది.

కెమెరాను వున్న చోటనే వుంచి పైనుండి క్రిందికి, క్రిందినుండి పైకి కదిపే వీలు కూడా వుంటుంది. ఈ కదలికను టిల్ట్ (Tilt) అని అంటారు.

కెమెరాలను ఒక స్థానం నుండి మరో స్థానానికి కదిపే అవసరం కూడా రికార్డింగ్ సమయాల్లో వీలుగా వుంటుంది. అందువలననే స్టూడియోలో చాలభాగం సమతలంగాను, నున్నగానూ వుండేటట్లు నిర్మిస్తారు.

స్టూడియోలలో రెండు, మూడు కెమెరాలలో రికార్డు చేసేటప్పుడు దర్శకుడు, కెమెరామన్‌తో సంభాషించే అవసరం, సూచనలందించే అవసరం వుంటుంది. అందుకు వీలుగా వారందరూ హెడ్‌ఫోన్స్ (Head Phones) వాడతారు.

కెమెరాల మీదనున్న టాలీ దీపాలు (Tally lights) వెలిగినప్పుడు ఫలానా కెమెరాను విజన్ మిక్సర్ (Vision Mixer) ఎన్నుకున్నాడని కెమెరామన్‌కు, పాల్గొంటున్న వారికి కూడా తెలుస్తుంది.

స్టూడియోలోని కెమెరాలు, కంట్రోల్ రూములోని కెమెరా కంట్రోల్ యూనిట్‌కు కేబుల్ ద్వారా కలుపబడి వుంటాయి. కెమెరా కంట్రోలు విభాగం (Camera Control Unit) ద్వారా అవసరమైన నియంత్రణ చేస్తారు. సాధారణంగా యిలాంటి సర్దుబాటును ముందుగా రిహార్సల్ జరుగుతున్నపుడు చేసుకోవాలి.

అన్నీ సక్రమంగా లేకపోతే ఒకే దృశ్యంలోని వేరు వేరు భాగాలు రకరకాల రంగులతో కన్పించే ప్రమాదమున్నది. స్టూడియోలో కాక బయట రికార్డింగ్ చేసేటప్పుడు ఇలా సర్దుబాటు చేసుకునే అవకాశం వుండదు. అంటే కెమెరా కంట్రోలు విభాగం ద్వారా చేసే అవకాశం వుండదు. అందువలన అవసరమైన సర్దుబాట్లు కెమెరామెన్ కెమెరాలోనే చేసుకోవలసి వుంటుంది.

గతంలో కెమెరాకు తోడుగా ఫీల్డ్ రికార్డర్ తీసుకెళ్ళవలసి వచ్చేది. ప్రస్తుతం వస్తున్న కేమ్ కార్డర్ (Cam Corders)లో కెమెరా, రికార్డర్ ఒకే యూనిట్‌గా అమర్చబడి వుంటున్నాయి.

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కెమెరాలో మూడు రంగులేవి? వాటి ప్రాధాన్యం వివరించండి.

BRAOU

27.3 లైటింగ్ (Lighting)

కెమెరా దృశ్యాన్ని చిత్రీకరించేందుకు కాంతి అవసరమని తెలుసుకున్నాము. తెరమీది దృశ్యం సహజంగా, స్వాభావికంగా కన్పించాలంటే చాలా జాగ్రత్తగా లైటింగ్ ఏర్పాటు చేయవలసి వుంటుంది. కార్యక్రమపు నాణ్యత చాలా వరకు సృజనాత్మకంగా లైటింగ్ అమర్చడం మీద ఆధారపడి వుంటుంది.

మన కన్ను దృశ్యాలలోని కాంతిపరిమాణంలో అతి చిన్న తేడాలను కూడా గమనించగలుగుతుంది. ఈ వైరుధ్యాన్ని నిష్పత్తిగా చూసినపుడు 100:1 గా చెప్పవచ్చు. కెమెరాకు కన్నుతో పోల్చినపుడు ఈ వైరుధ్య నిష్పత్తి చాలా తక్కువ (30:1). కనుక లైటింగ్ అమర్చేటప్పుడు ఈ తేడాలు దృష్టిలో వుంచుకుని కాంతి నిష్పత్తిని 30:1 కి దరిదాపులుగా వచ్చేట్లు చూడాలి.

అవసరమైన రీతిలో లైటింగ్ ఏర్పాటుచేసుకునేందుకు వేరువేరు లైటింగ్ సాధనాలు అవసరమవుతాయి. వీటిని స్టాండులకు బిగించి గానీ కప్పునుండి వేలాడదీసిగానీ వుంచుతారు. పైనుండి వేలాడదీసిన లైట్లు కావలసిన రీతిలో కదిలించే వీలు కూడా వుంటుంది.

లైట్లలో కూడా రకరకాలు వుంటాయి. కొన్ని వాటి నుండి వస్తున్న కాంతిని ఎక్కువ తక్కువలు చేసేందుకు వీలుగా వుంటాయి కూడా. బయట ప్రదేశాలలో రికార్డింగ్ చేస్తున్నప్పుడు సాధారణంగా సూర్యకాంతి మీద ఆధారపడవలసి వుంటుంది. అదే ఇళ్ళలోను గదుల్లోను రికార్డింగ్ చేసేటప్పుడు అవసరాన్ని బట్టి స్టాండు మీద అమర్చిన లైట్లను వుపయోగించుకోవచ్చు.

27.4 శబ్ద గ్రహణం (Sound pickup)

టెలివిజన్‌లో దృశ్యానికెంత ప్రాముఖ్యత వున్నదో శబ్దానికి కూడా అంత ప్రాముఖ్యత వుంటుంది.

కొన్ని సమయాల్లో దృశ్యం కంటే ఎక్కువగా శబ్ద రూపంలో సమాచారాన్ని అందజేయవలసి వుంటుంది. ఈ కారణంగా శబ్ద గ్రహణకు కూడా తగిన ఏర్పాట్లు చేసుకోవాల్సి వుంటుంది.

సాధారణంగా శబ్దగ్రహణకు మైక్రోఫోన్స్ వాడతారు. టి.వి. కెమెరాలు కాంతిని ఎలా విద్యుత్సంకేతాలుగా మార్చుతాయో అదే విధంగా మైక్రోఫోన్లు ధ్వనిని విద్యుత్సంకేతాలుగా మారుస్తాయి.

శబ్దగ్రహణానికి పనికివచ్చే మైక్రోఫోన్లు రకరకాలైనవి వున్నాయి. అయితే వాటిలో సరియైన వాటిని ఎన్నుకుని అవసరానికి తగినట్లుగా వాడుకోవడం ఆడియో ఇంజనీర్ యొక్క కుశలత నిపుణత మీద ఆధారపడి వుంటుంది.

కొన్ని రకాల కార్యక్రమాలలో అంటే "పరిచయం" "క్విజ్" లాంటి కార్యక్రమాలలో మైక్రోఫోన్లు అమర్చడంలో పెద్ద సమస్యలు వుండవు. ఎందుకంటే అలాంటి కార్యక్రమాలలో మైక్రోఫోన్లు ప్రేక్షకులకు తెరమీద కన్పించినా ఫరవాలేదు కనుక. ప్రస్తుతం వస్తున్న చిన్న సైజు గలిగిన మైక్రోఫోన్లు పాల్గొనేవారి దుస్తులకు (చొక్కాలకు, జుబ్బాలకు) అమర్చే వీలున్నది.

కానీ నాటకాలవంటి కార్యక్రమాలు రికార్డు చేసేటప్పుడు మైక్రోఫోన్‌లు ప్రేక్షకులకు కన్పించడం ఎబ్బెట్టుగా వుంటుంది. అలాంటపుడు మైక్రోఫోన్ ప్రేక్షకులకు కన్పించకుండా అమర్చి అవసరానికి తగినట్లుగా శబ్ద గ్రహణం చేయవలసి వుంటుంది. అలాంటి పరిస్థితులలో సాధారణంగా రెండు రకాల సాధనాలను వుపయోగించి సమస్యను పరిష్కరించుకోవచ్చు.

వీటిలో మొదటిది ఫిష్ పోల్ (Fish Pole). ఒకపొడవాటి కర్ణికి ఒక చివర మైక్రోఫోన్‌ను వేలాడగట్టి వుంటుంది. దీన్నే ఫిష్ పోల్ అంటారు. కర్ర రెండవ చివరను పట్టుకుని కెమెరా దృష్టిలోకి రాకుండా అవసరమైన చోటికి మైక్రోఫోన్‌ను కదపవచ్చు. కానీ ఈ పద్ధతి పరిమిత దూరానికే సరిపోతుంది.

BRAOU

మరొక సాధనం 'బూమ్' (Boom). నిట్టనిలువుగా వున్న స్టాండుకు అడ్డంగా పొడవాటి కర్ర బిగించి వుంటుంది. కర్ర ఒక చివర మైక్రోఫోన్‌ను కదిలించవచ్చు. కర్రని ప్రక్కలకు పైకి కిందికి కదపవచ్చు. రెండవ చివరను మనం కదిపిన దిశకు వ్యతిరేకంగా మైక్రోఫోన్ కదులుతుంది. ఈ బూమ్ నుపయోగించి దృశ్యంలో పాల్గొంటున్న ఏ వ్యక్తి దగ్గరకైనా మైక్రోఫోన్‌ను తీసుకు వెళ్ళవచ్చు. బూమ్‌గానీ, మైక్రోఫోన్ గానీ, బూమ్‌ను కదుపుతున్న వ్యక్తిగానీ కెమెరా దృష్టిలోకి రాకుండా జాగ్రత్త పడవచ్చు.

బూమ్‌ను వాడుతున్నపుడు, బూమ్ నీడ దృశ్యం మీద పడకుండా లైటింగ్ ఏర్పాటు చేసుకోవలసి వుంటుంది.

నాటకాలు రికార్డు చేస్తున్నపుడు, రంగం మీద వున్న వస్తువుల చాటున మైక్రోఫోన్‌లు అమర్చి శబ్దగ్రహణం చేసే వీలు కూడా వుంటుంది.

సాధారణంగా స్టూడియోలలో రికార్డు చేస్తున్నపుడు తిరిగి రికార్డింగ్, డబ్బింగ్ అవసరం రాకుండా జాగ్రత్త పడాలి.

బయట రికార్డింగ్ చేసేటప్పుడు, అవసరమైన శబ్దాలు, గాలి విసురు లాంటి వాటివల్ల మనకు కావలసిన శబ్దాలు కలగాపులగం కాకుండా జాగ్రత్త తీసుకోవాలి. సున్నితమైన యూని డైరెక్షనల్ (Uni Directional) మైక్రోఫోన్‌లు వాడడం వల్ల కొంతవరకు అంతర శబ్దాలు రికార్డు కాకుండా చూచుకోవచ్చు.

స్టూడియో బయట నాటకాలు రికార్డు చేస్తున్నపపడు మరింత జాగ్రత్తగా శబ్దగ్రహణం చేయవలసి వుంటుంది. అప్పటికీ శబ్దగ్రహణం కావలసినంత నాణ్యంగా లేకపోతే వాయిస్ డబ్బింగ్ (Voice Dubbing) కన్న గత్యంతరం లేదు.

BRAOU

అభ్యాసం

టెలివిజన్ కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో 'లైటింగ్' అంశాలు వివరించండి?

కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో 'శబ్దాన్ని చిత్రీకరించడానికి' వాడే మైక్‌ఫోన్ రకాలు ఏవి?

27.5 వీడియో స్విచ్చర్స్ (Video Switchers)

ఈ యంత్రాలను ఆన్ లైన్ ఎడిటింగ్ యూనిట్స్ (On Line Editing Units) అని కూడా అంటారు. ఈ సందర్భంలో స్విచ్చింగ్ అంటే ఒక దాన్నుండి మరో దానికి మారడం. నడుస్తున్న దృశ్యాన్ని చిత్రీకరిస్తూ అవసరానికి తగ్గట్టు వెంటనే మరొక భాగానికి లేదా మరొక దృశ్య భాగానికి మారడం అన్న మాట. చెప్పదలచుకున్న విషయాన్ని వివరంగా చెప్పడానికి వీడియో స్విచ్చింగ్ చాలా అవసరం.

ముఖ్యంగా వీడియో స్విచ్చర్స్ క్రింద వివరించిన ప్రక్రియలకు తోడ్పడతాయి.

1. రికార్డింగ్ జరుగుతున్నప్పుడు రెండు/మూడు కెమెరాలు, దృశ్యాలను చూపుతుంటాయి. వాటిలో మనకు కావలసిన దృశ్య బింబాన్ని ఎన్నుకుని రికార్డు చేసుకునే సదుపాయం వీడియో స్విచ్ కలిగిస్తుంది.
2. ఒక దృశ్యం నుండి మరో దృశ్యంలోకి మారినప్పుడు పై పరివర్తన ఆనాలోచితంగా కాక ప్రేక్షకులకు సంకేతంగానూ అందంగానూ కనిపించేలా చేసేందుకు తోడ్పడతాయి.
3. అవసరమైతే కొన్ని రకాల స్పెషల్ ఎఫెక్ట్స్‌ను వీడియో స్విచ్చర్ లో సాధించవచ్చు. వీడియో స్విచ్చర్స్ రకరకాలైనవి అందుబాటులోకి వస్తున్నాయి.

ప్రస్తుతం అందుబాటులోకి వస్తున్న వీడియో స్విచ్చర్స్‌లో డైన్ స్ట్రీమ్ కీయర్ (Down stream Keyer) కూడా వుంటున్నది. దీని సాయంతో రికార్డింగ్ చేస్తున్న సమయంలోనే పేర్లు, మరేవైనా వివరాలు దృశ్యభాగం మీదనో, చిత్రం మీదనో ముద్రించే వీలున్నది.

కొన్ని స్విచ్చర్స్‌లో వీడియో స్పెషల్ ఎఫెక్ట్స్ సృష్టించే సదుపాయం వుంటున్నది. లేదా విడిగా స్పెషల్ ఎఫెక్ట్స్ జనరేటర్ సాయంతో సృష్టించిన ఎఫెక్ట్స్‌ను స్విచ్చర్ ద్వారా రికార్డింగ్‌కు మళ్ళించుకునే అవకాశం ఎలాగూ వుంటుంది. సాధారణంగా స్విచ్చర్స్‌లో క్రింద వివరించిన ఎఫెక్ట్స్ సృష్టించే వీలుంటుంది.

(ఎ) సూపర్ ఇంపోజిషన్ (Super Imposition)

(బి) కీ (Key)

(సి) క్రోమా కీ (Chroma Key)

(డి) వైప్ (Wipe)

వీటిని ఎలా చేస్తాం. ఎందుకు వుపయోగిస్తారో చూద్దాము.

- **సూపర్ ఇంపోజిషన్ (Super Imposition)**

దీనినే సూపర్ చేయడం అనికూడా అంటుంటాము. ప్రధానంగా రెండు వీడియో దృశ్యభాగాలను ఒకదాని మీద మరొకదానిని చూపించడాన్నే సూపర్ చేయడంగా పరిగణిస్తారు.

వ్యక్తుల పేర్లు, శీర్షికలు లాంటివికూడా సూపర్ చేయొచ్చు. వాటిని వీడియో టైప్ రైటర్ (Video Type

BRAOU

Writer) ద్వారా గానీ, వ్రాసిన వాటిని కెమెరాలో తీసుకునిగాని దృశ్య భాగం మీద కనిపించేలా చేయవచ్చు. ఇలా సూపర్ చేయడానికి తెల్ల అక్షరాలు నల్లని నేపథ్యం మీద వుండాలి.

అక్షరాలే కాకుండా దృశ్య భాగాలను కూడా ఒక దానిమీద ఒకటి కన్పించేలా చేయవచ్చు. (ఉదా: నాట్యం చేస్తున్న నర్తకి దృశ్య భాగం మీద హస్తముద్రను చూపించడం).

- **కీ లేదా కీయింగ్ (Key or Keying)**

టెలివిజన్ చిత్రంలోని కొంత భాగాన్ని (తెరమీద కన్పించేదానిలో) తొలగించి ఆ ఖాళీలో అక్షరాలను గానీ, లేదా మరో దృశ్య భాగాన్ని గానీ చూపించడాన్ని కీయింగ్ (Keying) అంటారు. శీర్షికలు పేర్లు సూపర్ చేయడానికన్నా ఈ పద్ధతి మెరుగైనది.

- **మాట్ కీ (Matt Key)**

కీయింగ్‌లో యిది మరో పద్ధతి. యిందులో తొలగించిన దృశ్యభాగాన్ని కావలసిన రంగులో చూపించవచ్చు.

- **క్రోమా కీ (Chroma Key)**

క్రొమా కీ అనేది మరొక విలక్షణమైన పద్ధతి. ఈ పద్ధతి నుపయోగించి స్టూడియోలో రికార్డు చేసిన దృశ్య భాగాలకు వెనుక మరెక్కడనైనా రికార్డు చేసిన నేపథ్యాన్ని జోడించడానికి వీలున్నది.

ఉదాహరణకు స్టూడియోలో ప్రయోక్తనుగానీ, వార్తలు చదివే వ్యక్తిని గానీ మరో నేపథ్యంలో వున్నట్లుగా చూపించవచ్చు. వార్తలు చదువుతున్న వ్యక్తిని నీలపురంగుగల నేపథ్యంలో వుంచి రికార్డు చేస్తూ, ముందుగా రికార్డు చేసిన న్యూస్ రూం దృశ్యాల నేపథ్యానికి జోడించి అతను న్యూస్‌రూమ్ నుండి వార్తలు చదువుతున్నట్టుగా భ్రమ కలిగించవచ్చు. ఇందులో గమనించవలసింది, దృశ్యంలో పాల్గొంటున్న వ్యక్తి నీలపు రంగు దుస్తులు ధరించకుండా వుండడం.

- **వైప్ (Wipe)**

వైప్ (Wipe) మరొక రకమైన ఎఫెక్ట్. ఒక దృశ్యాన్ని క్రమంగా తెరమీదినుండి తొలగిస్తూ దీని స్థానంలో మరో దృశ్యాన్ని చూపించడాన్ని వైప్ అంటారు. వైప్‌లు తెరమీద నిలువుగా గానీ, అడ్డంగా గాని, ఒక మూల నుండి మరో మూలకు గానీ, కోణాలుగా గానీ వివిధ ఆకారాలుగా గానీ చూపించవచ్చు.

- **డిజిటల్ వీడియో ఎఫెక్ట్స్** (Digital Video Effects)

అవసరమైనప్పుడు ప్రత్యేకమైన ఎఫెక్ట్స్‌ను వుపయోగించి కార్యక్రమపు నాణ్యత పెంచే వీలున్నది. ఇలాంటి వాటిలో మొజాయిక్, పోస్టరైజేషన్, జూమింగ్, రోటేషన్ కొన్ని. వీటిని అవసరాన్ని బట్టి అందుబాటులో వున్న సాంకేతిక సదుపాయాలను బట్టి వాడుకోవలసి వుంటుంది.

27.6 వీడియో రికార్డింగ్ (Video Recording)

శబ్దాన్ని సంగీతాన్ని రికార్డు చేసేందుకు మనముపయోగించే టేప్ రికార్డర్‌ల వంటివే. వీడియో రికార్డర్లు కూడా కాకపోతే యివి శబ్దాన్ని దృశ్యాన్ని ఒకసారే మాగ్నటిక్ టేప్ మీద ముద్రించగలుగుతాయి. ఒకసారి టేప్ మీద రికార్డ్ చేసిన శబ్దాలను దృశ్యాలను తిరిగి ఎన్ని సార్లయినా వినడానికి చూడడానికి వీలుంటుంది.

యిప్పుడు వస్తున్న వీడియో టేప్‌రికార్డర్లు అదనపు సదుపాయాలు కలిగి వుంటున్నాయి. వాటిలో ముఖ్యమయినవి స్టిల్ ఫ్రేమ్ (Still Frame) లేదా ఫ్రీజ్ ఫ్రేమ్ (Freeze Frame), స్లో మోషన్ (Slow Motion) అనేవి.

BRAOU

స్టిల్ ఫ్రేమ్ (Still Frame) పద్ధతి నుపయోగించి దృశ్యభాగం లోని ఒక ఫ్రేమ్ (Frame) ను నిశ్చలంగా చూపించవచ్చు. స్లోమోషన్ (Slow motion) ప్రక్రియ నుపయోగించి దశ్యభాగంలోని కదలికను సాధారణ వేగం కంటే తగ్గించి అతి నిదానంగా కదులుతున్నట్టు చూపించవచ్చు.

ఇలాంటి ప్రక్రియలు మనం చెబుతున్న విషయాన్ని మనస్సుకు హత్తుకునేలా చెప్పేందుకు, లేదా దృశ్యంలోని నాటకీయతను హెచ్చించేందుకు వాడవచ్చు. వీడియో రికార్డర్లలో అవసరాన్ని బట్టి వాడేందుకు వీలుగా వేరు వేరు రకాలుగా వున్నాయి.

వి.హెచ్.ఎస్. (VHS) అనే రకం రికార్డరు సాధారణంగా మనం యిళ్ళలో సినిమాలో లేక వివిధ కార్యక్రమాల రికార్డింగ్‌లను టెలివిజన్‌లో చూసేందుకు వుపయోగిస్తాము. దీని రికార్డింగ్ నాణ్యత యిళ్ళలో చూసేందుకు మాత్రమే సరిపోతుంది.

టెలివిజన్ కార్యక్రమాల ప్రసారానికి (Transmission) నాణ్యత ఎక్కువకలిగిన రికార్డర్లు అవసరమవుతాయి. చాలా వరకు టెలివిజన్ ప్రసార సంస్థలు (Television Transmission Organisations) వాడే వాటిలో ముఖ్యమయినవి. యు-మాటిక్ (U-Matic), బిటాకామ్ (Betacam) ఎమ్-2 (M-II) అనేవి.

డిజటల్ (Digital) సాంకేతిక నైపుణ్యంతో యిప్పుడిప్పుడే మరికొన్ని రకాల వీడియో టేప్ రికార్డర్లు అందుబాటులోకి వస్తున్నాయి వీడి వాడకం ఖర్చుతో కూడుకున్నదే అయినా వాటి పనితనం మాత్రం లోపరహితంగానూ చాలా నాణ్యంగానూ వుంటుందన్నది నిస్సందేహంగా చెప్పవచ్చు.

BRAOU

అభ్యాసం

'వీడియో స్విచర్' ఏం చేస్తుంది.

వీడియో టేప్ రికార్డర్‌లలో కలిగిఉండే అదనపు సాంకేతిక సదుపాయాలు ఏమిటి?

27.7 వీడియో ఎడిటింగ్ (Video Editing)

వీడియో ఎడిటింగ్ చాలా నేర్పుతోను, సృజనాత్మకంగాను చేయవలసిన పని. అంతే కాక చూపరులకు అందంగా సహజంగా కన్పించేలా కార్యక్రమాలను రూపొందించడంలో ఎడిటింగ్ చాలా ముఖ్యపాత్ర నిర్వహిస్తోంది.

ఒకోసారి మనం కార్యక్రమాలను రికార్డు చేసేటప్పుడు వేరు వేరు భాగాలను ఒక వరుసక్రమంలో గాక ముందు వెనుకలుగా రికార్డు చేయడం తటస్థిస్తుంది. ఉదాహరణకు నాటకంలోని చివరి భాగాలను ముందుగా రికార్డు చేయవచ్చు.

అలాంటప్పుడు అన్వయం సరిగా వుండే రీతిలో దృశ్యాలను, (దృశ్య భాగాలను) అమర్చడం ఎడిటింగ్‌లో ఒక భాగం. దీనిని "అసెంబుల్ ఎడిటింగ్" (Assemble Editing) అంటారు. అంటే వేర్వేరు భాగాలను ఒకటి తర్వాత మరొకటి వచ్చే విధంగా నిర్ణీతస్థానాలలో అమర్చడం అన్నమాట.

ఒకోసారి రికార్డింగ్ సమయంలో అందుబాటులో లేని కొన్ని దృశ్యభాగాలు, ఇతర చిత్రాలు రేఖా పటాలు లాంటి వాటిని కొన్నింటిని అవసరమయిన విధంగా ఆయాస్థానాల్లో చొప్పించవలసివుంటుంది. ఇలా చేసే ఎడిటింగ్‌ను ఇన్‌సర్ట్ ఎడిటింగ్ (Insert Editing) అంటారు.

మరికొన్ని సమయాల్లో దృశ్యాన్ని గానీ దృశ్య భాగాలను గాని వున్నదున్నట్లుగా వుంచి కేవలం శబ్దాన్ని మాత్రం మార్చడమో, తీసివేయడమో లేక లేనిచోట పొందుపరచడమో చేయవలసి రావచ్చు. ఇలా చేయడాన్ని ఆడియో ఎడిటింగ్ (Audio Editing) అంటారు.

సామాన్యమైన ఎడిటింగ్ యూనిట్ (Editing Unit) లో రెండు వీడియో టేప్‌రికార్డర్లు వుంటాయి. వీటిలో ఒకదానిమీద దృశ్యాలున్న టేపు నడిపించుతారు. రెండవ దానిమీద ఖాళీ టేపు నడిపిస్తూ అవసరమైన దృశ్యాలను దృశ్యభాగాలను దానిమీదికి బదిలీ చేస్తారు. ఎలక్ట్రానిక్ ఎడిటింగ్ యూనిట్ (Electronic Editing Unit) గనక వుంటే రెండు రికార్డర్లను సమన్వయం చేసి ఎడిటింగ్ సులువుగా చేసేందుకు అస్కారం వుంటుంది.

2.7.7.1 పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ (Post Production)

BRAOU

వీడియో / టెలివిజన్ పరిభాషలో పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ (Post Production) అంటే కార్యక్రమ భాగాలన్నీ రికార్డు చేయడం పూర్తయింతర్వాత చేయవలసిన పనులని అర్థం. అంటే ముఖ్యంగా ఎడిటింగ్ అన్నమాట. కార్యక్రమపు నాణ్యతను పెంచేందుకు తీసుకునే యితర చర్యలు కూడా యిందులోని భాగమే.

ముందు చెప్పినట్లుగా రెండు వీడియో రికార్డర్లు, ఒక ఎడిట్ కంట్రోల్ యూనిట్ మాత్రమే అందుబాటులో వున్నప్పుడు ఎడిటింగ్ చాలా ప్రాథమిక స్థాయిలో చేయడం సాధ్యమవుతుంది. దీన్నే కట్ ఎడిటింగ్ (Cut Editing) అంటారు. అంటే ఒక దృశ్యభాగాన్ని మరో దానికి సహజంగా కన్పించే రీతిలో కలపడం అన్న మాట.

అలా కాకుండా దృశ్యాల పరివర్తనకు సూపర్ ఇంపొజిషన్ (Super Imposition) డిసాల్వ్ (Dissolve) వైప్ (Wipe) ఫేడ్ (Fade) లాంటి ప్రక్రియలు అవసరమనుకుంటే వీడియో స్విచ్చర్‌ను వాడడం తప్పనిసరి. అలాగే శబ్దాలను, సంగీతాన్ని అనుకున్న రీతిలో వినిపించదలచుకుంటే ఆడియో కన్సోల్ (Audio Console) అవసరమవుతుంది.

రెండు టేపులమీదున్న దృశ్యాలను ఒకదాని తర్వాత ఒకటిగా ఎడిటింగ్ చేయదలచుకుంటే మూడవ వీడియో రికార్డరు అవసరమవుతుంది. వీటన్నింటిని అనుసంధించి కావలసిన రీతిలో పని చేయించడానికి ఎలక్ట్రానిక్ ఎడిటింగ్ యూనిట్ కావలసి వస్తుంది.

27.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

- టెలివిజన్, వీడియో కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలు కీలకమైన పాత్ర నిర్వహిస్తాయి. టెలివిజన్ కెమెరా, లైటింగ్, శబ్ద చిత్రణం, వీడియో స్విచర్, వీడియో రికార్డింగ్, వీడియో ఎడిటింగ్ వంటివి వనరులు - సదుపాయాల కిందకు వస్తాయి.
- కెమెరా లేనిదే కార్యక్రమం చిత్రీకరణ సాధ్యం కాదు. వీడియో సిగ్నల్‌ను టేపు మీద ముద్రించడానికి కెమెరా తోడ్పడుతుంది. వివిధ రకాల కెమెరాలున్నాయి. ట్యూబ్ కెమెరాలు ఒకరకమయినవి అయితే, ప్రస్తుతం వాడుకలోకి చార్జ్‌డ్ కపుల్డ్ డివైస్ ప్రాతిపదికపని చేసేవి వచ్చాయి.కెమెరా వినియోగంలో సాంకేతిక అంశాలు, దృశ్యీకరణలో తోడ్పడే సాంకేతిక సదుపాయాలు ఉన్నాయి.
- టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో 'లైటింగ్' ఒక కళాత్మక ప్రక్రియ. ఈ ప్రక్రియకు తోడ్పడేది సాంకేతిక సదుపాయాలే. బయటి ప్రాంతాలలోను, ఇళ్లలోను, స్టూడియోలోను నిర్మాణం చేసినప్పుడు ఈ లైటింగ్ అవసరాలునేరుగా ఉంటాయి. వీటిని సాధించేందుకు సాంకేతిక సదుపాయాలు ఎంతగానో దోహదపడ్తాయి.
- శబ్ద చిత్రణం కూడా ఒక 'కళాత్మక' అంశమే. వివిధరకాల కార్యక్రమాలకు శబ్ద చిత్రణ అవసరాలు భిన్నంగా ఉంటాయి. మైక్రోఫోన్ ఇందుకు చేస్తొన్న సహకారం ఎంతో విలువైంది. వివిధ రకాల మైక్రోఫోన్ పరికరాలు శబ్ద చిత్రణ కోసం వాడతారు.
- వీడియో స్విచర్ టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణం, ముఖ్యంగా ఆన్‌లైన్ నిర్మాణ సందర్భాల్లో చాలా కీలకమైన పరికరం. దృశ్యానికి దృశ్యానికి మధ్య ఎఫెక్ట్ సృష్టించడానికి ఎంతగానో సహకరిస్తుంది. 'సూపర్', 'కీయింగ్' మాటక్‌కీ, 'క్రోమాకీ' వైప్ వంటి ఎఫెక్ట్ ప్రక్రియలు ఎంతగానో ప్రాచుర్యాన్ని పొందాయి.
- వీడియో రికార్డింగ్‌లో రికార్డర్ల సహకారం, వీడియో షూటింగ్‌లో అసెంబ్లీ ఎడిటింగ్, ఇన్‌సర్ట్ ఎడిటింగ్ వంటి ప్రక్రియలకు సాంకేతిక వనరులు, సదుపాయాలు చేసే సహకారం అనల్పం.
- పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ దశలో దృశ్యాలను ఒకదానితో ఒకటి కలపడం, శబ్దచిత్రణను జోడించడం, అవసరమైతే ఇతర శబ్దాలను, సంగీతాన్ని, సహజశబ్దాలను చేర్చడంలో సాంకేతిక పరికారాలయిన వీడియోరికార్డర్లు, ఇతర అనుబంధ పరికరాలు ఎంతగానో తోడ్పడ్తాయి.

BRAOU

27.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో 'టెలివిజన్'కు సంబంధించిన సాంకేతిక సదుపాయాల్ని వర్ణిస్తూ, లైటింగ్ ప్రాముఖ్యాన్ని వివరించండి?
2. 'వీడియో స్విచర్' వల్ల కార్యక్రమం రూపురేఖల్ని మార్చే అవకాశాల్ని పరిశీలించండి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. వీడియో కార్యక్రమంలో శబ్ద చిత్రణం అంశాలు వివరించండి.
2. వీడియో ఎడిటింగ్, పోస్ట్ ప్రొడక్షన్‌ల మధ్య సంబంధం ఏమిటి?

BRAOU

ఖండం-6 పరిశోధన, మదింపు

ఈ ఖండంలో అయిదు భాగాల వరస ఇది

మదింపు - ప్రసార మాధ్యమ అంశాలు

కార్యక్రమ నిర్మాణం : పరిశోధన, మదింపు

ప్రేక్షకుడు - అవసరాలు, అంచనా

మదింపు పద్ధతులు

పూర్వ పరీక్ష, పరిశీలన

28వ భాగంలో ప్రసారమాధ్యమ బాధ్యతలనూ, మదింపు పద్ధతినీ విశదీకరించాము. 29వ భాగంలో నిర్మాణంలో అవసరమైన పరిశోధన, మదింపుల గురించి వివరించాము. 30వ భాగంలో కార్యక్రమం ఉద్దేశించిన లక్ష్యాలను సాధించటంలో గల ప్రేక్షకుల స్వరూపస్వభావాల ప్రమేయాన్ని చర్చించాము. 31వ భాగంలో మదింపు పద్ధతులనూ, మదింపు దశలనూ వివరించాము. 32వ భాగంలో పూర్వపరీక్ష-పరిశీలన తీరుతెన్నులను గురించి తెలిపాము.

ఈ ఖండం చదివాక ప్రసారమాధ్యమాల్లో పరిశోధనకూ, మదింపుకూ గల ప్రాధాన్యాన్ని మీరు అన్వయపూర్వకంగా గ్రహించగలుగుతారు. వృత్తిలో అన్వయించుకోగలుగుతారు.

BRAOU

BRAOU

భాగం 28 మదింపు: ప్రసార మాధ్యమం అంశాలు

విషయ క్రమం

28.0 ఉద్దేశం

28.1 ప్రవేశిక

28.2 ప్రసార మాధ్యమం బాధ్యతలు

అభ్యాసం

28.3 మదింపు

28.4 ప్రసార మాధ్యమం అంశాలు

అభ్యాసం

28.5 భవిష్యత్తులో ధోరణులు

అభ్యాసం

28.6 ముఖ్యవిషయాలు గుర్తుంచుకుందాం

28.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

28.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం అధ్యయనం చేసిన తర్వాత కింది అంశాలను చర్చించగలుగుతారు

- మారుతున్న సాంకేతిక-సామాజిక పరిస్థితులలో ప్రసార మాధ్యమాల ప్రభావం.
- ప్రసారమాధ్యమాల బాధ్యతలు - మారుతున్న అవసరాలకు అనుగుణంగా పరివర్తన.
- మదింపు అవకాశాల పరిశీలన - పరిధులు

- మదింపులో దృష్టి సారించవలసిన ప్రసారమాధ్యమ అంశాలు. భవిష్యత్తులో ప్రసారమాధ్యమాలు సృష్టించే సమస్యలు పరిష్కారాలు.

28.1 ప్రవేశిక

ప్రసార మాధ్యమాల ప్రభావం సమాజం మీద అనల్పం. ప్రసార మాధ్యమాలు సమాజాన్ని మార్చగలవు. సమాజానికి అద్దం పట్టగలవు. సమాజంలో మార్పుల్ని అనుసరించనూ గలవు. మనదేశంలో ప్రసార మాధ్యమాల ఆవిర్భావం, అభివృద్ధి ఈ భావనలకు అద్దం పడతాయి. ఆధునిక ప్రసారమాధ్యమాల టెక్నాలజీ మన దేశంలో విప్లవాత్మకమైన మార్పులు తెస్తున్న తరుణంలో మనముందు ఎన్నో ప్రశ్నలు నిలుస్తాయి. వాటికి సమాధానాలు వెదుక్కోవలసిన అవసరమూ కలుగుతోంది. ప్రసారమాధ్యమాల ప్రభావాలు పలురకాలు, వైవిధ్యాన్ని కలిగి ఉంటాయి. తక్షణ-దీర్ఘకాల ప్రభావాల్ని చూపెట్టగల నైజం వాటికుంది. బలమైనవి-బలహీనమైనవి ప్రభావాలు కనిపిస్తాయి. మానసిక, రాజకీయ, ఆర్థిక, సామాజిక అంశాలకు చెందిన ప్రభావాలు ప్రసారమాధ్యమాల ద్వారా ఉద్భవిస్తాయి. ఇవి సమాజంలోని, వ్యక్తుల్లోని అభిప్రాయాల్ని, విలువల్ని నైపుణ్యాలనీ, అభిరుచులనీ, ప్రవర్తనను ప్రభావితం చేయగలవు.

ఈ నేపథ్యంలో ప్రసారమాధ్యమాలపరంగా కొన్ని ప్రశ్నలుదయిస్తాయి. వాటిల్లో ముఖ్యమైనవి, మన అనుభవంలో వచ్చేవి కొన్ని కనిపిస్తాయి. అవి:

సమాజంపైన ప్రసారమాధ్యమాల ప్రభావాలేమిటి?

మనల్ని ఏ మేరకు ప్రభావితం చేసి మార్చగలిగాయి?

మనం ఏ మేరకు సమాచారాన్ని పొందాం?

మనల్ని మనం ఈ దశలో నియంత్రించుకోగలమా?

ప్రసార మాధ్యమాల చేతిలో కీలుబొమ్మలమై నర్తిస్తున్నామా? వంటివి ఈ కొన్నయితే, మరెన్నో అనుబంధ సమస్యలు ప్రసారమాధ్యమాలు. ఊపిరిపోసిన అంశాలుగా - సమస్యలై మనముందుకొస్తాయి. దీనికితోడు మరో కొత్త అంశం. ఇటీవలి కాలంలో ప్రాధాన్యం సంతరించుకుంది. కొత్త టెక్నాలజీలు వేగంగా చొచ్చుకురావడం ఒక వైపు, శాటిలైట్ వ్యవస్థ పెరుగుదల మూలంగా విదేశీ టెలివిజన్ చానళ్లు చేస్తున్న ప్రసారాలు మరోవైపు మన సంస్కృతి, సమాజాల మీద ఎనలేని ప్రభావాన్ని కలిగిస్తున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమాలే ఇదివరకు ఎన్నడూ లేనివిధంగా సమాచారాన్ని పొందే అవకాశాల్ని మనకు కల్పించగలిగాయి. ప్రపంచమే గ్రామం' (global village) అనే భావన రూపుదిద్దుకొంది. సంక్లిష్ట రూపం దాలుస్తున్న సమాజానికి, ఆధునికతను సంతరించుకుంటున్న సమాజానికి - సమాచారం తప్పనిసరి. జీవనసరళి మారడానికి - మానవాళి అభివృద్ధికి అవసరమైన 'సమాచారాన్ని' సమకూర్చుకోవడం తప్ప మరో మార్గం లేదు. సమాచారం ఈ రోజున ఒక సరుకు (Commodity). ప్రసార సాధనాల పరిధి వినోదాన్ని అందివ్వడం నుంచి ఎదిగి సమాచారాన్ని విక్రయించే స్థితికి చేరుకోగలిగింది. ప్రసార మాధ్యమం అంశాలను మదింపు దృక్కోణం లోంచి పరిశీలించడం తక్షణ కర్తవ్యం.

28.2 ప్రసార మాధ్యమాల బాధ్యతలు

మన దేశంలో ప్రసారమాధ్యమాల ఆవిర్భావం - అభివృద్ధి ఆసక్తికరమైంది. రేడియో 1920 ప్రాంతంలో ప్రయివేటు రేడియో క్లబ్బుల రూపంలో ఆవిర్భవించింది. స్వాతంత్ర్యం వచ్చిన తొలిరోజుల్లో 6 కేంద్రాలలో ప్రారంభమయి 102కి పైగా రేడియో కేంద్రాలు ఇప్పుడు కార్యక్రమాల్ని రూపొందించి ప్రసారం చేస్తున్నాయి. రిలే కేంద్రాలతో కలుపుకుని 205 ఆకాశవాణి కేంద్రాలను స్థాపించారు. భౌగోళికంగా 91% దేశ విస్తీర్ణానికి ప్రసారాలు చేరగలుగుతున్నాయి. 97.5% ప్రజలు ఈ ప్రసారాలను అందుకోగలుగుతున్నారు.

మనదేశంలో 1959లో ప్రయోగాత్మకంగా ఢిల్లీలో టెలివిజన్ కేంద్రాన్ని ఏర్పాటు చేశారు. టెలివిజన్ ప్రసారాల అభివృద్ధి 1970 దశకంలో దేశం పలు పట్టణాల్లో టెలివిజన్ కేంద్రాల స్థాపనతో ముందుకు సాగింది. 1990 దశకంలో కేబుల్ టీవీల ప్రవేశం, తదనంతరం శాటిలైట్ టెలివిజన్ ఛానళ్ల ప్రసారాలు - ప్రసారమాధ్యమాల పరిధిలో గొప్ప మార్పుల్ని తేగలిగాయి. ప్రసార లక్ష్యాలను కొత్త దృక్కోణంలోంచి చూడవలసిన అవసరం ఏర్పడింది.

ప్రసారమాధ్యమాల ప్రాథమిక బాధ్యత సమాచారం, విద్య, వినోదాన్ని అందించడం. ఇవికాక మరికొన్ని సెకండరీ బాధ్యతలు ఉన్నాయి.

సమాచారాన్ని శక్తిగా పరిగణిస్తారు. ప్రసారమాధ్యమాలకు సమాచారాన్ని త్వరితగతిన అందించగల సామర్థ్యమూ ఉంది. జీవనవిధానంలో నాణ్యత కోసం సమాచారం అందివ్వడం ప్రాథమిక బాధ్యత. వార్తా ప్రసారాలు, సంఘటనల, దుర్ఘటనలకు సంబంధించిన వార్తలు, కరువుకాటకాలు, వరదలు, ఆరోగ్యవిషయాలు - వంటి వాటికి చెందిన మంచీ చెడులను ప్రసార సాధనాల ద్వారా తెలుసుకొని ప్రజలు తగిన చర్యల్నో, జాగ్రత్తల్నో తీసుకునే అవకాశం లభిస్తోంది.

మరో బాధ్యత విద్య-బోధన. ప్రసార సాధనాల విజ్ఞానాన్ని, పరిజ్ఞానాన్ని, నైపుణ్యాలని అందించడం ద్వారా సమాజంలో పౌరులు తమ విధ్యుక్త ధర్మాల్ని మరింత సమర్థవంతంగా నిర్వహించే వీలు ఏర్పడుతుంది. ప్రజాజీవనంలో చురుగ్గా పాల్గొనే అవకాశము లభిస్తుంది. సమాజంలో జీవించడం, చదువు వంటివి చిన్న తనంలోనే ప్రారంభమయ్యాయి. కాబట్టి - ప్రసార సాధనాలు విద్యను అందించడం చిన్నతనం నుంచే వారి జీవితాన్ని సరైన రూపంలో తీర్చిదిద్దగల సామర్థ్యం ఉంది.

మానవాళి జీవితంలో వినోదానికున్న స్థానం అపారమైంది. జీవన విధానంలోనే ఒక అంతర్భాగం కూడా.

BRAOU

దైనందిన జీవితంలో ఎదురయ్యే ఒడిదుడుకుల్ని, కష్టనష్టాలను మరిపింపజేసే తత్వం వినోదానికుంది. మనిషి ధనాత్మక పాత్రను నిర్వహించడానికి వినోదం దోహదం చేస్తుంది. ప్రసారసాధనాలు వినోదాన్ని - సంగీతం, డ్రామా, చలనచిత్రాలు, సాహిత్యం, కామెడి, క్రీడలరూపంలో వారి వారి అభిరుచులకు అనుగుణంగా అందించగలవు.

ఇదేకాక మరికొన్ని అనుబంధ భాద్యతలు ప్రసారమాధ్యమాలకు ఉన్నాయి. సాంస్కృతిక పరిరక్షణ, జాతీయ సమైక్యత, దేశసమగ్రత వంటివి ఈ కోవలోకి వస్తాయి. సందర్భానుసారంగా కొన్ని సార్లు ఈ అనుబంధ బాధ్యతలు ముందువరుసలోకి వస్తాయి. అప్పుడు మాధ్యమాల ప్రథమ కర్తవ్యం - వీటి దిశగా మారుతుంది.

క్లుప్తంగా పరిశీలిస్తే ప్రసారమాధ్యమాల బాధ్యతలను కింది అంశాలు స్పష్టం చేస్తాయి.

ప్రసార వ్యవస్థకు ఒక ధ్యేయం ఉంది.

ప్రసార మాధ్యమాలు అంతర్గత సంబంధాలను కలిగి, సమన్వయ పరచబడి ధ్యేయాన్ని సాధించడానికి దోహదపడ్తాయి.

ప్రసారమాధ్యమాలు చుట్టూ ఉన్న పరిసరాలలో కలసికట్టుగా నడవగలవు.

అభ్యాసం

ప్రసార మాధ్యమాల బాధ్యతలను ప్రస్తావించండి.

BRAOU

28.3 మదింపు

మదింపు కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ఒక అంతర్భాగంగా రూపొందడం గమనిస్తాం. ప్రసారమాధ్యమాలు ప్రసారం చేసే కార్యక్రమాల మదింపు అవసరం పెరుగుతోంది. కార్యక్రమాలు లక్ష్యాలమేరకు నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడికి చేరాలని ఆశించినప్పుడు వాటి మదింపు తప్పనిసరి. ప్రసారం తర్వాత లక్ష్యాలను సాధించింది లేనిదీ కొలవడమే 'మదింపు' అని సాధారణంగా చెప్పే నిర్వచనం. వాస్తవానికి మదింపు విస్తృతార్థం కలిగిన 'భావన'తో కూడుకున్న పదం. వర్ణన (description), నిర్ణయం (judgement), ధ్యేయం (purpose), ఉద్దేశం (motive) అనేవి విస్తృత పరిధిలో చూసినప్పుడు మదింపు భావనలో కనిపిస్తాయి. దేన్నాయినా దాని సామర్థ్యాన్ని నిర్ధారించడానికి ముందు దాని భౌతిక, మానసిక ఎట్రిబ్యూట్స్‌ను, నమ్మకాల్ని ఫలితాలని, ఫలితాలిచ్చే అవుట్‌కమ్‌ని వర్ణించగలగాలి. ఈ వర్ణన గుణాత్మకంగానూ, సంఖ్యాత్మకంగానూ ఉండే అవకాశమూ ఉంది. మదింపు అభిప్రాయాల్ని తెలియజేయడమూ, నిర్ణయాల్ని చెప్పడమూ చేస్తుంది. లేదా కొన్ని సందర్భాల్లో ఈ రెండూ మదింపు ద్వారా వ్యక్తమౌతాయి. పైన చేసిన వర్ణనల ఆధారంగానే నిర్ణయం (Judgement) వెలువడ్తుంది. కార్యక్రమం పట్ల నిర్ణయం జరుగుతుంది.

ధ్యేయం (purpose) మదింపుకు ఊపిరి. కార్యక్రమానికి ముందయితే - ఏం చెప్పాలి, దేనికోసం చెప్పాలి ఎంతవరకు చెప్పాలి. అన్న అంశాల్ని మదింపులో పరిశీలిస్తాం. దీన్నే అవకాశాల విశ్లేషణ అని చెప్తాం. ఈ దశలో చేసే మదింపు ఫార్మేటివ్ ఎవాల్యూయేషన్‌కు దారి తీస్తుంది. కార్యక్రమం పూర్తయి, ప్రసారం చేశాక మంచి చెడులన బేరీజు వేయడం సమ్మేటివ్ ఎవాల్యుయేషన్‌లో చేరుస్తారు.

మదింపును కేవలం ఒక ధ్యేయంతోనే చేపట్టరు. విధిగా చేయవలసిన అవసరం ఒకటయితే, మరొకటి బాధ్యతను గుర్తించడానికి, మరొకటి - సమర్థించటం కోసం. ఇలా మదింపును ప్రోత్సహించే అంశాలు కొన్ని.

ప్రసార మాధ్యమాల విషయంలో నాలుగురకాల మదింపు పద్ధతులను వినియోగించవచ్చు. అవి.

ఎ) సర్వేక్షణ పద్ధతి

బి) ప్రయోగ పద్ధతి

సి) పరిశీలనా పద్ధతి

డి) అంశాధ్యాన పద్ధతి

ఈ నాలుగు రకాల పద్ధతుల గురించి తర్వాతి భాగంలో విడిగా చర్చ జరిగింది. మదింపు కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో నాలుగు దశలలో చేపట్టడం సాధ్యపడుతుంది. ఈ విధంగా చేపట్టే మదింపు నాలుగుదశలు. ఇవి.

ఎ) ప్లానింగ్ దశ (Planning Stage)

బి) ప్రారంభ దశ (Formative Stage)

సి) ప్రక్రియ దశ (Process Stage)

డి) పూర్తయిన దశ (Summative Stage)

కార్యక్రమ నిర్మాణ దశల్లో కొనసాగే ప్రక్రియ ఆధారంగానే మదింపు లక్ష్యాలను నిర్దేశిస్తారు. మదింపు పరిధి ఆయాదశలను బట్టి ఉంటుంది. కార్యక్రమ నిర్మాణాన్ని ఆయా దశలలో పటిష్టపరిచే ప్రయత్నంలో భాగంగానే పరిధి కనిపిస్తుంది.

28.4 ప్రసార మాధ్యమం అంశాలు

BRAOU

సమాజం సామాన్యమైనదయినా సంక్లిష్టమైనదయినా దానికంటూ ఒక కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థ ఉండాలి. సమాజంలోని ఉపవ్యవస్థలు తమ విధులను నిర్వహించడానికి దీని అవసరం అత్యావశకం. ప్రసార సాధనాల ఆవిర్భావం, అభివృద్ధి, వాటి ఉపయోగాలు మారుతున్న సమాజ అవసరాలకు అనుగుణంగానే తమను తాము తీర్చిదిద్దుకోగలుగుతున్నాయి. రెండో ప్రపంచయుద్ధం తర్వాత 'అభివృద్ధి' భావన వెలుగును చూసింది. జర్నలిజం, కమ్యూనికేషన్ రంగాలను అభివృద్ధి భావనలో చూడ్డం ప్రారంభించారు. అభివృద్ధి కోసం జర్నలిజం అనే భావన రూపుదిద్దుకుంది. అదే తరహాలో అభివృద్ధి కోసం కమ్యూనికేషన్' భావన ఏర్పడింది. ఈ భావన చలన శీలత్వం కలది. మానవాళి మనుగడలోని అన్ని పార్శ్వాలను స్పృశించగలదు. అభివృద్ధికి మౌలికమైన అర్థం మానవ అభివృద్ధే.

1950 దశకంలో అభివృద్ధికి సామాజిక కోణం చేర్చడం జరిగింది. ఆరోగ్యం, విద్య ప్రాముఖ్యం వహించడం ఇక్కడ కనిపిస్తుంది. 1970 ప్రాంతంలో అభివృద్ధి భావన విస్తృత పరిధిలోకి వచ్చింది. జనాభా, ఆహార విషయాలు, ఉద్యోగ విషయాలు, శాస్త్రసాంకేతిక రంగాలు సైతం వచ్చి చేరాయి. క్రమేపీ అభివృద్ధి కమ్యూనికేషన్ (డెవకామ్–Devcom)ప్రసార సాధనాల క్షేత్రంగా మారింది. ఒకవైపు ఆసియా, ఆఫ్రికా, లాటిన్ అమెరికా దేశాలు రెండో ప్రపంచ యుద్ధం అనంతరం స్వాతంత్ర్యం, స్వావలంబన, నాన్ అలైన్‌మెంట్ దిశగా నిలదొక్కుకోవడంలో నిమగ్నమవడం, మరోవైపు ప్రజల అత్యవసరాలైన సమస్యల పరిష్కారం పట్ల దృష్టిని సారించడం మొదలుపెట్టాయి. పేదరిక నిర్మూలన, నిరక్షరాస్యత నిర్మూలన వంటి ప్రసార మాధ్యమ అంశాల పట్ల దృష్టి మరల్చాయి. తర్వాత దశలో అభివృద్ధి నమూనాలు ఆధునికీకరణకు లోనైనాయి. నిలబర్ ష్రామ్, లెర్నర్, రోజర్స్ వంటి వారి పరిశోధనలు ప్రసారమాధ్యమాల 'ఆధునిక భావనల' పట్ల ఎన్నో విషయాలు వెలుగులోకి తేగలిగాయి. ఈ

అభివృద్ధి భావనలు చేసిన సందర్భాలలో ప్రసారమాధ్యమం కొత్త దృక్పథంలోంచి ముందుకు వెళ్తోందని గ్రహించారు. 'సామాజిక మార్పుకు ఏజంట్లుగా ప్రసార మాధ్యమిక అంశాలు వ్యవహరించడం మొదలుపెట్టాయి. అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశాలు సమాచార సాధనలో నిర్బంధాలను రివ్యూ చేసుకోవలసిన అవసరం ఉంది. కమ్యునికేషన్ వ్యవస్థలో వస్తున్న సాంకేతిక అభివృద్ధిని వినియోగించుకోవడంలో వెనుకాడకూడదు.

ఈ దిశగా 1970 దశకం మధ్య భాగంలో ప్రసార మాధ్యమాలు అందించిన విస్తరణ కార్యక్రమాలను మదింపు చేయడం జరిగింది. మదింపు ప్రకారం ఆధునీకరణ అంశాలు ఆశాజనకంగా కన్పించలేదు. వ్యవసాయం, ఆరోగ్యం, న్యూట్రిషన్, విద్యా విస్తరణ కార్యక్రమాలు కొంత విజయవంతమైనా, లాభపడింది మాత్రం ఉన్నత వర్గాల వారే. ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రధానంగా రాజకీయ ప్రచారాలకు, ఊసుపోని వినోదానికి బాగా అందుబాటులో ఉన్నట్టు వెల్లడించాయి మదింపు అధ్యయనాలు. అభివృద్ధి భావనకు దూరంగా వెళ్ళడం ఇది సూచిస్తుంది. ఇదే అంతర్జాతీయ స్థాయిలో లాభపడిందల్లా బిగ్‌పవర్స్, బహుళజాతి సంస్థలు. మాడర్నైజేషన్ నమూనాల స్థానంలో ఆధారిత నమూనాలు (Dependency Models) వెలుగులోకి వచ్చాయి. ఇవి వచ్చింది కూడా 70వ దశకంలోనే. 1980 ప్రాంతంలో మాడ్రనైజేషన్ నమూనాలు, ఆధారిత నమూనాలకు ప్రత్యామ్నాయంగా 'ఆల్టర్నేటివ్' నమూనా (Alterative model)ను ప్రతిపాదించారు. ఆల్టర్నేటివ్ దృక్పథంలో దేశాల సామాజిక, సాంస్కృతిక గుర్తింపుల విషయంలో దృష్టి సారిస్తూనే అన్ని రంగాల అభివృద్ధికి దోహదపడే బహిర్‌శక్తుల గురించి పరిగణించారు. ఈ సమయంలోనే 'స్వావలంబన నమూనా' (self reliant development model) కూడా ముందుకొచ్చింది. సమాజంలోని కొత్తపోకడలు, కొత్త ఉద్యమాలు ఆధారంగా స్వావలంబన నమూనా చూడవల్సిన ప్రతిపాదనలు వచ్చాయి. పరిసరాలు, మహిళలు, శాంతి, ప్రజాస్వామీకరణ వంటి ఉద్యమాలు ఇక్కడ కనిపిస్తాయి. ఇదే సమయంలో మానవహక్కుల పరిరక్షణ కూడా ప్రస్తావనలోకి రాగలిగింది. అంతర్జాతీయీకరణ భావం కూడా ఆర్థిక రంగంలో చోటుచేసుకోగలిగింది. మాడ్రనైజేషన్ నమూనా కొంచెం వెనుక పడ్డట్లు కన్పించినా టెలికమ్యూనికేషన్ రంగంలో వచ్చిన మార్పుల కారణంగా, కొత్త టెక్నాలజీల ప్రవేశం వల్ల మళ్లీ తన బలాన్ని పుంజుకోగలిగింది. కొత్త టెక్నాలజీలు అభివృద్ధి వేగాన్ని పెంచగలిగాయి. 80 దశకం చివరి పాదంలో టెక్నాలజీనే అభివృద్ధికి చేయూత నివ్వగలిగింది. ప్రసార మాధ్యమాల మదింపు సందర్భంలో పరిశీలించవలసిన మీడియా అంశాలు ఈ అభివృద్ధి నమూనాలతో ముడిపడి ఉండటం మూలానే క్లుప్తంగా వాటిని ప్రస్తావించడం జరిగింది.

1936లో మన దేశంలో మొదటిసారిగా గ్రామీణ ప్రాంత ప్రసారాలు మొదలయి, 1939 నాటికి 100 కమ్యూనిటీ రేడియో కేంద్రాలు అమలులోకి వచ్చాయి. గ్రామీణ ప్రాంతాలలో అభివృద్ధినే కాంక్షించినా ప్రసార మాధ్యమం రాజకీయ అవసరాలకే ఎక్కువగా ఉపయోగపడింది. టెలివిజన్ రంగంలో ఎన్నో ప్రయోగాలను మనం చూస్తాం. సైట్ (Site) ఖేడా (kheda) కమ్యూనికేషన్ ప్రణాళిక ప్రధానమైనవిగా ఇక్కడ పేర్కొనవచ్చు.

ఈ ప్రయోగాల ఫలితాలను మదింపు వేసినప్పుడు మనకు కన్పించే ప్రధానమైన మాధ్యమ అంశాలు -

- ప్రేక్షకులు చాలామంది టెలివిజన్ కాలక్షేప వినోదం కోసం చూస్తారనే ఆశ్చర్యకరమైన విషయం తెలిసింది. ప్లానింగ్ కమిషన్ వారి మదింపులో టెలివిజన్ చాలా మంచి పాత్రనే నిర్వహించిందని తెల్సింది. పశుసంవర్ధక, వ్యవసాయ, ఆరోగ్యరంగాలలో గణనీయంగా జ్ఞానాన్ని పెంపొందించారని తెల్సింది. పిల్లల విద్యావసరాలకు పెద్ద తోడ్పడిందనీ వెల్లడయింది. ఖేడా (kheda) ప్రాజెక్టు మదింపు అధ్యయనాలలో - పురుషులకంటే మహిళలే టెలివిజన్ ద్వారా జ్ఞానాన్ని ఎక్కువగా పొందగలిగారని వెల్లడయింది. ఆరోగ్యం, ఆహారం, కుటుంబ నియంత్రణ వంటి అంశాలలో ఈ ధోరణి కన్పిస్తుంది. రేడియో ప్రసారాల విషయంలో వ్యవసాయ ప్రసారాలు గ్రామీణ ప్రాంతాలలో ప్రధాన అంశంగా నిలుస్తాయి. పెద్ద ఎత్తున రేడియో క్లబ్‌లు గ్రామీణ ప్రాంతాలలో ఏర్పాటు కావడం, కమ్యూనిటి సెట్‌లను వాడటం ఇందుకు ఒక నిదర్శనం.

క్లుప్తంగా ప్రస్తావించదలచుకుంటే ప్రసార మాధ్యమాల మదింపులో ఎన్నో మాధ్యమ అంశాలు మనకు కన్పిస్తాయి. ఇవి ఆయా కాలాలలో దేశ అవసరాలు, ప్రభుత్వాల పాలసీల ఆధారంగా రూపుదిద్దుకొన్నట్టు అర్థమౌతుంది. ప్రధానంగా మన దృష్టిలోకి వచ్చే ప్రసార మాధ్యమ అంశాలు.

BRAOU

- సామాజిక మార్పుకి దోహదకారి టెలివిజన్, రేడియోలు
- జాతీయ సమైక్యతను పెంపొందించడం
- శాస్త్రీయ ఆలోచనను ప్రజలలో కల్గించడం
- పరిసరాలు, వాతావరణాల సమతుల్యం
- మహిళాభ్యుదయం
- బాలల అభ్యుదయం, విద్యావసరాలు
- వెనుకబడిన వర్గాల సంక్షేమం
- దేశ సంస్కృతి, కళల పరిరక్షణ వంటివి

ప్రధానమైన ప్రసార మాధ్యమ అంశాలుగా మదింపు ద్వారా మన దృష్టికి రావడం కన్పిస్తుంది.

అభ్యాసం

మదింపు భావనను వివరిస్తూ, మదింపు చేయవలసిన అవసరాన్ని ప్రస్తావించండి.

BRAOU

మదింపుకు సంబంధించి కొన్ని ప్రసార మాధ్యమ సమస్యల్ని, పరిష్కారాలను నమోదు పర్చండి.

28.5 భవిష్యత్తు ధోరణులు

సామాజిక స్పృహ పెరిగింది. శాస్త్ర సాంకేతికంగా ఎన్నో అభివృద్ధి సంఘటనలు కన్పిస్తున్నాయి. మానవాళి అవసరాలు, అవకాశాలు పోటీపడి పెరుగుతున్నాయి. జనాభా పెరుగుదల మరోవైపు ఎన్నో సమస్యల్ని సృష్టిస్తోంది. ఈ దశలో ప్రసారమాధ్యమాలు దేశ సాంఘిక, ఆర్థికాభివృద్ధిలో కీలకమైన పాత్రను నిర్వహిస్తున్నాయి.

విద్యావకాశాలు పెరగడం కోసం మీడియా చేస్తున్న కృషికి నిదర్శనం- విద్యా కార్యక్రమాలు పెద్ద స్థాయిలో ప్రసారం కావడం. సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయాలు, దూరవిద్యావిధానాలు వేగంగా ముందు నడుస్తూ విద్యను సార్వజనీనం చేసే ప్రయత్నం గావించడం.

ప్రసార మాధ్యమాలు ఏ దిశగా పయనించినా, ఏం చేసినా భవిష్యత్తులో నాలుగు ప్రధాన రంగాల పట్ల తమ పూర్తి దృష్టిని సారించక తప్పదు. ఈ రంగాలు

- మహిళలు
- పరిసరాలు, పర్యావరణం
- వినియోగదారుడు
- మానవ హక్కులు

ప్రసార మాధ్యమాల దృష్టి భవిష్యత్తులో వీటి దిశ గానే మనుగడ సాగిస్తుంది.

మన దేశంలో మహిళల సమస్యలు ప్రత్యేకమైనవి. సామాజికంగా వారిపట్ల వున్న వివక్షతా భావం పోయి కొత్త దృక్పథం ఏర్పడాల్సి ఉంది. సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక, సాంస్కృతిక రంగాల వంటి ప్రధాన రంగాలలో మహిళల అభివృద్ధి కోసం కృషి చేయవలసి ఉంది.

పర్యావరణ పరిరక్షణ అవసరాన్ని గుర్తించింది ఇటీవలే. పర్యావరణం పట్ల అవగాహనను పెంపొందించడంలో మాధ్యమం చేయవలసినది ఎంతో ఉంది. జనాభాను పర్యావరణం విషయంలో విద్యావంతుల్ని చేయవల్సిన అవసరం ఎంతైనా ఉంది. మాధ్యమం పర్యావరణాన్ని రక్షించగలదు. ప్రత్నామ్నాయ ఇంధన వనరులను వినియోగంలోకి తేగలదు. పర్యావరణం విషయంలో దూరదృష్టి ప్రసాదించగల సత్తా ప్రసార మాధ్యామాలకుంది.

'వినియోగదారుడు' సామాన్య మానవుడు. చాలా రంగాలలో వినియోగదారుడు దోపిడికి గురౌతున్నాడు. నిత్యావసర వస్తువులు అందుబాటులో లేకపోవడం, అధిక ధరలు, వినియోగదారుడ్ని అప్రమత్తం చేస్తున్నాయి. వారి హక్కుల్ని తెలియజేస్తున్నాయి. 1986 వరకు మన దేశంలో వినియోగదారుల రక్షణ కోసం ప్రత్యేకించి చట్టాల్లో కొన్ని నియమాలు ఉండేవి. 1986లో ప్రవేశపెట్టిన వినియోగదారుల పరిరక్షణ చట్టం - ఈ దిశగా ఒక మలుపు. వినియోగదారుల హక్కులను ఒకవైపు పరిరక్షిస్తూనే, వినియోగదారుల సంఘాలు ప్రవర్తనా నియమావళి ప్రకారం పనిచేయవలసిన అవసరం ఎంతైనా ఉంది. భవిష్యత్తులో ఈ విషయంలో ప్రసారమాధ్యమాల పాత్ర చాలా కీలకమైనది.

మరో కీలకమైన అంశం మానవ హక్కుల పరిరక్షణ. మానవహక్కుల పరిరక్షణ కోసం ప్రసారమాధ్యమాలు దృష్టి సారించడం వల్ల వారి జీవన పరిస్థితులను మెరుగుపరిచే అవకాశం లభిస్తుంది. మానవహక్కుల పట్ల కొత్త ఆలోచనలు, భావనలు వెలుగులోకి వచ్చాయి. ప్రజలకు వారి స్వేచ్ఛ గురించి, హక్కుల గురించి ఇదివరకటి కంటే ఎక్కువగా తెలుసు. ప్రసార మాధ్యమాలు వీటి పట్ల దృష్టి సారిస్తే విప్లవాత్మకమైన మార్పులేవస్తాయి. అభివృద్ధికి పూర్తి దోహదం లభిస్తుంది.

ప్రధానంగా ఇవీ భవిష్యత్తులో ప్రసార మాధ్యమ అంశాలు. ఇవికాక మరికొన్ని అంశాలు ఈ ప్రధాన అంశాల నుంచి ఉద్భవిస్తాయి. ఈ నాలుగు అంశాలు భవిష్యత్తులో ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి - ప్రసార మాధ్యమాలకు సవాళ్ళుగా నిలబడ్డా ఆశ్చర్యపోనక్కర్లేదు. కాబట్టి ప్రసార మాధ్యమాల బాధ్యత ఈ అంశాల పట్ల చాలా సున్నితమైంది కీలకమైందిగా గుర్తించి కృషి చేయడం అవసరం.

అభ్యాసం

భవిష్యత్తులో 'మదింపు-ప్రసారమాధ్యమాల' మధ్య ఏర్పడే ధోరణులను రేఖామాత్రంగా ఇవ్వండి.

28.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- కొత్త టెక్నాలజీలు, శాటిలైట్ ఛానెళ్లు, ప్రసారమాధ్యమాల అంశాల మదింపును సూచిస్తున్నాయి.
- ప్రసార మాధ్యమాల బాధ్యతలను, మారుతున్న అవసరాలను గుర్తించాం. ప్రసారమాధ్యమాల విషయంలో మదింపు అంశాల్ని, వాటి పరిధుల్ని, పరిమితుల్ని క్లుప్తంగా తెల్సుకుందాం.
- వివిధ దశలలో ప్రసార మాధ్యమాలు తమ ఉనికిని ఎలా చాటి చెప్పుకున్నాయో, అభివృద్ధి కోసం కమ్యూనికేషన్ అనే భావన ఉద్భవం, అభివృద్ధి భావనలో మాధ్యమ అంశాలను బేరీజు వేశాం. భవిష్యత్తులో ప్రధానంగా - మహిళలు; పరిసరాలు, పర్యావరణం; వినియోగదారులు; మానవహక్కులు వంటివి ప్రసారమాధ్యమం అంశాలుగా రూపుదిద్దుకొంటాయి. ఇవి కొత్త సవాళ్ళను కల్పించే ప్రయత్నం చేసే అవకాశాలు హెచ్చుగా ఉన్నాయి.

BRAOU

28.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. మదింపు భావనను వివరిస్తూ, ప్రసారమాధ్యమం బాధ్యతలను చెప్పండి?
2. మదింపు ఆధారంగా భవిష్యత్తులో ప్రసార మాధ్యమాల ధోరణి ఎలా పరిణమిస్తుందో ఊహించండి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానం రాయండి.

1. మదింపు పద్ధతులు ఏవి?
2. ప్రసార మాధ్యమ అంశాలు - అని వేటిని పేర్కొంటారు?

భాగం 29 కార్యక్రమ నిర్మాణం : పరిశోధన, మదింపు

విషయ క్రమం

29.0 ప్రవేశిక

29.1 ఉద్దేశం

28.2 నిర్మాణంలో పరిశోధన, మదింపు అంశాలు

అభ్యాసం

29.3 పరిశోధన

29.4 మదింపు

29.5 ఎవరేం చేస్తారు

29.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

29.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

29.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం అధ్యయనం చేసిన తర్వాత ఈ కింది విషయాలు మీ అవగాహనలోకి వస్తాయి.

- మీడియా ప్రొడక్షన్‌ను ఒక వ్యవస్థగా గుర్తిస్తారు. వ్యవస్థలోని కొన్ని ఉపవ్యవస్థలను గమనిస్తారు.
- కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పరిగణనలోకి వచ్చే పరిశోధన, మదింపు అంశాలను గ్రహిస్తారు.
- కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో పరిశోధన, మదింపు ఆవశ్యకతను, అవకాశాలను తెలుసుకుంటారు.
- మదింపు విధానాల్ని గుర్తిస్తారు.
- పరిశోధన, మదింపు విషయంలో కార్యక్రమ నిర్మాణ బృందంలో (Production team) కీలకమైన సిబ్బంది పాత్రా, వారేం చేస్తారో అర్థం చేసుకుంటారు.

BRAOU

29.1 ప్రవేశిక

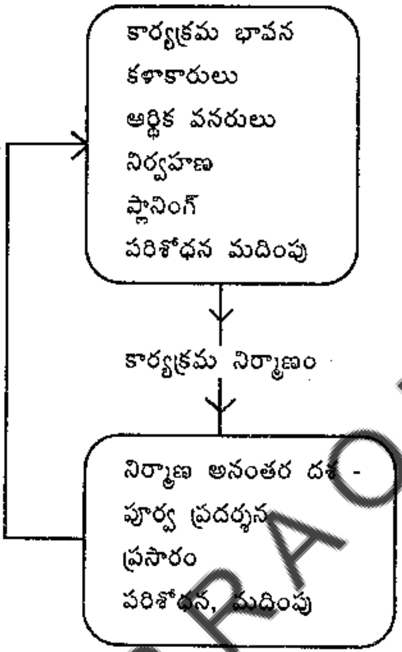
శ్రవ్య, దృశ్య కార్యక్రమాల నిర్మాణం గురించి తెలుసుకున్నాం. నిర్మాణంలో వివిధ దశలు ఉంటాయని, వివిధ దశల్లో నిర్మాణ అవసరాలు వేరని, ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి ఉంటాయని, బృందంలోని సభ్యులందరూ కలిసి కృషి చేస్తేనేగానీ కార్యక్రమానికి ఒక రూపంటూ రాదని గ్రహించాం. వాస్తవానికి శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమం. ఒక మానవ నిర్మిత వ్యవస్థ. ఈ వ్యవస్థలో కొన్ని ఉపసంస్థలుంటాయి. ఉపవ్యవస్థలలో వివిధ అంశాలని పరిశీలించినపుడు - అంశాలను క్రోడీకరించి రెండు రకాల వనరులపైన ఆధారపడి ఉంటాయని తెలుస్తుంది. అవి (1) భౌతిక వనరులు, (2) మానవవనరులు.

భౌతిక వనరులు (Physical Resources) - యంత్రాలు, వస్తువులు, పరికరాలు, స్టూడియో, ప్రొడక్షన్ సముదాయం (Production complex) వంటివి ప్రధానమైనవి. యాంత్రికమైనవి, సాంకేతికతను ప్రదర్శించేవి ఈ భౌతిక వనరులు.

మానవ వనరులు (human resources) - యంత్రాలు పని చేయించడానికి, నిర్మాణం పనులను, కర్తవ్యాలను నిర్వహించడానికి కన్పించే వ్యక్తులే మానవవనరులు. తమ మేధను, నైపుణ్యాలను అందించడమూ మానవవనరుల వినియోగంలో కన్పిస్తుంది.

భౌతిక, మానవ వనరులను సమన్వయపరచడానికి ప్రణాళికంటూ ఒకటి ఉండాలి. ప్రణాళికలో భాగంగానే కార్యక్రమ నిర్మాణాన్ని ప్రొడక్షనుకు ముందు భాగంగా, ప్రొడక్షన్‌ల తర్వాత భాగంగా వ్యవహరిస్తారు. అంటే ప్రొడక్షన్ రేఖ పైన ఉండేది ప్రొడక్షన్ రేఖ పై భాగంగా (Above the line of production) కింద ప్రొడక్షన్ రేఖ అడుగున (Below the line of production) భాగంగా వివరిస్తారు. నిర్మాణానికి చెందిన అంశాలు వివిధ రకాల పరిధులలో కన్పిస్తాయి. ఈ పాఠ్యభాగం కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పరిశోధన, మదింపు అంశాల చర్చ కోసం ఉద్దేశించింది కాబట్టి చర్చ పరిశోధన, మదింపు అంశాలకే పరిమితం.

కార్యక్రమాల పరిశోధన, మదింపు అంశాల ప్రస్తావన కింది చిత్రంలో పొందుపరిచాం - గమనించండి.



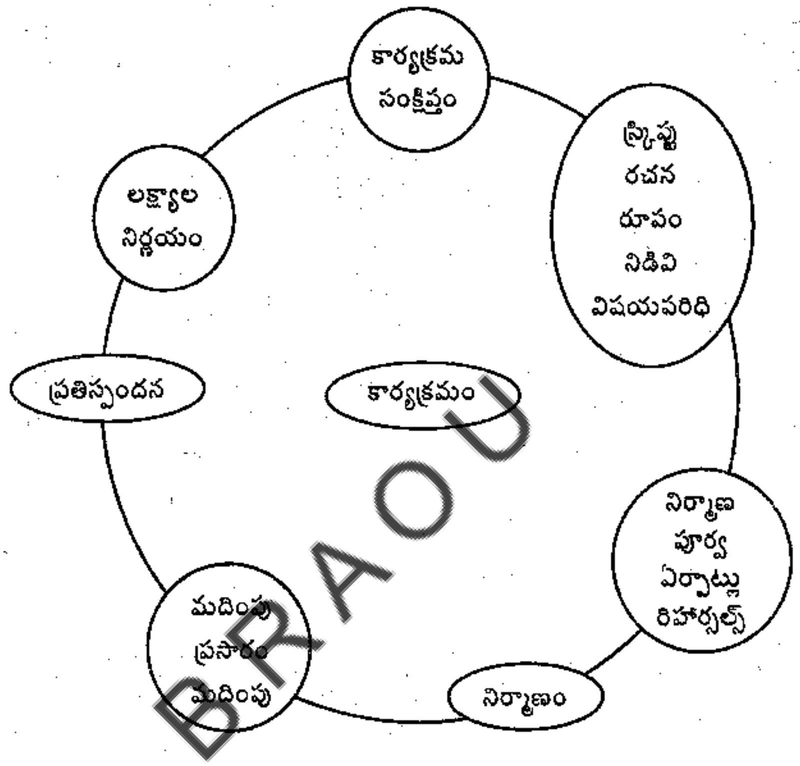
శ్రవ్య, దృశ్య కార్యక్రమం ఏదయినా రచనలోని సీన్లు, సీక్వెన్సులు అంచెలంచెలుగా ఉంటాయి. ఒకదానితో ఒకటి ముడిపడి ఉంటాయి. కొన్ని సందర్భాలలో దేనికదే విడిగా, స్వతంత్రంగా కనిపించినా - మరికొన్నిసార్లు ఒకదానిలో ఒకటి మిళితమై ఉండటం తప్పనిసరి. సృజనాత్మకతలోని అంతర్భాగమే ఈ లక్షణం.

వినోదం కోసం రూపొందించే రేడియో, టీవి కార్యక్రమాలు వేరు. నిర్మాణతలో నిర్మాతకుండే అధికారాలు వేరు. ఒక విధంగా నిర్మాతదే పై చేయి. తుది నిర్ణయం కూడా. విద్యా, వైజ్ఞానిక కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో ఈ పరిస్థితి కన్పించదు. విషయనిపుణుల ప్రమేయం ఉంటుంది. ప్రేక్షకుడి అంచనా కూడా చేస్తారు. పరిశోధన, మదింపు నిర్వహించే పాత్ర ఇక్కడ విశిష్టమైంది. నిర్మాణ దశలన్నిటిలోనూ ఏదో ఒక రూపంలో, ఒక స్థాయిలో పరిశోధన, మదింపు అంతర్భాగంగా కన్పిస్తాయి. అంతర్లీనమై ఉంటాయి. కార్యక్రమం నిర్దేశిత లక్ష్యాలను సాధించాలన్నా, నాణ్యమైన కార్యక్రమంగా రూపొందాలన్నా పరిశోధన, మదింపు తప్పనిసరి. ఈ నేపథ్యంలోనే వివిధ అంశాలను పరిశోధన, మదింపులకు సంబంధించి ఈ భాగంలో చర్చించాం.

29.2 నిర్మాణంలో పరిశోధన, మదింపు అంశాలు

రేడియో, టీవీ కార్యక్రమ నిర్మాణంలో భౌతిక, మానవవనరుల ప్రమేయాన్ని, ప్రొడక్షన్ రేఖ పైనా, అడుగునా ప్రస్తావించవలసిన అంశాలను ఈ భాగంలో క్లుప్తంగా పరిశీలించారు. పరిశోధన, మదింపు పరిధినీ క్లుప్తంగా తెలుసుకున్నాం. ఇంతకు ముందు భాగాలలో కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ప్రధానంగా మూడు దశలు ఉంటాయని

తెల్సుకున్నాం. అవి - కార్యక్రమ నిర్మాణం పూర్వదశ, నిర్మాణ దశ, కార్యక్రమ నిర్మాణ అనంతర దశ అని గుర్తించాం.ఈ మూడుదశల్లోకి పరిశోధన, మదింపును అంతర్లీనం చేసి కొందరు వాదిస్తారు. మదింపు (Evaluation) కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ఒక ప్రత్యేకమైన దశగా పేర్కొంటూ నాలుగు దశలుగా కార్యక్రమ నిర్మాణ దశల్ని వర్గీకరించడమూ కన్పిస్తుంది. ఇదొక వాదన. వినోద కార్యక్రమాల విషయములో పెద్దగా దీన్ని పట్టించుకోకపోయినా, విద్యా, వైజ్ఞానిక విషయాలపైన కార్యక్రమాల్ని రూపొందించే నిర్మాతలు, పరిశోధన, మదింపులను కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ఒక ప్రత్యేక దశగా పరిగణించడం మాత్రం వాస్తవం. నిర్మాణ ప్రక్రియను ఒక 'చక్రీయ ప్రక్రియగా' (Cyclic porcess) నే వ్యవహరిస్తారు. నిర్మాణ ప్రక్రియ, నమూనాను కింది చిత్రంలో ఇస్తున్నాం గమనించండి.



కార్యక్రమ నిర్మాణం - నమూనా

కార్యక్రమ నిర్మాణం నమూనాను గమనిస్తే పరిశోధన, మదింపులను ప్రత్యక్షంగా కొన్ని దశల్లో గుర్తించగలం. పరోక్షంగా ప్రతి దశలోను వీటి ప్రమేయం కన్పిస్తుంది. ఒక విధంగా నిరంతర తత్త్వం కలది. విద్యా, వైజ్ఞానిక కార్యక్రమాలలోనైతే పరిశోధన, మదింపు తప్పనిసరి అంశాలు. పరిశోధన, మదింపు లేనిదే ఏ కార్యక్రమము పూర్తయినట్టు లెక్కకాదు. సృజనాత్మకత, ఇమాజినేషన్‌లు రెండు కలిసి పరిశోధన, మదింపులకు ప్రాధాన్యాన్ని కల్పిస్తున్నాయి.

కార్యక్రమ రూపాలని బట్టి కూడా పరిశోధన, మదింపుల పరిధి మారుతుంది. కథ, ప్రసంగం, ఇంటర్వ్యూ చర్చ, రూపకం, డాక్యుమెంటరీ, డ్రామా, క్విజ్ వంటి కార్యక్రమ రూపాలలో వివిధ స్థాయిల్లో పరిశోధన, మదింపు అంశాలు కనిపిస్తాయి. విషయాన్ని (Subejct) బట్టి కూడా పరిశోధన, మదింపు అంశాల పరిధి మారుతుంది. చరిత్ర అంశాల పరిధి మారుతుంది. చరిత్రఅంశాలు, వర్తమాన వ్యవహారాలు, వైజ్ఞానిక అంశాలు, క్రీడలు వంటి విషయంలో సందర్భాన్ని బట్టి వివరాలను ఇవ్వడం, ఇచ్చిన వివరాలు చెప్పదలుచుకున్న విషయాన్ని ఎంతమేర తోడ్పడతాయో బేరీజు వేయడం చూస్తూనే ఉంటాం. కుప్తంగా పరిశీలిస్తే ప్లానింగ్ సైజ్‌లో పరిశోధన ప్రాధాన్యం అధికం. ఈ దశనే పరిశోధన ప్రాధాన్యం అధికం. ఈ దశనే పరిశోధనాపరంగా ప్రారంభదశ అని కూడా అనవచ్చు. రచన, స్టోరీబోర్డ్ సమయాలలో పరిశోధనతోపాటుమదింపు కూడా ఉండాలి. మనం చెప్పదల్చుకున్న అంశాలు

కార్యక్రమానికి ఏ విధంగా పనికొస్తాయి. ఎంతవరకు వాస్తవాలు అని బేరీజు వేస్తారు. అలాగే ప్రొడక్షన్ అనంతరం - కార్యక్రమం మార్పు పూర్తయిన తర్వాత ప్రివ్యూ చేస్తాం. ప్రివ్యూ దశలో అవసరమైన మార్పుల్ని, చేర్పుల్ని చేశాక కాని ప్రసారానికి తలపెట్టడం, ప్రసారం సందర్భంలోను, ప్రసారం తర్వాత కార్యక్రమం ఉద్దేశించిన లక్ష్యాలను నెరవేర్చగలిగిందా? నెరవేరిస్తే ఏ మేరకు ఇది సాధ్యపడింది? వంటి అంశాలను మదింపు వేస్తాం. కార్యక్రమాన్ని ఏ విధంగా మెరుగుపర్చి మళ్లీ ప్రసారం చెయ్యడానికి వీలవుతుంది అన్నది గుర్తిస్తాం. విద్యా కార్యక్రమాలలో తిరిగి ప్రసారం చెయ్యడం తప్పనిసరి. కాబట్టి కార్యక్రమం ఒకసారి ప్రసారం అయ్యాక కూడా మదింపు వేయాలి. మళ్ళీ ప్రసారానికి ఉద్దేశించినప్పుడు మార్పులు చేర్పులు చేయవలసిన దృష్ట్యా మదింపు, ఆ తర్వాత పరిశోధన చోటుచేసుకుంటాయి.

కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియ ప్రకారం ఆలోచిస్తే పరిశోధన, మదింపు చేయవలసిన అవసరం రెండు రకాలుగా ఉంటుంది. ఒకటి కార్యక్రమ రూపంపరంగానయితే, రెండవది అంశం (content) విషయంలో కార్యక్రమ రూపం, అంశం విషయాలలో పరిశోధన, మదింపు విషయాలు వేరు. చిత్రీకరణ విధానం, కెమెరా కదలిక, శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు, వెనుకనవాడే సంగీతం, కళాకారుల ఫెర్‌ఫార్మన్స్, ఎడిటింగ్, సాంకేతిక వనరులలో బలాలు, బలహీనతలు వంటివి కార్యక్రమ నిర్మాణంలో సాంకేతికపరంగా కన్పించే పరిశోధన, మదింపు అంశాలు ఉన్నాయి.

అంశం (content) విషయంలో - అంశాన్ని చర్చించడం, భాష, సీక్వెన్సింగ్, లాజిక్, అంశాలభారం (content load), అంశాల నిర్మితి (content structure) వంటివి ప్రధాన భూమికను నిర్వహిస్తాయి.

భావనలో మొదలయిన పరిశోధన, మదింపులను కింది అంశాల నేపథ్యంలో చేయవలసి ఉంటుంది.

నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడు - రూపురేఖలు (Audience Profile)

అవసరాల విశ్లేషణ (Need assessment)

కార్యక్రమ సంక్షిప్తం (Programme brief)

స్క్రిప్టు రచన, పరీక్ష (Script writing & testing)

BRAOU

ఇది కార్యక్రమం రూపొందించడానికి ముందు - పరిశోధన మదింపు అంశాలు కార్యక్రమం పూర్తయినాక వచ్చేవి -

పూర్వ ప్రదర్శన (Preview)

ప్రసార సమయంలో వినడం/చూడటం (transmission mainteing)

ప్రసారం తర్వాత ప్రభావాన్ని మదింపు వేయడం

సీరియల్ ప్రసారాలయితే మొదటి ప్రసారం చేపట్టే ముందు పైలట్ కార్యక్రమాన్ని ఫీల్డులో పరీక్షించడం (Field testing) వంటివి ఉంటాయి.

కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో పరిశోధన, మదింపుల విధులలో వ్యత్యాసాలు కనిపిస్తాయి. వీటికి కొన్ని పరిమితులు ఉన్నాయి. పరిశోధన - కార్యక్రమానికి ముందునుంచే ప్రారంభమౌతుంది. భావన (concept) నిర్ణయించిన తర్వాత పరిశోధన ఆధారంగా విషయాన్ని (subject), రూపాన్ని (format) నిర్ధారిస్తారు. కార్యక్రమ లక్ష్యాన్ని బట్టి పరిశోధన అంశాల్ని నిర్ణయిస్తారు. రూపకల్పన ముందు మదింపు (formative evaluation) ను కూడా పరిమితంగా పరిగణిస్తారు. అన్వేషణ కొన్ని సందర్భాలలో పరిశోధనలో భాగమౌతుంది. మదింపు సాధారణంగా కార్యక్రమం పూర్తయిన తర్వాత చేపట్టేది. కార్యక్రమ ప్రసారానికి ముందు, ప్రసారం తర్వాత మదింపు రెండు విధాలు. సీరియల్ ప్రసారాలకు ముందు పైలట్ కార్యక్రమం మదింపు ఫార్మేటివ్ మదింపు అయితే, కార్యక్రమ ప్రసారం జరిగాక చేపట్టేది సమ్మేటివ్ మదింపు. ప్లానింగ్ దశలో, స్క్రిప్టు రచన దశలో పరిశోధన, ఫార్మేటివ్ మదింపూ, పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ దశ తర్వాత ఫీల్డ్ టెస్టింగ్, సమ్మేటివ్ మదింపు కనిపిస్తాయి. పరిశోధన, మదింపూ ఈ

రెండింటి మధ్య సూక్ష్మస్థాయిలో వుండే లక్ష్యాల పరిధి ఆధారంగా పరిశోధననూ, మదింపునూ విడిగా చర్చించడం జరిగింది. వాటి ప్రత్యేక లక్షణాలను, క్లుప్తంగా ఈ భాగంలో చర్చించాం. పరిశోధన, మదింపు పట్ల స్పష్టమైన అవగాహన ఒకటి రావడానికి ఈ చర్చ దోహదపడుతుందని భావిస్తున్నాం.

పరిశోధన, మదింపు వెనకాల కార్యక్రమంలో మనం వెదికే అంశాలని ఒకసారి పరిశీలిద్దాం.

- విషయాన్ని ఏ స్థాయివారికి చెప్తున్నాం.
- ప్రేక్షకుల పూర్వ విజ్ఞానం చెప్పదల్చుకున్న విషయంపట్ల ఏ మేరకు ఉంది.
- విషయం ఎంత మోతాదులో చెప్పాలి.
- ఏ స్థాయిలో చెప్పాలి
- భాష స్థాయి
- క్లిష్టమైన భావనలు సులభంగా చెప్పడమెలా?
- దృశ్యీకరణ లోపాలు రాకుండా అర్థవంతంగా కార్యక్రమాన్ని ఎలా రూపొందించాలి.
- క్రెడిబిలిటీ, ఆథెంటిసిటీ
- ప్రసారం సమయం ప్రేక్షకులకు అనుకూలంగా ఉందా.

ఇలా ఎన్నో అంశాలను మదింపులో పరిశీలిస్తారు. పరిశోధనలో బేరీజు వేసి కావలసిన అదనపు సమాచారం కోసం, దత్తాంశాల కోసం అన్వేషిస్తారు. పరిశోధన బలాన్ని చేరిస్తే, మదింపు బలాన్ని ప్రతిపాదిస్తాయి. ఈ రెండూ కూడా కార్యక్రమ నిర్మాణంలో అంతర్గత అంశాలు కావడం వల్ల కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రత్యక్షంగా ఇవీ పరిశోధన, మదింపు అంశాలని చెప్పడం కష్టం. ప్రత్యక్షంగా దోహదం చేసే అంశాలు కొన్నయితే పరోక్షంగా పరిశోధన, మదింపులకు దోహదం చేసే అంశాలు కొన్ని ఉన్నాయి.

అభ్యాసం

కార్యక్రమ నిర్మాణం - నమూనాను ఇవ్వండి.

పరిశోధన, మదింపుల్ని ఏ నేపథ్యంలో చేస్తారు.

BRAOU

29.3 పరిశోధన

పరిశోధన ఒక విధంగా అన్వేషణ అన్నమాట. కావాల్సిన వాటిని గుర్తించడానికి అన్వేషిస్తాం. ఏదో ఒక విషయం మీద కార్యక్రమం రూపొందించాలని 'భావన' రూపు దిద్దుకొంటుంది. దాని వెనకాలే పరిశోధన మొదలవుతుంది. భావనకు ఎప్పటికప్పుడు ఊపిరిపోస్తూ - కార్యక్రమ అంశానికి ఒక రూపాన్నిస్తుంది. రూపు రేఖల్ని నిర్ధారిస్తుంది.

కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ప్రత్యక్షంగానూ, పరోక్షంగానూ దోహదం చేస్తుంది. ప్రిప్రొడక్షన్, పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ దశల్లో ప్రత్యక్షంగా పరిశోధనకు సంబంధం ఉంది. ప్రొడక్షన్ దశల్లో పరోక్ష సంబంధాన్ని కలిగి ఉంటుంది.

విద్యా టెలివిజన్, రేడియో కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో 'పరిశోధన' ను విధిగా చేపట్టారు. కార్యక్రమ నిర్మాణ బృందంలో పరిశోధకుడు (Researcher) విధిగా ఉంటారు. ప్రేక్షకుల అవసరాలను అంచనా వేయడం, వారి పూర్వజ్ఞానాన్ని మదింపు వేయడం ఈ దశలో చేస్తారు. తర్వాత కార్యక్రమంలో ఏ మేర విషయచర్చ (content load) ఉండాలి - అనేది నిర్ణయిస్తారు. ఈ నిర్ణయాలన్నింటిని నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడి (target audience) లక్షణాలను బట్టి ' స్తారు. క్లుప్తంగా పరిశీలిస్తే ఈ కింది సందర్భాలలో 'పరిశోధన' అవకాశాలు ఎక్కువగా కన్పిస్తాయి.

- నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడి రూపురేఖల్ని నిర్ధారించడం.
  (audience profile)
- ప్రేక్షకుల అవసరాల విశ్లేషణ, పూర్వజ్ఞానం మదింపు
  (Need Assessment & Pre knowledge)
- కార్యక్రమ సంక్షిప్తాన్ని తయారుచేయడంలో
  (Programme breif -out line)
- స్క్రిప్టు రచన, ముందు పరీక్ష
  (Script writing & Pre testing)

BRAOU

శాటిలైట్ ప్రసారాల పరిధి పెరుగుతోంది. ఎన్నో కొత్త కొత్త కార్యక్రమాలు వస్తున్నాయి. ఛానళ్ల మధ్య పెరుగుతున్న పోటీ కొత్త కొత్త కార్యక్రమరూపాల్ని అన్వేషిస్తోంది. అంశాల (Themes) ఎంపిక పైన కూడా ధోరణి మారింది. కొత్త కొత్త అంశాలను గుర్తించడమే కాకుండా, పాత అంశాన్ని మళ్లీ చెప్పాలనే ప్రయత్నం కన్పిస్తుంది. ఏ అంశాన్ని ప్రేక్షకుల ముందుంచాలన్నా కొత్తకోణంలోంచి అన్వేషణ కొనసాగిస్తోంది. ఈ ధోరణి కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పరిశోధన అంశాల్ని బాగా వృద్ధి చేసింది. జీ టీవీలో 'ఏక్ మినిట్' అయినా, జెమిని టీవీలో ' ఒక క్షణం...' అయినా ఈనాడు టీవీలో 'కౌంట్ డౌన్' అయినా - మూల వృత్తాంతం ఒకటే. ప్రదర్శనాతీరులోనే వైవిధ్యం కన్పిస్తుంది. విషయచర్చలో తేడా గోచరిస్తుంది. ఈ వైవిధ్యాన్ని, తేడాని సాధించడానికి పరిశోధన చేయాల్సి వస్తోంది. మరికొన్ని సందర్భాల్లో 'సురభి' వంటి సంచికా కార్యక్రమాలు కార్యక్రమం రూపకల్పనలోనూ, కార్యక్రమంలో ఏర్చికూర్చే వివిధ అంశాల విషయసేకరణలో 'పరిశోధన' విస్తృతస్థాయిలో నిర్వహించ వలసి రావడం గమనించదగ్గ విషయం.

కార్యక్రమ నిర్మితిని (Structure of the programme) నిర్ధారించేది రూపం. రూపాన్ని నిర్ణయించేది

విషయం (subject). ఏ కార్యక్రమంలోనైనా నిర్మితిని పరిశీలిస్తే మనకు మూడు ప్రధానమైనభాగాలు కనిపిస్తాయి. అవి (i) విషయ క్రమం (Subject Order), (ii) విషయంపరిమాణం(Content Load/Volume), (iii) పునశ్చరణ (Reinforcement). కార్యక్రమ రూపం విషయంలో కూడా పరిశోధన చేస్తారు. ఏ రూపంలో చేపట్టిన వృత్తాంతం నప్పుతుందో గుర్తించడం ఒకరిదైతే విషయ ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి, భావన సంక్లిష్టతను బట్టీ పరిశోధన స్థాయీ, ప్రాధాన్యం పెరుగుతాయి. నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడి స్థాయి, లక్షణాలను బట్టి భాష, శైలీ కూడా ఉంటుంది. కార్యక్రమంలో విషయాన్ని నిర్ణయించడం (Organising Subject) లో ఒక పంథాను పాటించవలసి ఉంది. కార్యక్రమం ఏ విషయం మీదయినా సరే - కార్యక్రమ నిర్మితిలో - పరిచయం, వృత్తాంతభాగం, ముక్తాయింపు, పునశ్చరణ - కన్పిస్తాయి.

నిర్మాణబృందంలో అందరి సభ్యులకు 'పరిశోధన' విషయాలతో సంబంధం కన్పించదు. నిర్మాత, స్క్రిప్టు రచయిత, నిపుణుల మధ్య పరస్పర చర్చ పరిశోధనలో కన్పించే ప్రాథమిక అంశం. కార్యక్రమం ఒక రూపాన్ని దిద్దుకొని ముందు వెళ్లాల్సినప్పుడు ఈ ముగ్గురి మధ్య సహకారం, చేయూత ఉండాలి. స్క్రిప్టు దశలో ప్రదర్శన విధానాన్ని బేరీజు వేయడం చెప్పదల్చుకున్న అంశాలను అర్థమయ్యే రీతిలో చెప్పగలగాలి. స్టోరీబోర్డ్ దశలో కూడా పరిశోధన ప్రధానాలు చూస్తాం. స్క్రిప్టు రచన ఒక విధంగా నిర్మాణ పూర్వ మదింపుగా భావిస్తారు. పరిశోధనకు అధిక ప్రాధాన్యమిస్తారు. నిర్మాణ పూర్వమదింపు - కార్యక్రమ ప్రారంభానికి ముందే చేస్తారు. ప్రేక్షకుడి రూపురేఖల నిర్ధారణ (audience profile) మొదలగు సమాచార అవసరాలు, రచయిత సంక్షిప్తం (writers brief), రచన (Script), కార్యక్రమ పూర్వప్రదర్శన, పరీక్ష - ఇవన్నీ కూడా పరిశోధన కిందకే వస్తాయి. పరిశోధన సందర్భంలో పరిశోధకుడు - నిర్మాత, కొన్ని సందర్భాల విషయనిపుణిలో ప్రత్యక్ష సంబంధాన్ని కలిగి ఉంటాడు. పరిశోధన కోసం గ్రంథాలయాలను, వార్తా పత్రికలను సంప్రదించడం చేస్తారు. ఆయా రంగాలలో నిపుణుల్తో చర్చించడం విషయాన్ని క్షుణ్ణంగా అవగాహన చేసుకోవడం కూడా పరిపాటే. మనం రూపొందించదల్చుకున్న కార్యక్రమం ఇంతకుముందే నిర్మింపబడి - కేసట్ల రూపంలో ఉంటే వాటిని పరిశీలించడం పరిశోధనలో భాగమే అవుతుంది. కమ్యూనికేషన్ రంగంలో వస్తున్న త్వరితమైన అభివృద్ధి, మార్పులు కార్యక్రమంలో పరిశోధన బలాన్ని బాగా పెంచడమే కాకుండా విధిగా పరిశోధన చేయాల్సిన అగత్యాన్ని సూచిస్తున్నాయి.

29.4 మదింపు

మదింపు ప్రాధాన్యాన్ని చర్చ చేశాం. మదింపురకాల్ని మరో భాగంలో విపులంగా చర్చించుకున్నాం. మళ్ళీ దాన్ని ప్రాధాన్యాన్ని, నిర్వచనాన్ని గానీ ప్రస్తావించడం లేదు. ఇంతకు ముందు భాగాలనే ఒకసారి చదివితే ఈ విషయాలు అర్థమవుతాయి. మదింపు పరిధి ఏమిటి? మదింపుకున్న అవకాశాలేమిటి? అన్నప్పుడు - ఒకే ఒక కార్యక్రమాన్ని రూపొందించినా, సిరీస్ అయినా, వివిధ కార్యక్రమ రూపాలు, ప్రసార వ్యవస్థ విస్తరణ - ఇవన్నీ మదింపు పరిధిని, అవకాశాల్ని బాగా పెంచగలిగాయి. కార్యక్రమ రూపకల్పన అవకాశాలు బాగా అధికమయ్యాయి. కార్యక్రమ నిర్మాణ విస్తరణ పెరగడమే కాకుండా ప్రేక్షకులు మదింపుపట్ల ఆసక్తిని పెంపొందించుకొనడం కన్పిస్తుంది.

మదింపు కార్యక్రమ నిర్మాణం ఏ దశల్లో జరుగుతుందని ఆలోచించాం. కార్యక్రమం ప్రసారమవుతున్నప్పుడు, ప్రసారానికి ముందు మదింపు చేస్తారు.

కార్యక్రమ ప్రభావాన్ని అంచనా వేయటానికి, వివిధ మదింపు విధానాలను వినియోగిస్తారు. అవి -

శ్రోతల / ప్రేక్షకుల ఉత్తరాలు

అభిప్రాయాలు

ప్రశ్నావళి

అభిప్రాయాలు (opinion)

BRAOU

సర్వేలు (surveys)

క్షేత్ర ప్రదర్శనలు

మాటల సందర్భంగా (informal) సేకరించడం వంటివి ప్రధానమైనవి. మదింపు విధానాలమాదిరి రకాలు ఉన్నాయి. మదింపుకు సంబంధించి పలు అంశాలు మరో భాగంలో విపులంగా చర్చించాం. మళ్లీ దాన్ని తిరిగి చెప్పడం కాకుండా ఒకసారి అధ్యయనం చేస్తే బాగుంటుంది. మదింపు రకాలు నాలుగు అవి.

నిర్మాణ పూర్వ మదింపు - ప్లానింగ్ దశ మదింపు

నిర్మాణం పూర్తయి ప్రసారం చేశాక చేపట్టే మదింపు - ఫార్మెటిక్ మదింపు

నిర్మాణ ప్రక్రియ స్థాయిలో మదింపు

సమ్మేటిక్ మదింపు

కార్యక్రమ నిర్మాణం పూర్తయిన తర్వాత కార్యక్రమం మొత్తం ప్రభావాన్ని కొలవడానికి మదింపు చేస్తారు. దీర్ఘకాలిక ప్రణాళికను సిద్ధం చేసుకోవడానికి అవకాశం ఇస్తుంది. మదింపు చేపట్టడానికి ఒక ప్రణాలిక ఉండాలి, ఆధారం ఉండాలి. శాస్త్రీయంగా జరగాలి. మదింపు విషయపరంగా చేస్తారు. ప్రదర్శన రూప పరంగా చేస్తారు. ప్రొడక్షన్ ఎలిమెంట్స్ కోణంలోంచి చేస్తారు. మదింపు పరిమితంగా ఉంటుంది. విస్తారమైంది కూడా.

మదింపు శాస్త్రీయమైన పద్ధతిలో జరగాలి. వినియోగపరంగా మదింపు చేసినప్పుడు శాస్త్రీయమైన పద్ధతిలో ప్రొఫార్మాల ద్వారా మదింపుకు పూనుకోవడం అవసరం. మదింపు దత్తాంశాన్ని ఇది సేకరించి పెడ్తుంది. మదింపును శాస్త్రీయపరంగా సేకరించాలని భావించినపుడు ఈ కింది అంశాల ప్రస్తావన కన్పిస్తుంది.

కార్యక్రమం ఉద్దేశించిన లక్ష్యాలు నెరవేరడం.

భాష, శైలి

రూపం, ట్రీట్‌మెంట్

దృశ్యీకరణ - విధానం

చిత్రీకరణ, గ్రాఫిక్స్, ఇతర చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ ఏనిమేషన్ వంటివి.

కూర్పు

విషయభారం

ఇలాంటి మరెన్నో అంశాల దత్తాంశాన్ని మదింపులో పొందవచ్చు. మదింపు లక్ష్యాలను బట్టి దత్తాంశ సేకరణ ఉంటుంది. ఒకేసారి పలు అంశాలు బేరీజువేయడం మదింపుకు పూనుకోవడం జరుగుతుంది. ఒక్కొక్కసారి ఏదో ఒక అంశంపైన మదింపు చేస్తారు.

కార్యక్రమ నిర్మాణంలో మదింపు ఏ విధంగా తోడ్పడుతుంది. ప్రత్యక్షంగా..... పరోక్షంగా అని చెప్పుకోవచ్చు. ఏ రకమైన మదింపు అవసరం అవుతుందో కూడా ముందే నిర్ణయించుకొని ఆదిశగా అధ్యయనాన్ని కొనసాగించాలి. సీరిస్ కార్యక్రమాలను రూపొందిస్తున్నప్పుడు పునః ప్రసారానికి అవకాశం ఉన్న సందర్భాలలో కార్యక్రమం దిద్దుబాటు చేసుకోవడానికి, ఒక విధంగా ఈ రకమైన మదింపు 'మౌలిక పరిశోధన' - పద్ధతిలో భాగం. ఈ నేపథ్యంలో 'మదింపు'ను కార్యక్రమ నిర్మాణ ప్రక్రియలో ఒక అంతర్భాగంగా, అంతర్లీనమైన ఉపవ్యవస్థగా పరిగణించాలి.

అభ్యాసం

కార్యక్రమ నిర్మాణంలో 'పరిశోధన' స్థానాన్ని చెప్పండి.

BRAOU

'మదింపు' రకాలను పేర్కొనండి.

29.5 ఎవరేం చేస్తారు

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమ కార్యక్రమాల రూపకల్పన బృందం సమిష్టి కృషిగా వర్ణించాం. టెలివిజన్ కార్యక్రమ చిత్రీకరణలో వివిధ కేటగిరీల బృందం సభ్యుల ప్రాధాన్యాలను ఇదివరకే తెలుసుకున్నాం. వాటిని మళ్లీ ఇక్కడ ప్రస్తావించడం లేదు. కానీ 'నిర్మాత' మాత్రం నిర్మాణ కార్యక్రమానికి కేంద్ర బిందువని గుర్తు చేసుకోవాలి. భావనతో మొదలయి కార్యక్రమం పూర్తయి ప్రసారం అయ్యేవరకు అన్ని దశలలో చర్యలకు, ప్రతిచర్యలకు నిర్మాతే బాధ్యుడు. ప్రస్తుతం పరిశోధన, మదింపు విషయాలను చర్చించుకుంటున్నాం. నిర్మాతతోపాటు మరికొందరు బృదం సభ్యులు కూడా ఈ సందర్భంగా చర్చకు వస్తారు. వారు పరిశోధకుడు, స్క్రిప్టురచయిత, విషయ నిపుణుడు. కార్యక్రమ నిర్మాణంలో పరిశోధన, మదింపు అంశాలకు సంబంధించి వీరిలో ఎవరేం చేస్తారు. అన్నది క్లుప్తంగా తెల్సుకుందాం.

మొదటగా నిర్మాత వస్తాడు. కార్యక్రమాన్ని విజయవంతంగా పూర్తి చేయడానికి నిర్మాతే బాధ్యుడు. వివిధ కార్యకలాపాలను సమన్వయపరచి నిర్వహించాలి. సాంకేతిక వనరులు, మానవ వనరులు - రెండూ నిర్మాత అధీనంలో తమ విధుల్ని నిర్వహిస్తాయి. కార్యక్రమ భావనకు ఒక రూపాన్నిచ్చే చర్యల్లో భాగంగా పరిశోధకుడు, స్క్రిప్టు రచయిత, విషయ నిపుణులతో నిరంతరం చర్చిస్తూ ఉంటాడు. కార్యక్రమం అర్థవంతంగా రూపొందడానికి సాంకేతిక అవకాశాలు, ఆర్థిక వనరుల పరిమితిని, తదితర నియంత్రణ అంశాలను పరిగణనలోకి తీసుకుంటూ కృషి చేస్తాడు. ఈ దశలోనే పరిశోధన పాత్ర అధికంగా కన్పిస్తుంది. పరిశోధకుడు, విషయనిపుణులతో చర్చించి కార్యక్రమానికి అనువుగా స్క్రిప్టు రాయించే కృషి జరుగుతుంది.

BRAOU

పరిశోధకుడి పాత్ర శ్రవ్య దృశ్య కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో ఏమిటీ అన్నప్పుడు - నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడి రూపురేఖల్ని గుర్తించడం, వారి అవసరాల విశ్లేషణం చేయడం, అవసరమైతే స్క్రిప్టును, పూర్తయినాక కార్యక్రమాన్ని నిర్దేశిత ప్రేక్షకులలో పరీక్షించడం, కొన్ని సందర్భాలలో కార్యక్రమ సంక్షిప్తాన్ని రాయడం, వంటివి చేపడ్తాడు. ఒక విధంగా పరిశోధకుడు (Researcher) నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడికి, కార్యక్రమ నిర్మాణ బృందానికి వారధి లాంటి వాడు. కొన్నిసార్లు నిర్మాతలు, స్క్రిప్టు రచయితలే ఈ బాధ్యతను నిర్వహిస్తారు. వేరే పరిశోధకుడంటూ ఉండరు. అంటే పరిశోధన అనేది మాత్రం అవసరం అని సూచిస్తుంది. రూపకల్పన విధానంలో, దృశ్యీకరణలో, విషయ వివరణ అంశాలలో పరిశోధన తోడ్పాటు కార్యక్రమం నాణ్యతను పెంచి, ఆసక్తిని ఆపాదిస్తుంది.

స్క్రిప్టు రచయిత నిర్వహించే పాత్ర కీలకమైంది. స్క్రిప్ట్ ఏ కార్యక్రమానికైన 'మౌలిక డాక్యుమెంటు'. కార్యక్రమానికి ముందే రాసినా, తర్వాత రాసినా స్క్రిప్టు 'మౌలిక డాక్యుమెంటే'. స్క్రిప్టులో ఉండే దృశ్యాల వివరణ, గ్రాఫిక్స్, బ్యాక్‌గ్రౌండ్ సంగీతం, శబ్దాలు, సహజశబ్దాలు - కార్యక్రమ రూపానికి అద్దంపడ్తాయి. చూడగానే కార్యక్రమం తీరేమిటి, ఏ రూపం ధరిస్తుంది అన్నది గుర్తించవచ్చు. కార్యక్రమ లక్ష్యాన్ని బట్టి విషయసేకరణ ఉంటుంది. సంభాషణ కనిపిస్తుంది. కొన్ని సందర్భాలలో నిర్మాత తనంతతానుగానే స్క్రిప్టు రాసుకుంటాడు. ప్రాథమిక స్క్రిప్టు రాయగల నేర్పు ఉన్నప్పుడు మాత్రం నిర్మాతకు ఈ పని సాధ్యపడుతుంది.

విషయనిపుణుడి విషయాన్ని పరిశీలించినపుడు ఒక విషయం స్పష్టంగా తెలుస్తుంది. విద్యాకార్యక్రమాలు, వైజ్ఞానిక, సాంకేతిక కార్యక్రమాలు, ప్రత్యేక కార్యక్రమాల రూపకల్పనలోనే విషయనిపుణుడి సేవలను వినియోగించుకోవడం చూస్తాం. ఈ కార్యక్రమాలలో చెప్పదలుచుకున్న విషయాన్ని (subject) తప్పుల్లేకుండా వివరించడానికి విషయనిపుణుడి సలహాలు పొందడం అవసరం. పరిశోధకుడు, స్క్రిప్టు రచయిత, నిర్మాత కార్యక్రమ విషయానికి సంబంధించి ఏ మేర సమాచారాన్ని సేకరించినా లేదా, వైజ్ఞానిక సాంకేతిక కార్యక్రమాల వంటి కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో విషయనిపుణుడి సలహాలను తీసిపారేయలేం. సరికదా, తప్పని సరికూడా. కేవలం పరిశోధన సమయంలోనే కాకుండా కార్యక్రమ లక్ష్యాలను మదింపు చేసినప్పుడు విషయనిపుణుడి సహకారం కావల్సి వస్తుంది.

కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో బృందంగా ఎందరు పాల్గొన్నా కూడా ఒక కోర్ ఫంక్షనరీలు (Core functionaries) కొందరు ఉంటారు. వారిలో నిర్మాత, పరిశోధకుడు, విషయనిపుణుడు, స్క్రిప్టు రచయిత ముఖ్యులు. కార్యక్రమ రూపకల్పనకు 'పునాదిదశ'', కార్యక్రమ ప్రసారమైన తర్వాత 'బేరీజు దశ' కార్యక్రమానికి ఊపిరి కాబట్టి వీరిని కోర్‌ఫంక్షనరీలుగా పరిగణించడంలో మరో వాదనకు తావుండదు.

అభ్యాసం

పరిశోధనలో ఎవరేం చేస్తారు?

మదింపులో పాల్గొనే వారెవరు?

29.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- శ్రవ్య దృశ్య కార్యక్రమాల నిర్మాణంలో భౌతిక వనరులు, మానవవనరులపై ఆధారపడతాయి. వీటిని సమన్వయ పరచడానికి వీలుగా కార్యక్రమ నిర్మాణం ప్రొడక్షన్ రేఖ (ఊహాజనితమైనది). పైగా, అడుగడుగునా జరిగే పరిశ్రమని గుర్తించాం.
- పరిశోధన మదింపు అంశాలను మాధ్యమ కార్యక్రమాల నిర్మాణ పరిధిలో పరిశీలించాం. అది నిర్వహించే పాత్ర విశిష్టమైంది.
- నిర్మాణంలో పరిశోధన, మదింపు అంశాలను వివిధ కోణాలనుంచి పరిశీలిస్తాం.
- నిర్మాణ ప్రక్రియను ఒక 'చక్రీయ ప్రక్రియ'. పరిశోధన, మదింపు ఏ విధంగా వివిధ దశల్లో ఈ ప్రక్రియ కొనసాగుతుందో గుర్తించాం.
- కార్యక్రమ రూపాన్ని బట్టి పరిశోధన, మదింపు పరిధిని నిర్ణయిస్తారు. అలాగే విషయాన్ని (Subject) బట్టీ నిర్ధారిస్తారు.
- చరిత్ర అంశాలు, వర్తమాన వ్యవహారాలు, వైజ్ఞానిక అంశాలు క్రీడల వంటి విషయాలలో పరిశోధన పరిధి విస్తృతం. మదింపు విస్తరణా కన్పిస్తుంది.
- కార్యక్రమ నిర్మాణంలో ప్లానింగ్, ప్రి ప్రొడక్షన్, ప్రొడక్షన్, పోస్ట్ ప్రొడక్షన్ దశలలో పరిశోధన, మదింపు స్థాయి గమనాలు వేరు.
- నిర్దేశిత ప్రేక్షకుడు - రూపురేఖలు, అవసరాల విశ్లేషణ, కార్యక్రమ సంక్షిప్తం, స్క్రిప్టు రచన, పరీక్ష కార్యక్రమ రూపకల్పనకు ముందు వచ్చే అంశాలు. పూర్వ ప్రదర్శన, ప్రసారాన్ని వినడం/చూడటం, ప్రసారం తర్వాత మదింపు తర్వాత కార్యక్రమం పూర్తయిన దశలో వచ్చేవి. ఇవి పార్మేటివ్, సమ్మేటివ్ మదింపులకు ఊపిరిపోశాయి.
- పరిశోధన, మదింపు మధ్య సూక్ష్మ స్థాయిలో వ్యత్యాసాలు ఉన్నాయి. పరిశోధనలో 'అన్వేషణ' అంతర్భాగం. పరిశోధన మదింపులకు స్వతంత్రమైన లక్షణాలు ఉన్నాయి.
- మదింపు నాలుగు రకాలు: పరిశోధన మదింపులో నిర్మాత, స్క్రిప్టు రచయిత, పరిశోధకుడు, విషయనిపుణుడు నిర్వహించే పాత్ర భిన్నమైందే అయినా, ఒకదానితో ఒకటి సంబంధం కల్గి ఉంటాయి.

BRAOU

29.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో పరిశోధన, మదింపుల స్థానాన్ని చర్చించండి.
2. 'పరిశోధన' పరిధిని కార్యక్రమ నిర్మాణ నేపథ్యంలో వివరిస్తూ, పరిశోధన లక్ష్యాలను వివరించండి.

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. మదింపు రకాలను ప్రస్తావించండి.
2. మదింపు, పరిశోధనలో ఎవరెవరు పాల్గొంటారు? వారేం చేస్తారు - క్లుప్తంగా చెప్పండి.

BRAOU

భాగం 30 ప్రేక్షకులు - అవసరాలు, అంచనా

విషయ క్రమం

30.0 ఉద్దేశం

30.1 ప్రవేశిక

30.2 అవసరాలు

అభ్యాసం

30.3 అంచనా

30.3.1 ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలు

30.3.2 ఆడియన్ ప్రొఫైల్

30.3.3 దత్తాంశ సేకరణ పద్ధతి

అభ్యాసం

30.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

30.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

30.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం చదివిన తర్వాత మీరు ఈ కింది విషయాలను వివరించగలుగుతారు

- కార్యక్రమం ఉద్దేశించిన లక్ష్యాలను సాధించడంలో మదింపు ప్రాధాన్యం. ప్రేక్షకుల అవసరాలు, ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాల అంచనా.
- సామాజిక అవసరాలు రకాలు వ్యక్తపరచిన అవసరాలు (Feltneeds) గుర్తించిన అవసరాలు (Observed needs).
- ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలను గుర్తించగలగడం. ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ నిర్మాణం, ఇందుకు అవసరమైన దత్తాంశ సేకరణ పద్ధతులు.

30.1 ప్రవేశిక

ఏ పథకమైనా కార్యక్రమమైనా సత్ఫలితాలు పొందాలంటే దాని రూపకల్పన (Planning) మొదలుకొని అన్ని దశల లోను మదింపు (Evaluation) అంతర్భాగంగా వుండడం అవసరం. ఒక దశలో మదింపు వేసి, దాని ప్రాతిపదికమీద తర్వాత దశకు సంబంధించిన నిర్ణయాలు తీసుకుని ముందుకుసాగడం లక్ష్యసిద్ధి (Goar achievement) కు తోడ్పడుతుంది.

ముఖ్యంగా అభివృద్ధి పథకాలు (Developmental Projects) విద్యా కార్యక్రమాలు (Educational Programmes) లాంటి వాటి విషయంలో మదింపు విధానాలను తప్పనిసరిగా అనుసరించండం మంచిది.

అభివృద్ధి (development) మార్పు (change) ను ఆశిస్తుంది. ఈ మార్పు సామాజికుల పరిజ్ఞానం (knowledge) వైఖరి (attitude) నడవడికల (behaviour) లో రావాలి. ఈలాంటి మార్పు రావాలంటే సామాజికులకు సమాచారం అందుబాటులో వుండాలి. అందుచేతనే కొన్ని అభివృద్ధి ప్రొత్సాహక పథకాలలోను కార్యక్రమాలలోను "సమాచారం" కీలక పాత్ర వహిస్తుంది. అయితే సమాచార వితరణ ప్రక్రియ (communication process) ఆత్మాశ్రయ (subjective) మయినది. ఒకే సమాచారం (Information) వేరు వేరు వ్యక్తులకు వేరు వేరు రీతులలో గోచరించవచ్చు.

సమాచారం ఆశించిన రీతిలో వినిమయం జరగాలన్నా ఫలితాలు సాధించాలన్నా సమచారాన్ని అందించే వారికీ అందుకునే వారికీ మధ్య సమనార్థకమైన అవగాహన వుండాలి. ఇలాంటి అవగాహనను పెంపొందించాలంటే, రూపకల్పన దశలో (ముఖ్యంగా అభివృద్ధి ధ్యేయంలో మార్పును ఆశించే పథకాలు, కార్యక్రమాలకు సంబంధించినంత వరకు) మదింపు విధానాన్ని అనుసరించి తగు నిర్ణయాలు తీసుకొనవలసి వుంటుంది.

అందునా, సమాచార వితరణ కీలకపాత్ర వహించే పథకాలకు గానీ, సమాచార వితరణ ధ్యేయంగా వుండే టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు గానీ రూపకల్పన దశలో మదింపు వేయడం, లక్ష్య సిద్ధికి ఎంతగానో తోడ్పడుతుంది.

కార్యక్రమాలకు రూపకల్పన దశలో చేసే మదింపు ముఖ్యంగా సమస్యల గుర్తింపు, సామాజికుల అవసరాల అధ్యయనం, సామాజికుల స్థితిగతులు, స్వరూపస్వభావాలు కార్యక్రమాలకు విషయాలను ఎన్నుకోవడం అనే అంశాల రూపంలో వుంటుంది.

ఈ మదింపు వుద్దేశ్యం సామాజికుల స్థితిగతులు, వారి స్వభావాలు శక్తియుక్తులు, అవసరాలకు అనుగుణంగా ఆయా అవసరాలకు తగినట్లుగా సమస్యలకు పరిష్కారాలకు సూచించే విధంగా సమాచారాన్ని అందించడం.

30.2 అవసరాలు (NEEDS)

జన సముదాయానికి జీవనం సానుకూలంగా గడపడానికి కొన్ని వస్తువులు, కొన్ని రకాల సేవలు, సదుపాయాలు, కొంత సమాచారం అవసరమవుతాయి. అది చాలినంత మేరకు అందుబాటులో లేనపుడు వారికి అననుకూలత హాని సంభవించే అవకాశం వుంటుంది.

వీటిలో సమాచారానికి సంబంధించినంతవరకు అంటే టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు సంబంధించినంతవరకు చూస్తే సమాచారం సరైన రీతిలో అందుబాటులో లేనపుడు ఆ జన సముదాయపు పరిజ్ఞానం, వైఖరి, నడవడిక అభివృద్ధికి, మార్పుకు అనువుగా వుండకపోవచ్చు. ఈ కారణం చేతనే సామాజికుల అవసరాలను గుర్తించి ఆయా అవసరాలకు అనుగుణంగా, సమస్యలకు పరిష్కారాలను సూచించే సమాచారాన్ని అందించాలని ప్రణాళికా రచయితలు చెబుతారు.

BRAOU

అయితే సామాజికుల అవసరాలు రెండురకాలుగా వుంటాయి. కొన్ని కొన్ని వస్తువులు, సదుపాయాలు సమాచారం లేకపోవడాన్ని జన సముదాయమే గుర్తించి (వాటి అభావం (Absence) వలన కలిగే ఇబ్బందుల ద్వారా) వాటిని అవసరాలుగా వారంతటవారే వ్యక్తపరచగలుగుతారు. వీటిని Felt Needs గా పరిగణిస్తారు.

మరి కొన్నింటి అభావాన్ని సామాజికులు గుర్తించలేకపోవడమూ, గుర్తించినా పట్టించుకోకపోవడమో లేక దైవదత్తంగా భావించడమో జరుగుతుంది.

ఉదాహరణకు గ్రామాల్లో త్రాగు నీటి సౌకర్యం లేకపోతే సామాజికులు దాన్ని అవసరంగా గుర్తించి ఆ అవసరాన్ని యితరులకు వ్యక్తపరుస్తారు. వ్యవసాయానికి చెందిన పురుగు మందులు అందుబాటులో లేకపోతే అవసరంగా గుర్తించి వ్యక్తపరుస్తారు. వీటిని ఫెల్ట్ నీడ్స్ (Felt Needs) గా పరిగణించవచ్చు.

అలా కాకుండా పేదరికంలో మగ్గుతున్న వ్యవసాయకూలీ తన స్థితికి మరెవరూ కారణం కాదనీ అది తన పుట్టుకలోనే నిర్ణయమై పోయిందనీ భావించడం, ఆ స్థితినుండి బయటపడడం అన్నది అవసరంగా భావించకపోవడం - ఇలాంటి స్థితిలో అది యితరులకు అవసరంగా కన్పిస్తుంది. వీటిని అబ్జర్వ్డ్ నీడ్స్‌గా పరిగణిస్తారు.

అందువలన అవసరాలను గుర్తించేందుకు వాటిని ఒక పట్టికగా తయారుచేసేందుకు దత్తాంశ సేకరణ సామాజికుల నుండి (ఫెల్ట్ నీడ్స్ కొరకు) ప్రణాళికా రచయితలు, అధికారులు సామాజిక పరిశోధకులు మొదలైన వారి నుండి (అబ్జర్వ్డ్ నీడ్స్ కొరకు) చేయవలసి వుంటుంది.

30.3 అంచనా

కార్యక్రమ నిర్మాతలు లేదా వారికి సహకరించే పరిశోధకులు అవసరాలను ఎలా అంచనా వేస్తారో చూద్దాం. ముందుగా సమస్యను గుర్తించి దాని నైజమేమిటో పరిశీలించాలి. సామాజికులకు దాని పట్ల వున్నటువంటి పరిజ్ఞానం, వారి వైఖరి, నడవడికలను అధ్యయనం చేయాలి. సామాజికులతో చర్చలు, వారిని ప్రశ్నించి సమాధానాలు రాబట్టడం ద్వారా సమస్యకు మూలకారణాలు, అవి కేవలం సమాచారలోపాలేనా లేక ఆర్థిక, రాజకీయ, సాంఘిక కారణాలా అన్న విషయం తెలుసుకోవాలి.

ఆ సమస్యతో సంబంధం వున్నటువంటి ప్రణాళిక రచయితలు, అధికార్లనుండి కూడా దత్తాంశసేకరణ చేయవలసి వుంటుంది.

ఇలా దత్తాంశ సేకరణకు ముఖ్యంగా పరిశీలన, ముఖాముఖి ప్రశ్నించి సమాధానాలు పొందడం, ఆ సమస్య గురించి అప్పటికే ప్రచురితమైన గ్రంథాలు, లేదా పరిశోధన పత్రాలు చదవడం ద్వారా చేయొచ్చు. ప్రతి సమస్య గురించి సామాజికుల పరిజ్ఞానం, వారి వైఖరి నడవడికలను పరిశీలించడం ద్వారా సమస్యకు పరిష్కార మార్గాలు అన్వేషించడం సులువవుతుంది.

సమస్యలు, అవసరాలు పట్టికగా తయారుచేసి వాటితో వీటికి పరిష్కారమార్గాలు ముందుగా సూచించాలి. అన్న విషయం నిర్ణయిస్తారు.

అయితే టెలివిజన్ కార్యక్రమాల ద్వారా సమస్యలకు పరిష్కారమార్గాలు సూచించడమే సాధ్యమవుతుంది. అందువలన ఏ సమస్యకు, అవసరాలకు ఎలాంటి సమాచారం పరిష్కారమార్గాలను సూచించగలుగుతుందో అధ్యయనం చేయవలసి వుంటుంది.

అవసరాలను క్రోడీకరించిన తర్వాత వాటిని క్రింది విధంగా విశ్లేషించి ఎక్కడ సమాచార లోపం వున్నదో తెలుసుకోవచ్చు.

BRAOU

సమాచార లోపాల విశ్లేషణ

	సమస్యకు/అవసరానికి సంబంధించి సామాజికులకు తెలియవలసినవి	సమస్యకు/అవసరానికి సంబంధించి సామాజికులకు యిప్పటికే తెలిసినవి	సమాచార లోపం లేదా యిక మీదట తెలియజేయ వలసినవి
ఉదా:-	12 అంశాలు	3 అంశాలు	9 అంశాలు

ఇలా చేసినందు వలన కార్యక్రమాలలో పొందుపరచవలసిన విషయాల ఎన్నిక సులువవుతుంది. పైగా అయా విషయాలు సామాజికులకు అవసరమయినవిగా వుంటాయి.

అయితే కార్యక్రమంలో పొందుపరిచే విషయాలను ఎన్నుకొనేటప్పుడు నాలుగు సూత్రాలను దృష్టిలో వుంచుకోవాలి.

1. ఎన్నుకొన్న విషయం ప్రయోజనకరమేనా? అంటే ప్రస్తుతం సామాజికులకు అందుబాటులో వున్న సమాచారం కంటే మనం అందించబోయేది మెరుగైనదా?

2. ఎన్నుకున్న విషయం ప్రయోజనకరమైందేనా? పంట నూర్పిడి పూర్తయింతర్వాత పంటను ఎలా నూర్పిడి చెయ్యాలో చెప్పడం కాదు)

3. ఎన్నుకున్న విషయం సామాజికుల స్థితిగతులకు అనుకూలంగా/అనుగుణంగా వున్నదా?

మనం చెప్పే విషయం సామాజికులలో అత్యధిక సంఖ్యలో వున్న వారి స్థితిగతులకు శక్తికి వర్తించే విధంగా వుండాలి. అంటే మనమిచ్చే సూచనలు భూమికి సంబంధించినవైతే కొద్ది భూమి వున్న రైతులకు పనికివచ్చేలా వుండాలి. సామాజికులలో ఎక్కువ మంది అలాంటి వారే గనుక.

4. ఎన్నుకున్న విషయం సులభ గ్రాహ్యంగా వున్నదా? క్లిష్టమైన విషయమైతే దాన్ని సులువుగా గ్రహించేందుకు వీలుగా చేస్తారు. క్లిష్టమైన విషయమైతే దాన్ని సులువుగా గ్రహించేందుకు వీలుగా చెప్పాలి.

కార్యక్రమంలో పొందుపరిచే విషయాలను ఎన్నుకుని నిర్ణయాలు చేసే సమయంలో ఒక ముఖ్యమైన అంశాన్ని గుర్తుంచుకోవాలి.

సామాజికుల అవసరాలను బట్టి విషయాల ఎన్నిక వుండాలి. సామాజికులు తమంతటతామే గుర్తించి వ్యక్తపరచిన అవసరానికి కార్యక్రమం ద్వారా సమాచారాన్ని, వేరొకరు పరిష్కార మార్గాలు, వాటిని సాధించేందుకు సూచనల రూపంలో అందించవచ్చు.

అలా కాక ఆ అవసరం బయట వారు గుర్తించినదైతే (Observed Needs) ఆ సామాజికులలో ఆ సమస్యను గుర్తించిన అవగాహన కల్పించాలి. పరిజ్ఞానాన్ని కలిగించాలి. ఉదా: కనీస వేతనం సమస్య అయితే,కనీస వేతనం పొందడం అన్నది వ్యవసాయ కూలీల హక్కుగా సామాజికులకు అవగాహన కల్పించాలి. ఆ తర్వాత నే అది ఎలా సాధించాలో చెప్పడం వీలవుతుంది.

అంతేకాక టెలివిజన్ మాధ్యమం ద్వారా మనం సమాచారాన్ని మాత్రమే యివ్వగలం. కాబట్టి ఆ సమాచారాన్ని సామాజికులు వుపయోగించుకోగలగాలి. ఎలాంటి సమాచారాన్ని ఏ రూపంలో అందజేస్తే సామాజికులకు ప్రయోజనం కలుగుతుందో తెలుసుకోవడానికి పైన చెప్పిన అవసరాల అంచనా విధానం మనకుపకరిస్తుంది.

అభ్యాసం

కార్యక్రమ నిర్మాణం కోసం 'అవసరాలను' ఏ దృష్టిలో మదింపు వేస్తాం. అవి ఎన్ని రకాలు?

అవసరాల 'అంచనా' ఎలా చేస్తారు?

BRAOU

30.3.1 ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలు

కార్యక్రమాల రూపకల్పన దశలో చేసేటటువంటి మదింపులో సమస్యల గుర్తింపు అవసరాల విశ్లేషణ, విషయాల ఎన్నిక ఒక భాగమైతే, ప్రేక్షకావళి (Audience) స్వరూపస్వభావాలను స్థితిగతులను, శక్తియుక్తులను అధ్యయనం చేసి వాటిని పద చిత్రాలుగా తయారుచేయటం మరొక భాగం. దీనినే ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ (Audience profile) తయారు చేయడం అంటారు.

ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ వలన రెండు ప్రయోజనాలున్నాయి. కార్యక్రమాలను రూపొందించేవారికి తామెవరి కొరకు కార్యక్రమాలను తయారుచేస్తున్నారో ఆ జన సముదాయం గురించిన అవగాహన వుండాలి. టెలివిజన్ లాంటి మాధ్యమాల ద్వారా జనసముదాయాల నుద్దేశించి కార్యక్రమాలను తయారు చేసేవారికి ఆయా జన సముదాయాల గురించిన పరిజ్ఞానం, వారి అలవాట్లు, కట్టుబాట్లు గురించిన పరిచయం తప్పని సరిగా వుండాలి. ముందుగా చెప్పినట్లుగా సమాచార ప్రక్రియ ఆత్మాశ్రయమైనది. ప్రేక్షాకావళి గురించి సరైన అవగాహన లేకుండా కార్యక్రమాలు రూపొందించి ప్రసారం చేసినందువల్ల మంచికంటే కీడు జరిగే అవకాశం వున్నది. ఆయా ప్రేక్షకావళి వాడుకభాష మొదలుకొని అన్ని విషయాలూ కార్యక్రమాల నిర్మాతలకు సంగ్రహంగా నైనా తెలిసివుంటే సరైన పద్ధతిలో సమాచారవితరణ జరిగే అవకాశముంటుంది. ఉదాహరణకు ఒక పరిమిత ప్రాంతానికుద్దేశించిన కార్యక్రమంలో వాడే భాష ఆ ప్రాంతంలో వాడుకలో వున్నదే అయి ఉండడం అవసరం. లేనపుడు వుద్దేశం నెరవేరదు.

ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ మరో విధంగా కూడా వుపయోగించుకోవచ్చు. సామాజికుల అవసరాలను క్రోడీకరించి, వాటి కనుగుణంగా విషయాలను ఎన్నిక చేసేటప్పుడు మనం నాలుగు విషయాలను దృష్టిలో వుంచుకోవలసివుంటుందని ముందు తెలుసుకున్నాము.

అవి : 1) ఎన్నుకున్న విషయం ప్రేక్షకావళికి ప్రయోజనకరమైనదా

2) ఎన్నుకున్న విషయం ప్రస్తుతానికి (కాలానుగుణంగా) సంబంధించినదేనా?

3) ఎన్నుకున్న విషయం ప్రేక్షకావళి స్థితిగతులకు శక్తియుక్తులకు అనుగుణంగా వున్నదా?

4) విషయం సులభగ్రాహ్యంగా వుండేదేనా?

ప్రేక్షకావళి స్వరూప స్వభావాలను అధ్యయనం చేసే సమయంలో వారి గురించి చాలా విషయాలు అంటే జీవనశైలి, సంస్కృతి, భాషా భేదాలు, సాంఘిక ఆర్థిక స్థితిగతులు, పనిపాటలు, వృత్తులు, అలవాట్లు ప్రాపంచిక విషయాలలో వారి సాధారణ పరిజ్ఞానం, చదువు సంస్కృతి, నమ్మకాలు, కట్టుబాట్లు మొదలగు వాటిని పరిశీలించడం జరుగుతుంది. ఒక విషయం గురించి, దానిని వ్యక్తపరిచే విధం గురించి నిర్ణయం తీసుకునేందుకు (పై నాలుగు సూత్రాల పరిధిలో) పై నుదహరించిన సమాచారం ఎంతగానో తోడ్పడుతుంది.

ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ అనేది చదివేవారికి సంగ్రహంగా ఒక ప్రాంతపు జన సముదాయం గురించి అవగాహన కల్పించేలా వుండాలి. జీవనశైలికి ప్రతి చిత్రంగా వుండాలి. ఆ ప్రాంతపు సంస్కృతి జీవనశైలికి మిగిలిన ప్రాంతాల సంస్కృతి జీవనశైలికి వున్న పోలికలు, విలక్షణతలు ప్రతిఫలించాలి.

30.3.2 ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్

ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ తయారుచేసేందుకు ముందుగా ఏయే అంశాలకు చెందిన ఉత్తరాంశాలను/సమాచారాన్ని సేకరించవలెనో చూద్దాం.

BRAOU

ముఖ్యంగా నాలుగు రకాల సమాచారం అవసరమవుతుంది.

1. సామాజిక వ్యవస్థ రూపు రేఖలు
2. వృత్తులు, ఆర్థిక స్థితి - తరతమ భేదాలు
3. సంస్కృతి - జీవన శైలి
4. భాషలు

పై వాటిని దత్తాంశ సేకరణ కనుకూలంగా క్రింది విధంగా విభజించుకోవచ్చు.

1. భాష, వాడుక భాష,నుడికారాలు, యాసలు
2. ఆహారపు టలవాట్లు
3. దుస్తులు, అలంకరాలు, వివిధ వర్గాల వారీగా
4. పండుగ పబ్బాలు, సంతలు, జాతరలు
5. ఆటపాటలు, సంప్రదాయ కళారూపాలు
6. వ్యవసాయం, పంటలు, పరిశ్రమలు, ముడిసరుకులు, ఉపాధి వివరాలు
7. ఆరోగ్యానికి చెందిన వివరాలు
8. విద్యా వ్యవహారాలు
9. మతపరమైన కట్టుబాట్లు
10. సమాచార సాధకులు, వితరణ, వినిమయం, ప్రపంచ విషయాల గురించిన పరిజ్ఞానం
11. రాజకీయ వ్యవస్థ - సామాజికుల అవగాహన వారు నిర్వహించే పాత్ర

వీటన్నింటి గురించే కాక అయా జనజీవన శైలిని వివరించేందుకు అవసరమైన విషయాలన్నింటినీ సేకరించడం క్రోడీకరించడం అవసరం.

30.3.3. దత్తాంశ సేకరణ పద్ధతి

ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ తయారుజేసేందుకు ఏ ఒక్క పద్ధతి కూడా చాలదు. అందువల్ల సామాజిక శాస్త్ర పద్ధతులలో మూడు నాలుగింటిని వుపయోగించవలసి వుంటుంది. పరిమాణాత్మకమైన దత్తాంశ సేకరణకు ప్రతిచయన సర్వేక్షణ (Sample Survey) పద్ధతిని గుణాత్మక దత్తాంశాలను సేకరించేందుకు పరిశీలన (Observation) అంశాధ్యయన (Case Study) పద్ధతులు వుపకరిస్తాయి. దత్తాంశ సేకరణకు, పరిశోధకులు అయా ప్రాంతాల్లో కొంతకాలం పాటు నివసించి జీవనశైలి క్షుణ్ణంగా పరిశీలించి, అధ్యయనం చేసి వివరాలను సేకరించడం కూడా అవసరమవుతుంది. దీనినే మానవశాస్త్రం (Anthropology) లో పార్టిసిపెంట్ అబ్జర్వేషన్ (Participant Observation) అంటారు. ఈ పద్ధతి నుపయోగించి సామాజికుల అలవాట్లు, కట్టుబాట్లు, వ్యవస్థ, వ్యక్తుల మధ్య వర్గాల మధ్య సంబంధ బాంధవ్యాలు, సాంస్కృతిక విలక్షణతలు అధ్యయనం చేయవచ్చు.

పై విధంగా సేకరించిన వివరాలను అంతకు మునుపే గ్రంథస్థం చేయబడ్డ వివరాలతో సరిపోల్చి, సంశయాత్మకంగా వున్న అంశాల గురించి నిర్ణయాలు తీసుకోవచ్చు. అంతేకాక గ్రంథస్థం చేయబడ్డ ప్రాంతపు వివరాలను, పరిశోధన పత్రాలలోని నిజనిర్ధారణలను కూడా మనం తయారుచేసే ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ కొరకు వుపయోగించుకోవచ్చు.

పై పద్ధతిని తయారు చేసినపుడు ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్ అ ప్రాంతపు జీవనశైలికి సంగ్రహమైన ప్రతిరూపంగా పదచిత్రంగా కన్పించే అవకాశం వుంది.

BRAOU

అభ్యాసం

'ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలు' - వివరించండి?

'అడియన్స్ ప్రొఫైల్' అంటే ఏమిటి?

BRAOU

30.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- మదింపు ఉద్దేశం సామాజికుల స్థితిగతులను గుర్తించి, వారి అభిరుచులను సేకరించి అవసరాలక అనుగుణంగా కార్యక్రమాలను రూపొందించడం.
- ప్రేక్షకుల అవసరాలు సాధారణంగా రెండు రకాలు. అవి వ్యక్తపరచిన అవసరాలు (Felt needs గుర్తించిన అవసరాలు (Observed needs).
- అవసరాల అంచనాలో భాగంగా సమస్యను గుర్తించి దాని నైజమేమిటో పరిశీలించాలి. అవసరాలన క్రోడీకరించి వాటిని విశ్లేశిస్తే సమాచారలోపాల విశ్లేషణ చేయడం సులభం.
- కార్యక్రమాలలో విషయాలను పొందుపరచేటప్పుడు నాలుగు అంశాలను గుర్తుంచుకోవాలి. అవి:

  ఎన్నుకొన్న విషయం ప్రయోజనం

  ఎన్నుకొన్న విషయం కాలానుగుణ్యత

  ఎన్నుకొన్న విషయం సామాజిక స్థితిగతులకు అనుకూలమా? లేదా?

  ఎన్నుకొన్న విషయం సులభగ్రాహ్యమేనా - అన్నవి

- ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలను, స్థితిగతులను ముందుగా అధ్యయనం చేయాలి.
- ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్‌లో వివిధ అంశాలు ఉన్నాయి. వాటిలో వృత్తులు, సంస్కృతి, సామాజిక రూపురేఖల వంటివి ప్రధానమైనవి.
- దత్తాంశ సేకరణకు వివిధ పద్ధతులను వినియోగిస్తారు. ప్రతిచయన సర్వేక్షణను పరిమాణాత్మకమైన దత్తాంశసేకరణ పద్ధతి ద్వారానూ, గుణాత్మక దత్తాంశాల సేకరణకు అధ్యయన పద్ధతులు ఉపకరిస్తాయి.

30.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రేక్షకుల 'అవసరాలు' కార్యక్రమ రూపకల్పనలు ఏ విధంగా తోడ్పడతాయి? వివరణ ఇవ్వండి?
2. ప్రేక్షకుల స్వరూప స్వభావాలను గుర్తించడంలో దత్తాంశసేకరణ పద్ధతులు ఏ విధంగా తోడ్పడతాయి?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు యివ్వండి

1. ఆడియన్స్ ప్రొఫైల్.
2. అభివృద్ధి పథకాలు, విద్యా కార్యక్రమాల విషయాలలో మదింపు తప్పనిసరి-ఎందుకు?

BRAOU

భాగం 31 మదింపు పద్ధతులు

విషయ క్రమం

31.0 ఉద్దేశం

31.1 ప్రవేశిక

31.2 మదింపు పద్ధతులు

అభ్యాసం

31.3 మదింపు దశలు

అభ్యాసం

31.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

31.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

31.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత మీరు ఈ కింది విషయాలను చర్చించగలుగుతారు:

- పరిశోధన, మదింపుల మధ్యగల తేడాలు
- మదింపు భావన
- మదింపు పద్ధతులు, వాటి ప్రయోజనాలు
- కార్యక్రమ నిర్మాణంలోని వివిధ దశలలో చేపట్టే మదింపు అంశాలు, కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో వాటి ఆవశ్యకత.

BRAOU

31.1 ప్రవేశిక

మదింపు (Evaluation) గురించి అవగాహన చేసుకునే ముందు మదింపుకు పరిశోధన (Research) కు గల సంబంధాన్ని తేడాలను తెలుసుకోవడం మంచిది.

క్రమపద్ధతి (Systematic) లో నిర్వహించబడే శాస్త్రీయమైన అన్వేషణ (Scientific Investigation) ను పరిశోధన అంటారు. పరిశోధన లక్ష్యం సత్యాన్వేషణ, జ్ఞాన సంపాదన. ఇలాంటి అన్వేషనలో ప్రామాణికమైన పద్ధతుల ద్వారా దత్తాంశాలను (DATA) సేకరించి నిజాన్ని తెలుసుకునే ప్రయత్నం జరుగుతుంది. అది వివిధ చరరాసుల (variables) మధ్య సంబంధం కావచ్చు. ఒక ప్రక్రియ కొన్ని చరరాసుల మీద చూపించే ప్రభావం కావచ్చు. ప్రశ్నలకు సమాధానాలు సంపాదించడమే ధ్యేయం.

పరిశోధన వివిధ దశలలో ఒక క్రమపద్ధతిలో జరుగుతుంది. సమస్యను గుర్తించడం (Identifying the problem) పరికల్పనలను రూపొందించడం (Formulating Hypotheses) ప్రతి చయనాలను ఎన్నుకోవడం (Selection of representative samples) విశ్వసనీయమైన (Reliable) నికరమైన (Valid) పరికరాలలో దత్తాంశసేకరణ (Data Collection) దత్తాంశ విశ్లేషణ (Analysis Data) తద్వారా కొన్ని నిర్ధారణలకు రావడం (Drawing Conclusions) పరిశోధనా పద్ధతిలోని వివిధ దశలు.

ప్రయోజనంతో నిమిత్తం లేకుండా కేవలం ప్రశ్నలకు సమాధానాలు కనుగొనడమే పరమావధిగా జరిపే అన్వేషణ శుద్ధ పరిశోధన (Pure Research). దీని లక్ష్యం వివిధ విషయాలపట్ల అవగాహన పెంపొందించడం.

ఒక ప్రయోజనాన్ని ఆశించి సమస్యలకు సమాధానాలు అన్వేషించడం ప్రయుక్త పరిశోధన (Applied Research).

మదింపు ప్రయోక్త పరిశోధనగా పరిగణించబడుతుంది. ఎందువల్లనంటే మదింపుకు సత్వర ప్రయోజనం (Immediate utility) వుంటుంది. మదింపు వివిధ విషయాల గురించి నిర్ణయాలు (Decisions) తీసుకొనేందుకుపకరిస్తుంది.

మదింపు విధింపుకు లక్ష్యం సత్వర నిర్ణయం తీసుకునేందుకు తోడ్పడడం. అది పథకమైనా, విద్యా కార్యక్రమమైనా, ప్రక్రియ అయినా, వస్తువైనా నిర్దిష్టమైన వుద్దేశ్యాల (objectives) తో సరిపోల్చి మంచి చెడులను, గుణగణాలను, సమర్థతను మదింపు వేసి దాని సామాజిక ప్రయోజనాన్ని అంచనా వేయవచ్చు. తద్వారా ఆ పథకము లేదా కార్యక్రమపు భవిష్యత్తు గురించి నిర్ణయాలు తీసుకోవడం సాధ్యమవుతుంది.

ఉదాహరణకు ఒక పుస్తకాన్ని పాఠ్యంగా వుంచవచ్చునా? లేదా? అన్న విషయాన్ని తెలుసుకొనేందుకు ఆ పుస్తకంలోని విషయం, దాని మంచి చెడులు, విద్యార్థులకు అవసరమా? అవసరమైతే ఏ స్థాయి విద్యార్థులకు? ఆ పుస్తకాన్ని పాఠ్యగ్రంథంగా వుంచినందువలన వచ్చే సామాజిక ప్రయోజనమేమిటి? లాంటి ప్రశ్నలకు సమాధానాలు మదింపు విధానం ద్వారా రాబట్టవచ్చు. ఆయా సమాధానాలు ప్రాతిపదికగా తగు నిర్ణయం తీసుకునే వీలవుతుంది.

31.2 మదింపు పద్ధతులు

ముందు చెప్పినట్లుగా ప్రతిపథకానికి కార్యక్రమానికి అంతర్భాగంగా మదింపు విధానాన్ని ఏర్పాటు చేసినందువల్ల కార్యక్రమపు ప్రతిదశలోను సరైన నిర్ణయాలు తీసుకొనే వీలుంటుంది.

అయితే మదింపు వేసేందుకు దత్తాంశాల సేకరణ అవసరం. దత్తాంశాల సేకరణకు వివిధ పద్ధతులు వుపయోగించవలసి వుంటుంది. వాటిలో ముఖ్యమయినవి క్రింద వివరించబడ్డాయి.

సర్వేక్షణ పద్ధతి (Survey Method)

జనసముదాయాన్నుండి ప్రతిచయనాలను (Samples) ఎన్నుకుని ప్రతిచయనంలోని ప్రతి సభ్యునినుండి దత్తాంశాలను ముఖాముఖి ప్రశ్నించి జవాబుల రూపంలో పొందడం లేదా మరే దత్తాంశసేకరణ పద్ధతి ద్వారానైనా సమాచారాన్ని రాబట్టడాన్ని సర్వేక్షణ పద్ధతి అంటారు. సరైన పద్ధతిలో సముదాయనికి ప్రాతినిధ్యం వహించే ప్రతిచయనాన్ని ఎన్నుకోవడం వలన ప్రతిచయనం నుండి రాబట్టే దత్తాంశాలు సముదాయపు లక్షణాలకు దగ్గరగా వుంటాయి. పరిమాణాత్మక (Quantitative) దత్తాంశాలు సేకరించవచ్చు. అవసరాన్ని బట్టి చిన్న, పెద్ద ప్రతిచయనాలలో లేదా ఒకటి కంటె ఎక్కువ ప్రతి చయనాలలో సర్వేక్షణ జరుపవచ్చు.

మదింపు విధానంలో కొన్ని దశలలో సర్వేక్షణ పద్ధతి మనకు వుపయోగపడుతుంది.

ప్రయోగ పద్ధతి (Experimental Method)

నియంత్రిత (Controlled) పరిస్థితులలో స్వతంత్ర చరరాసుల (Independent Variables) సంఖ్యను, నైజాన్ని మార్చుతూ, మారిన ప్రతిస్థితిలోనూ అస్వతంత్ర చరరాసులపై వాటి ప్రభావాన్ని అధ్యయనం చేసి చరరాసుల మధ్యగల సంబంధాలను కనుగొనడానికి ప్రయోగపద్ధతి వుపకరిస్తుంది.

నియంత్రిత పరిస్థితులలో అధ్యయనం చేయడం వలన ఒక చరరాసి ప్రభావం మరొక చరరాసిపై చూపే ప్రభావపు నైజం, పరిమాణం లాంటి వాటిని నిర్ధారణగా చేసే వీలుంటుంది.

కొన్ని ప్రత్యేకమైన మదింపు విధానాలలో ఈ పద్ధతి మనకుపయోగపడుతుంది.

పరిశీలనా పద్ధతి (Observation Method)

గుణాత్మక దత్తాంశాలను (Quantative) సేకరించేందుకు పరిశీలనా పద్ధతి పనికివస్తుంది.

ఈ పద్ధతిలో ఎన్నుకున్న ప్రతి చయనాన్ని మదింపు వేసే ప్రక్రియలో పాల్గొంటుండగా పరిశీలించి వారి నడవడికలో లేదా భావాలలో వచ్చే మార్పు చేర్పులను గుర్తించడం ద్వారా దత్తాంశాల సేకరణ చేయవచ్చు. మదింపు విధానంలో ఈ పద్ధతి చాలా సార్లు వుపయోగించే అవసరం కలుగుతుంది.

BRAOU

అంశాధ్యయన పద్ధతి (Case Study Method)

ఒక సామాజిక ఏకాంశను (Social Unit) ఉదాహరణకు కుటుంబం, కుటుంబంలోని ఒక వ్యక్తి, ఒక సంస్థ లాంటి వాటిలో ఒక దాన్ని ఎన్నుకుని ఆయా ప్రక్రియల ప్రభావాన్ని ఆ వ్యక్తుల మీదగాని, కుటుంబం మీద గాని ఎలా వున్నాయో అధ్యయనం చేసే పద్ధతి యిది.

దీని ఫలితాలు విస్తృతపరిధిలో అన్వయించేందుకు పనికి రావు. అయితే క్లిష్టమయిన ప్రక్రియలు ఏ విధంగా సామాజిక ఏకాంశలను ప్రభావితం చేస్తాయో తెలుసుకోవడానికి చరరాసుల నైజాన్ని లక్షణాలను పరిశీలించేందుకు ఈ పద్ధతి అనువుగా వుంటుంది.

ఈ పద్ధతిలో గుణాత్మక దత్తాంశాలు సేకరించవచ్చు.

పై పద్ధతులలో కొన్నింటిని గానీ అన్నింటినీ గానీ మదింపు విధానాలలో అవసరాన్ని బట్టి వాడుకోవడం జరుగుతుంది.

ఇప్పుడు ఒక పథకం అమలులో పెట్టినపుడు లేదా ఒక కార్యక్రమం రూపొందించే సమయంలో మదింపు వేయడం గురించి, మదింపు విధానపు వివిధ దశల గురించి తెలుసుకుందాము.

మదింపు విధానం సరైన రీతిలో జరగాలంటే పథకాలకు, కార్యక్రమాలకు మదింపు విధానం 'అనుబంధంగా వుండాలని ముందు చెప్పడం జరిగింది.

అభ్యాసం

'పరిశోధన', 'మదింపు' మధ్యగల తేడాలను ప్రస్తావించండి?

'మదింపు' పద్ధతులను ప్రస్తావన చేయండి?

BRAOU

31.3 మదింపు దశలు

పథకము లేదా కార్యక్రమము ఒక దశ నుండి మరో దశకు మారుతున్నప్పుడు మదింపు వేయడం వలన భవిష్యత్తులో పథకం గురించి నిర్ణయాలను తీసుకోవడానికి వీలుంటుంది.

పథకాల, కార్యక్రమాల ప్రగతి కనుగుణంగా, మదింపు విధానానికి గూడా వివిధ దశలు వుంటాయి. అవి క్రింద ఇవ్వబడ్డాయి.

1. ప్రణాళిక రచన దశలో మదింపు (Planning Phase Evaluation)
2. కార్యక్రమ రూపకల్పన దశలో మదింపు (Formative Evaluation)
3. ముగింపు దశ లేక సంకలన మదింపు (Process Evaluation)

ఆయా దశలలో మదింపు జరిపే విధానాన్ని యిప్పుడు తెలుసుకుందాం.

1. ప్రణాళిక రచన దశలో మదింపు

ఈ దశలో ఒక పథకాన్ని అమలు చేయడం గురించి లేదా కార్యక్రమాన్ని రూపొందించడం గురించి కావలసిన సమాచారాన్ని, వివరాలను సేకరించడం అవసరం.

ముఖ్యంగా సామాజికంగా మనం ప్రవేశపెట్టబోతున్న పథకం అవసరమా? దాన్ని అమలు చేసినందువలన ప్రయోజనాలున్నాయా? ఏ విధంగా అమలు చేస్తే ఎక్కువ ప్రయోజనకారిగా వుంటుంది?

పై ప్రశ్నలకు సమాధానాలను కనుగొనేందుకు ఒక క్రమపద్ధతిలో ముందుకు సాగవలసి వుంటుంది.

ఎ) సమస్యను గుర్తించడం (Problem Identification). సమస్యను గుర్తించి దాని తీరుతెన్నులు అధ్యయనం చేయవలసి వుంటుంది.

ఉదా:- ఒకే ప్రాంతంలో నిరక్షరాస్యత అధికంగా వున్నది. స్త్రీ పురుషులలో ఎక్కువ శాతం నిరక్షరాస్యులు..

బి) సామాజిక అవసరాలను అంచనా వేయడం (Assessment of needs of Clientale) మనం గుర్తించిన సమస్యను సామాజికులు సమస్యగా భావిస్తున్నారా లేదా అన్నది తెలుసుకొని, ఆసమస్యకు మూల కారణాలను విశ్లేషించడం, వాటిలో ఏయే కారణాలను ఎలా ఎదుర్కొంటే సమస్యను పరిష్కరించవచ్చునో తెలుసుకోవడం.

ఉదా:- అక్షరాస్యత లేకపోవడం సామాజికులు లోపంగా భావిస్తున్నారా. ఏ కారణం చేత వారు సమస్యను పరిష్కరించుకోలేకపోతున్నారు. వయోజన విద్యకు సామాజికులు సుముఖంగా వున్నారా? స్త్రీ పురుషులు సుముఖంగా వున్నారా? లేకపోతే ఎందుచేత? ఏ విధమైన విద్యా కార్యక్రమం వారికి ప్రయోజనకారిగా వుంటుంది.

పై విషయాలను సేకరించి ముందుగా అత్యవసరమైన చర్యలను నిర్ణయించవలసి వుంటుంది.

సి) సామాజికుల (ప్రేక్షక సముదాయపు) స్వరూప స్వభావాల అధ్యయనం (Study of the audience, profile of audience) మనం ఏ సామాజికుల కొరకు పథకం/కార్యక్రమం రూపొందించదలచుకున్నామో వారి స్వరూప స్వభావాలేమిటి? లక్షణాలేమిటి? వారి ఆర్థిక స్థితి వృత్తులు మొదలైన విషయాలను అధ్యయనం చేసి క్రోడీకరించడం. ఉదా: అక్షరాస్యత అవసరమయిన వారి వయస్సు వారి వృత్తులు, ఆర్థికస్థితి, తీరిక వేళలు వారి అభిరుచులు, భాష, సామాజికపు అలవాట్లు, కట్టుబాట్లు మొదలైన అన్ని వివరాలు సేకరించడం వాటిని గ్రంథస్థం చేయడం.

డి) కావలసిన సాంకేతిక వనరులు (Technical Requirements) పథకం/కార్యక్రమం రూపొందించేందుకు కావలసిన సాంకేతిక సరంజామా, పథకం అమలు పరిచేందుకు కావలసిన సిబ్బంది మొదలైన వివరాలు.

ఉదా:- నిరక్షరాస్యత నిర్మూలించేందుకు

BRAOU

2) రూపకల్పన దశలో మదింపు (**Formative Evaluation**)

ఒక పథకానికి గానీ, కార్యక్రమానికీ గానీ రూపకల్పన కొన్ని దశలలో జరుగుతుంది. వివిధ దశలలో కార్యక్రమాన్ని పరీక్షించి లోపాలను గుర్తించి సవరించడం అవసరం. అప్పుడే కార్యక్రమం మనం ఆశించే ఫలితాలను సాధించగలుగుతుంది.

ఇలా రూపకల్పన దశలోనూ తర్వాత నిర్మాణపు దశలోనూ మదింపు వేసి ఆయా అంచనాల మేరకు కార్యక్రమంలో మార్పు చేర్పులను చేయడం ఫార్మాటివ్ ఎవాల్యుయేషన్ (Formative Evaluation) యొక్క ధ్యేయం.

కార్యక్రమ నిర్మాణానికి బాధ్యులయిన నిర్మాతలు (Producers) కార్యక్రమంలో పొందుపరిచే విషయాన్ని అంశాలను నిర్ణయించే విషయజ్ఞులు (Subejct Experts) మదింపును చేపట్టే పరిశోధకులు (Formative Researchers) అందరూ సమష్టిగా పనిచేయవలసివుంటుంది. మదింపు వేసేది పరిశోధకులే అయినా అంచనాలను పరిశోధనా ఫలితాలను అవగాహన చేసుకుని వాటిని కార్యక్రమ రూపకల్పనకు ముడిపదార్థాలుగా, నిర్ణయాలు తీసుకునేందుకు ప్రాతిపదికగా వాడుకొనవసింది నిర్మాతలు విషయజ్ఞులే.

స్థూలంగా ఫార్మాటివ్ ఎవాల్యుయేషన్ రెండు భాగాలుగా చేపట్టడం జరుగుతుంది.

కార్యక్రమపు లక్ష్యాన్ని నిర్ణయించడం, (Goal assessment) అంటే కేవలం లక్ష్య నిర్దేశ్యమే గాక కార్యక్రమం అమలు జరిగాక సామాజికుల పరిజ్ఞానం లోను అభిప్రాయంలోను, నడవడికలోను రాగల లేక ఆశించే మార్పులను కూడా నిర్ణయించుకోవడం మదింపు వేయడానికి అవసరం. అలా ఆశించే ఫలితాలను సాధించేందుకు అనుసరించవలసిన మరింత (strategies) కార్యక్రమంలో పొందుపరిచే విషయాలు వాటి పరిశీలన, ప్రస్తుతం సామాజికులలో ఆయా విషయాల పట్ల వున్నటువంటి అవగాహన (Entry skill assessment) దానికనుగుణంగా పొందుపరిచే విషయాలున్నాయా లేదా అన్న పునర్విమర్శ లాంటివి మొదటి ఖండం లోకి వస్తాయి.

పై విషయాలన్నింటికీ సామాజిక అవసరాలు వారి స్వరూప స్వభావాలను స్థితిగతులను దృష్టిలో వుంచుకుని నిర్ణయించవలసి వుంటుంది.

పై విషయాలను గురించి దత్తాంశాలను సేకరించడానికి పరిశోధకులు వివిధ పద్ధతుల నవలంబిస్తారు. సామాజికుల జీవన పద్ధతిని పరిశీలించడం, అవసరాన్ని బట్టి వారిని ప్రశ్నించి సమాచారాన్ని రాబట్టడం, ఆయా విషయాల గురించి అధ్యయనం చేయడం వాటిలో కొన్ని. ఈ దశలో దత్తాంశాలు ఎక్కువ భాగం గుణాత్మకంగా (Qualitative) వుంటాయి.

రెండవ భాగంలో ముఖ్యమయినది పూర్వపరిశీలన (Pre-Testing) లేక పూర్వ పరీక్ష.

దాదాపుగా పూర్తయిన కార్యక్రమాన్ని ప్రసారం చేసేముందుగా కొంతమంది సామాజికులకు చూపించి వారి అభిప్రాయాలను సేకరించడాన్ని పూర్వపరిశీలన అనవచ్చు.

మనం రూపొందిస్తున్నది పథకమయితే పరిమిత ప్రాంతంలో .. ప్రయోగాత్మకంగా అమలుచేసి మంచి చెడులను గమనించడం లోపాలను గుర్తించడం చేయవచ్చు. దీనిని పైలట్ స్టడీ (Pilot Study) అంటారు.

కార్యక్రమం ఉద్దేశ్యాల కనుగుణంగా రూపొందిచబడ్డదా? లక్ష్యాన్ని సాధించే విధంగా తయారయిందా? ఏవైనా లోపాలున్నాయా? వుంటే వాటిని సవరించడం ఎలా? అన్న విషయాలను పూర్వపరిశీలన వలన మనం తెలుసుకోవచ్చు.

పూర్వపరిశీలన సమయంలో పరిశోధకుని దృష్టి కింద వివరించిన అంశాల మీద కేంద్రీకృతమవుతుంది.

1. కార్యక్రమంలో పొందుపరిచిన అంశాలు సామాజికుల అవగాహనకు అనుకూలంగా వున్నాయా?
2. కార్యక్రమంలోని వివిధ అంశాల అమరిక తర్కబద్ధంగా వున్నదా?

BRAOU

3. కార్యక్రమం సామాజికుల దృష్ట్యా ఆసక్తికరంగా వున్నదా?

4. కార్యక్రమంలోని అంశాలు సామాజికుల పరిజ్ఞాన పరిధిలోనివేనా?

5. కార్యక్రమంలో పొందుపరిచిన అంశాలు సామాజికుల దృష్ట్యా నమ్మదగ్గవిగా (Credible) వున్నాయా?

6. కార్యక్రమంలోని అంశాలు సామాజికులకు ప్రయోజనం (Utility) కల్గించేవిగా వున్నాయా?

7. అంశాల వ్యక్తీకరణ, చిత్రీకరణ, ప్రక్రియ, ప్రయోక్త నిర్వహించిన పాత్ర, కార్యక్రమపు నిడివి, పొందుపరిచిన సమాచారపు ఎక్కువ తక్కువలు, మొదలగు వాటి గురించి సామాజికుల అభిప్రాయాలు ఎలా వున్నాయి?

పై విషయాలన్నింటి గురించి సేకరించిన సమాచారపు ప్రాతిపదిక మీద కార్యక్రమాన్ని మదింపు వేయవలసి వుంటుంది.

మదింపు ఫలితాలను విశ్లేషించి, కార్యక్రమాన్ని మరింత ప్రచారవంతంగా రూపొందించేందుకు తీసుకోవలసిన చర్యలను, అవసరమైన మార్పుల గురించిన సలహాలను కార్యక్రమ నిర్మాతలకు పరిశోధకులు అందజేస్తారు.

ఈ మార్పు చేర్పులు పూర్తయింతర్వాత కార్యక్రమాన్ని ప్రసారానికి సిద్ధపరుస్తారు.

రూపొందిస్తున్నది పథకం అయితే అవసరమైన మార్పులు చేసి పథకాన్ని అమలు చేయడం జరుగుతుంది.

పథకం అమలు జరుగుతున్న దశలో మదింపు (PROCESS EVALUATION)

ఒక పథకం అమలు జరుగుతున్న సమయంలో పథకపు వ్యవధిని బట్టి ఒకటి, రెండుసార్లు పథకం అమలు జరుగుతున్న తీరును గురించి సామాజికుల నుండి దత్తాంశ సేకరణ చేయడం జరుగుతుంది. ఈ దత్తాంశసేకరణ ప్రధానంగా పథకం అమలు జరుగుతున్న తీరును, అధ్యయనం చేయడానికి, ఏవైనా లోపాలు వుంటే వాటిని వాటిని సవరించేందుకు అవసరమయితే తర్వాత దశల్లో మార్పులు చేసేందుకు తోడ్పడుతుంది. ఈ దశలో చేసే మదింపును ఫీడ్ బాక్ (Feed Back) అని కూడా వ్యవహరిస్తారు. ఒకటి కంటే ఎక్కువ కార్యక్రమాలు ధారావాహికంగా (ఒకే ఉద్దేశ్యంతో, లక్ష్యంతో వున్నవి) ప్రసారం చేసేటపుడు కూడా వివిధ భాగాల మీద అభిప్రాయాలను సేకరించడం జరుగుతుంది.

BRAOU

ఈలాంటి దత్తాంశ సేకరణ కార్యక్రమము లేదా పథకపు ప్రగతిని అంచనా వేసేందుకు లక్ష్యానికనుగుణంగా వున్నదా లేదా అన్న విషయాన్ని సమీక్షించేందుకు సహకరిస్తుంది.

ఈ దశలో దత్తాంశ సేకరణ సర్వేక్షణ పద్ధతి (Survey Method) లో ప్రతిచయనాలను వుపయోగించి చేయవలసి వుంటుంది.

కార్యక్రమం / పథకానికి సంబంధించిన వివిధ అంశాల గురించిన సమాచారాన్ని సామాజికుల నుండి సేకరించడం జరుగుతుంది.

ఉదాహరణకు ప్రసారమవుతున్న కార్యక్రమంలో క్రింది అంశాల గురించి సమాచారం సేకరించవలె.

1. సామాజికుల అవగాహన
2. కార్యక్రమంలో నచ్చిన / నచ్చని అంశాలు
3. కార్యక్రమం పట్ల ఆసక్తి
4. కార్యక్రమం ప్రయోజనకరమా?
5. కార్యక్రమంలోని అంశాలు విశ్వసనీయంగా అమలు చేసేందుకు వీలుగా వున్నాయా?
6. కొత్త సమాచారం వున్నదా?
7. కార్యక్రమపు నిడివి, అందులోని సమాచారం అవగాహనకు అనువుగా వున్నదా?

సంకలనపు మదింపు (SUMMATIVE EVALUATION)

పథకం అమలు జరపడం పూర్తయిం తర్వాత లేదా కార్యక్రమంలోని అన్ని భాగాలు ప్రసారమయింతర్వాత మొత్త పథకపు ప్రయోజనాలను, కార్యక్రమపు ప్రభావాన్ని అంచనా వేసేందుకు చేసే మదింపును సంకలనపు మదింపు (Summative) గా వ్యవహరిస్తారు.

పథకం లేదా కార్యక్రమం ఏమేరకు ప్రభావం చూపింది? ఎంతవరకు ఆశించిన ఫలితాలను సాధించగలిగింది? అన్న విషయాలను తెలుసుకోవడం సంకలన మదింపు ధ్యేయం.

కార్యక్రమం వలన సామాజికుల పరిజ్ఞానం లోను వారి వైఖరి, నడవడికలలోను కలిగిన మార్పులను అధ్యయనం చేసి తద్వారా కార్యక్రమపు ప్రభావాన్ని అంచనా వేస్తారు.

అలాగే పథకపు అమలుకు అయిన వ్యయం, దానివలన ఒకగూడిన ప్రయోజనాలు గూడా అంచనావేసి, మున్ముందు యిలాంటి పథకాలను అమలుజరపడంలోని ఔచిత్యాన్ని పరిశీలించే వీలు కూడా సంకలన మదింపు వలన కలుగుతుంది.

ఇలాంటి మదింపు వేసేందుకు ప్రతిచయన సర్వేక్షణ పద్ధతి (Sample Survey Method) లేదా క్షేత్రప్రయోగ పద్ధతి (Field Experimental Method) వుపయోగించవలసి వుంటుంది.

ఉదాహరణకు ధారావాహికంగా ప్రసారం చేయబడ్డ కార్యక్రమాలను వాటి ప్రభావాన్ని మదింపు క్రింది విధంగా వేయవచ్చు.

కార్యక్రమాలు ఎవరినుద్దేశించి ప్రసారం చేయబడ్డాయో ఆ సామాజికులందరిలోనుండి, ప్రతిచయనాలను ఎన్నుకుని వాటిని ప్రయోగ ప్రతిచయనాలు (Experimental Sample) నియంత్ర ప్రతిచయనము (Control Sample) లుగా ఏర్పాటు చేసి కార్యక్రమాల ప్రసారానికి ముందు, తర్వాత దత్తాంశ సేకరణ చేస్తారు.

	ప్రయోగ ప్రతిచయనము	నియంత్ర ప్రతిచయనము
కార్యక్రమానికి ముందు. పరీక్ష	విషయ పరిజ్ఞానం వైఖరి నడవడి XO	విషయ పరిజ్ఞానం వైఖరి, నడవడి YO
	కార్యక్రమ ప్రసారం / పథకము అమలు	కార్యక్రమాలు గానీ పథకాలుగానీ అందుబాటులో వుండవు
తర్వాత పరీక్ష	విషయ పరిజ్ఞానం	విషయ పరిజ్ఞానం

మదింపును క్రింది విధంగా చేస్తారు.

(X1 - XO) గనుక (Y1 - YO) కంటే ఎక్కువ వున్నట్లయితే కార్యక్రమము ప్రభావం చూపించినట్లుగా నిర్ధారించవచ్చు.

పై ప్రణాళికలో కార్యక్రమప్రసారానికి ముందుగా సామాజికుల నుండి దత్తాంశ సేకరణ చేయవలసిన అవసరం వున్నది. అందువలననే మదింపు విధానం గూడా పథకంలోని భాగంగానే వుండవలెనని సూచించడం.

పైచెప్పిన విధంగా కార్యక్రమ/పథక రూపకల్పన దశనుండి వేరువేరు సమయాలలో మదింపు వేయడంవల్ల ఆయా ఫలితాలను ముందు దశల గురించి నిర్ణయాలను తీసుకొనేందుకు వీలు కలుగుతుంది. తద్వారా పటిష్టమైన కార్యక్రమాలను, పథకాలను నిర్మించడమే గాక సత్ఫలితాలను పొందడం గూడా సాధ్యమవుతుంది.

BRAOU

అభ్యాసం

'మదింపు దశ'లేవి - రాయండి?

పథకం అమలుజరుగుతున్న దశలో మదింపు ఎలా చేస్తారు?

BRAOU

సంకలనపు మదింపు అంటే ఏమిటి?

31.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

పరిశోధన, మదింపు మధ్య తేడాలున్నాయి. శాస్త్రీయ అన్వేషణనే పరిశోధన అంటారు. మదింపు ప్రయోక్త పరిశోధనగా పరిగణిస్తారు. మదింపుకు సత్వర ప్రయోజనం ఉంది.

మదింపు పద్ధతుల ద్వారా కార్యక్రమ లక్ష్యాలు నెరవేరాయా లేదా గుర్తిస్తారు. ఇందుకోసం సేకరించే దత్తాంశాలు వివిధ పద్ధతులలో చేస్తారు. అవి - సర్వేక్షణ పద్ధతి, ప్రయోగ పద్ధతి, పరిశీలనా పద్ధతి, అంశాధ్యయన పద్ధతి వంటివి.

మదింపును వివిధ దశలలోనూ చేస్తారు. టెలివిజన్ కార్యక్రమాల విషయంలో మదింపు చేసే దశలు

ప్రణాళిక రచన దశ

రూపకల్పన దశ

అమలు జరుగుతున్న దశ

సంకలనపు దశ

కార్యక్రమ నిర్మాణం చక్రీయ ప్రక్రియ కావడం చేత - వివిధ దశలలో జరిగే మదింపు ప్రయోక్తకు కార్యక్రమ లక్ష్యాల సాధనకు ఎంతగానో సహకరిస్తుంది.

31.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి

1. మదింపును నిర్వచించండి? మదింపు పద్ధతులను వివరించండి?
2. సంకలనపు మదింపు - విస్తృతంగా చర్చించండి?

BRAOU

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రణాళిక రచన దశలో మదింపు
2. దత్తాంశ సేకరణ విధానాలు

భాగం 32 పూర్వ పరీక్ష - పరిశీలన

విషయ క్రమం

32.0 ఉద్దేశం

32.1 ప్రవేశిక

32.2 పూర్వపరిశీలన అంశాలు

అభ్యాసం

32.3 పూర్వపరిశీలన పద్ధతులు

అభ్యాసం

32.4 పూర్వపరిశీలన ఫలితాల వినియోగం

అభ్యాసం

32.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకొందాం

32.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

32.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత మీరు ఈ కింది అంశాలను విశ్లేషించగలుగుతారు:

- పూర్వపరీక్ష - పరిశీలన భావన
- పూర్వపరిశీలన సందర్భంలో ప్రాధాన్యం ఉండే అంశాలు
- నిర్మాతలకు/ప్రయోక్తలకు పూర్వపరిశీలన ద్వారా కలిగే ప్రయోజనం
- పూర్వపరిశీలన ద్వారా లభించిన ఫలితాలను వాడుకునే విధం.

BRAOU

32.1 ప్రవేశిక

కార్యక్రమాల మదింపు ప్రణాళికలో పూర్వనిర్మాణపు మదింపు (Formative Evaluation) మొదటి దశ. ఈ దశలో కార్యక్రమ రూపకల్పనలో వుపయోగించే ప్రతి అంశాన్ని పరిశీలించి కార్యక్రమ నిర్మాణం కార్యక్రమపు వుద్దేశాలకు, ధ్యేయానికి అనుగుణంగా వున్నదా? లేదా? అన్న విషయాన్ని పరీక్షించడం జరుగుతుంది. ఉద్దేశాలకు భిన్నంగా వున్నపుడు అవసరమైన సవరింపులు, మార్పు చేర్పులు గురించిన నిర్ణయాలు కూడా తీసుకోవడం జరుగుతుంది.

ఈ దశలో తీసుకోవలసిన చర్యలలో ముఖ్యమయినది పూర్వ పరిశీలన (Pre-Testing) ఏదైనా కార్యక్రమం గానీ, బోధన వుపకరణం గానీ, సందేశాత్మకమయిన ప్రక్రియ గానీ దాని కుద్దేశించబడ్డ స్థానంలో వుపయోగించే ముందు దాని పనితీరును, పరిశీలించడం పూర్వపరిశీలన అనవచ్చు. ఈ చర్య వల్ల కార్యక్రమం తన వుద్దేశాలను సాధించగలుగుతుందా, అది దాని ధ్యేయాన్ని అందుకోగలదా అన్న విషయాలు తెలుసుకోగలుగుతాము. అంతేకాక వుద్దేశ్యాలను సాధించడానికి తీసుకోవలసిన చర్యల గురించి నిర్ణయాలు చేసేందుకు కూడా పూర్వపరిశీలన వుపకరిస్తుంది.

కార్యక్రమానికి ప్రాతిపదిక అయిన భావనల నుండి దాదాపు రూపుదిద్దుకున్న కార్యక్రమాల వరకు పూర్వపరిశీలన చేయవచ్చు.

32.2 పూర్వపరిశీలన అంశాలు

ధారావాహికంగా రూపొందించే కార్యక్రమాలలో మొదటివాటిని, విద్యాకార్యక్రమాలని, వాణిజ్య ప్రకటనలను పూర్వపరిశీలన చేయడం జరుగుతుంది.

పూర్వపరిశీలన ఫలితాలు, కార్యక్రమంలోని లోపాలను గుర్తించడానికి, మార్పు చేర్పులు చేసేందుకు మొత్తం కార్యక్రమపు నాణ్యతను పెంపొందించేందుకు దోహదం చేస్తాయి.

పూర్వపరిశీలన చేసేందుకు అనుభవజ్ఞులయిన పరిశోధకులు అవసరమవుతారు. వీరికి కార్యక్రమరూపకల్పనలోని వివిధ దశలలో పరిచయం వుండడం అవసరం. అంతేకాక ప్రేక్షక సముదాయపు లక్షణాలు, భాష, సంస్కృతి మొదలైన వాటిగురించిన అవగాహన ప్రేక్షకుల నుండి కావలసిన సమాచారం రాబట్టగలిగిన సామర్థ్యం వుండితీరాలి.

పూర్వ పరిశీలన చేసే పరిశోధకులు కార్యక్రమ నిర్మాణం గురించి, రూపకల్పన దశల గురించి అవగాహన కలిగి వుండవలె గానీ కార్యక్రమాన్ని రూపొందించడంలో భాగమై వుండరాదు. పూర్వ పరిశీలనకుద్దేశించిన కార్యక్రమాన్ని రూపొందించిన బృందంలోని సభ్యులే పరిశోధకులుగా వున్నందువల్ల సరైన ఫలితాలు రాబట్టే అవకాశాలు సన్నగిల్లుతాయి.

కార్యక్రమం ఎవరికోసం వుద్దేశించబడ్డదో ఆ ప్రేక్షక సముదాయంలోనుండి ఒక ప్రతిచయనాన్ని (Sample) ను ఎన్నుకుని వారిద్వారా పూర్వపరిశీలన జరిపించవలె. ఆ ప్రతిచయనంలోని సభ్యులందరూ ప్రేక్షకులకు ప్రాతినిధ్యము వహించే లక్షణాలను కలిగి వుండాలి. అపుడే సరైన ఫలితాలు రాబట్టవచ్చు

కార్యక్రమపు మంచిచెడులు, గుణగణాలు తెలియాలంటే సాధారణ ప్రేక్షకులే పూర్వపరిశీలనలో పాల్గొనాలి. నిపుణుల చేత గానీ, కార్యక్రమ రూపకల్పన చేసేవారు గానీ పూర్వ పరిశీలనలో పాల్గొంటే వచ్చే ఫలితాలు సరిగా వుండకపోవచ్చు.

నిపుణులు గానీ, కార్యక్రమ నిర్మాతలుగానీ కార్యక్రమపు సాంకేతిక విలువలకు ప్రాధాన్యతనిస్తారు. కార్యక్రమం తనకుద్దేశించిన ధ్యేయాన్ని ఎంతమేరకు సఫలీకృతం చేయగలదు? అన్న విషయం సాధారణ ప్రేక్షకులే చెప్పగలుగుతారు. కార్యక్రమం ఉద్దేశాలు ప్రేక్షకుల కొరకు నిర్ణయించబడతాయి. సందేశాలు వారికొరకు తయారు చేయబడతాయి. సాంకేతికవిలువలు నాణ్యంగా వున్నంత మాత్రాన ఆ కార్యక్రమం ప్రేక్షకుల కందరికీ అవగతమవుతుందన్న నమ్మకంలేదు. పూర్వపరిశీలన చేసేది కార్యక్రమం ప్రేక్షకులకు సమాచారాన్నందించ గలుగుతున్నదా? సందేశం ప్రేక్షకులకు చేరుతున్నదా? వారిని కార్యోన్ముఖుల్ని చేయగలుగుతుందా? అన్న ప్రశ్నలకు సమాధానాలు కనుక్కోవాలి ఈ కారణం చేత ప్రేక్షకులే పూర్వ పరిశీలకులుగా వుండాలి.

అంతేకాక కార్యక్రమ రూపకల్పన సమయంలో కార్యక్రమంలో పొందుపరచవలసిన అంశాలు, సందేశాలు, ప్రేక్షకుల అవసరాలు, వారు కార్యక్రమం నుండి ఆశించే అంశాలు మొదలైన వాటి గురించి మనం తీసుకునే నిర్ణయాలు సరైనవా కావా? ఆ నిర్ణయాలు మనమాశించే సత్ఫలితాల నిస్తున్నవా లేదా? అన్న సమాచారం మనం ప్రేక్షకుల నుండే రాబట్టాలి.

అందుచేత సరైన ప్రతిచయన పద్ధతిలో 25 నుండి 30 మంది ప్రేక్షకులను పూర్వపరిశీలనకు నియోగించవలసి వుంటుంది. ఉదాహరణకు కార్యక్రమం గృహిణుల కొరకైతే 'పూర్వపరిశీలనకు గృహిణులనే నియోగించాలి. కార్యక్రమం విద్యార్థుల కొరకైతే విద్యార్థులనే పూర్వపరిశీలనకు నియోగించాలి.

కార్యక్రమాన్ని పూర్వపరిశీలన చేసే ముందుగా దర్శక నిర్మాతలు ఏయే ప్రశ్నలకు సమాధానాలు ఆశిస్తున్నారో తెలుసుకోవడం అవసరం. పూర్వ పరిశీలన సమయంలో ఆయా సందేహాలకు ప్రశ్నలకు ప్రేక్షకులనుండి సమాధానాలు రాబట్టే ప్రయత్నం చేయాలి. (ఉదాహరణకు కార్యక్రమంలో వుపయోగించిన రేఖాచిత్రాలు ప్రేక్షకులకు అవగతమవుతాయా? లేదా అనేది దర్శకుని సందేహం కావచ్చు.)

BRAOU

అభ్యాసం

ప్రధానమైన పూర్వపరిశీలన అంశాలను ప్రస్తావించండి.

32.3 పూర్వపరిశీలన పద్ధతులు

పూర్వ పరిశీలన సమయంలో సమాచారం రాబట్టేందుకు మూడు విధాల ప్రయత్నించవచ్చు. అవి కార్యక్రమం చూసిన తర్వాత ప్రేక్షకులను విడివిడిగా ప్రశ్నించి సమాధానాలు రాబట్టడం, వారిని 3 లేక 4 సభ్యులున్న బృందాలుగా చేసి కార్యక్రమపు మంచి చెడులను ఆ బృందాలలో చర్చించడం, కార్యక్రమాన్ని ప్రదర్శించే సమయంలో ప్రేక్షకులను గమనించడం.

మొదటి పద్ధతి ద్వారా మనం ప్రేక్షకుల నుండి రాబట్టదలచుకున్న సమాచారాన్ని ప్రశ్నలకు సమాధానాలు రూపంలో సంపాదించవచ్చు.

రెండవ పద్ధతిద్వారా కార్యక్రమంలోని లోటుపాట్లు, గుణగణాలు, వాటి గురించి ప్రేక్షకుల అభిప్రాయాలు తెలుసుకోవచ్చు.

మూడవ పద్ధతి ద్వారా కార్యక్రమంలోని ఏయే భాగాలు ప్రేక్షకులకు ఆసక్తికరంగా వున్నాయి? ఏయే అంశాలు ప్రేక్షకులకు విసుగుకలిగించాయి? ఎంతమంది చివరివరకూ మనసు లగ్నంచేసి చూశారు? అన్న విషయాలు తెలుసుకోవచ్చు.

పైమూడు విధాలుగా రాబట్టిన సమాచారాన్ని క్రోడీకరించి, విశ్లేషించి ఫలితాలను పొందవచ్చు.

పూర్వపరిశీలనకు ముందుగా ప్రశ్నావళిని తయారు చేసుకోవాలి. దీని ద్వారా దర్శకనిర్మాతలు యితరులు, ఆశించే సమాచారాన్ని రాబట్టడమే కాక కార్యక్రమానికి సంబంధించిన యితర అంశాల గురించి కూడా ప్రశ్నలు పొందుపరచాలి. అవేమిటో చూద్దాము.

1. కార్యక్రమంలోని అంశాలు ఏ మేరకు ప్రేక్షకులు అవగాహన చేసుకోగలిగారు? అర్థం చేసుకోలేని అంశాలుంటే అవి ఏ కారణం చేత అర్థం కాలేదు? పదాల ఎన్నిక సరిగా వున్నదా? పాఠ్యాంశాల అమరిక సరిగా వున్నదా? భాషశైలి ప్రేక్షకుల కందుబాటులో వున్నదా?
2. కార్యక్రమంలోని అంశాల అమరిక అవగాహనకు వీలుగా తర్కబద్ధంగా వున్నదా?
3. కార్యక్రమం ప్రేక్షకులకు ఆసక్తికరంగా వున్నదా? వారినాకట్టుకోగలిగిందా? ఏయే అంశాల వద్ద ప్రేక్షకుల ఏకాగ్రత దెబ్బతిన్నది? కారణాలేమిటి?
4. కార్యక్రమంలోని అంశాలు ప్రేక్షకుల కవసరమైనవా? అవి వారి పరిజ్ఞాన పరిధిలోనివేనా?

BRAOU

5. కార్యక్రమం ప్రేక్షకులకు ఎంతమేరకు ప్రయోజనకారిగా వున్నది?

6. కార్యక్రమంలోని వేరువేరు అంశాల వ్యక్తీకరణ, చిత్రీకరణ, ప్రయోక్త నిర్వహించిన పాత్ర మొదలైన వాటి గురించి ప్రేక్షకుల అభిప్రాయాలు.

7. కార్యక్రమపు నిడివి గురించి ప్రేక్షకుల అభిప్రాయాలు.

8. కార్యక్రమంలో అందజేసే సమాచారం గురించి ప్రేక్షకుల అభిప్రాయాలు ఎక్కువా? తక్కువా? కొత్తసమాచారమా? తెలిసిన సమాచారమా?

9. కార్యక్రమం ఆసక్తికరంగా వున్నదా? లేదా?

10. కార్యక్రమంలో అందజేసిన సమాచారం విశ్వసనీయంగా వున్నదా?

పై చెప్పిన విషయాలను రాబట్టే విధంగా ప్రశ్నలను తయారు చేసుకోవాలి.

ప్రేక్షకుల స్థాయిని బట్టి ఒక్కొక్కర్నీ విడిగా ప్రశ్నించి సమాధానాలు రాబట్టడం గానీ, వారినే సమాధానాలు రాయమనడం గానీ చేయవచ్చు.

ముందుగా ప్రస్తావించిన విధంగా వచ్చిన సమాచారాన్ని విశ్లేషించి ఫలితాలను కార్యక్రమ రూపకల్పన చేసిన వారికి వివరించడమేగాక, ఫలితాల ప్రాతిపదిక మీద కార్యక్రమం గురించి తీసుకోవలసిన చర్యల గురించి కూడా సూచనలు సలహాలు యివ్వవలసి వుంటుంది.

BRAOU

అభ్యాసం

పూర్వపరిశీలన పద్ధతలు ఏవి?

పూర్వపరిశీలన పద్ధతులు 'ప్రయోక్తకు' ఎలా వినియోగపడ్తాయి.

32.4 పూర్వపరిశీలన ఫలితాల వినియోగం

పూర్వ పరిశీలన ఫలితాలను సరియైన రీతిలో అవగాహన చేసుకుని తగిన మార్పు చేర్పులు కార్యక్రమంలో చేయగలిగితే కార్యక్రమం యొక్క సమర్థత పెరుగుతుంది.

ఉదాహరణకు కార్యక్రమం ఆసక్తికరంగా లేదని ప్రేక్షకులు అభిప్రాయపడితే మనం వుపయోగించిన ప్రక్రియలో (Format) లోపం కావచ్చు. దానిని సరిదిద్దే ప్రయత్నం చేయాలి. కార్యక్రమంలో వాడిన పదాలు, భాష ప్రేక్షకులలో ఎక్కువమందికి అర్థం కాకపోతే తగుమార్పులు చేసి ప్రేక్షకుల వాడుకభాషను వుపయోగించాలి. కార్యక్రమంలోని ముఖ్య సందేశం ప్రేక్షకులకే అర్థం కాకపోతే దాన్ని చెప్పే పద్ధతిని సులువుగా అర్థమయ్యే విధంగా మార్చాలి. ముఖ్యసందేశాన్ని ఒకటికి రెండుసార్లు పునర్విమర్శచేయాలి. కార్యక్రమంలోని సమాచారం నమ్మదగ్గట్టుగా లేదని ప్రేక్షకులు అభిప్రాయపడ్డారంటే,అలాంటపుడు లోపం, ఎన్నుకొన్న విషయాన్ని మనం వ్యక్తపరచే పద్ధతిలోగానీ లేక ప్రయోక్త (Presenter)లో గాని వుండవచ్చు. ఒకవేళ కార్యక్రమం అందజేసిన సమాచారం ప్రేక్షకులకు వుపయోగపడదని ఎక్కువ మంది ప్రేక్షకులు అభిప్రాయపడితే విషయజ్ఞులతో చర్చించి వుపయోగకరమైన సమాచారాన్ని అందించే ప్రయత్నం చేయాలి.

పై విధంగా వుపయోగించుకుంటే పూర్వ పరిశీలన ఫలితాలు కార్యక్రమం యొక్క సమర్థతను పెంపొందిస్తాయి.

అయితే ఒక విషయం గుర్తుంచుకోవాలి. పూర్వపరిశీలన ఫలితాలు, కార్యక్రమంలోని లోపాలను లోటుపాట్లను గుర్తించేందుకే వుపకరిస్తాయి. అంతేతప్ప వాటినుపయోగించి కార్యక్రమం ఏమేరకు ఉద్దేశాలను సాధించగలదో చెప్పడం వీలుకాదు.

పూర్వపరిశీలన పద్ధతికి వున్న పరిమితులను దృష్టిలో వుంచుకుని ఫలితాలను గ్రహించాలే తప్ప వాటిని సమర్థతా సూచికలుగా వాడరాదు. అంతేకాక పూర్వ పరిశీలన ఫలితాలను ఆధారంగా చేసుకుని భవిష్యత్తులో ఆ కార్యక్రమం వలన ప్రేక్షకుల పరిజ్ఞానం ఏ మేరకు వృద్ధి చెందుతుందో, ఏ మేరకు వారి అభిప్రాయాల్లో మార్పులు వస్తాయో చెప్పేందుకు ప్రయత్నం చేయకూడదు.

అభ్యాసం

పూర్వపరిశీలనలో ఉండే పరిమితులేవి?

BRAOU

32.5 ముఖ్యవిషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- కార్యక్రమాల మదింపు ప్రణాళికలో పూర్వపరిశీలన పూర్వనిర్మాణపు మదింపు, కార్యక్రమానికి ప్రాతిపదిక అయిన భావనల నుండి దాదాపు రూపుదిద్దుకున్న కార్యక్రమం వరకు పూర్వపరిశీలన చేయవచ్చు.
- పూర్వపరిశీలన ఫలితాలు, కార్యక్రమంలోని లోపాలను గుర్తించడానికి, మార్పులు చేర్పులు చేసేందుకు, కార్యక్రమం నాణ్యతను పెంచేందుకు దోహదం చేస్తాయి. కార్యక్రమ విలువలు, సాంకేతిక అంశాలను పూర్వపరిశీలనలో పరిశీలన చేస్తారు.
- పూర్వ పరిశీలన పద్ధతులు మూడు. ప్రశ్నలకు సమాధానాల్ని పొందడం, ప్రేక్షకుల అభిప్రాయాలు, ప్రేక్షకులకు కార్యక్రమంలో ఏయే భాగాలు ఆసక్తికరంగా ఉన్నాయో - అనేవి ఈ విధానాలు.

32.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 30 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. పూర్వ పరిశీలన విధానాలను వివరిస్తూ, ఉదాహరణలు ఇవ్వండి.
2. ప్రయోక్తగా పూర్వపరిశీలన ఫలితాలను మీరు ఏ విధంగా వినియోగించుకోగలరు?

ఈ కింది ప్రశ్నలకు 15 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. 'పూర్వ పరిశీలన' భావనను ప్రస్తావించండి.
2. పూర్వ పరిశీలనలో 'ప్రశ్నావళి' విధానం గురించి రాయండి.

BRAOU

చదవదగిన పుస్తకాలు

1.	Aram, I, Arul (1993)	Television in Education, Orient Longman Ltd., Madras.
2.	Audience Research Unit (1988)	Radio, Reach and Coverage ; miemeo, D.G. AIR, New Delhi.
3.	Bates AW (ed) (1984)	The role of Technology in Distance Education, Croom-Helm Ltd., New Delhi.
4.	Behra. S.C. (1995)	Ed. Television programmes Deep & Deep Publications, New Delhi.
5.	Chatterji P.C. (1991)	Broadcasting in India, Sage Publications, New Delhi.
6.	Directorate General, Doordarshan (1995)	Television in India.
7.	Doordarshan (1994)	DAVP
8.	Doordarshan (1995)	DAVP
9.	Commissioning A Programme (1988) The professional Approach	The International Visual Communication Association, London
10.	Gerald Millerson (1987)	Video Production Hand Book, Focal Press, London.
11.	Hills P.J. (1986)	Teaching, Learning and Communication, Croom Helm, London.
12.	Jones J.G. (1962)	Teaching with Tape, Focal Press, London.
13.	Koul B.N. (Ed) (1987)	Non print Instructional Media : The Television, IGNOU, New Delhi.
14.	Mann G.S. (1987)	The Story of Mass Communication, Harnam Publication, New Delhi.
15.	Mahajan, Kamalesh (1990)	Television and Womens, Development Classic Publishers, New Delhi.
16.	Mohanty P.C. (1992)	Mass Media and Education, Ashish publishing House, New Delhi.
17.	An Indian Personality for (1985) Television	Publication Division , New Delhi.

BRAOU

18. Schramm . W (1973) — Men, Message and Media - A look at Human Communication, Harper & Row Publishers, New York.

19. Sumitra, L.G. (1989) — Interactive audio programmes for School Education, Educational Technology year book , AIAET, New Delhi.

20. Wurtzel Acker (1989) — Television Production Mc Hill Publishing Company, New York.

BRAOU

BRAOU