మాధ్యమాల రచన

BRAOU

డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

హైదరాబాదు

2014

సంపాదకులు

ఆచార్య వై.వి. ఉమాపతి వర్మ

సమన్వయకర్త

ఆచార్య కె.యెస్. రమణ

సమన్వయ సహకారం

డా. ఎన్. రజని

సుధాకర్ భట్టు

రచయితల బృందం

ఆచార్య వై.వి. ఉమాపతి వర్మ (1, 2, 23 భాగాలు)

పానుగోటి కృష్ణారెడ్డి (3వ భాగం)

సుధాకర్ భట్టు (4వ భాగం)

ఈర్ల ఉమేష్ (5, 21వ భాగం)

డా. చెన్నయ్య (6వ భాగం)

డా. ఎన్. రజని (7వ భాగం)

ఎమ్. రాజేంద్ర (8, 9 భాగాలు)

డి. వెంకట్రామయ్య (10వ భాగం)

సుధామ (ఎ. వెంకటరావు) (11వ భాగం)

పెద్ది రామారావు (12వ భాగం)

జి. భగీరథ (13వ భాగం)

కృష్ణ సాయిరామ్ (14, 15 భాగాలు)

ఆర్. రాంప్రసాద్ (16వ భాగం)

మందలపర్తి కిషోర్ (17వ భాగం)

ఆచార్య ఉమామహేశ్వరరావు (18వ భాగం)

పి. రాజేశ్వరరావు (19వ భాగం)

ఆర్. వెంకటేశ్వరరావు (20వ భాగం)

నాగసూరి వేణుగోపాల్ (22వ భాగం)

పాఠ్యప్రణాళికా బృందం

ఆచార్య కేతు విశ్వనాథరెడ్డి

ఆచార్య చేకూరి రామారావు

ఆచార్య కె.కె. రంగనాథాచార్యులు

ఆచార్య ఎం. కులశేఖర రావు

ఆచార్య కోవెల సంపత్కుమారాచార్య

ఆచార్య వై.వి. ఉమాపతి వర్మ

ఆచార్య రుక్నుద్దీన్

ఆచార్య జయధీర్ తిరుమలరావు

ఆచార్య కాత్యాయనీ విద్మహే

ఆచార్య కె.యెస్. రమణ

ఆచార్య రావికంటి వసునందన్

డా. బూదరాజు రాధాకృష్ణ

BRAOU

ముఖచిత్రం: రమేష్

మొదటి ప్రచురణ: 2010 **2011** *2012* **2013** **2014**

డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

© అన్ని హక్కులు విశ్వవిద్యాలయానివి. ఈ పుస్తకంలోని ఏ భాగం అయినా ఉపయోగించుకోదలచుకుంటే విశ్వవిద్యాలయం అనుమతి పొందాలి.

ఈ పాఠాలు డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం పాఠ్య ప్రణాళికలో ఒక భాగం.

పాఠ్య ప్రణాళిక మొత్తం వివరాలు ఈ పుస్తకంలో ఉన్నాయి.

ఇతర వివరాలకు: డైరెక్టరు (అకడమిక్) డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం, జూబ్లీహిల్స్, హైదరాబాదు - 500 033.

Lr.No.80/ Dr. BRAOU/DMP/PTG/F.No.413/J.No.257/2014-2015/Dt.07-10-2014 No.of Copies 1500

Printed at : Rainbow Graghics, Prasanthi Nagar, I.E. Kukatpally, Hyderabad - 500 072.

పరిచయం

మాతృభాష బోధనలో డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం ఒక అపూర్వమైన ప్రయోగం చేసింది. తెలుగును వాడే రంగాలు పెరిగాయన్న అంశాన్నీ తెలుగు మన అధికార భాష అనే సత్యాన్నీ, తెలుగు బోధనామాధ్యమం అనే వాస్తవాన్నీ దృష్టిలో ఉంచుకుని సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం డిగ్రీ మొదటి ఏడాదిలో తెలుగు మౌలిక అంశాలు రూపొందించింది. తెలుగు మౌలిక అంశాలు తయారు చేస్తున్నప్పుడు విశ్వ విద్యాలయం ప్రధానంగా మూడు లక్ష్యాలను దృష్టిలో పెట్టుకుంది. అవి: 1) ఆధునిక వచన రచనా సూత్రాల బోధన ద్వారా విద్యార్థుల వచన రచనా నైపుణ్యాన్ని పెంచటం. 2) అభిప్రాయాల ప్రకటనకూ, భావాల ప్రసారానికీ, ఈ రోజుల్లో వాడుకుంటున్న పత్రికారచన, వార్తారచన, లేఖారచన, నాటక, నాటికారచన వంటి ప్రధాన వచన రూపాల గురించిన ఒక అవగాహనను విద్యార్థులలో కలిగించడం. 3) సామాజిక అవసరాలకూ, విద్యాప్రయోజనాలకూ అనుగుణంగా విద్యార్థుల ఆలోచనా విధానాన్ని ఆధునికం చేయడం.

మనం వాడే పనిముట్లలో నాణ్యత పెరిగే కొద్దీ వస్తు ఉత్పాదకత పెరుగుతుందని మీకు తెలుసు. అట్లాగే మనం వాడే భాషలో నాణ్యత పెరిగే కొద్దీ భావోత్పాదకత పెరుగుతుంది. పనిముట్లలో నాణ్యత సాంకేతిక రంగాల్లో వచ్చే మార్పులను సూచిస్తుంది. పనిముట్లలో నాణ్యతా, భాషలో నాణ్యతా సమాజాన్నీ, భాషనూ పరస్పర ప్రభావాలతో ముందుకు తీసుకెళతాయి. ఈ తాత్వికత తెలుగు మౌలిక అంశాల రూపకల్పనకు పునాది. తమ జీవితానికి చేరువైన ఈ పాఠ్యాంశాలను విద్యార్థులు సమాదరించారు. సత్ఫలితాలను పొందారు.

డిగ్రీ రెండవ సంవత్సరంలోనూ, మూడవ సంవత్సరంలోనూ తెలుగును ఐచ్ఛికంగా ఎన్నుకునే విద్యార్థులకు ప్రాచీన, ఆధునిక భాషా సాహిత్యాలను విశ్వ విద్యాలయం వివరంగా పరిచయం చేసింది. తెలుగును ఐచ్ఛికాంశంగా తీసుకునే విద్యార్థులు 'తెలుగు రంగంలో' కృషి కొనసాగించబోయే వాళ్ళు కావచ్చు. అటువంటి కృషీవలులకు నేర్పే తెలుగు, మౌలిక అంశాల ద్వారా నేర్పే తెలుగు కంటే పరిధిలో విస్తృతమైంది. స్వభావంలో గాఢమైంది. అందువల్ల విశ్వ విద్యాలయం తెలుగు అంశాలను రూపొందిస్తున్నప్పుడు నాలుగు లక్ష్యాలను దృష్టిలో ఉంచుకుంది. ఆ లక్ష్యాలు - 1) కళావసరాల కోసం భాషను పరిచయం చేయాలి. 2) సృజనాత్మక భాష ద్వారా సృష్టించేది సాహిత్యం. సాహిత్యం ఒక సృజన వ్యాపారం. ఈ నేపథ్యంలో సాహిత్యబోధన అనేది సాహిత్యం పట్ల ఒక అనుభవైక సంవేదననూ, ఒక అభిరుచినీ, ఒక విమర్శ దృష్టినీ కలిగించాలి. 3) తెలుగు సాహిత్యం తెలుగు వాళ్ల చరిత్రలో భాగం. చిరసంచిత సంస్కృతిలో భాగం. కాబట్టి సాహిత్య క్రమ పరిణామాన్ని గురించిన స్థూలమైన అవగాహనను కల్పించడం, వివిధ సాహిత్య ప్రక్రియల వికాసాన్ని పరిచయం చేయడం 4) ఆయా శాస్త్ర విషయాలల్లో కృషి చేసేవాళ్ళకు తమ తమ విషయాల్లో పాండిత్యం (జ్ఞాన సంపద) అవసరమైనట్లే తెలుగులో కృషి చేసేవాళ్లకు తెలుగులో పాండిత్యం అవసరం అనే భావనను కలిగించడం.

BRAOU

వివిధ రంగాలలో తెలుగు వాడకం విస్తరిస్తున్న దృష్ట్యా ఇప్పుడు స్నాతకోత్తర (పి.జి) స్థాయిలో మరింత గాఢంగా, పటిష్ఠంగా తెలుగుభాషా, సాహిత్యాలను అధ్యయనం చేసే వీలును కల్పిస్తూ తెలుగు ఎం.ఎ. కోర్సును విశ్వవిద్యాలయం రూపొందించింది. రెండు సంవత్సరాల ఎం.ఏ కోర్సులో మొత్తం పది పాఠ్యాంశాలున్నాయి. అవి: 1) ప్రాచీన సాహిత్యం 2) ఆధునిక కవిత్వం 3) వచన సాహిత్యం 4) సాహిత్య విమర్శ 5) సాహిత్య చరిత్ర - మొదటి సంవత్సర పాఠ్యాంశాలు. రెండవ సంవత్సరంలో ప్రవేశ పెట్టిన ఐదు పాఠ్యాంశాలు - 1) తెలుగు భాషా వికాసం 2) తెలుగు వ్యాకరణ పరిణామం - ఛందోలంకార పరిచయం 3) తెలుగు భాషా సాహిత్య బోధన పద్ధతులు 4) జానపద విజ్ఞానం 5) మాధ్యమాల రచన.

మాధ్యమాల రచన గురించి తెలీదని ఎవరం అనలేం. ముఖ్యంగా మాధ్యమాలలో పనిచేస్తున్నవారు, మాధ్యమాలలో అనుబంధం ఉన్నవారెవరూ ఇలా అనడానికి సాధ్యపడదు. 20 వ శతాబ్దం చివరికల్లా 'మాధ్యమాల' పరిధి బాగా విస్తృతమైంది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం తోడు కావడంతో మాధ్యమాల పరిధిలోకి పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ - అన్నీ వచ్చి చేరాయి. మొబైల్ టెలిఫోన్ కూడా పరిధి అంచుల్ని దాటి లోపలికి ప్రవేశించింది. ప్రతి మాధ్యమానికి కొన్ని విశిష్ట లక్షణాలున్నాయి. ఈ విశిష్ట లక్షణాల్లో వైరుధ్యాలు, సారూప్యాలు ఉన్నాయి. మాధ్యమాల మధ్య ఏర్పడుతున్న సమ్మేళనాలు 'మిళిత మాధ్యమాన్ని' మనకు ప్రసాదించే తొందరలో ఉన్నాయి. మాధ్యమాల్లోంచి మాధ్యమాల ద్వారా లభించే ప్రయోజనాలు వేరు. మాధ్యమం ఏదైనా ప్రసారాల నిర్మాణమే ఒక ప్రక్రియ. నిర్మాణ ప్రక్రియ మాత్రం మాధ్యమ లక్షణాలను బట్టే ఉంటుంది. మాధ్యమాలు సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఉంటేనే మాధ్యమాలవుతాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

మాధ్యమాలని నడిపిస్తాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఒక ప్రవాహం వంటిది. ఉధృత రూపంలో అలలై ఎగసి పడుతున్న పరిణామాలే సాంకేతిక విజ్ఞాన సంకేతాలు. మానవాళికి భాష అవసరం. సమాజానికి 'భాషే' సంధానకర్త. భాష భావ ప్రసారానికి ఊపిరి కాబట్టే ప్రసార సాధనాలకు ఊపిరే! మన తెలుగు భాషను దీన్నుంచి మినహాయించడం సాధ్యం కాదు. భాష గ్రాంథికమయినా, వ్యవహారికమైనా, ఇది తప్పదు. సాహిత్య భాషైనా, మాట్లాడే భాషయినా అంటే, భావ ప్రసారమే భాషను 'జీవన భాషగా' ఉంచగలుగుతుంది. కాబట్టే మార్పులతో, చేర్పులతో పరిణామం చెందుతూ మాధ్యమాలతో కలిసి మనుగడ సాగిస్తూనే ఉంటుంది.

మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాన్ని, తెలుగులో రచనా విధానాలనీ సమన్వయ పరుస్తూ మాధ్యమాల రచన పాఠ్యాంశాన్ని రూపొందించే ప్రయత్నం చేశాం. మాధ్యమాల ప్రక్రియలనే పూర్తిగా చెప్పి 'ఇలా రాయాలీ' అని చెప్పే ముద్రపడకుండా ఉండాలనుకున్నాం. అట్లాగని మాధ్యమాలకు భాషే ప్రధానమన్నట్టూ వ్యవహరించలేదు. వీలైనంత మేరకు భాషా కోణంలోంచి మాధ్యమాలను గమనిస్తూ రాసే విధానం ఎలా ఉండాలి అన్నది ఆలోచించాం. మాధ్యమాలలో ప్రధానమైన - పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ రంగాలకు సంబంధించి కీలకమైన అంశాలను పొందుపరిచాం. మాధ్యమాల పరిధి అతివేగంగా విస్తరిస్తున్న నేపథ్యంలో మరికొన్ని రంగాలు (మొబైల్ టెలిఫోన్ వంటివి) రావచ్చు. మాధ్యమాలలో రచన ప్రక్రియలను, తెలుగులో వాడుకలోకి వస్తున్న భాషను, రాసే విధానాల్ని వివరించే ప్రయత్నం చేశాం. ఒక విధంగా మాధ్యమాల రచన పాఠ్యాంశం రెండు విభిన్న రంగాల మధ్య ఏర్పడే సమ్మేళన ప్రక్రియగా భావించాం. కొత్తకోణంలో తెలుగు భాషా వినియోగం మరింత సమర్థవంతంగా రూపొందాలనేది మా ప్రయత్నం. తెలుగు ఎం.ఏ విద్యార్థులు ఇవాళ్టి రోజున మాధ్యమాలలో వస్తున్న వృత్తి అవకాశాలను అందిపుచ్చుకోవాలనేదే మా కోరిక. ఈ పాఠ్యాంశాన్ని అధ్యయనం చేసే ఏ విద్యార్థి అయినా పాఠ్యాంశానికే పరిమితం కాకుండా ఈ రంగాలలో వస్తున్న పరిశోధనల్ని, అమలు చేస్తున్న ఆచరణలను, పరిణామాల్ని గమనిస్తూ ఉండాలనే కోరుకుంటున్నాం. నిరంతరం కొనసాగే పరిశీలన, కొనసాగే రచనా అభ్యాసాలే సృజనాత్మకతకు దోహదపడతాయని మా విశ్వాసం. మా ఈ ప్రయత్నాన్ని ఆదరిస్తారనీ, సూచనలేమయినా ఉంటే ఇస్తారని ఆశిస్తూ పాఠ్యాంశాన్ని మీ ముందుంచుతున్నాం.

- సంపాదకులు

BRAOU

ఖండాలు - భాగాల క్రమం

ఖండం-1 పరిచయం 1

భాగం-1 మాధ్యమాలు-పరిధి, అవకాశాలు 3

భాగం-2 మాధ్యమాలు-భాష 15

భాగం-3 వార్తా పత్రికలు - కాలిక పత్రికలు 25

భాగం-4 ప్రసార మాధ్యమాలు, సినిమా 37

భాగం-5 సమాచార విజ్ఞాన మాధ్యమం 53

ఖండం-2 పత్రికలు-వివిధ రచనలు 65

భాగం-6 పత్రికలలో తెలుగు 67

భాగం-7 వార్తలు 78

భాగం-8 సంపాదకీయాలు, ఫీచర్లు 95

భాగం-9 ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు 116

ఖండం-3 రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలు, సినిమా 125

భాగం-10 తెలుగులో ప్రసారాలు 1127

భాగం-11 రేడియో 140

భాగం-12 టెలివిజన్ 152

భాగం-13 సినిమాలు 163

భాగం-14 యాంకరింగ్ 177

భాగం-15 ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు 190

ఖండం-4 వెబ్, మల్టీమీడియా అవకాశాలు 203

భాగం-16 సమాచార విజ్ఞానం-భాష 205

భాగం-17 వెబ్ - తెలుగు వినియోగం 214

భాగం-18 బహుళ మాధ్యమాలు 223

ఖండం-5 అనుబంధ విషయాలు 231

భాగం-19 ముద్రణ, ప్రచురణలు 233

భాగం-20 ఎడిటింగ్ 248

భాగం-21 డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు 263

భాగం-22 వాణిజ్య ప్రకటనలు 271

భాగం-23 మాధ్యమాలు-వర్తమానం, భవిష్యత్తు 284

BRAOU

BRAOU

ఖండం-1 పరిచయం

భాగం-1 మాధ్యమాలు-పరిధి, అవకాశాలు

భాగం-2 మాధ్యమాలు-భాష

భాగం-3 వార్తా పత్రికలు - కాలిక పత్రికలు

భాగం-4 ప్రసార మాధ్యమాలు, సినిమా

భాగం-5 సమాచార విజ్ఞాన మాధ్యమం

భాషకు ఎన్నో ప్రయోజనాలున్నాయి. ఎన్నో విధాలుగా ఉపయోగించుకుంటాం. అయితే భావ వినిమయమే భాషకు ప్రధాన ప్రయోజనం. భాషకు లిపి ఏర్పడి లిఖిత సాహిత్యం ప్రారంభమయిన తర్వాత భాషా ప్రయోజనాలు మరింత పెరుగుతాయి. భావ ప్రసారానికి అచ్చుయంత్రం వెలుగులోకి రావడంతో 'వార్తా పత్రికలు' వచ్చాయి. సినిమాలు ప్రారంభమయ్యాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వృద్ధి చెందడంతో రేడియో, ఆ తర్వాత టీవీ వచ్చాయి. సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వచ్చిన విప్లవంతో 'ఇంటర్నెట్' వచ్చింది. భాష ఒకవైపు మానవ సమాజ అవసరాలకు వీలుగా తనతీరు మార్చుకుంటూ వస్తుంటే, మరోవైపు సాంకేతిక విజ్ఞాన అభివృద్ధి సాధనాలు కొత్త అవకాశాల్ని కల్పించాయి. భాషా ప్రయోజనాలు - సమాచారం, బోధన, వినోదం, సాంస్కృతిక అభివృద్ధి, సమైక్యత, విజ్ఞాన వితరణ వంటి రంగాలలో కీలకమైనవిగా రూపుదిద్దుకొన్నాయి. పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వంటి ప్రసార మాధ్యమాలన్నీ కలిసి 'మాధ్యమాలు'గా అవతరించాయి. తెలుగు భాష విషయంలోనూ ఇదే జరిగింది. *20వ శతాబ్దం చివరన, 21వ శతాబ్దం ప్రారంభంలో* భాషా వినియోగం విషయంలో, మాధ్యమాల సామర్థ్యం విషయంలో వచ్చిన మార్పులు వేగవంతమైనవి. కొత్త మార్గంలో వస్తున్నవి. తెలుగు భాషలోకి వచ్చి చేరుతున్న కొత్త పదాలు, పదరూపాలు, పారిభాషిక పదాలు భాషను విస్తరణ దిశగా నడిపిస్తున్నాయి. సాంకేతిక విజ్ఞాన విప్లవాలు 'మాధ్యమాలను' ఏకీకరణ దిశగా తీసుకెళ్తున్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో వార్తా పత్రికలు, మాగజైన్ల రూపకల్పనలో వస్తున్న మార్పుల్ని రేడియో, టీవీ ప్రసారాలలో లభిస్తున్న కొత్త అవకాశాల్ని, 'ఇంటర్నెట్' కారణంగా సమాచార విజ్ఞానం విప్లవిస్తున్న నైజాన్ని రేఖామాత్రంగా వివరించే ప్రయత్నం ఈ ఖండంలో చేశాం. పాఠ్యాంశం మాధ్యమాల రచన నేపథ్యం కలిగి ఉండటంతో మాధ్యమాల పరిధిని, అవకాశాల్ని పరిగణనలోకి తీసుకుంటూ తెలుగు భాష వాడకాన్ని ప్రస్తావించే ప్రయత్నమూ చేశాం. ఈ అంశాలకు సంబంధించి వివరణాత్మక చర్చను ఈ పాఠ్యాంశంలో రాబోయే ఖండాలలో పొందుపరచడాన్ని ఆధారంగా చేసుకుని పరిచయ పూర్వకంగా మాత్రమే ఇచ్చాం.

BRAOU

BRAOU

భాగం-1 మాధ్యమాలు - పరిధి, అవకాశాలు

విషయక్రమం

1.0 ఉద్దేశం
1.1 ప్రవేశిక
1.2 ప్రసార మాధ్యమాల నిర్వచనం, రకాలు
1.3 ప్రసార మాధ్యమాల విస్తృతి, ప్రయోజనాలు
1.4 రచనలు - కార్యక్రమాల స్వరూప స్వభావాలు
1.5 విస్తరిస్తున్న పరిధి, అవకాశాలు
1.6 రచన - కొత్త దృక్పథాలు
అభ్యాసం-1
అభ్యాసం-2
1.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం
1.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు
అభ్యాసాలకు జవాబులు

1.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- ప్రసారమాధ్యమాల భావన, వివిధ రకాల మాధ్యమాల విస్తృతి
- ప్రసార కార్యక్రమాల నిర్మాణం, ప్రసారాలలో వైవిధ్యాన్ని బట్టి మారుతున్న వాటి స్వరూప స్వభావాలు
- సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో వేగవంతమైన పరిణామాలు, కొత్త అవకాశాల నేపథ్యంలో సమాజాభివృద్ధి
- రచన రూపాలలో వస్తున్న రూపభేదాలు, భాష వాడకంలో తక్షణత్వం, ఇతర భాషా పదాల వాడకం - రచనాదృక్పథంలో మార్పు

1.1 ప్రవేశిక

ఇది సమాచార యుగం. ఈ సమాచార యుగంలో మనం జీవిస్తున్నాం. సమాచార రంగంలో వస్తున్నటువంటి విప్లవాత్మకమైన మార్పులు మన జీవితాల మీద ప్రభావం చూపుతున్నాయి. మన దైనందిన వ్యవహార సరళిని శాసిస్తున్నాయి. ఈ సమాచార వ్యవస్థలో భాగమైన వార్తా పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ ఇవన్నీ కలిసి సమాచార రంగంలో నిర్వహిస్తున్న పాత్ర కేవలం సమాచార వ్యాప్తికి తోడ్పడుతున్నాయి. సామాన్య ప్రజల అభిప్రాయాలపై ప్రభావం చూపడంతోపాటు ప్రస్తుత చరిత్రపై వారి దృష్టిని కేంద్రీకరింప చేయడంలోనూ ఈ మాధ్యమాలు తమ శక్తిని ప్రదర్శిస్తున్నాయి. మనం తెలుసుకునే విషయాలను తెలుసుకునే పద్ధతులను కూడా మాధ్యమాలు నిర్ణయిస్తున్నాయి.

ఇంతటి శక్తివంతమైన మాధ్యమాల పరిధి, అవకాశాలు, ప్రయోజనాలు తెలుసుకుందాం.

1.2 ప్రసార మాధ్యమాల నిర్వచనం, రకాలు

కమ్యూనికేషన్ అనేది ఒక చలన ప్రక్రియ. కమ్యూనికేషన్ అంటే భావప్రసారం అని అర్థంలో వాడుతున్నాం. అయితే ఈ సందర్భంలో సాంకేతికతతో కూడిన భావప్రసారంగా మనం గ్రహించాల్సి ఉంటుంది. లక్ష్యాన్ని సాధించడానికి

BRAOU

చర్యలు, ప్రతిచర్యలు ఈ కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియలో పనిచేస్తాయి. ఇది మానవాళి వైవిధ్యంతో కూడుకున్న కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియకు కేంద్రస్థానం. వ్యక్తిగత కమ్యూనికేషన్, వ్యక్తికీ వ్యక్తికీ మధ్య కమ్యూనికేషన్, సామూహిక కమ్యూనికేషన్, జన బాహుళ్య కమ్యూనికేషన్ అనేవి నాలుగు కమ్యూనికేషన్ రకాలు. కమ్యూనికేషన్ రకాలలో నాలుగింటికి విడివిడి విశిష్ట లక్షణాలున్నాయి. పరస్పరం వీటి మధ్య సంబంధమూ ఉంటుంది. జన బాహుళ్య కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ (టీవీ), సాంస్కృతిక ప్రక్రియలు, సినిమాలు, ఇంటర్నెట్ మొదలయినవి కీలకమైన ప్రచార మాధ్యమాలు. ప్రసార మాధ్యమాలు కూడా. ఈ పాఠ్యాంశ భాగం ప్రసార మాధ్యమాలకు సంబంధించినది కావటం చేత బహుళమాధ్యమాల చర్చను పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్‌లకే పరిమితం చేస్తున్నాం.

'మీడియా' ఇటీవలి కాలంలో విరివిగా వాడుకలోకి వచ్చిన పదం. మీడియంకు బహువచనం 'మీడియా'. మీడియాకి తెలుగులో సమానార్థకం 'మాధ్యమాలు'. ఒకానొక మాధ్యమం ద్వారా చాలా మందికి సమాచారం చేరవేయడాన్ని సందర్భాన్ని బట్టి ప్రచార మాధ్యమమనో, ప్రసార మాధ్యమమనో వ్యవహరిస్తున్నాం. అవి పత్రికలు కావొచ్చు. రేడియో కావొచ్చు. టీవీ అయినా కావొచ్చు. ఇంటర్నెట్ ఇవాళ్టి రోజున అత్యంత సులభమైన, విస్తృతమైన, మాధ్యమం. అట్లాగే వీలైనంత మందికి సమాచారాన్ని అందించగలిగేది సినిమా. సినిమా ఒక విధంగా సాంస్కృతిక ప్రక్రియ. సినిమాలు కూడా ప్రచార, ప్రసార సాధనాలే. శాస్త్ర విజ్ఞానం, యాంత్రిక, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఇప్పుడు పెద్ద సంఖ్యలో లక్షలాది మందికి సమాచారాన్ని సమర్థవంతంగా చేరవేయగలుగుతోంది. ప్రసార సాధనాలు ఎల్లలతో పని లేకుండా ప్రపంచం మొత్తానికి సమాచారాన్ని చేరవేయగలుగుతున్నాయి. దేశాలను, వివిధ భాషలను వివిధ సంస్కృతుల ప్రజలను, మాస్‌మీడియా, మాస్ కమ్యూనికేషన్ సాధనాలు సన్నిహితం చేస్తున్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో ప్రసార మాధ్యమాలను నిర్వచించదలిస్తే - 'జన బాహుళ్యానికి సమాచారాన్ని ప్రసార సాధనాలద్వారా అందించగలగడం' అని క్లుప్తంగా చెప్పవచ్చు.

జనమాధ్యమాలు జన నిత్యజీవితంలో అంతర్భాగం కావడానికి ప్రసార మాధ్యమాలకు గల విశిష్ట లక్షణాలే కారణం. మనం సాధించిన సాంకేతికాభివృద్ధే దీనికి దోహదపడుతున్నది. ప్రసార మాధ్యమాల వినియోగ విషయంలో మానవాళి సాధించిన విజయాలు పేర్కొనదగినవి. ఇవి కేవలం పట్టణ ప్రాంతాలకే పరిమితం కాలేదు. గ్రామీణ ప్రాంతాలకు కూడా వెళ్లగలిగాయి. అందర్నీ చేరగలగడం ఈ మాధ్యమాలకున్న బలం. ప్రపంచాన్ని భౌగోళిక గ్రామంగా మార్చివేయగలిగాయంటే అది ప్రసార మాధ్యమాలకున్న శక్తికి తార్కాణం. వివిధ సందర్భాలలో మన దైనందిన జీవితంలో ఎన్నో ప్రసార సాధనాలు మనకు తారసపడతాయి. ప్రసార సాధనం ఏదయినా ఏదో ఒక ప్రసార మాధ్యమంలో అంతర్భాగంగా ఉంటుంది. ప్రస్తుత పాఠ్యాంశ పరిధి మేరకు ప్రధానమైన రకాలనే చర్చిస్తున్నాం. ఒకప్పుడు రేడియో, టీవీలనే ప్రధానంగా ప్రసార సాధనాలనీ, మీడియా అనీ భావించడం జరిగేది. వివిధ ప్రసార సాధనాలకున్న విశిష్ట లక్షణాల్ని, వినియోగితను ఆధారం చేసుకుని పరిధిని విస్తరించవలసిన అవసరం ఏర్పడింది. సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో సాధించిన అభివృద్ధి పత్రికలకు కొత్త అవకాశాల్ని కల్పించింది. ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థ అత్యంత వేగం, సామర్థ్యం కలిగి ఉండే ప్రసార వ్యవస్థ. రేడియో, టీవీలు కూడా సామర్థ్యాల్ని పెంచుకుంటూ కొత్త రూపులో వెళ్తున్నాయి. అట్లాగే సినిమాలు. డిజిటల్ సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో పూర్తిగా కొత్త రూపాన్నే పొందడానికి సిద్ధపడుతున్నాయి. 1990 దశకంలో ఈ ప్రసార సాధనాలు, సమాచారాన్ని ప్రసారం చేయడంలో జనబాహుళ్యానికి దగ్గరగా వెళ్లే ప్రయత్నాలు ముమ్మరం చేశాయి. యాంత్రిక, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి ప్రసార సాధనాలను సన్నిహితం చేయగలిగింది. టెలికాం, బ్రాడ్‌కాస్టింగ్, ఇన్ఫర్మేషన్ టెక్నాలజీ రంగాలు కలిసి ఒక సమీకృత మాధ్యమం (integrated media)కు ఊపిరి పోశాయి.

మారుతున్న పరిణామాల్ని, పెరుగుతున్న అవకాశాల్ని పరిగణనలోకి తీసుకుంటూ ప్రసార మాధ్యమాల్ని వర్గీకరించే ప్రయత్నం చేశాం. మౌలికంగా ముద్రణ, శ్రవ్య, దృశ్య, దృశ్య శ్రవణ మాధ్యమాలుగా ప్రసార మాధ్యమాలను వర్గీకరించవచ్చు. ఈ మాధ్యమాల మధ్య అనుబంధాలు, బంధాలు 'సమ్మేళన రూపాల్ని' సృష్టిస్తాయి. వీటిని ఇప్పటికిప్పుడు వర్గీకరించి చెప్పడం సాధ్యపడదు. పరిణామం ప్రారంభమైంది ఇప్పుడే కావడం దీనికి [illegible]కారణం. భవిష్యత్తులో స్పష్టత ఏర్పడిన అనంతరం ఒక నిర్ధారిత వర్గీకరణకు రాగలమనే న[illegible]త్రం ఏర్పడుతుంది.

పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్, సినిమా మొదలయిన వాటిని ప్రసార మాధ్యమాల రకాలుగా ప్రస్తావిస్తున్నాం. పత్రికల్లో ప్రధానంగా అచ్చు మాధ్యమం అయినా వార్తా ప్రసారాల రంగంలో జరిగిన వైజ్ఞానిక, యాంత్రిక ప్రగతి వల్ల

BRAOU

వాటి స్థాయి మారి ప్రసార మాధ్యమాలలో భాగమయింది. రేడియో టీవీలు మొదట్నుంచీ ప్రసార మాధ్యమాలనే పేరుపడ్డాయి. కొన్ని సందర్భాల్లో వీటిని ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలుగా పేర్కొన్నారు. ఎలక్ట్రానిక్స్ ఇవాల్టి రోజున ప్రసార మాధ్యమాలలో అంతర్భాగం కావడంతో రేడియో, టీవీ తమ పరిధిని మార్చుకుని వేగవంతమైన ప్రసారం కోసం కొత్త ఉనికితో స్థాయిని పెంచుకోగలిగాయి. ఇంటర్నెట్ అత్యంత సులభమైన ప్రసార సాధనం. మిగిలిన ప్రసార మాధ్యమాలలోకి ఇది చొచ్చుకు పోగలదు. అలాగే ఇతర ప్రసార సాధనాల విశిష్ట లక్షణాల్ని తనలోకి తీసుకోగల సామర్థ్యమూ ఉంది. ఈ ప్రసార మాధ్యమాల మధ్యలో 'సినిమా ప్రక్రియ'కూడా పరిధిని పెంచుకొంది. ప్రభావవంతమైన జనమాధ్యమంగా రూపుదిద్దుకొంది. డిజిటల్ టెక్నాలజీ, ఇంటర్నెట్ విశిష్ట లక్షణాలు సినిమా స్వరూప స్వభావాల్నే శాసిస్తున్నాయి. మాధ్యమాల రచనలో కొత్త పదజాలంలో సమాచార ప్రక్రియలు ప్రసారం కోసం సిద్ధమౌతున్నాయి. ఫోటో జర్నలిజం, వీడియో జర్నలిజం, ఎలక్ట్రానిక్ జర్నలిజం, డిజిటల్ జర్నలిజం, ఆన్‌లైన్ జర్నలిజం వంటి రచనా ప్రక్రియల్ని ఈ సందర్భంగా పేర్కోవచ్చు. కంప్యూటర్ ఎయిడెడ్ రిపోర్టింగ్ అనే విధానం కూడా నేడు కొనసాగుతోంది. ఇజైన్‌లు ఉన్నాయి. ఇ-మాగజైన్లను ఇజైన్‌లని పిలుస్తున్నారు. సినిమా నటీనటులకు ఉండే ఫాన్‌ల అవసరాలకోసం అమెరికా వంటి దేశాలలో బ్లాగులు, మాగజైన్లు ఆన్‌లైన్‌లో వస్తున్నాయి. వాటినుండే 'ఇజైన్లు' అనే భావన ఏర్పడింది. ప్రసార మాధ్యమాలకు దేనికదిగా విశిష్ట లక్షణాలు కలిగి ఉన్నట్టుగానే రచనా భాష, పరిభాష ఉన్నాయి. పదజాలమూ ఉంది. పత్రికల్లో పదజాలం ఎక్కువుంటే ఇంటర్నెట్‌లో ఇప్పుడిప్పుడే పదజాలం ఏర్పడుతోంది. భాష కూడా ఒక మాధ్యమాన్నుండి మరో మాధ్యమానికి సరిపడే సందర్భాలలో తరలివెళ్తోంది. ఈ పరిణామాలన్నీ భాష విషయంలో ప్రభావాల్ని సృష్టిస్తున్నాయి. భాష వాడకం విషయంలో కొత్తదనానికి అవకాశాలు రావడంతో, భాషా సంపద పెరుగుతోంది. ఈ పాఠ్యాంశం పాఠ్య భాగాలలో ఈ చర్చనూ ముందు ముందు మీరు గమనించవచ్చు.

1.3 ప్రసార మాధ్యమాల విస్తృతి, ప్రయోజనాలు

BRAOU

19వ శతాబ్దాంతానికి ముందు దాదాపు రెండున్నరవేల సంవత్సరాల పాటు రంగస్థలమే జనమాధ్యమాలకి వేదికగా ఉండేది. నూట పదేళ్లక్రితం అంటే 1895లో సినిమా పుట్టింది. 'మూకీ చిత్రంగానే' సినిమాలు ప్రజాదరణ పొందడం ప్రత్యేక విశేషం. 1931లో మూకీ చిత్రాలకు 'మాట రూపంలో శబ్దాలు' తోడై రావడం ప్రారంభించాయి. 1920లోనే రేడియో ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. 1930 ప్రాంతంలో టెలివిజన్ పశ్చిమ దేశాలలో దర్శనమిచ్చినా మన దేశంలోకి వచ్చింది మాత్రం 1959లోనే. కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానానికి 1960ల్లో బీజాలు పడినా 1990ల్లో ఇంటర్నెట్ విస్తృతస్థాయిలో మనమధ్యకు రాగలిగింది. 13వ శతాబ్దంలో చైనాలో వార్తా పత్రికలు ఉండేవి. అయితే 16వ శతాబ్దంలోనే వార్త పత్రిక వ్యవస్థగా రావడాన్నే వార్త పత్రిక పుట్టడంగా పరిగణిస్తున్నారు. గుటెన్‌బర్గ్ పత్రికలకు అచ్చు విధానం, మోర్స్ - టెలిగ్రాఫ్, గ్రాహంబెల్ - టెలిఫోన్, మార్కొనీ - రేడియోలను కనుగొనడం ప్రసార మాధ్యమాల పుట్టుకకు దోహదపడ్డాయి. పూర్వం శాసనాల ద్వారానే సమాచార వ్యాప్తి జరిగేది. 1619లో ఇంగ్లీషులో 'ఆక్స్‌ఫర్డ్ గెజిట్' తొలి సమాచార పత్రికగా ప్రపంచ చరిత్రలో నమోదయింది. 1780లో జేమ్స్ ఆగస్టస్‌హికీ 'బెంగాల్ గజిట్'ను ప్రచురించాడు. భారతదేశంలో తొలి వార్త పత్రిక ఇదే. ఆంగ్లంలో వచ్చింది 1818లో కలకత్తా జర్నల్, 1860 అమృత బజార్ పత్రిక, 1921లో సంబద్ కౌముది బెంగాలీలో వారపత్రిక, మరికొన్ని పత్రికలూ వచ్చాయి. 19వ శతాబ్దంలో తిలక్, కేసరి మరాఠీ పత్రికలు నడిపారు. 20వ శతాబ్దంలో గాంధీజీ యంగ్ ఇండియా, హరిజన్ పత్రికలు వచ్చాయి. పత్రికలు రావడం దగ్గర్నుంచీ కొన్ని నియమాలతో పత్రికలు నిర్వహించేవారు. 1910 నాటికి భారత పత్రిక చట్టం వచ్చింది. 1931లో మరికొన్ని చట్టాలు వచ్చాయి.

ఆ తర్వాత స్వాతంత్ర్యానంతరం 'ప్రెస్ కమిషన్'ల ఏర్పాటుతో పత్రికా స్వేచ్ఛ కోసం కృషి జరిగింది. మన దేశంలో అచ్చు (ముద్రణ) అక్షరాలు 1806లో వస్తే, తెలుగులో 1830లో అచ్చుకోసం అక్షరాల రాక జరిగింది. ప్రచురించిన పుస్తకాలు రావడం మాత్రం 1835లోనే.

సామ్యూల్ మోర్స్ 1844లో కనుగొన్న 'టెలిగ్రాఫ్' సాధనం రేడియోకు ఎంతగానో సహకరించింది. 1870లో అలెగ్జాండర్ గ్రహంబెల్ 'టెలిఫోన్' కనుగొనడం మరింత సహకరించింది. 1895లో 'మార్కొనీ' రేడియోను కనుగొన్నాడు. రేడియో తరంగాల ఆధారంగా రేడియో ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. 1906లో ఫెసండర్, లీడెఫారెస్ విద్యుదయాస్కాంత తరంగాలు కనుగొన్న తర్వాతే రేడియో ప్రసారాల ఊపు పెరిగింది. 1920లో ప్రపంచంలో తొలి

రేడియో కార్యక్రమం ప్రసారమయితే, మన దేశంలో 1926-27లలో బొంబాయి, కలకత్తా నగరాల నుంచి రేడియో ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. అయితే 1924లో మద్రాసు ప్రెసిడెన్సీ క్లబ్ మద్రాసులో స్థానికంగా రేడియో ప్రసారాలని నిర్వహించేదని గుర్తించారు. 1927లో Indian Broadcasting Company గా ఏర్పడిన రేడియో ఆ తర్వాత 1936లో ఆల్ ఇండియా రేడియోగా మారింది. దాన్నే 'ఆకాశవాణి'గా స్వాతంత్ర్యానంతరం పేరుమార్చారు. 1993 నాటికి పెద్దవ్యవస్థగా మారి 21వ శతాబ్దంలో మరింత పెరిగి పెద్దదయింది. రేడియో 1967లో వాణిజ్య ప్రకటనలను, 1970 నుంచి ప్రాయోజిత కార్యక్రమాలను ప్రారంభించింది. భారత దేశంలో రేడియో ప్రసారాలు ప్రాథమిక ఛానెల్, స్థానిక ఛానల్, ఎఫ్.ఎమ్. ఛానెళ్లద్వారా పెద్ద ఎత్తున కార్యక్రమాలు ప్రసారం చేస్తున్నారు. రేడియో ఊహించని విధంగా పరిణామం చెందగలిగింది. 19వ శతాబ్దంలో విద్యుదయస్కాంత అనువర్తనాల ఆవిష్కరణ ఒకవిధంగా టెలివిజన్ వ్యవస్థకు ఊపిరి పోసింది. ప్రపంచం మొత్తం మీద 1928లో టెలివిజన్ ప్రసారాలు మొదలయినా, దీని ఉనికి 1952 నాటికి బాగా విస్తరించింది. భారత దేశంలోకి 1959లో ప్రవేశించింది. 1961లో ఢిల్లీ నుంచి పాఠశాల కార్యక్రమాలు, 1965లో హిందీ వార్తలు 1967 కృషిదర్శన్ పేరుతో వ్యవసాయ కార్యక్రమాలు మొదలయ్యాయి. 1975-76 ఉపగ్రహ బోధనాత్మక టీవీ ప్రయోగం ప్రాంతీయ భాష ప్రసారాలకు గట్టి పునాది వేయగలిగింది. తెలుగు కార్యక్రమాలు కూడా ఈ ప్రయోగాలలో భాగంగా ప్రసారమయ్యేవి. 1976లో టెలివిజన్‌లో వాణిజ్య ప్రకటనలకు నాంది జరిగింది. మొదట్లో రేడియో వ్యవస్థలో అంతర్భాగంగా ఉన్న టెలివిజన్ ఆ తర్వాత 'దూరదర్శన్'గా పేరు మార్చారు. తెలుగు కార్యక్రమాలకు 'సప్తగిరి ఛానెల్'గా పేరుమార్చి ప్రాంతీయ హోదాలో ప్రసారం చేస్తున్నారు. ఎ.ఎస్.ఐ.డి ప్రసారాలతో 1982లో దూరదర్శన్ నలుపు తెలుపు ప్రసారాల నుండి 'రంగులలో' ప్రసారాలను ప్రారంభించింది. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకు 1982లోనే తొలి అడుగు వేశాం. 1980లో వినోదాత్మక, ధారావాహిక కార్యక్రమాలు మొదలయ్యాయి. 1980ల్లోనే విద్యా కార్యక్రమాలు, సార్వత్రిక విద్యాపాఠ్యాలు ప్రసారం కావడం మొదలయ్యింది. 1991లో కేబుల్ నెట్‌వర్క్ సహాయంతో కార్యక్రమాల ప్రసారం పెరిగింది. విదేశీ ఛానెళ్ల ప్రసారాలు రావడం ప్రారంభించాయి. 1950 దశకం చివరికల్లా టెలివిజన్ విస్తరణ ప్రధానంగా ప్రైవేటు రంగంలో పెద్ద ఎత్తున కొనసాగింది. 21వ శతాబ్దం ప్రారంభం కాగానే ఛానెళ్ల సంఖ్య వెల్లువెత్తింది. దాదాపు 200లకు పైగా ఛానెళ్లు ఇప్పుడు టెలివిజన్‌లో చూడగలుగుతున్నాం.

తెలుగులో కూడా ప్రైవేటు రంగంలో ఛానెళ్లు రావడం ప్రారంభించాయి. వార్తా ఛానెళ్లు పెద్ద ఎత్తున వచ్చాయి. దాదాపు 30 ఛానెళ్లదాకా ప్రైవేటు ఛానెళ్లు తెలుగు ప్రసారాలను ఇప్పుడు నిర్వహిస్తున్నాయి. వార్తా ఛానెళ్లు, భక్తి ఛానెళ్లు, సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాల ఛానెళ్లు, మహిళా ఛానెళ్లు, ఇలా ఎన్నో ప్రత్యేకించి ప్రసారాల కోసం ఛానెళ్లు వచ్చాయి. ఈ-టీవీ, ఈ-టీవీ2, జెమిని, తేజ, టీవీ-9, టివి-5, ఎన్.టి.వి, ఐ-న్యూస్, మహాటీవీ, మాటీవీ, ఎ.బి.ఎన్.ఆంధ్రజ్యోతి, సాక్షి ఛానల్, భక్తిటీవీ, హెచ్.ఎమ్.టీవీ, టి.టి.డి ఛానెల్, ఎన్-స్టూడియో, 1-టీవీ, ఎ-టీవీ ఇలా ఎన్నో ఛానెళ్లు వచ్చాయి. ఇంకా కొన్ని ఛానెళ్లు వచ్చే అవకాశాలు కనిపిస్తున్నాయి.

సినిమా విషయానికివస్తే 1895లో సినిమా ప్రక్రియ ప్రపంచానికి తెలిసింది. ఫ్రాన్స్‌లో గ్రాండ్ కెఫేలో 50 అడుగుల నిడివితో సినిమాటోగ్రాఫ్ అనే సాధనం సహాయంతో ప్రదర్శించారు. 1896లో సినిమా మన దేశానికి వచ్చింది. 1913లో దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే రూపొందించిన 'రాజా హరిశ్చంద్ర' చిత్రం పూర్తి దేశీయ చిత్రం. 1931లో తొలి టాకీ చిత్రాన్ని ఇంపీరియల్ కంపెనీ నిర్మించింది. తెలుగు సినిమా ప్రారంభమయి 80 ఏండ్లవుతోంది. తొలి మూకీ చిత్రం 1922లో 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ'- రఘుపతి వెంకయ్య నిర్మాణం, ఆర్.ఎస్. ప్రకాశ్ దర్శకత్వంలో వచ్చింది. మొదటి టాకీ చిత్రం తెలుగులో 'భక్త ప్రహ్లాద'. 1931లో హెచ్.ఎం.రెడ్డి దీనిని నిర్మించారు. ఇదే సమయంలో హిందీలో తొలి టాకీ చిత్రం 'ఆలం ఆరా' విడుదలయింది. మొదట్లో వచ్చిన సినిమాలు మతపరమైన అంశాలతోనూ, పౌరాణిక గాథల ఆధారంగా వచ్చాయి. ఆ తర్వాత సామాజిక అంశాల మీద, అస్పృశ్యత, వరకట్నం మొదలైన నేపథ్యాల్లో వచ్చాయి.

1939లో వచ్చిన 'మాలపిల్ల' 'వందేమాతరం' ఈ కోవకి చెందినవే. తొలి నాళ్లలో వచ్చిన చిత్రాలలో పాదుకా పట్టాభిషేకం, 'ప్రేమ విజయం', సీతాకళ్యాణం, చింతామణి, తల్లిప్రేమ, దేవత, స్వర్గసీమ, రైతు బిడ్డ, ధర్మపత్ని మొదలయిన సినిమాలు ఉన్నాయి. సినిమా నిర్మాణం ఊపందుకోవడంతో నిర్మాణం కోసం స్టూడియోలు, ప్రదర్శన కోసం థియేటర్లు రావడం మొదలయింది. సమయాన్ని బట్టి కథాంశాలు కూడా మారుతూ వచ్చాయి. మద్యపాన నిషేధం, జమిందారీ వ్యవస్థ రద్దు, ప్రేమ ఆధారిత కథాంశాలు వచ్చాయి. స్వాతంత్ర్యం తర్వాత సినిమా నిర్మాణం బాగా

BRAOU

ఊపందుకొంది. కొత్త తరం నటులు వచ్చారు. 1970లో ఈస్ట్‌మన్ కలర్‌లోనూ, ఆ తర్వాత సినిమా స్కోప్ ఇలా ఎన్నో ఆధునిక రీతుల్లో చిత్రాలు రావడం ప్రారంభించాయి. 1950ల నుంచి సినిమాల్లోనికి ఎలక్ట్రానిక్స్ ప్రవేశంతో క్రమేపీ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం సినిమాలోను బాగా పెరిగింది. ఇవి సినిమా పరిధిని బాగా పెంచాయి. గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ ప్రక్రియల ప్రమేయం కూడా బాగా పెరిగింది.

సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో సాంకేతిక పరిజ్ఞానం పెరుగుదల 1950ల్లోనే ప్రారంభమయినా, 1960లో ఎలక్ట్రోమెకానికల్ కాలికులేటర్‌గా 'కంప్యూటర్' ప్రపంచ ప్రవేశం చేసింది. విద్యాపరిశోధన, వాతావరణ అంశాల పరిశీలన వంటి రంగాలలో కంప్యూటర్‌ల వాడకం ఉండేది. 1970ల కల్లా ఇది పర్సనల్ కంప్యూటర్‌గా (పి.సి) రూపాంతరం చెంది చిప్‌మీద ప్రక్రియ కొనసాగే దశ వచ్చింది.

వర్డ్ ప్రాసెసింగ్, వ్యాపారాల లెక్కల కోసం దీన్ని వాడేవారు. ఆ తర్వాత మైక్రోప్రాసెసర్ల రాకతో కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానం ఊపందుకుంది. 1990 కల్లా అత్యంత కీలకమైన పరిజ్ఞానం రూపొందే దిశగా కొనసాగింది. ఇదే సమయంలో ఇంటర్నెట్ 1960ల్లోనే పరిశోధన స్థాయిలో ఉండగా, క్రమేపీ, 'వరల్డ్ వైడ్ వెబ్' 1990లో వెలుగు చూసింది. కంప్యూటర్ నెట్‌వర్క్‌ల ప్రాధాన్యం పెరిగింది. ఈ పరిణామం నిస్తంత్రీ లింకులకు ఆస్కారం ఇస్తూ, ఇంటర్నెట్ సామర్థ్యాలను బాగా పెంచగలిగింది. మల్టీమీడియా, ఆన్‌లైన్, మొబైల్ ఫోన్ల అవకాశాలు బాగా పెరిగాయి. అక్షరాలు, బొమ్మలు, మాటలు అన్నీ ప్రసారం చేయగలిగే సామర్థ్యం ఉండటంతో ప్రసారమాధ్యమాల రూపురేఖల్నే మార్చే దిశగా నడవడం ప్రారంభించాయి.

ఇటీవలి కాలంలో దేశ వ్యాప్తంగా అన్ని భాషలలోనూ మీడియా రంగం గణనీయంగా విస్తరించింది. దిన, వార, మాస పత్రికలు కొత్తవి కోకొల్లలుగా వెలువడుతున్నాయి. రేడియో స్టేషన్ల సంఖ్య, టీవీ ఛానెళ్ల సంఖ్య విపరీత స్థాయికి పెరిగి పోయింది. సినిమాల సంఖ్య, నిర్మాణంలో వైవిధ్యం, సాంకేతిక పరిజ్ఞాన ప్రభావం విపరీతంగా చోటు చేసుకుంది. ఇంటర్నెట్‌లో సాంకేతిక పరంగా కొత్త ఆవిష్కరణలు వస్తున్నాయి. 2000 సంవత్సరానికి పూర్వంకంటే ఇప్పుడు మీడియా ప్రాబల్యాన్ని ఎన్నో రెట్లు పెంచగలిగాయి. 20వ శతాబ్దం చివరి నుంచి వచ్చిన మార్పులు విప్లవాత్మకమైనవి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం నూతన ఆవిష్కరణలు అనుక్షణం ప్రసారమాధ్యమాల రూపురేఖల్ని మార్చేస్తున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమాల ప్రయోజనాలు ప్రధానంగా సమాచారం, విద్య, వినోదం, విశ్లేషణ కోసంగా చెప్తారు. ఈ ప్రయోజనాలన్నిటినీ అధిగమించి చాలా దూరం వెళ్లాయి. మానవాళి రోజూ వారి మనుగడలో ప్రసార మాధ్యమాల నుంచి ప్రయోజనాలు పొందని క్షణం లేదు. ప్రయోజనం చేకూరని రంగంలేదు. సమాచారం విషయంలో నేడు పెద్ద విస్ఫోటనమే వచ్చింది. క్షణం క్షణం ఎక్కణ్ణుంచి ఎక్కడికయినా సమాచారాన్ని అందిచగలిగేస్థాయికి ప్రసారమాధ్యమాలు వచ్చాయి. వైద్య విషయాలు, ప్రకృతి వైపరీత్యాలు, చారిత్రక విషయాలు ఇలా అన్నీ విషయాల్ని చెప్పగలిగే సామర్థ్యం వల్ల ప్రయోజనాలని అంతులేనివిగా మార్చివేశాయి. జీవితంలో ప్రతి నిమిషం, ప్రతి అవసరానికి ప్రయోజనాల్ని వెదికి పెడుతున్న ప్రసార మాధ్యమాలు - స్పృశించని ప్రయోజనం లేదనే చెప్పాలి.

ప్రసార మాధ్యమాలకు ప్రయోజనాలు ఎన్ని ఉన్నా సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఎంత అభివృద్ధి చెందినా - ప్రసారాల్ని చేయగలిగేది 'భాష' ద్వారానే. భాష లేనిదే మాధ్యమాలకు గుర్తింపే ఉండదు అనవచ్చు. ఒకర్నించి ఒకరికి సమాచారం తక్షణమే సమర్థవంతంగా, సూటిగా అర్థమయ్యే భాషలో వెళ్లాలి. 21వ శతాబ్దం తొలినాళ్లలో పరిణామం చెందినంతగా భాష ఇందుకు ముందు ఏ దశలోనూ జరగలేదు. ప్రపంచం నలుమూలలకీ తెలుగు భాష చేరుకోగలిగింది ఈ శతాబ్దంలోనే. ఇతర భాషల్నించి కొత్తదనాన్ని తెచ్చుకుంటుంది. ఈ కాలంలోనే. పదాలు, పదజాలాలు తప్ప 'భావన' పరిధిని కొన్ని సందర్భాల్లో విస్తరించుకుంటున్నాయి. కొన్ని సందర్భాల్లో కుదించుకుంటున్నాయి. భాషను వాడటంలో కొన్ని సందర్భాల్లో ఆలోచించుకునే సమయమే దొరకదు. తెలుగు భాష దీనికి విరుద్ధమేమీకాదు. కొత్త ప్రయోగాలు వస్తున్నాయి. కొత్త పదబంధాలు ఏర్పడుతున్నాయి. అందుకోలేనంత వేగంగా భాష విస్తరణ కొనసాగుతోంది. తెలుగు భాషను ఈ దశలో నమోదు చేస్తేనే - కొన్నేళ్లకు ఒక వనరు అంటూ లభ్యం కాదు. కొత్త నేపథ్యంలో తెలుగు భాష నిలబడడానికి, నిలదొక్కుకోవడానికి ఈ చర్య ఎంతయినా అవసరం.

BRAOU

1.4 రచనలు - కార్యక్రమాల స్వరూప స్వభావాలు

మాధ్యమాలకు రాయడంలో వ్యత్యాసాలు, సారూప్యాలు ఉన్నాయని తెలుసుకున్నాం. ఆయా మాధ్యమానికుండే విశిష్ట లక్షణాలు ముఖ్యమైన భూమికను నిర్వహిస్తాయి. పత్రికలు చదివేది 'పాఠకుడు'. రేడియోను వినేది 'శ్రోత', టీవీని చూసేది 'ప్రేక్షకుడు'. సినిమాని వీక్షించేది 'వీక్షకుడు'. ఇంటర్నెట్‌ను వినియోగించుకునేది 'వినియోగదారుడు'. పాఠకుడు, శ్రోత, ప్రేక్షకుడు, వీక్షకుడు, వినియోగదారుడు - అందరూ ఒకటే. మాధ్యమాన్నిబట్టి ప్రవర్తించే తీరు వేరు. రేడియో, టీవీ, సినిమాలు నిరక్షరాస్యుడికీ వినోదాన్ని, సమాచారాన్ని, విజ్ఞానాన్ని అందించగలవు. పత్రికలు మాత్రం అక్షరజ్ఞానం ఉన్నవారికే వాటిని అందుకోవడానికి సాధ్యపడుతుంది. ఇంటర్నెట్ అయితే అక్షర జ్ఞానం ఉండి, సాంకేతిక పరికరాల వాడకంలో అభినివేశం ఉండటంతోపాటు తానేం కావాలనుకుంటున్నాడో కోరితేగానీ ఆ సమాచారంకానీ, విషయ వివరణ గానీ రాదు. అందుకే ఇక్కడ వినియోగదారుడుగా విభిన్నమైన అవతారం ఎత్తగలిగాడు. మాధ్యమాలకున్న లక్షణాల్ని, విశేష గుణాల్ని, లభించే సౌకర్యాలనీ, సానుకూలతలనీ ఇంతవరకూ తెలుసుకున్నాం. ఈ అంశాలను మించి మరో విషయమూ ఉంది. అదీ చాలా ప్రాముఖ్యం కల అంశం. ఉపేక్షించడం సాధ్యం కాదు. సమాచారమయినా, విషయమయినా మనం ఏ రూపంలో అందిస్తున్నాం అనేది ముఖ్యం. సమాచారాన్ని అందించే 'రూపాలు' విభిన్నమైనవి. సృజనాత్మకంగా ఉండేవి. కొన్ని సృజనాత్మకేతరంగా కూడా ఉంటాయి. మాధ్యమాన్ని బట్టి కూడా మారుతుంటాయి. మొదటిగా వీటిని సృజనాత్మకేతర, సృజనాత్మక రూపాలుగా విభజించవచ్చు. ఈ విధంగానే మాధ్యమాల లక్షణాలను బట్టి వాటినీ వర్గీకరించి చెప్పవచ్చు. ప్రచురణల రూపంలో ఉండే పత్రికలు, మల్టీ మీడియా అంశాలను కలిగి ఉన్న ఇంటర్నెట్ వంటి వాటిని సినిమా, రేడియో, టీవీల నుండి వేరుచేయవచ్చు. ప్రసార ప్రక్రియలో ఉండే భేదాలే ఈ విభజనకు ప్రధానంగా తోడ్పడ్తాయి. ప్రచురణలు, ఇంటర్నెట్‌లో వచ్చే 'రచనా ప్రక్రియలను' రచనా రూపాలని పేర్కొంటాం. అంటే 'రాయడం' అనేది ప్రధాన విషయంగా గుర్తిస్తాం. కాబట్టే ఈ విధంగా పిలుస్తాం. రేడియో, టీవీ, సినిమాలలో వచ్చే 'రచనా రూపాలను' - కార్యక్రమ రూపాలని పిలవవచ్చు. సినిమా విషయంలో కూడా కొన్ని ప్రదర్శనా రూపాలు రేడియోటీవీలతో పోలి ఉండటం వల్ల కార్యక్రమాల రూపాలకిందే చర్చించే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. సినిమా నుంచి మనకు వచ్చేది ప్రదర్శన ద్వారా కాబట్టి 'ప్రదర్శన రూపాలనీ', రేడియో టీవీల ద్వారా వచ్చేవి ప్రసారం ద్వారా కాబట్టి ప్రసార కార్యక్రమాలని చెపుతుంటాం. ప్రసారం, ప్రదర్శన భావన పరంగా భిన్నమే అయినా లక్ష్యం ఒకటే. ప్రదర్శనలో చాలా మంది ఒకే చోట కూర్చుని తిలకిస్తారు. అందరికీ సరిపడే విషయాన్నే చెప్పాలి. అది వినోదమైనదైనా అందర్నీ ఆకట్టుకోగలదు. వినోదాన్ని అందించడానికి కథంటూ ఒకటుండాలి. మాధ్యమం సినిమా కావడంలో 'కథ చిత్రం' అంటున్నాం. వార్తల ఆధారంగా చేసుకుని చిత్రాలు వస్తాయి. వాటినే మనం వార్తా చిత్రాలుగా ప్రదర్శిస్తుంటాం. రేడియో టీవీ మాధ్యమాలు పెద్దగా ప్రాచుర్యం పొందని రోజుల్లో సినిమా ప్రదర్శనకు ముందు 'వార్త చిత్రాన్ని' ప్రదర్శించేవారు. సామ్రాజ్యవాదానంతరమూ, అంతకు ముందు ఇది బాగా అమలులో వుండేది. కొన్ని సందర్భాలలో వార్తా చిత్రాలను విధిగా ప్రదర్శించవలసి ఉండేది. సినిమా విషయంలో మనకు ఎక్కువగా కనిపించేది కథాచిత్రాలు. వార్తా చిత్రాలు. ప్రకటన చిత్రాలు ఉన్నప్పటికీ ఈ పాఠ్యాంశ పరిధిలోనికిరాదు కాబట్టి దాన్ని విపులీకరించే ప్రయత్నం చేయలేదు.

1950 దశకం చివరలో మన దేశంలో ప్రారంభమైన టీవీ, 1920ల్లో మొదలయిన రేడియో కార్యక్రమాలు కీలకమైన మలుపునే తెచ్చాయి. 1990 దశాబ్దం చివరినాటికి పెద్ద ఎత్తున ప్రైవేటు రేడియో టీవీ చానెళ్ల విస్ఫోటనంతో కొత్త శకానికి దారితీశాయి. పత్రికలు, ఇంటర్నెట్‌లలో ఎలక్ట్రానిక్స్ ప్రవేశం జరిగేదాకా రేడియో టీవీలనే ప్రసార మాధ్యమాలుగా చెప్పుకునేవాళ్లం. క్రమేపీ అర్థం విస్తరిస్తూ - ప్రసార మాధ్యమాల పరిధిలోకి పత్రికలు, ఇంటర్నెట్, సినిమాలు కూడా వచ్చిచేరాయి. రేడియో టీవీలలో చాలా వైవిధ్యమున్న కార్యక్రమాల ప్రసారానికి అవకాశాలు ఉన్నాయి. 'నిర్దేశిత' ప్రేక్షకులయినా, శ్రోతలయినా ఏ కొందరికో పరిమితం కాలేదు. సమాజంలో అన్ని వర్గాలను చేరుకోగలగడం వీటికున్న లక్ష్యం. సినిమాలే కాకుండా ప్రసార మాధ్యమంగా ఒక్కొక్కరిగా, పెద్దఎత్తున అందర్నీ ఒకే సమయంలో చేరుకోగలిగే సామర్థ్యం ఉంది. ఈ కారణంగానే దీనికి 'జనమాధ్యమం' అనే పేరుకూడా వచ్చింది. వ్యక్తిగత మాధ్యమమనీ చెప్పడం వింటాం. అన్ని వర్గాల ప్రజలను కులం, ప్రాంతం అక్షరజ్ఞానంతో సంబంధం లేకుండా సమాచారం, విద్య, వినోదం, సాంస్కృతిక అభివృద్ధి వంటి అంశాలపైన ప్రసారాలు అందించగలుగుతోంది. వీటినే మన మాధ్యమాల విధులుగా

BRAOU

చెప్పుకోవచ్చు. ఈ అంశాలని అందించడానికి పలు రూపాలను ఎన్నుకొంటున్నారు. ప్రసారం కోసం ఎన్నుకొనే రచనా రూపాలనే ఇక్కడ చర్చిస్తున్నాం. ప్రసారంలో కార్యక్రమం అంతర్భాగం కావడం చేత 'కార్యక్రమాల రూపాలని' చెప్పాల్సిన అవసరం ఏర్పడుతోంది. రేడియో, టీవీలలో మనం చూసే, వినే కార్యక్రమాలలోని రూపాలు మన అనుభవంలోకి వచ్చేవే. ప్రసంగాలు, చర్చలు, సంభాషణలు, ఫీఛర్లు (రూపకాలు), డాక్యుమెంటరీలు, నాటకాలు, కథలు, సంక్షిప్త చలన చిత్రాలు, పాటల కార్యక్రమాలు, సంగీత, సాహిత్య కార్యక్రమాలు ఇలా ఎన్నో మనం చూస్తాం. కార్యక్రమాల రకాల్ని చర్చించేటప్పుడు 'విషయాన్ని' బట్టి వాటిని విభజించవచ్చు. సాహిత్యం, సాంస్కృతిక, శాస్త్ర విజ్ఞాన, వార్త కార్యక్రమాలు మొదలయినవి ఎన్నో రకాల కార్యక్రమాలను విషయం ఆధారంగా వర్గీకరించి చెప్పవచ్చు. అయితే రచనా రూపాలనేవి విషయాన్ని ఏ రూపంలో అందిస్తున్నాం అన్నది ప్రధానమైంది కాబట్టి కార్యక్రమాల రకాల్ని వాటి స్వరూప స్వభావాల నేపథ్యంలో వివరించాం.

విడివిడిగా రూపాలు ఎన్ని ఉన్నా ఒకటి లేక అంతకంటే ఎక్కువ రూపాల్ని మేళవించి మరో కొత్త రూపాన్ని సృజించవచ్చు. దీనికి సృజనాత్మకతే హద్దు. డాక్యుమెంటరీ, రూపకం, డ్రామా మూడు రూపాల్ని తీసుకున్నప్పుడు 'డాక్యుడ్రామానో', 'డాక్యు ఫీచర్నో' లేదా మూడింటినీ కలిపి 'డాక్యుడ్రామా ఫీచర్నో' రూపొందించవచ్చు. కార్యక్రమ స్వరూప స్వభావాలు సృజనాత్మకత ఆధారంగానే ఏర్పడ్తాయని చెప్పటం అతిశయోక్తి కాదు. ఇటీవలి కాలంలో 'ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకు' ఛానెళ్లు మొగ్గు చూపుతున్నాయి. కార్యక్రమాల రూపాలు అవసరాన్నిబట్టి కొత్తవి వెలుగు చూస్తున్నాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం కల్పించే అవకాశాలు, వెసులుబాటే ఇందుకు బాగా సహకరిస్తోంది. వార్తల ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో మీరు ఈ తరహా ప్రయోగాత్మక రూపాల్ని గమనించవచ్చు. ప్రసార మాధ్యమాల ఏకీకరణ కూడా మరిన్ని కొత్త సందర్భాల్ని, వినూత్న రూపాల్ని అందిస్తోంది.

BRAOU

పత్రికలు ఇతర ప్రచురణలోనూ కొత్త రచనా రూపాలను మనం గమనించవచ్చు. ఫీచర్‌లు, కథలు, కాలమ్స్, వ్యాసం, వార్తా కథనం, గల్పిక, మొదలయినవి ఎన్నో రూపాలు చూడవచ్చు. సినిమాల్లోనూ గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ ప్రక్రియల సహకారంతో కొత్త కొత్త ప్రమాణాల్ని చూడగలుగుతున్నాం. రచనా రూపాలయితే కొత్తవి సినిమాల్లో వస్తున్నాయి గానీ, ఇంకా వాటికి పేర్లు పెట్టి వ్యవహరించే స్థాయికి చేరుకోలేదు. ఒక 'తీరు' కన్పిస్తోంది. క్రమేపీ ఇదే రచనా రూపాలకు ఊపిరినిచ్చే ఆస్కారం లేకపోలేదు. ఇంటర్నెట్ వినియోగం ద్వారా సమాచారాన్ని, విజ్ఞానాన్ని, విషయాన్ని పలు రూపాల్లో చూస్తున్నాం. కొన్ని పత్రికా రచనలకు దగ్గరగా ఉంటే, మరికొన్ని రేడియో, టీవీ రచనా రూపాలకు దగ్గరగా ఉంటున్నాయి. మరికొన్ని ఈ రెండూ కలిసిన కొత్త ప్రక్రియగా వెలుగుచూస్తున్నాయి. మల్టీమీడియా, ఎనిమేషన్‌ల ద్వారా వీటి సృష్టి సాధ్యపడుతోంది. రాబోయే రోజుల్లో ఇంటర్నెట్‌లో కన్పించే 'రచనా రూపాలకు' కూడా వాటి స్వరూప స్వభావాలను బట్టి కొత్త పేర్లు ఖరారు కావచ్చు. ఇంటర్నెట్‌ను చూసేవారిని నెటిజన్లన్నట్టు, ఈ మాగజైన్లను 'ఇజైన్లన్నట్టు' కొత్త పదబంధాలలో కొత్త రూపాలు మనముందు రావొచ్చు. వస్తాయి కూడా. రచన, కార్యక్రమాల స్వరూప స్వభావాల్ని సమీక్ష చేస్తే మన దృష్టికి వచ్చే అంశాలు ఇవీ. రచనా రూపమనేది ప్రసార మాధ్యమ నైజం, సామర్థ్యం బట్టి ఉంటుంది. భాషలో వచ్చే మార్పులు, చేర్పులు బట్టి ఉంటుంది. ఇవి రెండూ ప్రాథమికంగా అత్యంత కీలకమైన అంశాలనే భావించవచ్చు.

1.5 విస్తరిస్తున్న పరిధి, అవకాశాలు

అచ్చు మాధ్యమం విస్తరణ గణనీయమైనది. ప్రసార మాధ్యమాలలో రేడియో, టీవీల విస్తరణ అంచనాలను మించింది. సినిమా విస్తరణకు హద్దులు లేవు. ఇంటర్నెట్ హద్దులు, ఎల్లల్ని చెరిపేసుకుని మరీవెళ్తుంది. ఇలా ప్రసార మాధ్యమాలలో మాధ్యమాలన్నీ ఒకదానితో మరొకటి పోటీ పడుతూ విస్తరిస్తున్నాయని చెప్పవచ్చు. విస్తరణను గుర్తించాల్సిన సందర్భంలో మనం పరిగణనలోకి తీసుకునేది పరిధి లభించే అవకాశాలు రెండింటినీ - పరిధి, అవకాశాలు రెండూ ఒక దానిమీద మరొకటి ఆధారపడి ఉంటాయి. పరిధి పెరిగితే అవకాశాలు అధికమవుతాయి. అలాగే అవకాశాలు పెరిగితే పరిధి పెరుగుతుంది.

ఈ విస్తరణలో ప్రధానంగా సహకరిస్తున్న ముఖ్యమైన నాలుగు అంశాలని పేర్కొనవచ్చు. అవి:

1. ప్రపంచీకరణ, ఉదారీకరణ ప్రభావాలు

2. మాధ్యమాల భౌతిక విస్తరణ

3. సాంకేతిక పరిజ్ఞానాల ఏకీకరణ

4. ప్రయోజన రంగాల విస్ఫోటన

ప్రపంచీకరణ, ఉదారీకరణల ప్రభావాల్ని గురించి ఆలోచించినప్పుడు వాటి ప్రభావం మీడియా విస్తరణ మీద గణనీయమైనదనే చెప్పొచ్చు. మీడియా ప్రైవేటీకరణకు దోహదపడింది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం దిగుమతి అవకాశాల్ని పెంచింది. విదేశీ మీడియా సంస్థల సహకారం మీడియా నిర్వహణలోకి రాగలిగింది. ముఖ్యంగా రేడియో, టీవీలు, ఇంటర్నెట్ రంగాలలో కనిపించే ప్రభావం ఎక్కువ. విదేశీ ఛానెళ్ల ప్రసారాలు గణనీయంగా పెరిగాయి. మీడియాలో 2000 సంIIలో తర్వాత పెద్ద ఎత్తున టీవీ, ఛానెళ్లు వచ్చాయి. పెట్టుబడులు బాగా వృద్ధి చెందాయి. ప్రసారాలు స్థానిక అవసరాలకు అనుగుణంగా రావడం ప్రారంభమైంది. మాధ్యమాలు గ్రామీణ ప్రాంతాలకు చొచ్చుకు పోగలిగాయి. ప్రసారమవుతున్న కార్యక్రమాలు అన్ని వయసులవారిని ఉద్దేశించి రావడం ప్రధానమైన మార్పు. ముఖ్యంగా 10-30 సంవత్సరాల మధ్య ఉండే యువతకు సంబంధించిన కార్యక్రమాలు ఎక్కువయ్యాయి. యువతరం మాధ్యమాలలో ప్రత్యక్షంగా పాలుపంచుకోవడం అధికమయింది. ఎమ్.టీవీ ఛానెల్ 'వి' మొదలయిన మ్యూజిక్ ఛానెళ్లు అత్యంత ఆదరణను పొందడం, 'వీడియోజాకీలు' యువతను ఉర్రూతలూగించడం చెప్పుకోదగ్గ పరిణామం. దాదాపు 40 శాతం వరకు యువతే మనదేశ జనాభాలో ఉన్నారు. ఈ నేపథ్యంలోంచి వచ్చిన పరిణామమే కార్యక్రమాల రూపకల్పన. సామాజిక అంశమే అయినా వాణిజ్య దృక్పథంతో రావడం.

BRAOU

రేడియోలో కూడా ఎఫ్.ఎం ఛానళ్లు పెరిగాయి. ఇంకా పెరిగే అవకాశం ఉంది. ఎఫ్.ఎం. ప్రసార వ్యవస్థ ఒక విప్లవాత్మకమైన ఘట్టంగానే రేడియో ప్రసారాలలో ఉంటుంది. పత్రికా ప్రచురణలో ముద్రణలో నాణ్యత పెరగడం, ముద్రణా విధానాలలో వెసులుబాటు, ముద్రణ వేగం పెరగడం, గ్రాఫిక్స్‌కి అవకాశాలు మెండుగా ఏర్పడటం, ఫాసిమైల్ విధానంలో ఒకేసారి 6, 7 చోట్ల నుంచి అంతకంటే ఎక్కువ ప్రదేశాల నుంచి పత్రికల ఎడిషన్లు ఒకేసారి ముద్రణగావించం, స్థానిక వార్తలకు చోటు ఎక్కువకావడం ఇందులో భాగమే. టీవీ విషయంలో సంవత్సరంలో ఒకప్పుడు 1500 గంటలు (1990కి ముందు) మాత్రమే ప్రసారాలుంటే దాదాపు 30,000 గంటలకు ప్రసారాల వ్యవధి పెరగడం ఒక గొప్ప విప్లవం. పత్రికలు ఏ స్థాయిలో విస్తరించగలిగాయనేది దీన్ని బట్టి ఇట్టే అంచనా వేయవచ్చు. సినిమాల మీద ప్రభావం కూడా పెరిగింది. సంఖ్య పెరిగింది. బయటి ప్రదేశాలకు వెళ్లి చిత్రీకరించే సామర్థ్యం పెరిగింది, గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్‌లు, సినిమాలో అంతర్భాగమయ్యాయి కూడా. భారత సినిమా పరిశ్రమ ఇప్పుడు అంతర్జాతీయ పరిశ్రమగా రూపుదిద్దుకుంది. ఇంటర్నెట్ అవకాశాలు 2000 సంవత్సరం తర్వాత బాగా విస్తరించింది. భౌతికంగానూ, భౌగోళికంగా మాధ్యమాల విస్తరణ అంచనాలను మించింది. భౌతికంగా సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఆధునికం అయితే, భౌగోళికంగా మాధ్యమాలు చేరని చోటంటూ లేదు. ప్రపంచం ఒక చిన్న గ్రామంగా మారింది అనడంలో తప్పేమీ కనిపించదు. టెలివిజన్ 95% మంది ప్రజలు చూస్తే రేడియో 97 శాతం మంది వినగలుగుతున్నారు. పత్రికలు దాదాపు 50% మందికి అందుబాటులో ఉన్నాయి. ఇంటర్నెట్ వినియోగస్థాయి దాదాపు 30%కి చేరింది. ప్రతి వెయ్యి మందికి 31 వార్తపత్రికలుంటే, 61 మంది టీవీలు, 81 మందికి రేడియోలు అందుబాటులో ఉన్నాయి. భౌగోళికంగా టీవీ ప్రసారాలు చేరని ప్రదేశమంటూ మన రాష్ట్రంలో లేదనే చెప్పాలి. కేబుల్ నెట్‌వర్క్‌లు, డిటిహెచ్ డిష్ ఎంటెన్నాలు ఇందుకు కారణమవుతున్నాయి. ప్రయోజన రంగాలు పెరగటమే ఇందుకు ప్రధాన కారణం. మాధ్యమాలకు సరిపడని ప్రయోజనమంటూ ఏదీ లేదు. ఇంచు మించు అన్ని ప్రయోజన రంగాల్ని స్పృశించగల శక్తి వాటికుంది. కొన్ని సందర్భాల్లో శాసించగలిగే సామర్థ్యమూ అవి సంపాదించుకోగలిగాయి.

విద్య, వైద్యం, న్యాయ సలహా సేవలు, సృజనాత్మక అంశాలు మొదలయిన అన్ని సందర్భాలలో మాధ్యమాల ప్రమేయం కనిపిస్తోంది. దైనందిన అవసరాలకు ఇవి తోడు ఉంటున్నాయి. రైల్వే టిక్కెట్లు రిజర్వేషన్, వాతావరణ అంశాలు, మహిళా సాధికారత, మానవ హక్కులు, ఎయిడ్స్ వంటి వాటి విషయంలో ప్రసార మాధ్యమాలు కల్పిస్తున్న ప్రయోజన నేపథ్యం గమనార్హం. ప్రకృతి వైపరీత్యాల సందర్భాలలో పత్రికలు, రేడియో, టీవీలు, ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థలు

అందిస్తున్న సమాచారం సమాజ ప్రయోజనాల విషయంలో ఎంతగా తోడ్పడుతుందో మన అనుభవంలోని విషయాలే. పలు సందర్భాలలో మీడియాలో అన్ని మాధ్యమాలు ఈ సహకారాన్ని అందిస్తున్నాయి. కొన్ని సందర్భాల్లో కలిసి సమన్వయంతో చేస్తున్నాయి. ఇలా కలిసి పనిచేయడానికి, సమన్వయం చేయడానికి కారణం 'సమీకృత మాధ్యమంగా' మీడియా అంతర్భాగాలన్నీ కలవగలగటమే. సమ్మేళనం చెంది ఒక 'కుదింపు వ్యవస్థ'గా ప్రస్తుతం దీన్ని చూడటం తటస్థిస్తోంది. కుదింపు అనేది పరిధి కుదించుకుపోవడం అనే అర్థంలో ఇక్కడ వాడడం లేదు. ఇక్కడ 'ప్రయోజనాలు పెరిగి' మీడియా రూపం ఏకీకృత దిశగా నడవడాన్ని ఉద్దేశించి ఈ పదాన్ని ప్రస్తావించటం జరిగింది. అంటే మీడియా ఏకీకృతంగా విస్తరిస్తూ పరిధి, అవకాశాలు నాలుగు రెట్లయ్యాయి. తమ పరిధిని ఏ దిశగానైనా విస్తరించుకోగలిగే సామర్థ్యం ఇవాళ మీడియాకు ఏర్పడింది. అవకాశాలు మాధ్యమాలన్నీ కలిపే పంచుకుంటూ పెంచుకోవడమనే ధోరణి ఏర్పడింది. పరిధి, అవకాశాలకున్న నిర్వచనాన్ని పునర్ నిర్వచనం చేయాల్సిన సందర్భాలు వస్తున్నాయి. ఈ పరిణామ ప్రక్రియ మరింత బలపడితేగానీ 'కొత్త నిర్వచనం' రాదు. కొత్త నిర్వచనం కోసం దారులు పడ్డాయని మాత్రం చెప్పగలం.

1.6 రచన- కొత్తదృక్పథాలు

మాధ్యమాల మధ్య ఏర్పడ్డ కొత్త బంధాలు, ఏకీకరణ దిశగా సాగుతున్న పరిణామాలు 'రచన'ను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. మీడియాకున్న అపరిమిత సామర్థ్యాలే ఇందుకు ఊపిరినిస్తున్నాయి. రచన విషయంలో 'విషయం', 'భాష' ఈ సందర్భంగా చర్చకు వస్తాయి. రచనపరంగా కొత్త దృక్పథాలు ఏర్పడ్డానికి ఈ రెండే ప్రధాన భూమికలు. 'విషయం' గురించి ప్రస్తావిస్తే వైవిధ్యం కనిపిస్తున్న తీరు, కొత్త 'విషయాల' అన్వేషణ, విషయాల మధ్య కొత్త సంబంధాలు ప్రధానమైనవి. మానవాళిని ప్రత్యక్షంగా తాకగలిగే విషయాలు కొన్ని ఉన్నాయి. ఇందులో సమాజంలో వ్యక్తి పరంగాకానీ, వర్గపరంగా కానీ, ప్రాంతపరంగాకానీ, ప్రాధాన్యం వహించే అంశాలు ఉంటాయి. ప్రకృతి వైపరీత్యాలు, వైద్య, ఆరోగ్య విషయాలు వంటివి బయటి నుంచి మనిషిని ప్రభావితం చేస్తాయి. ఇవన్నీ కూడా మానవాళిని ప్రత్యక్షంగా తాకగలిగే పరిణామాలు. ఇవికాక సమాజం మనుగడలో తోడ్పడే విషయాలు అనేకం ఉన్నాయి. పరోక్షంగా ఇవికూడా ఏదో ఒక విషయానికి చెంది ఉంటాయి. కాబట్టి, ఆయా విషయాలలో ప్రపంచం మొత్తంగా వస్తున్న మార్పులు, పరిణామాలు మనచుట్టూ ఉన్న సమాజాన్ని తాకగలవు. అట్లాగే విషయంతోపాటు 'భాష'. భాషలేనిదే ఏ విషయాన్నయినా 'భావప్రసారం' చేయటం సాధ్యపడదు. 'భాష' వినియోగం మనం అనునిత్యం గమనించగలగాలి. ఎలక్ట్రానిక్స్ రంగ ప్రవేశంతో ప్రసార మాధ్యమాలకు రాసే భాషలో చాలా మార్పులు వచ్చాయి. రాసే భాష మాట్లాడే భాషగా పూర్తిగా మార్పును చెందే దిశగా రావడమే ప్రధానమైన పరిణామం. భాష చలనశీలమైనదని మనం ఇదివరకే చెప్పుకొన్నాం. చలనశీలతలో వడి పెరిగింది. చలనశీలతలో వేగం పెరగడాన్ని భాషను వాడే సందర్భాలలో వైవిధ్యం ఏర్పడ్డం సాధ్యం చేసింది. ప్రసార మాధ్యమాలలో వేగం, ప్రత్యక్ష ప్రసారతత్వం ఇందుకు ఎంతగానో తోడ్పడ్డాయి. భాష కేవలం ఒక ప్రాంతానికే పరిమితంకాకుండా దేశాల్ని, సముద్రాల్ని దాటి ఖండాంతరాలలోకి వెళ్లగలగడం దీనికొక ప్రధాన కారణం.

సమాచార మాధ్యమాలపైన సాంకేతిక ఉపకరణాలు చూపే తీవ్ర ప్రభావం ప్రేక్షకుడు లేదా పాఠకుడిని కూడా సమాచార ప్రవాహంలో పాత్ర పోషించేలా చేయగలిగింది. సంభాషణలో భాషకంటే సాంకేతిక ఉపకరణాల ప్రాధాన్యమూ పెరిగింది. ఇతర భాషల నుంచి మార్పుల్ని, ప్రయోగాల్ని మనం గమనిస్తూనే వాటికనుగుణంగా తెలుగు భాషనూ తీర్చిదిద్దే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. వీటన్నింటి మధ్య భాష చలనశీలతనుండి వేగాన్ని పెంచుకుని 'తక్షణ తత్వం' దిశగా నడుస్తోంది. ఆలోచించే సమయాన్ని పట్టించుకోకుండా అప్పటికప్పుడు మాట్లాడగలిగే నేర్పుతో 'భాషను' వినియోగిస్తున్నాం. కొత్త ప్రయోగాలు వస్తున్నాయి. కొత్త పదజాలాలు వస్తున్నాయి. వాక్య నిర్మాణాలు కొత్తగా ఏర్పడుతున్నాయి. కాలాన్ని బట్టి ఇలా వాడుకలోకి వచ్చిన పదాలు, పదబంధాలు కొన్ని స్థిరపడి, మరికొన్ని రూపు మాసిపోతాయి. ఇంగ్లీషులో వాడే 'నెట్‌వర్క్' పదానికి 'నెట్‌వర్క్' అని తెలుగులోనే వాడటం, అలాగే సమానార్థకంగా 'అంతర్జాలం' అని వాడటం గుర్తించవచ్చు. ఇలాగే ఎన్నో ప్రయోగాలు, పదాలు కనిపిస్తాయి. కూడలి, జల్లెడ వంటిపదాలు ఇవే.

సాంకేతిక ఉపకరణాల ప్రాధాన్యం భాషను మించిన సందర్భాల్లో పదాల సంక్షిప్త రూపాల్లో వాడటం ఒక పరిణామం. ఉదా. ఇంగ్లీషులో "You"ని రాయవలసి వచ్చినపుడు 'U' అనే అక్షరాలతో సూచించడం గమనిస్తే అర్థం అవుతుంది.

BRAOU

విరామ చిహ్నాలు ఒకప్పుడు తెలుగు భాషలో నిలువుగీతలతో కామాలు, ఫుల్‌స్టాప్‌లకు బదులుగా వాడినా, ఆ తర్వాత ఇంగ్లీషులో వాడే 'విరామ చిహ్నాలన్నీ' వచ్చి తెలుగు భాషలో చేరాయి. ప్రస్తుత నేపథ్యంలో విరామ చిహ్నాల తీరు మారుతోంది. ఒక్క చుక్క, రెండు చుక్కలు ఇలా చుక్కల్ని ఎక్కువ చేస్తూ రాసే విధానం కనిపిస్తోంది. రాసే భాష ప్రసార మాధ్యమాలకు కావడంతో 'ఉచ్చారణ'లో వచ్చే పదాల ఎరుపు విరామానికి చిహ్నంగా గుర్తిస్తున్నారు. వ్యక్తి వ్యక్తికీ మధ్య 'ఉచ్చారణ' మారుతుండటంతో ఈ విధమైన విరామ చిహ్నాల వాడకమూ మారుతోంది. కొన్ని పత్రికలలో కూడా ఈ చుక్కల వివరణల ప్రయోగాలు తరుచుగానే చూస్తున్నాం. పదాల సంక్షిప్త రూపాలతోపాటు పారిభాషిక పదాలను యథాతథంగా వాడటమూ ఇవాళ్టి నేపథ్యం చూస్తాం. ఇతర భాషల నుంచి వచ్చి చేరే పదాలు బాగా ఎక్కువయ్యాయి. ప్రతీదానికి ఒక కొత్త సమానార్థకాన్ని వెదికి పట్టుకోవడం, దాన్ని అర్థమయ్యేలా అందరికీ చెప్పగలగటం కష్టసాధ్యమైంది. రోజూ ప్రసార మాధ్యమంలో పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్‌లలో వాడే పదాల్ని, పారిభాషిక పదాల్ని గమనిస్తే 'భాష' వినియోగం ఏ దిశగా జరుగుతోందో మనకు అర్థమవుతుంది. ప్రసార మాధ్యమాలలో యువత ఎక్కువ సంఖ్యలో పాల్గొనడం వల్ల 'భాషా' ప్రమాణాలలో కొత్తదనం పాలు కొంచెం అధికమే. కార్యక్రమ స్వభావాలు ఈ మార్పుకి దోహదపడుతున్నాయి. అధిక శాతం కార్యక్రమాలు ప్రత్యక్ష ప్రసారాల రూపంలో ఉండటంతో మార్పు అధికంగానే ఉంది. స్థానిక పదాలు, ప్రయోగాలు, ప్రాంతీయ మాండలికాలు, పట్టణ ప్రాంతాల్లో మాట్లాడే భాషలో ఇంగ్లీషు పదాల వినియోగం మొదలయినవి కార్యక్రమ స్వరూప స్వభావాల్లో అంతర్భాగంగా ఏర్పడుతున్నాయి. ఇంటర్వ్యూలో కొన్ని సందర్భాలలో ఒక సమాచారం కోసం తిప్పి తిప్పి అడిగే ప్రశ్నలో చెప్పిన సమాధానాన్నే మళ్ళీ చెప్పడానికి చేసే ప్రయత్నంలో భాగంగా 'మాటల్ని' కొత్త కొత్త రూపాల్లో ప్రయోగిస్తూ, కొత్త పదబంధాల్ని సృష్టిస్తూ మాట్లాడటం పరిపాటయింది. భాష మీద ఇవన్నీ ఎంతో ప్రభావాన్ని కలిపిస్తున్నాయి. అలాగే భాషకూడా 'భాష ప్రసారాన్ని' ప్రభావితం చేయగలుగుతుంది. భాష ప్రభావితమైనప్పుడు ఆంగిక చర్యలు కొత్త అర్థాన్ని చెప్తే, కొన్ని సందర్భాల్లో ఆంగిక చర్యల వల్ల 'భాష వాడకం'లో అర్థం విస్తరించడమూ, కుదించడమూ జరుగుతుంది. తదనుగుణంగా భాష ప్రభావం ప్రసార మాధ్యమాలపైన కూడా ఉంటోంది. మౌఖిక భాష నుంచి కొత్తపద రూపాలు ఏర్పడుతున్నాయి. కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థ ఒక చలన ప్రక్రియ కావడం, భాషలోను చలనశీలత ఉండటం వల్ల - ఈ రెండు రంగాలలో మార్పులు అనివార్యమై ఒకదానిమీద ఒకటి ప్రభావాన్ని చూపుకుంటూ సమన్వయంగా నడిచే ప్రయత్నం చేస్తున్నాయి. ఈ దశలో మాధ్యమాల పరిధులు, అవకాశాలు, హద్దులు గీసి వివరించడం సాధ్యంకాని పనని గుర్తించగలగాలి.

BRAOU

అభ్యాసం-1

కమ్యూనికేషన్ రకాలను పరిచయం చేయండి.

అభ్యాసం-2

ప్రసార మాధ్యమాల భాష వినియోగంలోని కొత్త దృక్పథాలను పేర్కొనండి.

1.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- జన బాహుళ్య కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సాంస్కృతిక ప్రక్రియలు, సినిమాలు, ఇంటర్నెట్ మొదలయినవి కీలకమైన ప్రచార / ప్రసార సాధనాలు.
- 'మీడియా' ఇటీవలి కాలంలో విరివిగా వాడుకలోకి వచ్చిన పదం. 'మీడియం' అని ఏకవచనంలోనూ, బహువచనంలోనూ చెప్తారు. దీనికి సమానార్థకం 'మాధ్యమం'.
- 'జన బాహుళ్యానికి సమాచారాన్ని ప్రసార సాధనాల ద్వారా అందించడం' - క్లుప్తంగా మాధ్యమం నిర్వచనం.
- వివిధ ప్రసార సాధనాలకున్న విశిష్ట లక్షణాలని, వాటి వినియోగితను బట్టి వాటి పరిధి విస్తరణ ఉంటుంది. సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వచ్చిన అభివృద్ధి ప్రసార సాధనాల పరిధి విస్తరణలో అత్యంత కీలకమైనది.
- ప్రసార మాధ్యమాల వికాసం 21వ శతాబ్దంలో వేగవంతంగా కొనసాగుతోంది. పత్రికలు, సినిమా ఇంచుమించు ఒకే సందర్భంలో 19, 20వ శతాబ్దాలలో వెలుగుచూశాయి. ఆ తర్వాత రేడియో, టీవీలు వచ్చాయి. ఇంటర్నెట్ 1960లో వచ్చినా బాగా ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చింది. 1990 దశకంలోనే.
- మల్టీమీడియా, ఆన్‌లైన్, మొబైల్ ఫోన్ల అవకాశాలు ఇంటర్నెట్ అభివృద్ధితో ముడిపడి ఉంటూ మిగిలిన ప్రసార మాధ్యమాల్నీ ప్రభావితం చేయగలిగాయి.
- మాధ్యమాలకు రాయడంలో వ్యత్యాసాలు, సారూప్యాలు ఉన్నాయి. ఆయా మాధ్యమానికుండే విశిష్ట లక్షణాలు ఇందుకు సహకరిస్తున్నాయి.
- కార్యక్రమ రూపాలనేవి రేడియో, టీవీకి సంబంధించిన 'ప్రసార రూపాలు'. పత్రికలలో వీటిని రచనా రూపాలుగా చెప్తాం. సినిమాల విషయంలో ఇది 'ప్రదర్శన రూపం'. ఇంటర్నెట్ విషయంలో కూడా వీటిని రచనా రూపాలుగానే పరిగణించవచ్చు. రచన, కార్యక్రమ రూపాలు మాధ్యమాల విశిష్ట లక్షణాలను బట్టి ఉంటాయి.
- కార్యక్రమాలు సృజనాత్మక, సృజనేతర రకాలుగా ఉంటాయి. ప్రసంగం, సంభాషణ, చర్చ, రూపకం, నాటకం, సంక్షిప్త శబ్దచిత్రం మొదలయిన రూపాలు రేడియో, టీవీలకు సంబంధించినవి. ఇటువంటి రూపాలు 'రచన రూపాల్లోనూ' పత్రికల్లో, ఇంటర్నెట్‌ల్లోనూ కనిపిస్తాయి.
- మాధ్యమాల విస్తరణలో ప్రపంచీకరణ, ఉదారీకరణ ప్రభావాల్ని చూస్తాం. మాధ్యమాల భౌతిక విస్తరణ, సాంకేతిక పరిజ్ఞానాల ఏకీకరణ, ప్రయోజన రంగాల విస్ఫోటన వంటివి కీలక అంశాలు. వాటి పరిధిని, అవకాశాల్ని విస్తరణకు దోహదపడ్డాయి.
- మాధ్యమాల మధ్య ఏర్పడుతున్న కొత్త బంధాలు, ఏకీకరణ రచనను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. కొత్త రచనా రూపాలకు ఊపిరి పోస్తున్నాయి. భాషలో కొత్త ప్రయోగాల్ని, పదబంధాల్ని సృష్టించగలుగుతున్నాయి.
- భాష చలనశీలత నుంచి తక్షణ తత్వం దిశగా పరిణామం చెందుతోంది. తనంతతానుగా భాష ప్రభావితమవుతూ, మాధ్యమాలను భాష ప్రభావితం చేయగలుగుతోంది. ఈ దశలో భాషను, భాష వాడకాన్ని గమనించడం తప్పనిసరి.

1.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్క దానికి 40 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రసార మాధ్యమాలను నిర్వచించి, రకాలను తెలపండి.
2. ప్రసార మాధ్యమాల కార్యక్రమ స్వరూప స్వభావాలను వివరించండి.

II. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్క దానికి 20 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. మాధ్యమాల ప్రయోజనాలను వివరించండి.
2. ప్రచార మాధ్యమాల విస్తరణ, పరిధిని పేర్కొనండి.

BRAOU

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. కమ్యూనికేషన్ అనేది ఒక చలన ప్రక్రియ. లక్ష్యాన్ని సాధించడానికి చర్యలు, ప్రతిచర్యలు ఈ ప్రక్రియలో పని చేస్తాయి. ఇది మానవాళి వైవిధ్యంతో కూడుకున్న కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియకు కేంద్రస్థానం.

   కమ్యూనికేషన్ నాలుగు రకాలు. అవి:

   1. వ్యక్తిగత కమ్యూనికేషన్
   2. వ్యక్తికీ వ్యక్తికీ మధ్య కమ్యూనికేషన్
   3. సామూహిక కమ్యూనికేషన్
   4. జన బాహుళ్య కమ్యూనికేషన్

   ఈ కమ్యూనికేషన్‌లలోని నాలుగింటికి విడి విడి విశిష్ట లక్షణాలున్నాయి. పరస్పరం వీటి మధ్య సంబంధమూ ఉంటుంది. జన బాహుళ్య కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సాంస్కృతిక ప్రక్రియలు, సినిమాలు, ఇంటర్నెట్ మొదలయినవి కీలకమైన ప్రచార మాధ్యమాలు, ప్రసార మాధ్యమాలు.

2. మాధ్యమాల మధ్య ఏర్పడ్డ కొత్త బంధాలు, ఏకీకరణ దిశగా సాగుతున్న పరిణామాలు 'రచన'ను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. మీడియాకున్న అపరిమిత సామర్థ్యాలే ఇందుకు ఊపిరినిస్తున్నాయి. రచన విషయంలో 'విషయం' 'భాష' ఈ సందర్భంగా చర్చకు వస్తాయి. రచన పరంగా కొత్త దృక్పథాలు ఏర్పడ్డానికి ఈ రెండే ప్రధాన భూమికలు. భాషలేనిదే ఏ విషయాన్నయినా 'భావ ప్రసారం' చేయటం సాధ్యపడదు. 'భాష' వినియోగం మనం అనునిత్యం గమనించగలగాలి. ఎలక్ట్రానిక్స్ రంగ ప్రవేశంతో ప్రసార మాధ్యమాలకు రాసే భాషలో చాలా మార్పులు వచ్చాయి. రాసే భాష మాట్లాడే భాషగా పూర్తిగా మార్పు చెందే దిశగా రావడమే ప్రధానమైన పరిణామం.

   భాష వినియోగంలో కొత్త ప్రమాణాలు వస్తున్నాయి. కొత్త పదజాలాలు వస్తున్నాయి. వాక్య నిర్మాణాలు కొత్తగా ఏర్పడుతున్నాయి. కాలాన్ని బట్టి ఇలా వాడుకలోకి వచ్చిన పదాలు, పదబంధాలు కొన్ని స్థిరపడి మరికొన్ని రూపుమాసిపోతున్నాయి. ఇంగ్లీషులో వాడే 'నెట్‌వర్క్' పదానికి నెట్‌వర్క్ అని తెలుగులోనే వాడటం, అలాగే సమానార్థకంగా 'అంతర్జాలం' అని వాడటం గుర్తించవచ్చు. ఇలాగే ఎన్నో ప్రమాణాలు, పదాలు కనిపిస్తాయి. కూడలి, జల్లెడ వంటి పదాలు ఇవే. సాంకేతిక ఉపకరణాలు ప్రాధాన్యం భాషను మించిన సందర్భాల్లో పదాలను సంక్షిప్త రూపాల్లో వాడటం ఒక పరిణామం. ఉదా॥ ఇంగ్లిషులో 'You' ని రాయవలసి వచ్చినప్పుడు 'U' అనే అక్షరంలో సూచించడం గమనిస్తే అర్థం అవుతుంది. విరామ చిహ్నాలు ఒకప్పుడు తెలుగు భాషలో నిలువు గీతలతో కామాలు, ఫుల్‌స్టాప్‌లకు బదులుగా వాడినా, ఆ తర్వాత ఇంగ్లీషులో వాడే 'విరామ చిహ్నాలన్నీ' వచ్చి తెలుగు భాషలో చేరాయి. ప్రస్తుత నేపథ్యంలో విరామ చిహ్నాల తీరు మారుతోంది. ఒక్కచుక్క, రెండు చుక్కలు ఇలా చుక్కల్ని ఎక్కువ చేస్తూ రాసే విధానం కనిపిస్తుంది. రోజూ ప్రసార మాధ్యమాల్లలో (పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్) వాడే పదాల్ని పారిభాషిక పదాల్ని గమనిస్తే 'భాష' వినియోగం ఏ దిశగా జరుగుతుందో మనకర్థమవుతుంది.

BRAOU

భాగం-2 మాధ్యమాలు - భాష

విషయక్రమం

2.0 ఉద్దేశం

2.1 ప్రవేశిక

2.2 మాధ్యమాలు - విస్తరణ

2.3 భాషా ప్రయోగాలు

2.4 రచన వైవిధ్యాలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

2.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

2.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

2.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత మీరు కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- ప్రసార మాధ్యమాల విస్తరణ, భాష వినియోగ అవకాశాలు
- ప్రసార మాధ్యమాలలో భాష పరిణామ క్రమం
- ప్రసార మాధ్యమాలకు అనుగుణంగా రచనలో వైవిధ్యం

2.1 ప్రవేశిక

సమాచార ప్రసారంలో ప్రసార మాధ్యమాల పాత్ర కీలకమైనది. ప్రసార మాధ్యమాలు యంత్ర పరికరాల ద్వారా సందేశాన్ని ఒకేసారి బహుళ సంఖ్యలోని ప్రజలను చేరుకునే వ్యవస్థగా ఉంటుంది. వీటినే జనమాధ్యమాలుగా వ్యవహరిస్తున్నాం. వివిధ రకాల వార్తా పత్రికలు, రేడియో, చలన చిత్రాలు, టెలివిజన్ వంటివి ప్రధానంగా పేర్కొనదగినవి. సమాచార విజ్ఞాన అభివృద్ధితో ఎలక్ట్రానిక్ రంగాలలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పుల కారణంగా ప్రసార మాధ్యమాల అన్నిటిలోకి ఎలక్ట్రానిక్ సాంకేతికత ప్రవేశించింది. ప్రసార మాధ్యమాల పరిధి బాగా పెరిగింది. సౌలభ్యాలు, అవకాశాలు బాగా అభివృద్ధి చెందాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వేగవంతంగా విప్లవాత్మకంగా మార్పులకు చేర్పులకు లోనవడం వలనే ప్రసార మాధ్యమాలకు ఈ అవకాశం దక్కింది. ప్రసార మాధ్యమాలను ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలుగా ప్రసారణ చేసే ఆస్కారం ఏర్పడింది.

2.2 మాధ్యమాలు - విస్తరణ

వార్తా పత్రికలు, రేడియో, చలన చిత్రాలు, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్ వంటి సమాచార వ్యవస్థల అభివృద్ధి వాటి విస్తరణ తెలుసుకోవలసిన అవసరం ఎంతైనా వుంది. ఈ మాధ్యమాలన్నిటిలో భాషే వాహికగా వ్యవహరిస్తుంది. కాబట్టి వీటి విస్తరణ భాష వినియోగాన్ని కూడా చేయగలిగిందని చెప్పాలి. విస్తృత పరిధిలో భాష వినియోగం మౌలికంగా

BRAOU

ఒక్కటిగానే కన్పించినా, దాన్నే ప్రసార మాధ్యమాల భాషగా వర్ణించగలిగినా, మాధ్యమాన్ని బట్టి భాష వాడకంలో మార్పులు కనిపిస్తూనే ఉంటాయి. ఈ నేపథ్యంలో ప్రసార మాధ్యమాల విస్తరణను ప్రధానంగా నాలుగు దశలుగా వర్గీకరించి చెప్పుకోవచ్చు. అవి :

1. స్వాతంత్ర్య పూర్వదశ
2. స్వాతంత్ర్యానంతరం 1980 వరకు
3. 1980-2000 మధ్యకాలం
4. 2000 తరువాత

1. స్వాతంత్ర్య పూర్వదశ

స్వాతంత్ర్య పూర్వ దశలో పత్రికలు, రేడియో, చలన చిత్రాలు, టెలివిజన్ వంటి ప్రసార సాధనాలు ఆవిర్భవించి తొలి అడుగులే వేయగలిగాయి. వార్తాపత్రిక విషయంలో అచ్చుయంత్రాన్ని గుటెన్‌బర్గ్ కనుగొనటంతో 1619లోనే పత్రికలు వెలుగు చూసే ప్రయత్నం చేశాయి. 18వ శతాబ్దం మొదటి అర్థశతాబ్దకాలంలో వార్తాపత్రికల రూపంలో సమాచార ప్రసరణ కోసం ప్రపంచంలో ప్రయత్నాలు జరిగాయి. 1780లో జేమ్స్ ఆగస్టస్‌హిక్ 'బెంగాల్ గజిట్' అనే వార్తా పత్రికను మన దేశంలో ప్రారంభించాడు. భారతదేశంలో వచ్చిన ప్రధానమైన వార్తా పత్రికలో మొదటిది ఇదే. ఆ తరువాత మద్రాస్ కొరియర్ (1785), బాంబే ఎర్లాడ్ (1789) వంటి పత్రికలు వచ్చాయి. తెలుగు వార్తా పత్రికల చరిత్ర రెండు శతాబ్దాలలోపేనని చెప్పవచ్చు. తెలుగులో తొలి పత్రిక 'వృత్తాంతిని' 1853లో వచ్చింది. రేడియో ప్రసారాలు 1895లో ప్రపంచంలో ప్రారంభమైనా మన దేశంలో మాత్రం 1927లోనే మొదలయ్యాయి.

1930లో రేడియో ప్రసారాలు ప్రభుత్వ ఆధ్వర్యంలో వచ్చాయి. రేడియో ప్రసార వ్యవస్థకు 1937లో ఆలిండియా రేడియోగా నామకరణం చేశారు. 1957లో ఇది ఆకాశవాణిగా మారింది. టెలివిజన్ ప్రసారాలు 19 శతాబ్దంలో ప్రారంభమయ్యాయి. 1928లో జనరల్ ఎలక్ట్రికల్ కంపెని న్యూయార్క్ నుండే టెలివిజన్ డ్రామా ప్రసారం చేసింది. 1948-52ల మధ్య ప్రపంచంలో టెలివిజన్ వ్యవస్థ విస్తరించినా భారతదేశంలో ప్రయోగాత్మకంగా 1959లోనే మొదలయ్యాయి. సినిమా, ప్రపంచానికి పరిచయం అయింది 1895లోనే. 1896 అగస్ట్ల్యుమియర్ బొంబాయిలో ఏర్పాటు చేసిన ప్రదర్శనతో సినిమా భారత దేశానికి రాగలిగింది. 1912లో పూర్తి నిడివిగల సినిమా 'రాజాహరిశ్చంద్ర' ప్రారంభించి పూర్తి చేశారు.

BRAOU

1930 దాకా వచ్చినవన్నీ మూకీ చిత్రాలు, 1931లో తొలి టాకీ చిత్రం ఇంపీరియర్ కంపెని 'ఆలం అరా' నిర్మించారు. తెలుగు మొదటి మూకీ చిత్రం 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ' 1921లో రఘుపతి వెంకయ్య నిర్మాణంలో వచ్చింది. 1931లో హెచ్.ఎం.రెడ్డి నిర్మాణంలో వచ్చిన తొలి తెలుగు టాకీ చిత్రం 'భక్త ప్రహ్లాద'. ఆ తరువాత అటు వార్తా పత్రికలు, రేడియో ప్రసారాలు, ఇటు సినిమాల నిర్మాణం తొలి అడుగులు వేసుకుంటూ కొనసాగింది. మధ్యలో రెండో ప్రపంచ యుద్ధకాలంలో కొంత కుంటుపడినా ఆ తరువాత మళ్ళీ ఊపందుకోగలిగింది. వార్తా పత్రికలు, రేడియో, సినిమాల పరిధి పరిమితిగానే ఉండేది. వేదికవే మాధ్యమాలుగా ఎదిగేందుకు కృషి జరిగింది. ప్రసార మాధ్యమాలుగా కంటే సమాచార సాధనాలుగానే ఇవి ఆ దశలో బాగా ప్రాచుర్యం పొందగలిగాయి. కొత్తగా ప్రజల మధ్యలోకి రావడంతో వాటి పట్ల ఉత్సుకత, ఆదరణ బాగానే కన్పించింది. కొన్ని సందర్భాలలో ఈ ప్రసార - సమాచార సాధనాల ఆమోదం కోసం ప్రయత్నం జరిగింది.

తెలుగు భాషా వినియోగానికి ఇది ఒక కొత్త అవకాశాన్ని ఇచ్చిన దశ. ప్రజల మధ్యలోకి సమాచార మాధ్యమంగా రావటం భాషకు ముఖ్యంగా రాసే భాష పరంగా కొత్త అవకాశం. ఇంతకు ముందు శాసనాల ద్వారా లిఖిత రూపంలో సమాచారం ఇవ్వగలిగితే మౌఖిక రూపాలలో ప్రచారం కొనసాగాయి. దీనికి భిన్నంగా భాష రాత రూపంలో సమాజం మధ్యలోకి, ప్రజల దగ్గరకి వెళ్ళే ప్రయత్నాలు జరిగాయి. మతపరమైన విషయాలు, పౌరాణిక గాథలు, అస్పృశ్యత, వరకట్నం వంటి సామాజిక అంశాల ఆధారంగా ప్రసార మాధ్యమాలలో రచన ప్రక్రియలు ఉండేవి. భారత దేశ స్వాతంత్ర్య సంగ్రామం ఉధృతం కావటంతో దేశాభిమానం, దేశభక్తి, స్వాతంత్ర్య కాంక్ష వంటి అంశాలను తీసుకొని భాష ముందుకు వెళ్ళగలిగింది.

2. స్వాతంత్ర్యానంతరం 1980 వరకు

స్వాతంత్ర్యానంతరం వార్తా పత్రికలు, రేడియో, సినిమాలు వంటి మాధ్యమాలు స్థిరపడే ప్రయత్నాన్ని చేశాయి. బ్రిటీష్ పాలన నుండి విముక్తి చెంది స్వపరిపాలన ప్రారంభం కావటంతో ప్రసారమాధ్యమాలకు దిశానిర్దేశం చేసే ప్రయత్నం జరిగింది. టెలివిజన్ ప్రసారాలు పరిమిత స్థాయిలో 1959లోనే ప్రారంభమైనా 1965లో ఒక స్థాయికి రాగలిగాయి. 1965లో హిందీ వార్తలు, 1967లో కృషిదర్శన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. టెలివిజన్ ప్రసారాలకు సంబంధించి 1975-76 సంవత్సరం ఒక కీలకమైన మలుపు. ఉపగ్రహం ద్వారా ప్రాంతీయ భాషలలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రయోగాత్మకంగా చేపట్టారు. ఉపగ్రహ ప్రబోధాత్మక టెలివిజన్ ప్రయోగ పథకం కింద చేసిన ప్రాంతీయ భాష ప్రసారాలు, అందులో భాగంగానే తెలుగు భాషా ప్రసారాలు ఉండటం మన భాష వికాసానికి బాగా తోడ్పడింది. వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రసారం టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో చెప్పుకోదగ్గ పరిణామం. 1976లో ప్రారంభమైన ఈ ప్రసారాలు భాష విషయంలో కొత్త ప్రయోగాలకు ఆస్కారం ఏర్పడింది. 1982లో టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు రంగులలో రావటం, ప్రసారాలు ప్రత్యక్ష ప్రసారాలుగా ఉండటంతో ప్రసార మాధ్యమాలలో ఒక కొత్త మలుపు వచ్చింది. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల [illegible] విధానంలో తెలియకుండానే భాష పరిణామానికి తోడ్పాటు లభించింది. వార్తా [illegible] వ్యాప్తి పెరిగి దినవారి చర్యలో దిన పత్రికల ప్రాముఖ్యం ఎక్కువయ్యింది. కాలిక పత్రికలు, వార, మాస, పక్ష-మాస పత్రికల సృజనాత్మక రచనలకు అవకాశాలని పెంచాయి. భాష సాహిత్యాల చర్యలకు భిన్నంగా కథ, నవల వంటి సృజనాత్మక రచనల్లో భాష ప్రజలకు చేరువయ్యే ప్రయత్నాలు ముమ్మరంగా జరిగాయి.

దిన పత్రికలలో సామాన్య పాఠకుడికి అవసరమయ్యే రీతిలో వార్తలనే కాకుండా ఇతర సమాచారాన్ని సృజనాత్మక రచనలని అందించే ప్రయత్నాలు కన్పిస్తాయి. ఆంధ్ర పత్రిక, ఆంధ్రప్రభ, ఆంధ్రజ్యోతి వంటి దినపత్రికలు వార పత్రికలను కూడా ప్రారంభించాయి. స్వాతి, జ్యోతి వంటి మాస పత్రికలు కూడా ఈ సందర్భంగా పేర్కొనాలి. వార పత్రికలు, అన్నీ సచిత్ర వార పత్రికలుగా మారటం స్వాతంత్ర్యానంతర దశలో ప్రధాన లక్షణం, దిన పత్రికలైనా, వారపత్రికలైనా రచనల్లో వైవిధ్యం కన్పించేలా జాగ్రత్తలు తీసుకుని బాలలు, గృహిణిలు, వృద్ధులు ఇలా అందరికి సరిపడే అంశాలను అందించే దిశగా కృషి చేశాయి. ఇదే సమయంలో రేడియో ప్రసారాలలో చెప్పుకోదగ్గ మార్పులే వచ్చాయి. రేడియో ప్రభుత్వ యాజమాన్య సంస్థ కావటంతో ప్రభుత్వ పథకాల్ని, ప్రభుత్వ కార్యక్రమాలని అందించటానికి తోడ్పడ్డాయి. ప్రసార విషయంలో ప్రసార నియమావళి అంటూ ఒకటి ఏర్పరచి, ప్రసారం చేసే విషయాలు కొన్ని నైతిక సూత్రాలకు కట్టుబడి పిల్లల కార్యక్రమాల రూపకల్పన ఉంటుంది. పిల్లలకు, మహిళలకు, కార్మికులకు కార్యక్రమాలు విడిగా ఉంటాయి. అలాగే వయోజన విద్య కార్యక్రమాలు, భాష పరమైన కార్యక్రమాలు, వ్యవసాయ కార్యక్రమాలు, నాటకాలు నాటికలు, రూపకాలు, సంగీతం, శాస్త్రీయ సంగీతం వంటి విస్తృత శ్రేణిలో కార్యక్రమాలని రూపొందించి ప్రసారం చేసేవారు. టెలివిజన్ ప్రసారాలు తెలుగులో 1974లో ప్రారంభమయ్యాయి. తెలుగు భాష కార్యక్రమాలకు కొద్దిపాటి సమయం కేటాయించి ఇతర భాష కార్యక్రమాలని తెలుగులోకి అనువదించి ప్రసారం చేసేవారు. ప్రధానంగా సామాజిక అంశాలు, శాస్త్రీయ విజ్ఞాన అంశాలు కలిగిన డాక్యుమెంటరీలను తెలుగు తర్జుమాతో ప్రసారం చేసేవారు.

BRAOU

3. 1980-2000 మధ్య కాలం

1990 వరకు రేడియో, టీవీ ప్రసారాలు అవసరాన్నిబట్టి మార్పులు చేర్పులతో కొనసాగుతూ వచ్చాయి. 1980లో విద్యా కార్యక్రమాలని ఈ రెండు ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా ప్రసారం చేసే అవకాశం ఏర్పడింది. 1983లో డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం రేడియో పాఠాలను ప్రసారం చేయటం ఇందులో ఒక భాగం. 1980లోనే టెలివిజన్ కూడా యు.జి.సి గ్రాంట్ల కమీషన్, కేంద్ర విద్యా శిక్షణ మండలి కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేసింది.

వార్తా పత్రికల విషయంలో 1970లో ఈనాడు పత్రిక ప్రారంభం తెలుగు పత్రిక ప్రపంచంలో ఒక గొప్ప మలుపు. భాష విషయంలో వార్తల ప్రచురణ విషయంలో ఈ పత్రిక ఒక కొత్త పరిణామాన్ని సృష్టించింది. ఆ తరువాత ఉదయం, వార్త, వంటి దిన పత్రికలు ఈ దిశగా చేసిన కృషి చెప్పుకోదగినది. 1990 వరకు వార్త పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ప్రసార సాధనాలు అంచెలంచెలుగా ఎదుగుతూ వచ్చాయి. భాష విషయంలో వెసులుబాటును కల్పించుకుంటూ కొత్త పద బంధాలను ఏర్పరచుకుంటూ పారిభాషిక పదజాలాన్ని స్వంతం చేసుకుంటూ పరిణామం చెందగలిగాయి.

వార్త రాసే విధానంలో మార్పు భాషతోనే సాధ్యపడింది. సరళమైన భాష, చిన్న చిన్న వాక్యాలను వార్తలు రాయటంలో ఉపయోగించుకున్నారు. ఈ సమయంలోనే కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానం కొద్ది కొద్దిగా వెలుగు చూడటం మొదలయ్యింది. 1960లోనే కంప్యూటర్ వాడకం మొదలైనా పరిమిత ప్రయోజనాల కోసం మాత్రమే వాటిని వాడే కృషి కొనసాగింది.

4. 2000 తరువాత

2000 తరువాత భారతదేశం కూడా ఉపగ్రహ వ్యవస్థను పెద్దఎత్తున వాడుకోవటం, తనకుతానుగా ఉపగ్రహాలను ప్రయోగించగలగటం బహుళ ప్రయోజనాలకు అవకాశాలు ఏర్పడ్డాయి. శాటిలైట్ వ్యవస్థ క్రమేపి బలపడుతుండటంతో సమాచార వ్యవస్థ విప్లవాత్మక మార్పులకు చేయుత నిచ్చింది. ఒకదాని తరువాత ఒకటిగా అన్ని రంగాలు ప్రభావితం కావటం తప్పనిసరి అయింది. పత్రికలోకి గ్రాఫిక్స్ వంటి అవకాశాలు బాగా పెరిగాయి. రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల అవకాశాలు పెరిగాయి. ఛానెళ్ల విస్తరణ కావలసిన దానికన్న ఎక్కువ కావటానికి శాటిలైట్ వ్యవస్థ సామర్థ్యం దోహదపడింది. ఇదే సమయంలో ప్రపంచ యావత్తునూ పెద్ద ఎత్తున ప్రభావితం చేయగలిగిన సమాచార [illegible]ని కూడా తాకింది. తాకటమే కాకుండా అన్ని అంగాలలోకి చొరవతో వేగంగా చొచ్చుకుని పొగలిగింది. [illegible]బాటలు వేసింది. ప్రపంచ పరిణామాలతో మమేకమై వడివడిగా అందనంత వేగంతో క్షణ క్షణానికి ప్రపంచాన్ని మార్చగలిగే స్తోమత, ఊహించని మార్పులని, పరిణామాల్ని సృష్టించాయి. టెలికం సమాచార విజ్ఞానం, పత్రికలు, రేడియో టెలివిజన్ వ్యవస్థలు అన్ని కలగలిపి ఒకటిగా మారే ప్రయత్నంలో అపారమైన మార్పుని కల్పించాయి. ఇవన్నీ కలిసి ప్రసార మాధ్యమాలుగా రూపాంతరం చెందాయి. వేటికవిగా ఉంటూనే ఒకదానికి ఒకటి తోడ్పడుతూ ఎనలేని కొత్త కొత్త అవకాశాల్ని ప్రసార సాధనాలకు కట్టబెట్టాయి. స్వాతంత్ర్యానంతరం యాభై సంవత్సరాలలో వచ్చిన పరిణామాల కంటే భాష విషయంలో 2000 సంవత్సరం తరువాత వచ్చిన పరిణామాలే ఎక్కువ. భాషను మాట్లాడటంలో, రాయటంలో, చదవటంలో ఎంతో మార్పు కనిపిస్తుంది. తెలుగు భాషతో కలిసి ప్రయాణం చేయని భాషంటూ లేదంటే అతిశయోక్తి ఉండదు. ఇంచుమించు అన్ని భాషల నుంచి పదాలు వచ్చి తెలుగు భాషలో కలుస్తున్నాయి. తెలుగు భాష ఇప్పుడు ఒక ఉధృతమైన ప్రవాహిని నేపథ్యంలో ఉందనే చెప్పుకోవాలి.

2.3 భాష - ప్రయోగాలు

BRAOU

పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్‌లు సమాజ జీవనంలో కీలకమైన స్థానాన్ని పొందాయి. ఎలక్ట్రానిక్ రంగంలో త్వరితంగా ఏర్పడిన అభివృద్ధికి వివిధ పరిశోధనలే కారణం. ఇందుకు చొరవ చూపే ఆధునిక పరిజ్ఞానంలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పుల కారణంగా ఈ సాధనాలన్ని ప్రసార మాధ్యమాలుగా అనతికాలంలోనే ఎదగటం ఎవరు కాదనలేని సత్యం. పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్‌లో కనిపించే కమ్యూనికేషన్ ప్రక్రియలో భిన్నత్వం ఉంది. భిన్నత్వంతో పాటే కొన్ని సారూప్యాలు ఉన్నాయి. వాటి విశిష్ట లక్షణాల మధ్య ఉండే వ్యత్యాసాలకు ఇది అద్దం పడుతుంది. పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్లు జనమాధ్యమాలుగా కేవలం పట్టణ ప్రాంతాలకే పరిమితం కాలేదు. గ్రామీణ ప్రాంతాలకు కూడా చొచ్చుకొని వెళ్లగలిగాయి. ఇంటర్నెట్‌కు ఉండే విశిష్ట లక్షణం జనమాధ్యమాలకు భిన్నంగా సమాచార ప్రసారాన్ని అత్యంత వేగంగా నిర్వహించగలుగుతుంది. అమెరికా, యూరప్, రష్యా వంటి దేశాలలో జరిగే సంఘటన క్షణాల్లో మనం కూర్చుకున్న చోటికి చూపగలుగుతున్నాయి. ప్రపంచాన్ని భౌగోళిక గ్రామంగా మార్చివేయగలిగాయి. ప్రసార మాధ్యమాలకు ఉన్న శక్తికి ఇది తార్కాణం. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల శకంగా ఈ శతాబ్దాన్ని పేర్కొనడంలో అతిశయుక్తి ఉండదు. పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థలు కలగలిసి భారతదేశంలో మారుమూల గ్రామాలకు కూడా విస్తరించాయి. ప్రసార అవకాశాలు, ప్రసార సమయం, లెక్కగట్టి చెప్పడానికి వీలులేనంతగా సమాచారాన్ని చేరవేయగలుగుతున్నాయి.

ప్రసారాలను కనుక గమనిస్తే ప్రాంతీయ భాషని విస్తృత స్థాయిలో ముఖ్యంగా పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్లు, సినిమాలు, వినియోగించుకుంటున్నాయని తెలుసు. ఇంటర్నెట్ విషయానికి వస్తే ప్రాంతీయ భాష వినియోగం జరుగుతున్నా అవి ఇప్పుడిప్పుడే ఊపందుకుంటున్నాయి. ఈ అవకాశాల వల్ల వార్తాసేకరణ, రూపక ప్రక్రియ రచయితలు, సృజనాత్మక రచయితలు గణనీయంగా ప్రసార రంగంలోకి రాగలిగారు. తెలుగు భాషను ఒకప్పుడు పత్రికలకంటే రేడియో, టీవీ, సినిమాలే ప్రజలకు మరింత చేరువ చేశాయని భావించేవారు. కానీ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఒక విస్ఫోటనంలా

వెల్లువెత్తడంతో పత్రికలు మిగిలిన ప్రసార మాధ్యమాలన్నింటితోనూ పోటీపడే విధంగా కనిపించడం చూస్తాం. మాట్లాడే భాష, రాసే భాష ప్రసార సాధనాలలోని భాషపై తమ ప్రభావం చూపుతున్నాయి. మాట్లాడే భాషలో ఉండే రకరకాల ప్రాంతీయ సామాజిక మాండలికాలు రూపాంతరం చెందుతూ అందరికీ అర్థమయ్యే రీతిలో భాషను వినియోగిస్తున్నారు. అన్ని రకాల ప్రజలలోనూ, ఉద్దేశించి చేసే భావ ప్రసారంలో అందరికీ అర్థమయ్యే విధంగా భాషను వాడటం అన్ని భాషల్లోనూ సహజం. అలాంటి భాషను సామాన్య భాష అంటారు. ఈ సామాన్య భాషే ప్రామాణిక భాష. ఈ ప్రామాణిక భాషలో ఏకత్వం ఉంటుంది. అందరికీ అందుబాటులో ఉంటుంది. కాబట్టి ఆయా ప్రాంతాల, వర్గాల ప్రజల భాష అలవాటు చేయటం వల్ల కొంత భిన్నత్వం ఉంటుంది. ఈ భిన్నత్వం ప్రధానంగా కనిపించేది పదస్థాయిలో. ఉదాహరణకి అలా, అట్లా అని వాడటం చూస్తాం. గోంగూర, గోగాకు, పుంటికూర అని అనడం మనకు తెలిసిన విషయమే. ఈ రకమైన పర్యాయ పదాల వల్ల భాష పెరుగుతుందేకాని నష్టపోదు.

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విషయంలో మరొక ముఖ్య లక్షణం అన్ని సందర్భాలలోనూ రచనలను రూపొందించడం, మాట్లాడటం ఒకే వ్యక్తి చేయకపోవడం. ఇంచుమించు అన్ని ప్రసార మాధ్యమాలలోనూ బృంద కృషి కన్పిస్తుంది. ఈ నేపథ్యంలో భాష వాడకంలో రాసే, మాట్లాడే విధానం భిన్నంగా ఉండే అవకాశాలు ఎదురవుతూనే ఉంటాయి. అంటే రచనా విషయం, రచనా సందర్భం, రచనా వినియోగం, రచనా పరిమితులు, కళాకారుడు అన్ని కూడా ప్రసార మాధ్యమాలలోని భాష శైలిని చెప్పగలవు. మాట్లాడే భాషకీ, రాసే భాషకీ మరొక ముఖ్యమైన తేడాను గమనించవచ్చు. రచనా భాషలోలాగా మనం మాట్లాడుకునేటప్పుడు మన వాక్యాలు తరచుగా పూర్తికావు. విరామ చిహ్నాలు కన్పించవు. మనం శ్వాస ఏ మేరకు తీసుకుని వాక్యాలను మాట్లాడగలం అనేది ప్రధానంగా ఉంటుంది. రాసే వాక్యాల కంటే మాట్లాడేటప్పుడు వాక్యాలను మనం త్వరగా ముగిస్తాం. ప్రసార మాధ్యమాలలో వాడే భాష విషయంలో కొన్ని తప్పనిసరి తేడాలు కన్పిస్తాయి. ప్రసార మాధ్యమాలకున్న వాటివాటి విశిష్ట లక్షణాలను బట్టి ఈ పరిస్థితి ఏర్పడుతుంది. పత్రికకు రాయటం, రేడియోకు రాయడం ఒకటి కాదు. రేడియోకు, టీవీకి రాయడం ఒకేలాగ ఉండాలి. ఈ మూడు మాధ్యమాలకు రాసినట్లు సినిమాకు రాయలేం. వీటికి రాసిన విధంగా ఇంటర్నెట్‌కు రాయడం కుదరదు. రేడియోలో శబ్దానికీ, సంగీతానికీ అవకాశం ఉంటుంది. టెలివిజన్ రచనలో వీటికి దృశ్యం కూడా తోడవుతుంది. సినిమాలో దృశ్యాన్ని బట్టి రచన కొనసాగుతుంది. ఇంటర్నెట్ విషయంలో వీటన్నింటిని మించి కొత్త అవకాశాల్ని సాంకేతిక పరిజ్ఞానం కల్పించగలదు.

ఒక పత్రికలో మినహా శబ్దంతోపాటు నిశ్శబ్దం కూడా మనం మాట్లాడే భాషలో అంతర్భాగమే. రచనల్లో అంకెల వివరాలు వార్త సంక్షిప్త రూపాలు ఇటువంటివే మరికొన్ని సంకేత రూపాలు కూడా భాషను వాడటంలో తేడాల్ని సృష్టిస్తాయి. భాష రాసేటప్పుడు, మాట్లాడేటప్పుడు కొన్ని విషయాల్ని పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. ఉదాహరణకు సంవత్సరం అనే మాటలో తకార, శకార, సంయోజనం సరిగా పలకలేనప్పుడు 'ఏడాది' అనే మాటను వాడినా వచ్చే నష్టం లేదు. వాణిజ్య ప్రకటనలోనయితే భాష వినియోగం పరిమితంగా ఉంటుంది. తక్కువ మాటలు, అర్థవంతమైన మాటలు వాడటం వల్ల భావ ప్రకటన, ప్రకటన ప్రభావం పెరుగుతాయి. ప్రసార సాధనాల్లో భావ ప్రసారం సూటిగా స్పష్టంగా చేయడానికి అనుగుణమైనది సాధారణశైలి. కవితాత్మకంగా చెప్పే ఉద్వేగశైలిని అసాధారణ స్థితిని తెలియజేయడానికి వాడుకోవటం మంచిది. ప్రసార మాధ్యమాలలో వినేవారినైనా, చూసేవారినైనా, వినియోగించుకునే వారినైనా ప్రత్యక్షంగా సంబోధించే విధంగా ఆత్మీయత శైలిని సాధ్యమైన మేరకు వాడటం మంచిది.

పత్రికల్లో వాడే తెలుగు భాషకు చాలా చరిత్ర ఉంది. 19వ శతాబ్ది చివరిలో ప్రజల భాషను వాడాలనే ప్రయత్నం పత్రికల్లో మొదలైనా ఏవో కొన్ని పత్రికలు మాత్రమే ఆ ప్రయత్నాన్ని కొనసాగించగలిగాయి. 20వ శతాబ్ది మొదటి దశకం నుండి పత్రికల భాషను పరిశీలిస్తే ఒక పరిణామ క్రమం కన్పిస్తుంది. పత్రికలు, సినిమాలు ఇంచుమించు స్వాతంత్ర్యం వచ్చేదాకా ప్రసార మాధ్యమాలుగా కొనసాగటంలో భాష వినియోగంలో పరిణామం నిదానంగానే ఉండేది.

ప్రజల భాష, గ్రాంథిక భాషల మధ్య పోటీ మొదట్లో ఉన్నా మాధ్యమాలలో ప్రజల భాషే స్థిరపడటం కన్పిస్తుంది. మొదట్లో గ్రాంథికవాదులుగా ఉన్న కందుకూరి వీరేశలింగం, శివశంకరశాస్త్రి, తాపీ ధర్మారావు వంటివారు తర్వాత వ్యావహారిక భాషావాదులుగా మారారు. విశ్వనాథ సత్యనారాయణ అటు గ్రాంథికంలోనూ, ఇటు వ్యావహారికంలోనూ సిద్ధహస్తుడు. విశ్వనాథ వారన్నట్లు, "ఏ కవికి, ఏ రాతగాడికి ఎప్పుడు ఏది రమ్యంగా ఉందని తోస్తే అది రాస్తాడు.

BRAOU

అది రమ్యం కాదని తోస్తే కాలమే తోసేస్తుంది." భాష ఏ భాష అయినా ఎప్పుడూ ఒకే విధంగా ఉండదు. అది పరిణామం చెందుతుంది. ఎలా పరిణామం చెందుతుందని చెప్పలేము. ఈ నేపథ్యంలో స్వాతంత్ర్యానంతరం పత్రికల ప్రచురణలో వచ్చిన మార్పులకు కారణం, ప్రజల అవసరాలలో వచ్చిన మార్పులే అని గుర్తించాలి. భాష మారటం ప్రారంభించి రేడియోలో తెలుగు ప్రసారాల స్థాయి పెరగటంతో దాని ప్రభావం భాష రాసే విధానంపైనా మొదలయింది. సినిమాలో మార్పులు భాషపరంగా రావటం ఈ సమయంలోనే ప్రారంభమైంది. రంగస్థల నటులు తెరమరుగై కొత్తతరం నటులు రావటంతో మార్పు కనపడటం ప్రారంభించింది. సినిమా రచనలు కూడా కొత్తవారు చేయటం ఇక్కడ తోడ్పడింది. ఆ తరువాత టెలివిజన్ రంగ ప్రవేశం చేయటంతో ప్రసార మాధ్యమాలలో మాట్లాడేభాషకు అవకాశాలు గల మాధ్యమాలే ఎక్కువ ఉండటంతో భాష త్వరితగతినే మారటం ప్రారంభించింది.

విద్యుత్తు అయస్కాంత తరంగాల గుర్తింపుతో రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసార సాధనాలు స్థిరపడటం, విస్తరణ చెందటం జరిగిన విధంగానే భారతదేశంలో అంతరిక్ష పరిశోధనల విజయాల కారణంగా ఉపగ్రహ వ్యవస్థ ఏర్పడింది. శాటిలైట్ ద్వారా ప్రసార మాధ్యమాలకు చేయూత లభించింది. శాటిలైట్ వ్యవస్థ సామర్థ్యాలు, మల్టీమీడియా అవకాశాలను బాగా పెంచి ప్రసార సాధనాలకు పదును పెట్టగలిగింది. ఈ కారణంగా ప్రసార మాధ్యమాలు సాంకేతిక పరిజ్ఞాన ప్రమేయంతో ఒకదానికొకటి దగ్గరగా రావటం ప్రారంభించాయి. భాషను ఎలా వాడినా దగ్గరగా జరిగే అవకాశాలు ప్రసార మాధ్యమాలలో కన్పించటం ప్రారంభించింది. భాష వాడకంలో క్రమేపీ పరిణామాలు చోటు చేసుకోగలిగాయి.

ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రజల దగ్గరికి వెళ్ళే ప్రయత్నంలో ప్రజల భాగస్వామ్యాన్ని ప్రసారాలలో కల్పించటం వల్ల భాషకు కొత్త రూపం రావటం ప్రారంభమైంది. మాట్లాడే విధంగా రాయటం, అన్యదేశ్యాలను విరివిగా మాటల్లోకి చొప్పించగలగటంతో భాషా విస్తరణ పెద్ద ఎత్తునే జరిగింది. 1990వ దశకంలో ఇంటర్నెట్ రంగ ప్రవేశంతో ప్రసార మాధ్యమాలలో భావ ప్రసారంలో వేగం బాగా పెరిగింది. ప్రసార మాధ్యమాలు జన మాధ్యమాలుగా ఉంటూనే వ్యక్తిగత మాధ్యమంగా కూడా అవతరించే అవకాశాలు ఏర్పడ్డాయి. 2000 సంవత్సరం తరువాత వేగం అమితంగా పెరిగి ప్రసార మాధ్యమాలు ఒకే గొడుగు కిందికి వచ్చాయి. ఈ కలయిక, కలయికతోపాటు వేగం, వినియోగదారుడు (పాఠకుడు, ప్రేక్షకుడు, వీక్షకుడు, శ్రోత) భాగస్వామ్యంగా ఉండటంతో భాష ఎల్లలను దాటి మారుతూ వస్తోంది. ప్రపంచీకరణ దీనికి తోడై ప్రపంచం ఒక కుదించిన గ్రామంగా రూపాంతరం చెందింది. భాష భావ ప్రసార వాహికగా ప్రసార మాధ్యమాలపైనా పై చేయి సాధించగలిగింది. పడవడిగా భాష వినియోగంలో మార్పులు వచ్చి చేరుతున్నాయి.

ప్రసార మాధ్యమాలలో భాష తన రూపాన్ని మార్చుకుంటూ ఉంది. వాక్య నిర్మాణాలలో మార్పులు వస్తున్నాయి. కొత్తగా పదాలను పేర్చుకుంటూ మార్పులు వస్తున్నాయి. 'విలేఖరి' అని కొంత కాలం వాడిన తరువాతనే 'విలేకరి' అనేమాట వాడుకలోకి వచ్చింది. మళ్ళీ మారిన పరిస్థితులలో 'రిపోర్టర్' అని రాసే పరిస్థితులు వస్తున్నాయి. ఒకప్పుడు మన భాషలో విరామ సంకేతాలు ఉండేవికావు. శాసనాలలో నిలువు గీతలు ఉండేవి. గడిచిన శతాబ్దంలో అచ్చుఅయిన కొన్ని పుస్తకాలలో కామగా, ఒక గీతను, ఫుల్‌స్టాప్‌గా రెండు గీతలను వాడారు. ఆ తరువాత ఇంగ్లీష్‌లో వాడే సమస్త సంకేతాలు ముఖ్యంగా పత్రిక భాషలో వాడుకుంటున్నాం. అటువంటిది ఫుల్‌స్టాప్‌కు బదులు రెండు లేదా ఎక్కువ చుక్కలను పెడుతూ పదాలను విడదీసి మాట్లాడుతున్నాం. దాన్నే రాత రూపంలో ప్రతిబింబించే విధంగా చేస్తున్నాం. ఇతర భాషల నుంచి చాలా పదాలు తెలుగులోకి వచ్చి చేరుతున్నాయి. ఫలానా భాష నుంచి వచ్చిన పదమే అని చెప్పకపోతే అది తెలుగు పదమని మనం అనుకుంటాం. ఇంగ్లీషుతో పోల్చితే తెలుగులోకి అలా ఎన్ని పదాలు వచ్చాయో లెక్క తేల్చి చెప్పటం కష్టం. నువ్వా, నేనా అనటానికి బదులు ఎంత తేలికగా అమీ, తుమీ అని వాడగలుగుతున్నామో గమనించండి. మనం చెప్పుకునే వరకు ఇది బెంగాలీ పదం అని తోచదు. హుండీ, షరతులు, జమాఖర్చులు, బాకీ, ఫిర్యాదు మొదలైన పదాలు ఎన్నిటినో అవి ఏ భాషవో తెలియకుండానే వాడుతున్నాం. టిక్కెట్టు, జైలు, బస్సు, కార్డు మొదలైన ఇంగ్లీషు మాటలు మన తెలుగులో ఇలాగే కలిసి పోయాయి. ప్రజల నుంచి వచ్చిన భాషలో నుంచి స్థిరపడ్డ పదాలు లేకపోలేదు. రైలు లాంటి శబ్దానికి అర్థం మారినప్పటికి ప్రజల నుంచి వచ్చినది కనుక ప్రజలకు అర్థమవుతుంది. కనుక ట్రయిన్ అనేపదానికి బదులుగా రైలు అనే పదాన్నే వాడుతున్నాం. ఏడాది అలాంటి ఒక పదమే. ఏడు దేశ్యం. మొదలు అనే అర్థంలో ఆది సంస్కృత శబ్దం. ఇలాంటి మిశ్రమ సమాసాలు చాలానే తటస్థ పడుతుంటాయి. చెవికి ఇంపు అనిపిస్తే వాటిని వాడుకోవటంలో అభ్యంతరాలు ఏవీ కన్పించడం లేదు. ఇంగ్లీష్ నుంచి తెలుగులోకి చాలా

BRAOU

మాటలే వచ్చాయి. ఇంగ్లీష్ మాటలు తెలుగులోకి రావటం వల్ల కొన్ని కొత్త చిక్కులు వస్తున్నాయి. ఇందుకు కారణం తెలుగు రాతలో ఉచ్చరించడానికి వీలులేని ధ్వనులు ఇంగ్లీష్‌లో ఉండటమే. Map, Bat, Cap మాటల్లో అచ్చును సూచించటం కష్టం. ఈ కారణంగా మ్యాప్, బ్యాట్, కేప్ అని కొందరంటే మ్యాప్, బ్యాట్, క్యాప్ అనిమరికొందరు మాప్, బాట్, కాప్ అని ఇంకొందరు ఉచ్చరిస్తున్నారు. అలాగే ఇంగ్లీష్, హిందీ భాషల్లో హలంత మాటలు ఎక్కువ. వాటిని తెలుగులో పొల్లుతో చెప్పవచ్చు. 'class'ను 'క్లాస్' అని 'Glass'ను 'గ్లాస్' అని, 'Tape'ను 'టేప్' అని ఉచ్చరిస్తుంటాం. బ్రిటీష్ వారి పరిపాలన కారణంగా మనం ఇంగ్లీష్ పదాలు సంభాషణలోను సాధారణ భాషలోనూ కనిపిస్తాయి. ఇంటర్నెట్ వినియోగం మొదలైనప్పటి నుండి ఇంగ్లీష్ పదాలు, ఇంగ్లీషు ద్వారా వచ్చే పదాలు తెలుగు భాషలోకి కోకొల్లలుగా వచ్చి చేరుతున్నాయి. ఇంగ్లీష్ భాషలో ఉండే క్లుప్తరూపాలు, సంక్షిప్త అక్షర రూపం ఉండే పదాలు మన భాషలోకి తేలికగా రాగలుగుతున్నాయి. మరోవైపు ఈ అనుసరణతో పాటు అనువాదాల అవసరం ఎక్కువవుతున్నది. అనువాదంలో ఏర్పడే భాష సాంస్కృతిక సమస్యలను పక్కన బెట్టి చాలా సందర్భాలలో ఇతర భాష పదాలు తెలుగు భాషలోకి సమానార్థకంగా రాగలుగుతున్నాయి. సాంకేతిక విజ్ఞాన శాస్త్రాల అంశాలను రాస్తున్నప్పుడు సమానార్థక పదాలు తెలుగులో తక్కువ కావటంలో సాంకేతిక పదాలు యథాతథంగా తెలుగులోకి వచ్చి చేరుతున్నాయి. కాని కొన్ని సందర్భాలలో సంస్కృత పదాలనే వాడుతున్నాం. నైట్రోజన్, ఆక్సిజన్ వంటి వాటిని నత్రజని, ఆమ్లజని అని చెప్పటం మనం చూస్తాం. కొన్ని సందర్భాలలో తెలుగు పదానికి ఇతర భారతీయ భాష పదానికి, అంతర్జాతీయంగా వాడే పదానికి మధ్య పదభావన సరిగా ఉంటుందో లేదో అనే భావనతో నేరుగా ఆ భాష పదాన్నే తెలుగులో వాడుతున్నాం. అటువంటిదే హైడ్రోజన్, ఉదజని అని అనగల్గినా హైడ్రోజన్‌నే వాడుతున్నాం.

మారిన పరిస్థితుల్లో భాష వాడకం ఒకేరీతిలో అన్ని మాధ్యమాలలోనూ కనిపించటం ఒక కొత్త పరిణామం. కాకపోతే ఇంటర్నెట్‌కు సంబంధించి మల్టీమీడియా ప్రక్రియలలో ఇతర సందర్భాలలో వాడుతున్న తెలుగు భాష భిన్నంగా ఉంటుంది. వేగంగా విషయాన్ని చెప్పటానికి క్లుప్తంగా వ్యక్తీకరించటానికి అనువుగా భాషను, పదాలను కుదించి కొన్ని సందర్భాలల్లో సంకేతాల రూపంలోనూ రాసే విధానం కనిపిస్తుంది. 'U'ను 'You' అనే పదానికి బదులుగా వాడటం వంటి సందర్భాలు ఎన్నో కనిపిస్తాయి. ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు భాష ఇప్పుడిప్పుడే విస్తృత ఉపయోగానికి వస్తుండటంతో ఇటువంటి ప్రయోగాల గుర్తింపు ఇంకా కొంత సమయం పట్టవచ్చు. పదాలు, పదరూప భేదాల విషయంలోనే కాకుండా వాక్య నిర్మాణ క్రమంలో కూడా వ్యత్యాసాలు కనిపిస్తున్నాయి. 50 సంవత్సరాల క్రితం ఉన్న వాక్య నిర్మాణ విధానం ఇప్పుడు లేదు. ఏ కారణం చేతనైనా గాని రాసే సందర్భాలు ఎక్కువ ఉండటం వల్ల ఇంగ్లీష్ పదాలు అవసరం లేకపోయినా వాడటం కనిపిస్తుంది. ఉదాహరణకు 'లోకల్ బాడీలు నిర్మించిన రోడు', 'యం.సెట్ కౌన్సిలింగ్' వంటివి చాలా కనిపిస్తాయి. పత్రికలలో పనిచేయటానికి వచ్చే కొత్త తరం వారు చాలా మంది ఇంగ్లీష్ మీడియంలో చదివిన వారు కావటం వల్ల వాక్య నిర్మాణంలో ఇంగ్లీష్ ప్రభావితం చేస్తున్నదన్న వాదన లేకపోలేదు.

భాషలో ఎటువంటి ప్రయోగాలు జరుగుతున్నప్పటికీ భాష వికాసం కోసం కృషి చేయవలసిన అవసరం ఉంటుంది. వివిధ మాండలికాలలో వివిధ వృత్తులలో, కులాలలో లభించే మంచి పదాలను సేకరించుకొని భాషను సంపద్వంతం చేసుకోవలసిన అవసరం ఏర్పడింది. ఈనాడు పత్రికలలో అచ్చును కూర్చే ప్రక్రియ పూర్తిగా మారిపోయి కంప్యూటర్ల మీదే అక్షరాల కూర్పు జరుగుతోంది. ఫాంట్ల విషయంలో కూడా పరిశీలన జరిపి ప్రమాణీకరించుకోగలగటం భాషా వికాసంలోని భాగమే. ఇంగ్లీషు మాదిరిగానే పదరూప భేదాలు ఎన్ని ఉన్నా స్పెల్‌చెక్, గ్రామర్ చెక్ వంటి వాటిలా శబ్ద ప్రమాణీకరణ చేసుకునే ప్రయత్నం జరగాలి. ఏది ఏమైనా భాష ఎప్పుడు ఒకే విధంగా ఉండదు. అది పరిణామం చెందటానికి ప్రతి బంధకాలు కల్పించుకోకూడదు. ఏకరూపత, స్పష్టమైన అర్థాలు, వాక్య నిర్మాణ క్రమం మొదలైన విషయాలలో పద్ధతులను, ప్రమాణాలను నిర్ణయించుకోవటం ప్రస్తుత అవసరంగా కన్పిస్తుంది.

2.4 రచన - వైవిధ్యాలు

పత్రికలలో మనం ఇప్పుడు వాడుతున్న భాష పత్రికల భాష. అట్లాగే ప్రసార మాధ్యమాలలో వాడుతున్న భాష మాధ్యమాల భాష అని చెప్పుకోవచ్చు. ఎందుకంటే ప్రభుత్వ పాలన వ్యవహారాల్లో వాడుతున్న భాష తెలుగులోకి అనువదించిన చట్టాల్లోని భాష, నిత్యవ్యవహారాలలో జనం మాట్లాడుకునే భాష, పాఠ్యపుస్తకాలలో ఇప్పటికీ వాడుతున్న

BRAOU

భాష వేరువేరుగా ఉన్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో రచనలో వైవిధ్యాలను గమనించవచ్చు. ఈ పాఠ్య భాగంలో చర్చను మాధ్యమాల రచనకే పరిమితం చేసి వివరించే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. మౌలికంగా మాధ్యమాలలో వాడే భాష ఒకటే అయినప్పటికీ ప్రతి మాధ్యమానికి ఉన్న విశిష్ట లక్షణాలను బట్టి రాసే విధానంలో మార్పు కనిపిస్తుంది. ప్రతి మాధ్యమంలోనూ రచన రూపాలు భిన్నంగా ఉంటాయి. రచనా అవసరాలు వేరుగా నిర్దిష్టమైన లక్ష్యంతో కనిపిస్తాయి. పత్రికలలో వార్తా రచన, ఫీచర్లు, సంపాదకీయం, సినిమాలు, క్రీడలు, యువతరం, పిల్లలు, మహిళలు వంటి అంశాలకోసం ప్రత్యేకించి రచనలు వస్తున్నాయి. రాసే భాష పత్రికా రచనలకు ఒక్కటే అయినా రచనా ప్రక్రియను బట్టి వైవిధ్యం ఉంటుంది. వార్తను వార్తగా రాసే విధానం వేరు. ఎప్పుడు, ఎక్కడ, ఎందుకు, ఏమిటి, ఎవరు, ఎలా అనేది వార్తను ప్రారంభించటంలో ముఖ్యమైన సూత్రం. వార్తలోని వార్తాంశాల ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి తిరగేసిన పిరమిడు రూపంలో వార్తను పొందుపరుస్తారు. స్థలాన్ని బట్టి, అవసరాన్ని బట్టి, ఈ రూపంలో చివరిలో ఉండే అప్రధాన వార్తాంశాల్ని తీసే వెసులుబాటు దీనివల్ల కలుగుతుంది. సంపాదకీయం రాయటం ఒక భిన్నమైన ప్రక్రియ. పదబంధాలు, సంశ్లిష్ట వాక్యాలు, విశేషణాలు ఇందులో ఎక్కువగా కనిపిస్తాయి. రాసే అంశాన్నిబట్టి గంభీరంగాను హాస్య ధోరణిలోనూ ఉంటుంది. మిగతా రచన రూపాల విషయంలో విషయాన్ని బట్టి రాసే ప్రయత్నం చేస్తాం. ఆయా విషయాలకు సంబంధించిన ప్రత్యేక పదబంధాలను, పదభావనలను పొందుపరుస్తాం. రేడియో, టెలివిజన్, విషయానికి వస్తే మౌఖిక భాషే రాసే భాషగా ఉంటుంది. ఈ రెండు మాధ్యమాలలోను రచనా ప్రక్రియ కార్యక్రమ రూపాలను బట్టి ఉంటుంది.

ప్రసంగం, సంభాషణ, చర్చ, డాక్యుమెంటరీలు, రూపకం, నాటిక, నాటకం, కథ, ఇటువంటివే మరెన్నో రూపాలు కనిపిస్తాయి. ఈ మాధ్యమాలకు రాసేభాషని వినడానికి రాస్తారు. విరామచిహ్నాలు, ఉచ్చారణ, మన ఉచ్ఛ్వాస, నిశ్వాసాల ఆధారంగా ఉంటాయి. ఒకే పదాన్ని ఒకే వాక్యాన్ని ఒక్కొక్క వ్యక్తి, ఒక్కోరకంగా చెప్పే అవకాశం ఉంది. రచనకు తోడుగా, శబ్దాలు, సంగీతం, నిశ్శబ్దం మొదలైనవి సహకరిస్తాయి. ఇవన్నీ కూడా రచన రూపాలలో వాస్తవికతను సృజనాత్మకతను పెంచగలవు. సృజనాత్మకం కాని రచనలు ఈ మాధ్యమం కోసం చేసినప్పుడు ఆ విషయానికి సంబంధించిన ప్రత్యేకించిన పదాలుగాని, పారిభాషిక పదాలుగాని, చిన్న చిన్న వాక్యాలలో అమర్చివేస్తాం. సినిమాల విషయంలో నిడివి కథా కథనం, పాత్రలు, చిత్రీకరణ ప్రదేశాలు, పాత్రల వయస్సు మొదలైన అంశాలు కీలకమైనవి. సినిమాలు, కథా చిత్రాలు, డాక్యుమెంటరీలు, ఈ రెండు రూపాలే ఎక్కువగా ఉంటాయి. కాబట్టి రచన, రచయిత, ఊహాత్మకత శక్తిని బట్టి, భాష నైపుణ్యాన్ని బట్టి ఉంటుంది. ఇంటర్నెట్ విషయంలో తెలుగులో రచనా రూపాలు ఇప్పుడిప్పుడే రూపుదిద్దుకుంటున్నాయి. గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ రూపంలోనూ, మల్టీమీడియా రూపంలోనూ రచనలు కనిపిస్తాయి. ఇవి తప్పితే మిగతావి సమాచారాన్ని సేకరించి అందించేవే.

ప్రసార మాధ్యమాలలో రచన రూపం ఏదైనా కొన్ని నియమాలు పాటించటం తప్పనిసరి. ఏ ప్రసార మాధ్యమానికైనా ఇది వర్తిస్తుంది. భాషను వాడటంలో నిబద్ధతను పాటించవలసి వచ్చినప్పుడు వీటి అవసరం చాలా ఉంటుంది. ప్రధానమైన కొన్ని నియమాలని ఇక్కడ తెలుసుకుందాం.

భాషలో చాలా వైవిధ్యం ఉంది. ప్రాంతీయ వైవిధ్యాన్ని మాండలికం అని, వ్యక్తులను బట్టి ఏర్పడే వైవిధ్యాన్ని శైలి వైవిధ్యం అని పేర్కొంటారు. రచనలో ఈ వైవిధ్యాల వినియోగాన్ని నేర్పుగా ఉపయోగించాలి. పారిభాషిక పదాలు అర్థమయ్యే రీతిలో చెప్పాలి. వృత్తులని బట్టి కేవలం విషయ కారణంగా ఏర్పడే వైవిధ్యాన్ని గుర్తించాలి. గుర్తించిన దాన్నిబట్టి సరియైన పరిభాష ప్రయోగించాలి. విషయ ప్రధాన రచనలో చెప్పుతున్న విషయానికి ప్రాధాన్యం ఉంటుందని గుర్తించాలి. సృజనాత్మక రచనలో చెప్పే పదానికి ప్రాధాన్యం అంటే భాషను ఉపయోగించే పద్ధతికి, కూర్పుకు ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలలో ఆంగిక, వాచిక, భాషా, వ్యవహార శైలి ప్రధానమైనది.

ప్రసార మాధ్యమాలలో భాష పరిణామం చెందుతున్న తీరు మనకు కొత్తయేమీ కాదు. గడిచిన రెండు శతాబ్దాలలో పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమాలతోపాటు భాష పరిణామం చెందటాన్ని చూస్తున్నాం.

ఇంటర్నెట్ వచ్చిన తరువాత భాష వినియోగంలో కొత్త ప్రయోగాలు ఇప్పుడిప్పుడే ప్రారంభమయ్యాయి. తెలుగుభాష పరిణామ క్రమంలో పదరూప భేదాన్ని, వాక్య నిర్మాణ భేదాలని, ప్రయోగాల్ని గమనించాం. అవసరాన్ని బట్టి ప్రసరణ వేగాన్ని బట్టి భాష రూపాంతరం చెందుతూ వస్తుంది. ఇతర భాషలతో పాటు తెలుగు భాష పరిణామం చెందుతున్న

BRAOU

క్రమంలో కొత్త ప్రయోగాలు కనిపిస్తున్నాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో లభిస్తున్న అవకాశాలు ఆసరాగా మనం వాడుతున్న భాష కొత్త తీరులో ప్రదర్శితమవుతుంది. ఇవన్నీ కూడా పరిణామంలోని అంతర్భాగాలే. ఈ పరిణామం ఏ స్థాయి వరకు వెళుతుందో, ఏ వైపుగా వెళుతుందో తేల్చి చెప్పడం తేలికైనదికాదు. భాష కొత్త కొత్త ప్రయోగాలని తన స్వంతం చేసుకుంటూ విస్తరిస్తూ ముందుకు వెళ్ళుతుందనటం మాత్రం సందర్భోచితమే. భాష ప్రామాణికత విషయంలో కొత్త వేదిక ఏర్పడుతుందో లేదో మాత్రం మనం వేచి చూడాలి.

అభ్యాసం-1

1980-2000 మధ్య కాలంలో మాధ్యమాల విస్తరణలో వచ్చిన మార్పులను పేర్కొనండి.

____

____

____

____

____

అభ్యాసం-2

2000 తరువాత మాధ్యమాల విస్తరణలో ఉపగ్రహ వ్యవస్థ ప్రమేయాన్ని పేర్కొనండి.

____

____

____

____

____

____

BRAOU

2.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సమాచార విజ్ఞాన అభివృద్ధితో ఎలక్ట్రానిక్ రంగాలలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పుల కారణంగా ప్రసార మాధ్యమాల అన్నిటిలోకి ఎలక్ట్రానిక్ సాంకేతికత ప్రవేశించింది.
- ప్రసార మాధ్యమాల విస్తరణ ప్రధానంగా నాలుగు దశలుగా వర్గీకరించవచ్చు. అవి : 1. స్వాతంత్ర్య పూర్వదశ 2. స్వాతంత్ర్యానంతరం 1980 వరకు 3. 1980-2000 మధ్యకాలం, 4. 2000 తరువాత.
- వార్తా పత్రిక విషయంలో అచ్చు యంత్రాన్ని గుటెన్‌బర్గ్ కనుగొనటంతో 1619లోనే పత్రికలు వెలుగు చూసే ప్రయత్నం చేశాయి.
- 1780లో జేమ్స్ ఆగస్టస్ హిక్ "బెంగాల్ గజెట్" అనే వార్తా పత్రికను మన దేశంలో ప్రారంభించాడు. భారత దేశంలో వచ్చిన ప్రధానమైన వార్తా పత్రికలో మొదటిది ఇదే.
- తొలి తెలుగు పత్రిక వృత్తాంతిని 1853లో వచ్చింది.
- టెలివిజన్ ప్రసారాలకు సంబంధించి 1975-76 సంవత్సరం ఒక కీలకమైన మలుపు. ఉపగ్రహం ద్వారా ప్రాంతీయ భాషలలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రయోగాత్మకంగా చేపట్టారు.
- టెలివిజన్ ప్రసారాలు తెలుగులో 1974లో ప్రారంభమయ్యాయి.
- మొదటిసారిగా విద్యాప్రయోజనాల కోసం 1983లో డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం రేడియో పాఠాలను ప్రసారం చేశారు.

- వార్తా పత్రికల విషయంలో 1970లో ఈనాడు పత్రిక ప్రారంభం తెలుగు పత్రిక ప్రపంచంలో ఒక గొప్ప మలుపు.
- ఒకప్పుడు మన భాషలో విరామ సంకేతాలు ఉండేవికావు. కామాగా ఒక గీతను, ఫుల్‌స్టాప్‌గా రెండు గీతలను వాడేవారు.
- పత్రికలలో, ప్రసారమాధ్యమాలలో, జన వ్యవహారాల్లో, పాఠ్య పుస్తకాలలో వాడుతున్న భాష వేరువేరుగా ఉంటున్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో రచనలో వైవిధ్యాలను గమనించవచ్చు.

2.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. మాధ్యమాలలో భాష ప్రయోగాలను వివరించండి.
2. స్వాతంత్ర్య పూర్వ దశలో మాధ్యమాల విస్తరణ గురించి రాయండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. స్వాతంత్ర్యానంతరం 1980 వరకు మాధ్యమాల విస్తరణ గురించి రాయండి.
2. మాధ్యమాలలో రచన వైవిధ్యాన్ని పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. 1980-2000 మధ్యకాలంలో రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాల అవసరాన్ని బట్టి మార్పులు చేర్పులతో కొనసాగుతూ వచ్చాయి. 1980లో ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా విద్యా కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేసే అవకాశం ఏర్పడింది. 1983లో డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం రేడియో పాఠాలను ప్రసారం చేయటం ఇందులో ఒక భాగం. 1980లోనే టెలివిజన్‌లో యు.జి.సి., కేంద్ర విద్యా శిక్షణ మండలి కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేయటం మొదలైంది. వార్తా పత్రికల విషయంలో 1970ల్లో ఈనాడు పత్రిక ప్రారంభమైనా 1980 తరువాతే భాష వాడుక విషయంలో, వార్తల ప్రచురణ విషయంలో ఒక కొత్త పరిణామాన్ని సృష్టించింది. ఆ తరువాత ఉదయం, వార్త వంటి పత్రికలు ఈ దిశగా కృషి చేశాయి. రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ప్రసార సాధనాలు అంచెలంచెలుగా ఎదుగుతూ వచ్చాయి. భాష విషయంలో వెసులుబాటును కల్పించుకుంటూ కొత్త పదబంధాలను ఏర్పరుచుకుంటూ పారిభాషిక పదజాలాన్ని సొంతం చేసుకుంటూ పరిణామం చెందగలిగాయి. ఈ సమయంలోనే కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానం కొద్ది కొద్దిగా వెలుగుచూడటం మొదలయ్యింది.
2. 2000 తరువాత భారత దేశం కూడా ఉపగ్రహ వ్యవస్థను పెద్ద ఎత్తున వాడుకోవటం, తనకు తానుగా ఉపగ్రహాలను ప్రయోగించడంతో బహుళ ప్రయోజనాలకు అవకాశాలు ఏర్పడ్డాయి. శాటిలైట్ వ్యవస్థ క్రమేపి బలపడుతుండటంతో సమాచార వ్యవస్థ విప్లవాత్మక మార్పులకు చేయూతనిచ్చింది. ఒకదాని తరువాత ఒకటిగా అన్ని రంగాలు ప్రభావితం కావటం తప్పనిసరి అయింది. పత్రికల్లోకి గ్రాఫిక్స్ వంటి అవకాశాలు బాగా పెరిగాయి. రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల అవకాశాలు పెరిగాయి. ఛానెళ్ల విస్తరణ కావలసినదానికన్నా ఎక్కువ కావటానికి శాటిలైట్ వ్యవస్థ సామర్థ్యం దోహద పడింది. ఇదే సమయంలో ప్రపంచ యావత్తు పెద్ద ఎత్తున ప్రభావితం చేయగలిగిన సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం మనదేశాన్ని తాకింది. టెలికం, సమాచార విజ్ఞానం, పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ వ్యవస్థలు అన్ని కలగలిపి ఒకటిగా మారే ప్రయత్నంలో అపారమైన మార్పులని కల్పించాయి. ఇవన్నీ కలిసి ప్రసార మాధ్యమాలుగా రూపాంతరం చెందాయి. స్వాతంత్ర్యానంతరం యాభై సంవత్సరాలలో వచ్చిన పరిణామాల కంటే భాష విషయంలో 2000 సంవత్సరం తరువాత వచ్చిన పరిణామాలే ఎక్కువ. భాషను మాట్లాడటంలో, రాయడంలో, చదవటంలో ఎంతో మార్పు కనిపిస్తోంది. తెలుగు భాషతో కలిసి ప్రయాణం చేయని భాషంటూ లేదంటే అతిశయోక్తి కాదు.

BRAOU

భాగం-3 వార్తాపత్రికలు - కాలిక పత్రికలు

విషయక్రమం

3.0 ఉద్దేశం

3.1 ప్రవేశిక

3.2 తెలుగు పత్రికల వికాసం

3.3 వార్తా పత్రికలు

3.3.1 ఉత్తరాలు

3.3.2 వార్తా కథనాలు

3.3.3 ఫీచర్లు

3.3.4 మానవాసక్తికర కథనాలు

3.3.5 కథలు, సీరియల్ నవలలు

3.3.6 ఆదివారం అనుబంధం

3.3.7 ప్రకటనలు

3.4 కాలిక పత్రికలు - రచనలు

3.4.1 శీర్షికా రచనలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

3.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

9.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

3.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- పత్రికల ఆవిర్భావ వికాసం
- వార, పక్ష, మాస, ద్వైమాసిక, త్రైమాసిక పత్రికల తీరుతెన్నులు

3.1 ప్రవేశిక

వెలువడే నిర్ణీత కాల వ్యవధిని బట్టి పత్రికలు పలురకాలు. దినపత్రికలు, వారపత్రికలు, పక్ష పత్రికలు, మాస పత్రికలు, ద్వైమాసిక, త్రైమాసిక పత్రికలతో పాటు ఆరూ నెలలకోసారి, సంవత్సరానికొకసారి వెలువడే పత్రికలు కూడా ఉన్నాయి.

దినపత్రికలు ఎక్కువగా రోజువారీ జరిగే సంఘటనలకు, సమస్యలకు, దైనందిన జీవనశైలికి అద్దంపట్టే వార్తా పత్రికలుగా మనుగడ సాగిస్తున్నాయి. వార, మాస తదితర కాలిక పత్రికలన్నీ రాజకీయ, సాహిత్య, సకుటుంబ సపరివార

పత్రికలుగా చెలామణి అవుతున్నాయి. వీటితోపాటు కాలిక పత్రికలు ఆరోగ్యం, వాస్తు, వ్యక్తిత్వ వికాసం, సైకాలజీ వంటి ప్రత్యేక అంశాలపై కూడా దృష్టి సారిస్తున్నాయి.

ప్రధానంగా రోజువారీ వ్యవహారాలు తెలుసుకునేందుకు పత్రికలను కొంటుంటారు. అయితే మారిన పరిస్థితుల్లో కేవలం వార్తల కోసమే పత్రికలు కొనే స్థితిలేదు. అందుకే అన్ని వయస్సుల వారిని ఆకర్షించడానికి పత్రికల్లో వివిధ రకాల రచనలను ప్రచురిస్తున్నారు. ఏ పత్రిక ఎంత ఆకర్షణీయంగా, ఎంత విభిన్న శీర్షికల్ని నిర్వహిస్తే అంతగా పాఠకుల అభిమానాన్ని చూరగొంటుంది.

దిన పత్రికల్లో సామాజిక, రాజకీయ వార్తలకే ప్రాధాన్యం. అయితే ఇటీవలి కాలంలో దినపత్రికల ధోరణి మారింది. దినపత్రికలు కూడా మ్యాగజైన్ స్వభావాన్ని సంతరించుకుంటున్నాయి. గతంలో దినపత్రికల ఎడిట్ పేజీలో, ఆదివారం అనుబంధాల్లో, వార్షిక సంచికల్లో, ప్రత్యేక అనుబంధాల్లో రాజకీయాలకు సంబంధం లేని పలు రచనలు ఉండేవి. కాని ఇప్పుడు వార్తలతో పోటీ పడుతూ పత్రికలన్నీ వివిధ శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్నాయి. కొన్ని పత్రికలు ప్రతి రోజూ ఏదో ఒక అనుబంధాన్ని ప్రత్యేకంగా ఇస్తున్నాయి. వాటిలో వివిధ రంగాలకు సంబంధించిన రచనలు విరివిగా వస్తున్నాయి.

3.2 తెలుగు పత్రికల వికాసం

1835లో బళ్ళారి నుంచి వెలువడిన 'సత్యదూత' తొలి తెలుగు పత్రికగా చెబుతున్నారు. 1838లో మద్రాసు నుంచి వెలువడిన 'వృత్తాంతిని' తొలి తెలుగు వార్తా పత్రికగా చెప్పవచ్చు.

వర్తమాన తరంగిణి (1842) పేరుతో పదిరోజులకు ఒకసారి వచ్చే పత్రికలో సైన్స్, ధర్మశాస్త్రం, నీతిశాస్త్రాల మీద రచనలు ప్రచురించేవారు. హితవాది (1848) మాసపత్రికలో పలు విషయాల మీద వ్యాసాలు ప్రచురించినట్లు ఆధారాలున్నాయి. దినవర్తమాని వారపత్రిక (1856)లో సైన్స్ వ్యాసాల్ని గలివర్ ట్రావెల్స్, రాబిన్ సన్ క్రూసోలాంటి ఇంగ్లీషు అనువాద నవలల్ని సీరియల్‌గా ప్రచురించే వాళ్ళు.

1892లో కృష్ణా పత్రిక ప్రచురణ ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రారంభమై నవ్య భావోదయానికి నాంది పలికింది. రాష్ట్రం నుంచి వెలువడి రెండు దశాబ్దాలపాటు అనితర సాధ్యంగా నడిచిన తొలి తెలుగు పత్రిక కందుకూరి వీరేశలింగం గారి 'వివేక వర్ధిని'. తొలి రాజకీయ వారపత్రికగా 'ఆంధ్రప్రకాశిక'ను చెప్పుకోవాలి. ఇందులో అవినీతి, సైనికుల దౌర్జన్యాల గురించి ప్రత్యేక రచనలుండేవి.

'సుజనరంజని' పత్రికను పూర్తిగా సాహిత్యానికే పరిమితమైన తొలి పత్రికగా చెప్పవచ్చు. దేవగుప్తం శేషాచలపతిరావు ప్రారంభించిన 'దేశాభిమాని'ని తొలి తెలుగు దినపత్రికగా భావిస్తున్నారు. ఇందులోనూ, కృష్ణా పత్రిక (1902), ఆంధ్రపత్రిక (1908)లోనూ, తెనుగు పత్రిక (1922)లోనూ, నీలగిరి పత్రిక (1922)లోనూ, గోలకొండ పత్రిక (1928)లోనూ, ఆ తరువాత వెలువడ్డ అనేక పత్రికల్లోనూ సామాజిక, రాజకీయ అంశాలపై పలు రచనలు వెలువడ్డాయి.

తెలంగాణలో తొలి తెలుగు పత్రికలు 'నీలగిరి', 'తెనుగుపత్రిక'లే. అప్పటి వరకు పత్రికలేవీ తెలంగాణలో ప్రచురితం కాలేదు. వీటితోపాటు కుల, మత విషయాల ప్రచారం కోసం క్షత్రియ పత్రిక (1921) శైవ ప్రచారిణి (1923) ధర్మసాధని (1923) వీరశైవ ప్రచారిణి (1929), ఆదిమాంధ్ర (1927), వైశ్య (1929), విభూతి (1939) వంటి పత్రికలే కాక శెట్టి బలిజ, ఆర్యవైశ్య, వైశ్య సామ్రాజ్య ప్రదాయిని, చౌదరి, నియోగి, వర్ణాశ్రమ ధర్మ సంస్థాపనము, దేవాంగ జ్యోతి, అగ్నికుల ప్రకాశి, కమ్మకుల పత్రిక, కమ్మ పత్రిక, రెడ్డిరాణి, వైశ్య, కాపు, దేవాంగ పత్రిక, తెలగ, బ్రాహ్మణ పత్రిక, ఆది క్షత్రియ పత్రిక, ఆర్యవైశ్య, తెలగ సంఘాభివర్ధని, దేవాంగ సేవ, భట్టరాజు పత్రిక, వైశ్యవాణి, రాజపుత్రాభివర్ధని, అగ్నికుల ప్రబోధిని, రెడ్డి కుల ప్రభ, దీనబంధు, భారతీయ వైశ్య రెడ్డి పత్రిక, రెడ్డి, వాసవి, ఆది వెలమ, ఉదయార్ పత్రిక, గౌడ పత్రిక, నవజీవన్, రెడ్డి ప్రభ, విప్రకుల దర్పణము, సెట్టిబలిజసుందరి, హరిజన్, దక్కన్ వైశ్య వంటి వివిధ కులాల పత్రికలు వెలువడ్డాయి. వీటిలో తమ కులం, మతం గొప్పదనాన్ని వివరిస్తూ వ్యాసాలు వచ్చాయి. సుజనరంజని (1864)లో సాహిత్య వ్యాసాలు ఎక్కువగా వచ్చాయి. 'ఆంధ్రభాషా సంజీవని' (1871)లో సనాతన ధర్మ ఔన్నత్యం గురించి విశేష రచనలు వచ్చాయి.

BRAOU

'జన వినోదిని' (1875)లో మొట్టమొదటి సారి బాల సాహిత్యం ప్రచురితమైంది. 'అముద్రిత గ్రంథ చింతామణి' (1885) సంపూర్ణ సాహిత్య పత్రిక. దీన్లో అముద్రిత తెలుగు గ్రంథాలను ప్రచురించారు. న్యాపతి సుబ్బారావు, కందుకూరి వీరేశలింగం పంతులు ప్రారంభించిన 'చింతామణి' (1891) మాస పత్రికలో నవలలను ప్రచురించడం ప్రారంభించారు. ప్రబుద్ధాంధ్ర (1924), శారద (1923) పత్రికలు సాహిత్యాంశాలతో గుబాళించాయి. ఇంకా ఉదయిని (1935), అభ్యుదయ (1946) స్రవంతి (1954) సాహితి (1961) సృజన (1966) సంవేదన (1968) ప్రజాసాహితీ (1977) అరుణతార (1977) వంటి పత్రికలు సాహిత్య ప్రధానంగా వెలువడ్డాయి.

కౌమోదకి (1929) ధన్వంతరి, ఆరోగ్య ప్రబోధిని, ఆరోగ్యము, ఆయుర్వేద పత్రిక, ఆరోగ్య బోధిని, ఆరోగ్య సాధనం, ఆరోగ్య ప్రకాశిక, ఆంధ్ర వేద్య పత్రిక, ఆరోగ్య ప్రకాశిని, సంజీవి, వైద్య ప్రదీపిక వంటి పత్రికల్లో మనుషుల ఆరోగ్యం గురించి ప్రత్యేక వ్యాసాలు ప్రచురించారు.

శారద, గురుబోధిని, విద్యానిధి, అధ్యాపక జ్వాల, సుజనరంజని, విద్యాకల్పము, ఉపాధ్యాయబోధిని,విద్యార్థి, ఆంధ్ర విద్యాభివర్ధని, విద్యానంద, ఉపాధ్యాయుడు, తెలుగు విద్యార్థి వంటి పత్రికల్లో విద్యా సంబంధ రచనలు ఎక్కువగా వచ్చాయి.

తెలుగుజనానా (1890), హిందూ సుందరి (1902), గృహలక్ష్మి (1903), సావిత్రి (1904), సౌందర్యవల్లి (1919) వంటి పత్రికలతో పాటు మహిళ, వనిత, వనితాజ్యోతి లాంటి పత్రికల్లో మహిళలకు సంబంధించిన రచనలు ఎక్కువగా వచ్చాయి. ఇప్పుడు దినపత్రికలు, వార, మాసపత్రికలు కూడా స్త్రీల కోసం ప్రత్యేక శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్నాయి. ఈనాడు దినపత్రిక మహిళల కోసం 'వసుంధర' అనే ప్రత్యేక శీర్షికను నిర్వహిస్తుండగా ఆంధ్రజ్యోతి 'నవ్య'ను, వార్త 'చెలి'ని ఇంకా ఇతర పత్రికలు వివిధ శీర్షికలను నిర్వహిస్తున్నాయి. వీటిలో ప్రధానంగా మహిళలకు సంబంధించిన రచనలు వస్తున్నాయి.

మేడిచర్ల ఆంజనేయమూర్తి ప్రారంభించిన బాలకేసరి (1904) తొలి తెలుగు బాలల పత్రిక. దీనిలోనూ, రేడియో అన్నయ్య (రాఘవరావు), రేడియో అక్కయ్య (కామేశ్వరి) నడిపిన 'బాల' (1945) పిల్లల పత్రికలోనూ, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు సంపాదకత్వంలో నాగిరెడ్డి, చక్రపాణి వెలువరించిన 'చందమామ' (1946)లోనూ ఇంకా బాలబంధు, బాలమిత్ర, బాలవినోదిని, చందమామ, పాపాయి, బాలభారతి, బుజ్జాయి, బొమ్మరిల్లు, బాలజ్యోతి, జాబిల్లి, బాలరంజని వంటి పిల్లల పత్రికల్లోనూ పిల్లల కథలు, పజిల్స్, బొమ్మల కథలు, విజ్ఞాన విశేషాలతో పాటు పిల్లలకు ఉపయోగపడే అనేక రచనలు వచ్చాయి. వీటికి తోడు దిన, వార, మాస పత్రికల్లోనూ పిల్లల కోసం శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్నారు. ఆంధ్రప్రభలో 'చిన్నారి', వార్తలో 'మొగ్గ', ఆంధ్రజ్యోతిలో 'కేరింత', సాక్షిలో 'కిడ్స్ స్పెషల్', ఈనాడులో 'హాయ్ బుజ్జి' శీర్షికల్లో పిల్లల కోసం ప్రత్యేక రచనలు ఉంటున్నాయి.

BRAOU

కళా, సాంస్కృతిక రంగాల కోసం కూడా కొన్ని పత్రికలు వచ్చాయి. ప్రఖ్యాత నాటక రచయిత, న్యాయమూర్తి పాకాల వెంకటరాజమన్నార్ 'కళ' (1924) పత్రికను ప్రారంభించారు. దీనిలో కళలపై వ్యాసాలు, నాటక ప్రదర్శనలపై సమీక్షలు వచ్చేవి. శ్రీనివాస చక్రవర్తి గారు స్థాపించిన 'నాట్యకళ' (1955) మాసపత్రికలో నృత్యంపై, నాటకాలపై వ్యాసాలు వచ్చేవి. శ్రీనివాస చక్రవర్తి గారు స్థాపించిన 'నాట్యకళ' (1955) మాసపత్రికలో నృత్యంపై, నాటకాలపై వ్యాసాలు వచ్చేవి. అన్ని పత్రికల్లోనూ కళా, సాంస్కృతిక రంగాలపై వార్తా కథనాలుగాని, సమీక్షలుగాని ఉంటున్నాయి. వార్త దినపత్రికలో 'కళ' పేరుతో, ఈ భూమిలో 'కళాభూమి' పేరుతో, ఆంధ్రజ్యోతిలో 'కళ' పేరుతో ప్రత్యేక పేజీ ప్రచురిస్తున్నట్టు ఇతర పత్రికల్లోనూ శీర్షికలను నిర్వహిస్తున్నారు.

'మారయితు పత్రిక', 'రైతాంగం', 'రైతు పత్రిక', 'వ్యవసాయం', 'స్వతంత్ర రైతు', 'అన్నదాత', 'రైతు నేస్తం' పత్రికల్లో వ్యవసాయ సంబంధ వ్యాసాలు ప్రచురితమయ్యాయి.

'బాలభారతి'లో సంగీత సంబంధ రచనలు, 'అభిసారిక', 'రతి', 'రేరాణి' పత్రికల్లో బూతు రచనలు, 'మాధురి', 'నవ్వులతోట', 'నవ్వులమూట', 'ఆనందవాహిని'లో హాస్య రచనలు 'హాస్యం' పత్రికలో హాస్య సంగీత రచనలు, 'విజ్ఞానం', 'విజ్ఞాన వర్ధని', 'శ్రీ భారతి', 'సూర్యశక్తి', 'హితబోధిని'లో వైజ్ఞానిక రచనలు, 'తెలుగు జెండా'లో కార్మికోద్యమ వ్యాసాలు, 'లాయరు', 'న్యాయబోధిని', 'తెలుగులా వర్తమాని'లో న్యాయ సంబంధ వ్యాసాలు వచ్చాయి.

3.3 వార్తాపత్రికలు

వార్తాపత్రికలో ప్రధానమైనది ఎడిట్ పేజీ. అందులో సంపాదకీయం చాలా ముఖ్యమైనది. వివిధ అంశాలపై పత్రిక అభిప్రాయాన్ని అది వెల్లడిస్తుంది. గతంలో చాలా మంది సంపాదకీయం కోసం పత్రిక చదివేవారు. రాజకీయాలను కాచి వడబోసిన మేధావులు సంపాదకులుగా ఉండేవారు. వారే సంపాదకీయాలను రాసేవారు. ఒక ముఖ్య విశేషం జరిగినప్పుడు దానిపై ఏఏ పత్రికలు ఏం వ్యాఖ్యానించాయని పాఠకులు సంపాదకీయాలు చదివేవారు. ఆనాటి సంపాదకీయాలు పాఠకులపై చాలా ప్రభావం చూపేవి. వివిధ విషయాలపై చదువరి ఒక అభిప్రాయానికి రావడానికి అవి దోహదపడేవి. సంపాదకుల రచనా శైలి చాలా మంది పాఠకులకు కరతలామలకం. ఏదైనా పత్రికలోని సంపాదకీయం చదివి వినిపిస్తే మేధావులైన కొందరు పాఠకులు అది ఎవరు రాసిందీ గుర్తుపట్టే వారు. అలా ఉండేది అప్పటి పరిస్థితి. తెలుగులో గొప్ప సంపాదకులుగా ఖ్యాతి పొందినవారిలో కందుకూరి వీరేశలింగం, కాశీనాథుని నాగేశ్వరరావు, గాడిచర్ల హరిసర్వోత్తమరావు, ముట్నూరి కృష్ణారావు, టంగుటూరి ప్రకాశం పంతులు, సురవరం ప్రతాపరెడ్డి, న్యాయపతి రాఘవరావు, పండితారాధ్యుల నాగేశ్వరరావు, నీలంరాజు వెంకటశేషయ్య, ఖాసా సుబ్బారావు, నార్ల వెంకటేశ్వరరావు, మద్దుకూరి చంద్రశేఖరరావు, గోరాశాస్త్రి, నండూరి రామమోహనరావు, రాఘవాచారి, ఎబికె ప్రసాద్ ముఖ్యులు.

క్రమంగా సంపాదకీయాల ప్రాముఖ్యం తగ్గింది. 1990వ దశకం తర్వాత పత్రికా నిర్వహణలో చాలా మార్పులు వచ్చాయి. సంపాదకులుగా ఉండడానికి అర్హతలు మారిపోయాయి. దానితో సంపాదకీయాలు రాయలేని వాళ్ళు చాలా మంది సంపాదక స్థానాలను ఆక్రమించారు. సంపాదకవర్గ సభ్యుల్లో ఎవరంటే వారు సంపాదకీయాలు రాసేవారు. చివరకు శిక్షణ పొందే సబ్ ఎడిటర్లు కూడా కొన్ని సందర్భాల్లో సంపాదకీయాలు రాసేవారు. ఉప సంపాదకులు (సబ్ ఎడిటర్స్) కొన్ని దినపత్రికల్లో సంపాదకీయాలు రాసి ఆ తర్వాత వాటిని పుస్తకంగా అచ్చువేసుకుని 'ఉపసంపాదకీయాలు' అని పేరు పెట్టుకున్న ఉదాహరణ కూడా మన తెలుగులో ఉంది. ఈ నేపథ్యంలో సంపాదకీయాలకు గౌరవమూ తగ్గింది. చదివే పాఠకులు కూడా కరువయ్యారు. ఏదో నడపాలి కాబట్టి నడుపుతున్నామన్నట్లు ఎడిట్ పేజీలను పేలవంగా నిర్వహిస్తున్నాయి కొన్ని పత్రికలు. వార, మాస పత్రికల్లో సంపాదకీయాలకు పెద్దగా ప్రాముఖ్యం లేదు. కొన్ని వార, మాస పత్రికల్లో ఆ శీర్షిక కూడా లేదు.

సాధారణంగా సంపాదకీయ పేజీలో పేజీకి ఎడమవైపున పైనుంచి కింది వరకు సంపాదకీయం ఒకటిగాని, రెండుగాని ఉంటాయి. దాని ప్రక్కన ప్రధాన వ్యాసం ఉంటుంది. దాని కింద 'మిడిల్' అని పిలిచే శీర్షిక ఉంటుంది. దీనినే రెండవ వ్యాసం (సెకండ్ ఆర్టికల్ లేదా సబ్ ఫీచర్) అని కూడా అంటారు. దీని కింద సాధారణంగా ఉత్తరాల శీర్షిక ఉంటుంది. సంపాదకీయ పేజీలో కుడివైపు చివర పైనుంచి కింది వరకు ఒక 'కాలమ్' ఉంటుంది. ఈ స్థలంలో గతంలో కొన్ని ఆంధ్రజ్యోతి లాంటి తెలుగు దినపత్రికలు సీరియల్ నవలలను ప్రచురించేవి. ఈనాడులాంటి పత్రికలు జాతీయ, అంతర్జాతీయ విశేష వార్తలను ప్రచురించేవి. కొన్ని పత్రికలు సైన్స్ విశేషాలను, కొన్ని పత్రికలు బొమ్మల సీరియల్స్‌ను ప్రచురిస్తున్నాయి.

సంపాదకీయ పేజీలో ప్రధాన వ్యాసంగా సాధారణంగా రాజకీయ వ్యాసం ఉంటుంది. సమకాలీన సమస్యల్ని బట్టి అప్పుడప్పుడు సామాజిక, ఆర్థిక, వ్యవసాయ సంబంధ వ్యాసాల్ని కూడా ప్రచురిస్తుంటారు. సాధారణంగా వారంలో ఒకరోజు దేశ రాజధాని నుంచి ఆ వారంలో జరిగిన జాతీయ పరిణామాల మీద రాజధానిలో ఉన్న తమ పత్రికా ప్రతినిధి లేదా ఒక ప్రఖ్యాత రాజకీయ విశ్లేషకుడి చేత రాజకీయ వ్యాసం రాయిస్తుంటారు. అలాగే వారానికి ఒకసారి రాష్ట్ర రాజకీయ పరిణామాల మీద సమీక్షా వ్యాసాలు రాయిస్తుంటారు. లేదా సంపాదకులు గాని ముఖ్య విలేకరులుగానీ ఒక 'కాలమ్'లాగా వారం వారం రాష్ట్ర రాజకీయాల సమీక్ష చేస్తుంటారు. ఆంధ్రజ్యోతి దినపత్రికలో 'ఉలుకు-పలుకు' శీర్షికన ఐ. వెంకట్రావు కొన్ని ఏళ్ళపాటు రాసిన రాజకీయ వ్యాసాలు ఈ తరహాకు చెందినవే.

'మిడిల్' శీర్షికలో సాధారణంగా రాజకీయ వ్యంగ్య రచనలు ఉంటున్నాయి. లేదా పొలిటికల్ కాలమ్స్‌ని నిర్వహిస్తున్నారు. ఈ శీర్షిక కింద వచ్చిన గొల్లపూడి మారుతీరావు 'జీవనకాలమ్' పాతికేళ్ళ పాటు పాఠకుల్ని అలరించింది. డి.వి. నరసరాజు, గజ్జెల మల్లారెడ్డి, బూదరాజు రాధాకృష్ణ, చలసాని ప్రసాదరావు లాంటి హేమా హేమీలు నిర్వహించిన శీర్షికలు జనాదరణ పొందాయి.

BRAOU

గతంలో దినపత్రికలు భాష విషయంలో చాలా జాగ్రత్తగా ఉండేవి. అన్యభాషా పదాల్ని వీలైనంత వరకు పరిహరించేవి. ముఖ్యంగా సంపాదకీయ పేజీలో ఇంకా జాగ్రత్త వహించేవి. క్రమేణా ఈ పరిస్థితి మారింది. ఇంగ్లీషు, ఉర్దూ, హిందీ పదాల్ని ఇప్పుడు యథేచ్ఛగా వాడేస్తున్నారు. దానికి కారణం ఇప్పుడు ఎక్కువ మంది విద్యార్థులు ఇంగ్లీషు మీడియంలో చదువుకున్నవాళ్ళు కావడం, ఇప్పుడు యువత తెలుగులో మాట్లాడుతున్నా సగం పదాలు ఇంగ్లీషులోనే ఉంటున్నాయి. వారిలో కొంత మంది జర్నలిస్టులుగా మారుతున్నారు. యువతను ఆకర్షించడానికి పత్రికలుగాని, టెలివిజన్ ఛానళ్ళుగాని అన్యభాషా పదాలు వాడడం తప్పనిసరి అని కొందరు సంపాదకులే అంటున్నారు. భవిష్యత్‌లో పత్రికలు ఏ మార్గాన్ని అనుసరిస్తాయనేది వేచి చూడాల్సిందే!

3.3.1 ఉత్తరాలు

సంపాదకీయ పేజీలో అడుగున ఉత్తరాల శీర్షిక ఉంటుంది. కొన్ని పత్రికల్లో ఉత్తరాల శీర్షిక చాలా పేలవంగా ఉంటుంది. కాని చాలా పత్రికలు ఉత్తరాల శీర్షికను కూడా చక్కగా నిర్వహిస్తాయి. ప్రజాభిప్రాయం ఎలా ఉందో తెలుసుకోవడానికి ఉత్తరాల శీర్షిక చాలా ఉపయోగపడుతుంది. సామాజిక, ఆర్థిక, రాజకీయ పరిస్థితుల మీదే కాకుండా, ఆ పత్రికలో వస్తున్న వార్తల తీరుమీద, వ్యాసాల్లోని అభిప్రాయాల మీద, సంపాదకీయ వ్యాఖ్యల మీద, రాజకీయ వ్యాఖ్యల మీద పాఠకుల అభిప్రాయాలు చాలా నిర్మొహమాటంగా ఉంటాయి. అవన్నీ ప్రచురించవచ్చు, ప్రచురించకపోవచ్చు గానీ పత్రికా నిర్వాహకులకు, సంపాదక వర్గ సభ్యులకు మాత్రం పత్రిక నాణ్యత మీద ఒక స్పష్టమైన అవగాహన కలిగించేవి పాఠకుల ఉత్తరాలే.

గొప్ప రాజకీయ విశ్లేషకులుగా, వ్యాస రచయితలుగా పేరు పొందినవాళ్ళు చాలా మంది మొదట తమ రచనలకు శ్రీకారం చుట్టింది ఈ ఉత్తరాల శీర్షికల ద్వారానే. 'హిందు' లాంటి ప్రముఖ ఇంగ్లీషు దినపత్రికల్లో పాఠకుల లేఖలు చాలా ఆలోచనాత్మకంగా, విశ్లేషణాత్మకంగా ఉంటాయి. ఒక వ్యాసం ద్వారా చెప్పదగిన అంశాన్ని ఒక ఉత్తరంలో క్లుప్తంగా రాసేవాళ్ళూ ఉన్నారు.

ఉత్తరాల్లో పాఠకుల అభిప్రాయాల్ని అనుసరించే చాలా మంది సంపాదకులు తమ పత్రికల్లోని శీర్షికల్ని కొనసాగించాలా? ఆపివేయాలా? అనే అంశాన్ని నిర్ణయించుకుంటారు. కొన్ని వారపత్రికలు, మాసపత్రికల్లో ఉత్తరాల శీర్షిక అనేక వాదోపవాదాలకు వేదికయింది. పురాణం సుబ్రహ్మణ్యశర్మలాంటి సంపాదకులు ఉత్తరాల శీర్షికను కూడా ప్రతి ఒక్కరూ చదివేలా తీర్చిదిద్దారు. భారతి, సంవేదన వంటి కొన్ని పత్రికలు మేధావుల పండితుల పత్రికలుగా గుర్తింపు పొందాయి. సాహితీ ఉద్దండుల, పరిశోధకుల చర్చలకు, ఖండన మండనలకు లేఖాస్త్రాలకు వేదికలుగా నిలిచాయి.

తెలుగు భాషలో వెలువడిన మొట్టమొదటి పత్రిక 'వృత్తాంతి' (1838)లోనే ఉత్తరాల శీర్షికను నిర్వహించినట్టు ఆధారాలున్నాయి.

BRAOU

3.3.2 వార్తా కథనాలు

వార్తకు, వార్తా కథనానికి చాలా తేడా ఉంది. సంఘటన స్థలంలో ఏం కనిపించిందో, ఏం వినిపించిందో దాన్ని మాత్రమే రిపోర్ట్ చేస్తే అది వార్త. ఆ సంఘటన పూర్వాపరాలను, నేపథ్యాన్ని, కారణాలను, సంబంధిత విషయాలను ఆసక్తికరంగా, ఒక కథలా వివరిస్తూ రాసే వార్తను వార్తా కథనం అనవచ్చు. పత్రికల్లో ఇతర రచనలను బయటి వ్యక్తులు రాయవచ్చు గాని వార్తా కథనాలను మాత్రం జర్నలిస్టులు మాత్రమే రాయగలరు.

కర్టెన్ రైజర్

ఒక ముఖ్య సభ, సమావేశం, సంఘటన, పరిణామం జరగబోతున్నప్పుడు దాని ప్రాముఖ్యాన్ని తెలియజేస్తూ, పూర్వాపరాలను విశదీకరిస్తూ ఆ కార్యక్రమం జరగకముందే రాసే వార్తా కథనాన్ని కర్టెన్ రైజర్ అంటారు. ఈ తరహా కథనాల వల్ల ఆ కార్యక్రమం ప్రాధాన్యం, దాని పూర్వాపరాలు, పరిణామాల్ని వివిధ కోణాల నుంచి పాఠకులకు అందించడానికి వీలవుతుంది.

3.3.3 ఫీచర్లు

వ్యాసానికి భిన్నంగా ఫీచర్ ఒక ప్రత్యేక ఆసక్తిదాయకమైన అంశాన్ని లేదా పార్శ్వాన్ని మాత్రమే చిత్రిస్తుంది. ఒలింపిక్ క్రీడోత్సవాల ప్రత్యేక సంచిక అయితే మన దేశం నుంచి పాల్గొంటున్న మహిళా క్రీడాకారిణుల వివరాలతో ఒక ఫీచర్ రాయవచ్చు. మానవ జీవితంలోని అనేక పార్శ్వాలు ఫీచర్లకు వస్తువుగా ఉంటాయి. ఆహారపు అలవాట్లు, ఫ్యాషన్ల వివరాలు, ఆరోగ్య సంరక్షణ, అభిరుచులు, సరదాలు, వృత్తులు, ప్రవృత్తులు వంటి వాటిపై ఫీచర్లు వస్తుంటాయి. వ్యాసం గంభీరంగా సాగితే ఫీచర్ ఆహ్లాదకరంగా చదివిస్తుంది.

క్రమంగా కొన్ని వార్తా పత్రికలు వారంలో ఒక రోజు ఒక పూర్తి పేజీని సాహిత్యాంశాలకు కేటాయించాయి. ఈ పేజీలో ఒకటో రెండో సాహిత్య వ్యాసాలు, కవితలు, పుస్తక సమీక్షలు, పాఠకుల విమర్శలు ప్రధానంగా ఉండేవి.

ఈ ధోరణి మరికాస్త విస్తృతి చెంది ప్రతిరోజూ ఒకటి రెండు పేజీలను ప్రత్యేక శీర్షికల కోసం కేటాయించాయి చాలా పత్రికలు. ఒక రోజు సాహిత్యానికి, మరో రోజు క్రీడలకు, ఒక రోజు మహిళాంశాలకు, మరో రోజు పిల్లలకు, ఇంకోరోజు ఆరోగ్యానికి ఇలా అనేక విషయాలకు సంబంధించి వారానికి ఒకటి రెండు పేజీలను కేటాయించాయి. ఇది కాకుండా విద్యా సంబంధ విషయాలకు, యువతకు, సినిమాలకు, బిజినెస్‌కు, వినియోగదారుల సమస్యలకు, క్రీడలకు, ఆధ్యాత్మిక చింతనకు, కళలకు, వ్యక్తిత్వ వికాసానికి, సైన్స్ విశేషాలకు, పిల్లల కోసం, ఆరోగ్యంపై ప్రతిరోజూ ప్రత్యేక శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్న పత్రికలు కొన్ని వీటికి రోజూ పేజీలు కేటాయిస్తే మరికొన్ని వారంలో ఒక రోజు ప్రత్యేక అనుబంధాలు తీసుకురావడం ప్రారంభించాయి. క్రమంగా దినపత్రికలు డైలీ కమ్ మేగజైన్లుగా తయారయ్యాయి.

ప్రతిరోజు ప్రధాన పత్రికకు అనుబంధంగా జిల్లా ఎడిషన్‌తోపాటు ఒక ప్రత్యేక అనుబంధాన్ని కూడా ఇస్తూ పాఠకులకు మరింత చేరువయ్యే ప్రయత్నం చేసింది ఈనాడు దినపత్రిక. సోమవారం విద్యాపరమైన విషయాలతో 'చదువు', మంగళవారం ఆరోగ్య సమాచారంతో 'సుఖీభవ', బుధవారం క్రీడా సమాచారంతో 'ఛాంపియన్', గురువారం శాస్త్ర సాంకేతిక విషయాల విశ్లేషణతో 'ఈ-నాడు', శుక్రవారం ఆర్థికపరమైన విషయాలతో 'సిరి', శనివారం యువతరం కోసం విలువైన సమాచారంతో 'ఈ-తరం', ఆదివారం పిల్లలను అలరించే ప్రత్యేక కథనాలతో 'హాయ్ బుజ్జీ' వంటి ప్రత్యేక పేజీలను నిర్వహిస్తోంది ఈనాడు. అలాగే సాక్షి దినపత్రిక కూడా ఇదే రకమైన శీర్షికలతో ప్రత్యేక పేజీలతో పోటీపడుతోంది. ఈ పత్రికలో 'సాక్షి ఫ్యామిలీ' అనుబంధం పాఠకులను ఆకట్టుకునే అంశం. ఇందులో ప్రతిరోజు సినిమా సమాచారం 'వెండితెర' పేరుతో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు సంబంధించిన కార్యక్రమ వివరాలు 'బుల్లితెర' పేరుతో ఇస్తున్నారు. అలాగే గ్లామర్, మహిళ, ఫ్యాషన్, బ్యూటీ టిప్స్, యువత, హెల్త్‌గైడ్, లీగల్ ... పేర్లతో వివిధ కాలమ్స్ నిర్వహణ అన్ని వర్గాల పాఠకుల్ని ఆకట్టుకుంటోంది. వీటన్నింటికి తోడు 'విద్య' పేరుతో ప్రత్యేక పేజీలను ప్రతి సోమవారం ఇవ్వడం ఈ పత్రిక ప్రత్యేకత. 'ఈనాడు' మినహా మిగిలిన అన్ని దినపత్రికలు సోమవారం సంపాదకీయం పేజీలో 'సాహిత్యం'పై ప్రత్యేక వ్యాసాలివ్వడం కవులు, కళాకారులు, మేధావుల రంగాన్ని ఆకట్టుకునే అంశం.

ఆదివారం అనుబంధం, ప్రత్యేక పేజీల్లోనే లేకుండా దినపత్రిక లోపలి పేజీల్లోనూ కొన్ని ప్రత్యేక రచనలు, న్యూస్ ఫీచర్స్, కర్టెన్ రైజర్స్, మానవాసక్తికర కథనాలు ఉంటాయి.

3.3.4 మానవాసక్తికర కథనాలు

ఒక జరిగిన ఘటనని క్లుప్తంగా ఏం జరిగింది? ఎప్పుడు జరిగింది? ఎలా జరిగింది? ఎక్కడ జరిగింది? మాత్రమే వివరిస్తూ రాసేది వార్త.

ఈ వార్తతో ముడిపడినా ప్రత్యేకంగా దృష్టి సారించినపుడు మాత్రమే కొన్ని విషయాలు వెలుగులోకి వస్తాయి. అవి హృదయాన్ని స్పందింపజేస్తాయి. ఆలోచింపచేస్తాయి. ఆవేదననో, సంతోషాన్నో కలుగజేస్తాయి. కథలా వివరించే అలాంటి విషయాల్నే మానవాసక్తికర కథనాలు అంటారు.

ఉదాహరణకు నల్లగొండ జిల్లాలో ఎంత మందికి ఫ్లోరోసిస్ ఉందో చెబితే అది వార్త. కాని ఆ ఫ్లోరోసిస్ సోకినవాళ్ళని వ్యక్తిగతంగా పరిచయం చేస్తూ ఫ్లోరోసిస్ వల్ల కాళ్ళు వంగిపోయి నడవలేక రోజువారీ జీవనం ఎంత దుర్భరం అయిపోతోందో,

BRAOU

ఫ్లోరోసిస్ సోకిన ఒక వ్యక్తి పెళ్ళి చేసుకోవాలనుకున్నా ఎవరూ పిల్లనివ్వకపోవడం వల్ల అతని జీవితం ఎంత విషాదకరంగా నడుస్తుందో ప్రత్యేకంగా వివరిస్తే అది మానవాసక్తికర కథనం అవుతుంది.

ఒక సాగునీటి ప్రాజెక్టు నిర్మిస్తున్నప్పుడు దానివల్ల ఎన్నివేల ఎకరాలకు నీళ్ళు అందుతాయో రాస్తే అది వార్త. కాని ఆ ప్రాజెక్టు వల్ల ఎంత మంది నిరాశ్రయులయ్యారో, ఒక గ్రామంలో కలిసికట్టుగా ఉండేవాళ్ళు ఎలా చెట్టుకొకరు పుట్టకొకరుగా విడిపోయారో, వాళ్ళ పిల్లల చదువులెలా పాడయ్యాయో, చేతివృత్తుల వాళ్ళయితే ఎలా వృత్తులు కోల్పోయి పరాయి ప్రాంతంలో కూలీలుగా మారారో ఆ వ్యక్తుల అనుభవాలతో సహా జతచేసి తయారు చేసిన కథనం మానవాసక్తికర కథనం అవుతుంది.

3.3.5 కథలు, సీరియల్ నవలలు

టెలివిజన్‌తోపాటు చాలా మంది కాలక్షేపానికి పత్రికలను ఉపయోగిస్తారు. ముఖ్యంగా వారపత్రికలు, నవలలు ఈ కోవలోకి వస్తాయి.

పిల్లలు స్కూలుకి, భర్త ఆఫీసుకి వెళ్ళాక చాలా మంది గృహిణులు కాలక్షేపానికి పత్రికల్లో వచ్చే కథలు, సీరియల్ నవలల మీద ఆధారపడే వాళ్ళు. వీళ్ళ ఆసక్తిని గమనించే దినపత్రికలు కూడా డైలీ సీరియల్‌ని ప్రచురించేవి. దినపత్రికలు ఆదివారం అనుబంధంలో ఒక కథ తప్పక ప్రచురించేవాళ్ళు. ఇక సాహిత్య వారపత్రికల్లో అయితే మూడు నాలుగు సీరియల్స్, ఐదారు చిన్న కథలు, కాలం దాటని కథలు, స్కెచ్‌లు, కార్డు కథలు, సెంటర్‌స్ప్రెడ్ కథలు, హాస్య కథలు, వ్యంగ్య రచనలు, శృంగార కథలు, క్రైం కథలు ఇత్యాది అనేక రకాల కథల్ని ప్రచురించేవారు.

ఇప్పుడు అనేక వార్తాపత్రికలు ఆదివారం అనుబంధాల్లో క్రైం కథ తప్పక ఉంటోంది.

పక్షపత్రికల్లో, మాసపత్రికల్లో కూడా సీరియల్స్, కథలు ఉంటున్నాయి. నవలలకు బాగా ఆదరణ ఉన్న రోజుల్లో 'విజయ', 'నీలిమ', 'జ్యోతి', 'ఆహ్వానం', 'స్వాతి' వంటి అనేక మాసపత్రికలకు అనుబంధంగా నవలలను ప్రచురించేవాళ్ళు.

ఒక రచయిత రాసే సీరియల్ నవలల్నే కాక ముగ్గురు నలుగురు రచయితల చేత గొలుసు కథల్ని, గొలుసు నవలల్ని రాయించి ప్రచురించాయి కొన్ని పత్రికలు. పత్రికల్లో వచ్చే అనుబంధ కథలతో పాటు కేవలం అనువాద కథలతోనే 'విపుల' మాసపత్రిక చాలా కాలం నుంచి వస్తోంది. అలాగే 'చతుర' పత్రికలో ప్రతినెలా ఒక నవలను ప్రచురిస్తున్నారు.

BRAOU

3.3.6 ఆదివారం అనుబంధం

కొన్నేళ్ళక్రితం వరకు సంపాదకీయ పేజీలో తప్ప మిగిలిన అన్ని పేజీల్లో వార్తలు మాత్రమే ఉండేవి. ఇతర రచనల కోసం ఆదివారం అనుబంధాల్ని ప్రచురించేవారు. దీనిలో సాహిత్యాంశాలకే ప్రాముఖ్యం ఉండేది. ఇప్పుడు ఆ ధోరణి మారింది. ఒక కథ, ఒక కవిత లేదా ఒక కవితల పేజీ, మహిళల పేజీ, పిల్లల పేజీ, పుస్తక సమీక్షల పేజీ, ఇంటర్వ్యూలు, ఒక కవర్ స్టోరీ, యాత్రా విశేషాలు, సైన్స్ విశేషాలు, సినిమా విశేషాలు, పజిల్స్, జోక్స్, రాజకీయ వ్యంగ్య రచనల ఫీచర్, వాస్తు విశేషాలు, టీవీ విశేషాలు, వ్యక్తిత్వ వికాసం లాంటి పాఠకులను ఆకర్షించే వివిధ ఇతర శీర్షికలు, వింతలు, విశేషాల్ని ప్రచురిస్తున్నారు.

కొన్ని శీర్షికల్ని ఒక్కోవారం ఒక్కొక్కరు నిర్వహిస్తే, కొన్ని శీర్షికల్ని కొంతకాలం పాటు ఒక్కళ్ళే నిర్వహిస్తారు. ఆదివారం అనుబంధంలో ప్రచురించిన కొన్ని శీర్షికలు విశేష ఆదరణ పొందాయి. అలాంటివాటిల్లో చేకూరి రామారావు నిర్వహించిన 'చేరాతలు' శీర్షిక ఒకటి. ఈ శీర్షికన భాషా, సాహిత్యాల మీద ముఖ్యంగా సమకాలీన కవిత్వం మీద గొప్ప వ్యాసాలు వెలువడ్డాయి.

3.3.7 ప్రకటనలు

పత్రిక ద్వారా పాఠకులకు తెలియజేయదలచుకున్న సమాచారాన్ని ఒక ప్రకటన ద్వారా వెలువరించడాన్ని పత్రికా ప్రకటన అంటారు. ప్రభుత్వం కాని, స్వచ్ఛంద సంస్థలుగాని, సాహితీ సాంస్కృతిక సంస్థలుగాని, ఉద్యోగ సంఘాలుగాని,

వ్యక్తులుగాని, ప్రజా జీవితంలో ఉన్న సంఘాలుగాని ఎవరైనా పత్రికా ప్రకటనలు జారీ చేయవచ్చు. అయితే పత్రికలు మాత్రం ఎవరంటే వాళ్ళు జారీ చేసే ప్రకటనలను అచ్చువేసుకోవు.

వచ్చిన ప్రకటన లెటర్‌ప్యాడ్ మీద ఉందా లేదా? ప్రకటన విడుదల చేసిన వ్యక్తి లేదా సంస్థ స్థాయి ఏమిటి? ఆ ప్రకటన వివరాలు పాఠకులకు ఏ మేరకు ఉపయోగం అనే విషయం మీద ఆధారపడి ఆ ప్రకటనను స్వీకరిస్తారు.

సాధారణంగా పత్రికా ప్రకటనల ద్వారా సభలు, సమావేశాల గురించి, సామాజిక సేవా కార్యక్రమాల గురించి, సెమినార్లు, వర్క్‌షాపుల గురించి, బిరుదులు, అవార్డుల గురించి, సంస్థల, వ్యక్తుల విజయం గురించి సాధారణంగా ప్రకటనలను జారీ చేస్తుంటారు.

3.4 కాలిక పత్రికలు - రచనలు

వార, పక్ష, మాస, ద్వైమాస, త్రైమాసిక పత్రికలను కాలిక పత్రికలు అంటారు. ఇవి ప్రధానంగా రెండు రకాలు. కొన్ని రాజకీయ పత్రికలు. మరికొన్ని సాహిత్య సాంస్కృతిక పత్రికలు. ఇవి కాకుండా సైన్స్‌పై, వ్యవసాయంపై, క్రీడలపై, కళలపై, ఆర్థికాంశాలపై, పోటీ పరీక్షల కోసం, వినియోగదారుల చైతన్యం కోసం, విద్యా సంబంధ, వైజ్ఞానిక, భక్తి, ఆరోగ్య, వృత్తి సంబంధ, జాతక, స్త్రీల, పిల్లల, వృద్ధుల పత్రికలున్నాయి. ఇదిగాక వ్యాపార సంస్థలు, రాజకీయ సంస్థలు, ఆధ్యాత్మిక సంస్థలు ఇన్‌హౌస్ పత్రికల్ని నడుపుకుంటున్నాయి. చందమామ, బొమ్మరిల్లు, బుజ్జాయి, బాలరంజని, బాలజ్యోతి, బాలచంద్రిక లాంటి పిల్లల పత్రికల్లో బాలలను ఆకర్షించే అనేక రచనలుండేవి. మహిళ, వనిత, వనితాజ్యోతి, కలువబాల, భూమిక, మహిళా మార్గం, మాతృక, లోహిత వంటి స్త్రీల పత్రికల్లో కథలు, వ్యాసాలతో పాటు మహిళల విజయగాథలు, మహిళా చట్టాల గురించి వ్యాసాలు, మహిళల స్థితిగతులపై సచిత్ర వ్యాసాలు ఉండేవి. ప్రత్యేకించి ఒక కాల వ్యవధిని నిర్ధారించి వెలువరించే కాలిక పత్రికలనే ఇంగ్లీషులో 'మాగజైన్'లని పిలుస్తారు. సాధారణంగా సృజనాత్మక రచనల ఆధారంగా ప్రచురించేవి మ్యాగజైన్లని భావిస్తున్నారు. అలాగే పరిశోధన, విద్యాసంబంధ అంశాలతోపాటు సాహిత్యేతర రచనలు ముఖ్యంగా సామాజిక, శాస్త్ర సాంకేతిక విషయాలపైన వ్యాసాలు, పరిశోధనా పత్రికలను ప్రచురించే కాలిక పత్రికలను 'జర్నల్స్'గా చెప్తారు.

రాజకీయ పత్రికల్లో ప్రధానంగా, ప్రాంతీయ, రాష్ట్ర, జాతీయ, అంతర్జాతీయ రాజకీయాలపై వ్యాసాలతో, ఇంటర్వ్యూలతో పాటు సామాజిక, సాంస్కృతిక అంశాలపై రచనలు ఉంటాయి. కవర్‌స్టోరీ పేరుతో ఒక పెద్ద వ్యాసం ఉంటుంది. ఇదికాక కథ, సాహిత్య వ్యాసం, సినిమా, ఆర్థిక, క్రీడాంశాలపై రచనలు ఉంటాయి.

ఇక సాహిత్య, సాంస్కృతిక పత్రికల్లో కథలు, నవలలతో పాటు కవితలు, ఒక రాజకీయ వ్యాసం, సిద్ధాంత చర్చలు, స్త్రీల కోసం, పిల్లల కోసం ప్రత్యేక శీర్షికలు, వాస్తు, జ్యోతిష్యం, వార ఫలాలు, ఆధ్యాత్మికం, సైన్స్, ఆరోగ్యం, వ్యక్తిత్వ వికాసం శీర్షిక, వింతలు - విశేషాలు, ఫ్యాషన్ ప్రపంచం, సినిమా, ఆర్థిక, క్రీడా విశేషాలు, సాహిత్య వ్యాసం, పుస్తక సమీక్షలు, జోక్స్ - కార్టూన్లు, పజిల్స్ - క్విజ్‌లు, యాత్రా విశేషాలు ఇత్యాదులతో పాటు 'సెక్స్ - సైన్స్' శీర్షిక ప్రధానంగా ఉంటోంది. కొన్ని పత్రికల్లో నాటక రంగం గురించి, రంగస్థల నటుల గురించి మంచి రచనలు వచ్చాయి. ముఖ్యంగా ఆంధ్రప్రభలో మిక్కిలినేని రాధాకృష్ణమూర్తి 'నటరత్నాలు' శీర్షికన అనేక మంది నటీనటులను పాఠకులకు పరిచయం చేశారు.

ఇటీవలి కాలంలో ప్రతి పత్రికలోనూ తప్పకుండా ఉంటున్న శీర్షిక 'సెక్స్ అండ్ సైన్స్'. ప్రఖ్యాత సంపాదకుడు ఏబికె ప్రసాద్ ప్రోత్సాహంతో డాక్టర్ సమరం ఏ ముహూర్తాన ఈ శీర్షికను ప్రారంభించారోగాని ఈ శీర్షిక యువతను విశేషంగా ఆకర్షించింది. సమరం శీర్షిక ఏ పత్రికలో ఉంటే ఆ పత్రిక సర్క్యులేషన్ పెరిగేది. ఇది గమనించిన మిగిలిన పత్రికలు కూడా ఈ శీర్షికను ప్రవేశపెట్టాయి.

కొత్తగా విడుదలైన సినిమాలపై సమీక్షలతో ప్రారంభమైన సినిమా ఫీచర్ సినీవార, మాసపత్రికల దాకా విస్తరించి, ఇప్పుడు దినపత్రికల్లో సినిమా రచనలకు రెండు, మూడు పేజీలు కేటాయించాల్సిన పరిస్థితి ఏర్పడింది.

BRAOU

అలాగే వ్యక్తిత్వ వికాసం పేరుతో చాలా పత్రికలు అనేక శీర్షికల్ని పాఠకుల మీద రుద్దుతున్నాయి. గతంలో పత్రికలు పాఠకుల ఆలోచనా పరిధిని పెంచేవిధంగా వివిధ రచనలు చేయించి ప్రచురించేవి. క్రమంగా ఆ ధోరణి మారి గత మూడు దశాబ్దాలలో పాఠకులు ఏం కోరుకుంటున్నారో అవి అందించే స్థాయికి పత్రికలు దిగజారాయి. అందులో భాగంగానే బూతు సాహిత్యం, కుహనా వ్యక్తిత్వ వికాసాలు, చౌకబారు భక్తి రచనలు, పోసుకోలు సినిమా కబుర్లు లాంటివి ఎక్కువయినాయి. వైజ్ఞానికంగా ఎంతో అభివృద్ధి సాధిస్తున్న ఈ రోజుల్లో సైన్స్ రచనలకు మాత్రం స్థానం లేకుండా పోయింది. ఆరోగ్యం శీర్షికకు అపూర్వ ఆదరణ లభిస్తుంది కాబట్టి అనేక పత్రికలు పేజీల కొద్దీ ఆరోగ్య సంబంధ వ్యాసాల్ని ప్రచురిస్తున్నాయి. పాఠకుల్లో ఆరోగ్య స్పృహను కలిగిస్తున్నాయి.

గతంలో పత్రికల్లో సమాజంలోని వివిధ రంగాల ప్రముఖుల్ని పరిచయం చేస్తూ స్ఫూర్తిదాయక రచనలు వచ్చేవి. ఇటీవలి కాలంలో అవి మచ్చుకైనా కానరావడం లేదు. 1960-61 ప్రాంతంలో ఆంధ్రపత్రికలో ప్రచురితమైన 'తెలుగు వెలుగులు' శీర్షికన, ఆంధ్రప్రభలో తిరుమల రామచంద్ర 'మరుపురాని మనిషి' శీర్షికన, ఆంధ్రజ్యోతిలో 'కొత్త కెరటాలు' శీర్షికన, 'ప్రజాతంత్ర' వారపత్రికలో దేవులపల్లి ప్రభాకరరావు 'చెప్పుకోదగ్గ మనుషులు' శీర్షికన, ఆచార్య రంగా 'ధన్యజీవులు' శీర్షికన, గొట్టిపాటి బ్రహ్మయ్య 'జాతి వెలుగులు' శీర్షికన, అరుద్ర 'తెలుగు వెలుగులు' శీర్షిన, కె.వి. రమణారెడ్డి 'ఆధునిక భారతీయ సాహిత్య కర్తలు' శీర్షికన ఆంధ్రజ్యోతి దినపత్రికలో తుర్లపాటి కుటుంబరావు 'వార్తల్లో వ్యక్తి' శీర్షికన, ఇలా అనేక మంది అనేక శీర్షికల్లో ఆనాటి సమాజంలోని గొప్ప వ్యక్తుల్ని పాఠకులకు పరిచయం చేశారు.

3.4.1 శీర్షికా రచనలు

కొన్ని వారపత్రికల్లో, దినపత్రికల్లో వచ్చిన శీర్షికలు సంవత్సరాల తరబడి పాఠకులను అలరించాయి. పురాణం సుబ్రహ్మణ్య శర్మ ఆయన భార్య పురాణం సీత పేరుతో ఆంధ్ర జ్యోతి వారపత్రికలో పాతికేళ్ళపాటు అనితర సాధ్యంగా వెలువరించిన 'ఇల్లాలి ముచ్చట్లు' పాఠకులను విశేషంగా ఆకర్షించాయి. పురాణం శైలి పాఠకుల్ని ఆయన రచనల వెంట పరుగెత్తించింది. ఆంధ్రప్రభలో తెన్నేటి హేమలత 'ఊహాగానం' ఉర్రూతలూగించింది. శ్రీ రావూరు సత్యనారాయణ 'ఆషామాషీ' పేరుతో ఆంధ్రప్రభలో ముప్పై ఐదేళ్ళపాటు ఒక శీర్షికను నిర్వహించారు.

ఆంధ్రప్రభలో ఆచంట జానకిరామ్ నిర్వహించిన 'నా స్మృతి పథంలో' శీర్షిక, విశాలాంధ్రలో ఆర్వీఆర్ 'పనికొచ్చే ముక్క' శీర్షిక, మాలతీచందూర్ 'పాతకెరటాలు' శీర్షిక, ఉదయంలో జి. కృష్ణ 'మనసులో మాట', ఉదయంలోనే అబ్బూరి నిర్వహించిన 'వరదకాలం' శీర్షిక పాఠకులను బాగా ఆకర్షించాయి.

కొన్ని దశాబ్దాల క్రితం 'సాక్షి' శీర్షికన శ్రీపానుగంటి లక్ష్మీ నరసింహారావు చేసిన రచనలు, ఆంధ్రపత్రికలో శ్రీ దాసు వామనరావు 'కాలక్షేపం' శీర్షికన రాసినవి. నార్ల వెంకటేశ్వరరావు 'మాటా - మంతీ', 'పిచ్చాపాటి', 'నవయుగాల బాట' శీర్షికన రాసినవి, శ్రీశ్రీ శీర్షిక 'తాడూ - బొంగరం', గోపాలశాస్త్రి 'సల్లాపగోపాలం', 'గోలాయణం', విద్వాన్ విశ్వం 'వారం వారం' 'మాణిక్యవీణ', ఆంధ్రపత్రికలో తిరుమల రామచంద్ర రాసిన 'నుడి - నానుడి', 'సాహితీ సుగతుని స్వగతం', బూదరాజు రాధాకృష్ణ 'మాటల మూటలు' ఆంధ్రజ్యోతి వారపత్రికలో తంబు రాసిన 'స్వగతంబు' వ్యంగ్య రచనలు, గోరాశాస్త్రి 'వినాయకుడి వీణ' టి.ఎల్. కాంతారావు 'కలాలు - సంకలనాలు' పాఠకులను బాగా ఆకర్షించాయి.

ఈనాడు దినపత్రికలో వచ్చిన గజ్జెల మల్లారెడ్డి 'పుణ్యభూమి' శీర్షికను 'ఈనాడు' పాఠకులు విపరీతంగా ఆదరించారు. ఆయన తర్వాత కూడా పుణ్యభూమి శీర్షిక పేరుతో ఇతరులూ అనేక రచనలు చేశారు. చలసాని ప్రసాదరావు రాసిన 'కబుర్లు' పాఠకాదరణ పొందాయి.

గతంలో సాహిత్య వార పత్రికలు కూడా 1/2 డెమ్మీ సైజు సితార, జ్యోతిచిత్ర లాంటి సినిమా పత్రికల సైజులో వచ్చేవి. ప్రఖ్యాత రచయిత కొడవటిగంటి కుటుంబరావు ఆంధ్రపత్రిక సంపాదకులయ్యాక దాని సైజు మార్చి 1/4 డెమ్మీ (ఇప్పటి స్వాతి, నవ్య వార పత్రికల సైజు) సైజుకి తగ్గించారు. ముఖ చిత్రంగా సినీ తారల ఫోటోలు ప్రచురించడం ప్రారంభించారు. లోపలి శీర్షికల్ని మార్చారు. ఏభై ఏళ్ళ క్రితం ఆయన ఎలాంటి శీర్షికల్ని ప్రవేశపెట్టారో, ఎలాంటి రచనల్ని ప్రచురించారో కొద్ది మార్పులతో ఇప్పటికీ అవే శీర్షికలు, అలాంటి రచనలతోనే వారపత్రికలు కొనసాగుతున్నాయి. అప్పటి

BRAOU

వారపత్రికలు - ఆంధ్రపత్రిక సచిత్ర వారపత్రిక, ఆంధ్రప్రభ, ఆంధ్రజ్యోతి, ఆంధ్రభూమి, స్వాతి వారపత్రిక, ఇంకా కాలగర్భంలో కలిసిపోయిన అనేక వారపత్రికల్లో 'విషయం' ఒక్కటే. కొడవటిగంటి తర్వాత సాహిత్య వారపత్రికల స్వరూప స్వభావాల్లో మార్పులు తెచ్చే సాహసం ఏ సంపాదకుడూ చేయలేదు. ఇతర భాషా వారపత్రికల్లో మాత్రం అనేక మార్పులు జరిగాయి.

అభ్యాసం-1

కర్టెన్ రైజర్ అంటే ఏమిటో తెలిపి, వార్తకు వార్తా కథనానికి మధ్య తేడాను వివరించండి.

అభ్యాసం-2

దినపత్రికలోని 'ఫీచర్స్' గురించి రాయండి.

BRAOU

3.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- దినపత్రికలు, వారపత్రికలు, పక్ష పత్రికలు, మాసపత్రికలు, ద్వైమాసిక, త్రైమాసిక పత్రికలతో పాటు ఆరు నెలలకోసారి, సంవత్సరానికొకసారి వెలువడే పత్రికలు కూడా ఉన్నాయి.
- బళ్ళారి నుంచి వెలువడిన 'సత్యదూత' తొలి తెలుగు పత్రికగా చెప్పవచ్చు. 1838లో మద్రాసు నుంచి వెలువడిన 'వృత్తాంతిని' తొలి తెలుగు వార్తా పత్రికగా చెప్పవచ్చు.
- 1892లో కృష్ణా పత్రిక ప్రచురణ ఆంధ్రదేశంలో ప్రారంభమై నవ్య భావోదయానికి నాంది పలికింది.
- వార్తా పత్రికలో ప్రధానమైనది ఎడిట్ పేజీ, అందులో సంపాదకీయం చాలా ముఖ్యమైనది.
- వార్తకు, వార్తా కథనానికి చాలా తేడా ఉంది. సంఘటన స్థలంలో ఏం కనిపించిందో, ఏం వినిపించిందో దాన్ని మాత్రమే రిపోర్టు చేస్తే అది వార్త. ఆ సంఘటన పూర్వా పరాలను, నేపథ్యాన్ని, కారణాలను, సంబంధిత విషయాలను ఆసక్తి కరంగా ఒక కథలా వివరిస్తూ రాసే వార్తను వార్తా కథనం అనవచ్చు.
- వార, పక్ష, మాస, ద్వైమాసిక, త్రైమాసిక పత్రికలు ప్రధానంగా రెండు రకాలు: 1. రాజకీయ పత్రికలు, 2. సాహిత్య సాంస్కృతిక పత్రికలు
- శీర్షికా రచనలు చాలాకాలం పాఠకుల్ని ఆకట్టుకున్నాయి, అలరించాయి.

3.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. పత్రికల ఆవిర్భావ వికాసాన్ని పేర్కొనండి.
2. దినపత్రికలు, వాటిలో వస్తున్న వివిధ రచనలను వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వార, పక్ష, మాస, ద్వైమాసిక, త్రైమాసిక పత్రికలను ఉదాహరణలతో పేర్కొనండి.
2. పత్రికా ప్రకటనలను గురించి రాయండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఒక ముఖ్య సభ, సమావేశం, సంఘటన, పరిణామం జరగబోతున్నప్పుడు దాని ప్రాముఖ్యాన్ని తెలియజేస్తూ, పూర్వాపరాలను విశదీకరిస్తూ ఆ కార్యక్రమం జరగకముందే రాసే వార్తా కథనాన్ని కర్టెన్‌రైజర్ అంటారు. ఈ తరహా కథనాల వల్ల ఆ కార్యక్రమం ప్రాధాన్యం, దాని పూర్వాపరాల పరిణామాల్ని వివిధ కోణాల నుంచి పాఠకులకు అందించడానికి వీలవుతుంది.

వార్తకు, వార్తా కథనానికి మధ్య తేడా ఉంది. సంఘటన స్థలంలో ఏం కనిపించిందో, ఏం వినిపించిందో దాన్ని మాత్రమే రిపోర్టు చేస్తే అది వార్త. ఆ సంఘటన పూర్వాపరాలను, నేపథ్యాన్ని, కారణాలను, సంబంధిత విషయాలను ఆసక్తికరంగా, ఒక కథలా వివరిస్తూ రాసే వార్తను వార్తా కథనం అనవచ్చు. పత్రికల్లో ఇతర రచనలను బయటి వ్యక్తులు రాయవచ్చుగాని వార్తా కథనాలను మాత్రం జర్నలిస్టులు మాత్రమే రాయగలరు.

2. వ్యాసానికి భిన్నంగా ఫీచర్ ఒక ప్రత్యేక ఆసక్తిదాయకమైన అంశాన్ని లేదా పార్శ్వాన్ని మాత్రమే చిత్రిస్తుంది. ఉదా: ఒలింపిక్ క్రీడోత్సవాల ప్రత్యేక సంచిక అయితే మన దేశం నుంచి పాల్గొంటున్న మహిళా క్రీడాకారిణుల వివరాలతో ఒక ఫీచర్ రాయవచ్చు. మానవ జీవితంలోని అనేక పార్శ్వాలు ఫీచర్లకు వస్తువుగా ఉంటాయి. ఆహారపు అలవాట్లు, ఫ్యాషన్ల విషయాలు, ఆరోగ్య సంరక్షణ, అభిరుచులు, సరదాలు వృత్తులు, ప్రవృత్తులు వంటి వాటిపై ఫీచర్లు వస్తుంటాయి. వ్యాసం గంభీరంగా సాగితే ఫీచర్ ఆహ్లాదకరంగా చదివిస్తుంది.

క్రమంగా కొన్ని వార్తా పత్రికలు వారంలో ఒక రోజు ఒక పూర్తి పేజీని సాహిత్యాంశాలకు కేటాయించాయి. ఈ పేజీలో ఒకటో రెండో సాహిత్య వ్యాసాలు, కవితలు, పుస్తక సమీక్షలు, పాఠకుల విమర్శలు ప్రధానంగా ఉండేవి.

ఈ ధోరణి మరికాస్త విస్తృతి చెంది ప్రతిరోజూ ఒకటి రెండు పేజీలను ప్రత్యేక శీర్షికల కోసం కేటాయించాయి చాలా పత్రికలు. ఒక రోజు సాహిత్యానికి, మరో రోజు క్రీడలకు, ఒక రోజు మహిళాంశాలకు, మరో రోజు పిల్లలకు, ఇంకోరోజు ఆరోగ్యానికి ఇలా అనేక విషయాలకు సంబంధించి వారానికి ఒకటి రెండు పేజీలను కేటాయించాయి. ఇది కాకుండా విద్యా సంబంధ విషయాలకు, యువతకు, సినిమాలకు, బిజినెస్‌కు, వినియోగదారుల సమస్యలకు, క్రీడలకు, ఆధ్యాత్మిక చింతనకు, కళలకు, వ్యక్తిత్వ వికాసానికి, సైన్స్ విశేషాలకు, పిల్లల కోసం, ఆరోగ్యంపై ప్రతిరోజూ ప్రత్యేక శీర్షికలు నిర్వహిస్తున్న పత్రికలు కొన్ని వీటికి రోజూ పేజీలు కేటాయిస్తే మరికొన్ని వారంలో ఒక రోజు ప్రత్యేక అనుబంధాలు తీసుకురావడం ప్రారంభించాయి. క్రమంగా దినపత్రికలు డైలీ కమ్ మేగజైన్లుగా తయారయ్యాయి.

ప్రతిరోజు ప్రధాన పత్రికకు అనుబంధంగా జిల్లా ఎడిషన్‌తోపాటు ఒక ప్రత్యేక అనుబంధాన్ని కూడా ఇస్తూ పాఠకులకు మరింత చేరువయ్యే ప్రయ[illegible] ఈనాడు దినపత్రిక. సోమవారం విద్యాపరమైన విషయాలతో 'చదువు', మంగళవారం ఆరోగ్య సమాచారంతో 'సు[illegible] బుధవారం క్రీడా సమాచారంతో 'ఛాంపియన్', గురువారం శాస్త్ర సాంకేతిక విషయాల విశ్లేషణతో 'ఈ-నాడు', శుక్రవారం ఆర్థ[illegible] విషయాలతో 'సిరి', శనివారం యువతరం కోసం విలువైన సమాచారంతో 'ఈ-తరం', ఆదివారం పిల్లలను అలరించే ప్రత్యేక కథనాలతో

BRAOU

'హాయ్ బుజ్జీ' వంటి ప్రత్యేక పేజీలను నిర్వహిస్తోంది ఈనాడు దినపత్రిక. అలాగే సాక్షి దినపత్రిక కూడా ఇదే రకమైన శీర్షికలతో ప్రత్యేక పేజీలతో పోటీపడుతోంది. ఈ పత్రికలో 'సాక్షి ఫ్యామిలీ' అనుబంధం పాఠకులను ఆకట్టుకునే అంశం. ఇందులో ప్రతిరోజు సినిమా సమాచారం 'వెండితెర' పేరుతో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు సంబంధించిన కార్యక్రమ వివరాలు 'బుల్లితెర' పేరుతో ఇస్తున్నారు. అలాగే గ్లామర్, మహిళ, ఫ్యాషన్, బ్యూటీ టిప్స్, యువత, హెల్త్‌గైడ్, లీగల్ ... పేర్లతో వివిధ కాలమ్స్ నిర్వహణ అన్ని వర్గాల పాఠకుల్ని ఆకట్టుకుంటోంది. వీటన్నింటికి తోడు 'విద్య' పేరుతో ప్రత్యేక పేజీలను ప్రతి సోమవారం ఇవ్వడం ఈ పత్రిక ప్రత్యేకత. 'ఈనాడు' మినహా మిగిలిన అన్ని దినపత్రికలు సోమవారం సంపాదకీయం పేజీలో 'సాహిత్యం'పై ప్రత్యేక వ్యాసాలివ్వడం కవులు, కళాకారులు, మేధావుల రంగాన్ని ఆకట్టుకునే అంశం.

ఆదివారం అనుబంధం, ప్రత్యేక పేజీల్లోనే లేకుండా దినపత్రిక లోపలి పేజీల్లోనూ కొన్ని ప్రత్యేక రచనలు, న్యూస్ ఫీచర్స్ కర్టెన్ రైజర్స్, మానవాసక్తికర కథనాలు ఉంటాయి. ఇవన్నీ ఫీచర్లలో భాగమే.

BRAOU

భాగం-4 ప్రసారమాధ్యమాలు, సినిమా

విషయక్రమం

4.0 ఉద్దేశం

4.1 ప్రవేశిక

4.2 ప్రసార మాధ్యమాల ఆవిర్భావం

4.2.1 రేడియో

4.2.2 టెలివిజన్

4.2.3 సినిమా

4.3 భాషావసరాలు

4.4 ప్రసార మాధ్యమాలు - ప్రయోజనాలు

4.5 ప్రసార మాధ్యమాలు - విశ్వసనీయత, నైతికత

4.5.1 విశ్వసనీయత

4.5.2 నైతికత

4.6 ప్రసార మాధ్యమాలు - ఇటీవలి ధోరణులు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

4.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం.

4.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

4.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు.

- ప్రసార మాధ్యమాల ఆవిర్భావం, వాటి ప్రభావం
- మాధ్యమాలు - భాషావసరాలు
- ప్రసార మాధ్యమాలు - విశ్వసనీయత, నైతికత
- మాధ్యమాల రచనల్లో ఇటీవలి ధోరణులు

4.1 ప్రవేశిక

ఆధునిక యుగంలో మాధ్యమాలు అత్యంత శక్తివంతమైన ప్రసార సాధనాలు. అందుకే నేటి యుగాన్ని సమాచార యుగం అంటున్నాం. ఇది సమాచార విప్లవంతో సాధ్యమైంది. ప్రపంచం అంతటా ఇదే పరిస్థితి నెలకొన్నది. ప్రపంచంలో ఎక్కడ ఏమి జరిగినా క్షణాల్లో తెలిసిపోతుంది. వరల్డ్ కప్ క్రికెట్, వరల్డ్‌కప్ పుట్‌బాల్, ఒలంపిక్స్‌గేమ్స్ వంటివి ఇందుకు సాక్ష్యం. ప్రపంచం ఓ కుగ్రామంగా కనిపించడానికి కారణం ఈ సమాచార విప్లవమే, ఇందులో ముఖ్య భూమిక ప్రసార

మాధ్యమాలది. సాంకేతికంగా కమ్యూనికేషన్స్ రంగంలో సాధించిన అభివృద్ధిని ఉపయోగించుకుంటూ వివిధ సంస్కృతులను ఏకం చేస్తూ ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రపంచ ఎల్లలను దాటి వెళ్ళగలుగుతున్నాయి. సమాచార రంగంతోబాటు వినోదరంగంలోనూ, విజ్ఞాన రంగంలోనూ విప్లవాత్మకమైన మార్పులకు అస్కారం కల్పిస్తున్నాయి. ముందుగా టెలిగ్రాఫ్, టెలిప్రింటర్, టెలిఫోన్ ఇవి ప్రజలకి అంత చేరువకాకపోయినా ఆ తరువాత రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా ప్రజలకు బాగా చెరువయ్యాయి. ఇప్పుడు అదే క్రమంలో కంప్యూటర్ - ఇంటర్నెట్, మొబైల్ కూడా ప్రజలకు దగ్గరవుతున్నాయి. జనమాధ్యమాలు కావడంవల్లే ఈ మాధ్యమాలన్ని ప్రజల్లోకి చొరవగా, చురుగ్గా వెళ్ళగలిగాయి.

మీడియా (Media) అన్న పదాన్ని తెలుగులో 'మాధ్యమాలు' అని వ్యవహరిస్తున్నాం. ఉపగ్రహ ఛానళ్ళు రాక ముందు మీడియా అనే పదం కేవలం జర్నలిజం అంటే పత్రికా రంగానికి మాత్రమే వాడేవారు. సమాచార విజ్ఞానం దానికి తోడు ఉపగ్రహాల ద్వారా లభించిన ప్రసార సామర్థ్యాలు మీడియా పరిధిని విస్తరించాయి. మీడియా అనేది 'ప్రింట్ మీడియా' (పత్రికారంగం), ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా (రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా మొ॥నవి) న్యూ మీడియా (ఇంటర్‌నెట్, మొబైల్, టెలివిజన్, వార్తా పత్రికలు కలగలసిపోవడం)గా రూపొందాయి. దేనికది విడిగాను, ఒకదానితో ఒకటి మిళితమై కొత్త అవకాశాల్ని కల్పించగలిగాయి. నూతన సాంకేతిక పరికరాల అవిష్కరణలు మీడియాను ఒక బలవత్తరమైన శక్తిగా, ఒక విస్తృతమైన వేదికగా కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థ అందుబాటులోకి తెచ్చాయి.

'మీడియా', 'కమ్యూనికేషన్' అనే వాటికి అసలు కారణం మనిషి తన మనసులోని భావాలను వ్యక్తీకరించాలనే తీవ్రమైన కాంక్ష. అదే భాష ఏర్పడటానికి దోహదపడింది. ఏర్పడిన భాష ఆయా సమూహాల మధ్య అభివృద్ధి చెంది, ఆ తర్వాత లిపిగా రూపొందినది. అంటే మాట్లాడటం అనేది రాయడంకన్నా మౌలికమైనదని చెప్పాలి. అయితే వ్యక్తీకరణ అనేది లిపిద్వారా మరింత శాశ్వతత్వం పొందింది. ఇదంతా నాగరికతతోపాటు పరిపుష్టమైంది.

సాంకేతిక విజ్ఞానం అభివృద్ధి చెందడంతో మానవుడు భావ ప్రసారానికి ఆధునిక విజ్ఞానాన్ని అన్వేషించాడు. ఆ క్రమంలో జోహన్‌గుటెన్‌బర్గ్ మహాశయుడు అచ్చుయంత్రాన్ని అవిష్కరించడం, దానితో అచ్చు పుస్తకాలు రావడం భావ ప్రసారానికి స్థిరత్వం ఏర్పడింది. కాంపాక్ట్ డిస్క్ వచ్చేదాకా జ్ఞానానికి, విజ్ఞానానికి ప్రతీక పుస్తకం. ఇప్పుడు రెండూ! ఒకటి ముద్రణ మాధ్యమం - మరోవైపు ప్రసారమాధ్యమాలు.

ఇరవయ్యోశతాబ్ది తొలినాళ్ళలో ఇటలీ శాస్త్రవేత్త మార్కోని మహాశయుడు తీగలు లేకుండా మాటలు రవాణా చేయగల రేడియో రూపకల్పన చేశాడు. రేడియో రాకముందు వివిధ దశలలో, వివిధ విధాలుగా సమాచార భావ ప్రసార సాధనాలు - టెలిగ్రాఫ్, టెలిప్రింటర్, టెలిఫోన్ వంటివి అవిష్కరించబడ్డాయి. రేడియో తర్వాత టెలివిజన్, సినిమా. ఉపగ్రహ సాంకేతిక విజ్ఞానం రావడంతో ప్రసార మాధ్యమాల ప్రాధాన్యత బాగా పెరిగింది.

4.2 ప్రసార మాధ్యమాలు - అవిర్భావం

ముద్రణ మాధ్యమంతో పోల్చినప్పుడు ప్రసార మాధ్యమాలు వైవిధ్యాన్ని కలిగి ఉంటాయి. సమాచారాన్ని క్షణాలలో ప్రపంచ నలుమూలలకు చేరవేయగలవు. తక్షణ ప్రభావాన్ని కలిగిస్తాయి. భౌగోళిక, సాంస్కృతిక, మేధాపరమైన పరిధులను అధిగమించి జన సామాన్యాన్ని చేరుకోగలవు.

మాధ్యమాల అవిర్భావం భారతదేశంలో 17వ శతాబ్దం చివరలో (1780) ముద్రణా మాధ్యమంలో ప్రారంభమైంది. ప్రసార మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్, వీటికంటే ముందే 1895లో సినిమా మాధ్యమం రావడం కన్పిస్తాయి. ప్రపంచంలో అతిపురాతనమైన చరిత్ర కలిగిన ఈ మాధ్యమాల విస్తృతి విస్తారమైనదే. 2007లో దాదాపు 99 మిలియన్ల వార్తాపత్రికల కాపీలు వినియోగంలోకి వచ్చాయి. 1997 నాటికే టెలివిజన్ ప్రసారాల విషయంలో ప్రపంచంలో మనదేశం 8వ స్థానంలో ఉండేది. మన దేశ జనాభాలో 7 శాతానికి పైగానే ఇంటర్నెట్‌ను వాడుతున్నారు. రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటి మాధ్యమాల అవిర్భావాన్ని క్లుప్తంగా చర్చించుకోవలసిన అవసరం ఉంది. భాష అభివృద్ధి చెందడంలో, వ్యావహారిక తత్వాన్ని పొందడంలో ఈ మాధ్యమాలు ఎంతగానో దోహదపడ్డాయి, తెలుగు భాష విషయంలోనూ ఆధారణి కనిపిస్తుంది. మాధ్యమాల అవిర్భావం, అభివృద్ధి దశలతో కలిసే భాష కొనసాగిన పరిణామమూ చూస్తాం.

BRAOU

4.2.1 రేడియో

సమాచారాన్ని దూర ప్రాంతాలకు త్వరితంగా పంపించడంలో 1844లో సామ్యూల్ మోర్స్ (Samuel Morse) రూపొందించిన టెలిగ్రాఫ్ (Telegraph) అనే సాధనం సుసాధ్యం చేసింది. ఒక చోటి నుండి మరోచోటికి తంత్రుల ద్వారా సమాచారాన్ని సాంకేతిక రూపంలో పంపడం ద్వారా కాలాన్ని, దూరాన్ని అధిగమించి సమాచారాన్ని ప్రసారం చేసే సాధనాలలో టెలిగ్రాఫ్ మొట్టమొదటిదిగా చెప్పుకోవచ్చు. ఈ టెలిగ్రాఫ్ ప్రస్తుత కాలంలోని పెనుమార్పులకు నాందీ పలికింది. టెలిగ్రాఫ్‌కు ప్రజలు పూర్తిగా అలవాటు పడకముందే అలెగ్జాండర్ గ్రహంబెల్ (Alexander Grahambell) 1870లో టెలిఫోన్‌ను కనిపెట్టాడు. ఈ టెలిఫోన్ కూడా సమాచారాన్ని చేరవేయడంలో ఎలాంటి పాత్ర వహిస్తున్నదో మీకు తెలిసిన విషయమే.

కేంబ్రిడ్జి శాస్త్రవేత్త జేమ్స్‌క్లార్క్ మాక్స్‌వెల్ 1864లో విద్యుదయస్కాంత తరంగాలను గుర్తించి, మనం కంటితో చూసే కాంతి కూడా విద్యుదయస్కాంత ప్రసారమేనని సిద్ధాంతీకరించాడు. మాక్స్‌వెల్ సిద్ధాంతాన్ని 1887-88 ప్రాంతంలో హెర్జ్ (Hertz) అనే జర్మనీ శాస్త్రవేత్త తన ప్రయోగశాలలో గుర్తించి నిర్ధారించాడు. తను గమనించిన అయస్కాంత తరంగాలను ఆయన రేడియేషన్స్ అని వ్యవహరించారు. ఈ సిద్ధాంత ప్రోత్సాహంతో 1895లో గుగ్లియెల్మో మార్కొని (Guglielmo Marcony) మోర్స్ సంకేతాలను తీగల సహాయం లేకుండా ఒక చోటు నుండి మరో చోటికి రేడియో తరంగాలుగా పంపడం సాధ్యమని నిరూపించాడు. మార్కోని ఆవిష్కరించిన ఈ పద్ధతి తర్వాత కాలంలో రేడియోగా రూపుదిద్దుకుంది. టిక్కు టిక్కుమని శబ్దం చేసే మోర్స్‌కోడ్ సిగ్నల్సును మొదటిసారిగా 1901లో అట్లాంటిక్ సముద్రం మీదుగా ప్రసారం చేయడం జరిగింది. 1906లో జర్మనీలో జరిగిన శాస్త్రజ్ఞుల సభ రేడియేషన్ నుంచి 'రేడియో' అన్న పదాన్ని వాడుకలోకి తెచ్చింది. మొదటి మహాసముద్రాల మీద నెలల తరబడి ప్రయాణం చేసే ఓడలకు తీరం మీది వారితో సమాచారం యిచ్చి పుచ్చుకోవడానికి రేడియో సౌకర్యం ఉపయోగపడింది. ఇంగ్లాండులో మొట్టమొదటగా 1920 సంవత్సరంలో మార్కోని కంపెనీ వారి రేడియో కార్యక్రమం 'చెమ్స్‌ఫర్డ్' (Chelms Ford) నుండి ప్రసారమైంది. అయితే ఈ ప్రసారాలు 1922 నాటికి క్రమబద్ధం చేయబడ్డాయి. ఆ సంవత్సరంలోనే రేడియో కార్యక్రమాలను క్రమబద్ధం చేసేందుకు బ్రిటీష్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కార్పొరేషన్ (బి.బి.సి) అనే సంస్థ ఏర్పాటైంది. ఈ సంస్థనే 1927లో సర్వ స్వతంత్ర యాజమాన్య సంస్థగా మార్చడం జరిగింది. దీనికి మొట్టమొదటి డైరెక్టర్ జనరల్‌గా జె.సి. డబ్ల్యుయు రీట్ (J.C.W. Reith) నియమింపబడ్డాడు. రీట్ మార్గదర్శకత్వంలో బి.బి.సి సంస్థ సమాచార రంగంలోనూ, జనసామాన్యానికి సేవలు అందించడంలోనూ విశిష్టమైనదిగా రూపుదిద్దుకున్నది. అంతేకాక ఎన్నో దేశాలకు రేడియో ఒక సుస్థిరమైన వ్యవస్థగా రూపు దిద్దుకోవడానికి అవసరమైన స్ఫూర్తిని బి.బి.సి. సంస్థ ద్వారా పొందగలిగారు.

భారత దేశంలో రేడియో ప్రసారాలకు 1923, 1924 సంవత్సరాలలోనే అంకురార్పణ జరిగింది. 1927లో రేడియో ప్రసారాలు జరిగాయి. బొంబాయి, కలకత్తా, మద్రాసు నగరాలలో రేడియో క్లబ్బులు ఏర్పడి ఈ ప్రసారాలకు ప్రయత్నాలు ప్రారంభించాయి. ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీ అనే ఒక ప్రైవేట్ సంస్థ బొంబాయి, కలకత్తా నగరాలలో రేడియో కేంద్రాలను నెలకొల్పేందుకు భారత ప్రభుత్వంతో ఒప్పందం చేసుకున్నది. 1927వ సంవత్సరం జులై 23న బొంబాయిలోనూ ఆగస్టు 26న కలకత్తాలోనూ రేడియో కేంద్రాలు ప్రారంభించబడ్డాయి.

1930లో ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీని భారత్‌లోని బ్రిటీష్ ప్రభుత్వం స్వాధీనం చేసుకుని ఇండియన్ స్టేట్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ సర్వీస్‌గా మార్చడం జరిగింది. 1935లో లయొనెల్ ఫీల్డెన్ (Lionel Fielden) అనే బి.బి.సి అధికారిని భారత దేశానికి రప్పించి అతన్ని రేడియో వ్యవస్థకు కంట్రోలర్‌గా నియమించడం జరిగింది. ఇతని నాయకత్వంలో భారత దేశంలోని రేడియో వ్యవస్థకు చక్కటి పునాదులు పడ్డాయి. అప్పటి వరకు ఇండియన్ స్టేట్‌బ్రాడ్ కాస్టింగ్ సర్వీస్‌గా ఉన్న వ్యవస్థకు 1937లో ఆల్ ఇండియా రేడియోగా పేరు మార్చారు. 1957లో ఆలిండియా రేడియో 'ఆకాశవాణి'గా మార్పు చెందింది. స్వాతంత్ర్యం వచ్చిన తరువాత 'ఆకాశవాణి' అని భారతీయ భాషలో నామకరణ జరిగింది.

భారత దేశంలో మొదట రేడియో వ్యవస్థ పెద్దగా విస్తరించలేదు. స్వాతంత్ర్యం వచ్చేనాటికి దేశంలో ప్రభుత్వాధీనంలో ఉన్న రేడియో కేంద్రాలు ఆరే ఉండేవి. అవి: బొంబాయి, కలకత్తా, ఢిల్లీ, మద్రాసు, లక్నో, తిరుచిరాపల్లి ఇవిగాక స్వతంత్ర సంస్థానాధీశుల కింద పనిచేస్తున్న రేడియో కేంద్రాలు అయిదు ఉండేవి. హైదరాబాదు, ఔరంగాబాదు, నిజాం సంస్థానంలో ఉండేవి. బరోడా, మైసూరు, తిరువనంతపురం ఆయా సంస్థానాధీశుల కింద ఉండేవి.

BRAOU

స్వాతంత్ర్యం తరువాత ప్రజలను ప్రగతి పథంలో నడిపేందుకు అవసరమైన సమాచారాన్ని రేడియో అందించింది. 1993 నాటికి భారత దేశంలోని ఆకాశవాణి ప్రపంచంలోని అతిపెద్ద రేడియో వ్యవస్థలలో ఒకటిగా విస్తరించింది. భారతదేశంలోని ఆకాశవాణి ప్రసారాలు 96 శాతం జనాభాకు అందుబాటులో ఉన్నాయి. ఈ ప్రసారాల్లో ప్రసంగాలు చర్చలు, నాటకాలు, మొదలైనవి. ప్రసంగాలు, చర్చలు, సామాజిక, వైజ్ఞానిక, ఆర్థిక, రాజకీయ విషయాల మీద కార్యక్రమాలు ప్రసారమవుతున్నాయి. వీటి ఉద్దేశం ప్రజానీకానికి వినోదాన్ని కలిగించడమే కాక వారిలో అవగాహనా శక్తిని పెంచడం, ఆలోచనా పరిధిని విస్తృత పరచడం, కొత్త విషయాలను తెలుసుకోవడంలో అభిరుచిని కల్పించడం వంటివి ప్రధానమైనవి.

రేడియో మొదట్లో మహిళలు, పిల్లలు, యువకులు, కార్మికులు ఇలా వివిధ వర్గాల శ్రోతల కోసం ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు రూపొందిస్తూ వచ్చిన ఆకాశవాణి 1953లో 'వివిధ భారతి'ని ప్రారంభించి వినోద ప్రధానమైన అంశాలను, చలన చిత్రగీతాలను ప్రసారం చేయడం మొదలు పెట్టారు. 1967లో వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రసారం చేయడం మొదలైంది. 1969లో యువత నుద్దేశించి 'యువవాణి' మొదలైంది. ఫ్రీక్వెన్సీ మాడ్యులేషన్ (Frequency Modulation) విధానం ద్వారా పశ్చిమ దేశాలలో రేడియో ప్రసారాలు విశేషంగా ఆకట్టుకుంటూ వచ్చాయి. దీనితో భారత ప్రభుత్వం ఆరవ పంచవర్ష ప్రణాళిక కాలంలో దేశంలోని అనేక ప్రాంతాల్లో ఎఫ్.ఎం. కేంద్రాలు ప్రారంభించింది.

ఆకాశవాణి వివిధ కేంద్రాల ద్వారా స్త్రీల కొరకు, యువత కొరకు, పిల్లల కొరకు, రైతుల కొరకు, కార్మికుల కొరకు, వివిధ మైనారిటీ వర్గాలకొరకు ప్రత్యేక ప్రసారాలు చేస్తున్నది. అంతేకాక ప్రాథమికస్థాయి నుండి యూనివర్సిటీ స్థాయి వరకు విద్యా కార్యక్రమాలనూ, రకరకాల క్రీడలకు సంబంధించి కార్యక్రమాలనూ ప్రసారం చేస్తూ, వ్యాఖ్యానాలు అందిస్తూ, తుపాను, వరదలు వంటి ప్రకృతి వైపరీత్యాల గురించి సమాచారాన్ని అందిస్తూ జనజీవన స్రవంతిలో విడదీయరాని సంబంధాన్ని కలిగి ఉందంటే అతిశయోక్తి కాదు.

రేడియో ప్రసారాల ప్రభావం అప్పట్లో అధికమే. వార్తా ప్రసారాలతోపాటు వినోద కార్యక్రమాల్ని, సమాజంలో సామాజిక చైతన్యాన్ని పెంపొందించే కార్యక్రమాల్ని ప్రసారం చేయడం పెద్ద ఎత్తున కొనసాగింది. 1960లో గ్రామీణ ప్రజలకోసం, వ్యవసాయ సమాచారం అవగాహన, కోసం రేడియో చేసిన కృషి ఎనలేనిది. 1980ల్లో వచ్చేకల్లా 'పయోజన విద్యకోసం' రేడియో ప్రసారాలు కీలకమైనవిగా భావించారు. ప్రాంతీయ ఛానెళ్ళు రావడంతో 1980ల్లో తెలుగులో బోధన చేయడం కోసం కృషి కన్పిస్తుంది. 1960-1970ల్లో రేడియో ప్రసారాల స్థాయి నిలకడగా ఉంటే 1980, 1990ల్లో వేగాన్ని పుంజుకుంది. 97 శాతం మందికి పైగా జనాభాను రేడియో చేరగలుగుతోంది. 93 శాతం పైగా భౌగోళిక విస్తీర్ణాన్ని చేరగలుగుతోంది. టెలివిజన్ ప్రవేశంతో 1970ల్లో వెనుకబడ్డ రేడియో 1990 మధ్య కాలంలో మళ్ళీ వేగంగా విస్తరిస్తోంది. ఈ విస్తరణ ఎఫ్.ఎమ్. రేడియో ప్రసారాల వల్ల సాధ్యపడింది. స్థానిక అవసరాలు, సమాచారం గురించి పట్టించుకునే ఎఫ్.ఎమ్. వ్యవస్థ ప్రాచుర్యమే మళ్ళీ రేడియో వేగానికి దోహదపడింది. పరిమిత స్థాయిలో 'కమ్యూనిటీ రేడియో ప్రసారాలున్నా వాటి వినియోగం, ప్రయోజనం ఇంకా పూర్తిగా వెలుగు చూడవలసి వుంది.

శాటిలైట్ రేడియో, ఇంటర్నెట్ రేడియో వ్యవస్థలు కూడా అమలులో వున్నాయి. వాటికున్న పరిమితుల కారణంగా పరిమిత ప్రయోజనాలకే సరిపోతున్నాయి. వీటి విస్తరణలో సరైన దృక్పథంతో వెళ్ళ గలిగితే ఆశించిన ఫలితాలు సాధ్యపడ్తాయి. టెక్నాలజీ విప్లవం కారణంగా రేడియో ప్రసారాలు ఒక విధంగా 'మొబైల్' స్థాయిని పొందాయి. నడుస్తూనో, కార్లో వెళ్తూనో వినే సాధనంగా రేడియో అవతరించింది. కార్యక్రమాలలోను వైవిధ్యం కనిపిస్తోంది. ఈ నేపథ్యం రేడియో ప్రసార వ్యవస్థకు కొత్త లక్ష్యాలను భవిష్యత్తులో నిర్దేశించే పరిస్థితి వస్తుందేమో చూడాలి.

4.2.2 టెలివిజన్

శబ్దాలను ఒక చోటినుండి మరొక చోటికి కాంతివేగంతో పంపడం సాధ్యమైనప్పుడు కాంతితో కూడిన దృశ్యాలను మాత్రం కాంతివేగంతో ఎందుకు పంపకూడదనే ఆలోచన గ్రాహం బెల్‌కు, ఆయన సహచర శాస్త్రవేత్తలకు టెలిఫోన్‌ను తయారు చేసిన కాలంలోనే కలిగింది. 1884లో పాల్ నిప్కో (Paul Nipkow) అనే జర్మన్ శాస్త్రవేత్త చిల్లులున్న రెండు చక్రాలను, వైర్లను ఉపయోగించి విద్యుత్తు సహాయంతో ఒక చోటు నుండి మరొక చోటికి బొమ్మను ప్రసారం

BRAOU

చేయగలిగాడు. ప్రయోగాత్మకంగా ఎలక్ట్రాన్ అనేది ఒకటి ఉందని నిర్ధారణ జరిగిన 1897లో జర్మన్ శాస్త్రవేత్త కాథోడ్‌రే ట్యూబును తయారు చేశాడు. తరువాత కాలంలో మరికొందరు శాస్త్రవేత్తలు దాన్ని మెరుగుపరిచి రంగుల బొమ్మలను ప్రసారం చేశారు. కానీ తొలి రోజులలో బొమ్మ సరిగా వచ్చేదికాదు. పోల్చుకోవడానికి సరిపడే ఆకారాలు మాత్రం వచ్చేవి.

ఎలక్ట్రానిక్స్‌తో ప్రసారమయ్యే టెలివిజన్‌పై ఫిలోఫార్నెస్‌వర్త్, వ్లాడిమిర్ జ్వారికిన్ అనే శాస్త్రవేత్తలు పరిశోధన చేసి టెలివిజన్ ఆవిష్కరించేందుకు కృషి చేసి విజయం సాధించారు. వీరు ఐకొనోస్కోప్ (Iconoscope) అనే కెమెరా ట్యూబ్ తయారు చేశారు. 1928లో జనరల్ ఎలక్ట్రిక్ కంపెనీ (Generel Electric Company) మొట్టమొదటిసారిగా టెలివిజన్ డ్రామాను న్యూయార్కు నుండి ప్రసారం చేసింది. ఆ తర్వాత వివిధ ప్రాంతాలలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. 1953 నాటికి బొమ్మల ప్రసారం తృప్తికరమైన స్థాయిని చేరుకొన్నది. ఇంగ్లాండులో ఎలిజబెత్ రాణి పట్టాభిషేక మహోత్సవాన్ని ఇంగ్లాండ్‌లోనే గాక ఫ్రాన్స్ మొదలైన దేశాల ప్రజలు కూడా టెలివిజన్‌లో చూడగలిగారు. దానితో టెలివిజన్‌కు అంతర్జాతీయ ప్రసారాలకు అదే నాంది ప్రస్తావన.

భారతదేశంలో ప్రయోగాత్మకంగా టెలివిజన్ ప్రసారాలు 1959 సంవత్సరం సెప్టెంబర్ 15వ తేదీన ప్రారంభ మయ్యాయి. 1961 నుండి పాఠశాల విద్యార్థులకు టెలివిజన్ ద్వారా కార్యక్రమాలు ప్రసారం చేయడం ఢిల్లీలో మొదలైంది. ఢిల్లీ నుండి ప్రసారమయ్యే కార్యక్రమాలను 1965లో క్రమబద్ధం చేశారు. 1967 నుండి వ్యవసాయదారులకు సంబంధించిన కార్యక్రమాలను టెలివిజన్‌లో ప్రసారం చేసేందుకు 'కృషిదర్శన్' పేరుతో మొదలు పెట్టారు.

ఉపగ్రహ సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని ఉపయోగించుకున్నప్పుడే టెలివిజన్ ప్రసారాలను మారుమూల గ్రామాలకు సైతం అందించవచ్చునని దూరదృష్టితో అంచనా వేసిన ఘనత విక్రమ్ సారాభాయ్‌కి దక్కింది. ఆయన చొరవతోనే ఆ సమయంలో నేషనల్ శాటిలైట్ కమ్యూనికేషన్ గ్రూపు ఏర్పడింది.

1975-76 సంవత్సరాల మధ్యకాలంలో మన దేశంలో నిర్వహించిన ఉపగ్రహ ప్రబోధాత్మక టెలివిజన్ ప్రయోగం (Setellite Instructional Television Experiment - SITE) ద్వారా దేశంలోని ఆంధ్రప్రదేశ్, కర్నాటక, ఒరిస్సా, రాజస్థాన్, బీహార్, మధ్య ప్రదేశ్ రాష్ట్రాలలోని 2400 పైగా గ్రామాల్లోని ప్రజలు టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు చూసే అవకాశం ఏర్పడింది.

BRAOU

టెలివిజన్ ప్రారంభదశలో వ్యవసాయం, పశుపోషణ, ఆరోగ్యం, కుటుంబ సంక్షేమం, విద్య, జాతీయ సమైక్యత మొదలైన కార్యక్రమాలు ప్రసారమయ్యాయి. 1970 తర్వాత సినిమాల ఆధారంగా రూపొందించిన కార్యక్రమాలు ప్రసారాలలో చోటు చేసుకున్నాయి. 1976 నుండి వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రసారం చెయ్యటం మొదలు పెట్టింది. 1980 తర్వాత వినోద ప్రధానమైన కార్యక్రమాలు ఎక్కువయ్యాయి. 1982 సంవత్సరం ఆగస్టు, 15వ తేదీ నుండి టెలివిజన్ ప్రసారాలు, బ్లాక్ అండ్ వైట్ నుండి కలర్‌లోకి మారాయి. ఆ సంవత్సరంలోనే జరిగిన ఏసియాడ్ (Asiad) క్రీడలు మొదటిసారి రంగుల్లో ప్రత్యక్ష ప్రసారమయ్యాయి. 1988-89 సంవత్సరాలలో రామాయణ, మహాభారతాలు ప్రసారమయ్యాయి. ఈ విధంగా టెలివిజన్ పట్టణాలలోనూ, గ్రామాలలోనూ ప్రజాదరణ పొందింది.

ఉపగ్రహ ప్రబోధాత్మక టెలివిజన్ ప్రయోగం తర్వాత టెలివిజన్ ప్రసారాలు క్రమేపీ పెరగటం, రంగుల్లో ప్రసారాలు రావడం ప్రధాన పరిణామాలు. సామాజిక స్పృహ, విద్య, వినోద అంశాలతో కార్యక్రమాలు వెలుగులోకి రావడం మొదలయింది. కేంద్ర సమాచార, ప్రసారశాఖ ఆధ్వర్యంలోనే 'దూరదర్శన్' పనిచేసేది. కేవలం జాతీయ ఛానెల్‌గానే దూరదర్శన్ ప్రసారాలు చేసేది. హిందీలో ప్రసారమయిన రామాయణ, మహాభారతాలు అందర్నీ టెలివిజన్‌కు కట్టిపడేసిన వాస్తవం ఇప్పటికీ మర్చిపోలేం. 1980 నాటికి టెలివిజన్ కల్గిన ఇళ్ళ సంఖ్య బాగా పెరిగింది. దూరదర్శన్ క్రమేపీ ప్రాంతీయ అవసరాలకు అనుగుణంగా కొత్త ఛానెళ్ళను ప్రారంభించడం ఈ దశలోనే మొదలయింది. కొద్ది కాలానికి డిడి మెట్రో, తెలుగులో 'సప్తగిరి' లా ప్రాంతీయ భాషాఛానెళ్ళు వచ్చాయి. భారత ప్రభుత్వం 1991లో ప్రపంచీకరణ, ఆర్థిక సరళీకరణల దిశగా అడుగులు వేయడం ప్రారంభమైన దశలోనే విదేశీ ఛానెళ్ళ ప్రసారాలు రావడం చూస్తాం. గల్ఫ్ యుద్ధం సమయంలో కేబుల్ టీవీ ప్రసారాలు మనదేశంలోకి ప్రవేశించడం టెలివిజన్ ప్రసారాల విస్ఫోటనానికి బాటలు వేసింది. రూపర్ట్ మర్డోక్ 'స్టార్ టివి' నెట్‌వర్క్ తో 1991లో ఈ వెల్లువ మొదలయింది. టెరెస్ట్రియల్ ప్రసారం విధానం నుంచి శాటిలైట్ టెలివిజన్

ప్రసారాలు మారడం వల్లనే ఈ విప్లవాత్మకమైన మార్పు వచ్చింది. శాటిలైట్ ప్రసారాలు, కేబుల్ ద్వారా ప్రసారాలు అందుబాటులోకి రావడం భారతదేశ టెలివిజన్ చరిత్రలో ఒక గణనీయమైన మార్పు. 41 సెట్లతో ఒకేఒక ఛానెల్‌లో 1962ల్లో 400 మిలియన్ల మందికి (70మిలియన్ల ఇళ్ళలో) 100కి పైగా ఛానెళ్ళ ద్వారా అందుబాటులోకి రావడమనేది ఎవరూ ఊహించని పరిణామం. కేబుల్ టీవీ ప్రసారాలతో 130 మిలియన్ల ఇళ్ళల్లో టెలివిజన్ ఉంటే 70మిలియన్లకి పైగా ఇళ్ళల్లో కేబుల్ ప్రసారాలు ఏర్పాటు చేసుకోవడం గుర్తించదగ్గ వాస్తవం.

దక్షిణ భారతదేశంలో 'సన్ టీవీ' 1992లో వచ్చిన మొట్టమొదటి ప్రైవేటు ఛానెల్. ఇప్పుడు 20 ఛానెళ్ళకు పైగా దీనికి ఉన్నాయి. ఈ సన్ టీవీ కన్నడ, మళయాళం, తమిళం, తెలుగు భాషలలో ప్రసారాలూ చేస్తున్నది. స్టార్ టి.వి., జీ టి.వి., సి.ఎన్.ఎన్. హెచ్.బి.వో వంటి ఎన్నో ఛానళ్ళు వచ్చాయి. వినోద కార్యక్రమాలు, సినిమాలు, క్రీడలు, విద్యా కార్యక్రమాలు, కార్టూన్ ప్రసారాలు ఇలా ఎన్నో వైవిధ్య భరితమైన అంశాలను ప్రసారం చేస్తున్నాయి. 2000వ సంవత్సరం తర్వాత కేంద్ర ప్రభుత్వం కల్పించిన వెసులుబాటుతో క్రమేపీ తెలుగులో కూడా టెలివిజన్ ఛానెళ్ళు రావడం ప్రారంభమయ్యాయి. ముఖ్యంగా 24 గంటల ప్రసారాలు చేస్తున్న ఛానెళ్ళుగా వీటిని ఏర్పాటు చేశారు. హిందీ, ప్రాంతీయ భాషల్లో టెలివిజన్ ప్రసారాలు రావడమనేది ప్రధానమైన పరిణామం. సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం కారణం, టెక్నాలజీ అందిస్తున్న సాంకేతిక సౌకర్యాల మూలాన టెలివిజన్ ప్రసారాల పరిధి ఎన్నో రెట్లు పెరిగింది. ఇంకా విస్తృతమవుతూనే వుంది. సరాసరి ప్రసారాలను అందుకునే అవకాశం డి.టి.హెచ్ అందిస్తోంది. కేబుల్ ప్రసారాలతో పాటు డి.టి.హెచ్ కూడా కలిసి ప్రసారాల పరిధిని మరింత విస్తృతం చేస్తున్నాయి. అంటే అప్పటి వరకు గుత్తాధిపత్యం ఉన్న దూరదర్శన్‌కు 1991 సంవత్సరం మే నెలలో స్టార్ టెలివిజన్ నెట్ వర్క్స్ తన కార్యక్రమాలను కేబుల్ నెట్‌వర్క్ ద్వారా భారత దేశానికి మళ్ళించడంతో దూరదర్శన్‌కి పోటీ ఏర్పడింది. ఆ తర్వాత 1992 ఆగస్టులో ఏసియన్ టెలివిజన్ నెట్‌వర్క్, అక్టోబరు నెలలో జీటీవీ (ZEE. TV) నెట్‌వర్క్ తమ ప్రసారాలను భారత దేశ ప్రజలకు అందుబాటులోనికి తెచ్చాయి. 1995లో జీ న్యూస్, జీ సినిమా అదే సంవత్సరంలో జపాన్‌కు చెందిన సోని కార్పొరేషన్ ఆధ్వర్యంలో ఏర్పాటైన సోని ఎంటర్‌టైన్‌మెంట్ టెలివిజన్ సంస్థ భారత్‌లో ప్రసారాలు ప్రారంభించింది. 1996 సిటీకేబుల్, 1997 జీ మ్యూజిక్, ఎం.టీవీ అలాగే దక్షిణాది రాష్ట్రాలలో సన్ నెట్‌వర్క్ ఆధ్వర్యంలో తమిళంలో సన్‌టీవీ, సన్ మ్యూజిక్, సన్‌మూవీస్, సన్ న్యూస్, కె.టీవీ, తెలుగులో జెమిని, కన్నడంలో ఉదయం టీవీ, మలయాళంలో సూర్యటీవీ, ఆ తరువాత తెలుగులో తేజ, జెమిని న్యూస్, జెమిని మ్యూజిక్, కన్నడంలో ఉషె, ఉదయ న్యూస్, మలయాళంలో కిరణ్ మ్యూజిక్ ఇలా నాలుగు దక్షిణాది భాషల్లోనూ ఛానెల్స్ నడుపుతున్న ఘనత సన్‌నెట్‌వర్క్ సాధించింది. దక్షిణాదిన విస్తరించిన మరో నెట్‌వర్క్ ఈనాడు టెలివిజన్ నెట్‌వర్క్. హైదరాబాదు కేంద్రంగా 1998లో తెలుగులో ప్రారంభమైన ఈ టీవీ క్రమేపీ ఉత్తరాదికి విస్తరించి నేటికి 12 ఛానెల్స్‌తో కొనసాగుతుంది. ఆ తరువాత మా టీవీ, మహాటీవీ, మన టీవీ, సాక్షి టీవీ మరియు న్యూస్ ఛానెల్స్ ఈటీవీ-2, టీవీ -9, టీవీ-5, ఇలా ఎన్నో ఛానెల్స్ కొత్తవి వస్తూనే ఉన్నాయి. ఈ విధంగా పుట్టుకొస్తున్న టీవీ ఛానెల్స్ వ్యాపార దృష్టితో విజ్ఞానాని కంటే వినోదానికే ఎక్కువ ప్రాధాన్యత ఇస్తూ తన ఉనికిని చాటుకుంటున్నవి.

BRAOU

4.2.3 సినిమా

చలన చిత్రం అంటే కదిలే బొమ్మ అన్న అర్థముంది. ఈ కదలికను తెలిపే క్రమంలో ఉండే కొన్ని నిశ్చలన చిత్రాల కదలికే చలనచిత్ర మూలసూత్రం. అంటే నిశ్చలన చిత్రాలు, ఛాయా చిత్రాలు, ఫోటోలు మొదలగునవి చలన చిత్రాల సృష్టికి దోహదం చేశాయి. ఇంగ్లాండ్‌కు చెందిన ఎడ్వర్డ్‌మైబ్రిడ్జ్ అనే శాస్త్రవేత్త 1877లో ఒక గుర్రపు పరుగుకు సంబంధించిన వివిధ ఫోటోలను ఒక వరుస క్రమంలో ప్రత్యేక ప్రొజెక్టర్ ద్వారా చూపించి వాటిమధ్య కదలికను చూపి నిశ్చలన చిత్రాల్లో 'కదలికను' తీసుకురాగలిగిన మొట్టమొదటి శాస్త్రవేత్తగా చెప్పవచ్చు. అలా ఒక క్రమంలో అమర్చిన నిశ్చలన చిత్రాలను వరుసగా ఒక నిర్దిష్ట అంతరంలో చూపినప్పుడు అవి కదలిన భ్రమ మనకు కలుగుతుంది. ఇదే చలన చిత్రాల మూలసూత్రం. 1880లో థామస్ అల్వా ఎడిసన్ తన బృందంతో కలిసి వివిధ ఫోటోలను ఒక ఫిల్మ్‌లో పొందుపరచి 'కదలికను' మరింత సహజంగానూ, సులభంగానూ చూపించగలిగాడు.

ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జ్, థామస్ అల్వాఎడిసన్, డబ్ల్యూ.ఎల్. డిక్‌సన్, ఆర్.డబ్ల్యూ.పౌల్ మొదలగు ఎంతో మంది శాస్త్రవేత్తల కృషి ఫలితంగా 1895 డిసెంబర్ 28వ తేదీన ఫ్రాన్స్‌కు చెందిన అగస్ట్ ల్యుమియర్, లూయిస్ ల్యుమియర్ అనే సోదరులు పారిస్ ప్రజలకు సినిమాను ప్రదర్శించి ప్రపంచానికి పరిచయం చేశారు.

భారతదేశంలో 1896 జులై నెలలో బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్లో సినిమాను మొట్టమొదటిసారిగా ప్రదర్శించారు. ఆ మొదటి సినిమా నిడివి గంటలోపే. సముద్రం, రైలురాక, ఫ్యాక్టరీకి వెళ్ళే కార్మికులు ... ఇలాంటి కొన్ని దృశ్యాలు మాత్రమే సినిమా పేరుతో ప్రదర్శితమయ్యాయి. ఆ ప్రదర్శనలో ఆరు మూకీ లఘు చిత్రాలు ఉన్నాయి. ఆ విధంగా మన దేశంలో ప్రవేశించిన సినిమా 1899లో హరిశ్చంద్ర భట్వాడేకర్ విదేశీయుల సహకారంతో తాను రూపొందించిన రెండు మూకీ లఘు చిత్రాలను ప్రదర్శించాడు. అయితే పాత్ర దారుల చేత కెమెరా ముందు నటింపజేసి "పుండాలిక" అనే చిత్రాన్ని నిర్మించి మొట్టమొదటి భారతీయ చలన చిత్రాన్ని నిర్మించిన ఖ్యాతి ఆర్.జి. టోర్నీకి దక్కింది. కానీ పూర్తిగా దేశీయ పరిజ్ఞానంతో మన దేశంలోని పురాణాల ఆధారంగా కథను తీసుకుని 1913లో 'రాజా హరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ మొట్టమొదటి మూకీ చిత్రాన్ని దాదా సాహెబ్ ఫాల్కే రూపొందించాడు. ఈ చిత్రం 1913 మే 3వ తేదీన విడుదలైంది. ఆ తరువాత ఫాల్కే 1917లో 'లంకా దహన్', 1918లో ఫాల్కే కుమార్తె నటించిన 'కృష్ణజనమ్', 1919లో 'కాళీమర్దన్' వంటి చిత్రాలు నిర్మించాడు. ఇవి దాదా సాహెబ్ ఫాల్కేకు గొప్ప పేరుతెచ్చాయి. వీటి నిర్మాణానికి సంబంధించి స్క్రిప్ట్ మొదలుకొని మార్కెటింగ్ వరకు అన్ని అయనే చూసుకునేవారు. ఈ విధంగా దాదా సాహెబ్ ఫాల్కే భారతీయ సినిమాకు ఆద్యుడు, పితామహుడు కనుకనే వీరి పేరుమీద భారత ప్రభుత్వం 1969లో దాదా సాహెబ్ ఫాల్కే అవార్డు ప్రవేశపెట్టింది.

అనేక మంది భారతీయుల కృషి ఫలితంగా విదేశీయుల సహకారంతో సినిమా ఒక పరిశ్రమగా నిలదొక్కుకుంది. 1931 మార్చి నెలలో భారతదేశంలో మొట్టమొదటి టాకీ చిత్రం 'ఆలం అరా' విడుదలైంది. దీనికి అర్దేషీర్ ఇరాని (Ardeshir Irani) దర్శకత్వంలో ఇంపీరియల్ ఫిలిం కంపెనీ నిర్మాణంలో వచ్చింది. ఆ తర్వాత రెండు మూడు సంవత్సరాలు మూకీ చిత్రాలు వచ్చాయి. కానీ టాకీ చిత్రాల పోటీని తట్టుకోలేక 1934 నాటికి మూకీ చిత్రాల నిర్మాణం పూర్తిగా నిలిచిపోయింది. అప్పటి వరకు మూకీ చిత్రాలు భాషలకు అతీతంగా భారతీయులందరినీ అలరించాయి. టాకీ చిత్రాలు వచ్చేసరికి తమ మాతృభాషలోని మాటలు, పాటలున్న సినిమాను చూడాలనుకోవడం వల్ల ప్రాంతీయ సంస్థలు చిత్ర నిర్మాణంలో ముందుకు వచ్చాయి. ఆ క్రమంలో బెంగాలీ, తమిళం, తెలుగు సినిమాలు ఈ రంగంలో చెప్పుకోవచ్చు. ఆ తర్వాత మరాఠీ, గుజరాతీ, కన్నడం, మలయాళం, ఒరియా భాషలలో చిత్ర నిర్మాణం ప్రారంభమైనాయి.

BRAOU

మద్రాసులో రఘుపతి వెంకయ్యనాయుడు సినిమా థియేటర్లు నిర్మించి వాటిలో ఇంగ్లీషు మూకీ చిత్రాలను ప్రదర్శించేవాడు. అలా వారికి చిత్ర నిర్మాణం పట్ల ఆసక్తి కలిగింది. దానితో 1922లో 'భీష్మప్రతిజ్ఞ' అనే మొదటి మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించాడు. ఇది మద్రాసులో నిర్మితమయింది. కానీ 1926లో ప్రఖ్యాత దర్శకుడు సి. పుల్లయ్య కాకినాడలో 'భక్త మార్కండేయ' అనే మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించాడు. ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో నిర్మించిన చిత్రమిది. ఆ తరువాత 1931లో సెప్టెంబర్ 15న మొట్టమొదటి తెలుగు టాకీ చిత్రం 'భక్తప్రహ్లాద'ను హెచ్.ఎం. రెడ్డి నిర్మించారు. ఇది బొంబాయిలో నిర్మితమయింది. ఇదే సంవత్సరం తమిళంలో తొలి టాకీ చిత్రం 'కాళిదాసు' కూడా నిర్మితమయింది. ఇలా మూకీ చిత్రాల నుండి టాకీ చిత్రాలు రావడంతో ప్రేక్షకుల ఆదరణ పెరిగింది. తర్వాత స్టూడియోలు, పెద్ద పెద్ద సినిమా నిర్మాణ సంస్థలు ప్రారంభం కావటంతోబాటు ప్రాంతీయ భాషల్లో సినిమాలు ఎక్కువగా వచ్చాయి. దానితో 1960 నుండి తెలుగు చలన చిత్ర పరిశ్రమ వ్యాపార స్థాయిని అందుకుంది. 1970ల్లో మద్రాసు నుండి చలన చిత్ర పరిశ్రమ, స్టూడియోలు హైదరాబాదుకు తరలిరావడం మొదలుకావడంతో ఈ పరిశ్రమ మరింత అభివృద్ధి చెందింది. 1990ల నాటికల్లా రామోజీఫిల్మ్ సిటీ, పద్మాలయ స్టూడియో, అన్నపూర్ణ స్టూడియో, రామానాయుడు స్టూడియో, సారథి స్టూడియో మొదలైనవి అంతర్జాతీయ ప్రమాణాలతో దేశ విదేశీ దర్శకులను, నిర్మాతలను ఆకట్టుకోవడం ప్రారంభించాయి. పౌరాణిక చిత్రాల నుండి జానపద చిత్రాలు అటు తరువాత సామాజిక, కుటుంబ, ప్రేమ కథాచిత్రాలు వచ్చాయి. నలుపు - తెలుపు చిత్రాల నుండి రంగులలోకి రావడం, చిత్ర నిర్మాణ వ్యయంలోనూ, వేగంలోనూ, తెలుగు సినీ పరిశ్రమ

చెప్పుకోదగిన అభివృద్ధి సాధించింది. దీనితో పాటు అసభ్యకరమైన సన్నివేశాలు, హింసాత్మక సన్నివేశాలు, ద్వంద్వార్థాల మాటలు మొదలైన వాటిని సరిచేసే నిమిత్తం 1952లో సినిమాటోగ్రఫీ చట్టం కింద భారతదేశంలో ప్రదర్శించే చిత్రాలన్నీ సెన్సార్ సర్టిఫికెట్ పొందవలసి ఉంది. దీనినే Central Board of Film Certification అంటారు. దీని కేంద్ర కార్యాలయం ముంబాయిలో ఉంది. వివిధ నగరాలలో దీనికి ప్రాంతీయ కేంద్రాలున్నాయి.

బాలల కోసం సినిమాలు నిర్మించేందుకు ఆ తరహా చిత్రాలను ప్రోత్సహించేందుకు 1955 మే నెలలో చిల్డ్రన్ ఫిలిమ్ సొసైటీ (Children's Film Society) ఏర్పాటయింది. అలాగే ప్రతి సినిమా థియేటర్‌లోనూ న్యూస్ రీల్స్, డాక్యుమెంటరీలు ప్రదర్శించాలనేది సినిమా లైసెన్స్ నియమావళిలో ఉంటుంది. దాని ప్రకారం కేంద్ర సమాచార ప్రసార మంత్రిత్వ శాఖ ఆర్థిక సామాజిక అంశాలు, జాతీయ సమగ్రత, కుటుంబ సంక్షేమం, అస్పృశ్యత, వ్యవసాయాభివృద్ధి, పరిశ్రమలు, నిరుద్యోగ ఉపాధి, పర్యాటక రంగం లాంటి అంశాల మీద అనేక న్యూస్‌రీల్స్, డాక్యుమెంటరీలు నిర్మించి ప్రదర్శనకు ఇస్తుంది. 1948లో ఏర్పాటైన ఫిలింస్ డివిజన్ ప్రతివారం ఒక న్యూస్‌రీల్ విడుదల చేస్తుంది.

నేడు సినిమా శక్తివంతమైన ప్రసార మాధ్యమాలలో ఒకటి. ఇలాంటి మాధ్యమాన్ని తెలుగులో పరిచయం చేసి మొట్టమొదటి మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించిన రఘుపతి వెంకయ్యనాయుడును తెలుగు సినిమా ఆద్యుడుగా గుర్తించి ఆయన పేరు మీద రాష్ట్ర ప్రభుత్వం 1981 నుండి సినిమా రంగంలో సేవ చేసిన వారికి రఘుపతి వెంకయ్య నాయుడు అవార్డు ప్రదానం చేస్తోంది.

సినిమా రంగం కాలానుగుణంగా ఎంతో అభివృద్ధి చెంది, ఎన్నో మార్పులకు లోనై సమాచార వ్యవస్థలో తన ఉనికిని చాటుకుంటూ విజ్ఞానాన్ని వినోదాన్ని అందిస్తూ అక్షరాస్యులు, నిరక్షరాస్యులు అన్న తేడా లేకుండా అందరిని అలరిస్తున్న శక్తివంతమైన దృశ్య శ్రవ్య మాధ్యమం.

భారతదేశంలో సినిమా నిర్మాణం సినిమాల ప్రదర్శన 19వ శతాబ్దం చివర్లో ప్రారంభమైంది. 20వ శతాబ్దం ప్రారంభంలోనే మూకీ చిత్రాలు పరిమిత సంఖ్యలోనే వచ్చినా దేశంలోని అన్ని ప్రాంతాలవారికి ప్రదర్శించే ప్రయత్నాలు కొనసాగాయి. 1930ల నాటికి 'మాటలతో' చిత్రాలు (టాకీలు) రావడం మొదలయింది. ప్రాంతీయ భాషా చిత్రాలు నిర్మించడం పట్ల ఆసక్తి పెరిగింది. తెలుగులో కూడా చిత్ర నిర్మాణం ఈ దశలోనే ప్రారంభమైంది. సామాజిక అంశాలు, దేశభక్తి, భక్తి-పౌరాణిక గాథల ఆధారంగా 1960 దశాబ్దాల మధ్య కాలాన్ని, చరిత్ర కారులు 'భారతీయ సినిమా స్వర్ణయుగం'గా పేర్కొంటారు. సినిమా నిర్మాణం స్థిరత్వాన్ని పొందడం, ప్రజల ఆదరణ లభించడం, సినిమా ప్రదర్శన సౌకర్యాలు ఏర్పడటం, సినిమా ఒక వాణిజ్య వ్యాపారంగా నిలదొక్కుకునే ప్రయత్నం - అన్నీ కలిసి ఇందుకు దోహదం చేశాయి. దేశానికి స్వాతంత్ర్యం రావడంతో జాతియావత్తు ఒక కొత్త ఉత్సాహంతో ఉండటం, స్వేచ్ఛ వాయువు బలంగా వీయడం కూడా ఒక ధైర్యాన్ని సినిమా పరిశ్రమకు ఇవ్వగలిగాయి. 1960-1970 మధ్యకాలంలో సినిమా నిర్మాణాల సంఖ్య క్రమేపీ పెరగడం, ప్రేక్షకాదరణ, వాణిజ్య కోణాన్ని సినిమాకు కల్పించాయి. సాంకేతికంగా ప్రయోగాలు చేస్తూ నలుపు తెలుపు చిత్రాల విషయంలో కథాంశాల విషయంలో, సాంకేతిక విలువల కొత్త పోకడలు మొదలయ్యాయి. రంగుల్లో చిత్రనిర్మాణానికి బీజం పడింది. 35ఎమ్.ఎమ్. నుండి 70 ఎమ్.ఎమ్.కు విస్తరించింది. సినిమా స్కోపు చిత్రాలు వచ్చాయి.

1980 దశాబ్దం చివరికల్లా కథాంశాలు నటీనటవర్గం ప్రాధాన్యాలతో పాటు సాంకేతికత తోడు రావడం గమనిస్తాం. ఎలక్ట్రానిక్స్ ప్రమేయం పరిమిత స్థాయిలో చోటు చేసుకునేది. రంగుల చిత్రాల నిర్మాణం పూర్తి స్థాయిలో స్థిరపడింది. నలుపు తెలుపు దాదాపు కనుమరుగైందనే భావించవచ్చు. 1990ల్లో భారత ప్రభుత్వ ప్రపంచీకరణ, ఆర్థిక సరళీకరణ విధానాలు తమ ప్రభావాన్ని చిత్రనిర్మాణాన్ని చుట్టుముట్టాయి. సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం, సాంకేతిక సాధనాలతో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన ఆధునీకరణలు చిత్రనిర్మాణాన్ని తమ ఆధీనంలోకి తెచ్చుకోగలిగాయి. ఎలక్ట్రానిక్స్ చిత్రనిర్మాణంలో ఒక అంతర్భాగమైంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు ఇచ్చిన పోటీని తట్టుకుంటూనే కొత్త పోకడలతో సినిమా కొత్త దారుల్లోకి మళ్ళింది. సినిమా ప్రదర్శన కేవలం ఒకే ప్రాంతానికి పరిమితం కాలేదు. దేశంలోని ఇతర ప్రాంతాలకు, దేశం దాటి ఇతర దేశాలకు విస్తరించింది. ప్రేక్షకుల అభిరుచులు మారాయి. సినిమా నిర్మాణం పూర్తి స్థాయిలో వాణిజ్య పోకడల్ని అందుకుంది. సి.డి.లు, వి.సి.డి.లు బ్లూరేల సౌకర్యాలతో చిత్ర పంపిణీ విధానం పెద్ద ఎత్తున మారింది. పదులకొట్లు,

BRAOU

వందల కోట్లు పెట్టుబడితో చిత్రనిర్మాణం చేసే స్థాయికి ఈ రోజు చేరుకోగలిగింది. వాణిజ్యతతో ఉండే సినిమాతో పాటు సమాంతరంగా 'పారలల్ సినిమా' కూడా మనుగడ సాగిస్తూనే వుంది. రిత్విక్ ఘటక్, బిమల్‌రాయ్, సత్యజిత్ రే, శ్యామ్‌బెనగల్ వంటివారు ఈ సమాంతర సినిమా నేపథ్యానికి ప్రాతినిధ్యం వహిస్తారు. 21వ శతాబ్దం మొదలయ్యే నాటికి గ్రాఫిక్స్, గ్రాఫిక్స్‌తో పాటు ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణంలో తప్పనిసరి భాగం కావడం మొదలయింది. పెద్ద బడ్జెటు సినిమాల్లో వీటి ప్రమేయం పాళ్ళెక్కువే. దేవీ పుత్రుడు, అరుంధతి, మగధీర వంటి చిత్రాల్లో గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ ప్రమేయం ఎలా పెరుగుతూ వచ్చిందో ఒక్కసారి గమనించవచ్చు.

ఈ తరహా చిత్రాలు ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షిస్తున్నాయి. ప్రేక్షకులు వీటిని అమితంగానే ఆదరిస్తున్నారు. ఈ నేపథ్యంలోనే 'టైటానిక్' , '2012', 'అవతార్' వంటి ఇంగ్లీషు నుంచి వచ్చిన డబ్బింగ్ సినిమాలకు లభిస్తున్న ఆదరణ ఎనలేనిది. వందల కోట్లతో నిర్మించిన చిత్రాలు రెండు మూడింతల లాభాన్ని కూడా పొందగలుగుతున్నాయంటే వాటి పట్ల ఉన్న ఆకర్షణ ఎంతో గుర్తించవచ్చు. 2డి, 3డి లతో పాటు మరికొన్ని కొత్త జనరేషన్ టెక్నాలజీలతో సినిమాలు మనముందుకొచ్చే దశలో మనం ఇప్పుడు ఉన్నాం. సినిమా నిర్మాణం ఏ దిశగా వెళ్తుందో, ఏ దశల్ని దాటి వెళ్ళ గలుగుతుందో ఇప్పటికిప్పుడు ఊహించి చెప్పడమూ కష్ట సాధ్యమే.

4.3 భాషావసరాలు

ప్రసార మాధ్యమాలు అందుబాటులోకి వచ్చిన తరువాత ఒకే సమయంలో ఖండాంతరాల పరిధి దాటి విశ్వవ్యాప్తంగా ప్రజలందరికి సమాచారం చేరవేయగలిగే సాంకేతిక పురోగతి సాధ్యమైంది. తద్వారా ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రజాబాహుళ్యానికి (Mass Media) ప్రాథమిక అవసరంగా, నిత్యవసర వస్తువుగా మారాయి. ఇవాళ ప్రపంచం మొత్తం ప్రసార మాధ్యమాల ప్రభావంతో గ్లోబల్ విలేజ్‌గా మారింది.

సమాజ మనుగడ భావప్రసార వ్యవస్థమీదే ఆధారపడి ఉంటుంది. ఒక సమాజానికి, ఒక నిర్మితిని, పురోగతిని భావ ప్రసార వ్యవస్థ ఇస్తుంది. నిజానికి 'సమాజం' అనే మాటకి అర్థం కూడా పరస్పర చర్యల ఆధారంగా ఏర్పడిన జన సమూహం.

ప్రముఖ సామాజిక శాస్త్రవేత్త రైట్ (Wright) నిర్వచనాన్ని బట్టి "సమాజం అంటే కేవలం జన సమూహం కాదు అది సమూహాల్లోని మనుషుల మధ్యగల పరస్పర సంబంధాల వ్యవస్థ". మరొక సామాజిక శాస్త్రవేత్త మెఖైవర్ (Meciver) సమాజం సాంఘిక సంబంధాల గిజిగూడు అని, మానవ సంబంధాల అల్లిక అనీ పేర్కొన్నాడు.

ఈ నిర్వచనాలను బట్టి సమాజ నిర్మాణంలో పరస్పర సంబంధాల వ్యవస్థ ఇమిడి ఉంది. ఈ పరస్పర సంబంధాలు మనిషికీ - మనిషికీ, తెగకూ - తెగకూ, సమూహానికీ - సమూహానికీ అవసరమైనప్పుడు సమాచారాన్ని చేరవేసే వ్యవస్థనే భావ ప్రసార వ్యవస్థ అని అంటున్నాం. ఈ భావ ప్రసార వ్యవస్థ లేకపోతే, ఒక మనిషికి మరొక మనిషికీ, ఒక సమూహానికి మరొక సమూహానికీ భావాలని వెల్లడి చేసే అవకాశమే లేదు. అంటే పరస్పర సంబంధాలే లేవు. అలాంటి సమాజాన్ని వూహించలేం. అందుకే భావ ప్రసార వ్యవస్థ సమాజానికి పట్టుకొమ్మవంటిది.

భావ ప్రసారం వ్యక్తుల మధ్యగాని, సమాజాల మధ్యగాని రెండు రకాలుగా ఉంటుంది. ఒకటి ముఖాముఖి పద్ధతిన జరిగే వ్యక్తిగత సంభాషణ దీనినే మౌఖిక భావ వ్యక్తీకరణ అని కూడా అంటారు. ఇక్కడ భాష ప్రసార మాధ్యమంగా ఉంటుంది. రెండోది మౌఖికేతర పద్ధతిలో సాగే భావ ప్రసరణ. దీనిలో సమాచారకర్త సమాచార స్వీకర్త ముఖాముఖిగా ఉండనవసరం లేదు. మనిషి చేసే సైగలు, వాయిద్యాల ద్వారా చేసే సంకేతాలు, హావభావాలు వంటివి ఇందులోకి వస్తాయి. జంతు సమాజానికి, మానవ సమాజానికి ఉన్న ప్రధానమైన తేడా కూడా భావ ప్రసార వ్యవస్థే. జంతువులకు భాష లేదు. మానవులు భాషను, లిపిని ఏర్పరుచుకొని దాని ద్వారా సమాచారాన్ని చెరవేసుకుంటున్నారు. ఆదిమ దశలో మొదట సంజ్ఞల ద్వారా, హావభావాల ద్వారా, ఒకరకమైన అరుపులు, శబ్దాల ద్వారా సమాచారం చేరవేసుకున్న మానవుడు కాలంక్రమంలో సాంకేతిక ప్రభావంతో పల్లెలు, పట్టణాలు, రాష్ట్రాలు, దేశాల సరిహద్దులు దాటి విశ్వవ్యాప్తంగా సమాచారాన్ని చేరవేసే స్థాయికి ఎదిగాడు.

BRAOU

ప్రసార మాధ్యమాల భాషావసరాల గురించి చెప్పుకోవాలంటే స్వభావ సిద్ధంగా ప్రసార మాధ్యమాలకుండే ప్రవృత్తిని అధ్యయనం చేసి తద్వారా ఆ పరిస్థితులకు అనుగుణమైన అవసరాల గురించి ఆలోచించాలి. లిపిద్వారా, చిత్రాల ద్వారా సంభాషించడంలోని పరిమితి ఏమంటే అందులో అనుభూతి లోపం ఉంటుంది. అందుకే వాటిలో విశేషాలు, వివరణలు అవసరమవుతాయి. రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం ఇందులో మాటలను వినడం ఉంటుంది. ఆ మాటలు ఏ సందర్భంలో ఎలా పలుకబడుతున్నాయనే విషయం స్పష్టంగా శ్రోతకు తెలియాలి. ఆ మాటల ద్వారా శ్రోతకు అనుభూతినీ, ఆనందాన్నీ, బాధ, కోపం వగైరా భావాలు కలగాలి. అది అక్షరాస్యుడు, నిరక్షరాస్యుడు అనే భేదం లేకుండా అందరికీ అర్థమయ్యే విధంగా భాష ఉండాలి. అంటే చిన్న చిన్న పదాలు, సరళమైన వాక్యాలు ప్రయోగించాలి. మరలా వినే అవకాశం ఉండదు కనుక జటిలమైన విషయాలు కూడా పూర్తిగా అర్థమయ్యే విధంగా భాషను ఉపయోగించాలి. అదే సమయంలో శ్రోతను ఆకట్టుకోవాలి. టెలివిజన్, సినిమా విషయానికి వస్తే ఇవి దృశ్య శ్రవ్య మాధ్యమం. ఇక్కడ దృశ్యం ప్రధానంగా ఉంటుంది. కాబట్టే కనబడే పాత్రలు, వారున్న పరిసరాలు, అక్కడి వాతావరణం, వారి హావభావాలు మొదలైన వాటివల్ల భాషలేకపోయినా కొంత వరకు విషయం అర్థమవుతుంది. మిగతాది సంభాషణ ద్వారా అర్థమవుతాయి. కాబట్టి రేడియో భాషకూ, టెలివిజన్, సినిమా భాషకూ కొంత తేడా ఉంటుంది. రెండూ పేజీలలో ఉన్న వర్ణనను కెమెరా ఉపయోగించి టెలివిజన్‌లో మాటలు లేకుండా వ్యక్తీకరించవచ్చు. కానీ రేడియోలో ఆ సన్నివేశానికి సంబంధించిన నేపథ్యాన్ని ముందుగానే చెప్పవలసి ఉంటుంది.

గ్లోబలైజేషన్ ప్రభావంతో భారతదేశంలాంటి అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశాలలో ప్రసార మాధ్యమాల ప్రభావం పెరిగింది. దానితో భిన్న రంగాలలో భాష ఉపయోగం పెరగటంతో పాటు కొత్త భావనలను, ఆలోచనలను వ్యక్తీకరించే క్రమంలో నూతన పదబంధాలనూ, పారిభాషిక పదాలనూ భాష కల్పించుకుంటుంది. అవసరమైన చోట అంతర్జాతీయ భాషలోని పదాలను, సంకేతాలను యథాతథంగా తనలోకి భాష ఇముడ్చుకుంటుంది. ఇటీవల వస్తున్న ప్రసారాలలో మిశ్రభాష అంటే ఇంగ్లీష్ పదాలు ఎక్కువగా ఉన్న తెలుగు వాడకం కనిపిస్తుంది. అంతేకాక టెలివిజన్ రంగంలో విదేశీ చానెల్స్ ప్రాంతీయ భాషా చానెల్స్‌ను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. దానితో కార్యక్రమ నిర్మాణంలోనూ, భాష వాడకంలోనూ వినూత్న పోకడలు కనిపిస్తున్నాయి. ఇంటర్నెట్‌లో పత్రికలు చదివేవారు ఎక్కువ కావడంతో ఇంటర్నెట్ పత్రికలను నడపటం సాధారణమైంది. దానితో వెబ్ సైట్లలో తెలుగు భాష ఉపయోగం కూడా కనిపిస్తుంది.

టెలివిజన్ ఛానెళ్ళ విస్తరణ, ప్రసారం చేస్తున్న కార్యక్రమ స్వరూప స్వభావాలు కాలానుక్రమంలో మారుతున్నాయి. మారుతున్న జీవన పరిస్థితులకు, విలువలకు, కావాల్సిన విధంగా ఏ భాషయినా మారుతూ రాక తప్పదు. తెలుగు టెలివిజన్ ఛానెళ్ళు దీనికేం మినహాయింపు కాదు. సమాజంలో ప్రతి అంశం మీద ఎక్కువ పనిభారాన్ని చూపగలిగేది టెలివిజన్ మాత్రమే. రేడియోగానీ, సినిమాగానీ, ఇంటర్నెట్‌గానీ ప్రభావాన్ని చూపగలిగినా టెలివిజన్ సహకారం వాటికి లభిస్తేనే ఈ ప్రభావం నిలబడగలుగుతుంది. మనం మాట్లాడే భాష, రాసే భాష విషయంలో ఇది ముమ్మాటికి వాస్తవం. మనం రాసిన భాష ఏదయినా దాన్ని పలికితేనే మారిందని తెలుస్తుంది. మనం మాట్లాడే మాటను యథాతథంగా రాస్తే 'రాసే భాష'లో మార్పు వచ్చిందని తెలుస్తుంది. ఇంటర్నెట్ పరిభాషలో వాడే పదజాలాలలో చాలా వాటికి ఇంకా పూర్తి సమ్మతి వచ్చిందని అనుకోలేం. కేవలం నెటిజన్ల(నెట్ వాడకం దార్ల) మధ్య భాషగానే నెట్టుకొస్తోంది. అంతర్జాలం, కూడలి, తపాలు ఇలా ఎన్నో పదాలు కంప్యూటర్ పరిభాషగా వాడుతున్నాం. ఇ.మెయిల్‌లో వాడే కొన్ని సంక్షిప్త రూపాలు - 'You' కి 'U' అని వాడటం ఎక్కువ మోతాదులోనే వాడుతుండటమూ కనిపిస్తుంది. మొబైల్, టెలిఫోన్‌లు కూడా ఈ పరిణామాలలో భాగస్వామ్యాన్ని ఇటీవలే సాధించాయి. రాబోయే టెక్నాలజీ తరాలు (3జి, 4జి...వంటివి) వాటికుండే అపారమైన సాంకేతిక సామర్థ్యాలను ఆధారం చేసుకుని ఒక నిర్ణాయక పాత్రనే నిర్వహించే సూచనలు ఇస్తున్నాయి.

టెలివిజన్ వచ్చిన తర్వాత తెలుగు వాడకంలో చాలా మార్పు కనిపిస్తుంది. మనం మాట్లాడే భాషకు మన శరీరం కదలికలకు (చేతులు, కళ్ళు, నుదురు వంటివి) అందించే తోడ్పాటు మాటకు ఒకే అర్థాన్ని ఇస్తాయి. ఇచ్చిన అర్థాన్ని మరో విధంగానూ మార్చి చెపుతాయి. మన సంస్కృతి జీవన విధానాల నుంచి వచ్చిన భావరూపాలు మన మాటల్లోంచి తొంగిచూస్తాయి.కాబట్టి వీటి ప్రభావమూ తప్పదు. ప్రపంచీకరణ నేపథ్యంలో దేశ విదేశాల్లోని భిన్న సంస్కృతులు, జీవనశైలీ విధానాల ద్వారా వచ్చే భావరూపాలు వచ్చి మనం మాట్లాడే మాటలకు మార్పుల్ని చేర్చుతున్నాయి.

BRAOU

21వ శతాబ్దంలో టెక్నాలజీ విప్లవలోంచి వస్తున్న మాధ్యమాల సమ్మేళనం తెలుగుమీద విపరీతమైన ఒత్తిడి తెస్తోంది. మనం మాట్లాడే మాట మాధ్యమాల మధ్య నలిగి మరో కొత్త రూపంతో వచ్చి మనముందు నిలబడే సందర్భాలు ఎక్కువే కనిపిస్తాయి. ఇతర భాషా పదాలు మన మాటల్లో ఎక్కువగా దొర్లటం సాధారణ విషయమైంది. ముఖ్యంగా ఇంగ్లీషు భాషా పదాలు యథాతథంగా తెలుగుతో కలిపి వాడేస్తున్నాం. 'డిసైడ్' అయిపోయాను. 'జనరేషన్' మారింది. ఇలా ఎన్నో రకాల పదజాలం వెదికి పట్టుకుంటే మనం గుర్తించగలం. తెలుగు భాష వాడకం మాధ్యమాల వేగంతో పడి దానికున్న 'చలనశీలత' నిద్రా హారాలు లేకుండా కదలికలు చేస్తోంది. చెప్పాలనుకున్న 'భావం' ఎదుటి వారికి అర్థమయ్యే మేర ప్రసారం చేయడం మాత్రమే. ఈ నేపథ్యంలో తెలుగు భాష వినియోగం విషయంలో ఎం.ఏ. తెలుగు విద్యార్థులుగా లోతుగా పరిశీలన చేయడం, అధ్యయనం చేపట్టడం జరగాలి.

4.4 ప్రసార మాధ్యమాలు - ప్రయోజనాలు

ప్రజాస్వామ్య దేశంలో ప్రజలకు ప్రభుత్వానికి మధ్య వారధిగా ప్రసార మాధ్యమాలు పనిచేస్తాయి. దాదాపు 100 కోట్లకు పైగా జనాభా ఉన్న భారత దేశంలో ప్రభుత్వం చేపట్టబోయే ఏ పథకమైనా, కార్యక్రమమైనా తక్షణమే ప్రజలకు తెలియాలంటే అందుకు ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా సాధ్యమవుతుంది. ప్రజలు కూడా ప్రసార మాధ్యమాల వైపు దృష్టిని సారిస్తున్నారు. ప్రసార మాధ్యమాలు వచ్చిన తరువాత ప్రజలలో చైతన్యం వచ్చింది. అక్షరాస్యులు, నిరక్షరాస్యులు అన్న తేడా లేకుండా రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా రంగాలను అందరు వినియోగించుకుంటున్నారు. తద్వారా చైతన్యవంతులై ప్రభుత్వ కార్యక్రమాలను ముందుగానే తెలుసుకుంటున్నారు. కార్మికులు, కర్షకులు, ఉద్యోగస్తులు, ఉపాధ్యాయులు వివిధ వృత్తుల వారందరి అభివృద్ధే ధ్యేయంగా ప్రసార మాధ్యమాలు నిరంతరం కృషి చేస్తూనే ఉన్నాయి. గ్రామీణులు, పట్టణ ప్రాంత ప్రజలు అనే భేదభావం లేకుండా అన్ని ప్రాంతాల ప్రజల జ్ఞానాభివృద్ధి కోసమై అవిశ్రాంత కృషి చేస్తున్నాయి. హరిత విప్లవం ద్వారా ఆహార ధాన్యాలలో స్వయం సమృద్ధి సాధించడమంటే ఆ గొప్పతనం ప్రసార మాధ్యమమైన ఆలిండియా రేడియోకే దక్కుతుంది.

BRAOU

ప్రసార మాధ్యమాలకు ప్రజల అభివృద్ధి, ప్రయోజనాలే ప్రధాన లక్ష్యం. రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, కంప్యూటర్ నెట్‌వర్క్, మొబైల్ ద్వారా సమాచారాన్ని వినోదాన్ని అందిస్తూనే విజ్ఞానాన్ని, లోకజ్ఞానాన్ని అందించడం ఈ మాధ్యమాలలో కనిపిస్తుంది. సమాజంలో చెడు భావాలు, చెడు అలవాట్లు, మూఢాచారాలు వ్యాధులు మొదలగు వాటిపై సమగ్రమైన సమాచారాన్ని ఇచ్చి ప్రజలను కాపాడుతున్నాయి. ఎయిడ్స్, క్యాన్సర్, స్వైన్ ఫ్లూ వంటి వ్యాధులు సమాజంలో విస్తరించకుండా ప్రసార మాధ్యమాలు విస్తృత ప్రచారం చేసి, అవగాహన కల్పిస్తున్నాయి. అపోహలు తొలగించి ఆవ్యాధుల నివారణకు కృషి చేస్తున్నాయి. ఇలా ప్రజలను చైతన్యం చేస్తూ నిరంతరం ప్రజల్ని కాపాడే లక్ష్యంతో పనిచేస్తున్నాయి. ప్రజలకు సమకాలీన సమస్యలపై ప్రాంతీయ, జాతీయ, అంతర్జాతీయ స్థాయిలో అవగాహన కలిగిస్తూ వారి ఆలోచన సరళిలో మార్పులను తీసుకవస్తూ వారిని ముందుకు నడుపుతున్నాయి. భారత ప్రభుత్వ కుటుంబ సంక్షేమ శాఖవారు డిసెంబర్ 9, 1995, జనవరి 20, 1996 తేదీల్లో పోలియో నిర్మూలనకై 'పల్స్‌పోలియో ఇమ్యూనైజేషన్' కోసం ఏర్పాటు చేసిన కార్యక్రమాన్ని అన్ని రకాల మాధ్యమాలు ప్రచారం చేశాయి. ఇప్పుడూ వీటి విషయంలో ఇదే చేస్తున్నాయి. తద్వారా ప్రజలను జాగృత పరిచి పిల్లలను పోలియో బారిన పడకుండా కాపాడగలుగుతున్నాయి.

ఈ మాధ్యమాల ద్వారా వ్యవసాయం, పశుపోషణ, మొక్కల పెంపకం, ఆరోగ్యం, కుటుంబ సంక్షేమం, సముద్రంలో చేపలు పట్టేవారికి సమాచారం, వాతావరణ సూచిక వంటి కార్యక్రమాలను రేడియో, టెలివిజన్ ద్వారా ప్రసారం చేయటం జరుగుతుంది. అదే విధంగా విద్యార్థుల కొరకు విద్యాకార్యక్రమాలను ప్రసారం చేస్తూ, రేడియో, టెలివిజన్ ద్వారా పాఠాల్ని బోధించడం చూస్తున్నాం. డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం, ఇందిరాగాంధీ జాతీయ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా విద్యను అందిస్తున్నాయి. మన దేశంలో 1984లో ప్రారంభమైన యు.జి.సి ఉన్నత విద్యా కార్యక్రమాల పథకం ద్వారా విద్యా కార్యక్రమాలను ప్రసారం చేస్తూ ఉన్నత విద్య నాణ్యతను పెంపొందించడం కోసం ప్రసార మాధ్యమాలను ఉపయోగించుకుంటున్నాయి. ఈ తరహా ప్రయత్నాలే NCERT / CIET పాఠశాల విద్యా విషయంలో కృషి చేస్తున్నాయి. అంతేకాకుండా వాణిజ్యపరమైన సమాచారాన్ని

ప్రసార మాధ్యమాలు అందిస్తున్నాయి. రేడియో ద్వారా స్థానిక మార్కెట్లలోని ధరల గురించిన సమాచారం ప్రసారం కావటం ఆ సమాచారం రైతులకు, వ్యాపారులకు ఉపయోగకారిగా ఉంటోంది. ప్రజల్లో వాణిజ్య పారిశ్రామిక రంగాల సమాచారం పట్ల పెరిగిన ఆసక్తిని దృష్టిలో పెట్టుకొని టీవీ ఛానళ్లు బిజినెస్ వాణిజ్య వ్యాపార సమాచార కార్యక్రమాల్ని ప్రసారం చేస్తున్నాయి. ముంబాయి స్టాక్ ఎక్స్ఛేంజ్ లావాదేవీలు, నేషనల్ స్టాక్ ఎక్స్ఛేంజ్ లావాదేవీలను ప్రత్యక్షంగా ప్రసారం చేస్తున్నాయి. ఇంటర్నెట్ ద్వారా కూడా వాణిజ్య రంగాలకు చెందిన అగ్రశ్రేణి సంస్థలు వాణిజ్య వ్యాపార సమాచారం తెలుసుకుంటున్నాయి. ఇంటర్నెట్ ద్వారా లభిస్తున్న సమాచారాన్ని రేడియో, టెలివిజన్ కూడా ఉపయోగించుకుంటున్నాయి. ఈ విధంగా ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రజలకు వివిధ ప్రయోజనాలను అందిస్తూ ప్రజా సంక్షేమమే ప్రధాన కర్తవ్యంగా భావిస్తూ వినూత్న రీతిలో సమాచారాన్ని అందిస్తూ, ప్రజలను జాగృతం చేస్తూ ముందుకు సాగుతున్నాయి.

4.5 ప్రసార మాధ్యమాలు - విశ్వసనీయత, నైతికత

ప్రసార మాధ్యమాలు వేగంగా వస్తున్న సాంకేతికపరమైన మార్పులను స్వీకరిస్తూ అంతేవేగంగా విలక్షణమైన వినూత్నమైన ప్రసారాలతో ముందుకు పోతున్నాయి. సమాచారంకానీ, వినోదం కానీ విజ్ఞానం కానీ అన్ని సామాజిక వర్గాలవారికి చేరవేసే బాధ్యత ఈ మాధ్యమాలకుంది. అదే సమయంలో ఈ మాధ్యమాలు ప్రసారం చేసే సమాచారం నమ్మకమైనదిగా ప్రజలు భావిస్తారు. కాబట్టి ఈ మాధ్యమాలు ప్రజల విశ్వసనీయతను కోల్పోకూడదు. అదే విధంగా మాధ్యమ రంగాలలో వస్తున్న నూతన పోకడ మూలంగా నైతికత దిగజారకూడదు.

4.5.1 విశ్వసనీయత

రేడియో, సినిమా, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్, మొబైల్, పత్రికలను పరిశీలిస్తే ప్రస్తుతం విశ్వసనీయత అనేది టెలివిజన్ రంగంలోనే పెద్ద ఎత్తున చర్చకు వస్తుంది. ఆ తరువాత పత్రికా రంగానిది. సినిమా రంగం పూర్తిగా వినోదాత్మకం కావడమూ, రేడియో ఇటీవలే ప్రైవేటు రంగంలోకి రావడమూ, ఇంటర్నెట్, మొబైల్ ఇంకా అంతప్రభావంతం కాకపోవడమూ మొదలైన కారణాలవల్ల టెలివిజన్ చానళ్ల గురించే చర్చ నడుస్తోంది. సినిమాల్లో కొన్ని సందర్భాల్లో వస్తున్న అంశాలు నైతికతను ప్రశ్నించేవిగా ఉంటున్నాయి.

సమాచర సేవ, టెక్నాలజీ, వాణిజ్యం, రాజకీయం కలగలసి పోవడంతో పాటు అనేక కొత్త టెలివిజన్ చానళ్లు రావడంతో విశ్వసనీయత మరింత చర్చనీయాంశం అవుతుంది. బయటకు చెప్పే లక్ష్యాలకూ, అంతర్గతంగా సాగే ఉద్దేశాల్యకు గల తేడాల కారణంగా విశ్వసనీయత దెబ్బతింటుంది. దీనికి కారణం సంస్థాగతంగా కానీ, వ్యక్తిగతంగా కానీ ఉండే అవకాశం ఉంది. అజాగ్రత్త, అసమర్థత, అవినీతి, వ్యక్తిగత స్థాయిలోని కారణాలు కాగా సంస్థాపరంగా వాణిజ్య అవసరాలు, జర్నలిజం విలువలపట్ల గౌరవం లేకపోవడం, రాజకీయ ఉద్దేశ్యాలతో సాగడం, సమాజం పట్ల బాధ్యత లేకుండా వ్యవహరించడం అనేవి ప్రధానంగా కనబడతాయి. విశ్వసనీయత గురించి చర్చిస్తున్నప్పుడు మనం ముఖ్యంగా గుర్తు పెట్టుకోవలసిన విషయం ఒకటి ఉంది. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటివి అత్యంత కీలకమైనవి. వాటిని నేడు సమాజం నుండి వేరుచేయలేము. వీటిద్వారా అనేక ప్రయోజనాలను పొందుతున్నాం. విశ్వసనీయత అనేది ఈ సంస్థలకు పెట్టుబడిలాంటిది. సమాచారంలో కచ్చితత్వంలోపించినా వాస్తవాలు వక్రీకరించబడినా విశ్వసనీయత దెబ్బతింటుంది. ఆ తర్వాత మనుగడే ప్రశ్నార్థకం అవుతుంది.

ఉదాహరణలు కొన్ని. ఇలాంటివే మరికొన్ని మీరు గమనించవచ్చు.

- జన్యుశాస్త్ర పితామహుడు ఎవరని ఒక తెలుగు టీవీ ఛానెల్ గేమ్‌షోలో అడిగారు. దీనికి జవాబు 'విలియం హార్వే' అని కార్యక్రమంలో తేల్చారు. కానీ ఆయన రక్త ప్రసరణకు సంబంధించి పరిశోధన చేసిన శాస్త్రవేత్త. గ్రెగర్ మెండెల్ జన్యుశాస్త్ర పితామహుడుగా గౌరవిస్తారు.
- కిలో బంగారం వేసుకుని తిరగాలని ఉందా? అయితే మా ఛానెల్‌లోని ఫలానా కార్యక్రమంలో పాల్గొనండి మీ కోరిక తీరుతుంది. ఇది ఒక టీవీ ఛానెల్ ప్రకటన. ఇది సాధ్యమవుతుందా?

BRAOU

ప్రసార మాధ్యమాలను ఒకప్పుడు సేవ, తర్వాత వృత్తిగా భావించేవారు. నేడు ఆ పరిస్థితి లేదు. నేటి జర్నలిజంలో వాణిజ్యం కానీ, రాజకీయాలు కానీ ప్రవేశిస్తున్నాయి. ఇది ఇలాగే కొనసాగితే రాబోయే కాలంలో దుష్ఫలితాలు చవిచూడవలసి వస్తుంది. ప్రెస్ అకాడమి, సెంటర్ ఫర్ మీడియా స్టడీస్ వంటి సంస్థలు, విశ్వవిద్యాలయాలు, పాత్రికేయ సంఘాలు ఇటీవలి కాలంలో చర్చావేదికలు, సదస్సులు విరివిగా పెట్టడం గమనించే ఉంటారు. ఈ చర్చావేదికల ద్వారా విశ్వసనీయతకు పట్టం కడుతూనే ఉన్నారు. ప్రసార మాధ్యమాలు తమంతతాముగా పాటించే, అమలుపరిచే నైతిక నియమావళిని నేటి పరిస్థితులకు, అవసరాలకు సరిపడేలా రూ[illegible]ంచుకొనడం తప్పనిసరి.

4.5.2 నైతికత

ఒక మనిషి మనుగడ అతని వ్యక్తిత్వంపై ఆధారపడి ఉంటుంది. ఆ వ్యక్తి జీవన శైలిని నిర్ణయించేది నైతిక విలువలు. మనిషి ప్రవర్తనను ప్రభావితం చేసే మంచి చెడుల ప్రమాణమే నైతికత. ఈ నైతికత వ్యక్తిగతంగాకానీ, వృత్తిపరంగా కానీ, ఒక సంస్థకు కానీ అవసరం. ప్రసార మాధ్యమంలోని నైతిక విలువలను [illegible] రంగంలో పరిశీలిస్తే, ఒకప్పుడు రాజకీయ అండదండలనేవి ఉండేవి కావు. [illegible] చూరగొనేవిగా ఉండేవి. నైతిక బాధ్యతతో మెలగవలసిన ఛానళ్ళు ఈ పోటీ ప్రపంచంలో తెరపైకి, తెరవెనుక నైతిక విలువలను కాపాడుకోవాల్సిన అవసరం ఉంది. ఈ ఛానళ్ళ వెనుక ఏ పార్టీ ఉంది? ఏ వ్యక్తులున్నారు? ఎవరి అండదండలున్నాయనే అభిప్రాయాలతో సంబంధం లేదు. జాతీయ ప్రయోజనాలు ప్రధాన లక్ష్యంగా ఉండి ఏ ఉద్యమాన్ని బలపరచినా, లేదా బలహీన పరచినా ప్రజల హితమే ప్రధాన లక్ష్యంగా నిలవాలి. తాజ్‌మహల్‌ను ప్రపంచ ఏడు వింతల్లో ఒకటిగా ఎంపిక అయ్యేలా చేసిన మాధ్యమాలు, సుప్రసిద్ధ సినీ నటుల వ్యక్తిగత జీవితాలపై ఈ మధ్య ప్రసారమైన కథనాలలో నైతికతకు విలువలేకుండా పోయింది. ఫొటోగ్రఫీ ట్రిక్కులతో తారుమారు చేసే వైనం కొన్ని సందర్భాలలో ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాలో కనిపిస్తుంది. సంచలనాత్మక వార్తల కోసం వాస్తవదూరంగా వుండే విషయాలను చూపించడం మొదలయినవి అనైతికత అవుతాయి. ప్రసార మాధ్యమాలు నైతిక విలువలు నిలబెట్టుకొని ముందుకు పోవాల్సిన అవసరం ఉంది. ప్రజల విశ్వాసాన్ని చూరగొనవలసిన అవసరం ఉంది.

4.6 ప్రసార మాధ్యమాలు - ఇటీవలి ధోరణులు

ప్రసార మాధ్యమాలు ఆధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో అభివృద్ధి చెందుతూ అన్ని రకాల ప్రజలకు చేరువవుతూ వస్తుంది. ముద్రణా మాధ్యమం అక్షరాస్యులకే పరిమితం కాగా, ప్రసార మాధ్యమం నిరక్షరాస్యులను సైతం అలరిస్తూ మారుమూల గ్రామాలకు సైతం విస్తరించగలగడం దీని ప్రత్యేకత. అదే సమయంలో వ్యాపార ధోరణులు ప్రబలి ప్రజాజీవితాన్ని ప్రభావితం చేసే స్థాయికి ప్రసార మాధ్యమాలు చేరుకున్నాయి. దానితో పాటు విలువల క్షీణత కూడా ఈ రంగంలో ప్రవేశించాయి. ముఖ్యంగా ఈ రంగంలో వస్తున్న ఇటీవలి ధోరణులను పరిశీలిద్దాం.

- **రేడియో:**

ప్రజల ఆదరణ చూరగొన్న రేడియోలో ఎన్నో మార్పులు వచ్చాయి. స్థానిక ప్రజలకు వారి ప్రాంతీయ అంశాలతో కూడిన కార్యక్రమాలు అందించే ఉద్దేశంతో 6వ పంచవర్ష ప్రణాళిక కాలంలోనే ఎఫ్.ఎం. రేడియో వ్యవస్థ ఆవిర్భవించింది. కాని అప్పట్లో అది విజయవంతం కాలేదు. ఇప్పుడు ప్రభుత్వం వారు ప్రైవేటు యాజమాన్యాలకు లైసెన్సులు ఇవ్వడంతో ఎఫ్.ఎం. రేడియో కేంద్రాలు విరివిగా పుట్టుకొచ్చాయి. వీటి ప్రసారాల పరిధి పరిమితం కావటంతో పట్టణ ప్రాంతాలనే కేంద్రంగా చేసుకొని పట్టణ ప్రాంత యువతను ఆకట్టుకుంటున్నాయి.

ఎఫ్.ఎం. రేడియోలో వార్తలు ప్రసారం చేసేందుకు ప్రభుత్వ అనుమతి ఇవ్వలేదు కాబట్టి వినోదానికే పరిమితం కావలసి వస్తుంది. త్వరలో వార్తలను ప్రసారం చేసేందుకు ప్రభుత్వ అనుమతి లభించవచ్చు. ప్రపంచ వ్యాప్తంగా వస్తున్న అత్యాధునిక సాంకేతిక పరిణామాలను స్వీకరించే క్రమంలో ఆకాశవాణి ఉపగ్రహ సేవల్ని ఉపయోగించుకొని తద్వారా శాటిలైట్ రేడియో ప్రసారాలను ప్రారంభించింది. ఆగస్టు 15, 2000 సంవత్సరమున డిజిటల్ ఉపగ్రహ రేడియో సర్వీసును ప్రారంభించింది. దీని వలన ప్రసార విస్తృతి, నాణ్యత పెరుగుతుంది. టవర్లు దెబ్బతిని ప్రసారాలకు అంతరాయం

BRAOU

ఏర్పడటం లాంటి పరిస్థితులు రావు. ఇంటర్నెట్‌ను, రేడియోను విలీనం చేస్తూ వెబ్ రేడియో అందుబాటులోకి వచ్చింది. దానితో వెబ్‌సైట్‌లో ఉన్న రేడియో కార్యక్రమాల పాటలు తమకు ఇష్టం వచ్చిన సమయాల్లో వినే అవకాశం ఉంది.

టెలివిజన్:

ప్రసార మాధ్యమ రంగంలో అత్యంత వేగంగా విస్తరించిన టెలివిజన్ అంతే వేగంగా దాంట్లోకి అనేక ధోరణులు ప్రవేశించాయి. వినోదాన్ని, విజ్ఞానాన్ని అందిస్తూ వచ్చిన టెలివిజన్ ఆ తరువాత ప్రేక్షకుల అభిరుచుల కారణంగా ప్రత్యేక న్యూస్ ఛానెల్స్ మొదలయ్యాయి. అంతటితో ఆగకుండా మ్యూజిక్ ఛానెల్స్, స్పోర్ట్స్ ఛానెల్స్, దేశంలో ఆధ్యాత్మిక చింతన పెరగటంతో భారతీయ సంస్కృతిలో భాగమైన యోగాభ్యాసం, ఆయుర్వేదం లాంటి అంశాలకు ప్రాధాన్యత కల్పిస్తూ అధ్యాత్మిక ఛానెల్స్ భక్తి ఛానెల్స్ అందుబాటులోకి వచ్చాయి. స్టాక్ మార్కెట్ లాంటి అవసరాల కోసం న్యూస్ ఛానెల్ నుండి కొంత భాగాన్ని తప్పించి బిజినెస్ ఛానెల్ రావటం జరిగింది. దూరదర్శన్ సైతం వేరు వేరు నగరాలకు మెట్రోఛానెల్స్ ప్రారంభించటంతో పాటు లోక్‌సభ, రాజ్యసభ కార్యక్రమాలను ప్రత్యక్ష ప్రసారం కోసం ఛానెల్స్ ప్రారంభించింది. సాంకేతిక [illegible] భాగంగా ఇంటర్నెట్‌ను, టెలివిజన్‌ను కలగలిపే ప్రక్రియ ఐ.పి.టి.వి (Internet Protocal Television) దీని ద్వారా ఏ [illegible] క్రమాన్ని చూసే వెసులుబాటు ఉంటుంది. ఇది ఇప్పుడిప్పుడే వేగం పుంజుకుంటోంది. అదే విధంగా ప్రభుత్వ ప్రైవేట్ సహకారంతో ఆప్టిక్ ఫైబర్ నెట్‌వర్క్ విస్తరించే కార్యక్రమం చురుగ్గా సాగుతుంది. దీనితో ఫోన్, టీవీ, ఇంటర్నెట్ సౌకర్యాలు ఉమ్మడిగా, చౌకగా అందించే సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అందుబాటులోకి రావటం ఆహ్వానించే పరిణామమే. కానీ అవసరానికి మించిన ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, న్యూస్ ఛానెల్స్, ప్రతి విషయాన్ని సంచలనం చేయడం లాంటి ధోరణులు, రహస్య కెమెరాల వినియోగంతో నైతికతను సవాలు చేసే పరిస్థితి ఏర్పడటం, రేటింగ్స్ సంపాదించడం కోసం ప్రేక్షకులను రెచ్చగొట్టడం ఆకట్టుకోవడం విపరీత ధోరణులుగా చెప్పవచ్చు. రియాలిటీ టెలివిజన్ షో (అంటే కొంత మంది యువతి యువకులను ఒప్పించి వారి దైనందిన కార్యక్రమాలన్నీ యధాతథంగా ప్రసారం చేస్తే అది రియాలిటీ టెలివిజన్ ప్రసారం అవుతుంది) పేరుతో యువకులను ఆకట్టుకోవటం, తెలుగు కార్యక్రమాల ప్రసారాలలో ఇంగ్లీష్ పదాలను ఏంకర్స్ ఎక్కువగా వాడటం మొదలైనవి టెలివిజన్‌లోని ఇటీవలి ధోరణులు.

సినిమా:

సినిమా రంగంలో సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో గణనీయమైన మార్పులు వచ్చాయి. తద్వారా కెమెరాలు మొదలుకొని ప్రింట్ల వరకు నాణ్యత బాగా పెరిగింది. సినిమా నిర్మాణానంతర దశ (Post Production Stage)లో డిజిటల్ టెక్నాలజీ ప్రభావితం చేస్తుంది. అంతేకాక డిజిటల్ టెక్నాలజీ రావడంతో నెగెటివ్ ఫిల్మ్‌ను, సౌండును డిజిటల్ రూపంలోకి స్కాన్ చేసి కంప్యూటర్లలో భద్ర పరుస్తున్నారు. తద్వారా ఎడిటింగ్ సులభం అవుతుంది. డిజిటల్ వ్యవస్థ అందుబాటులోకి రావడంతో ఫిల్మ్ అవసరమే లేకుండా పోయింది. అంతేకాక సినిమాల పంపిణీ సైతం డిజిటల్ టెక్నాలజీ సహాయంతో చేపట్టాలని భావిస్తున్నారు. సినిమా థియేటర్లను నెట్‌వర్కింగ్‌లో కలపడం ద్వారా ఇది సాధ్యమవుతుంది. అలాకాకుండా ఉపగ్రహాల ద్వారా కూడా పంపిణీ చేయవచ్చు. అంటే సినిమాను డిజిటల్ రూపంలో ఉపగ్రహం ద్వారా థియేటర్లకు ప్రసారం చేయటం ఒక విధంగా టెలివిజన్‌లో ప్రసారమైనట్లుగా, అప్పుడు దాదాపు ప్రపంచమంతా ఒకేసారి విడుదలవుతుంది. ప్రసార నాణ్యత కూడా ఉంటుంది. ఈ విధంగా వస్తున్న అనేక రకాల ఆధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని సమర్థవంతంగా వినియోగించుకునేందుకు సినీ పరిశ్రమ దృష్టి సారిస్తోంది.

కంప్యూటర్‌కు ఇంటర్నెట్ జత చేయడంతో వినూత్నమైన పోకడలకు దారి తీసింది. ఇంటర్నెట్, మొబైల్, టెలివిజన్, రేడియో, ఒక్కొక్కసారి వార్తా పత్రికలు తమ పరిమితులను దాటి కలిసిపోయే పరిస్థితిని సాంకేతిక విజ్ఞానం కల్పిస్తుంది. ఇంటర్నెట్ ద్వారా, మొబైల్ ద్వారా టెలివిజన్ ప్రసారాలు చూడగలగటం, వార్తా పత్రికలను చదువుకోగలగటం, మొబైల్ ద్వారా రేడియో ప్రసారాలు, ఇంటర్నెట్ ప్రసారాలు చూడగలగటం మనం గమనించవచ్చు. ఈ సౌలభ్యాన్ని ఇపుడు న్యూమీడియా అంటున్నాం. ఇలా ప్రసార మాధ్యమాలలో ఇటీవల వస్తున్న విభిన్న ధోరణులుగా చెప్పవచ్చు. ఇటీవల వస్తున్న ధోరణులను బట్టి భవిష్యత్తులో ఈ దిశగా ప్రసార మాధ్యమాలు, సినిమాలు వెళ్తాయని ఊహించి రూపురేఖల్ని వర్ణించడం సాహసమే అవుతుంది. టెక్నాలజీ అభివృద్ధి, దానివేగం మనం ఊహించని స్థాయిని మించి ఉండటమే ఇందుకు ప్రధాన కారణం.

BRAOU

అభ్యాసం-1

సినిమా ఆవిర్భావం గురించి రాయండి.

అభ్యాసం-2

ప్రసార మాధ్యమాల భాషావసరాల గురించి చర్చించండి.

4.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ఆధునిక యుగంలో అత్యంత శక్తివంతమైన సాధనం ప్రసార మాధ్యమం. అందుకే నేటి యుగాన్ని సమాచార యుగం అంటున్నాం.
- మీడియా, కమ్యూనికేషన్ అనే వాటికి అసలు కారణం మనిషి తన మనస్సులలోని భావాలను వ్యక్తీకరించాలనే తీవ్రమైన కాంక్ష, అదే భాష ఏర్పడటానికి దోహదపడింది.
- మాధ్యమాల ఆవిర్భావం భారతదేశంలో 17వ శతాబ్దం చివరలో (1780లో) ముద్రణా మాధ్యమంతో ప్రారంభమైంది.
- సమాచారాన్ని దూర ప్రాంతాలకు త్వరితంగా పంపించడంలో 1844లో సామ్యూల్ మోర్స్ రూపొందించిన టెలిగ్రాఫ్ అనే సాధనం సుసాధ్యం చేసింది.
- 1895లో మార్కోని మోర్స్ సంకేతాలను తీగల సహాయం లేకుండా ఒక చోటు నుండి మరో చోటికి రేడి యో తరంగాలుగా పంపడం సాధ్యమని నిరూపించాడు. మార్కోని ఆవిష్కరించిన ఈ పద్ధతి తర్వాత కాలంలో రేడియోగా రూపుదిద్దుకుంది.
- 1906లో జర్మనీలో జరిగిన శాస్త్రజ్ఞుల సభ రేడియేషన్ నుంచి 'రేడియో' పదాన్ని సృష్టించి వాడుకలోకి తెచ్చింది.
- భారత దేశంలో రేడియో ప్రసారాలు 1923, 1924 సంవత్సరాలలోనే అంకురార్పణ జరిగింది.
- స్వాతంత్ర్యానంతరమూ 1980 దశాబ్దం మధ్యకాలం వరకు రేడియో ప్రసార వ్యవస్థ స్థిరపడుతూ వచ్చింది. టెలివిజన్ రావడంతో వెనక్కు తగ్గింది.
- 1928లో జనరల్ ఎలక్ట్రిక్ కంపెనీ మొట్టమొదటిసారిగా టెలివిజన్ డ్రామాను న్యూయార్క్ నుండి ప్రసారం చేశారు.
- ఇంగ్లాండులో ఎలిజబెత్ రాణి పట్టాభిషేక మహోత్సవాన్ని ఇంగ్లాండులోనే గాక ఫ్రాన్స్ మొదలైన దేశాలలో టెలివిజన్‌లో చూడగలిగారు. ఇదే అంతర్జాతీయ ప్రసారాలకు నాంది ప్రస్తావన.

BRAOU

- భారతదేశంలో ప్రయోగాత్మకంగా టెలివిజన్ ప్రసారాలు 1959 సంవత్సరం సెప్టెంబర్ 15వ తేదీన ప్రారంభమయ్యాయి.
- 1991లో ప్రపంచీకరణ, ఆర్థిక సరళీకృత విధానాల వల్ల టెలివిజన్ ఛానెళ్ళ ప్రసారాలు పెరిగాయి. కేబుల్ ప్రసార వ్యవస్థ టెలివిజన్ విస్ఫోటనానికి దోహదపడింది. శాటిలైట్ వ్యవస్థ కొత్త అవకాశాల్ని కల్పించింది. ప్రాంతీయ భాషా ఛానెళ్ళ ప్రాచుర్యం ఎక్కువవుతూ వచ్చింది.
- 1877లో ఒక గుర్రపు పరుగుకు సంబంధించిన వివిధ ఫోటోలను ఒక వరుస క్రమంలో ప్రత్యేక ప్రొజెక్టర్ ద్వారా చూపించి వాటి మధ్య కదలికలను చూపి నిశ్చలన చిత్రాల్లో కదలికను తీసుకురాగలిగిన మొట్టమొదటి శాస్త్రవేత్త ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జ్‌ను చెప్పవచ్చు.
- భారతదేశంలో 1896 జులై నెలలో బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్లో సినిమాను మొట్టమొదటిసారిగా ప్రదర్శించారు.
- 1913లో 'రాజా హరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ మొట్టమొదటి మూకీ చిత్రాన్ని దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే రూపొందించాడు.
- 1931 మార్చి నెలలో భారతదేశంలో మొట్టమొదటి టాకీ చిత్రం 'ఆలం అరా' విడుదలైంది.
- తెలుగులో మొదటి మూకీ చిత్రం 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ', టాకీ చిత్రం 'భక్త ప్రహ్లాద'.
- 1940-1960 మధ్య కాలాన్ని చరిత్రకారులు 'భారతీయ సినిమా స్వర్ణయుగంగా' పేర్కొన్నారు. 1980 దశాబ్దం చివర్నుంచి సినిమాలను సాంకేతిక విప్లవం ప్రభావితం చేసింది. 1990ల్లో కొత్త ప్రమాణాలు (గ్రాఫిక్స్, యానిమేషన్) సాంకేతికత కారణంగా సాధ్యపడింది. 21వ శతాబ్దం తొలి దశాబ్దంలో పూర్తి స్థాయి గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ వినియోగం సాధ్యపడింది.
- రేడియో, టెలివిజన్, సినిమాలలో ప్రమాణ భాషనే వాడాల్సి ఉంటుంది. ప్రత్యేక సందర్భాలలో మాండలికాలను వాడే పద్ధతి ఉంది.
- ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రజల విశ్వసనీయత కోల్పోకూడదు. అదే విధంగా మాధ్యమ రంగాలలో వస్తున్న నూతన పోకడ మూలంగా నైతికత దిగజారకూడదు.
- మాధ్యమాలలో టెలివిజన్ మాధ్యమంకు భాషను ప్రభావితం చేయగల సామర్థ్యం అధికం. మాధ్యమాల సమ్మేళనం 'రాసేభాష' 'మాట్లాడే భాష'ను కొత్త పరిణామాలకు గురిచేస్తోంది. మాధ్యమాల మధ్య నలిగిన 'పదజాలం' కొత్త రూపాలను సంతరించుకునే సందర్భాలు ఎదురవుతున్నాయి.
- మాధ్యమాలు సమ్మిళితమవుతూ 'న్యూ మీడియాగా' రూపాంతరం చెందుతోంది.

4.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. రేడియో, టెలివిజన్ల ఆవిర్భావాన్ని వివరించండి.
2. ప్రసార మాధ్యమాల ప్రయోజనాలను పేర్కొనండి.

II. ఈ క్రింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. టెలివిజన్ రంగంలోని విశ్వసనీయత, నైతికత గురించి చర్చించండి.
2. ప్రసార మాధ్యమాలలోని ఇటీవలి ధోరణులను పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. చలన చిత్రం అంటే కదిలే బొమ్మ అన్న అర్థముంది. ఈ కదలికను తెలిపే క్రమంలో ఉండే కొన్ని నిశ్చలన చిత్రాల కదలికే చలన చిత్ర మూల సూత్రం. ఇంగ్లాండ్‌కు చెందిన ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జ్ అనే శాస్త్రవేత్త 1877లో

BRAOU

ఒక గుర్రపు పరుగుకు సంబంధించిన వివిధ ఫొటోలను ఒక వరుస క్రమంలో ప్రత్యేక ప్రొజెక్టర్ ద్వారా చూపించి వాటి మధ్య కదలికను చూపి నిశ్చలన చిత్రాల్లో కదలికను తీసుకురాగలిగాడు. అలా ఒక క్రమంలో అమర్చిన నిశ్చలన చిత్రాలను వరుసగా ఒక నిర్దిష్ట అంతరంలో చూపినప్పుడు అవి కదలిన భ్రమ మనకు కలుగుతుంది. ఇదే చలన చిత్రాల మూలసూత్రం. 1880లో థామస్ అల్వా ఎడిసన్ తన బృందంతో కలిసి వివిధ ఫొటోలను ఒక ఫిల్మ్‌లో పొందుపరచి కదలికను మరింత సహజంగానూ, సులభంగానూ చూపించగలిగాడు.

ఎడ్వర్డ్ మైబిడ్జ్, థామస్ అల్వాఎడిసన్, డబ్ల్యూ.ఎల్. డిక్సన్, ఆర్.డబ్ల్యూ. పాల్ మొదలగు ఎంతో మంది శాస్త్రవేత్తల కృషి ఫలితంగా 1895 డిసెంబర్ 28వ తేదీన ఫ్రాన్స్‌కు చెందిన ఆగస్టు ల్యుమియర్, లూయిస్ ల్యుమియర్ అనే సోదరులు పారిస్ ప్రజలకు సినిమాను ప్రదర్శించి ప్రపంచానికి పరిచయం చేశారు.

భారతదేశంలో 1896 జులై నెలలో బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్లో సినిమాను మొట్టమొదటిసారిగా ప్రదర్శించారు. ఆ విధంగా మన దేశంలో ప్రవేశించిన సినిమా పురాణాల ఆధారంగా కథను తీసుకుని 1913లో 'రాజాహరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ మొట్టమొదటి మూకీ చిత్రాన్ని దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే రూపొందించాడు. ఆ తరువాత 1931లో మొట్టమొదటి టాకీ చిత్రం 'ఆలం అరా' విడుదలైంది.

2. సమాజం మనుగడ భావ ప్రసార వ్యవస్థ మీదే ఆధారపడి ఉంటుంది. ఒక సమాజానికీ, ఒక నిర్మితిని, పురోగతిని భావ ప్రసార వ్యవస్థ ఇస్తుంది. స్వభావ సిద్ధంగా ప్రసార మాధ్యమాలకుండే ప్రవృత్తిని అధ్యయనం చేసి తద్వారా ఆ పరిస్థితులకు అనుగుణమైన అవసరాల గురించి ఆలోచించాలి. లిపిద్వారా, చిత్రాల ద్వారా సంభాషించడంలోని పరిమితి ఏమంటే అందులో అనుభూతి లోపం ఉంటుంది. అందుకే వాటిలో విశేషాలు, వివరణలు అవసరమవుతాయి.

రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం. ఇందులో మాటలను వినడం ఉంటుంది. ఆ మాటల ద్వారా శ్రోతకు అనుభూతి, ఆనందం, బాధ, కోపం వగైరా భావాలు కలగాలి. అక్షరాస్యుడు, నిరక్షరాస్యుడు అనే భేదం లేకుండా అందరికీ అర్థమయ్యే విధంగా భాష ఉండాలి. టెలివిజన్, సినిమా విషయానికి వస్తే ఇవి దృశ్య శ్రవ్య మాధ్యమం. ఇక్కడ దృశ్యం ప్రధానంగా ఉంటుంది. కాబట్టి కనబడే పాత్రలు, వారున్న పరిసరాలు, అక్కడి వాతావరణం, వారి హావభావాలు మొదలైన వాటివల్ల భాషలేకపోయినా కొంత వరకు విషయం అర్థమవుతుంది. మిగతావి సంభాషణ ద్వారా అర్థమవుతాయి. కాబట్టి రేడియో భాషకూ, టెలివిజన్ సినిమా భాషకూ కొంత తేడా ఉంటుంది. దీన్ని దృష్టిలో పెట్టుకొని ప్రసార మాధ్యమాలలో భాషను వాడవలసి ఉంటుంది.

BRAOU

భాగం-5 సమాచార విజ్ఞాన మాధ్యమం

విషయక్రమం

5.0 ఉద్దేశం

5.1 ప్రవేశిక

5.2 వెబ్

5.2.1 ప్రసార మాధ్యమంగా వెబ్

5.3 మల్టీమీడియా

5.3.1 సమాచార సాధనంగా 'మల్టీమీడియా'

5.4 వెబ్ ఎడిషన్లు రాయడంలో మెళకువలు

5.4.1 వెబ్ రచనలో పాటించాల్సిన ముఖ్య సూత్రాలు

5.5 వెబ్, మల్టీమీడియా - ఇబ్బందులు, సవాళ్ళు

5.6 మొబైల్ ఫోన్

5.6.1 జన మాధ్యమంగా మొబైల్ ఫోన్

5.7 బ్లాగులు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

5.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

5.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

5.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- ప్రసార సాధనాలలో కొత్తగా పుట్టుకొచ్చిన మాధ్యమాలు
- వెబ్ మాధ్యమం, ఇ-పేపర్, మల్టీమీడియా సాధనాల పరిచయం, ఇవి అందిస్తున్న సేవలు
- ఈ మాధ్యమాల్ని ఆశ్రయించే ప్రత్యేక పాఠకులు, వారి అవసరాలు
- ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లకు రచనా విధానం, మెళకువలు, వినియోగం

5.1 ప్రవేశిక

మనం సాంకేతిక రంగంలో సాధించిన ప్రగతి సమాచార రంగంలో విప్లవాత్మకమైన మార్పులకు బాటలు వేసింది. ఫలితంగా సరికొత్త సమాచార సాధనాలు మనకు అందుబాటులోకి వచ్చాయి. దశాబ్ద కాలం క్రితం మొదలైన 'వెబ్' మాధ్యమం, నేటి ఆధునిక మొబైల్ ఫోన్ సాధనాలు నేడు సమాచార రంగంలో కీలకపాత్ర పోషిస్తున్నాయి.

ప్రపంచవ్యాప్తంగా కోట్లాది మంది వీటిని ఆదరిస్తున్నారు. పాఠకులు, విద్యార్థులు, పరిశోధకులు, వృత్తి నిపుణులు, వాణిజ్యవేత్తలు, వినియోగదారులకు ఇలా అన్ని వర్గాల వారికి అవసరమైన సమాచారాన్ని 'వెబ్' మాధ్యమం క్షణాల్లో

అందజేస్తున్నది. సమాచార సేకరణకు, వితరణకు మనం వెబ్ మాధ్యమం మీద ఎంతగానో ఆధారపడుతున్నాం. సమాచారాన్ని పంచడంలో వేగం, వ్యాప్తి, అందుబాటు తదితర సౌలభ్యాలను ఈ మాధ్యమం ద్వారా పొందుతున్నాం. 'మల్టీమీడియా' ఒక విభిన్నమైన ప్రక్రియ. 'వెబ్' అనేది ఇంటర్నెట్ అనుసంధానంతో పనిచేసే మాధ్యమం కాగా 'మల్టీమీడియా' మాత్రం కంప్యూటర్ ఆధారితంగా పనిచేసే వేర్వేరు సాధనాల సమ్మేళనంగా పేర్కొనవచ్చు. ఏదేని ఒక సందేశం లేదా సమాచారాన్ని వేర్వేరు మాధ్యమాల సమ్మేళనంతో రూపొందించి వినియోగదార్లకు (యూజర్ల)కు అందజేస్తారు. ఇది ఎక్కువగా వినోదం, విద్య, వైద్యం తదితర రంగాలలో ఉపయోగపడే మాధ్యమం.

పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ సాధనాల కంటే ఇప్పుడివి ఆధునాతన సమాచార సాధనాలు. ఒకచోట కూర్చొని ప్రపంచవ్యాప్తంగా ఏ మూల, ఏ చిన్న సంఘటన చోటు చేసుకున్నా మన కళ్లముందు టెలివిజన్‌తో పాటు వెబ్‌లో ప్రత్యక్షమవుతున్నది. అదేవిధంగా మనవద్ద జరుగుతున్న సంఘటనల్ని ప్రపంచానికి ఈ సాధనాల ద్వారా చేరవేయగలుగుతున్నాం. ఆధునిక శాస్త్ర సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో రూపొందించి, అంతరిక్షంలోకి ప్రయోగించిన సమాచార ఉపగ్రహాల సాయంతో ఈ అద్భుతాలు సుసాధ్యమయ్యాయి.

5.2 వెబ్

ప్రపంచ వ్యాప్తంగా బహుళ ఆదరణ చూరగొన్న మాధ్యమం 'వెబ్'. 'వెబ్' అనే ఆంగ్ల పదానికి 'సాలెగూడు' అని అర్థం. సాలెగూడులో దారం పోగుల వంటి అనుసంధానిత వ్యవస్థ మాదిరిగానే వెబ్‌సైట్లలో పొందుపర్చే విస్తృత సమాచారాన్ని అందుకోవడానికి ప్రపంచ వ్యాప్తంగా ఇంటర్నెట్ యూజర్లు వెబ్‌సైట్‌తో అనుసంధానం కావచ్చు. అలాగే సమాచారాన్ని స్వీకరించవచ్చు కూడా. ఇంటర్నెట్‌లో కనిపించే ఒక్కో సమాచార దస్త్రాన్ని (డాక్యుమెంట్)ని వెబ్‌పేజీగా పిలుస్తారు. ఒకటి లేదా అంతకన్నా ఎక్కువ వెబ్ పేజీల సంకలనాన్ని వెబ్‌సైట్ అంటారు. సమాచార ఉపగ్రహాలు అందించే సమాచార సంకేతాల ఆధారంగా పనిచేసే ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థతో అనుసంధానమై వెబ్‌సైట్ పనిచేస్తుంది. బ్రౌజర్ టెక్నాలజీ ఆధారంగా పనిచేసే వెబ్‌సైట్‌ల ద్వారా ఒకపేజీ లేదా అంతకన్నా ఎక్కువ పేజీల ద్వారా సమాచారాన్ని టెక్స్ట్, ధ్వని, ఛాయా చిత్రాలు, వీడియో చిత్రాల రూపంలో పొందుపరుస్తారు. ఇంటర్నెట్‌లో వెబ్‌సైట్‌ని తెరవగానే మొదటగా కనిపించే పేజీని హోమ్‌పేజీగా వ్యవహరిస్తారు. ఈ హోమ్‌పేజీలో టెక్స్ట్, ధ్వని, ఛాయా చిత్రాలు, వీడియో చిత్రాల సమాచారాన్ని తెలియజేసే 'లింక్'ని పొందుపరుస్తారు. యూజర్లు ఆ 'లింక్'ని మౌజ్‌తో క్లిక్‌చేసి వివరాల్లోకి వెళ్లవచ్చు.

BRAOU

ప్రపంచవ్యాప్తంగా యూజర్లకు అందుబాటులో ఉన్నట్లుగానే ఏదైనా వెబ్‌సైట్‌ని తెరిచే ముందు ఆ సైట్ పేరుకు ముందు 'డబ్ల్యూడబ్ల్యూడబ్ల్యూ' (www) అన్న అక్షరాలు ఉంటాయి. దీని విస్తృతార్థం 'వరల్డ్ వైడ్ వెబ్'. భౌగోళిక సరిహద్దులతో నిమిత్తం లేకుండా ఇంటర్నెట్ సదుపాయం ఉంటే చాలు వెబ్‌సైట్‌తో అనుసంధానం కావచ్చన్న అర్థాన్ని ఇది సూచిస్తుంది. వెబ్‌సైట్‌లోని వెబ్ పేజీల ద్వారా సమాచారాన్ని ఇతరులకు అందుబాటులో ఉంచవచ్చు. వెబ్ పేజీలలో సమాచారాన్ని పొందుపర్చడానికి ప్రత్యేక భాషని వినియోగిస్తారు. దీనినే 'హైపర్ టెక్స్ట్ మార్కప్ లాంగ్వేజి' అంటారు. దీని సంక్షిప్త నామం 'హెచ్‌టిఎంఎల్'. భూగోళంపై ఎక్కడి నుంచి ఎక్కడికైనా సమాచారాన్ని, చిత్రాలను యూజర్లకు అందజేయడానికి వినియోగిస్తున్న అతివేగవంతమైన మాధ్యమం ఇది.

5.2.1 ప్రసార మాధ్యమంగా 'వెబ్'

వార్తా పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్‌లు ఇటీవలి కాలం వరకూ సంప్రదాయ ప్రసార సాధనాలుగా మనందరి ఆదరణ చూరగొంటూ వస్తున్నాయి. చదవడం, చూడటం, వినడం ఈ మాధ్యమాల ప్రధాన లక్షణాలు. పత్రికల్ని చదువుతాము. రేడియో కార్యక్రమాలు వింటాం. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు వీక్షిస్తాం, వింటాం. అందుకే రేడియోను శ్రవణ మాధ్యమం అని, టెలివిజన్‌ని దృశ్య, శ్రవణ మాధ్యమం అని వ్యవహరిస్తున్నాం. ఇప్పుడు ఈ రెండు లక్షణాలతోనూ కొనసాగుతున్న వెబ్ మాధ్యమం అత్యంత ప్రజాదరణను సొంతం చేసుకుంది. సమాచారం, వినోదం, విద్యావిషయాలు అందించడంలో నేడు వెబ్‌సైట్‌లు ప్రసార మాధ్యమంగా విస్తృతంగా వాడకంలో ఉన్నాయి. సమాచారాన్ని వేగంగా అందజేయగల సాధనమిది. ఇరవై నాలుగు గంటల వార్తా ఛానెళ్ల మాదిరిగానే అనునిత్యం ఏకధాటిగా తాజా వార్తల్ని

ఇవి అందజేస్తున్నాయి. ప్రస్తుతం దాదాపు అన్ని జాతీయ వార్తా దినపత్రికల ప్రచురణకర్తలు వెబ్‌సైట్ల ద్వారా 'ఈ-పేపర్'ని పొందుపరుస్తున్నారు. ఉదాహరణకు తెలుగు దినపత్రికలనే పరిశీలిస్తే మాతృభూమి విశేషాలు తెలుసుకోవాలనుకొనే సుదూర తీరాల్లో వున్న ప్రవాసాంధ్రులకు పత్రికా వెబ్‌సైట్లు కూడా సమాచారాన్ని అందిస్తున్నాయి.

వెబ్‌సైట్‌లో వార్తాంశాలతో పాటు పేపర్‌ని స్వయంగా చదువుతున్న భావన కల్పించేందుకు 'ఈ-పేపర్'ని కూడా వార్తా సంస్థలు అందిస్తున్నాయి. ముద్రణకు పంపించే వార్తా పేజీలను యథాతథంగా ఫోటో చిత్రాలుగా స్కానింగ్ చేసి వరుస క్రమంలో వార్తా పత్రికలు అందిస్తున్నాయి. ప్రత్యేక పేజీలను, అనుబంధ సంచికలను సైతం ఇవి పాఠకులకు అందుబాటులో ఉంచుతున్నాయి. ఉదాహరణకు 'సాక్షి' (www.sakshi.com), 'ఈనాడు' (www.eenadu.net), 'ఆంధ్రజ్యోతి' (www.andhrajyothy.com), 'వార్త' (www.vartha.com) తదితర ప్రధాన తెలుగు పత్రికల వెబ్‌సైట్‌లలో మనం 'ఈ-పేజీలు' చూసే సదుపాయాన్ని వెబ్ మాధ్యమం కల్పించింది. కొన్ని వార్తా ఛానెళ్ల వెబ్‌సైట్లలోనూ వార్తా దృశ్యాలను వీడియో క్లిప్పింగుల రూపంలో ప్రదర్శిస్తున్నాయి. ఉదాహరణకు 'సాక్షి' వార్తా ఛానెల్ (http://tv.sakshi.com)లోని కొన్ని వార్తా దృశ్యాలను, కార్యక్రమాలను చూసే సదుపాయం ఉంది.

ఈ ఆధునిక మాధ్యమం మరెన్నో సేవల్ని అందిస్తోంది. ప్రభుత్వం రూపొందించి, అమలు చేసే పలు పథకాల్ని గురించిన సమాచారాన్ని ఆయా విభాగాలు వెబ్‌సైట్ల ద్వారా ప్రజలకు చేరవేస్తున్నాయి. విశ్వ విద్యాలయాలు, విద్యా సంస్థలు విద్యా కార్యక్రమాలను, ప్రకటనలను వెబ్‌సైట్ల ద్వారా విద్యార్థులకు చేరవేస్తున్నాయి. ప్రస్తుతం మీరు చదువుతున్న మీ యూనివర్శిటీ 'డాక్టర్ బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం' కూడా www.braou.ac.in వెబ్ సైట్ ద్వారా మీకు కావాల్సిన సమాచారాన్ని చేరవేస్తున్నది. ఇందిరాగాంధి జాతీయ సార్వత్రిక విశ్వ విద్యాలయం ('ఇగ్నో')తో పాటు కొన్ని విశ్వ విద్యాలయాలు దూర విద్యా కోర్సుల్ని ఇప్పుడు ఆన్‌లైన్ విధానంలోనే అందిస్తున్నాయి. విద్యా సంస్థలు పరీక్షల ఫలితాల ప్రకటనకూ వెబ్‌సైట్లనే ఉపయోగించుకుంటున్నాయి. ఆన్‌లైన్‌లోనే పరీక్షలు, అడ్మిషన్లు నిర్వహిస్తున్నాయి. ఆంధ్రప్రదేశ్ రాష్ట్ర ఉన్నత విద్యామండలి ఇంజనీరింగ్, ఫార్మసీ, ఎంబీఏ, ఎంసీఏ ప్రవేశాలకు 2009-10 విద్యా సంవత్సరానికి 'వెబ్ కౌన్సెలింగ్'ని పూర్తిస్థాయిలో ప్రవేశపెట్టింది. ఎంసెట్, ఐసెట్ అభ్యర్థులు వెబ్ ద్వారానే అడ్మిషన్లు పొందడం వెబ్ ప్రత్యేకతను తెలియజేస్తున్నది. ఇక వాణిజ్య సంస్థలు తమ ఉత్పత్తుల ప్రచారానికి, సేవల సమాచారాన్ని వినియోగదారులకు చేరవేయడానికి వెబ్ మాధ్యమాలను ఎంచుకుంటున్నాయి. ఇ-కామర్స్ పేరిట వెబ్ సైట్లతోనే ఆన్‌లైన్ విధానంలో ఈ సంస్థలు తమ వస్తువుల్ని సేవల్ని విక్రయిస్తున్నాయి. దీనితో వెబ్ మాధ్యమం ఒక వాణిజ్య సాధనంగానూ సేవలు అందిస్తోంది. ప్రచారంతో పాటు ఈ తరహా బహుళ సేవల్ని వెబ్ మాధ్యమం అందిస్తున్నది.

BRAOU

5.3 మల్టీమీడియా

మల్టీమీడియా కొంత విభిన్నమైన ప్రక్రియ. ఇది దృశ్యానికి, శ్రవణానికి సంబంధించిన మాధ్యమం. సమాచారాన్ని వేర్వేరు సమాచార సాధనాల ఆధారంగా రూపొందించే ప్రక్రియ ఇది. విపులంగా చెప్పాలంటే ఏదేని ఒక సమాచారాన్ని టెక్స్ట్, ధ్వని, రంగులు, చిత్రం, గ్రాఫిక్, ఎనిమేషన్, వీడియో సాధనాలతో కలగలిపి రూపొందించే సందేశాత్మక ప్రక్రియ. 'మల్టీమీడియా' ద్వారా రూపొందించిన ఒక సమాచారాన్ని కాంపాక్ట్ డిస్క్ (సీడీ) సాయంతో కంప్యూటర్ లేదా సీడీ ప్లేయర్ లేదా డిజిటల్ వీడియో డిస్క్ ప్లేయర్ (డీవీడీ)లో చూడవచ్చు. 'మల్టీమీడియా' ద్వారా రూపొందించిన కార్యక్రమం, లేదా చిత్రాన్ని 'వెబ్' మాధ్యమం ద్వారా చూసేందుకు అవకాశం ఉంది. ఈ మాధ్యమానికి ప్రపంచవ్యాప్తంగా ఎంతో డిమాండ్ నెలకొని ఉంది. సినిమా, వినోద ప్రధానంగా నడిచే టీవీ ఛానెళ్లలో 'మల్టీమీడియా' అవసరం ఎంతగానో ఉంది. 'మల్టీమీడియా' ద్వారా రూపొందించి అందిస్తున్న ఎనిమేషన్ చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ చిత్రాలు, వీడియో చిత్రాలు పెద్దల్ని, ప్రధానంగా చిన్న పిల్లల్ని ఎంతో ఆకట్టుకుంటాయి. ఉదాహరణకు 'పోగో' ఛానెల్‌లో అందించే 'మిస్టర్ బీన్', 'కార్టూన్ నెట్‌వర్క్' ఛానెల్‌లో ప్రసారమయ్యే 'టామ్ అండ్ జెర్రీ' ఎనిమేషన్ చిత్రాలంటే చిన్నపిల్లలు ఎంతగానో ముచ్చటపడేందుకు కారణం ఇవి 'మల్టీమీడియా' మాధ్యమం ద్వారా రూపొందించడమే. సమాచారాన్ని వేర్వేరు విధాలుగా సంప్రదాయ, ఆధునిక పద్ధతుల్లో అందించడం కొత్త విషయమేమీ కాకపోవచ్చు. కానీ సమాచారాన్ని వేర్వేరు డిజిటల్ రూపాలలో అందించడంలో 'మల్టీమీడియా' తన ప్రత్యేకతను చాటుకుంది.

5.3.1 సమాచార సాధనంగా 'మల్టీమీడియా'

సమాచారాన్ని చేరవేసే మాధ్యమంగా నేడు ఎన్నో రంగాలు 'మల్టీమీడియా' సేవలను వినియోగించుకుంటున్నాయి. కార్టూన్ బొమ్మలు, టెడ్డీబేర్ బొమ్మల్ని ఒక వరుస క్రమంలో రూపొందించి వాటిని వేగంగా చూపించడం ద్వారా ప్రేక్షకులకు అవి కదులుతున్నట్లు భ్రమింపజేయడం ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలో మనం చూస్తున్నాం. కదిలే ఈ బొమ్మలు మాట్లాడుకుంటున్నట్లు చూపించేందుకు టెక్స్టని జోడించడం, లేదా ధ్వనిని మాటల రూపంలో ఆయా పాత్ర ధారులతో చెప్పించడం, రంగులు ఉపయోగించడం ఇవన్నీ 'మల్టీమీడియా' ప్రక్రియలో భాగం. సమాచారాన్ని వినోదాత్మక సందేశంగా చూపించేందుకు ఈ మాధ్యమం బాగానే ఉపయోగపడుతోంది. కాలచక్రంలో గతించిపోయిన చారిత్రక సన్నివేశాలు, మానవ దేహం లోపల కనిపించకుండా దాగి ఉండే శరీర భాగాల్ని 'గ్రాఫిక్స్' చిత్రాలుగా కళ్లకు కట్టినట్లు చూపించడం ఒక్క 'మల్టీమీడియా' సాధనానికే చెల్లింది. ఇదీ దీని ప్రత్యేకత. అందుకే బహుళ రంగాలలో 'మల్టీమీడియా' సేవలు అందుబాటులో ఉన్నాయి. విద్యా, వైద్యం, వినోదం, చిత్రకళలు, ఇంజనీరింగ్, వాణిజ్యం, డిజైనింగ్ ఇలా ఎన్నో రంగాలలో 'మల్టీమీడియా' సేవలు విస్తృతమవుతున్నాయి. 'మల్టీమీడియా'తో రూపొందించిన విద్యా విషయాలు విద్యార్థులకు కంప్యూటర్ ఆధారిత శిక్షణా కార్యక్రమాలుగా ఉపయోగపడుతున్నాయి. మొబైల్ ఫోన్‌లో 'మల్టీమీడియా' సమాచార విధానం (ఎం.ఎం.ఎస్) ద్వారా అందించే సంక్షిప్త సందేశాలు 'మల్టీమీడియా' ఆధారంగా రూపొందినవే. దాదాపు అన్ని మొబైల్ చేతి సాధనాలలో ఈ 'ఎం.ఎం.ఎస్' సదుపాయం ఉంటుంది.

5.4 వెబ్ ఎడిషన్లకు రాయడంలో మెళకువలు

BRAOU

పదేళ్ల క్రితమే ప్రారంభమైన ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్ ఇంకా పెద్ద సంఖ్యలో పాఠకులకు తెలియని కొత్త మాధ్యమం. అందుకే ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లకు రాయడం ఒక కొత్త నైపుణ్యం. ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్ల రచనకు కొన్ని నియమాలూ ఉన్నాయి. ప్రచురణ (ప్రింట్) మాధ్యమానికి రాసే రచనలతో పోలిస్తే ఆన్‌లైన్ రచన భిన్నమైన ప్రక్రియ. అదే విధంగా వార్తా పత్రికలో పేజీ డిజైనింగ్‌కు, ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లలో వెబ్ డిజైనింగ్‌కూ వ్యత్యాసం ఉంటుంది. ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లను ఆశ్రయించే పాఠకుల ఆసక్తి, వారు వెచ్చించే సమయం, పఠనా లక్షణాలను దృష్టిలో ఉంచుకొని ఈ ఎడిషన్లకు రాయాలనుకొనేవారు కొన్ని ముఖ్యమైన అంశాల్ని పాటించాల్సి ఉంటుంది. డెన్మార్క్‌కు చెందిన జాకబ్ నీల్సన్ ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లలో వెబ్ పేజీల రూపకల్పన, వెబ్ పాఠకుల చదువు అలవాట్లపై ఒక అధ్యయనం నిర్వహించారు. వెబ్ పేజీల్లో పొందుపర్చిన సమాచారంలో ప్రతి ఒదాన్నీ వెతుక్కుంటూ ఆసాంతం చదివే పాఠకుల సంఖ్య చాలా అరుదు. పాఠకులంతా ఫొటో చిత్రాలు, శీర్షికలు, శీర్షికల కింద ఉండే పరిచయ వ్యాఖ్యలనే చదువుతారు. ఒక్కో పదాన్ని, వాక్యాన్ని పూర్తిగా చదివేందుకు ఎక్కువగా ఇష్టపడరు. నీల్సన్ ఆధ్వర్యంలో జరిగిన మరో అధ్యయనంలో 79 శాతం పాఠకులు వెబ్ ఎడిషన్లలో తమకు కొత్తగా కనిపించిన పేజీలపైనే దృష్టిసారిస్తారట. మిగిలిన వారిలో 16 శాతం మంది పాఠకులు మాత్రమే అన్ని పేజీలనూ పూర్తిగా చదువుతారట. మిగిలిన స్వల్ప శాతం పాఠకులు ఏదో పైన చిత్రాలు, శీర్షికలు చదివి వదిలేసే వారే. శాస్త్రీయ పద్ధతిలో నిర్వహించిన ఈ అధ్యయనం ఫలితాల్ని వెబ్ మాధ్యమం నిర్వాహకులు, రచయితలు దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. ఈ ఫలితాల ఆధారంగా వెబ్ రచనల్లో పాటించాల్సిన కొన్ని ముఖ్యమైన అంశాలు చర్చించుకుందాం.

5.4.1 వెబ్ రచనలో పాటించాల్సిన ముఖ్య సూత్రాలు

- వెబ్ ఎడిషన్‌కు రాయడం ఒక ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యం. వ్యాపార ప్రకటనలు, బ్రోచర్లు, వస్తు ప్రదర్శనలకు రాసే రచనల్లో వీలైనన్ని తక్కువ వాక్యాల్లోనే వీలైనంత ఎక్కువ సమాచారాన్ని పాఠకులు ఆసక్తిగా చదువుకొనేందుకు వీలుగా అందించిన విధంగానే వెబ్ మాధ్యమానికి ప్రత్యేక రీతిలో రచనలు చేయాల్సిన నైపుణ్యం కావాలి. ఇది పుస్తకం, వ్యాసం, వార్త, టీవీ రచనకు భిన్నమైనది.

- వెబ్ పేజీల్లో ఇచ్చే సమాచారంలో ఎలాంటి తప్పులు లేకుండా చూడాలి. ఆకర్షణీయమైన శీర్షికలు, సమాచార సారాంశాన్ని లేదా ఇతివృత్తాన్ని తెలియపరిచే పేరాలను పొందుపరిచినట్లయితే ఆసక్తిగా చదువుతారు. బుల్లెట్

పాయింట్ల రూపంలో అందించడం వల్ల పాఠకులు లోపలి సమాచారంపై దృష్టి నిలుపుతారు. సమాచారాన్ని పాఠకులకు పూర్తిగా తెలియపర్చాలంటే వెబ్ నిర్వాహకులు ఈ జాగ్రత్తలన్నీ తీసుకోవాలి.

- పాఠకులు వెబ్‌లో తమకు కావాల్సిన పేజీల్ని 'గూగుల్', 'వీకి పిడియా', 'యాహూ' వంటి సెర్చ్ వెబ్‌సైట్‌ల నుంచి వెతుక్కుంటారు. ఈ ప్రత్యేక సైట్లను సెర్చ్ ఇంజిన్లుగా పిలుస్తారు. పాఠకులు తమకు కావాల్సిన సమాచారం ఉన్న పేజీకి సెర్చ్ ఇంజిన్ల నుంచి నేరుగా వెళ్తారు. దీనివల్ల ఆ వెబ్ సైట్‌లో ఉన్న మిగిలిన పేజీలను పాఠకులు చదవరు అనే విషయాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకొని ప్రతిపేజీ రూపకల్పనలోనూ, రచనలోనూ జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. పేజీ డిజైన్, సైట్‌కు మంచి పేరు ఇవన్నీ ఉన్నప్పటికీ వెబ్ పేజీల్లోని రచనలే పాఠకుల్ని ఆసక్తిగా చదివించేందుకు దోహదం చేస్తాయి.
- వెబ్ పేజీ రచనల్లో ప్రత్యేక సంపాదక సూత్రాల్ని పాటించాలి. లక్ష్యిత పాఠకుల్ని దృష్టిలో ఉంచుకొని వారిని ఆకట్టుకొనే విధంగా రచనలు చేయాలి. వెబ్ పేజీలను ప్రపంచంలో ఎక్కడినుంచయినా ఇంటర్నెట్ సాయంతో చదువుకొనేందుకు వీలుంటుంది. ఉదాహరణకు తెలుగు భాషలో రూపొందించే వెబ్‌సైట్‌ని అమెరికా, యు.కె., కెనడా, ఆస్ట్రేలియా ఇలా ప్రవాసాంధ్రులు ఎక్కడ ఉన్నా చదువుతారన్న స్పృహ రచయితకు అవసరం. పాఠకుల్ని చదివించే విధంగా అవసరమైన పదజాలాన్ని ఉపయోగించాలి. పాఠకుల్ని లీనం చేసేందుకు 'మీరు', 'మనం' అన్న పదాల్ని ఎక్కువగా ఉపయోగించడం వల్ల నేరుగా పాఠకుల్ని చేరుతాయి.
- మనం ఏ స్థాయి పాఠకుల్ని ఉద్దేశించి ఒక విషయం, వ్యాసం, వార్తను పొందుపరుస్తామో ఆ పాఠకులు అర్థం చేసుకొనేందుకు వీలుగా భాషను, పదజాలాన్ని ఉపయోగించాలి. అందరికీ ఆమోదయోగ్యమైన, సులభంగా ఆకళింపు చేసుకొనే విధంగా ఒక ప్రామాణిక భాష అవసరం.
- ఏదైనా ఒక అంశానికి సంబంధించిన సమాచారాన్ని లేదా వ్యాసాన్ని పూర్తిగా మొదటి పేజీ (హోమ్‌పేజీ)లోనే అందించినట్లయితే దాన్ని పూర్తిగా చదివే వారు కొంతమంది పాఠకులే ఉంటారు. పైగా హోమ్‌పేజీలో మొత్తం విషయాన్ని పొందుపర్చేందుకు వీలుపడదు. అందుకే సమాచారాన్ని లేదా వ్యాసాన్ని మూడు దశల్లో పాఠకులకు అందించాలి. మొదటి దశలో విషయాన్ని ఆకర్షించే విధంగా ఒక చిన్న శీర్షికను పొందుపర్చాలి. ఆసక్తిగా భావించి చదవాలనుకొనే పాఠకులకు రెండోదశలో ఆ వ్యాసం సారాంశాన్ని సంగ్రహంగా, సంక్షిప్తంగా అందించాలి. సమాచారం మొత్తాన్నీ కోరుకునే పాఠకులకు మూడో దశలో మొత్తం వ్యాసాన్ని లేదా సమాచారాన్ని అందించాలి. ప్రస్తుతం చాలా వెబ్‌సైట్లు అనుసరిస్తున్న ఈ సూత్రం జాకబ్ నీల్సన్ అధ్యయనం సూచించిందే కావడం గమనార్హం.

5.5 వెబ్, మల్టీమీడియా - ఇబ్బందులు, సవాళ్లు

వెబ్ మాధ్యమం స్వభావరీత్యా పత్రిక లేదా టెలివిజన్‌కంటే భిన్నమైనది. వినియోగించే పద్ధతిని పరిశీలిస్తే ఇది పూర్తిగా టెక్నాలజీ ఆధారితంగా పనిచేసే సమాచార సాధనం. ఇంటర్నెట్ అనుసంధానంతో ఉన్న కంప్యూటర్ సిస్టమ్‌ద్వారా మాత్రమే ఈ మాధ్యమాన్ని మనం చేరుకోగలుగుతాము. దీనితో అసలు కంప్యూటర్ టెక్నాలజీ అంటేనే ఇదొక కష్టసాధ్యమైన సాధనంగా భావించేవారు. పెద్ద సంఖ్యలోనే ఉంటారు. అభివృద్ధి చెందిన దేశాలతో పోలిస్తే మన దేశంలో కంప్యూటర్ అక్షరాస్యుల సంఖ్య తక్కువ. కంప్యూటర్ అక్షరాస్యులైన వారిలో కంప్యూటర్లని వినియోగించే వారి సంఖ్య కూడా తక్కువే. ముందస్తు అనుభవం లేని పాఠకులకు కంప్యూటర్ అంటేనే ఒక గందరగోళం ఆవరిస్తుంది. టెక్నాలజీ ఆధారిత వినియోగ వస్తువులపై కూడా కొంత గందరగోళం ఉంటుంది. గృహాలలో సొంత కంప్యూటర్లను కలిగి వున్న వారి సంఖ్య కూడా తక్కువే.

- వెబ్ ఎడిషన్ ఇంటర్నెట్ ఆధారిత మాధ్యమం కావడంతో ఇంటర్నెట్ కనెక్షన్ సదుపాయం అవసరం. నెట్ కనెక్షన్‌కోసం మనకు రెండు మార్గాలు ఉన్నాయి. ఒకటి టెలిఫోన్ కనెక్షన్ సాయంతో ఉండే డయలప్ నెట్‌వర్క్, మరొకటి బ్రాడ్‌బ్యాండ్ కనెక్షన్. ఒక్కోసారి కనెక్షన్ సదుపాయం సరిగా లేకపోవడంతో నెట్ బ్రౌజింగ్‌లో వేగం మందగిస్తుంది. కొన్ని సందర్భాల్లో కనెక్షన్‌లో అంతరాయం ఏర్పడటం వల్ల సమయం వృథా అవుతుంది.

BRAOU

దీనితో వెబ్‌సైట్లు చూడాలనుకొనే నెట్ ముందు కూర్చొనేవారు ఆ ప్రయత్నాన్ని విరమించుకోవడం ఈ మాధ్యమంలో ఉన్న ప్రధాన అడ్డంకి.

- వెబ్ బ్రౌజింగ్‌లలో వేర్వేరు రకాల సాఫ్ట్‌వేర్‌లు ఉండటం కూడా ఒక సమస్యే. కొన్ని వెబ్ సైట్‌లను కొన్ని సాఫ్ట్‌వేర్ బ్రౌజర్‌లలోనే చూడగలం. ఉదాహరణకు మనం చూసే దాదాపు అన్ని వెబ్‌సైట్లు 'ఇంటర్నెట్ ఎక్స్‌ప్లోరర్' బ్రౌజింగ్ సాఫ్ట్‌వేర్‌లో తెరుచుకుంటాయి. మూడేళ్ల క్రితం కొత్తగా వచ్చిన 'మోజిలా ఫైర్‌ఫాక్స్'లో కొన్ని వెబ్‌సైట్లు తెరుచుకోవు. తెరుచుకున్న వెబ్‌సైట్‌లలోనూ సమస్యలు ఎదురవుతున్నాయి.
- మన దేశంలో బహుళ భాషలు ఉండటంతో ఆయా ప్రాంతీయ భాషల్లో ఇప్పటికే భాషా సాఫ్ట్‌వేర్‌లు (వర్డ్ ప్రాసెసర్) అందుబాటులోకి వచ్చాయి. తెలుగు భాషలో 'శ్రీలిపి', 'అనులిపి', 'ఐలిపి', 'పత్రిక' సాఫ్ట్‌వేర్‌లు అందుబాటులో వున్నాయి. వేర్వేరు రకాల వర్డ్ ప్రాసెసర్లు, వేర్వేరు రకాల ఫాంట్లు ఉండటంతో దేన్ని ఉపయోగించుకోవాలో తెలియక వినియోగదారుల్ని గందరగోళానికి గురిచేస్తున్నాయి.
- ఏకరీతి సాఫ్ట్‌వేర్, ఫాంట్లు అందుబాటులో ఉన్నట్లయితే ఈ సమస్యకు పరిష్కారం లభిస్తుంది. అయితే కొన్ని వెబ్ ఎడిషన్లు, వార్తా పత్రికల సంస్థలు తమ ప్రత్యేకతను చాటుకొనేందుకు ప్రత్యేక ఫాంట్లను సాఫ్ట్‌వేర్ సంస్థలతో రూపొందించుకుంటారు. ఈ వెబ్‌సైట్‌ని చూసే పాఠకులకు తమ కంప్యూటర్లలో సదరు సాఫ్ట్‌వేర్ లేదా వర్డ్ ప్రాసెసర్ ఉంటేగానీ ఆ సైట్‌లో ఉన్న ఫాంట్లని చదవడానికి వీలుండదు. ఇందులో మెషిన్ ఫాంట్ల రూపంలోనే అక్షరాలు కనిపిస్తాయి. టెక్నాలజీ పరంగా వస్తున్న ఇలాంటి మార్పులు వెబ్ పేజీలు చదవడానికి అనుకూలంగా ఉంటేనే తప్ప ఆ పేజీలు తెరిచేందుకు పాఠకులు ఇష్టపడరు.
- కొన్ని వెబ్‌సైట్‌లు ఈ సమస్యను ఎదుర్కొనేందుకు సమాచారాన్ని ఫొటో కాపీగా పీడీఎఫ్ పద్ధతిలో వెబ్‌లో పొందుపరుస్తున్నాయి. అయితే చాలా వెబ్‌సైట్లు ఫొటో కాపీగా కాకుండా డైనమిక్ ఫాంట్‌గా ఇవ్వడంతోనే పైన తెలిపిన సమస్యలు ఎదురవుతున్నాయి.
- అంధులు, చెవిటి వారు ఈ మాధ్యమాన్ని చేరుకోవడం కష్టం. ఈ ఇబ్బందుల్ని అధిగమించేందుకు ఇటీవలే కొత్తరకం సాఫ్ట్‌వేర్‌లు, పరికరాలు అందుబాటులోకి వస్తున్నాయి. ఇవి ఈ వర్గాల వారికి కొంత సహాయకారిగా ఉంటాయి.
- గృహాలలో వినియోగించే పర్సనల్ కంప్యూటర్లలో ఉండే వసతులు, పరిమితులు (కాన్ఫిగరేషన్) కూడా ఇంటర్నెట్ సదుపాయానికి అనుకూలంగా ఉండవు. కంప్యూటర్‌లో ప్రాసెసర్ వేగం, మెమోరీ సామర్థ్యం తదితర అంశాలు కూడా ఇంటర్నెట్‌కు అనుకూలంగా ఉన్నప్పుడే బ్రౌజింగ్ సాఫీగా జరుగుతుంది. ఇంటర్నెట్ కనెక్షన్ ఉన్న కంప్యూటర్లకు వైరస్ సోకే ప్రమాదం కూడా ఎక్కువే. వైరస్ సోకితే కంప్యూటర్లు మొరాయిస్తాయి. దీన్ని దృష్టిలో ఉంచుకొని జాగ్రత్తగా బ్రౌజింగ్ చేయాల్సి ఉంటుంది.
- వెబ్ పేజీలున్న వెబ్‌సైట్‌ని కొంత మంది సైబర్ నేరగాళ్లు ఒక్కోసారి తమ ఆధీనంలోకి తీసుకొని పోవడంతో కూడా పాఠకులకు వెబ్‌సైట్లు అందుబాటులో లేకుండా పోతాయి. ఇది సైబర్ నేరాల పరిధిలోకి వస్తుంది. మళ్లీ సైట్‌ని పునరుద్ధరించేంత వరకు పాఠకులకు అందించలేకపోవడం ఒక అడ్డంకి.

5.6 మొబైల్ ఫోన్

సెల్యులార్ నెట్‌వర్క్ ఆధారంగా పనిచేసే సమాచార సాధనం సెల్‌ఫోన్, మొబైల్ ఫోన్‌నే సెల్‌ఫోన్ లేదా చేతిఫోన్‌గా పేర్కొంటారు. 'సెల్‌ఫోన్', 'మొబైల్‌ఫోన్', 'మొబైల్ సెల్‌ఫోన్', 'సెల్యులర్ ఫోన్', 'మొబైల్ టెలిఫోన్' ఇలా ఎన్నో పేర్లు ఈ సాధనానికి ఉన్నప్పటికీ మొదటి రెండు పేర్లే విస్తృతంగా వాడకంలో ఉన్నాయి. దీనికి తంత్రి లేదా వైర్ అవసరం లేదు. అందుకే ఇది వైర్‌లెస్ ఫోన్ అయిన 'వాకీటాకీ'లకు ఆధునిక రూపంగా చెప్పవచ్చు. 'వాకీటాకీ'లు రేడియో తరంగాల ఆధారంగా పనిచేసే సమాచార సాధనం. మొబైల్ ఫోన్‌లు సెల్ టవర్ల నుంచి వచ్చే సెల్యులర్ సంకేతాల ఆధారంగా పనిచేస్తాయి. గృహాలలో ఒకచోట స్థిరంగా ఉండి మాట్లాడేందుకు ఉపయోగించే ల్యాండ్‌లైన్ ఫోన్‌తో పోలిస్తే మొబైల్ ఫోన్ ఆధునాతన సమాచార సాధనం. మొబైల్ నెట్‌వర్క్ ఆపరేటర్లు ఏర్పాటుచేసే ఆధార కేంద్రాలు (టవర్లు)

BRAOU

స్విచ్చింగ్ పాయింట్లకు సెల్యులర్ సంకేతాలను పంపిస్తాయి. స్విచ్చింగ్ పాయింట్లనుంచి వచ్చే సెల్యులర్ సంకేతాలతో సెల్‌ఫోన్లు అనుసంధానమై పనిచేస్తాయి. మనిషి తన చేతిలో మొబైల్ ఫోన్ సాధనాన్ని ఒక చోటి నుంచి మరోచోటికి కదులుతూ సమాచారాన్ని అందుకోవచ్చు. పంపించవచ్చు. సంభాషణలు జరుపుకోవడంతో పాటు షార్ట్ మెసేజింగ్ సర్వీస్ (ఎస్.ఎం.ఎస్) ద్వారా టెక్స్ట్ రూపంలో సంక్షిప్త సందేశాలను పంపించవచ్చు. అందుకోవచ్చు. మల్టీమీడియా మెసేజింగ్ సర్వీస్ (ఎం.ఎం.ఎస్) సదుపాయంతో చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ బొమ్మల్ని పంపించవచ్చు. అందుకోవచ్చు. మొబైల్ ఫోన్లలో ఇంటర్నెట్ సదుపాయంతో వెబ్‌సైట్లు చూడవచ్చు. ఇ-మెయిల్ ద్వారా సందేశాలు పంపించవచ్చు. ఆధునిక నెట్‌వర్క్ సాధనమైన '3జి' సదుపాయంతో మొబైల్ ఫోన్ ద్వారా వీడియో చిత్రాల్ని, సందేశాల్ని చూడవచ్చు. లేదా పంపుకోవచ్చు. ఆధునిక మొబైల్ చేతి సాధనాలలో ఈ సదుపాయాలతో పాటు ఎఫ్.ఎం. రేడియో, ఎంపీ 3, కెమెరా, వాయిస్ రికార్డర్, వీడియో రికార్డర్ వంటి ఇతర సదుపాయాలూ ఉన్నాయి. నేడు ప్రపంచ వ్యాప్తంగా కోట్లాది మంది ప్రజలకు మొబైల్ ఫోన్ తమ జీవిత దినచర్యలో భాగమైపోయింది. ఒక రోజు మొబైల్ ఫోన్ లేకుండా ఉండటాన్ని ఊహించలేనంతగా ఈ సాధనంపై ఆధారపడ్డారు. సమాచార ప్రక్రియలో మొబైల్ ఫోన్ మానవ జీవితంపై ఎంతటి బలమైన ముద్రవేసిందో ఈ సాధనాన్ని వినియోగిస్తున్న తీరు తెలియజేస్తున్నది.

5.6.1 జన మాధ్యమంగా మొబైల్ ఫోన్

మొబైల్ ఫోన్‌ని ఒక జనమాధ్యమంగా ఉపయోగిస్తూ నేడు ఎన్నో సేవలు పొందుతున్నాం. మొబైల్ ఫోన్ జన మాధ్యమాలలో ఏడవ మాధ్యమంగా పేరుపొందుతోంది. వార్తా పత్రికలు, రికార్డింగులు, సినిమా, రేడియో, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్ మాధ్యమాల తర్వాత మొబైల్ ఏడవ స్థానాన్ని ఆక్రమించింది. రెండు బుల్లితెరలు టెలివిజన్, కంప్యూటర్ సాధనాల తర్వాత మొబైల్ ఫోన్ మూడవ తెరగా నేటికంటే ఎక్కువ ఆదరణ పొందుతున్న మాధ్యమం. వార్తలు, రింగ్‌టోన్స్, వీడియో ఆటలు, జాతక సమాచారం, వ్యాపార ప్రకటనలు అందించడం ద్వారా వాణిజ్య సంస్థలకు, సెల్‌ఫోన్ ఆపరేటర్లకు మొబైల్‌ఫోన్ ఒక జన మాధ్యమంగా కూడా ఉపయోగపడుతున్నది. ఫిన్లాండ్‌లోని 'రేడియోలింజా' అనే సంస్థ తొలిసారి మొబైల్‌ఫోన్‌ని ఒక జన మాధ్యమంగా కూడా ఉపయోగిస్తోంది. ఫిన్లాండ్‌లోని 'రేడియోలింజా' అనే సంస్థ తొలిసారి మొబైల్ ఫోన్ వినియోగదారులకు రింగ్‌టోన్‌లు విక్రయించడం ద్వారా 1998లోనే జనమాధ్యమంగా అవతరించింది. మొబైల్ ఫోన్లలో వాణిజ్య ఉత్పత్తుల సమాచారాన్ని వినియోగదార్లకు చేరవేసేందుకు వేల కోట్ల రూపాయల చెల్లింపులు జరగడం ఈ జన మాధ్యమం ప్రాధాన్యతని వివరిస్తున్నది.

BRAOU

5.7 బ్లాగులు

వ్యక్తులు లేదా సంస్థలు నడిపే వెబ్‌సైట్‌లని 'బ్లాగ్'లు అంటారు. 'బ్లాగ్' అనే పద ప్రయోగం 'వెబ్‌లాగ్' అన్న పదం నుంచి వచ్చింది. 'వెబ్‌లాగ్' అంటే ఏదేని ఒక సర్వర్‌కి సంబంధించిన 'లాగ్' ఫైళ్ల సమాచారం. 'బ్లాగ్' అర్థం వేరు. బ్లాగ్ అంటే ఒక వ్యక్తి లేదా సంస్థ దీర్ఘకాలికంగా సొంత ఆలోచనల్ని, సమాచారాన్ని తరచూ వెబ్‌లో నవీకరిస్తూ పోవడం. 'వెబ్‌లాగ్' (Weblog) పదాన్ని 'వియ్ బ్లాగ్' (We Blog) అని రెండు వేర్వేరు పదాలుగా పీటర్ మెరోల్జ్ వేరుపర్చారు. అమెరికాకు చెందిన పీటర్ తన వెబ్‌లాగ్ సైట్‌లో 1999 ఏప్రిల్‌లో హాస్యోక్తి కోసం చేసిన ప్రయోగమిది. ఆ తర్వాత ఇంగ్లాండ్‌కు చెందిన ఎవాన్ విలియమ్ 'బ్లాగ్' అనేపేరుని తన సంస్థలో ఉపయోగించడంతో అప్పటి నుంచి ఈ సైట్లకు 'బ్లాగ్' అనే పేరు స్థిరపడింది. అంతకు ముందు వీటిని వెబ్ డైరీలుగా వ్యవహరించేవారు. ఎప్పటికప్పుడు తాజా సమాచారంతో వ్యక్తిగత నిర్వాహకులు లేదా సంస్థలు ఈ సైట్‌లను నవీకరించడం వల్ల స్వభావ రీత్యా వీటిని వెబ్ డైరీలుగా వ్యవహరించేవారు. 'బ్లాగ్' అంటే ఒకరి వెబ్‌లాగ్‌ని సవరణ చేయడం లేదా ఒకరి వెబ్‌లాగ్‌కి వ్యాఖ్యలు, వివరణలు, స్పందనలు పంపించడం అన్న అర్థాలు వస్తాయి. ఇవి కూడా ఒక రకమైన వెబ్‌సైట్‌లే. ఏదైనా అంశంపై వ్యాఖ్యానాలు, వివరణలు, కార్యక్రమాల వివరాలతో కూడిన సమాచారాన్ని, సంబంధిత చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ బొమ్మలు, వీడియోలను ఈ వెబ్‌సైట్‌లో పొందుపరుస్తారు. చాలా వరకు ఏదేని ఒక అంశంపై వ్యాఖ్యానాలు, వార్తా సమాచారం ఉన్న బ్లాగ్‌లే ఎక్కువగా ఉన్నాయి. మరికొన్ని వ్యక్తిగత అభిరుచులు, అవసరాలు, సమాచార సేవల కోసం వినియోగిస్తున్న

బ్లాగ్‌లు ఉన్నాయి. అందుకే వీటిని వ్యక్తిగత ఆన్‌లైన్ డైరీలుగా పిలుస్తారు. పాఠకులు, భావ సామీప్యం గలవారు తమ అభిప్రాయాలను, స్పందనను, వివరణల్ని పంపించేందుకు ఉపయోగపడే పరస్పర భావ ప్రసరణా మాధ్యమంగా బ్లాగ్‌లను పేర్కొనవచ్చు. ఎందుకంటే ఇలా పంపించిన సమాచారాన్ని కూడా అదే బ్లాగ్‌లో పొందుపర్చడం ఈ మాధ్యమంలో ఉన్న విధానం. సమాచార సాధనంగా ప్రస్తుతం బ్లాగ్‌లకు విశేష ఆదరణ లభిస్తున్నది. అయితే అర్థవంతమైన సమాచారాన్ని పరస్పరం పంచుకొనేందుకు ఉపయోగపడే బ్లాగ్‌లతో పాటు భావ ప్రకటనా స్వేచ్ఛ పేరుతో పుకార్లు, చెడు ప్రచారాలకోసం బ్లాగ్‌లను దుర్వినియోగం చేస్తున్న సందర్భాలూ లేకపోలేవు. బ్లాగ్‌లపై మరిన్ని వివరాల్ని చివరి భాగంలో తెలుసుకుందాం.

అభ్యాసం-1

మొబైల్ ఫోన్ ఉపయోగాలను వివరించండి.

____

____

____

____

____

అభ్యాసం-2

బ్లాగులు అంటే ఏమిటో వివరించండి.

____

____

____

____

____

BRAOU

5.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సమాచార సాంకేతిక రంగంలో చోటు చేసుకున్న విప్లవాత్మకమైన మార్పుల ఫలితంగా సరికొత్త సమాచార సాధనాలు మనకు అందుబాటులోకి వచ్చాయి. వీటిలో వెబ్ మాధ్యమం నేడు సమాచార వితరణలో కీలకపాత్రను పోషిస్తున్నది.
- ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థతో అనుసంధానమై బ్రౌజర్ టెక్నాలజీ ఆధారంగా వెబ్‌సైట్ పనిచేస్తుంది. వెబ్‌సైట్‌లో ఒక పేజీ లేదా ఎక్కువ పేజీల ద్వారా సమాచారాన్ని టెక్స్ట్, ధ్వని, ఛాయా చిత్రాలు, వీడియో చిత్రాల రూపంలో పొందుపరుస్తారు. భూగోళంపై ఎక్కడి నుంచి ఎక్కడికైనా ఈ సమాచారాన్ని యూజర్లకు అందజేయడానికి వేగవంతంగా పనిచేసే మాధ్యమం ఇది.
- మల్టీమీడియా దృశ్య, శ్రవణ సాధనం. సమాచారాన్ని టెక్స్ట్, ధ్వని, రంగులు, చిత్రం, గ్రాఫిక్, ఎనిమేషన్, వీడియో సాధనాల సమ్మేళనంతో రూపొందించే సందేశాత్మక ప్రక్రియ. ఈ సమాచారాన్ని సీడీ సాయంతో కంప్యూటర్ లేదా సీడీ ప్లేయర్ లేదా డీవీడీ ప్లేయర్‌లో చూడవచ్చు.
- ఉదాహరణకు తెలుగు పత్రికలు, వార్తా ఛానెళ్ల పై కొంతమంది జర్నలిస్టులు నిర్వహిస్తున్న www.telugumedia.blogspot.com బ్లాగ్‌ని చూడవచ్చు.

- పాత పాటల వివరాలు, పాటలు డౌన్‌లోడ్ చేసుకొనేందుకు www.pathapatalu.blogspot.com వెబ్‌సైట్ చూడవచ్చు.
- ఒక ఫ్రీలాన్స్ రచయిత నిర్వహిస్తున్న http://deeptidhaara.blogspot.com బ్లాగ్‌ని చూడవచ్చు.
- సినిమా, వినోద ప్రధానంగా నడిచే టీవీ ఛానెళ్లలో 'మల్టీమీడియా'కు ఎంతో డిమాండ్ ఉంది. 'మల్టీమీడియా' ద్వారా రూపొందించి అందిస్తున్న ఎనిమేషన్, గ్రాఫిక్, వీడియో చిత్రాలు పెద్దల్ని, ప్రధానంగా చిన్న పిల్లల్ని ఎంతో ఆకట్టుకుంటాయి.
- సంప్రదాయ ప్రచురణ మాధ్యమాలతో పోలిస్తే వెబ్ ఎడిషన్లను ఆశ్రయించేవారి సంఖ్య తక్కువ. అందుకే ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లకు రాయడం ఒక కొత్త నైపుణ్యం.
- ఆన్‌లైన్ ఎడిషన్లను ఆశ్రయించే పాఠకుల ఆసక్తి, వారు వెచ్చించే సమయాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకొని ఈ ఎడిషన్లకు రచన చేసేవారు కొన్ని ముఖ్యమైన అంశాల్ని పాటించాలి. ఇది పుస్తకం, వ్యాసం, వార్తా రచనకు భిన్నమైనది.

5.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వెబ్ మాధ్యమం ప్రత్యేక లక్షణాలు ఏమిటి? ప్రసార మాధ్యమంగా 'వెబ్' సేవల్ని వివరించండి.
2. మల్టీమీడియా ఉపయోగాలు తెల్పండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వెబ్ ఎడిషన్లకు రాయడంలో పాటించాల్సిన నియమాలు పేర్కొనండి.
2. వెబ్ ఎడిషన్లను పాఠకులకు అందించడంలో ఎదురవుతున్న ప్రధాన అడ్డంకుల్ని వివరించండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. సెల్యూలార్ నెట్‌వర్క్ ఆధారంగా పనిచేసే సమాచార సాధనం సెల్‌ఫోన్ లేదా మొబైల్ ఫోన్. దీనినే సెల్‌ఫోన్ లేదా చేతిఫోన్‌గా పేర్కొంటారు. 'సెల్‌ఫోన్', 'మొబైల్‌ఫోన్', 'మొబైల్ సెల్‌ఫోన్', 'సెల్యులర్ ఫోన్', 'మొబైల్ టెలిఫోన్' ఇలా ఎన్నో పేర్లు ఈ సాధనానికి ఉన్నప్పటికీ మొదటి రెండు పేర్లే విస్తృతంగా వాడకంలో ఉన్నాయి. దీనికి తంత్రి లేదా వైర్ అవసరం లేదు. అందుకే ఇది వైర్‌లెస్ ఫోన్ అయిన 'వాకీటాకీ'లకు ఆధునిక రూపంగా చెప్పవచ్చు. 'వాకీటాకీ'లు రేడియో తరంగాల ఆధారంగా పనిచేసే సమాచార సాధనం. మొబైల్ ఫోన్‌లు సెల్ టవర్ల నుంచి వచ్చే సెల్యులర్ సంకేతాల ఆధారంగా పనిచేస్తాయి. గృహాలలో ఒకచోట స్థిరంగా ఉండి మాట్లాడేందుకు ఉపయోగించే ల్యాండ్‌లైన్ ఫోన్‌తో పోలిస్తే మొబైల్ ఫోన్ అధునాతన సమాచార సాధనం. మొబైల్ నెట్‌వర్క్ ఆపరేటర్లు ఏర్పాటుచేసే ఆధార కేంద్రాలు (టవర్లు) స్విచ్చింగ్ పాయింట్లకు సెల్యులర్ సంకేతాలను పంపిస్తాయి. స్విచ్చింగ్ పాయింట్లనుంచి వచ్చే సెల్యులర్ సంకేతాలతో సెల్‌ఫోన్లు అనుసంధానమై పనిచేస్తాయి. మనిషి తన చేతిలో మొబైల్ ఫోన్ సాధనాన్ని ఒక చోటి నుంచి మరోచోటికి కదులుతూ సమాచారాన్ని అందుకోవచ్చు. పంపించవచ్చు. సంభాషణలు జరుపుకోవడంతో పాటు షార్ట్ మెసేజింగ్ సర్వీస్ (ఎస్.ఎం.ఎస్) ద్వారా టెక్ట్స్ రూపంలో సంక్షిప్త సందేశాలను పంపించవచ్చు. అందుకోవచ్చు. మల్టీమీడియా మెసేజింగ్ సర్వీస్ (ఎం.ఎం.ఎస్) సదుపాయంతో చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ బొమ్మల్ని పంపించవచ్చు. అందుకోవచ్చు. మొబైల్ ఫోన్లలో ఇంటర్నెట్ సదుపాయంతో వెబ్‌సైట్లు చూడవచ్చు. ఇ-మెయిల్ ద్వారా సందేశాలు పంపించవచ్చు. ఆధునిక నెట్‌వర్క్ సాధనమైన '3జి' సదుపాయంతో మొబైల్ ఫోన్ ద్వారా వీడియో చిత్రాల్ని, సందేశాల్ని చూడవచ్చు. లేదా పంపుకోవచ్చు. ఆధునిక మొబైల్ చేతి సాధనాలలో ఈ సదుపాయాలతో పాటు ఎఫ్.ఎం. రేడియో, ఎంపీ 3, కెమెరా, వాయిస్ రికార్డర్, వీడియో రికార్డర్ వంటి ఇతర సదుపాయాలూ ఉన్నాయి. నేడు ప్రపంచ వ్యాప్తంగా కోట్లాది మంది ప్రజలకు మొబైల్ ఫోన్ తమ జీవిత దినచర్యలో భాగమైపోయింది. ఒక రోజు మొబైల్ ఫోన్ లేకుండా ఉండటాన్ని ఊహించలేనంతగా ఈ

BRAOU

సాధనంపై ఆధారపడ్డారు. సమాచార ప్రక్రియలో మొబైల్ ఫోన్ మానవ జీవితంపై ఎంతటి బలమైన ముద్రవేసిందో ఈ సాధనాన్ని వినియోగిస్తున్న తీరు తెలియజేస్తున్నది.

మొబైల్ ఫోన్‌ని ఒక జనమాధ్యమంగా ఉపయోగిస్తూ నేడు ఎన్నో సేవలు పొందుతున్నాం. మొబైల్ ఫోన్ జన మాధ్యమాలలో ఏడవ మాధ్యమంగా పేరుపొందుతోంది. వార్తా పత్రికలు, రికార్డింగులు, సినిమా, రేడియో, టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్ మాధ్యమాల తర్వాత మొబైల్ ఏడవ స్థానాన్ని ఆక్రమించింది. రెండు బుల్లితెరలు టెలివిజన్, కంప్యూటర్ సాధనాల తర్వాత మొబైల్ ఫోన్ మూడవ తెరగా వీటికంటే ఎక్కువ ఆదరణ పొందతున్న మాధ్యమం. వార్తలు, రింగ్‌టోన్స్, వీడియో ఆటలు, జాతక సమాచారం, వ్యాపార ప్రకటనలు అందించడం ద్వారా వాణిజ్య సంస్థలకు, సెల్‌ఫోన్ ఆపరేటర్లకు మొబైల్‌ఫోన్ ఒక జన మాధ్యమంగా కూడా ఉపయోగపడుతున్నది. ఫిన్లాండ్‌లోని 'రేడియోలింజా' అనే సంస్థ తొలిసారి మొబైల్‌ఫోన్‌ని ఒక జన మాధ్యమంగా కూడా ఉపయోగిస్తోంది. ఫిన్లాండ్‌లోని 'రేడియోలింజా' అనే సంస్థ తొలిసారి మొబైల్ ఫోన్ వినియోగదారులకు రింగ్‌టోన్‌లు విక్రయించడం ద్వారా 1998లోనే జనమాధ్యమంగా అవతరించింది. మొబైల్ ఫోన్లలో వాణిజ్య ఉత్పత్తుల సమాచారాన్ని వినియోగదార్లకు చేరవేసేందుకు వేల కోట్ల రూపాయల చెల్లింపులు జరగడం ఈ జన మాధ్యమం ప్రాధాన్యతని వివరిస్తున్నది.

2. వ్యక్తులు లేదా సంస్థలు నడిపే వెబ్‌సైట్‌లని 'బ్లాగ్'లు అంటారు. 'బ్లాగ్' అనే పద ప్రయోగం 'వెబ్‌లాగ్' అన్న పదం నుంచి వచ్చింది. 'వెబ్‌లాగ్' అంటే ఏదేని ఒక సర్వర్‌కి సంబంధించిన 'లాగ్' ఫైళ్ల సమాచారం. 'బ్లాగ్' అర్థం వేరు. బ్లాగ్ అంటే ఒక వ్యక్తి లేదా సంస్థ దీర్ఘకాలికంగా సొంత ఆలోచనల్ని, సమాచారాన్ని తరచూ వెబ్‌లో నవీకరిస్తూ పోవడం. 'వెబ్‌లాగ్' (Weblog) పదాన్ని 'వియ్ బ్లాగ్' (We Blog) అని రెండు వేర్వేరు పదాలుగా పీటర్ మెరోల్జ్ వేరుపర్చారు. అమెరికాకు చెందిన పీటర్ తన వెబ్‌లాగ్ సైట్‌లో 1999 ఏప్రిల్‌లో హాస్యోక్తి కోసం చేసిన ప్రయోగమిది. ఆ తర్వాత ఇంగ్లాండ్‌కు చెందిన ఎవాన్ విలియమ్ 'బ్లాగ్' అనేపేరుని తన సంస్థలో ఉపయోగించడంతో అప్పటి నుంచి ఈ సైట్లకు 'బ్లాగ్' అనే పేరు స్థిరపడింది. అంతకు ముందు వీటిని వెబ్ డైరీలుగా వ్యవహరించేవారు. ఎప్పటికప్పుడు తాజా సమాచారంతో వ్యక్తిగత నిర్వాహకులు లేదా సంస్థలు ఈ సైట్‌లను నవీకరించడం వల్ల స్వభావ రీత్యా వీటిని వెబ్ డైరీలుగా వ్యవహరించేవారు. 'బ్లాగ్' అంటే ఒకరి వెబ్‌లాగ్‌ని సవరణ చేయడం లేదా ఒకరి వెబ్‌లాగ్‌కి వ్యాఖ్యలు, వివరణలు, స్పందనలు పంపించడం అన్న అర్థాలు వస్తాయి. ఇవి కూడా ఒక రకమైన వెబ్‌సైట్‌లే. ఏదైనా అంశంపై వ్యాఖ్యానాలు, వివరణలు, కార్యక్రమాల వివరాలతో కూడిన సమాచారాన్ని, సంబంధిత చిత్రాలు, గ్రాఫిక్ బొమ్మలు, వీడియోలను ఈ వెబ్‌సైట్‌లో పొందుపరుస్తారు. చాలా వరకు ఏదేని ఒక అంశంపై వ్యాఖ్యానాలు, వార్తా సమాచారం ఉన్న బ్లాగ్‌లే ఎక్కువగా ఉన్నాయి. మరికొన్ని వ్యక్తిగత అభిరుచులు, అవసరాలు, సమాచార సేవల కోసం వినియోగిస్తున్న బ్లాగ్‌లు ఉన్నాయి. అందుకే వీటిని వ్యక్తిగత ఆన్‌లైన్ డైరీలుగా పిలుస్తారు. బ్లాగ్‌లో పొందుపర్చిన అంశాలపై పాఠకులు, భావ సామీప్యం గలవారు తమ అభిప్రాయాలను, స్పందనను, వివరణల్ని పంపించేందుకు ఉపయోగపడే పరస్పర భావ ప్రసరణా మాధ్యమంగా వీటిని పేర్కొనవచ్చు. ఎందుకంటే ఇలా పంపించిన సమాచారాన్ని కూడా అదే బ్లాగ్‌లో పొందుపర్చడం ఈ మాధ్యమంలో ఉన్న విధానం. సమాచార సాధనంగా ప్రస్తుతం బ్లాగ్‌లకు విశేష ఆదరణ లభిస్తున్నది. అయితే అర్థవంతమైన సమాచారాన్ని పరస్పరం పంచుకొనేందుకు ఉపయోగపడే బ్లాగ్‌లతో పాటు భావ ప్రకటనా స్వేచ్ఛ పేరుతో పుకార్లు, చెడు ప్రచారాలకోసం బ్లాగ్‌లను దుర్వినియోగం చేస్తున్న సందర్భాలూ లేకపోలేదు.

BRAOU

BRAOU

ఖండం-2 పత్రికలు-వివిధ రచనలు

భాగం-6 పత్రికలలో తెలుగు

భాగం-7 వార్తలు

భాగం-8 సంపాదకీయాలు, ఫీచర్లు

భాగం-9 ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాల్లు

మాధ్యమాలలో ప్రాథమికమైనది, అత్యంత కీలకమైనది 'పత్రికారంగం'. గుటెన్ బర్గ్ 'అచ్చు'ను కనుక్కొన్నప్పటి నుంచి ఎన్నో ఇబ్బందుల్ని ఎదుర్కొంటూ - 'పత్రిక' ముద్రణ రూపంలోకి వచ్చేదాకా జరిగిన పరిణామాలు చారిత్రాత్మకమైనవి. భారత దేశంలో 1780లో వెలుగు చూసిన తొలి వార్తా పత్రిక 'బెంగాల్ గెజట్'. అట్లాగే 20వ శతాబ్దం తొలి దశాబ్దంలో వచ్చిన తెలుగు పత్రిక 'వృత్తాంతి'ని పత్రికా రంగానికి మొదటి మెట్టు.

దేశ స్వాతంత్ర్య పోరాటంలో, సామాజిక పరిణామ ప్రక్రియలకు అద్దంపట్టే విధంగా పత్రికల్లో రచనలు కొనసాగేవి. తెలుగు భాష గ్రాంధికం నుంచి వ్యావహారికం వైపు వెళ్లడానికి ఘర్షణ పడటం ఒక చారిత్రాత్మక పరిణామం. వ్యవహారికం నుండి ప్రజల భాషగా రూపుదిద్దుకునే దిశగానే తెలుగు భాష నిరంతరం తన స్వరూప స్వభావాలను దిద్దుకోవడం కళ్లకు కట్టినట్టు కనిపిస్తూనే ఉంటుంది. 1970-1980ల్లో తెలుగు పత్రికారంగం బాగా విస్తరించింది. వార్తా పత్రికలు ముఖ్యంగా దినపత్రికలు బాగా పెరిగాయి. వారపత్రికలు సృజనాత్మక సాహిత్యం (రచనలలో) తో రావడం ప్రారంభించాయి. పక్ష పత్రికలు, మాసపత్రికలు ఇలా వివిధ రూపాల్లో కాలిక పత్రికలూ వచ్చాయి. 1990లో ప్రచురణ పరంగా ఒకే పత్రిక పలు ప్రాంతాలనుంచి ముద్రణ మొదలయి ఎడిషన్లు పెరిగాయి. స్థానిక వార్తల ప్రాధాన్యం ఎక్కువయింది. సాంకేతిక విజ్ఞానాభివృద్ధి ఇందుకు పెద్ద ఎత్తునే సహకరించింది. 1990వ దశాబ్దం చివరికల్లా పత్రికా ప్రచురణ రూపు రేఖలే మారిపోయాయి. సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం 21వ శతాబ్దం ప్రారంభంలోనే పత్రికా రంగ స్వరూప స్వభావాల్ని పూర్తిగా మార్చివేయగలిగింది. రాసే విధానంలో మార్పు, పత్రికల్ని తీర్చిదిద్దే విధానంలో కొత్తదనం, పంపిణీలో, అందుబాటులో విస్తరణ ఇలా ఎన్నో పరిణామాలు సంభవించాయి. గ్రాఫిక్స్, ఫొటోలు వంటి చిత్ర రూపాల ముద్రణ పత్రికలకు కొత్త అనుభవమే. ప్రపంచీకరణ, అత్యాధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానం లభ్యత పత్రికలలో రాసే భాషను బాగా ప్రభావితం చేయగలిగాయి. కొత్తపదాలు, వాక్య నిర్మాణాలలో ప్రయోగాలు కీలకంగా కనిపిస్తాయి. మాధ్యమాల 'ఏకీకరణ' పరిణామాల నేపథ్యంలో పత్రికలలో కనిపించే తెలుగు భాష, 'ఇతర ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల్లో కనిపించే భాషా కలగలసి' కనిపించడం ఒక కొత్త పరిణామమే. పత్రిక భాష నుంచి 'మాధ్యమ భాషగా' తెలుగు రూపాంతరం చెందుతూ రావడం ఇందులో భాగమే. ఈ నేపథ్యంలో వార్తలు రాసే విధానంలో, ఫీచర్లు, సంపాదకీయాలు రాసే ఆలోచనా ధోరణిలో, ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాల స్వరూప స్వభావాల్లో గణనీయమైన మార్పుల్ని మీరు గమనిస్తారు. ఇవే కాకుండా మరెన్నో వినూత్న ప్రక్రియల్ని, శీర్షికల్ని, సృజనాత్మక, సృజనాత్మకేతర రచనా విభాగాలలో గుర్తిస్తాం. ప్రక్రియల్లో మార్పులు, నిర్మాణం, నిర్మితిపరంగా ఎక్కువగా కనిపించేవి కావడం చేత ప్రధానమైన రచనా ప్రక్రియలను ఎన్నుకొని ఈ భాగంలో చర్చించాం. భాషా వినియోగంలో కొద్దో గొప్పో సారూప్యత ఉంటుంది. కనుక, చర్చ భాషా సంబంధం కలది కావడం వల్లా ఈ ప్రయత్నం చేశాం. స్నాతకోత్తర స్థాయి విద్యార్థులుగా ఇప్పుడు వస్తున్న మరికొన్ని పత్రికల్ని, పత్రికల్లోని భాషా వినియోగాన్ని విశ్లేషించుకోవలసిన అవసరం ఎంతైనా ఉంది. పత్రికా రచయితగా ఎదగాలంటే ఈ అధ్యయనం, అభ్యాసం తప్పనిసరి.

BRAOU

BRAOU

భాగం-6 పత్రికలలో తెలుగు

విషయక్రమం

6.0 ఉద్దేశం

6.1 ప్రవేశిక

6.2 తెలుగు పత్రికల్లో భాష - పరిణామక్రమం

6.2.1 మొదటి దశ

6.2.2 రెండవ దశ

6.2.3 మూడవ దశ

6.2.4 నాలుగవ దశ

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

6.3 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

6.4 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

6.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- తెలుగు పత్రికల ఆవిర్భావం, పరిణామం, విస్తృతి.
- పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాల భాషావసరాలు.

6.1 ప్రవేశిక

ఈ భాగంలో మనం భాష, దాని నిర్వచనం, పత్రికల్లో తొలినాళ్ళ భాష, వివిధ దశల్లో పత్రిక, భాషా పరిణామం, మీడియా ప్రయోగాలు - ప్రసార భాష ప్రచురణ దశ వంటి అంశాలను సోదాహరణంగా పరిశీలిద్దాం.

సారస్వతంలో పత్రికా రచన కూడా ఒక ముఖ్యమైన భాగం. అటు భాషకు ఇటు సాహిత్యానికీ వారధిగా నిలుస్తూ ఆధునిక భాష ప్రయోగానికి పెట్టని కోటగా పత్రికా రచన పురోగమిస్తున్నది. భాషా ప్రయోగ ప్రస్థానంలో విప్లవానికి ఇది నాందిపలికింది. కొన్నివేల మంది నిరంతర, వార్తా, ప్రసారానికి భాషను వైవిధ్య భరితంగా భిన్నశైలుల్లో వినియోగించే దశకు ఎదిగింది. ప్రజలు పత్రికా పాఠకులుగా, రేడియో శ్రోతలుగా, టెలివిజన్ వీక్షకులుగా విభిన్న మార్గాలలో భాషను స్వీకరిస్తున్నారు. మాధ్యమాలకు తగిన విధంగా భాషలో సాధిస్తున్న స్వల్ప భేదాలను సైతం గమనిస్తున్నారు.

భాషపుట్టుక

మానవుడి భావ వ్యక్తీకరణ సాధనం భాష. తన ఆలోచ[illegible]కాంక్షలను ఎదుటివారికి స్పష్టంగా తెలిపేందుకు భాష ఉపకరిస్తుంది. భాష ఆవిర్భావం తర్వాత మానవ జీవన గమనం ఆధునికతను [illegible]కుంది. భాషలో భావ సంచలనం, అభిప్రాయ ప్రకటన మౌఖికంగా, రాతపూర్వకంగా ఎదిగింది. హద్దులు లేని ఆలోచనలు, ఊహలను

ప్రపంచానికి భాష అందించింది. యావత్ ప్రపంచాన్నీ కళ్ల ముందు ఉంచింది. మొదట 'మాట'గా పలికిన భాష ఆ తర్వాత సాహిత్యంగా రూపుదిద్దుకొంది.

సాహిత్యానికి ముద్రణ తోడైంది. ప్రతి అద్భుత ఊహ వేలు, లక్షల ప్రతులుగా విస్తృతమైంది. ముద్రణ ఇచ్చిన ఆసరాతో భాష, సాహిత్యం కలిసి 'పత్రిక' రూపాన్నిచ్చాయి. సాహిత్యానికి అచ్చు రూపంలో మనం చూసే రూపమే పత్రిక.

పత్రికల ఆవిర్భావం

తెలుగులో తొలిపత్రిక ఏది అన్న చర్చ చాలానే జరిగింది. 1833 నవంబర్ ఏషియాటిక్ జర్నల్‌లో ప్రచురితమైన పుస్తక సమీక్షను ఆధారంగా పేర్కొంటూ ఆచార్య జి.ఎన్.రెడ్డి "కర్నాటిక్ క్రానికల్" తొలి పత్రిక అన్నారు. అంతకు ముందు అంటే 1832 జనవరి 4న ప్రారంభమైన "ఫోర్ట్‌సెంట్ జార్జి గెజిట్"లో 1834 తర్వాత తెలుగులోనూ, తమిళంలోనూ అనువదించిన ప్రకటనలు ప్రచురితమయ్యాయి. అయితే "కర్నాటిక్ క్రానికల్"విగాని, ఫోర్ట్‌సెంట్‌జార్జిగెజిట్"విగాని ప్రతులు లభ్యంకాలేదు. తర్వాత 1838-41 సంవత్సరాల మధ్య నడిచిన 'వృత్తాంతి' వార పత్రికే తొలి పత్రికగా పరిశోధకులు భావించారు. 'వృత్తాంతి'లో 'లోకరక్షణి' అనేపేరుతో ఒక లేఖ 1841 ఫిబ్రవరి 15 నాటి సంచికలో ప్రచురితమైంది. అప్పట్లో వివాహాల్లో జరిగే అనవసర వ్యయాన్ని గురించి పాఠకుడు ఆ లేఖలో ఆవేదన వ్యక్తం చేశారు. ఈ లేఖను గిడుగు రామమూర్తి, తన 'గద్య చింతామణి'లో ప్రస్తావించారు. సి.పి.బ్రౌను ఈ లేఖను తన జాబుల సంపుటంలో చేర్చారు. ఈ పత్రికలో ప్రచురితమైన ఇంకా అనేకమైన వివరాలు, వార్తలు అక్కడక్కడా నమోదయ్యాయి.

1843 మే 18 నాటి 'వర్తమాన తరంగిణి' పత్రికలో రాసిన అంశం నాటి పత్రికల భాష తీరును, 'వృత్తాంతి' ఉనికిని మనకు తెలుపుతుంది.

"చెన్న పట్టణమందు మిక్కిలి ప్రముఖులుగానున్న ధనవంతులు అనే పేరుగలవారుగా కొందరు ఉండే సమాజంలో నేటివు పెద్దమనుషులు పూర్వం 'వృత్తాంతి' అనే ఒక ఆంధ్రపత్రికను ప్రచురణ చేసి కొద్ది కాలం వరకు జరుగుతూ వుండెను. ఇంతలో దానికి అంత్యకాలము సంభవించి అది మృతి పొందింది."

ఈ విధంగా చూస్తే మనకు కనిపించిన తొలి పత్రిక 'వృత్తాంతి' అన్న విషయం స్పష్టమవుతోంది.

6.2 తెలుగు పత్రికల్లో భాష - పరిణామక్రమం

తెలుగు పత్రికా భాష పరిణామ క్రమాన్ని పరిశీలిస్తే పత్రికలు అడుగడుగునా ప్రజల అవసరాన్ని గుర్తించి తదనుగుణంగా ఎప్పటికప్పుడు మార్పు చెందుతూ వచ్చినట్లు కనిపిస్తుంది. భాష ప్రవాహ సదృశ్యమైనదే కాక జీవనదితో పోల్చదగింది. కొన్ని సందర్భాల్లో రచనా భాషగా వున్న గ్రాంధికమూ, శిష్ట వ్యావహారికమూ కలగలిసిన భాషనే పత్రికలు స్వీకరించినట్లు కనిపిస్తున్నది. కొన్ని సందర్భాల్లో పూర్తిగా శిష్ట వ్యావహారికము, తర్వాతి కాలంలో పత్రికా రచయితల కృషి వల్ల, పాఠకుల కోరిక వల్ల వ్యావహారికమూ; సరళ వ్యవహారికమూ పత్రికల భాషగా వుంది. ఒకవైపు పత్రికల భాష, మరొకవైపు సాహిత్యానికి అనేక ఇతర అవసరాలకు ఉపయోగించిన భాష ఆధునికమూ, ప్రామాణికమూ కావడానికి ప్రయత్నించింది. ఆధునికమూ, ప్రామాణికమూ కావడానికి సాగిన కృషిలో పత్రికా రచయితలు, భాషా ఉద్యమకారులు ఇరువురూ పాలుపంచుకున్నారు. ముఖ్యంగా ఇరవయ్యవ శతాబ్ది తొలినాళ్ల నుంచి కొన్ని దశాబ్దాల పాటు సాగిన వ్యావహారిక భాషా ఉద్యమం ఆటుపోట్లను ఎదుర్కొంటూ కూడా అంతిమంగా పెద్ద విజయాన్నే సాధించింది. వ్యావహారిక భాష పేరుతో నాటి గ్రాంధిక భాషను కాదనుకుంటే చాలా అరిష్టాలు జరుగుతాయని, భాష భ్రష్టుపట్టి పోతుందని సంప్రదాయవాదులు ఎన్నో అడ్డంకులను సృష్టించారు. అదే సమయంలో తెలుగులోకి ప్రవేశిస్తున్న పాశ్చాత్య భావాలు, కొంగ్రొత్త ప్రక్రియల్లో రచనలు చేయడానికి, ఇతరత్రా పెరిగిన బాధ్యతల్ని సమర్థంగా మోయడానికి వ్యావహారిక భాషే శరణ్యమని గిడుగు వంటి వారు ఘోషించారు. దీనితో తొలుత గ్రాంధిక భాషానుకూ[illegible] వున్న కందుకూరి వీరేశలింగం వంటి వారు వ్యావహారిక భాషా సమర్థకులుగా మారారు. ఫలించిన [illegible]యం అనంతర భాషా విస్తృతికి బాటలు వేసింది.

పత్రికలలో భాషా పరిణామాన్ని నాలుగు దశలుగా పరిశీలించడం సముచితమని అనుకోవాలి. పత్రికల ఆవిర్భావం అంటే 'వృత్తాంతి' (1838) నుంచి 'దేశాభిమాని' (1900) వరకు మొదటి దశగా పరిగణించాలి. 'కృష్ణాపత్రిక' (1902)

నుంచి 'ఆంధ్రజ్యోతి' (1960) వరకు రెండవ దశగా, 'ఈనాడు' (1974) నుంచి 'వార్త' (1996) వరకు మూడవ దశగా విభజించవచ్చు. అక్కడ్నుంచి పత్రికలకు టెలివిజన్ ఛానళ్లు ముఖ్యంగా న్యూస్ ఛానళ్ళు తోడై భాషలో అంతకు మునుపు ఎప్పుడూలేని రీతిలో చోటు చేసుకున్న మార్పులను నాలుగవ దశకింద పరిశీలిద్దాం. అంటే 1996ల తర్వాత భాషా పరిణామ క్రమంలో నాలుగోదశగా పేర్కొనవచ్చు.

6.2.1 మొదటి దశ

'వృత్తాంతి'తో తెలుగు పత్రికల భాష ప్రారంభమైంది. వృత్తాంతి మూత పడుతున్న రోజుల్లో 1842 జూన్ 8వ తేదీన 'వర్తమాన తరంగిణి' మద్రాసు నుంచి ప్రారంభమైంది. 'వృత్తాంతి' లాగే ఇందులో పాఠకుల లేఖలు, వ్యాపార ప్రకటనలు, ధరవరలు వంటి వార్తలు ప్రచురించేవారు. పాఠకుల లేఖలకు సమాధానాల్ని కూడా ఇచ్చేవారు. ఉత్తరాల్ని ప్రచురించడం వల్ల పత్రికల్లో స్థలం వృథా అవుతుందని ఒక పాఠకుడు సంపాదకునికి లేఖ రాస్తే 'ఉత్తరము వ్రాసిన వారికి ఎడిటరు మారు' ఈ కింది విధంగా వుంది.

" మా చందాదారులైన యొక్క పెద్ద మనిషి గారు మా పత్రికలోన నుత్తరములు బ్రచురపరచుట వలన కొంత స్థలము వృథా అయిపోతున్నదని వాడుకొన్నారట. వారి ఒక్కరి నిమిత్తము మాత్రమే మేము పత్రికను ప్రచురించుట లేదు. గాన యుత్తరములనెట్లు తిరస్కరింతమో గాని వాటి వల్లనున్నతి ప్రయోజనము కద్దు - ద్రావిడ దీపిక యనే 4 పక్కల పత్రికలో 3 పక్కలుత్తరములున్ను, నాలుగో పక్క నొక్క కాలము సమాచారమున్నుండుట - వారు - చిత్తగించలేరు కాబోలు" - ఎడిటరు

నాటి పత్రికల్లో శీర్షికలకు ఉదాహరణలుగా 'పాము కఱచుట', 'అద్భుతము', 'ఆకస్మికపు మరణము', 'హత్య', 'అగ్నిహోత్రుడు' వంటి వాటిని చెప్పుకోవచ్చు. పదాంతంలో పూర్ణానుస్వారం అప్పటి నియమం.

'దినవర్తమాని' (1856)లో ఒక వార్త చూద్దాం:

"హయిదరాబాదు ...

మిగుల ఘనత వహించిన గవర్నర్జనరల్గారు హయిదరాబాదు నిజాం గారిని గౌరవ పరచుటకు వారికి నయిట్ పట్టమివ్వవబోవుచున్నారు. ఆ యభిప్రాయమును తెలియపరచునట్టి యొక్క పత్రికను రెసిడంటుకు (కర్నల్ డెలిసన్) పంపగా నా దొర క్రమ ప్రకారము తనదు పరివారంతో కూడా నిజాంగారి యొద్దకు బోయి మా పత్రికను ఒప్పగించిరి. వారు దాన్ని మిగులు తృప్తితో నంగీకరించి యా మంగళ వార్తను తెలియపరుచుటకు చిహ్నముగా తనదు రాజధాని యందు మాత్రము కాకుండా సికిందరాబాదు పాలారమునందును ఫిరంగీలు వేయించిరి".

దిన వర్తమాని పత్రిక భాష వ్యావహారికమని నిడదవోలు వేంకటరావు అభిప్రాయపడ్డారు. కాని ఇది పూర్తిగా సరళ గ్రాంథికమే. నుగాగమాలు, యడాగమాలు విరివిగా కనిపిస్తాయి. 'పోయిన తూరి' కొల్లెత్తు వాండ్రు, "పటాళములు" వంటి నాటి మద్రాసు ప్రాంత పదాలు కూడా వున్నాయి.

కందుకూరి వీరేశలింగం 19వ శతాబ్ది పూర్వార్థంలో పత్రికలతో రచనాను బంధాన్ని కలిగి వున్నారు. సంఘ సంస్కరణ విషయాలపై అనేక పత్రికల్లో విస్తృతంగా రచనలు చేయడం, సంప్రదాయవాదులతో వాదాలు పెట్టుకోవడం జరిగింది. తర్వాత 1874లో ఆయనే స్వయంగా 'వివేకవర్ధిని' మాసపత్రికను ప్రారంభించారు. ఆ పత్రికకు ప్రతి సంచికలో తిలకస్థానంలో 'మహాభారతం' శాంతిపర్వంలోని 'ఒరులేయవి యొనరించిన నరవర యప్రియము తన మనంబునకగు (దానొరులకు నవి సేయకునికి పరాయణము పరమ ధర్మ పదవులకెల్లన్' అనే పద్యాన్ని ప్రచురించారు.

ఆ పత్రిక పెట్టడం వెనుక తనకున్న లక్ష్యాలను వీరేశలింగం ఇలా ప్రకటించుకున్నారు - "తులసి రుద్రాక్ష మాలాది బాహ్యచిహ్న ధారణముకంటే సత్ప్రవర్తనము మతమున కాదికావశ్యకమని జనులలో విశ్వాసం కుదురు వరకును మతము పరిశుద్ధమయి దురాచార - నివారకము కానేరదు. కాబట్టి పరిశుద్ధమత సిద్ధాంతములను బోధించుట వేరొక ఉద్దేశము."

BRAOU

వీరేశలింగం తొలుత గ్రాంథిక భాషా సమర్థకుడేనని తర్వాత గిడుగు వంటి వారి వాదాన్ని ఆమోదించి వ్యావహారిక భాషా వాదిగా మారాడని విదితమే. పై వాక్యాలు కందుకూరి సరళ గ్రాంథిక భావాలను సూచిస్తాయి.

ఆ కాలంలో వచ్చిన 'అముద్రిత గ్రంథ చింతామణి', 'ఆంధ్ర ప్రకాశిక, 'హిందూజన సంస్కారిణి', 'సత్యసంవర్ధని', శారద, 'చింతామణి', ప్రబంధ కల్పవల్లి, 'అనల్పజల్పితా కల్పవల్లి' వంటి పత్రికల్లో భాష సరళ గ్రాంథికమే.

తెలుగులో తొలి దినపత్రికగా 'దేశాభిమాని'ని చెప్పుకోవచ్చు. నిజానికి 1887లో 'కృష్ణావృత్తాంతిని' అనే పేరుతో రాజకీయ పత్రిక వెలువడడం ప్రారంభించింది. అదే తర్వాత 'దేశాభిమాని'గా మారింది. వారపత్రికగా ప్రారంభమై ద్వైవార పత్రికగా, త్రైవారపత్రికగా వెలువడి దినపత్రికగా మారింది.

'తెలుగు జనన' అనే పత్రికలో ఆంధ్రలోకమున గౌతమియే మొదటి దినపత్రిక కాదు అట్టి భాగ్యమ్ము కృష్ణకే లభించినది. కాని, అది కృష్ణ వెల్లువలవలెనే మూడు నాళ్ల ముచ్చటైపోయి సింధుగతమైనది. ఇది వరకు బెజవాడలో నుండి ఈ మధ్య కృష్ణ దాటి వెడలి గుంటూరు కొచ్చిన దేశాభిమాని కొంత కాలము కిందట దినదినమున తలసూపుచు వచ్చెను ....'' అన్నమాటల్ని బట్టి 'దేశాభిమాని'ని తొలి తెలుగు దినపత్రికగా భావించవచ్చు.

'గౌతమి', 'ఆంధ్ర ప్రకాశిక', 'శశిలేఖ' వంటివి మరికొన్ని దినపత్రికలు. 1908 ఆగస్టు 9న బొంబాయిలో వారపత్రికగా ప్రారంభమైన 'ఆంధ్రపత్రిక' 1914 ఏప్రిల్ 1న (మద్రాసుకు తరలి) దినపత్రికగా మారింది.

6.2.2 రెండవ దశ

రెండవ దశలో 'కృష్ణాపత్రిక' నుంచి 'ఆంధ్రజ్యోతి' వరకు వచ్చిన పత్రికలను స్వీకరించాం. పత్రికా భాష మొదటి దశలో గణనీయమైన మార్పును చూడలేదు గానీ రెండవ దశలో చెప్పుకోదగ్గ రీతిలో మార్పు చెందింది.

తెలుగు పత్రికా చరిత్రలో 'కృష్ణాపత్రిక'కు ప్రముఖ స్థానం వుంది. 20వ శతాబ్ది తెలుగువారి సాహిత్య, రాజకీయ చైతన్య స్రవంతిలో కృష్ణా పత్రికదే అగ్రేసర పాత్ర. జాతీయోద్యమం ప్రారంభమై బెంగాల్ నుంచి బందరు వరకు విస్తరించి ప్రజల్లో చైతన్యం పెరగడానికి కృష్ణాపత్రిక వేదికగా నిలిచింది. అందులో ముట్నూరు కృష్ణారావు దర్బారు, సంపాదకీయాల ఒరవడి పత్రికా పాఠకుల సంఖ్యను పెంచాయి. భాషకూడా పూర్వంకంటే సరళతరమైంది. ఇది వార్తాపత్రికల యుగం.

"రాజ్య పద్ధతులను, వానిలోపములను నివృత్తి చేయు మార్గములను, సంఘ సంస్కరణ రీతులను, రసవాద ప్రకృతి శాస్త్ర విశేషములను, వ్యవసాయమును, చేతిపనులు మొదలుగాగలనుపయుక్త విషయములనిందు వ్రాయుచుంటిమి. ఆ విషయములందు కూడా జన సామాన్యమునకు కొంత పాటి పరిచయము కలిగిన గాని దేశమభివృద్ధిగానేరదు ..."

పదాంతంలోని 'ము'కారము అంతకు పూర్వం నుంచి వస్తున్న భాషా సంప్రదాయాన్ని సూచిస్తుంది. అదితప్ప మిగతా వాక్య నిర్మాణాన్ని పరిశీలిస్తే, భాష వ్యావహారికం దిశగా పయనిస్తున్నట్లు కనిపిస్తుంది.

తర్వాత చెప్పుకోదగిన వాటిలో ముఖ్యమైనది 'ఆంధ్రపత్రిక' వార్తపత్రికలు. అందులో దినపత్రికల యుగంలో 'ఆంధ్రపత్రిక'ది చిరస్మరణీయమైన పాత్ర. ఇది తెలుగువారి సమగ్ర జీవనరంగాల ప్రతిఫలనం. కాశీనాథుని నాగేశ్వరరావు పంతులు ఈ పత్రిక పెట్టిన లక్ష్యాన్ని ఈ విధంగా ప్రకటించారు -

"విచారణీయంబులైన విషయంబులనేకములు గలవు. జనాభిప్రాయముల కనుకూలముగ విషయ విమర్శనను జేయుచు ననుదినమును నాంధ్ర దేశ వృత్తాంతాదులను ప్రచురించుటకు దినపత్రికను ప్రచురించుటకేర్పాటులు చేయబడినవి. కాని యనివార్యంబులైన యాటంకముల వలన విలంబన మేర్పడినందుకు జింతించుచున్నాము.

దేశీయ మహాసభాధర్మములును, రాష్ట్రీయ సభాధర్మములును నాంధ్ర పత్రికాదర్శములు ..."

ఈ మధ్యలో నల్లగొండ నుంచి 1922 ఆగస్టు 24న హబ్సిపీసు వెంకటరామ నరసింహారావు, 'నీలగిరి' పత్రికను ప్రారంభించారు. ఆ తర్వాత 4 రోజులకే వరంగల్లు జిల్లా ఇనాగురి నుంచి ఒద్దిరాజు సీతారామచంద్రరావు, రాఘవ

BRAOU

రంగారావు సోదరులు 'తెనుగు పత్రిక'ను ప్రారంభించారు. తెలంగాణాలో తెలుగు మాధ్యమంలో విద్యావకాశాలు లేని రోజుల్లో, తెలుగు ముద్రణ లేని రోజుల్లో ఎన్నో సమస్యలనెదుర్కొంటూ ఈ పత్రికలు నడిచాయి. నాలుగేళ్ళకాలమే నడిచినా తెలంగాణ ఆంధ్రోద్యమానికి ఊపునిచ్చాయి.

సురవరం ప్రతాపరెడ్డి 'గోలకొండ' పత్రికను 1926 మే 10న ప్రారంభించారు. హైదరాబాద్‌లోని ట్రూపు బజార్‌లో ఒక చిన్న ఇంట్లో ఒక పక్క ప్రెస్సు, మరోగది ప్రతాప్‌రెడ్డిది, పుస్తకాల బీరువాలు. అన్నీతానే అయి ఎన్నో ఇబ్బందుల్ని ఎదుర్కొంటూ - ఆయన పత్రిక నడిపారు. నిద్రాణమైన తెలంగాణంలో 'సారస్వతజ్యోతి ప్రకాశనం చేసిన గోలకొండ భాషా సాహిత్యాల వ్యాప్తికి ఇతోధికంగా దోహదం చేసింది.

నెల్లూరు నుంచి 1930లో 'జమిందారు రైతు పత్రిక'గా ప్రారంభమైన పత్రిక తర్వాత 1934లో 'జమీన్‌రైతు'గా మారి నేటికీ వెలువడుతూ రైతుల్లో చైతన్యాన్ని కలిగించింది.

1935లో 'జనవాణి' ప్రారంభమై తెలుగు దినపత్రికల్లో వ్యావహారిక భాషకు పట్టం గట్టింది. తాపీ ధర్మారావు ఈ పత్రిక ద్వారా ప్రవేశపెట్టిన కొత్తదనం తెలుగుపత్రికా రచనకు కొత్త ఒరవడిని దిద్దింది. పత్రిక యజమాని అయిన పిఠాపురం రాజా గ్రాంథిక భాషాభిమాని. కాని పత్రిక నాలుగేళ్ల కాలం నడిచి భాషా విషయకంగా తర్వాతి నడకను మార్చివేసింది. ఓడల్లో విదేశాల నుంచి సరకుల కింద పరచుకొని వచ్చిన పత్రికలను సేకరించి విదేశీ పత్రికల వార్తా రచన ధోరణులను నిశితంగా పరిశీలించి తెలుగు పత్రికా రచనను సమూలంగా మార్చే ప్రయత్నం చేశారు. సంపాదకీయ రచనలో నూతనత్వం, శీర్షికల్లో కొత్తదనం వెల్లివిరిసింది.

తాపీ ధర్మారావు స్వయంగా ఎక్కడో రాసిన వాక్యాలు చూస్తే 'జనవాణి' ద్వారా ఆయన ప్రవేశపెట్టిన మార్పులు బోధపడతాయి. "తక్కువ పదాలతో వాక్యాలు రాసేవాడ్ని. సుమారు మూడే పదాలుంటాయి వాక్యంలో. అందువల్ల వ్యావహారికమనిపిస్తుంది. క్రియా పదాల్ని వ్యావహారికం చేయడమే వ్యావహారికం కాదు. అదో టెక్నిక్ కనిపెట్టారు. గ్రాంథిక భాషా వాదులకు కూడా ఆ రోజుల్లో దాన్ని కాదనగల ధైర్యం ఉండేది కాదు ...."

1938 ఆగస్టు 15న సోమవారం నాడు 'ఆంధ్రప్రభ' దినపత్రిక మద్రాసులో ప్రారంభమైంది. తొలుత ఖాసా సుబ్బారావు తర్వాత న్యాపతి నారాయణమూర్తి సంపాదకులుగా వున్నారు. తర్వాత నార్ల వెంకటేశ్వరరావు సంపాదకుడయ్యారు. నార్ల ప్రవేశంతో ఆంధ్రప్రభ తెలుగు పత్రికా రచన ఆధునీకరణ దిశకు వేదికగా మారిందని చెప్పవచ్చు. జాతీయ, అంతర్జాతీయ, ప్రాంతీయ వార్తలకు తగిన ప్రాధాన్యతనివ్వడంతో పాటు వాటి అనువాదం సరళంగా, పాఠకులను ఆకర్షించే విధంగా చేసేది. సమకాలీనాంశాలైనా, పౌరాణికాంశాలైనా నిక్కచ్చిగా ఉండేవి నార్ల అభిప్రాయాలు. ఆ అభిప్రాయాలెంత నిశితంగా ఉండేవో వాటిని వ్యక్తీకరించేందుకు ఆయన వాడిన భాష కూడా అంత సూటిగా శక్తివంతంగా వుండేది.

పత్రికా భాషను గ్రాంథిక చెర నుండి విడిపించి వ్యావహారికం వైపు నడిపించిన పత్రికల్లో కమ్యూనిస్టు పత్రికలకు కూడా తగిన పాత్ర వుంది. నవశక్తి, స్వతంత్ర భారత్, ప్రజాశక్తి, (వారపత్రిక), విశాలాంధ్ర, ప్రజాశక్తి (దినపత్రికలు) చెప్పుకోదగ్గవి.

1960లో విజయవాడ నుంచి ప్రారంభమైన 'ఆంధ్రజ్యోతి' పత్రికా భాషకు మరింత పదును తెచ్చింది. పూర్వం ఆంధ్రప్రభలో నార్ల చేసిన ప్రయోగాలను ఆంధ్రజ్యోతిలో కొనసాగించారు. వాడుక భాషకు పుష్టి కలిగించే విధంగా సంపాదకీయాలు, వార్తలు రాశారు. మాండలిక పదాలను కూడా పత్రికా రచనలోకి తెచ్చి ప్రామాణీకరించే ప్రయత్నం చేశారు. నార్ల తర్వాత సంపాదకులుగా వున్న వారు అదే ఒరవడిలో పయనించి తెలుగు పత్రికాభాషను సుసంపన్నం చేశారు. అనేక కొత్త పదాలను సృష్టించి అవి స్థిరపడేలా చేశారు. 1960లో సికింద్రాబాదు నుంచి ప్రారంభమైన 'ఆంధ్రభూమి' సైతం ఈ కృషిలో సముచిత భాగస్వామ్యం వహించింది. గోరాశాస్త్రి సంపాదకీయాలు చిరస్మరణీయాలు.

6.2.3 మూడవ దశ

తెలుగు పత్రికల భాషా పరిణామం 'మూడవ దశ' 'ఈనాడు' (1974)తో ప్రారంభమవుతుంది. 20వ శతాబ్ది పూర్వార్థం ముగుస్తుండగా పత్రికా భాష వ్యావహారికం వైపు మళ్ళిన విషయాన్ని ఇదివరకే చర్చించుకున్నాం. జనవాణి

BRAOU

వేసిన మార్గంలో తదనంతర పత్రికలు మునుముందుకు సాగాయి. తెలుగునాట రాజకీయ, సామాజిక, సాంస్కృతిక విశేషాలే గాక అనువాదం ద్వారా జాతీయ, అంతర్జాతీయ పరిణామాలను పాఠకులకు సుగమంగా అందించేందుకు పత్రికలు ఎంతగానో దోహదం చేసాయి. ఇలాంటి పూర్వరంగంలో 'ఈనాడు' దినపత్రిక విశాఖలో ఆవిర్భవించింది.

నార్ల తరం తర్వాత తెలుగు పత్రికల భాషను మలచడంలో నవనవోన్మేషంగా కృషి చేస్తూ అక్కడక్కడ వున్న పాత్రికేయులను ఈనాడు తన వద్దకు తెచ్చుకుంది. తెలుగు దినపత్రిక పాఠకుల ఆలోచనలను ప్రభావితం చేస్తూ వారి పఠనాభిరుచిని పెంపొందిస్తూ వారి పఠనావసరాలకు దీటుగా రూపొందుతూ వచ్చింది.

పాఠకుల సంఖ్యను పెంచుకోవాలి. సూర్యోదయానికల్లా దినపత్రిక వారికి చేరాలి. ప్రపంచాన్ని వారికళ్ళ ముందు ఆవిష్కరించాలి. ఈ పనిని వ్యూహాత్మకంగా చేయాలి అని 'ఈనాడు' భావించింది. అన్నిటికీ మించి పాఠకుల వద్దకు వెళ్లడానికి భాషను ప్రధానంగా ఎంచుకుంది. పత్రికా భాషను ఆధునీకరించే పనిని చేపట్టింది. భాషలో ఏకరూపత వాంఛనీయమని తీర్మానించింది. వివిధ ప్రాంతాల పత్రికా రచయితలు భిన్నశైలుల్లో రాసే రచనల్లో ఒక ఏకరూపత ముఖ్యావసరమని నిర్ణయించి రాసే భాషకు విధినిషేధాల్ని ఏర్పరుచుకొంది. ఈ విధినిషేధ ప్రణాళికకు శైలీ పత్ర రూపం కల్పించింది. ఒక్క మాటలో చెప్పాలంటే ఒక ముఖ్యమైన దశలో పలువురు పత్రికా రచయితలు 'ఈనాడు'ను వేదికగా చేసుకొని పత్రికా భాషకు కొత్తదారి వేశారు. ఆ దారిని తర్వాత పత్రికలన్నీ అనుసరించి మరిన్ని ప్రయోగాల్ని చేశాయి.

"దేశ రాజకీయ రంగం కొత్త మలుపు తిరిగింది. స్వాతంత్ర్య పోరాట కాలం నుంచీ దేశానికి సారథ్యం వహించిన కాంగ్రెస్ 30 సంవత్సరాల పాటు సాగించిన పాలన అంతమైంది. నూతన శకారంభంగా జనతా పార్టీ అధికారంలోకి వచ్చింది. అయితే ఎన్నికలలో కలిసికట్టుగా పోటీ చేసి విజయం సాధించిన జనతా, ప్రజాస్వామ్య కాంగ్రెస్‌లు కొత్త లోక్‌సభలో వేరు వేరు గ్రూపులుగానే వ్యవహరించనున్నాయి. కొత్త మలుపులో ఇదివ్వాళ ఒక నూతన పరిణామం. ప్రజాస్వామ్యమా? నియంతృత్వమా? లేక 'సుస్థిరతా? అస్థిరత్వమా?' అనే నినాదాల మధ్యసాగిన ఎన్నికల ఫలితాలను యావత్ ప్రపంచం గమనిస్తున్న తరుణంలో దేశపాలనా బాధ్యతలను జనతాపార్టీ స్వీకరిస్తున్నది." ఈనాడు: 1977 మార్చి 25.

తర్వాత వచ్చిన పత్రికలన్నీ చిన్నవీ, పెద్దవీ, దినపత్రికలు, వారపత్రికలు అన్న తేడా లేకుండా వాడుక భాషలోనే అన్ని అంశాలనూ రాయడం కొనసాగించాయి. వార, మాస పత్రికల్లో వార్తాంశాలకు స్థానం తక్కువైనా వ్యావహారిక భాష విషయాలలో మాత్రం అందరికీ అనుసరణీయమైంది. సాహిత్యాంశాలు కూడా పత్రికల వార్తా రచనలో మెదిలే ప్రయోగాల నుంచి స్ఫూర్తి పొందాయి. సాహిత్యేతరమైన శీర్షికలు, సమకాలీనాంశాలు రచనకు పత్రికాభాష, దాని నూతన పరిభాష ఆలంబనగా నిలిచింది. గ్రాంథిక భాషకు పూర్తిగా దూరమై వాడుకభాషలో లిఖిత సంస్కృతిని దాటి కొంత మౌఖిక సంస్కృతి చోటు చేసుకోనారంభించింది.

ఈ దశలో చెప్పుకోదగిన కర్తవ్యాన్ని నిర్వహించిన 'ఉదయం', 'వార్త' దినపత్రికలు ప్రధానమైనవి. ఉదయం (1984) రాకతో దినపత్రికా రంగం మీదకు మరో కొత్త కెరటం వచ్చినట్లయింది. 'ఈనాడు' అంతకు పూర్వం పత్రికా భాష ఆధునీకరణను ప్రవేశపెట్టి కొత్తగా పాత్రికేయుల్ని తయారు చేసి, వారికి ఆధునిక రచనావశ్యకతను ఒంటబట్టించే ప్రయత్నాల్ని చేస్తే 'ఉదయం' ఆ ప్రయత్నాలను విస్తరింపజేస్తూ ముందుకు సాగింది. మరింత పెద్దఎత్తున పత్రికా రచయితల్ని తయారు చేసింది. ఒక కొత్త పత్రిక అందునా కొత్త బాధ్యతలతో కొత్త పోటీలో నిలిచే ఉద్యమతత్వంతో వచ్చిన పత్రిక కావడం వల్ల ఇందుకోసం కష్టపడవలసి వచ్చింది. అంతకు ముందున్న శీర్షికలు మరింత విస్తరించాయి. మరిన్ని వార్తలకు చెందిన పాఠకుల కోసం ప్రత్యేకమైన రచనలు వచ్చాయి. తదనుగుణంగా పాత్రికేయులను ప్రత్యేకంగా మలచుకోవడం ప్రారంభమైంది. ఒక్కసారిగా పాత్రికేయుల సంఖ్య పెరగడంతో భాషాపరమైన నాణ్యత తగ్గే పరిస్థితి వచ్చింది. అయితే పత్రిక ప్రధాన సంపాదక సిబ్బంది కృషితో ఆ లోటును రాజధాని, ఇతర ముఖ్యపట్టణాల ఎడిషన్ల స్థాయిలో చక్కదిద్దే ప్రయత్నం చేశారు. కొత్తగా పత్రికలో చేరిన వారిలో ప్రగతిశీల ఉద్యమాల నేపథ్యం నుంచి వచ్చిన వారు భాషను కూడా కొత్త పుంతలు తొక్కించారు.

1996లో 'వార్త' ప్రారంభమైంది. ఏకకాలంలో పదికేంద్రాల నుంచి వెలువడిన తొలి తెలుగు దినపత్రికగా నిలిచింది. ఆధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని సమకూర్చుకుంది. పాత్రికేయ యంత్రాంగాన్ని మండల స్థాయి నుంచి రాష్ట్ర స్థాయి

BRAOU

వరకు విస్తృత పరచుకుంది. కొత్తగా శాసనసభ నియోజకవర్గాలు, రెవెన్యూ సబ్ డివిజన్ల స్థాయిల్లో వార్త కేంద్రాల్ని ఏర్పాటు చేసుకుంది. పుటలు విస్తరించాయి. అంతకు ముందు ఈనాడు, ఉదయం, ఆంధ్రజ్యోతి, ఆంధ్రభూమి, ఆంధ్రప్రభ వంటి దినపత్రికలు ప్రారంభించిన స్థానిక ఎడిషన్లు నిలదొక్కుకున్నాయి. మరొక వ్యూహాత్మక పత్రికగా ఆవిర్భవించిన వార్త ఆ పోటీని అధిగమించి అగ్రగామిగా నిలదొక్కుకునే ప్రయత్నం చేసింది. ఇతర పత్రికల్లో అనుభవం గడించిన వారిని ఉన్నత స్థానాల్లో నియమించుకోవడం వల్ల భాష విషయంలో బాలారిష్టాలు లేకుండానే సాఫీగా ముందుకు నడవగలిగింది.

ఈ దశలో అన్ని దినపత్రికలకు భాషా విషయంగా ఎదురైన సవాలు ఆర్థిక సరళీకరణ, ప్రపంచీకరణ, ముందుకు వచ్చిన నూతన సాంకేతిక విప్లవం. అంతకు ముందు రాజకీయంగా తప్ప దేశంలో పెద్దగా మార్పులు లేని దేశం మనది. కొత్త మార్పులు చాలా తీవ్ర స్థాయిలో రావడంతో పత్రికా భాష బాధ్యత పెరిగింది.

ప్రపంచంలోని ఏ మూలనుంచైనా నడపగలిగే స్థాయికి పత్రికలు ఎదగాలి. ఏ మూల నుంచి ఏ కొత్త అంశం వెలికి వచ్చినా అందుకొని తన పాఠకులకు సులభమైన శైలిలో అందించవలసిన ఆవశ్యకత ఏర్పడింది. ముద్రణ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం మారింది. కంపోజింగ్, పేజినేషన్ పరిజ్ఞానం మారింది. తక్కువ శ్రమతో క్షణాల్లో అద్భుతమైన పత్రికను మారుమూల ప్రాంతాలకు సైతం అందించే సమయం వచ్చింది. సరిగ్గా ఈ తరుణంలో పత్రికాభాషా పరిణామంలో నాలుగవ దశ ప్రారంభమయింది.

6.2.4 నాలుగవ దశ

BRAOU

నాలుగవ దశలో పత్రికా భాష ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల ప్రభావంతో ప్రసార మాధ్యమాల భాషలో వస్తున్న మార్పులను ఆకళింపు చేసుకొని ప్రసార మాధ్యమాల (మీడియా) భాషగా విస్తృతమైంది. 1940వ దశకంలో టెలివిజన్ మాధ్యమం ప్రారంభమై కొన్నేళ్ళపాటు స్థిరపడే ప్రయత్నం చేసింది. విదేశీ ఉపగ్రహాల శక్తిని వినియోగించుకుంటూ విదేశాల నుంచే ఇక్కడికి ప్రసారాల్ని అందించింది. ప్రధానంగా తొలుత కేవలం వినోద ప్రధానమైన కార్యక్రమాలను రూపొందించి టేపులను పంపి అక్కడెక్కడి నుంచో ప్రసారం చేసింది. సినిమాలు, సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాలు దాటి ఇతర కార్యక్రమాలను ఎక్కువగా స్పృశించలేకపోయింది. కమ్యూనికేషన్ల శాఖ ప్రైవేటు టెలివిజన్ ఛానళ్ళకు అప్‌లింకింగ్ సౌకర్యం కల్పించిన తర్వాత టెలివిజన్ మాధ్యమం ఒక్కసారిగా ఊపందుకుంది. వార్త ప్రసారాలు వచ్చాయి. వార్తాఛానళ్లు వచ్చాయి. 24 గంటల ప్రసారాల్ని అందించడం ప్రారంభించాయి. ఈ రంగంలోకి గతంలో ఎన్నడూ లేనంత మందిని తీసుకువచ్చాయి. అంతకు ముందున్న పత్రికా ప్రపంచానికి తోడు మరో ప్రత్యామ్నాయ దృశ్య ప్రపంచం ఆవిష్కృతమైంది.

ఈ దశలో పత్రికల వృద్ధి సమస్యపై సందేహాలు వ్యక్తమయ్యాయి. 24 గంటల తర్వాత వచ్చే పత్రికల కంటే సంఘటన జరుగుతున్న సమయంలోనే ప్రత్యక్ష ప్రసారం ద్వారా టి.వి.లో తిలకించే పరిణామం వచ్చింది. ఈ సంఘటన వివరాలను పత్రికల్లో రేపు ప్రచురిస్తే, జనం చదువుతారా అనే సందేహం వచ్చింది. అయితే టీవీల్లో చూస్తున్నారు. పత్రికల్లోనూ చదువుతున్నారు. ఈ విషయాన్ని అనేక అధ్యయనాలు ధ్రువీకరించాయి. పత్రికల సర్క్యులేషన్ ఏటా సగటున 5 శాతం వంతున పెరుగుదల కనిపిస్తోంది. దీనితో పత్రికలకు మనుగడ సమస్య ఎదురుకాలేదని అర్థమయింది. ఎవరి దారిలో వారి ప్రయాణం సాగుతుంది. భాషా వినియోగంలో పత్రికలు, టెలివిజన్ వేటికవిగా కొత్తదనాన్ని తెచ్చుకుంటూ ఒకదానితో మరొకటి నేర్చుకుంటూనే ముందుకెళ్తున్నాయి.

సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం - ఈ దశలో పత్రికల్లోనూ, టెలివిజన్ మాధ్యమంలోనూ సంపూర్ణంగా కంప్యూటరీకరణ రాజ్యమేలుతోంది. భాష విషయంలో పత్రికల్లో కొంత కట్టుబాటు ధోరణి, సంప్రదాయకమైన ఆలోచనతో కూడిన రచనా దృష్టి కనిపిస్తుండగా టెలివిజన్‌లో మౌఖిక భాషతో కూడిన వివరణ, ప్రసంగ ధోరణి వినిపిస్తోంది. వెబ్ జర్నలిజంలో సంక్షిప్త రూపాలతో భాష వార్తా వేగాన్ని, రచనా వేగాన్ని అందిపుచ్చుకొనే ప్రయత్నం చేస్తున్నాయి. ఈ నేపథ్యంలో అనువాద పదాలు, అనుసరణ ప్రయోగాలు, భావ ప్రధానంగా పదాల కలయికలు చూస్తున్నాం. భాషకు రూపాంతరీకరణలో ప్రధానమైన దశ ఇది.

పత్రికా రంగంలో సాక్షి, సూర్య వంటి కొత్త దినపత్రికలు, అంతకు ముందున్న పత్రికలు తమ భిన్న ప్రచురణ కేంద్రాల నుంచి ఎడిషన్లను అందిస్తున్నాయి. పాత్రికేయ సిబ్బందిని ఎంపిక చేసుకొని తగిన శిక్షణనిచ్చి వార్తాసేకరణ, రచనా బాధ్యతల్ని అప్పగిస్తున్నాయి. గ్రామీణ స్థాయి నుంచి జిల్లా స్థాయి వరకు, రాష్ట్ర రాజధాని నుంచి జాతీయ, అంతర్జాతీయ స్థాయి వరకు వార్తల్ని, విశేషాల్ని అందించే క్రమంలో భాషా విషయకంగా కొన్ని మార్పులు స్పష్టమవుతున్నాయి. ముఖ్యంగా రాష్ట్రరాజధాని, జాతీయ అంతర్జాతీయ రంగంలో ప్రపంచీకరణ, పారిశ్రామిక, ఆర్థిక, సాంకేతిక పరిజ్ఞాన రంగాల్లో క్షణక్షణానికీ సంభవిస్తున్న కొత్త పరిణామాలను ఎప్పటికప్పుడు అందిపుచ్చుకోవడం జరుగుతోంది.

ఒబామా ప్రమాణస్వీకారం నుంచి మైకెల్‌జాక్సన్ మరణం వరకు, వరదలు, భూకంపాల నుంచి సంపూర్ణ సూర్యగ్రహణం వరకు మీడియా జర్నలిస్టులకు భూగోళమే తమ కార్యరంగంగా విస్తరించింది. ఈ క్రమంలో అనుక్షణం అనునిత్యం జరిగే పరిణామాలను మాతృభాషలో అందించడం సవాలుగా మారింది.

అపరిమితమైన కొత్త పదాలను అప్పటికప్పుడే అనువదించడం పాత్రికేయులకు తలకుమించినపనే అవుతున్నది. అనువాదంలో, వార్తా రచనానుభవంలో, భాషా పరిజ్ఞానంలో పండిపోయిన వారు ఈ సవాలును ఎదుర్కొంటున్నారు. తెల్లవారేటప్పటికి పాఠకుల ముందు ప్రపంచ విహంగ వీక్షణాన్ని ఆవిష్కరిస్తున్నారు. పత్రికను అధ్యయనం చేయాలిగాని పూర్వంతో పోలిస్తే ఇప్పుడు నిత్యం పెద్ద సంఖ్యలో కొత్తపదాలు పత్రికల్లో దర్శనమిస్తున్నాయి.

టీవీ రంగంలో ఉన్న పోటీ ఇంతా అంతా కాదు. ఒకవైపు ఇతర భాషా ఛానళ్ళతో పోటీ, మరొకవైపు తెలుగు ఛానళ్ళతోనూ పోటీ. ముంబాయి దాడుల సంఘటన వార్తలను ఎప్పటికప్పుడు అందించేందుకు తమ యంత్రాంగాన్ని ఆగమేఘాలపై అక్కడికి పంపించడం. ఘటనా స్థలం నుంచి రిపోర్టర్ తన వద్దనున్న సమాచారాన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో వివరించడం ఒక సవాలు. నిమిషాలు, గంటలసేపు సమాచారాన్నంతటినీ గుక్కతిప్పుకోకుండా దృశ్యాలకనుగుణంగా వివరిస్తారు. అక్కడి పరిణామాలపై మన భాషరాని అధికారులు, ప్రత్యక్ష సాక్షులు వ్యాఖ్యానిస్తే అనువాదం కష్టమవుతుంది. ముందస్తుగా రికార్డు చేసిన అంశాలను ఇక్కడ ప్రసార కేంద్రంలోని వార్తా సిబ్బంది అనువాదం ద్వారా మన భాషలో ఇవ్వడం సాధ్యమే. టీవీ ఛానళ్ల ప్రసారాల్లో వార్తలు, ప్రత్యక్ష ప్రసారాల దగ్గర్నుంచి, న్యూస్ సెంటర్‌లో నిర్వహించే చర్చాకార్యక్రమాలు, నిపుణుల ప్రసంగాలన్నీ ఒక ప్రణాళిక ప్రకారం నిర్దిష్టంగా రాసుకొని భాషా దోషాల్లేకుండా చెప్పడం అసాధ్యమై పోతుంది. ఈ కార్యక్రమాలకు అంతా మౌఖిక భాషే శరణ్యం. అయితే ఇతరత్రా న్యూస్ బులెటిన్లు, వార్తా ఆధారమైన కార్యక్రమాలకు లిఖిత సంప్రదాయాన్ని అనుసరించే భాష సాధ్యమే. ఈ కార్యక్రమాల్లో దృశ్యాలకు అనుగుణంగా - వాయిస్ ఓవర్ ద్వారా, న్యూస్ రీడర్ల ద్వారా వార్తలందించేందుకు టెలివిజన్ రిపోర్టర్లు, ఎడిటోరియల్ సిబ్బందికి భాషా పరిజ్ఞానం చాలా అవసరం. యాంకర్ల భాషపై ఇప్పటికే విమర్శలున్నాయి.

ధ, థ, భ, ఫ వంటి మహా ప్రాణాల ఉచ్చారణల విషయంలో టెలివిజన్‌లో వ్యాఖ్యాతలు ఎవరి భాషా పరిజ్ఞానాన్ని బట్టి విద్యాస్థాయిని బట్టి వారు వ్యవహరిస్తూ, ఏది సరైన ఉచ్చారణో తెలియని అయోమయ స్థితిని కలిగిస్తున్నారు. వార్తా సిబ్బందిలో కూడా భాషా పరమైన అవగాహన అడుగంటకుండా చూసుకోవాలి. లేకపోతే ప్రసారం చేసే అపస్వరమైన భాషేసరైనదని భావించాల్సి వస్తుంది.

పత్రికల్లో కూడా భాషాపరమైన కొత్త పరిణామం చోటు చేసుకున్నట్లు కనిపిస్తున్నది. విద్యా విధానంలో భాషా పరమైన బోధన లోపభూయిష్టంగా ఉండడం వల్ల ఈ తరం ఇటు తెలుగు, అటు ఆంగ్లం ఏదీ కావలసినంతగా నేర్చుకోలేకపోతున్నారు. ఈ ధోరణి పత్రికా రంగంలోనూ, టీవీ రంగంలోనూ ఉంది. రాయడంలో, పలకడంలో దోషాలు సర్వసాధారణమవుతున్నవి. ఇది వాంఛనీయం కాదు. ఈ విషయంలో మీడియా సంస్థలు, ప్రభుత్వం ఆలోచించాలి.

పత్రికల సిబ్బందికైనా, టెలివిజన్ సిబ్బందికైనా భాషాపరమైన అవగాహన ఎంతో అవసరం. వారి ఎంపిక పరీక్షలో వృత్తి పరమైన పరిజ్ఞానం, భాషా పరమైన మెలకువలు రెండూ ప్రాధాన్యం వహిస్తాయి. ఒక్కోసారి వృత్తిపరమైన పరిజ్ఞాన ప్రాధాన్యంతో ఉద్యోగంలోకి రావచ్చు. వచ్చిన తర్వాతయినా భాషపై పట్టు సాధించాలి.

భాషలో వ్యావహారిక రచనకు, మాండలిక రచనకు స్పష్టమైన విభజన రేఖ వుంది. నేడు గ్రాంథిక భాష కూడా వ్యావహారికమే అయినా అక్కడక్కడా పాత గ్రాంథిక పదజాలం తారసపడుతుంది. ఈ తేడాలను తెలుసుకోవాలి. ప్రామాణిక

BRAOU

భాషను అలవరుచుకోవాలి. ఏ అంశంలో పట్టభద్రులైనా ప్రసార మాధ్యమాల్లో ఉద్యోగాలు పొందే అవకాశాలు ఈనాడు విస్తారంగా వున్నాయి. అయితే కావలసిందల్లా ప్రామాణిక భాషల్లో పూర్తి అవగాహన ఏర్పరచుకోవడమే.

అభ్యాసం-1

తెలుగు పత్రికా రచనలో సంభవించిన పరిణామాల్ని సమీక్షించండి.

అభ్యాసం-2

పత్రికలు, టెలివిజన్ మాధ్యమాలుగా మీడియా విస్తరించిన దరిమిలా వాటి భాషలో వచ్చిన మార్పులను వివరించండి.

BRAOU

6.3 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సారస్వతంలో పత్రికారచన కూడా ఒక ముఖ్యమైన భాగం. అటు భాషకు, ఇటు సాహిత్యానికీ వారధిగా నిలుస్తూ ఆధునిక భాష ప్రయోగానికి తోడ్పడుతున్నది.
- ప్రజలు పత్రికా పాఠకులుగా, రేడియో శ్రోతలుగా, టెలివిజన్ వీక్షకులుగా విభిన్న మార్గాలలో భాషను స్వీకరిస్తున్నారు.
- భావ ప్రసారసాధనం భాష. తన ఆలోచనలను, ఆకాంక్షలను ఎదుటివారికి స్పష్టంగా తెలిపేందుకు భాష ఉపకరిస్తుంది.
- 1834-41 సంవత్సరాల మధ్య నడిచిన 'వృత్తాంతి' వార పత్రికే తొలి పత్రికగా పరిశోధకులు భావిస్తున్నారు. అంతకు ముందే పత్రికలున్నా అవి లభ్యం కాలేదు.
- పత్రికల భాషా పరిణామాన్ని నాలుగు దశలుగా పరిశీలించవచ్చు.
- మొదటి దశ వృత్తాంతి (1838) నుండి దేశాభిమాని (1900) వరకు
- రెండవ దశ కృష్ణా పత్రిక (1902) నుండి ఆంధ్రజ్యోతి (1960) వరకు
- మూడవ దశ ఈనాడు పత్రిక (1974) నుండి 'వార్త' (1996) వరకు
- నాల్గవ దశ 1996 తరువాత నుండి పత్రికలు, టెలివిజన్ ఛానళ్ళు ముఖ్యంగా న్యూస్ ఛానళ్ళు ఉపయోగిస్తున్న భాష.

6.4 మాదిరి పరీక్ష ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. పత్రికా భాషలో వచ్చిన క్రమ పరిణామాన్ని సోదాహరణంగా వివరించండి.
2. టెలివిజన్, పత్రికల భాషలో సారూప్య భేదాల్ని వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. పత్రికల ఆవిర్భావ కాలంలో భాషా ధోరణిని వివరించండి.
2. ఈనాడు పత్రిక అనంతర దశలో పత్రికా భాషలో చోటు చేసుకున్న మార్పుల్ని వివరించండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. తెలుగు పత్రికలు ఆవిర్భవించి సుమారుగా 170 సంవత్సరాలవుతున్నది. మండిగల వెంకట్రామ శాస్త్రి సంపాదకత్వంలో 1838 ప్రాంతంలో వెలువడిన 'వృత్తాంతి' వార పత్రిక తొలి తెలుగు పత్రిక అని పరిశోధకులు భావించారు. ఇది 1842 నాటికి ఆగిపోయినప్పటికీ ఇందులో ప్రచురితమైన లేఖను గిడుగు రామమూర్తి తన గద్య చింతామణిలో పొందుపరచారు. బ్రౌన్ జాబుల సేకరణలో కూడా 'వృత్తాంతి' లోని ఒక వార్తా ఖండికను చేర్చారు. ఆ తర్వాత 'వర్తమాన తరంగిణి', 'హితవాది' మొదలైన పత్రికలు వెలువడ్డాయి.

   తెలుగు పత్రికల్లో గ్రాంథిక, సరళ గ్రాంథిక, వ్యావహారిక భాష వివిధ దశల్లో కొనసాగింది. "తొలిరోజుల్లో ... కొందరు నేటివు పెద్దమనుషులు పూర్వం 'వృత్తాంతి' అనే ఒక ఆంధ్రపత్రికను ప్రచారం చేసి కొద్ది కాలము వరకు జరుగుతూ వుండెను ..." అని ప్రయోగించారు. తర్వాత కాలంలో 'జనవాణి' పత్రికలో 1938 ప్రాంతంలో సంపాదకులైన తాపీ ధర్మారావు వ్యావహారిక భాషను ప్రయోగించారు. అప్పటి వరకు లేని ప్రవాహ వేగం భాషలో చోటు చేసుకుంది. ఆ ఒరవడిని అందుకుని ఇతర పత్రికలు వ్యావహారిక భాషను ప్రవేశపెట్టాయి.

   1938లో ఆంధ్ర ప్రభ దినపత్రిక ప్రారంభమైంది. నార్ల వెంకటేశ్వరరావు సంపాదకత్వ బాధ్యతలు స్వీకరించిన తర్వాత ఆ పత్రిక భాషలో గణనీయమైన మార్పు చోటు చేసుకుంది. 1960లో ఆంధ్రజ్యోతి కూడా ఆధునిక దినపత్రికా ప్రమాణాలను నెలకొల్పే విధంగా వెలువడింది. 1974లో ఈనాడు ఆవిర్భావం దినపత్రికా పరిణామంలో మునుపటికంటే కొత్త విప్లవాన్ని సృష్టిస్తూ పాఠకుల్లో ఆసక్తిని కలిగించింది. దినపత్రికా పఠన దిశలో కొత్త ఆశలు నింపింది. ఆ పత్రిక ఇచ్చిన సవాలును మునుముందుకు తీసుకవెళ్ళడంలో 'ఆంధ్రజ్యోతి', 'ఆంధ్రభూమి' (1906), 'ప్రజాశక్తి', 'విశాలాంధ్ర' వంటి వార్తా పత్రికలు, 'ఉదయం' (1984), 'వార్త' (1996), 'సాక్షి' (2006), 'సూర్య' (2006) వంటి ఇతర దినపత్రికలు గణనీయంగా కృషి చేశాయి. వార్తా రచనాపరంగా, సాంకేతిక పరిజ్ఞాన ప్రమాణాల పరంగా భారతదేశంలోనే ఇతర భాషలతో పోలిస్తే, తెలుగుపత్రికలు ఎంతో ముందు నిలిచాయి. ఎంతో మంది తమ విశిష్టమైన శైలితో తెలుగు పత్రికల పరిణామాన్ని సుసంపన్నం చేశారు.

2. పత్రికల భాషాపరంగా విశ్లేషించి చూస్తే 1938 నుంచి తొలి పత్రికలది ఒక యుగం. ఆ యుగంలో నాటి భాష పూర్తిగా గ్రాంథికంగా అనిపిస్తుంది. 19వ శతాబ్దం ముగుస్తూ దినపత్రికలు ప్రారంభమయ్యాయి. దినపత్రికలతో పాటుగా వార్త, మాస పత్రికలు వెలువడ్డాయి.

   20వ శతాబ్ది ప్రారంభంలో పత్రికలు విషయపరంగా ఎంతో విస్తృతిని సంతరించుకున్నాయి. సాహిత్యాంశాలతో పాటు సంఘ సంస్కరణాంశాలు, రాజకీయాంశాలకు చోటు లభించింది. 1910 ప్రాంతాలకు 'దేశాభిమాని', 'గౌతమి' వంటి దినపత్రికలు అవతరిస్తే కొద్ది కాలానికి 'ఆంధ్రపత్రిక' వచ్చింది. కృష్ణాపత్రిక ప్రత్యేకమైన ముద్రవేసింది. ఈ దశలో పత్రికలు సరళ గ్రాంథికాన్ని అనుసరించాయి. 1985లో ప్రారంభమైన 'జనవాణి'లో తాపి ధర్మారావు వ్యావహారిక భాషను పత్రికల్లో ప్రవేశపెట్టి కొత్త ఒరవడి దిద్దారు. అప్పటికి గిడుగు నడుపుతున్న వ్యావహారిక భాషా ఉద్యమం పుంజుకుని ఇటు పత్రికలను అటు భాషావాదులను ఆలోచింపచేస్తున్నది. వాడుక

BRAOU

భాషను పత్రికా రచనకు ప్రయోగించాలని కోరుకునే పాత్రికేయులు రంగంలో ప్రవేశించారు. తాపీ ధర్మారావు తర్వాత నార్ల వెంకటేశ్వరరావు, ఆ మార్గంలో తర్వాతి తరం వారు ఈ దిశగాపాటుపడ్డారు. 1974లో ఈనాడు పత్రిక అవతరణతో భాష ఆధునీకరణ ప్రయత్నాలు ఊపందుకున్నాయి. దినపత్రికలో భిన్న విద్యాస్థాయి, భిన్న ప్రాంతాల నేపథ్యం వున్నవారు పని చేస్తున్నాకూడా భాషాశైలీ ఏకరూపత, భాషా ప్రామాణీకరణ సాధ్యమేనని ఈ తరం పత్రికలు నిరూపించాయి. తదనుగుణంగా పత్రికల కోసం ప్రత్యేకమైన, పారిభాషిక పదాలను రూపొందించుకున్నారు. నియమాలను విధించుకున్నారు.

1990 దశకంలో టెలివిజన్ ఛానళ్ళు విస్తృత మయ్యాయి. పత్రికా భాష మీడియా భాషగా విస్తరించింది. ఎలక్ట్రానిక్ జర్నలిస్టులు వచ్చారు. సంఖ్య పెరిగింది. పత్రికల్లోనూ మిశ్రమభాష రావడం ప్రారంభమైంది. టెలివిజన్‌లో అటు స్థిమితంగా వార్తలు, వాయిస్ ఓవర్లు, స్క్రిప్టులు రాసే పద్ధతి ఒకవైపు ఇంటర్వ్యూలు, రిపోర్టర్లు ఘటనా స్థలాల నుంచి మౌఖిక విశేషాలు అందించే పద్ధతి కనిపిస్తుంది. ఒకవైపు పత్రికాభాష విడిపోయింది. ఇపుడు లిఖిత రూపం, మౌఖికరూపం .... రెండు భాషా శైలులు కనిపించడానికి కారణం మీడియా విస్తృతి. ప్రజలకు అపరిమితంగా వార్తల్ని, నడుస్తున్న చరిత్ర తాలూకు విశేషాలను అందించే క్రమంలో భాషలో అనివార్యమైన మార్పులు వచ్చాయి.

BRAOU

భాగం-7 వార్తలు

విషయక్రమం

7.0 ఉద్దేశం

7.1 ప్రవేశిక

7.2 వార్తా రచన

7.2.1 వార్తా రచన - అవకాశాలు

7.2.2 వార్త - నైతికత - ప్రాధాన్యత

7.2.3 వార్త - లక్షణం

7.2.4 వార్తా రూపాలు

7.3 వార్తా రచన - పరిశీలన

7.4 వార్తలు - వర్తమానం

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

7.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

7.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

7.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- వార్తా రచన అవసరం, ప్రయోజనం, ప్రాధాన్యత
- వార్తలలో ఉపయోగించవలసిన భాష
- అందరికీ అర్థమయ్యే వార్తా రచనా విధానం.

7.1 ప్రవేశిక

వార్తాపత్రిక అనగానే మనకు ముందుగా స్ఫురించేది 'దినపత్రిక'. వార్తాపత్రికలు కాలిక పత్రికల రూపంలోనూ ప్రచురించడం చూస్తాం. అయితే 'వార్తలు' తక్షణం పాఠకుడికి అందించగలిగితేనే వార్తకుండే లక్షణాలనీ, ధర్మాల్నీ పూర్తిగా చూడగలం. దినపత్రికల్లో ప్రచురించే వార్తలకుండే ప్రాధాన్యంగానీ, లక్షణాలుగానీ వారపత్రికలలో వచ్చే వార్తలలో గుర్తించడం కష్టం. వార్తాకథనాలుగా 'వార్తలు' రూపాంతరం చెందడం కాలిక పత్రికలలో గుర్తిస్తాం. వార్తా వ్యాసాలుగా, ఫీచర్లుగానూ కాలికపత్రికల్లో వార్తాధారిత కథనాలు దర్శనమిస్తాయి. ఈ నేపథ్యంలో 'వార్తలను' దినపత్రికల అంశంగానే చర్చించే ప్రయత్నం చేశాం.

వివిధ అంశాలకు చెందిన వార్తలు పత్రికల్లో రోజూ మనం చదువుతాం. రాజకీయాల వార్తలు, నేర వార్తలు, వ్యాపార వార్తలు, క్రీడా వార్తలు, శాస్త్రవిజ్ఞానాభివృద్ధి వార్తలు, వినోదవార్తలు, సినిమా వార్తలు ఇలా పలు రకాల వార్తల్ని పత్రికల్లో చూస్తాం. చాలా సందర్భాల్లో ఇలా వర్గీకరించిన రీతిలోనే ఆయా పేజీలలో ఆయా రంగాలకు చెందిన

వార్తల్ని ప్రచురిస్తున్నారు. ఈ దిశగానే దినపత్రికల్లో పేజీలను ప్రత్యేకించి కేటాయిస్తున్నారు. వార్తలనేవి ఏ ఒక్క ప్రాంతానికో, రాష్ట్రానికో, దేశానికో చెందినవి కాదు. వార్తలు స్థానిక నేపథ్యంలోంచి వచ్చినవీ, ప్రాంతీయమైనవీ, దేశానికి సంబంధించినవీ, అంతర్జాతీయరంగాలకు చెందినవీ అయివుంటాయి. వార్తలనేవి భౌగోళికంగా ఒక ప్రాంతానికో, కొన్ని ప్రాంతాలకో చెందిన ప్రజలందర్నీ ఉద్దేశించినవిగా పేర్కొనవచ్చు. సాధారణంగా 'భాష' ఈ భౌగోళికతకు సహకరిస్తుంది. మరికొన్ని సందర్భాల్లో భౌగోళిక నేపథ్యంలో కాకుండా పత్రికలు ముఖ్యంగా దినపత్రికలు విభిన్న సమూహాల అభిరుచులు, ఆసక్తులకు అనుగుణంగా ఉండేవి అయి వుంటాయి. క్రీడాపత్రికలు, సినిమా పత్రికలు, మహిళా పత్రికలు, బాలల పత్రికల వంటివి ఈ కోవలోకి వస్తాయి. 'వార్తలు' ఏవైనా దానికొక రచనా విధానం రాసే భాష ఉంటుందనేది గుర్తించగలగాలి. వార్తా రచనను ప్రత్యేక ప్రక్రియగానే పరిగణించాల్సిన అవసరం ఏంతైతే ఉందో తెలుగు ఎం.ఎ విద్యార్థిగా వార్తారచనను అవగాహన చేసుకోవాల్సిన అవసరమూ అంతే ఉంది.

వార్తా రచనలోకి ప్రవేశించే ముందు అసలు వార్త అంటే ఏమిటో మనం తెలుసుకోవాలి. మానవ సమాజంలో పరస్పరం సమాచారాన్ని ఒకరికొకరు అందించుకోవడమే వార్త. తొలినాళ్ళలో విషయాన్ని గానీ, సంఘటన సమాచారాన్ని గానీ తెలియపరచాలంటే వార్తాహరుని ద్వారా ఆ సమాచారాన్ని అందజేసేవారు. అయితే అది ప్రత్యేకంగా ఇద్దరు, ముగ్గురు వ్యక్తులకో, కుటుంబాలకో పరిమితమై ఉండేది. రాజుల కాలంలో యుద్ధ సన్నాహాలు చేస్తున్న సందర్భాలలో ముందుగా ఆ సమాచారాన్ని ప్రజలకు పంపించేవారు. అప్పుడా వార్త ప్రజలకు అవసరం కనుక 'టముకు' - 'దండోరా' వంటి ప్రక్రియల ద్వారా ఆ పనిని చేసేవారు. అలాంటి స్థితి నుంచి నోట్లో మాట నోట్లో ఉండగానే వందల వేల కిలోమీటర్ల దూరం క్షణాల్లో పంపగలిగే సాంకేతికాభివృద్ధి దశలో ఇప్పుడు మనం ఉన్నాం.

అయితే, ఈ సమయంలో ఒక దూత ద్వారా పంపే సమాచారం ప్రజలకు సరిగా అందడానికి భాష ఒక వాహికగా పనిచేస్తుంది. ఒక రాజు దండోరా వేయించేటప్పుడు ఖచ్చితంగా సామాన్య ప్రజానీకానికి అర్థమయ్యే రీతిలోనే ప్రచారం చేయాలి. అంతేగానీ రాజశాసనాల భాషలో దండోరా వేయించడం వల్ల ఉపయోగం లేదు. వార్త పాఠకునికి చేరాలంటే, ప్రజలకు అందాలంటే వారికి అర్థమయ్యే సులభమైన భాషతో అందించడం ముఖ్యం. వార్తా ప్రసారానికి భాష చాలా ముఖ్యం. వార్తలు, వార్తల్లోని భాష, వాటి రచనా విధానం గురించి మనం ఇప్పుడు తెలుసుకుందాం.

BRAOU

7.2 వార్తా రచన

వార్తా రచన అనగానే మొదట ఏమిటి? ఎప్పుడు, ఎక్కడ, ఎలా, ఎందుకు, ఎవరికి అనే ప్రశ్నలు స్ఫురించాలి. వార్తలు రాసే సందర్భాల్లో ఈ ప్రశ్నల జవాబులుంటే వార్త అర్థవంతమయినదవుతుంది. ఉదాహరణకు ఎల్.టి.టి.ఈ. ప్రతినిధి "ప్రభాకరన్ మరణించాడు" అనే వార్త చూడగానే పాఠకుని మదిలో ఎలా జరిగింది? ఎప్పుడు జరిగింది? అసలేమిటి? ఎక్కడ? ఎందుకు? అనే ప్రశ్నలకు సమాధానాలు వెదుక్కునే ప్రయత్నం కనిపిస్తుంది. చదువరి అక్షరాస్యుడైనా, నిరక్షరాస్యుడైనా ఇవే ప్రశ్నలుదయిస్తాయి. వార్తకు కావలసిన మూలాలు వెతుక్కునే ప్రయత్నం దానంతటదే ప్రారంభమవుతుంది. పాఠకుడిలో ఉండే సహజ ప్రవృత్తిగా దీన్ని చెప్పుకోవచ్చు.

ఆంధ్ర మహాభారతంలో చెప్పినట్లు ...

వార్తయందు జగము వర్థిల్లుచున్నది
అదియు లేని నాడు అఖిల జనులు
అంధకార మగ్నులగుదురు కావున
వార్త నిర్వహింపవలయు "బతికి" -

అన్నమాటల్లో ఎంతో సత్యముంది. సమాజం మనుగడలో వార్తకున్న ప్రాముఖ్యం అటువంటిది. కాదనలేని సత్యమిది. సమాచారాన్నందించగలిగిన వార్త లేకపోతే నిజంగానే ప్రజలు అంధకారంలో మునిగిపోతారనే విషయంలో సత్యం లేకపోలేదు. వార్త 'భాష' ద్వారానే ప్రసారితమవుతుంది. ఈ నేపథ్యంలో భాష "వార్త"ను అందించడంలో ఏ విధంగా ఉపయోగపడుతుందో గ్రహించాలి.

పండితుణ్ణి, పామరుణ్ణి ఇద్దరినీ ఆకట్టుకోగలుగుతుంది వార్త. ఇద్దరికీ అర్థమయ్యే భాషలోనే వార్తల్ని రాయాలి. అంటే దానర్థం ఇద్దరికీ అర్థమయ్యే రీతిలో చెప్పగలిగినప్పుడే వార్త, వార్తగా మనగలుగుతుంది. అంటే వార్తా రచయిత దృష్టికోణం విశాలంగా ఉండాలి. అక్షర జ్ఞానం లేనివాడికి కూడా ఒక వార్త వింటే అర్థమయ్యేట్లు, సామాన్య అక్షరజ్ఞానం కలిగిన వాడికి, పండితునికి, పామరునికి అర్థమయ్యే భాషలో వార్తలు రాయడం ముఖ్యం. వార్త లేదా సమాచారం తెలుసుకోవడం, తెలపడం ఎంత ముఖ్యమో, ఆ సమాచారాన్ని అర్థమయ్యే భాషలో, సులభంగా తెలుసుకునే భాషలో తెలపడం అంతకంటే ముఖ్యం.

నిరక్షరాస్యుడి నుంచి మేధావి వరకు ప్రతి ఒక్కరూ వార్తల పట్ల ఆసక్తి కనబరుస్తారు. మొదట వారు, వారి కుటుంబం, ఆ తర్వాత ఇరుగు పొరుగు, బంధువులు, వారి గ్రామం, జిల్లా, దేశం, ఇతర దేశాలు, ఇలా వారి వారి స్థాయినిబట్టి వార్తా ప్రాధాన్యతలో మార్పులు వస్తుంటాయి.

"పత్రికొక్కటున్న పదివేల సైన్యము
పత్రికొక్కటున్న మిత్రకోటి
ప్రజకు రక్షలేదు పత్రికలేనిచో" -

అన్నమాటలో ఎంతో వాస్తవం ఉంది. పత్రికలలో వచ్చే వార్తల్లో ప్రాధాన్యత గురించి చర్చించే ముందు పత్రికలలో వార్తలు ఏ విధంగా వస్తున్నాయి? ఎలాంటి భాష ఉపయోగిస్తున్నారు అన్న విషయాలను తెలుసుకోవాలి.

ఒకానొక ప్రాంతంలో జరిగిన ఏదైనా ఒక సంఘటనను సంఘటనగానే రాయడం వార్త అవుతుంది. జరిగిన వాస్తవాన్ని అర్థమయ్యే భాషలో (పత్రికా భాషలో) జర్నలిజం సూత్రాలకు కట్టుబడి రాయడమే 'వార్త'గా చెప్తాం. అయితే వార్త కర్తవ్యం అంతటితో అయిపోదు. ఒక సంఘటన పట్ల సమాజం స్పందించేటట్లుగా వార్త రాయాలి. ఒక వార్త చప్పగా, ఏ ఆసక్తినీ, స్పందననూ కలిగించకుండా ఉంటే ప్రయోజనం లేదు. 'వార్త'గా ఒక సంఘటననో, సన్నివేశాన్నో ఎంపిక చేసుకోవడంలో పత్రికా రచయిత తన విచక్షణా జ్ఞానం వినియోగిస్తాడు. కుక్క మనిషిని కరిస్తే వార్త కాదు. మనిషి కుక్కను కరిస్తే 'వార్త' - అని 'పులిట్జర్' అన్న మాటల్ని గుర్తుంచుకోవాలి... మామూలుగా రోజూ మనం చూసే సంఘటనల్లోనో, సన్నివేశాల్లోనో చాలా సందర్భాల్లో 'వార్త' కాకపోవచ్చు. భిన్నంగా, అసాధారణంగా కన్పించినప్పుడు సమాజంలో నలుగురికీ చెప్పడం అవసరం. ఈ సమాచారం 'వార్త'గా మలిచి చెప్పే ప్రయత్నం చేస్తాం. మనిషి స్పందించే విధానంలో భాష ప్రముఖ పాత్ర వహిస్తుంది. పాఠకుల స్పందన వార్తకు ఉపయోగించే భాషను బట్టి ఉంటుంది. సామాన్య ప్రజానీకం మాట్లాడుకునే పదికట్టుతో, నుడికారాలను ఉపయోగించి రాసినట్లయితే, పాఠకున్ని ఎక్కువగా ఆకట్టుకుంటుంది. వార్తా రచన చేసేప్పుడు భాషా దృష్టి అవసరం అనేది భాషాధ్యయన విద్యార్థులుగా మనం ప్రత్యేకించి చూడాలి.

ఉదాహరణకు "వై.ఎస్. రాజశేఖరరెడ్డి ప్రభుత్వం మళ్ళీ అధికారంలోకి వచ్చింది" ఇది వార్తా శీర్షిక. ఇక వార్త విషయంలోకొస్తే వై.ఎస్. మళ్ళీ అధికారంలోకి రావడానికి వై.ఎస్. చేసిన కృషి, ప్రవేశపెట్టిన పథకాల గురించి పదేపదే చెప్పడమూ ప్రజల సహకారమే మళ్ళీ అధికారాన్ని తెచ్చి పెట్టింది అనే ముగింపుకు వస్తారు.

ఇదే వార్తను ఒక్కొక్క పత్రిక వారి వారి దృష్టికోణం నుంచి రాస్తుంది.

ఏ కోణంలోంచి రాసినా, 'వార్త' వాస్తవాలకు దూరంగా జరిగి వెళ్ళదు. అందుకనే ఒక పాఠకుడు నాలుగు పత్రికలు చదివి నాలుగు రకాల అభిప్రాయాలను ఏర్పరచుకోడు. అందువల్ల వార్త నిష్పాక్షికంగా ఉండాలి. వార్తను అర్థమయ్యేలా చెప్పేది భాష. భాష ఒక వాహిక. ఒక సంఘటన జరుగుతుంది. జరిగిన సంఘటన పట్ల మానవ సమాజం స్పందించాలి. ఆ స్పందన కలగజేయవలసింది వార్త. అయితే ఆ వార్తను మోసే పని భాషది. వార్తను మోయడంలో భాష కీలకమైన పాత్ర వహిస్తుంది. ఒక వార్తను బయటి ప్రపంచానికి తెలియ చెప్పడానికి ఎంతగా తాపత్రయం అవసరమో, సమాజానికి, బయటి ప్రపంచానికి అర్థమయ్యే రీతిలో, భాషలో చెప్పడం అంతకంటే ముఖ్యం.

ప్రస్తుతం వస్తున్న దినపత్రికలను ఉదాహరణగా తీసుకుంటే "ఈనాడు" భాషాశైలికి అలవాటు పడిన పాఠకుడు, ఆంధ్రజ్యోతి, ఆంధ్రప్రభ లాంటి పత్రికలను చదవడానికి అంతగా ఇష్టపడడు. అదే "ఆంధ్రజ్యోతి" చదివే పాఠకుడు

BRAOU

"ఈనాడు" భాషాశైలినీ ఇష్టపడడు. పాఠకుడు ఒక భాషాశైలికి అలవాటు పడతాడు. తెలుగైనా, ఇంగ్లీషైనా, హిందీ అయినా ఇదే పద్ధతిని పాఠకుడు అవలంబిస్తాడు.

7.2.1 వార్తా రచన అవకాశాలు

"మానవుడి ఆశల వెల్లువకూ, మానవాళి పతనావస్థకూ, మానవ [illegible] సుహృద్భావనకూ అద్దంపట్టేది వార్త." అని అంటారు stanley walker. వార్తా రచన చేసేముందు ఏది వార్తో, కాదో తెలుసుకోవడం ఎంత ముఖ్యమో, ఆ వార్తను బయటి ప్రపంచానికి తెలియజేసే అవకాశం రావడం కూడా అంతే ముఖ్యం. ఒక సంఘటన జరిగినప్పుడు, అది ముఖ్యమైనదా, కాదా, ఎంత ముఖ్యమైనదీ ముందుగా గుర్తించాలి. ఆ వార్తకు ప్రాముఖ్యత ఇవ్వవచ్చా, లేదా? అని ఆలోచించాలి. జరిగిన సంఘటనను వార్తగా మార్చేటప్పుడు పాఠకునికి [illegible] ఉన్నాయా లేదా అని గమనించుకోవాలి.

ఉదాహరణకు ఒక మారుమూల పల్లెటూరులో, [illegible] జరుగుతుంది. ఆ ఊరి ప్రజలందరూ ఎన్నికలు బహిష్కరిస్తారు. [illegible] ఆ వార్తను పత్రిక ద్వారా చేరవేయడం అవసరం.

క్షేత్రస్థాయినుంచి 'వార్త'ను సేకరించడంలో, ప్రచురించడంలో [illegible], ఆ తర్వాత ఎక్కువగా ఉండేది. క్రమేపీ వార్తాసేకరణ వ్యవస్థ పటిష్ఠ [illegible] ఎడిషన్లుగా ప్రచురణకావడం, తమకంటూ ప్రత్యేకించి వార్తా సేకరణ ఏజెన్సీలను ఏర్పాటు చేసుకోవడం వంటి చర్యలు 1980ల దాకా దోహదపడ్డాయి. స్ట్రింగర్ వ్యవస్థ పత్రికా ప్రచురణలోకి ప్రవేశించాక వార్తా సేకరణలో గణనీయమైన మార్పులు వచ్చాయి. 1990 నాటికి స్థానిక వార్తల ప్రాధాన్యం బాగా పెరిగింది. జిల్లా ఎడిషన్ల రూపంలో బాగా విస్తరించిన పత్రికలు స్థానిక వార్తల ప్రచురణకు దోహదం చేశాయి. 1990ల్లో సాంకేతిక విప్లవం పెద్దది కావడంతో ఎలక్ట్రానిక్ యంత్రాలు, పరికరాలు వార్తాసేకరణను, ప్రచురణను వేగవంతం చేశాయి. శాటిలైట్ టెక్నాలజీ ఈ వ్యవస్థని మరింత బలోపేతం చేసింది.. వార్తల 'పరిమాణం' పెరుగుతూ వచ్చింది. పత్రికల్లో వార్తల ప్రచురణకు కావలసిన చోటు లభించటం మొదలయింది. పత్రికల సంఖ్య పెరిగింది. స్థానిక వార్తల ప్రాధాన్యం పెరిగింది. వార్తల్ని మానవీయకోణంలోంచే చూడడమూ ఎక్కువయింది. కొన్ని సందర్భాల్లో మానవీయ కోణంలోంచే 'సంచలనవార్తలు' రావడం పెరిగింది. పరిశోధనాత్మక వార్తలకు, ఫాలో అప్ వార్తలకు అవకాశాలు వృద్ధి చెందాయి. ఈ సందర్భంగానే 'వార్తల్ని' ఆధారం చేసుకొని వార్తాధారిత కథనాల ప్రచురణకు అవకాశం ఏర్పడింది. పాఠకుల్ని ఆ సందర్భం విషయంలోనో, సంఘటన పట్లో మరింత అవగాహన పరుణ్ణి చేసే కృషి మొదలయింది. కనుక ఎన్నికల బహిష్కరణ అనేది ఒక వార్తే కాదని ఎవరమూ అనలేం. అయితే అలాంటి సమయంలో ఎవరైనా ఒక విలేకరి వెళ్ళి, అక్కడి ప్రజలతో ముఖా ముఖి మాట్లాడి, వీలైతే వారిని ఫొటోలు తీసుకుని రావాలి. ఆ విధంగా వారిపై ఒక ముఖ్యమైన కథనం రాయాలి. లేదా ఎపిసోడ్‌ను ప్రదర్శించాలి. అది ఎన్నికలపట్ల వారి బాధ్యతను పెంచుతుంది. ప్రజాస్వామ్యం పట్ల అవగాహనను బలపరుస్తుంది. అది రాసేటప్పుడు కానీ, ఎపిసోడ్‌ను ప్రదర్శించేప్పుడు కానీ, వారి ప్రాంతీయతకు, ప్రాంతీయ భాషకు ప్రాధాన్యత ఇవ్వాలి. ఆ వార్త బయటి ప్రపంచానికి తెలిసే విధంగా వార్తనూ, వార్తా రచనలో భాషనూ ఉపయోగించాలి.

ఈ విధగానే ఎక్కడో మారుమూల అటవీ ప్రాంతంలో 'ఎన్‌కౌంటర్ జరిగింది' అని తెలిసీ ఎక్కడ, ఏ విధంగా, ఎప్పుడు అనే వివరాలు తెలియడానికి ఆలస్యమవుతుంది. అలాంటి సమయంలో వార్తా రచన చేసేవారు కొంత తొందరపాటుకు గురికాకూడదు. సంయమనం పాటించవలసి ఉంటుంది. ఎవరు? ఏమిటి? అనే విషయాలు ఖచ్చితంగా తెలిసే వరకూ వేచి చూడాలి. ప్రస్తుతం టీవీ ఛానళ్ళు విరివిగా వస్తున్న ఈ కాలంలో వారికి అది అగ్నిపరీక్షే. "ఎన్‌కౌంటర్ జరిగింది" ముగ్గురు, నలుగురు మరణించినట్టు అనుమానం, వారిలో ఎవరో ముఖ్యులైన వారు ఉండే అవకాశం ఉంది" అని మాత్రమే రాయాలి తప్ప, వారి పేర్లను ప్రస్తావించకూడదు. ముందట ఒక పేరుగల వారు చనిపోయారు అని చెప్పి తర్వాత కాదు అని తప్పు దిద్దుకునే అవకాశం ఉండదు. అది మనిషి జీవితానికి సంబంధించిన వార్త, దాని పట్ల వార్త రచించే వారు అషామాషీగా వ్యవహరించకూడదు.

BRAOU

అదే విధంగా భాష విషయంలో కూడా జాగ్రత్తగా వ్యవహరించాలి. మరణించినది దొంగైనా, రౌడీ అయినా, తీవ్రవాది అయినా అతని మరణం అతని సన్నిహితులకు, కుటుంబ సభ్యులకు బాధాకరమైనదే. అందువల్ల ఆ వార్త రాసేప్పుడు వార్తా రచయిత సొంత భాషా పరిజ్ఞానమో, లేక ఒక సంచలనాన్ని కలిగించడానికో "ఢమాల్" టపా, మొదలైన మాటలను ఉపయోగించకూడదు. ఎవరి ప్రాణమైనా ఒకటే అనే విషయాన్ని గుర్తించాలి. జరిగిన సంఘటనను కష్టపడి సేకరించి వార్తను పంపించినప్పుడు ఆ వార్తకు ఖచ్చితంగా తగిన ప్రాధాన్యత ఇవ్వవలసి ఉంటుంది.

"మనిషి కుక్కను కరిస్తే వార్త" అనే నిర్వచనంతో ఆసక్తిని కలిగించేవీ, అసహజమైనవీ, అసాధారణమైనవీ వార్తలుగా మనం గుర్తిస్తున్నాము. అయితే కొన్ని అంశాల మీద కొంత మందికి ఆసక్తి ఉంటుంది. ఆ అంశాలపట్ల మరికొందరు ఆసక్తి కనబరచకపోవచ్చు. వార్తను ఎంపికచేసుకోవడంలో, దాన్ని రాయడంలో పత్రికారచయిత చూపే నైపుణ్యమే వార్తను చదివించగలిగేలా చేయగలదు.

కాలానుగుణంగా వార్త నిర్వచనం మారవచ్చు. కానీ వార్తకు కొన్ని మౌలిక విలువలు, లక్షణాలు ఉండాలన్న విషయంలో మాత్రం అందరికీ ఏకాభిప్రాయమే ఉంది.

వార్తల్లో [illegible] మాట్లాడుకునేటప్పుడు వార్తల్లో ఉపయోగించే భాషకు కూడా కొన్ని విలువలు అవసరం అని గ్రహించాలి. మనం రాసే వార్త ఏ పాఠకున్ని ఉద్దేశించిందో గ్రహించి, ఆ పాఠకుని మానసిక స్థితికి దగ్గరయ్యే భాషలోనే ఆ వార్తను రాయడానికి ప్రయత్నించాలి.

ఉదాహరణకు ఒక ప్రమాదం జరిగిందనుకోండి. సంఘటనా స్థలంలో పెద్దఎత్తున తిట్లు, శాపనార్థాలు విపరీతమైన భావోద్వేగాలు కనిపిస్తాయి. ఇవన్నింటినీ గమనిస్తున్న విలేకరి లేదా వార్తారచయిత పరిస్థితుల సారాన్ని మాత్రమే గ్రహించి వార్త రాస్తాడు. అయితే, కొన్ని సందర్భాల్లో వాళ్ళు మాట్లాడిన మాటలనే కొన్నిటిని యథాతథంగా ఉపయోగించడం అవసరం. అయితే భాషా, సంస్కృతులకున్న హద్దులను గుర్తుంచుకొని రాయాలి. ఇక్కడ వారు ఉపయోగించిన భాష ప్రధాన పాత్ర వహిస్తుంది. ఘటన తీవ్రతను, సహజతను చెప్పేందుకే ఈ ప్రయత్నం అవసరం.

ఏదైనా ఒక ఘటన జరగడమే వార్త. జరిగిన సంఘటనను బయటి ప్రపంచానికి తెలియజెప్పడమే వార్త. అయితే వీటిలో జరిగిపోయినవి, జరుగుతున్నవి ఆ పాఠకునికి ఏ విధంగా అవసరమో దాన్ని బట్టి ఆ వార్తా రచనను చేయాలి.

"బస్సు నదిలో పడి 50 మంది మృతి" ఈ సంఘటన నిన్నో, ఈ రోజో జరిగితే వెంటనే దానికి ప్రతిస్పందన ఉంటుంది. అలాకాకుండా ఏ పదిరోజుల క్రిందనో జరిగింది అని చెప్పడంలో అర్థం లేదు. ఆ వార్తకు విలువ కూడా ఉండదు.

అసెంబ్లీలో అధికారపక్ష, విపక్ష వాదనలు జరుగుతున్నపుడు వాటిని మరునటిరోజు ఏఏ సభ్యులు ఏం మాట్లాడారు అన్న దానిపై చర్చ జరపవచ్చు. అప్పుడు ఆ వార్తకు విలువ ఉంటుంది. కానీ 10 రోజుల తర్వాత వారు ఇలా అన్నారు అన్న మాటకు విలువ తక్కువ. ఆ విధంగా వార్తల విలువలు కాలానుగుణంగా మారుతూ ఉంటాయి.

ఒకప్పుడు అమెరికా అధ్యక్షుని హత్య గురించిన వార్త ప్రపంచానికి తెలియడానికి చాలా సమయం పట్టింది. ఇప్పుడు నిమిషాల మీద ఆ వార్త సమాజానికి తెలిసిపోతుంది. తెల్ల వారేటప్పటికే ఆ వార్త పాతదై పోతుంది.

ఒకప్పుడు తెల్లవారి దినపత్రిక చదివితే గానీ మనకు ప్రపంచ విషయాలు తెలిసేవి కావు. అప్పుడే అవి తాజా వార్తలుగా పరిగణించేవారు. కానీ సాంకేతిక ప్రసార సాధనాలు, వాటి సామర్థ్యం పెరిగిన కొద్దీ ఈ నిముషపు వార్త మరునిమిషమే పాతవార్తగా మారిపోతోంది.

ప్రసార సాధనాల్లో తక్షణమే వచ్చినా పత్రికా ప్రచురణలో ఇదే వార్త మరుసటి రోజే వస్తుంది. అలా వచ్చినా అవి పాఠకుడికి తాజావార్త. పత్రికలో కొత్తదనం కోసం వెదుకుతాడు. చెప్పేవిధానం, భాష అతనికి వార్తను పూర్తిగా చదివిన అనుభూతిని కల్పిస్తాయి. ప్రచురణలో వచ్చిన 'వార్త' తన అధీనంలో ఉన్న భావం అతనికి సంతృప్తినిస్తుంది. పత్రికలో చూడగానే విన్న వార్తకు ఒక సాధికారత లభించినట్లు భావిస్తాడు.

మనకు దగ్గరగా జరిగే సంఘటన, మన ప్రాంతంలో మన ఊరిలో జరిగే సంఘటనకు మనం స్పందించినట్టుగా

BRAOU

ఎక్కడో దూరాన జరిగిన దానికి పెద్దగా స్పందించము. అయితే వాటిలో కొన్ని వార్తలు దీనికి అతీతంగా మినహాయింపును పొందేవిగా ఉంటాయి. కొన్ని సంఘటనలు ఎప్పుడు ఎక్కడ జరిగినా స్పందన కలుగుతుంది. అలాంటివి మానవీయ వార్తలు. ఈ మానవీయ వార్తలు మనిషిని కదిలించేట్లుగా రాయగలగాలి. ఫ్రాన్స్ విమానం అట్లాంటిక్ సముద్రంలో కూలిపోవడం ఒక వార్త. చాలా ముఖ్యమైన వార్త. కానీ మన ప్రాంతంలో జరిగిన ఇంకో మామూలు సంఘటన కూడా మనకు అంతకంటే ప్రముఖ వార్త అవుతుంది. ఉదాహరణకు అదే రోజు ఒక దాడిలో గాయపడిన విలేకరి మరణించాడు. అదే మనకు ప్రముఖ వార్త అవుతుంది.

నిజానికి, విమానం సముద్రంలో కూలిపోయిందా? ఆకాశంలో అదృశ్యమైపోయిందా? 200 మందికి పైగా ప్రాణాలు గాలిలో కలిసిపోయాయి? వారు ఎవరు? అనేది ఎంత ముఖ్య విషయమైనా, ఆ సంఘటన మనకు దగ్గరలో జరగకపోవడం వల్ల, మనకు సంబంధించిన వారెవరూ దానిలో లేకపోవడం వలన మన పాఠకులు లేదా ప్రేక్షకులు ఆ విషయానికి లేదా వార్తకు అంత ప్రాముఖ్యతను ఇవ్వరు. అదే రోజు తమ ప్రాంతంలో జరిగిన ఒక వరకట్న హత్యకేసు గురించి గాని, దాడిలో గాయపడ్డ విలేకరి మరణాన్ని గురించి గాని తెలుసుకోవడానికి ఆసక్తిని చూపిస్తారు.

మరణం ఎప్పుడైనా వార్తగానే పరిగణించబడుతుందా? అంటే దానిలో కూడా తేడాలున్నాయి. మరణం అసహజంగానైనా జరిగి ఉండాలి, లేదా మరణించిన వ్యక్తులు ప్రముఖులైనా అయి ఉండాలి. అప్పుడు కూడా వృద్ధాప్యంతోనో, అనారోగ్యంతోనో మరణిస్తే అది సామాన్య వార్త అవుతుంది. లేదా ఒక ప్రమాదంలోనో హత్య జరిగితేనో, ఏవైనా మందుపాతరలు పేలితేనో జరిగే మరణం, ఆ మరణించిన వ్యక్తులు ఎంత అనామకులైనా, వార్త మాత్రం ప్రముఖమవుతుంది. అంటే ఒక అసహజ సంఘటన జరిగితే దాని తాలూకు పరిణామాలతో పాటు ఆ వ్యక్తులు కూడా వార్తల్లో భాగమవుతారు. ఇవన్నీ మానవీయ ఘటనలుగా చెప్పవచ్చు.

BRAOU

7.2.2 వార్త - నైతికత - ప్రాధాన్యత

వార్తలు కొన్ని నియమాలను కలిగి ఉండాలి. అంటే ఒక సంఘటన నియమాన్ని అతిక్రమించి జరగవచ్చు. కానీ దాన్ని వార్తగా ప్రచురించేప్పుడు నైతిక విలువలు అవసరం.

ఉదాహరణకు అసెంబ్లీలో ఇద్దరు నాయకులు వాదులాడుకున్నారు. అసభ్య పదజాలంతో తిట్టుకున్నారు. మనం ఉచ్ఛరించలేని మాటలు వారి నోటి నుంచి వచ్చాయి అనుకుందాం. దాన్ని జరిగింది జరిగినట్టుగా వాస్తవంగా చూపించాలి. కనుక వారి మాటలను కూడా యథాతథంగా వాడనవసరం లేదు. "అసభ్య పదజాలంతో దూషించుకున్నారు" అనే మాట అసభ్యపదజాలమనే అర్థాన్ని పాఠకులకు అందజేస్తుంది. అంటే, ఇక్కడ మనం భాష ఉపయోగించడంలో సౌలభ్యాన్ని గుర్తించవచ్చు. వారు తిట్టుకున్న మాటలు మనం చెప్పలేము. అందువల్ల, ఆ భావాన్నంతా "అసభ్య పదజాలం" అనే ఒక పడికట్టు మాట ద్వారా కలిగించవచ్చు. ఇక్కడ మనం చెప్పదల్చుకున్న విషయానికి పడికట్టు పదజాలం ఒక వాహికగా పనిచేస్తుంది.

శాసనసభలో జరిగిన వాదులాట తీవ్రతను చెప్పాలనుకుంటూనే, వారు తిట్టుకున్న బండ బూతులను రాతలో పెట్టడం విజ్ఞత అనిపించుకోదు కనుక ఇక్కడ ఆ తీవ్రతను ప్రకటించడానికి సరైన పదజాలాన్ని ఉపయోగిస్తే సరిపోతుంది. మనం వార్తా రచన చేసేటప్పుడు పాఠకుల మనోభావాలను దృష్టిలో ఉంచుకుని వార్తలు రాయవలసి ఉంటుంది. అలాగే మనం ఉపయోగించే భాష పాఠకుని మనసుకు కష్టం కలిగించని విధంగా ఉండాలి.

వార్త రాసే వ్యక్తి సొంత అభిప్రాయాలు వార్తపై పడకూడదు. వార్తా రచన చేసే వారు నిష్పక్షపాతంగా ఉండాలి. ఒక వర్గాన్ని లేదా పార్టీని మెచ్చుకోవడం కానీ లేదా ఒక వర్గాన్ని, పార్టీని తిట్టడం కానీ చేయకూడదు. దానివల్ల వార్త నైతికత పెరుగుతుంది. నైతిక విలువలు కోల్పోకుండా వార్తను పాఠకులకు ఆసక్తికరంగా అందించడమే వార్తా రచన ముఖ్యోద్దేశ్యం.

ఒక రాజకీయ నాయకుడో, ప్రముఖ వ్యక్తో (celebrity) మరణిస్తే ఆ వార్తకు ప్రాధాన్యత ఖచ్చితంగా ఉంటుంది. కానీ వారితో పాటుగా చనిపోయిన మామూలు మనుషుల గురించి రాయకపోవడం అనైతికం. ఒక రాజకీయ నాయకునికి ఇవ్వవలసిన గుర్తింపును ఇస్తూనే, అతని బాడీ గార్డుగానో, పనిమనిషిగానో ఉన్న వ్యక్తులు అదే సంఘటనలో చనిపోతేనో, గాయపడితేనో వారి గురించి, వారి కుటుంబం గురించి ప్రస్తావించడం వార్తా రచయిత కనీస బాధ్యతగా అనుకోవాలి.

7.2.3 వార్త - లక్షణం

ఒక సంఘటన వార్త అవుతుంది. వార్త ఆనోటా, ఈనోటా ప్రచారమవుతుంది. మొత్తంగా సమాజానికంతటికీ చేరవేస్తుంది. ఇదీ స్థూలంగా వార్తపని.

ఈ వార్తలు కొన్ని లక్షణాలను కలిగి ఉంటాయి. రోజుకు కొన్ని వందల, వేల విషయాలు మన కళ్ళ ముందు జరుగుతుంటాయి. అవన్నీ వార్తలుకావు. సమాజంలో కొంత ప్రాధాన్యత కలిగిన వ్యక్తులుగానీ, ప్రాధాన్యత గల ప్రదేశాలు గానీ, సంఘటన జరిగిన విధానాన్ని బట్టి కానీ ఆ వార్త ప్రాముఖ్యతను సంతరించుకుంటుంది. అంటే ప్రాధాన్యతను కలిగి ఉండడం వార్త లక్షణాల్లో ముఖ్యమైనది.

ఎంత ప్రధానమైన వార్త అయినా, ఎంత ప్రాధాన్యతను సంతరించుకున్నా అది మనకు దగ్గరగా జరగకపోతే, దానికి అంత ప్రాధాన్యతను ఇవ్వము. అంటే సామీప్యత కూడా వార్త లక్షణాలలో ఒకటి ఎక్కడో సుదూరంలో జరిగిన సంఘటన కంటే మన కళ్ళముందు, మన ప్రాంతంలో జరిగే సంఘటన ఆ రోజంతటికి ప్రాముఖ్యతను వహిస్తుంది. అందువల్ల సామీప్యత కూడా వార్తా లక్షణాల్లో ముఖ్యమైనది.

ఏ వార్త ఎలాంటి ప్రజల మీద ప్రభావం వేస్తుందనేది కూడా ప్రముఖ పాత్ర వహిస్తుంది. ఉదాహరణకు ప్రభుత్వ ఉద్యోగస్థుల జీతాల గురించి కానీ, బదిలీల గురించికాని వచ్చిన వార్త ఎంతో ఆసక్తిని కలిగిస్తుంది. నలుగురూ కలిసి అదే విషయాన్ని చర్చించుకుంటుంటారు. అంటే ఏ సంఘటన పరిణామం ప్రభావం తమపై పడుతుందో ఆ విషయాన్ని తెలుసుకోవడానికి పాఠకులు ఎక్కువ ఆసక్తిని కనబరుస్తారు.

సమాచారం ఎంత త్వరగా, వేగంగా పాఠకునికి చేరితే ఆ వార్తకు అంత ప్రాధాన్యత ఉంటుంది. ఉదాహరణకు నిన్నటి రోడు ప్రమాదం వార్త కంటే, ఈ రోజు రోడ్డు ప్రమాదం, ఈ రోజుకంటే గంట కింద జరిగిన సంఘటనకు ఎక్కువ ప్రాముఖ్యత ఉంటుంది. రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్ వంటి ప్రసార మాధ్యమాలలోనయితే వార్త క్షణాల్లోనే అందించగలగాలి. వార్తకు తక్షణత్వం అనేది తప్పనిసరయింది.

BRAOU

7.2.4 వార్తా రూపాలు

వార్తలు రకరకాలుగా ఉంటాయి. అంటే వ్యవసాయ రంగానికి సంబంధించినవి వ్యవసాయ వార్తలుగానూ, రాజకీయ రంగానికి సంబంధించినవి రాజకీయ వార్తలుగానూ, ప్రమాదాలు సంభవిస్తే వాటిని ప్రత్యేక వార్తలుగానూ అనుకోవచ్చు. ఐతే స్థూలంగా చూస్తే ఇవన్నీ వార్తలేకానీ, వార్తలు, ఏ రంగానికి సంబంధించినవైతే ఆ రంగానికి ప్రాముఖ్యతనిచ్చేవిగా కనిపిస్తాయి. అందులోనే క్రీడావార్తలు, నేరవార్తలు, సైన్స్ వార్తలు మొదలైన ఎన్నో అంశాలు చోటు చేసుకుంటాయి. కాని ప్రధానంగా వార్తలకు, న్యూస్ ఫీచర్‌కు ఉన్న తేడాను మనం గమనించాలి.

వార్తా వ్యాసాలు:

ఇప్పటి వరకు మనం చెప్పుకున్నవన్నీ వార్తలో భాగాలే. కానీ న్యూస్ ఫీచర్ ఒక సంఘటనను పునాదిగా తీసుకుని దాని పూర్వాపరాలను తెలియచేస్తుంది. వార్త ఒక సంఘటనను యథాతథంగా చిత్రిస్తే ఫీచర్ దానికి రంగు, రుచి, వాసనను ఇస్తుంది. రుచికరమైన వంటగా మారుస్తుంది.

ఒక సంఘటన జరిగిన వెంటనే దానికి సంబంధించి స్పందించడం జరుగుతుంది. కానీ పూర్వాపరాల్లోకి పోము. కానీ ఫీచర్ అలాకాదు. సంఘటన గురించి క్షుణ్ణంగా ఫీచర్ ద్వారా తెలుసుకుంటాము.

ఒక వార్త జరిగిన వెంటనే పాఠకులకు, ప్రేక్షకులకు అందించకపోతే వార్త ప్రాధాన్యత ఉండదు. కానీ ఫీచర్ అలాకాదు. జరిగిన సంఘటనను కథనంగా మలిచి అందిస్తారు. దానిలో వివరాలుంటాయి. కనుక అది ఎప్పుడైనా చదివే విధంగా పాఠకుల్ని ఆకట్టుకుంటుంది. మరింత విస్తృతంగా సమాచారాన్ని, పూర్వాపరాల్ని అందిస్తుంది.

"ఒక కాలువలో బస్సు పడి 20 మంది మృతి" అనేది వార్త. అయితే వార్తగా ఆ రోజు లేదా, తెల్లవారి మాత్రమే ఆ వార్తకు ప్రాధాన్యత ఉంటుంది. కానీ ఆ సంఘటనను మానవీయ కోణంలోంచో, ఆ సంఘటనలో మరణించిన

వ్యక్తి కుటుంబాన్ని గురించో రాస్తూ, ఆ వార్త పూర్వాపరాలను తెలుపుతూ, అలాంటి సంఘటనలు జరగకుండా ఉండడానికి ఏం చేయాలో సూచిస్తూ ఒక వ్యాసాన్ని రాయవచ్చు. అదే వార్తా వ్యాసం (news features). వార్తను వార్తగా రాస్తే మరుక్షణమే చనిపోతుంది. అదే వార్తా వ్యాసంలో ఎల్లప్పటికీ సజీవంగా ఉంటుంది. అది వార్తావ్యాసం ప్రత్యేకత. వార్త చదివినప్పటికంటే ఫీచర్ చదివినప్పుడు ఎక్కువ అవగాహన కలుగుతుంది. ఏ విధంగా అంటే అసెంబ్లీలో పెదవి విప్పని ప్రజా ప్రతినిధులు అన్న వార్త చదవగానే, పాఠకులలో ప్రజా ప్రతినిధులపై వ్యతిరేక భావం కలుగుతుంది. కానీ ఫీచర్ చదివితే, ప్రజా ప్రతినిధులు అలా ప్రవర్తించడానికి కారణం సరియైనదో, కాదో నిర్ధారించుకునే అవకాశం పాఠకులకు కలుగుతుంది. ఒక వార్తగా విషయాన్ని తెలుసుకోవడం వేరు. దానిలోని మంచి చెడ్డలను బేరీజు వేసే పని చేయడం వేరు. ఈ రకమైన తేడా వార్తకు, ఫీచర్‌కు ఉంటుంది.

ఫీచర్లు కూడా రకరకాలుగా ఉంటాయి. ఒక వార్త ఆధారంగా రాసే ఫీచర్లు ఒకరకమైతే, విహార యాత్రల అనుభవంతో రాసే ట్రావెలోగ్ ఫీచర్స్ మరోరకం. లేదా ముఖ్యమైన వ్యక్తులను ఇంటర్వ్యూ చేసి, వారి గురించి వార్తా వ్యాసమూ రాయవచ్చు.

ఏదైనా ఒక పెద్ద సంఘటన జరిగి సంవత్సరాలు గడిచినా దాని ప్రాముఖ్యతను బట్టి దానికి ఫీచర్ రాయవచ్చు. హిరోషిమా నాగసాకిపై జరిగిన దాడి, భారత స్వాతంత్ర్య పోరాటం, భోపాల్ గ్యాస్ దుర్ఘటన, అమెరికాలో ట్విన్‌టవర్స్‌పై దాడి. ఇవన్నీ చారిత్రక ప్రాధాన్యం గల సంఘటనలు. తరాల నుంచి తరాలకు కొత్త సమాచారాన్ని జోడించుకుంటూ వెళ్ళవలసిన సంఘటనలు. లుంబినీ పార్కు ఘటన .... ఇలాంటివన్నీ ఫీచర్లుగా రాసి, వార్త ప్రాధాన్యాన్ని పెంచవచ్చు. ఫీచర్లు రాసేప్పుడు మాత్రం జరిగిన సంఘటన తాలూకు తేదీలు, ప్రాంతాల పేర్లు మొదలైనవి భద్రపరిచిన పాత ఫైళ్ళలోంచి జాగ్రత్తగా వెదికి ఉపయోగించవలసి ఉంటుంది.

ఫీచర్‌ను చెప్పే విధానం చాలా ముఖ్యం. వ్యక్తిగత అనుభవాలు, అనుభూతులను ఆధారంగా చేసుకొని ఆ సంఘటనకు అనుగుణంగా భాషను ఉపయోగిస్తూ వార్తా వ్యాసాన్ని రచించాలి.

ఫొటో ఫీచర్:

వందపదాల్లో చెప్పలేని భావాన్ని ఒక్క ఫొటో చెప్పగలుగుతుంది. ఒక వార్త చెబుతూ దానితో పాటుగా ఒక ఫొటో జత చేస్తే ఆ వార్తకు వచ్చే ప్రాధాన్యత చాలా ఎక్కువ.

మానవ మేధస్సు మొదట బొమ్మను తొందరగా గ్రహిస్తుంది. గ్రహించి దానిమీద తన అభిప్రాయాన్ని వెంటనే ప్రకటిస్తుంది. ఒక వార్తా కథనం చదవడానికి సమయం పట్టవచ్చు. కానీ ఒక ఫొటో చూసి విషయాన్ని గ్రహించడం సెకన్లలో పని. ఆ విధంగా ఫొటో జర్నలిజం వార్తా రచనలో కీలకపాత్ర పోషిస్తుందని చెప్పవచ్చు.

ఒక 9 ఏండ్ల అమ్మాయి కాలిపోతూ పరిగెత్తుతున్న ఫొటో అమెరికాను ఇరకాటంలో పెట్టింది. యుద్ధంలో అమెరికా బాంబు వియత్నాంపై ప్రయోగించడం వల్ల ఒక 9 ఏండ్ల అమ్మాయి కాలిపోతూ పరిగెత్తుతున్న ఫొటోను ఫ్రీలాన్సు జర్నలిస్టు ఒకరు ప్రచురించడంతో అమెరికా దేశమే ప్రపంచం ముందు దోషిగా నిలబడవలసి వచ్చింది. అంటే ఒక ఫొటో వార్తను ఎంత బలంగా చెబుతుందో తెలుసుకోవచ్చు. 'ఫొటో' సాక్ష్యం బలంగా చెప్పగలగడమే ఇందుకు దోహదపడింది.

తుఫాను బీభత్సాన్ని, ప్రమాద ఘటనలలో వార్తలకంటే ఫొటోలు ఎక్కువ విషయాన్ని అందిస్తాయి. ఇదే సమయంలో సెలబ్రిటీలు, ప్రముఖ వ్యక్తుల ఫొటోలు కూడా వార్తల ప్రాముఖ్యతను తెలియజేస్తాయి. ఉదాహరణకు 2009 ఎన్నికలలో రాహుల్ గాంధీ ఎంతగా ప్రచారం చేశాడు, ప్రజానీకంపై ఏ ప్రభావం వేశాడో వార్తలు చదివిన వారికే తెలుసు. కానీ వార్తలు చదవకుండానే ఒక దినపత్రిక సగం పేజీ రాహుల్ గాంధీకి కేటాయించడం, ఆ వార్త కంటే ఎక్కువ ప్రభావాన్ని వేస్తుంది.

నేటి వార్తా రచనలో, ముఖ్యంగా టీవీ ఛానళ్ళు పెరుగుతున్న ఈ దశలో ఫొటో జర్నలిజం చాలా ముఖ్యమైనదని చెప్పాలి. ఫొటోలు, విజువల్స్‌తోనే మొత్తం వార్తల సారాంశాన్ని నేటి వీక్షకులు గ్రహిస్తున్నారని చెప్పవచ్చు.

BRAOU

7.3 వార్తా రచన - పరిశీలన

వార్తా పత్రికలలో కేవలం వార్తలే ప్రచురితం కావు. వార్తా కథనాలు, వార్తా విశ్లేషణలు, మానవీయ కథనాలు మొదలయిన రచనలూ ఉంటాయి. వార్తారచన రూపాలతో పాటు వైవిధ్యంతో మరికొన్ని సృజనాత్మక రచనా రూపాలను చూస్తాం. రోజువారీ వార్తలను ప్రత్యక్షవార్తల (Hard News) ని పేర్కొనవచ్చు. దినపత్రికలో ఇవాల్టి సంఘటన గురించి మరుసటిరోజు పత్రికలో వార్తగా కన్పించకపోతే అది వార్తగా మనలేదు. వార్తల్ని ఆధారం చేసుకొని 'వార్తల కథనాలు' దినసరి పత్రికలలో రావడం తప్పనిసరి. ప్రత్యక్ష వార్తల మాదిరి సమయ నిబద్ధత వీటికి వర్తించదు. ఒక విధంగా వీటిని పరోక్షవార్తల (Soft News) ని చెప్పుకోవచ్చు. వీటితోపాటు వార్తల ఆధారంగానో, వార్తాంశాల ఆధారంగానో పూర్వాపరాలను ప్రస్తావిస్తూ వచ్చే 'ఫీచర్' వంటి రచనా రూపాలు పత్రికలలో కీలకమైనవే. సమయ నిబద్ధత ఫీచర్ల విషయంలో పెద్దగా ప్రాధాన్యం పొందకపోయినా వార్తాంశం ప్రమేయం మాత్రం తక్కువేమీ కాదు. ఒకానొక కోణంలోనో, ఏదేని సంక్లిష్ట విషయాన్నో వార్తలోంచి తీసుకుని విడమర్చి చెప్పడమనేది ఫీచర్ ప్రక్రియ చేయగలదు. ఎవరు, ఎక్కడ, ఏమిటి, ఎందుకు, ఎప్పుడు, ఎక్కడా(5W లు 1H) అనేవి వార్తలు, వార్తాధారిత రచన ప్రక్రియల్లో ముఖ్యమైనవిగా గుర్తిస్తాం. వార్తల్లో ఈ ప్రశ్నలకు సమాధానం 'ప్రారంభం'(Lead) లోనే లభిస్తే వార్తాధారిత కథనాల్లో విషయ (Body) ప్రస్తావనలో వస్తుంది.

వార్తలకు మూలాలు(Sources) చాలానే ఉన్నాయి. స్ట్రింగర్లు, విలేకర్లు సేకరించి పంపేవి. వార్త ఏజెన్సీల నుంచి వచ్చేవి . సంస్థలు అందించేవి. వ్యక్తులు వ్యక్తిగతస్థాయిలో పత్రికలకు చేరవేసేవి. ఇలా ఎన్నో మార్గాల్లో వార్తలు పత్రికల కార్యాలయాలకు వస్తాయి. వార్తకు అర్హమైన వాటిని ఎంపిక చేసుకుని, పత్రిక పాలసీని బట్టి ఆ సమాచారాన్ని 'వార్త'గా రాస్తారు. తిరగేసిన పిరమిడ్ (Inverted Pyramid) నిర్మితిలో వార్తను రాస్తారని ఇంతకుముందు పాఠ్యాంశ భాగాలలో చర్చించుకున్నాం. అలా తిరగేసిన పిరమిడ్ పద్ధతిలో రాసిన దాన్ని ప్రచురణకు అందిస్తారు. పత్రికా ప్రకటనల ద్వారా వచ్చే వార్తలు మనకు తెలిసినవే. ముఖ్యంగా ప్రభుత్వం, ప్రభుత్వేతర సంస్థలు వార్తావిషయాల్ని ప్రకటనలు (Press Release) గా విడుదలచేస్తాయి. భారత ప్రధాని కోపెన్‌హాగెన్ వాతావరణ సదస్సుకు బయలుదేరేముందు ప్రధాని కార్యాలయం విడుదల చేసి ఒక ప్రకటనను అన్ని భాషల పత్రికలు వార్తగా ప్రచురించాయి. ద హిందూ (ఇంగ్లీషులో), ఆంధ్రజ్యోతి, ఈనాడు దినపత్రికలలోను ఈ వార్త వచ్చింది. వచ్చిన వార్తను యథాతథంగా మీ పరిశీలన కోసం కింద ఇస్తున్నాం. హిందూ(ఇంగ్లీషులో) వచ్చిన కథనాన్ని, ఈనాడు, ఆంధ్రజ్యోతి (తెలుగులో) ప్రచురించిన కథనాలతో పాటు ప్రస్తావించాం. హిందూపత్రిక మొదటిపేజీలో వార్తను ప్రచురిస్తే, ఇదే వార్తని ఈనాడు, ఆంధ్రజ్యోతి దినపత్రికలు లోపలిపేజీల్లో ప్రచురించాయి. హిందూలో ప్రధాని ఈ పర్యటన వార్త కిందే సదస్సుకు సంబంధించి సమాచారాన్ని ఏపేజీలో చూడాలో సూచించింది. సదస్సు ప్రాధాన్యాన్ని చెప్పేందుకే ఇలా చేసిందని గుర్తించవచ్చు. ఈనాడులో ప్రధాని పర్యటన వార్తను సదస్సు కథనాలతో పాటు వాటి అంతర్భాగంగా పాఠకుడి దృష్టినాకర్షించే రీతిలో ప్రచురించింది. ఆంధ్రజ్యోతి కూడా లోపలి పేజీల్లోనే 'బాక్స్' కట్టి వార్తను ఇచ్చింది. జాతీయ పత్రిక హిందూ ఒక ప్రధానమైన సమాచారంగా ముందు పేజీలో వేస్తే, ఈనాడు, ఆంధ్రజ్యోతి ఈరెండు దినపత్రికలు వార్తను ప్రధానంగానే పరిగణిస్తూ పాఠకుల్ని ఆకట్టుకొనే విధంగా లోపలిపేజీల్లో ఇచ్చాయి. వార్తలకు శీర్షికలు ఇచ్చిన తీరు, వార్తాంశాలను రాసిన విధానం, ఎన్నుకున్న వార్తాంశకోణాన్ని క్లుప్తంగా ఎలా ప్రస్తావించారో గమనించండి. వార్తలో ఎవరు, ఎక్కడ, ఏమిటి, ఎందుకు, ఎప్పుడూ, ఎట్లా అనే ప్రశ్నలకు సమాధానాన్ని గుర్తించే ప్రయత్నమూ చేయండి. ప్రాధాన్యతా క్రమంలో పైనుంచి కిందకు వార్తలోని కీలక సమాచారాన్ని ఏవిధంగా తిరగేసిన పిరమిడ్ రూపంలో పొందుపరిచాయో విశ్లేషించి గమనించండి. ఇంగ్లీషు, తెలుగు దినపత్రికల్లో వచ్చిన ఈ 'క్లుప్తవార్తా' రచనకు, రచనలోని సారూప్యతలను గుర్తించండి. వార్త రచనపై పట్టు సాధించాలంటే మరికొన్ని వార్తల్ని మీరుగా ఎంపిక చేసుకొని అభ్యాసాలు చేయగలిగితే మంచిది. భాషమీద పట్టుతోపాటు వార్తా రచనపైన అవగాహన పెరుగుతుంది.

BRAOU

పై పేరాలలో వార్తలు లభించే మూలాలను పరిశీలించాం. దిన పత్రికలలో ప్రధాని కోపెన్‌హాగెన్ సదస్సు పర్యటనకు వెళ్ళే సందర్భంలో విడుదల చేసిన ప్రకటనను వార్తగా మలిచి ప్రచురించడాన్నీ పరిశీలించాం. వార్తల రచనలో రచనా నిర్మితిని, భాషాంశాల్ని, వార్త ప్రచురణ ప్రాధాన్యాన్ని గుర్తించే ప్రయత్నం చేశాం. ఒక అభ్యాసంలాగా ఈ వార్తల్ని విశ్లేషించి పరిశీలిస్తే అవగాహన పెంచుకోవచ్చని భావించాం.

వాతావరణం కోసం.. అభివృద్ధి పథకాలు ఆపేది లేదు: మన్మోహన్

• డెన్మార్క్ బయలుదేరిన ప్రధాని

న్యూఢిల్లీ: లక్షలాది మంది పేదల అభివృద్ధి కోసం అమలు చేస్తున్న పథకాలకు ఆటంకం కలిగించేలా ఉండే... కర్బన ఉద్గారాల కట్టడి ఒప్పందానికి ఎట్టి పరిస్థితుల్లో అంగీకరించబోమని ప్రధాని మన్మోహన్ స్పష్టం చేశారు. కోపెన్‌హాగెన్‌లో జరుగుతున్న సదస్సులో పాల్గొనేందుకు గురువారం ఆయన డెన్మార్క్ బయలుదేరి వెళ్లారు. ఈ సందర్భంగా ప్రధాని కార్యాలయం ఒక ప్రకటన విడుదల చేసింది. వాతావరణ మార్పు పేరిట పేద, అభివృద్ధి చెందుతున్న దేశాలను మరింత వెనక్కి నెట్టాల్సిన అవసరం లేదని ప్రధాని స్పష్టం చేశారు.

ఆంధ్రజ్యోతి 18.12.2009

నిర్మాణాత్మకంగా సాగుదాం

న్యూఢిల్లీ: భూతాపాన్ని ఎదుర్కోవడానికి ప్రపంచదేశాలు నిర్మాణాత్మకంగా సాగాలని ప్రధాని మన్మోహన్ సింగ్ స్పష్టంచేశారు. ఈ విషయంలో భారత్ మరింత కృషి చేయడానికి సిద్ధంగా ఉందని తెలిపారు. అయితే ధనిక దేశాలు మాత్రం.. సాంకేతిక, ఆర్థిక తోడ్పాటును అందించాలన్నారు. "వర్ధమాన దేశాల్లో పేదలను పణంగా పెట్టి వాతావరణ మార్పుల సమస్యను పరిష్కరించలేం" అని పేర్కొన్నారు. కోపెన్‌హాగెన్‌లో జరుగుతున్న వాతావరణ సదస్సులో పాల్గొనేందుకు గురువారం బయల్దేరే ముందు ప్రధాని ఈ మేరకు ఒక ప్రకటన చేశారు. భారత్.. బాధ్యతాయుతమైన దేశమని తెలిపారు. 2020 నాటికి ఉద్గారాల తీవ్రతను 20-25% మేర తగ్గించుకోవడానికి సిద్ధపడినట్లు వివరించారు. కోపెన్‌హాగెన్ సదస్సులో ప్రతిష్టంభన నేపథ్యంలో ప్రధాని వ్యాఖ్యలు ప్రాధాన్యం సంతరించుకున్నాయి.

ఈనాడు 18 12 2009

Manmohan: we can do more

Sandeep Dikshit

NEW DELHI: Prime Minister Manmohan Singh on Thursday reiterated India's commitment to keep its per capita emissions below that of the developed countries and asserted that the country was willing to do more, provided there were credible arrangements to provide additional financial support and technological transfers from the developed to developing countries.

In a statement before leaving for Copenhagen, Dr. Singh said India, "as a responsible member" of the international community, was committed to reducing the emission intensity by 20-25 per cent in 2020, compared to 2005.

India was firmly of the view that global warming was taking place and "taking place here and now."

"We are fully committed to working with the rest of the world to preserve and protect the environment. This is our common heritage, and this is what we must bequeath to our succeeding generations."

Dr. Singh said he was looking forward to "constructive deliberations" in Copenhagen.

More reports on Page 13

BRAOU

The Hindu 18 12 2009

మామూలు రచనలకు, వార్తలకోసం చేసే రచనలు తేడా ఉంటుంది. పత్రికారచన చేసే సందర్భంలో కొన్ని మౌలిక విషయాలను మాత్రం తప్పనిసరిగా దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. అవి 1. పత్రికా రచనధర్మాలు, లక్షణాలు, రచనా ప్రక్రియ 2. పత్రికా భాష, పారిభాషిక పదాలు, పత్రికారచన వృత్తినైపుణ్యాలు పొందాలంటే పాత్రికేయుడు ఈ రెండింటి విషయంలో శ్రద్ధపెట్టాలి. నిబద్ధతతో సాధించేందుకు ప్రయత్నించాలి. వార్తల్ని మనం పరిశీలించినప్పుడు రచనా 'నిర్మితి' ని ఒకదానిని చూస్తాం. పాఠకు సాధ్యమైనంత తక్కువ సమయంలో సమాచారాన్ని గ్రహించేలా వార్తాకథనాన్ని రాయగలగాలి. 'తిరగేసిన పిరమిడ్' తరహా నిర్మితి దీనికి సహకరిస్తుంది. తిరగేసిన పిరమిడ్ ఆకారంలో అడుగున విస్తీర్ణం తక్కువగానూ అగ్రభాగాన విస్తీర్ణం ఎక్కువగా ఉంటుంది. ఈ పద్ధతితో కథనంలోని అత్యంత ముఖ్య సమాచారాన్ని, ఆసక్తికరమైన అంశాల్ని కథనం ప్రారంభంలోనే తెలియజేయగలం. వార్తాకథనం నిర్మాణంలో లీడ్ (ప్రారంభం) , బాడీ (విషయం) కథనాన్ని విభజించి సమాచారాన్ని పొందుపరచడం చూస్తాం. రాసే వార్తలకు ఉండవలసిన లక్షణాలు ప్రధానంగా మూడు. అవి. 1. నిర్దిష్టత 2. సంక్షిప్తత 3. స్పష్టత. నిర్దిష్టతను 'కచ్చితత్వం' గా సంక్షిప్తతను క్లుప్తత'గా కూడా కొందరు

భావిస్తారు. పారిభాషికాలు రెండింటికీ ఏ పదాన్ని వాడినా భావమూ, ఉద్దేశంమాత్రం ఒకటే. ఈ మూడింటిలోను బాగా ముఖ్యమైంది. నిర్దిష్టత అంటే కచ్చితత్వం. పత్రికల్లో వస్తున్న వార్తల్లో, వార్తాకథనాల్లో, ఫీచర్ రచనలలో, వ్యాసాలలో వాస్తవమే ఉంటుందని పాఠకులు నమ్ముతారు. కాబట్టి ఆ విశ్వసనీయతను కాపాడుకోవడం పత్రికల విధి. వార్తల రచనలో నిష్పాక్షికత పాటించవలసిన ఉంటుందని ఇక్కడ గుర్తుంచుకోవాలి. నిష్పాక్షికత వార్త విశ్వసనీయతను కాపాడే కవచం వంటిది. నిష్పాక్షికతకు చాలా సందర్భాల్లో "నిర్భయంతో రాసేది" అని గుర్తు చేస్తుంది. మన సమాజంలో రోజూ వందలాది ఘటనలు జరుగుతుంటాయి. అయితే అవన్నీ వార్తలు కావు. ఏ ఘటన వార్తగా రాయడానికి అర్హమైనదో నిర్ణయించేందుకు విలువలు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి వార్తారచయితగా మన పరిశీలనలోకి రావాలి. అవి చాలానే ఉన్నాయి. మాధ్యమాల ప్రవేశంలో విలువల సంఖ్య పెరుగుతోంది. అయితే మనం గుర్తించవలసిన విలువలు కొన్ని వున్నాయి. అవి 1. ప్రభావం 2. సమయం. 3. ప్రాధాన్యం 4. సామీప్యం 5. వివాదం, ఘర్షణ, 6. అసాధారణం, వింత, విడ్డూరం, 7. వర్తమానం. అట్లాగే పాత్రికేయుడు సమాచారాన్ని రాసేటప్పుడూ మౌలికంగా ఆరు ప్రశ్నలకు సమాధానాలు వెదకాలి. ఈ ప్రశ్నలకు 5 డబ్ల్యులు, 1 హెచ్‌గా ఇంగ్లీషులో పరిగణిస్తారు. తెలుగులో వీటిని గమనిస్తే ఈ ఆరు మౌలిక ప్రశ్నలూ 'ఎ' అక్షరంలోనే ఉన్నాయి గమనించండి. ఆ ఆరు మౌలిక ప్రశ్నలూ ఇవి.

ఎవరు? (Who)

ఏమిటి? (What)

ఎక్కడ? (Where)

ఎప్పుడు? (When)

ఎందుకు? (Why)

ఎలా? (How)

ఆయుధశక్తి కన్నా అక్షరశక్తి బలమైంది. ఏ భావమైనా, సమాచారమైనా పరిజ్ఞానమైనా పరివ్యాప్తి కావాలంటే అక్షరరూపం తొడగాల్సిందే. రచనలో మాటలకు ఏ సందర్భంలో ఏ అర్థాలుంటాయో, శబ్ద స్వరూపమేమిటో తెలుసుకొని రాయడం పత్రిక రచన లక్షణం. "చక్కగా రాయటం" అంటే తేలికైన పనికాదు. అన్నంత మాత్రాన అది అసాధ్యమైన పనీకాదు. రాసే కృషి చేస్తే చక్కగా రాయడం సాధ్యపడుతుంది. నోటి మాటకన్నా అక్షరరూపంలో ఉన్నమాటకు సమాజంలో గౌరవ స్థానమే ఉంది. రాసే అలవాటు ఏర్పడ్డాయి. రాసే భాషాశైలి రూపుదిద్దుకుంది. రాసే భాషలో ఎవరి శైలి వారిదిగా పరిణామం చెందింది. వాగ్రూపంలోని భాష క్రమ పరిణామంలో సాహిత్యభాషగా ఎదిగిన తర్వాత అంతటితో ఆగిపోలేదు. మానవ సమాజం దాన్ని అన్ని రంగాల్లోనూ భావవ్యక్తీకరణకు ఉపయోగిస్తోంది.

భాషకు వాక్యరచన ఆత్మవంటిది. ప్రతి ఒక్క భాషకూ దానికే ప్రత్యేకమైన, విలక్షణమైన వాక్యనిర్మాణ పద్ధతి ఒకటుంటుంది. సామెతలు, జాతీయాలు, నుడికారాలు, పద బంధాలు, పదకల్పనలు మొదలయినవి భాషకుండే సహజశోభను పెంచుతాయి. తెలుగు భాషా ఇందుకు మినహాయింపేమీ కాదు. అన్యభాషలనుంచి ఏ రకంగా ఎన్ని పదాలనూ, నూతన భావాలనూ సంగ్రహించినా తెలుగు వాక్యంలో అవి ఒదిగిపోయినప్పుడు అవి తెలుగైపోతాయి. ఆ పదాలు, భావాలు సాహిత్యానికి చెందినవైతే తెలుగు సాహిత్యభాషగా వచ్చి చేరుతుంది. శాస్త్రభావనలూ, పరిభాషా చేరితే శాస్త్ర సాహిత్యం విస్తరణ చెందుతుంది. పత్రికలకు ఒక భాషాశైలి ఉంటుంది. దాన్నే 'జర్నలీజ్' అని చెప్తుంటారు. రచయితల్లో ఒక్కోరచయితకు ఒకశైలి వుంటే, అన్ని పత్రికలకు దాదాపు ఒకే శైలి ఉంటుంది. దాన్నే 'పత్రికాభాష' అని అంటారు. శోధన చేస్తే సాధన సంపత్తి, విషయావగాహన, నేర్పూ, ఓర్పూ, సంకల్ప బలమూ ఉండటం గుర్తించవచ్చు. సరళత, తేలిక పదాలు, సంక్షిప్తత, పడికట్టు పదాలు లేకపోవడం, వాక్యాలలో వైవిధ్యం వంటి లక్షణాలు మాత్రం పత్రిక రచనకు ముఖ్యమయినవి. చక్కగా దోషాలు లేకుండా వ్యక్తీకరించే శైలి ఎంతో సాధనవల్లే వస్తుంది. ఇతర రచయితలకు మాదిరే ప్రతికారచయితకు కూడా భాష అనేది ఒక పనిముట్టు. దాన్ని పదునుగా ఉంచుకోగలిగితే, ఎంత నేర్పుగా ఉప యోగించుకోగలిగితే, అంత మంచి జర్నలిస్టు అవుతారు. దీనికి 'సాధన' ముఖ్యం. తెలుగు పత్రికలు, పుస్తకాలే కాదు ఇంగ్లీషు పత్రికలు, ఇంగ్లీషు సాహిత్యం కూడా బాగా చదవాలి. నిరంతరం చదువుతూ ఉండటమే ఒక చక్కటి 'సాధన'. ఈ 'సాధనే' పత్రికా రచనలో తప్పనిసరి.

BRAOU

7.4 వార్తలు - వర్తమానం

తెలుగు వార్తా పత్రికలకు వందేళ్ళకుపై చరిత్రే ఉంది. రాసే విధానాలు, రాసే భాష మీద జరిగిన కృషి తక్కువేమీ కాదు. జరిగిన కృషిలో ఒక పరిణామ క్రమమూ కన్పిస్తుంది. అయితే 21వ శతాబ్దం ప్రారంభం నుంచే వార్తల సేకరణ, వార్తల రచన, పత్రికాభాష, పత్రికా ప్రచురణలో కొత్త ధోరణులు రావడం చూస్తాం. ప్రపంచీకరణ, సాంకేతిక సాధనాలు, వాటి పరిజ్ఞానమూ, ప్రభావాలు వార్తారచన పైనా ఉన్నాయి. వర్తమానంలో వార్తారచన నేపథ్యాన్ని క్లుప్తంగా చర్చించే ప్రయత్నమే ఇప్పుడు చేస్తున్నాం. ఈ చర్చకు కొనసాగింపుగా ఇప్పుడు మరింత లోతైన, విస్తృతమైన అధ్యయనానికి మీరు ముందుకొస్తారనీ భావిస్తున్నాం.

'వార్తల్ని' నిర్వచించాల్సి వస్తే 5 డబ్ల్యూలు, 1 హెచ్ కలిగి ఉండే ఒక కొత్తసమాచారం' అని చెప్పవచ్చు. సమాచారం మనచుట్టూ జరిగే సంఘటనకు చెందినదయి ఉంటుంది. మనందరి మీద ప్రభావాన్ని కల్గించడం వార్తకుండే లక్షణాల్లో ఒకటి. వార్తలకుండే లక్షణాల్లో మరికొన్ని - దగ్గరితనం(సామీప్యత) సమయ నిబద్ధత(తక్షణతత్వం) ప్రాముఖ్యత, నూతనత్వం, ఘర్షణ, ఉపయోగిత, మానవీయాసక్తి వంటి ఉంటాయి. ఒకటిగాని అంతకంటే ఎక్కువ గానీ లక్షణాలు వార్తలు కలిగి ఉంటాయి. మాధ్యమాల విస్తృతి వల్ల స్వరూప స్వభావాలు మారకపోయినా, వార్తల పరిధి, అవకాశాలు మాత్రం పెరిగాయి. సాంకేతిక విజ్ఞానానికున్న సామర్థ్యాలే కొత్త కొత్త అవకాశాలకు ప్రధాన కారణం. అదీగాక వార్తా వ్యాపారమూ త్వరితగతిన మారుతోంది. వెబ్, ఇంటర్నెట్, మొబైల్- కమ్యూనికేషన్ సాధనాలు. మార్పును మరింత వేగవంతం చేయగలిగాయి. ప్రపంచంలో ఏం జరుగుతోంది అనే ఉత్సుకతే 24/7 తరహా సమాచార అన్వేషణకు మనల్ని పురికొల్పుతోంది-పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్, మొబైల్, కమ్యూనికేషన్ రంగాలు కలివిడిగా మనల్ని తీవ్రంగా ప్రభావం చేయగలుగుతున్నాయి. ఒక్కొక్కటీ ఒక్కో మాధ్యమంగా సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో విప్లవిస్తూనే మాధ్యమాలు కొత్త ఆవిష్కరణల్ని అందిస్తున్నాయి. మాధ్యమాలన్నీ కలిసి ఒక భాగస్వామ్య మాధ్యమంగా (షేర్డ్ మీడియా) రూపుదిద్దుకోగలిగాయి.

ప్రైవేటు రంగంలో 'మాధ్యమాలు' ఉండటమూ, భౌగోళిక సరిహద్దుల్ని దాటి రాగలగడమూ సాధ్యం కావటంతో మాధ్యమాలకు ప్రపంచం ఒకటైంది. పత్రికా రంగం మీదా దీని ప్రభావం ఉంది. ప్రపంచంలో చైనా తరువాత మనదేశమే పత్రికల ప్రచురణలో రెండో స్థానంలో ఉంది. 2005లోనే 20 కోట్ల మంది వార్తా పత్రికల్ని చదువుతున్నారు. 2009 నాటికి ఈ సంఖ్య ఇంకా పెరిగే ఉంటుంది. ప్రపంచంలో పేరొందిన 100 వార్తాపత్రికల్లో 19 దినపత్రికలు మనదేశంలోనే ముద్రిస్తున్నారంటే పత్రికా ప్రచురణకున్న ప్రాధాన్యమేమిటో అర్థమవుతోంది. పత్రికా వ్యవస్థ వాణిజ్య పద్ధతిలో మనుగడ సాగించడమూ వార్తాపత్రికల దిశాదశలను నిర్దేశిస్తున్నాయి. పత్రికలు వార్తల్నే కాకుండా వార్తా విశేషాల్ని, విశ్లేషణల్ని, అభిప్రాయాల్ని, మానవాసక్తి కథనాల్ని అందిస్తున్న తీరులో గణనీయమైన మార్పే వచ్చింది. మారుమూల ప్రాంతాలకు సైతం వెళ్ళి వార్తల్ని సేకరిస్తున్నాయి. సాంకేతిక సాధనాల సాయంతో నాణ్యతను, వేగాన్ని వార్తల సేకరణ, రచన, ప్రచురణల్లో పెంచుకున్నాయి. 'పాఠకుల'కు కావల్సిన సమాచారాన్ని అందించగలిగే స్థాయికి వార్తాపత్రికలు ఎదిగాయి. ఈ పరిణామాలన్నీ మాధ్యమాల వ్యవస్థలను ఒక బలీయమైన శక్తిగా మనముందు నిలబెట్టాయి. వివిధ మాధ్యమాల మధ్య సాన్నిహిత్యం పెరగడంతో వార్తల సేకరణ విస్తృతమైంది. స్థానిక, ప్రాంతీయ, దేశస్థాయి, అంతర్జాతీయ స్థాయి వార్తలు తెలుగు పత్రికా రంగానికి అవసరమయ్యాయి. స్థానిక వార్తల విషయంలో మనకున్న ఆసక్తితోపాటే అంతర్జాతీయ వార్తల పట్ల మనకుండే ఉత్సుకతే వార్తా పత్రికలకు బలాన్నిస్తున్నాయి. పాఠకుల అభిరుచులు, ఆసక్తులు పెరిగి పెద్దవవుతున్నాయి, విస్తరిస్తున్నాయి. తెలుగు పాఠకుడి అభిరుచులు, ఆసక్తులు ఈ దిశగానే వెళ్తున్నాయి. స్థానిక వార్తల పట్ల మొగ్గు ప్రస్ఫుటంగా కన్పిస్తోంది. తెలుగు పత్రికల విస్తరణ ఈ పరిణామాన్నే బలపరుస్తోంది. వార్తాపత్రిక ఏదయినా వార్తల ప్రాధాన్యంలో 'స్థానికత' కలిగి వుండాల్సిందే. దానికుండాల్సిన సహజ లక్షణమూ ఇదే. 20వ శతాబ్దం చివరికల్లా వచ్చిన మార్పుల్లో తెలుగు పత్రికా రంగంలో వార్తలు, వార్తాధారిత కథనాలలో కన్పించే నాణ్యత పత్రికా ప్రచురణలోను, రచనా విధానంలోనూ చూస్తాం. వార్తాపత్రికలే, 24 గంటల వార్తా ఛానెళ్లు కలిగివుండడం, దాదాపు తెలుగు పత్రికలన్నీ ఇంటర్నెట్ ఎడిషన్‌లను కలిగి ఉండటం వల్ల వార్తాసేకరణ సామర్థ్యం బాగా పెరిగింది. వార్తల పరిమాణం చాలా రెట్లు పెరిగింది.

BRAOU

1990ల్లోనే ఈ 'సమ్మిళిత మాధ్యమ' ధోరణికి పునాది పడింది. పత్రికా రచయిత వివిధ రకాల మాధ్యమాలకు రాయవలసిన సందర్భం అనివార్యమయింది. 'పత్రికా భాషే' మాధ్యమాలలో వచ్చే వార్తల రచనకు మాతృక కావడంతో పత్రికా భాష - భాషా పరిణామం దిశగా నడుస్తోంది. మనదేశంలో ఇతర భాషా పత్రికలతో సరిగా తెలుగు పత్రికలలోనూ ఇదే ధోరణి చూస్తాం. 21వ శతాబ్దం తొలి రోజుల్ని తెలుగు వినియోగంలో కన్పిస్తున్న మార్పులే దీనికి రుజువులు ఇవ్వగలవు. ప్రచురణ, ఇంటర్నెట్ మాధ్యమాలలో వచ్చే తెలుగు పత్రికల భాషల్లో మాధ్యమాలు రెండింటికీ సరిపడే 'రచనా శైలి' కోసం కృషి కొనసాగుతోంది. రేడియో, టీవీ వంటి ప్రసార సాధనాలలో వస్తున్న భాష మరింత సరళతరమౌతుంది. ముఖ్యంగా టెలివిజన్ వార్తారచన ద్వారా వస్తున్న భాష, పదాల ప్రయోగం మిగిలిన మాధ్యమాల భాష వినియోగాన్ని శాసించే స్థాయిలో ఉండటం గమనార్హం. మాధ్యమాలు ఏవిధంగా ఒకదానితో ఒకటి పోటీపడ్డా, ఒకటి ఒకటీ ప్రభావితమైనా 'వార్తారచన' తన మౌలిక ధర్మాలుగానీ, ప్రాథమిక లక్షణాలుగానీ కోల్పోలేదు. వార్తకుండాల్సిన 'కచ్చితత్వం', 'క్లుప్తత', 'స్పష్టత'లతోపాటు సాంకేతిక విజ్ఞానాభివృద్ధి తోడై 'వేగాన్ని' కూడా జతచేసింది. వార్తారచన విషయంలో 1991 నాటి గల్ఫ్ యుద్ధం, 2001 సెప్టెంబర్ 11న అమెరికాలోని వరల్డ్ ట్రేడ్ సెంటర్ పైన తీవ్రవాదుల దాడి ఒక గొప్ప మలుపుగానే వార్తాపత్రిక చరిత్రలో నిలిచిపోతాయి. ఈ ఘటనల సమయాలలో ప్రతినిమిషం టెలివిజన్ వార్తా ఛానళ్ళు వార్తల్ని ఆవిష్కరించిన తీరు, కొత్త సమాచారాన్ని ప్రేక్షకులకు అందించాలన్న తాపత్రయం మర్చిపోలేనివి. ప్రసార సమయాలలో వాడిన పదాలు (మాటలు), ప్రసార భాష 'సమాచార విప్లవానికి' చక్కటి పునాది వేశాయి. ప్రధానంగా 2001 డబ్ల్యు.టి.సి. దాడి సమయంలో మొదటి పది నిమిషాల ప్రసారంలో వాడిన మాటలు (పదాలు), సన్నివేశాలే మరుసటిరోజు అన్ని పత్రికలకు ప్రధాన శీర్షికలయ్యాయి. ఆ సందర్భం పత్రికలకు 'వార్తామూలంగా' ఉంటూనే భాషా ప్రయోగ స్థాయిని, రచనా శైలినీ ప్రభావితం చేశాయి. రేడియో, టీవీలలో ప్రసారభాషకు పదును పెట్టగలిగింది. ఇంటర్నెట్ విప్లవం పత్రికారంగానికీ దోహదపడగలదని రుజువైంది. టెలివిజన్ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు భాషను ప్రభావవంతంగా తీర్చిదిద్దగలవని నిరూపించుకుంది. రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్, మొబైల్ - ఏ మాధ్యమమయినా తమకంటూ ప్రత్యేక పరిభాషను అభివృద్ధి చేసుకోవడానికి పత్రికా భాషే మూలాధారమనీ గుర్తుచేస్తోంది. దాదాపు 150 ఏళ్లుగా ఎదిగిన పత్రికా భాషనే మాతృకగా స్వీకరించి తమ వార్తారచన అవసరాలకు అనుగుణంగా మార్చుకునే కృషి ఇక్కడ మనం స్పష్టంగా చూడగలం.

మాధ్యమాల ప్రవేశం, శాటిలైట్, ఇన్ఫర్మేషన్ టెక్నాలజీల రాక తర్వాత, తెలుగు పత్రికలలో వార్తలు రాసే భాషలో కొత్త పోకడలు, కొత్త ప్రయోగాలు రావడం ప్రారంభించాయి. ప్రముఖ పత్రికా రచయిత, పత్రికా సంపాదకులు నార్లవెంకటేశ్వరరావు గారన్నట్టు "... భాష కూడా ఒక నది; ఒక మొక్క; ఒక ప్రాణి; అది నిత్యం ఏళ్లను, సెలయేళ్లను తనలో కలుపుకోవాలి. ఎప్పటికప్పుడు కొత్త రెమ్మలు వేయాలి. కొత్త చిగుళ్లు తొడగాలి. తరచూ కొత్త రక్తం దాని నాళాలలో ప్రవహించాలి. కొత్త కండ దాని శరీరానికి పట్టాలి. లేకపోతే అది క్రమంగా శుష్కిస్తుంది; నీరసిస్తుంది; నశిస్తుంది. గ్రీక్, లాటిన్, సంస్కృతం మొదలయినవి మాతృభాషలు కావడానికి కారణమిదే." ప్రస్తుత అవసరాలకు తగినట్లుగా పదజాలాన్ని కరిగించుకోగల జీవనది లక్షణాల్ని భాష అలవర్చుకునే దిశగానే ప్రవహిస్తోంది. మాధ్యమాలు, మాధ్యమాల విస్తృతికి సహకరిస్తున్న సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి, విప్లవం తెలుగు పత్రికారంగానికి ఎంతగానో సహకరిస్తున్నప్పుడు ప్రస్తుత స్థితిలో 'వార్తల రచన'లో భాష వినియోగాన్ని మనం పరిశీలించుకోగలగాలి. ఎం.ఏ. తెలుగు విద్యార్థులుగా మీరు కొన్ని దినపత్రికల్ని, ఇంతకు ముందే పత్రికల్లో వచ్చిన వార్తాధారిత పత్రికా రచనల సంకలనాల్ని, పత్రికా రచన పదకోశాల్నీ సంప్రదిస్తే 'వార్తారచన'లో మెలకువల్ని గుర్తించగలరు. భాషా వినియోగ సామర్థ్యాల్ని అవగాహన చేసుకుంటారు. తెలుగు భాషా విద్యార్థులుగా వార్తారచనలో మంచి పట్టు సాధించగలరు. తెలుగు పత్రికలలో వస్తున్న కొన్ని ప్రయోగాల్ని, ఆచరణలనీ, ఈ కింది రేఖామాత్రంగా ప్రస్తావిస్తున్నాం.

- తెలుగు పత్రికల్లో ఇంగ్లీషు పదజాలం వాడకం గత ఐదేండ్లుగా పెరుగుతోంది. లిప్యంతరీకరణం ఒక పరిష్కారంగా సమాచార ప్రసారం కోసం పరభాషా పదాలను యథాతథంగా తెలుగు లిపిలోనే రాస్తున్నాం. విజ్ఞాన శాస్త్రాల పరిధి మరింతగా పెరిగి సాంకేతిక పదాలను ఇంగ్లీషు పద ఉచ్చారణకు లిఖిత రూపాన్నిస్తున్నాం - రాడార్, శాటిలైట్ వంటి పదాలు, ఒకటి రెండే. ఇలా ఎన్నో పదాలు వివిధ శాస్త్ర విజ్ఞాన, సామాజిక శాస్త్ర విజ్ఞానాల నుంచి వచ్చి చేరుతున్నాయి. ఇటీవలికాలంలో తెలుగులోనే కాక ప్రపంచ భాషల్లోకి చొరబడిన మరోకొత్త పదం 'Tsunami'. పెను ఉప్పెన దీనికి పూర్తిస్థాయి అర్థం ఇవ్వదు కాబట్టి మన దినపత్రికలు తెలుగులో -

BRAOU

'సునామీ', 'త్సునామీ' అని రాశాయి. 'సునామీ' సరైన పదరూపంగా స్థిరపడే అవకాశాలే ఎక్కువగా ఉన్నాయి. ఇంగ్లీషులో 'టి' అక్షరం నిశ్శబ్దంగా 'ఎస్'తో కలిపి పలకడం వల్ల పదరూపం 'సునామీ' దగ్గరకు చేరింది. పదాల ఎంపిక, వాక్యనిర్మాణం వంటివి వేగంగా, క్షణాల మీద జరగాల్సిన సందర్భానికి ఈ పదప్రయోగం ఒక ఉదాహరణగా నిలుస్తుంది. పత్రికా ప్రచురణలో ఇటువంటి పదరూపకల్పనలు ఎన్నో కన్పిస్తాయి. ఇంగ్లీషు పదాలకు తెలుగు సమానార్థకాలని నిర్ధారించి కొన్ని తెలుగు పత్రికలు ఆమోదించి, కొంతకాలంపాటు వాడినా ఆ పదప్రయోగాలు కనుమరుగవడమూ చూస్తాం. 'అండర్ వరల్డ్'కు 'అధోజగత్తు' అని రాసినా, 'ఇన్వెస్టర్'కు మదుపుదారుడని రాసినా మళ్లీ ఇంగ్లీషు పదాల జోలికే వెళ్తున్నాం. వార్తలనందించడంలో వేగాన్నందిపుచ్చుకోవాలనే దృష్టి, ఇతర తెలుగు పత్రికలతో పోటీ, వాణిజ్యపర దృక్పథం ఇటువంటి పదాల విషయంలో మళ్ళీ ఇంగ్లీషునే ఆశ్రయించేలా చేస్తున్నాయనే వాదన ఉంది. కుదింపు రూపంలో ఉండే నామకరణాలు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి ప్రధానంగా రాజకీయ పార్టీల పేర్లు - తెదేపా, తెరాస, భాజపా వంటివి. పార్టీల పేర్లు పూర్తిగా కాకుండా తెలుగు అక్షరాల సంక్షిప్త రూపాల్ని రాస్తున్నాం. హిందీ దినపత్రికలలో ఈ విధమైన 'రాసేవిధానం' చాలా ఏళ్లనుంచే ఆచరణలో ఉంది. రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్‌లలో ఈ రకమైన వాడకమూ దానికి తోడై తెలుగు పత్రికలలోను కుదింపు రూపంలో నామవాచకాల (పేర్లు)ను రాస్తున్నాం.

- మాధ్యమాల ప్రభావం వాడుక భాషలో ఎన్నో మార్పులకు, స్థిరీకరణకు దోహదపడ్తోంది. పత్రికా భాషలో కొన్ని పదప్రయోగాలు చివరివాటి ఉపయోగానికి భిన్నంగా పూర్తిగా కనబడక పోవడం చూస్తాం. భోగట్టా, ప్రభుతులు, అభిజ్ఞవర్గాలు మొదలైన పదాలు ఇదివరకు పత్రికల్లో వార్తలనంటిపెట్టుకొని ఉండేవి. అట్లాగే గ్రాంథికానికి దగ్గర ఉండే 'ఏర్పడినది', 'తెలియజేయబడినది', 'గైకొన్నారు' వంటి ప్రయోగాలు కనిపించేవి. ప్రస్తుతం తెలుగు పత్రికల్లో ఎక్కడయినా వాడుతున్నారని వెదికినా, ఇవి కన్పించడం కష్టమే. ఈ మార్పు కచ్చితంగా ప్రసార మాధ్యమం నుంచి వచ్చి చేరిన ప్రభావమే.
- పత్రికా రచనా శైలిలో మార్పు కనిపిస్తుంది. వార్తా రచన శైలి 'సరళమైంది' - కఠిన పదాల వాడకం కన్పించదు. వాడుక మాటల్లోనే వార్తను చెప్పే అలవాటు పెరిగింది. వాక్యాలు చిన్నవిగా ఉంటున్నాయి. దీర్ఘ వాక్య ప్రయోగం, సమాసభూయిష్టమైన పదాల వినియోగం పూర్తిగా తగ్గడానికి టెలివిజన్‌కున్న జనరంజక శక్తి నుంచే ప్రసరించింది. సూక్ష్మ వాక్య ప్రయోగంగా దీన్ని మనం చెప్పుకోవచ్చు. అక్షరజ్ఞానం లేనివారికి కూడా భావప్రసారం జరిగే సులువైన శైలి, సరళపదాలు, చిన్న వాక్య నిర్మాణం ఇవాళ్టి పత్రికారచన ఆచరణగా కొనసాగుతోంది.
- 'అన్యాయం చేయమని' వంటి పదాలు భిన్న అర్థాల్ని ఇస్తాయి. కొన్ని సంర్భాల్లో పూర్తి వ్యతిరేక అర్థాన్నిచ్చే ఆస్కారమూ లేకపోలేదు. పత్రికా రచనలో - రాతరూపంలో ఉంటుంది కాబట్టి, వాక్యనిర్మాణంలో 'పదనిర్ధారణ' గమనించగలం కాబట్టి సరైన అర్థం రాకపోయే ప్రమాదం ఏమీ ఉండకపోవచ్చు. కానీ మిగిలిన మాధ్యమాలలో అర్థం మారే ప్రమాదం ఉంటుంది. కాబట్టే 'అన్యాయం చేయబోమనే' పదప్రయోగం చూస్తాం. ఇటువంటి సందర్భాలలో వార్తలు రాసేటప్పుడు - పద విస్తరణ, కుదింపు పైన ఒక కన్నేసి ఉంచాలి.
- పత్రికల వార్తల్లో విషయాన్ని, సూక్ష్మంగా, ఆకర్షణీయంగా చెప్పడానికి వార్తా శీర్షికల్లో, పదాల్లో 'పద విన్యాసాల్ని' గమనిస్తాం. రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్ 24/7 తరహా వార్తా ప్రసారాలు ఈ రకమైన పదవిన్యాస ప్రయోగాలకి తోడ్పడుతున్నాయి. రెండు పదాల అంతర్ సమ్మేళనం ద్వారా 'భావప్రసారం' జరిగే కృషి కనిపిస్తోంది. ఈ కింద ఇచ్చిన పదప్రమాణాల్ని చూస్తే మీరే ఒక అవగాహనకొస్తారు.

ఇ'బ్బంద్'లు, ఓటాన్ అంకెలు, పోల'వరం', జన'భేరి', పైవాడి (కేంద్రం...), ఉపాధి 'కల్పనే', 'ఫ్యాషన్' అందింది, 'నవో' త్యాగం (బడ్జెట్ 9 సార్లు ప్రవేశపెట్టిన సందర్భం), 'పడుచు'లకు ... ఆ'గర్భ'శోకం, కొన 'సా......' గించడమే, 'ఏం చేసినా కాలపరిమితిలోపే', 'అసలు వారు లేరే... అయ్యవారు లేరే!' 'సొసాల్ సత్తెమ్మ', మమతపై 'ప్రణభాస్త్రం', వ్యవ'సాయమేది', వ్యవసాయానికి 'కోతల' కాలం, 'పదవీదీపం' ఉండగానే వారసుల్ని చక్కబెట్టుకోవాలి, పెట్రోరసాయనాలు, డిజిటల్ ఉప్పెన, 'షేరు'వాక సాగాలో..., 'బీజింగుళూరు' జంట ఈ దశాబ్ది ఎవరిదంట?

BRAOU

- వార్తలంటే రోజువారీ విశేషాలు. ఎన్నో కొత్త అనుభవాలు, ముందెన్నడూ లేని విషయాలు పాఠకులకు అందించాలి. కొత్త పదాల సృష్టి, వాటి వ్యాప్తి నిత్యం కొనసాగాలి. నూతన పదసృష్టి, వాటి వ్యాప్తికి ఈ ధోరణి సహకరిస్తుంది. దీనికి లభించే మాధ్యమాల తోడ్పాటూ ఎక్కువే.

ముంబైలో కురిసిన భారీ వర్షాల గురించి - 'కుంభవృష్టి, కుండపోత' ప్రయోగాలు చేయడం సాధారణమే. 'రికార్డుస్థాయిలో వర్షాలు' అని రాయడమూ సాదాసీదా ప్రయోగమే. "ముంబైలో మహావృష్టి" శీర్షికలో - దాని కింద "చిల్లుపడిన ఆకాశం కింద అల్లాడిన మహానగరం" రాసి వార్తను ప్రచురించింది మరో తెలుగు పత్రిక.

'మహావృష్టి' ఇక్కడ కొత్త పదం. అట్లాగే 'హోం మినిస్టర్', దేశవ్యవహారాల మంత్రి స్థానంలో వచ్చిన మరో కొత్త పదం 'హోం మంత్రి'.

వార్తల రచనలో భాషా విషయంగా ఇటువంటివే మరెన్నో మనం గమనించగలం. వాడే పదాలలో హేతుబద్ధత, ఉచ్చారణ రూపాలలో ఏకరూపత, వాక్యంలో విన్యాసం వంటి వాటి విషయంలోను మెలకువల్ని 'పత్రికా భాషను' రాసే సందర్భంలో మనం గ్రహించాలి. రేడియో, టెలివిజన్‌ల ద్వారా కొనసాగే ప్రత్యక్షప్రసారాలు, ఇంటర్నెట్ ఇంటరాక్టివిటీ 'తెలుగు భాషకు' కొత్తరూపాల్ని అద్దే సామర్థ్యం గల ప్రక్రియలు. ప్రేక్షకులు తమ తమ స్థాయినిబట్టి ప్రసార సాధనాల ద్వారా తెలుగు భాషను పరిపుష్టం చేసే వీలుంది. పాఠకుడు, ప్రేక్షకుడు - ఇంటర్నెట్ వినియోగదారుడిగా ఎదిగి తెలుగుభాషా వినియోగంలో తనవంతు కృషి అందజేస్తున్నాడు. భాషా వినియోగంలో తనవంతు కృషి అందజేస్తున్నాడు. భాషా వినియోగంలో చలనశీలత, తక్షణత్వం దీంతోపాటు చేరి కొత్త వేగాన్ని చొప్పిస్తాయి. కొత్త ప్రయోగాల తాకిడి పెరుగుతుంది. మారుతున్న భాషా ప్రయోగాలను బట్టి కొత్త ఆచరణలు పుట్టుకొస్తాయి. ప్రపంచీకరణ నేపథ్యంలో అంతర్జాతీయ వార్తల ప్రవాహం ఎక్కువయింది. ఒక భాషలోని ప్రతి పదానికి మరో భాషలో సమానపదం ఉండదు. వార్తల అనువాద సమయంలో మూలభాషా పదానికి భావానికి దగ్గరగా లక్ష్య భాషా పదాన్ని గుర్తించాలి లేదా కొత్త పదాన్ని సృష్టించే ప్రయత్నం చేయాలి. మూలభాష, లక్ష్య భాష సాహిత్య సంప్రదాయాల్లోని భేదాలు, భౌగోళిక పరిస్థితులు, సామాజిక సంబంధాల్ని సందర్భంగా పరిగణనలోకి తీసుకోవడం తప్పనిసరి. అట్లాగే వార్తల శైలిని బట్టి మూలరచనలోని భావాలను, సమాచారాన్ని అందించడంతో పాటు దానిలోని నాదగుణాన్ని (Rythm) పాఠకులకు చేరవేయాల్సిన బాధ్యత కూడా తీసుకోవాలి. మాధ్యమాలు 'సమ్మేళిత' దిశగా వెళ్తున్న సందర్భంలో మనం గుర్తుంచుకోవాల్సిన మరో అంశం ఒకటి ఉంది. రాసేభాష వ్యాకరణ సూత్రాలకు, నియమాలకు లోబడి ముందుకు సాగుతుంది. కానీ మాట్లాడే భాష 'సౌలభ్యం' పేరుతో కొన్ని మినహాయింపులు పొందుతుంది. రాసేభాషకు, మాట్లాడే భాషకు అంతరాలు వచ్చేది ఈ కారణంగానే. ఇది తప్పదు. ఈ దూరాన్ని తగ్గిస్తూ పోవడమే 'మాధ్యమ భాష' చేసే పని, దాని లక్షణమూ. నిరంతరం ముందుకు సాగే సాంకేతిక ప్రగతితోపాటు భాష కూడా మరింత రూపాంతరం చెందక తప్పదు. తెలుగు పత్రికలలో భాష పరిణామాత్మక మార్పులతో భావ ప్రసారానికి సమర్థవంతంగా సహకరిస్తుందనే చెప్పాలి. భవిష్యత్తులో వార్తలు, వార్తాధారిత కథనాల రచన మరింత విప్లవాత్మక మార్పులకు లోనవుతాయని ఈ సందర్భంగా అంచనా కట్టవచ్చు.

అభ్యాసం-1

వార్తా రచనలో నైతిక విలువలు ఏ విధంగా ఉండాలో తెలపండి.

BRAOU

అభ్యాసం-2

వార్తా రూపాల గురించి వివరించండి.

7.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- మానవ సమాజం పరస్పరం సమాచారాన్ని ఒకరికొకరు అందించుకోవడమే వార్త.
- వార్త పాఠకునికి చేరాలంటే, వారికి అర్థమయ్యే సులభమైన భాషలో అందించడం ముఖ్యం.
- వార్త సరైన రూపంలో పాఠకునికి చేరాలంటే వార్తకు భాష చాలా ముఖ్యం.
- ఏమిటి, ఎప్పుడు, ఎక్కడ, ఎలా, ఎందుకు అనే ప్రశ్నలకు జవాబు దొరికినప్పుడే వార్త సంపూర్ణమైన వార్త అవుతుంది.
- వార్త రచయిత దృష్టికోణం విశాలంగా ఉండాలి.
- వార్తా రచనకు భాషా దృష్టి చాలా అవసరం.
- భాష, వార్తకు వాహికగా పనిచేస్తుంది.
- వార్తను మోయడంలో భాషది కీలకమైన పాత్ర.
- కాలానుగుణంగా వార్త నిర్వచనం మారుతుంది.
- వార్తకు కొన్ని మౌలిక విలువలు, లక్షణాలు ఉంటాయి.
- నిష్పాక్షికత వార్త విశ్వసనీయతను కాపాడే కవచం వంటిది.
- మాధ్యమాల ప్రవేశం తర్వాత, సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో వచ్చిన మార్పుల కారణంగా వార్తలు రాసే భాషలోనూ మార్పులు వస్తున్నాయి.
- భవిష్యత్తులో వార్తారచన, వార్తా కథనాల రచన మరింత విప్లవాత్మక మార్పులకు లోనయ్యే అవకాశం ఉంది.
- వార్తా రచనలో 'రచనా నిర్మితి'ని, పత్రికలో వార్తా ప్రచురణ ప్రాధాన్యాన్ని గుర్తించాలి.
- తెలుగు వార్తాపత్రికలకు వందేళ్ళ పైగా చరిత్ర ఉంది.

BRAOU

7.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వార్తా రచనను నిర్వచించండి.
2. వార్తా రచనకు ఉన్న అవకాశాలను వివరిస్తూ, ఏ విలువలు కలిగి ఉండాలో తెలపండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వార్త - నైతికత - ప్రాధాన్యతలను పేర్కొనండి.
2. వార్తా రూపాలు రాయండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. వార్తా రచనలో నైతిక విలువలు తప్పనిసరిగా ఉండాలి. వార్తలు కొన్ని నియమాలను కలిగి ఉండాలి. ఒక సంఘటన ఏ రకంగానైనా జరగవచ్చు. కానీ దాన్ని వార్తగా ప్రచురించేప్పుడు నైతిక విలువలను పాటించాలి.

ఉదాహరణకు అసెంబ్లీలో ఇద్దరు నాయకులు వాదులాడుతున్నారు. అసభ్య పదజాలంతో తిట్టుకున్నారు. మనం ఉచ్చరించలేని మాటలు వారి నోటి నుంచి వచ్చాయి అన్నప్పుడు, జరిగింది జరిగినట్టుగా వాస్తవంగా చూపించాలి అనే ఉద్దేశంతో ఒక విలేకరి యథాతథంగా వాడనవసరం లేదు. "అసభ్య పదజాలం" అనే మాట అక్కడ జరిగిన విషయాన్ని తెలియజేస్తుంది. మనం నైతిక విలువలను కోల్పోకుండా, ఒక్క పడికట్టు పదజాలాన్ని ఉపయోగించి సంఘటనను కళ్ళముందు ఉంచగలుగుతాం.

వార్తా రచన చేసేప్పుడు పాఠకుల మనోభావాలను దృష్టిలో ఉంచుకొని వార్తలు రాయవలసి ఉంటుంది. పాఠకుని మనసుకు కష్టం కలిగించని భాషను రచయిత ఉపయోగించాలి.

నైతిక విలువలు కోల్పోకుండా వార్తను పాఠకులకు ఆసక్తికరంగా అందించడమే వార్తా రచన ముఖ్యోద్దేశ్యం.

2. వార్తా రూపాలు ప్రధానంగా రెండు రకాలు 1. వార్తా వ్యాసాలు, 2. ఫొటో ఫీచర్స్

వార్తా వ్యాసాలు: దీన్నే న్యూస్ ఫీచర్ అంటారు. ఒక సంఘటనను పునాదిగా తీసుకుని, దాని పూర్వాపరాలను తెలియజేస్తుంది. వార్త ఒక సంఘటనను యథాతథంగా చిత్రిస్తే ఫీచర్ దానికి రంగు, రుచి, వాసనను ఇచ్చి రుచికరమైన వంటగా మారుస్తుంది.

ఒక వార్త జరిగిన వెంటనే అందించకపోతే పాతదై పోతుంది. కానీ ఫీచర్ అలాకాదు. జరిగిన సంఘటనను కథనంగా మలిచి అందిస్తారు. దాన్లో వివరాలుంటాయి. కనుక అది ఎప్పుడైనా చదివే విధంగా పాఠకుల్ని ఆకట్టుకుంటుంది.

ఫీచర్‌ను చెప్పే విధానం చాలా ముఖ్యం. వ్యక్తిగత అనుభవాలు, అనుభూతులను ఆధారంగా చేసుకొని ఆ సంఘటనకు అనుగుణంగా భాషను ఉపయోగిస్తూ వార్తా వ్యాసాన్ని రచించాలి.

ఫొటో ఫీచర్:

వంద పదాల్లో చెప్పలేని భావాన్ని ఒక్క ఫొటో చెప్పగలుగుతుంది. ఒక వార్తతో పాటుగా దానికి సంబంధించిన ఫొటోను జత చేస్తే ఉండే ప్రభావం వేరుగా ఉంటుంది.

BRAOU

భాగం-8 సంపాదకీయాలు, ఫీచర్లు

విషయక్రమం

8.0 ఉద్దేశం

8.1 ప్రవేశిక

8.2 వార్తాధార, వార్తేతర రచనలు

8.3 సంపాదకీయాలు

8.4 ఫీచర్లు

8.5 శైలి, భాష

8.6 కొన్ని ఆలోచనలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

8.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

8.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

8.0 ఉద్దేశం

BRAOU

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- సంపాదకీయాలు, ఫీచర్లు స్వరూప స్వభావాలు, పరిధి, శైలీభేదాలు.
- సంపాదకీయాలు, ఫీచర్ల రచనపై సందర్భాలలో రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్ వంటి ఇతర మాధ్యమాల ప్రభావం.
- సాంకేతిక విజ్ఞానాభివృద్ధి ద్వారా లభిస్తున్న కొత్త అవకాశాలు, వెలుగుచూస్తున్న కొత్త అవసరాలు కల్పిస్తున్న ఆలోచనలు, ఫీచర్లు, సంపాదకీయాలు రచన మీద వాటి ప్రభావం, తీరుతెన్నులు.

8.1 ప్రవేశిక

సాధారణంగా ప్రతిపత్రికలో 'సంపాదక పేజీ' ఒకటి ఉంటుంది. దాన్నే ఇంగ్లీషులో 'ఎడిట్ పేజీ'గా వ్యవహరిస్తారు. ఒకటి లేదా రెండు సంపాదకీయాలు, ఒక వ్యాసం లేదా ఫీచర్, కాలమ్ వంటివీ ఈ పేజీలో ప్రచురిస్తారు. ఆయా పత్రికలు ఏర్పరచుకొన్న విధానాలను అనుసరించి ఎడిట్ పేజీ నిర్మాణం ఉంటుంది. ఎడిట్ పేజీల నిర్మాణంలో, వచ్చే రచనలలో భిన్నత్వమూ, వైవిధ్యమూ స్పష్టంగా కనిపిస్తాయి. ఏ రెండు లేదా అంతకంటే ఎక్కువ పత్రికలను పరిశీలిస్తే ఈ వాస్తవాన్ని గుర్తించవచ్చు. చాలా పత్రికలు పాఠకులు పంపే లేఖలను కూడా ప్రచురిస్తాయి. లేఖలను ప్రచురిస్తున్నప్పుడు వాటిని రాసిన వారిభావాలను మార్చకుండా లేఖలోని భాషాదోషాలను పరిహరించి చదవదగినవిగా సరిచేసి ప్రచురిస్తుంటారు. ఇవేకాకుండా ఫీచర్ల రూపంలో మరికొన్ని రచనా రూపాలు - వ్యాపారం, ఆరోగ్యం, క్రీడలు, విద్య, వంటి రంగాలకు కేటాయించిన పేజీలలో ప్రచురించడమూ చూస్తాము. ఈ రచనా రూపాలు వివిధ వర్గాల వారికి, వివిధ వయసుల వారికి ఉద్దేశించినవై ఉంటాయి. వయసు, విద్య, ఉద్యోగం వృత్తి వంటి భిన్న నేపథ్యాలకోసం చేసే రచనా రూపాలు ప్రస్తుతం పత్రికా ప్రచురణలో అంతర్భాగాలు. ఫీచర్లు, ఫీచర్ల అనుబంధ రచన రూపాలుగా ప్రాధాన్యతను పొందగలిగాయి.

సంపాదకీయ పేజీ గురించి భిన్నాభిప్రాయాలు ఉన్నాయి. ఎక్కువ మంది చదివినా, చదవకపోయినా ఈ పేజీ మాత్రం 'దిన పత్రికలో' ఒక ముఖ్యమైన భాగం. చాలా సందర్భాలలో వివిధ రంగాలకు కేటాయించిన పేజీలలో వచ్చే రచనలు ఉపయుక్తంగా ఉంటున్నాయి. ఈ రచనల్లో విస్తృత సమాచారం, నైపుణ్యాలు, పరిశోధనాంశాలు ప్రస్తావించడమే ఇందుకు దోహదపడుతోంది. నిర్దేశిత సాధకులనుద్దేశించి ఉండటం వలనకూడా ఈ పరిస్థితి ఏర్పడుతోంది. సాధారణంగా ఫీచర్లు, వ్యాసాలు, కాలమ్స్, వ్యాపార, క్రీడా, విద్యా తదితర వార్తా వ్యాసాలు, ఫీచర్లుగా వీటిని వర్ణిస్తున్నారు. పత్రిక ఉద్యోగులుకాని, వెలుపలి వ్యక్తులుకానీ రాస్తుంటారు. వీరిలో సీనియర్ పత్రికా రచయితలు, అధ్యాపకులు, పరిశోధకులు, రాజనీతజ్ఞులు, ఆయారంగాల నిపుణులు ఉండటం సహజం. అరుణ్‌శౌరీ, కులదీప్ నయ్యర్, కుష్వంత్ సింగ్, ఎం.జె. అక్బర్ వంటివారు జాతీయ స్థాయిలో కన్పిస్తే తెలుగు పత్రికలలో గోరాశాస్త్రి, నార్ల, విద్యాన్ విశ్వం, నండూరి రామ్మోహనరావు, శ్రీధర్, ఇనగంటి వెంకట్రావు, పొత్తూరి, తుర్లపాటి, రామచంద్రమూర్తి వంటివారు ఉన్నారు. ఇవి కొన్ని పేర్లే తెలుగు పత్రికా రంగంలో ఈ దిశగా కృషి చేస్తున్నారు. చేసినవారు లెక్కకు మిక్కిలి ఉన్నారు. పాఠకులలో ఉండే భిన్నాభిప్రాయాలకు ప్రతిరూపంగానే ఈ రచనా నేపథ్యాన్ని పేర్కొనవచ్చు. పాఠకులు తన ఆలోచనా ధోరణిని బట్టే ఏ పత్రికవైపు మొగ్గు చూపాలో నిర్ణయించుకుంటారు. ఫీచర్లు వర్గీకరణలోకి వచ్చే కొన్ని రచనా రూపాలు కాలమ్, వ్యక్తిత్వ పరిచయాలు, కీలక సమస్యల విశ్లేషణలు వంటివి ఎడిట్ పేజీలో కనిపిస్తాయి. మరికొన్ని మహిళలు, వ్యాపారం, విద్య, క్రీడలు మొదలయిన పేజీల్లో ప్రచురిస్తుంటారు. సంపాదకీయ పేజీలో 'సంపాదకీయాన్ని' గానీ, చిన్న సంపాదకీయాలు రెండైనా కానీ రాసేది సంపాదకీయ రచయితలే. పత్రికా రచనలో ఒకప్పుడు 'సంపాదకీయాలు' పత్రికా సంపాదకుడే విధిగా రాసేవారు. 1970ల దాకా ఈ పరిస్థితి కొనసాగింది . క్రమేపీ 'యాజమాన్యాల' అధిపత్యం పెరిగి 'సంపాదక విభాగాలు' ఏర్పడి వాటిద్వారా సంపాదకీయాలు రావడం కన్పిస్తుంది. సంపాదకీయ బాధ్యతలు నిర్వహిస్తున్నవారు సంపాదకీయం రాయడం ఇప్పుడూ కొన్ని పత్రికల్లో ఉంది. ప్రస్తుతం సంపాదకీయ రచన యాజమాన్యం ఆలోచనల మేరకే కొనసాగడంగా ఉంది. ప్రత్యేక విషయాలపైన అవసరమైన సందర్భాల్లో నిపుణుల సహకారంతో వీటిని రూపొందిస్తున్నారు. లేదా నిపుణులచేతే రాయిస్తున్నారు.

8.2 వార్తాధార, వార్తేతర రచనలు

పత్రికా ప్రచురణలో అత్యధిక ప్రతులను అమ్మే వాటిలో మన దేశానిది రెండవ స్థానం. మొదటి స్థానం చైనాది. మన దేశంలో దాదాపు 99 మిలియన్ల పత్రికల కాపీలు రోజూ అమ్ముడవుతున్నాయి. గత అయిదేళ్లలో దాదాపు 30 శాతంపైగానే పెరుగుదల అమ్మకంలో కన్పిస్తోంది. దాదాపు 200 మిలియన్ల మంది వార్తా పత్రికలు రోజూ చదువుతున్నారు. ప్రపంచంలో ప్రచురితమవుతూ పేరున్న 100 పత్రికల్లో 19 పత్రికలు మన దేశంలోనివే. వార్తా పత్రికల నేపథ్యాన్ని, రచనాంశాల ప్రాధాన్యాన్ని గుర్తించడానికి ఇంతకంటే కొలబద్ధ ఇంకేం కావాలి. వార్తా పత్రికలు కేవలం వార్తలు, వార్తాధార రచనలకే పరిమితం కాలేదు. వాటి పరిధి విస్తరిస్తోంది. సమాజంలోకి చొచ్చుకుని చొరవగా వెళ్లగలిగిన సామర్థ్యంతో 'రచనా వైవిధ్యాన్ని' ప్రదర్శించగలుగుతోంది. వార్తా పత్రికల రచనల్లో వార్తలు, వార్తాధారిత అంశాలు, వార్తేతర అంశాలు ప్రధానంగా కనిపిస్తాయి. సృజనాత్మకేతర రచన పరిధిలోకి వచ్చేవిగా ఈ రచనలు ఉంటున్నాయి. అట్లాగే సృజనాత్మక పరిధిలోకి వచ్చే కథలు, కవితలు, గల్పికలు, వార్తాధారిత కథనాలు ఇలాంటివే రచనా రూపాలు మరికొన్ని పత్రికల్లో వస్తున్నాయి. కాకపోతే వీటి స్థాయి పత్రికలలో పరిమితంగానే ఉంటోంది.

పత్రికా రచనలలో (ముఖ్యంగా దినపత్రికలలో) వస్తున్న రచనా రూపాలను వార్తాధారిత, వార్తేతర రచనలుగా వర్గీకరించవచ్చు. పత్రికల్లో రాసే అవకాశాలు పెరగడం, రచయితలు సంఖ్య ఎక్కువ కావడం, వైవిధ్యమైన ఆలోచనల్లోంచి 'విషయాలు' కొత్తవి రావడం, మాధ్యమాల ప్రభావంతో ప్రపంచం నలుమూలల నుంచి 'కొత్త రచనా ప్రక్రియలు' వచ్చి చేరడం - ఈ ప్రాథమిక వర్గీకరణకు సహకరిస్తున్నాయి. రచనా విధానాల్ని, రచనా ప్రక్రియల్ని క్షుణ్ణంగా పరిశోధన చేస్తే శాస్త్రీయమైన వర్గీకరణ ఒకటి తప్పకుండా ముందుకు రాకపోదు. వార్తలను సృజనాత్మకేతర రచనగా భావిస్తే, వార్తలు ఆధారంగానే మరికొన్ని సృజనాత్మక రచన రూపాలు వచ్చి చేరుతున్నాయి. సృజనాత్మక రచనలుగా ఉండే కథ, నవల, కవిత, గల్పిక వంటి సాహిత్య ప్రక్రియలకు భిన్నంగా ఉండే రూపాలవి. ఉదా॥ శాస్త్ర విజ్ఞానాన్ని వచనంలోనో, కవిత్వంలోనో మాట్లాడే భాషలో చెప్పం వార్తాధారిత రచనలతోపాటు వార్తేతర రచనలు ఎన్నో అంశాలకు సంబంధించి

BRAOU

పత్రికల్లో వస్తున్నాయి. సామాజిక స్పృహ, మానవ సంబంధాలు, హక్కులు, విధులు, విద్యా వైద్యావసరాల సమాచారం వంటి అంశాలకు సంబంధించి రచన రూపాలు పత్రికల్లో వస్తున్నాయి. చాలా సందర్భాల్లో ప్రత్యేక పేజీలుగా నిర్దేశిత పాఠకులనుద్దేశించి వస్తున్నాయి. ఇంగ్లీషు పత్రికలలో ఇది చాలా పెద్ద ఎత్తున అమలులో ఉంది. తెలుగు పత్రికలలోనూ దీనికున్న ఆదరణ తక్కువేమీ కాదు. ఈ తరహా పత్రికా ప్రచురణ నుంచి ప్రచురించబడుతున్న దినపత్రిక ఏదీ తెలుగులో లేదంటే అతిశయోక్తికాదు. దినపత్రికలతోపాటు వివిధ కాలిక ప్రచురణలు - మ్యాగజైన్లు, సపరివార పత్రికల్లోనూ ఈ ధోరణే ముఖ్యంగా తెలుగులో కనిపిస్తోంది. తెలుగులో రచనావకాశాలు పెరిగాయి. భాష వినియోగంలో కొత్త పరిణామాలు వస్తున్నాయి. కొత్త పదాలు, పదప్రయోగాలు వచ్చి చేరుతున్నాయి. వార్త పత్రికల వెల్లువలో తెలుగు భాష సామాన్యుడికి మరింత దగ్గరగా వెళ్లింది.

రచన చేసేవారి వయసు 'చిన్నదే' అంటే రచనా ప్రక్రియలో యువకులే పాల్గొంటున్నారు. వారికున్న విద్యా నేపథ్యం, సాంకేతిక పరిజ్ఞాన నేపథ్యం, ఇంగ్లీషు భాషలో వారికున్న అభినివేశం వంటివే ఈ వైవిధ్యాన్ని కల్పిస్తున్నాయి. రచన అంటే - 'కమ్యూనికేట్ చేయగలగటం' అనే భావనగా ముందుకొస్తోంది. చిత్రాలు, బొమ్మలు, కొత్త ఆలోచనా ధోరణులు, ఆలోచనల్లో నిజాయితీ, సహజత్వం అన్నీ కూడా తెలుగును మరింత ప్రభావవంతమైన భాషగా తీర్చిదిద్దుతున్నాయి. ఈ పరిస్థితుల మధ్యనుంచే మనం వార్తలు, వార్తాధారిత అంశాలు, సృజనాత్మక రచనలను రాసే విధానాన్ని గుర్తించాలి. వాటి గురించి మరింత తెలుసుకోవల్సిన అవసరమూ ఇప్పుడు ఎదురవుతుంది.

వార్తలు, వార్తాధారిత అంశాలు రాసే విధానం వేరు. వార్తలు, వర్తమాన విషయాలు వేరు. వీటిమధ్య కనిపించే తేడా స్పష్టంగా ఉంటుంది. అట్లాగని రెండింటిలోనూ మౌలికంగా ఉండే సారూప్యాలూ లేకపోలేదు. వార్తలలో మాదిరే 'తిరగేసిన పిరమిడ్' విధానంలో వర్తమాన విషయాలు, వార్త ఆధారిత విషయం రాయడంలో కనిపిస్తుంది. ఎవరు, ఎక్కడ, ఎప్పుడు, ఏమిటి, ఎందుకు - ఎట్లా (5 డబ్ల్యూ.ఐ.హెచ్) అనే ప్రాధాన్యాన్ని పాటిస్తారు. ఈ రకం రచనలు 'వాస్తవాల' ఆధారంగానే రూపొందుతాయి. దినపత్రికల్లో ఈ ప్రాధాన్యత స్పష్టమైంది. మ్యాగజైన్లు, కాలిక పత్రికల్లో పత్రిక నేపథ్యాన్ని బట్టి వెసులుబాటు ఏర్పడుతుంది. వార్తేతర రచనలలో సమాచారం, విజ్ఞానం, వినోదం - ప్రధానంగా ఉంటాయి. వార్తా పత్రికలు సమాచార వాహికలుగా రూపొందడమే ఈ అవకాశాలకి ఊపిరిపోసింది. రచన విధానంలో మాత్రం 'వార్త రచనకు' భిన్నంగా మాత్రం ఉండదనేది మాత్రం ఇక్కడ గుర్తించాలి. వార్తాధారిత సృజనాత్మక రచనకు వార్తా రచన లక్షణాలు కొన్ని అద్దినట్టు కనిపించడం గుర్తించగలం. రచన నిర్మాణంలో మాత్రం కొద్దిపాటి తేడా కనిపిస్తుంది. వార్తా రచనకు అవలంబించే తిరగేసిన పిరమిడ్ విధానం పూర్తిగా కానీ, అన్ని సందర్భాల్లో కానీ తప్పనిసరి కాదు. కేరీర్ అవకాశాల్ని గురించి రాయడమూ, వైద్య విశేషాల్ని గురించి రాయడమూ, పిల్లలకి సైన్సు విజ్ఞానాంశం చెప్పడమూ వార్తేతర అంశాల్లో పత్రికా రచనల్లో కనిపించడం పరిపాటే. దినపత్రికలు వైవిధ్యాంశాల వేదికగా మారడమే దీనికి ప్రధానకారణం. కథ, నవల, గల్పికలు వంటి రచనలు కొన్ని సందర్భాల్లో సామాన్య రచనల కోవలోకి వచ్చినా ఆదివారం ప్రత్యేక సంచికలోనో, వారంలో ఏదో ఒకరోజు ప్రత్యేకించి ప్రచురించడం వరకే పరిమితం. ఈ నేపథ్యంలోనే పాఠ్యభాగంలో వార్తాధారిత రచనలను చర్చించే ప్రయత్నం సాగింది. సృజనాత్మక రచనల చర్చ పాఠ్యభాగం పరిధిలోకి చేర్చలేదు. వార్తా రచనకు భిన్నమైన ప్రక్రియ కథ, నవల, కవిత కావడం వల్ల చర్చలో చేర్చలేదు. వార్తలు, వార్తాధారిత రచనలు, వార్తేతర రచనలు పాఠ్యాంశం కేంద్రీకృతాంశంగా భావించి చర్చ చేస్తున్నాం. వార్తా రచన పత్రికా రచనకు ప్రాథమికమైంది. పత్రికా రచన ఒక ప్రత్యేకమైన ప్రక్రియ. పత్రికా రచనకు కొన్ని సూత్రాలు ఉన్నాయి. మరికొన్ని నియమాలు ఉన్నాయి. పత్రికా రచనకు 'పత్రికా భాషంటూ' ఒకటి ఉంది. వార్త 'నిర్మాణం' భిన్నమైంది. తిరగేసిన పిరమిడ్ రూపంలో వార్తను రాస్తారు. వార్తలో ముఖ్యమైన సమాచారం మొదటి రెండు, మూడు వాక్యాలలోనే ఉంటుంది. చివరి వాక్యాల్లోకి చేరేసరికి వార్తలో ప్రాధాన్యం లేని వాస్తవాలే ఉంటాయి. వార్తను తక్షణమే అందించాలి కనుక పత్రికలో లభించే దానిచోటుని బట్టి ప్రచురణ సందర్భంలో కుదిస్తారు. కుదించే సందర్భంలో ప్రచురణకు ముందు చివర్న అంతగా ప్రాధాన్యంలేని అంశాలను తొలగిస్తారు. తిరగేసిన పిరమిడ్ విధానంలో వార్తను కుదించేందుకు లభించే సౌలభ్యం ఇది. ఇటువంటివే మరికొన్ని అంశాలు వార్తా రచనలో చర్చకు వస్తాయి. వార్తారచనను విస్తృతంగా చర్చించడం మరో పాఠ్యభాగంలో చేశాం. పరిధి కారణంగా పాఠ్యభాగంలో వార్త రచన వివరాల జోలికి వెళ్లకుండా వార్తాధారిత, వార్తేతర రచనా రూపాలకే పరిమితం చేశాం. వార్తాధారిత, వార్తేతర రచనా రూపాలలో సంపాదకీయాలు, ఫీచర్లు ముఖ్యమైనవిగా భావించి వాటిని

BRAOU

ప్రత్యేకించి వివరిస్తున్నాం. 'సంపాదకీయాలు' వార్తా పత్రికల యాజమాన్య దృక్పథాన్ని స్పష్టం చేస్తాయి. ఫీచర్లు వార్తాధార, వార్తేతర అంశాల రచనలను ప్రతిబింబిస్తాయి. కాలమ్స్, వ్యాసాలు, వ్యాపార రచన రూపాలు, వార్త కథనాలు వంటివి ఫీచర్ల వర్గీకరణలో భాగంగా ఉంటాయి. ఎన్నో రచనా రూపాలూ కనిపిస్తాయి. సంపాదకీయ రచనల్లో వార్తేతర విషయాలను ఎంపిక చేసుకుంటారు. విషయ ప్రాధాన్యం, యాజమాన్య విధానాలకు పరిగణనలోకి తీసుకునే 'సంపాదకీయ' అంశాల ఎంపిక ఉంటుంది. యాజమాన్యం దృష్టికోణం నుంచే రాస్తారు. పత్రికా రచన విస్తరణ పెరగడం, పత్రికల సంఖ్య పెరగడం వల్ల రచనల్లో వైవిధ్యం పెద్దఎత్తునే కనిపిస్తోంది. ఒకటికి రెండు పత్రికలు చదివితేనో, అధ్యయనం చేస్తేనో సంపాదకీయాలు, ఫీచర్ల విషయంలో అవగాహన పెరుగుతుంది.

8.3 సంపాదకీయాలు

'సంపాదకీయం' ఒక అంశానికి, ఒక సందర్భానికి, ఒక విషయానికి సంబంధించి 'వార్త పత్రిక' దృక్పథాన్ని చెప్పగలిగే 'రచన' అని చెప్పుకోవచ్చు. సంపాదకమండలి అభిప్రాయంగా సంపాదకీయాల్ని పేర్కొనవచ్చు. యాజమాన్యాధిపత్యంగల వార్తా పత్రికయితే 'యాజమాన్య దృక్పథంగా' భావించవచ్చు. వార్తా పత్రిక దృష్టికోణమే సంపాదకీయం అని అనడంలో తప్పేమీ ఉండదు. చాలా సందర్భాల్లో ఎవరిపేరు మీద దీన్ని రాయరు. సంపాదకుడిదిగానో లేదా పత్రికకు నేతృత్వం వహించే యాజమాన్యానిదిగానో దీన్ని గుర్తిస్తారు. అయితే కొన్ని పత్రికల్లో ఎడిటర్ పేరు రాయడాన్ని గమనిస్తాం. నిపుణుల చేత ప్రత్యేక విషయాల మీద సంపాదకీయాల్ని అరుదుగా రాయిస్తారు. ప్రత్యేక విషయాల మీద నిపుణులు రాసిన సందర్భాల్లో 'పేరు'ని చూస్తాం. న్యాయవాదులు తమ వాదనను 'అంగీకారయోగ్యంగా' చేసే ప్రయత్నంలానే సంపాదకీయం పాఠకుడి ఆమోదాన్ని పొందే ప్రయత్నం చేస్తుంది. ఏదైనా వార్త మీదో, సంఘటన మీదో, సమస్య మీదో సంపాదకీయాన్ని సాధారణంగా రాస్తారు. పాఠకులను, ప్రజలను ప్రభావితం చేసే పనిని సంపాదకీయాలు చేయగలవు. ఒకే మాటలో చెప్పాలంటే సంపాదకీయాన్ని 'అభిప్రాయయుత వార్తాకథనంగా' అభివర్ణించవచ్చు. 'సంపాదకీయం' కొన్ని విధులను నిర్వహిస్తోంది. అవి : సంక్లిష్టమైన అంశాన్ని అర్థమయ్యేరీతిలో చెప్పే ప్రయత్నం చేయడం ఒకటి. 'సహేతుకమైన చర్చకు' పాఠకుడ్ని ఉత్తేజితం చేయగలగడం మరొకటి. కీలకమైన వార్తాంశాలు, సమస్యల పట్ల అవగాహనను కల్పించడం ఇంకొక ప్రయత్నం. వార్తాంశాల్లో సమయానుకూల కోణాల్ని ఆవిష్కరించగలగడం వంటివి. ఏదైనా ఒక కీలకమైన వార్తాంశం విషయంలోనే, ఒక ప్రధాన సమస్య సందర్భంలోనో వార్తా పత్రిక ఒక వాదాన్ని ఎన్నుకొని దృక్పథంగా ప్రస్తావించగలదు. పరిష్కార దిశగానో, ఉచితానుచితాల చర్చల దిశగానో తన అభిప్రాయం వ్యక్తం చేస్తుంది.

'కోపెన్ హెగన్' - అవకాశాన్ని ఒడిసి పట్టండి - అనే శీర్షికతో సంపాదకీయం ఒకటి మొదటి పేజీలో కొన్ని ఇంగ్లీషు పత్రికలు ప్రచురించాయి. ఇలా ప్రచురించిన (డిసెంబరు 7, 2009) వాటిలో 'ది హిందూ' పత్రిక కూడా ఉంది. 45 దేశాల్లో 56 దినపత్రికల్లో ఒకే సంపాదకీయాన్ని ప్రచురించడం అసాధారణ విషయమని సంపాదకీయం మొదటి వాక్యంలో ప్రస్తావించారు. వాతావరణం నుంచి మానవాళికి పొంచి ఉన్న ప్రమాదాన్ని గురించి హెచ్చరించడానికే ఇలా చేశారు అని వివరణ ఇచ్చారు. కోపెన్ హెగెన్‌లో జరిగే సదస్సు వాతావరణ పరిరక్షణకు సరైన నిర్ణయాలు చేయాలని కోరుతూ కలిసి ఒకే 'సంపాదకీయాన్ని' రూపొందించి ప్రచురించమని చెప్పారు. ఎడిట్ పేజీలో కాకుండా మొదటి పేజీలో ప్రత్యేక సంపాదకీయాన్ని ప్రచురించడం అసాధారణమైన విషయం. ఈనాడు పత్రికలో మద్యపాన నిషేధం కోసం రాసిన సందర్భం, ఇందులో ఒకటి. అలాగే మరికొన్ని సందర్భాల్లోనూ వచ్చాయి. ఇటువంటి నిర్ణయం పత్రికా యాజమాన్యం విధాన నిర్ణయంతోపాటు, సంఘటనో, సమస్యనో, అంశమో అసాధారణమైనదయితే తమ దృష్టికోణాన్ని స్పష్టపరచడానికి పత్రికలు పూనుకుంటాయి. తెలుగు పత్రికల్లో ఇటువంటి అసాధారణ సంపాదకీయాల నేపథ్యాన్ని గుర్తించవలసిన అవసరం ఎంతైనా ఉంది. సంపాదకీయాల రచన, ప్రచురణలో ఇటువంటి అసాధారణ సందర్భాలు ఉంటాయనేది గుర్తించడంతోపాటు సంపాదకీయ నిర్మాణంలో అనుసరించిన రచనా ప్రక్రియను అధ్యయనం చేయడం అవసరం. పత్రికా రచయితగా స్థిరపడాలనే విద్యార్థికి ఇటువంటి అధ్యయనాలు చక్కటి అనుభవాన్ని అందిస్తాయి.

BRAOU

సంపాదకీయాలను రాసే విధానమూ, శైలి, పత్రికా యాజమాన్యం ఏర్పాటు చేసుకున్న విధాన నిర్ణయ్యాలను బట్టి ఉంటుంది. ప్రతి పత్రికకు ఒక శైలి ఉండటమనేది తప్పనిసరి. పత్రికకు 'శైలీపత్రం' అనేది ఒకటి ఉంటుందనేది వింటూనే ఉంటాం. పాత్రికేయ వృత్తిలో చేరిన కొత్తలో దీన్ని సంప్రదించడం పరిపాటే. అనుభవంతో శైలీ విధానం మీ రచనలోకి సహజం గానే వస్తుంది. శైలీ పత్రం తరచూ ఆధునీకరిస్తారు. సమాజమూ, పత్రికలు, పత్రికా రచనలు, పత్రికా రచయితల అనుభవాల నుంచే శైలీ పత్రంలో మార్పుల్ని, చేర్పుల్ని ప్రతిపాదించడం సర్వసాధారణం. చాలా వరకు వర్తమాన వార్తాంశాలను ఆధారం చేసుకుని రాసే సంపాదకీయాలే అధికంగా ఉంటాయి. రాసే విధానమూ, శైలి - విషయాన్ని బట్టి, సందర్భాన్ని బట్టి, రచయిత నైపుణ్యాలను బట్టి ఉంటుంది. పత్రికకున్న విధానపరమైన అంశాలతో పాటు రచయిత సృజనాత్మకతను బట్టి సంపాదకీయ రచన రూపు దిద్దుకుంటుంది. భాష మీద రచయిత కుండే పట్టూ, నేపథ్యాన్ని అనుసరించే ఉంటుంది.

సంపాదకీయ రచనలను గమనించినప్పుడు రాసే విధానంలో ఆచరణలో కొన్ని ధోరణులు గమనిస్తాం. వాటిలో ప్రస్తావించదగిన కొన్ని ధోరణులు - ప్రశ్నించేది, నిర్మాణాత్మక విమర్శ, విభేదాత్మక, వేదాంత, సలహా, ప్రస్తుతి, ఖండన వంటివి. ప్రశ్నించేధోరణిలో సంపాదకీయంలో ప్రశ్నించే నేపథ్యమే ప్రధానం. సంపాదకీయమే ప్రశ్నించడంలో మొదలుకావొచ్చు. ఒక నిర్ణయం విషయంలోనో, తీసుకున్న చర్య విషయంలో విశ్లేషిస్తు నిర్మాణాత్మకంగా విమర్శించడం - నిర్మాణాత్మక విమర్శ ధోరణి సంపాదకీయం ప్రదర్శిస్తుంది. అదే నిర్ణయం గానీ, చర్యగానీ సమర్థనీయం కాదనుకొంటే విభేదించవచ్చు. విభేదనా వాదాన్ని సంపాదకీయంలో ప్రధానంగా ముందుకు తెస్తాం. నిర్ణయాలు, చర్యలు సృష్టించగలిగే పరిణామాలు మన పరిధిలో లేకపోవడం, వాటిని మనం ఏ విధంగానూ అడ్డుకోలేకపోయిన సందర్భాల్లో ఒకలాంటి నిర్వేదం, ఆవేదన వచ్చిపడుతుంది. అటువంటి సందర్భాల్లో వేదాంత ధోరణిలో ప్రవచనాలు పలికే సాహసం సంపాదకీయంలో చేస్తాం. మనం సలహా ఏదైనా ఇవ్వగలమనుకున్నప్పుడు ఉచితానుచితాలను చర్చిస్తూ ఇలా అయితే, అలా చేస్తే - అని సలహా ధోరణిలో చెప్పే సంపాదకీయాన్ని రాయగలం. ప్రస్తుత తరహా సంపాదకీయంలో చేసిన పనిని, నిర్ణయాన్ని ప్రశ్నించే పని చేస్తాం. అట్లాగే 'ఖండన' చేసే పద్ధతిలోనూ సంపాదకీయాన్ని రాయగలం. ఎన్నో రకాల ధోరణులు సంపాదకీయ రచనలో మనం చూడవచ్చు. కొన్ని సందర్భాల్లో ఒకే సంపాదకీయంలో రెండూ అంతకంటే ఎక్కువ ధోరణులు ప్రదర్శించే విధంగా ఉండగలవు. ప్రస్తుతం తెలుగులో వస్తున్న వార్తా పత్రికల సంఖ్య ఎక్కువే. వార్తా పత్రికల నేపథ్యమూ భిన్నమైనదే. పత్రికల సైద్ధాంతిక ఆలోచనలు వేరు వేరు. రచనా శైలి ఎవరిది వారిదే.

BRAOU

తెలుగు పత్రిక రంగంలో స్వాతంత్ర్యానంతర కాలంలో దాదాపు 2, 3 దశాబ్దాల కాలంలో జరిగిన కృషి అపారం. పత్రికలు ప్రజల్లోకి వేగంగా చొచ్చుకుని వెళ్లగలిగాయి. 1975లో ఈనాడు ఆవిర్భావం తెలుగు పత్రికా రచనలో ఒక కొత్త యుగంగానే పేర్కొనవచ్చు. అలాగే నార్ల వెంకటేశ్వరరావు సంపాదకుడిగా పత్రికా రంగానికి, తెలుగు భాషకు, సంపాదకీయ రచనకు చేసిన కృషి ఎనలేనిది. ఎం.ఏ తెలుగు విద్యార్థులుగా మాధ్యమాల రచనా వృత్తి చేపట్టదలిస్తే పత్రికా రంగంలో ప్రముఖ సంపాదకుల రచనలు తరచి చూడవలసిన బాధ్యత మీపైనే ఉంటుంది. వృత్తిలో ఎదగడానికి, ప్రావీణ్యత సాధించడానికి ఇలా చేయడం తప్పనిసరి. నార్ల వెంకటేశ్వరరావు, విద్వాన్ విశ్వం, గజ్జెల మల్లారెడ్డి, ఎ.బి.కె. ప్రసాద్, పొత్తూరి వెంకటేశ్వరరావు, గోరాశాస్త్రి, నీలంరాజు వెంకట శేషయ్య, సి. రాఘవాచారి, బొల్లిముంత శివరామకృష్ణ, కే. రామచంద్రమూర్తి, ఇనగంటి వెంకట్రావు - ఇలా ఎందరో పేరున్న సంపాదకుల రచనలు ఒక సారైనా చదవాలి. చాలా మటుకు సంకలనాల రూపంలో ఆయా పత్రికారచయితల రచనలు ప్రచురణలో ఉన్నాయి. ఈ అందుబాటుని అందిపుచ్చుకొనే ప్రయత్నం మీ పత్రికా రంగ ప్రవేశానికి ఎంతగానో దోహదం చేస్తుంది.

పత్రికలలో అలాగని వార్తాంశాల ప్రచురణ ప్రాధాన్యమూ ఒకటి కాదు. 'శీర్షికల' నిర్మాణం, వాటి ఆచరణలూ కలువవు. స్నాతకోత్తర స్థాయి విద్యార్థులుగా వివిధ పత్రికలలో వస్తున్న సంపాదకీయాల ధోరణులను, రాసే విధానాన్ని, [illegible] చదువుకాకపోయినా ఒక కాలవ్యవధిని పెట్టుకొనైనా గమనిస్తే ఒక చక్కటి అవగాహన ఏర్పడుతుంది. వాటినే విశ్లేషించగలిగితే కొన్ని కొత్త కోణాలు మీ అంతట [illegible]కుతాయి. సంపాదకీయ రచన వైశిష్ట్యాన్ని ఒడిసి పట్టుకునే పట్టులభిస్తుంది.

సంపాదకీయంలో ఒక ధోరణి కనిపిస్తుంది. సంపాదకీయాన్ని బట్టి ఇది ఉంటుంది. యాజమాన్య [illegible] అనుసరించి ఉంటుంది. సంపాదకీయాలు ధోరణులనెన్నింటిని ప్రదర్శించినా - వాటిని వర్గీకరించి చెప్పవచ్చు. ఒక

వర్గీకరణ అమలులో కూడా ఉంది. స్థూలంగా అయిదు రకాలుగా వర్గీకరించారు. అవి : 1. సందేశాత్మక సంపాదకీయాలు, 2. మానవీయ సంపాదకీయాలు, 3. వివరణాత్మక సంపాదకీయాలు, 4. వార్తాధార సంపాదకీయాలు, 5. పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాలు. వీటిని గురించి క్లుప్తంగా తెలుసుకుందాం.

సందేశాత్మక సంపాదకీయాలు:

పేరును బట్టే 'సందేశం' ప్రధానమైనది అని గుర్తించవచ్చు. సమస్య ఏదైనా కావొచ్చు. సంపాదకుడు ప్రజలకు (పాఠకులకు) ఏదైనా స్పష్టమైన సందేశం ఇవ్వాలని గట్టిగా భావించినప్పుడు సందేశాత్మక సంపాదకీయం రాయాలి. ఈ రకమైన సంపాదకీయం రాయదల్చుకొన్నప్పుడు 'విషయం' ఏ మేరకు సహకరిస్తుందో ఒకసారి సరిచూసుకోవాలి. సందేశం ఏమివ్వాలో స్పష్టత నేర్పరుచుకోవాలి. సందేశాన్ని సంపాదకీయంలో ఎలా మిళితంచేయాలో ఆలోచించుకోవాలి. ఉదా॥ కోపెన్ హెగెన్ సదస్సు గురించి, వాతావరణంలో కర్బన వాయువుల స్థాయిలు పెరగడం వల్ల ఏర్పడే విపరిణామాలు. విపరిణామాలు ఎదుర్కొనడమెలా? - సందేశం రూపంలో చెప్పాలి. దాన్ని ప్రణాళికా బద్ధంగా సంపాదకీయ నిర్మాణంలోకి పత్రికకున్న దృక్పథాన్ని, శైలిని బట్టి ప్రస్తావించాలి.

మానవీయ సంపాదకీయాలు:

పత్రిక మొదటి పేజీలో ప్రముఖంగా కనిపించే వార్తలతో ఈ సంపాదకీయాలకు ప్రత్యక్ష సంబంధం ఉండదు. ఉంటే మాత్రం వార్తలో ఏదైనా మానవీయ కోణం బలీయమైనదే ఉంటుంది. 'బాక్స్' కట్టి ఆకర్షణీయంగా ప్రచురించే వార్తల్లోంచి ప్రేరణపొందవచ్చు. మానవీయకోణాన్ని ఆవిష్కరించే సంపాదకీయాలివి. నవ్విస్తాయి. వినోదాన్నిస్తాయి. మనసు మూలాల్ని తట్టి లేపుతాయి. ఒక విధంగా నిత్యజీవితంలో సంభవించే ఒక చిన్న ఘటనను ఆధారం చేసుకుని పాఠకులకు ఆసక్తి కలిగించే విధంగా రాయవచ్చు. భాష, దుస్తులు, అలవాట్లు, భార్యాభర్తల మధ్య సంబంధాలు ఇలా ఎన్నయినా - అంశాలు తరగనివే. శ్రీశ్రీ అన్నట్టు కుక్కపిల్ల, సబ్బుబిళ్ల కూడా ఈ రకం సంపాదకీయాలకు వస్తువు కావచ్చు. ఒక విధంగా ఇది వార్తేతర సంపాదకీయం కోవకి వచ్చి చేరుతుంది. 1970ల్లో ఆంధ్రజ్యోతి దినపత్రికలో నండూరి రామ్మోహనరావు ఈ రకం సంపాదకీయాలను రెండో సంపాదకీయాలుగా రాసేవారు. ఈనాడు దినపత్రికలో ఆదివారం సంపాదకీయాలలో ఇటువంటివి తరచు కనిపిస్తాయి. రచన తీరు ఆహ్లాదకరంగానో, గుంభనంగానో ఉండొచ్చు. అయితే 'హాస్యధోరణి' తొంగిచూడటం తప్పనిసరి.

BRAOU

వివరణాత్మక సంపాదకీయాలు:

ఈ రకం సంపాదకీయంలో 'విషయం' చర్చ వివరణాత్మకంగా ఉంటుంది. ఏదైనా సమస్యను వివరంగా చర్చించదలచినప్పుడు ఈ పద్ధతి పనికొస్తుంది. రాసేముందు సమస్యను క్షుణ్ణంగా అధ్యయనం చేయాలి. సమస్యకుండే పార్శ్వాలను పాఠకులకు వివరంగా చెప్పడం సాధ్యపడుతుంది. వీటినే బ్యాక్‌గ్రౌండ్ (పూర్వరంగ) ఎడిటోరియల్స్ అంటారు. సాధారణ పాఠకులకు విషయ పరిశోధన చేసే సావకాశం ఉండదు కాబట్టి సంపాదకీయంలో ఈ పద్ధతిని అనుసరించడం. పాఠకుడికి విద్యాత్మకంగా ఉంటుంది. నిర్ణయాలేవీ చెప్పకుండా వాటిని పాఠకుడికే వదిలివేయడం ఈ సంపాదకీయం ప్రత్యేక లక్షణం. ఉదా: సెజ్ (స్పెషల్ ఎకనమికల్ జోన్స్- ఎస్.ఇ.జెడ్)ల ఏర్పాటు విషయం. ఏదేని ఒక ప్రాంతంలో సెజ్ ఏర్పాటు విషయంలో అన్ని కోణాలను చర్చించి మంచి చెడులను, లాభనష్టాలను పాఠకులకు వదిలివేయడం.

వార్తాధార సంపాదకీయాలు:

మొదటి పేజీలో వచ్చే వార్తల్లో ఎన్నో ముఖ్యమైన వార్తలే ఉంటాయి. కొన్నిటి విషయంలో పాఠకులకు వివరించి చెప్పవలసిన అవసరం ఉంటుంది. వార్తలో వ్యాఖ్యల్ని, వివరాల్ని చేర్చలేం. వాటిపైన సంపాదకీయం రాయడం ఎంతైనా సమంజసం. దాన్నే వార్తాధార సంపాదకీయం అంటారు. వార్తలోని వివరాలు ఇందులో అవసరంలేదు. వార్త ఆధారంగా

విషయాన్ని విశ్లేషించి రాయాలి. ఎదురుపడే భిన్నవాదనలు చెప్పాలి. సంపాదకుడు తన అభిప్రాయాన్ని వెల్లడించాలి. తన అభిప్రాయం వెల్లడించిన సందర్భం సహేతుకమైన వాదన ఆధారంగానే సంపాదకుడు నిర్వహించాలి. ఇటువంటి విశ్లేషణాత్మక ధోరణి వార్త లేదా సంఘటన పట్ల పాఠకుడికి సరైన అవగాహన ఏర్పరుస్తుంది.

పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాలు:

సమస్యల్ని ప్రస్తావించడం, సమస్యల్ని విశ్లేషించడం. సమస్యలకు పరిష్కారాలను చెప్పడం ఈ మూడూ పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాల రచనలో కనిపిస్తాయి. సమస్యలు కేవలం వ్యక్తులకు సంబంధించినవే కానక్కర్లేదు. సమాజానికి కావచ్చు. పరిస్థితులనుబట్టి ఏర్పడినవికావచ్చు. చిన్నవి కావచ్చు. పెద్దవి కావచ్చు. తక్షణమైనవీ కావచ్చు. దీర్ఘకాలికమైనవీ కావచ్చు. అవసరాన్ని బట్టి పరిష్కారాన్ని చెప్పడాన్నే ఈ రకమైన సంపాదకీయాల ద్వారా చేయవచ్చు. పేదరికం, అవిద్య, అనారోగ్యం వంటివి దీర్ఘకాలిక సమస్యలు ఇటువంటి వాటి విషయంలో సందర్భాన్ని బట్టి తరచూ ఏదో కోణాన్ని ఎంచుకునో, సందర్భాన్ని బట్టో పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాలు రాయగలిగితే వాటిలోని సమస్యల పరిష్కారానికి దోహదం లభిస్తుంది.

ఈ వర్గీకరణ మౌలికమైనది. మరో విధంగా ప్రాథమికమైనదే. రచనా విధానంలో, పత్రికల్లో వస్తున్న వస్తు, విషయ పరమైన అంశాల పరిధి బాగా విస్తరించింది. ఇతర మాధ్యమాలలో వస్తున్న రచనా రీతుల ప్రభావమూ పత్రిక రచనను తాకుతోంది. ఈ సందర్భంగా వర్గీకరణను ఆధునీకరించుకోవడం తప్పదేమో?. ఒకసారి కొన్ని వర్గీకరణలూ ఇప్పటికే వెలుగు చూసి ఉంటాయి. మన దృష్టిలోకి వచ్చి ఉండలేదేమో అనే అనుమానమూ ఉంది. పరిశీలించి చూడటమూ అవసరమే. చర్చ 'భాష'కు సంబంధించిన నేపథ్యంలోనిది కావడం చేత మౌలిక వర్గీకరణనే ప్రస్తావించి ఊరుకున్నాం. 'సంపాదకీయం' రకం కూడా రాసేభాషను, వివరించే స్వరాన్ని నిర్దేశించగలదు. ఉదా: టెక్నాలజీకి సంబంధించిన అంశం మీద సంపాదకీయంలో భాషా వినియోగంలో ఎంతటి మార్పు ఉంటుందో ఊహించుకోవచ్చు. ఈ విషయంపై మానవీయ సంపాదకీయమైతే రాసే విధానమూ, సందేశాత్మక సంపాదకీయమైతే రాసే విధానమూ ఒకటి కాదని ఎవరమైనా చెప్పగలం.

సంపాదకీయాన్ని ఏ రకంగా వర్గీకరించి చెప్పినా, రచనాధోరణి ఏదైనా సంపాదకీయ రచన 'ఒక నిర్మితి' చట్రంలోనే జరగాలి. సంపాదకీయాలకు 'ఒకనిర్మితి' ఉంటుందని, దాన్ని అనుసరించే రచన కొనసాగాలనేది నిర్వివాదాంశం. నిర్మితిలో 'మూడుదశలు' కనిపిస్తాయి. అవి: 1. ఎత్తుగడ, 2. వివరణ, 3. ముగింపు

BRAOU

సంపాదకీయం ఏదైనా దానికొక శీర్షిక ఉండాలి. శీర్షిక రచనలో ప్రస్తావించే విషయాన్ని, రచనా శైలిని, రచనా ధోరణిని బట్టి నిర్ణయిస్తారు. కొన్ని సందర్భాల్లో శీర్షికగా సూటిగా ఉండొచ్చు. ప్రశ్నరూపంలో ఉండొచ్చు. నవ్వు పుట్టించేదికావొచ్చు. శీర్షిక గుంభనంగా కనిపించొచ్చు. వచనం కావొచ్చు, కవితాత్మకంగా ఉండొచ్చు. ఎలా ఉన్నా దానికుండే ప్రత్యేకత దానికుంటుంది. కొందరు శీర్షికను కూడా నిర్మితిలోనే చేరుస్తారు. మరికొందరి భావన దీన్ని అంగీకరించదు. నిర్మితిలో భాగమైనా కాకపోయినా 'నిర్మితితో' సాన్నిహిత్యం, సామీప్యత ఉన్నదిగా మాత్రం దీన్ని గుర్తించాలి.

ఎత్తుగడ:

ఇది సంపాదకీయ ధోరణి, విషయాన్ని సూచిస్తుంది. విషయాన్ని బట్టి హాస్యంగా ఉండాలో, గంభీరంగా ఉండాలో నిర్ణయించుకోవాలి. సామెతతోనో, సూక్తితోనో, బిగువైన వాక్యంతోనో ఎత్తుగడ ప్రారంభించవచ్చు. కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రశ్నతోనూ ప్రారంభం కావచ్చు. ప్రశ్నతో మొదలయిన ముగింపు సమాధానంతో ఉండాలి. ఏదైనా కొటేషన్‌తో కూడా మొదలుపెట్టవచ్చు. పాఠకుడి దృష్టిని ఆకర్షించేతత్వం ఎత్తుగడలో తప్పనిసరి. వార్తాంశం సారాంశాన్ని క్లుప్తీకరించుకొని ఉండగలగాలి.

వివరణ:

ఎత్తుగడనే కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రస్తావన అనీ అంటారు. ప్రస్తావన తర్వాత విషయంలోకి వెళ్లాలి. వివరించే ప్రయత్నం ఈ దశలో కన్పిస్తుంది. వివరణ సహేతుక వాదనలో కొనసాగాలి. వాదన అంశాల క్రమం అర్థవంతంగా ఉండాలి. విషయాన్ని బట్టి వివరణకు ఏ పద్ధతి, ఏ రకమైన భాష, ఏ శైలి, ఏ స్వరం వినియోగించుకోవాలో రచయితగా మనమే నిర్ణయించుకోవాలి. వార్తకథనమైతే రచనా విధానం 'తిరగేసిన పిరమిడ్'లో ఉండాలి. 'వివరణ' ఇవ్వడంలో పలు పద్ధతులున్నాయి. ఏ

పద్ధతినయినా ఎంపిక చేసుకోవచ్చు. ఈ పద్ధతిని విషయ స్వభావాన్ని బట్టే నిర్ణయించుకోగలం. క్రమానుగత పద్ధతి, కార్యాకారణ పద్ధతి, వర్గీకరణ పద్ధతి, ప్రశ్నజవాబు పద్ధతి, పట్టీ పద్ధతి వంటివి కొన్ని ముఖ్యమైన పద్ధతులు.

ముగింపు:

ఇది సంపాదకీయాన్ని ముగించే భాగం. ఒక పేరా రూపంలో ఉండొచ్చు. ఒకే వాక్యం కావొచ్చు. చివరి పేరాలో కొన్ని వాక్యాల రూపంలోనూ ఉండొచ్చు. బరువైన పదజాలంలో ఉండకూడదు. ముగింపు కూడా ఏదైనా సామెత, ఉక్తి, నిర్వచనం ప్రశ్నార్థకంగా, ఆశ్చర్యార్థకంగా, పోలిక మొదలయిన ఎన్నో రూపాలలో ఉండొచ్చు. అయితే ఎత్తుగడలాగానే భావస్ఫోరకంగా, సూటిగా ఉండాలి. ముగింపులో ముఖ్యంగా కనిపించాల్సింది 'రచనను ముగించే నిర్ణయాత్మకత.'

సంపాదకీయాల రచనా ధోరణులు, రచన నిర్మితి, శైలి, రచనాభాషలను మీరు గమనించడానికి, పరిశీలించడానికి వీలుగా - మూడు సంపాదకీయాలను ఇక్కడ ఇస్తున్నాం. ఈనాడు, సాక్షి, ఆంధ్రజ్యోతిలలో ఇటీవలే వచ్చిన సంపాదకీయాలివి: రెండు సంపాదకీయాలు మాత్రం ఒకే విషయానికి చెందినవి. కోపెన్ హెగెన్ ధరిత్రీ వాతావరణ సదస్సుకి సంబంధించినవి. మూడవది ఆహార సదస్సుకి సంబంధించినది.

వాటిని విశ్లేషించి అధ్యయన విషయాల అవగాహనను పెంపొందించుకోండి. సంపాదకీయ రచనకు ఒక 'నిర్మితి' ఉండొచ్చు. నిర్మితిలో కొన్ని దశలు, దానితోపాటే కొన్ని నియమాలు కనిపించొచ్చు. మన అనుభవమే ఈ 'నిర్మితిని' ఒడిసి పట్టుకోగలదు. మన సృజనాత్మకతే 'నిర్మితి'ని మన రచనలో బంధించనూగలదు. రాసే అలవాటు చేసుకోవడం, రాసే అలవాటు ఆచరణగా మారడం మాత్రమే పత్రికా రచయితను రచనా నైపుణ్యాల్ని తెచ్చిపెట్టగలదు. ఇందుకోసమే మీ పరిశీలన కోసం ఈ మూడు 'సంపాదకీయాల్ని' మీ ముందుంచుతున్నాం.

ఎడిటోరియల్ 1: ఈనాడు

ఎడిటోరియల్ 2: సాక్షి

ఎడిటోరియల్ 3: ఆంధ్రజ్యోతి

ఈనాడు, సాక్షి దిన పత్రికలలో వచ్చిన సంపాదకీయాలు డిసెంబరు 7-18 తేదీల మధ్య జరిగే కోపెన్ హెగెన్‌లో పర్యావరణం పైన జరిగే ప్రపంచదేశాల సమ్మేళనం.

సంపాదకీయంలో రచనా విషయం ఒకటే.

శీర్షికను 'ధరణి ద్రోహం' అని ఒకరు రాస్తే పర్యావ'రణ' చర్చలు అని మరొకరు రాశారు.

ఎత్తుగడ, వివరణ, ముగింపు ఒక సంపాదకీయంలో (పర్యావ'రణ' చర్చలు) సూటిగా సరళమైన భాషలో కనిపిస్తుంది.

సమ్మేళనంలో అనుసరించవలసిన వ్యూహాలు
పర్యావరణ విధ్వంసం
కార్బన్ ప్రసారాలు
ఏక వాక్యత
సంపన్న - వర్ధమాన దేశాలు
పర్యావరణ రక్షణ చర్యలు
పృథ్వీ శిఖర సమ్మేళనం
భారత్ వంటి దేశాలతో పంతానికి పోయే పిల్ల చేష్టలు ఇప్పటికి మానలేదు
ఇయూ (యూరోపియన్ యూనియన్)
కోపెన్‌హాగన్

భిన్నమైన ఎత్తుగడ, వివరణ, ముగింపు మరో సంపాదకీయం (ధరణికి ద్రోహం)లో చూస్తాం. బరువైన పదాలు, పద బంధాలు సంపాదకీయంలో చూస్తాం.

BRAOU

12.2009
ఈనాడు

ధరణికి ద్రోహం.

దేవీకటాక్షం పొంది మహాకవిగా మారకముందు, తానెక్కిన చెట్టుకొమ్మనే తెగ నరుక్కునే మూఢునిగా కాళిదాసును ఆవిష్కరించిన కథ ఓ పట్టాన మరచిపోలేనిది. పారిశ్రామిక విప్లవం పేరిట మానవాళికున్న ఏకైక భూమండలాన్ని నివాసయోగ్యం కాకుండా చేసే అభివృద్ధి వ్యూహాల్లో కాళిదాసు మూర్ఖాంశ వందలు వేల రెట్లుగా ప్రతిఫలిస్తుంది. ధరణికి ముంచుకొస్తున్న ముప్పుపై త్వరలో జరగనున్న కోపెన్‌హాగన్ సదస్సు నిర్ణయాత్మక మలుపు కావాలన్నది చోగమ్ (కామన్వెల్త్ దేశాధినేతల సమావేశం) తాజా తీర్మానసారం! ప్రధానంగా సంపన్నరాజ్యాల నిర్వాకాల పర్యవసానమైన దుష్ఫలితాన్ని శాయశక్తులా నిర్వీర్యపరచే కృషిలో భారత్ సైతం భాగస్వామి అవుతుందంటూ ట్రినిడాడ్-టొబాగోలో మన్మోహన్‌సింగ్ చేసిన కీలక ప్రసంగం ఎన్నోవిధాల వన్నెలీనింది. కాలుష్య విసర్జన ఒప్పందంపై సంతకానికి సుముఖమేగాని, అది విపక్షాపూరిత ఒడంబడిక కారాదన్న ఆయన షరతు- వర్ధమాన దేశాల ఉమ్మడి డిమాండుకు విస్పష్ట ప్రతిధ్వని! లక్ష్యసాధనలో బరువు బాధ్యతల్ని అందరూ సమానంగా పంచుకోవాలన్న ప్రధాని సూచన- ఎవరిని ఉద్దేశించిందో తేటతెల్లం! మన్మోహన్ గురిపెట్టింది తోటి కామన్వెల్త్ దేశాల్ని కాదు, అగ్రరాజ్యాన్ని! ఆరేళ్లక్రితమూ నైజీరియా రాజధాని అబూజా వేదికపై- వినాశకర చర్యల నుంచి భూగోళాన్ని రక్షించుకోవాల్సిన అవసరముందని చోగమ్ సంయుక్త తీర్మానం ఎలుగెత్తింది. అంతర్జాతీయ సమాజం కూడిరావాలనీ అప్పట్లో పిలుపిచ్చింది. మూడోనాడే చాపచుట్టేసిన 'చోగమ్'ను క్రియాశీలం చేయడంతోపాటు సంపన్నరాజ్యాల నిష్క్రియపై కాకమ్మా నెతో చురక వేయాలన్నది మన్మోహన్ పరిణత ప్రసంగం తాలూకు జంటలక్ష్యాలు. ధనికదేశాల ఒత్తిళ్లకు తలొగ్గి ఇండియా బాణీ మార్చుకుందన్న ప్రచారాన్ని తిప్పికొట్టడంతోపాటు, కోపెన్‌హాగన్‌లో జరగనున్న నిర్ణయాత్మక సమావేశం ఫలప్రదం కావడానికి మౌలిక ప్రాతిపదిక ఏమిటో కూడా ప్రధాని ఉపన్యాసం సూటిగా తెలియజెప్పింది.

మానవ ధ్వంసరచనకు నిలువెత్తు దృష్టాంతం, భూగోళానికి పెచ్చుమీరుతున్న ఉష్ణతాపం. పరిశ్రమలు మొదలు రవాణా సాధనాల దాకా శిలాజ ఇంధనాల దహనం రూపేణా కొనసాగుతున్న విచ్చలవిడితనం, మనిషి మనుగడకే పెనుప్రమాదం. మరోవైపు యథేచ్ఛగా అడవుల నరికివేత మూలాన పోనుపోను భూ ఉష్ణోగ్రత పెరుగుతోంది. దానివల్ల వాటిల్లే ఉత్పాతాలు ఒకటా, రెండా? కరవు కాటకాలు పెచ్చరిల్లుతాయి. మంచుపర్వతాలు కరిగి లోతట్టు ప్రాంతాలు మునిగిపోతాయి. అకాల రుతువులు, విపరీత వరదలు, భయంకర తుపానులు ముంచుకొస్తాయి. భూమిలో తేమ ఇగిరి, భూగర్భ జలాలూ అడుగంటిపోతాయి. ఆహార కొరతతోపాటు వ్యాధులూ ముమ్మరిస్తాయి. దురదృష్టం ఏమిటంటే- భూ తాపాన్ని ప్రజ్వరిల్లజేయడంలో నిమిత్తమాత్రమైన పేద, వర్ధమాన దేశాలకే దుష్ఫలితాల సెగ అధిక మోతాదులో తగిలి, వాటిని కునారిల్లజేస్తోంది. 2100 నాటికి వరదల ముంపు తీవ్రరించి విశ్వవ్యాప్తంగా ఏటా దాదాపు 19కోట్ల మంది నిరాశ్రయులవుతారన్న ఊహే వెన్నులో వణుకు పుట్టిస్తుంది! పర్యావరణానికి చెరుపు చేస్తే కలిగే అనర్థాల విశ్వరూపాన్ని 1992నాటి రియో ధరిత్రీ సదస్సు లోకం కళ్లకు కట్టింది. శతాబ్దాంతానికి ఉద్గార పరిమితుల్ని 1990నాటి స్థాయికి కుదిస్తానన్న అమెరికా, స్వీయ హామీని తుంగలో తొక్కింది. రియో సదస్సులో జీవవైవిధ్య ఒప్పందంపై సంతకానికి నిరాకరించిన అగ్రరాజ్యం, 1997నాటి క్యోటో సమావేశంలో అతితెలివి ఒలకబోసింది. భారత్, చైనాలాంటి వర్ధమాన దేశాలే బృహత్తర బాధ్యతను భుజాలకు ఎత్తుకోవాలన్న పెడసర వాదనలకు పెద్దపీట వేసిన అమెరికా, చైనాతీలది నేటికీ అదే తీరు.

పర్యావరణానికి హానికరమైన గ్రీన్‌హౌస్ వాయువుల నియంత్రణలో పేద, ధనిక దేశాలు ఏకరీతిగా బాధ్యత పంచుకోవాలన్నది అసంబద్ధ వాదన. అమ్మఒడిలాంటి ప్రకృతిని కాపాడుకునే హేతుబద్ధ కార్యాచరణ వ్యూహం ముడివడకుండా అదే సృష్టిస్తోంది ఏళ్ల తరబడి ప్రతిష్టంభన! ఒకటిన్నర శతాబ్దాల క్రితం పారిశ్రామిక విప్లవం ఆరంభమైంది లగాయతు ఇప్పటివరకు భారీగా బొగ్గునిల్వల్ని, చమురు ఉత్పత్తుల్ని వినియోగించి పోటాపోటీగా భూ తాపాన్ని పెంచేస్తున్నది సంపన్న రాజ్యాలే. ఇప్పుడిప్పుడు వృద్ధిబాట పడుతున్న దేశాలు, ఇన్నేళ్ల ధనికదేశాల నిర్వాకాలకు మూల్యం చెల్లించాలనడం ఏం న్యాయం? తాము చేయని నేరానికి అష్టవర్షాలు, ప్రకృతి ఉత్పాతాల పాలబడుతూ జీవావరణానికి జీవవైవిధ్యానికి అంతులేని నష్టం దాపురించి కిందుమీదులవుతున్న వర్ధమాన దేశాలు భూరి వ్యయభారం మోయాలనడం అహేతుకం, అసమంజసం. డిసెంబరు 7-18 తేదీల మధ్య కోపెన్‌హాగన్ వేదికపైనా సంపన్న రాజ్యాల మంకుపట్టు సాగకుండా ప్రతివ్యూహమొకటి పదును తేలుతోంది. రాజీకి తావులేని డిమాండ్ల చిట్టాతో చైనా, భారత్, బ్రెజిల్, దక్షిణాఫ్రికాలు ఇప్పటికే సంసిద్ధమయ్యాయి. అభివృద్ధి చెందిన దేశాలు తమవంతుగా నిర్దిష్ట కాలావధిలో ప్రమాదకర ఉద్గారాలకు కోతపెట్టాలని, కాలుష్య నియంత్రణ పరిజ్ఞానాన్ని వర్ధమాన ప్రపంచానికి సత్వరం చేరువ చేయాలన్న క్యోటో ఒప్పందస్ఫూర్తికి అవి కలిసికట్టుగా గొడుగు పడుతున్నాయి. ముందస్తు కసరత్తు సాగుతున్నదసే కావచ్చు- కోపెన్‌హాగన్ సదస్సులో ఆచరణాత్మక బృహత్ పథకం రూపుదిద్దుకోవాలని 'చోగమ్' తీర్మానం ఆకాంక్షిస్తోంది. ఇంతకాలం నిష్పూచీగా వ్యవహరించి యావత్ విశ్వాన్ని వినాశపుటంచులకు నెట్టుకుపోయిన సంపన్నరాజ్యాలు ఇకనైనా ప్రాప్తకాలజ్ఞత ప్రదర్శించకపోతే భావితరాలు క్షమించవు. నిజాయతీగా నిబద్ధతతో సమష్టి యత్నాలు ప్రారంభించకపోతే- సుజలాలతో సుఫలాలతో విలసిల్లే ధరణీతలమనేదే మిగలదు!

BRAOU

సంపాదకీయం

సాక్షి 06-12-2009

పర్యావ'రణ' చర్చలు

పర్యావరణ పరిరక్షణలో విశ్వ సంకల్పశక్తికి రేపటినుంచి మరో అగ్నిపరీక్ష ఎదురు కాబోతోంది. వాతావరణంలో వస్తున్న హానికరమైన మార్పుల నిరోధానికి తీసుకోవలసిన చర్యలపై ప్రపంచదేశాలు కీలక ఒప్పందానికి రావడానికి ఉద్దేశించిన శిఖరాగ్ర చర్చలకు డెన్మార్క్ నగరం కోపెన్‌హాగెన్ వేదికకానుంది. పన్నెండు రోజులపాటు జరగనున్న ఈ సమ్మేళనంలో అనుసరించ వలసిన వ్యూహాలపై అటు అభివృద్ధి చెందిన దేశాలూ, ఇటు వర్ధమాన దేశాలూ ఇప్పటికే కసరత్తు చేశాయి. పర్యావరణ విధ్వంసానికి ప్రధానంగా కారణమవుతున్న కార్బన్ ప్రసారాల తగ్గింపు విషయంలో అన్ని దేశాల మధ్య స్థూలంగా ఏకాభిప్రాయం ఉన్నప్పటికీ, తగ్గింపు పరిమాణం, దాని పర్యవసానాలను వర్ధమాన దేశాలు సమర్థంగా ఎదుర్కోవడానికి అందవలసిన సాయం తదితర విషయాలలో ఏకవాక్యత లోపించింది. క్రమంగా ఇది సంపన్న, వర్ధమాన దేశాల మధ్య దౌత్య యుద్ధంగా పరిణమించిన మాట వాస్తవం. అందుకే పర్యావరణ పరిరక్షణవాదుల్లో కోపెన్‌హాగెన్ సమ్మేళనం ఆశనూ, ఆందోళనను కూడా రేపుతోంది.

ఆతిథ్యదేశమైన డెన్మార్క్ ఆవిష్కరించిన ముసాయిదా ప్రతిపాదనలపై వర్ధమాన దేశాలు ఇప్పటికే పెదవి విరిచాయి. సంపన్న-వర్ధమాన దేశాల మధ్య ఎటువంటి తేడా చూడకుండా 2025 నాటికి అన్ని దేశాలూ, కార్బన్ ప్రసారాలను తగ్గించుకోవాలన్న డెన్మార్క్ ప్రతిపాదన, వర్ధమాన దేశాలు సంఘటితమయ్యే పరిస్థితిని ముందే కల్పించింది. భారత్, చైనా, దక్షిణాఫ్రికా, బ్రెజిల్ ఒక కూటమిగా ఏర్పడి వర్ధమాన ప్రపంచం తరఫున ప్రత్యామ్నాయ ప్రతిపాదనలు చేశాయి. ప్రసారాల తగ్గింపును నిర్బంధం చేయరాదనీ, తగ్గింపు ప్రయత్నాలకు ఆర్థిక, సాంకేతిక సాయం అందించా లనీ, వాతావరణం మార్పు నిరోధం అజెండాను వాణిజ్య లావాదేవీలతో ముడిపెట్టరాదనీ వాటిలో ప్రధానాంశాలు. మరోవైపు, అమెరికా, ఫ్రాన్స్, బ్రిటన్‌లు కూడా కొన్ని ప్రతిపాదనలు చేశాయి. కార్బన్ ప్రసారాల పరిమాణాన్ని తగ్గించని భారత్ వంటి దేశాల సరుకులపై కార్బన్ పన్ను విధించాలన్న అమెరికా ప్రతిపాదనకు ఫ్రాన్స్ వంతపాడుతుండగా, బ్రిటన్ ప్రధాని గార్డన్ బ్రౌన్ వర్ధమాన దేశాలపట్ల సానుభూతితో స్పందించారు. వర్ధమానదేశాలపై పర్యావరణ రక్షణచర్యలవల్ల పడే భారాన్ని తగ్గించడానికి సంపన్న దేశాలు 100 బిలియన్ డాలర్లతో నిధిని ఏర్పాటు చేయాలని ఆయన ప్రతిపాదన. మరోవైపు వర్ధమానదేశాలలో చీలికతెచ్చే ప్రయత్నమూ జరుగుతోంది.

మొత్తంమీద, కోపెన్‌హాగెన్‌పై కొండంత ఆశపెట్టుకొన్న వారికి ప్రస్తుత వాతావరణం ఏమంత ఆశావహంగా లేదనే చెప్పవచ్చు. అంతర్జాతీయ పర్యావరణ ఎజెండాకు మొదటినుంచీ శిఖండిగా పరిణమించిన నేరం అమెరికాదే. ప్రపంచవ్యాప్త కార్బన్ ప్రసారాలలో 20 శాతానికి బాధ్యత వహించవలసిన అమెరికా, 1992లో రియోడిజెనీరోలో జరిగిన తొలి పృథ్వీ శిఖర సమ్మేళనం నుంచీ కూడా ఏనాడూ తన బాధ్యతను గుర్తించి కలసిరాలేదు. క్యోటో ఒప్పందంలో భాగస్వామి కాలేదు. పర్యావరణ బిల్లును ఇంతవరకు అమెరికా సెనేట్ ఆమోదించలేదు. అధ్యక్షుడు ఒబామా బాధ్యతగా, నిబద్ధంగా వ్యవహరిస్తామని నమ్మబలుకుతున్నప్పటికీ ఇంతవరకు గట్టి హామీ ఏదీలేదు. భారత్ వంటి దేశాలతో పంతానికి పోయే పిల్ల చేష్టలు ఇప్పటికీ మానలేదు. ఈయూ ఇంతకంటె ఎంతో బాధ్యతనూ, ఉదారతనూ చాటుకుంటోంది. 14 శాతం కార్బన్ ప్రసారాలకు మూలమైన ఈయూ, అన్ని దేశాలూ కలసివస్తే 30 శాతం ప్రసారాల తగ్గింపునకు సుముఖత వ్యక్తం చేస్తుండగా అమెరికా ప్రకటిస్తున్న లక్ష్యం 17 శాతం మాత్రమే.

కనుక, అమెరికా చొరవ, దానిని దారికితేవడంలో ఇతర దేశాలు చూపగల దౌత్య ప్రజ్ఞ కోపెన్ హాగెన్ సమ్మేళన విజయంలో కీలకం కాగలవన్నది నిస్సందేహం. అమెరికాతో సమానంగా కార్బన్ ప్రసారాలకు బాధ్యత వహించవలసిన చైనా 40 నుంచి 45 శాతం మేరకు వాటిని తగ్గించకుంటా మని ప్రకటించింది. మన దేశంలో కార్బన్ ప్రసారాల పరిమాణం చైనాతో పోల్చితే అయిదారు రెట్లు తక్కువ. ఇప్పుడిప్పుడే అభివృద్ధి పథంపడుతున్న మనం కార్బన్ ప్రసారాల తగ్గింపు విషయంలో సంపన్న దేశాలతో సమాన బాధ్యతను వహించగల స్థితిలో లేం. అలాగని, పర్యావరణ పరిరక్షణలో మన వంతు బాధ్యతను గుర్తించకుండానూ లేం. ఇప్పటికే రకరకాల ఇంధన పొదుపు కార్యక్రమా లను మనం అమలుచేసుకొంటున్నాం. 2012 నాటికి పదివేల మెగావాట్లతో సమానమైన ఇంధనాన్ని పొదుపు చేయబోతున్నాం. వచ్చే ఏడాది నాటికి దేశస్థాయిలో ఏడెనిమిది శాతం మేరకు ఇంధన వినియోగాన్ని తగ్గించుకోగలుగుతామని అంచనా. గత పదిహేనేళ్లలో 17 శాతానికి పైగా కార్బన్ ప్రసారాలను తగ్గించుకోగలిగాం. అయినప్పటికీ 2020 నాటికి, 2005 పరిమాణంలో 20-25 శాతం మేరకు ప్రసారాల తగ్గింపు లక్ష్యాలను పర్యావరణ మంత్రి తాజాగా పార్లమెంటులో ప్రకటించారు. ఇతర బహుముఖ చర్యలనూ వివరించారు. వివక్షాపూరితమైన ఎన్‌పీటీ, సీటీబీటీ లపై సంతకానికి నిరాకరించి కూడా అణ్వస్త్రవ్యాప్తి నిరోధంలో చిత్తశుద్ధిని చాటుకొన్న భారత్, పర్యావరణ విషయంలో భిన్నంగా వ్యవహరిస్తుందనుకోవడం అర్థరహితం. వర్ధమాన దేశాలతో వంతుకు పోకుండా పర్యావరణ ఎజెండా అమలులో సంపన్నదేశాలు వాటికి అన్ని విధాలా సాయం చేయడానికి ఏ మేరకు దిగివస్తే ఆ మేరకు కోపెన్‌హాగెన్ సమ్మేళనం విజయవంతమవుతుంది.

BRAOU

నిరాహారం

ఆంధ్రజ్యోతి 14-11-2009

భూగోళం ఇప్పుడు ఆకలి గోళంగా మారిపోయింది. ప్రపంచ వ్యాప్తంగా వంద కోట్ల మందికి పైగా కడు పేదలు ఆకలితో అలమటిస్తున్నారు. **ఈ నేపథ్యంలో** ఆకలి బాధతో అల్లాడుతున్న ఈ పేదలకు సంఘీభావంగా ప్రపంచ ప్రజలు నేడు శనివారం లేదా రేపు ఆదివారం - ఏదో ఒక రోజు నిరశన పాటించాలని ఐక్యరాజ్య సమితి అనుబంధ ఆహార, వ్యవసాయ సంస్థ (ఎఫ్.ఎ.ఒ.) డైరెక్టర్ జనరల్ జాక్విస్ డయాఫ్ పిలుపునిచ్చారు. ఆయన స్వయంగా శనివారం నిరాహార దీక్ష చేపడుతున్నారు. రోజుకు ఒక పూట ఆహారానికి నోచుకోని దీన జనానికి మిగతా ప్రపంచ ప్రజానీకం ఒక రోజు సంఘీభావం తెలపడం మానవాళి చరిత్రలోనే ఒక అరుదైన గొప్ప సందర్భం. అయితే ఒక రోజు నిరశనతో ఆ కోట్లాది అన్నార్తుల ఆకలి శాశ్వతంగా తీరదు. ఆకలి కారణం ఏమిటనేది ఆలోచించాలి. పరిష్కారం దిశగా పయనించాలి. ఆహార సమస్యపై ప్రపంచ దేశాల శిఖరాగ్ర సభలు ఎన్ని జరుగుతున్నా ఈ ఆకలి దీరే మార్గంలో అడుగులు మాత్రం వేయడం లేదు.

రెండు రోజుల సంఘీభావ ఉపవాస దీక్షల అనంతరం సోమవారం నుంచి బుధవారం వరకు రోమ్ నగరంలో ప్రపంచ ఆహార శిఖరాగ్ర సమావేశాలు జరుగుతాయి. ఎఫ్.ఎ.ఒ.ఈ శిఖరాగ్ర సమావేశాలను ఏర్పాటు చేస్తున్నది. **ఈ శిఖరాగ్ర సమావేశానికి జి8 దేశాల నేతలు కానీ, ఉన్నతాధికారులు కానీ హాజరుకావడం లేదు.** అమెరికా అధ్యక్షుడు ఒబామా కూడా రావడం లేదు. ఆయన ప్రతినిధిగా ఒక అధికారిని పంపిస్తున్నారు. దయనీయ స్థితిలో ఉన్న లాటిన్ అమెరికా, ఆఫ్రికా దేశాల నేతలు మాత్రం హాజరవుతున్నారు.

ఆహార శిఖరాగ్ర సమావేశాలు జరపడం ఒక రివాజుగా మారిపోయింది. 2000 సంవత్సరంలో జరిగిన సమావేశంలో- సహస్రాబ్ది అభివృద్ధి లక్ష్యంగా 2015 నాటికి ఆకలి బాధ గల వారి సంఖ్యను సగానికి తగ్గించాలని లక్ష్యంగా పెట్టుకున్నారు. త్వరలో జరగబోయే సమావేశంలో కూడా ఈ లక్ష్యాన్ని మరోసారి పునరుద్ఘాటించ బోతున్నారు. కానీ ఈ సమావేశాలతో ఆకలి తీరదని ముసాయిదా తీర్మానాన్ని చూస్తేనే తెలిసి పోతుంది. నడక ఇదే విధంగా సాగితే 2040 సంవత్సరం నాటికి ఆకలిబాధలు తీరవచ్చుననే అభిప్రాయాన్ని ఐక్యరాజ్య సమితి అధికారులు కొందరు వ్యక్తం చేస్తున్నారు. కానీ అదీ సందేహమే. ప్రపంచ పోకడ చూస్తే ఆకలి బాధ మరింత పీడించే సూచనలే కనిపిస్తున్నాయి.

ఆహార వ్యవసాయ సంస్థ అందిస్తున్న వివరాల ప్రకారం- గత ఏడాది వంద కోట్లున్న అన్నార్తుల సంఖ్య ఇప్పుడు మరో రెండు కోట్లు పెరిగింది. ప్రపంచ జనాభాకు సరిపోయే ఆహార ధాన్యాలు ఉత్పత్తి అవుతున్నాయి. అయితే అవి పేదల నోటికే చేరడం లేదు. ఆహార విధానాలు పేద దేశాలను పరాధీనంగా మార్చాయి. 1980 దశకం, 1990 దశకం పూర్వార్ధం వరకు ఆహార సమస్య తగ్గుతూ పోయింది. కానీ 1995 నుంచే ఆకలి బాధలు పెరిగి పోయాయి. అమెరికా ఏకచ్ఛత్రాధిపత్యంలో ప్రపంచ వ్యాప్తంగా అమలవుతున్న ఆర్థిక, ఆహార విధానాల వల్లనే పేద దేశాల్లో ఎండు డొక్కలు పెరిగిపోతున్నాయనేది వాస్తవం. వర్ధమాన దేశాలలో వ్యవసాయం గిట్టుబాటు కావడం లేదు. ఆహార ధాన్యాల ఉత్పత్తి, సరఫరాలలో పూర్వపు నియంత్రణ పోయింది. క్రమంగా వ్యాపార సంస్థలు వ్యవసాయ రంగంలో ప్రవేశిస్తున్నాయి. దీంతో ధాన్యం ధరలు చుక్కలను చేరాయి. కోట్లాది ప్రజలు ఉపాధి కోల్పోవడంతో వారి కొనుగోలు శక్తి పడి పోయింది. సోమాలియా వంటి దేశాలలో సముద్రపు దొంగలు పుట్టడానికి కారణం ఈ ఆకలి బాధే. ఈ దేశంలో ఆహార ధాన్యాల ధరలు రెండేళ్ళలో 85వ శాతం పెరిగాయి. కీన్యాలో 38 లక్షల మంది పేదలు ఆహారం లేక సహాయం కోసం ఎదురు చూపులు చూస్తున్నారు. ఆఫ్రికా దేశాలలో ఒక్క పూట భోజనం విలాసమై పోయింది. ఆర్థిక మాంద్యానికి కారణం సంపన్న దేశాల ఆర్థిక విధానాలైతే వాటి విష ఫలితాలను ఎక్కువగా అనుభవిస్తున్నది పేద దేశాలలోని కడు పేదలు.

సోమవారం నుంచి ప్రారంభమయ్యే శిఖరాగ్ర సమావేశాలలో పెద్ద దేశాలు పేద దేశాలకు ఏ మేర రుణ సహాయ చేస్తాయనే విషయమై చర్చ సాగుతుంది. మొత్తం 44 బిలియన్ డాలర్ల సహాయం అవసరమయితే గత జూలైలో జి8 దేశాలు 20 బిలియన్ డాలర్లు అందించడానికి సుముఖత వ్యక్తం చేశాయి. అయితే రుణ సహాయం, షరతుల పేరుతో చివరకు వర్ధిల్లేది పెద్ద దేశాల 'వ్యవసాయ పరిశ్రమ'నే. సుస్థిర అభివృద్ధి సాధించే దిశగా వర్ధమానదేశాల విధానాలు ఉండడం లేదు. ఆహార కొరత తీర్చడానికి వ్యవసాయ రంగంలో ఏమేర పెట్టుబడులు ప్రవహించాలనే విషయంపైనే చర్చ సాగుతున్నది. అమెరికాలో మాదిరిగా వ్యవసాయ, ఫుడ్ ప్రాసెసింగ్, ఔషధ పరిశ్రమల గుప్పిట్లో ప్రపంచం క్రమంగా కూరుకుపోతున్నదని ఈ క్రమమే ఆకలిబాధలను మరింత పెంచుతున్నదనీ ఒక బలమైన అభిప్రాయం ఉంది. కొత్త విత్తనాలు తేవడం, జన్యుమార్పిడి పంటలను ప్రవేశ పెట్టడం వంటి విధానాలన్నీ ఆహార కొరత తీర్చడానికంటూ చెబుతున్నా మొత్తం వ్యవసాయరంగంపై పేద దేశాలు పట్టు కోల్పోయే దుస్థితి ఏర్పడుతున్నది. సోమాలియా మాదిరిగా స్థూలంగా దేశం అభివృద్ధి చెందినట్టు కనిపిస్తున్నా, ఆకలి కేకలూ వినిపించడానికి కారణం సంప్రదాయ ఆర్థిక వ్యవస్థలన్నీ కుప్పకూలి పోవడమే. ఆహార వ్యవసాయ సంస్థ వెలువరించిన '2009 ఆహారభద్రతా నివేదిక ' వెల్లడించినట్టు- 'గత 20 ఏళ్ళలో వర్ధమాన దేశాలు ఆర్థికంగా, వాణిజ్యపరంగా ప్రపంచ ఆర్థిక వ్యవస్థతో మరింత మమేకమైనాయి. దీంతో ఆ కుదుపులకు కుదేలవుతున్నాయి'. ఇప్పుడు ఆసియా- పసిఫిక్ దేశాలలో 64 కోట్ల మందిని, సబ్ సహారా దేశాలలో 26 కోట్ల మందినీ ఆకలి బాధ పీడిస్తున్నది. ఎఫ్.ఎ.ఒ. డైరెక్టర్ జనరల్ డయాఫ్ పేర్కొన్నట్టు- ఈ ఆకలి మహమ్మారి ఒక నైతిక దాష్టీకం. ఆర్థిక అవలక్షణం. శాంతి, సుస్థిరతలకు ప్రమాదం. గత ఏడాది ఆహార ధరలు పెరగడం వల్ల పలు దేశాలలో ఆగ్రహాందోళనలు చెలరేగడం ఒక రాబోయే పరిస్థితులకు సూచన. వ్యవసాయాన్ని పరిశ్రమగా మార్చడానికి, ఫుడ్ ప్రాసెసింగ్ పరిశ్రమలను ప్రోత్సహించడానికి యత్నిస్తున్న వర్ధమానదేశాలు ఈ ప్రపంచ పరిణామాలను గమనించాలి.

BRAOU

"దేవీ కటాక్షం పొంది మహాకవిగా మారకముందు, తానెక్కిన చెట్టుకొమ్మనే తెగనరుక్కునే మూఢునిగా కాళిదాసుని ఆవిష్కరించిన కథ ఓ పట్టాన మర్చిపోలేనిది" - ఈనాడు సంపాదకీయానికి ఇది ఎత్తుగడ.

మూర్ధాంశ
కోపెన్‌హగన్ సదస్సు
సంపన్న రాజ్యాలు
వన్నెలీనింది
విపక్షా పూరిత ఒడంబడిక
భూగోళాన్ని రక్షించుకోవాల్సిన
నిష్క్రియపై కాకనూనెతో చురక వేయాలన్నది
శిలాజ ఇంధనం
ఉష్ణతాపం
తేమ ఇగిరి
పేద, వర్ధమానదేశాలు
గ్రీన్‌హౌస్ వాయువుల
అమ్మఒడి లాంటి ప్రకృతిని కాపాడుకునే
ఉద్గారాలు
నిష్పూచీ
సమష్టి యత్నాలు
ధరణీతలమనేదే

విషయ ప్రస్తావనలో వైవిధ్యం ఉంది. ప్రస్తావించే దృష్టికోణం వేరు. రాసిన విషయం మూలం ఒకటే అయినా 'విషయాంశాల' ఏర్పాటు ధోరణులు వేరు.

ప్రస్తావించిన వాస్తవాలు, చారిత్రక నేపథ్యాన్ని ఎంపిక చేసుకోవడంలోనూ, చెప్పదలచిన అంశాల నిర్వహణలోనూ స్పష్టమైన తేడాలు ఈ సంపాదకీయాలలో చూస్తాం.

మరో సంపాదకీయ 'నిరాహారం'. ఆంధ్రజ్యోతిలో 14 నవంబరున ప్రచురించారు. ఆకలి బాధతో ఉన్న పేదలకు సంఘీభావంగా ఐక్యరాజ్యసమితి ఆహార, వ్యవసాయ సంస్థ డైరెక్టర్ జనరల్ నిరాహార దీక్షకు పిలుపునిచ్చిన సందర్భంగా రాసిన సంపాదకీయం. ఎత్తుగడ, వివరణ, ముగింపు సూటిగా, సరళంగా ఉంది. రచనలో గణాంకాలను ఆధారం చేసుకోవడం చూస్తాం.

'భూగోళం ఇప్పుడు ఆకలి గోళంగా మారిపోయింది' - ప్రారంభ వాక్యం ఇది.

కడుపేదలు
అలమటిస్తున్నారు
అల్లాడుతున్నా
రోజుకు ఒక పూట ఆహారానికి నోచుకోని

దీన జనానికి మిగతా ప్రపంచ ప్రజానీకం ఒకరోజు సంఘీభావం తెలపడం మానవాళి చరిత్రలోనే ఒక అరుదైన గొప్ప సందర్భం.

అన్నార్తుల ఆకలి
నిరశన పాటించాలి
ఉపవాస దీక్షల అనంతరం

BRAOU

రివాజు

ఆహార విధానాలు పేద దేశాలను పరాధీనంగా మార్చాయి

..... ఎండుడొక్కలు పెరిగిపోతున్నాయి

ధరలు చుక్కలను చేరాయి

విషఫలితాలు

పెద్ద దేశాలు పేద దేశాలకు ...

ఆగ్రహాందోళనలు

సంపాదకీయాలు మూడింటిలో వినియోగించిన, భాష వేరు. రచనాశైలి వేరు. వాడిన పదాల్ని, పదాల్ని, బంధాల్ని కొన్నిటిని పైన నమోదు చేశాం. అలాగే వాక్య నిర్మాణంలోనూ, వ్యత్యాసాల్ని గమనించవచ్చు. పత్రికా శైలినీ, సంపాదకుడి రచనా విధానాల్ని, పత్రికా యాజమాన్య విధానాలను ఈ సందర్భంగా గమనించడమూ అవసరమని గుర్తించగలగాలి. అప్పుడే ఈ విధానాన్ని మనం అర్థం చేసుకోగలం.

మీ ముందుంచిన 'సంపాదకీయాలు' మూడింటినీ చదివి మీకు మీరే విశ్లేషణ చేసుకోగలిగితే - సంపాదకీయ రచన పట్ల ఒక అవగాహన ఏర్పడుతుంది. తరచూ వివిధ తెలుగు పత్రికల్లో వస్తున్న సంపాదకీయాలను చదువుతూ పోతే సంపాదకీయ రచనలో మీకుగా మీరు నైపుణ్యాలని సాధించవచ్చు. అభిరుచి, ఉత్సుకత ఉంటే చాలు ఏదీ అసాధ్యం కాదు.

8.4 ఫీచర్లు

సంపాదకీయాలతోపాటు పత్రికా రచనలో చర్చించుకోవలసిన అంశం ఫీచర్ల రచన. సంపాదకీయాలతోపాటు కలివిడిగా కనిపించే రచనా ప్రక్రియ ఇది. పత్రికా రచనా ప్రక్రియలలో, ముఖ్యంగా వార్తాధారిత రచనలలో కన్పించేది ఫీచర్లు. ఫీచర్లే సింహభాగం దక్కించుకుంటున్నాయి. 'ఫీచర్ల'ను రాయడం వార్తేతర అంశాలలోనూ చూస్తాం. 'ఫీచర్' అనేది ఒక్కమాటలో చెప్పాలంటే పత్రిక రచనలో ఒక 'రచనా రూపం'. ఫీచర్ రచనలో వార్తాంశాన్ని మృదువుగా చెప్తాం. కొన్ని సందర్భాల్లో వార్తాంశం లేకుండానే ఫీచర్ రచన ఉంటుంది. ఫీచర్ రచన విధానం ఒకటే అయినా వార్తా పత్రికలు, మాగజైన్లకు రాయడంలో స్వల్ప వ్యత్యాసాలుంటాయి. సంపాదకీయంలానే ఫీచర్ అనగానే ఫీచర్ అంటే ఏమిటి? మంచి ఫీచర్‌ను రాయడం ఎలా? ఫీచర్ నిర్మితి ఏమిటి? ఇలాంటివే ఎన్నో ప్రశ్నలు మనముందుకొస్తాయి. వార్తాంశాల ఆధారంగా రాసే ఫీచర్లకు సంబంధించిన వార్తాంశాలు స్థానిక వార్తలకు చెందినవై ఉండవచ్చు. జాతీయ అంతర్జాతీయ వార్తా విషయాలు కూడా ఫీచర్ రచనాంశాలుగా ఉండటమూ సహజమే. వార్తా కథనాలు లేకుండా రాసే ఫీచర్ రచనలు ఉంటాయి. ఇక్కడ రచనాంశం ప్రేమ కావొచ్చు. మనిషి ఆహారపు అలవాట్లు కావొచ్చు. పాఠకులకు ఉత్సుకతను కలిగించేది, సమాచారాన్నివ్వగలిగేది రచనాంశం అవుతుంది. రచయిత నైపుణ్యమే అంశం ఎంపికను, రాసే విధానాన్ని శాసిస్తుంది.

ఫీచర్ రచనలో ప్రధానంగా మానవీయ కోణం ఉండే అవకాశాలు ఎక్కువ. పాఠకుడి ఆలోచనలు, పాఠకుడి చుట్టూ వుండే వాతావరణాన్ని ఫీచర్లు ప్రతిబింబించగలవు. భావోద్రేకమూ, వ్యంగ్యమూ, హాస్యమూ ఫీచర్ రచనలో మనకు కన్పించే సందర్భాలు అనేకం. ఫీచర్ల రచన తీరులో కన్పించే 'స్వరం' ఎక్కువ సందర్భాల్లో ఈ తరహాదే. పాఠకుడిని ఆకర్షించే తత్వం దీనికుంటుంది. రచనాంశం క్రమానుగత రీతిలో పేర్చి వివరించడం చేస్తారు. చిన్న చిన్న పేరాలలో రచన కొనసాగుతుంది. విషయక్రమాన్ని పేర్చుకునే విధానం రచయిత చేయి తిరిగిన తనం మీద ఆధారపడుతుంది. సృజనాత్మకత, అనుభవమూ రెండూ ప్రధాన భూమిక నిర్వహిస్తాయిక్కడ. వాక్యాల నిడివిలో తారతమ్యాలు తప్పని సరిగ్గా కనిపిస్తాయి. చెప్పే విధానంలో ఆసక్తికరణ ధోరణి ఉంటుంది. 'మనిషి పొడగరి' అని చెప్పడాన్ని ఫీచర్‌లో - 'మనిషి దాదాపు 8 అడుగుల ఎత్తులో తల సీలింగ్‌ను తాకేట్టు ఉన్నాడు' అని చెప్పడమూ గమనిస్తాం. పాఠకుడికి దృశ్యాత్మకంగా అర్థం కావాలనే ఉద్దేశంలో చుట్టూ పరిసరాల్ని, మనిషి రూపాన్ని చెప్పే ప్రయత్నం వంటి రచన విధానం చాలా సందర్భాల్లో చూస్తాం. ఆకర్షణీయ రచనా విధానం ఇది. ఆకర్షణీయం, ఆకట్టుకునే విధానం, భాష ఫీచర్ రచనలో మౌలిక లక్షణాలు. ఎస్.డబ్ల్యూ లు ఐ.హెచ్ ప్రాధాన్యాన్ని, తిరగేసిన పిరమిడ్ రచన విధానమూ ఫీచర్ల రచనలోనూ

BRAOU

ముఖ్యాంశాలే. కానీ తప్పని సరికాదు. వార్తాంశాలయితే కొంతమేర ఇది వర్తిస్తుందేమోకాని, వార్తేతర విషయాల్లో పెద్దగా దీని అవసరం ఏర్పడదు. ఫీచర్ల రచనలో కొన్ని ఉద్దేశాల్నీ గమనించవచ్చు. తెలియజెప్పాలనేది (Inform) ప్రాథమిక ఉద్దేశం. 'బోధన' అంటే ఏదేని అంశాన్ని బోధించడానికి ఫీచర్ రాస్తారు. 'టీచ్' అనే అర్థంలోనే కాక 'ఇన్‌స్ట్రక్ట్' అనే ఉద్దేశంతో బోధన విధానం ఉండదు. విద్యార్థికి ఉపాధ్యాయుడిలాకాదు. ఏమీ తెలీని పాఠకుడితో ఉండే బంధమే రచయిత ఇక్కడ కనపరుస్తాడు.

వినోదాన్ని, ఆహ్లాదాన్ని అందివ్వడానికీ ఫీచర్ రచన సహకరిస్తుంది. విషయ విశ్లేషణ ప్రధానంగా కనిపిస్తుంది. వార్తలో చెప్పని విషయాన్ని దాన్ని లోతుగా చెప్పేప్రయత్నం చేస్తారు. అంటే మరింత విపులంగా, వివరణాత్మకంగా చెప్తారు. వాద, ప్రతివాదాలు, వివిధ వాదాలు - ఫీచర్ల ద్వారా చర్చించ వచ్చు. అయితే ఇది ఏ లక్ష్యంతో ఏ ఉద్దేశంతో రాస్తున్నామనే దాన్ని బట్టే ఉంటుంది. ఫీచర్ రచనలో మూడు దశల్ని మనం ప్రధానంగా చూస్తాం. అవి : 1. విషయం ఎంపిక 2. విషయ సేకరణ, 3. విషయ ప్రస్తావన. విషయాన్ని ఎంపిక చేసుకోవడంలో ఏ 'అంశాన్ని' రచనగా ఎంచుకోవాలనేది ప్రాధాన్యత వహిస్తుంది. విషయ సేకరణలో సంబంధిత విషయాలను, వాస్తవాలను సేకరించడం, క్రోడీకరించడం ప్రధానంగా ఉంటాయి. విషయ ప్రస్తావన - సేకరించిన సమాచారాన్ని క్రమరీతిన పేర్చుకోవడం, రచనా రూపాన్ని, శైలిని ఎంపిక చేసుకోవడం చేస్తాం. విషయ ప్రస్తావన అనేది - రచనకుపక్రమించడంతోనే సాధ్యపడుతుంది. సంపాదకీయాలకు మాదిరే ఫీచర్లకు రచనా పరంగా 'ఒక నిర్మితి' ఉంటుంది. ఎత్తుగడ, వివరణ, ముగింపు - ఈ మూడు దశలు తప్పనిసరి. ఎత్తుగడ ఆకర్షణీయంగా ఉండాలి. సంపాదకీయాలలో మాదిరే ఎత్తుగడ ప్రారంభం ప్రశ్నతోనో, కొటేషన్‌తోనో, పోలికతోనో - ఇలా పలు రూపాల్లో ఉండవచ్చు. వివరాలు, చర్చ కూడా చెప్పదల్చుకున్న అంశం వివరణ రచనా క్రమంను అనువైన విధంగా పేర్చాలి. కార్యాకారణ విధానంలోగానీ, వర్గీకరణ విధానంలోగానీ ప్రశ్నలు, జవాబులు పంథాలోగాని చెప్పవచ్చు. సంపాదకీయాలు రాసే విధానంలో పాటించే 'వివరణ' ప్రస్తావనను ఒకసారి చదువుకోవాల్సిన అవసరమూ ఉంది. ఎందుకంటే అదే పద్ధతి ముగింపు కచ్చితమైనదిగా, ప్రారంభానికి అతికేదిగా ఉండాలి. ఫీచర్ ఏదయినా దానికి ఒక 'శీర్షికను' నిర్ధారించడం కీలకమైన అంశం. శీర్షిక కథనానికి తగ్గట్టుగా, ఆకర్షణీయంగా ఉండటం తప్పనిసరి.

ఫీచర్ల రచనను చర్చించుకునే సందర్భంలో పత్రికా రచనలో కన్పించే ఇతర రచనా రూపాల గురించి కూడా అవగాహన నేర్పరుచుకోవాలి. ముఖ్యంగా ఇంటర్వ్యూ, వ్యాసాలు, వ్యక్తిగత చిత్రణలు, ఫిల్లర్, కాలమ్, వ్యక్తిత్వ చిత్రణలు, యాత్రా రచనలు - ఇలా ఎన్నో రచనా రూపాలు ఫీచర్ రచనను పోలి ఉంటాయి. చాలామటుకు ఇవి ఫీచర్లలో భాగంగా ఉండటమూ, ఫీచర్లకు అనుబంధంగా ఉండటమో తటస్థిస్తుంది. రచనా విధానంగానీ, రచనా రూపం నిర్మితిగానీ ఫీచర్‌లో మాదిరే ఉంటుంది. అయితే రచయిత వ్యక్తిగత నైపుణ్యాలు, భాషా పటిమ, విషయంలో ప్రావీణ్యం ఆధారంగా పటిష్ట రూపాల్ని పొందగలవేగానీ, ఫీచర్ మౌలిక రచనా ధర్మాలను విభేదించడం మాత్రం సాధ్యం కాదు. 'వ్యాసం' ఫీచర్ కంటే చిన్నదిగా సాహిత్య రూపం కలిగి ఉండే రచన రూపం. 'ఎక్స్‌పోజ్' రిపోర్టింగ్ ఆధారంగా రాసే కథనం. ఎక్స్‌పోజ్ తరహా రచనలో విశ్లేషణ, సమాచారం లోతైనదిగా ఉంటుంది. 'ఫిల్లర్' కొన్ని వాక్యాలనే కలిగి ఉంటుంది. ఒక విధంగా ఇది అతిచిన్న రచన. కొద్దిపాటి సమాచారమే ఫిల్లర్‌లో పొందుపరుస్తారు. పత్రికా రచనలో అనుకోని 'ఖాళీలు' నింపేతత్వం వీటిది. 'కాలమ్' వార్త పత్రికలోగానీ, మ్యాగజైన్‌లోగానీ కన్పించే ఒక ప్రధానమైన రచనా రూపం. ఒక 'ప్రత్యేక' విషయాన్నిగానీ, ఒక ఆలోచనా విధానాన్ని గానీ వ్యక్తీకరించగలిగే రచన. పత్రికా రచనలో రెగ్యులర్‌గా కాలమ్‌కిచ్చిన స్థలంలో ప్రచురితమయ్యేది. నిర్ధారించిన నిడివి పరిమితమైంది. దీని ప్రచురణ స్థలం కూడా పత్రికల్లో ఏదో ఒక స్థలానికే కేటాయింపబడి, ప్రతి సంచికలోనే, లేదా నిర్ధారించిన (నిర్ణీత) కాలవ్యవధిలోనే వస్తుంది. సాధారణంగా పేరున్నవారే దీన్ని రాస్తారు. రచనలో వారి ముద్రనేది నిర్దుష్టంగా కనిపిస్తుంది. 'ఎవర్‌గ్రీన్' రచనా రూపం కూడా ఒకటి. ఆ పేరులోనే ఉంది 'నిత్య పచ్చదనం' అనే అర్థం. సంపాదకుడి అందుబాటులో ప్రచురణకు ఏక్షణానైనా సిద్ధంగా ఉండే రచనా రూపం ఇది. సంపాదకుడి ఆధీనంలో ఉండే రచనలివి. ఎప్పుడూ ప్రచురించినా ఇబ్బంది ఉండదు. విషయం పాతపడిపోదు. అపత్కాల సమయాల్లో ఇటువంటి రచనలే అవసరపడతాయి. ఈ తరహా రచనలన్నీ ఫీచర్లలో సన్నిహిత సంబంధాన్నే కలిగి ఉంటాయి. దాదాపు ఈ రచనలన్నీ సంపాదకుడి పర్యవేక్షణలోనే ప్రచురితమవడం వలన, అనుభవజ్ఞులు రాయడం వలన పత్రికా రచనలో ప్రత్యేకమైన స్థానాన్ని పొందగలిగాయి.

BRAOU

సమాచార విజ్ఞానం విప్లవం పత్రికా రచన ప్రక్రియలకు కొత్తదనాన్ని ఆపాదించే ప్రయత్నం చేస్తుంది. ముద్రణ రంగం అందిస్తున్న సౌలభ్యాలు అలంకరణ పరంగా 'రచనకు' పత్రికా ముఖ్యంగా కొత్త రూపురేఖల్ని ఇవ్వగలుగుతున్నాయి. భాషా వినియోగంలో 'వేగం', 'ప్రసారం' వేగవంతమయ్యాయి. తెలుగు పత్రికా రంగానికి ఈ పరిణామాలు సహకరిస్తున్నాయి. తెలుగు పత్రికలలో ఫీచర్ల రచనలకు విషయాన్ని ఎంపిక చేసుకోవడం, రాసే విధానంలో - కొత్త ఒరవడి ఇంటర్నెట్ పత్రికల నుంచి, ఇంటర్నెట్ రచనల నుంచి వచ్చి చేరుతోంది. బ్లాగులు, ఎన్‌సైక్లోపిడియా, యూజ్‌నెట్ రచన రూపాల ద్వారా ఫీచర్ల, తదితర రచన స్వరూపంలో మార్పు ఇప్పుడిప్పుడే వస్తున్న ఆనవాళ్లు కనిపిస్తున్నాయి. పరిణామాలు ఏ దిశగా వెళ్తాయో కొంత సమయం గమనించాక కానీ చెప్పలేం.

తెలుగు పత్రికలలో ఈ రకమైన ఏర్పాటు ఒకటి ఉన్నట్టు వెలుగులోకైతే రాలేదు. కొన్ని సందర్భాలలో సంపాదకుడు తన అందుబాటులో ఉన్న రచనను దేన్నయినా ఉన్నది ఉన్నట్టుగానో, కొద్దిగా సరిచేసి ప్రచురించే సంప్రదాయం మాత్రం ఉంది. అయితే ఇటువంటిదే ప్రణాళిక బద్ధమైన ఏర్పాటంటూ అమలులోకి వచ్చే అవకాశాలూ లేకపోలేదు.

8.5 శైలి, భాష

ప్రతి దినపత్రికా సంపాదకీయాలు ప్రచురిస్తుంది. ప్రతి సంపాదకుడు సంపాదకీయాలు రాస్తాడు. కానీ కొన్ని సంపాదకీయాలే పాఠకుల దృష్టిని విశేషంగా ఆకర్షిస్తాయి. కాలమ్ రచనలు కూడా కొన్ని సందర్భాల్లో విశేషంగా ఆకర్షించగల సామర్థ్యం ఉంది. వాటి గురించి కొన్ని సంవత్సరాల దశాబ్దాల తర్వాత కూడా చెప్పుకుంటారు.

ఆంధ్రప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ ప్రచురించిన ముట్నూరి కృష్ణారావు వ్యాసాలు అనే పుస్తకంలో పరిష్కర్త డాక్టర్ రావూరు వెంకటసత్యనారాయణ 'పత్రికా సంపాదకత్వంలో ప్రతిభా గరీయసి' అన్న శీర్షికతో ముందుమాట రాశారు. "కలాన్ని కత్తిగా మార్చుకొని రచనలు సాగించారు. కొన్ని సంపాదకీయాలను రక్త చిత్రాలుగా పోల్చారు పాఠకులు. కొన్నిటిని శంఖారావాలన్నారు. మరి కొన్నిటిని రసతరంగిణులన్నారు. కొన్నిటిని సాహిత్య సందేశాలన్నారు. కొన్నిటిని అపూర్వ విమర్శ పత్రాలన్నారు. కొన్నిటిని అత్యుత్తమమైన రాజకీయ రసాలంకారాలన్నారు. మరికొన్నిటిని వసంతారామ పులకిత పరభృత గానాలన్నారు. కొన్నిటిని తేనెవాకలనీ, కొన్నిటిని మినులేక గొలగలలనీ వర్ణించారు. వేయికత్తులకన్న ఒక కలం మిన్న అన్న ఆర్యోక్తికి ఆనవాలుగా నిలువగలిగారు" అంటూ ముట్నూరి కృష్ణారావుగారి సంపాదకీయాలను ప్రశంసించారు. అటువంటి సంపాదకులకు కొన్ని నియమాలు, ప్రమాణాలు ఉంటాయి. వీటిలో చాలా వరకు స్వయంగా నిర్దేశించుకున్నవి. సంపాదకుడు ఫలానా విధంగా వ్యవహరించాలనీ కానీ ఫలానా పద్ధతిలో సంపాదకీయాలు రాయాలని కానీ ఎవ్వరూ చెప్పరు. ఎవరికి వారు తమ భాషను, శైలిని, స్వరాన్ని ఎన్నుకోవలసిందే.

బ్రిటిష్ సంపాదకుడు బాంర్జ్ 'లండన్ టైమ్స్' ఎడిటర్ పదవిని స్వీకరించిన వెంటనే నాలుగు ముఖ్య నిర్ణయాలు తీసుకున్నాడు. 1. పత్రికల కర్తవ్యం ప్రభుత్వ భజన కాదు, 2. ప్రజాభిప్రాయాన్ని పత్రికలు వ్యక్తం చేయాలి. 3. అవసరమైతే సంపాదకీయాలలో తీవ్ర పదజాలాన్ని వాడటానికి సంకోచించరాదు. 4. పరిస్థితులు మారినప్పుడు అంతకుమునుపు తాను వెల్లడించిన అభిప్రాయాలకు విరుద్ధమైన వాటిని సంపాదకుడు వెల్లడించవచ్చు. ఇది చంచల చిత్తం కాదు. అవకాశవాదం కాదు. ఏనాటి పరిస్థితిని ఆనాడు చిత్తశుద్ధితో సంపాదకుడు పరిశీలించాలి. నిలకడలేనివాడన్న నిందకు భయపడకుండా న్యాయమైనదిగా తాను నమ్ముతున్న దాన్ని నిర్భీతిగా రాయాలి. (మూడు దశాబ్దాలు).

బాంర్జలాగానే మరో ప్రసిద్ధ బ్రిటిష్ సంపాదకుడు స్పెండర్ కూడా తన ధర్మ నిర్వహణకు స్థూలంగా కొన్ని సూత్రాలను పెట్టుకున్నాడు. వాటిలో ముఖ్యమైనవి: 1. భాషా వైదుష్యాన్ని ప్రదర్శించడానికి ప్రయత్నించరాదు. సహజధోరణిలో సులభ శైలిలో స్పష్టతనే సదా కాంక్షిస్తూ రాయాలి. 2. 'కాని' 'అయినా' 'బహుశా' వగైరాలను ఆసరా చేసుకొని రాస్తూ పోతే మీరు చెప్పగోరేదాన్ని సూటిగా చెప్పలేరు. నీళ్లు నమిలే సంపాదకుని రాతలు నీళ్ళు కారుతూనే ఉంటాయి. నిర్జీవంగానే ఉంటాయి. 3. చేదు కషాయాన్ని ఒకేసారి గొంతులో పోయడం కంటే అంత చేదు కాని మందును నాలుగైదు మోతాదులుగా మధ్య మధ్య కొన్ని రోజుల విరామంతో వాడకం చేయడం మంచిది. 4 భావాలకు తీవ్రత ఎంత పెరిగితే, భాషలో తీవ్రత అంత తగ్గాలి. 5 మొక్కుబడి తీర్చుకున్నట్టు కాక ఏమి రాసినా ధర్మాభినివేశంతో రాయాలి.

BRAOU

బాంర్జ్, స్పెండర్ల అభిప్రాయాల్లో ఒకే ఒక అంశంపై వ్యత్యాసం కనిపిస్తుంది. తీవ్రమైన పదజాలం ఉపయోగించడానికి సంకోచించనక్కరలేదని బాంర్జ్ అంటే కూడదని స్పెండర్ అన్నాడు. ఆధునిక పాత్రికేయులు స్పెండర్‌నే ఆదర్శంగా తీసుకుంటున్నారు. ఎ.జి. గార్డినర్ అన్నట్టు 'వెలుతురులేని వేడి, గమ్యం లేని గమనం, లక్ష్యం లేని ఉద్వేగ్నత' అవాంఛనీయం.

"అప్పుడే వండి, వార్చి, వడ్డించిన అన్నం వంటిది దిన పత్రిక సంపాదకీయం" అన్నారు నార్ల వెంకటేశ్వరరావు. ఏ రోజు కారోజు తాజా సమాచారం తాజా ఘటన గురించి అప్పటికప్పుడు సంపాదకీయం రాయాలి. పరిశోధనకు అధ్యయనానికి తీర్చిదిద్దడానికి వ్యవధి ఉండదు. ఎంతో హడావుడిగా పడుతూ లేస్తూ రాసిన సంపాదకీయం అచ్చులో అక్షరంగా నిలిచిపోతుంది. భావి పరిశోధకులకు అధ్యయనాంశం అవుతుంది. అందువల్ల సంపాదకీయం ఏ విధంగా ఉంటాలో సంపాదకుడి వ్యక్తిత్వం కూడా అదే విధంగా ఉండాలి. నిద్రలోనైనా, పరుగులోనైనా కొన్ని ప్రమాణాలను నియమాలను పాటించే స్వభావం సంపాదకుడిలో నాటుకోవాలి. ఒకసారి అచ్చువేసి జనం మీదికి వదిలిన తర్వాత ఉపసంహరించుకోవడం అసాధ్యం. ఎన్ని సవరణలు వేసినా క్షమాపణలు చెప్పినా సంపాదకీయంలో దొర్లిన పొరపాట్లను, లోపభూయిష్టమైన విశ్లేషణకు పరిహారం కాదు. అక్షరం బలికోరుతుందనే హెచ్చరికను సంపాదక రచయితలు క్షణం కూడా విస్మరించకూడదు. చారిత్రాత్మక విజయాలు సాధించినప్పుడు, అసాధారణ సంఘటనలేవయినా జరిగినప్పుడో వచ్చే సంపాదకీయాలు పాఠకుల మదిలో మెదులుతూనే ఉంటాయి.

స్నాతకోత్తర స్థాయి తెలుగు విద్యార్థులుగా సంపాదకీయ రచనలను పరిశీలిస్తే ఈ కోవలోకి చేరే మరికొన్నిటిని గుర్తించగలరు. రచనా విధానం పటిష్ఠంగా ఉండేటివి కొన్ని కనిపిస్తే, భాషా పటిమ గల సంపాదకీయాలు మరికొన్ని దృష్టిలోకి వస్తాయి. సంపాదకుడికి కావాల్సిన 'వ్యక్తిగత నైపుణ్యాలను' గుర్తించనూగలం.

సంపాదకీయం పాఠకులందరికీ అర్థమయ్యే విధంగా వార్తలాగా సరళంగా ఉంటూనే కొంచెం హుందాగా గంభీరంగా సాగిపోవాలి. వ్యావహారిక భాషలోనే రాయాలి. కానీ పదును, బిగువు ఉండాలి. శైలి హిత బోధలాగానో, ప్రవచనం లాగానో ఉండకుండా సమస్యను మిత్రులకు సాధికారికంగా వివరించినట్టు ఉండాలి. నిష్కర్షగా ఉంటూనే సౌమ్యమైన భాషలో చెప్పాలి.

ఈ క్రింది పొందుపరచిన సలహాలు సంపాదకీయాన్నే కాకుండా, వ్యాసాన్నైనా ఫీచర్నయినా, కాలమ్‌నయినా శక్తివంతంగా సులభ గ్రాహ్యంగా, అందంగా రాయడానికి ఉపకరిస్తాయి:

1. వాక్యాలు సాధ్యమైనంత వరకూ పొట్టిగా ఉండాలి. ఏడు మాటలు వరకూ ఉన్న వాక్యాన్ని పాఠకుడు తేలికగా అర్థం చేసుకోగలడనీ, అంతకు మించి మాటలుంటే ఇబ్బంది పడతాడనీ మానసిక శాస్త్రవేత్తలు నిర్ధారించారు. అన్ని వాక్యాలూ కురచగా రాయడం సాధ్యం కాకపోవచ్చు. సాధ్యమైనంత వరకూ అలా రాయాలి.

2. ఒకేమాట లేదా ఒకే పదబంధం మళ్లీ మళ్లీ రాకుండా చూసుకోవాలి. ముఖ్యంగా నిర్మాణ శైలిలో మార్పులు లేకపోతే విసుగు కలుగుతుంది. విన్యాసాలు చేయాలి.

3. వాక్యం మొదట్లోనే ఊరు లేదా పట్టణం పేరుకానీ అంకెలుకానీ సమయం (టైమ్) కానీ రాయకూడదు. వాక్యం బలహీనం అవుతుంది.

4. ఒక్కో పేరాగ్రాఫ్‌లో సాధ్యమైనన్ని తక్కువ వాక్యాలు ఉండాలి.

5. పాఠకులకు పరిచయమైన, తేలికగా అర్థమయ్యే భాష వినియోగించాలి. సరళంగా రాయడం అంటే పొడి పొడిగా చెప్పుచెప్పగా రాయడం కాదు. జన సామాన్యం మాట్లాడే భాషలోనే అందంగా రాయడానికి ప్రయత్నించాలి. అరిగిపోయిన సామెతలను సూక్తులను పరిహరించడం మంచిది.

6. ఏమి చెప్పదల్చుకున్నామో ముందుగానే స్పష్టంగా నిర్ణయించుకోవాలి. మొక్కుబడిగా రాయవద్దు. పూర్తి విశ్వాసంతో రాయాలి. మనస్ఫూర్తిగా నమ్మిన విషయాలనే సంపాదకీయం ద్వారా పాఠకులకు తెలియజేయాలి.

7. సంపాదకీయం రాయడం పూర్తయిన తర్వాత ఒకసారి ఆసాంతం చదివి సంతృప్తి చెందిన మీదనే అచ్చువేయడానికి అనుమతించాలి.

BRAOU

8. ఏ అంశం వాస్తవికత గురించి అయినా అనుమానం ఉన్నట్లయితే, దాన్ని సంపాదకీయంలో ఉపయోగించ కూడదు. లక్ష వాస్తవాలలో ఒకే ఒక అవాస్తవం ఉన్నప్పటికీ మొత్తం రచన విశ్వసనీయత కోల్పోతుంది. వాస్తవాలను ఒకటికి నాలుగుసార్లు ధ్రువీకరించుకోవాలి. Facts are sacred, coment is free అన్న సి.పి. స్కాట్ నియమాన్ని అక్షరాలా పాటించాలి.

8.6 కొన్ని ఆలోచనలు

పత్రికా రచనలో సంపాదకీయానికి, ఫీచర్ల రచనకు ఉండే ప్రాధాన్యం ఎంతటిదో ఎవరికీ తెలియనిది కాదు. వార్తా రచన ఒక ఎత్తయితే సంపాదకీయాలు మరొక ఎత్తు. మన దేశంలో 400 సంవత్సరాల పత్రికా రచనను సింహావలోకనం చేసుకుంటే పత్రికలు ప్రజాస్వామ్యయుతంగా వర్ధిల్లడాన్ని, పత్రికలు ప్రజాస్వామ్యానికి పట్టుగొమ్మలుగా నిలబడడానికి, ప్రజాస్వామ్య పరిరక్షణకు పత్రికలే రక్షణ కవచాలుగా చాలా సందర్భాల్లో నిలబడడాన్ని చూస్తే ఎవరికయినా అర్థం కాకపోదు. సంపాదకీయాలు ఈ సందర్భంగా నిర్వహించిన పాత్ర ఎనలేనిది. ప్రచురితమైన సాహిత్య శీర్షికలు, వార్తాంశ శీర్షికలు 'ఫీచర్లు' రచనా రూపాలలో భాగంగా రావడం కాదనలేని వాస్తవం. వర్తమాన, సమకాలీన సామాజిక, రాజకీయ, సాహిత్య, శాస్త్ర సాంకేతిక పరిణామాలను పాఠకుల (ప్రజల) చేరువకి తీసుకెళ్ళడమే ఈ రచనా రూపాల ప్రాథమిక లక్ష్యం కావడమే ఇందుకు దోహదపడింది. 'ప్రమదావనం', ఆషామాషీ, మాణిక్యవీణ, టూకీగా, రైతేరాజు, భూభ్రమణం నార్లమాట వంటి శీర్షికలు కొన్నివేలు 175 ఏండ్ల తెలుగు పత్రికా ప్రచురణలో వెలుగుచూసిన వేలాది పత్రికల్లో గుర్తించగలం. అంతర్యామి, జన్మభూమి, ఈనాడు లేఖలు, కొత్తపలుకు, అనగనగా, ప్రాణహిత, ఇన్‌బాక్స్, అంతరంగం, విశ్లేషణ మొదలయిన శీర్షికల పేరున వస్తున్న ఫీచర్లు, తదితర రచనా రూపాలను ప్రస్తుతం ప్రచురిస్తున్న దిన పత్రికలలో కనిపిస్తున్నాయి. అడవి బాపిరాజు, కాళ్లకూరి రామారావు, సురవరం ప్రతాపరెడ్డి, ముట్నూరి కృష్ణారావు, దేవులపల్లి, ఎన్.ఆర్. చందూర్, రాంభట్ల కృష్ణమూర్తి, కూచిమంచి సత్యసుబ్రహ్మణ్యం, పండితారాధ్యుల నాగేశ్వరరావు, నార్ల, పొత్తూరి, రాఘవాచారి, ఇనగంటి వెంకట్రావు, రామచంద్రమూర్తి, విద్వాన్ విశ్వం, నండూరి రామ్మోహనరావు, గోరాశాస్త్రి, తుర్లపాటి, అజంతా, ఎల్లోరా, ఉషశ్రీ, పురాణం సుబ్రహ్మణ్యశర్మ మాలతీచందూర్, రావూరి, మునిమాణిక్యం, మాడభూషి శ్రీధర్ వంటి వారు ఈ ప్రక్రియలకు చేసిన కృషి గుర్తు చేసుకోక తప్పదు. కొత్త భావాలకు కొత్త శబ్దజాలం ఏర్పడటం వీరి రచనల్లో కనిపిస్తాయి. ఆ శబ్దాలను భాషలోంచే సొంతంగా ఏర్పరచడం వీరి సంపాదక, ఫీచర్ రచనా వ్యాసంగాల్లో గుర్తించగలం. కొన్ని పదాలను ఇతర భాషల నుంచి గ్రహించి వాడుకలోకి తెచ్చారు. క్రమేపీ అవి మన తెలుగు భాషకే సొంతమయ్యాయి. వాటిని అన్యభాషా పదాలని గుర్తించలేనంతగా మన భాషలో ఇమిడిపోయాయి. 'అసలు', 'మామూలు' అనే పదాల్ని ఏ భాషా పదాలుగా మనం గుర్తుంచుకోవాలన్నది ఇక్కడ ఒక ఉదాహరణ మాత్రమే.

2004లో భారత వార్తపత్రిక రిజిస్ట్రారు (ఆర్.ఎన్.ఐ) లెక్కల ఆధారంగా ప్రస్తుతం తెలుగులో వస్తున్న పత్రికల సంఖ్య 180. ఇంగ్లీషు, ఉర్దూ తదితర భాషల్లో వస్తున్న 352 పత్రికలలో ఇది సగం. కాలిక పత్రికల సంఖ్యలో కలుపుకుంటే మొత్తం తెలుగు పత్రికల సంఖ్య 1199. తెలుగు పత్రికా రచనలో - పత్రికలు ప్రారంభమైన కొత్తల్లోనే సంపాదకీయం, శీర్షికా రచనలు రూపుదిద్దుకోగలిగాయి. తెలుగులో దిన పత్రికలు రావడానికి పూర్వం వార, పక్ష, మాస, త్రైమాసిక తదితర కాలిక పత్రికల సంఖ్యే ఎక్కువ. రచనా అభిలాష ఉన్నవారే పత్రికలను ప్రారంభించడం తెలుగు పత్రిక ప్రచురణలో తొలినాళ్లలో కన్పించే విశిష్ట లక్షణం. పత్రికలు పెట్టుకొన్న వారే ఎడిటర్ విధులు నిర్వర్తించేవారు. 19వ శతాబ్దం చివరిదాకా వారిని 'పత్రికాధిపతిగా' వ్యవహరించేవారు. 20వ శతాబ్దానికల్లా - 'సంపాదకుడు'గా పత్రికాధిపతి పరివర్తనం చెందడం గమనించగలం. 1970ల్లో పత్రికా యాజమాన్యం వేరు, సంపాదకుడు వేరు. అంతకుముందు దశాబ్దాల్లోనే ఈ ధోరణి ఏర్పడినా 1970ల్లోనే స్థిరపడగలిగింది. చీఫ్ ఎడిటర్, 'మేనేజింగ్ ఎడిటర్' అనే 'పదవీ రూపాలు' వచ్చి చేరాయి. పత్రికా యాజమాన్యం ఆధిపత్యపు రూపాలవి. వీరి ఆధిపత్యంలోనే సంపాదకీయాలు రావడం ఒక కొత్త పరిణామంగా ఈ నేపథ్యంలోనే వెలుగు చూసింది.

పత్రికా రచనలో తొలినాటి పత్రికలలో సంపాదకీయం, ఎడిటోరియల్ అని కాకుండా సంపాదకుడి రచన అనేది విధిగా ఒకటి ఉండాలనే భావన కనిపిస్తోంది. సంపాదకుడి రచన లేకుండా పత్రికలు వెలువడిన సందర్భాలు చాలాకొద్ది.

BRAOU

19వ శతాబ్దంలో పత్రికల తొలి రోజుల్లోనే 'ఆంధ్రభాషా సంజీవని' పత్రికా రంగానికి చెందిన కొన్ని నిర్వచనాలు చేసింది. పత్రికలకు, పత్రికారచనకు, జర్నలిజానికి కొన్ని పదాలు, కొన్ని అర్థాలలో తెలుగులో స్థిరపడవలసిన అవసరం ఏర్పడటంలో ఆంధ్రభాషా సంజీవని ఈ దిశగా కృషి చేసినట్టు కనిపిస్తుంది. పత్రికా రచనలో సంపాదకుడితో పాటు మరికొందరి రచయితల అవసరం రావడంతో వారి వర్గీకరణ, విధుల స్పష్టీకరణకు తొలి కృషి జరిగినట్లు గుర్తిస్తాం. 19వ శతాబ్దం పూర్వార్థంలో తెలుగు పత్రికల ఆవిర్భావం సాహిత్య ప్రయోజనాలకే ఎక్కువగా దోహదపడింది. వివేకవర్ధని (1874) పత్రిక ప్రచురణ కాలంలో సామాజిక ప్రయోజనం కోసం పత్రికలు కృషి చేశాయి. రాజకీయ చైతన్యం కోసం కృషి జరిగిందల్లా కృష్ణా పత్రిక (1902) కాలంలోనే. అంతకు ముందే ఉన్న సాంఘిక, సాహిత్య రంగాల కృషికి ఇది పొడిగింపుగా కొనసాగింది.

పత్రికలలో ప్రత్యేక వ్యాసాలు రావడం, ఎక్కువ పేజీలలో ప్రచురింపబడటం ఆంధ్రపత్రిక (1908) తరం ప్రత్యేకత. విద్యాభివృద్ధి, విజ్ఞానాభివృద్ధి తరహా రచనలకు ప్రాధాన్యమూ వచ్చింది. అయితే ఆంధ్ర సాహిత్య పరిషత్ పత్రిక (1912) ప్రాచీన సాహిత్య గ్రంథాల నుంచి రచనలను, వెలుగులోకి తేవడంతోపాటు భాషకు ప్రత్యక్షంగా, పరోక్షంగా కృషి చేసింది. ఆ సందర్భంలో వచ్చిన పత్రికలపైన ఈ ధోరణి ప్రభావమూ లేకపోలేదు. కాలిక పత్రికల ప్రచురణలకు భారతి (1924) విశిష్టమైన స్థానాన్ని తెచ్చిపెట్టగలిగింది. ఆంధ్రప్రభ (1938) భాష విషయంలో, వార్తలకు శీర్షికలు పెట్టడంలో కొత్త ఒరవడి తెచ్చింది. సంపాదకీయాల శైలిలో నార్ల సంపాదకత్వంలో ఈ దశలో పెట్టిన ఒరవడి కొన్ని దశాబ్దాలపాటు ఏలుబడి కొనసాగింది. అటు తర్వాత 1974లో వచ్చిన ఈనాడు పత్రికల భాషలోనూ, వార్తల ప్రచురణల పద్ధతిలోనూ మార్పు తేగలిగింది. ఈ మార్పు 20వ శతాబ్దం చివరిదాకా క్రమేపీ పరిణామం చెందుతూనే వచ్చింది. ఉదయం, వార్త వంటి పత్రికలు ఈ దిశగానే వాటి వంతు కృషి అవి చేశాయి. పత్రికల చరిత్ర యావత్తూ ముద్రణ రంగంలో, వార్తా ప్రసారంలో జరిగిన వైజ్ఞానిక, యాంత్రిక ప్రగతితో ముడిపడి ఉందనీ 21వ శతాబ్దం మరోసారి స్పష్టం చేసింది. సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో ఏర్పడ్డ విప్లవాత్మకమైన మార్పులు పత్రికా రంగాన్ని ఒక్క కుదుపు కుదిపాయి. ఒక పరిణామ క్రమంలో కొనసాగుతున్న సంపాదకీయ రచన, ఫీచర్ల రచనా రూపాలు ఒక్కసారిగా కొత్తదారిలోకి వచ్చి చేరాయి. స్నాతకోత్తర స్థాయి తెలుగు భాషా విద్యార్థులుగా గ్రంథాలయాలలో లభించే పాత తేదీల, సంవత్సరాల పత్రికలను పరిశీలిస్తే సంపాదకీయ రచనశైలి, ఫీచర్ రచన రూపాల వైవిధ్యమూ ప్రత్యక్షంగా గుర్తించగలరు.

21వ శతాబ్దం తొలి దశాబ్దం ప్రారంభానికి ముందే పత్రికా రచన తన రూపు రేఖల్ని పూర్తిగా మార్చుకునే దిశగా నడిచే ప్రయత్నం చేసింది. భాషలో వస్తున్న మార్పులు, సాంకేతిక విజ్ఞానం ప్రధానంగా పత్రికా రచనను దిశానిర్దేశం చేసినా మరికొన్ని ముఖ్యమైన పరిణామాల్ని క్లుప్తంగానయినా ప్రస్తావించవలసిన అవసరం తప్పనిసరి. ఈ దిశగా సాగిన కొన్ని పరిణామాలు -

- ప్రపంచీకరణ, ఉదారవాదం కల్పించిన అవకాశాలు, సృష్టించిన ఆవశ్యకాలు.
- పత్రికల విస్తరణ 'భౌగోళికంగా' అనూహ్యంగా వృద్ధి చెందటం. పేజీల పరంగా ఎక్కువ పేజీలు వచ్చి చేరడం వల్ల రచనావకాశాల విస్తృతి.
- పత్రికల సంఖ్య పెరగటం. ఇంగ్లీషు, ఇతర భారతీయ భాషల మాదిరిగానే తెలుగు పత్రికల సంఖ్య కూడా వృద్ధి చెందడం.
- పత్రికా ప్రచురణలో వ్యాపారధోరణి ప్రవేశం. ప్రచురణలో బహుళ జాతీయ సంస్థల ప్రమేయానికి దారులు పడటం. రుసుము ఆధారిత వార్తలు (పెయిడ్ ఆర్టికల్స్) ప్రచురణ ప్రస్తుతం పత్రికా ప్రచురణలో వచ్చి చేరిన కొత్త పరిణామం.
- మాధ్యమాల పరిధి విస్తరణ. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ అన్నీకూడా మాధ్యమాల అంతర్భాగం కావడం ఊహించని పరిణామం. మొబైల్ ప్రసారవ్యవస్థ కూడా మాధ్యమాల పరిధిలోకి చేరేందుకు ముంగిట్లోనే సిద్ధంగా ఉంది.
- 24×7 ఛానెళ్లు ప్రైవేటు రంగంలో రావడం. వార్తను ఎంపిక చేసే విధానం నుండి 'వార్తాన్వేషణ' దిశగా వెళ్లడం. మానవీయ వార్తలు - భావోద్వేగాలు, ఉత్సుకతల నేపథ్యంలో రూపుదిద్దుకోవడం. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, మారుమూలల్నుంచీ వార్తలు, వార్తల్లో 'ప్రేక్షకుడు' వినియోగదారుడు కావడం ఈ ప్రభావం పత్రికా రచన, ముద్రణ మీద పడటం అనివార్యమైంది.

BRAOU

- వార్తా ఛానళ్ల మధ్య పోటీ వాతావరణం, వార్తలకు కొత్త నిర్వచనాన్ని వెదికే ప్రయత్నం, పత్రికా ప్రచురణ మీద పడింది. టెలివిజన్ ఛానెళ్లు, ఇంటర్నెట్ ప్రసారాలతోపాటు ప్రచురణ రూపంలో ఉండే పత్రికను ఒకే సంస్థ అధీనంలో ఒకే సమయంలో కొనసాగించడం మాధ్యమాల ప్రభావాన్ని పెంచగలుగుతోంది. వ్యాపార ధోరణులు ఈ పరిణామాన్ని ఊహించలేని కొత్త దిశలో నడిపిస్తున్నాయి.
- సంపాదకుడు, పత్రికా యాజమాన్యం చాలా సందర్భాల్లో రెండు వ్యవస్థలు, విధానపరమైన 'పరిగణనలు' వ్యాపార, రాజకీయ లక్ష్యాలకు లోబడి ఉండటం చూస్తాం. వార్తా [illegible]ణం, సంపాదకీయ రచనా దృక్పథాల్ని 'యాజమాన్యం ఆధీనానికి' కట్టుబడి ఉండేలా చేస్తున్నాయి.
- సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, వేగాన్ని పట్టుకోవడం సాధ్యపడటంలేదు. క్షణాల్లో కొత్త సాధనాలు, కొత్త అవకాశాలు సృష్టిస్తున్నాయి. మల్టీమీడియా రంగంలో వస్తున్న మార్పులు పత్రికా ప్రచురణను పూర్తిగా మార్చివేయగల సామర్థ్యంలో ఉన్నాయి. ఇతర మాధ్యమాలలో వస్తున్న పరిణామాలు పత్రికా ప్రచురణ మీద పేరుకు పోతున్నాయి.
- సామాజికంగా కూడా త్వరితగతిన మార్పులు, కొత్త రూపాల్లో వచ్చి చేరుతున్నా [illegible] మానవాళి ఆలోచనా ధోరణిని మారుస్తున్నాయి. జీవన దృక్పథాన్ని పూర్తిగా మార్చివేస్తున్నాయి. మానవీయ సంబంధాల్నీ, సామాజిక సంబంధాల్ని కొత్తగా నిర్వచించగలిగే దశకు చేరుకున్నాయి.
- ఈ పరిణామాలన్నీ కలిసి విడిగానూ, కలివిడిగానూ 'భావప్రసార వ్యవస్థ' మీద ప్రభావాన్ని చూపుతున్నాయి. భాష రూపాంతరం చెందుతోంది. కొత్త పదజాలం, కొత్త నిర్వచనాలు వచ్చి చేరుతున్నాయి. రచన విషయాలు విస్తృతమవుతున్నాయి. రచనా రూపాలు కొత్తవి వచ్చి పడుతున్నాయి. రచన శైలిలో నూతనత్వం ఉంటోంది.

పైన పేర్కొన్న పరిణామాలన్నీ సహజంగానే సంపాదకీయ రచన, ఫీచర్ల రచన రూపాలను ప్రభావితం చేస్తున్నాయి. మంచీ, చెడూ రెండు దిశలా ఈ ప్రక్రియ కొనసాగుతోంది. పత్రికా ప్రచురణలో ఒక విధంగా ఇవి 'తీవ్ర చలనాత్మకంగా' పేర్కొనవచ్చు. ఈ పరిణామాలు ఏ దిశగా వెళ్తాయో పూర్తిగా ఊహించి చెప్పలేని సందర్భమూ ఇది. ఈ నేపథ్యంలో సవాళ్లను, అవకాశాలను గుర్తించి సంపాదకీయాన్నిగానీ, ఫీచర్, తదితర రచనలు చేసినప్పుడే ఈ ప్రక్రియకు గుణాత్మక నైజం అందివ్వగలం.

B R A O U

అభ్యాసం-1

వార్తాధార, వార్తేతర రచనలకు ఉన్న తేడాలేమిటో తెలపండి.

____

____

____

____

____

అభ్యాసం-2

సంపాదకీయాన్ని రాసేటప్పుడు పాటించవలసిన పద్ధతులను తెలపండి.

____

____

____

____

____

8.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ప్రతి పత్రికలో 'సంపాదక పేజీ' (Edit Page) ఉంటుంది. సంపాదకీయ పేజీలో ఒకటి లేదా రెండు సంపాదకీయాలు, వ్యాసం, ఫీచర్ కాలమ్, పాఠకుల లేఖలు ప్రచురిస్తారు.
- సంపాదకీయ పేజీ రచనలు, పేజీ నిర్మాణం, ఆయా పత్రికల విధాన నిర్ణయాలను బట్టి ఉంటుంది.
- 'ఫీచర్లు', వార్తలు, వార్తేతర అంశాల ఆధారంగా రాస్తారు. కాలమ్, ఫిల్లర్, మానవీయ కథనాలు మొదలయిన రచనా రూపాలు ఫీచర్లు వర్గీకరణలోకి వస్తాయి. ఆయా రంగాల నిపుణులు వీటిని రాస్తారు.
- సంపాదకీయం వర్తమాన వార్తాంశాల ఆధారంగా యాజమాన్యం లేదా సంపాదకుడి దృష్టికోణంలో రాస్తారు. ఎంపిక చేస్తున్న అంశం పూర్వాపరాలను, పరిణామాలను, ధనాత్మక విషయాలను సంపాదకీయంలో వివరించే ప్రయత్నం చేస్తారు.
- సంపాదకీయం ఒక 'నిర్మితిని' ప్రదర్శిస్తుంది. ఎత్తుగడ, వివరణ, ముగింపు ఉంటాయి. ఆకర్షణీయమైన శీర్షిక సంపా[illegible] ఫీచర్లు, తదితర రచనా రూపాల విషయంలో రచనా నిర్మితి ఈ విధంగానే ఉంటుంది. ఫీచర్లను వార్తాధార, వార్తేతర రచనాంశాల ఆధారంగా ఫీచర్లను రాస్తారు.
- 'సంపాదకీయం' ఒక అంశానికి, ఒక సందర్భానికి, ఒక విషయానికి సంబంధించి 'వార్తా పత్రిక' దృక్పథాన్ని చెప్పగలిగే రచన అని నిర్వచించవచ్చు. యాజమాన్యం దృక్పథాన్ని ప్రదర్శించగలదు.
- సంపాదకీయాలను రాసే విధానం, శైలీ పత్రిక ఏర్పాటు చేసుకున్న విధాన నిర్మాణాన్ని అనుసరించి ఉంటుంది. సాధారణంగా పత్రికకు 'శైలీ పత్రం' ఒకటి ఉంటుంది.
- సంపాదకీయ రచనలో - రాసే విధానం, ధోరణులు కొన్ని ఉన్నాయి. అవి : ప్రశ్నించేది, నిర్మాణాత్మక విమర్శ, విభేదాత్మకత, వేదాంత సలహా, ప్రస్తుతి, ఖండన మొదలయినవి.
- సంపాదకీయాలు ప్రధానంగా అయిదు రకాలు. అవి: 1. సందేశాత్మక సంపాదకీయాలు, 2. మానవీయ సంపాదకీయాలు, 3. వివరణాత్మక సంపాదకీయాలు, 4. వార్తాధార సంపాదకీయాలు, 5. పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాలు. పత్రికల్లో వస్తున్న వస్తు, విషయపరిధి బాగా విస్తృతమైంది. ఈ వర్గీకరణను ఆధునీకరించుకోవడమూ అవసరమే.
- వివిధ పత్రికలలో వస్తున్న సంపాదకీయాలను తరచూ చదివి విశ్లేషణ చేయడం తప్పనిసరి. పత్రికా రచయితగా స్థిరపడడానికి ఇటువంటి ఆచరణ సంపాదకీయ రచన విషయంలో అవగాహనను పెంపొందిస్తుంది. మీరు పాఠ్య విభాగంలో పొందుపరచిన 'సంపాదకీయ' రచనలను పరిశీలించి విశ్లేషణ చేయగలగాలి.
- ఫీచర్ రచనలో ప్రధానంగా మానవీయ కోణం ఉంటుంది. పాఠకుల ఆలోచనలు, చుట్టూ ఉండే వాతావరణమూ ఫీచర్ ప్రతిబింబిస్తుంది. రచనలో వ్యంగ్యమూ, హాస్యధోరణి కనిపించే అవకాశాలు ఎక్కువే. రచనలో వాక్యాల నిడివిలో తారతమ్యాలు ఉంటాయి. వినోదాన్ని, ఆహ్లాదాన్ని, విజ్ఞానాన్ని ఫీచర్లు అందిస్తాయి.
- ఫీచర్ రచనలో విషయం ఎంపిక, విషయ సేకరణ, విషయ ప్రస్తావన దశలు చూస్తాం.
- సంపాదకుడు సంపాదకీయం ఫలానా పద్ధతిలో రాయాలని నిర్బంధం ఉండదు. ఎవరికి వారు తమ భాషను, శైలిని, స్వరాన్ని ఎంపిక చేసుకోవలసి ఉంటుంది.
- సంపాదకీయాన్నే కాకుండా వ్యాసాన్ని, ఫీచర్లను రాయడానికి సహకరించే అంశాలు కొన్ని ఉన్నాయి. వాక్య నిర్మాణం, పేరాగ్రాఫ్ విభజన, గణాంకాలు, ఊరిపేర్లు పాఠకులకు అర్థమయ్యే భాష వంటివే మరికొన్ని విషయాలు పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి.
- సంపాదకీయం, ఫీచర్ల రచన విషయంలో కొన్ని పరిణామాలు గమనించగలగాలి. 19వ శతాబ్దం నుండి పత్రికా రచనలో ఈ రచన ప్రక్రియ ముఖ్యభాగంగానే ఉంది. పరిణామమూ రచన ప్రక్రియలో గుర్తించగలం.
- 21వ శతాబ్దంలోకి రాగానే సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వచ్చిన విప్లవం ఎన్నో అవకాశాలను, సవాళ్లను మన

BRAOU

ముందుంచుతోంది. వాటిని గమనిస్తూ ముందుకెళ్లగలగాలి. రచనలో విషయ వైవిధ్యమూ, భాషాపరమైన పరిణామాలు గుర్తిస్తూ సంపాదకీయం, ఫీచర్ రచనను కొనసాగించటం అవసరం.

8.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. సంపాదకీయం వార్తా పత్రికా దృక్పథాన్ని చెప్పగలిగే రచన అనే భావాన్ని సమర్థిస్తూ చర్చించండి.
2. పత్రికా రచనలో "ఫీచర్లు" ఏ విధంగా ఉపయోగకరమో చర్చించండి.

II. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. సంపాదకీయాల్లోని శైలిని, భాషను వివరించండి.
2. పరిష్కారాత్మక సంపాదకీయాల గురించి తెలపండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ముఖ్యంగా ఇప్పుడు దినపత్రికలలో చూస్తున్న పత్రికా రచనలలో వస్తున్న రచనా రూపాలను వార్తాధారిత, మరియు వార్తేతర రచనలుగా వర్గీకరించవచ్చు. పత్రికల్లో రాసే అవకాశాలు పెరగడం, రచయితల సంఖ్య ఎక్కువ కావడం, వైవిధ్యమైన ఆలోచనల్లోంచి "విషయాలు" కొత్తవి రావడం, మాధ్యమాల ప్రభావంతో ప్రపంచం నలుమూలల నుంచి "కొత్త రచనా ప్రక్రియలు వచ్చి చేరడం" - ఈ ప్రాథమిక వర్గీకరణకు సహకరిస్తున్నాయి.

   వార్తలు, వార్తాధారిత అంశాలు రాసే విధానం వేరు. వార్తలలో అప్పటి విషయానికే ప్రాధాన్యత ఉంటుంది. వార్తేతర రచనలలో సమాచారం, విజ్ఞానం, వినోదం ప్రధానంగా ఉంటాయి.

   వార్తా రచనకు అవలంబించే తిరగేసిన పిరమిడ్ విధానం పూర్తిగా కానీ, అన్ని సందర్భాల్లో కానీ తప్పనిసరి కాదు.

   కెరీర్ అవకాశాల్ని గురించిన విద్య, వైద్య విశేషాల్ని గురించి రాయడం, పిల్లలకు సైన్సు విజ్ఞానాంశం చెప్పడమూ, వార్తేతర అంశాల్లో, పత్రికారచనలో కనిపిస్తుంటాయి. వార్తా రచన పత్రికా రచనకు ప్రాథమికమైంది. వార్తాధారిత రచన విజ్ఞానం పొందడానికి అవసరమైంది.

2. సంపాదకీయాన్ని రాసేప్పుడు ఈ కింది విషయాలను పరిగణనలోనికి తీసుకున్నట్లైతే శక్తివంతమైన, సులభ గ్రాహ్యమైన సంపాదకీయాన్ని పాఠకులకు అందించవచ్చు:

   - వాక్యాలు సాధ్యమైనంతవరకూ పొట్టిగా ఉండాలి.
   - ఒక్కమాట లేదా పదబంధం మళ్ళీమళ్ళీ రాకుండా చూసుకోవాలి.
   - నిర్మాణశైలిలో మార్పులు చేస్తుండాలి. లేకపోతే విసుగు కలుగుతుంది.
   - వాక్యం మొదట్లో పేర్లు, అంకెలు, సమయం రాకుండా చూసుకుంటే మంచిది. అలా రాస్తే వాక్య పటుత్వం తగ్గిపోతుంది.
   - ఒక్కో పేరాగ్రాఫ్‌లో సాధ్యమైనన్ని తక్కువ వాక్యాలు ఉండాలి.
   - పాఠకులకు పరిచయమై, తేలికగా అర్థమయ్యే భాషనే వినియోగించాలి. జనసామాన్య భాషలోనే అందంగా రాయడానికి ప్రయత్నించాలి.
   - చెప్పదలుచుకున్న విషయాన్ని ముందుగానే స్పష్టంగా నిర్ణయించుకుని, దానిపట్ల పూర్తి విశ్వాసంతో రాయాలి.
   - విషయంపట్ల అనుమానం ఉన్నట్లయితే దాన్ని రాయకపోవడం మంచిది. వాస్తవాలన్నీ ధ్రువీకరించుకున్న తరువాత సంపాదకీయాన్ని రాయాలి.

BRAOU

భాగం-9 ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు

విషయక్రమం

9.0 ఉద్దేశం

9.1 ప్రవేశిక

9.2 ప్రత్యేక సంచికల అనుబంధం - రూపకల్పన

9.3 ప్రత్యేక సంచిక - అనుబంధం

9.3.1 విషయసూచిక

9.3.2 సంపాదకీయం

9.3.3 ప్రధాన వ్యాసం

9.3.4 ప్రత్యేక వ్యాసాలు - లక్షణాలు, రచనా పద్ధతి

9.3.5 ఫీచర్లు

9.3.6 వ్యక్తిత్వ వ్యాసాలు, జీవిత చిత్రణలు

9.3.7 ఇంటర్వ్యూ

9.3.8 జ్ఞాపకాలు - అనుభవాలు

9.3.9 ప్రయాణ అనుభవాలు

9.3.10 చర్చ ఆధారిత వ్యాసాలు

9.3.11 గెస్ట్ కాలమ్

9.3.12 పేజీల కూర్పు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

9.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

9.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

9.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు స్వరూపస్వభావాలు
- ప్రత్యేక వ్యాసాలు, ఇతర రచనల రీతులు, రకాలు, విభాగాలు

9.1 ప్రవేశిక

గడిచిన రెండు దశాబ్దాలలో వార్తా పత్రికల స్వరూప స్వభావాలు చాలా మారిపోయాయి. దినపత్రికలు కూడా తరచుగా ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు ప్రచురిస్తూ కాలిక పత్రికలతో పోటీ పడుతున్నాయి. వార్తలతో పాటు ప్రత్యేక వ్యాసాలు, ఫీచర్లు అందిస్తున్నాయి. సాహిత్యం, సినిమా, క్రీడలు, సైన్స్, మహిళ, ఆరోగ్యం, ఫ్యాషన్లు జీవనశైలి వంటి

వివిధ రంగాలకు సంబంధించి ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు వెలువరిస్తున్నాయి. ఈ సంచికలకు రచనలు ఎలా రాయాలో ఎలా సేకరించాలో తెలుసుకుందాం.

కొన్ని ప్రత్యేక సందర్భాలలో వెలువరించేవే ప్రత్యేక సంచికలు. పాఠకులలో సమాచార దాహం పెరిగింది. నేటి పాఠకులు వార్తలతో సంతృప్తి చెందడం లేదు. ఆ వార్తల పూర్వాపరాలు, ఇతర లోతుపాతులు తెలుసుకోవాలని కోరుకుంటున్నారు. ఉదాహరణకు వచ్చేనెల ఒలింపిక్స్ క్రీడోత్సవాలు జరుగుతాయి. 156 దేశాలు పాల్గొంటున్నాయి అని వార్త ఇస్తే సంతృప్తి చెందరు. వాటి పూర్తి విశేషాలను పత్రికలను పోల్చి చూస్తారు. అందువల్లనే పత్రికలు క్రీడోత్సవాల ప్రత్యేక సంచికలను కానీ అనుబంధాలు కానీ ఆ సమయంలో వెలువరిస్తున్నాయి.

అన్ని వయసుల పురుషులు, మహిళలు, యువతీ యువకులు, బాలలు ఉంటారు. వారందరూ చదివే శీర్షికలను నేటి పత్రికలు అందిస్తున్నాయి. దినపత్రికలు విద్యార్థులకు, ఉద్యోగార్థులకు, మహిళలకు, పిల్లలకు ఉపయోగపడే ఈ ప్రత్యేక పేజీలు, అనుబంధాలు అందిస్తున్నాయి. ఈ ప్రత్యేక సంచికలు అనుబంధాలకు ప్రత్యేక రచనలు అవసరం.

9.2 ప్రత్యేక సంచికల అనుబంధం - రూపకల్పన

ప్రత్యేక సంచికలు - అనుబంధాలలో రకాలను ముందుగా పరిచయం చేసుకుందాం.

1. వార్షికోత్సవ లేదా జన్మదిన సంచిక
2. జాతీయ పర్వదినాలు, మతపరమైన పండుగల సందర్భంగా వెలువరించే సంచికలు
3. క్రీడోత్సవాలు, సాంస్కృతికోత్సవాల సంచికలు
4. గోదావరి, కృష్ణా పుష్కరాలు, బ్రహ్మోత్సవ సంచికలు
5. సంస్మరణ సంచికలు
6. పరిశ్రమలు, వాణిజ్యంపై ప్రత్యేక సంచికలు
7. పరీక్షలు, సంస్థల ప్రారంభోత్సవాలు, వార్షికోత్సవాల సందర్భంగా ప్రచురించే సంచికలు
8. సాహిత్యం, సినిమా వంటి రంగాలపై ఏటా కొన్ని పత్రికలు ప్రచురించే ప్రత్యేక సంచికలు
9. ఎన్నికల అనుబంధాలు, ప్రత్యేక సంచికలు

ప్రత్యేక సంచిక అనుబంధానికి అయినా ముందుగా ప్రణాళిక ఉంచుకోవాలి. ఆ సంచికలో ఎటువంటి రచనలు ఇవ్వాలో, పేజీలను ఎలా తీర్చిదిద్దాలో, ముఖ చిత్రం ఎలా ఉండాలో ముందుగా నిర్ణయించుకోవాలి. సంపాదకీయ సభ్యులు ఏవేవి రాస్తారో, వెలుపలి రచయితలు, నిపుణులచేత ఏ అంశాలపై రాయించాలో నిర్ణయించుకోవాలి. సంచికను ముద్రణకు ఇవ్వడానికి కొద్ది నెలల ముందే పేజీలను సిద్ధం చేసుకొని తుదిమెరుగులు దిద్దాలి. వివిధ రచనల మధ్య సమతౌల్యం ఉండేలా చూసుకోవాలి. ఫొటోలు, రేఖా చిత్రాలు వంటివి సమకూర్చుకోవాలి.

9.3 ప్రత్యేక సంచిక, అనుబంధం

ప్రత్యేక సంచికలో వివిధ భాగాలు ఉంటాయి అవి:

1. విషయ సూచిక
2. సంపాదకీయం
3. ప్రధాన వ్యాసం (Lead Essay)
4. ప్రత్యేక వ్యాసాలు, లక్షణాలు, రచనా పద్ధతి
5. ఫీచర్లు

BRAOU

6. వ్యక్తిత్వ వ్యాసాలు జీవిత చిత్రణ

7. ఇంటర్వ్యూ

8. జ్ఞాపకాలు, అనుభవాలు

9. ప్రయాణ అనుభవాలు

10. చర్చ ఆధారిత వ్యాసాలు

11. గెస్ట్ కాలమ్

12. పేజీల కూర్పు

9.3.1 విషయ సూచిక

ప్రత్యేక సంచికకు విషయ సూచికలు ప్రచురించవచ్చు. ప్రత్యేక అనుబంధానికి విషయ సూచిక అవసరం లేకపోవచ్చు. విషయసూచికల్లో పేర్కొన్న అంశాల పక్కనే పేజీ సంఖ్యను ఇవ్వటం పరిపాటి. ఒక ప్రత్యేకమైన అంశాన్ని మాత్రం చూడదల్చినవారికి ఇది ఉపయోగకరంగా ఉంటుంది.

9.3.2 సంపాదకీయం

ప్రత్యేక అనుబంధానికి సంపాదకీయం లేకపోయినా లోటు ఉండదు. ప్రత్యేక సంచిక సంపాదకీయంలో, సంచిక ఉద్దేశాన్ని తెలియజేస్తుంది. ఆ రంగంలోని తాజా ధోరణులను సమీక్షించి, భవిష్యత్తు ఎలా ఉండవచ్చునో సూచిస్తుంది. మరింత ప్రగతికి దిశానిర్దేశం చేస్తుంది. ప్రత్యేక సంచికను క్రీడోత్సవాల సందర్భంగా ప్రచురిస్తుంటే అలాంటి పోటీల్లో మనవాళ్ళు రాణించకపోవడానికి కారణాలు విశ్లేషిస్తుంది. రాణించడానికి ఎవరేం చేయాలో సూచిస్తుంది.

BRAOU

9.3.3 ప్రధాన వ్యాసం

సంచిక సందర్భాన్ని వివరించాలి. క్రీడోత్సవాల సందర్భమైతే, ఆ ఉత్సవాల చరిత్రను వివరించాలి. ఆ పోటీల్లో భారతీయులు, లేదా మన రాష్ట్రానికి చెందినవారు లోగడ ఎలా రాణించారు? ఎందుకు రాణించలేదు అని చర్చించాలి. విజయాలను అపజయాలను విశ్లేషించవచ్చు. క్రీడల్లో మన వారు రాణించాలంటే, ప్రభుత్వాలు, క్రీడా సంఘాలు, విద్యా సంస్థలు, రక్షణ సంస్థలు, పౌర సమాజం ఏమీ చేయాలో సూచించాలి. క్రీడాకారులను ప్రోత్సహించాలని అందరికీ విజ్ఞప్తి చేయవచ్చు.

ఇతర ప్రత్యేక వ్యాసాలు

సంచిక పరిమాణాన్ని బట్టి ఎన్ని వ్యాసాలు ప్రచురించాలో నిర్ణయించుకోవాలి. క్రీడోత్సవాల సందర్భం అయితే, వాలీబాల్, హాకీ, ఫుట్‌బాల్, టెన్నిస్, స్విమ్మింగ్, పరుగు పందెం వంటి వివిధ క్రీడలపై విడివిడిగా వ్యాసాలు ప్రచురించవచ్చు.

9.3.4 ప్రత్యేక వ్యాసాలు, లక్షణాలు, రచనా పద్ధతి

భాషాశైలి: పత్రికా రచనకు చదివించే గుణం ముఖ్యం. రచన సాఫీగా సాగిపోవాలి. వాక్యాలు సరళంగా, చిన్నవిగా ఉండాలి. చిన్న చిన్న పేరాల్లో రాయాలి. చెప్పదలుచుకున్నది సరళమైన భాషలో చెప్పాలి. పాండిత్య ప్రకర్షకు పాల్పడరాదు. తెలియని పదాలు వాడరాదు. అదే సమయంలో జనం మాటల్లో అలవోకగా దొరలే జాతీయాలు, సామెతలు వాడుతూ రచన సాగిస్తే వ్యాసంలో జీవం తొణికిసలాడుతుంది. ముతక సామెతలను మాత్రం నివారించాలి. మహిళలు, వికలాంగులు, ఏదైనా వర్గాన్ని కించపరిచే సామెతలను వాడరాదు. అన్ని వ్యాసాల వలెనే ప్రత్యేక వ్యాసంలోనూ మూడు భాగాలు ఉంటాయి. అవి: 1. ఎత్తుగడ, 2. విషయం, 3. ముగింపు

ఎత్తుగడ: వ్యాసానికైనా, ఫీచర్‌కైనా ఎత్తుగడ / ప్రారంభం పాఠకులను ఆకర్షించేలా ఉండాలి. ప్రారంభవాక్యాలే వ్యాసం మొత్తం చదవాలన్న ఆసక్తిని పాఠకునికి కలిగించాలి. వ్యాసాన్ని ఒక ఉల్లేఖనం(Quotation)తోనో సామెతతోనో ప్రారంభించవచ్చు. ఒక ఉదంతాన్ని పేర్కొని ప్రారంభించవచ్చు. ఒక ప్రశ్నతోనూ ప్రారంభించవచ్చు.

విషయం: ప్రారంభ వాక్యాల తర్వాత విషయాన్ని ప్రస్తావించాలి. విషయాన్ని లేదా సమాచారాన్ని ఏది ముందు రాయాలి? ఏది తర్వాత రాయాలి? అనేది నిర్ణయించుకొని ఒక క్రమ పద్ధతిలో రాయాలి. చిన్న చిన్న పేరాల్లో రాయాలి. ఏ సంఘటన ఏ సంఘటనకు దారితీసిందో ఆ క్రమంలో రాయవచ్చు. ఒక ఉత్సవం గురించి అది ఎలా ఆరంభమై ఎలా ముగిసిందనే క్రమాన్ని పాటించవచ్చు. జరిగిన దానిలోని విశేషాలను ఆసక్తికరంగా అభివర్ణించవచ్చు. విషయం సమగ్రంగా ఉండాలి. అవసరమైన సమాచారం, విశేషాలు, ప్రత్యక్షంగా చూసి, లేదా పుస్తకాలు, పత్రికలు, ఫైళ్ల నుంచి సేకరించి ఉంచుకున్న తరువాతనే రాయడం ప్రారంభిస్తే, అంశం తప్పిపోకుండా ఉంటుంది. అవసరమైన సందర్భాల్లో ఆయా రంగాలలోని నిపుణులు, అనుభవజ్ఞులను సంప్రదించి సమాచారం సేకరించుకోవాలి. వ్యాసంలో వారి పేర్లు వారు చెప్పిన మాటలు కొన్ని ఉదహరిస్తే, వ్యాసం విశ్వసనీయత సంతరించుకుంటుంది.

ముగింపు: వ్యాసం అర్ధాంతరంగా ముగిసినట్లు అనిపించరాదు. ఆరంభంలో ఒక సంఘటనను ఉదహరించి ఉంటే, చివర కూడా ఒక సంఘటనను ఉదహరించి నాటకీయంగా ముగించవచ్చు. ఒక సామెతతోనో ముగించవచ్చు. పాఠకులలో ఆలోచనను రేకెత్తిస్తూ ప్రశ్నతోనూ ముగించవచ్చు. ఒలింపిక్ క్రీడోత్సవాల గురించిన వ్యాసం అయితే, తదుపరి ఉత్సవాల్లో అయినా మన వాళ్ళు విజయాలు సాధిస్తారా అన్న ప్రశ్నతో ముగించవచ్చు. భవిష్యత్తు గురించి పాఠకులు ఆలోచించేలా కొన్ని ప్రశ్నలూ ఇవ్వవచ్చు. పాఠకుల అభిప్రాయాన్ని మలిచేలా వ్యాసకర్త ఒక స్పష్టమైన అభిప్రాయాన్ని వ్యక్తం చేయవచ్చు.

ఎలా ముగించినా, పాఠకులలో దేశ భవిష్యత్తుపట్ల మన యువతీ యువకుల సామర్థ్యం ప్రతిభ పట్ల సందేహాలు కలిగేలా మాత్రం రాయరాదు.

BRAOU

9.3.5 ఫీచర్లు

ప్రత్యేక సంచికతో కొన్ని ప్రత్యేక పేపర్లు కూడా ప్రచురించవచ్చు. వ్యాసానికి భిన్నంగా ఫీచర్ ఒక ప్రత్యేక, ఆసక్తి దాయకమైన అంశాన్ని లేదా పార్శ్వాన్ని మాత్రమే చిత్రిస్తుంది. ఒలింపిక్ క్రీడోత్సవాల ప్రత్యేక సంచిక అయితే, మన దేశం నుంచి పాల్గొంటున్న మహిళా క్రీడా కారిణుల వివరాలతో ఒక ఫీచర్ రాయవచ్చు. గతంలో వివిధ పోటీల్లో రాణించిన క్రీడాకారుల విశేషాలతో ఒక ఫీచర్ రాయవచ్చు. పోటీలు జరిగే స్టేడియంలో విశేషాలతో ఒక ప్రత్యేక ఫీచర్ ప్రచురించవచ్చు. మానవ జీవితంలోని అనేక పార్శ్వాలు ఫీచర్లకు వస్తువుగా ఉంటాయి. ఆహార అలవాట్లు, ఫ్యాషన్లు, విహారాలు, ఆరోగ్య సంరక్షణ, అభిరుచులు, సరదాలు, వృత్తులు, ప్రవృత్తులు వంటి వాటిపై ఫీచర్లు వస్తుంటాయి. వ్యాసం గంభీరంగా సాగితే, ఫీచర్ ఆహ్లాదకరంగా చదివిస్తుంది.

9.3.6 వ్యక్తిత్వ వ్యాసాలు, జీవిత చిత్రణలు

సందర్భం ఏదైనా వ్యక్తుల ప్రమేయం ఉంటుంది. ఒక సంస్థ గురించి రాస్తే, ఆ సంస్థ ఉన్నతికి కారణమైన వ్యక్తి గురించి తెలుసుకోవాలన్న ఆసక్తి పాఠకులకు కలుగుతుంది. వివిధ రంగాలలో వ్యక్తులు గొప్ప విజయాలు సాధిస్తుంటారు. సందర్భం వచ్చినప్పుడు వారి జీవిత విశేషాలు, కృషి, విజయాలు గురించి పత్రికలు ప్రత్యేక రచనలు ప్రచురిస్తుంటాయి. క్రీడల పో... పతకం సాధించిన క్రీడాకారుల జీవితాలు, సినిమా తారల జీవితాలే కాదు, ఏ రంగంలో ఎవరు ఏది సాధించినా అదంతా మానవ జీవితాన్ని సుసంపన్నం చేసేదే. అందువల్ల వ్యక్తుల గురించి ఆసక్తి అందరికీ ఉంటుంది. జీవిత చరిత్ర వేరు, వ్యక్తిత్వ చిత్రణ వేరు. వ్యక్తిత్వ చిత్రణలో ఆ వ్యక్తి పుట్టు పూర్వోత్తరాలన్నీ ఇవ్వాల్సిన అవసరం లేదు. ఆయన లేక ఆమె చేసిన కృషి, ఫలితాలు, ఆ రంగానికి జరిగిన మేలు, వ్యక్తిత్వంలోని గుణగణాలు వివరించాలి. బాల్యం, చదువు, వృత్తి, ఉద్యోగం, కుటుంబ జీవితం, అభిరుచులు, స్నేహాలు వంటి వాటిని సందర్భోచితంగా ప్రస్తావించవచ్చు.

ఆయన వ్యక్తిత్వంలోని, లేదా ఆయన కృషిలోని ఒక ప్రత్యేక విశేషంతో ప్రారంభించి, తర్వాత ఆయన కృషిని, వ్యక్తిత్వాన్ని వివరించవచ్చు. ఆయన గురించి ఇతర ప్రముఖులు చెప్పిన మాటలను ఉటంకించవచ్చు. ఆయన వైఫల్యాలను, బలహీనతలను ఒకటి రెండు వాక్యాల్లో ప్రస్తావించవచ్చు. సాధారణంగా మార్పు సాధకులూ, విజేతల వ్యక్తిత్వం గురించే పాఠకులు తెలుసుకుంటారు. పరాజితులు, యథాతథవాదులు, ఎవరికీ ఏమీ మేలుచేయని వారి గురించి ఎవరు పట్టించుకుంటారు? గొప్ప పదవి వెలగబెట్టినా, ప్రభావం చూపని అధికారులు, నాయకుల వ్యక్తిత్వం, జీవితం గురించి ఎవరికేం ఆసక్తి ఉంటుంది. క్రీడలపై ప్రత్యేక సంచిక ప్రచురిస్తుంటే, ఏదైనా క్రీడలో పతకం సాధించిన క్రీడాకారుని గురించి తెలియజేయవచ్చు. వ్యవసాయం గురించిన ప్రత్యేక సంచికలో డాక్టర్ ఎం.ఎస్. స్వామినాథన్ వంటి వ్యవసాయ శాస్త్ర వేత్త గురించి రాయవచ్చు.

వ్యక్తిత్వ చిత్రణలో ఆ వ్యక్తి వ్యక్తిత్వంలోని కొన్ని ప్రత్యేకతలను కూడా ప్రస్తావించాలి. ఉదాహరణకు ఒక శాస్త్రజ్ఞుని గురించి, ఆయన కృషి గురించి రాస్తున్నప్పుడు, క్రీడలు, కళల వంటి రంగాల్లోనూ ఆయనకు ప్రవేశం ఉంటే, ఆ సంగతి రాయాలి. కొందరు బహుముఖ ప్రతిభావంతులుంటారు. రచయితగానో, శాస్త్రవేత్తగానో, క్రీడాకారునిగానో పెద్దపేరు తెచ్చుకుంటారు. కానీ చిత్రకళ సంగీతం వంటి రంగాల్లోనూ ప్రవేశం, ప్రావీణ్యం ఉంటాయి. ఆ పార్శ్వం కూడా ప్రస్తావనార్హమే. ఆ వ్యక్తి హాస్య ప్రియుడైతే, ఆయన ఛలోక్తులను చేర్చవచ్చు.

9.3.7 ఇంటర్వ్యూ

ఒక వ్యక్తిని ఇంటర్వ్యూ చేసి ప్రశ్నలు జవాబులు ప్రచురించవచ్చు. ఇంటర్వ్యూలో చెప్పిన అంశాల ఆధారంగా ప్రత్యేక వ్యాసమూ రాయవచ్చు. ఇంటర్వ్యూ చేసే ముందు ఆ వ్యక్తి గురించి అవగాహన పెంచుకోవాలి. ఆయన రంగం గురించిన అవగాహన కూడా ఉండాలి. ఆ వ్యక్తి నుంచి ఎటువంటి సమాచారం, ఎటువంటి సమాధానం రాబట్టాలో నిర్ణయించుకోవాలి. వార్తా పత్రికలకు వివాదాలే ప్రాణం. అందువల్ల వివాదాస్పదమైన జవాబులు రాబట్టడానికి ప్రయత్నించాలి. ఆ వ్యక్తిని స్వేచ్ఛగా మాట్లాడనిచ్చి రాబట్టవచ్చు. లేదా ప్రశ్న ద్వారా రెచ్చగొట్టి రాబట్టవచ్చు.

ఇంటర్వ్యూ ఆసక్తిదాయకంగా ఉండాలంటే, అలాంటి జవాబులు చెప్పించే ప్రశ్నలు అడగాలి. ఇంటర్వ్యూను క్రోడీకరించి రాసే ముందు, ఒకటి రెండు పేరాల్లో ఇంటర్వ్యూ ఇచ్చిన వ్యక్తి గురించి తెలియజేయాలి. ప్రశ్నలు క్లుప్తంగా ఇస్తూ, సాధ్యమైనంత వరకు ఇంటర్వ్యూ ఇచ్చిన వ్యక్తి మాటలకే జవాబులు ఇవ్వాలి. ఆ జవాబులలో జాతీయాలు, సామెతలు, ఛలోక్తులు ఉంటే వాటిని తప్పక అలాగే రాయాలి.

ఒక సంస్థ స్వర్ణోత్సవం సందర్భంగా ప్రత్యేక సంచిక వెలువరిస్తుంటే ఆ సంస్థ అధినేతను ఇంటర్వ్యూ చేయవచ్చు. ఆ సంస్థతో చిరకాలంగా అనుబంధం ఉన్న వ్యక్తిని ఇంటర్వ్యూ చేయవచ్చు. సంస్థ ఎలా దినదినాభివృద్ధి చెందిందో, సంస్థను నిర్మించడంలో ఎటువంటి ఇబ్బందులు ఎదురయ్యాయో, ఎవరెవరు సహకరించారో అడిగి తెలుసుకోవచ్చు. భవిష్యత్ ప్రణాళికల గురించి తెలుసుకోవచ్చు.

అన్ని ప్రశ్నలు, జవాబులను ప్రచురించాల్సిన అవసరం లేదు. సంచిక అవసరాన్ని బట్టి కుదించి ఇవ్వవచ్చు. కానీ, జవాబులను మార్చరాదు. అవసరమైతే కొన్ని ప్రశ్నలు జవాబులను ముందుకు తీసుకురావచ్చు. పాఠకులకు ఆసక్తి ఉండదనుకొన్న ప్రశ్నలను పరిహరించవచ్చు.

9.3.8 జ్ఞాపకాలు - అనుభవాలు

రచయితలు, కవులు, రాజకీయ నాయకులు, ఇతర ప్రముఖులు సాధారణంగా వృద్ధాప్యంలో ఆత్మకథలు రాస్తుంటారు. లేదా వారి జీవిత చరిత్రలను ఇతరులు రాస్తుంటారు. వివిధ రంగాలలో రాణించిన వారి జీవితాల నుంచి ఇతరులు తెలుసుకోవలసిన అంశాలు అనేకం ఉంటాయి. కొందరు బాల్యం నుంచి అప్పటిదాకా గడిపిన జీవిత అనుభవాలను వివరిస్తూ ఆత్మకథలు రాస్తే, కొందరు తమ జీవితంలోని ముఖ్యమైన సంఘటనలు, అనుభవాలను వివరిస్తూ జ్ఞాపకాల పేరుతో వెలువరిస్తుంటారు. తెలుగులో కందుకూరి వీరేశలింగం, చిలకమర్తి లక్ష్మీనరసింహం,

BRAOU

టంగుటూరి ప్రకాశం, తిరుమల రామచంద్ర, దాశరథి రంగాచార్య వంటి వారి ఆత్మకథలు నేటికీ పఠనీయమైనవి. శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్యశాస్త్రి అనుభవాలు - జ్ఞాపకాలు గ్రంథాన్ని నేటికీ పాఠకులు ఆసక్తితో చదువుతున్నారు. రాజకీయ నేతలు, పదవీ విరమణ చేసిన అధికారాలు వెలువరించిన జ్ఞాపకాలు ఎన్నో సంచలనాత్మక విషయాలను వెల్లడించాయి. ఇటువంటి వారి రచనల్లో అనేక రహస్యాలు బయట పడి వివాదాలు రేకెత్తిస్తుంటాయి.

కొందరు చరిత్రలో కీలకమైన ఘట్టంలో ముఖ్యమైన పాత్ర పోషిస్తుంటారు. అటువంటి వారు వెల్లడించే విషయాలు ఆసక్తిదాయకంగా ఉంటాయి. అవి చరిత్ర రచనకు ఉపకరిస్తాయి. చరిత్రను ప్రభావితం చేయగల రాజనీతిజ్ఞుల అనుభవాలు, జ్ఞాపకాలు, భావితరాలకు ప్రేరణ కలిగిస్తాయి. అటువంటి వారిని అభ్యర్థించి, వారి చేత రాయించడం పాత్రికేయుల కర్తవ్యం.

ఇలాంటి పెద్దవారు రాయకపోతే పత్రికా రచయితలు వారిని పలుసార్లు కలుసుకొని, చర్చించి, వారి అనుభవాలను సేకరించి ప్రచురించవచ్చు. ఇక సినిమా తారలు, క్రీడాకారుల జ్ఞాపకాలు అన్ని వర్గాల పాఠకులకూ ఆసక్తి కలిగిస్తాయి.

9.3.9 ప్రయాణ అనుభవాలు

ప్రయాణ అనుభవాల ఆధారంగా రాసే రచనలకు సాహిత్యంలో ప్రత్యేక స్థానం ఉంది. ఇతర ప్రాంతాలు, దేశాలు సందర్శించినప్పుడు గమనించిన అంశాలు, పొందిన అనుభవాలతో పత్రికా రచయితలు, సృజనాత్మక రచయితలు, కవులు, రచనలు వెలువరిస్తుంటారు. వీటిని ఆంగ్లంలో 'ట్రావెలోగ్స్' అంటారు. తెలుగులో యాత్రా సాహిత్యం అనవచ్చు. ఈ రచనలలో ప్రకృతి వర్ణన, మానవ స్వభావ చిత్రణ, ఆయా ప్రదేశాల భౌగోళిక పరిస్థితులు, చరిత్ర, వారసత్వ సంపద, ప్రయాణ సదుపాయాలు వంటి ఎన్నో విశేషాలు ఉంటాయి. మన వాళ్ళు ఎక్కువగా పుణ్యక్షేత్రాలు సందర్శిస్తుంటారు. ఏనుగుల వీరాస్వామయ్య రచించిన "కాశీయాత్రా చరిత్ర" ప్రసిద్ధ గ్రంథం. ఈ గ్రంథం ద్వారా వందేళ్ళ కిందటి సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక స్థితిగతులు, ప్రజా జీవన విధానం వంటి ఎన్నో విషయాలను తెలుసుకోవచ్చు. రైళ్ళు, బస్సులు లేని కాలంలో ఆయన కాశీకి వెళ్ళొచ్చారు.

ప్రపంచ సాహిత్యంలో పేరుగాంచిన ప్రముఖ సాహితీ వేత్తలు ఎందరో ప్రయాణ అనుభవాలను గ్రంథస్థం చేశారు. భవిష్యత్తులో చరిత్ర పరిశోధకులకు, రచయితలకు ఈ గ్రంథాలు ఉపకరిస్తాయి. దగ్గరి, దూర ప్రయాణాల్లో పొందిన అనుభవాల నేపథ్యంలో తెలుగులో ఎందరో రచయితలు కథలు రాశారు. విదేశీ పర్యటనలు జరిపిన రచయితలు, తిరిగి వచ్చిన తర్వాత తమ అనుభవాలను గ్రంథస్థం చేశారు. కొన్ని పత్రికలు, ప్రచురణ సంస్థలు రచయితలను పర్యటనలకు పంపి రచనలు చేయించి ప్రచురిస్తుంటాయి. ఖర్చులన్నీ ఆ సంస్థలే భరిస్తాయి. ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో కొన్ని దర్శనీయ స్థలాలకు రచయితలను పంపి, వారి కథనాలను ఇండియా టుడే, తెలుగు సంచిక ప్రచురించింది.

9.3.10 చర్చ ఆధారిత వ్యాసాలు

టెలివిజన్ ఛానళ్ళలో ప్రసారమయ్యే చర్చా కార్యక్రమాలు వీక్షకులను విశేషంగా ఆకర్షిస్తున్నాయి. వీటిలో ఎక్కువగా రాజకీయ, ఆర్థిక, సమస్యల మీదనే వాదోపవాదాలు సాగుతున్నాయి. ఎన్నికల సమయాలలో వివిధ పార్టీల ప్రతినిధులను ఆహ్వానించి పలు వివాదాస్పద అంశాలపై చర్చకు ఛానళ్ళు అవకాశం కల్పిస్తున్నాయి. వీటి ద్వారా ఓటర్లు వివిధ సమస్యలపై రాజకీయ పార్టీల విధానాలు, వైఖరులను తెలుసుకొంటున్నారు. ఎన్నికలు లేని సమయంలో సాహిత్యం, సామాజిక అంశాల మీద కూడా చర్చను ఏర్పాటు చేస్తుంటారు.

పత్రికలు కూడా అరుదుగా అయినా ఇటువంటి చర్చ లేదా గోష్టిని నిర్వహించి, చర్చా సారాంశాన్ని ప్రచురిస్తుంటాయి. సాహిత్యంలో స్త్రీవాద, దళిత, మైనారిటీ వాదాలపై ఇటువంటి చర్చలు జరిగాయి. ఇటువంటి కార్యక్రమాలకు భిన్న ఆలోచనలకు చెందిన వారిని ఆహ్వానిస్తుంటారు. భిన్న రాజకీయ దృక్పథాలు కలిగిన వారి మధ్య చర్చ వాడిగా వేడిగా జరుగుతుంది. పత్రికలకు మంచి వ్యాసం లభిస్తుంది. చర్చలో వ్యక్తమైన భావాలపై పాఠకులలో, ఇతర పత్రికలలో చర్చ రేకెత్తి, పత్రికకు మంచి ప్రాచుర్యం తెచ్చి పెడుతుంది. రాజకీయ చర్చ మన ప్రజాస్వామ్యాన్ని పరిపుష్టం చేస్తుంది. సాహిత్య చర్చ సాహిత్యాన్ని సుసంపన్నం చేస్తుంది.

BRAOU

చర్చ సారాంశాన్ని వ్యాస రూపంలో ఇస్తున్నపుడు వక్తలు ఆవేశంతోనో, నోరు జారో చేసే కొన్ని వ్యక్తిగతమైన వ్యాఖ్యలను పరిహరించాలి. ఏ అంశంపై చర్చ జరిగిందో, దానికి సంబంధించిన మాటలతో రాయాలి. చర్చ పక్కదారి పట్టినప్పుడు, సమన్వయకర్త మళ్ళీ దారిలో పెట్టాలి. వ్యాసంలోనూ ఇలాంటివి రాకుండా చూసుకోవాలి.

9.3.11 గెస్ట్ కాలమ్

ప్రత్యేక సంచిక ఏ అంశంపై వెలువరిస్తున్నదో, ఆ అంశంపై ఆ రంగంలో కృషి చేసి సాధికారంగా వ్యాఖ్యానించ గలిగిన ప్రముఖులతో గెస్ట్‌కాలమ్ రాయిస్తే సంచిక సమగ్రతను సంతరించుకుంటుంది. ఆ ప్రముఖుల వ్యాఖ్యానాలతో, వారి అనుభవాలతో కూడిన కాలమ్‌నే 'గెస్ట్ కాలమ్' అంటారు.

9.3.12 పేజీల కూర్పు

ప్రత్యేక సంచికను సర్వాంగ సుందరంగా తీర్చి దిద్దడానికి ప్రయత్నించాలి. ముఖపత్రం ఆకర్షణీయంగా ఉండాలి. ఒక మంచి ఫోటోను కానీ వర్ణచిత్రాన్ని కూడా ఉపయోగించి డిజైన్ చేయవచ్చు. ప్రతి పేజీని అందంగా కూర్చాలి. వ్యాసాలు, ఇతర రచనలకు మంచి శీర్షిక పెట్టాలి. శీర్షికను చదవగానే మొత్తం రచనను చదవాలనిపించాలి. అయితే రచనలో లేనిదేదో ఉన్నట్లుగా శీర్షిక ధ్వనించరాదు.

అభ్యాసం-1

1. ప్రత్యేక సంచికల రకాలను తెల్పండి.

BRAOU

అభ్యాసం-2

1. ప్రత్యేక సంచిక లేదా అనుబంధం ప్రణాళిక రూపకల్పనను వివరించండి.

9.4 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- కొన్ని ప్రత్యేక సందర్భాలలో వెలువరించేవే ప్రత్యేక సంచికలు, అనుబంధాలు.
- ప్రత్యేక సంచికకు లేదా అనుబంధానికి వివిధ భాగాలు ఉంటాయి. అవి: 1. విషయసూచిక, 2: సంపాదకీయం, 3: ప్రధాన వ్యాసం, 4. ప్రత్యేక వ్యాసాలు - లక్షణాలు, రచనా పద్ధతి, 5. ఫీచర్లు, 6. వ్యక్తిత్వ వ్యాసాలు, జీవిత చిత్రణలు, 7. ఇంటర్వ్యూ, 8. జ్ఞాపకాలు - అనుభవాలు, 9. ప్రయాణ అనుభవాలు, 10. చర్చ ఆధారిత వ్యాసాలు, 11. గెస్ట్ కాలమ్, 12. పేజీల కూర్పు

- ప్రత్యేక సంచిక సంపాదకీయంలో సంచిక ఉద్దేశాన్ని తెలియజేస్తుంది.
- పత్రికా రచనకు చదివించే గుణం ముఖ్యం. వాక్యాలు సరళంగా, చిన్నవిగా ఉండాలి.
- వ్యాసానికైనా, ఫీచర్‌కైనా ప్రారంభం పాఠకులను ఆకర్షించేలా ఉండాలి.
- సాహిత్య చర్చ సాహిత్యాన్ని సుసంపన్నం చేస్తుంది. రాజకీయ చర్చ మన ప్రజాస్వామ్యాన్ని పరిపుష్టం చేస్తుంది.

9.5 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. ప్రత్యేక వ్యాసాల రచనా పద్ధతిని వివరించండి.
2. వ్యక్తిత్వ వ్యాసాలు జీవిత చిత్రణలను గురించి రాయండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. ప్రత్యేక సంచిక భాగాలను తెలపండి.
2. చర్చ ఆధారిత వ్యాసాల గురించి రాయండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. కొన్ని ప్రత్యేక సందర్భాలలో వెలువరించేవే ప్రత్యేక సంచికలు. వాటిలో కొన్ని రకాలు ఉన్నవి. అవి:

   1. వార్షికోత్సవ లేదా జన్మదిన సంచిక, 2. జాతీయ పర్వదినాలు, మతపరమైన పండుగల సందర్భంగా వెలువరించే సంచికలు, 3. క్రీడోత్సవాలు, సాంస్కృతికోత్సవాలసంచికలు, 4. గోదావరి, కృష్ణా పుష్కరాలు, బ్రహ్మోత్సవ సంచికలు, 5. సంస్మరణ సంచికలు, 6. పరిశ్రమలు, వాణిజ్యంపై ప్రత్యేక సంచికలు, 7. పరీక్షలు, సంస్థల ప్రారంభోత్సవాలు, వార్షికోత్సవాల సందర్భంగా ప్రచురించే సంచికలు, 8. సాహిత్యం, సినిమా వంటి రంగాలపై ఏటా కొన్ని పత్రికలు ప్రచురించే ప్రత్యేక సంచికలు, 9. ఎన్నికల అనుబంధాలు, ప్రత్యేక సంచికలు.

2. ప్రత్యేక సంచికనైనా, అనుబంధమైనా ముందుగా ప్రణాళిక రూపొందించుకోవాలి. ఆ సంచికలో ఎటువంటి రచనలు ఇవ్వాలో, పేజీలను ఎలా తీర్చిదిద్దాలో, ముఖ చిత్రం ఎలా ఉండాలో ముందుగానే నిర్ణయించుకోవాలి. సంపాదకీయ సభ్యులు రచయితల చేత, నిపుణుల చేత ఏ అంశాలపై రాయించాలో ముందుగానే నిర్ణయించుకోవాలి. సంచికను ముద్రణకు ఇవ్వడానికి కొద్ది నెలల ముందే పేజీలను సిద్ధం చేసుకొని తుది మెరుగులు దిద్దాలి. వివిధ రచనల మధ్య సమతౌల్యం ఉండేలా చూసుకోవాలి. ఫొటోలు, రేఖా చిత్రాలు వంటివి సమకూర్చుకోవాలి. ఇలా ప్రణాళిక రూపకల్పన చేసుకోవాలి.

BRAOU

BRAOU

ఖండం-3 రేడియో, టెలివిజన్ ప్రసారాలు, సినిమా

భాగం-10	తెలుగులో ప్రసారాలు
భాగం-11	రేడియో
భాగం-12	టెలివిజన్
భాగం-13	సినిమాలు
భాగం-14	యాంకరింగ్
భాగం-15	ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు

రేడియో 1927లో మన దేశంలో మొదలయింది. 1959లో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. అప్పట్లో వీటి పరిధి, చేరిక పరిమితమైనదే. 1975లో నిర్వహించిన ప్రయోగాత్మక ప్రసారాలు టెలివిజన్‌ను విస్తృతపరచడానికి దోహదపడ్డాయి. ఇన్‌సాట్ అంతరిక్ష ఉపగ్రహ వ్యవస్థతో ఒక్కసారిగా టెలివిజన్ విస్తరణ ఊపందుకుంది. 1980ల వరకు రేడియో, 1980 తర్వాత టెలివిజన్‌లో ప్రసారమయిన కార్యక్రమాలు వైవిధ్యమైనవి. సృజనాత్మక, సృజనాత్మకేతర రచనా రూపాలు అనేకం కనిపిస్తాయి. 1990ల వరకు ప్రభుత్వ పరిధిలో పెరిగిన రేడియో టీవీల ప్రాచుర్యం ఒక ఎత్తయితే, 1990లోనే వచ్చిన కేబుల్ టీవీ ప్రసారాలు, ప్రపంచీకరణం వలన పెద్ద ఎత్తున ప్రైవేట్ ఛానెళ్లు వచ్చాయి. కార్యక్రమాల్లో మౌలికంగా మార్పులు వచ్చాయి. 20వ శతాబ్దం చివరికల్లా ఎఫ్.ఎమ్ రేడియో, కమ్యూనిటీ రేడియో ఛానెళ్లు, స్థానికంగా వచ్చిన ప్రాంతీయ భాషా టెలివిజన్ ఛానెళ్లు, ప్రత్యక్ష ప్రసారాల నేపథ్యం, యాకంరింగ్ అవశ్యకత వంటివి ప్రసారాల రూపురేఖల్ని గుర్తుపట్టలేని విధంగా మార్చివేశాయి. 'భాష'ను వాడే విధానంలోనూ, వాడే భాషలోనూ పెద్దమార్పులే వచ్చాయి. పత్రికల భాష విషయంలో చర్చించుకున్నట్టు రేడియో టీవీల భాషలోనూ పరిణామాలు కన్పిస్తాయి. 24 గంటల భాష వినియోగంలో వార్తా ఛానెళ్లు తెచ్చిన మార్పు తక్కువేమీ కాదు, అలాగే యాంకరింగ్ ప్రక్రియ ద్వారా వచ్చిన పరిణామాలు చిన్నవి కాదు.

తెలుగులో మొట్ట మొదటి టాకీ చిత్రం 'భక్త ప్రహ్లాద'. 1930ల్లో వచ్చింది. తెలుగు భాషా నేపథ్యంలోనే వచ్చిన మూకీ చిత్రం 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ'. ఇది 1921లో వచ్చింది. స్వాతంత్ర్య పోరాటం, అస్పృశ్యత, వరకట్నం, ప్రేమ, మద్యపాన నిషేధం, జమిందారీ వ్యవస్థ, పౌరాణికాలు, విధవా వివాహాలు వంటి కథాంశాలతో సినిమాలు వచ్చాయి. సామాజిక నేపథ్యాలను స్పృశిస్తూనే సినిమాలు వస్తున్నాయి. భాష వినియోగం కూడా ఆయా నేపథ్యాల భావజాలాన్నే ప్రదర్శిస్తూ వస్తోంది. భావజాలం ప్రదర్శన కోసం సమాజంలో వాడుతున్న భాష ప్రయోగాల్నే సినిమాల్లోకి తెచ్చేవారు. సాంకేతిక విజ్ఞానం కారణంగా నిర్మాణంలో మార్పులు సంభవిస్తూ వచ్చాయి. 1990 నాటికి ఉన్న సినిమా నిర్మాణ రూపం ఒక్కసారిగా సమాచార విజ్ఞాన ప్రవేశంలోనూ, డిజిటల్ టెక్నాలజీ కారణంగాను రూపు మార్చుకుంది. సాంకేతికంగా ఎంతో వెసులుబాటు వచ్చింది. గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలు ప్రాధాన్యతను సంతరించుకొన్నాయి. భారతీయ భాషేతర చిత్రాల ప్రభావమూ సినిమా కథాంశాలలోనూ, నిర్మాణాల తీరులోను కన్పిస్తోంది. మిగిలిన మాధ్యమాలలో లానే సినిమా విషయంలో భాషా వినియోగంలో మార్పు గోచరిస్తోంది. వస్తున్న సినిమాలను సునిశితంగా పరిశీలిస్తే సినిమా పాటల్లోనూ, మాటల్లోనూ కొత్త ప్రమాణాలు, కొత్త అర్థాలు కనిపిస్తాయి.

యాంకరింగ్, ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు భాషకు కల్పించిన అవకాశాలు ఎక్కువ. రాసే భాషకంటే 'మాట్లాడే భాష' 'వినేభాష' ప్రాధాన్యం పొందింది. అలవోకగా, తడుముకోకుండా మాట్లాడటం నేపథ్యాన్నుంచి కొత్త పదరూపాలు, వాక్య నిర్మాణాలు పుట్టుకొస్తున్నాయి. ఈ నేపథ్యాలలో పాల్గొంటున్న వారు చాలా సందర్భాలలో 'యువత' కావడం వల్ల భాషా వినియోగంలో స్వేచ్ఛ, చొరవ ఎక్కువ పాళ్లల్లోనే కనిపిస్తోంది. తెలుగు భాష కొత్త దిశగా నడిచేందుకు ఇదొక ప్రధానకారణమనే చెప్పాలి. అటు పత్రికలకు, ఇటు ఇంటర్నెట్‌కు - ప్రసారసాధనాలైన రేడియో, టెలివిజన్, సినిమాలు భాషా పరంగా అందించే సహకారం గణనీయమైనది. ఒక విధంగా 'జనమాధ్యమాలు'గా కొనసాగగలిగే సత్తా వీటికి మాత్రమే ఉండగలగడం ప్రధానకారణం. మాధ్యమాల రచనలో - మౌఖికంగానూ, రాతపరంగానూ రచన స్వరూప స్వభావాల్ని శాసించగల మాధ్యమాలని గుర్తుంచుకోవడం అవసరం.

BRAOU

BRAOU

భాగం-10 తెలుగులో ప్రసారాలు

విషయక్రమం

10.0 ఉద్దేశం

10.1 ప్రవేశిక

10.2 ప్రసార భాషగా తెలుగు

10.3 భాష స్వరూప స్వభావాలు

10.4 భాషా దోషాలు

10.5 ప్రసారాలలో పరిణామాలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

10.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

10.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

10.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

BRAOU

- ప్రసార భాషగా తెలుగు వినియోగం
- భాష స్వరూప స్వభావాలు
- ప్రసారాలలో భాషా దోషాలు - పరిణామాలు

10.1 ప్రవేశిక

నీరు ప్రవహిస్తుంది.

భాష కూడా ప్రవహిస్తుంది.

ప్రవాహ శీలం కలిగిన భాషే పదికాలాల పాటు జీవించగలుగుతుంది. పది విధాల పరిణమిస్తుంది. పరిమళిస్తుంది, వికసిస్తుంది.

'భాషకూడా ప్రవహిస్తుంది' అన్నమాట కేవలం చమత్కారార్థకం కాదు. ఒకరివాక్కు నించి మరొకరి మనసులోకీ హృదయంలోకీ భాష ప్రవహిస్తుంది.

పత్రాల్లో, పత్రికల్లో, పుస్తకాల్లో లిఖితమైన అక్షరాల నించి, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ సాధనాలనించి, ఇంకా అనేక దృశ్య, శ్రవ్య మాధ్యమాల నించీ మాటగా, పాటగా, పాఠంగా, ప్రసంగంగా, ప్రకటనగా, ఉపన్యాసంగా, ఉపదేశంగా వివిధ ప్రక్రియల రూపంలో వినబడే, కనబడే భాష శ్రోతల, ప్రేక్షకుల మనసుల్లోకీ హృదయాల్లోకీ నేరుగా ప్రవహిస్తుంది. ప్రసరిస్తుంది. ఆ భాష సజీవమైనట్లయితే, ఆ విధంగా ప్రవహించగలిగిన భాషే ప్రయోజనకరమవుతుంది. అప్పుడే ఆ భాష సార్థకమవుతుంది.

ఈ విధమైన సార్థకత సాధించాలంటే ఆ భాష జీవద్భాష కావాలి. నిత్య వ్యవహారంలో ప్రజల నాలుకలపై నర్తిస్తున్న భాష కావాలి. పదిమందికీ తేలికగా అర్థమయ్యే, భావం తేలికగా అవగతమయ్యే భాష కావాలి. వినియోగించే మాధ్యమాన్ని బట్టి భాష స్వరూపమూ స్వభావమూ మారుతుంది. మారాలి. పుస్తకాలు, పత్రికల వంటి ముద్రణా మాధ్యమాల (Print Media)లో వాడే భాషకంటే, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటి శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలలో (Audio Visual Media) వాడే భాష మరింత సరళంగా సహజంగా సజీవంగా వుండాలి. ప్రజలు తమ నిత్య వ్యవహారాల్లో వినియోగించే భాషకి అది ఎంత దగ్గరగా వుంటే అంత మంచిది. అంటే, ఈ మాధ్యమాలకి గ్రాంథిక భాషకంటే వ్యావహారిక భాష అవసరం ఎక్కువగా వుంటుంది.

10.2 ప్రసార భాషగా తెలుగు

మన దేశంలో అక్షరాస్యతా శాతం ఇప్పటికీ అంతంత మాత్రంగానే వుంది. ప్రజల ఆర్థిక స్థితిగతుల్లో, జీవన ప్రమాణాల్లో ఎంతోకొంత పురోగతి కనిపించినప్పటికీ అందుకనుగుణమైన అభివృద్ధి అక్షరాస్యతలో కనిపించడం లేదు. ఒక విచిత్రమైన పరిస్థితి ఏమిటంటే, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి జనమాధ్యమాలు (Mass Media) ఈ దేశ ప్రజల్లో అధిక సంఖ్యాకుల అందుబాటులోకి వచ్చినప్పటికీ ఈ మాధ్యమాలను వినియోగించుకునే వారిలో నూటికి పాతిక, ముప్పయి మంది ఇప్పటికీ నిరక్షరాస్యులే. మరో పది, పదిహేను మంది స్వల్పంగా చదువుకున్నవారు - ప్రాథమిక స్థాయికే చదువు పరిమితమైన వారుంటారు. అంటే మొత్తమ్మీద ఈ మాధ్యమాలు వినియోగించుకునేవారిలో నూటికి 35 నుంచి 45 మంది వరకూ అసలు చదువుకోని వారుగాని, స్వల్పమాత్రంగా చదువుకున్నవారుగాని వుంటారన్న మాట. ఇటువంటి వారికోసం రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో తప్పనిసరిగా సులభమైన, సరళమైన నిత్యవ్యవహారంలో ప్రజా బాహుళ్యానికి పరిచితమైన భాష - అంటే వ్యావహారిక భాషనే వాడవలసి వుంటుంది. ఇటువంటి భాషనే వాడాలనటానికి మరో ముఖ్యమైన కారణం కూడా వుంది.

పత్రికలు, పుస్తకాల వంటి ముద్రణా మాధ్యమాలు వినియోగించేవారు, అంటే పాఠకులకు తాము చదివే అంశం ఏదయినా అర్థం కాకపోతే, ఆ అంశానికి చెందిన వాక్యాన్ని, వాక్య సముదాయాన్ని, అపాఠ్య భాగాన్ని మరో మారు, ఎన్నిమార్లు అవసరమైతే అన్నిమార్లూ చదువుకునే అవకాశం వుంటుంది. భాషాపరమైన అర్థాలు తెలియకపోతే నిఘంటువులు తోడ్పడతాయి. విషయపరమైన సందేహాలుంటే ఆ విషయ పరిజ్ఞానం కలిగిన వారినడిగి సందేహ నివృత్తి చేసుకోవచ్చు. కాని, ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల విషయంలో ఈ వెసులుబాటు లేదు. రేడియోలో ఒక వార్త వింటున్నా, టీవీలో ఒక సీరియల్ చూస్తున్నా, సినిమాలో ఒక నటుడి డైలాగు వింటున్నా ఆయా ప్రక్రియల ద్వారా ప్రసారమయ్యే భాష శ్రోతకి, లేదా ప్రేక్షకుడికి తక్షణమే అర్థమయ్యేలా, ఆ విషయం వారి అవగాహనకి అందేలా వుండాలి. న్యూస్ రీడర్ చదివే ఒక వార్త అర్థం కాలేదనుకోండి, ఆ వార్త మళ్ళీ వినలేం కదా! ఒక నాటికలోని సంభాషణ, ఒక ప్రసంగంలోని వాక్యాలు మనకి అర్థం కాకపోతే, వాటిలోని భావం మన అవగాహనకి అందకపోతే ఆ నాటికనీ ఆ ప్రసంగాన్నీ వెంటనే మరో మారు వినలేం కదా! ఈ విధంగా అర్థం కాకపోవటమనే సమస్య నిరక్షరాస్యులకే కాదు, విద్యావంతులకీ ఉత్పన్నం కావచ్చు.

ఈ సమస్యకి గల ప్రధాన కారణం ఏమిటంటే - ఆయా ప్రసారాల్లో వినియోగించిన భాష సరళంగా లేకపోవడం, స్పష్టంగా సులభ గ్రాహ్యంగా, వినీ వినగానే అర్థమయ్యేట్టుగా లేకపోవటం, పదాలు, పదబంధాల వినియోగం, వాక్య నిర్మాణం సంక్లిష్టంగా వుండటం. ఎలక్ట్రానిక్ ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా వాడే భాషలో పెద్ద పెద్ద మాటలు, కఠినమైన పదాలు, పొడుగైన వాక్యాలూ వుండకూడదనేది ఇందుకు సంబంధించిన ప్రాథమిక నియమం, ప్రథమ సూత్రం. అయితే - ఒక్కొక్క మారు ప్రసారమయ్యే కార్యక్రమ స్వరూపాన్ని బట్టీ, ప్రత్యేకమైన అంశాన్ని బట్టీ గ్రాంథిక భాషా వినియోగం జరగవచ్చు. ప్రౌఢ భాషా వినియోగమూ జరగవచ్చు. 'నన్నయ భాషా వైదుష్యం' అన్న విషయం గురించి రేడియోలోనో టెలివిజన్‌లోనో ఒక ప్రసంగం ప్రసారమౌతున్నదనుకోండి. అలాంటప్పుడు ఆ విషయానికనుగుణమైన భాషనే ప్రసంగ కర్త వినియోగించవలసి వుంటుంది. అదే విధంగా శాస్త్ర, వైజ్ఞానిక విషయాలు చర్చిస్తున్నప్పుడూ భాష, ఆ పరిభాష, సామాన్య శ్రోతలకీ ప్రేక్షకులకీ అంత తేలిగ్గా అర్థం కాకపోవచ్చు. అలాగే వార్తలు గాని, ఇతర ప్రక్రియలకి చెందిన అంశాలుగాని ఇంగ్లీషు వంటి పరభాషల నించి అనువదించినప్పుడు ఆ భాషలో కూడా కొంత మేర సహజత్వం లోపించవచ్చు. ఆ భాష అంత సరళంగానూ వుండకపోవచ్చు. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో వాడే భాష వీలయినంత

BRAOU

మేరకు వ్యావహారికమై వుండాలనీ, సరళమై సులభగ్రాహ్యమై వుండాలనీ పెట్టుకున్న నియమం ఇటువంటి ప్రత్యేక సందర్భాలకు వర్తించదు.

10.3 భాష స్వరూప స్వభావాలు

నియమాలు, నిబంధనల గురించి చర్చించే ముందు మౌలికమైన భాషా భేదాల గురించి కొంత అవగాహన ఏర్పరుచుకోవలసిన అవసరం వుంది. ఏది గ్రాంథికం, ఏది వ్యావహారికం, గ్రాంథికంలో సరళ గ్రాంథికం అంటే ఏమిటి? వ్యావహారికంలో శిష్ట వ్యావహారికం అనేది వుంటుందా? అసలు వీటన్నిటిలో ఏది ఆమోదయోగ్యం, ఏది అనుసరణీయం, ఏది ఆచరణాత్మకం - ఇటువంటి అంశాలన్నిటి గురించీ నూరేళ్ళక్రితమే విస్తృతమైన చర్చలూ తీవ్రమైన వాదోపవాదాలూ జరిగాయి. ఉద్యమాలు చెలరేగాయి. ఇప్పటికీ కొంత మేర ఇటువంటి చర్చలూ వాద ప్రతివాదాలూ వినబడుతూనే ఉన్నాయి.

అసలు భాష అంటే ఏమిటి? భాష అవసరం ఏమిటి? భాష అనేది ఏ విధంగా పుట్టింది, ఏ రకంగా వికసించింది? ఏ రకంగా పరిణమించింది? ఇటువంటి అంశాల గురించి కూడా క్లుప్తంగా తెలుసుకుందాం.

ఆదిమ మానవుడి జీవితం ఆటవిక దశని అధిగమించి సామాజిక దశకి చేరుకునే సుదీర్ఘ ప్రయాణంలో ఎన్నో ప్రయత్నాలు, ఎన్నో ప్రయోగాలు, మరెన్నో పరిణామాలూ జరిగాయి. ఒక మనిషి మరో మనిషికి, లేదా మరికొందరు మనుషులకి తన మనసులోని భావాలు, అభిప్రాయాలూ అందజెయ్యడానికి ఎన్నో తరాల పాటు సాగిన నిరంతర ప్రయత్నంలో భాగంగా ఉత్పన్నమైన ధ్వని సంకేత సమాహారమే భాష. తొలి దశలో నియమరహితంగా విశృంఖలంగా భాషా వినియోగం జరిగినప్పటికీ క్రమానుగతంగా మానవుడు తాను సృష్టించే ఈ ధ్వనులకి ఈ శబ్ద సముదాయానికీ కొన్ని నియమాలు ఏర్పరుచుకున్నాడు. అవసరానికి అనుగుణంగా కొన్ని అలవాట్లు నేర్చుకున్నాడు, కొన్ని పొరపాట్లు దిద్దుకున్నాడు. ఇక్కడ గుర్తు పెట్టుకోవలసిన ముఖ్య విషయం ఏమిటంటే - లిఖిత భాషకే నియమాలూ నిబంధనలూ వుంటాయిగాని మౌఖిక భాషకి ఏ విధమైన నియమాలూ వుండవనుకోవటం పెద్ద పొరపాటు. ప్రపంచంలో ఎక్కడయినా, ఏ మారుమూల ప్రాంతంలోనైనా, మాట్లాడేవారు ఆదిమ జాతుల వారైనా, ఆటవికులైనా, గిరిజనులైనా కూడా ఆయా భాషలన్నిటికీ కూడా కొన్ని నియమాలూ, పద్ధతులూ వుంటాయనేది భాషా శాస్త్రవేత్తల అభిప్రాయం. అయితే ఆ నియమ నిబంధనలు లిఖిత భాషలకున్నంత నిర్దిష్టంగా వుండకపోవచ్చు. అవి అంత కఠినమూ కాకపోవచ్చు.

నిజానికి సజీవమైన సామాజిక భాషకి అనుల్లంఘనీయమైన నియమాలూ, శాశ్వతమైన నిబంధనలూ, సార్వకాలికమైన ప్రమాణాలూ విధించటమన్నది సాధ్యం కాదు. ఈ భాగం ప్రారంభంలో ప్రస్తావించినట్టుగా, ప్రవాహ శీలం కలిగిన భాష అంటే, పరిణామ శీలం కలిగిన భాష అని కూడా భావం. కాలానుగుణంగా భాష మారుతుంది. సామాజిక పరిస్థితులకి తగినట్టుగా భాష మారుతుంది. రాజకీయ, ఆర్థిక స్థితిగతులను బట్టి కూడా భాష మారుతుంది. అవసరాలను బట్టి కొత్త మాటలు పుట్టుకొస్తాయి. కొత్త పదబంధాలు ఏర్పడతాయి. వినియోగాన్ని బట్టి భాష వికసిస్తుంది. పరిణమిస్తుంది. నిలవ నీరు మురిగిపోయినట్టే - సమయానికీ సందర్భానికీ అనుగుణంగా మారని భాష, పెరగని భాష మృత ప్రాయమవుతుంది. నిష్ప్రయోజనమూ నిరర్థకమూ అవుతుంది. కాలానుగుణమైన మార్పులూ, క్రమానుగతమైన వికాస పరిణామాలూ మౌఖిక భాషకే కాదు - లిఖిత భాషకీ ఆవశ్యకమైనవే.

మాట్లాడటం నేర్చుకున్న మానవుడు మరికొంత కాలానికి ఆ మాటలకి ఒక రూపాన్ని కల్పించే ప్రయత్నాలు ప్రారంభించాడు. ఆ ప్రయత్నాల ఫలితంగానే లిపి అనేది ఆవిర్భవించింది. తొలిదశలో పిచ్చిగీతలుగా తలా తోకా తెలీని బొమ్మలుగా రాతి బండల మీద, కొండచరియల మీద, చెట్ల మొదళ్ళపైనా అనేకానేక రూపాల్లో ఆవిష్కృతమైన లిపి ఎన్నో మార్పులకీ చేర్పులకీ లోనై ఆ తర్వాత అక్షరమైంది. ఇప్పటికీ కొన్ని ఆదిమ, ఆటవిక జాతుల భాషలకి అక్షర రూపల్లేదు. అది మరో విషయం.

మాట్లాడే భాషలో కాలానుగుణంగా ఆయా ప్రాంతాల, సమాజాల పరిస్థితులకు అనుగుణంగా పలు మార్పులు వచ్చినట్టే మాట్లాడే భాషలోని రకరకాల ధ్వనులకి లిఖిత రూపాన్నివ్వటంలో కూడా, అంటే లిపి (Script)లో కూడా అనేకవిధాల మార్పులు జరుగుతూ వచ్చాయి. ఒక భాష మాట్లాడే ప్రజల సంఖ్య పెరిగిన కొద్దీ, వారి సామాజిక స్థితిగతులు

BRAOU

మెరుగుపడిన కొద్దీ, వారి 'నాగరికత' పెరిగిన కొద్దీ వాగ్రూపంలోనూ లిఖిత రూపంలోనూ కూడా ఆ భాషా స్వరూపం మారుతూ వచ్చింది. శాసనాల్లో లిఖితమైన తెలుగూ, ఇవ్వాళ మనం రాస్తున్న తెలుగూ ఒకటి కాదు. 'తాళ పత్రాల్లో వ్రాయ'బడిన లిపి, ఈనాడు మనం 'రాస్తున్న' లిపీ ఒకటికాదు. శకట రేఫం-'ఱ' వంటి అక్షరాలు అంతరిస్తున్నాయి. అలాగే మరికొన్ని అక్షరాలు, కొన్ని పదాల వినియోగం కూడా క్రమంగా తగ్గిపోతోంది. లిఖిత రూపంలో వున్న భాషా భేదాల మాట అలా వుంచి వాగ్రూపంలో వున్న భాషా భేదాల ప్రభావం రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలపై అధికంగా వుంటుంది.

గ్రంథాలలో లిఖిత రూపంలో వున్న భాషని 'గ్రాంథిక భాష' అనీ, నిత్య వ్యవహారంలో ప్రజలు మాట్లాడే భాషని 'వ్యావహారిక భాష' అనీ అనవచ్చు. అనుకోవచ్చు. అయితే - గ్రంథాలలో వున్న భాష 'వ్యావహారికం' కాకపోవచ్చుగాని, వాడుకలో వున్న భాషనే గ్రంథస్థం చెయ్యవచ్చు. మనం మాట్లాడే భాషనే సాధ్యమైనంత వరకూ అదే విధంగా పత్రికల్లో, పుస్తకాలలో రాయాలన్నదే వ్యావహారిక భాషా వాదుల మౌలిక సిద్ధాంతం. కాని, సంప్రదాయ వాదుల దృష్టిలో 'గ్రాంథిక భాష' అన్న మాటకి అర్థం వేరు. ప్రాచీన గ్రంథాలలో ముఖ్యంగా కావ్యాలలో, ఆయా కవిపుంగవులూ పండితమ్మన్యులూ వాడిన భాషే అసలైన గ్రాంథిక భాష అనీ, అదే ప్రామాణికమైన భాష అనీ, వారి నిశ్చితాభిప్రాయం.

ఒక శతాబ్ది కాలానికి పూర్వమే గ్రాంథిక వ్యావహారిక భాషోద్యమాలూ, వాటికి అనుకూల ప్రతికూల వాదాలూ చర్చలూ ప్రారంభమైన కొద్దికాలానికే ఏ భాష ప్రామాణికం, ఏది అప్రామాణికం అన్న విషయం గురించి కూడా ఇంచుమించు అదేస్థాయిలో చర్చలు ప్రారంభమైనాయి. ఇప్పటికీ పరిమిత పరిధిలో స్వల్ప స్థాయిలో ఈ చర్చలు కొనసాగుతూనే వున్నాయి. సమాజం ఎన్నో విధాల పురోగమించినప్పటికీ, సామాజిక వైజ్ఞానిక శాస్త్రాలు బహుముఖంగా వికసించి అధునాతన విజ్ఞానంతో పరిపుష్టమైనప్పటికీ భాష విషయంలో ఇప్పటికీ కొంత మందికి ఆధునిక దృష్టి, సామాజిక అవగాహన లోపించడం విచారకమైన విషయం. ఎందుకంటే మానవుడి సర్వతో ముఖాభివృద్ధికీ నిరంతరాభ్యుదయానికీ అవసరమైన అనేకాంశాల మాదిరిగానే భాషా వినియోగ, వికాస, పరిణామాలు కూడా సమకాలీన సామాజిక, ఆర్థిక, రాజకీయ పరిస్థితులపైనే ఆధారపడి వుంటాయన్న సత్యాన్ని విస్మరించకూడదు. వైయక్తికమైన అభిరుచుల్ని బట్టీ, ఇష్టాయిష్టాలను బట్టీ భాషా యోగ్యతలనూ వినియోగార్హతలనూ నిర్ణయించటం, పురాణ కాలం నాటి కవి పండితుల భాషే సర్వకాల సర్వావస్థల్లోనూ అనుసరణీయమనీ అమోద యోగ్యమనీ వాదించటం అవివేకం.

వ్యావహారిక భాష అన్న మాటకు వెను వెంటనే 'శిష్ట వ్యావహారికం' అన్న మరోమాట పుట్టుకొచ్చింది. సామాజిక పరిణామంలో వేర్వేరు దశలున్నట్టుగానే భాషా పరిణామంలో కూడా వేర్వేరు దశలూ భాషా వినియోగంలో స్థాయీ భేదాలూ వుంటాయి. ఒకే కాలంలో ఒకే సమాజంలో నివసిస్తున్న వారందరిలోనూ ఒకేరకమైన భాషా వ్యవహారం వుండదు. సామాజికమైన వర్గ భేదాలను బట్టి కూడా భాష మారుతూ వుంటుంది. ఇది సహజం. అయితే - విద్యావంతులు, సంపన్నులు, సామాజికంగా 'పై చేయి' గలవారూ ఎక్కువగా వున్న ప్రాంతాల, వర్గాల ప్రజల్లో వ్యవహృతమయ్యే భాషే ఆ కాలంలో ఆ దశలో ప్రామాణిక భాషగా పరిగణన పొందుతుంది. ఇంచుమించుగా ఇటువంటి 'శిష్టులు' వాడే భాషనూ, ఎంతో కొంత నియమ బద్ధమైన భాషనూ 'శిష్ట వ్యావహారికం' అంటూ వచ్చారు. ప్రాచీన గ్రాంథికంలోని ప్రౌఢిమనూ కాఠిన్యాన్నీ కాస్త తగ్గించి, కొంత మేరకు సరళంగానూ, సులభగ్రాహ్యంగానూ రూపొందించిన భాషను 'సరళ గ్రాంథికం' అన్నారు. అయితే 'శిష్ట వ్యావహారికం' అన్నమాట, అటువంటి భాష, వినియోగంలోకి వచ్చినంతగా 'సరళ గ్రాంథికం' రాలేదు.

సరళ గ్రాంథికాన్నే 'సులభ గ్రాంథికం' అని కూడా కొంతమంది అన్నారు. గ్రాంథికం సరళమైనా సులభమైనా అది ప్రస్తుతకాలానికి పనికిరాదు, వ్యావహారికమే అన్ని విధాలా అనుసరణీయమని చాలా మంది అన్నారు.

'గ్రాంథికం', 'వ్యావహారికం' అన్న రెండింటితో భాషా రూప భేదాలు ఆగలేదు. గ్రాంథిక భాషావాదం క్రమంగా బలహీనపడి, వ్యావహారిక భాషా వినియోగం, ప్రాచుర్యం పెరుగుతున్న సందర్భంలో 'మాండలికం' అన్న మరో మాట పుట్టుకొచ్చింది. సాహిత్య గ్రంథాలలో, పత్రికలలో, ప్రచార ప్రసార మాధ్యమాలలో మాండలిక భాషా వినియోగం గురించి ఇప్పటికీ వాద ప్రతివాదాలు వినిపిస్తూనే వున్నాయి. మాండలిక భాష అన్నది మళ్ళీ పలు విధాలుగా వుంటుంది. ఏదో ఒక ప్రాంతానికి పరిమితమైన ప్రత్యేకమైన మాండలికాన్ని 'ప్రాంతీయ మాండలికం' (Regional Dialect) అనీ, ఒక

BRAOU

సామాజిక వర్గానికో, ఒక వృత్తిలో వున్న వారికో, ఒక మతానికో ఒక జాతికో పరిమితమైన మాండలికాన్ని 'వర్గ మాండలికం' (Class dialect) అనీ భాషా శాస్త్ర వేత్తలు స్థూల విభజన చేశారు. అయితే ఈ రెండూ కాక, ప్రత్యేక ప్రయోజనాల కోసం వాడే సాహిత్య పరమైన భాషను 'సాహిత్య మాండలికం' (literary dialect) అనవచ్చునని బ్లూంఫీల్డ్ అనే పాశ్చాత్య భాషా శాస్త్రవేత్త సిద్ధాంతీకరించాడు. ఇదే విధంగా ప్రామాణిక భాష అనే దాన్ని కూడా ఈయన మూడు రకాలుగా పేర్కొన్నాడు. అవి 'సాహిత్య ప్రామాణికం' (Literary Standard), (ఇది 'గ్రాంథిక'మంటూ మనం వ్యవహరించే భాష కాదు.) విద్యావంతులు, సామాజికంగా ఉన్నత స్థాయిలో వున్నవాళ్ళు తమ నిత్యవ్యవహారంలో వాడే భాష - 'వ్యావహారిక ప్రామాణికం' (Colloquial Standard) - ఇంచుమించు ఇలాంటి భాషనే మనం 'శిష్ట వ్యావహారికం' అంటున్నాం. కేవలం ప్రాంతీయ వ్యవహార పరిమితమైన చదువుకున్న వాళ్ళ భాష - 'ప్రాంతీయ ప్రామాణికం' (Regional or Provincial Standard) అనీ బ్లూం ఫీల్డ్ వ్యవహించినట్టుగా, 'భాష - ప్రామాణికత' అనే తన వ్యాసంలో ('మహతి' - యువభారతి ప్రచురణ-1972) డా॥ బూదరాజు రాధాకృష్ణ ఉదహరించారు.

బహుభాషా పండితులయిన పాశ్చాత్యులు కొందరు - వేర్వేరు భాషలను తులనాత్మకంగా పరిశీలించి, అనేక భాషల్లో చారిత్రకంగా వచ్చిన పరిణామాలను గుర్తించిన మీదట, భాషా ప్రమాణాల గురించి సూత్రీకరించిన కొన్ని ప్రధాన విషయాలను కూడా బూదరాజు రాధాకృష్ణ ఆ వ్యాసంలో ప్రస్తావించారు.

అవేమిటంటే - 1. ప్రాచీన సాహిత్య గ్రంథాలలో వాడిన దానికంటే ముందే భాష కి ఒక స్వరూపం వుంది. 2. కావ్యభాష అన్నది ఏదో ఒక ప్రాంతీయ మాండలికం నించి, లేదా వర్గ మాండలికం నించి క్రమానుగతంగా వికసించినదే గాని ఆకస్మికంగా పుట్టుకొచ్చింది కాదు. 3. భాషా పరిణామక్రమాన్ని భ్రష్టతగా గ్రామ్యతగా పరిగణించవలసివస్తే, కావ్య భాష కూడా కాలాంతరంలో భ్రష్టమే, గ్రామ్యమే. 4. బహు ముఖమైన భాషా వైవిధ్యాన్ని గమనించినప్పుడు ఏకైక ప్రమాణ నిర్ణయం సాధ్యం కాదు.

BRAOU

భాష స్వరూప స్వభావాల గురించీ భాషా భేదాల గురించీ ఇంత వివరంగా చర్చించవలసిన అవసరం ఏమిటంటే - ఈ వివరాలు తెలియకుండా భాషా వికాస పరిణామాల గురించీ, భాషా వినియోగం గురించీ చర్చించలేం. పుస్తకాలు, పత్రికల వంటి ముద్రణా మాధ్యమాలలో ఈనాడు మనం చదువుతున్న భాష, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో ఇప్పుడు మనం వింటున్న భాష, ప్రస్తుత రూపానికి పరిణమించడానికి ముందు ఎన్నో మార్పులకులోనై ఎన్నో దశలను అధిగమించాయనీ, ఈ పరిణామ దశల వెనుక ఎంతో చరిత్ర వుందనీ ఎన్నో సిద్ధాంత రాద్ధాంతాలు జరిగాయనీ మనం విస్మరించకూడదు. మానవుణ్ణి అభ్యుదయ పథాన నడిపించటం కోసం జరిగే ప్రతి ప్రయత్నానికీ ప్రతి కాలంలోనూ ప్రతిదశలోనూ ప్రతి వ్యవస్థలోనూ ఎవరో ఒకరు అడ్డుతగులుతూనే వుంటారు. అవరోధాలు కల్పిస్తూనే వుంటారు. భాషాపరమైన అభ్యుదయానికి కూడా వివిధ కాలాల్లో వేర్వేరు దశల్లో ఇటువంటి అవరోధాలు ఎదురవుతూనే వున్నాయి. అయితే - ఇన్ని అవరోధాలను అధిగమించి, ఒక దశనించి మరో దశకి ఇన్ని విధాల వికసించి పరిణమించిన భాష - ఈనాడు మనం చదువుతున్న, వింటున్న భాష అన్ని విధాలా ఆమోదయోగ్యంగా వుందా అన్న ప్రశ్నకి మాత్రం 'అవును' అని గట్టిగా సమాధానం చెప్పలేం.

ఆ మాట అలా వుంచి మరోమాట 'ప్రామాణికత' గురించి మన భాషా శాస్త్రవేత్తలు ఏమంటున్నారో పరిశీలిద్దాం. "భాషా వ్యవహర్తలు తమ తమ నిత్య జీవిత వ్యవహార భాషల్లో ఉన్న భేదాలకు అతీతంగా అందరికీ అవసరమయ్యే వ్యవహారం కోసం వాడే భాషా భేదాన్ని ప్రమాణ భాష" అంటారు. భాషావసరాలు పెరిగిన ఆధునిక సమాజంలో ఈ ప్రమాణ భాష పరిణామంలో భాగంగానే తయారవుతుంది. అయితే ఈ పరిణామ క్రమంలో ప్రపంచ భాషల మధ్య భేదాలుండొచ్చు. ప్రమాణ భాష ఏదో ఒక ప్రాంతపు, వర్గపు భాషను మూలంగా చేసుకుని తయారైనా, కాలక్రమంలో అది ప్రాంతాతీత, వర్గాతీత స్వభావాన్ని ఏర్పరుచుకుంటుంది. అందువల్ల ప్రమాణ భాష ఏ ప్రాంతానికీ సొంతం కాదు, ఏ వర్గపు సొత్తూ కాదు. ఈ ప్రమాణ భాషకూ [illegible]లకూ నిత్య, సజీవ సంబంధం వుంటుంది. పదాలూ వాక్యరీతులూ పరస్పరం వినిమయం అవుతూ వుంటాయి. అందువల్ల ప్ర[illegible] స్థిరమైన పరిధిలో వుండదు. స్థూలమైన చట్రం వుంటుంది. దాని స్వరూపాన్ని వివరించవచ్చు. ఆ వివరణను కావాలంటే వ్యా[illegible]కోవచ్చు. 'కావాలంటే' అని ఎందుకంటున్నామంటే వ్యాకరణం అనగానే సూత్రాలూ, నియమాలూ, తప్పులూ, ఒప్పులూ అనే ప్రసక్తి వస్తుందేమోన[illegible]

భయం" అంటారు - తమ 'చేరాతలు'లో ప్రసిద్ధ భాషా శాస్త్రవేత్త ఆచార్య చేకూరి రామారావు. ('భాషా పరివేషం' వ్యాస సంపుటి - సాహితీ ప్రవంతి ప్రచురణ - 2003)

తెలుగులో ప్రస్తుతం పత్రికల్లో, ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల్లో 'ప్రామాణిక భాష' అన్న పేరుతో చలామణీ అవుతున్న భాష కొన్ని కోస్తా జిల్లాల్లో మాత్రం వ్యవహారంలో వున్న భాష అనీ, మొదటినుంచీ సామాజికంగా సాంస్కృతికంగా ఆర్థికంగా 'పై చేయి'గా వున్న కోస్తా జిల్లాల వారు తమ భాషనే రాష్ట్రంలోని మిగతా ప్రాంతాల వారిపై రుద్దుతున్నారనీ ఒక వాదం వుంది. ప్రాథమిక దశలో ఏదో ఒక ప్రాంతపు, వర్గపు భాష మూలంగా వున్నప్పటికీ, కాలక్రమంలో అది (ప్రామాణిక భాష) ప్రాంతాతీత, వర్గాతీత స్వభావాన్ని సంతరించుకుంటుందన్న చేకూరి రామారావు వివరణలో ఈ వాదానికి సమాధానం వుంది. అయితే ఇప్పటి ముద్రణా మాధ్యమాల ద్వారా ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల ద్వారా ప్రచురితమవుతున్న, ప్రసరితమౌతున్న భాషలో ప్రాంతాతీత, వర్గాతీత స్వభావం ఎంత వరకుందన్న విషయంలో విస్తృత అధ్యయనమూ నిశిత పరిశీలనా జరగవలసి వుంది. 'అసలిప్పుడు మనం చదువుతున్న పత్రికల్లో, మనం వింటున్న, చూస్తున్న రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటి మాస్ మీడియాలో (Mass Media) వాడుతున్న భాషకి నిర్దిష్ట స్వభావ స్వరూపాలే లేవు, ఈ భాషకి ఏ నీతీ లేదు, ఏ నియమమూ లేదు, ఇది అన్ని విధాలా అపసవ్యమైన అవాంఛనీయమైన భాష' అన్న విమర్శ కూడా ఇటీవలి కాలంలో ప్రబలంగా వినిపిస్తోంది. ఇది అంత తేలికగా కొట్టి పారెయ్యాల్సిన విమర్శకాదు.

"సమాజంలో చాలా విషయాల్లో లాగే భాష విషయంలోనూ పరిశుద్ధవాదులుంటారు. 'అయ్యో భాష కలుషితమై పోతున్నదని' వాపోతుంటారు. విద్యుద్దీకరణ, ప్రైవేటీకరణ, పరాయీకరణ అని వ్యాకరణ విరుద్ధంగా రాస్తున్నారే అని విచారిస్తుంటారు. ఈ రకమైన తప్పులు వ్యవహర్తలంతా ఎప్పుడూ చేస్తూనే వుంటారు. వ్యాకరణాన్ని ఉల్లంఘించటం వల్లనే భాషా విస్తృతి జరుగుతుంది. భాషా వ్యవహర్తలు (రాసేవాళ్ళూ, మాట్లాడేవాళ్ళూ) ఎప్పుడూ నియమోల్లంఘన చేస్తూనే వున్నారు. వ్యాకరణాలూ, పండితులూ, శాసకులూ ఒప్పుకోకపోయినా తప్పులు చెయ్యటం సృజనాత్మక భాషా వ్యాపారంలో భాగం కనుక, ఇది నిరంతరం సాగుతూనే వుంటుంది. భాష మారే పద్ధతి అది" అని, ఇంతకు ముందు పేర్కొన్న వ్యాసంలోనే ('భాష పరివేషం') నిత్య వ్యవహారంలో భాషా పరమైన దోషాలు సహజమే నంటూ సమర్థిస్తున్నారు చేకూరి రామారావు. అయితే ఈ సమర్థనకి గల సందర్భం వేరు. ఈ వివరణకి గల ఉద్దేశ్యం వేరు. భాష పరిణమిస్తున్న క్రమంలో కొన్ని తప్పులూ నియమోల్లంఘనలూ జరగటం సహజమేనని చెప్పడమే చేకూరి రామారావు ఉద్దేశ్యం. అంతేగాని ఈ తప్పులన్నీ ఒప్పులేననీ, ఎన్ని తప్పులు చేసినా భాషకి ముప్పులేదనీ ఆయన భావం కాదు.

BRAOU

10.4 భాషా దోషాలు

ముద్రణా మాధ్యమాలలో కంటే రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలోనే భాషా దోషాలు ఎక్కువగా వుంటున్నాయనీ, భాషా వినియోగంలో విశృంఖలత్వం మితిమీరుతోందనీ కూడా విమర్శలు వినిపిస్తున్నాయి. ఈ విమర్శల్లో కూడా ఎంతో కొంత నిజం వుందని భాషా శాస్త్రవేత్తలు, పండితులే కాదు - ఈనాడు ఈ మాధ్యమాలను వినియోగిస్తున్న సామాన్య శ్రోతలు, ప్రేక్షకులు సైతం అంగీకరిస్తున్నారు.

ముద్రణా మాధ్యమాలకంటే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో భాషా పరమైన దోషాలు ఎక్కువగా వుండటానికీ, భాష విషయంలో నియమ రాహిత్యమేకాక నియమోల్లంఘనలు కూడా అధిక స్థాయిలో జరగడానికీ పలుకారణాలున్నాయి. భాషా పరమైన దోషాలు ఎత్తి చూపి, వాటిని ఆయా మాధ్యమాల నిర్వాహకుల, లేదా అధినేతల దృష్టికి తీసుకువచ్చే అవకాశం ముద్రణామాధ్యమాల పాఠకులకి వున్నంతగా ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల శ్రోతలకీ ప్రేక్షకులకీ ఉండదు. ఉదాహరణకి, ఒక పత్రికలో ప్రచురితమైన వార్తలో, వ్యాసంలో లేదా మరో రచనలో భాషాపరమైన దోషాలు ఒక పాఠకుడికి కనిపించాయనుకుందాం. ఆ పాఠకుడు వెంటనే ఆ విషయాన్ని ఆ పత్రికా సంపాదకుని దృష్టికి తీసుకువస్తూ ఉత్తరం రాయవచ్చు. లేదా టెలిఫోన్ ద్వారా, ఈమెయిల్ ద్వారా ... ద్వారా తెలియపరచవచ్చు. లేదా వ్యక్తిగతంగానూ తెలియపర్చవచ్చు. ఆ విధంగా తెలియజేసేముందు తాను కనిపెట్టిన దోషాలేమిటో నిర్ధారించుకోవటానికి, దోషాలున్నాయనుకుంటున్న వార్తాంశాలన్నీ, లేదా వ్యాసాన్నీ ఎన్నిమార్లు అవసరమైతే అన్నిమార్లు చదవడానికి ఆ పాఠకుడి చేతిలో ఆ పత్రిక సిద్ధంగా వుంటుంది.

తాను దోషంగా భావిస్తున్నది అసలు దోషమా కాదా అని తెల్చుకోవడానికి ఇతరులతో చర్చించే అవకాశం కూడా ఆ పాఠకుడికి వుంటుంది. ఇటువంటి అవకాశం ఒక రేడియో శ్రోతకీ, ఒక టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడికీ వుండదు. రేడియోలో ప్రసారమౌతున్న ఒక ప్రసంగంలో, నాటికలలో, లేదా వార్తల్లో భాషాపరమైన దోషాలు దొర్లాయనుకుందాం. ఈ దోషాలను ఎత్తి చూపడానికీ అసలవి దోషాలా కాదా అని నిర్ధారించుకోవడానికీ, నిరూపించడానికీ ఆ ప్రసారం వింటున్న శ్రోత వద్ద ఆధారం ఏదీ వుండదు, తాను విన్న పదాలలో, పద బంధాలలో లేదా వాక్యాల్లో దోషాలున్నాయని ఆ శ్రోత గ్రహించే సరికే దోషపూరితమైన ఆ వాక్యాలు గడిచిపోతాయి, అసలు ఆ కార్యక్రమమే ముగియవచ్చు, లేదా ఆ ప్రసారమే ముగిసి పోవచ్చు. కేవలం తన చెవిన పడిన మాటల జ్ఞాపకాన్ని బట్టి ఆ కార్యక్రమ నిర్వాహకుడికీ లేదా ఆ ప్రసార విభాగ నిర్వాహకుడికీ ఆ శ్రోత ఫిర్యాదు చెయ్యవలసి వుంటుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలను వీక్షించే ప్రేక్షకులకీ ఇదే విధమైన సమస్య ఉత్పన్నమౌతుంది. అయితే దోషాలను పసిగట్టిన ఆ రేడియో శ్రోత, ఆ టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడూ తాను వింటున్న కార్యక్రమాన్ని, లేదా తాను చూస్తున్న కార్యక్రమాన్నీ రికార్డు చేశారనుకుందాం. అప్పుడు తమ ఆరోపణలను నిరూపించగల ఆధారం వారికి లభిస్తుంది. అయితే ఈ అవకాశం ఎంత మంది శ్రోతలకీ ఎంతమంది ప్రేక్షకులకీ వుంటుంది? నూటికి పదిమందికి కూడా వుండదు. తాను వినబోయే, చూడబోయే కార్యక్రమంలో భాషా దోషాలు పట్టుకుందామని ముందుగానే ఆడియో వీడియో రికార్డర్లు సిద్ధం చేసుకుని ఎవరూ కూర్చోరు గదా!

ముద్రణా మాధ్యమాలు ఎంతో కాలం నించి వున్నాయి. మన దేశంలోని ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకంత 'వయసు' లేదు. అందువల్ల తమ మాధ్యమాల ద్వారా జరిగే తప్పులు తెలుసుకోవడానికీ ఆ తప్పులు దిద్దుకోవడానికీ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు లభించిన అవకాశాలు తక్కువ.

తాము వినియోగిస్తున్న భాష సరియైనదా కాదా అని తెలుసుకోవడానికీ, తాము చేస్తున్న తప్పులు గుర్తించానికీ, ఆ తప్పులు సవరించుకోవడానికీ ఎన్నేళ్ళు కావాలి, ఎన్ని దశాబ్దాలు కావాలి అని ఎవరైనా అడగొచ్చు. నిజమే. జరుగుతున్న తప్పులు తెలుసుకోవడానికీ, ఆ దోషాలు సవరించుకోవడానికీ దశాబ్దాల సమయం అవసరం లేదు. అయితే, ఈ విధమైన సవరణలూ సంస్కరణలూ చేపట్టే కృషిలో ముద్రణా మాధ్యమాలకున్న సౌలభ్యమూ సంస్థాగతమైన సౌకర్యమూ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకుండవు. ఎలాగంటే - ఒకానొక పత్రికలో కొన్ని పదాలు తప్పు అర్థంలో వాడుతున్నారనుకోండి. ఆ విషయం గురించి అదే పత్రికలలోనూ అరుదుగానైనా ఇతర పత్రికల్లోనూ తద్విషయ పరిజ్ఞానం కలిగిన పాఠకుల ద్వారా పండితుల ద్వారా విస్తృతమైన చర్చలు జరిగే అవకాశం వుంది. ఈ చర్చల ఫలితంగా ఆయా పదాలను, లేదా పద బంధాలను ఏ అర్థంలో ఏ విధంగా వాడాలన్నది నిర్ధారితమౌతుంది. ఒక మాటు ఈ విధమైన నిర్ధారణ జరిగిన తర్వాత ఆ పదాన్ని, లేదా పద బంధాన్ని అపసవ్యమైన రీతిలో వినియోగించడానికి సామాన్యంగా ఎవరూ సాహసించరు. (ఈ పదాన్ని ఈ అర్థంలో వినియోగించటం తప్పు, ఈ వాక్య నిర్మాణం తప్పు అని తెలిసి కూడా అదే తప్పు పదే పదే చేసే పత్రికలూ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలూ వుంటాయి. తెలిసి తప్పులు చేసేవారిని ఎవరూ బాగు చెయ్యలేరు) ఈ విధంగా దోష నివారణకూ దోష సవరణకూ ప్రయత్నించే అవకాశం ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకూ అంతగా వుండదు.

భాషా పరమైన తప్పులు జరగకుండా చూసుకోవడానికీ జరిగిన తప్పులు దిద్దుకోవడానికీ ముద్రణా మాధ్యమాల (వార్తా పత్రికలు)కుండే అంతర్గత వ్యవస్థ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు సాధారణంగా వుండదు. ఉన్నా, అంత పకడ్బందీగా వుండదు. సాధారణ రిపోర్టర్ స్థాయిలో, సబ్ ఎడిటర్ స్థాయిలో జరిగే దోషాలు సవరించడానికి వార్తా పత్రికల్లో అంచెల వారీగా అనేక మంది ఉద్యోగులుంటారు. ఎక్కడికక్కడ కింది స్థాయిలో జరిగే తప్పులు పై స్థాయి వారు దిద్దే అవకాశముంటుంది. పత్రికలోని వివిధ విభాగాలకు వెలుపలి రచయితల నించి వచ్చే వ్యాసాలూ కథలూ కవితల వంటి వివిధ రచనలను పరిశీలించి పరిష్కరించడానికీ భాషా పరమైన దోషాలు సవరించడానికీ ఆయా విభాగాలకి ప్రత్యేకంగా సంపాదకులుంటారు. ఇటువంటి ఏర్పాట్లు ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకుండవా అంటే, వుంటాయి. కాని ఇంత విస్తృత స్థాయిలో వుండవు.

పత్రికా రచనకి సంబంధించిన మౌలిక సూత్రాలూ నియమాలూ ప్రావీణ్యాన్ని సంపాదించే పద్ధతులూ తెలియజెప్పే గ్రంథాలూ, అటువంటి విషయాలు బోధించే శిక్షణా సంస్థలూ వున్నంతగా ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకి సంబంధించి లేవు. ఆ మాధ్యమాలలో అనుభవజ్ఞులైన నిపుణులైన శిక్షకులూ అంతగా లేరు.

BRAOU

పూర్తిగా కాకపోయినా కొంత మేరకైనా ముద్రణా మాధ్యమాల భాషకు భిన్నమైన భాష ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు అవసరమనీ, వివిధ రకాల ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు (రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వగైరా) విభిన్నరీతుల్లో భాషని వినియోగించవలసి వుంటుందనీ, ఆయా మాధ్యమాలలో పనిచేసే వారిలో చాలా మందికి ఇప్పటికీ తెలియకపోవటం అత్యంత విచారకరమైన విషయం.

10.5 ప్రసారాలలో పరిణామాలు

తెలుగులో వివిధ రకాల పత్రికల ప్రచురణ అన్నది పందొమ్మిదో శతాబ్దపు నాలుగో దశాబ్దంలోనే ప్రారంభమైనట్టు ఈ విషయమై జరిగిన పరిశోధనలను బట్టి తెలుస్తోంది. అయితే అన్ని విధాలా వార్తా పత్రికలనదగ్గవి మాత్రం ఆ శతాబ్దపు చివరి దశాబ్దంలోనూ ఇరవయ్యో శతాబ్దపు తొలి దశాబ్దంలోనూ ప్రారంభమైనాయి. (తెలుగులో ఏది తొలి పత్రిక, ఏది తొలి వార్తా పత్రిక అన్న విషయంలో వేర్వేరు పరిశోధకులు వేర్వేరు అభిప్రాయాలు వ్యక్తం చేశారు) ఇక ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల మాటకొస్తే, మన దేశంలో ప్రభుత్వ అధీనంలో ఏర్పడిన 'ఆకాశవాణి' (All India Radio) 1936లో వార్తా ప్రసారాలు ప్రారంభించింది. అయితే ఈ ప్రసారాలు పరిమితంగానూ దేశంలోని కొన్ని ప్రాంతాల్లోనూ మాత్రమే జరిగేవి. (అంతకు ముందు ఔత్సాహిక రేడియో క్లబ్బుల - Amateur Radio clubs - ద్వారానూ, 'ఇండియన్ స్టేట్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ సర్వీస్' (Indian State Broad Casting Service) అన్న పేరుగల ప్రభుత్వ సంస్థ ద్వారానూ మరింత పరిమిత స్థాయిలో ప్రసారాలు జరిగేవి.)

1947లో దేశం స్వతంత్రమయ్యే నాటికి 'ఆకాశ వాణి'కి దేశ వ్యాప్తంగా పది కేంద్రాలు మాత్రమే వుండేవి. ఇప్పుడా సంఖ్య సుమారు 250కి చేరుకుంది. ఇక టెలివిజన్ మాటకొస్తే, దేశంలో తొలి టెలివిజన్ కేంద్రం సరిగ్గా అర్ధశతాబ్దం క్రితం 1959లో ఢిల్లీలో ఏర్పాటైనప్పటికీ దాని ప్రసార పరిధి అతి స్వల్పంగా వుండేది. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ కేంద్ర మొకటి 1965లో ఢిల్లీలో నెలకొన్నప్పటికీ ఆ తర్వాత దాదాపు రెండు దశాబ్దాల వరకూ దేశ వ్యాప్తమైన టెలివిజన్ ప్రసారాలు జరగలేదు. సుమారు ఇరవయ్యేళ్ళ క్రితం దేశంలోని కొన్ని కేంద్రాలలో ఇంగ్లీషు, హిందీ భాషల్లోనూ, ఆ తర్వాత మరో రెండు మూడు సంవత్సరాలకి తెలుగులోనూ ప్రైవేటు సంస్థల ద్వారా టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమైనాయి. అప్పటి వరకూ మన దేశంలో 'టెలివిజన్' అంటే ప్రభుత్వ సంస్థ 'దూరదర్శన్' అనే అనుకోవాలి. 'రేడియో' అంటే 'ఆకాశవాణి' అనే అర్థం. ప్రైవేట్ టెలివిజన్ ఛానల్స్ ప్రారంభమైన తర్వాత మరికొన్ని సంవత్సరాలకి గాని ప్రైవేట్ రేడియో (ఎఫ్.ఎం) ఛానల్స్ ప్రారంభం కాలేదు. గతంలో ప్రభుత్వ సంస్థలుగా వున్న 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్'లు సుమారు పదేళ్ళ క్రితం 'ప్రసార భారతి' అన్న ఉమ్మడి పేరుతో స్వతంత్ర ప్రతిపత్తిగల సంస్థలుగా ఏర్పడ్డాయి. (అయినప్పటికీ ఆ సంస్థల పనితీరులో మౌలికమైన మార్పులేవీ జరగలేదు. ప్రభుత్వ నియంత్రణ అనేది ప్రత్యక్షంగా లేనప్పటికీ అవి ఇప్పటికీ ప్రభుత్వ రంగంలో పనిచేస్తున్న సంస్థలే. మిగతా ప్రభుత్వ శాఖల్లో కనిపించే 'బ్యూరోక్రసీ', నిరాసక్తత, నిర్లక్ష్యం, అసమర్థత, అలసత్వం అన్నీ ఇప్పటికీ యథాతథంగా ఈ ప్రసార సంస్థల్లోనూ వున్నాయి.)

ప్రజా బాహుళ్య మాధ్యమాలలో (Mass Media) నిన్నమొన్నటి వరకూ అత్యంత ప్రధాన స్థానంలో వున్న రేడియో (ఆకాశవాణి) ప్రసారాలు తెలుగులో ప్రారంభమైనప్పటినుంచీ కూడా, అప్పటికే ప్రజలకు బాగా అలవాటయిపోయి వున్న వార్తా పత్రికల భాషనే, 'శిష్ట వ్యావహారికం' అన్న పేరుతో, 'ప్రామాణిక భాష' అన్న పేరుతో పుస్తకాలలో పత్రికల్లో వాడుతున్న భాషనే ఆ ప్రసారాలలోనూ వాడుతూ వచ్చారు. ప్రారంభ దశలో కొన్ని ప్రసంగాలలో, మరికొన్ని ప్రత్యేక కార్యక్రమాలలో గ్రాంథిక భాషనూ, ఒక సామాజిక వర్గానికే పరిమితమై 'మడి' భాషనూ వినియోగించేవారు. క్రమంగా ఈ పరిస్థితి కొంత మారినప్పటికీ, వ్యావహారిక భాషా వినియోగం క్రమంగా పెరిగినప్పటికీ శ్రవ్య మాధ్యమానికి పూర్తిగా అనుకూలమైన, అవసరమైన భాషను ఇప్పటికీ 'ఆకాశవాణి' అలవర్చుకున్నదా అంటే అవునని గట్టిగా చెప్పలేం. 'ఆకాశవాణి' అవతరించిన తర్వాత దాదాపు నాలుగు దశాబ్దాలకి అంకురించిన 'దూరదర్శన్' ఆదినించీ తన ప్రసారాలకు కూడా 'ఆకాశవాణి' భాషనే అనుసరిస్తూ వచ్చింది తప్ప, దృశ్య మాధ్యమానికి అవసరమైన ప్రత్యేక భాషను రూపొందించుకోలేకపోయింది. 'ఆకాశవాణి'లో జరిగినట్టే 'దూరదర్శన్' లో కూడా భాషా విషయంలో క్రమానుగతంగా కొన్ని మార్పులు జరిగినప్పటికీ - ఇప్పటికీ 'దూరదర్శన్' ప్రసారాల్లో వాడుతున్న భాష పూర్తిగా దృశ్యమాధ్యమానుకూలమేనని చెప్పలేం.

BRAOU

ఈ నూతన మాధ్యమాల పరంపరలో వీటి పరిణామక్రమంలో ఏర్పడిన ఒక విచిత్ర విషాద పరిస్థితి ఏమిటంటే - భాషా విషయంలో వార్తా పత్రికల్ని అనుసరిస్తూ వచ్చిన 'ఆకాశవాణి' ఆయా పత్రికా భాషల్లోని అనర్థాలనూ అనుచిత ప్రయోగాలనూ స్వీకరిస్తే, 'ఆకాశవాణి'ని అనుకరిస్తూ వచ్చిన 'దూరదర్శన్' ఆ దోషాలన్నిటినీ తానూ స్వీకరించింది.

రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల ప్రసక్తి వచ్చినపుడు గుర్తు పెట్టుకోవలసిన ముఖ్య విషయం మరొకటుంటుంది. మన దేశంలో నిన్న మొన్నటి వరకూ ప్రధాన ప్రసార మాధ్యమాలుగా వున్న (దేశ వ్యాప్తమైన నెట్ వర్క్ విషయంలో ప్రైవేట్ సంస్థలకంటే ఇప్పటికీ 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్'లే అగ్రస్థానంలో వున్నాయి.) 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్'లు చాలా కాలం పాటు ప్రభుత్వ యాజమాన్యంలోనూ, ప్రస్తుతం ప్రభుత్వ రంగ సంస్థలుగానూ పనిచేస్తూ వుండటం చేత మిగతా అన్ని విషయాల్లో మాదిరిగానే భాషా విషయంలో కూడా ఎంతో కొంత 'మితవాద ధోరణి'ని (Conservative Approach) అనుసరిస్తూ వచ్చాయి. ఎప్పటికప్పుడు కొత్త పద్ధతులు అలవర్చుకోవడానికీ, కొత్త ప్రయోగాలు చెయ్యడానికీ ఈ మితవాద ధోరణి అడ్డుతగులుతుంది. బాగా నలిగిన పాత దారినే నడిస్తే ప్రమాదం వుండదు గదా అనే ఈ ధోరణి ప్రగతి నిరోధక మనుకున్నప్పటికీ, దీని వల్ల కొత్త తప్పులేమీ జరగవు. 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్' ప్రసారాల భాషా విషయంలో సరిగా ఇదే జరిగింది! భాష విషయంలో ముద్రణా మాధ్యమాలలో ముఖ్యంగా వార్తా పత్రికలు చేసిన ప్రయోగాలూ, సాహసాలూ, దుస్సాహసాలూ ఆకాశవాణి, దూరదర్శన్‌లు చెయ్యలేదు. కొత్త మార్పులేవీ లేనప్పుడు కొత్త తప్పులూ వుండవుగదా!

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల రంగంలో నిన్నమొన్న ప్రవేశించిన ప్రైవేట్ సంస్థలు మాత్రం వచ్చీరాగానే విచ్చలవిడిగా ప్రసారాలు ప్రారంభించాయి. భాషా వినియోగ విషయంలోనే ఈ విచ్చలవిడితనం ముందుగా ప్రవేశించి, క్రమంగా పెరిగి, ఇప్పుడు అన్ని హద్దులూ మీరి పోతోంది! ప్రసారాంశాన్ని బట్టి ఈ పరిస్థితిలో మార్పులుండవచ్చుగాని, సాధారణంగా అన్ని అంశాలల్లోనూ భాషా వినియోగ విధానాలు అసంతృప్తికరంగానూ కొన్ని సందర్భాల్లో అభ్యంతరకరంగానూ వుంటున్నాయి. ముఖ్యంగా వార్తా ప్రసారాల విషయంలో ప్రైవేట్ టెలివిజన్ సంస్థల వారు వాడుతున్న భాష - అనవసరమైన పదాలతోనూ, అత్యుత్సాహంతో అనుభవ రాహిత్యంతో జరిపే అపసవ్య ప్రయోగాలతోనూ శ్రోతల, ప్రేక్షకుల సహనాన్ని పరీక్షించేట్టుగా వుంటోంది. ఇవ్వాళ ఏ ప్రైవేట్ టీవీ ఛానల్ చూసినా సినిమాలూ, సినిమా సంబంధమైన కార్యక్రమాలూ సీరియల్సే ప్రధానాంశాలుగా వుంటున్నాయి. దేశంలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమై ఇన్ని దశాబ్దాలు గడిచినప్పటికీ ప్రత్యక్షంగానో పరోక్షంగానో సినిమాలపై ఆధారపడకుండా పూర్తిగా స్వతంత్రమైన, సృజనాత్మకమైన, భావుకతతో కూడిన కార్యక్రమాలు రూపొందించుకునే శక్తి ఈనాటికీ ప్రసార సంస్థలు సమకూర్చుకోలేకపోయాయి. అతి జాగ్రత్త వల్ల, మార్పులూ ప్రయోగాలూ జరపడానికి ఉండే జంకువల్లా ప్రజలకు ఏది అవసరం, ఏది ఆసక్తికరం అనే ఆలోచనలేని మూస కార్యక్రమాల వల్లా దూరదర్శన్ ప్రసారాలు తమ ప్రాధాన్యతనూ ప్రయోజనాన్నీ కోల్పోతూ వుండగా - అత్యుత్సాహం వల్లా, ఏదో విధంగా ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించి, వ్యాపార ప్రకటనలు పెంచుకుని లాభాలు మూటగట్టుకునే ప్రయత్నంలో ఉచితానుచితాలు విస్మరించటం వల్లా, ప్రైవేట్ టెలివిజన్ ప్రసారాలు చెడుతున్నాయి. ఎక్కడైనా ఒకటి, రెండు కార్యక్రమాలు బాగుండవచ్చు, ఏదో ఒక ఛానల్ కాస్త మెరుగైన రీతిలో బాధ్యతాయుతమైన రీతిలో ప్రసారాలు జరపవచ్చు. అటువంటి సందర్భాలు అతి స్వల్పం.

'వ్యావహారికం', 'శిష్ట వ్యావహారికం', 'మాండలికం' వంటి భాషా భేదాల గురించి ఇంతకు ముందు విపులంగా చర్చించుకున్నాం గనుక - రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో ప్రస్తుతం వాడుతున్న తెలుగు భాష ఏ కోవకి చెందుతుంది? అని ఎవరైనా అడగవచ్చు. ఈ ప్రశ్నకి సూటిగా ఒక్కమాటలో సమాధానం చెప్పడమన్నది సాధ్యం కాదు. ఎందువల్లనంటే ఇప్పుడీ మాధ్యమాలలో వాడుతున్న భాషా స్వరూపం ఇదమిత్థంగా ఇలాంటిదని చెప్పలేం. రూపం చెదిరి, అర్థం చెడి, కొన్ని సందర్భాలలో అర్థమేలేని రీతిలో కలగాపులగపు భాష ఎక్కువగా వాడుతున్నారు. ముఖ్యంగా ప్రైవేటు టెలివిజన్, రేడియో ఛానల్స్‌లో ఈ విధమైన నియమ రహిత, నిర్జీవ, నైరూప్య భాషా వినియోగం విశృంఖలంగా జరుగుతోంది. 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్' ప్రసారాలు ఈ విషయంలో చాలా మెరుగు. వాస్తవానికి కార్యక్రమ స్వభావాన్ని బట్టి, అందులోని విషయాన్ని బట్టి భాషా స్వరూపం మారుతుంది. మారాలి. ఈ రకమైన విచక్షణ కూడా ప్రైవేటు ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమ ప్రసారాల్లో స్వల్ప స్థాయిలోనే కనిపిస్తోంది. ముఖ్యంగా వార్త ప్రసారాల్లోనూ, వివిధ కార్యక్రమాల సమర్పకులు, ('ప్రజెంటర్స్' - 'స్పాన్సర్స్' కాదు) సంధానకర్తలూ (Anchors) వాడే భాషలోనూ ఈ విశృంఖలత్వం ఎక్కువగా వుంటోంది.

BRAOU

సాధారణ వార్తలకి కూడా రంగులు పులమటం, వార్త ఉన్నదున్నట్టు కాక దానికి వ్యాఖ్యానాన్ని జోడించటం, కొన్ని సందర్భాల్లో అసలు వార్తకంటే వ్యాఖ్యలే ఎక్కువగా వుండటం, ప్రతి వార్తనీ సంచలనాత్మకం చెయ్యాలని ప్రయత్నించటం - ఇలాంటి వన్నీ ఇటీవలి కాలంలో వార్తా పత్రికల్లో అధికంగా కనిపిస్తున్న అవాంఛనీయ పరిణామాలు. ఇటువంటి పరిణామాల పర్యవసానంగా అనవసరమైన విశేషణాలు, అర్థరహితమైన పదప్రయోగం, తప్పుడు అర్థంలో పదాలు వాడటం, పరభాషా పదాలు అసందర్భంగా వినియోగించటం జరుగుతోంది. ప్రైవేటు టెలివిజన్ ఛానల్స్ అన్నీ ఈ అపసవ్య ప్రయోగాలన్నిటినీ యథాతథంగా ప్రసారం చేస్తున్నాయి.

ఇక 'యాంకర్స్' (Anchors) అనబడే కార్యక్రమ సమర్పకులూ సంధానకర్తలూ వాడే భాష మరింత విశృంఖలంగా మరిన్ని దుష్ప్రయోగాలతో మరింత దుస్సాహసంగా వుంటోంది. వీళ్ళు మాట్లాడే మాటలకి సాధారణంగా ఒక 'స్క్రిప్టు' (Script) అనేది వుండదు గనుక, అవసరాన్ని బట్టి ఆశువుగా, సందర్భోచితంగా మాట్లాడాలి. గనుక, కేవలం వారి ప్రతిభా వ్యుత్పత్తులను బట్టీ, భాషా పరిజ్ఞానాన్ని బట్టీ వారి మాటలుంటున్నాయి. కార్యక్రమం ఏదైనా, చక్కగా సందర్భోచితంగా మాట్లాడి ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించి అలరించగల 'యాంకర్స్' వున్నారు. అయితే అలాంటి వారు అతితక్కువగా వున్నారు.

తెలుగులో ప్రైవేటు రేడియో (F.M. ఛానల్స్) ప్రసారాలు ప్రారంభమై పట్టుమని పదేళ్ళు కూడా కాలేదు. ఈ ప్రసారాల్లో వినియోగించే భాష గురించి ఎంత తక్కువ మాట్లాడితే అంత మంచిది. టెలివిజన్ ఛానల్స్‌లో యాంకర్స్ వున్నట్టే ఈ ఎఫ్.ఎం. ఛానల్స్‌లో రేడియో జాకీ (Radio Jockey) లుంటారు. వీళ్ళు చేసే పని ఏమిటంటే ఎంత సేపూ ఎడతెరిపి లేకుండా నోటికి వచ్చినట్టల్లా మాట్లాడుతూ వుండటం. 'వాగుతూ' వుండటమన్నది ఇక్కడ వాడాల్సిన సరైన మాట. ఈ 'వాగుడు'కి ఏ విధమైన నియమాలు హద్దులూ వుండవు. అర్థమూ వుండనక్కర్లేదు. వీళ్ళు మాట్లాడే భాషకి నిర్దిష్ట రూపమూ స్వభావమూ వుండవు. తెలుగు, ఇంగ్లీషు, హిందీ, ఉర్దూ వంటి అన్ని భాషలూ అన్ని 'యాస'లూ అన్ని మాండలికాలూ కలగలిపిన సంకర, వంకర భాష అది! అన్ని విధాలా కలుషితమైన భాష అది!

ఇక మాండలికం మాటకొస్తే - రేడియో టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో అప్పుడప్పుడూ కొన్ని సందర్భాలలో కొన్ని కార్యక్రమాలలో మాండలిక భాష వాడుతున్నారు. 'వర్గ మాండలికం' కంటే 'ప్రాంతీయ మాండలికం' ఎక్కువగా వాడుతున్నారు. అయితే - చాలా సందర్భాలలో ఈ మాండలిక భాషా వినియోగమన్నది అపసవ్యమైన రీతిలో జరుగుతోంది. ఉన్నది ఉన్నట్టుగా కాక, అపభ్రంశ రూపాలతో ఆ మాండలిక స్వరూపాన్ని చెడగొడుతున్నారు. ఇటువంటి దుర్వినియోగం కూడా ప్రైవేటు ఛానల్స్‌లోనే ఎక్కువగా జరుగుతోంది.

మన దేశంలో రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ప్రజా బాహుళ్య మాధ్యమాలు (Mass Media) ఎంతగా పెరిగి, అధిక సంఖ్యాకుల అందుబాటులోకి వచ్చినప్పటికీ ప్రేక్షకుల్లో, ముఖ్యంగా సామాన్య ప్రేక్షకుల్లో 'సినిమా' కి వున్న ప్రాధాన్యం ఇసుమంతయినా తగ్గలేదు. ప్రపంచంలోని మిగతా అన్ని దేశాలకంటే అధికంగా మన దేశంలో చలన చిత్రాలు తయారవుతాయి. చలన చిత్రాల సంఖ్య విషయంలో - దేశంలో ద్వితీయ, లేదా తృతీయ స్థానం తెలుగు చిత్రాలదే. కేవలం సంఖ్యా పరంగానే కాక, సాంకేతికంగా కూడా తెలుగు చిత్రాలు ఎంతో అభివృద్ధి సాధించాయి. అయితే, భాష విషయంలో ఈ అభ్యుదయం కనపడదు సరిగదా, నానాటికీ ప్రమాణాలు పతనమవుతున్నాయి. విలువలు నశిస్తున్నాయి. తెలుగులో నిర్మితమయ్యే చలన చిత్రాల్లో కనీసం నూటికి ముప్పాతిక సినిమాల్లో వాడుతున్న భాష అధమస్థాయిలో, అభ్యంతరకరమైన రీతిలో వుంటోంది. చవకబారు మాటలూ అశ్లీల ధ్వనులూ ద్వంద్వార్థాలూ మాత్రమే కాదు - 'బూతు' అనిపించే మాటలు కూడా నిస్సంకోచంగా, విశృంఖలంగా వాడుతున్నారు. స్త్రీ పాత్రల చేతా, బాల పాత్రల చేతా కూడా ఆ మాటలు పలికిస్తున్నారు.

'ఇంటర్నెట్' (Internet) అనేది ఇటీవలి కాలంలో ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో చోటు చేసుకుని, నానాటికీ విస్తృత మౌతున్న వ్యవస్థ. అయితే, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి సాధనాలు ప్రజలకి - ముఖ్యంగా సామాన్య ప్రజల అందుబాటులోకి వచ్చినంతగా కంప్యూటర్ ఇంకా రాలేదు గనుక, కంప్యూటర్ ద్వారా 'వెబ్‌సైట్లు' (Web Sites) వెబ్ పత్రికలు (Web Magazines), 'బ్లాగులు' (Blogs) వంటి సౌకర్యాలను వినియోగించుకోవటమనేది మన దేశంలో ఇంకా అంత విస్తృత స్థాయిలో జరగటం లేదు.

BRAOU

ప్రస్తుతం నడుస్తున్న ప్రధాన పత్రికలన్నీ ఇంటర్నెట్‌లో యథాతథంగానో, కొంత మేరకు తగ్గించో తమ పత్రికలను ప్రదర్శిస్తున్నాయి. ఇంటర్నెట్ ఎడిషన్ల కోసం ప్రత్యేకంగా కొంత 'ఎడిటింగ్' జరిగినప్పటికీ, ఆయా పత్రికల్లోని వార్తలు, వ్యాసాలు, ఇతర అంశాలు భాషలో మటుకు మార్పులేవీ వుండటం లేదు. 'వెబ్‌సైట్లు', 'బ్లాగు'ల వంటి వాటిద్వారా సినిమాలు, సాహిత్యం వంటి విషయాలపై చర్చలు జరుగుతున్నా ఇలాంటి వాటికి వినియోగించే భాషలో ప్రత్యేక ప్రమాణాలు చాలా అరుదుగా కనిపిస్తాయి. అలాగే వెబ్ పత్రికలలో వాడే భాష కూడా మామూలు పత్రికల్లో వుండేదే తప్ప ప్రత్యేకమైనదికాదు.

రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటి ప్రధాన ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో ప్రస్తుతం మనకి వినిపిస్తున్న, కనిపిస్తున్న (టెలివిజన్‌లో 'స్క్రోల్' (Scroll) రూపంలోనూ ఇతర విధాలా కనిపించే భాష) తెలుగుభాష సత్పరిణామాల కంటే దుష్పరిణామాలకే ఎక్కువగా లోనుకావడమన్నది విచారకరమైన విషయం. సినిమా అన్నది ఒక ప్రత్యేక పరిశ్రమ, లాభార్జనమే ప్రధాన ధ్యేయంగా గల వాణిజ్య పరిశ్రమ. ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించి, ఆకట్టుకోవడమే ప్రధానమని భావించడం తప్పుకాదు గాని, అందుకోసం సినిమాల్లో చూపించే దృశ్యాల్లో గాని, వినిపించే మాటలు, పాటల్లో గాని ఏ విధమైన నియమాలు, ప్రమాణాలూ పాటించనక్కర్లేదనుకోవడం అవివేకం. ఆత్మహత్యా సదృశ్యం.

ప్రైవేటు సంస్థల యాజమాన్యంలో నడిచే రేడియో, టెలివిజన్ ఛానల్స్ కూడా, లాభార్జనే ముఖ్యమనుకునే పరిశ్రమలే అనుకున్నప్పటికీ - లక్షలాది, కోట్లాది ప్రజలకు సమాచార, వినోద, విజ్ఞానాలను అందించే ప్రసార మాధ్యమాలుగా ఆ ప్రజల పట్ల గల బాధ్యతను యాజమాన్యాలు, ఆయా సంస్థల కోసం పనిచేసే అధికారులు, సిబ్బంది, రచయితలు, కళాకారులూ విస్మరించకూడదు. అదే విధంగా ప్రభుత్వ యాజమాన్యంలో లేదా ప్రభుత్వ రంగ సంస్థలుగా పనిచేసే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో కూడా పనితీరునూ, కార్యక్రమ స్థాయినీ, నాణ్యతనూ ప్రమాణాలనూ పెంచడానికి గట్టి ప్రయత్నాలూ నిరంతర కృషీ జరగాలి. అప్పుడే ఆయా మాధ్యమాలలోని మిగతా అంశాలతో పాటు వాటిలోని వినియోగించే భాష కూడా మెరుగుపడుతుంది. సక్రమమైన సముచితమైన రీతిలో వినియోగపడుతుంది.

చివరిగా ఒక్కమాట. మంచి సినిమాకి మాటలక్కర్లేదు. దృశ్యమే సినిమాభాష. అదే విధంగా టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకి కూడా (వార్తలు, చర్చలు, ఇంటర్వ్యూల వంటివి మినహా) మాటలకంటే దృశ్యాలే ప్రధానం, ప్రాణం. ఇక రేడియో కార్యక్రమాలకి (సంగీతం, సౌండ్ ఎఫెక్ట్ - Sound Effects - వంటివి మినహా) మాటలు చాలా అవసరం. ఆ మాటలు సందర్భోచితమైన సముచితమైన భాషారూపంలో వినిపించడం మరీ అవసరం.

BRAOU

అభ్యాసం-1

ప్రసార మాధ్యమాలలో మాండలిక భాషా వినియోగం గురించి రాయండి.

అభ్యాసం-2

ముద్రణా మాధ్యమాలలో కంటే రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాలలోనే భాషా దోషాలు ఎక్కువగా ఉండటానికి కారణమేమిటి?

10.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- నీరు ప్రవహిస్తుంది, భాష కూడా ప్రవహిస్తుంది.
- ప్రవాహ శీలం కలిగిన భాషే పదికాలాలపాటు జీవించగలుగుతుంది. పది విధాల పరిణమిస్తుంది, వికసిస్తుంది.
- పుస్తకాలు, పత్రికల వంటి ముద్రణా మాధ్యమాలలో వాడే భాష కంటే, రేడియో, టెలివిజన్, సినిమా వంటి శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలలో వాడే భాష మరింత సరళంగా, సహజంగా, సజీవంగా ఉండాలి.
- మాట్లాడే భాషలో కాలానుగుణంగా ఆయా ప్రాంతాల, సమాజాల పరిస్థితులకు అనుగుణంగా పలుమార్పులు వచ్చినట్లే, రాసే లిపిలో కూడా అనేక విధాల మార్పులు జరుగుతూ వచ్చాయి.
- గ్రంథాలలో లిఖిత రూపంలో ఉన్న భాషని 'గ్రాంథిక భాష' అనీ, నిత్య వ్యవహారంలో ప్రజలు మాట్లాడే భాషని 'వ్యావహారిక భాష' అనీ అనవచ్చు.
- ఒక ప్రాంతానికి పరిమితమైన, ప్రత్యేకమైన మాండలికాన్ని 'ప్రాంతీయ మాండలికం' అనీ, ఒక సామాజిక వర్గానికో, ఒక వృత్తిలో వున్న వారికో, ఒక మతానికో, ఒక జాతికో పరిమితమైన మాండలికాన్ని 'వర్గ మాండలికం' అనీ భాషా శాస్త్ర వేత్తలు స్థూల విభజన చేశారు.
- భాషా పరమైన తప్పులు దిద్దుకోవడానికి ముద్రణా మాధ్యమాలకుండే అంతర్గత వ్యవస్థ ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలకు అంత పకడ్బందీగా ఉండదు.
- ప్రభుత్వ అధీనంలో ఏర్పడిన 'ఆకాశవాణి' 1936లో వార్తా ప్రసారాలను ప్రారంభించింది.
- ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో ప్రస్తుతం వినియోగిస్తున్న తెలుగుభాషలో సత్పరిణామాలకన్నా దుష్పరిణామాల శాతమే అధికంగా వుంది.

BRAOU

10.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. ప్రసార భాషగా తెలుగు - వివరించండి.
2. ప్రసారాలలో భాషా దోషాలను పేర్కొనండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. గ్రాంథికం, వ్యావహారికం, శిష్ట వ్యావహారికం గురించి రాయండి.
2. ప్రామాణికత గురించి భాషా శాస్త్రవేత్తల అభిప్రాయాల్ని పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. గ్రాంథిక భాషావాదం క్రమంగా బలహీనపడి, వ్యావహారిక భాషా వినియోగం ప్రాచుర్యం పెరుగుతున్న సందర్భంలో 'మాండలికం' అన్న మరో మాట పుట్టుకొచ్చింది. సాహిత్య గ్రంథాలలో, పత్రికలలో, ప్రచార ప్రసార మాధ్యమాలలో మాండలిక భాషా వినియోగం గురించి ఇప్పటికీ వాద ప్రతివాదాలు వినిపిస్తూనే ఉన్నాయి. మాండలిక భాష అన్నది మళ్ళీ పలు విధాలుగా ఉంటుంది. ఏదో ఒక ప్రాంతానికి పరిమితమైన ప్రత్యేకమైన మాండలికాన్ని 'ప్రాంతీయ మాండలికం' అనీ, ఒక సామాజిక వర్గానికో, ఒకవృత్తిలో వున్న వారికో, ఒక మతానికో, ఒక జాతికో

పరిమితమైన మాండలికాన్ని 'వర్గ మాండలికం' అనీ భాషా శాస్త్రవేత్తలు స్థూల విభజన చేశారు. అయితే ఈ రెండూ కాక, ప్రత్యేక ప్రయోజనాలకోసం వాడే సాహిత్యపరమైన భాషను సాహిత్య మాండలికం అనవచ్చునని బ్లూంఫీల్డ్ అనే భాషా శాస్త్రవేత్త సిద్ధాంతీకరించాడు.

రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో అప్పుడప్పుడూ కొన్ని సందర్భాలలో కొన్ని కార్యక్రమాలలో మాండలిక భాష వాడుతున్నారు. 'వర్గ మాండలికం' కంటే 'ప్రాంతీయ మాండలికం' ఎక్కువగా వాడుతున్నారు. అయితే చాలా సందర్భాలలో ఈ మాండలిక భాష వినియోగమన్నది అపసవ్యమైన రీతిలో జరుగుతోంది. ఉన్నది ఉన్నట్టుగాకాక అపభ్రంశ రూపాలలో ఆ మాండలిక స్వరూపాన్ని చెడగొడుతున్నారు. ఇటువంటి దుర్వినియోగం కూడా ప్రైవేటు ఛానల్స్‌లోనే ఎక్కువగా జరుగుతుంది.

2. **భాషా దోషాలు:** ముద్రణా మాధ్యమాలలో కంటే రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలోనే భాషా దోషాలు ఎక్కువగా వుంటున్నాయనీ, భాషా వినియోగంలో విశృంఖలత్వం మితిమీరుతోందనీ కూడా విమర్శలు వినిపిస్తున్నాయి. ఈ విమర్శల్లో కూడా ఎంతో కొంత నిజం వుందని భాషా శాస్త్రవేత్తలు, పండితులే కాదు - ఈనాడు ఈ మాధ్యమాలను వినియోగిస్తున్న సామాన్య శ్రోతలు, ప్రేక్షకులు సైతం అంగీకరిస్తున్నారు.

ముద్రణా మాధ్యమాలకంటే ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో భాషా పరమైన దోషాలు ఎక్కువగా వుండటానికీ, భాష విషయంలో నియమ రాహిత్యమేకాక నియమోల్లంఘనలు కూడా అధిక స్థాయిలో జరగడానికీ పలుకారణాలున్నాయి. భాషా పరమైన దోషాలు ఎత్తి చూపి, వాటిని ఆయా మాధ్యమాల నిర్వాహకుల, లేదా అధినేతల దృష్టికి తీసుకువచ్చే అవకాశం ముద్రణామాధ్యమాల పాఠకులకి వున్నంతగా ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల శ్రోతలకీ ప్రేక్షకులకీ ఉండదు. ఉదాహరణకి, ఒక పత్రికలో ప్రచురితమైన వార్తలో, వ్యాసంలో లేదా మరో రచనలో భాషాపరమైన దోషాలు ఒక పాఠకుడికి కనిపించాయనుకుందాం. ఆ పాఠకుడు వెంటనే ఆ విషయాన్ని ఆ పత్రికా సంపాదకుడి దృష్టికి తీసుకువస్తూ ఉత్తరం రాయొచ్చు. లేదా టెలిఫోన్ ద్వారా, ఈమెయిల్ ద్వారా, ఫ్యాక్స్ ద్వారా తెలియపరచవచ్చు. లేదా వ్యక్తిగతంగానూ తెలియపర్చవచ్చు. ఆ విధంగా తెలియపరిచే ముందు తాను కనిపెట్టిన దోషాలేమిటో నిర్ధారించుకోవటానికీ, దోషాలున్నాయనుకుంటున్న వార్తాంశాన్నీ, లేదా వ్యాసాన్నీ ఎన్నిమార్లు అవసరమైతే అన్నిమార్లు చదవడానికి ఆ పాఠకుడి చేతిలో ఆ పత్రిక సిద్ధంగా వుంటుంది. తాను దోషంగా భావిస్తున్నది అసలు దోషమా కాదా అని తేల్చుకోవడానికి ఇతరులతో చర్చించే అవకాశం కూడా ఆ పాఠకుడికి వుంటుంది. ఇటువంటి అవకాశం ఒక రేడియో శ్రోతకీ, ఒక టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడికీ వుండదు. రేడియోలో ప్రసారమౌతున్న ఒక ప్రసంగంలో, నాటికలలో, లేదా వార్తల్లో భాషాపరమైన దోషాలు దొర్లాయనుకుందాం. ఈ దోషాలను ఎత్తి చూపడానికీ అసలవి దోషాలా కాదా అని నిర్ధారించుకోవడానికీ, నిరూపించడానికీ ఆ ప్రసారం వింటున్న శ్రోత వద్ద ఆధారం ఏదీ వుండదు, తాను విన్న పదాలలో, పద బంధాలలో లేదా వాక్యాల్లో దోషాలున్నాయని ఆ శ్రోత గ్రహించే సరికే దోషపూరితమైన ఆ వాక్యాలు గడిచిపోతాయి, అసలు ఆ కార్యక్రమమే ముగియవచ్చు, లేదా ఆ ప్రసారమే ముగిసి పోవచ్చు. కేవలం తన చెవిన పడిన మాటల జ్ఞాపకాన్ని బట్టి ఆ కార్యక్రమ నిర్వాహకుడికీ లేదా ఆ ప్రసార విభాగ నిర్వాహకుడికీ ఆ శ్రోత ఫిర్యాదు చెయ్యవలసి వుంటుంది. టెలివిజన్ కార్యక్రమాలను వీక్షించే ప్రేక్షకులకీ ఇదే విధమైన సమస్య ఉత్పన్నమౌతుంది. అయితే దోషాలను పసిగట్టిన ఆ రేడియో శ్రోత, ఆ టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడూ తాను వింటున్న కార్యక్రమాన్ని, లేదా తాను చూస్తున్న కార్యక్రమాన్నీ రికార్డు చేశారనుకుందాం. అప్పుడు తమ ఆరోపణలను నిరూపించగల ఆధారం వారికి లభిస్తుంది. అయితే ఈ అవకాశం ఎంత మంది శ్రోతలకీ ఎంతమంది ప్రేక్షకులకీ వుంటుంది? నూటికి పదిమందికి కూడా వుండదు. తాను వినబోయే, చూడబోయే కార్యక్రమంలో భాషా దోషాలు పట్టుకుదామని ముందుగానే ఆడియో వీడియో రికార్డర్లు సిద్ధం చేసుకుని ఎవరూ కూర్చోరు గదా!

BRAOU

భాగం-11 రేడియో

విషయక్రమం

11.0 ఉద్దేశం

11.1 ప్రవేశిక

11.2 రేడియో ఆవిర్భావం

11.3 రేడియో - ఎఫ్.ఎం.ల విస్తరణ

11.4 రేడియో రచన

11.5 రేడియో - భాష

11.6 రేడియో రచన - లక్షణాలు

11.7 రేడియో - సాహిత్య ప్రక్రియలు

11.8 రేడియో వ్యాఖ్యానం

11.9 రేడియో - వాణిజ్య ప్రకటనలు

11.10 రేడియో యాంకరింగ్

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

11.11 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం.

11.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

11.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- రేడియో ప్రసారాల రూపకల్పన, ఆవిర్భావానికి సంబంధించిన అంశాలు
- సమాజంపై రేడియో ప్రసారాల ప్రభావం
- భాష వినియోగంలో వచ్చిన మార్పులు, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

11.1 ప్రవేశిక

రేడియో అనేది సమాచార ప్రసార మాధ్యమాల్లో బలీయమైన సాధనం. కనబడకుండా వినబడడం, వినిపిస్తూ ఆకట్టుకోవడం అనే గొప్ప శ్రవ్య మాధ్యమం ఇది. రేడియో ద్వారా వినే శ్రోతలను చేరుకోవడానికి మాట్లాడటం, చదవటం అనేవి రెండు ప్రధానాంశాలు. మాట్లాడటంలో అప్పటికప్పుడు ఆశువుగా మాట్లాడటం, ఏమి మాట్లాడాలి అనేదానికి ముందుగా తయారై మాట్లాడటం అనేది సంవిధానం కాగా, చదవటం కోసం విధిగా రాయడం అనేది అనివార్యం. ముందుగా తయారై మాట్లాడటం కోసం అనే సంవిధానంలోనూ రాసుకోవడం అనేది అనివార్యం. ఈ రకంగా మాట్లాడడానికి, చదవడానికి రేడియోకి రాయడం అనే దానినే రేడియో రచన అంటాం. మొత్తంగా రేడియో రచన ఏదయినా చేసేపని అది వినిపించటం. అందుకే రేడియో వినేవారు శ్రోతలు. చదివే పాఠకులు, చూసే ప్రేక్షకులు రేడియో వినడం దగ్గర మాత్రం శ్రోతలే.

మార్కొనీ రేడియో కనిపెట్టాడు. భావ ప్రసారాన్ని దూరదూరాలకు ఏక కాలంలో పంపడం, అందువల్ల ఒనగూరిన సాంకేతికతతో కూడిన అభివృద్ధి. ఎదురుగా మనిషి వుండి పలకరిస్తున్నట్లే, మాట్లాడుతున్నట్లే వుంటుంది కాబట్టే రేడియో జనజీవనంలో భాగం అయింది. ఒంటరి మనిషికి కూడా తోడైన ఆత్మీయ మాధ్యమం అయింది. అందుకే రేడియో వినడం అనేది జీవితంలో ఒక భాగమైంది. వ్యక్తిత్వంలోనూ, సాహిత్య సంగీత కళా సాంస్కృతిక రంగాలలోనూ వికాసాన్ని పొందడానికి ఒక అభివృద్ధిని సాధించడానికి రేడియో జనజీవన వికాస వాహిక అయింది. ఈ వికాసాన్ని పొందడానికి ఈ అభివృద్ధి సాధించడానికి భాష వాహిక అనడంలో విభేదించవలసిన పనిలేదు. సాహిత్యం భాషకు ఊపిరి కావడం మూలానే ఒకదానికి ఒకటి తోడ్పడుతూ రేడియో ప్రసారాల రచన ప్రక్రియను, రచన రూపాలను సజీవంగా ఉండేలా చేస్తున్నాయి.

మార్పులు, చేర్పులు, కొత్త పరిణామాలు, వినూత్న ప్రయోగాలు ప్రసారాల నైజాన్ని బట్టి, లభిస్తున్న సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అవిష్కరణలను బట్టి రేడియోకు రాయడం అనే ప్రక్రియలో సృజనాత్మకతకు పదును పెడుతున్నాయి. రేడియో ప్రసారాల విస్తరణ, ఎఫ్.ఎం రేడియో ప్రసారాలు, కొత్త కార్యక్రమాలకు అవకాశాల్ని పెంచుతున్నాయి. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు ప్రసారాల పరంగా కొత్త సవాళ్ళను మన ముందు ఉంచుతున్నాయి. ఛానెళ్ల సంఖ్య పెరిగి, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం విప్లవాత్మకంగా మారుతున్న సందర్భంలో రేడియోకు రాయడమనేది, కార్యక్రమం రూపొందించడమనేది కత్తిమీద సాము లాంటి నేపథ్యమే. భాష సాహిత్యాల మీద మంచి పట్టు ఉంటేనే 'గుణాత్మక మైన పదార్థాన్ని' రచన రూపాల ద్వారా అందించడం సాధ్యపడుతుంది. ఈ నేపథ్యంలో పలు అంశాల విషయంలో భాష - రచన - ప్రసారాల అల్లికను వివరించే ప్రయత్నం ఈ పాఠ్య భాగంలో చేస్తున్నాం.

రేడియోలో ప్రసారం అయ్యే విషయం ఏదయినా ప్రసారం చేసే వ్యక్తి ఎవరయినా ఆ ప్రసారాన్ని అందుకునే శ్రోతలకే ప్రాధాన్యం. వనరు, మాధ్యమం, శ్రోత మధ్య కొనసాగే ప్రక్రియ ఇది. ఈ మూడూ పరస్పర ఆధారితాలు. కమ్యూనికేషన్ సిద్ధాంతాలలో ప్రాథమికంగా చర్చించేది ఈ ఏర్పాటు గురించే దీని ఆధారంగానే ఈ బంధాన్ని చెప్పే ప్రయత్నం చేస్తారు.

మాధ్యమం

వనరు ⟵⟶ శ్రోత

ఏ శ్రోతకు, ఏ సమూహానికి ఉద్దేశించి కార్యక్రమం రేడియోలో రూపొందించబడుతుందో తదనుగుణంగానే భాషను, భావాలను ఉపయుక్తం చేస్తూ విషయాన్ని అందివ్వాలి. రేడియో అనేది ఒక ప్రసార సాధనం. ఆ సాధనాన్ని వినియోగించేది మనమే. ఏ సాధనాన్ని ప్రయోజనవంతంగా ఎలా ఉపయోగించుకుంటామనేది మళ్లీ మన శక్తి యుక్తుల మీదే ఆధారపడి వుంటుంది. వినోదం, విజ్ఞానం, వికాసం ఈ మూడింటినీ సమాచార ప్రసార సాధనమైన రేడియోద్వారా సమాజానికి అందించడానికి మనదేశంలో బ్రాడ్‌కాస్టింగ్ వ్యవస్థ మొదలైంది.

BRAOU

11.2 రేడియో ఆవిర్భావం

1923 సంవత్సరం జూన్ నెల ముంబయిలో అదే ఏడాది నవంబర్ నెల కలకత్తాలో ముందుగా రేడియో క్లబ్‌లుగా రేడియో ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. 1924 మే 16న మద్రాసు ప్రెసిడెన్సీక్లబ్ ఏర్పడి జులై 31న ప్రసార సర్వీసు మొదలెట్టింది. అవన్నీ ఎంతో కాలం సాగలేదు. 1927 జులై 23న ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీ లిమిటెడ్ అనే పేర ఒక ప్రైవేట్ సంస్థ ఏర్పడింది. ఆ సంస్థ ప్రభుత్వ అంగీకారంతో రేడియో ప్రసారాలను బొంబాయి, కలకత్తాల్లో మొదలెట్టింది. 30 మైళ్ల పరిధిలో కార్యక్రమాలు వినిపించేవి. మూడేళ్లలో ఆ సంస్థ మూతబడగా ప్రభుత్వం స్వాధీనం చేసుకుని 1934లో ఢిల్లీలో రేడియో ప్రసార కేంద్రాన్ని స్థాపించింది. 1935 నుండి రేడియో కార్యక్రమాలతోపాటు, రేడియో కేంద్రాలు పెరగడం మొదలైంది. 1936 జూన్ 8న 'అలిండియా రేడియో' అనే పేరు ఏర్పడింది. 1937 నవంబర్‌లో ఆలిండియా రేడియో డిపార్టుమెంటు ఆఫ్ కమ్యూనికేషన్స్ శాఖ ఆధ్వర్యంలోకి వచ్చింది. 1939 అక్టోబర్‌లో విదేశీ సర్వీసులకు కూడా అలిండియా రేడియో బీజం వేసింది.

1946 ఫిబ్రవరి డిపార్టుమెంట్ ఆఫ్ ఇన్ఫర్మేషన్ అండ్ ఆర్ట్స్ పేరిట ఆలిండియా రేడియో వ్యవహారాలు చూసే శాఖ 1946 సెప్టెంబరు 10 నుండి డిపార్ట్‌మెంట్ ఆఫ్ ఇన్ఫర్మేషన్ అండ్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ శాఖగా వ్యవహరించటం మొదలైంది.

1947లో దేశ విభజన నాటికి ఢిల్లీ, బొంబాయి, కలకత్తా, మద్రాస్, తిరుచునాపల్లి, లక్నో కేంద్రాలు భారత దేశానికి వచ్చాయి. అప్పటికి మిగిలి వున్న పెషావర్, లాహోర్, ఢాకా కేంద్రాలు పాకిస్థాన్‌లోకి వెళ్లాయి.

స్వాతంత్ర్యానంతరం కేంద్ర ప్రభుత్వంలో రేడియో సమాచార, ప్రసార మంత్రిత్వ శాఖ ఏర్పడింది. తొలి పంచవర్ష ప్రణాళికా కాలంలో పాతిక రేడియో స్టేషన్లు ఉండేవి. తొమ్మిదవ పంచవర్ష ప్రణాళిక కాలానికి 185కు చేరుకోగా ప్రసార భారతి గా నేడు వ్యవహరింపబడుతున్న ప్రభుత్వ రేడియో వ్యవస్థలో ఆకాశవాణి కేంద్రాలు చాలా వున్నాయి. హైదరాబాదు సంస్థానంలో తొలి రేడియో ప్రసారాలు హైదరాబాద్‌లో 1933లో మహబూబ్ అలీ ప్రారంభించారు. 1935 ఫిబ్రవరి 3న నిజాం దానిని స్వాధీనం చేసుకున్నాడు. దక్కన్ రేడియో పేర నిజాం 1939 జులై నుండి రేడియో కేంద్రాన్ని అభివృద్ధి చేశాడు. ఉమ్మడి మద్రాసు రాష్ట్రంలో తెలుగు కార్యక్రమాలు మద్రాసు నుండి ప్రసారమయ్యేవి. 1948 డిసెంబర్ 1న విజయవాడలో రేడియో కేంద్రం స్థాపితమైంది. 1950 ఏప్రిల్ 1 నుంచి హైదరాబాద్ దక్కన్ రేడియో ఆకాశవాణి హైదరాబాద్ కేంద్రంగా మారింది. 1954 డిసెంబర్ 1న విజయవాడలో రేడియో కేంద్రం స్థాపితమైంది. 1950 ఏప్రిల్ 1 నుంచి హైదరాబాద్ దక్కన్ రేడియో ఆకాశవాణి హైదరాబాద్ కేంద్రంగా మారింది. 1954లో మద్రాసు నుంచి 1956లో హైదరాబాద్ నుంచి తెలుగులో ప్రాంతీయ వార్తలు మొదలయ్యాయి.

ఆకాశవాణి వినోదమే ప్రధానంగా 1957 అక్టోబర్ 3న వివిధ భారతి సర్వీస్ ప్రారంభించింది. 1966 చాందా కమిటీ సూచనల మేరకు వ్యాపార ప్రకటనలు, వాణిజ్య కార్యక్రమాలు వివిధ భారతి వాణిజ్య ప్రసార విభాగం 1967 నుండి ప్రారంభించంది. 1985లో ప్రైమరీ ఛానల్‌పై కూడా వాణిజ్య ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రస్తుతం హైదరాబాద్, విజయవాడ, విశాఖపట్నం, కడప, కొత్తగూడెం ప్రధాన కేంద్రాలతో బాటు మొత్తం పన్నెండు తెలుగు రేడియో కేంద్రాలు (స్థానిక కేంద్రాలతో సహా) పనిచేస్తున్నాయి. ఆయా ప్రాంతాల శ్రోతల అభివృద్ధిని అభిరుచిని దృష్టిలో వుంచుకుని కార్యక్రమాల రూపకల్పన చేసి ప్రసారం చేయడం జరుగుతుంది.

1982లో దూరదర్శన్ వచ్చేంత వరకు దేశంలో ఆకాశవాణిదే ప్రచార ప్రసార మాధ్యమంగా తిరుగులేని ఆధిపత్యం నడిచింది. భాషా, సాహిత్యాలకు, సంప్రదాయ, జానపద కళలకు, సంగీతానికి, నాటక రంగానికి రేడియో చేసిన సేవ అద్వితీయమైనది. అంతేకాదు, విద్య, వైద్య, వ్యవసాయ రంగాలకు రేడియో కలిగించిన తోడ్పాటు సామాన్యమైంది కాదు. రేడియోలో వివిధ వర్గాల ప్రజలకు ఉద్దేశించి ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు రూపొందింపబడి ప్రసారం అవుతుంటాయి. పిల్లలకు, స్త్రీలకు, వృద్ధులకు, రైతులకు, కార్మికులకు, వయోజనులకు, ఉద్యోగినులకు ఇలా అన్ని వర్గాలకూ వైవిధ్యభరితమైన కార్యక్రమాలు ప్రసారమవుతుంటాయి. కర్ణాటక, హిందుస్థానీ, లలితకళలు, జానపద గీతాలు, ప్రసంగాలు, చర్చలు, సంభాషణలు, రూపకాలు, నాటికలు, నాటకాలు, కథలు, కవితలు, సంచిక కార్యక్రమాలు, అభిప్రాయ వేదికలు, క్విజ్‌లు, క్రీడా కార్యక్రమాలు, యువవాణి కార్యక్రమాలు ఒకటేమిటి ఎన్నో కార్యక్రమాలు నిర్వహిస్తున్నది. ఇంతటి వైవిధ్యం శ్రోతలకు అందించడానికి శ్రీకారం చుట్టి నేటికి నిర్వహిస్తున్నది ఆకాశవాణియే.

11.3 రేడియో - ఎఫ్.ఎం.ల విస్తరణ

ఆకాశవాణికి పోటీగా ప్రైవేటు రేడియో కేంద్రాలు ఈ శతాబ్ది ఆరంభం నుండి రూపుదిద్దుకుని నేడు క్రమేపీ విస్తరిస్తున్నాయి. ప్రస్తుతం ఇవన్నీ ఎఫ్.ఎం. ఛానెళ్లుగా ప్రసిద్ధాలు. ఎఫ్. ఎం. అనేది నిజానికి ఫ్రీక్వెన్సీ మాడ్యులేషన్ అనే సాంకేతిక పదం. ప్రసారాల పరిధిని బట్టి ఏర్పడింది. మీడియా వేవ్, షార్ట్‌వేవ్‌లాగా, ఎఫ్. ఎం అనేది కూడాను. కానీ ఎఫ్.ఎం.అనే పదమే యువతకు, నాగరికతకు పర్యాయంగా ప్రైవేట్ ఎఫ్.ఎం.ల హవా నడుస్తోంది. హైదరాబాద్, సికింద్రాబాద్ జంటనగరాల పరిధిలో ఇది చాలా హాట్‌గురూ అంటూ 98.3 ఎఫ్.ఎం. పై రేడియో మిర్చి, అలాగే 1064 ఎఫ్.ఎం.పై రేడియో సిటీ, వినువినిపించు లైఫ్ అందించు అంటూ 92.7 మీటర్లపై బిగ్ ఎఫ్.ఎం, అలాగే ప్రసార భారతి నెలకొల్పిన ట్విన్ సిటీస్ ఎఫ్.ఎం. రెయిన్‌బో 101.9 ఎఫ్.ఎం మీటర్లపై ప్రసారాలు చేస్తున్నాయి. విజయవాడ, విశాఖపట్నం, వరంగల్ లోనూ ప్రైవేట్ ఎఫ్.ఎం.లు వినిపిస్తున్నాయి. నిర్ణీతమైన తక్కువ దూరాల పరిధికే పరిమితమై ఎఫ్.ఎం. ప్రసారాలు లభిస్తాయి. స్థానిక అంశాలకు, స్థానిక భాషకు, స్థానిక సంస్కృతీ వికాసాలకు ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలనేదే దీని ఉద్దేశం. అందుకనే ఈ ఛానెళ్లు ప్రసారం చేసేది ప్రాంతీయ భారతీయ భాషల్లోనే. తెలుగు భాషా వికాసానికి ఇది

BRAOU

ఎంతగానో ఉపకరిస్తోంది. భాషా ప్రదర్శన నైపుణ్యాలకు యాంకరింగ్ వంటి అవకాశాల ద్వారా పెద్ద ఎత్తున లభిస్తున్నాయి. మరో దిశగా ప్రజల్లో మాట్లాడే భాషను మాట్లాడటం ప్రసారాల్లో వ్యవహార్యంగా ఉంటోంది. భాషా వినియోగం బాగా పెరిగింది. భావ ప్రసారం వేగం, పరిధి విస్తరించాయి.

నిజానికి నేడు ఎఫ్.ఎం. రేడియోలు వినే శ్రోతలకు "రేడియో రచన" అన్నమాటే వింతగా తోచవచ్చు. ఎందుకంటే పాటలు, కబుర్లు, ఫోన్‌లో పరస్పర సంభాషణలు తాజావార్తలు, ట్రాఫిక్ సమాచారాలు జోరుగా సాగే ఎఫ్.ఎం.లో 'రచన' పాత్ర ఏముంది అనిపించడం సహజమే. ఎంత సద్యఃస్ఫూర్తితో మాట్లాడ గల, కార్యక్రమాలు ప్రసారం చేయగల యాంకర్లయినా అందుకోసం కాగితం మీద కలం పెట్టి రాసుకునే అంశాలే 'రేడియో రచన' అని నేడు గుర్తించాలి. అలాగే నేడు రేడియో టీవీలో ప్రసార మవుతున్న వాణిజ్య ప్రకటనల రూపకల్పనకు కూడా ఒక స్క్రిప్టు రచన అనేది తప్పనిసరి అవసరమే.

11.4 రేడియో రచన

"రేడియో రచన" అనే ఒక ప్రత్యేక ప్రక్రియగా సాహిత్య రచనా ప్రక్రియలో చోటు చేసుకున్నదనడం విస్మరించలేని సత్యం. రేడియోలో ప్రసారానికి రచన ఎలా వుండాలి అనే విషయంపై ఇప్పటికీ ప్రామాణిక గ్రంథాలు తెలుగులో రూపొందలేదు అంటే ఆశ్చర్యమే మరి. అయితే ఎఫ్.ఎం. రేడియోల వ్యాప్తి మిక్కుటమై ఆకాశవాణి రేడియో కేంద్రాల జోరు మందగించడం కూడా రేడియో రచనా పద్ధతుల గురించి ఆలోచించే వైఖరినీ మందగింప చేసిందనాలి. ప్రైవేటు ఛానెళ్లలో ఉన్న ప్రసార సౌలభ్యాలు వేగం పుంజుకోవడంతో ప్రసారానికి ఏ అంశం అయినా ఒదుగుతుంది అన్న ధోరణి రచనా పద్ధతులకు పదును పెడుతున్నాయి.

25 ఏళ్ల లోపు యువత పెద్ద ఎత్తున ప్రసారాలలో పాలుపంచుకోవడం వల్లనయితేనేమి, నదురు బెదురూ లేని ప్రదర్శనా నైపుణ్యాలయితే నేమి ఉన్నదున్నట్టుగా, రెప్పపాటు కాలంలో తక్షణ తత్వాన్ని కలిగి ఉండే సంభాషణ విధానాలకు తెరతీశాయి. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు శ్రోతలను సైతం ప్రసారాల్లో భాగస్వాముల్ని చేయడం భాష రెండు వైపుల నుంచి ఉత్పత్తి అవుతూ కొత్త ఆవిష్కరణలకు, కొత్త భావనలకు సహకరిస్తోంది.

రేడియోలో ప్రసారం చేసే కవిత, కథ, నాటకం, ప్రసంగం, పాట, వైజ్ఞానిక కార్యక్రమం ఏదయినా ఒక ముద్రిత రచనకు భిన్నంగానే కొంతయినా వుంటాయన్న స్పృహ ముందు రచయితలకు వుండాలి. అలాగే శ్రవ్య రచన ఏదయినా యథాతథంగా రేడియో రచనకు సరిపోతుందనలేము. రేడియో ప్రసారం కోసం వచ్చే రచన ఏదయినా కొద్దిపాటి మార్పులకు లోను అయినప్పుడే ప్రసారంలో రాణిస్తుంది. కథ, నవల, వ్యాసం, నాటకం, సంభాషణం చివరకు వార్త అయినా సరే రేడియో ప్రసారానికి అనుగుణంగా తీర్చిదిద్దుకోవాలి. రేడియోకి అనుగుణంగా అంటే ప్రసార పరిమితులకు ప్రసార నియమావళికి లోబడి అనే. అలాగే సాంకేతిక పరిమితులను బట్టి కూడా రచన రూపొందించుకోవాల్సి రావచ్చు.

రేడియోకి వున్న మరో గొప్ప సౌకర్యం ఏమిటంటే రంగస్థలం మీద ప్రదర్శించలేని ఒక విమానం హైజాక్‌నూ, గొప్ప పడవమునకనో, భూకంపాది ప్రకృతి బీభత్స దృశ్యాలనో శ్రవణ మాధ్యమంగా ధ్వనులద్వారా, సంగీతం ద్వారా శ్రోతల కనులముందు వుంచేలా చక్కని నాటకంగా రేడియో రచనగా మలచి చూపించవచ్చు. ఒక సంగీత కార్యక్రమాన్ని రేడియోలో విని ఆనందించడం వేరు. అదే ఒక పదినిముషాల ప్రసంగాన్నో, ఒక కథనో, సంభాషణనో, అంత శ్రద్ధగా విని ఆనందించగలిగాలి అంటే ఆ రచనా, దాన్ని తమ కంఠంతో వినిపించినవారూ కూడా నిపుణులై ఉండాలి.

చాలా మంది పత్రికలలో ప్రచురితమైన ఓ రచన యథాతథంగా ప్రసారానికి పనికి వస్తుందనుకుంటారు. అది నిజంకాదు. రచనా ధోరణుల్లో 'రేడియో రచన' అనే ప్రత్యేక ప్రక్రియ రచయితలందరకూ పట్టుబడిన విషయం ఇప్పటికీ కానేలేదు. అందుకు కారణం రేడియో రచన పట్ల సరైన అవగాహన, శ్రద్ధ, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం పెంచుకోకపోవడమే. పత్రిక అక్షరాస్యులకే కానీ రేడియో లక్షలాది నిరక్షరాస్యులను చేరే శ్రవ్య మాధ్యమం. కేవలం అక్షరాస్యులను, విద్యావంతులను, సాహితీ వేత్తలను మాత్రమే దృష్టిలో వుంచుకుని రేడియో ప్రసారాలు సాగవు అన్న సంగతి ముందుగా గ్రహించాలి. వినే శ్రోత ఎవరయినా వినే విషయం పట్ల ఆసక్తి కనబరిచే సంవిధానం రేడియో రచనకి మూలాధార

BRAOU

నాడి అవుతుంది. రేడియోలో చేసే ప్రసంగం అది చదువుతున్నదే అయినా అది మాట్లాడుతున్నట్లుగా రాసి చదవడంతో దాని విజయం వుంది. రేడియోకి ప్రసార నిమిత్తం చేసే సాహిత్య రచనలు తరగతి నోట్సులానో, సెమినార్ పేపర్లలానో, సిద్ధాంత గ్రంథాల అధ్యయాలు లాగానో ఉపశీర్షికలు, పాదసూచికలు, అధోజ్ఞాపికలతో వుంటే అది యథాతథంగా ప్రసారానికి నిరుపయోగమే. ఒక విషయాన్ని చెప్పే పద్ధతి, చెప్పే సమయం రెండూ రేడియో రచనలో అమరాలి. జీవితం వేగవంతమై, దృశ్యమాధ్యమం వెయ్యికాళ్ల జెర్రిలా పెరుగుతున్ననాడు రేడియో అస్తిత్వం గురించే కొందరికి సందేహం వుండ వచ్చేమోగానీ నిజానికి రేడియో వినే వారి సంఖ్య ఎఫ్.ఎం.ల ద్వారా విస్తరిస్తోంది కూడాను. ఎఫ్.ఎం. రేడియోలకు కూడా ఒక చక్కని ఉపయుక్త ప్రసార ప్రణాళిక రూపొందడం అవసరం. వినోద ప్రధానంగా సాగిపోయే మాధ్యమమే అయినా "వినదగు నెవ్వరు చెప్పిన" అన్న మాటననుసరించి శ్రవణ కుతూహలాన్ని, శ్రవణ విశ్వసనీయతను పెంపు చేయాల్సిన అవసరం నేడు ఎంతయినా వుంది. మొదటి నుంచీ పనిచెరుపు చేయకుండా కేవలం ఒక చెవిని రేడియోకి ఇచ్చి ఆత్మీయతా ప్రసార సాధనంగా రేడియోని తమ దైనందిన జీవనంలో ఆత్మీయంగా స్వీకరించిన వారు ఎందరో వున్నారు. లక్షలాది శ్రోతలు నేటికీ రేడియోలను వింటున్నారు. అందువల్ల రేడియో మాధ్యమాన్ని తమ భావ ప్రసారానికి ఉపకరణంగా రచయితలు మలుచుకోగలగాలి అంటే వినియోగించుకోగలగాలి. రేడియో అనేది నిరక్షరాస్యులను కూడా చేరుకోగల, మారుమూల ప్రాంతాలకు కూడా తన భావాలను చేరవేయగల ప్రసార సాధనంగా గ్రహించాలి. తదనుగుణంగా రేడియో రచన చేయలేకపోవడం అంటే రచయితగా అసంపూర్ణత్వమే అని తెలుసుకుని రచయితలు సృజన కృషిని రేడియో రచనలోనూ సాగించగలగాలి.

తమ ప్రసంగ రచనల్లో 'పైన చెప్పిన విధంగా, కింద చెప్పిన విధంగా, ఈ కింది పంక్తులను చూడుడు' వంటి వాక్యాలు రేడియో రచనలో పరిహరించాలి. సామాన్య శ్రోతకు ఇంపుగాని భాషను వినియోగించకూడదు. పిల్లల కార్యక్రమంలో ప్రసారం చేసే కథకు ఒక సాహిత్య సంచిక కార్యక్రమంలో ప్రసారం చేసే కథకు తేడా గ్రహించి రాసి ప్రసారం చేయాలి. సుశిక్షితుడైన సైనికుడికి రణ క్షేత్రంలో ఏ ఆయుధం ఎలా వినియోగించాలో తెలియడం ఎంత అవసరమో రేడియోలో రచయితకు కూడా భావ ప్రసారానికి, నిర్దేశిత శ్రోతలకు అనుగుణంగా కార్యక్రమంలో రచన చేసి పాల్గొనడం అంత అవసరం. రేడియో రచన గౌరవాన్ని పెంచిన రచయితలు ఎందరో వున్నారు. రేడియో ద్వారానే సాహిత్య, సంగీత రంగాలలో విశేష ఖ్యాతి ఆర్జించినవారున్నారు.

BRAOU

రేడియోలో ప్రసారమయ్యే కార్యక్రమానికి అనుగుణంగా రచయితలు రచనలో తమ పద ప్రయోగాలను, భాషను వినిమయం చేయాలి. పిల్లల కార్యక్రమాలకు రాసేటప్పుడు రచనలో వాడే పదజాలం ఆ పిల్లలకు అర్థమయ్యేలా వుండాలి. అలాగే రైతులకూ, వ్యవసాయ దారులకు పొలంపనులనో, మరే ఇతర వ్యవసాయ విషయాలనో వివరిస్తున్నప్పుడు వారు నిత్య వ్యవహారంలో వాడే పదాలనే ప్రయుక్తం చేయాలి-యూరియా, పొటాష్, పిచికారి, ట్రాక్టర్ వంటి పదాలను అదే విధంగా వాడడం సమంజసమే. అలాగే స్త్రీల కార్యక్రమాల్లో గృహిణులకు అర్థమయ్యే పరిభాషనూ, ఉద్యోగినీ వికాస కార్యక్రమాల్లో తదనుగుణమైన పద ప్రయోగ విధానాన్నీ పాటించాలి. వార్తలు, వ్యాఖ్యానాలు, విమర్శలు రేడియోలో ప్రసారమయ్యేవి ఏవయినా పత్రికల్లో వెలువడుతున్న భాషకు యథాతథంగా వుంటే ప్రసారయోగ్యం కాదు. పత్రికల్లో పతాకశీర్షికల వార్తలు యథాతథంగా రేడియో వార్తలు హైలెట్స్‌గా నప్పవు. భాషలో పత్రికలు చూపే చమత్కార వార్తా సంవిధానాలు దృశ్య మాధ్యమానికి తగినవి కానీ శ్రోతకు యథాతథంగా ఎక్కవు. వార్తా భాష విశ్వసనీయతకు, యదార్థానికి దగ్గరగా వింటున్నవారికి ఎదురుగా వుండి వివరిస్తున్నట్లుగా చెబుతున్న ధోరణిలో సాగాలి.

ఇంతకీ రచన చేయడం పెద్ద పెద్ద కవుల, రచయితల పనే అనుకోనక్కర్లేదు. ప్రతివారిలోనూ ఒక రచయిత వున్నాడు. కథకుడున్నాడు. స్పందించే హృదయంతో కవి భావుకుడున్నాడు. స్త్రీ, పురుషులెవ్వరయినా రచనా కౌశలానికి అయోగ్యులేమీ కారు. రచనాభిలాషను పెంపొందించుకోవడానికి సులభమైన మార్గాలున్నాయి.

ప్రతి రోజూ తెలుగులో డైరీ రాయడం అలవాటు చేసుకోండి. ఆ రోజు జరిగిన ముఖ్య సంఘటననో, కలిసిన మనిషినో, విన్నవార్తనో చదివిన అంశాన్నో మీ స్పందనతో నమోదు చేయండి. మిత్రులకు ఎస్సెమ్మెస్‌లు పంపడంలోనూ మీ భావ శబలతకు చిత్రిక పట్టవచ్చు. దూరంగా వున్న మిత్రుడికి తెలుగులో ఉత్తరం రాయండి. ఉత్తరాలు రాసే అలవాటే క్రమేపీ రచయితను చేస్తుందంటే ఆశ్చర్యపోకండి. పత్రికలకు వివిధ అంశాలపై మీ అభిప్రాయాలు రాసి పంపిస్తుండండి. పాఠకుల ప్రతిస్పందనలో పాల్గొంటూ వుండండి. చిన్న చిన్న కవితలు, కథలు రాయడానికి ఒక

సంఘటననో, వ్యక్తినో, వార్తనో ఆధారం చేసుకొని విషయం వివరించి అల్లడం నేర్చుకోండి. చెప్పే తీరులో వైవిధ్యానికి ప్రయత్నం చేయండి. అంత్యప్రాసలతో మాట్లాడటం, మీరు మాట్లాడే మాటల్లో మంచి మంచి పదాలు వుండేలా అర్థవంతంగా ప్రయత్నించడం కూడా రచనాభిలాషకు మూలమవుతుంది.

మీరు చూసే సినిమాలను విమర్శనాత్మకంగా విశ్లేషించి రాయండి. ఆ కథలో ఎలాంటి మలుపులు అవాస్తవమో ఇంకా ఏ రకంగా మార్పులు చేయవచ్చో, ముగింపు మరో విధంగా ఏమైనా చేయగలమా అని ఇలా ఆలోచించి మీ ఊహలు రాసిపెట్టుకోండి. ఇంగ్లీషులోనో ఇతర మీకు తెలిసిన భాషల్లోనో మీరు చదివిన రచనలు తెలుగులోకి మిమ్మల్ని ఆకట్టుకున్న అంశాలనైనా రాసి చూసుకోండి. ఒక పుస్తకం చదివినా ఒక వ్యక్తిని కలిసినా, ఒక సమావేశానికో సభకో వెళ్లినా మీరు కొత్తగా తెలుసుకున్న ఒక పదాన్నో లేక కనీసం తెలిసిన విషయమే అయినా అది వ్యక్తమైన తీరులోని కొత్తదనాన్నో నమోదు చేసి వుంచుకోండి. రకరకాల వ్యక్తులు మాటతీరు ఎలా వుందో వాళ్ల వాక్యాలు ఎలా మాట్లాడుతున్నారో గ్రహించండి. ఇలా నిరంతర పరిశీలన మాట్లాడటానికి రాయడానికి కూడా ఎంతగానో ఉపకరిస్తుంది.

చెవికి ఇంపుగాని విషయాలు, మరొకలా అర్థమయ్యేలా ధ్వనించే పదాలు ఏమిటో [illegible] వాడినప్పుడు శ్రవణమాధ్యమానికి అవి సరియైనవి కావని తోచినప్పుడు పరిహరించండి. [illegible] అశ్లీల ద్యోతక పదాలు వినియోగించడం మన వ్యక్తిత్వాన్నీ, సంస్కారాన్నీ నలుగురిలో దిగజారుస్తాయి అని గ్రహించినప్పుడు అలాంటి పరిభాష మాటలోనూ, రచనలోనూ రాకుండా జాగ్రత్తపడాలి.

ఏమయినా రేడియో రచన ఒక కళాత్మక సృజన ప్రక్రియ. ప్రకటన నుంచి ప్రసంగ వ్యాసం దాకా ఏదయినా రాయడం రాసినదానిని శ్రోతలకు ఆసక్తిదాయకంగా మలచి వినిపింప చేయడం ఒక గొప్ప ప్రతిభ. దృశ్యంలో చంచలత వుండవచ్చుగానీ శ్రద్ధతో విన్న విషయం గాఢతను కలిగి హృదయగతమవుతుంది. వ్యక్తిత్వ వికాస దోహదహేతువవుతుంది. వక్తగా కన్న శ్రోతగా వుండడం పరమ ప్రయోజనకరం. అలాంటి లక్షలాది శ్రోతలను అలరించగల రచన చేయగలగడం వినిపించగలగడం, మాట్లాడగలగడం రేడియో రచనకు చాలా ముఖ్యం. రేడియో రచన చేసేటప్పుడు ఈ అంశాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

BRAOU

11.5 రేడియో - భాష

రేడియో భాష, రేడియో సాహిత్యం అనేవి ప్రత్యేకంగా పరిగణనలోకి తీసుకోవలసిన అంశాలు. రేడియో కార్యక్రమాల్లో ఉపయోగించే భాష ఆ కార్యక్రమాలను ఎవరికోసం ఉద్దేశించారో వారికి అర్థమయ్యేలా సరళంగా, సులభంగా వుండాలి. చెవికి ఆహ్లాదకరంగా వుండాలి. వినడంతోటే అర్థం కావాలి. ఏ మాటా ఇంకొకసారి వినిపించదు. ప్రయోగించిన పదం అర్థం కాకుంటే ఆగి అర్థం చేసుకునే వ్యవధి, శ్రోతకు వుండదు. కాబట్టి వినడంతోనే శ్రోతను ఆకట్టుకోగలగాలి. తెలుగు భాష యొక్క శబ్ద స్వరూపం సన్నగిల్లితే భాష జీవత్వమే కోల్పోతుంది. శ్రవణానందాన్ని కలిగించే మాతృభాషను, సుఖ శ్రవణానుకూలమైన ధ్వని సంపదగల తెలుగు భాషను స్పష్టంగా ఉచ్చారణ చేయడం మీద ప్రసార విజయం ఆధారపడి వుంటుంది. రేడియో ప్రభావం వలన భాష ఉచ్చారణను సమాజం గ్రహించాలి. భాష బాగుపడాలి. వ్యావహారిక భాష రేడియోకు అనువైన భాష. అందుకే రేడియో ద్వారా సరళమైన వ్యావహారిక భాషను సృజించడానికి, వ్యాప్తి చెందించటానికి ఎంతయినా దోహదం లభిస్తుంది. ప్రాంతీయ స్థానిక రేడియో కేంద్రాలు ఆయా ప్రాంతాల మాండలికాలను, భాషలోని యాసలను సజీవంగా నిలుపగలుగుతాయి. భాష యొక్క సహజశ్రావ్య సంపదను రేడియోనే పరిరక్షించి, పెంచి, పోషించి, పరివ్యాప్తి చేయగలుగుతుంది.

11.6 రేడియో రచన - లక్షణాలు

ప్రసారమయ్యే రేడియో రచనకు ఉండాల్సిన మౌలిక లక్షణాలు:

1. సరళమైన భాష
2. శ్రోతలను ఆకట్టుకునే శైలి

3. ఉచ్చారణలో స్పష్టత

4. చక్కని కంఠస్వరం

5. సమయపాలన

6. ఎత్తుగడ, ముగింపు

7. అనవసర విషయాల, ఉపోద్ఘాతాల పరిహరణ

8. ఆసాంతం శ్రోతను వినేలా చేయగల నైపుణ్యం

ఇవన్నీ కూడా దృష్టిలో వుంచుకొని రాయాలి. రాసిన దానిని కార్యక్రమంగా రూపొందించాలి.

11.7 రేడియో - సాహిత్య ప్రక్రియలు

కొన్ని కొన్ని సాహిత్య ప్రక్రియలు రేడియోలో ప్రసారానికి వచ్చేటప్పటికి ఎలాంటి జాగ్రత్తలు తీసుకుంటే సబబో క్లుప్తంగా చూద్దాం.

కవిత:

రేడియోలో కవిత మరీ క్లుప్తంగా వుంటే శ్రోత శ్రద్ధ పెట్టేలోగానే ప్రసారం ముగుస్తుంది. అందువల్ల చిన్న కవితలనయితే ఒక చిన్న ఉపోద్ఘాతం ఇచ్చి ఒకటి గాక కొన్నింటిని చదివితే బాగుంటుంది. రేడియోలో కవిత మూడు నిమిషాల నుండి అయిదు నిమిషాల నిడివి దాక ఉండవచ్చు. అయితే చదవడంలో ఒక స్పష్టత, లయ కవి కవితా పఠనంలో చూపగలగాలి.

ముఖ్యమైన పంక్తులను పునరుక్తం చేయడం రేడియోలోనే కొంత మేరకు నిజానికి అవసరం. కానీ చర్విత చర్వణంగా పంక్తులను పునశ్చరణ చేయడం శ్రోతకు అనాసక్తి కలిగించవచ్చు. రేడియో కవితకు శీర్షిక విధాయకం కాదుగానీ శ్రోతలకు కవితా శీర్షిక చెప్పడం వల్ల ఫలానా కవిత అని గుర్తుంచుకోవడానికి వీలుంటుంది. పద్య రచన చేసేవారు శ్రావ్యంగా చదవడం ముఖ్యావసరం.

కథ:

రేడియో కథ సుదీర్ఘ వర్ణనలతో, ఉపోద్ఘాతాలతో వుండడం సరికాదు. సంభాషణలు, సంఘటనలు శ్రోతకు హత్తుకునేలా వుండాలి. కథ ప్రసార నిడివి. మరీ ఎక్కువగా వుంటే శ్రోతల అనురక్తిని చంపి వేస్తుంది. కథ రాయడం కాదు రేడియోలో కథ చెప్పడం అన్న రీతినే పాటించి శ్రోతను అలరించగలగాలి. కథ అందరికీ అర్థమయ్యే భాషలో వుండడం సబబు. ప్రాంతీయ రేడియో కేంద్రాల ద్వారా ప్రసారం చేసే కథల్లో ఆ ప్రాంత జనజీవనం, మాండలికం వినియోగించినప్పుడు అక్కడి శ్రోతలను ఆకట్టుకోగలుగుతాయి.

నవల:

ధారావాహిక నవలా ప్రసారం రేడియోలో బాగానే వుంటుంది. నిజానికి రోజూ సీరియల్‌లాగా నిర్ధారిత సమయంలో పాత్రోచిత సంభాషణలు పలుకుతూ 'నవలా స్రవంతి'గా నవలను ప్రసారం చేయడం ఆసక్తి కరమే. రచయిత స్వయంగా నవల పఠనం చేయగల సామర్థ్యం లేని కంఠస్వరం కలవాడయితే సమర్థులైన నటుల స్వరంలో నవలా పఠనం ప్రసారం చేయడం ఔచితీమంతంగా వుంటుంది.

వ్యాసం:

రేడియోలో ఇది ప్రసంగం. విషయాన్ని అనుసరించి అనవసర ఉపోద్ఘాతాలూ లేకుండా ఆసక్తికరమైన ఎత్తుగడతో విషయంలోకి తీసుకెళ్ళి శ్రోతలను ఆకట్టుకునేలా ప్రసంగ రచన రూపొందించుకోవాలి. అవసరమైన మేరకే అవసరమైన చోట్ల గణాంకాలు పేర్కొనాలి. నాలుగు నిముషాల కాల వ్యవధి నుండి, పావుగంట సమయం వరకూ ప్రసంగాల వ్యవధి వుంటూంటుంది. ఎవరిని అంటే శ్రోతలలో ఏ టార్గెట్ లిజనర్‌ను ఉద్దేశించి చేసే ప్రసంగమో తెలుసుకుని

BRAOU

వారికి ఆసక్తి దాయకంగా రచనని మలుచుకోవాలి. సాహిత్యం, సంగీతం, చిత్రలేఖనం, సైన్స్, వైద్యం ఇలా ఏ రంగానికి చెందిన ప్రసంగమైనా అవి కేవలం ఆ వర్గం వారికే కాక సామాన్య శ్రోతలకు కూడా ఉపయుక్తంగా చెప్పగలిగేలా రచన చేయాలి. ఆయా రంగాలకు చెందిన పరిభాష (Jargon - ప్రత్యేక పదజాలం) వినియోగించినా అర్థంకాని పదాలకు బదులు అందరికీ అర్థమయ్యే పద ప్రయోగాలు చేయడం సమంజసం.

నాటకం:

రేడియో నాటకం అనేది ఒక అద్భుత ప్రక్రియ. కేవలం సంభాషణలు, ధ్వనులు ఆధారంగా రంగస్థలం మీద చూపలేని ఇతివృత్తాలను సైతం రేడియో నాటకాలుగా రక్తి కట్టించగల వీలుంది. రేడియో నాటకాన్ని పాత్రధారులకు అనుగుణంగా వారు కంఠంలో పలికించవలసిన రీతులను సూచిస్తూ, అలాగే నాటకంలో ధ్వనులను ఎక్కడ ఎలా వినియోగించాలో పేర్కొంటూ రచయిత రచన చేయగలగాలి. ముఖ్యంగా దృశ్యం వుండదు కనుక సంభాషణల్లోనే దృశ్యాన్ని రూపుకట్టగలగాలి. ధ్వనులను, నేపథ్యసంగీతాన్నీ దృశ్య సాక్షాత్కారానికై శ్రవణ పేయంగా వినియోగించాలి.

రూపకాలు:

రేడియో డాక్యుమెంటరీలు ఎన్నుకున్న ఇతివృత్తాన్ని, వ్యక్తులనూ అనుసరించి రూపొందేవి. యదార్థ వ్యక్తుల గళాలు, సంఘటనా స్థలంలోని ధ్వనులు రేడియో డాక్యుమెంటరీకి సహజతను సంతరించి పెడతాయి. రచయిత తన వ్యాఖ్యానంతో, కథనంతో రేడియో రూపకాన్ని శ్రోతలకు ఆసక్తి దాయకంగా అందించగలుగుతాడు. నాటకాలకు, రూపకాలకు నిర్వాహకుడు తగిన సొగసులు సంతరించి పెడతాడు.

11.8 రేడియో వ్యాఖ్యానం

ఇక రేడియోలో అనౌన్సర్, వ్యాఖ్యాత, వార్తలు చదివేవారు కూడా తాము ప్రసారం చేయబోయేదానిని ముందుగా రాసి ఒకటికి రెండుసార్లు మననం చేసే సమయం వుంటే దానిని సద్వినియోగం చేసుకుని ప్రసారానికి సిద్ధం కావాలి. నిజానికి ఒక చక్కని కార్యక్రమాన్ని ప్రొడ్యూసర్ ఎంత కష్టపడి రూపొందించినా దానిని ప్రసారం చేసేటప్పుడు ముందుగా చేసే అనౌన్స్‌మెంట్ పేలవంగా తేలిపోయినా మొత్తంగా కార్యక్రమమే శ్రోతకు వినడంలోని ఆసక్తిని చంపివేస్తుంది. నిజానికి అనౌన్సర్ లేక వ్యాఖ్యాత సేల్స్ మెన్ లాంటివారు. సరుకును అందంగా అందించగల ప్రజ్ఞకు ఒక అందమైన ప్యాకేజీ రూపొందించగల ప్రావీణ్యం వారిలో వుంటుంది. తడబడుతూ, తత్తరపడుతూ ప్రసారం కార్యక్రమాన్ని ప్రకటించినా క్లోజింగ్ అనౌన్స్‌మెంటే కదా అని పరుగులు తీసినా ప్రసారంలోని వినడంలో వుండే ఒక సమతూకం దెబ్బతినే ప్రమాదం వుంది. అలాగే ప్రకృతి బీభత్సాలు, తుఫాను హెచ్చరికలు, రైల్వే సమాచారం వంటి వాటిని స్పష్టంగా రాసుకుని తప్పులు లేకుండా చదివి శ్రోతలకు తెలియజేయాలి.

వార్తలు చదివేవారు మరీ ముఖ్యంగా తీసుకోవలసిన జాగ్రత్త ఉచ్చారణలో, దేశ విదేశీయ ప్రముఖుల పేర్లను తప్పుగా ఉచ్చరించకుండా వార్తను సరిగ్గా రాసుకుని మరీ చదవాలి. వార్తా పఠనంలో ఓ సమతూకం, తూగు, లయ కనబడాలి. వేగంగా తరుముకు వస్తున్నట్లు చదవడం, చివరి పదాలు మింగి వేయడం లాంటివి చేయకూడదు. ముఖ్యంగా వార్తల విషయంలో అనువాద రచన పటిష్ఠంగా వుండాలి. అందరికీ అర్థమయ్యే పదాలనే అనువాదంలో రాయాలి. వార్తకు మాడ్యులేషన్ అవసరంలేదుగానీ విషాద వార్తలను నవ్వుతున్నట్లుగా వినిపించకుండా కంఠంలో జాగ్రత్తపడాలి. అలాగే వార్తలోని వాక్యాన్ని సరియైన చోట విరుస్తూ, కామాలు, ఫుల్‌స్టాపులు శ్రద్ధగా పాటిస్తూ పఠించకపోతే అర్థమే మారిపోవచ్చు. అపభ్రంశాలు చోటు చేసుకోవచ్చు. అందువల్ల వార్తా రచన ఓ గురుతర బాధ్యత

11.9 రేడియో - వాణిజ్య ప్రకటనలు

ఇక వాణిజ్య ప్రకటనల విషయానికి వద్దాం. నిజానికి ఇవాళ ఇది కార్పొరేట్ సృజనగా విస్తరిస్తోంది. ఒక వాణిజ్య ఉత్పత్తిని శ్రోతలను ఆకట్టుకుని వారి నోట పదేపదే పలికే విధంగా రచన చేయడమూ సామాన్యమైన విషయం కాదు. క్లుప్తత గాఢత ఈ రచనలకు ప్రధానం. 30 సెకండ్ల నుంచి, ఒకటిన్నర నిముషం వరకూ ఈ వాణిజ్య ప్రకటనలు

BRAOU

విస్తరించి వుంటాయి. మాటలతోనో, సంభాషణతోనో కూడిన ప్రకటనను 'స్పాట్' అంటారు. పాటనూ, సంగీతాన్ని సంతరించుకున్నవాటిని 'జింగిల్స్' గా వ్యవహరిస్తారు.

ఏం రామయ్యా దీర్ఘంగా ఆలోచిస్తున్నావ్ అని సాగే చార్మినార్ రేకుల ప్రకటన 'స్పాట్'. 'అందరు మెచ్చే వక్కపొడీ' అంటూ వచ్చే పాట క్రేన్ వక్కపొడి జింగిల్‌గా ప్రసిద్ధం. కేవలం ఏడు సెకండ్ల వ్యవధిలోనే టైమ్ అంటూ 'వమ్మా వమ్మి మోడరన్ బ్రెడ్', అనో 'హోటల్ మమతా వారి సమయం తొమ్మిది గంటలు' అనో ప్రసారం అవుతుంది. వాణిజ్య ప్రకటనల రచన అనేది అల్పాక్షరముల అనల్పార్థ రచన వంటిదే. మరి ప్రకటనదారు ఉత్పత్తిని శ్రోతలకు వినిమయదారుల కందేలే ఆకర్షణీయంగా రూపొందించి ప్రసారం చేయడమే వాణిజ్య ప్రకటనల ధ్యేయం. దృశ్యంలో అశ్లీలం, అసభ్యత గోచరించినా శ్రవ్య మాధ్యమంలో అదేదీ లేకుండా ఓ ప్రకటన ఆకట్టుకోగలుగుతుందంటే ఆ ప్రకటన రూపొందించిన, రచించిన రచయితను ఆ సృజనకు అభినందించి తీరుతారు. అయితే ఈ వ్యాపార ప్రకటనల రచనా కర్తృత్వం రాసిన వారికి తప్ప, శ్రోతలకు తెలిసే అవకాశమే లేదు. ధన సంపాదనలకు మాత్రం రచయితకు అవి దోహదకారులు కావచ్చు. కానీ రేడియోలో ఓ ప్రసంగమో, కథనో, కవితనో, నాటికనో రచించి ప్రసారం చేసినప్పుడు పేరు కీర్తి కూడా వస్తాయి. ఆకాశవాణి పారితోషికాలు చెల్లిస్తుంది. ప్రైవేటు ఎఫ్.ఎం.లు వారు రచయితలను ఎలా వినియోగించుకుంటున్నారన్నది సందేహాస్పదమే.

11.10 రేడియో యాంకరింగ్

ప్రైవేట్ ఎఫ్.ఎం. రేడియోల్లో వట్టి గాలికబుర్లు, ఫోన్ సంభాషణలు, పాటల హోరు, పరిచయ కార్యక్రమాలు అనుకుంటున్నా నిజానికి వాటి వెనుక యాంకర్లు, కార్యక్రమ సమర్పకులు పడుతున్న శ్రమలో వారు నమోదు చేసుకునే అంశాలూ, సేకరించి రాసిపెట్టుకొనే సమాచారం ఇదంతా రచన కిందనే పరిగణించుకోవచ్చు. ఒక కార్యక్రమ విజయానికి యాంకర్ చేసే పరిశ్రమ ఇవాళ ముఖ్యమవుతోంది. టాక్‌షోలు, గేమ్‌షోలు ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, పరిచయ కార్యక్రమాలు వంటివి నిర్వహించడానికి ముందు ఆయా అంశాలకు సంబంధించిన సమాచారాన్ని సేకరించి తమకు అనుగుణమైన రీతిలో ముఖ్యాంశాలుగానైనా రాసిపెట్టుకోవాలి. పాటల వేలు వంటి వాటిని నిర్వహించేందుకుగాను ఆయా సినిమాల గురించి, ఆ పాటలు రాసిన రచయితల గురించి, పాటలోని విషయాన్ని గురించి, అది వచ్చే సినిమా సన్నివేశం గురించి, నటీనటుల గురించి, పాటకు సంగీతం సమకూర్చిన వారి గురించి ఆ పాటలోని రాగ, తాళాల గురించీ ఇలా అనేకమైన సమాచారాన్ని రాసిపెట్టుకుని మననం చేసుకుని మనసులోకి ఇంకించుకుంటేనే ఆ కార్యక్రమం రక్తికడుతుంది. యాంకర్ గొప్ప రచయిత కాకపోవచ్చు. కానీ చక్కని పరిభాష, పదప్రయోగం, సంభాషణా చాతురి కలిగి వుండాలంటే, భాషమీద పట్టు వుండాలి. ఆ పట్టు అనేక గ్రంథాలను చదవడం వల్ల, మంచి రచయితల రచనా నైపుణ్యత, సంభాషణలతో సాగే పాత్రగత సన్నివేశాలను గ్రహించి ఆ సంభాషణల అందాన్ని ఆకళింపు చేసుకుని సమయోచితంగా ప్రయోగించడంలోనూ వుంటుంది.

BRAOU

అభ్యాసం-1

రేడియో ఆవిర్భావాన్ని పరిచయం చేయండి.

అభ్యాసం-2

రేడియోలో ప్రసారం చేసే సాహిత్య ప్రక్రియలను చర్చించండి.

11.11 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- రేడియోను కనిపెట్టింది మార్కోని.
- కనబడకుండా వినబడటం, వినిపిస్తూ ఆకట్టుకోవడం అనే గొప్ప శ్రవ్య మాధ్యమం రేడియో.
- 1923 సంవత్సరం, జూన్‌లో ముంబాయిలో అదే సంవత్సరం నవంబర్‌లో కలకత్తాలో ముందు రేడియో క్లబ్‌లుగా రేడియో ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి.
- 1936 జూన్ 8న 'ఆలిండియా రేడియో' అనే పేరు ఏర్పడింది.
- 1937 నవంబర్‌లో ఆలిండియా రేడియో డిపార్టుమెంటు ఆఫ్ కమ్యూనికేషన్స్ శాఖ ఆధ్వర్యంలోకి వచ్చింది.
- తొలి రేడియో ప్రసారాలు హైదరాబాదులో 1933లో మహబూబ్ ఆలీ ప్రారంభించారు.
- 1948 డిసెంబర్ 1న విజయవాడలో రేడియో కేంద్రం స్థాపితమైంది.
- 1950 ఏప్రిల్ 1 నుండి హైదరాబాదు దక్కన్ రేడియో ఆకాశవాణి హైదరాబాద్ కేంద్రంగా మారింది.
- 1954లో మద్రాసు నుండి, 1956లో హైదరాబాదు నుండి తెలుగులో ప్రాంతీయ వార్తలు మొదలయ్యాయి.
- ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రస్తుతం హైదరాబాదు, విజయవాడ, విశాఖపట్నం, కడప, కొత్తగూడెం ప్రధాన కేంద్రాలతోపాటు మొత్తం పన్నెండు తెలుగు రేడియో కేంద్రాలు (స్థానిక కేంద్రాలతో సహా) పనిచేస్తున్నాయి.
- 1982లో దూరదర్శన్ వచ్చేంత వరకు దేశంలో ఆకాశవాణిదే జనజీవనంలో ప్రచార ప్రసార మాధ్యమంగా తిరుగులేని ఆధిపత్యం నడిచింది.

BRAOU

11.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. రేడియో రచన గురించి చర్చించండి.
2. రేడియో ఆవిర్భావ వికాసాన్ని వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. రేడియోలోని వాణిజ్య ప్రకటనల గురించి తెల్పండి.
2. రేడియోలోని యాంకరింగ్ మెలకువలను పరిచయం చేయండి.
3. రేడియో వ్యాఖ్యాత గురించి పరిచయం చేయండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. రేడియో అనేది సమాచార ప్రసార మాధ్యమాల్లో బలీయమైన సాధనం. కనబడకుండా వినబడడం, వినిపిస్తూ ఆకట్టుకోవడం అనే గొప్ప శ్రవ్య మాధ్యమం. ఎదురుగా మనిషి ఉండి పలకరిస్తున్నట్లే, మాట్లాడుతున్నట్లే ఉంటుంది. కాబట్టి రేడియో జనజీవనంలో భాగం అయింది. ఇలాంటి గొప్ప ప్రసార మాధ్యమమైన రేడియోను మార్కోని కనిపెట్టాడు.

1927 జులై 23న ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీ లిమిటెడ్ అనే పేర ఒక ప్రైవేట్ సంస్థ ప్రభుత్వ అంగీకారంతో

రేడియో ప్రసారాల కోసం బొంబాయి, కలకత్తాల్లో మొదలైంది. 30 మైళ్ల పరిధిలో కార్యక్రమాలు వినిపించేవి. మూడేళ్లలో ఆ సంస్థ మూతబడగా ప్రభుత్వం స్వాధీనం చేసుకుని 1934లో ఢిల్లీలో రేడియో ప్రసార కేంద్రాన్ని స్థాపించింది. 1935 నుండి రేడియో కార్యక్రమాలు, రేడియో కేంద్రాలు పెరగడం మొదలైంది. 1936 జూన్ 8న 'ఆలిండియా రేడియో' అనే పేరు ఏర్పడింది. 1937 నవంబర్‌లో ఆలిండియా రేడియో డిపార్టుమెంటు ఆఫ్ కమ్యూనికేషన్స్ శాఖ అధ్వర్యంలోకి వచ్చింది. 1939 అక్టోబర్‌లో విదేశీ సర్వీసులకు కూడా ఆలిండియా రేడియో బీజం వేసింది.

1946 ఫిబ్రవరి డిపార్టుమెంట్ ఆఫ్ ఇన్ఫర్మేషన్ అండ్ ఆర్ట్స్ పేరిట ఆలిండియా రేడియో వ్యవహారాలు చూసే శాఖను 1946 సెప్టెంబరు 10 నుండి డిపార్ట్‌మెంట్ ఆఫ్ ఇన్ఫర్మేషన్ అండ్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ శాఖగా వ్యవహరించటం మొదలైంది. 1947లో దేశ విభజన నాటికి ఢిల్లీ, బొంబాయి, కలకత్తా, మద్రాస్, తిరుచునాపల్లి, లక్నో కేంద్రాలు భారత దేశానికి వచ్చాయి. అప్పటికి మిగిలి వున్న పెషావర్, లాహోర్, ఢాకా కేంద్రాలు పాకిస్థాన్‌లోకి వెళ్లాయి. స్వాతంత్ర్యానంతరం కేంద్ర ప్రభుత్వంలో రేడియో సమాచార, ప్రసార మంత్రిత్వ శాఖ ఏర్పడింది. తొలి పంచవర్ష ప్రణాళికా కాలంలో ఉన్న పాతిక రేడియో స్టేషన్‌లు తొమ్మిదవ పంచవర్ష ప్రణాళిక కాలానికి 185కు చేరుకోగా ప్రసార భారతి గా నేడు వ్యవహరింపబడుతున్న ప్రభుత్వ రేడియో వ్యవస్థలో ఆకాశవాణి కేంద్రాలు చాలా వున్నాయి. ఆంధ్ర ప్రదేశ్‌లో తొలి రేడియో ప్రసారాలు హైదరాబాద్‌లో 1933లో మహబూబ్ అలీ ప్రారంభించారు. 1935 ఫిబ్రవరి 3న నిజాం దానిని స్వాధీనం చేసుకున్నాడు. దక్కన్ రేడియో పేర నిజాం 1939 జులై నుండి రేడియో కేంద్రాన్ని అభివృద్ధి చేశాడు. ఉమ్మడి మద్రాసు రాష్ట్రంలో తెలుగు కార్యక్రమాలు మద్రాసు నుండి వినబడేవి. 1948 డిసెంబర్ 1న విజయవాడలో రేడియో కేంద్రం స్థాపితమైంది. 1950 ఏప్రిల్ 1 నుంచి హైదరాబాద్ దక్కన్ రేడియో ఆకాశవాణి హైదరాబాద్ కేంద్రంగా మారింది. 1954 డిసెంబర్ 1న విజయవాడలో రేడియో కేంద్రం స్థాపితమైంది. 1950 ఏప్రిల్ 1 నుంచి హైదరాబాద్ దక్కన్ రేడియో ఆకాశవాణి హైదరాబాద్ కేంద్రంగా మారింది. 1954లో మద్రాసు నుంచి 1956లో హైదరాబాద్ నుంచి తెలుగులో ప్రాంతీయ వార్తలు మొదలయ్యాయి.

ఆకాశవాణి వినోదమే ప్రధానంగా 1957 అక్టోబర్ 3న వివిధ భారతి సర్వీస్ ప్రారంభించింది. 1966 చందా కమిటీ సంచలనాల మేరకు వ్యాపార ప్రకటనలు, వాణిజ్య కార్యక్రమాలను వివిధ భారతి వాణిజ్య ప్రసార విభాగం 1967 నుండి ప్రారంభించింది. 1985లో ప్రైమరీ ఛానల్‌పై కూడా వాణిజ్య ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రస్తుతం హైదరాబాద్, విజయవాడ, విశాఖపట్నం, కడప, కొత్తగూడెం ప్రధాన కేంద్రాలతో బాటు మొత్తం పన్నెండు తెలుగు రేడియో కేంద్రాలు (స్థానిక కేంద్రాలతో సహా) పనిచేస్తున్నాయి. ఆయా ప్రాంత శ్రోతల అభివృద్ధిని అభిరుచిని దృష్టిలో వుంచుకుని కార్యక్రమాల రూపకల్పన చేసి ప్రసారం చేయడం జరుగుతుంది.

1982లో దూరదర్శన్ వచ్చేంత వరకు దేశంలో ఆకాశవాణిదే జనజీవనంలో ప్రచార ప్రసార మాధ్యమంగా తిరుగులేని ఆధిపత్యం నడిచింది. భాషాసాహిత్యాలకు, సంప్రదాయ, జానపద కళలకు, సంగీతానికి, నాటక రంగానికి రేడియో చేసిన సేవ అంతా ఇంతా కాదు. అదేవిధంగా, విద్య, వైద్య, వ్యవసాయ రంగాలకు రేడియో కలిగించిన తోడ్పాటు సామాన్యమైంది కాదు. రేడియోలో వివిధ వర్గాల ప్రజలను ఉద్దేశించి ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు రూపొందింపబడి ప్రసారం అవుతుంటాయి. పిల్లలకు, స్త్రీలకు, వృద్ధులకు, రైతులకు, కార్మికులకు, వయోజనులకు, ఉద్యోగినులకు ఇలా అన్ని వర్గాలకూ వైవిధ్యభరితమైన కార్యక్రమాలు ప్రసారమవుతుంటాయి. కర్ణాటక, హిందుస్థానీ, లలితకళలు, జానపద గీతాలు, ప్రసంగాలు, చర్చలు, సంభాషణలు, రూపకాలు, నాటికలు, నాటకాలు, కథలు, కవితలు, సంచిక కార్యక్రమాలు, అభిప్రాయ వేదికలు, క్విజ్‌లు, క్రీడా కార్యక్రమాలు, యువవాణి కార్యక్రమాలు ఒకటేమిటి ఎన్నో కార్యక్రమాలను నిర్వహిస్తున్నది. ఇంతటి వైవిధ్యం శ్రోతలకు అందించడానికి శ్రీకారం చుట్టి నేటికి నిర్వహిస్తున్నది ఆకాశవాణియే.

2. **కవిత:** రేడియోలో కవిత మరీ క్లుప్తంగా వుంటే శ్రోత శ్రద్ధ పెట్టేలోగానే ప్రసారం ముగుస్తుంది. అందువల్ల చిన్న కవితలనయితే ఒక చిన్న ఉపోద్ఘాతం ఇచ్చి ఒకటి గాక కొన్నింటిని చదివితే బాగుంటుంది. రేడియోలో కవిత మూడు నిమిషాల నుండి అయిదు నిమిషాల నిడివి దాక ఉండవచ్చు. అయితే చదవడంలో ఒక స్పష్టత, లయ కవి కవితా పఠనంలో చూపగలగాలి.

ముఖ్యమైన పంక్తులను పునరుక్తం చేయడం రేడియోలోనే కొంత మేరకు నిజానికి అవసరం. కానీ చర్విత

BRAOU

చర్వణంగా పంక్తులను పునశ్చరణ చేయడం పఠితకు అనాసక్తి కలిగించవచ్చు. రేడియో కవితకు శీర్షిక విధాయకం కాదుగానీ శ్రోతలకు కవితా శీర్షిక చెప్పడం వల్ల ఫలానా కవిత అని గుర్తుంచుకోవడానికి వీలుంటుంది. పద్య రచ... ...వారు శ్రావ్యంగా చదవడం ముఖ్యావసరం.

కథ: రేడియో కథ సుదీర్ఘ వర్ణనలతో, ఉపోద్ఘాతాలతో వుండడం సరికాదు. సంభాషణలు, సంఘటనలు శ్రోతకు హత్తుకునేలా వుండాలి. కథ ప్రసార నిడివి. మరీ ఎక్కువగా వుంటే శ్రోతల అనురక్తిని చంపి వేస్తుంది. కథ రాయడం కాదు రేడియోలో కథ చెప్పడం అన్న రీతినే పాటించి శ్రోతను అలరించగలగాలి. కథ అందరికీ అర్థమయ్యే భాషలో వుండడం సబబు. ప్రాంతీయ రేడియో కేంద్రాల ద్వారా ప్రసారం చేసే కథల్లో ఆ ప్రాంత జనజీవనం, మాండలికం వినియోగించినప్పుడు అక్కడి శ్రోతలను ఆకట్టుకోగలుగుతాయి.

నవల: ధారావాహిక నవలా ప్రసారం రేడియోలో బాగానే వుంటుంది. నిజానికి రోజూ సీరియల్‌లాగా నిర్ధారిత సమయంలో పాత్రోచిత సంభాషణలు పలుకుతూ 'నవలా స్రవంతి'గా నవలను ప్రసారం చేయడం ఆసక్తి కరమే. రచయిత స్వయంగా నవల పఠనం చేయగల సామర్థ్యం లేని కంఠస్వరం కలవాడయితే సమర్థులైన నటుల స్వరంలో నవలా పఠనం ప్రసారం చేయడం ఔచితీమంతంగా వుంటుంది.

వ్యాసం: రేడియోలో ఇది ప్రసంగం. విషయాన్ని అనుసరించి అనవసర ఉపోద్ఘాతాలూ లేకుండా ఆసక్తికరమైన ఎత్తుగడతో విషయంలోకి తీసుకెళ్ళి శ్రోతలను ఆకట్టుకునేలా ప్రసంగ రచన రూపొందించుకోవాలి. అవసరమైన మేరకే అవసరమైన చోట్ల గణాంకాలు పేర్కొనాల్సి. నాలుగు నిముషాల కాల వ్యవధి నుండి; పావుగంట సమయాల వరకూ ప్రసంగాల వ్యవధి వుంటూంటుంది. ఎవరిని అంటే శ్రోతలలో ఏ టార్గెట్ విజనర్‌ను ఉద్దేశించి చేసే ప్రసంగమో తెలుసుకుని వారికి ఆసక్తి దాయకంగా రచనని మలుచుకోవాలి. సాహిత్యం, సంగీతం, చిత్రలేఖనం, సైన్స్, వైద్యం ఇలా ఏ రంగానికి చెందిన ప్రసంగమైనా అవి కేవలం ఆ వర్గం వారికే కాక సామాన్య శ్రోతలకు కూడా ఉపయుక్తంగా చెప్పగలిగేలా రచన చేయాలి. ఆయా రంగాలకు చెందిన పరిభాష (Jargon - ప్రత్యేక పదజాలం) వినియోగించినా అర్థంకాని పదాలకు బదులు అందరికీ అర్థమయ్యే పద ప్రయోగాలు చేయడం సమంజసం.

నాటకం: రేడియో నాటకం అనేది ఒక అద్భుత ప్రక్రియ. కేవలం సంభాషణలు, ధ్వనులు ఆధారంగా రంగస్థలం మీద చూపలేని ఇతివృత్తాలను సైతం రేడియో నాటకాలుగా రక్తి కట్టించగల వీలుంది. రేడియో నాటకాన్ని పాత్రధారులకు అనుగుణంగా వారు కంఠంలో పలికించవలసిన రీతులను సూచిస్తూ, అలాగే నాటకంలో ధ్వనులను ఎక్కడ ఎలా వినియోగించాలో పేర్కొంటూ రచయిత రచన చేయగలగాలి. ముఖ్యంగా దృశ్యం వుండదు కనుక సంభాషణల్లోనే దృశ్యాన్ని రూపుకట్టగలగాలి. ధ్వనులను, నేపథ్యసంగీతాన్నీ దృశ్య సాక్షాత్కారానికై శ్రవణ పేయంగా వినియోగించాలి.

రూపకాలు: రేడియో డాక్యుమెంటరీలు ఎన్నుకున్న ఇతివృత్తాన్ని, వ్యక్తులనూ అనుసరించి రూపొందేవి. యదార్థ వ్యక్తుల గళాలు, సంఘటనా స్థలంలోని ధ్వనులు రేడియో డాక్యుమెంటరీకి సహజతను సంతరించి పెడతాయి. రచయిత తన వ్యాఖ్యానంతో, కథనంతో రేడియో రూపకాన్ని శ్రోతలకు ఆసక్తి దాయకంగా అందించగలుగుతాడు. నాటకాలకు, రూపకాలకు నిర్వాహకుడు తగిన సొగసులు సంతరించి పెడతాడు.

BRAOU

భాగం-12 టెలివిజన్

విషయక్రమం

12.0 ఉద్దేశం

12.1 ప్రవేశిక

12.2 టెలివిజన్ రచన

12.3 కార్యక్రమాలు - రచన

12.3.1 వార్తలు, వార్తా కథనాలు

12.3.2 సృజనాత్మక కార్యక్రమాలు

12.4 పేజీ విభజన విధానం

12.5 వివిధ ప్రక్రియల రచన: కొన్ని మెళకువలు

12.5.1 సరళత

12.5.2 ధారాళమైన శైలి

12.5.3 చైతన్య వంతమైన శైలి

12.5.4 స్వాభావికమైన శైలి

12.5.5 ప్రారంభం, ముగింపు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

12.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

12.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

12.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- టెలివిజన్ రచన ప్రాధాన్యాన్ని, టెలివిజన్ ప్రసారాల కార్యక్రమాలను బట్టి రచన చేయడం.
- విభాజిత కార్యక్రమాలను రూపొందించడం కోసం రచనలను పేజీ విధానంలో రూపొందించడం.
- టెలివిజన్ రచనలో వివిధ ప్రక్రియలకు రాసే సందర్భాలలో గుర్తుంచుకోవలసిన మెళకువలు

12.1 ప్రవేశిక

ప్రసార మాధ్యమాలలో అనేక రకాలైన విజ్ఞాన, వినోద, సమాచార, విద్యాత్మక కార్యక్రమాల ప్రసారాలు మనం గమనించవచ్చు. ఒక్కో రకమైన కార్యక్రమానికి ఒక్కో వర్గం ప్రేక్షకులు వుంటారు. ఆయా ప్రేక్షకుల స్థాయినీ, మనం చెప్పదలచుకున్న అంశం తాలూకు భావననీ మిళితం చేస్తూ టెలివిజన్ రచన సాగాలి. ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమం కోసం

ఈ విధంగానే రాయాలీ అన్న నియమ నిబంధనలు వివరిస్తూ, ఎలా రాస్తే బాగుంటుందో నేర్పే రచనలు తెలుగులో లేవనే చెప్పాలి. టెలివిజన్ రచనకు పనికిరాని వస్తువు అంటూ ఏదీ లేదు. సృజనాత్మకతే దానికి హద్దు. టెలివిజన్ పరిధి ఎంత విస్తృతమైందో దానికి దగ్గట్టు అన్ని పరిమితులు దానికీ వున్నాయి.

12.2 టెలివిజన్ రచన

ఈ మధ్య కాలంలో టెలివిజన్‌కు రాయడం ఒక ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యంగా, మంచి ఆదాయం, గుర్తింపు వుండే వృత్తిగా ఆవిర్భవించింది. టెలివిజన్ రచనకు పరిధి చాలా విస్తృతమైనది. వార్తలు, వార్తాకథనాలు, సృజనాత్మకత కార్యక్రమాలకు రాయడం దగ్గర్నుంచీ రియాల్టీషోలకు రాయడం వరకు ఎన్నో కార్యక్రమాల రూపాలకు విస్తరించడం చూస్తున్నాం. ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి మారుమూల ప్రాంతాల నుంచి క్షేత్రస్థాయి నుంచీ కార్యక్రమాలు ప్రసారం కావడంతో ఎందరికో టెలివిజన్‌కు రాసే అవకాశాలు కలుగుతున్నాయి. భాష విషయంలోనూ, చెప్పే విధానంలోను, వైవిధ్యాలను చూపగలుగుతున్నాం. పూర్తిస్థాయి రచనలో వచ్చే ప్రసారాలతోపాటు, రచన ప్రణాళికను రూపొందించుకుని ప్రత్యక్షంగా మాట్లాడే సందర్భాల్ని విరివిగా చూస్తున్నాం. వార్తా ఆధారిత కార్యక్రమాలు, సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాలు, సాహిత్య కార్యక్రమాలు, కథ ఆధారంగా నడిచే సీరియల్‌లు ప్రధానంగా మనం చూస్తున్నాం. సంభాషణ, చర్చ, ఇంటర్వ్యూ, సంగీతం, సినిమా పాటలు కదంబాలు, ఇలా ఎన్నో రూపాలలో కార్యక్రమాలను చూస్తున్నాం. వీటన్నిటికీ 'రచన' వెన్నెముక లాంటిది. ఈ నేపథ్యంలోనే టెలివిజన్ రచనకు ప్రాధాన్యం ఏర్పడింది.

రచన ఏదైనా కానివ్వండి అది ఒక సృజనాత్మక ప్రక్రియ. కథ రాసినా, కవిత రాసినా, వ్యాసం రాసినా చివరికి ఉత్తరం రాసినా అందులో చదువరులని ఆకట్టుకునే గుణం వుండాలి. ఆ ఆకట్టుకునే గుణం లేని రచన చదవడానికి కష్టంగా, అర్థం కాకుండా పాఠకులను ఇబ్బంది పెట్టే ప్రమాదం వుంది. ఇదే సూత్రం టెలివిజన్ రచనకి కూడా వర్తిస్తుంది. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా కొచ్చేసరికి రచన మరింత విపులంగా, స్పష్టంగా, అత్యంత సులభంగా వుండాల్సిన అవసరం ఎంతైనా వుంది. మొదటిసారి అర్థంకాక పోతే మళ్లీ వెనక్కి వెళ్లి చదువుకునే అవకాశం పుస్తకాలకీ, పత్రికలకీ వుంటుంది. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా విషయంలో ఆ అవకాశం ప్రేక్షకుడికి వుండదు. ప్రేక్షకుడికి అర్థమయ్యిందా కాలేదా అన్నదానితో సంబంధం లేకుండా తర్వాత సంభాషణ, దానికి సంబంధించిన దృశ్యం కొనసాగుతూనే వుంటుంది. ఒకవేళ మొదటి వాక్యం అర్థం కాకపోతే తర్వాత వాక్యం కూడా అర్థం కాదు. అది మొత్తం కార్యక్రమం మీద చెడు ప్రభావాన్ని చూపుతుంది. అందువల్లనే రాసిన ప్రతి పదం ప్రేక్షకులకు అర్థమయ్యేలా వుండాలి. ఆ టెలివిజన్ కార్యక్రమం ఏ వర్గ ప్రేక్షకుల కోసమైతే ఉద్దేశించబడిందో వాళ్ళకి చేరువయ్యేటట్టుగా రచయితలు జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి వుంటుంది.

BRAOU

టెలివిజన్ అనేది చివరగా వచ్చే ఒక 'ఉత్పత్తి' కాదు. చివరిగా 'ఉత్పత్తి'ని పొందడానికి తోడ్పడే సాధనం మాత్రమే.

రచనా రూపం ఏదైనా టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు కొన్ని మౌలిక అంశాలు దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. అవి : కథ, నవల, కవిత్వం ... మొదలైన రచనలు చదవడానికి ఉద్దేశించినవి. అందువల్ల రచయిత కథ రాయడం పూర్తవగానే దాన్ని యథాతథంగా స్నేహితులకిచ్చి చదవమనవచ్చు. పత్రికల్లో ప్రచురించవచ్చు. అలా రాయడం పూర్తవగానే ఆ రచన పూర్తవుతుంది. అయితే టెలివిజన్ రచన అలాకాదు, అది పాఠకులకోసం ఉద్దేశించబడింది కాదు. ప్రేక్షకుల కోసం ఉద్దేశించబడింది. కాబట్టి టెలివిజన్ కోసం చేసే రచనని కెమెరాతో చిత్రీకరణ పూర్తయితేనే దాని ప్రయోజనం పూర్తయినట్టుగా భావించాల్సి వుంటుంది. సివిల్ ఇంజనీర్లు ఇల్లు కట్టడానికి ముందుగా తయారు చేసుకొనే బ్లూ ప్రింట్‌తో టెలివిజన్ రచనని పోల్చవచ్చు. ఆ బ్లూ ప్రింట్ లేకుండా ఇల్లు కట్టలేరు. పూర్తయిన తర్వాత భౌతికంగా కనిపించే ఇంటికి అతి ముఖ్యమైన ఆధారం ఆ బ్లూ ప్రింట్. అయితే ఇల్లు కట్టకపోతే ఆ బ్లూ ప్రింట్‌కి విలువ లేదు. టెలివిజన్ రచన కూడా అంతే! దృశ్యీకరణ పూర్తయితేనే దాని ప్రయోజనం పూర్తయినట్టు.

టెలివిజన్ దృశ్య మాధ్యమం:

ఈ మాధ్యమంలో కళ్లకి ప్రతిదీ కనిపిస్తుంటుంది. ఆ కనిపించే దృశ్యం ద్వారానే ప్రేక్షకుడికి ఒక అర్థం స్ఫురిస్తుంది. సంగీతాన్ని, పలురకాల శబ్దాలనీ చేర్చి ఆ దృశ్యానికి మరింత అర్థాన్ని చేకూర్చటం జరుగుతుంది. ఆ కనిపిస్తున్న దృశ్యానికి

తోడుగా శ్రవ్యపరమైన అంశాలని కూడా జతకలిపితే అది దృశ్యమాధ్యమం అవుతుంది. కొన్ని సందర్భాలలో టెలివిజన్ రచనలో సంభాషణల యొక్క అవసరం వుండదు. ఏ విధమైన సంభాషణా లేకుండానే అర్థాలని సృష్టించవచ్చు. ఇద్దరు వ్యక్తులు చాలా దగ్గరి స్నేహితులూ అనే విషయాన్ని ప్రేక్షకులకు తెలియజేయాలి. 'మనిద్దరి స్నేహం చాలా గొప్పది' అని ఒక వ్యక్తి రెండో వ్యక్తితో అనవచ్చు. లేదా 'మనిద్దరి స్నేహం చూసి అందరూ ఆశ్చర్యపోతున్నారు' అనవచ్చు. ఇలా ఎలా అంటే బాగుంటుందో ఆలోచించి రచన చేయవచ్చు. అయితే దృశ్య మాధ్యమంలో అసలు అలాంటి సంభాషణలేమీ లేకుండా కూడా కేవలం ఒక్క దృశ్యం ద్వారా కూడా వాళ్లిద్దరూ చాలా మంచి స్నేహితులు అని చెప్పవచ్చు. ఇద్దరూ భుజాల మీద చేతులేసుకొని నవ్వుకుంటూ నడుస్తున్నారనుకోండి. ఆ దృశ్యం చాలు వాళ్లిద్దరూ చాలా దగ్గరి వాళ్లని ప్రేక్షకుడికి తెలియజేయడానికి. ఒక అమ్మాయి బాధగా వుందని చూపించడానికి ఎలాంటి మాటలు అవసరం లేదు. బాధగా ఆకాశం వైపు చూస్తున్న అమ్మాయిని చూపిస్తే ప్రేక్షకులకు అర్థమైపోతుంది. ఇలా చూపించే దృశ్యమే అనేక భావాలని ప్రేక్షకులకు చేరవేస్తుంది. కనుకనే టెలివిజన్‌ని దృశ్యమాధ్యమం అంటున్నాం.

వినడానికి, దృశ్యాన్ని సృష్టించడానికి అనువుగా రచన చేయాలి:

రచన దృశ్యాన్ని సృష్టించేదిగా వుండాలి. స్క్రిప్ట్‌లోనే రచయిత ఎలాంటి దృశ్యాలను సృష్టించవచ్చో తెలియజేయగలగాలి. ఆ దృశ్యం సృష్టించడానికి అవసరమయ్యే ప్రధాన వస్తువులని, సామాగ్రిని వాతావరణాన్ని కూడా పొందుపరచాలి. దీనివల్ల దృశ్యాన్ని కెమెరాతో చిత్రీకరించే సాంకేతిక నిపుణులకూ, దర్శకునికీ స్పష్టత ఏర్పడుతుంది. వారి పని సులభతరం అవుతుంది. లంచం తీసుకోకపోతే రేపొద్దున తన భార్యకు జరగాల్సిన గుండె ఆపరేషన్ ఆగిపోతుంది. ఏం చేయాలి అన్న మీమాంసలో వున్న కృష్ణమూర్తి ఆ రాత్రంతా నిద్రపోలేదు. ఈ విషయాన్ని దృశ్యంగా ఎలా చూపించవచ్చు అన్న విషయం ఆలోచించాలి.

రాత్రంతా కృష్ణమూర్తి మంచం మీద అటూ ఇటూ దొర్లుతూనే వున్నాడు. మధ్య మధ్యలో గోడ గడియారం మీద గంటలు మారిపోతున్నాయి. దృశ్యాన్ని ఇలా ఊహించడం ఒక పద్ధతి. కృష్ణమూర్తి హాల్లో ఒక్కడే స్వింగ్ చైర్‌లో కూర్చొని ఊగుతూ దీర్ఘంగా ఆలోచిస్తూ వుంటాడు. మధ్య మధ్యలో గడియారం మీద గంటలు మారిపోతున్నాయి. ఇది ఒక పద్ధతి. ఇలా దృశ్యాన్ని ఊహించి, ఆ దృశ్యాన్ని చిత్రీకరించడానికి కావలసిన ప్రధాన వస్తువులైన మంచం, గోడ గడియారం, స్వింగ్ చైర్ లాంటివి రచనలోనే పేర్కొనాలి. అంటే దృశ్యాన్ని సృష్టించడం టెలివిజన్ మాధ్యమంలో ఒక ప్రధాన అంశం.

రచనలో మరో ప్రధాన అంశం సంభాషణలు లేదా వ్యాఖ్యానం. ఇక్కడ రచనకుండే వినికిడి ధర్మాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. పదాలు సరళమైనవి కావాలి. చిన్నవిగా వుండాలి. చెప్పదలుచుకున్న భావాన్ని సూటిగా చెప్పగలగాలి. అవసరమైతే తప్ప మాండలిక పదాలను వాడకూడదు. శైలి అలవోకగా, ఆత్మీయంగా వుండేలా జాగ్రత్త పడాలి. మనం చెప్పే అంశాన్ని ప్రేక్షకుడు మళ్లీ వెనక్కి వెళ్లి చూడటం సాధ్యం కాదు కాబట్టి చెప్పే సంఘటనలను సరైన క్రమంలో అమర్చి చెప్పాలి. పేర్లను, సంఖ్యలనూ, నాదాలనూ, విషయాన్నీ జాగ్రత్తగా చొప్పించాలి. వాక్యం ఎంత సరళంగా వుంటే అది పలికే కళాకారుడికి ఎంతో సులభంగా ఆ వాక్యం తాలూకు భావం అర్థమవుతుంది. దానితో అది అంతే సులువుగా ప్రేక్షకులకు చేరుతుంది.

ప్రేక్షకుడికి అర్థం కావాలన్నా, మనం చెప్పేది వాళ్ళని ఆకట్టుకోవాలన్నా వాక్య నిర్మాణం పట్ల జాగ్రత్తగా వుండాలి. రాత్రి భోజనం చేసి పడుకొని నిద్రలేచేసరికి పక్కింట్లో దొంగలు పడి రంగారావుగారిని దారుణంగా కొట్టి డబ్బుల్తో పారిపోయారన్న వార్త తెలిసి గుండెపగిలినంత పనయింది. ఇదొక వాక్య నిర్మాణం. దీని ద్వారా రచయిత చెప్పదలుచుకున్న భావం ప్రేక్షకులకు అందుతుంది. అయితే ఇదే భావాన్ని ఇంకా ఆసక్తికరంగా ఎలా చెప్పొచ్చూ అనే దాని గురించి రచయిత పదే పదే ఆలోచించాలి. పై వాక్యాన్ని రెండు మూడు చిన్న చిన్న వాక్యాలుగా విడదీస్తే ఆ సంభాషణ చెప్పే కళాకారుడికి అది సులభంగా వుంటుంది, వినే ప్రేక్షకులనీ ఆకట్టుకుంటుంది.

రాత్రి భోజనం చేసి పడుకున్నాను. నిద్రలేచిన తర్వాత గానీ నాకు ఏం జరిగిందో తెలియలేదు. పక్కింటి రంగారావుగారింట్లో దొంగలు పడ్డారు. డబ్బంతా దోచుకున్నారు. అంతటితో వెళ్లిపోకుండా ఆయన్ని దారుణంగా కొట్టారు! ఆ విషయం వినగానే నా గుండె పగిలినంత పనైంది! ఇలా అదే వాక్యాన్ని విడదీసి నాలుగైదు వాక్యాలుగా మార్చడం

BRAOU

వల్ల అది ఆకట్టుకునే విధంగా వుండటమేకాదు, కళాకారుడు తన ఉద్వేగాన్ని కూడా జోడించి ఒక భయభ్రాంతుడైన వ్యక్తిగా ఆ సంభాషణ చెప్పడానికి అవకాశం దొరుకుతుంది. దానివల్ల జరిగిన ఘోరం ప్రేక్షకుడు తనకు జరిగిన ఘోరంగా భావించే అవకాశం వుంటుంది. రచన ఎప్పుడూ ప్రేక్షకుడి మనోద్వేగాలను తాకే విధంగా వుండాలి. రచన ద్వారా ఒక ఆనందకరమైన వార్త చెబుతున్నామనుకోండి. ఆ ఆనందం ప్రేక్షకుడి ఆనందంలా భావించేటంత సహజంగా వుండాలి. రచనలో వ్యక్తమయ్యే బాధ ప్రేక్షకుడి మనసుకు తాకే విధంగా సాగాలి. ఇలా ప్రేక్షకుల హృదయాలను కదిలించడం మంచి రచనకి ఒక గీటురాయిగా విమర్శకులు పేర్కొంటుంటారు.

ప్రేక్షకులని దృష్టిలో వుంచుకొని రచన:

రచన చేపట్టే ముందు ఆ రచన ఏ ప్రేక్షకులకోసం నిర్దేశించబడిందో తెలుసుకోవాలి. నిర్దేశిత ప్రేక్షక వర్గానికి కొన్ని లక్షణాలుంటాయి. ఆ లక్షణాలని దృష్టిలో వుంచుకొని రచన చేయాల్సి వుంటుంది. చిన్నపిల్లల కోసం రాయడం వేరు. పెద్ద వారి కోసం రాయడం వేరు. చదువరులకు రాయడం వేరు. నిరక్షరాస్యులకు రాయడం వేరు. ప్రేక్షకుల సామాజిక స్వభావాన్ని బట్టి వారిలో అర్థం చేసుకునే శక్తి మారుతుంది. చెప్పదలచుకున్న అంశం విజ్ఞాన శాస్త్రమైనా, సామాజిక అంశమైనా, భాషా విషయమైనా, ఏదైనా సరే ప్రేక్షకుడి స్థాయి, లక్షణాలను దృష్టిలో పెట్టుకొని రచన చేయవలసి వుంటుంది. 'స్టార్ హోటల్లో డిన్నర్ అనుభవం' అనే ఒక కార్యక్రమాన్ని రూపొందిస్తే ... అది ఉన్నతవర్గాల ప్రేక్షకుల కోసం రూపొందించబడింది. అలాంటి చోట్ల అవసరాన్ని బట్టి ఇంగ్లీషు పదాలని, వాక్యాలనీ చక్కగా వాడుకోవచ్చు. అలాంటి చోట్ల వుండే వంటకాల పేర్లు కూడా ఎక్కువ భాగం ఇంగ్లీషులోనే వుంటుంటాయి. గ్రామీణ ఆర్థిక వికాసంలో మహిళల పాత్ర అనే అంశం మీద కార్యక్రమం రూపొందించాలనుకోండి. నిరక్షరాస్యులు, గ్రామీణ ప్రజలకి అర్థం అయ్యే భాషతో ఆ కార్యక్రమ రచన చేయాల్సి వుంటుంది.

టీవీ కార్యక్రమం కళాత్మకంగా వుండాలి. రచయిత రాసిన రచనలోంచి చివరకు ప్రేక్షకుడు చూసేది 'దృశ్యమే'. దృశ్యమే మనసును ఆకట్టుకుంటుంది. అర్థాన్నీ చెబుతుంది. రచనలోని 'మాట'కు దృశ్యరూపము ఎంతో కళాత్మకంగా వుండాలి. అందువల్ల రచన కళాత్మక దృశ్యాలను సృష్టించడానికి కావలసిన ఐడియాలు అందించేదిగా వుండాలి. అంతే తప్ప కార్యక్రమానికి తుది దశ కాగూడదు. టెలివిజన్‌కు రాసేటప్పుడు మాటలే ప్రాధాన్యత వహించకూడదు. పొదుపుగా వాడిన మాటల్లోనే దృశ్యం ప్రేక్షకుడి ముందుకి వెళ్లి కార్యక్రమం సందేశాన్నివ్వగలగాలి. అలాగని దృశ్యాలు మోతాదు మించకూడదు. మాటలకు, దృశ్యానికి మధ్య సమతూకం అవసరం.

BRAOU

టెలివిజన్ రచయిత సాంకేతిక వనరులని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. సాంకేతిక వనరుల లభ్యతను బట్టి రచనని రూపొందించుకోవాలి. ఒక రచనని దృశ్యీకరించడానికి ఎన్ని రకాల సాంకేతిక అవసరాలు వుంటాయో వాటిని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. అలానే దృశ్యీకరణలో చూపించే సెట్, అలంకరణ, సీనరీ మొదలైన అంశాల పట్ల అవగాహన వుండాలి. హైదరాబాదులో దృశ్యీకరణ చేయబోయే ఒక చిన్న ప్రేమ కథకు రచన చేసేటప్పుడు, హైదరాబాదులో వున్న వనరులను, ప్రకృతినీ దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. ప్రేమికులిద్దరూ బీచ్ వొడ్డున పొద్దునే వాకింగ్ చేస్తూ మాట్లాడుకుంటున్నారు అని రచయిత రాస్తే, హైదరాబాదులో బీచ్ లేకపోవడం వల్ల దృశ్యీకరణకు చాలా ఇబ్బంది అవుతుంది. అదే ప్రేమికులిద్దరూ టాంక్‌బండ్ మీద పొద్దునే వాకింగ్ చేస్తూ మాట్లాడుకుంటున్నారు అని రాస్తే దాన్ని దృశ్యీకరించడం సులభం అవుతుంది. అలానే టెలివిజన్ రచనలో వున్న మరో ప్రధానమైన పరిమితి కార్యక్రమ నిడివి. అరగంట కార్యక్రమంలో వాణిజ్య ప్రకటనలు పోగా, మిగిలేది ఇరవై నుంచి ఇరవై ఐదు నిమిషాలనుకుందాం. ఈ నిడివిలోనే రచన పూర్తవ్వాలి. అలానే రచన చేయడానికి లభించే సమయం కూడా మరొక ముఖ్యమైన పరిమితి. అలానే సమయాభావం వల్ల, కావాల్సిన సాంకేతిక వనరులు సమయానికి అందుబాటులో లేకపోవడం వలన, ఇతర అనుకోని కారణాల వల్ల చిత్రీకరణలో అకస్మాత్తుగా మార్పులు చేయాల్సి వుంటుంది.

మసీదులో ప్రార్థన చేస్తున్న రహీమ్‌కి అకస్మాత్తుగా దూరంగా నేల మీద పడివున్న సెల్ ఫోన్ కనిపించింది. అతనిలో తెలియని కంగారు. ఆ ఫోన్‌లో ఏముందో అని. పై వాక్యాన్ని మసీదులో చిత్రీకరించాలి. షూటింగ్‌కి అన్ని ఏర్పాట్లు పూర్తి చేసుకున్న తర్వాత మసీదులో షూటింగ్ చేయడానికి అనుమతి లభించడం లేదని తెలిసిందనుకోండి! అప్పటికప్పుడు ఆ దృశ్యాన్ని మసీదు కాకుండా అనుకున్న ఇతివృత్తంలో ఎలాంటి మార్పూ చేయకుండా వేరే స్థలంలో చిత్రీకరించడానికి రచయిత మార్గాలు ఆలోచించాలి.

12.3 కార్యక్రమాలు - రచన

టెలివిజన్‌కు రచన చేయడానికి కొన్ని నిర్దిష్టమైన పద్ధతులు అమల్లో వున్నాయి. న్యూస్ ప్రోగ్రామ్స్, వ్యాఖ్యాత (ఏంకర్)తో టెలిఫోన్ ముచ్చట్లు, ఉత్తరాలు చదవడం, ప్రముఖులతో ఇంటర్వ్యూలు నిర్వహించడం మొదలైన కార్యక్రమాలకు ఒక పద్ధతిలో రచన చేయాల్సి వుంటుంది. ఇలాంటి కార్యక్రమాలకి రచన కొంత మేరకు సులభంగా వుంటుంది. ఇవన్నీ స్టూడియోలో నాలుగు గోడల మధ్య షూట్ చేసేవే! అదికూడా ఒకటి రెండు యాంగిల్స్ కంటే కెమెరాని ఎక్కువ మార్చరు. రచనని వ్యాసం లాగా రాసుకుంటూ వెళ్లవచ్చు. ఇంటర్వ్యూ లాంటి కార్యక్రమాలకు ఎలాంటి ప్రశ్నలుంటే బాగుంటుందో ముందుగా అనుకొని ఒకదాని తర్వాత ఒకటి రాసుకుంటూ వెళ్లవచ్చు. ఇంటర్వ్యూ లాంటి కార్యక్రమాలలో అతిథి ఏం సమాధానం చెబుతారో మనకు తెలియదు కాబట్టి సంభాషణ ఎలా కొనసాగుతుందో అంచనా వేయడం కొంచెం కష్టం. అయితే అలాంటి సందర్భాలలో కూడా అతిథి ఎలాంటి సమాధానం చెబుతారో అంచనా వేయడానికి ప్రయత్నించాలి. ఇవాళ తెలుగులో వున్న అనేక న్యూస్ ఛానల్స్ ఈ పద్ధతిని పాటిస్తున్నాయి. ఫలానా సమాధానం చెబితే ... ఆ తర్వాత ప్రశ్న ఎలా వుండాలీ అన్నది కూడా ఆలోచించి ప్రశ్నావళి తయారు చేస్తున్నారు. ఉదాహరణకి ఒక రాజకీయ నాయకుడ్ని ఇంటర్వ్యూకి పిలిచి మీ పార్టీకి పది సీట్ల కంటే ఎక్కువ రావంటున్నారు! మీరేమంటారు?' అన్న ప్రశ్న వేశామనుకోండి. సమాధానం అవును అనవచ్చు. లేదా అది అబద్ధం అనొచ్చు. అవునూ అంటే తర్వాత ప్రశ్న ఎలా వుండాలో, అబద్ధం అంటే తర్వాత ప్రశ్న ఎలా వుండాలో ముందుగానే ఊహించి రాయగలగడం రచయిత ప్రతిభకు నిదర్శనం.

12.3.1 వార్తలు, వార్తా కథనాలు

వార్తలు నేరుగా ప్రసారమౌతాయి. న్యూస్ రీడర్ ఒకటికి రెండుసార్లు చదువుకోవడం తప్ప ప్రత్యేకంగా రిహార్సల్స్ అంటూ వుండవు. ఎటువంటి పొరపాట్లూ జరగకుండా వుండాలంటే వార్తలకు సంబంధించిన పూర్తి స్క్రిప్ట్ అవసరం వుంటుంది. ఒక వార్త తర్వాత మరో వార్త వివరంగా రాయాలి. వార్తలకు సంబంధించి మధ్య మధ్యలో చూపించే దృశ్యాలు / ఫిలిం క్లిప్స్‌ని ఇన్‌సర్ట్స్ (Inserts) అంటారు. ఇలాంటి ఇన్సర్ట్స్ అన్నిటికీ వరుస సంఖ్య ఇచ్చుకుంటూ వెళ్లాలి. ప్రతి ఇన్ సెర్ట్ ఎక్కడ ప్రారంభమై ఎక్కడ ముగుస్తుందీ, ఒక్కో ఇన్‌సెర్ట్ ఎంత సమయం చూపించాలి మొదలైన వివరాలు రాయాలి. అలాగే ప్రతి వార్తనూ న్యూస్ రీడరే చదువుతారా లేక వార్తా కథనానికి నేపథ్యంలో వ్యాఖ్యానమున్నదా? (వాయిస్ ఓవర్) లేక వీడియో టేప్ మీదనే వ్యాఖ్యానమున్నదా? ... మొదలైన వివరాలని పొందుపరచాలి.

BRAOU

12.3.2 సృజనాత్మక కార్యక్రమాలు

కథనం వున్న డాక్యుమెంటరీలు / టెలిఫిల్మ్ / సీరియల్స్ / నాటకాలు మొదలైన ప్రక్రియలకు రచన కొంత భిన్నంగా సాగుతుంది. వీటిల్లో కథనం వుంటుంది. పాత్రలు వుంటాయి. వ్యాఖ్యానం వుంటుంది. సంభాషణలు వుంటాయి. లొకేషన్స్ మారుతుంటాయి. ఇలాంటి వాటికి రచనని మూడు దశలుగా విడదీసి చేయడం జరుగుతుంది.

1. కథా రచన:

ఇది మొదటి దశ. ఈ దశలో రచయిత చెప్పదలుచుకున్న కథని సంక్షిప్తంగా రాసుకోవాలి. ఆ కథకి ఒక ప్రారంభం, ఒక మధ్య భాగం, ఒక ముగింపు వుండేటట్లుగా పూర్తిచేయాలి. దానితో రచయిత మనసులో వున్న రకరకాల భావాలన్నీ ఒక స్పష్టమైన రూపం తీసుకుంటాయి. ఇదీ మన కథ, దీని ద్వారా మనం ఇది చెప్పదలుచుకుంటున్నాం అనే విషయాలు రచయితకి స్పష్టమౌతాయి. నిజాయితీ పరుడు నాగన్న కట్టెలు కొడుతూ తన గొడ్డలిని నదిలో పడవేసుకున్నాడు. నదిలో నుంచి దేవత ప్రత్యక్షమై ఇదేనా నీ గొడ్డలి అని బంగారు గొడ్డలి చూపిస్తే కాదన్నాడు. నాగన్న నిజాయితీకి మెచ్చి దేవత ఇనుప గొడ్డలితో పాటు బంగారు గొడ్డలి కూడా బహూకరించింది. ఈ విషయం తెలిసిన ఆశపోతు అంజయ్య తన గొడ్డలి కూడా నదిలో పారేశాడు. దేవత ప్రత్యక్షమై బంగారు గొడ్డలి చూపగానే అది తనదే అన్నాడు. దేవతకి కోపం వచ్చి అంజయ్య పారేసుకున్న అసలు గొడ్డలి కూడా ఇవ్వకుండా మాయమౌతుంది. అంజయ్య గొల్లుమన్నాడు. ఇది

ఒక సంక్షిప్త కథ. ఎక్కువ వివరాలూ, వర్ణనలూ లేకుండా సూటిగా చిన్నదిగా ముందు కథ రాసుకోవాలి. రచయిత రాయబోయే పూర్తి నిడివి కలిగిన కథకీ, కథనానికీ ఇది మాతృక లాగా పనిచేస్తుంది. అలానే టెలివిజన్ రంగంలో రచయితతో పాటు పనిచేస్తున్న ఇతర విభాగాల ముఖ్యులైన నిర్మాత, దర్శకుడు మొదలైన వారితో చర్చించడానికి కూడా ఈ సంక్షిప్త కథ పద్ధతి ఎంతో ఉపయోగకరంగా వుంటుంది. సంక్షిప్త కథ మీద దర్శకుడు, నిర్మాత తమ అభిప్రాయాలు తెలియజేశాక రచయిత ఇక రచనకి సంబంధించి రెండో దశ పని ప్రారంభించవచ్చు.

2. దృశ్యమాలిక తయారీ (సింగిల్ లైన్ ఆర్డర్):

సంక్షిప్త కథని ఆధారం చేసుకొని రచయిత ఒక దృశ్యమాలిక తయారు చేసుకోవాలి. దృశ్యమాలిక అనే పదాన్ని ఇంచుమించు ఇదే అర్థంలో 'స్టోరీ బోర్డ్'గా ఇంగ్లీష్‌లో చెబుతారు. అయితే స్టోరీబోర్డ్‌లో చిత్రీకరించబోయే దృశ్యాన్ని కెమెరా పరిభాషలో వర్ణిస్తారు. ఈ దృశ్యానికి అవసరమైవచ్చే శబ్దాన్ని, సంభాషణను పొందుపరుస్తారు. అరఠావు సైజు కాగితం నిలువులో ఎడమ వైపు దృశ్యం, కుడివైపు శబ్దాలు, సంగీతం, మాటలకు సంబంధించి సూచనలు ఉంటాయి. కెమెరా పరిభాషను వాడుతారు కాబట్టి కెమెరామెన్‌కు, దర్శకుడికి, ఇక్కడ సభ్యులకి ఇది పూర్తిగా అర్థం అవుతుంది. అయితే ఇంత సిద్ధాంతపరంగా ఎవరూ వాడటంలేదు. కొన్ని మార్పులతో తమకు అనువైన రీతిలో రూపొందించుకోవడం చూస్తాం.

ఈ దృశ్య మాలిక విషయానికొద్దాం. ఇక్కడ మొత్తం ఎన్ని సన్నివేశాలు తెర మీద చూపించబోతున్నామో, ఏఏ సన్నివేశంలో కథ ఏం జరుగుతుందో ఒకటి రెండు వాక్యాలలో రాసుకోవాలి. ఒక సన్నివేశం తర్వాత మరో సన్నివేశం వివరించుకుంటూ వాటికి వరుస సంఖ్య ఇచ్చుకుంటూ రాయాలి.

ఉదా: ఎ) నాగన్న పొద్దున్నే నిద్రలేచాడు. తాము అనుభవిస్తున్న పేదరికం గురించి నాగన్న, అతని భార్య బాధపడ్డారు. మంచి వాళ్లకి ఎప్పుడూ మంచి జరుగుతుందని చెప్పి భార్య నాగన్నకి గొడ్డలిచ్చి అడివికి పంపుతుంది.

బి) అడవికి వెళ్లిన నాగన్న చెట్టెక్కి కట్టెలు కొడుతూ కుటుంబాన్ని ఎలా పోషించాలా అన్న ఆలోచనలో పడ్డాడు. అంతలో తన గొడ్డలి జారి నదిలో పడింది.

సి) నాగన్న నది దగ్గరికి వెళ్లి బోరున విలపిస్తుంటాడు. తనకి జీవనాధారమైన గొడ్డలి కూడా పోయిందని, అంతలో దేవత ప్రత్యక్షమౌతుంది.

ఇలా కథని వివిధ దృశ్యాలుగా రాసుకుంటూ వెళ్లాలి. అనుకున్న సంక్షిప్త కథని పొడిగించుకుంటూ, మిగిలిన పాత్రలనీ, సంఘటనా స్థలాలనీ పేర్కొంటూ దృశ్యమాలిక రాసుకోవాలి. అలా కథ మొత్తాన్ని దృశ్యాలుగా వర్గీకరించుకొని రాసుకుంటూపోతే కథ మొత్తం పూర్తయ్యేసరికి దాదాపు పది పదిహేను దృశ్యాలు వస్తాయి. సంక్షిప్త కథలో ఐదారు వాక్యాలలో పూర్తయిన కథ దృశ్యమాలికకి వచ్చేసరికి మరింత వివరంగా సాగుతుంది. ఇలా చేయడం ద్వారా కథ నడక ఎలావుండబోతుందీ? ఏ సన్నివేశంలో ఎవరెవరు వుంటారు? ఏ సన్నివేశం ఎక్కడ జరుగుతుంది? ఒక్కో సన్నివేశం యొక్క నిడివి ఎంత వుండబోతుంది? మొదలైన వివరాలు తెలుస్తాయి. ఒకరకంగా కెమెరాతో చిత్రీకరించబోయే పూర్తిస్థాయి రచనకి ఇది బ్లూ ప్రింట్‌లా పనిచేస్తుంది.

3. సంభాషణా రచన:

దృశ్యమాలిక పూర్తయిన తర్వాత ప్రతి సన్నివేశానికి సంభాషణ రాయాలి. సంభాషణ రాసేటప్పుడు, మొత్తం కథలో ఆ సన్నివేశానికున్న ప్రాధాన్యతని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. లేకపోతే అంతగా ప్రాముఖ్యత లేని సన్నివేశంలో సంభాషణల నిడివి ఎక్కువవడం, బాగా ప్రాధాన్యత వున్న సన్నివేశంలో సంభాషణ ఒకటి రెండు మాటలతో ముగించేయడం లాంటి ప్రమాదాలు జరుగుతాయి. వీటితో పాటు ఆయా సన్నివేశాలలో వున్న ప్రధానమైన రసం లేదా ఉద్వేగం ఎలాంటిదో గమనంలో వుంచుకోవాలి. పైన చెప్పుకున్న ఉదాహరణలో మొదటి సన్నివేశంలో భార్యాభర్త ఇద్దరు తమ పేదరికం గురించి బాధ పడుతారు. ఆ తర్వాత కథలో వారి పేదరికాన్ని పోగొడుతూ దేవత బంగారు గొడ్డలి ఇస్తుంది. కాబట్టి మొదటి సన్నివేశంలో పేదరికానికి సంబంధించిన బాధ వాళ్ల మాటల్లో ప్రతిఫలించాలి. అలా మొత్తం సన్నివేశాలకీ సంభాషణలు పూర్తిచేయాలి. దానితో రచయితకి సంబంధించిన పని పూర్తయినట్టుగానే భావించవచ్చు. అయితే ఇలా సంభాషణలు రాసే ముందు, రచన ఈ స్క్రిప్ట్ పేజీ విధానంలో రాయడం అవసరం.

BRAOU

12.4 పేజీ విభజన విధానం

పేజీని, (సాధారణంగా ఫుల్‌స్కేపు పేజీని) నిలువులో రెండుగా విభజిస్తారు. విభజించిన తర్వాత పేజీ కుడి, ఎడమవైపు భాగాలు ఏర్పడ్డాయి. దీన్నే స్ప్లిట్ పేజీ విధానంగా పేర్కొంటారు. పేజీని నిలువుగా రెండుగా విభజించి రచనకు వాడుకోవడమే ఇక్కడ ఉద్దేశం. పరీక్ష రాసేటప్పుడు స్కేల్‌తో పేజీకి ఎడంవైపు ఒక మార్జిన్ గీసుకుంటాం. ప్రశ్న తాలూకు సంఖ్యని ఆ మార్జిన్‌లో వేస్తాం. అదొక ఫార్మెట్. ఆ ఫార్మెట్‌లో పరీక్ష రాయడంవల్ల పరీక్ష పత్రాలని చదివే టీచర్‌కి అత్యంత సులభంగా అర్థమవుతుంది. అలాగే మీడియా రచన చేయడానికి కూడా ఒక ఫార్మెట్ వుంది. ది ఫార్మెట్ 'స్టోరీబోర్డ్' ఫార్మెట్‌ను పోలింది. ఇంచు మించు ఈ ఫార్మెట్ ఆచరణ ఉద్దేశాలు ఒకటిగా కనిపిస్తాయి. ఒక విధంగా స్టోరీబోర్డు కొనసాగింపుగా దీన్ని పేర్కొనవచ్చు.

అనేక సంవత్సరాలుగా అటు సినిమా రంగంలోనూ, ఇటు టెలివిజన్ రంగంలోనూ ఆ ఫార్మెట్ అందరూ పాటిస్తున్నారు. ఈ ఫార్మెట్‌లో పేజీని నిలువుగా సగానికి మడుస్తారు. లేదా పేజీకి మధ్య భాగంలో నిలువుగా ఒక గీత గీస్తారు. దానితో పేజీ మొత్తం రెండు భాగాలవుతుంది. ఎడం చేయి వైపున వున్న భాగంలో సన్నివేశానికి సంబంధించిన వివరాలు, పాత్రల పేర్లు, వాళ్ల కదలికలూ, కెమెరా మూమెంట్లూ, షాట్ ఎలా వుండబోతుందీ ... ఇలా ఒకటేమిటి తెర మీద ఏమేమయితే కనిపించాలనుకుంటున్నామో అదంతా రాయాలి. కుడివైపు కేవలం పాత్రలయొక్క సంభాషణలు రాయాలి. పైన చెప్పుకున్న కథనే ఉదాహరణగా తీసుకుంటే పై కథకి ఈ కింది పద్ధతిలో రచన చేయాల్సి వుంటుంది.

సీన్: 1

నాగన్న ఇల్లు / తెల్లవారు జాము / గుడిసె బయట నాగన్న మంచం మీద కూర్చొని దీర్ఘాలోచనలో వున్నాడు. గుడిసె లోపలి నుంచి అతని భార్య గంజి గిన్నె తీసుకొని నాగన్న దగ్గరికి వస్తూ ...	
భార్య:	ఏందయ్యా! పొద్దున్నే అంత దిగాలుగా కూకున్నావ్?
నాగన్న దిగులుగా	
నాగన్న:	ఏం చెప్పమంటావే! ఎంత కష్టపడి పొద్దున్నుంచి రాత్రిదాకా కట్టెలు కొట్టినా ... కడుపు నిండటం లేదు. ఇది తప్ప నాకు వేరే పనిచాతకాదు. ఏం చెయ్యాలో పాలుపోకుండా వుంది.
నాగన్న భార్య భర్తకి ధైర్యం చెబుతూ ...	
భార్య:	ఎందుకయ్యా బాధపడతావు? కష్టాలు మనుషులుక్కాక నువ్వు కొట్టే కట్టెలకొస్తాయా [illegible]నీ కాదు. నీ కొచ్చిన పని నువ్వు చెయ్యి. నేన[illegible] కొద్దో గొప్పో ఎనకేస్తా! ఎవర్నీ అడ[illegible] మన కష్టం తో మనం బతుకుతున్నాం. అందుకు సంతోషించు.
నాగన్న కొంత అసంతృప్తితో ...	
నాగన్న:	కానీ ఎన్నాళ్లిట్లా! పుట్టిన దగ్గర్నుంచీ కట్టెలు కొడుతూనే వున్నా! ఎవ్వరికీ ఏ అన్యాయం చేయలేదు. ఎంత కష్టమొచ్చినా ఎప్పుడూ అబద్ధం చెప్పలేదు. ఎందుకో దేవుడు నన్ను చిన్నచూపు చూశాడు.

BRAOU

భార్య:	అలా అనుకోవద్దు. మంచి వాళ్లకి ఎప్పుడూ మంచేచేస్తాడు ఆ పైవాడు. ఇవన్నీ మర్చిపోయి ... ముందు కాస్త ఈ గంజి నీళ్లు తాగు.
అంటూ తన చేతిలో వున్న గంజిగిన్నె భర్తకి ఇస్తుంది.	
ఎంతో రుచిగా వున్న ఆ గంజ తాగుతూ నాగన్న ...	
నాగన్న:	ఆహా! గంజి కూడా పరమాన్నంలాగా చేశావ్! ఇక సాయంత్రం దాకా ఆకలేవేయదు.
నాగన్న మాటలకు భార్య ఆనందపడుతుంది. నాగన్న లేచి గుడిసె పక్కనే వున్న గొడ్డలి భుజాన పెట్టుకొని ...	
నాగన్న:	వస్తా! జాగ్రత్త.
అంటూ బయటకు కదిలాడు	
- కట్ టు-	

దృశ్యమాలికలో వున్న రెండు మూడు వాక్యాల దృశ్యాన్ని రచయిత పై విధంగా ఊహించి, తన సృజనాత్మకతనూ, వాస్తవికతనూ జోడించి, ఆ పాత్రల స్వభావాలకూ, వయసుకూ, ఆర్థిక, సామాజిక పరిస్థితులకూ అద్దం పడుతూ సంభాషణలు రాయాల్సి వుంటుంది. టెలివిజన్ / సినిమా రంగాలలో ఒక అంశాన్ని దృశ్యీకరించడానికి అనేక మంది అవసరమౌతారు. రచయిత, దర్శకుడు, కళా దర్శకుడు, కాస్ట్యూమ్స్ శాఖవారు ... ఇలా అందరూ కలిసి ఒక అందమైన దృశ్యాన్ని సృష్టిస్తారు. అయితే ఇక్కడ గుర్తుంచుకోవలసిన అంశం ఏమిటంటే అందరికంటే ముందే ఒక అంశాన్ని తన మదిలో ఊహించుకోవలసింది రచయిత. రచయిత మనస్సులో పుట్టిన ఒక ఆలోచనని తానే మొదట ఒక దృశ్యంగా ఊహించుకొని మిగిలిన జట్టు సభ్యులతో చర్చిస్తారు. ఆ తర్వాత దర్శకుడూ, నిర్మాత, ఇతర సాంకేతిక నిపుణులూ ఆ దృశ్యాన్ని మరింత పదును పెడతారు. లేదా చిన్న చిన్న మార్పులూ చేర్పులూ చేస్తారు. అందుకే ఈ రంగంలో రచయితలకి ఎక్కువ గౌరవం వుంటుంది. ఉదాహరణకి పైన చెప్పుకున్న గొడ్డలి కథనే తీసుకుందాం. మొదటి దృశ్యం నాగన్న ఇంటిలో జరుగుతుంది. ఆ ఇల్లు ఎలా వుంది? అది పెంకుటిల్లా? పూరిగుడిసా? నాగన్న వేసుకున్న బట్టలు ఎలా వున్నాయి? ఆయన వయసు ఎంత వుంటుంది? భార్య వయసు ఎంత వుంటుంది? ఇలాంటి సూక్ష్మమైన అంశాల గురించి కూడా రచయిత ఆలోచించాలి. అప్పుడు రచయిత చెప్పే కథ మీద నమ్మకం విశ్వసనీయత పెరుగుతుంది. మిగిలిన జట్టు సభ్యులకు కూడా ఊహించుకోవడానికి సులభంగా వుంటుంది.

BRAOU

12.5 వివిధ ప్రక్రియల రచన: కొన్ని మెళకువలు

పైన వివిధ రకాల ప్రక్రియలకు రచన చేసే పద్ధతి గురించి చర్చించుకున్నాం. రచనా పద్ధతి ఒక్కో ప్రక్రియకి ఒక్కోలా వుంటుందని తెలుసుకున్నాం. అయితే ప్రక్రియ ఏదైనా కానివ్వండి అన్నిటిలోనూ పాటించాల్సిన నియమాలూ, తెలుసుకోవలసిన మెళకువలూ కొన్ని వున్నాయి.

12.5.1 సరళత (Simplicity)

టెలివిజన్‌కున్న ప్రధానమైన నైజం ట్రాన్సియంట్ (Transient)గా వుండటం. అంటే కళ్లు మూసి తెరిచేలోపు దృశ్యం మారిపోయే అవకాశం వున్న మాధ్యమం అది. దృశ్యంతో పాటు శబ్దం కూడా అంతే! తెర మీద జరుగుతున్న దృశ్యాన్ని ప్రేక్షకుడు దృశ్యం ఎంత వేగంగా సాగుతుందో అంతే వేగంగా అర్థం చేసుకోవాలి. అందుకే వినగానే అర్థమయ్యే

భాష వాడాల్సిన అవసరం టెలివిజన్ మాధ్యమంలో చాలా ఎక్కువ. వాక్యం రాసిన తర్వాత అందులో కష్టంగా వున్న పదాలను తీసివేసి దాని స్థానంలో సులభంగా అర్థమయ్యే పర్యాయపదాలను చేర్చాలి. 'నిన్ను ఎప్పుడు కలుస్తానా అని నా మనసు ఉవ్విళ్లూరుతుంది' అనటం కంటే 'నిన్ను ఎప్పుడు కలుస్తానా అని నా మనసు ఆరాటపడుతుంది' అనటం కాస్త మెరుగ్గా వుండొచ్చు. వీలైనంత చిన్న వాక్యాలు, సరళమైన భాష ఉపయోగించాలి. వాక్యాల మధ్య క్లిష్టత లేకుండా చూడాలి. ఇది సరళమైనదీ, ఇది క్లిష్టమైనదీ అని రచయితకు విడమరచి చెప్పడానికి కొన్ని సందర్భాలలో ఎవరూ వుండరు. రాస్తున్న రచయితే తనకు తానే ఆ ప్రశ్న వేసుకుంటూ వుండాలి. ఒకరికి చాలా సులభంగా అనిపించిన పదం ఇంకొకరికి కష్టంగా అనిపించవచ్చు. ఇలాంటప్పుడు ఆ పదం ఎంత మేరకు వాడుకలో వుందా అని ఆలోచించడమే మార్గం.

12.5.2 ధారాళమైన శైలి (Easy Flow)

కార్యక్రమంలో వేరు వేరు భాగాలుండవచ్చు. ఒక విషయంలో వేరు వేరు దశలు వుండవచ్చు. రచయిత ఈ విషయాన్ని దృష్టిలో వుంచుకొని ఒక భాగానికీ రెండో భాగానికీ, ఒక అంశానికీ, రెండో అంశానికీ మధ్య మార్పు అతి సహజంగా జరిగినట్టు రాయాలి. ఒకదానికొకటి అతికించినట్టు వుండకూడదు. అవసరమైతే తప్ప పునరుక్తి వుండకూడదు. ఏ అంశంతో కార్యక్రమం ప్రారంభిస్తున్నాం. ఆ తర్వాత ఏ అంశం గురించి మాట్లాడుతున్నాం. చివరికి ఏ అంశం చెప్పి ముగిస్తున్నాం అనేది ముందుగానే ఆలోచించుకొని రాయాలి.

'నా పేరు సాహితీ. మాది కరీంనగర్. మా నాన్న గారి పేరు కృష్ణమూర్తి. నా వయసు ఇరవై మూడు. కరీంనగర్‌లో నేను గవర్నమెంట్ కాలేజీలో చదువుకున్నాను.' ఈ వాక్యంలో కష్టమైన పదాలు ఏవీలేవు. సులభంగానే ప్రేక్షకులకు అర్థమౌతుంది. వినడానికి కూడా బాగానే వుంది. అయితే శైలి హాయిగా లేదు. 'నా పేరు సాహితీ. మా నాన్నగారి పేరు కృష్ణమూర్తి. నా వయసు ఇరవై మూడు. మాది కరీంనగర్. కరీంనగర్ గవర్నమెంట్ కాలేజీలో చదువుకున్నాను...' ఇలా ఒక చిన్న మార్పు చేస్తే వాక్యం మరింత అర్థవంతంగా, సులభంగా మనసుకు చేరుతుంది. వాక్యానికి వాక్యానికీ మధ్య తర్కబద్ధమైన సంబంధం వుండేలా చూసుకోవాలి.

12.5.3 చైతన్యవంతమైన శైలి (Lively Style)

పత్రికలకు చదివేందుకు రాస్తాము. టెలివిజన్‌కు వినడానికీ, చూడడానికీ రాస్తాము. ఈ వ్యత్యాసం గుర్తించాలి. టెలివిజన్‌లో దృశ్యాలు అనుక్షణం మారుతూ వుంటాయి. గతిశీలత (డైనమిసమ్) వాటి లక్షణం. జరిగిపోయిన దాన్ని వర్ణిస్తున్నట్టు కాక జరుగుతున్న దాన్ని వివరిస్తున్నట్టు రాయాలి. అందువల్ల క్రియా పదాల ఎన్నికలో చైతన్య శీలత ప్రధానంగా వుండాలి. చేతననూ, గమనాన్నీ సూచించే క్రియా పదాలను (Active Verbs) ఎన్నుకోవాలి. ఉదాహరణకి 'బెలూన్లు పిల్లలకు చాలా ఇష్టమైన వస్తువులు' అనడం కంటే 'పిల్లలకు బెలూన్లంటే చాలా ఇష్టం' అని రాయాలి.

12.5.4 స్వాభావికమైన శైలి (Spontaneous Style)

ఇవాళ ప్రింట్ మీడియా చేయలేని అనేక ప్రయోగాలు టెలివిజన్ మీడియా చేయగలుగుతోంది. ప్రామాణిక భాషతో పాటు, అవసరాన్ని బట్టి మాండలికాలు, సామెతలు, పొడుపు కథలూ విస్తృతంగా టెలివిజన్‌లో మనకు వినిపిస్తున్నాయి. సాధారణ ప్రజలు మాట్లాడుకునే భాషను టెలివిజన్‌లో ఎక్కువ వాడుతున్నారు. మ్యూజిక్ ఛానల్స్‌లో యువత అత్యంత సహజసిద్ధంగా, ఎవరో బాగా దగ్గర స్నేహితులతో మాట్లాడుతున్నట్టు ప్రేక్షకులతో మాట్లాడుతున్నారు. యువతకున్న సహజమైన స్వభావాన్ని దృష్టిలో వుంచుకొని సంభాషణలు రాస్తున్నారు. ఎక్కడా కృత్రిమత్వం కనిపించడంలేదు.

మనం మాట్లాడేటప్పుడు మాటల మధ్యలో ఎలా నవ్వుతామో, ఎలా వాక్యాన్ని మధ్యలోనే ఆపేస్తామో గమనించండి. టెలివిజన్‌కు అలా రాయాలి. అయితే ఇక్కడ నైతిక పరమైన అంశాలు కొన్ని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. మనం రోజువారి జీవితంలో అనేక పదాలను విరివిగా వాడుతుంటాం. వాడుకలో వున్న పదాలే కదా అని అవే పదాలు టెలివిజన్ రచనలో వాడకుండా జాగ్రత్త వహించాలి. ఉదాహరణకి 'నీ యెంకమ్మ' అనే పదం చాలా సర్వసాధారణ పదం అయిపోయింది. అయినంత మాత్రాన అలాంటి పదాలూ, స్త్రీలనీ, కులాలనీ, జాతులనీ, ప్రాంతాలనీ ఇబ్బంది

BRAOU

పెట్టే పదాల్ని రాయకుండా చూసుకోవాలి. ప్రేక్షకుల సమూహంతో మాట్లాడుతున్నట్టు కాకుండా వారితో వ్యక్తిగతమైన పరిచయం వున్న వారిలా, వారికి మరింత దగ్గరయ్యే విధంగా రాయడం ఎంతో అవసరం. అంతమాత్రం చేత వ్యక్తిగత స్థాయిలో మనం వాడే పదాలను మాధ్యమంలోకి తీసుకుర్రాకూడదు. భాషకున్న గౌరవాన్ని, ఆ జాతికున్న మర్యాదని రచయితలు పెంచకపోయినా కనీసం కాపాడాలి.

12.5.5 ప్రారంభం, ముగింపు

కార్యక్రమం ప్రేక్షకులను ఆకట్టుకోవాలన్నా, కొంత కాలం గుర్తుండాలన్నా చక్కని ప్రారంభం, గట్టి ముగింపు అవసరం. ఏ ప్రక్రియలో రచన చేస్తున్నా కొత్త దనం కోసం ఆలోచించాలి. ప్రేక్షకుల ముందు వందల చానల్స్ వున్నప్పుడు వాళ్ల మిగిలిన ఛానల్స్ జోలికి పోకుండా మన కార్యక్రమమే చూడాలంటే ఆ కార్యక్రమం ఎత్తుగడే చాలా ఆసక్తికరంగా వుండాలి. ఎంత మంచి ఎత్తుగడతో కార్యక్రమాన్ని ప్రారంభించామో అంతే ఆసక్తిని చివరి వరకూ కొనసాగించాలి. అప్పుడే ప్రేక్షకులు కార్యక్రమాన్ని చివరివరకూ చూసే అవకాశం వుంటుంది. అలాగే కార్యక్రమం ముగింపు అర్థవంతంగా, స్ఫూర్తిదాయకంగా వుంటే ప్రేక్షకులను ఆలోచింపచేస్తుంది. ప్రేక్షకులను ఆలోచింపజేసే కార్యక్రమాలే వారి మీద ప్రభావాన్ని చూపించగలుగుతాయి.

అభ్యాసం-1

స్ప్లిట్ పేజీ విభజన విధానం గురించి రాయండి.

____

____

____

____

అభ్యాసం-2

టెలివిజన్ రచనలో ప్రారంభం, ముగింపు ఎలా ఉండాలో వివరించండి.

____

____

____

____

12.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- టెలివిజన్‌కు వార్త, వ్యాసం, కథ, నవల ఏదైనా రాయడం ఒక ప్రత్యేకమైన నైపుణ్యం.
- ఒక్కో రకమైన కార్యక్రమానికి ఒక్కో వర్గం ప్రేక్షకులు ఉంటారు. ఆయా ప్రేక్షకుల స్థాయినీ మనం చెప్పదలుచుకున్న అంశం తాలూకు భావననీ మిళితం చేస్తూ టెలివిజన్ రచన సాగాలి.
- స్ప్లిట్ పేజీ విధానం టెలివిజన్ రచనలో ఉంటుంది. అంటే పేజీని రెండు భాగాలుగా చేసి ఎడం చేయి వైపున భాగంలో సన్నివేశానికి సంబంధించిన వివరాలు పాత్రల పేర్లు, వాళ్ల కదలికలు, కెమెరా మూమెంట్లూ, మొదలైనవి. కుడివైపు భాగం కేవలం పాత్రల సంభాషణలు రాయాలి.

BRAOU

- టెలివిజన్ రచనలో పాటించాల్సిన కొన్ని మెళకువలు: 1. సరళత, 2. ధారాళమైన శైలి, 3. చైతన్యవంతమైన శైలి, 4. సహజమైన, స్వాభావికమైన శైలి, 5. చక్కటి ప్రారంభం, పటిష్టమైన ముగింపు.

12.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. టెలివిజన్ రచన తీరుతెన్నులను వివరించండి.
2. టెలివిజన్ ప్రక్రియను బట్టి రచన విధానాన్ని పేర్కొనండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. టెలివిజన్ ప్రక్రియా రచనలోని కొన్ని మెళకువలను పేర్కొనండి.
2. టెలివిజన్ సంభాషణా రచన విధానాన్ని పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఒక పేజీకి మధ్య భాగంలో నిలువుగా గీత గీయటం ద్వారా పేజీ రెండు భాగాలవుతుంది. ఎడం చేయి వైపున భాగంలో సన్నివేశానికి సంబంధించిన వివరాలు పాత్రల పేర్లు, వాళ్ల కదలికలూ, కెమెరా మూమెంట్లూ, షాట్ ఎలా ఉండబోతుంది... ఇలా ఒకటేమిటి తెరమీద ఏమైతే కనిపించాలనుకుంటున్నామో అదంతా రాయాలి. కుడి వైపు కేవలం పాత్రల యొక్క సంభాషణలు రాయాలి. దీనినే స్క్రిప్ట్ పేజీ విధానం అంటారు. దీనిని అనేక సంవత్సరాలుగా అటు సినిమా రంగంలోనూ, ఇటు టెలివిజన్ రంగంలోనూ పాటిస్తున్నారు.
2. టెలివిజన్ కార్యక్రమం ప్రేక్షకులను ఆకట్టుకోవాలన్నా, కొంత కాలం గుర్తుండాలన్నా చక్కని ప్రారంభం, పటిష్టమైన ముగింపు అవసరం. ఏ ప్రక్రియలో రచన చేస్తున్నా కొత్త దనం కోసం ఆలోచించాలి. ప్రేక్షకుల ముందు వందల ఛానల్స్ ఉన్నప్పుడు వాళ్ళు మిగిలిన చానల్స్ జోలికి పోకుండా మన కార్యక్రమమే చూడాలంటే ఆ కార్యక్రమం ఎత్తుగడే చాలా ఆసక్తికరంగా ఉండాలి. ఎంత మంచి ఎత్తుగడతో కార్యక్రమాన్ని ప్రారంభించామో అంతే ఆసక్తిని చివరి వరకూ కొనసాగించాలి. అప్పుడే ప్రేక్షకులు కార్యక్రమాన్ని చివరి వరకూ చూసే అవకాశం ఉంటుంది. అలాగే కార్యక్రమం ముగింపు అర్థవంతంగా, స్ఫూర్తిదాయకంగా ఉంటే ప్రేక్షకులను ఆలోచింప జేస్తుంది. ప్రేక్షకులను ఆలోచింపజేసే కార్యక్రమాలే వారి మీద ప్రభావాన్ని చూపించగలుగుతాయి.

BRAOU

భాగం-13 సినిమాలు

విషయక్రమం

13.0 ఉద్దేశం

13.1 ప్రవేశిక

13.2 సినిమా ఆవిర్భావం

13.3 దక్షిణ భారతదేశ సినిమా

13.4 సాంఘిక ప్రయోజనంతో వచ్చిన సినిమాలు

13.5 తెలుగు సినిమాపై నాటకాల ప్రభావం

13.6 సంగీత ప్రధాన చిత్రాలు

13.7 సాంకేతిక పరిజ్ఞానం - ప్రభావం

13.8 డబ్బింగ్ సినిమాలు

13.9 సినిమా - లక్ష్యం, లక్షణం

13.10 భాషలో వచ్చిన పరిణామం

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

13.11 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

13.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

13.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- సినిమా నిర్మాణం, రూపకల్పన, ఆవిర్భావ వికాసాలు
- సమాజంపై సినిమాల ప్రభావం
- సినిమాల నిర్మాణం, సాంకేతికత, భాష వినియోగంలో వచ్చిన మార్పులు

13.1 ప్రవేశిక

తెరపైన కదిలే బొమ్మలు మాట్లాడటం, పాటలు పాడటం, ఫైట్స్ చేయడం, గ్రాఫిక్స్ ద్వారా అద్భుతాలు సృష్టించడం [illegible] ఆశ్చర్యమూ, అపూర్వమైన వి[illegible]నే. దాదాపు ఎనిమిది దశాబ్దాలుగా నిరంతరం సినిమా ప్రేక్షకులను అలరిస్తూనే ఉంది. ప్రజల నిత్య జీవితంలో సినిమా అంతర్భా[illegible]ంది. సినిమా గురించి తెలియనివారు, దాన్ని గురించి మాట్లాడుకోనివారు ఉండరంటే అతిశయోక్తి కాదు. పందొమ్మిదవ [illegible] దశకంలో ఆవిర్భవించిన అద్భుతమైన ప్రక్రియ సినిమా, నిత్య జీవితంలో అనేక సమస్యలతో సతమతమయ్యే మనిషికి దివ్య ఔషధం [illegible]. సినిమా చాలా శక్తివంతమైన మాధ్యమం. మాధ్యమమేకాదు, ప్రసారమాధ్యమాలలో ఒక కీలక నేపథ్యం కలది. ప్రపంచ వ్యాప్తంగా

సినిమాకున్న ఆకర్షణ మరెందులోనూ లేదు. ఈ సినిమాను ఫిల్మ్, మూవీ, చలన చిత్రం అని కూడా అంటారు. ఒక సెకనుకు 24 ఫ్రేములు కదులుతుంది కాబట్టే దీనిని మూవీ అని పిలుస్తున్నారు. మూవీ అంటే 'కదిలేది' అని అర్థం. తెలుగులో మనం చలన చిత్రం అంటున్నాం. సమాజంపై సినిమా ప్రభావం ఎంతుందో అలాగే సినిమాపై కూడా సమాజం ప్రభావం అంతే ఉంది. ఆ తరాన్ని, ఈ తరాన్ని అనే వ్యత్యాసం లేకుండా అందరినీ ఆకట్టుకుంటూ ముందుకు సాగుతోంది. తెలుగు సినిమా ఇవ్వాళ యావత్ ప్రపంచంలోనూ ఉన్న తెలుగు వారందరికీ వినోదాన్ని, విజ్ఞానాన్ని పంచుతోంది. సాహిత్యాన్ని, సంస్కృతిని విస్తరింప చేస్తోంది. తెలుగు భాషా సాహిత్యాలు సినిమాకు ఎనలేని సహకారాన్ని అందిస్తున్నాయి. సినిమా నిర్మాణ అభివృద్ధినిగానీ, నిర్మిస్తున్న సినిమాల సంఖ్యగానీ గమనిస్తే ఈ వాస్తవం మనం అర్థం చేసుకుంటాం.

సినిమాలు, సినిమా నటీనటులు సమాజంలోంచి ఊపిరి పోసుకున్నవారే. సినిమా నిర్మాణ ప్రక్రియలోనూ, నటీనటుల రూపంలో ఉండే మానవ వనరుల కారణంగా భాష ప్రత్యక్షంగా అనేక రూపాల్లో ఒక వాహికగా, ఆంగికాభినయంతో పరోక్షంగా ఒక బలమైన సాధనంగా పరిణమిస్తోంది. భాషా విస్తరణకు అవకాశాలు వేగవంతమవుతున్నాయి. తద్వారా సినిమా నిర్మాణ ప్రక్రియల్లో 'రచన' కొత్తదారుల్లో వెళ్ళుతోంది. సినిమా రచన విభాగంలో ఔత్సాహికులకు ప్రోత్సాహం లభిస్తోంది. ఈ నేపథ్యంలోనే సినిమాను విషయపరంగా, భాషా పరంగా చర్చించే ప్రయత్నం ఈ పాఠ్య భాగంలో చేశాం.

భారత దేశంలో హిందీ చిత్రరంగం తర్వాత ఎక్కువ చిత్రాలను నిర్మిస్తున్నది తెలుగు చిత్రసీమ. భారీ తారాగణంతో, భారీ వ్యయంతో, ఆధునాతన సాంకేతిక నైపుణ్యంతో, అనిర్వచనీయమైన గ్రాఫిక్స్‌తో రంగుల హరివిల్లులా వినోదాన్ని పంచుతోంది. అయితే 1980 నుంచి తెలుగు సినిమా పోకడ చాలా మారిపోయింది. మూస కథలు, ఇతివృత్తాలు, అవే సన్నివేశాలు, దాదాపు ఒకే విధమైన పాత్రలు రావడం మొదలైంది. దురంతాలను, దుష్టులను చాలా ఆకర్షణీయంగా, ఇంకా చెప్పాలంటే బాగా ఎక్కువచేసి చూపిస్తున్నారు. ఇలాంటి చిత్రాలు, లేదా ఆయా చిత్రాలలోని పాత్రల ప్రభావం జనంపై బాగా ఉంటోంది. ముఖ్యంగా యువతరంపై అమితంగా ఉంటోంది. నేర ప్రవృత్తి, దొంగతనాలు, దోపిడీలు, అల్లరి చేయడం, అత్యాచారాలు, హత్యలు, యాసిడ్ దాడులు లాంటివి సినిమాలు చూసి ప్రభావితం చెంది చేయడం దురదృష్టకరం.

సినిమా ఎంత శక్తివంతమైనదంటే సినిమా నటీ, నటులు, రాజకీయ రంగంలోకి ప్రవేశించి దేశాధ్యక్షులు, రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రులు అయిన సంఘటనలు ఎన్నో ఉన్నాయి. అమెరికాలో ఒకనాటి అధ్యక్షుడు రోనాల్డ్ రీగన్, తమిళనాడు మాజీ ముఖ్యమంత్రి ఎం.జి. రామచంద్రన్, ఆంధ్ర ప్రదేశ్ మాజీ ముఖ్యమంత్రి నందమూరి తారక రామారావు, నేటి ప్రతిపక్ష నేతి ఒకనాటి ముఖ్యమంత్రి జయలలిత, నేటి ముఖ్యమంత్రి ఎం. కరుణానిధి వీరందరూ సినిమా రంగం నుంచి రాజకీయాల్లోకి వెళ్ళినవారే. ఇక భారత దేశంలో చాలా రాష్ట్రాల నుంచి శాసన సభ, లోకసభలకు ఎన్నికైన సినిమా నటీనటులు చాలా మందే ఉన్నారు. వీరిలో కేంద్ర, రాష్ట్ర మంత్రులుగా పనిచేసిన వారు ఎంతో మంది ఉన్నారు. అంటే సమాజంపై సినిమా ప్రభావం ఎంత ఉందో, సినిమా నటీనటులంటే ప్రజలలో అంత అభిమానం, ఆరాధనాభావం ఉందో దీనిని బట్టి తెలుసుకోవచ్చు.

13.2 సినిమా ఆవిర్భావం

1877వ సంవత్సరంలో నిశ్చలన చిత్రాలను ఒక క్రమ పద్ధతిలో పేర్చి ఆయా చిత్రాలను కదిలిస్తే అవి కదులుతాయని ఇంగ్లండ్ దేశస్థుడు ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జి నిరూపించాడు. ఇదే సంవత్సరం ఇదే దేశానికి చెందిన ఫ్రీజ్‌గ్రీప్ కెమెరాను కనిపెట్టాడు. 1890లో థామస్ అల్వా ఎడిసన్, 1892లో ఎమిలీ రేనాల్డ్ ప్రొజెక్టర్లను కనిపెట్టారు. 1895లో ఉడ్‌విల్ లాథమ్ ఫిలిమ్‌ను కనుగొన్నారు. వీరందరి కృషి ఫలితంగా సినిమా ప్రజల ముందుకు వచ్చింది.

కదిలే బొమ్మలతో ఒక అద్భుతాన్ని సృష్టించవచ్చునని మొదట ఆలోచించినవారు, ఆచరణలో పెట్టినవారు లూయిస్, ఆగస్టీ అనే లూమియర్ బ్రదర్స్. 1895లో సినిమాకు రూపకల్పన జరిగింది. ఫ్రెంచి సోదరులైన లూమియర్ బ్రదర్స్ నూతన ప్రక్రియకు ఆద్యులయ్యారు.

BRAOU

1895 డిసెంబరులో తొలి ప్రదర్శనను ప్యారిస్‌లోని ఒక సెల్లారులో ఉన్న కాఫీ షాపులో ప్రదర్శించారు. 1896వ సంవత్సరం ఏప్రిల్ మాసంలో న్యూయార్క్ నగరంలోని కోస్టర్, బియల్ అన్న మ్యూజిక్ హోటల్లో తొలి వాణిజ్య ప్రదర్శనను ఏర్పాటుచేసి తాము రూపొందించిన అద్భుతాన్ని తెరపై ఆవిష్కరించారు. సినిమా అనే నూతన మాధ్యమం ప్రారంభమైంది.

1896వ సంవత్సరం జూలై 7వ తేదీన మన దేశంలో మొదటిసారి బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్‌లో లూమియర్ బ్రదర్స్ తాము రూపొందించిన లఘు మూకీ చిత్రాలను ప్రదర్శించారు.

'లివింగ్ ది ఫ్యాక్టరీ'తో పాటు మరో ఐదు చిన్న చిత్రాలను ప్రదర్శించారు. ఎరైవాల్ ఆఫ్ ట్రెయిన్ ఎట్ లాసియోక్యాట్ స్టేషన్, ది సీ బాత్, ఎంట్రీ ఆఫ్ సినిమాటోగ్రఫీ, డిమాలిషన్, లేడీస్ అండ్ సోల్జర్స్ ఆఫ్ వీల్స్ వీటన్నింటిలోనూ 'ది ఎరైవాల్ ఆఫ్ ఎ ట్రెయిన్ ఎట్ లాసియోక్యాట్ స్టేషన్' అన్న చిత్రం ప్రదర్శిస్తుంటే నిజంగా రైలు తమ మీదకు వస్తుందేమోనని థియేటర్ నుంచి జనం బయటకు పరుగులు తీసిన సంఘటనలు అనేకం ఉన్నాయి. ఈ నూతన ప్రక్రియకు ప్రజల్లో ఆశ్చర్యం, కొత్త అనుభూతి వెల్లడయింది. ప్రదర్శించిన మూకీ చిత్రం 50 అడుగుల నిడివే. సినిమాలో గ్రాఫ్ అనే సాధనంతో తెరమీద ప్రదర్శించారు. తొలి రోజుల్లో ప్రదర్శించిన మూకీ సినిమాల నిడివి 100 అడుగులు దాటం జరిగేది కాదు.

ఈ ప్రదర్శనల ప్రేరణతో మన దేశంలో హరిశ్చంద్ర భట్వాడేకర్ విదేశీయుల సహకారంతో రెండు మూకీ చిత్రాలను తయారు చేశాడు. అయితే విదేశీయులు నిర్మించిన సినిమాలు చూసి, వారి సహకారం లేకుండా మన దేశంలో మన పురాణాలను తీసుకొని ఎందుకు తీయకూడదు అన్న ఆలోచన ఫలితంగా దాదా సాహెబ్ ఫాల్కే 1913వ సంవత్సరంలో 'రాజా హరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ తొలి మూకీ చిత్రం రూపొందించారు. ఫాల్కే పూర్తి పేరు దండిరాజ్ గోవింద్ ఫాల్కే. రాజా హరిశ్చంద్ర 1913 మే 3వ తేదీన విడుదలైంది. భారతీయ సినిమాకు పితామహుడు, ఆద్యుడు కనుకనే వీరి పేరు మీద భారత ప్రభుత్వం వారి శతజయంతి సందర్భంగా (30-40-1870-16-02-1944), 1969వ సంవత్సరంలో జాతీయస్థాయిలో దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే అవార్డును ప్రవేశపెట్టింది.

13.3 దక్షిణ భారతదేశ సినిమా

1916లో నటరాజ మొదలియార్, ధర్మలింగం మొదలియార్‌తో కలిసి 'కీచక వధ' అన్న మూకీ చిత్రాన్ని రూపొందించాడు. దక్షిణ భారత దేశంలో ఇదే తొలి మూకీ చిత్రం. 1913వ సంవత్సరంలో రఘుపతి వెంకయ్యనాయుడు మద్రాసులో గెయిటీ థియేటర్, క్రౌన్ టాకీస్, గ్లోబ్ థియేటర్లను నిర్మించి ఇంగ్లీషు మూకీ చిత్రాలను ప్రదర్శించేవాడు. అలా వారికి, వారి కుమారుడు ప్రకాశ్‌కు చిత్ర నిర్మాణం పట్ల ఆసక్తి కలిగింది. 1922వ సంవత్సరంలో ఆర్.ఎస్. ప్రకాశ్ హీరోగా ఆయన దర్శకత్వంలోనే మిస్ పెగి కెసెల్లో నాయికగా 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ' అన్న నిశ్శబ్ద (మూకీ) చిత్రాన్ని నిర్మించాడు. ఇది తొలి తెలుగు మూకీ చిత్రం.

1926లో ప్రఖ్యాత దర్శకుడు సి. పుల్లయ్య కాకినాడలో 'భక్త మార్కండేయ' మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించాడు. మన రాష్ట్రంలో నిర్మించిన చిత్రం ఇది. తొలి తెలుగు మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించిన రఘుపతి వెంకయ్య నాయుడును (1869-1941) తెలుగు సినిమాకు ఆద్యుడుగా గుర్తించి ఆయన పేరుమీద రాష్ట్ర ప్రభుత్వం సినిమా రంగానికి సేవ చేసిన వ్యక్తులకు 1981 నుంచి రఘుపతి వెంకయ్య నాయుడు అవార్డును ప్రదానం చేస్తోంది.

తెలుగులో మూకీ చిత్రాలన్నీ పౌరాణిక కథలతో వచ్చినవే. శబ్దం లేకుండా తెరపైన బొమ్మ మాత్రమే కదులుతుంటే, ఆ కదిలే బొమ్మలను ప్రేక్షకులు ఎంతో ఆసక్తిగా చూసేవారు. ఆ తర్వాత మాటలు లేని ఈ బొమ్మలు మాట్లాడుతున్నాయని ప్రచారం చేసి ప్రేక్షకులను థియేటర్‌కు వచ్చేలా చేయడం ప్రారంభించారు. ఈ మూకీ చిత్రాలు తెరపై కదులుతుంటే ఆయా పాత్రలకు అనుగుణ్యంగా మాటల మాంత్రికులు వ్యాఖ్యాతల రూపంలో వచ్చారు. ఇలా వ్యాఖ్యానం చెప్పేవారి అవసరం బాగా పెరిగింది. ఇలా చెప్పేవారికి ఆదరణ, మంచి పారితోషికం కూడా ఉండేది. ఇలా మూకీ చిత్రాలకు వ్యాఖ్యానం చెప్పిన అనంతరం వెండి తెరపై నవ్వులు కురిపించిన తొలితరం కమేడియన్ (గుణసుందరి కథ హీరో) కస్తూరి శివరావు.

BRAOU

1931వ సంవత్సరంలో భారతీయ టాకీ 'ఆలం ఆరా'ను అర్దేషిర్ ఎం. ఇరానీ రూపొందించాడు. ఈ సినిమా మార్చి 14న విడుదలయ్యింది. ఇదే సంవత్సరం తమిళంలో తొలి టాకీ చిత్రాన్ని రూపొందించాడు. ఈ సినిమాలో ఎల్.వి. ప్రసాద్, మునిపల్లె సుబ్బయ్య, సురభి కమలాభాయి నటించారు.

తెలుగు భక్తప్రహ్లాదతో పాటు తమిళ కాళిదాసు సినిమాకు కూడా దర్శకత్వం వహించింది. మన హెచ్.ఎం. రెడ్డి కావడం మనకు గర్వకారణం. మూకీ చిత్రాల ద్వారా తెలిసిన పౌరాణిక గాథల్నే ఎన్నుకొని 'ఆంగికాభినయం'తో ప్రేక్షకుల మనస్సుల్లోంచి 'భాష'ను తట్టిలేపారు తొలితరం నిర్మాతలు, దర్శకులు, నటీనటులు. టాకీ చిత్రాలు వచ్చాక మాటల్ని పొదుపుగా, వాడే అలవాటు, భావ ప్రదర్శన కోసం మాటల్ని వెతికి మరీ రాసేవారు. రచన, దర్శకత్వం, నిర్మాణం వంటి విషయాలను చాలా సందర్భాల్లో 'ఒకే వ్యక్తి చేయడం వల్ల ఇది సాధ్యపడేది'. రచన విషయంలో అత్యంత శ్రద్ధాసక్తులు కనిపించేవి. తెలుగు సినిమా భాషకు ఈ దశ కొత్త అవకాశాల్ని కల్పిస్తూ, భాష ఆసరాతోనే శక్తివంతమైన మాధ్యమంగా సినిమా ఎదిగేదిశగా నడిచింది.

అంతేకాదు హిందీ 'అలంఆరా', తమిళ 'కాళిదాసు', తెలుగు 'భక్త ప్రహ్లాద' ఈ మూడు టాకీ చిత్రాలలోనూ నటించిన ఘనత మన ఎల్.వి. ప్రసాద్‌దే. తెలుగు సినిమా ఆద్యులలో ఎల్.వి. ప్రసాద్‌ను (17.01.1908-21.06.1994) ప్రత్యేకించి చెప్పాలి. నటుడు, నిర్మాత, దర్శకుడు, స్టూడియో, ఫిలిమ్ లేబరేటరీ అధినేత. అంతేకాదు ఎల్.వి. ప్రసాద్ కంటి ఆసుపత్రిని ప్రారంభించి వేలాది మందికి నేత్రదానం చేసిన మహనీయుడు. అందుకే భారత ప్రభుత్వం ఆయన సేవలను గుర్తించి 1983లో దాదాసాహెబ్ అవార్డుతో సత్కరించింది. 2006లో కేంద్ర తంతి తపాలాశాఖ ఆయన స్మృత్యర్థం ఒక తపాలా బిళ్ళను విడుదల చేసింది.

తెలుగునాట తొలి థియేటర్‌ను నిర్మించిన ఘనత శ్రీనివాసరావుదే. ఆయన విజయవాడలో 1921వ సంవత్సరంలో మారుతీ సినిమా పేరుతో ఒక టూరింగ్ టాకీస్‌ను నిర్మించాడు. 1936లో రాజమండ్రిలో దుర్గా సినీటోన్ అన్న స్టూడియోస్ ప్రారంభమైంది. ఇదే సంవత్సరం క్వాలిటీ పిక్చర్స్ అన్న పంపిణీ సంస్థ కూడా ప్రారంభమైంది. నిర్మాణమైన సినిమాలను ప్రజల మధ్యకు తీసుకెళ్ళడానికి ఫిలిమ్ పంపిణీ సంస్థలు, సినిమాలను ప్రజలకు చూపించడానికి థియేటర్లు ముఖ్యమైనవే.

1931లో కేవలం భక్త ప్రహ్లాద మాత్రమే వచ్చింది. 1932లో పాదుకా పట్టాభిషేకం, శకుంతల రెండు చలన చిత్రాలు వచ్చాయి. ఆ తర్వాత 1935వ సంవత్సరం వరకు పదహారు చిత్రాలు వచ్చాయి. 1936లోనే 12 చిత్రాలు వచ్చాయి. ఇందులో ప్రేమ విజయం అన్న సాంఘిక చిత్రం వుంది. అప్పటివరకు మన పౌరాణికాలను మాత్రమే చూసిన ప్రేక్షకులకు ఈ సాంఘిక చిత్రం బాగా నచ్చింది.

తెలుగు సినిమాల్లో 'భాష' ప్రేక్షకుడి దగ్గరగా వెళ్తూ మన సాంస్కృతిక కళా వైభవాన్ని బలంగా చెప్పింది. సినిమా ప్రక్రియలో మార్పులు, చేర్పులు, సాంకేతిక పరికరాల ప్రమేయం, మానవ వనరులు (నటన, ఆట, మాట పాట వంటివి) సృజనాత్మకంగా ఎదగడం అన్నీ మన అనుభవంలోని విషయాలే. ఈ పరిణామ క్రమంలో తెలుగు భాష రూపాంతరం చెందుతూ ఎదుగుతూ వస్తోంది. 20వ శతాబ్దం మొదట్లో వాడిన తెలుగుభాష 20వ శతాబ్దంలో కన్పించదు. రూపం మారింది. భాష ఇలా మారుతూనే ఉంటుంది. ఇది ఒక నిరంతర ప్రక్రియ. సమాజంలో ఒక అంతర్భాగమై, అంతర్లీనంగానే పరిణామం చెందుతూ కొనసాగడం తప్పనిసరి. భాష, సమాజం మధ్య సంబంధం పరస్పరం ఆధారితమైంది కావడం చేత చలన చిత్రాల నేపథ్యంలో కీలకమైన కొన్ని దశలు చూడగలం.

13.4 సాంఘిక ప్రయోజనంతో వచ్చిన సినిమాలు

1938లో 14 చిత్రాలు విడుదల కాగా అందులో అభ్యుదయ వాది, జర్నలిస్టు అయిన గూడవల్లి రామబ్రహ్మం రూపొందించిన సంచలన చిత్రం మాలపిల్ల. ఈ సినిమా ఆనాటి సమాజాన్ని ఒక కుదుపు కుదిపేసిందని చెప్పవచ్చు. తొలిసారి తెలుగు తెరపై ఒక ప్రయోగాత్మక, ప్రయోజనాత్మక చిత్రమని చెప్పవచ్చు. ఒక బ్రాహ్మణ యువకుడు ఒక మాలపిల్లను ఇష్టపడి పెళ్ళి చేసుకోవడం, యావత్ బ్రాహ్మణ సమాజం ఈ చిత్రంపై ఆగ్రహాన్ని వెళ్ళగక్కింది. ఒక అంటరాని, నిమ్నజాతి పిల్లను ఒక అగ్ర కులస్థుడు అందునా బ్రాహ్మణ యువకుడు పెళ్ళి చేసుకోవడం నచ్చలేదు. కుల వ్యవస్థపై గూడవల్లి సంధించిన శక్తివంతమైన అస్త్రం ఇది. అంతేకాదు, అంత వరకు తెలుగు సినిమాలో వచ్చిన భాషకు ఈ

BRAOU

చిత్రంలోని భాషకు చాలా మార్పు ఉంది. నిత్య జీవితంలో ఆనాడు ప్రజలు మాట్లాడుకొనే భాషనే ఉపయోగించారు. మాటలు, పాటల రచనలో స్పష్టమైన మార్పు వచ్చింది. అలాగే సన్నివేశానికి తగ్గట్టు నేపథ్య సంగీతాన్ని, సంఘటనకు బలం చేకూర్చే పాటలతో వచ్చిన మాలపిల్ల ప్రజలను ఆకట్టుకోవడమే కాదు, ఆలోచింపజేసింది కూడా. ఇదే సంవత్సరం హెచ్.ఎం. రెడ్డి, చిత్తూరు నాగయ్యను పరిచయం చేస్తూ తీసిన గృహలక్ష్మి చిత్రం కూడా తాగుడు వల్ల సంసారాలు ఎలా కూలిపోతాయో సందేశాత్మకంగా చూపించాడు.

1939వ సంవత్సరంలో వచ్చిన వై.వి. రావు 'మళ్ళీ పెళ్లి', గూడవల్లి రామబ్రహ్మం 'రైతు బిడ్డ', సి. పుల్లయ్య 'వరవిక్రయం', బి.ఎన్.రెడ్డి 'వందేమాతరం' మరో నాలుగు సంచలన చిత్రాలు వచ్చాయి. 'మళ్ళీ పెళ్లి' ఆనాటి సమాజంలో వితంతువులు పునర్వివాహానికి అర్హత లేనివారని, చిన్న వయసులోనే భర్త చనిపోయినా జీవితాంతం విధవగానే బతకాలనే ఆంక్షను ఆనాటి సమాజం విధించింది. అయితే ఆ బంధనాలను తెంచుకొని విధవలు మళ్లీ పెళ్లి చేసుకొని కొత్త జీవితాన్ని ప్రారంభించవచ్చునని తెరపైన చాలా శక్తివంతంగా చూపెట్టారు వై.వి.రావు. ఈ చిత్రంలో కథానాయకుని పాత్రను ఆయనే ధరించారు. అయితే అప్పటికే కందుకూరి వీరేశలింగం పంతులు ప్రారంభించిన విధవా వివాహ ఉద్యమం ఈ చిత్రానికి ప్రేరణ, ప్రోత్సాహమై ఉండొచ్చు.

'రైతుబిడ్డ' చిత్రంలో నాడు జమిందారీ వ్యవస్థ వల్ల సన్నకారు, చిన్నకారు రైతులు ఎలాంటి సమస్యలను ఎదుర్కొంటున్నారో గూడవల్లి చూపించారు. ఈ చిత్రాన్ని జమిందారులంతా అప్పటి బ్రిటీష్ ప్రభుత్వంపై వత్తిడి తీసుకొచ్చి నిషేధింప చేశారు. విచిత్రం ఏమంటే జమిందారీ వ్యవస్థకు వ్యతిరేకంగా తీసిన ఈ సినిమాను నిర్మించింది అప్పటి జమిందారు రామకృష్ణ ప్రసాదే.

ఇక 'వరవిక్రయం' చిత్రం ఆనాటి సమాజంలో అప్పుడే ప్రారంభమైన వరకట్నం దురాచారానికి వ్యతిరేకంగా తీసిన చిత్రం. అంతకు ముందు వరకు కన్యాశుల్కం అమల్లో ఉండేది. అదొక దురాచారం. ఆ వెంటనే వరులను విక్రయించే మరో దురాచారం వచ్చేసింది. ఈ ఆచారం మంచిది కాదనే సందేశంతో వచ్చిన సినిమా వరవిక్రయం.

ఆనాడు ఎక్కడ చూసినా స్వాతంత్ర్య సముపార్జన కోసం ఉద్యమాలు ఉవ్వెత్తున లేస్తున్న తరుణంలో సినిమా రంగం కూడా తన వంతు పాత్రను నిర్వహించింది. బి.ఎన్.రెడ్డి తీసిన 'వందేమాతరం' ఉద్యమ స్ఫూర్తికి నిదర్శనం.

ఆ తరువాత వచ్చిన సినిమాల్లో రోజులు మారాయి, కులగోత్రాలు, మనుషులు మారాలి, కళ్యాణ మండపం, బంగారుతల్లి, కాలం మారింది, గాంధీ పుట్టిన దేశం, మేమూ మనుషులమే, భూమి కోసం, చిల్లర దేవుళ్లు, ఒక ఊరి కథ, బలిపీఠం, అంతులేని కథ, మనుషులంతా ఒక్కటే, ఊరుమ్మడి బతుకులు, తరం మారింది, సుడిగుండాలు, వరకట్నం, అనుగ్రహం, చలిచీమలు, నగ్న సత్యం, మా భూమి, వంశ వృక్షం, ఎర్రమల్లెలు, ఈ చరిత్ర ఏ సిరాతో, ధర్మవడ్డీ, మరోమలుపు, ఎమ్మెల్యే ఏడుకొండలు, సప్తపది, ప్రతిఘటన, దాసి, అరుణ కిరణం, రేపటి పౌరులు, స్వయం కృషి, మౌన పోరాటం, మట్టి మనుషులు, ఒసేయ్ రాములమ్మ, మనోహరం, హిందుస్థాన్, అంకురం చిత్రాలు సామాజిక స్పృహతో నిర్మించిన చిత్రాలుగా పేర్కొనవచ్చు.

తెలుగు సినిమాపై మొదట్లో నాటకాల ప్రభావం, పౌరాణికాల ప్రభావం ఉండేది. ఆ భాష, ఆ వేషం, ఆ నటన అచ్చు అలాగే ఉండేవి. చాలా సినిమాలు నాటకాల ప్రభావంతోనే తయారయ్యేవి. సన్నివేశాలు కూడా బాగా నిడివిగా, ఎక్కువ సంభాషణలతో ఉండేవి. అయితే ఆ తర్వాత ఏడెనిమిది సంవత్సరాల్లో ఊహించనంత మార్పు వచ్చింది. సమాజంలో జరిగే సంఘటనలు, ఆచారాలు, అనాచారాలు, అకృత్యాలపై సినిమా అనే మాధ్యమాన్ని చక్కగా ఉపయోగించడం శుభపరిణామం. అలాగే బాగా చదువు సంస్కారం, అవగాహన ఉన్న హెచ్.ఎం. రెడ్డి, గూడవల్లి రామబ్రహ్మం, ఎల్.వి. ప్రసాద్, బి.ఎన్.రెడ్డి, కె.వి. రెడ్డి, వై.వి. రావు, సి. పుల్లయ్య, త్రిపురనేని గోపీచంద్, బి.ఏ. సుబ్బారావు, ఆదుర్తి సుబ్బారావు, కె.ఎస్. ప్రకాశరావు, టి. ప్రకాశరావు, పి. పుల్లయ్య, ఘంటసాల బలరామయ్య, కమలాకర కామేశ్వరరావు, కె. ఎస్. ప్రకాశరావు, వి. మధుసూదనరావు, కె.విశ్వనాథ్, బాపు, ఎన్.టి. రామారావు, భానుమతీ రామకృష్ణ, కె. ప్రత్యగాత్మ, సింగీతం శ్రీనివాసరావు, కె.బి. తిలక్, దాసరి నారాయణరావు, కె. రాఘవేంద్రరావు, బి. విఠలాచార్య, విజయ నిర్మల, టి. కృష్ణ, కోడి రామకృష్ణ, వంశీ, రామ్‌గోపాల్ వర్మ లాంటి దర్శకులు తెలుగులో చిరస్మరణీయమైన సినిమాలను నిర్మించారు.

BRAOU

మేధావులైన రచయితలు, కవులు చందాల కేశవదాసు, సదాశివ బ్రహ్మం, తాపీ ధర్మారావు, గోపీ చంద్, గుడిపాటి వెంకటాచలం, మల్లాది రామకృష్ణ శాస్త్రి, పింగళి నాగేంద్రరావు, తాపీ ధర్మావు, బలిజేపల్లి లక్ష్మీకాంతకవి, సీనియర్ సముద్రాల, శ్రీ రంగం శ్రీనివాసరావు, దేవులపల్లి కృష్ణశాస్త్రి, ఆరుద్ర, దాశరథి, కొసరాజు రాఘవయ్య, సి. నారాయణ రెడ్డి, ముళ్ళపూడి వెంకటరమణ, డి.వి. నరసరాజు, ఆత్రేయ, మహారథి, జంధ్యాల, పరుచూరి బ్రదర్స్, వేటూరి, సిరివెన్నెల సీతారామశాస్త్రి మొదలైనవారు తెలుగు సినిమా పయనానికి, పరుగుకు దోహదం చేసినవారే.

1970 వరకు విడుదలైన సినిమాలలో చాలా వరకు విలువలకు ప్రాధాన్యతనిచ్చినవే. సమాజం పట్ల బాధ్యతతో తీసినవే. చాలా చిత్రాలు మాత్రం వినోదం ప్రధానంగా తీసినవే. 1980 నుంచి తెలుగు సినిమా దశ దిశ మారిపోయిందని చెప్పవచ్చు. సినిమా అనేది కేవలం వినోదం కోసమే అనే వాదన బలంగా వినిపించసాగింది. సినిమా అనే మాధ్యమం వ్యాపార వేదికైపోయింది. వ్యాపార దృక్పథంలో విలువలకు తావులేకుండా పోయాయి. అయితే అప్పుడప్పుడు కొన్ని మంచి చిత్రాలు, సందేశాత్మక చిత్రాలు కూడా వస్తూనే ఉన్నాయి. అయితే వ్యాపార చిత్రాలతో పోల్చితే వీటి శాతం తక్కువనే చెప్పాలి.

1931 నుంచి 2009 వరకు దాదాపు ఐదువేలకు పైగా సినిమాల వరకు తెలుగులో విడుదలయ్యాయి. ఇందులో పౌరాణికాలు, జానపదాలు, చారిత్రకాలు, సాంఘికాలు ఉన్నాయి. సినిమాల రాశి పెరుగుతున్న కొద్ది వాసి తరుగుతూ రావడం తెలుగు సినిమా దురదృష్టమే.

13.5 తెలుగు సినిమాపై నాటకాల ప్రభావం

తెలుగు సినిమాలపై మొదట్లో నాటకాల ప్రభావం చాలా ఎక్కువగా ఉంది. కారణం అప్పటి వరకు ప్రజలకు ఎక్కువ వినోదాన్ని, ఆనందాన్ని ఇచ్చినవి నాటకాలే. అందుకే వాటి ప్రభావంతోనే సినిమాలు ప్రారంభమయ్యాయి. అదీ కూడా ఎక్కువ పౌరాణికాలే కావడం విశేషం. ఇక తొలినాళ్ళలో సినిమాలలో నటించింది కూడా కాకలు తీరిన రంగస్థల నటులే. బళ్ళారి రాఘవ, సురభి కమలాబాయి, గోవిందరాజుల సుబ్బారావు, కనకం, కన్నాంబ, అక్కినేని నాగేశ్వరరావు, ముక్కామల, ధూళిపాళ, మిక్కిలినేని, గుమ్మడి, జగ్గయ్య, జమున మొదలైనవారు నాటక రంగం నుంచి వచ్చినవారే. రంగస్థలం మీద బాగా పాడగలిగిన నటీనటులనే తీసుకొనేవారు. ఎవరి మాటలు వారివే. పాటలూ వారే పాడుకొనేవారు. కెమెరా నడుస్తుంటే ఫ్లోర్ ప్రక్కన వాయిద్యకారుల సహకారంతో పాడుతుండేవారు. అప్పట్లో, రాగానికి, శృతి ప్రాధాన్యత ఎక్కువగా ఉండేది. 1931 నుంచి పౌరాణికాలు, 1936 నుంచి సాంఘికాలు, 1937 నుంచి జానపదాలు, 1941 నుంచి చారిత్రకాలు ప్రారంభమయ్యాయి. పౌరాణికాలు వస్తున్న తరుణంలోనే తెలుగు సినిమా రంగంలో అభ్యుదయ రచయితలు, దర్శకులు ప్రవేశించారు. అప్పటి వరకు వస్తున్న చిత్రాలకు భిన్నంగా ఆలోచించారు. సినిమా అన్నది ప్రజలపై విశేష ప్రభావం చూపుతున్నదని గ్రహించి ఆనాటి సమాజంలోని చెడు సంప్రదాయాలను తూర్పారపడుతూ సరికొత్త కథలను ఎంపిక చేసుకొని సినిమాలను నిర్మించడం మొదలు పెట్టారు. వరకట్నం, వితంతు వివాహం, మద్యపానం, కన్యాశుల్కం, బాల్య వివాహం, స్త్రీ విద్య, కుల వ్యవస్థ మొదలైన అంశాలను కథా వస్తువులుగా తీసుకొని చిత్రాలను నిర్మించారు.

మొదట్లో పౌరాణికాలు ఎక్కువ రావడానికి కారణం ఆ రోజుల్లో పౌరాణికాలు ప్రజలకు బాగా సుపరిచితం కావడమే. తెలిసిన కథలను తెరకెక్కించడం కూడా సులభం కావడంతో వీటిని కథాంశాలుగా ఎన్నుకున్నారు. ఆ తరువాత పెద్దవాళ్ళకు పిల్లలకు "అనగనగా ఒక రాజ్యంలో", లేదా "అనగనగా ఒక ఊళ్ళో ఒక పేదరాశి పెద్దమ్మ" అంటూ మొదలు పెట్టే జానపద కథలు కూడా విరివిగా ప్రచారంలో ఉండేవి. అందుకే ఈ కథలతో కూడా చిత్ర నిర్మాణం జరిగింది. కనకతార, బాలరాజు, కీలుగుర్రం, గుణసుందరి కథ, రాజనందిని, రాజమకుటం, జగదేకవీరుని కథ, పాతాళ భైరవి ఈ కోవలోని చిత్రాలే. ఆ తర్వాత చరిత్రలోని కథలను తీసుకొని కొన్ని చిత్రాలు వచ్చాయి. తెలుగులో తొలి చారిత్రాత్మక సినిమా పల్నాటి యుద్ధం, ఆ తర్వాత మహా మంత్రి తిమ్మరుసు. అనార్కలి, తెనాలి రామకృష్ణ, బొబ్బిలి యుద్ధం. అల్లూరి సీతారామరాజు, చాణక్య చంద్రగుప్త, తాండ్రపాపారాయుడు, విశ్వనాథ నాయకుడు, అన్నమయ్య, రామదాసు లాంటి చిత్రాలను పేర్కొనవచ్చు. వీటితో పాటు ప్రజాదరణ పొందిన నవలలను ఇతివృత్తాలుగా తీసుకొని కూడా సినిమాలు వచ్చాయి.

BRAOU

13.6 సంగీత ప్రధాన చిత్రాలు

'శిశుర్వేత్తి పశుర్వేత్తి గాన రసం ఫణిః' అన్నారు ఆర్యులు. శిశువులనే కాదు పశుపక్ష్యాదులను సైతం సంగీతం పరవశింపజేస్తుందని అంటారు. అంతేకాదు పాషాణం లాంటి మనుషులను కూడా కారుణ్యమూర్తులుగా మార్చే గుణం సంగీతానికుంది. అందుకే శతాబ్దాల తర్వాత కూడా సంగీతానికి ఆదరణ పెరుగుతూనే ఉంది. సినిమాకు సంగీతం ప్రాణం. ఒకటి గీతంతో వచ్చే సంగీతం, మరోటి నేపథ్య సంగీతం. ఈ రెండూ సినిమాకు ప్రాణమే. పాట అనేది సినిమా తర్వాత కూడా మనల్ని పలుకరిస్తూ ఉంటుంది. అదే నేపథ్య సంగీతం సినిమా చూస్తున్నపుడు మనల్ని సినిమాలో లీనమయ్యేలా చేస్తుంది. సన్నివేశానికి, సందర్భానికి తగ్గట్టు ప్రేక్షకులను మానసికంగా తయారు చేసి కథలో లీనమయ్యేలా చేస్తుంది. ఒకరకంగా సినిమా విజయానికి నేపథ్య సంగీతం ఎక్కువ దోహదం చేస్తుంది.

ఓగిరాల రామచంద్రరావు, గాలి పెంచల నరసింహారావు, భీమవరపు నరసింహారావు, సుబ్బరామన్, సుసర్ల, చిత్తూరు నాగయ్య, సాలూరి, పెండ్యాల, ఎమ్మెస్ విశ్వనాథం, ఆదినారాయణరావు, టి.వి. రాజు, కె.వి. మహదేవన్, టి. చలపతిరావు, జి.కె. వెంకటేశ్, కోదండపాణి, రమేష్‌నాయుడు, మాస్టర్ వేణు, ఘంటసాల మొదలైనవారు తెలుగు సినిమా సంగీతంలో తమదైన ముద్రను వేశారని చెప్పవచ్చు. ఎప్పుడో దశాబ్దాల నాడు వారు స్వరపరిచిన గీతాలు ఇవ్వాల్టికీ తెలుగు వారిని పరవశింపజేస్తూనే ఉన్నాయి. సంగీతానికి మించి సాహిత్యాన్ని ఆనాడు కవులు అందించారు. చిన్ని చిన్ని పదాలతో, పరమార్థాన్ని జోడించి మరీ రచన చేశారు. అందుకే ఇన్నేళ్ళ తర్వాత కూడా ప్రేక్షకుల గుండెల్లో అవి గూడుకట్టుకొని ఉన్నాయి.

శబ్ద చిత్రాలు ప్రారంభమైన రెండు సంవత్సరాలకే గ్రామ ఫోన్ రికార్డులు వచ్చాయి. 1933వ సంవత్సరంలో 'సావిత్రి' అన్న సినిమా విడుదలైంది. ఈ చిత్రాన్ని ఈస్ట్ ఇండియా కంపెనీ సి. పుల్లయ్య దర్శకత్వంలో నిర్మించారు. ఆ తర్వాత సంవత్సరం 'లవకుశ' అన్న చిత్రాన్ని కూడా ఈస్ట్ ఇండియా కంపెనీనే నిర్మించింది. ఈ చిత్రం పాటల రికార్డులు బాగా ప్రజాదరణ పొందాయి. సినిమా హాళ్లలో, గొప్పవారి ఇళ్లలో మోగిపోయాయి. అప్పట్లో కొలంబియా, యంగ్ ఇండియా, హెచ్.ఎం.వి. మొదలైన కంపెనీలు ఉండేవి.

ఐదు శతాబ్దాల క్రితం వచ్చిన (1961) అన్నపూర్ణా పిక్చర్స్ వారి "వెలుగు నీడలు" చిత్రంలో మహాకవి శ్రీరంగం శ్రీనివాసరావు (శ్రీశ్రీ) రాసిన పాట ఒక అభ్యుదయ గీతంగా ప్రసిద్ధికెక్కింది.

పాడవోయి భారతీయుడా
ఆడి పాడవోయి విజయ గీతికా ...ఆ ...ఆ ...
నేడే స్వాతంత్ర్య దినం - వీరుల త్యాగఫలం
నేడే నవోదయం - నేడే ఆనందం ॥పాడవోయి॥

స్వాతంత్ర్యం వచ్చెనని సభలే చేసి
సంబర పడగానే సరిపోదోయి
సాధించినదానికి సంతృప్తిని పొంది
అదే విజయమనుకుంటే పొరపాటోయి
ఆగకోయి భారతీయుడా ...
కదలి సాగవోయి ప్రగతిదారుల ... ఆ ... ఆ ... ॥పాడవోయి॥

ఆకాశం అందుకొనే ధరలొకవైపు
అదుపులేని నిరుద్యోగ మింకొకవైపు
అవినీతి, బంధుప్రీతి - చీకటి బజారు
అలుముకున్న నీ దేశం ఎటు దిగజారు?
కాంచవోయి నేటి దుస్థితి ...
ఎదిరించవోయి ఈ పరిస్థితి .... ॥పాడవోయి॥

BRAOU

పదవీ వ్యామోహాలు కులమత భేదాలు
భాషా ద్వేషాలు చెలరేగే నేడు
ప్రతిమనిషి మరియొకరిని దోచుకొనేవాడే
తన సౌఖ్యం తన భాగ్యం చూసుకొనేవాడే
స్వార్థమే అనర్థదాయకం ... .
అది చంపుకొనుటే క్షేమదాయకం ... . ॥పాడవోయి॥

సమసమాజ నిర్మాణమె నీ ధ్యేయం
సకల జనుల సౌభాగ్యమె నీ లక్ష్యం
ఏక దీక్షతో గమ్యం చేరిననాడే ....
లోకానికి మన భారత దేశం
అందించునులే శుభ సందేశం ... ... ॥పాడవోయి॥

ఈ గీతం ఇప్పటికీ భారత దేశ స్థితిని, దుస్థితిని, నిజ స్థితిని తెలియజేస్తున్నది. స్వతంత్ర భారత దేశంలో ఇన్ని రకాల సమస్యలతో సగటు మనిషి ఎలా బతుకుతున్నాడో తెలియజేస్తున్నది. అప్పటికీ ఇప్పటికీ అవే సమస్యలు నిరుద్యోగం, అధిక ధరలు, అవినీతి, బంధుప్రీతి, చీకటి బజారు వ్యాపారం, పదవులకోసం కక్షలూ, కార్పణ్యాలు, తమ స్వార్థం కోసం కుల మతాల భేదాలు, అధికారం కోసం, స్వార్థం కోసం, స్వలాభం కోసం మనుషుల మధ్య ప్రాంతీయ భేదాలు, భాషా ఉద్యమాలు ఇవన్నీ భారత దేశాన్ని విభజింపచేసి, విచ్ఛిన్నం చేస్తున్నాయి. సౌఖ్యం, స్వలాభమే ఈ అనర్థాలన్నింటికీ మూలకారణమని, వాటిని విడనాడాలని, చంపుకోవాలని అప్పుడే సమ సమాజం ఆవిర్భవిస్తుందని, అది ప్రతి మనిషి ధ్యేయం కావాలని, అలా జరిగిన నాడు ప్రపంచ దేశాలకు భారత దేశం ఒక శుభ సందేశాన్ని అందిస్తుందని శ్రీశ్రీ ఆనాడే ఉద్బోధించాడు.

అయితే ఇప్పుడు సంగీతానికి ప్రాధాన్యత ఉన్నా దానికి సందర్భం, సన్నివేశం, లక్షణం, లక్ష్యం ఉండటం లేదు. సంగీతంలో కూడా పాశ్చాత్య ధోరణి ఎక్కువై పోయింది. కొత్త ప్రయోగాలు వస్తున్నాయి. కలగలసిన సంగీత ధోరణులు కనిపిస్తున్నాయి. పాటల 'సాహిత్యం'లో గుణాత్మకమైన మార్పులు చూస్తాం.

సాహిత్యం, సంగీతం రెండూ కలిసి మనిషిమీద చూపే ప్రభావం చాలా ఎక్కువ. ప్రభావాలకు కొన్ని పరిణామాలు సహజం. పరిణామాల గురించి మనం పట్టించుకునే స్థితిలో లేము. గతంలో సన్నివేశానికి తగ్గట్టు, పాత్రోచితంగా పాటను రాసేవారు. ఆ పాటకు సంగీత దర్శకుడు బాణీని కూర్చేవాడు. అందుకే నాటి పాటల్లో సాహిత్య విలువలతో పాటు భావం కూడా ఉండేది. అయితే నేటి సంగీతం తీరే వేరు. ఇప్పుడు బాణీ సమకూర్చిన తర్వాతనే పాట రాయడం జరుగుతుంది. ఇలా రాసే పాట ఆ మీటరుకు తగ్గట్టు ఉందా లేదా అన్నదే ముఖ్యం. ఆ మీటరుకు తగ్గట్టుగా మాటలు కూర్చడం తప్ప భావానికి ప్రాధాన్యత ఉండటం లేదు. పైగా ఇటీవల 'రిథమ్' అని కొత్తగా వచ్చింది. పాట రిథమిక్‌గా ఉంటే నృత్యం చేయడానికి బాగా ఉంటుందనే ధోరణి ప్రబలింది. రకరకాల భంగిమలే పాటలో ఆకర్షణీయమయిపోయింది. సంగీతానికి, సాహిత్యానికి, నృత్యానికి సంబంధం లేకుండా పాటలు వస్తున్నాయి. ఈ వ్యత్యాసాలు, అసమతౌల్యం సంగీత - సాహిత్య - నృత్యాలు మారుతున్న ధోరణులను బేరీజు వేస్తే అర్థం అవుతుంది. భాష 'వాహిక' కావడంలోనూ, మనం దేన్ని అర్థంచేసుకున్నా మనం మాట్లాడే భాషలోనే కాబట్టి భాషా వినియోగంలో తప్పనిసరిగా కొన్ని ప్రమాణాలు పాటించాలనేది మనం గుర్తించగలగాలి.

13.7 సాంకేతిక పరిజ్ఞానం - ప్రభావం

తెలుగు సినిమా అప్పటికీ ఇప్పటికీ సాంకేతికంగా ఎంతో ప్రగతిని సాధించింది. హిందీ చిత్ర రంగం తర్వాత తెలుగు సినిమా ఫోనిక్ సౌండ్, గ్రాఫిక్స్, ఒకటేమిటి ప్రపంచంలో ఎక్కడ ఎలాంటి సాంకేతిక ప్రగతి జరిగినా, అది తెలుగు సినిమాలో కనిపించి తీరవలసిందే. ఒకప్పుడు స్టూడియోకే పరిమితమైన సినిమా నాలుగు గోడలు దాటి జనం మధ్యకు వచ్చేసింది. అప్పుడు రాజమహల్, పూలతోట, కొండలు, గుట్టలు, నదులు అన్నీ సెట్స్ వేసి మరీ తీసేవారు.

BRAOU

కారణం ఆ రోజుల్లో డబ్బింగ్ లేకపోవడమే. పాత్రలు చెప్పే డైలాగ్‌ను అప్పటికప్పుడు రికార్డు చేసేవారు. బయట శబ్దాలు రాకుండా జాగ్రత్త పడేవారు. ఆ తరువాత ఔట్‌డోర్‌లో షూటింగ్ చేయడం, పాత్రలకు డబ్బింగ్ చెప్పడం వచ్చేసింది. నిజమైన లొకేషన్లలో షూటింగ్ చేయడం ప్రారంభించారు. మొదట్లో ఏ పాత్ర పాట ఆ పాత్ర పాడుకొనేది. ఎప్పుడైతే డబ్బింగ్ విధానం వచ్చిందో అప్పుడే ప్లేబ్యాక్ కూడా మొదలైంది. పాటలను పాడే గాయకులు వచ్చారు.

అంతేకాదు మొదట్లో ముఖానికి నిండుగా మెండుగా మేకప్ వేసుకొనేవారు. అలాగే కాంతి వంతమైన లైట్లు కూడా వాడేవారు. దానికి తగ్గట్టే కెమెరాలు ఉండేవి. మొదట్లో ఫిలిమ్ మీదనే మాటలను, పాటలను రికార్డు చేసేవారు. డబ్బింగ్ ప్రక్రియ వచ్చిన తరువాత సౌండ్ ఫిలిమ్ మీదకు బదిలీ చేసేవారు. సినిమాకు మూడు రకాలైన ఫిలిమ్ ఉంటుంది. నెగిటివ్, పాజిటివ్, సౌండ్ ఫిలిమ్, నెగిటివ్‌ను ఎక్స్‌పోజ్ చేసిన తర్వాత వచ్చేదే పాజిటివ్.

ఆ తర్వాత కాలంలో లైట్ మేకప్, కంటికి, శరీరానికి హాని చేయని సాఫ్ట్ లైట్లు వచ్చేశాయి. అలాగే గతంలో నాటకాలలో మాదిరిగా పెద్దగా మాట్లాడటం పోయి చిన్నగా మాట్లాడటం, హావభావాలు కూడా తగిన మోతాదులో ఇవ్వడం వాటిని చిత్రీకరించే కెమెరాలు వచ్చేశాయి. మొదట్లో డెబ్రి అనే కెమెరాతో సినిమాలు తీసేవారు. ఆ తర్వాత మిచెల్, ఆరిఫ్లెక్స్, ఇప్పుడు స్టడీకామ్ వచ్చేసింది.

తొలితరం ఛాయాగ్రాహకులలో మార్కస్ బారట్లే, కె. రామనాథ్, కమల్ ఘోష్, ఎస్.కె. పాండు, ఎం.ఏ. రెహ్మాన్, సి. నాగేశ్వరరావు, పి. శ్రీధర్, ఆదీ ఎం. ఇరానీ, కొండారెడ్డి, పి.ఎస్. సెల్వరాజ్, బి.ఎస్. రంగా, పి.ఎల్. రాయ్, విన్సెంట్, లక్ష్మణ్ గోరే, రవికాంత్ నగాయిచ్, వి.ఎస్.ఆర్. స్వామి మొదలైన వారు తమ అద్భుతమైన ప్రతిభతో ఛాయాగ్రహణంలో సరికొత్త ఒరవడులు తీసుకొచ్చారు.

సినిమాకు మేకప్ అవసరం ఎంతో ఉంది. ఒక మనిషిని రకరకాలుగా చూపించే అద్భుత ప్రక్రియ మేకప్. పాత్రను బట్టి రూపశిల్పి నటీనటులను తయారు చేస్తాడు. తొలితరం మేకప్ మ్యాన్ (రూపశిల్పి) పీతాంబరం, పోతరాజు, గోపాలరావు, మంగయ్య, హరిబాబు, మాధవరావు మొదలైనవారిని మనం చూశాం.

ఆ తరువాత సినిమాకు అతి ముఖ్యమైనవి సెట్లు. తొలి రోజుల్లో కళా దర్శకులకు దర్శకులతో సమానమైన గౌరవం ఉండేది. ఎందుకంటే పాత్రల స్వరూపాలను స్కెచ్ ద్వారా చూపించి, తదనుగుణంగా విగ్, నగలు, దుస్తులు తయారు చేసేవారు. రాజ దర్బారు సెట్, కోట, బజారు, కొండలు, గుట్టలు, నదీ నదాలు సమస్తం స్టూడియో ఫ్లోర్‌లో చూపించే ప్రతిభ కళా దర్శకులదే. అప్పటికీ ఇప్పటికీ కళా దర్శకుల ప్రతిభ కనిపిస్తూనే ఉన్నది. తొలి తరం కళా దర్శకులలో అడవి బాపిరాజు, ఎ.కె.శేఖర్, మాధవపెద్ది గోఖలే, టి.వి.ఎస్. శర్మ, వాలి, కుదరవల్లి నాగేశ్వరరావు, జి.వి. సుబ్బారావు, భాస్కరరాజు, ఎస్. కృష్ణారావు, పేకేటి రంగా, తోట తరణి, అశోక్ ఉన్నారు.

ఒకప్పుడు ఎవరి మాటలు వారే మాట్లాడుకొనేవారు. అలాగే ఎవరి పాటలు వారే పాడుకొనేవారు. ప్రత్యేకించి నేపథ్య సంగీతం ఉండేది కాదు. సన్నివేశం జరుగుతుండగానే ప్రక్కన వాయిద్యకారులు వాయిస్తుంటే నటీనటులు వారి పాటలు వారే పాడుకొనేవారు. అయితే ఆ తరువాత నేపథ్య సంగీతం, మాటలు డబ్బింగ్ వచ్చింది. తొలితరం నాయికలు తెలుగు వారు కాకపోయినా తెలుగు నేర్చుకొని మరీ డబ్బింగ్ చెప్పేవారు. ఇప్పుడు చాలా మంది తెలుగేతర, తెలుగు నాయికలకు డబ్బింగ్ చెబుతున్నారు. కథ, కథనం, మాటలు, పాటలు, సంగీతం, ఛాయా గ్రహణం, సెట్స్, ఆహార్యం, శబ్ద గ్రహణం ఇలా ప్రతి దాంట్లోనూ అనూహ్యమైన మార్పులు వచ్చాయి.

13.8 డబ్బింగ్ సినిమాలు

భావ వ్యక్తీకరణలో భాష ప్రధానమైన పాత్ర వహిస్తుంది. ఏ భాషను తీసుకున్నా ఆ భాషకు కొన్ని ప్రత్యేకతలు ఉంటాయి. ఒక భాషకు మరో భాషకు గతి భేదమూ ఉంటుంది. డబ్బింగ్ సినిమాల విషయానికి వస్తే ఏ భాష నుంచి సినిమాను డబ్బింగ్ చేయాలన్నా ఆ భాషలో ప్రవేశమూ, ఆ భాషా సాహిత్యమూ గురించి కాస్తో కూస్తో తెలిసి ఉండాలి. తెలుగు సినిమా ప్రారంభమైన కొన్ని సంవత్సరాలకే హిందీ, తమిళ భాషల నుంచి తెలుగులోకి డబ్బింగ్ సినిమాలు విడుదలయ్యాయి. అలా రాజ్‌కపూర్, నర్గీస్ నటించిన 'ఆహ్' సినిమాను తెలుగులో 'ప్రేమ లేఖలు' పేరుతో విడుదలైంది. ఈ చిత్రంలో ఆరుద్ర రాసిన పందిట్లో పెళ్ళవుతున్నాది, కనువిందవుతున్నాది అన్న పాట ఆ రోజుల్లో చాలా పాపులర్,

BRAOU

అలాగే శివాజీ గణేషన్ నటించిన 'కర్ణ' సినిమా కూడా ప్రజాదరణ పొందింది. ఈ సినిమాలో 'గాలికి కులమేది ఏది నింగికి కులమేది' అన్న పాట సంప్రదాయ వాదులను కూడా ఆలోచింపజేసింది. అలాగే 'మురిపించే మువ్వలు' చిత్రంలో 'నీ లీల పాడెద దేవా' బాగా ప్రజాదరణ పొందింది.

తెలుగు డబ్బింగ్ సినిమాను ప్రతిభావంతంగా జనంలోకి తీసికెళ్ళిన రచయితలలో శ్రీశ్రీ, ఆరుద్ర, బలిజేపల్లి, ఆత్రేయ, పినిశెట్టి మొదలైనవారు ఉన్నారు. డబ్బింగ్ సినిమాకు రచన చేయడం ఎంత కష్టమో, అలాగే ఆయా పాత్రలకు గాత్రం చెప్పడం కూడా అంతే కష్టం. పాత్ర మాట్లాడేటప్పుడు పెదవుల కదలికలను బట్టి రచయిత మాటలు రాస్తాడు. ఆ రాసిన మాటలను ఆ పాత్రే పలుకుతున్నట్టుగా చెప్పగలిగి ఉండాలి. శివాజీ గణేషన్ లాంటి హీరోకు తెలుగులో జగ్గయ్య తన కంచు కంఠంతో చెప్పేవారు.

డబ్బింగ్ సినిమా తరువాత కాలంలో పరిశ్రమగా మారిపోయింది. డబ్బింగ్ సినిమాల వల్ల ఆయా ప్రాంతాల ఆచార వ్యవహారాలు, సంస్కృతి, సంప్రదాయాలు తెలుసుకోవచ్చు. కథ, కథనంలో వచ్చిన మార్పులు గమనించవచ్చు. సాంకేతికంగా ఆయా భాషా చిత్రాలు ఏ స్థితిలో ఉన్నాయో తెలుసుకోవడానికి అవకాశం ఉంది.

13.9 సినిమా - లక్ష్యం, లక్షణం

వాహినీ పిక్చర్స్, విజయా వాహిని, జెమినీ, సాధన, రోహిణి, ఏ.వి.ఎమ్, రాజరాజేశ్వరి, అనుపమ, సాధనా, వినోదా, భరణీ, మోడరన్ థియేటర్స్, పక్షిరాజా, ప్రతిభ, రాజ్యం పిక్చర్స్, సారథీ స్టూడియోస్, బాబూ మూవీస్, పి.ఏ.పి., జగపతి, ఎస్.ఏ.టి., అన్నపూర్ణ, సురేష్, డి.వి.ఎస్ లాంటి సంస్థలు వైవిధ్యమైన సినిమాలను రూపొందించాయి. ఆ తర్వాత చాలా సంస్థలు వచ్చాయి. వస్తూనే ఉన్నాయి. అందులో కొన్ని చక్కటి చిత్రాలను నిర్మించాయి. ఎక్కువ భాగం వ్యాపార దృక్పథంతో వచ్చినవే. 'దృక్పథాన్ని' బట్టి భాషా స్వరూపమూ ఉండేది. జానపదంలో వాడే భాషతీరు, సాంఘిక చిత్రంలో వాడే భాష తీరూ వేరు అన్నట్టుగానే 'వాణిజ్య దృక్పథంతో తీసిన చిత్రాలలో భాష విభిన్నంగా ఉండేది. ప్రేక్షకుల దగ్గరకు వెళ్లాలనే ప్రయత్నంలో భాగంగానే భాషా వినియోగంలో చమక్కులు, జిమ్మిక్కులు ఉండేవి. వాక్య నిర్మాణంలో మెలికలు వేస్తూ హాస్యంలో జతచేర్చి చెప్పే ప్రయత్నం కనిపిస్తుంది. భాష మీద బాగా పట్టు ఉన్న రచయితలు చాలా కులాసాగా భాషను సినిమాల్లో ప్రవర్తించగలిగారు. జంధ్యాల సినిమాల్లో వచ్చిన భాష ఇందుకు తార్కాణం. సినిమా శీర్షికలు కూడా దీనికి లోనై కనిపిస్తాయి. 'అహ నా పెళ్ళంట' శీర్షికను చూస్తే చక్కటి ప్రేమను హాస్య ధోరణిలో చెప్పే ప్రయత్నం కన్పిస్తుంది. వ్యాపార ధోరణి చిత్రాలలో భాష కొన్ని సందర్భాలలో హద్దుల చివర్న ఉండి మనుషుల్లో దాగి ఉన్న భావనల్ని తట్టి లేపడం చూస్తాం.

ఒక సంస్థ ఎన్ని సినిమాలు నిర్మించింది అన్నది ప్రధానం కాదు. ఎన్ని ప్రయోజనాత్మక సినిమాలు రూపొందించిందన్నదే ముఖ్యం. సినిమా అన్నది కేవలం వినోదప్రధానమైనదే. సందేశం అన్నది అంతర్లీనంగా ఉండవచ్చు. మరోవైపు నీతుల కోసమే మేము సినిమాలు నిర్మించం అనేవారూ ఉన్నారు. సినిమా అన్నది మిగతా వాటిలాగే వ్యాపారం. కాబట్టి ఇక్కడ విలువలు కాదు వ్యాపారమే ముఖ్యం. వ్యాపారంలో లాభమే ప్రధానం. అనే వాదమూ తరచు వింటాం. వీటన్నిటి ప్రభావం భాషపైన ఉంటుంది. ఉన్న పరిస్థితుల, అవసరాలను బట్టి రాసే భాష సినిమాల్లో కన్పిస్తుంది. రచయిత భాషా పటిమ, రచనా నైపుణ్యమే ప్రధానమైన అంశం.

ఈ వ్యాపార సూత్రం ఆధారంగానే చాలా మంది చిత్రాలు నిర్మిస్తున్నారు. సినిమా నిర్మించడానికి చదువు, సంస్కారం, తెలివితేటలు, అభిరుచితో పని లేకుండా కేవలం డబ్బు ఉంటే చాలు, నిర్మాతలు, దర్శకులు కూడా సినిమా అనే మాధ్యమం పట్ల ఉన్న క్రేజ్ వల్ల తమకు నచ్చిన రీతిలో సినిమాలు తీయడం ప్రారంభిస్తున్నారు. గతంలో నైతిక విలువలు పాటించాలి అన్న స్పృహ ఉండేది. మంచి చెడు అన్న విచక్షణ ఉండేది. కానీ, ఈ వ్యాపార దృక్పథంలో చెడు ప్రవేశిస్తుంది. మంచికి తావులేకుండా పోతుంది. అంతకు ముందు మంచి చేయకపోయినా చెడు మాత్రం చేయకూడదు అని భావించేవారు. కానీ, ఇవ్వాళ్టి రోజున మంచి చెడు గురించి బేరీజు వేసుకోవడం పూర్తిస్థాయిలో జరగడం లేదు. ఈ సినిమాకు ఇంత ఖర్చు పెడుతున్నాము, దీనిపై ఎంత లాభం వస్తుంది అన్నదే ముఖ్యం అని అనుకునే సందర్భాలు మనకు ఎదురవుతూనే ఉంటాయి.

BRAOU

గతంలో కథ గురించి ఎక్కువ రోజులు శ్రమించేవారు. మేధావులైన రచయితలు, దర్శకులు నెలల తరబడి కథను తయారు చేసేవారు. ఆ తరువాత ఆ కథను తెరపైన ఎంత ప్రభావ వంతంగా చెప్పాలని ఆలోచించి తదనుగుణంగా కథా సంవిధానం తయారు చేసేవారు. దానినే ఇంగ్లీషులో స్క్రీన్ ప్లే అంటారు. అయితే ఇవ్వాళ కథ గురించి ఎవ్వరూ నెలల తరబడి వేచి ఉండటం లేదు. హీరోల డేట్ల గురించి సంవత్సరాల తరబడి ఎదురు చూస్తున్నారు. కొన్ని సందర్భాలలో తయారు చేసే కథను కథానాయకుడిని అభిమానులను కూడా దృష్టిలో పెట్టుకొనే తయారు చేస్తారు. వాణిజ్య దృక్పథం కోణంలో ప్రయోజనం అంచునుంచి చూసినప్పుడు అభిమానుల భావోద్వేగాలు, ఆలోచనా విధానం ప్రధానం.

ఇక 'తెలుగు సహజత్వం' అన్నది క్రమంగా తెరమరుగైపోతోంది. పాశ్చాత్య ప్రభావం ఎక్కువైపోయింది. గతంలో హీరో శ్రీరామ చంద్రుడైతే ఇప్పుడు హీరో సర్వ అవలక్షణాల సమ్మిళిత పురుషుడు. అప్పుడు మంచివాడు, ఆత్మీయుడు, ఆప్తుడు, అదర్శవాది, మహాత్ముడు అయితే ఇప్పుడు దొంగ, ఖూనీకోర్, హంతకుడు, మోసగాడు, పోరంబోకు. విశేషం ఏమంటే సినిమా పేరు ఎంత 'చౌకబారు'దయినా హిట్ అన్న సెంటిమెంట్ ముడిపడి వుండటం నిజంగా దౌర్భాగ్యమే. పాజిటివ్ దృక్పథం నుంచి నెగిటివ్ మార్గం వైపు మళ్ళడం నేటి సినిమా నైజమైంది.

13.10 భాషలో వచ్చిన పరిణామం

తెలుగు సినిమా భాషలో వచ్చిన మార్పును పరిశీలిద్దాం. మొదట తెలుగు సినిమాలపై పురాణాల ప్రభావం బాగా ఉందని చెప్పుకున్నాం. పురాణ నాటకాలలో ఏ భాషను వాడారో అదే భాషను దర్శకులు తీసుకున్నారు. కారణం ఆ ప్రక్రియ కొత్త కావడంతో దానిమీదనే దృష్టి పెట్టడం వల్ల భాష గురించి పట్టించుకోలేదు. అదే భాషనే సినిమా పాత్రల ద్వారా చెప్పించారు. అయితే ఎప్పుడైతే సాంఘిక చిత్రాలు ప్రారంభమయ్యాయో వాటిపై కూడా నాటకాల ప్రభావం ఉంది. సాంఘిక నాటకాలతో ఏ భాషను వాడారో అదే అనుసరించారు. అయితే ఆ తర్వాత వచ్చిన అభ్యుదయ దర్శకులు తమ చిత్రాలలో ప్రజల భాషను అనుసరించడం మొదలు పెట్టారు. గ్రాంథికం నుంచి వ్యవహారికంలోకి మార్చేశారు. రాయలసీమ, తెలంగాణ, ఆంధ్ర, ఉత్తరాంధ్ర ఇలా ఒక్కో ప్రాంతంలో ఒక్కో భాష మాట్లాడటం ఇప్పటికీ మనం చూస్తున్నాం. అందుకనే ఇలా ప్రాంతాల భాషకాక పుస్తకాలలో వాడే భాషను తీసుకున్నారు. గుంటూరు, కృష్ణా జిల్లాల్లో వాడే భాషనే సినిమాలలో ప్రామాణికమైన భాషగా తీసుకున్నారు.

BRAOU

సినిమాలో పాత్రలను దృష్టిలో పెట్టుకొని రాసే భాషను పాత్రోచితమైన భాష అంటారు. ఉదాహరణకు ఒక మోతుబరి రైతు మాట్లాడే భాషకు, పాలేరు, లేదా కూలీలు మాట్లాడే భాషకు చాలా తేడా ఉంటుంది. ఇక సాంఘికాలలో కూడా ఉన్నత కుటుంబాలు, లేదా జమిందారీ కుటుంబాలు మాట్లాడే భాషలో తేడాను గమనించవచ్చు. పౌరాణికాలలో పురాణ పాత్రలు, జానపదాలలో రాజులు, రాణులు మాట్లాడుకునే భాష అప్పటికీ ఇప్పటికీ ఒకేలా ఉంది.

అయితే రాను రాను మాండలికాలు కూడా సినిమాలో ఎక్కువ ప్రాధాన్యతనే సంపాదించాయి. ఉదాహరణకు తెలంగాణా మాండలికాల్లో వచ్చిన చిల్లర దేవుళ్ళు, మా భూమి, దాసి, మట్టి మనుషులు, తెలంగాణా మొదలైనవి. అలాగే రాయలసీమ భాషలో వచ్చిన సినిమాలు, రాయలసీమ రామన్న చౌదరి, సమర సింహారెడ్డి, కడప రెడ్డమ్మ, ప్రేమంటే ఇదేరా లాంటి వాటిని చెప్పుకోవచ్చు.

ఉత్తరాంధ్ర భాష మాట్లాడే పాత్రలను చాలా సినిమాలలో చూపించారు. అలాగే కొన్ని గిరిజన తెగలు మాట్లాడే భాష, ముస్లిమ్ పాత్రలు తెలుగు మాట్లాడే పద్ధతి, ఆంగ్లేయులు మాట్లాడే పద్ధతి ఆయా పాత్రలను బట్టి ఉపయోగించడం జరిగింది.

అలాగే పాటల్లో సాహిత్య సౌరభాలు గుబాళించేవి ఎన్నో ఉన్నాయి. ఆనాటి కవులంతా పండితులు, బాగా చదువుకున్నవారు కావడంతో సాహిత్యానికే పెద్దపీట వేశారు. 'హితం చెప్పేదే సాహిత్యం' అన్నారు కదా అందుకే ప్రతి పాటలోనూ సాహిత్యం అంతర్లీనంగా తొంగి చూస్తూనే ఉంటుంది. అదీకాక ఆనాటి పాటలపై అప్పటి భావ కవిత్వం ప్రభావం కూడా ఎక్కువగానే ఉంది. ఆ ప్రభావం పాటలపై బాగా కనిపించింది.

మాటల రచయితలు కూడా సంభాషణలను పాత్రోచితంగా రాస్తూనే ఒక స్థాయిని పాటించారు. పాత్ర స్వభావాన్ని బట్టి భాషను వాడేవారు. అది మామూలు ప్రజలు మాట్లాడే భాషకు పై స్థాయిలోనే ఉండేది. సంభాషణ క్లుప్తంగా,

సరళంగా, సహజంగా ఉండేలా చూసేవారు. శబ్దం కన్నా దృశ్యానికే ప్రాధాన్యత పెరిగింది. అయితే 1980 తర్వాత భాషలో చాలా మార్పులొచ్చాయి. కారణం పాత తరం కవులు, రచయితలు క్రమంగా తెరమరుగై పోవడం నవతరం రచయితలు, కవులు రావడంతో అటు మాటల్లోనూ, పాటల్లోను ఎక్కువ మంది జనం మాట్లాడే భాషను ప్రామాణికంగా తీసుకున్నారు. అంత వరకు సినిమా అనగానే సాహిత్య విలువలకు భంగం కాకుండా చూసేవారు. కొత్తతరం వారు రావడంతోనే భాషను పూర్తిగా మార్చేశారు. ఆకాశం నుంచి ఒక్కసారి భాష భూమ్మీదకొచ్చేసింది. అనతి కాలంలోనే అది పాతాళానికి పడిపోయింది. భాషకు పరిమితులు, ప్రమాణాలు అక్కరలేదనే వాదన బయలు దేరింది. అటు మాటల్లోనూ, పాటల్లోనూ ఊహించినంత మార్పు వచ్చింది. అంతవరకు గుంభనంగా, అంతర్లీనంగా ఉన్న శృంగార సన్నివేశాలు కృత్రిమించి ఎబ్బెట్టుగా ఉండే విధంగా రచయితలు, కవులు రాయడం ప్రారంభించారు. సంభాషణలలో అశ్లీలత బాగా పెరిగింది. పాటలు కూడా ఉద్రేకాన్ని పెంచేలా ఉండటం సరికొత్త పోకడ.

ఆ తర్వాత వచ్చిన రచయితలు, దర్శకులు భాషను మరీ దిగజార్చారు. ఒక రకంగా చెప్పాలంటే భాష రోడ్డున పడిపోయింది. ప్రమాణాలు లేవు. విలువలు లేవు. ఇదొక వింత వైఖరి. విచిత్ర పోకడ.

అభ్యాసం-1

సినిమా ఆవిర్భావాన్ని పరిచయం చేయండి.

అభ్యాసం-2

తెలుగు సినిమాపై నాటకాల ప్రభావాన్ని వివరించండి.

BRAOU

13.11 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- కదిలే బొమ్మలతో ఒక అద్భుతాన్ని సృష్టించవచ్చునని మొదట ఆలోచించిన వారు ఆచరణలో పెట్టిన వారు లూయిస్, ఆగస్ట్ అనే లూమియర్ బ్రదర్స్.
- 1895 సంవత్సరంలో సినిమాకు రూపకల్పన జరిగింది.
- 1896వ సంవత్సరం జూలై 7వ తేదీన మన దేశంలో మొదటిసారి బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్‌లో లూమియర్ బ్రదర్స్ తాము రూపొందించిన లఘు మూకీ చిత్రాలను ప్రదర్శించారు.
- దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే 1913వ సంవత్సరంలో 'రాజా హరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ తొలి మూకీ చిత్రం నిర్మించారు.
- దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే భారతీయ సినిమాకు పితామహుడు, ఆద్యుడు కనుకనే వీరి పేరు మీద భారత ప్రభుత్వం 1969 సంవత్సరంలో దాదా సాహెబ్‌ఫాల్కే అవార్డును ప్రవేశపెట్టారు.

- 1922లో రఘుపతి వెంకయ్యనాయుడు తొలి తెలుగు మూకీ చిత్రం 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ'ను నిర్మించారు. ఇది మద్రాసులో నిర్మించబడింది.
- 1926లో సి. పుల్లయ్య కాకినాడలో 'భక్త మార్కండేయ' అన్న మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించారు. ఇది ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో నిర్మించిన మొదటి చిత్రం.
- తొలి తెలుగు మూకీ చిత్రాన్ని నిర్మించిన రఘుపతి వెంకయ్య నాయుడు పేరుమీద 1981 నుండి రాష్ట్ర ప్రభుత్వం రఘుపతి వెంకయ్య నాయుడు అవార్డును ప్రదానం చేస్తోంది.
- 1931వ సంవత్సరంలో భారతీయ మొదటి టాకీ చిత్రం 'ఆలం ఆరా'ను అర్దేషిర్ ఇరానీ రూపొందించారు. ఇదే సంవత్సరం తమిళంలో తొలి టాకీ చిత్రం "కాళిదాసు" కూడా విడుదలయ్యింది.
- 1931వ సంవత్సరంలోనే హెచ్.ఎం.రెడ్డి బొంబాయిలో 'భక్తప్రహ్లాద' అనే మొదటి తెలుగు టాకీ చిత్రాన్ని రూపొందించారు.
- హిందీ 'ఆలం ఆరా', తమిళ 'కాళిదాసు', తెలుగు 'భక్త ప్రహ్లాద' ఈ మూడు టాకీ చిత్రాలలోనూ ఎల్.వి. ప్రసాద్ నటించారు.
- సినిమా నిర్మాణంలో ప్రతి అంశంలోనూ సాంకేతిక అభివృద్ధివల్ల మార్పులు వచ్చాయి.
- సినిమాలలో వాడే భాష తొలుత ప్రామాణికమైనా తరవాత తెలంగాణ మాండలికం, రాయలసీమ మాండలికంలో సినిమాలు తీయడం గమనార్హం.
- ఈనాడు సినిమాల్లో వాడుతున్న భాషకు ప్రమాణాలు లేవు. విలువలు లేవు.

13.12 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. దక్షిణ భారతదేశ సినిమా గురించి రాయండి.
2. సినిమా లక్ష్యము, లక్షణమూ మారిందా? చర్చించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. సాంఘిక ప్రయోజనాలతో వస్తున్న సినిమాలకు ఆదరణ ఉన్నదా? చర్చించండి.
2. సినిమాలో సంగీత ప్రాధాన్యతను వివరించండి.

BRAOU

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. 1877వ సంవత్సరంలో నిశ్చలన చిత్రాలను ఒక క్రమ పద్ధతిలో పేర్చి ఆయా చిత్రాలను కదిలిస్తే అవి కదులుతాయని ఇంగ్లండ్ దేశస్థుడు ఎడ్వర్డ్ మైబ్రిడ్జి నిరూపించాడు. ఇదే సంవత్సరం ఇదే దేశానికి చెందిన ఫ్రీజ్‌గ్రీన్ కెమెరాను కనిపెట్టాడు. 1890లో థామస్ అల్వా ఎడిసన్, 1892లో ఎమిలీ రేనాల్డ్ ప్రొజెక్టర్లను కనిపెట్టారు. 1895లో ఉడ్‌విల్ లాథమ్ ఫిలిమ్‌ను కనుగొన్నారు.

కదిలే బొమ్మలతో ఒక అద్భుతాన్ని సృష్టించవచ్చునని మొదట ఆలోచించినవారు, ఆచరణలో పెట్టినవారు లూయిస్, ఆగస్ట్ అనే లూమియర్ బ్రదర్స్. 1895లో సినిమాకు రూపకల్పన జరిగింది. ఫ్రెంచి సోదరులైన లూమియర్ బ్రదర్స్ నూతన ప్రక్రియకు ఆద్యులయ్యారు. వీరందరి సమష్టి కృషి ఫలితంగా సినిమా ప్రజల ముందుకు వచ్చింది.

1896వ సంవత్సరం జూలై 7వ తేదీన మన దేశంలో మొదటిసారి బొంబాయిలోని వాట్సన్ హోటల్‌లో లూమియర్ బ్రదర్స్ తాము రూపొందించిన లఘు మూకీ చిత్రాలను ప్రదర్శించారు.

మొదటిచిత్రం లివింగ్ ది ఫ్యాక్టరీతో పాటు మరో ఐదు చిన్న చిత్రాలను ప్రదర్శించారు. ఎరైవల్ ఆఫ్ ఎ ట్రెయిన్ ఎట్ లాసియోక్యాట్ స్టేషన్, ది సీ బాత్, ఎంట్రీ ఆఫ్ సినిమాటోగ్రఫీ, డిమాలిషన్, లేడీస్ అండ్ సోల్జర్స్ ఆన్

వీల్స్ వీటన్నింటిలోనూ ది ఎరైవాల్ ఆఫ్ ఎ ట్రెయిన్ ఎట్ లాసియోక్యాట్ స్టేషన్ అన్న చిత్రం ప్రదర్శిస్తుంటే నిజంగా రైలు తమ మీదకు వస్తుందేమోనని థియేటర్ నుంచి జనం బయటకు పరుగులు తీసిన సంఘటనలు అనేకం ఉన్నాయి. ఈ నూతన ప్రక్రియకు ప్రజల్లో ఆశ్చర్యం, కొత్త అనుభూతి వెల్లడయింది.

ఈ ప్రదర్శనల ప్రేరణతో మన దేశంలో హరిశ్చంద్ర భట్వాదేకర్ విదేశీయుల సహకారంతో రెండు మూకీ చిత్రాలను తయారు చేశాడు. అయితే విదేశీయులు నిర్మించిన సినిమాలు చూసి, వారి సహకారం లేకుండా మన దేశంలో మన పురాణాలను తీసుకొని ఎందుకు తీయకూడదు అన్న ఆలోచన ఫలితమే దాదా సాహెబ్ ఫాల్కే 1913వ సంవత్సరంలో 'రాజా హరిశ్చంద్ర' అనే భారతీయ తొలి మూకీ చిత్రం రూపొందించారు. ఫాల్కే పూర్తి పేరు దండీరాజ్ గోవింద్ ఫాల్కే. రాజా హరిశ్చంద్ర 1913 మే 3వ తేదీన విడుదలైంది. భారతీయ సినిమాకు పితామహుడు, ఆద్యుడు కనుకనే వీరి పేరు మీద భారత ప్రభుత్వం వారి శతజయంతి సందర్భంగా (30-40-1870-16-02-1944), 1969వ సంవత్సరంలో జాతీయస్థాయిలో దాదాసాహెబ్ ఫాల్కే అవార్డును ప్రవేశపెట్టింది.

2. తెలుగు సినిమాపై మొదట్లో నాటకాల ప్రభావం చాలా ఎక్కువగా ఉంది. కారణం అప్పటి వరకు ప్రజలకు ఎక్కువ వినోదాన్ని, అనందాన్ని ఇచ్చినవి నాటకాలే. అందుకే వాటి ప్రభావంతోనే సినిమాలు ప్రారంభమయ్యాయి. అదీ కూడా ఎక్కువ పౌరాణికాలే కావడం విశేషం. ఇక తొలి వాళ్ళలో సినిమాలలో నటించింది కూడా కాకలు తీరిన రంగస్థల నటులే. బళ్ళారి రాఘవ, సురభి కమలాబాయి, గోవిందరాజుల సుబ్బారావు, కనకం, కన్నాంబ, అక్కినేని నాగేశ్వరరావు, ముక్కామల, ధూళిపాళ, మిక్కిలినేని, గుమ్మడి, జగ్గయ్య, జమున మొదలైనవారు నాటకరంగం నుంచి వచ్చినవారే. రంగస్థలం మీద బాగా పాడగలిగిన నటీనటులనే తీసుకొనేవారు. ఎవరి మాటలు వారివే. పాటలూ వారే పాడుకొనేవారు. కెమెరా నడుస్తుంటే ఫ్లోర్ ప్రక్కన వాయిద్యకారుల సహకారంతో పాడుతుండేవారు. అప్పట్లో, రాగానికి, శృతి ప్రాధాన్యత ఎక్కువగా ఉండేది. 1931 నుంచి పౌరాణికాలు, 1936 నుంచి సాంఘికాలు, 1937 నుంచి జానపదాలు, 1941 నుంచి చారిత్రకాలు ప్రారంభమయ్యాయి. పౌరాణికాలు వస్తున్న తరుణంలోనే తెలుగు సినిమా రంగంలో అభ్యుదయ రచయితలు, దర్శకులు ప్రవేశించారు.

అప్పటి వరకు వస్తున్న చిత్రాలకు భిన్నంగా ఆలోచించి. సినిమా అన్నది ప్రజలపై విశేష ప్రభావం చూపుతున్నదని గ్రహించి ఆనాటి సమాజంలోని చెడు సంప్రదాయాలను తూర్పారపడుతూ సరికొత్త కథలను ఎంపిక చేసుకొని సినిమాలను నిర్మించడం మొదలు పెట్టారు. వరకట్నం, వితంతు వివాహం, మద్యపానం, కన్యాశుల్కం, బాల్య వివాహం, స్త్రీ విద్య, కుల వ్యవస్థ మొదలైన అంశాలను కథా వస్తువులుగా తీసుకొని చిత్రాలను నిర్మించారు. మొదట్లో పౌరాణికాలు ఎక్కువ రావడానికి కారణం ఆ రోజుల్లో పౌరాణికాలు ప్రజలకు బాగా సుపరిచితం కావడమే. తెలిసిన కథలను తెరకెక్కించడం కూడా సులభం కావడంతో వీటిని కథాంశాలుగా ఎన్నుకున్నారు. ఆ తరువాత పెద్దవాళ్ళకు పిల్లలకు "అనగనగా ఒక రాజ్యంలో", లేదా "అనగనగా ఒక ఊళ్ళో ఒక పేదరాశి పెద్దమ్మ" అంటూ మొదలు పెట్టే జానపద కథలు కూడా విరివిగా ప్రచారంలో ఉండేవి. అందుకే ఈ కథలతో కూడా చిత్ర నిర్మాణం జరిగింది. కనకతార, బాలరాజు, కీలుగుర్రం, గుణసుందరి కథ, రాజనందిని, రాజమకుటం, జగదేకవీరుని కథ, పాతాళ భైరవి ఈ కోవలోని చిత్రాలే. ఆ తర్వాత చరిత్రలోని కథలను తీసుకొని కొన్ని చిత్రాలు వచ్చాయి. తెలుగులో తొలి చారిత్రాత్మక సినిమా పల్నాటి యుద్ధం, ఆ తర్వాత మహా మంత్రి తిమ్మరుసు. అనార్కలి, తెనాలి రామకృష్ణ, బొబ్బిలి యుద్ధం. అల్లూరి సీతారామరాజు, చాణక్య చంద్రగుప్త, తాండ్రపాపారాయుడు, విశ్వనాథ నాయకుడు, అన్నమయ్య, రామదాసు లాంటి చిత్రాలను పేర్కొనవచ్చును. వీటితో పాటు ప్రజాదరణ పొందిన నవలలను ఇతివృత్తాలుగా తీసుకొని కూడా సినిమాలు వచ్చాయి.

BRAOU

భాగం-14 యాంకరింగ్

విషయక్రమం

14.0 ఉద్దేశం

14.1 ప్రవేశిక

14.2 యాంకరింగ్ - భావన, నేపథ్యం

14.3 యాంకర్‌కు ఉండవలసిన లక్షణాలు

14.3.1 అభివ్యక్తి

14.3.2 భాషపై సాధికారత

14.3.3: ఉచ్చారణ

14.3.4: హావభావాలు,

14.3.5 సాధన

14.4 స్వరం, సందర్భాల స్పృహ

14.4.1 స్వర ఝరి

14.4.2 సందర్భశుద్ధి

14.5 ప్రసారాల ప్రత్యేకత

14.5.1 సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాలు

14.5.2 క్రీడా కార్యక్రమాలు

14.5.3 ఆధ్యాత్మిక అంశాలు

14.6 భాషానుసరణ

14.6.1 పదాల ఎంపిక

14.6.2 ప్రామాణికత

14.6.3 వాడుక పదాలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

14.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

14.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

14.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- యాంకరింగ్ భావన, నేపథ్యాలు, యాంకర్‌కు ఉండవలసిన లక్షణాలు.
- వివిధ కార్యక్రమాలకు యాంకరింగ్ నిర్వహణలో పాటించదగిన మెళకువలు.
- ప్రసారమాధ్యమాలలో యాంకరింగ్ సందర్భంగా భాష, అనుబంధ విషయాల పట్ల అవగాహన.

BRAOU

14.1 ప్రవేశిక

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలైన రేడియో, టెలివిజన్‌లు మన రోజువారీ జీవితంతో విడదీయరాని బంధాన్ని ఏర్పరుచుకున్నాయి. అయితే నేటి జనజీవితంలో టెలివిజన్ విడదీయలేని ఒక అంతర్భాగమే! ప్రపంచం నలుమూలల సమాచారాన్ని టీవీ తీసుకొచ్చి మన ఇంటి ముంగిళ్లలో ఆవిష్కరించే సమాచార శాస్త్రం. ఇంటిల్లిపాదినీ నవ్వించి, కవ్వించి సేదతీర్చే సాంత్వన సాధనం. మరి అటువంటి టీవీ చూడగానే మనకు ముందుగా కనిపించేదెవరు? ఇంకెవరు? యాంకర్...! పుస్తకానికి ముఖచిత్రం వంటిదే టీవీ ఛానళ్లలో యాంకరింగ్. సమిష్టిగా సాగిపోయే బృంద కృషిలో సంపాదక వర్గంనుంచి సాంకేతిక నిపుణుల వరకూ ఎంతగా పాలుపంచుకుంటున్నా... వారి భాగస్వామ్యంలో ఎంత శ్రమ దాగినప్పటికీ... ఆ మొత్తం ఫలితాన్ని గుదిగుచ్చి మాలగా ప్రేక్షకుల ముందుకు తెచ్చే వృత్తి యాంకరింగ్‌గా చెప్పవచ్చు. వార్తల నివేదన, పఠనం, వివిధ కార్యక్రమాల సమర్పణ అన్నిటిలోనూ నేరుగా ప్రేక్షకునితో సంబంధం ఉండే వృత్తి ఇది. ఒక రకంగా చెప్పాలంటే టీవీ మీడియాలో గ్లామర్ ఫీల్డ్. అందుకే ఆకర్షణే కాదు, కఠోర శ్రమ కు[illegible]ుంది. ఆయా ఛానళ్ల జయాపజయాలలో కీలకభాగస్వామిగా యాంకరింగ్‌ను పేర్కొనవచ్చు.

అందుకే ఛానళ్ల నిర్వాహకులు యాంకర్ల ఎంపికలో అనేక జాగ్రత్తలు తీసుకుంటారు. ఇది కత్తిమీద సాములాంటి ఉద్యోగమే. అయితే కావాల్సినంత ఆత్మ సంతృప్తి కూడా లభిస్తుంది. అవకాశాల పరంగానూ, అంచెలంచెలుగా గుర్తింపు తెచ్చుకొనే దిశలోనూ వృత్తిపరమైన ఉన్నతి రీత్యానూ యాంకరింగ్‌కు టీవీ మీడియాలో రోజు రోజుకీ ఆదరణ పెరుగుతోంది. ఈ రంగంలోకి ప్రవేశించాలనుకొనేవారు, టీవీ మీడియాపై విశ్లేషణ చేయాలనుకొనేవారు, రచన చేసే కాపీ ఎడిటర్లు తప్పనిసరిగా యాంకరింగ్‌పై అవగాహన ఏర్పరచుకోవడం నేటి అవసరం. మృదువైన ఉచ్చారణ, భాషపై సాధికారత, వ్యాకరణ శుద్ధి, సమయస్ఫూర్తి, సందర్భోచితమైన చతురత, విషయ ప్రధానమైన ముఖ కవళికలు, ఆకట్టుకొనే రూపం యాంకరింగ్‌కు ఉండాల్సిన ప్రాథమిక లక్షణాలు. యాంకరింగ్‌కు అవసరమైన సంభాషణలు రాసే రచయితలు కూడా ఆయా లక్షణాలను దృష్టిలో పెట్టుకొనే తమ కాపీలను సిద్ధం చేయాల్సి ఉంటుంది. నేరుగా ప్రజలతో ప్రత్యక్ష సంభాషణ జరిపే తీరులో ఉండటమే ఈ ప్రక్రియ లక్ష్యం, లక్షణమూ. ఇందుకుగానూ అంశాలవారీగా అనుసరించాల్సిన, అనుసరిస్తున్న పద్ధతులపై ఇక్కడ చర్చిద్దాం.

BRAOU

14.2 యాంకరింగ్ - భావన, నేపథ్యం

యాంకర్:

వ్యాఖ్యాత. వార్తలతో సహా ఏ కార్యక్రమాన్ని అయినా పరిచయం చేస్తూ వాటిని విశ్లేషించి, వివరించే వారిని యాంకర్లుగా పిలవాలి. సాధారణంగా వినోద కార్యక్రమాలకు ఈ పేరు అతికినట్లు సరిపోతుంది. వీరు కొంత అతిశయంతో తమ పరిజ్ఞానం అనుమతించిన మేరకు విశ్లేషణలు చేస్తూ ఆయా కార్యక్రమాలను రక్తి కట్టించడానికి ప్రయత్నిస్తూ ఉంటారు.

'యాంకరింగ్' రేడియో, టెలివిజన్ మాధ్యమాలలో ఒక ప్రక్రియ. వివిధ కార్యక్రమాలను అనుసంధానం చేసేది, ఒకే కార్యక్రమంలో విడి అంశాలను, విభిన్న భాగాలను కలిపేది యాంకరింగ్ ద్వారానే. వార్తలను చదివే వారిని కూడా యాంకర్లుగానే భావిస్తారు. టెలివిజన్ నేపథ్యంలో కన్పించే యాంకరింగ్ రేడియో ప్రసారాలలో కూడ కనిపిస్తుంది. 'వ్యాఖ్యానం'గా రేడియోలో దీన్ని పిలుస్తారు. వాఖ్యానాన్ని చేసేది 'వాఖ్యాత' ఉత్సవాలు, క్రీడల వంటి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలలో వ్యాఖ్యానాన్ని తరచు వింటూ ఉంటాం. అదే టెలివిజన్‌లోనయితే వ్యాఖ్యాత అనరు. యాంకర్‌గానే పిలుస్తారు. కార్యక్రమాల మారిన సరళి, యాంకరింగ్ సందర్భాల పెరుగుదల వల్ల యాంకరింగ్‌ను ఒక ప్రత్యేక కళగా గుర్తిస్తున్నారు. యాంకరింగ్ అర్థమూ రూపాంతరం చెంది వినోద కార్యక్రమాల కూర్పు సందర్భాలలో సంధాన కర్తగా వ్యవహరించే వారిని యాంకర్‌గా పిలుస్తున్నారు. యాంకరింగ్ అనేది ఇప్పుడొక 'సృజనాత్మక కళగా' రూపాంతరం చెందింది. యాంకర్‌కు కొన్ని ప్రత్యేక నైపుణ్యాలు ఉన్నట్టే యాంకరింగ్‌కు కొన్ని పరిధులూ ఉన్నాయి. కళ్ళతో, కనుబొమ్మలతో, చేతుల కదలికల్నుంచి భావ వ్యక్తీకరణ చేయగలిగినట్టు, మాట్లాడే భాషలో స్పష్టత, స్వచ్ఛత ఉండాలి. భాష మీద పట్టూ

ఉండి తీరాలి. ఇతర భాషా ఛానెళ్లలో యాంకర్ల మాదిరే తెలుగు భాషా యాంకర్లకు ఇవన్నీ వర్తిస్తాయి. వార్తలు ఇతర కార్యక్రమాల వ్యాఖ్యాతలను వర్గీకరించి చెప్పడం కనిపిస్తుంది. వ్యాఖ్యాత అనే అర్థంలో 'యాంకర్' పదం విస్తృతంగా వాడుతున్నారు. యాంకర్, న్యూస్ రీడర్, న్యూస్ ప్రజెంటర్, న్యూస్ కాస్టర్ వంటివి కలిసి ఒకటై 'యాంకర్' గా మారాయని కొందరు భావిస్తున్నా, 'యాంకర్' అనే పదాన్ని టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో 'సంధాన కర్తగా' వ్యవహరించే వారికే అన్వయిస్తున్నారు.

న్యూస్ రీడర్:

పూర్తిగా వార్తలు చదివేందుకు పరిమితమైన ఉద్యోగం. సొంతంగా వ్యాఖ్యలు జోడించడం, స్వతంత్రంగా ప్రశ్నలు సంధించడం వంటి వాటి జోలికి పోరు. స్క్రిప్టు మీదనే పూర్తిగా ఆధారపడతారు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, ఫోన్ ఇన్ కార్యక్రమాలు ఇతర సందర్భాల్లో పూర్తిగా డెస్కు సహకారం మీదనే ఆధారపడతారు.

న్యూస్ ప్రజెంటర్:

వార్తలు చదవడంలోనూ, చర్చా కార్యక్రమాల నిర్వహణలోనూ కొంత స్వతంత్ర వైఖరి, తమదైన ప్రత్యేక శైలిని వీరు కనబరుస్తూ ఉంటారు. వార్తల సమర్పణలో హావ భావాలతో ఎదుటి వ్యక్తితో ప్రత్యక్షంగా సంభాషణ చేస్తున్న తీరు వీరిలో కనిపిస్తుంది. ప్రశ్నించే తీరు, వార్తలు చదివే శైలి ఒక్కో న్యూస్ ప్రజెంటర్‌లో ఒక్కో తరహాలో కనిపిస్తాయి. ఇబ్బందికరమైన, క్లిష్టమైన ప్రశ్నలు ఎదుటి వారిపై సంధించేటప్పుడు న్యూస్ ప్రజెంటర్లు కనబరిచే చొరవ, సున్నితమైన హావభావాలు, ముఖ కవళికలు, తగిన సమాధానం రాబట్టేందుకు వీలు కల్పిస్తాయి.

న్యూస్ క్యాస్టర్:

వార్తా కార్యక్రమాలను ప్రజలకు నివేదించడంలో సమగ్ర స్వరూపం ఇది. విషయం ఎంపిక, స్క్రిప్టు రచన, చెప్పే విధానం, ప్రశ్నించే తీరు, జర్నలిస్టిక్ శైలి, అనుభవం, విషయ పరిజ్ఞానం మేళవించిన స్వతంత్ర వార్తా నివేదికుని 'న్యూస్ క్యాస్టర్'గా పిలవవచ్చు. వార్తల నివేదనలో సాధికారత, సబ్జెక్టుపై పట్టు, ఆత్మవిశ్వాసం, ప్రశ్నించే ధోరణిలో ప్రజాప్రయోజన కాంక్ష న్యూస్ క్యాస్టర్‌లో కనిపిస్తాయి.

ఉచ్ఛ్వాస నిశ్వాసల్లో చిన్న వ్యత్యాసాలను సైతం రికార్డింగ్ చేయగల వ్యవస్థకు అనుసంధానమైన యాంకర్లు పనిచేస్తుంటారు. అందుకే స్టూడియోలో వార్తలు చదివేటప్పుడు శ్వాసకు సంబంధించి కూడా తగిన జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి ఉంటుంది. శ్వాసకు, స్వరానికి, ఉచ్చారణకు సంబంధం ఉంటుందని ఫొనెటిక్స్ (ధ్వన్యుత్పత్తి శాస్త్రం) నిపుణులు చెబుతారు. ప్రాణాయామం వంటివి ఉచ్ఛ్వాస నిశ్వాసల నియంత్రణకు దోహదం చేస్తాయి. ఉచ్చారణ విషయంలో ఇంత వరకూ తెలుగు ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాకు నిర్దేశిత ప్రమాణాలేమీ లేవన్న విషయం మనకు తెలిసిందే. వాడుక భాష వినియోగిస్తున్నప్పటికీ సినిమాటిక్ శైలిని, కొత్తగా ప్రాచుర్యంలోకి వస్తున్న పద బంధాలను వినియోగించడం, కొంత ఆంగ్లం, హిందీ పదాలను కలిపి మిశ్రమంగా వినియోగించడం కనిపిస్తుంది.

మనుష్యుల పేర్లు, స్థలాలకు సంబంధించి మాత్రం మనకు తోచిన రీతిలో పలకడం ఆమోదయోగ్యం కాదు. దీనిపై యాంకర్లు ప్రత్యేక సాధన చేయాల్సిందే.

కొన్ని పదాలను, భాషలో మనకు తెలిసిన కొన్ని యాసలో వుండే మాటలను ఏ జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. ప్రజాసక్తితో పాటు వారి ప్రయోజనం, భాషా ప్రయోజనం కూడా ముఖ్యం. ఈ విషయంలో యాంకర్లు సాధనతో భాష విషయంగా పట్టు సాధించగలిగాలి.

14.3 యాంకర్‌కు ఉండాల్సిన లక్షణాలు

ప్రసారమాధ్యమంలో యాంకర్ అంటే ఛానల్ బాహ్య స్వరూప చిత్రం. ఆకర్షణీయంగా ఉండటమే కాకుండా, విషయపరంగానూ, వ్యవహార శైలిలోనూ, హావభావ వ్యక్తీకరణలోనూ కొన్ని ప్రత్యేకతలను అలవరచుకోవడం, అలవాటు చేసుకోవడం ఈ వృత్తిలో తప్పనిసరి.

BRAOU

ఈ నేపథ్యంలో యాంకర్‌కు సంబంధించి కొన్ని లక్షణాల్ని ప్రస్తావిస్తారు. ఉండాల్సిన లక్షణాలను చెప్పదలిస్తే చాలానే ఉన్నాయి. పోలికలున్న వాటినీ, పరస్పరం కలగలిసే వాటిని వర్గీకరించి చెప్పినా చాలానే అవుతాయి. మనం చూసే దృక్కోణంలోంచి, అనుభవంలోంచి వచ్చిన ఆలోచనల్లోంచి వాటి వివరణ భిన్నంగాను, వైవిధ్యంగానూ ఉండవచ్చు. భాష, మాట్లాడేతీరు, ఉచ్చారణ, హావభావాలు, ముఖకవళికల వంటివి 'అందరూ చెప్పే లక్షణాలే. యాంకరింగ్‌లో మెలుకువలు పట్టు బడాలంటే సాధన తప్పదు. సాధన చేస్తున్న కొద్దీ సృజనాత్మకత పెరిగే అవకాశాలు ఉన్నాయి. ఈ సందర్భంగా కొన్ని ప్రధాన లక్షణాల్ని ఇక్కడ వివరిస్తున్నాం.

14.3.1 అభివ్యక్తి

ప్రతి వ్యక్తికీ కొన్ని లక్షణాలు ఉంటాయి. రూపంలోనే కాకుండా స్వరంలోనూ, మాట్లాడే తీరులోనూ, వ్యక్తిత్వ ప్రకటనలోనూ ఆ వైవిధ్యం తారసిల్లుతూనే ఉంటుంది. అందుకే ఏ వ్యక్తిని కూడా మరొక వ్యక్తితో నూటికి నూరుపాళ్లు సరిపోల్చి చూడలేం. హావ భావ వ్యత్యాసాల మొదలు, భాషా వైవిధ్యం వరకూ యాంకర్లు ప్రదర్శించే ప్రత్యేకతలు, కనబరిచే వైవిధ్యాన్నే తమదైన అభివ్యక్తిగా చెప్పుకోవాలి. చెప్పే తీరులోని విశ్వాసం, ఉచ్చారణ శైలి, స్వర వైవిధ్యం, వీటన్నిటికీ తోడు ఆహార్యం, క్లిష్టమైన సమయాల్లో వారి సమయస్ఫూర్తి కలగలిసి ఒక విశిష్టమైన వ్యక్తిత్వాన్ని ఆపాదిస్తాయి.

చదివేటప్పుడు స్వర విధానంలో మార్పులు, హెచ్చుతగ్గులు, చదవడంలో విలక్షణత తెచ్చి పెడతాయి. స్వర స్థాయి, పదాల మధ్య భావానికి, భావానికి మధ్య విరామం, లయ, నొక్కి చెప్పే ధోరణి వంటివి సహజత్వాన్ని ఆపాదిస్తాయి. అందుకే యాంకర్లు తమదైన శైలి, వైవిధ్యంపై దృష్టి సారించాలి. భాష ద్వారా వ్యక్తం చేసే పదాలకు, శారీరక భాషలోని హావభావాలకు వ్యక్తీకరణలో సమప్రాధాన్యం ఉంటుంది. అభివ్యక్తిలో ఇది అంతర్భాగం. అదే విధంగా యాంకరింగ్‌లో మూడు ప్రధాన సూత్రాలను ఇక్కడ చెప్పుకోవాలి. అవి: పాజింగ్ (పదాల మధ్య విరామం) టైమింగ్ (ఉచ్చారణలో సమయనిర్దేశం) ఎంఫసిస్ (అవసరాన్ని బట్టి పదాలను నొక్కి చెప్పడం).

జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్ కింద హైదరాబాద్ నగరానికి వెయ్యి బస్సులు మంజూరు చేసినట్లు కేంద్ర పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి జైపాల్‌రెడ్డి తెలిపారు. ఇందులో ఒకే అంశం నాలుగు భాగాలుగా ఉంది. జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్, హైదరాబాద్ నగరం, వెయ్యి బస్సుల మంజూరు, పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి చెప్పడం. వీటిని నాలుగు భాగాలుగా ప్రేక్షకుడు గుర్తించలేనంత స్వల్ప పాజ్‌తో భాగాలు చేసుకోవడం మనకు కనిపిస్తుంది. ఒక వాక్యాన్ని చదివేటప్పుడు భావ ప్రసార సౌలభ్యాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకొని రెండు, మూడు పదాలను ఒకటిగా చేసుకొంటూ వాక్యాన్ని విడగొట్టి కొద్దిగా విరామం తీసుకున్నట్లుగా చదవడం పాజింగ్.

దీనిని విరామ పదాల మధ్య గీతతో యాంకర్ రచనలో సూచిస్తుంటారు. జవహర్‌లాల్ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్ కింద / హైదరాబాద్ నగరానికి / వెయ్యి బస్సులు మంజూరు చేసినట్లు / కేంద్ర పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి జైపాల్ రెడ్డి తెలిపారు. సాధారణంగా అయిదారు పదాలతో కూడిన ఆరు వాక్యాలు సాధారణ వేగం(ప్రేక్షకునికి ఎటువంటి ఇబ్బంది లేకుండా అర్థం చేసుకోవడానికి పట్టే వేగం)తో చదవడానికి 20 సెకన్ల సమయం పడుతుంది. దీనిని యాంకర్లు దృష్టిలో పెట్టుకొని టైమింగ్‌ను అనుసరించాలి. ఎంఫసిస్ అనేది వార్తలు, కార్యక్రమాలను సమర్పించే శైలిగా మనం చెప్పుకోవచ్చు. పదాల భావాన్ని బట్టి, వాక్య నిర్మాణం, చెప్పే విషయాన్ని బట్టి విరుపు, నొక్కి చెప్పడం, హావభావాల కలబోతగా తమదైన రీతిలో ప్రదర్శన కనబరచడం ఒక ప్రత్యేక శ్రద్ధతో యాంకర్ అభ్యసించాలి.

14.3.2 భాషపై సాధికారత

సూటిగా, స్పష్టంగా, ఉద్దేశించిన అర్థం చెడిపోకుండా ప్రేక్షకుడికి సులభగ్రాహ్యంగా భావ ప్రసారం సాగాలంటే యాంకర్‌కు భాషపై మంచి పట్టు ఉండాలి. తెలుగు భాషలో ప్రధానంగా సంస్కృత సంబంధమైన పదాల ఒరవడి ఎక్కువ. ఒక వర్ణం మారడంతోనే పూర్తి అర్థమే మారిపోయే సందర్భాలున్నాయి. అందుకే ఉచ్చారణ స్పష్టత ముఖ్యం. బడు వంటి కర్మణి వాక్యాలను ప్రయోగించడం అనవసరం. భాష కేవలం భావాన్ని అందజేయడమే కాకుండా చూస్తున్న ప్రేక్షకునిపై అంతర్లీనంగా ఒక ముద్ర వేస్తుంది. సహజంగా మాట్లాడుతున్నట్లుగా ఉండాలంటే కర్మణి ప్రయోగాలు

BRAOU

పరిహరించడమే మేలు. సంయుక్తాక్షరాలతో కూడిన పదాలకంటే సరళ పదాలు ఎంచుకోవాలి. ఉదాహరణకు స్త్రీ అనడం కంటే మహిళ అంటే మంచిది. పూర్తి శాస్త్ర, సాంకేతిక పదాలను వినియోగించకుండా రోజువారీ వాడుక పదాలనే యాంకర్లు వినియోగించాలి. ఒకవేళ సాంకేతిక పదాలతో వ్యాఖ్య చేయాల్సిన సందర్భాల్లో వివరణ చేర్చడం ఉత్తమం. సగటు ప్రేక్షకుని అవగాహన స్థాయిని దృష్టిలో ఉంచుకొని చదివే వేగాన్ని ఏర్పరుచుకోవాలి. శిష్ట వ్యావహారిక పదాలు, కామాలతో దీర్ఘ వాక్యాల ప్రయోగం కనిపిస్తోంది. యాంకరింగ్‌లో వీటిని పరిహరించడమే ప్రయోజనదాయకం.

14.3.3 ఉచ్చారణ

వాక్శుద్ధి, వ్యాకరణ శుద్ధి ఉన్న యాంకర్లకు రాణింపు ఎక్కువ. మృదువైన మాట తీరు, ఆకట్టుకొనే సంభాషణ శైలి, మార్దవంగా వినిపించే స్వరస్థాయి ప్రేక్షకుడి నుంచి మంచి మార్కులు తెప్పిస్తాయి. విషయం ఎటువంటిదైనా విసిరికొట్టినట్లు చెప్పకూడదు. అతివేగం, అతి నెమ్మది రెండూ కూడా ప్రసార విరుద్ధ అంశాలే. తక్కువ సమయంలో ఎక్కువ ప్రభావం చూపే మాటల సాంద్రత కథనానికి, కార్యక్రమానికి ఒక అందమైన అనుభూతి కలిగిస్తుంది. కంఠంలో జీర తొంగిచూడకుండా, అలసిపోయినట్లు కనిపించకుండా, కీచు స్వరం రాకుండా తగిన జాగ్రత్తలు తీసుకోవడం ప్రతి యాంకర్‌కూ అవసరమే. అప్పుడే ఉచ్చారణలో స్పష్టత ఏర్పడుతుంది. పద వినియోగం స్వరం, వర్ణం మార్పు రాకుండా చూసుకోవాలి. ఉదాహరణకు అబ్ధి అని ఒత్తి పలికితే సముద్రం అదే అబ్ది అయితే సంవత్సరం. షష్టి అంటే అరవై అదే షష్ఠి అంటే ఆరు సంఖ్యకు ప్రాతినిధ్యం వహిస్తుంది. సాధారణ ప్రేక్షకులు ఈ విషయాన్ని పెద్దగా పట్టించుకోకపోయినా భాషావేత్తలు, సాహిత్య ప్రియులు గమనించే అవకాశం ఉంది. తెలుగులో మహా ప్రాణాలకు, అల్ప ప్రాణాలకు, పరుషాలైన అక్షరాలకు, సరళాలైన అక్షరాలకు సూక్ష్మమైన ఉచ్చారణ భేదం తమ పలుకులో చూపలేకపోవడం నేటి మీడియాను బాధిస్తున్న అంశం. ఒకే వర్ణానుగతి కలిగిన స, ష, శలను అలాగే న, ణ లను ఒక దాని బదులు మరొకటి పలికేస్తున్నారు. ప్రత్యేకించి ఇవి సంయుక్తాక్షరాలుగా వచ్చినప్పుడు తమకు తోచినట్లు యథేచ్ఛ ఉచ్చారణను అనుసరిస్తున్నారు. భాషపై ఆసక్తి పెంచుకొని పరిశీలన శక్తి అలవరచుకొంటేనే ఈ సమస్యకు పరిష్కారం లభిస్తుంది.

14.3.4 హావ భావాలు

వంద మాటలకంటే ఒక కదలిక చేసే భావ ప్రసారం ప్రభావాన్వితమైనది. టెలివిజన్ మీడియా దృశ్య ప్రధానం అంటే సంభాషణల ద్వారా అందించే సమాచారం కంటే దృశ్యాలకే ప్రథమ ప్రాధాన్యం. యాంకర్లు అందరూ అవే పదాలతో అదే రీతిన వార్తలు చదువుతున్నా, కార్యక్రమాలు సమర్పిస్తున్నా ప్రేక్షకుడు మాత్రం ఒకే రీతిలో స్పందించడు. కారణం వారి హావభావాలలో, వ్యక్తీకరణలో ఉండే వైవిధ్యమే. వార్తల, కార్యక్రమాల విషయ వైవిధ్యాన్ని అనుసరించి కొంత మేరకు హావభావాలు ప్రదర్శించడం సహజత్వాన్ని కలిగిస్తుంది. ప్రేక్షకుడు ఆ వార్త ద్వారా పూర్తి అనుభూతిని పొందేందుకు వీలవుతుంది. ఒక వార్తను ప్రజలకు చేరువ చేయడంలో శారీరక భాష అనేది ప్రధాన భూమిక పోషిస్తుందని మానసిక నిపుణులు చెబుతుంటారు.

14.3.5 సాధన

ఇతర విభాగాలన్నీ సమష్టి కృషితో ఎంత చక్కటి కథనాన్ని తయారుచేసినా, దానిని పండించి ప్రేక్షకుల ముందు వడ్డించాల్సిన బాధ్యత యాంకర్లదే. ఒకరకంగా చెప్పాలంటే మొత్తం కథనం సక్సెస్ యాంకర్ చేతిలోనే ఉంటుంది. ఉచ్చారణలో స్పష్టత, సరళమైన వాచకం, హుందాతనం, విషయ సాధికారతతో చెప్పే యాంకర్ల వార్తలను, కార్యక్రమాలను ప్రేక్షకులు ఎక్కువగా ఇష్టపడతారు. దీనికి సాధన అవసరం. తెర ముందుకు రాకమునుపే వాయిస్ ఓవర్ (నేపథ్య వ్యాఖ్యానం)లో తగినంత అనుభవం గడించడం ద్వారా కొన్ని రకాల ఇబ్బందులు అధిగమించవచ్చు. అదే విధంగా ప్రతి నిత్యం భాషా పత్రికలను రెండు గంటల పాటు పైకి చదవడం వల్ల కూడా ఉచ్చారణ లోపాలు తెలుస్తాయి. సరిద్దిదుకోవచ్చు. వార్తలు, కార్యక్రమాల సమర్పణకు సంబంధించి వ్యాఖ్యాతల వర్గీకరణను కూడా తెలుసుకొనే ముందుగా యాంకర్లు స్వరం మార్చే సందర్భాలనూ పరిశీలిద్దాం.

BRAOU

14.4 స్వరం, సందర్భాల స్పృహ

ఇక్కడ సందర్భాన్ని బట్టి యాంకర్లు స్వరం మార్చే విధానాన్ని పరిశీలిద్దాం:

14.4.1 స్వరఝరి

ప్రేక్షకుడిని మంత్రముగ్ధుడిని చేసేలా స్వరస్థాయిని భిన్నరీతుల్లో ప్రయోగించడమే స్వరఝరి. ఒక రకంగా చూస్తే ఇది నదీ ప్రవాహపు నడక లాంటిది. కొండ కొమ్ముల నుంచి దుమికేటప్పుడు ఉరకలెత్తాలి. ఉత్సాహం పరవళ్లు తొక్కాలి. మైదానాల మధ్య నడిచేటప్పుడు మెల్లగా చల్లగా సేదతీరాలి. బీటలు వారిన బీడు పొలాల దాహార్తి తీర్చేటప్పుడు ఆర్ద్రమై అక్కున చేరిపోవాలి. సంద్రాన్ని చేరేటప్పుడు మంద్రంగా మమేకమై పోవాలి. ఇదే రీతిన యాంకరింగ్ కూడా విషయ స్వరూపాన్ని, స్వభావాన్ని బట్టి సహజవైవిధ్యంతో భాసిల్లినప్పుడే ప్రభావవంతమవుతుంది.

ప్రసార మాధ్యమాలలో తెరమీద మాట్లాడే వారెవరయినా స్వరాన్ని సరిచూసుకోవలసి ఉంటుంది. స్వరం ఎత్తుపల్లాల్ని పలికించగలదు. నవ్వుతుంది. ఏడ్పు వినిపిస్తుంది. కూనిరాగాలు తీస్తుంది. 'శబ్దం' అక్షరాలు పలికినప్పుడు వస్తాయి. సహజసిద్ధంగా స్వరాల్ని నియంత్రించగలిగే సానుకూలత మానవుడికి ఉండటమే దీనికి కారణం. ఒకే పదాన్ని ఎన్నో స్వరస్థాయిల్లో పలకవచ్చు. మాట్లాడే మాటల్ని ఎన్నో విధాలుగా మార్చి మార్చి పలకగలం. 'స్వర నియంత్రణ' అందరికీ సాధ్యమే. అయితే నాటకాలు వేసేవారికి, సంగీతం సాధన చేసేవారికి ఈ నియంత్రణ తప్పనిసరి. మనం తీసుకునే జాగ్రత్తలతోపాటు ఆరోగ్యపరంగా కూడా కొన్ని నియమాలు పాటించాలి. యాంకర్లకు హావభావాలు, ఆహార్యంతోపాటు 'స్వరం' ముఖ్యమే. ముఖ్యంగా యాంకర్లు 25 ఏళ్ల లోపు వారే కాబట్టి స్వరసాధన చేస్తే గొంతులోంచి వచ్చే స్వరం చెక్కు చెదరకుండా ఉంటుంది. తెలుగు భాషలో అక్షరాల ధ్వనిలో ఉన్న సంబంధం గుర్తించాలి. భాషా వికాసంలో లిపి - ధ్వని మధ్య చర్చ నిరంతరం కొనసాగుతూనే ఉంది. ఈ విషయం పట్ల దృష్టి సారించి అధ్యయనం చేస్తే యాంకరింగ్‌లో మంచి పట్టు లభిస్తుంది.

BRAOU

14.4.2 సందర్భశుద్ధి

విషయ పరిజ్ఞానంతోపాటు సమయస్ఫూర్తి కూడా వార్తలు నివేదించే, కార్యక్రమాలు నిర్వహించే యాంకర్లు అలవరుచుకోవాల్సిన అంశం. కొన్ని సందర్భాల్లో టెలి ప్రాంప్టర్‌లో లోపాలు తలెత్తుతాయి. ఆకస్మికంగా వచ్చే వార్తలను కాగితాలపైనే చూసి చదవాల్సి ఉంటుంది. ఫోన్ ఇన్‌ల ద్వారా ప్రశ్నలు వేసే సందర్భాల్లో పొరపాట్లు జరుగుతుంటాయి. యాంకర్ వీటన్నిటినీ సరిదిద్దుకొని సర్దుబాటు చేసుకోవాల్సి ఉంటుంది. లోపం చోటు చేసుకున్నప్పటికీ ఇది సహజమే అన్న తీరులో వెంటనే పొరపాటును సరిచేసుకోవాలి. ఆత్మన్యూనతకు లోనైనా, అదే ఆలోచన వెంటాడినా, తర్వాత చదివే వార్తలు, నిర్వహించే కార్యక్రమంపై ఆ ప్రభావం పడి మరిన్ని లోపాలకు దారి తీసే అవకాశం ఉంటుంది. ఒక వాక్యంలో ఒకే అక్షరం (ముగింపు, ప్రారంభం)తో రెండు పదాలు పక్కపక్కనే వచ్చినప్పుడు చదవడంలో కొంత ఇబ్బంది తలెత్తుతుంది. ఉదాహరణకు రాత తర్వాత, తల్లిదండ్రుల లాలన, శ్రీకాళహస్తీశ శతకము, దేశ శాంతి కోసం ఇటువంటి పదాలు పలికేటప్పుడు వీటిని కలిపి చదవకుండా పదవిభజనతో పలకాల్సి ఉంటుంది. సాధారణంగా కాపీ ఎడిటర్లు, యాంకర్లు ఇటువంటి పదాలు కలిపి రాసేటప్పుడు స్క్రిప్టు పరంగా తగిన జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి. యాంకర్లు సాధ్యమైనంత వరకూ మేకప్ గది నుంచి నేరుగా స్టూడియోకి వెళ్లకుండా రాతప్రతిని ఒకసారి చదువుకొని వెళ్లడం మంచిది. దీనివల్ల స్క్రిప్టు పరమైన లోపాలు, పొరపాట్లు తెలుస్తాయి. తమ ఉచ్చారణకు ఇబ్బందికరంగా ఉండే పదాలను మార్పు చేయించుకోవచ్చు. ఇంటర్వ్యూల సందర్భంగానూ, ప్రత్యక్ష ప్రసారాలలోనూ డెస్కు నుంచి పాక్షిక రాత ప్రతి (సెమీ స్క్రిప్టు) మాత్రమే అందుతుంది. అక్కడి పరిస్థితులు, ఎదుటి వారి నుంచి వచ్చే సమాధానాల ఆధారంగా తమ వ్యక్తిగత ప్రావీణ్యాన్ని, విషయ పరిజ్ఞానాన్ని ప్రాతిపదికగా చేసుకొంటూ కార్యక్రమాన్ని విజయవంతం చేయాల్సి ఉంటుంది.

14.5 ప్రసారాల ప్రత్యేకత

ప్ర... ల ప్రత్యేకతను బట్టి, నిర్మాణాన్ని బట్టి కూడా యాంకర్లు తమశైలిని మార్చుకోవాల్సి ఉంటుంది. ఆయా కార్యక్రమాల లక్షణాలను బట్టి తమ స్వరాన్ని, హావభావాల్ని సరిదిద్దుకుంటూ ఉండాలి.

14.5.1 సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాలు

వినోద ప్రధానమైన ఎంటర్‌టెయిన్‌మెంట్ ఛానళ్లే కాకుండా ఇప్పుడు దాదాపు అన్ని వార్తా ఛానళ్లు కూడా సినిమా ఆధారిత కార్యక్రమాలకు అత్యధిక ప్రాముఖ్యం ఇస్తున్నాయి. నటీనటుల ఇంటర్వ్యూలు, కొత్త సినిమాల విడుదల సందర్భంగా చర్చావేదికలు, సినిమాల జయాపజయాల సమీక్షలు సైతం కార్యక్రమాల రూపుదాలుస్తున్నాయి. ఆయా ప్రోగ్రాములను రక్తి కట్టించడంలో యాంకర్ పాత్ర చాలా కీలకం. చాలా వరకూ ఈ తరహా కార్యక్రమాల్లో ప్రాథమిక సమాచారం మాత్రమే న్యూస్‌డెస్క్, ఫీచర్స్ విభాగం నుంచి యాంకర్‌కు అందచేస్తారు. ఏయే ప్రశ్నలు అడగాలి? ప్రోగ్రాంను ఏ తరహాలో నిర్వహించాలి? వంటి కొన్ని ప్రశ్నలే ముందుగా ఇస్తారు. ఈ అసంపూర్ణ స్క్రిప్టుపై ఆధారపడే యాంకర్ తనను తాను నిరూపించుకోవాల్సి ఉంటుంది. ఇంటర్వ్యూలు, ప్రోగ్రాం నిర్వహణలో భాగంగా అదనపు ప్రశ్నలు, ఇతర ఆసక్తికర వ్యాఖ్యానాన్ని యాంకర్ సొంతంగా ఆలోచించుకోవాల్సి ఉంటుంది. ఇక్కడ విషయ పరిజ్ఞానం, ఆ యాంకర్‌కు ఉండే సమయస్ఫూర్తి, ధారణ, సందర్భోచిత స్పందన ముఖ్యమైనవిగా చెప్పాలి. చాలా వరకూ సినిమా కార్యక్రమాలకు యాంకరింగ్ సందర్భోచితంగానే ఉంటుంది. నాయికా నాయకుల ఇంటర్వ్యూల వంటివి సాధారణంగా వారి పుట్టిన రోజు, కొత్త సినిమాల విడుదల, ఏదేని అవార్డులు పొందిన సందర్భాల్లోనే ఉంటుంటాయి. తాము నటించిన సినిమాల్లో నచ్చిన పాత్ర, డ్రీమ్‌రోల్, ఇతర అభిమాన నటీనటుల వంటి ప్రశ్నలతో పాటు వారి వ్యక్తిగత అభిరుచులు, ఆశయాలు వంటి వాటిని ప్రశ్నలుగా ఎంచుకోవచ్చు. అదే విధంగా వారు చెప్పే సమాధానాల నుంచే అదనపు సమాచారం కోరుతూ ప్రశ్నలు అప్పటికప్పుడు అడగాల్సి ఉంటుంది. ఏ ఇంటర్వ్యూ చేసేటప్పుడైనా యాంకర్‌కు ఆయా నటీనటుల సినిమాలు, వారి జీవితానికి సంబంధించి ప్రాథమిక సమాచారం తెలిసి ఉండటం ముఖ్యం. ఇందుకు డెస్కు, ప్రోగ్రామింగ్ విభాగం సహకారాన్ని తీసుకోవచ్చు. ఈ విభాగంలో భాష కొంత తేలికగా (ప్రేక్షకులను దృష్టిలో పెట్టుకొని సినిమాటిక్‌గా) ఉన్నప్పటికీ చెల్లుబాటవుతుంది. ప్రేక్షకులను ఉత్సాహపరచడమే లక్ష్యంగా సినిమా ఇంటర్వ్యూలు, ప్రోగ్రాములు సాగుతున్న తీరు మనం టీవీలలో చూస్తుంటాం. ఆసక్తి, చివరి వరకూ కార్యక్రమాన్ని విడిచిపెట్టకుండా చూపించాలనే పట్టుదల లక్ష్యంగా ఈ ప్రోగ్రాంలలో యాంకరింగ్ సాగుతుంది.

14.5.2 క్రీడా కార్యక్రమాలు

క్రీడలకు సంబంధించి రచన, యాంకరింగ్ నిర్వహణ విషయ పరిజ్ఞానంతో ముడిపడిన అంశం. ఆయా క్రీడలు, క్రీడాకారులకు సంబంధించి పూర్వాపరాలు, ఆట నియమాలు, వివాదాల వంటి అంశాలపై సంపూర్ణ అవగాహన అవసరం. ఎందుకంటే ఈ కార్యక్రమాలకు ప్రత్యేక క్రీడాకారుల వర్గం ప్రేక్షకులు ఉంటారు. వారికి కూడా ఆయా ఆటల పట్ల అవగాహన ఉంటుంది. యాంకర్ పొరపాటు చేసినా, అవగాహన రాహిత్యంతో ప్రశ్నలు అడిగినా వెంటనే ప్రేక్షకునికి చులకన భావం ఏర్పడుతుంది. క్రీడా కార్యక్రమాలు, బులెటిన్లకు యాంకరింగ్ చేసేటప్పుడు లోతైన అధ్యయనం చేయడం యాంకరింగ్‌కు రాణింపునిస్తుంది. టామ్ (టెలివిజన్ ఆడియన్స్ మెజర్‌మెంట్) తాజా అంచనాల ప్రకారం దేశంలో క్రీడావార్తల ప్రాముఖ్యం పెరుగుతోంది. ఆదరణలో సినిమా వినోదం తర్వాత క్రీడలు ద్వితీయ స్థానం ఆక్రమిస్తున్నాయి. గతంలో క్రీడ... వార్తల చివరలో చోటు చేసుకొనేవి. ఇప్పుడు ప్రత్యేక బులెటిన్లు నడుపుతున్నారు. పెరుగుతున్న ప్రాచుర్యానికి ఇదే నిదర్శనం. ప్రాంతీయ భాషా ఛానళ్లు కూడా ఆటలకు పెద్దపీట వేస్తున్నాయి. క్రీడా వార్తల విషయంలో పరిభాషకు చాలా ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. ఆయా ఆటల పట్ల ఆసక్తి ఉన్నవారెవరికైనా సాంకేతికంగా ఆ పరిభాషలో చెబితేనే సంతృప్తి ఉంటుంది. అందువల్ల ఆటకు సంబంధించి అన్ని విధాలా అవగాహన ఉన్న యాంకర్లు మాత్రమే ఈ విభాగంలో రాణిస్తారు.

BRAOU

14.5.3 ఆధ్యాత్మిక అంశాలు

భారతీయ అస్తిత్వ మూలాలు ఆధ్యాత్మికతతో ముడిపడి ఉన్నాయి. వేర్వేరు మతాలు, కులాలు, ప్రాంతాలు ఉన్నప్పటికీ భిన్నత్వంలో ఏకత్వ సూత్రాన్ని ప్రాతిపదికగా ప్రస్ఫుటింపచేసే ధార్మిక పరిమళం ఇక్కడ వెదజల్లుతూ ఉంటుంది. దేశంలో ఆధ్యాత్మిక అంశాల ప్రచారానికి ప్రత్యేక ఛానళ్లు రావడమే ఇందుకు ఒక ఉదాహరణగా చెప్పుకోవాలి. భక్తి, సంస్కృతి, రక్షణ, శ్రీ వెంకటేశ్వర భక్తి ఛానళ్ల వంటివి తెలుగులోనూ 24 గంటల ప్రసారాలు నడపటం పెరుగుతున్న ఆదరణకు ఒక ప్రాతిపదిక. ధార్మిక విశ్వాసాలున్న ప్రేక్షకుల సంఖ్యను దృష్టిలో పెట్టుకొనే ప్రత్యేక ఛానళ్లు వస్తున్నాయి. ఉత్సవాలు, ఊరేగింపులు, పర్వదినాలు, వేడుకల సందర్భంగా కేవలం భక్తి ఛానళ్లలోనే కాకుండా వార్తా ఛానళ్లు కూడా ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు చేస్తున్న సంగతి తెలిసిందే. ఆయా సందర్భాల్లో యాంకరింగ్ చేసేటప్పుడు ఒక ఉదాత్తమైన భాషను వినియోగించాల్సి ఉంటుంది. ఆయా వేడుకల వైశిష్ట్యాన్ని తేటతెల్లం చేస్తూ సాగుతున్న కార్యక్రమ ప్రాధాన్యం భక్తుల కోణంలో ఆవిష్కరించాలి. పురాణ, ఇతిహాసాలతో పరిచయం ఉండి ఆశువుగా సందర్భోచితంగా వాటిని ఉటంకించగల సామర్థ్యం కలవారే ఇక్కడ ఆదరణ పొందగలుగుతారు.

14.6 భాషానుసరణ

భావ వ్యక్తీకరణలో భాషకున్న ప్రాముఖ్యం మనమెరిగినదే. ఎవరు మాట్లాడినా అవే పదాలు, అదే భాష. కొందరు చెబుతుంటే మనం మంత్రముగ్ధులమై వింటాం. సమయమే తెలియదు. మరికొందరు చెబుతుంటే విసుగుతో కూడిన అలసటకు గురవుతాం. తప్పనిసరి పరిస్థితుల్లో వినాల్సి వచ్చినా ఎప్పుడూ ప్రసంగం ముగుస్తుందా? అని ఎదురు చూస్తాం. దీనికి ప్రధాన కారణం చెప్పే వ్యక్తి మాటతీరు, పదప్రయోగ వైచిత్ర్యం, ఉచ్చారణ వైవిధ్యం. విషయం ఒకటే అయినా భాషను వినియోగించే పద్ధతిలోని ఆకర్షణే శ్రోతలను, ప్రేక్షకులను కట్టిపడేస్తుంది. ఇక 24 గంటలూ ప్రసారాలు చేసే టీవీ ఛానళ్లను విసుగు లేకుండా కొద్దిసేపు చూడాలన్నా, ప్రేక్షకుడిని ఆకట్టుకోవాల్సిందే. వందల ఛానళ్లు వెల్లువెత్తుతున్న దశలో రిమోట్ చేతిలో పెట్టుకొని కూర్చొనే సగటు మనిషి వార్తాంశమే కాదు, చెప్పే విధానం నచ్చకపోయినా ఒక క్షణం కూడా ఆ ఛానల్‌ను చూడటానికి ఇష్టపడడు. వార్తల సమర్పణ, వినోద, క్రీడా ప్రధానమైన వార్తల నివేదనకు వేర్వేరు రీతుల్లో భాషా ప్రయోగం మనం గమనించవచ్చు. ప్రధానంగా అందరూ తెలుసుకోవాల్సిన వార్తాంశాలు (న్యూస్ బులెటిన్లు)కు రాసేటప్పుడు, వాటిని సమర్పించేటప్పుడు ప్రామాణికమైన సరళ వ్యావహారిక భాషను ఎంచుకోవడమే ఉత్తమం. తెలుగు విషయానికొస్తే దక్షిణాంధ్ర, ఉత్తరాంధ్ర, తెలంగాణ, రాయలసీమ ప్రాంతాల్లో ప్రత్యేక మాండలికాలు మనకు కనిపిస్తాయి. అన్నిరకాల పదాలను గుదిగుచ్చి వినియోగిస్తే గందరగోళానికి దారితీయడమే కాకుండా ప్రేక్షకుడు అర్థం చేసుకోవడంలో ఇబ్బంది పడేందుకు కూడా అవకాశాలున్నాయి. అందుకే అందరికీ అర్థమయ్యే వాడుక పదాలను యాంకరింగ్‌లో ప్రామాణిక భాషగా స్వీకరించాలి.

అయితే ఇక్కడే ఒక ప్రధానాంశాన్ని యాంకరింగ్ చేసేవారు, అందుకు రచనాపరమైన సహకారం అందించేవారు గుర్తించాల్సి ఉంది. వార్తల నివేదనలో ఉపయోగించే భాషకూ, ఇతర కార్యక్రమాలు, సందర్భాల్లో వినియోగించే భాషకూ మధ్య వ్యత్యాసాన్ని మనం టీవీలలో గమనిస్తాం. వార్తల పఠనం, నివేదనకు ఒక ప్రత్యేక రూపం (ఫార్మాట్) ఉంటుంది. ముందస్తుగానే వీటి ప్రతులను తయారు చేసి టెలిప్రాంప్టర్ (కెమెరాకు అనుసంధానంగా అద్దంపై స్క్రిప్టు చూపే ఏర్పాటు) పైకి పంపడం సాగుతుంది. ఇక్కడ ఒక క్రమపద్ధతి, భాషాపరమైన సమతౌల్యం మనకు వార్తల్లో కనిపిస్తుంది. ఏకరూపత కూడా వార్తల నివేదన లక్షణంగా ఉంటుంది. అదే చలనచిత్ర, క్రీడా వార్తల విషయానికొస్తే భాషా వినియోగంలో ఆయా విభాగాలకు చెందిన పారిభాషిక పదాలు, ప్రత్యేకించి ఆంగ్ల పదాలు విచ్చలవిడిగానే వాడుతున్నారు. ఆయా వార్తలను ఆసక్తికిగా చూసే ప్రేక్షకులకు ఆ పదాలు చిరపరిచితం కావడానికి తోడు, సులభంగా భావాన్ని ప్రేక్షకుల్లో జొప్పించడానికే క్రీడా, వినోద వార్తల్లో ఈ పోకడలను అనుసరిస్తున్నారు. గేమ్‌షోలు, రియాల్టీ షోలకు యాంకరింగ్ చేసేటప్పుడు మరింత స్వేచ్ఛగా పదప్రయోగం సాగుతూ ఉంటుంది. ప్రేక్షకుడిని అలరింపచేయడమే లక్ష్యంగా సాగిపోయే ఇటువంటి కార్యక్రమాల్లో యాంకర్ తనపరిధిలో ఎక్కువ స్వేచ్ఛ తీసుకోవడం మనం గమనించవచ్చు. సాధారణ వార్తల రచన, నివేదన మాత్రం ఇందుకు పూర్తి భిన్నం.

BRAOU

14.6.1 పదాల ఎంపిక

పదాలు చిన్నవి, సరళమైనవి, సూటిగా భావాన్ని వ్యక్తం చేసేవి అయి ఉండాలి. ఒకసారి అర్థం కాకపోతే ప్రేక్షకుడు మనం చెప్పే అంశాన్ని తిరిగి వెనక్కి వెళ్లి చూసుకొనే అవకాశం ఉండదు. అందువల్ల విన్న వెంటనే స్వీకర్త గ్రహించేవిధంగా ఉండే సులభపదాలకే పెద్దపీట వేయాలి. ఒక భావాన్ని ప్రసారం చేయడానికి సమానార్థం కలిగిన రెండు పదాలు ఉన్నప్పుడు ప్రజల వాడుకలో ఏ పదం ఎక్కువగా వినియోగంలో ఉందో దానినే ఎంచుకోవడం ఉత్తమ లక్షణం. అంతేకాకుండా ఉచ్చారణ సాఫీగా సాగిపోవాలంటే సంశ్లిష్ట, సంయుక్తాక్షరాలు లేని పదాలకు ప్రాథమ్యమివ్వాలి. ఒకే ఒక వర్ణం తేడాతో అర్థం మారిపోయే పదాలను కాకుండా ప్రత్యామ్నాయ పదాలు రాయడం, వినియోగించడం ఉత్తమం. ఉదాహరణకు నిరసన, నిరశన రెండూ వేర్వేరు అర్థాలిస్తాయి. ఒకటి ఆందోళలను, మరొకటి నిరాహార దీక్షను వెల్లడిస్తాయి. అందుకే నిరసన, నిరశనల జోలికి పోకుండా ఆందోళన, నిరాహార దీక్షలుగానే పేర్కొనడం సముచితం.

మనం రాసే, యాంకరింగ్ చేసే కథనానికి సంబంధించిన విషయం (సబ్జెక్టు)పై కూడా ఆధారపడి భాషా వినియోగం సాగుతుంది. సాంస్కృతిక అంశాలకు సంబంధించిన సందర్భాల్లో కొంత మేరకు భావగాంభీర్యం, అర్థ ఔచిత్యం మిళితమైన సంస్కృత పదాల వినియోగం కూడా రక్తి కట్టిస్తుంది. పద ప్రయోగం చేసేటప్పుడు వాక్యంలో దాని స్థానం, ఏ విషయానికి సంబంధించి రాస్తున్నామన్న స్పృహ కూడా చాలా ముఖ్యం. కర్తను క్రియకంటే ముందు చెప్పాలి. ఇది సాధారణ నియమం. ఏ కార్యక్రమమైనా, వార్తా నివేదనమైనా సాధారణంగా తెలుగు పదాలనే రాయాలి.

అయితే దీనికి కొన్ని మినహాయింపులు ఉన్నాయి. ప్రజల వాడుకలో ప్రబలంగా నాటుకుపోయిన పదాలకు ప్రత్యామ్నాయాలు ఎంచుకోవడం వృథా శ్రమ. రోడ్డు, బస్సు, జైలు వంటి పదాల స్థానంలో రహదారి, వాహనం, కారాగారం వంటి పదాల అవసరం లేదనే చెప్పాలి. ప్రజాభాషే ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాకు ప్రామాణికం అన్న సంగతి మనం ఈ సందర్భంగా గుర్తుంచుకోవాలి. సామెతలు, జాతీయాలను కూడా అవసరానికి అనుగుణంగా వాడుకోవచ్చు. అయితే రచనలో వాడే సామెత అందరికీ అర్థమయ్యేటట్లుగా ఉండాలి. ప్రజల నిత్య జీవన అనుభవంలో ఉండాలి. దృశ్య చిత్రాన్ని ఆవిష్కరించేదిగా ఉండాలి. జాతిని, మతాన్ని ప్రాంతాన్ని కించపరిచే సామెతలు ఇప్పటికీ ప్రాచుర్యంలో ఉన్నప్పటికీ మీడియాకు పనికిరావు. టీవీ మీడియాలో తేలిక పదాల వినియోగం యాంకరింగ్‌కు, రచనకు అలంకారంగా భాసిస్తాయి. జన్మస్థలం అనడం కంటే పుట్టిన ఊరు అన్న పదమే ప్రజల భాషకు దగ్గరగా ఉంటుంది. నేడుకు బదులు ఈ రోజు అంటేనే వాడుక భాష వినియోగించినట్లు. హృద్రోగం కంటే గుండెపోటు పదమే ఉత్తమం.

ఉద్ఘాటించు, ఉద్బోధించు, ప్రవచించు, పేర్కొను, అభివర్ణించు వంటి పదాలు కూడా ముద్రణ మాధ్యమం నుంచి వచ్చి టీవీ మీడియాలో కొనసాగుతున్నాయి. వీటిని సాధ్యమైనంత వరకూ పరిహరించి ప్రత్యామ్నాయ తేలిక పదాలను ఎంచుకోవాలి. ఇక ఆంగ్ల పదాల ఉరవడి, ఒరవడి చెప్పలేనిది. చాలా పదాలకు ఆంగ్లం తప్ప తెలుగు తెలియనంతగా యాంకరింగ్ సాగిపోతోంది. అకౌంటబిలిటీ, యాక్షన్‌ప్లాన్, యాంటీ సోషల్ ఎలిమెంట్స్, రిపోర్టు, ఏటూ జెడ్, ట్రాజెడీ, క్లైమాక్స్, కేబినెట్, ప్లీనరీ, ఇలా చెప్పుకొంటూ పోతే పెద్ద జాబితానే తయారవుతుంది. వీటికి జవాబుదారీతనం, కార్యాచరణ ప్రణాళిక, సంఘవ్యతిరేక శక్తులు, నివేదిక, సర్వం, ముగింపు, మంత్రి మండలి, సర్వసభ్య ఇలా ప్రత్యామ్నాయాలు ఉన్నప్పటికీ ఆంగ్ల పదాల వినియోగమే ఎక్కువగా ఉంటోంది. దీనిని పరిహరించి కాపీ ఎడిటర్లు, యాంకర్లు సాధ్యమైనంత వరకూ తెలుగు పదాలు వాడితే బాగుంటుంది.

ఇలా ప్రజలు మామూలుగా మాట్లాడుకొనే పదాలనే పరిశీలనతో గమనించి వాడితే యాంకరింగ్ ప్రతిభావంతంగా ఉంటుంది. యాంకర్‌కు సంభాషణలు అందించే రచయిత (కాపీ ఎడిటర్) కూడా ఇదే విషయాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. పాండిత్య ప్రకర్ష పదాడంబరం అనేవి మీడియాను ప్రజలకు దూరం చేస్తాయి. ఫీచర్స్ విభాగంలోకి వచ్చే సినిమా, క్రీడలు, సంగీతం, నృత్యం, ఆధ్యాత్మిక, ఇతర విభిన్న కార్యక్రమాలకు సంబంధించిన అంశాల్లో యాంకరింగ్ పాత్ర మరింత వైవిధ్యంగా మారుతోంది. ఆయా అంశాలపై అవగాహన, నైపుణ్యం కలిగిన యాంకర్లకు డిమాండ్ పెరగడమే కాకుండా ప్రేక్షకాదరణ కూడా అధికమవుతోంది.

BRAOU

14.6.2 ప్రామాణికత

బీబీసీ, సీఎన్ఎన్ వంటి అంతర్జాతీయ ఛానళ్లు తమ కాపీ ఎడిటర్లు, యాంకర్ల కోసం రచన, కార్యక్రమ సమర్పణలకు సంబంధించి భాషా పరంగా ప్రామాణిక శైలీ పత్రాలను రూపొందిస్తారు. ప్రామాణికత అంటూ ఒకటుంటే భాషా సమస్యలు చాలా మటుకు పరిష్కారమవుతాయి. ఏ ఛానెల్‌కు ఆ ఛానెల్ తమ శైలీ పత్రాలను తయారు చేసుకోవచ్చు. పత్రికలకు శైలీ పత్రం ఉంది. ప్రసార మాధ్యమాలు కూడా శైలీ పత్రాలను రూపొందించి ఆచరించాలి. శైలీ పత్రంలో సాధారణంగా కనిపించే ప్రధాన నియమాలు కొన్ని ఇక్కడ ఇచ్చే ప్రయత్నం చేశాం.

- ప్రజలు మాట్లాడే భాషలోనే వార్త రాయాలి.
- తేలిక పదాలు చిన్న వాక్యాలు వినియోగించాలి.
- పేర్లు, ప్రదేశాల ప్రస్తావనలో అప్రమత్తంగా ఉండాలి.
- ఒకే అర్థాన్నిచ్చే నిర్దిష్టమైన పదాలే వాడాలి.
- భావంలో గందరగోళానికి తావిచ్చే సందిగ్ధత కూడదు.
- కనిపిస్తున్న దృశ్యానికి అనుగుణమైన వాక్య రచన, వ్యాఖ్యానం ఉండాలి.
- రచన, వ్యాఖ్యానం రెండూ ఇద్దరి మధ్య సంభాషణలా సాగిపోవాలి.
- దృశ్యాలు, రచన మధ్య సమన్వయం కథనం చివరి వరకూ కొనసాగించాలి.
- దృశ్యాల్లో కనిపించని వాటిపై వ్యాఖ్య అనవసరం.
- పదాల క్లుప్తత, సంక్షిప్త రూపాలు వాడే ముందు పూర్తి రూపాన్ని ఒకసారైనా చెప్పాలి.

పై నియమాలు ఏ భాషా ఛానళ్లకైనా వర్తించేవే. రచన చేసే కాపీ ఎడిటర్లు, యాంకరింగ్ చేసే వ్యాఖ్యాత / ప్రయోక్తలు వీటిని దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

BRAOU

14.6.3 వాడుక పదాలు

వాడుకలో కనిపించని జరుగు, బడు అనే ప్రయోగాలు ఇప్పటికీ పత్రికల్లో మనం అక్కడక్కడా చూస్తుంటాం. టీవీ మీడియా పూర్తిగా ప్రజల భాష మీదనే ఆధారపడిన మాధ్యమం. అందువల్ల సామాన్యపదాల వాడుకనే కొలబద్ధగా ఎంచుకోవాలి. ఏది తనంతతాను జరగదు. ఏదీ తనంతతాను చేయబడదు. ఎవరో ఒకరు చేస్తారు. అందువల్ల యాక్టివ్ వాయిస్ (కర్తృ వాక్యం)నే ఉపయోగించడం ఉత్తమం. విచ్చేయడం, సంభవించడం, పలువురు, ప్రభృతులు, తదితరులు ఇలాంటి పదాలకు కూడా ప్రత్యామ్నాయంగా వచ్చారు, అనేకమంది, మొదలైనవారు వంటి వాడుక పదాలే మంచిది. నెలలు, రోజులకు సంబంధించి పూర్తి వివరణలు కూడా అనవసరం. అదనపు పదాల జోడింపు కూడా వ్యర్థమే.

ఈ కింది ఉదాహరణలు పరిశీలిస్తే టీవీ మీడియాలో కొన్ని పదాలను అదనంగా ఎలా వినియోగిస్తున్నారో విశదమవుతుంది.

అదనపు పదాలతో ...	సరైన వాడుక
తిరిగి మరొకసారి చెప్పారు	మరొకసారి చెప్పారు
మళ్లీ పునరావృత్తం	పునరావృత్తం
సీపీఎం పార్టీ నేతలు	సీపీఎం నేతలు
సీపీఐ పార్టీ నాయకులు	సీపీఐ నాయకులు
చేయడం జరుగుతుంది	చేస్తారు
ఆత్మహత్యకు విఫలయత్నం	ఆత్మహత్యకు యత్నం
కేసు నమోదు చేసి దర్యాప్తు చేస్తున్నారు	కేసు దర్యాప్తు చేస్తున్నారు
ఎనభయ్యో దశకంలో	ఎనిమిదో దశకంలో / ఎనభైలలో
వివాహిత మహిళ	వివాహిత

మైనర్ బాలిక	బాలిక
గర్భిణీ స్త్రీ	గర్భవతి / గర్భిణి
రాష్ట్ర ముఖ్యమంత్రి	ముఖ్యమంత్రి
దేశ ప్రధాని	ప్రధాని
విదేశీ పర్యటన	విదేశీ పర్యటన
జనవరి నెలలో పర్యటిస్తారు	జనవరిలో పర్యటిస్తారు
గెలుపొందిన విజేతలు	విజేతలు
హైదరాబాద్‌తో సహా విశాఖపట్నం	హైదరాబాద్ సహా విశాఖపట్నం
చెప్పడం జరిగింది	చెప్పారు
రానున్న భవిష్యత్తులో	భవిష్యత్తులో

అభ్యాసం-1

యాంకరింగ్‌లో అభివ్యక్తి పాత్రను వివరించండి?

అభ్యాసం-2

స్వరఝరి ప్రాధాన్యత తెల్పండి.

BRAOU

14.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- వార్తా రచన, సమర్పణలో దృశ్యమాధ్యమానికి వాడుక భాషే ప్రామాణికం.
- భాషతో పాటు హావ భావాలు, ముఖ కవళికలు సైతం భావ ప్రసారంలో కీలక భూమిక పోషిస్తాయి.
- విషయ వైవిధ్యాన్ని అనుసరించి భాషా పరంగానూ, నివేదనలోనూ యాంకర్లు విభిన్న శైలిని అనుసరించాలి.
- ఉచ్ఛారణలో స్పష్టత, సమర్పణలో సాధికారత, విషయ పరిజ్ఞానం ప్రేక్షకునిపై ప్రభావం చూపుతాయి.
- దృశ్యానికి, వ్యాఖ్యానానికి, రచనకు మధ్య భావ సమన్వయం కొనసాగాలి.
- రచనలోనూ, వ్యాఖ్యానంలోనూ కర్తృవాక్యాలకే అగ్రస్థానం.
- నిరక్షరాస్యులు సైతం అర్థం చేసుకోగల తేలికపదాలనే ఎంచుకోవాలి.
- పునరుక్తి దోషాలు, ఆంగ్ల పద ప్రాబల్యం నుంచి బయటపడేందుకు సాధన అవసరం.
- వార్తాపఠనం, నివేదన, సమర్పణ, వ్యాఖ్యానం వంటి అంశాల మధ్య స్వల్ప వ్యత్యాసాలు గుర్తెరగాలి.
- ఏ సందర్భమైనా దృశ్య మాధ్యమంలో సంభాషణ శైలి ప్రేక్షకునికి సన్నిహితంగా ఉంటుంది.

14.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. వార్తా రచన, వ్యాఖ్యానంలో యాంకరింగ్ నైపుణ్యాలను వివరించండి.
2. యాంకర్ లక్షణాలు, విభిన్న కార్యక్రమాల్లో భాషా వైవిధ్య తీరుతెన్నులను పేర్కొనండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. న్యూస్ రీడర్ నుంచి న్యూస్ క్యాస్టర్ వరకూ సమర్పణ భేదాలేమిటి?
2. వార్తలు చదవడంలో పాజింగ్, టైమింగ్, ఎంఫసిస్‌ల ప్రాధాన్యం ఏమిటి?

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ప్రతి వ్యక్తికీ కొన్ని లక్షణాలు ఉంటాయి. రూపంలోనే కాకుండా స్వరంలోనూ, మాట్లాడే తీరులోనూ, వ్యక్తిత్వ ప్రకటనలోనూ ఆ వైవిధ్యం తారసిల్లుతూనే ఉంటుంది. అందుకే ఏ వ్యక్తిని కూడా మరొక వ్యక్తితో నూటికి నూరుపాళ్లు సరిపోల్చి చూడలేం. హావభావ వ్యత్యాసాల మొదలు, భాషా వైవిధ్యం వరకూ యాంకర్లు ప్రదర్శించే ప్రత్యేకతలు, కనబరిచే వైవిధ్యాన్నే తమదైన అభివ్యక్తిగా చెప్పుకోవాలి. చెప్పే తీరులోని విశ్వాసం, ఉచ్చారణ శైలి, స్వర వైవిధ్యం, వీటన్నిటికీ తోడు ఆహార్యం, క్లిష్టమైన సమయాల్లో వారి సమయస్ఫూర్తి కలగలిసి ఒక విశిష్టమైన వ్యక్తిత్వాన్ని ఆపాదిస్తాయి.

చదివేటప్పుడు స్వర విధానంలో మార్పులు, హెచ్చుతగ్గులు, చదవడంలో విలక్షణత తెచ్చి పెడతాయి. స్వర స్థాయి, పదాల మధ్య భావానికి, భావానికి మధ్య విరామం, లయ, నొక్కి చెప్పే ధోరణి వంటివి సహజత్వాన్ని ఆపాదిస్తాయి. అందుకే యాంకర్లు తమదైన శైలి, వైవిధ్యంపై దృష్టి సారించాలి. భాష ద్వారా వ్యక్తం చేసే పదాలకు, శారీరక భాషలోని హావభావాలకు వ్యక్తీకరణలో సమప్రాధాన్యం ఉంటుంది. అభివ్యక్తిలో ఇది అంతర్భాగం. అదే విధంగా యాంకరింగ్‌లో మూడు ప్రధాన సూత్రాలను ఇక్కడ చెప్పుకోవాలి. అవి: పాజింగ్ (పదాల మధ్య విరామం) టైమింగ్ (ఉచ్చారణలో సమయనిర్దేశం) ఎంఫసిస్ (అవసరాన్ని బట్టి పదాలను నొక్కి చెప్పడం).

జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్ కింద హైదరాబాద్ నగరానికి వెయ్యి బస్సులు మంజూరు చేసినట్లు కేంద్ర పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి జైపాల్‌రెడ్డి తెలిపారు. ఇందులో ఒకే అంశం నాలుగు భాగాలుగా ఉంది. జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్, హైదరాబాద్ నగరం, వెయ్యి బస్సుల మంజూరు, పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి చెప్పడం. వీటిని నాలుగు భాగాలుగా ప్రేక్షకుడు గుర్తించలేనంత స్వల్ప పాజ్‌తో భాగాలు చేసుకోవడం మనకు కనిపిస్తుంది. ఒక వాక్యాన్ని చదివేటప్పుడు భావ ప్రసార సౌలభ్యాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకొని రెండు, మూడు పదాలను ఒకటిగా చేసుకొంటూ వాక్యాన్ని విడగొట్టి కొద్దిగా విరామం తీసుకున్నట్లుగా చదవడం పాజింగ్. దీనిని విరామ పదాల మధ్య గీతతో యాంకర్ రచనలో సూచిస్తుంటారు. జవహర్‌లాల్ అర్బన్ రెన్యూవల్ మిషన్ కింద / హైదరాబాద్ నగరానికి / వెయ్యి బస్సులు మంజూరు చేసినట్లు / కేంద్ర పట్టణాభివృద్ధి శాఖ మంత్రి జైపాల్ రెడ్డి తెలిపారు.

సాధారణంగా అయిదారు పదాలతో కూడిన ఆరు వాక్యాలు సాధారణ వేగం (ప్రేక్షకునికి ఎటువంటి ఇబ్బంది లేకుండా అర్థం చేసుకోవడానికి పట్టే వేగం)తో చదవడానికి 20 సెకన్ల సమయం పడుతుంది. దీనిని యాంకర్లు దృష్టిలో పెట్టుకొని టైమింగ్‌ను అనుసరించాలి.

ఎంఫసిస్ అనేది వార్తలు, కార్యక్రమాలను సమర్పించే శైలిగా మనం చెప్పుకోవచ్చు. పదాల భావాన్ని బట్టి, వాక్య నిర్మాణం, చెప్పే విషయాన్ని బట్టి విరుపు, నొక్కి చెప్పడం, హావభావాల కలబోతగా తమదైన రీతిలో ప్రదర్శన కనబరచడమే.

2. ప్రేక్షకుడిని మంత్రముగ్ధుడిని చేసేలా స్వరస్థాయిని భిన్నరీతుల్లో ప్రయోగించడమే స్వరఝరి. ఒక రకంగా చూస్తే ఇది నదీ ప్రవాహపు నడక లాంటిది. కొండ కొమ్మల నుంచి దుమికేటప్పుడు ఉరకలెత్తాలి. ఉత్సాహం

BRAOU

పరవళ్లు తొక్కాలి. మైదానాల మధ్య నడిచేటప్పుడు మెల్లగా చల్లగా సేదతీర్చాలి. బీటలు వారిన బీడు పొలాల దాహార్తి తీర్చేటప్పుడు ఆర్ద్రమై అక్కున చేరిపోవాలి. సంద్రాన్ని చేరేటప్పుడు మంద్రంగా మమేకమై పోవాలి. ఇదే రీతిన యాంకరింగ్ కూడా విషయ స్వరూపాన్ని, స్వభావాన్ని బట్టి సహజవైవిధ్యంతో భాసిల్లినప్పుడే ప్రభావ వంతమవుతుంది.

ప్రసార మాధ్యమాలలో తెరమీద మాట్లాడే వారెవరయినా స్వరాన్ని సరిచూసుకోవలసి ఉంటుంది. స్వరం ఎత్తుపల్లాల్ని పలికించగలదు. నవ్వుతుంది. ఏడ్పు వినిపిస్తుంది. కూనిరాగాలు తీస్తుంది. 'శబ్దం' అక్షరాలు పలికినప్పుడు వస్తాయి. సహజసిద్ధంగా స్వరాల్ని నియంత్రించగలిగే సానుకూలత మానవుడికి ఉండటమే దీనికి కారణం. ఒకే పదాన్ని ఎన్నో స్వరస్థాయిల్లో పలకవచ్చు. మాట్లాడే మాటల్ని ఎన్నో విధాలుగా మార్చి మార్చి పలకగలం. 'స్వర నియంత్రణ' అందరికీ సాధ్యమే. అయితే నాటకాలు వేసేవారికి, సంగీతం సాధన చేసేవారికి ఈ నియంత్రణ తప్పనిసరి. మనం తీసుకునే జాగ్రత్తలతోపాటు ఆరోగ్యపరంగా కూడా కొన్ని నియమాలు పాటించాలి. యాంకర్లకు హావభావాలు, ఆహార్యంతోపాటు 'స్వరం' ముఖ్యమే. ముఖ్యంగా యాంకర్లు 25 ఏళ్ల లోపు వారే కాబట్టి స్వరసాధన చేస్తే గొంతులోంచి వచ్చే స్వరం చెక్కు చెదరకుండా ఉంటుంది. తెలుగు భాషలో అక్షరాల ధ్వనిలో ఉన్న సంబంధం గుర్తించాలి. భాషా వికాసంలో లిపి - ధ్వని మధ్య చర్చ నిరంతరం కొనసాగుతూనే ఉంది. ఈ విషయం పట్ల దృష్టి సారించి అధ్యయనం చేస్తే యాంకరింగ్‌లో మంచి పట్టు లభిస్తుంది.

BRAOU

భాగం-15 ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు

విషయక్రమం

15.0 ఉద్దేశం

15.1 ప్రవేశిక

15.2 ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు - ప్రాథమ్యాలు

15.3 విషయాధారిత వైవిధ్యం

15.4 సమన్వయం, సమష్టి కృషి

15.5 తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

15.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

15.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

15.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- టెలివిజన్ మాధ్యమంలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల తీరుతెన్నులు
- క్షేత్ర స్థాయిలో వ్యాఖ్యాత తీసుకోవాల్సిన జాగ్రత్తలు
- ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో పరిహరించాల్సిన పొరపాట్లు

BRAOU

15.1 ప్రవేశిక

మనిషి సంఘజీవి. ప్రపంచీకరణ నేపథ్యంలో ఇప్పుడు ప్రపంచ పౌరునిగా కూడా మారిపోయాడు. తన చుట్టుపక్కల ఏం జరుగుతుందో తెలుసుకోవాలనుకోవడమే కాదు, ప్రపంచం నలుమూలలా ఏ క్షణాన ఏం జరుగుతుందో తెలుసుకోవాలనే కుతూహలం నానాటికీ పెరుగుతోంది. సమాచార దాహార్తి వెంటాడుతోంది. ఈ పరిస్థితుల్లోనే ప్రసార మాధ్యమాల బాధ్యత పెరిగింది. అగమేఘాల మీద ఎక్కడెక్కడి వింతలు, విడ్డూరాలు [illegible]దించేందుకు యంత్రాంగాలను ఏర్పాటు చేసుకొని ప్రసారాల్లో కొత్త పుంతలు తొక్కుతున్నాయి. ఒకప్పు[illegible] పరిమితమైన సాంకేతిక విజ్ఞానం ఇప్పుడు అన్ని దేశాల్లోనూ అందుబాటులోకి వస్తోంది. అందులో ముందుగా సమాచార ప్రసారాలనూ పేర్కొనాలి. మనిషి సమాచార తృష్ణను తీర్చేందుకు, సంఘంలో చోటు చేసుకుంటున్న సంఘటనలను తక్షణం యథాతథంగా ప్రపంచం ముంగిట్లో ఆవిష్కరించేందుకు ప్రసార మాధ్యమాలు ఉరకలు వేస్తున్నాయి. అందులో భాగమే ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు. ఒకప్పుడు ఎంతో ప్రాముఖ్యం ఉండి అత్యంత కీలకమైన అంశాలను మాత్రమే ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో భాగంగా అందించేవారు. ఇప్పుడు అతి సాధారణ విషయాలను సైతం ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ద్వారా అందించడం టీవీ ఛానళ్లకు ఆనవాయితీగా మారింది. ప్రాంతీయ భాషల్లోనూ ఈ విస్తృతి మనకు కనిపిస్తోంది.

1959లో భారత దేశంలో టీవీ ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాక, తొలుత విద్యా విషయక, వ్యవసాయ సంబంధ అవసరాలకు, ప్రభుత్వ అభివృద్ధి కార్యక్రమాల ప్రచారానికి, సంక్షేమ, కుటుంబ నియంత్రణ ప్రసారాలకు ఈ మాధ్యమం

బాగా తోడ్పడింది. ఆ తర్వాత కాలంలో వినోద, సమాచార రంగాలకు పెద్దపీట వేయడం ప్రారంభమైంది. 1982లో ఆసియా క్రీడలను తొలిసారిగా రంగుల టెలివిజన్లలో మన దేశంలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో చూపించారు. అప్పట్నుంచి ఈ మాధ్యమం రూపు రేఖలు మారుతూ వచ్చాయి. ప్రజాదరణ పెరిగింది. దేశంలో టెలివిజన్ మాధ్యమ వ్యాప్తికి బీజాలు పడ్డాయి. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ప్రభావం ఎంతగా ఉంటుందో ఆనాడే తేటతెల్లమైంది. అయితే దశాబ్దం క్రితం వరకూ కూడా మన దేశంలో వార్తా ఛానళ్లకు నేరుగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసేందుకు ప్రభుత్వ అనుమతి లభించలేదు. అందువల్ల న్యూస్ బులెటిన్ల విషయంలో కూడా ముందుగా సిద్ధం చేసిన క్యాప్సూల్డ్ బులెటిన్‌ల ప్రసారమే ఉండేది. ఆ తర్వాత ముందుగా వార్తలను సిద్ధం చేసుకొని పరిచయ వాక్యాలను మాత్రం యాంకర్‌తో చదివించి అప్పటికప్పుడు ప్రసారం చేసే ఆన్‌లైన్ పద్ధతి కొంతకాలం కొనసాగింది.

ఆ తర్వాత ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకు అనుమతులు వచ్చినప్పటికీ, సాంకేతికంగా వనరులు సమకూర్చుకోలేని దశలో, ఒక చోట సంఘటన జరుగుతుంటే, కొద్ది వ్యవధిలో దానిని ఉన్నదున్నట్లుగా ప్రసారం చేసే డిఫర్డ్ లైవ్ (అంతర ప్రసారం - ముఖ్యమైన సంఘటన అయినప్పటికీ ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి అవకాశం లేని సందర్భాల్లో కెమెరాతో మొత్తం సంఘటనను రికార్డు చేస్తారు. వెంటనే కేసెట్లను స్టూడియోకి పంపి యథాతథంగా ప్రసారం చేస్తారు.) పద్ధతి వంటివి అమలులో ఉండేవి. ఇప్పుడు రాష్ట్రంలో ఏ మూల మానవాసక్తి రేకెత్తించే సంఘటన చోటు చేసుకున్నా, నేరుగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయగల సామర్థ్యాన్ని (డీ.ఎస్.ఎన్.జీ, డిజిటల్ శాటిలైట్ న్యూస్ గేదరింగ్ వెహికల్ సహాయంతో) మన ప్రసార మాధ్యమాలు సాధించాయి. డిజిటల్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ మూడు విధాలుగా సాగుతుంది. కేబుల్ వ్యవస్థ ద్వారా జరిగేది మొదటి విధానం. టెరెస్ట్రియల్ పద్ధతిలో భూ ఉపరితలంపై ట్రాన్సుమీటర్లు ఏర్పాటు చేసి ప్రసారాలు చేసే పద్ధతి రెండవది. మూడో విధానం ఉపగ్రహ వ్యవస్థ ద్వారా సంకేతాల రూపంలో సాగే ప్రసారాలు, శాటిలైట్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్‌గా ఈ ప్రసారాలను చెప్పవచ్చు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు ఈ కోవలోకి వస్తాయి.

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల నేపథ్యం కేవలం టెలివిజన్ వ్యవస్థకే పరిమితం కాలేదు. రేడియో ప్రసారాల విషయంలోను చూస్తాం. 1970వ దశకంలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల నేపథ్యంలో కొన్ని ప్రయత్నాలు జరిగాయి. తెలుగు ఛానెల్ హైదరాబాద్ కేంద్రం నుంచి జరిగిన కొన్ని ప్రయత్నాలు ఇక్కడ చెప్పుకోవాలి. సాధారణంగా ముందే రూపొందించిన కార్యక్రమాల్ని టేపుల మీద నుంచి ప్రసార సమయాన్ని బట్టి వినిపించేవారు. బాలల కార్యక్రమాలు, కార్మికుల కార్యక్రమాలు, కొన్ని సందర్భాల్లో శాస్త్రీయ సంగీత ప్రసారాలు ప్రసార కేంద్రం నుండి సరాసరి లైవ్ తరహాల్లో ప్రసారమయ్యేవి. ఒక విధంగా వీటిని ఏకదిశా ప్రసారాలని చెప్పవచ్చు. శ్రోత ప్రమేయమేదీ ప్రసారంలో లేకపోవడంతో ఇవి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలుగా వెలుగుచూడలేదు. ఈ తీరే టెలివిజన్‌లో 1980-1990లో జరిగిన ప్రయత్నాల్లోను కనిపిస్తుంది.

1990 దశకం చివరికల్లా 'లైవ్ ఫోన్ ఇన్' తరహా ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు అమలు చేశారు. సార్వత్రిక విద్యా పాఠాలు, డాక్టర్ సలహాలు, వ్యవసాయ కార్యక్రమాలు కొన్ని ఈ విధంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం ద్వారా ఉండేవి. మన దేశంలో ప్రసార మాధ్యమాలు 20వ శతాబ్దం చివరి వరకు ప్రభుత్వ పర్యవేక్షణలో ఉండటం వల్ల చాలా మెలకువలతో, ప్రసార నియమావళికి లోబడే జరిగేవి. టెలివిజన్ (దూరదర్శన్) ప్రసారాలు రేడియో ప్రసారాల కంటే కాస్త ముందుంటూ టెక్నాలజీ ఫలితాల్ని అందుకోగలిగేది. ఈ ప్రభావం ఆ తర్వాత రేడియో మీద పడుతూ వచ్చేది. 21 వ శతాబ్దం తొలి రోజుల్నించీ ఒకవైపు కేబుల్ వ్యవస్థ, మరోవైపు ఉపగ్రహ ప్రసారాలు ఊపందుకోవడం, ప్రైవేటు ఛానెళ్లు రావడంతో క్రమేపీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు ఊపందుకొన్నాయి. ఈ సమయంలోనే విశ్వ విద్యాలయాల గ్రాంట్ల సంఘం, విద్యా సాంకేతిక పరిజ్ఞాన కేంద్ర సంస్థ ఇస్రో సహకారంతో విద్యా కార్యక్రమాల ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్ని ప్రయోగాత్మకంగా చేపట్టి ఆ తర్వాత పరిమిత స్థాయిలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్ని కొనసాగించింది. సాంకేతిక విజ్ఞానం తెచ్చిన విప్లవాత్మకమైన మార్పులు ప్రత్యక్ష ప్రసారాల పరిధిని విస్తృతం చేశాయి. టెలివిజన్ ఛానెళ్ల సంఖ్య ఇబ్బడి ముబ్బడిగా పెరుగుతూ 24 గంటల ప్రసారాలలో చాలా మేర ప్రత్యక్ష ప్రసారాలతోనే ముందుకెళ్తున్నాయి. డి.ఎన్. తరహా వాహనాలతో క్షేత్రస్థాయి నుంచే ప్రసారాల్ని ప్రత్యక్షంగా అందిస్తున్నాయి. రేడియో విషయంలో కూడా ఎమ్.ఎమ్. వ్యవస్థ 'స్థానికత' నేపథ్యంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్ని చేపట్టాయి.

ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వాటి నైజం, అవకాశాలు, ఆవిష్కరణ అన్నీ వేగవంతంగా కన్పించేది టెలివిజన్ మాధ్యమంలో కాబట్టి చర్చను ఈ నేపథ్యంలోనే చేస్తున్నాం. భాషకు సంబంధించి అవకాశాల్ని , ప్రాథమ్యాల్ని, పరిధుల్ని వివరించే ప్రయత్నం కూడా చేస్తున్నాం.

BRAOU

15.2 ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు - ప్రాథమ్యాలు

సమాచారాన్ని ఎంత వేగంగా అందిస్తే అంతే వేగంగా దానికి స్పందన ఉంటుంది. ప్రత్యేకించి క్రీడలు, రాజకీయ సమావేశాలు, సాంస్కృతికోత్సవాలు, విజ్ఞాన శాస్త్ర ఆవిష్కరణలు వంటివన్నీ జరుగుతున్నప్పుడే వాటిని గురించి తెలుసుకోవడంలో ఉండే అనుభూతి, ఆసక్తి ఎనలేనిది. అందుకే టీవీ ఛానళ్లలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ఉరవడి, ఒరవడి ఈ రోజున సర్వసాధారణంగా మారింది. గతంలో కేవలం దూరదర్శన్‌కు మాత్రమే పరిమితమైన వార్తల అప్ లింకింగ్ (ఉపగ్రహంతో అనుసంధానం) డౌన్ లింకింగ్ సౌకర్యాలు 21వ శతాబ్దం మొదటి దశాబ్దంలో ప్రైవేటు టెలివిజన్ ఛానళ్లకు కూడా అందుబాటులోకి వచ్చాయి. దానితో రాష్ట్ర, జాతీయ స్థాయిల్లో ఎటువంటి ప్రాముఖ్యం ఉన్న అంశమైనా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడం మామూలు విషయమై పోయింది. నిజానికి ఇప్పుడు టీవీ మీడియాలో వార్తలు చదవడం, చర్చా కార్యక్రమాల నిర్వహణ అన్నీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలే. ప్రేక్షకుడు మాత్రం స్టూడియోలో జరిగే వ్యవహారాలను లైవ్‌గా భావించడు. బయట చోటు చేసుకొనే సంఘటనలు, సమావేశాలను ప్రసారం చేసినప్పుడు మాత్రమే లైవ్ టెలికాస్ట్‌గా భావిస్తాడు. ఈ తీరును దృష్టిలో పెట్టుకొని మనం ప్రత్యక్ష ప్రసారాలను రెండు విభాగాలుగా విభజించి చూడాల్సి ఉంటుంది. ఒకటి స్టూడియో నుంచి నేరుగా సాగే ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు. రెండు క్షేత్రస్థాయిలో సంఘటన స్థలం నుంచి సాగే ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు. ఇవి రెండూ కూడా సమష్టి కృషితో సాగే బృహత్కార్యాలే. మామూలు సమయంలో సమర్పించే న్యూస్ బులెటిన్ల వార్తలను ముందుగా తయారు చేసి, ఎడిటింగ్ చేసి స్టూడియోలో సమర్పించే విధానంలో ఒక క్రమపద్ధతి కనిపిస్తుంది. ఇందుకు తగిన ఏర్పాట్లు సర్వం సిద్ధంగా ఉంటాయి.

BRAOU

అయితే క్షేత్ర స్థాయి నుంచి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకు ప్రణాళికను సిద్ధం చేసుకోవాలి. సాధారణ ప్రేక్షకుని దృష్టిలో మాత్రం డైరెక్టుగా లైవ్ ఇవ్వడం వల్ల పైకి పని తగ్గినట్లు కనిపిస్తుంది, కానీ ఇది కత్తిమీద సాము. సాంకేతిక విభాగం (ఆన్‌లైన్ ఎడిటర్లు, ప్రొడ్యూసర్లు, డీఎస్ఎన్‌జీ వాహనం, ప్రొడక్షన్ కంట్రోల్ రూం) డెస్కు, రిపోర్టర్, కెమెరామెన్, న్యూస్ రీడర్ సమన్వయంతో క్షణాల మీద జరగాల్సిన పని ఇది. ఏ మాత్రం తేడా వచ్చినా, సరిదిద్దుకొనే సమయం కూడా ఉండదు. పోటీ పెరగడంతో ప్రెస్‌మీట్‌లు, ధర్నాలు, బంద్‌లకు సైతం ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి ఛానళ్లు సిద్ధమవుతున్నాయి. లైవ్ విషయానికొస్తే క్షేత్రస్థాయిలో సమన్వయ బాధ్యత రిపోర్టర్ తీసుకొంటే స్టూడియోలో డెస్క్ పర్యవేక్షణలో ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్లు ఈ బాధ్యత తీసుకుంటారు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల విషయంలో ఇంకా తెలుగు మీడియా మెరుగైన స్థాయికి చేరుకోలేదనిపిస్తోంది. లైవ్‌లో జాతీయ ఛానళ్లలో సైతం చిన్న చిన్న పొరపాట్లు సహజమే.

సాంకేతిక లోపాలు, రిపోర్టర్ల అనుభవరాహిత్యం, డెస్కు సమన్వయ లోపాలు కలిసి కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రజల దృష్టిలో మీడియాను పలచన చేస్తున్నాయి. అందుకే ఏదేని కార్యక్రమాన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయాలని నిర్ణయించినప్పుడు నిర్దిష్టమైన కార్యాచరణను అనుసరించాలి. అందుకు ఈ కింది విషయాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

- ప్రసారం చేయదలచుకున్న అంశంపై రిపోర్టర్‌కు, డెస్కుకు ముందుగానే అవగాహన ఉండాలి.
- ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్ నుంచి సూచనలు అందిన వెంటనే రిపోర్టర్, కెమెరామెన్ అప్రమత్తం కావాలి.
- లైవ్ టెలికాస్ట్ సంకేతం అందినది మొదలు, మళ్లీ లైవ్ కట్ చేస్తూ ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్ సూచనలు ఇచ్చే వరకూ కెమెరామెన్, రిపోర్టర్ అనవసర విషయాలపై వ్యాఖ్యలు పరిహరించాలి.
- కెమెరా ఏంగిల్ ఒకే వస్తువు మీద ఎక్కువ సేపు కేంద్రీకృతం కాకుండా ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి సంబంధించిన అనుభూతి లభించేలా వివిధ కోణాలలో దృశ్యాలను చూపించాలి. (ప్రెస్‌మీట్‌లకు ఇది మినహాయింపు). ఇటువంటి సందర్భాల్లో కూడా మంచి ప్రశ్న ఎదురైనప్పుడు సంబంధిత విలేకరిని కూడా చూపగలిగితే మేలే. ముందుగా ఏర్పాటైన ముఖ్యుల ప్రెస్‌మీట్‌లలో ఇటువంటి అవకాశం ఉండదు. అయితే హఠాత్తుగా ఎవరేని ప్రముఖుని విలేఖరులు ఏదేని సందర్భంలో ప్రశ్నిస్తున్నపుడు ఇటువంటి అవకాశం చిక్కుతుంది.)
- జాతరలు, తీర్థాలు, పండుగలను కవరేజీ చేసేటప్పుడు వింతలు, విశేషాలు, ప్రజల భక్తి ప్రపత్తులను తెలిపే విషయాలకు ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో ఎక్కువగా చోటు కల్పించాలి.

- అసలు విషయానికి మద్దతు ఇచ్చే అంశాలు, సబ్జెక్టుకు సంబంధం లేకపోయినా ఆకర్షించే ఇతర విషయాలు (సైడ్‌లైట్స్) ప్రత్యక్ష ప్రసారాన్ని పరిపుష్టం చేస్తాయి.
- టెలివిజన్ కార్యక్రమ ప్రసారం ఏదయినా బృందంగా నిర్వహిస్తారు. వివిధ రకాల నైపుణ్యాలున్న సభ్యులు బృందంలో ఉంటారు. విధులు, చేయవలసిన విధానం, అన్నీ కూడా స్పష్టంగా ఉంటాయి. అయితే ప్రత్యక్ష ప్రసారాల నిర్వహణలో ఇవన్నీ కచ్చితంగా అమలు పర్చడం సాధ్యం కాదు. క్షేత్ర స్థాయిలో మనం అనుకున్న ప్రణాళిక ప్రకారం సంఘటన జరగకపోవచ్చు. కొత్త సమస్యలేవయినా రావొచ్చు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలలో క్షేత్రస్థాయి అనుకూల, ప్రతికూలతలే కీలకం. పరిస్థితులను బట్టి, అవసరాలను బట్టి తక్షణ నిర్ణయాలతో ముందుకెళ్లాలి. సృజనాత్మక తరహా రూపకల్పనలో ఇది తప్పనిసరి. ప్రత్యక్ష ప్రసార నేపథ్యం, స్థాయి గురించి అవగాహన చేసుకోగలిగితే ప్రసార విధానాల పరిధిలోనే ఆటంకాలేవీ కలగకుండా ప్రసారం కొనసాగుతుంది. విస్తృత పరిధిలో ఎవరి విధుల్ని వారు నిర్వహించే వీలు ఉంటుంది.

15.3 విషయాధారిత వైవిధ్యం

లైవ్ టెలికాస్ట్ చేయాలనుకున్న సందర్భాల్లో విషయ ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి ప్రత్యక్ష ప్రసారం విడివిడి, నిర్దిష్ట ప్రణాళికను సిద్ధం చేసుకోవాలి. బహిరంగ సమావేశాలు, గ్రూప్ మీటింగ్‌లు, ఆందోళనలు, సంఘటనలు, సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలకు దేనికి దానికి విడివిడి ప్రణాళిక అవసరం. ఎప్పటికప్పుడు కెమెరా విభాగానికి తగిన సూచనలతో ప్రణాళికను కార్యరూపంలో పెట్టేందుకు రిపోర్టర్లు, డెస్కులు తగిన కృషి చేయాలి.

బహిరంగ సభలు:

బహిరంగ సభల పేరు చెబితే మనకి రాజకీయ పార్టీల గర్జనలు, ధూంధాంలు గుర్తుకొస్తాయి. ఆయా పార్టీలకు ఉండే ప్రజాదరణ, ప్రాముఖ్యం దృష్ట్యా కొన్ని గంటలపాటు వీటిని ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయాల్సి ఉంటుంది. సభాస్థలానికి ప్రజలు తరలిరావడం మొదలు సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలు, ప్రధాన వక్తల ప్రసంగాలు, ప్రజల స్పందన వంటివన్నీ ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో భాగమే. సమావేశం స్థాయిని అనుసరించి ఈ మధ్యకాలంలో రెండు మూడు కెమెరా యూనిట్లను ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి వినియోగిస్తున్నారు. సమావేశానికి ముందు తరలివస్తున్న ప్రజల్ని చూపించే సమయాల్లో 'సైడ్‌లైట్స్' ముఖ్య ఆకర్షణగా నిలుస్తాయి.

అందువల్ల ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో వీటికి స్థానం ఇవ్వాలి. అలాగే కాంగ్రెస్ సమావేశానికి ఒక [illegible] హాజరవుతూ ఉండవచ్చు. సమావేశ సమయానికంటే ముందుగానే తరలివచ్చిన మహిళలు పార్టీ విజయం కోసం సభా ప్రాంగణంలోనే ప్రార్థనలు చేస్తూ ఉండవచ్చు. ఇటువంటివన్నీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాన్ని ప్రజలకు దగ్గర చేసేందుకు [illegible] వీలు కల్పిస్తాయి. ప్రధాన వక్తల ప్రసంగాల సందర్భంగా ప్రజల స్పందన, కరతాళధ్వనులకు మధ్యమధ్యలో ప్రత్యేక చోటు కల్పించడం వల్ల సమావేశపు నాడి పట్టుకోవడానికి వీలవుతుంది.

జాతరలు, పండుగలు:

జాతరలు, పండుగలను ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసే సమయంలో వాటి ప్రాశస్త్యం, ఆచారాలు, సంప్రదాయాలు, మానవాసక్తికర విషయాలకు పెద్దపీట వేయాలి. తరలివస్తున్న ప్రజలు, వారి విశ్వాసాలు, క్షేత్ర మాహాత్మ్యం వంటి వాటిని కూడా ప్రస్తావించాలి. సాధారణంగా జాతరలు, తీర్థాలను ప్రసారం చేసే సమయంలో గందరగోళంగా, హడావిడిగా ఉంటుంది. ప్రజలు, వీఐపీల తాకిడి ఎక్కువగా ఉంటుంది. ఆయా క్షేత్రాలు, తీర్థాలు, జాతరల ప్రాముఖ్యం గురించి కొంచెం ముందస్తుగానే పురోహితులు, అర్చకులు, పూజారులు, వేదపండితుల నుంచి సమాచారం (బైట్) రికార్డు చేసి దానిని లైవ్‌తో కలిపి అందిస్తే మెరుగైన ఫలితాలు లభిస్తాయి. స్పష్టత ఉంటుంది.

సంఘటనలు:

ప్రమాదాలు, ప్రకృతి విపత్తులు, హత్యలు ఇటువంటి సంఘటనలకు సంబంధించి విషయాలపై ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసేటప్పుడు జరిగిన దారుణం తాలూకు తీవ్రతను ప్రతిబింబించేందుకు ప్రాముఖ్యం ఇవ్వాలి.

BRAOU

ప్రమాదస్థలంలో ఉండే ఆనవాళ్ల ఆధారంగా సంఘటన ఏ విధంగా చోటు చేసుకొని ఉండవచ్చో ప్రేక్షకులు నిర్ధారణకు వచ్చేలా చూపించవచ్చు. రిపోర్టర్ వ్యాఖ్యానంతోపాటు అధికారుల నుంచి తీసుకొనే సాధికార వివరణలు ఇందుకు ఉపకరిస్తాయి. లైవ్ టెలికాస్ట్ అంటే అర్థమే ప్రత్యక్షంగా చూపడం. మనం ప్రత్యక్షంగా సంఘటన జరిగిన సమయంలో లేకపోయినా సంఘటనల తాలూకు పూర్తి దృశ్యాన్ని ప్రేక్షకుడు తన ఊహపరిధిలోకి తెచ్చుకొనేలా చేయగలిగితే లైవ్ టెలికాస్ట్ ప్రయోజనం నెరవేరినట్లే. ఇందుకు అవసరమైన షాట్లను ఎంచుకోవడం రిపోర్టర్, కెమెరామేన్ నైపుణ్యం, అవగాహనలపై ఆధారపడి ఉంటాయి. ప్రకృతి విపత్తుల సందర్భంగా తీవ్రతను చూపే ప్రయత్నం చేయాలి. వరద బీభత్సానికి రోడ్లకు రోడ్లు కొట్టుకుపోయి ఉండవచ్చు. ఇంటి పైకప్పులు కనిపిస్తూ ఉండవచ్చు. నది ఒడ్డు మొత్తం రాచుకుపోయి, పెళ్లలు పెళ్లలుగా నదీ గర్భంలో కలుస్తూ ఉండవచ్చు. ఇవన్నీ తీవ్రతను తెలిపే సంకేతాలే. ఒక జరిగిపోయిన సంఘటన తాలూకు సమాచారంపై లైవ్ టెలికాస్ట్ ఇస్తున్నప్పుడు మనం ప్రేక్షకుడిని ఆ దృశ్యంలోకి తీసుకెళ్లాలంటే, సంఘటనతో మొదలై ఇంకా కొనసాగుతున్న దృశ్యాన్ని చూపడం వల్ల ఫ్లాష్ బ్యాక్ దృశ్యాన్ని కూడా ప్రేక్షకుడు తన కళ్లముందు ఆవిష్కరించుకొనే అవకాశం ఉంది.

ఈ సందర్భంగా విలేఖరి ఒక విషయాన్ని దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి. ఒక సంఘటనకు సంబంధించి చెప్పే వ్యాఖ్యానం దృశ్య చిత్రీకరణకు ఎప్పటికీ ప్రత్యామ్నాయం కాదు. మనం చూపగల దృశ్యాలకు రిపోర్టర్ ఇచ్చే పీటూసీ (కెమెరాకు విలేఖరి అందించే వ్యాఖ్య) మద్దతుగా ఉండాలి. దృశ్యాలకు సంబంధం లేని పీటూసీ నిరర్థకం. సాంకేతికంగానూ, సైకాలజీ అధ్యయనాల్లోనూ వెల్లడైన ఒక నిజాన్ని ఈ సందర్భంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో విలేఖరులు పరిగణనలోకి తీసుకోవాలి. ఒక విషయాన్ని చెప్పడానికి 'అవును' అని నోటితో చెబుతూ కాదన్నట్లు తల అడ్డంగా ఊపితే ఎదుటివ్యక్తులు 'అవును' అన్న మాటను పట్టించుకోకుండా 'కాదు' అన్నట్లు ఊపుతూ తల ఇచ్చే సంకేతాన్నే గ్రహిస్తారు. దృశ్యం మనిషి మనసుపై కలిగించే ప్రభావం అటువంటిది. ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో రిపోర్టర్ మొత్తం తానే చెప్పకుండా కెమెరాకు పని చెప్పించి, అందుకు తగిన కోణాలు, విధానాలు నిర్దేశించి, వాటికి వ్యాఖ్యానం చెప్పాలి. ఇందువల్ల వ్యాఖ్య, దృశ్యం మేళవింపుతో ప్రత్యక్ష ప్రసారం రాణిస్తుంది.

సాంకేతిక విలువల విషయంలోనూ అందరూ సమస్థాయిలోనే ఉంటున్నారు. ఈ పోటీలో ఛానల్‌ను ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో ముందంజలో ఉంచాలంటే, మానవ వనరులే కీలకం. ఏ విషయాన్ని అయినా ఆశువుగా విశ్లేషిస్తూ ధారాళంగా ప్రత్యక్ష వ్యాఖ్యానం చేయగల రిపోర్టర్ నేటి అవసరం. ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో తడబాటు లేకుండా భిన్నంగా, ఆకట్టుకునే విధంగా రిపోర్టర్ తన వాక్చాతుర్యాన్ని ప్రదర్శించాల్సి వుంటుంది. భాషా పటిమ ఉన్నప్పుడే ఇది సాధ్యపడుతుంది. మాట్లాడేటప్పుడు భాషలో అతకని పదాలు, వాడకూడని పదాల విషయంలో జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి.

నాటకీయత:

జాతీయ ఛానళ్లలో నాటకీయతను సహజంగా కనిపించేలా జాగ్రత్తలు తీసుకొంటారు. ఈ పద్ధతిని ఇంకా తెలుగు ఛానళ్లు అలవరుచుకోలేదు. ఒక అంశాన్ని లైవ్ టెలికాస్ట్ చేస్తున్న సందర్భంలో కెమెరాలో నిశ్చల చిత్రంలా కొంచెం సేపు ప్రముఖులను నిల్చోబెట్టి వారి నుంచి సౌండ్ బైట్లు (వ్యాఖ్యలు) తీసుకోవడం మన ఛానళ్ల అలవాటు. ఇది కొంత కృతకం. అదే విలేఖరి తాను నడుస్తూ, దృశ్యాలను వివరిస్తూ, వీఐపీ (ఎవరితోనో మాట్లాడుతూ బిజీగా ఉంటారు) నుంచి బైట్ తీసుకొంటే కొంత నాటకీయత, సహజత్వం కలిసి లైవ్ రక్తి కడుతుంది. జాతీయ మీడియాలో ఇదే పద్ధతిని అనుసరిస్తున్నారు.

ఆహార్యం:

దుస్తులు, అలంకరణ విషయంలో కూడా రిపోర్టర్ జాగ్రత్తగా ఉండటం చాలా అవసరం. సందర్భోచితమైన దుస్తులు వేసుకోకపోతే కొన్నిసార్లు జాతీయ ఛానళ్లు విలేఖరి లైవ్ పీటూసీలు తీసివేసి, ఫోన్ ఇన్‌లతో సరిపెట్టేసిన సందర్భాలు ఉన్నాయి. విలేఖరి అందుబాటులో ఉన్నప్పటికీ హుందాగా కనిపించే దుస్తులు వేసుకోని సందర్భాల్లో దృశ్యాలను చూపిస్తూ, విలేఖరిని మాత్రం ఫోన్ ఇన్‌లోకి తీసుకొంటారు. తెరపై కనిపించే రంగులు, ప్రసారం చేస్తున్న కార్యక్రమ అంశాలకు విలేఖరి ఆహార్యం సరిపోయేట్లు ఉండాలనేది ఒక నియమం. సాధారణ వార్తల విషయంలో చిన్న చిన్న చారలు, ముదురు రంగుతో కూడిన దుస్తులు అనువైనవి.

BRAOU

15.4 సమన్వయం, సమష్టి కృషి

ప్రత్యక్ష ప్రసారం అంటేనే సమష్టి కృషి. ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో రెండు విభాగాలు ఉన్నాయి. ఒకటి ముందుగా నిర్దేశితమైన కార్యక్రమాల ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు, బహిరంగసభలు, ఉద్యమాలు, ఆందోళనలు, శాసనసభ సమావేశాలు మొదలైనవి. వీటికి కొంచెం ముందస్తుగా రిపోర్టర్ ఎవరైనా వీటిని బాగానే రక్తి కట్టిస్తుంటారు. అయితే అప్పటికప్పుడు చోటు చేసుకొనే సంఘటనలు, ప్రకృతి విపత్తులు, ప్రమాదాల విషయంలో హఠాత్తుగా సంఘటన స్థలానికి చేరుకొని ప్రసారం ప్రారంభించాల్సి ఉంటుంది. రిపోర్టర్‌కు పరిస్థితులపై అవగాహన ఉండదు. ఇటువంటి స్థితిలోనే రిపోర్టర్ తన నైపుణ్యాన్ని ప్రదర్శించాల్సి ఉంటుంది. సంఘటన స్థలానికి చేరుకొనే వ్యవధిలోనే కొంతమంది నిపుణులతో ఫోన్‌లో మాట్లాడి కొంత సమాచారాన్ని సేకరించుకోవాలి. అధికారులతో మాట్లాడి వాస్తవ విషయాలు తెలుసుకోవాలి. స్థానికంగా ఉన్న కాంట్రిబ్యూటర్‌తో మాట్లాడి క్షేత్రస్థాయిలో ప్రజల అనుభవాలను గ్రహించాలి. రంగంలోకి దిగిన వెంటనే ఈ మూడు అంశాలనూ క్రోడీకరించుకొంటూ తాను చూస్తున్న దృశ్యాలకు తన అనుభవాన్ని జోడించి వ్యాఖ్యానం చేస్తే సమగ్రంగా ఉంటుంది. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియాలో సీనియర్ జర్నలిస్టులు ఇదే పద్ధతిని పాటిస్తుంటారు.

ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో కొన్ని అనూహ్యమైన, అమానవీయమైన సంఘటనలు కూడా చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ఈ సంఘటనలు మీడియాను ప్రజలు అసహ్యించుకొనేందుకు కారణమవుతున్నాయి. వృత్తిపరంగా ఎంతపోటీ ఉన్నప్పటికీ నైతికంగా కొన్ని నియమాలు, నిబంధనలు పాటించడం అవసరం. ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా పాత్రను తప్పుపట్టి అందరూ వేలెత్తి చూపుతున్న సందర్భాలు ఇటు తెలుగులోనూ, అటు జాతీయస్థాయిలోనూ ఇటీవల పెరుగుతున్నాయి. ఢిల్లీలోనూ, ఉత్తర ప్రదేశ్‌లోనూ 2008లో సంచలనం సృష్టించిన ఆరుషి, హేమరాజ్‌ల హత్య (ఆరుషి సొంత తండ్రే ఈ హత్యకు కారణం అంటూ) తదనంతర పరిణామాలను రోజువారీ కార్యక్రమం కింద ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసిన తీరు హేయమని న్యాయ నిపుణులు, సీనియర్ జర్నలిస్టులు ఆక్షేపించారు.

ప్రతి రోజూ రిపోర్టర్లు లైవ్ టెలికాస్ట్‌లో తమకు తోచిన సంగతులు, విన్నవి, కన్నవి, తమ ఊహకు వచ్చినవి చెబుతూ వచ్చారు. చివరికి సీబీఐ విచారణ జరిపి, రాజేశ్‌కు వ్యతిరేకంగా ఆధారాలు లేవంటూ తేల్చేసింది. ఈ లోపుగానే ఉరిశిక్ష పడినదానికంటే ఎక్కువ స్థాయిలో అతని పరువు, ప్రతిష్ఠలు దెబ్బతిన్నాయి. అతని కుటుంబాన్ని మానసికంగా కోలుకోలేని రీతిలో మీడియా దెబ్బతీసింది.

BRAOU

ఇక మన తెలుగులో కొంతకాలం క్రితం ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేసిన ఒక సంఘటనపై ప్రేక్షకులు విస్తుపోయారు. మీడియా ఇంతక్రూరంగా ఉంటుందా? అని ముక్కున వేలేసుకున్నారు. కొడుకును కోల్పోయి ఒక తల్లి కళ్ల నీళ్ల పర్యంతమవుతోంది. ఉబికివస్తున్న దుఃఖాన్ని ఆపుకోలేక చెంగు అడ్డుపెట్టుకొని కుమిలిపోతోంది. ఆమెను ఓదార్చలేక బంధుమిత్రులు తంటాలుపడుతున్నారు. ఇంతలో ఒక్కసారిగా పెద్దగా అరుపు వినిపించింది.

'మేడమ్ ఇటు తిరిగి ఏడవండి' పెద్దగా ఒక కెమెరామేన్ అరుస్తున్నాడు. వెంటనే మరొకవైపు ఉన్న ఇంకొక కెమెరామేన్ ఇటువైపు చూడండి మేడమ్ అంటూ తన ఆత్రాన్ని ప్రదర్శించాడు. కానీ అది సినిమా షూటింగ్ కాదు. లైవ్ యాంకర్‌తో నడిపే సోప్‌ఒపెరా (టీవీ మీడియా తొలిదశలో పాశ్చాత్య దేశాల్లో ప్రసారం చేసే సీరియళ్లకు సబ్బుల కంపెనీలు ప్రాయోజకులుగా ఉండేవి. ఆ తర్వాత కాలక్రమంలో కల్పనతో కూడిన సీరియళ్లకు సోప్ ఒపేరాలుగా పర్యాయపదం స్థిరపడిపోయింది.) కాదు. సజీవ సంఘటన, ఏడుపు కూడా ఆమె ఎటుతిరిగి ఏడ్వాలో డైరెక్షన్ ఇచ్చి ఏడిపించాలా? దానికోసం మరొక ఛానల్ ప్రతినిధి అటుకాదు, ఇటు చూడండి అంటూ పోటీపడాలా? అన్న విమర్శలు వినవచ్చాయి. ప్రజలూ చూశారు. లైవ్ టెలికాస్ట్‌లో ఇంతటి ప్రమాదం ఉంటుంది. అందువల్ల కెమెరామేన్, రిపోర్టర్ అత్యంత జాగ్రత్తగా వ్యవహరించాలి.

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో కొన్ని తప్పులు, [illegible] తరచూ పునరావృతం అవుతున్నాయి. ఇవి ప్రేక్షకునికి కంటిలో నలుసులా ఇబ్బంది పెడతాయి. ప్రసార నాణ్యతను దెబ్బ[illegible] ఒక్కోసారి విసుగు కలిగిస్తాయి. నవ్వు పుట్టిస్తాయి. ఛానల్ మార్చేసే పరిస్థితిని కూడా కల్పిస్తాయి. అందువల్ల విలేఖరులు, [illegible] సాంకేతిక సిబ్బంది ఈ విషయంలో అప్రమత్తంగా ఉండాలి. ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి సంబంధించి స్టూడియో నుంచి సంకేతాలు అందినద [illegible] ప్రసారం కట్ చేసే సందేశం అందిన కొన్ని సెకన్ల వరకూ పూర్తిగా సబ్జెక్టుపైనే దృష్టి కేంద్రీకరించాలి.

ఊతపదాలు, మేనరిజాలు మరొక సమస్య. ప్రతివాక్యానికి ముందు, వెనక కొందరు విలేఖరులు అయితే, కానీ, అ, ఇటువంటివి చేర్చడాన్ని అలవాటుగా మార్చుకుంటున్నారు. ఒక సన్నివేశంపై ప్రత్యక్ష వ్యాఖ్యానం చెప్పేటప్పుడు వాక్యనిర్మాణంలో కొంత వెసులుబాటు కోసం ఈ 'అయితే'లను వాడుతున్నట్లు కనిపిస్తుంది. తప్పుగిస్తున్నట్లు మాట్లాడటం, కళ్లెగరేయటం, బొంగురు అర్థరహితంగా తిప్పుతూండటం వంటి కొన్ని మేన[illegible] కూడా మన విలేఖరుల ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో కనిపిస్తున్నాయి. వీటిని పూర్తిగా పరిహరించలేం. కానీ కూడా ఎక్కువగా కనిపించని సౌందర్యంగా ఉండే అలవాట్లు ఏర్పరుచుకొంటే ఇబ్బంది ఉండదు. ఒక సమస్యను మరొక సమస్యతో పరిష్కరించుకోవచ్చు. ఒక మేనరిజం స్థానంలో కొంత హుందాగా ఉండే మరొక మేనరిజం అలవాటు చేసుకోవడమే దీనికి పరిష్కారం.

చర్చావేదికలు జాగ్రత్తలు:

ఇప్పుడు చర్చావేదికలు కూడా ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో భాగంగా ఉంటున్నాయి. అతి ప్రధానమైన సంఘటనలు, రగులుతున్న సమస్యలు, ఎన్నికల వంటి అంశాలపై చర్చా వేదికలు నిర్వహించడం మనం చూస్తుంటాం. ఒక సమస్య లోతుల్లోకి వెళ్లి పరిష్కారాన్ని అన్వేషించడం, సమస్య తీవ్రతను ప్రజలందరి దృష్టికి తీసుకురావడంతోపాటు బాధ్యత గల మీడియాగా జనానికి పాత్ర పోషించడం ఈ చర్చా వేదికల నిర్వహణలో ముఖ్యోద్దేశం. ఒక సంఘటన సమస్యకు సంబంధించి అన్ని పక్షాలను ఇందులో పాల్గొనేలా చూడటంతోపాటు అన్ని కోణాలను ప్రస్తావించడం కూడా ముఖ్యమే. అందుకే చర్చావేదికలంటే సమగ్ర కథనానికి పాదృశ్యరూపంగా చెప్పవచ్చు. ప్రధానంగా ఎన్నికల వంటి సందర్భాల్లో చర్చావేదికల నిర్వహణ నిరంతరంగా సాగుతుంటుంది. చర్చ, వాదనల కలయికగా వేదికలు ప్రతిధ్వనిస్తుంటాయి.

2004 ఎన్నికల్లో ఈటీవీ-2 అప్పటి ముఖ్యమంత్రి, ప్రధాన ప్రతిపక్ష నాయకులైన చంద్రబాబునాయుడు, వై.ఎస్. రాజశేఖర్ రెడ్డిలతో 'బిగ్ ఫైట్' పేరిట రోజువారీ ఒకరికొకరి ప్రశ్నలు (పరోక్షంగా), సమాధానాలతో రాజకీయాన్ని ఆసక్తిదాయకం చేసింది. 2009 సార్వత్రిక ఎన్నికలకు వచ్చేసరికి నాలుగు నెలల ముందు నుంచే ప్రాంతాలవారీ రాజకీయ యుద్ధాన్ని ప్రతిబింబిస్తూ టీవీ-9 'యుద్ధానికి సిద్ధం' అంటూ చర్చావేదికలు ఏర్పాటు చేసింది. టీవీ-5 బ్యాలెట్ వార్ 2009 పేరిట జిల్లాల వారీ చర్చలు నిర్వహించింది. ఎన్‌టీవీ బిగ్‌ఫైట్ పేరిట జిల్లాల వార్ చర్చా వేదికలు ఏర్పాటు చేసింది. ఇవన్నీ ఇంట్లో భావాలకు మంచి [illegible] తెచ్చి పెట్టడంతోపాటు రాజకీయాన్ని సామాన్య ప్రేక్షకుల్లో కూడా చెదిక్కించేందుకు దోహదం చేస్తాయి. ఈ సందర్భంలో చర్చా వేదికలను నిర్వహించే యాంకర్లు కొన్ని జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి ఉంటుంది.

ఏ రకమైన చర్చా వేదికలో అయినా మేజర్ స్టేక్ హోల్డర్స్ (ప్రధాన భాగస్వాములు) అందరూ ప్రాతినిధ్యం వహించేలా చూడాలి. ఉదాహరణకు ఒక రాజకీయ చర్చావేదిక పెడితే ... కాంగ్రెస్, తెలుగు దేశం, టీ.ఆర్.ఎస్, బీ.జే.పీ., కమ్యూనిస్టు పార్టీల ప్రతినిధులు అంతా పాల్గొంటేనే చర్చా వేదికను తులనాత్మకంగా నిర్వహించినట్టవుతుంది. అంతేకాకుండా నాణ్యత, విషయ పరిజ్ఞానాల్లో సమ ఉజ్జీలైన నాయకులనే కూర్చోబెడితే చర్చ రక్తి కడుతుంది. లేకపోతే కొన్ని పార్టీల వాదన వీగిపోయినట్లు తేలికగా ఉంటుంది. అందుకే వక్తల ఎంపిక దగ్గర్నుంచి జాగ్రత్త పడాలి. చర్చ కట్టు తప్పి వ్యక్తిగత ఆరోపణల స్థాయికి దిగజారకుండా యాంకర్ జాగ్రత్త పడాలి. అటువంటి సందర్భాలను సున్నితంగా పరిహరించాలి. సమయం విషయంలోనూ, సంస్థల విషయంలోనూ అందరికీ అవకాశం కలిగేలా ఉండాలి. తప్పనిసరి పరిస్థితుల్లో బలహీనమైన వాదనతో వాదించే వక్తలు వచ్చినప్పుడు వారిని ఆదుకొనేందుకు అవసరమైన మాట సాయం చేయడం తప్పుకాదు.

మన ముఖ్యోద్దేశం చర్చను రక్తికట్టించి, ఉత్కంఠభరితం చేయడమే తప్ప ఒకరి వాదన నెగ్గడం మరొకరి వాదన వీగిపోవడం కానేకాదు. ఎన్నికల అంశాలపై నిర్వహించే చర్చావేదికల్లో పార్టీల అభిప్రాయాలను సంబంధిత వక్తలు చెబుతారు. మన తీర్పు ప్రకటించకూడదు. శాంతి భద్రతలు, ప్రమాదాల వంటి అంశాలపై చర్చ నడిపినప్పుడు తప్పనిసరిగా పోలీసు అధికారులను, లేదా రిటైర్డ్ అయిన పోలీసు అధికారులను నేరుగా చర్చలో పాల్గొనేలా చూడటం కానీ, ఫోన్ ద్వారా చర్చలో పాల్గొనేలా చూడాలి. లేకపోతే సాంకేతికంగా ఉండే సమస్యలు, ఇబ్బందులను విస్మరించినట్లు అవుతుంది. చర్చకు సాధికారత ఏర్పడదు. అలాగే ఏ విషయానికి సంబంధించి అయినా సామాన్యుని కోణమే కాకుండా నిపుణుల భాగస్వామ్యం అనేది చర్చను పరిపుష్టం చేస్తుంది. యాంకర్ ప్రతి అంశంలోనూ ఇన్‌వాల్వ్

అవుతున్నట్లుగానే ఉండాలి. అదే సమయంలో తటస్థ భూమికనే పోషించాలి. విషయ పరిజ్ఞానంతో పాటు మాటకారితనం, లౌక్యం, సమయస్ఫూర్తి చర్చావేదికల్లో యాంకర్లకు పెట్టని ఆభరణాలుగా భాసిస్తాయి.

15.5 తీసుకోవలసిన జాగ్రత్తలు

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో క్షేత్రస్థాయికి వెళ్లి దృశ్యాలను ప్రసారం చేయడమే కాకుండా ఇప్పుడు ఫోన్ ఇన్‌ల ద్వారా కూడా కార్యక్రమానికి పరిపూర్ణత తెచ్చే ప్రయత్నం చేస్తున్నారు. ఇందులో విలేఖరి, సంబంధిత విషయానికి సంబంధించిన వ్యక్తుల వ్యాఖ్యలు, వివరణలు ఉంటాయి. ఇది ఫోన్ ద్వారా సమాచారాన్ని తెలుసుకొని ప్రసారం చేసే కార్యక్రమం. వివిధ చర్చలలో నిపుణుల సలహాలను తెలుసుకోవడం, ప్రజల నుంచి సందేహాలను తెలుసుకొని స్టూడియోలో ఉండే నిపుణులతో నివృత్తి చేయడం వంటివన్నీ ఫోన్ ఇన్ కార్యక్రమాలే. అయితే వృత్తిపరంగా విలేఖరులు చెప్పే ఫోన్ ఇన్‌ల గురించి మనమిక్కడ మాట్లాడుకుందాం. ఆకస్మికంగా చోటు చేసుకొనే సంఘటనలకు సంబంధించి దృశ్యాలను వెంటనే ప్రసార కేంద్రానికి పంపడం సాధ్యం కాదు. అలాగే కొన్నిసార్లు దృశ్య సహితంగా పీటూసీ చెప్పించడం వీలుకాని పరిస్థితుల్లో ఏదేని ప్రధానమైన సంఘటన, జరుగుతున్న పరిణామాలకు సంబంధించి వివరాలను తక్షణం తెలిపేందుకు క్షేత్రస్థాయిలో ఉన్న విలేఖరి నుంచి చేసే సమాచార నివేదనమే ఈ 'ఫోన్ ఇన్'.

విలేఖరిని ప్రశ్నించి కథనానికి సంబంధించిన వివరాలను న్యూస్ యాంకర్ రాబడతారు. తెరపై మాత్రం ఇంత వరకే కనిపించినా తెరవెనక చాలా తతంగం ఉంటుంది. ప్రశ్నలు రూపొందించడం మొదలు, సాంకేతిక అనుసంధానం వరకూ అదో పెద్ద తంతు. ఫోన్ ఇన్ కథనం వీక్షకులకు సహజంగా కనిపించాలంటే ... ప్రత్యక్షంగా భాగస్వామ్యం వహించే విలేఖరి, న్యూస్ యాంకర్, తెరవెనక మొత్తం సమన్వయం చేసే న్యూస్ డెస్క్, ప్రొడక్షన్ విభాగాలు కొన్ని జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి ఉంటుంది.

BRAOU

- విలేఖరి ముందుగానే న్యూస్ డెస్క్ దృష్టికి క్షేత్ర స్థాయి సమాచారం పూర్తి వివరాలను తెలపాలి.
- తన వద్ద ఉన్న సమాచారం ఆధారంగా ఏయే ప్రశ్నలు అడిగితే బాగుంటుందో విలేఖరి సూచించవచ్చు.
- ఒక్కో ప్రశ్నకు సమాధానం చెప్పేటప్పుడు సాగదీయకుండా 30 సెకన్లలోపు ముగిస్తే మేలు.
- అతి ప్రధానమైన అంశాలకే ఫోన్ ఇన్‌లో చోటు ఇవ్వాలి.
- యాంకర్ ఉత్సాహం కొద్దీ సబ్జెక్టుతో సంబంధం లేని అనుబంధ ప్రశ్నలు (సాధారణంగా ఏయే ప్రశ్నలు అడగాలనేది డెస్క్ నిర్దేశిస్తుంది.) వేస్తే విసుగు కనిపించకుండా ప్రశ్నను ఖండించకుండా సున్నితంగా అసలు విషయానికి ముడిపెడుతూ సమాధానం చెప్పాలి.
- యాంకర్ ద్వారా తాము ఏయే ప్రశ్నలు అడిగించబోతున్నామో డెస్క్ సభ్యులు ముందుగానే విలేఖరికి తెలియచెప్పడం మంచిది.
- ఒక పద్ధతి ప్రకారం తడుముకోకుండా సమాధానాలు రావాలంటే డెస్క్‌కు, విలేఖరికి విషయంపై అవగాహన ఉండాలి.
- యాంకర్ ప్రశ్నను పూర్తి స్పష్టతతో అడగాలి. టెలిప్రాంప్టర్ చూసి ప్రశ్నలు చదువుతున్న విధంగా కాకుండా సహజంగా సంభాషిస్తున్నట్లు కనిపించాలి.
- క్షేత్రస్థాయిలో ఉండే హడావిడి కారణంగా విలేఖరి తడబడినా సమాధానం చెప్పడంలో అసహజత్వం కనిపించినా, యాంకర్ దానిని తెలివిగా కవర్ చేయాలి.
- బులెటిన్ చదివేందుకు వెళ్లే ముందే యాంకర్‌కు ఏయే అంశాలు రాబోతున్నాయో తెలుస్తుంది. కాబట్టి ఫోన్ ఇన్ పెట్టబోతున్న సబ్జెక్టుకు సంబంధించి విషయాన్ని ముందుగానే తెలుసుకోవడం మంచిది. సమస్య ఏదైనా తలెత్తితే జాగ్రత్తగా సర్దుబాటు చేయడానికి వీలుంటుంది.
- విషయ పరిజ్ఞానం ఉన్న సీనియర్ యాంకర్లు తమంత తాము కూడా ప్రశ్నలను సూచించవచ్చు. అయితే వాటిని డెస్కుకు తెలిపి ముందుగా అనుమతి తీసుకోవాలి. ముందుగా సిద్ధం చేసుకున్న ప్రశ్నలను గుడ్డిగా అడిగేయకూడదు. ఒక ప్రశ్నకు సమాధానంగా రెండో ప్రశ్న సమాధానం కూడా వచ్చేసిన సందర్భాల్లో రెండో

ప్రశ్నను అడగకుండా వదిలేయడమే ఉత్తమం. అందుకే న్యూస్ రీడర్లు ఎదుటివాళ్లు చెప్పే సమాధానాన్ని సావధానంగా ఆలకించాలి.

- ప్రశ్నలకు సమాధానాలు చెప్పేటప్పుడు ఏదేని రగులుతున్న సమస్యకు సంబంధించి అయితేనే 30 సెకన్ల కంటే మించి వివరణ ఇచ్చేందుకు విలేఖరి ప్రయత్నించవచ్చు.
- ఫోన్ ఇన్ తక్షణ సమాచారం తెలిపేందుకు చేసే ప్రయత్నమే తప్ప దృశ్య ప్రధాన కథనానికి ప్రత్యామ్నాయం కాదు. అందువల్ల మొత్తం సమాచారాన్ని ఫోన్ ఇన్‌లోనే చెప్పేయాలనే ప్రయత్నం మంచిది కాదు.
- బ్రేకింగ్ న్యూస్‌కు సంబంధించి ఫోన్ ఇన్ చెప్పే సందర్భాల్లో సమాచారాన్ని ఒకసారి నిర్ధారణ చేసుకోవడం అవసరం.
- ముందుగానే న్యూస్ చదువుతున్న యాంకర్ పేరు తెలుసుకోవాలి.
- ప్రశ్నలు ఆలకించాలే తప్ప ఊఁ కొట్టకూడదు. అవి కూడా రికార్డై ప్రేక్షకుల చెవికి విసుగుగా వినిపిస్తాయి.
- ఒక్కోసారి హఠాత్తుగా సాగుతున్న పరిణామంపై కూడా ప్రశ్న ఎదురైన సందర్భంలో ప్రస్తుత పరిస్థితిపై తనకు అవగాహన లేకపోయినా ఆ విషయంపై తనకు అంతవరకూ తెలిసున్న పరిజ్ఞానం ఆధారంగా వ్యూహాత్మకంగా బదులు చెప్పాలి.
- సొంత అభిప్రాయాన్ని వ్యాఖ్యానాన్ని సాధ్యమైనంతవరకూ పరిహరించాలి. ఫోన్ ఇన్‌కు ఆధారమైన సోర్సును ప్రస్తావించడం వల్ల సాధికారిత లభిస్తుంది.
- యాంకర్‌ను అన్న, హలో, గారు, వంటి పదాలతో పిలవాల్సిన అవసరం లేదు. పేరుతోనే సంబోధించాలి.

లైవ్ పీటూసీ:

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో విలేఖరి అతి ప్రధానమైన పాత్ర పోషిస్తారు. క్షేత్రస్థాయిలో పీటూసీలను లైవ్‌లో అందిస్తారు. జరుగుతూ ఉన్న ఒక సంఘటనపై యథాతథంగా ఉన్న పరిస్థితిని అప్పటికప్పుడు మదింపు చేసుకొంటూ వివరించే ప్రయత్నం ఇది. లైవ్ పీటూసీ రిపోర్టర్ విషయ పరిజ్ఞానానికి, వాక్చాతుర్యానికి, సమన్వయానికి, ఆశువుగా మాట్లాడగల సామర్థ్యానికి దర్పణం పడుతుంది. ఎటువంటి ఇబ్బంది ఏర్పడినా సర్దుబాటు చేసుకోగల కామన్ సెన్స్ కూడా అవసరం. చెప్పే విషయం అక్కడ ఉన్న పరిస్థితి తీవ్రతకు అద్దం పట్టేలా ఉండాలి. నేరవార్తలకు సంబంధించిన లైవ్ పీటూసీలలో భావోద్రేకం, తీవ్రత కనిపించాలి. ప్రేక్షకుడి అటెన్షన్‌ను వార్తవైపు మళ్లించగలగాలి. మానవీయ కథనాలకు చెప్పేటప్పుడు మంద్రస్వరం, ఆర్ద్రత కనిపించాలి. రాజకీయ కథనాలకు పీటూసీలు విశ్లేషణాత్మకంగా చెప్పాలి. రాజకీయ విషయాల్లో గతంలో జరిగిన సంఘటనలు ప్రస్తావిస్తే కథనానికి పరిపూర్ణత వస్తుంది. అనుభవజ్ఞుడైన సీనియర్ రిపోర్టర్లకే లైవ్ పీటూసీ చెప్పే బాధ్యతను అప్పగిస్తుంటారు. కనీసం మూడు నిముషాలపాటు తొట్రుపాటు లేకుండా ఏ విషయం మీదనైనా మాట్లాడగల సామర్థ్యం విలేఖరులు అభ్యసించాలని బీబీసీ, సీఎన్ఎన్ వంటి ఛానళ్లు రిపోర్టింగ్ విభాగానికి సూచిస్తుంటాయి.

లైవ్ పీటూసీలపై సీఎన్ఎన్, బీబీసీ అనుసరించే నియమాలు:

- ఫ్రేమ్‌లో పీటూసీ చెబుతున్న కథనానికి సంబంధించిన విజువల్ కనిపించాలి. విలేఖరి ఫ్రేమ్‌కు ఒకవైపు నిలబడి చెబితే వెనకాల దృశ్యం స్పష్టంగా కనిపిస్తుంది.
- కథనాన్ని బట్టి విలేఖరి స్వరంలో హెచ్చుతగ్గులు ప్రతిబింబించాలి.
- హావ భావాలు, శరీర భంగిమలు (బాడీ లాంగ్వేజి) ప్రేక్షకునికి కథన తీవ్రతను తెలిపేలా ఉండాలి.
- చెప్పే విషయంపై పూర్వాపరాలకు సంబంధించిన సమాచారం విలేఖరికి ముందుగానే తెలియాలి.
- పరిసరాలను అధ్యయనం చేస్తూ ఉండాలి.
- అవసరానికి, సందర్భానికి అనుగుణంగా విలేఖరి క్షేత్రస్థాయి విషయాలను, విశేషాలను ఎప్పటికప్పుడు ప్రస్తావిస్తూ ఉండాలి.

BRAOU

- విలేఖరి కూడా సంబంధిత విషయానికి ప్రతిస్పందిస్తున్నట్లు ఉండాలే తప్ప ప్రతి చర్యలో భాగం కాకూడదు.
- అతిశయోక్తులు, విశేషణాలు తగవు. ఎందుకంటే సజీవంగా దృశ్యాలు కనిపిస్తూ ఉంటాయి.
- దృశ్యంలో కనిపించే దానిని ప్రేక్షకునికి మరింత చేరువ చేసేలా పీటూసీని పదబద్ధం చేయాలి.
- అంతర్జాతీయ వార్తల విషయంలో సామెతలు, జాతీయాలకు అతీతంగా సాధారణ భాషను వినియోగించాలి. (బీబీసీ, సీఎన్ఎన్ వంటి అంతర్జాతీయ వార్తా సంస్థలు అనుసరిస్తున్న పై నియమాలు లైవ్ పీటూసీల విషయంలో అన్ని భాషలకూ వర్తిస్తాయి).
- యాంకర్ (స్టోరీకి న్యూస్ రీడర్ చేసే పరిచయ వ్యాఖ్య) వాయిస్ ఓవర్ (నడుస్తున్న స్టోరీకి దృశ్య నేపథ్య వ్యాఖ్య) సౌండ్ బైట్ (స్టోరీకి సంబంధం ఉన్న వ్యక్తులు, అధికారుల అభిప్రాయం, వ్యాఖ్య)లో కవర్ కాని విషయానికి పీటూసీలో ప్రాధాన్యం ఇవ్వాలి.
- పరిసరాలను గమనించి, విషయాన్ని దానితో ముడిపెట్టే సమయస్ఫూర్తి అవసరం. ఎక్కువసేపు లైవ్ పీటూసీ చెప్పాల్సి వచ్చే సందర్భాల్లో కవర్ ఫుటేజ్ (రిపోర్టర్ వ్యాఖ్యానానికి సంఘటన స్థలంలోని దృశ్యాలను చూపించడం) వినియోగించడం ఉత్తమం. దృశ్యాలకు ప్రాధాన్యం ఇవ్వకుండా విలేఖరే కనిపిస్తూ నిముషాల తరబడి చెప్పుకుంటూ పోతే ప్రేక్షకునికి విసుగు పుడుతుంది. అందువల్ల మొదట విలేఖరి కనిపించి నాలుగైదు వాక్యాలు చెప్పిన తర్వాత, కెమెరాను సంబంధిత దృశ్యాల మీదకు మళ్లించాలి. విలేఖరి వ్యాఖ్యానం, దృశ్యాలు కనిపిస్తూ ఉండాలి. వ్యాఖ్యానం ముగిసే సమయంలో తిరిగి విలేఖరి మీదకు కెమెరా మళ్లించాలి.

అభ్యాసం-1

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ప్రాధాన్యత వివరించండి.

BRAOU

అభ్యాసం-2

ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లోని చర్చా వేదిక ప్రయోజనాన్ని చర్చించండి.

15.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సమాచారాన్ని యథాతథంగా అత్యంత వేగంగా ప్రేక్షకులకు అందించేందుకు ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు తోడ్పడుతున్నాయి.
- ప్రజల సమాచార తృష్ణను తీర్చడంతో పాటు తక్షణ స్పందనకు ఈ ప్రసారాలు దోహదం చేస్తున్నాయి.
- సాంకేతిక, సృజనాత్మక విభాగాల సమష్టి కృషి, సమన్వయ కార్యాచరణ ఇక్కడ కనిపిస్తుంది.

- వార్తా, క్రీడా ఛానళ్లకు రోజురోజుకీ ఆదరణ పెరగడానికి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు ప్రధాన కారణం.
- స్టూడియో నుంచి క్షేత్రస్థాయి నుంచి రెండు రకాలుగానూ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు సాగుతాయి.
- విలేఖరి / వ్యాఖ్యాత విషయ పరిజ్ఞానం ప్రసారాలకు పరిపుష్టినిస్తుంది.
- ఊతపదాలు, వ్యక్తిగత అలవాట్లు లోపాలుగా ప్రదర్శితం కాకుండా జాగ్రత్త పడాలి.

15.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్క దానికి 40 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. టీవీ మీడియాలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ప్రాముఖ్యం ఏమిటి?
2. విషయ, వస్తు వైవిధ్యం ఆధారంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారాల కార్యప్రణాళిక ఎలా ఉండాలి?

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్క దానికి 20 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. స్టూడియో క్షేత్రస్థాయి ప్రత్యక్ష ప్రసారాల విభజనను పేర్కొనండి.
2. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో ఎదురయ్యే ఇబ్బందులను, పరిష్కారాలను వివరించండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. సమాచారాన్ని ఎంత వేగంగా అందిస్తే అంతే వేగంగా దానికి స్పందన ఉంటుంది. ప్రత్యేకించి క్రీడలు, రాజకీయ సమావేశాలు, సాంస్కృతికోత్సవాలు, విజ్ఞాన శాస్త్ర ఆవిష్కరణలు వంటివన్నీ జరుగుతున్నప్పుడే వాటిని గురించి తెలుసుకోవడంలో ఉండే అనుభూతి, ఆసక్తి ఎనలేనిది. అందుకే టీవీ ఛానళ్లలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాల ఉరవడి, ఒరవడి ఈ రోజున సర్వసాధారణంగా మారింది. గతంలో కేవలం దూరదర్శన్‌కు మాత్రమే పరిమితమైన వార్తల అప్ లింకింగ్ (ఉపగ్రహంతో అనుసంధానం) డౌన్ లింకింగ్ సౌకర్యాలు 21వ శతాబ్దం మొదటి దశాబ్దంలో ప్రైవేటు టెలివిజన్ ఛానళ్లకు కూడా అందుబాటులోకి వచ్చాయి. దానితో రాష్ట్ర, జాతీయ స్థాయిల్లో ఎటువంటి ప్రాముఖ్యం ఉన్న అంశమైనా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయడం మామూలు విషయమై పోయింది. నిజానికి ఇప్పుడు టీవీ మీడియాలో వార్తలు చదవడం, చర్చా కార్యక్రమాల నిర్వహణ అన్నీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలే. ప్రేక్షకుడు మాత్రం స్టూడియోలో జరిగే వ్యవహారాలను లైవ్‌గా భావించడు. బయట చోటు చేసుకొనే సంఘటనలు, సమావేశాలను ప్రసారం చేసినప్పుడు మాత్రమే లైవ్ టెలికాస్ట్‌గా భావిస్తాడు. ఈ తీరును దృష్టిలో పెట్టుకొని మనం ప్రత్యక్ష ప్రసారాలను రెండు విభాగాలుగా విభజించి చూడాల్సి ఉంటుంది. ఒకటి స్టూడియో నుంచి నేరుగా సాగే ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు. రెండు క్షేత్రస్థాయిలో సంఘటన స్థలం నుంచి సాగే ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు. ఇవి రెండూ కూడా సమష్టి కృషితో సాగే బృహత్కార్యాలే. మామూలు సమయంలో సమర్పించే న్యూస్ బులెటిన్ల వార్తలను ముందుగా తయారుచేసి ఎడిటింగ్ చేసి స్టూడియోలో సమర్పించే విధానంలో ఒక క్రమపద్ధతి కనిపిస్తుంది. ఇందుకు తగిన ఏర్పాట్లు సర్వం సిద్ధంగా ఉంటాయి.

అయితే క్షేత్ర స్థాయి నుంచి ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకు ప్రణాళికను సిద్ధం చేసుకోవాలి. సాధారణ ప్రేక్షకుని దృష్టిలో మాత్రం డైరెక్టుగా లైవ్ ఇవ్వడంవల్ల పైకి పని తగ్గినట్లు కనిపిస్తుంది, కానీ ఇది కత్తిమీద సాము. సాంకేతిక విభాగం (ఆన్‌లైన్ ఎడిటర్లు, ప్రొడ్యూసర్లు, డీఎస్ఎన్‌జీ వాహనం, ప్రొడక్షన్ కంట్రోల్ రూం) డెస్కు, రిపోర్టర్, కెమెరామెన్, న్యూస్ రీడర్ సమన్వయంతో క్షణాల మీద జరగాల్సిన పని ఇది. ఏ మాత్రం తేడా వచ్చినా సరిదిద్దుకొనే సమయం కూడా ఉండదు. పోటీ పెరగడంతో ప్రెస్‌మీట్‌లు, ధర్నాలు, బంద్‌లకు సైతం ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి ఛానళ్లు సిద్ధమవుతున్నాయి. లైవ్ విషయానికొస్తే క్షేత్రస్థాయిలో సమన్వయ బాధ్యత రిపోర్టర్ తీసుకొంటే స్టూడియోలో డెస్క్ పర్యవేక్షణలో ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్లు ఈ బాధ్యత తీసుకుంటారు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల విషయంలో ఇంకా తెలుగు మీడియా మెరుగైన స్థాయికి చేరుకోలేదనిపిస్తోంది. లైవ్‌లో జాతీయ ఛానళ్లలో సైతం చిన్న చిన్న పొరపాట్లు సహజమే.

సాంకేతిక లోపాలు, రిపోర్టర్ల అనుభవరాహిత్యం, డెస్కు సమన్వయ లోపాలు కలిసి కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రజల

BRAOU

దృష్టిలో మీడియాను పలచన చేస్తున్నాయి. అందుకే ఏదేని కార్యక్రమాన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారం చేయాలని నిర్ణయించి నప్పుడు నిర్దిష్టమైన కార్యాచరణను అనుసరించాలి. అందుకు ఈ కింది విషయాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి.

- ప్రసారం చేయదలచుకున్న అంశంపై రిపోర్టర్‌కు, డెస్కుకు ముందుగానే అవగాహన ఉండాలి.
- ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్ నుంచి సూచనలు అందిన వెంటనే రిపోర్టర్, కెమెరామెన్ అప్రమత్తం కావాలి.
- లైవ్ టెలికాస్ట్ సంకేతం అందినది మొదలు మళ్లీ లైవ్ కట్ చేస్తూ ఆన్‌లైన్ ప్రొడ్యూసర్ సూచనలు ఇచ్చే వరకూ కెమెరామెన్, రిపోర్టర్ అనవసర విషయాలపై వ్యాఖ్యలు పరిహరించాలి.
- కెమెరా ఏంగిల్ ఒకే వస్తువు మీద ఎక్కువ సేపు కేంద్రీకృతం కాకుండా ప్రత్యక్ష ప్రసారానికి సంబంధించిన అనుభూతి లభించేలా వివిధ కోణాలలో దృశ్యాలను చూపించాలి. (ప్రెస్‌మీట్‌లకుఇది మినహాయింపు. ఇటువంటి సందర్భాల్లో కూడా మంచి ప్రశ్న ఎదురైనప్పుడు సంబంధిత విలేకరిని కూడా చూపగలిగితే మేలే. ముందుగా ఏర్పాటైన ముఖ్యుల ప్రెస్‌మీట్‌లలో ఇటువంటి అవకాశం ఉండదు. అయితే హఠాత్తుగా ఎవరేని ప్రముఖుని విలేఖరులు ఏదేని సందర్భంలో ప్రశ్నిస్తున్నపుడు ఇటువంటి అవకాశం చిక్కుతుంది.)
- జాతరలు, తీర్థాలు, పండుగలను కవరేజీ చేసేటప్పుడు వింతలు, విశేషాలు, ప్రజల భక్తి ప్రపత్తులను తెలిపే విషయాలకు ప్రత్యక్ష ప్రసారంలో ఎక్కువగా చోటు కల్పించాలి.
- అసలు విషయానికి మద్దతు ఇచ్చే అంశాలు, సబ్జెక్టుకు సంబంధం లేకపోయినా ఆకర్షించే ఇతర విషయాలు (సైడ్‌లైట్స్) ప్రత్యక్ష ప్రసారాన్ని పరిపుష్టం చేస్తాయి.
- టెలివిజన్ కార్యక్రమ ప్రసారం ఏదయినా బృందంగా నిర్వహిస్తారు. వివిధ రకాల నైపుణ్యాలున్న సభ్యులు బృందంలో ఉంటారు. విధులు, చేయవలసిన విధానం, అన్నీ కూడా స్పష్టంగా ఉంటాయి. అయితే ప్రత్యక్ష ప్రసారాల నిర్వహణలో ఇవన్నీ కచ్చితంగా అమలు పర్చడం సాధ్యం కాదు. క్షేత్ర స్థాయిలో మనం అనుకున్న ప్రణాళిక ప్రకారం సంఘటన జరగకపోవచ్చు. కొత్త సమస్యలేమయినా రావొచ్చు. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలలో క్షేత్రస్థాయి అనుకూల, అననుకూలతలే కీలకం. పరిస్థితులను బట్టి, అవసరాలను బట్టి తక్షణ నిర్ణయాలతో ముందుకెళ్లాలి. సృజనాత్మక తరహా రూపకల్పనలో ఇది తప్పనిసరి. ప్రత్యక్ష ప్రసార నేపథ్యం, నైజం రెండూ అవగాహన చేసుకోగలిగితే ప్రసార నియమాల పరిధిలోనే ఆటంకాలేవీ కలగకుండా ప్రసారం కొనసాగుతుంది. విస్తృత పరిధిలో ఎవరి విధుల్ని వారు నిర్వహించే వీలు ఉంటుంది.

2. చర్చావేదికలు కూడా ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో భాగంగా ఉంటున్నాయి. అతి ప్రధానమైన సంఘటనలు, రగులుతున్న సమస్యలు, ఎన్నికల వంటి అంశాలపై చర్చా వేదికలు నిర్వహించడం మనం చూస్తుంటాం. ఒక సమస్య లోతుల్లోకి వెళ్లి పరిష్కారాన్ని అన్వేషించడం, సమస్య తీవ్రతను ప్రజలందరి దృష్టికి తీసుకురావడంతోపాటు బాధ్యత గల మీడియాగా తనవంతు పాత్ర పోషించడం ఈ చర్చా వేదికల నిర్వహణలో ముఖ్యోద్దేశం. ఒక సంఘటన సమస్యకు సంబంధించి అన్ని వర్గాలను ఇందులో పాల్గొనేలా చూడటంతోపాటు అన్ని కోణాలను ప్రస్తావించడం కూడా ముఖ్యమే. అందుకే చర్చావేదికలంటే సమగ్ర కథనానికి సాదృశ్యరూపంగా చెప్పవచ్చు. ప్రధానంగా ఎన్నికల వంటి సందర్భాల్లో చర్చావేదికల నిర్వహణ రసవత్తరంగా సాగుతుంటుంది. చర్చ, వాదనల కలయికగా వేదికలు ప్రతిధ్వనిస్తుంటాయి.

2004 ఎన్నికల్లో ఈటీవీ-2 అప్పటి ముఖ్యమంత్రి, ప్రధాన ప్రతిపక్ష నాయకులైన చంద్రబాబునాయుడు, వై.ఎస్. రాజశేఖర్ రెడ్డిలతో 'బిగ్ ఫైట్' పేరిట రోజువారీ ఒకరికొకరి ప్రశ్నలు (పరోక్షంగా), సమాధానాలతో రాజకీయాన్ని ఆసక్తిదాయకం చేసింది. 2009 సార్వత్రిక ఎన్నికలకు వచ్చేసరికి నాలుగు నెలల ముందు నుంచే ప్రాంతాలవారీ రాజకీయ యుద్ధాన్ని ప్రతిబింబిస్తూ టీవీ-9 'యుద్ధానికి సిద్ధం' అంటూ చర్చావేదికలు ఏర్పాటు చేసింది. టీవీ-5 బ్యాలెట్ వార్ 2009 పేరిట జిల్లాల వారీ చర్చలు నిర్వహించింది. ఎన్‌టీవీ బిగ్‌ఫైట్ పేరిట జిల్లాల వారీ చర్చా వేదికలు ఏర్పాటు చేసింది. ఇవన్నీ ఆయా ఛానళ్లకు మంచి వ్యూయర్‌షిప్ తెచ్చి పెట్టడంతోపాటు రాజకీయాన్ని సామాన్య ప్రేక్షకుల్లో కూడా వేడెక్కించేందుకు దోహదం చేస్తాయి. ఈ సందర్భంలో చర్చా వేదికలను నిర్వహించే యాంకర్లు కొన్ని జాగ్రత్తలు తీసుకోవాల్సి ఉంటుంది.

ఏ రకమైన చర్చా వేదికలో అయినా మేజర్ స్టేక్ హోల్డర్స్ (ప్రధాన భాగస్వాములు) అందరూ ప్రాతినిధ్యం వహించేలా చూడాలి. ఉదాహరణకు ఒక రాజకీయ చర్చావేదిక పెడితే, కాంగ్రెస్, తెలుగు దేశం, టీ.ఆర్.ఎస్.,

BRAOU

బీ.జే.పీ., కమ్యూనిస్టు పార్టీల ప్రతినిధులు అంతా పాల్గొంటేనే చర్చా వేదికను తులనాత్మకంగా నిర్వహించినట్టవు తుంది. అంతేకాకుండా వాదన, విషయ పరిజ్ఞానాల్లో సమ ఉజ్జీలైన నాయకులనే కూర్చోబెడితే చర్చ రక్తి కడుతుంది. లేకపోతే కొన్ని పార్టీల వాదన వీగిపోయినట్లు తేలికగా ఉంటుంది. అందుకే వక్తల ఎంపిక దగ్గర్నుంచి జాగ్రత్త పడాలి. చర్చ కట్టు తప్పి వ్యక్తిగత ఆరోపణల స్థాయికి దిగజారకుండా యాంకర్ జాగ్రత్త పడాలి. అటువంటి సందర్భాలను సున్నితంగా పరిహరించాలి. సమయం విషయంలోనూ, వంతుల విషయంలోనూ అందరికీ అవకాశం కలిగేలా ఉండాలి. తప్పనిసరి పరిస్థితుల్లో బలహీనమైన వాదనతో కూడిన వక్తలు వచ్చినప్పుడు వారిని ఆదుకొనేందుకు అవసరమైన మాట సాయం చేయడం తప్పుకాదు.

మన ముఖ్యోద్దేశం చర్చను రక్తికట్టించి, ఉత్కంఠభరితం చేయడమే తప్ప ఒకరి వాదన నెగ్గడం మరొకరి వాదన వీగిపోవడం కానేకాదు. ఎన్నికల అంచనాలపై నిర్వహించే చర్చావేదికల్లో పార్టీల అభిప్రాయాలను సంబంధిత వక్తలు చెబుతారు. మన తీర్పు ప్రకటించకూడదు. శాంతి భద్రతలు,, ప్రమాదాల వంటి అంశాలపై చర్చ నడిపినప్పుడు తప్పనిసరిగా పోలీసు అధికారులను, లేదా రిటైర్డ్ అయిన పోలీసు అధికారులను నేరుగా చర్చలో పాల్గొనేలా చూడటం కానీ, ఫోన్ లైన్ ద్వారా చర్చలో పాల్గొనేలా చూటం కానీ చేయాలి. లేకపోతే సాంకేతికంగా ఉండే సమస్యలు, ఇబ్బందులను విస్మరించినట్లవుతుంది. చర్చకు సాధికారత ఏర్పడదు. అలాగే ఏ విషయానికి సంబంధించి అయినా సామాన్యుని కోణమే కాకుండా నిపుణుల భాగస్వామ్యం అనేది చర్చను పరిపుష్టం చేస్తుంది. యాంకర్ ప్రతి అంశంలోనూ ఇన్‌వాల్వ్ అవుతున్నట్లుగానే ఉండాలి. అదే సమయంలో తటస్థ భూమికనే పోషించాలి. విషయ పరిజ్ఞానంతో పాటు మాటకారితనం, లౌక్యం, సమయస్ఫూర్తి చర్చావేదికల్లో యాంకర్లకు పెట్టని ఆభరణాలుగా భాసిస్తాయి.

BRAOU

ఖండం-4 వెబ్, మల్టీమీడియా అవకాశాలు

భాగం-16 సమాచార విజ్ఞానం-భాష

భాగం-17 వెబ్ - తెలుగు వినియోగం

భాగం-18 బహుళ మాధ్యమాలు

'కంప్యూటర్' అంటే ఏమిటని ఆలోచించేవాళ్లం ఒకప్పుడు. కంప్యూటర్లు కలుస్తాయా - అని అనుకునేవాళ్లం. 'నెట్‌వర్కింగ్' రూపుదిద్దుకుంది. దాన్నుంచి 'ఇంటర్నెట్' ఉద్భవించింది. ఇంటర్నెట్‌ను 'అంతర్జాలం' అని తెలుగులో పిలుస్తున్నాం. ఈ పేరింకా స్థిరపడలేదు. ఇలా ఎన్నో పదాలు తెలుగులో వచ్చి చేరుతున్నాయి. 20వ శతాబ్దం చివరి వరకు తెలుగు ఇంతగా మారుతుందా అని మనం అనుకోలేదు. 21వ శతాబ్దం వచ్చేప్పటికే - విప్లవాత్మకమైన మార్పు మనముందుకొచ్చింది. తెలుగుభాష ఇప్పుడు ఒక కొత్త ముంగిట్లో ఉంది. కంప్యూటర్ వినియోగం పూర్తిస్థాయిలో తెలుగులో కొనసాగితే మార్పులు, చేర్పులు ఏ స్థాయిలో ఉంటాయో ఊహించలేని సందర్భం ఇది. సమాచార విజ్ఞానానికున్న శక్తి అది. భాషమీద దాని ప్రభావం అపరిమితం. సమాచార విజ్ఞానంలో మారుతున్న భాష ప్రభావం ఇతర మాధ్యమాల భాషపైన ఉంటుంది. మరోవైపు మాధ్యమాలన్నీ ఏకీకరణ దిశగా సాగుతున్నాయి. స్నాతకోత్తరస్థాయిలో తెలుగు చదువుతున్న విద్యార్థులుగా అప్రమత్తంగా ఉండాలి. ఎటువెళ్లినా ఈ మాధ్యమాల నుంచి బయటవుండలేం. మాధ్యమాల రచనలోకి ప్రవేశించకుండా ఉండటమూ సాధ్యంకాదు.

ఇంటర్నెట్ కోసం రాయడం వేరు. రాసే భాషలో క్లుప్తత ఉండాలి. 'తక్షణత' కన్పించాలి. వేగాన్ని అందుకోవాలి. ఇంటర్నెట్‌కు రాయడాన్నే 'వెబ్' కోసం రాయడంగా భావిస్తారు. వెబ్‌కు రాసే భాషకు, విధానానికి కొన్ని నియమాలు, అవకాశాలు పరిమితులు ఉన్నాయి. వీటినే సాంకేతిక భాషలో చెప్పాలంటే 'పరామితులు' అంటాం. వాటిని తెలుసుకోవడమే కాదు, మారుతున్న నేపథ్యాన్ని ఒడిసి పట్టుకోవాలి. వెబ్ రచనతో పాటు మరో ప్రక్రియ ఈ సందర్భంగానే చర్చకు వస్తుంది. అదే 'మల్టీమీడియా రూపకల్పనలు'... అచ్చు, శబ్దం, చిత్రం మూడూ మల్టీమీడియాలో ఉంటాయి. ఒక విధంగా అన్ని మాధ్యమాలకు 'రాయడం'గానే చెప్పుకోవచ్చు. అయితే రాసే విధానంలో 'ఏకీకరణ, సమన్వయం' అచ్చు, శబ్దం, చిత్రాల మధ్య తప్పనిసరి నిబంధన. భావప్రసారంలో సరళత, సూటిదనం ఉండాలి. అస్పష్టత పనికిరాదు. ఇంగ్లీషులో 'నాయిస్' *(Noice)* అనేది భావప్రసారంలోకి రాకుండా జాగ్రత్త పడాలి.

వెబ్, మల్టీమీడియా అవసరాలను ఇప్పటికిప్పుడు అంచనా వేయలేం. పెద్దఎత్తున వినియోగిస్తున్నా ఇంగ్లీషులోనే వాటి అవసరాల్ని గుర్తించలేని స్థితి. పరిణామక్రమం క్రియాత్మకంగా ఉండటమే ఇందుకు ప్రధానకారణం. తెలుగులోకి ఈ అవకాశాలు ఇప్పుడే వచ్చి చేరుతున్నాయి. పరిణామక్రమం లోంచి వచ్చిపడుతున్న ఆచరణలను అనుక్షణం గమనిస్తూ అవకాశాల్ని అందిపుచ్చుకోవడం మాత్రం తప్పదు. వెబ్, మల్టీమీడియా అవసరాలను గుర్తిస్తూ తెలుగు వినియోగాన్ని, రూపకల్పనల ఆచరణలని సమన్వయ పరచుకోవడం ద్వారానే ఇది సాధ్యపడుతుంది. భవిష్యత్తులో కలిగే అవకాశాల కోసం కొనసాగే 'కృషి' దశలో మనం ఇప్పుడు ఉన్నాం.

BRAOU

BRAOU

భాగం-16 సమాచార విజ్ఞానం - భాష

విషయక్రమం

16.0 ఉద్దేశం

16.1 ప్రవేశిక

16.2 సాంకేతిక రంగంలో మార్పులు

16.3 భాషపై సాంకేతిక ప్రభావం

16.4 భాషా వినియోగంలో కొత్త పోకడలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

16.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

16.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

16.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- సాంకేతిక, సమాచార రంగంలో వస్తున్న మార్పులు, భాషను ప్రభావితం చేస్తున్న తీరు.
- తెలుగు రాయడం, మాట్లాడటంలో చోటు చేసుకుంటున్న మార్పులు.

BRAOU

16.1 ప్రవేశిక

సమాచార రంగంలో చాలా మార్పులు సంభవించాయి. వీటిలో సాంకేతికపరమైన మార్పులు ప్రధానమైనవి. సాంకేతికంగా జరుగుతున్న అభివృద్ధి, నూతన సాంకేతిక ఉపకరణాల సృష్టి ప్రసార మాధ్యమాలపై తీవ్ర ప్రభావాన్ని చూపుతున్నాయి. ఈ మార్పు మాధ్యమాలపై పరస్పర ప్రభావాన్ని కూడా చూపింది. ప్రేక్షకుడు లేదా చదువరి కూడా సమాచార ప్రవాహంలో పాత్రను పోషించే వీలు కలిగింది. ఈ మార్పుల కారణంగా మనం ఇతరులతో సంభాషించే తీరు మారింది. సంభాషణలో భాషకంటే సాంకేతిక ఉపకరణాల ప్రాధాన్యత పెరిగింది. టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్, మొబైల్ ఫోన్ వంటి సమాచార సాధనాల వినియోగంతో మనం మాట్లాడే విధానం, రాసే పద్ధతి మార్పులకు లోనయ్యాయి. భాష ఉపయోగించడంలో కొత్త పద్ధతులు వచ్చాయి. సాంకేతిక మార్పులు కొన్ని కొత్త పదాలను భాషలోకి తీసుకు వచ్చాయి.

16.2 సాంకేతిక రంగంలో మార్పులు

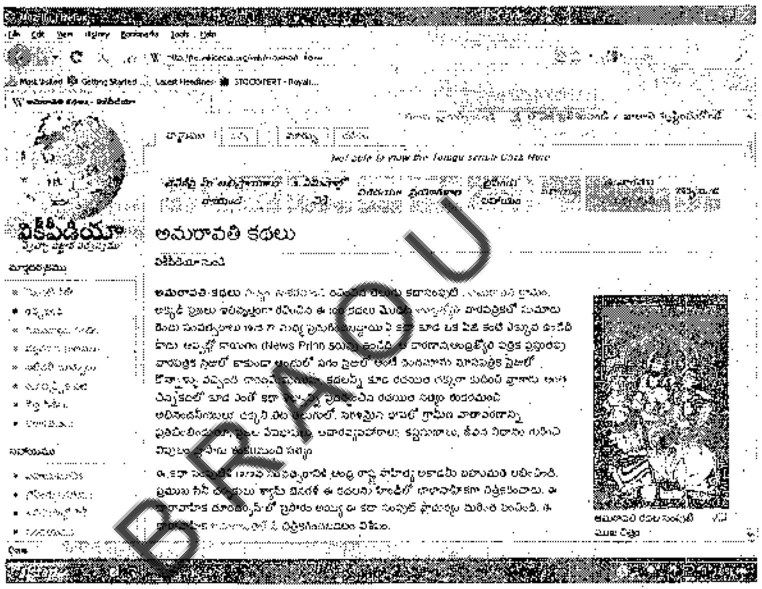
గత దశాబ్దకాలంలో వాడుకలోకి వచ్చిన ప్రసార సాధనాలు, వాటిని వినియోగించే పద్ధతి భాషను ప్రభావితం చేశాయి. ఈ మార్పు టెలివిజన్‌తో ప్రారంభమయింది. ఇంటర్నెట్ వాడుకలోకి వచ్చిన తరువాత మరిన్ని మార్పులు వచ్చాయి. భాషను ప్రభావితం చేసిన సమాచార సాధనాల్లో టెలివిజన్ ప్రధానమైనది. టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమై చాలాకాలమయినా 24 గంటల వార్తా ప్రసారాల తర్వాతనే టెలివిజన్ వీక్షణం ఎక్కువయింది. రేడియో, పత్రికలు భాష ద్వారా మాత్రమే శ్రోత లేదా పాఠకుడికి విషయాన్ని తెలియజెప్పే అవకాశముంది. టెలివిజన్ ద్వారా ప్రేక్షకుడికి ఏకకాలంలో మౌఖికంగా, దృశ్యరూపంలో, శ్రవణ రూపంలో ముప్పేటగా విషయం చేరుతుంది. సహజంగానే ఇది విషయం చెప్పే తీరును, భాషను వుపయోగించే పద్ధతిని ప్రభావితం చేస్తుంది. ఈ ప్రభావం వల్ల వచ్చిన ప్రధాన మార్పు

ఏమిటంటే భాషను క్లుప్తంగా వాడటం, ప్రేక్షకుడు టెలివిజన్ తెరపై దృశ్యాన్ని చూస్తూ విషయాన్ని కొంత వరకూ అర్థం చేసుకుంటాడు కాబట్టి వర్ణన తగ్గుతుంది. తక్కువ పదాలతోనే విషయాన్ని అందిస్తారు.

వరల్డ్ వైడ్ వెబ్ (www)

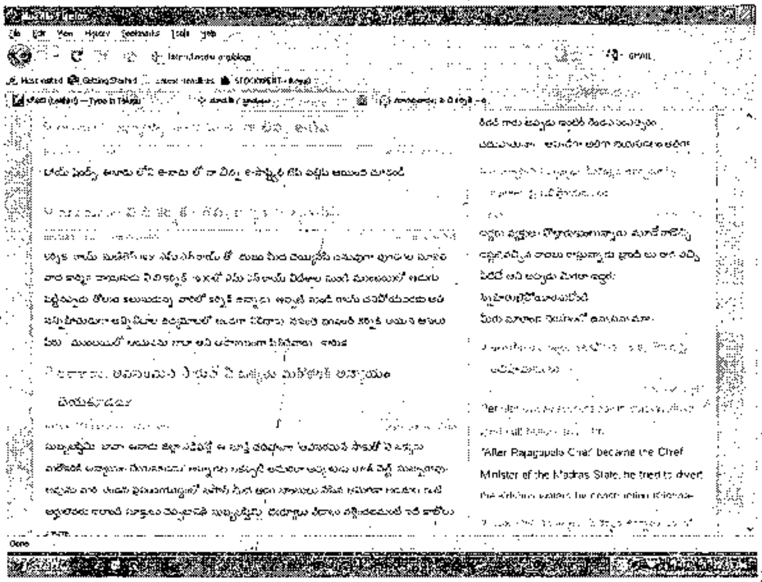
ఇంటర్నెట్ అందుబాటులోకి వచ్చిన తర్వాత కంప్యూటర్‌ను ఉపయోగించి వెబ్ ద్వారా సమాచారం పొందుతున్నాం. కొంతకాలం క్రితం వరకూ ఇది సమాచారం చదవడం వరకే పరిమితమై వుంది. తర్వాత కాలంలో ఇంటర్నెట్‌లో వచ్చిన మార్పులు వెబ్‌లో రాయడానికి, ముఖ్యంగా మాతృభాషలో రాయడానికి వీలు కల్పించాయి.

తొలిదశలో వాణిజ్య సంస్థలు తమ ఉత్పత్తుల, సేవల గురించి వెబ్‌లో సమాచారాన్ని పొందుపరచేవి. తర్వాత సమాచారం రెండువైపులా (వినియోగదారుడు, సంస్థల మధ్య) ప్రవహించడం మొదలయింది. ఇలా వెబ్ ద్వారా వాణిజ్యం (e-commerce) ప్రారంభమైంది. ఈ విధానం చాలా పదాలను భాషలోకి తీసుకు వచ్చింది. తర్వాత దశలో సమాచారం ఇద్దరు వ్యక్తులను సంధానపరచింది. దానితో ఇంటర్నెట్ ప్రపంచంలో వినియోగ సమూహాలు/గుంపులు (user groups) ఏర్పడటం మొదలయింది.



BRAOU

అంటే వికీపీడియా (Wikipaedia) వంటి ఇంటర్నెట్ ఆధారిత విజ్ఞాన సర్వస్వాలలో వినియోగదారుడే సమాచారాన్ని జత చేయడం, మార్పులు చేయగలగడం విశిష్ట లక్షణం.



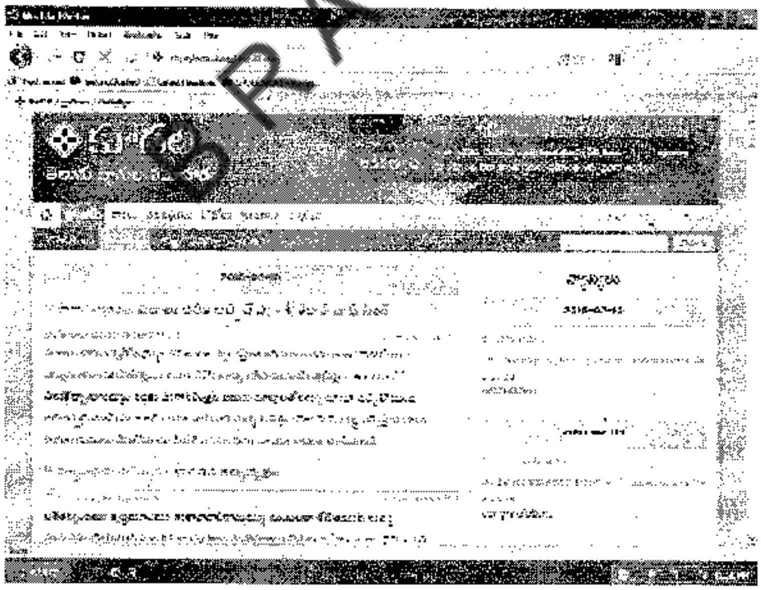
ఫలితంగా కంప్యూటర్ ద్వారా తెలుగు లిపిలో రాయవలసిన అవసరం ఏర్పడింది. ప్రస్తుతం వికీపీడియాలో నలభై వేలకు పైగా వ్యాసాలు తెలుగులో వున్నాయి. వీటిలో అత్యధిక భాగం వినియోగదారులు సమకూర్చిన సమాచారమే.

వికీపీడియా అనేది అచ్చ తెలుగు విజ్ఞాన సర్వస్వం. అదీ ఆన్‌లైన్‌లో ప్రపంచంలోని ఏ మూలనైనా, ఏ సమయంలోనైనా ఎవరికైనా అందుబాటులో ఉండే సమాచారం. తెలుగులో విజ్ఞాన సర్వస్వాలు పెద్దగాలేవు. బ్రిటానికా ఎన్‌సైక్లో పిడియా లాంటివి అసలే లేవు. విజ్ఞాన సర్వస్వం తెలుగులో ఉన్నా అది సాహిత్య అకాడెమీ సాహిత్య విషయాలతో పొందు పర్చినదే. ప్రపంచం నలుమూలల్లో నివసిస్తున్న తెలుగు వారిలో పదిహేను వందల మందికి పైగానే ఉత్సాహంగా నిరంతరం శ్రమిస్తూ తరతరాలకు ఉపయోగపడే ఈ విశాల విశిష్ట విజ్ఞాన సర్వస్వాన్ని 'తెలుగు వికీపీడియా' పేరుతో రూపొందిస్తున్నారు. ఎన్‌సైక్లోపీడియా పేరును అనుసరిస్తూ పెట్టిన పేరది. స్వేచ్ఛా విజ్ఞాన సర్వస్వం తయారు చేయాలనే భావన మొదటగా జిమ్మీవేల్స్ అనే అమెరికన్‌కు 2001లో వచ్చింది. ఎవరైనా రాయగలిగేది, దిద్దుబాట్లు చెయ్యగలిగేది, చదువుకునేందుకు ఇంటర్నెట్‌లో అందరికీ అందుబాటులో ఉండే భావనే ఈ స్వేచ్ఛా విజ్ఞాన సర్వస్వానిది. జర్మన్, జపనీస్, ఫ్రెంచి, స్పానిష్, రష్యన్, ఇటాలియన్, చైనీస్ వంటి 200లకు పైగా ప్రపంచ భాషల్లో వికీపీడియాలు ఊపిరి పోసుకుంటున్నాయి. భారతీయ భాషల్లోనూ వికీ తయారవుతున్న 'తెవికీ' మొదటి వరుసలోనే ఉంది. ఉర్దూ, సంస్కృతం భాషల్లో కూడా ఇది రూపొందుతోంది. వికీపీడియాలను తయారు చేస్తోంది. దాన్లో రాస్తోంది విద్యావంతులు, విజ్ఞాన వంతులు మాత్రమే కాదు. రాసేదాంట్లో మనలాంటివారే చాలా మంది. కొన్ని నిబంధనలు, కట్టుబాట్లకు లోబడి ఎవరైనా రాయవచ్చు. అందుకే 'వికీ' అంటే దిద్దుబాటు చెయ్యగల వెబ్‌సైటు అని అర్థాన్నిచ్చారు.

బ్లాగ్ (Blog)

బ్లాగ్ అనేది వెబ్‌లాగ్ (weblog)కు సంక్షిప్త రూపం. ఒక వ్యక్తి తన ఆలోచనలు, అభిప్రాయాలు, వ్యాఖ్యానాలు రాసుకునే వెబ్‌సైట్ వంటిది. ఇందులో నచ్చిన అంశాలు, ఫొటోలు, దృశ్యాలు (Vides) ఉంచవచ్చు. సంఘటనలను వర్ణించవచ్చు.

BRAOU



రాజకీయ వార్తలపై, సినిమాలపై వ్యక్తిగత వ్యాఖ్యానాలు చేయవచ్చు. క్లుప్తంగా చెప్పాలంటే ఇంటర్నెట్‌లో ఉంచే 'మన డైరీ'నే బ్లాగ్. ఆహ్వానించిన వ్యక్తులు, సన్నిహితులు పోస్ట్ (Post)ల ద్వారా తమ వ్యాఖ్యానాలను జోడించే వీలుంది.

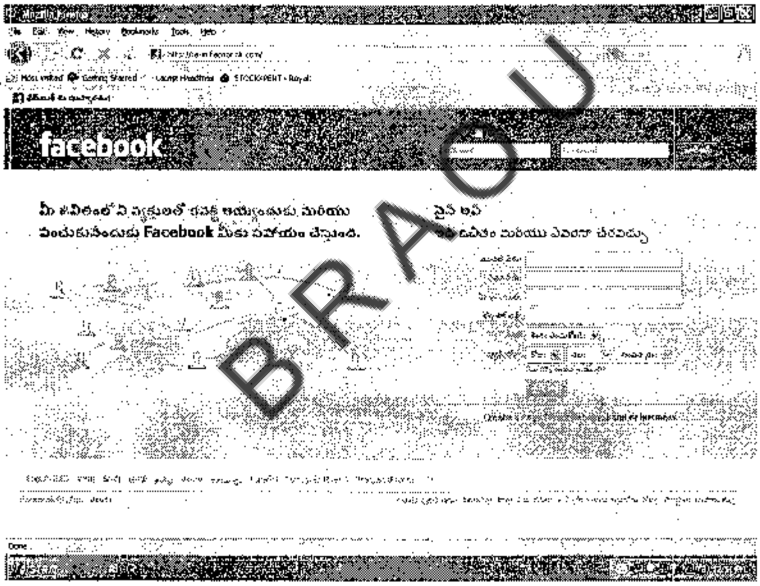
1990 ప్రాంతంలో ప్రారంభమైన బ్లాగింగ్ చాలా వేగంగా వృద్ధి చెందింది. వెబ్‌లో లభ్యమయ్యే ఉచిత సాఫ్ట్‌వేర్‌ను ఉపయోగించి ఎవరైనా ఈ బ్లాగ్‌లను ప్రారంభించవచ్చు. తొలి రోజుల్లో కాలక్షేపానికి ప్రారంభమైన బ్లాగ్స్ తర్వాతి కాలంలో భిన్నమైన సమాచారాన్ని అందించడం ద్వారా ప్రాచుర్యం పొందాయి. ప్రస్తుతం వెబ్‌లో లక్షలాది బ్లాగులు ఉన్నాయి. ఏ సమయంలోనైనా సమాచారాన్ని బ్లాగులో ఉంచగలగడం (upload), ఎక్కువ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అవసరం లేకపోవడం, ఏకాభిప్రాయాలు కలిగిన వ్యక్తులు సమూహంగా ఏర్పడగలగడం వంటి కారణాలు బ్లాగులు విస్తరించడానికి కారణాలు.

రాజకీయ నాయకులు, సినీతారలు కూడా తమ బ్లాగులు ప్రారంభించడంతో ఈ ప్రక్రియ ఏ స్థాయిలో ప్రాచుర్యం పొందిందో అర్థం చేసుకోవచ్చు. ఈ కారణాలే తెలుగులో కూడా బ్లాగులు ప్రారంభం కావడాన్ని ప్రేరేపించాయి. తెలుగు భాషపై అభిమానం అదనపు కారణం. తెలుగు బ్లాగులో తెలుగులోనే రాయడం, క్లుప్తంగా రాయడం అనే అంశాలు లిపి, భాషపై ప్రభావం చూపాయి.

బ్లాగుల ద్వారా వ్యక్తుల మధ్య ఏర్పడేది 'బ్లాగు' రాసే సంబంధమే. రాజకీయాలు, సినిమా, సామాజిక అంశాలు, వార్తలు మొదలైనవి తెలుగు భాషలో ఇలా రకరకాల విషయాలపైన సీరియస్‌గా, సరదాగా రాసేవాళ్లు చాలా మందే ఉన్నారు. బ్లాగుల్లో ఇలా వాళ్లేం రాస్తున్నారనే దానికంటే తెలుగులో రాస్తున్నారనేదే ముఖ్యం. ఇటీవలి కాలంలో తెలుగు బ్లాగుల సమూహాలు ఏర్పడ్డాయి. కూడలి, జల్లెడ, తెలుగు బ్లాగర్స్ డాట్‌కామ్, తేనెగూడు వంటి బ్లాగు సముదాయాలు మనం చూస్తాం. బ్లాగర్లు వ్యక్తిగతంగా సమావేశం కావడం ద్వారా ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు వ్యాప్తికి ప్రయత్నాలు ముమ్మరం చేస్తున్నారు. తెవికీ నిర్మాణంలో పాల్గొంటున్నదీ తెలుగు బ్లాగర్లే. ఈ నేపథ్యంలోనే ఇ-తెలుగు సంఘాన్ని ఏర్పాటు చేసుకున్నారు. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ప్రభావాలతో ఈ మలుపు గుణాత్మకమైందనే చెప్పాలి.

సోషల్ నెట్‌వర్కింగ్

ఇంటర్నెట్ సమాజంలో భిన్నాభిప్రాయాలు, అభిరుచులు కలిగిన వ్యక్తులు తమలాంటి వ్యక్తులతో సంభాషిస్తూ సమూహాలుగా ఏర్పడటమే సోషల్ నెట్‌వర్కింగ్. మై స్పేస్ (my space), ఫేస్ బుక్ (Face book) వంటి వెబ్‌సైట్లు



BRAOU

ఈ సంబంధాలను పెంపొందించుకోవడానికి ఉపయోగపడుతున్నాయి. వీటి ద్వారా కూడా అభిప్రాయాలను ఇతరులతో పంచుకోవడమే ప్రధానాంశమైనా సమూహాలను వర్గీకరించుకోవడం విశిష్ట లక్షణం. ఉదా॥ మనం చదివిన పాఠశాల / కళాశాల వారీగా, మనం చదివిన సంవత్సరం వారీగా మిత్రులను వర్గీకరించుకుని సంభాషించవచ్చు.

ఇలా ప్రారంభమైన కొన్ని వెబ్‌సైట్లు కొంచెం ముందుకు వెళ్ళి శాస్త్రవేత్తలు, వైద్యులు తమ తమ సమూహాల మధ్య వృత్తిపరమైన జ్ఞానాన్ని ఇచ్చిపుచ్చుకునేందుకు వేదికలయ్యాయి.

మొబైల్ ఫోన్

టెలివిజన్, ఇంటర్నెట్ తర్వాత ప్రవేశించిన సాంకేతిక విప్లవం మొబైల్ ఫోన్. ఈ పరికరం పరస్పరం సంభాషించుకునే విధానాన్ని కొత్త పుంతలు తొక్కించింది. మొబైల్ ఫోన్ వినియోగం పెరిగి సామాన్య మానవుడికి కూడా అందుబాటులోకి వచ్చింది. దీనితో ఫోన్ కీ ప్యాడ్ ప్రాంతీయ భాషలో కూడా లభ్యమవుతోంది.

ఫోన్ ద్వారా మాట్లాడే అవకాశం, అవసరం లేనప్పుడు క్లుప్తమైన సందేశాలు (sms) పంపడం విస్తృతంగా వాడుకలోకి వచ్చింది. తక్కువ వ్యయంతో పంపగలగడం దీనికి మరోకారణం. సాంకేతిక కారణాల వల్ల 160 అక్షరాల వరకూ మాత్రమే

ఈ సందేశం పంపించే అవకాశం ఉంది. దీనితో వీలయినన్ని తక్కువ అక్షరాలతో వాక్యాలు నిర్మించాలి. ఒక్కోసారి పదాలు మాత్రమే ఈ సందేశాల ద్వారా ప్రయాణం చేస్తాయి. సందర్భానుసారంగా వాటిని అర్థం చేసుకోవాలి. ఈ సందేశాలు ప్రత్యక్ష సంభాషణ కావడంతో కొన్ని పదాలు సంప్రదాయ బద్ధమైన భాషకంటే భిన్నమైన అర్థాలు, ధ్వనితో ఉపయోగిస్తున్నారు. విరామస్థానాలను ఉపయోగించడమనేది పూర్తిగా తగ్గిపోయింది.

16.3 భాషపై సాంకేతిక ప్రభావం

భాష ప్రయోగంలో టెలివిజన్ కొన్ని కొత్త ఒరవడులను తీసుకువచ్చింది. తనకంటూ ఒక ప్రత్యేక శైలిని ఏర్పరుచుకుంది. ప్రేక్షకులు టెలివిజన్‌ను మౌఖిక మాధ్యమంగానే చూస్తారు. వార్తలు చదివే వారు (anchor), విలేకరులు కూడా సంప్రదాయ పద్ధతిలో కాకుండా వ్యవహార సరళిలో విషయాన్ని చెబుతారు. సమాచారం సూటిగా తక్షణం చేరాలనే నియమమే ఇక్కడ కనిపిస్తుంది. ప్రేక్షకుడితో నేరుగా సంభాషించే ధోరణి ఉంటుంది. దీనితో సంబోధన కూడా మారుతుంది. (ఉదా॥ చూస్తూనే ఉండండి, విరామం తర్వాత కలుద్దాం వంటివి.)

తెలుగు భాషతో ఇంగ్లీషు, హిందీ పదాలను మేళవించి వార్తలు చదవడం, వ్యాఖ్యానాలు చేయడం టెలివిజన్‌లో పరిపాటి అయింది. ఒకే వాక్యంలో ఈ మూడు భాషల పదాల కలయిక మనం తరచుగా చూస్తుంటాం. ఈ ప్రయోగాలు ప్రేక్షకుల ఆమోదం పొందడంతో తెలుగు భాషలోకి చాలా ఇతర భాషా పదాలు చొచ్చుకుపోతున్నాయి. తెలుగులో కూడా వాణిజ్యం (Business Show), సాంకేతిక పరికరాలకు (Gadgets) సంబంధించిన టెలివిజన్ కార్యక్రమాలు ప్రారంభం కావడంతో కొత్త పదాలు ప్రవేశించాయి. ప్రసారంలో విషయ నేపథ్యాన్ని బట్టి పారిభాషిక పదాలు నేరుగానో, తెలుగు రూపాంతరతను పొందో మనం మాట్లాడే భాషలోకి వచ్చి చేరుతున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమాల ద్వారా పారిభాషిక పదాలుబహుళ స్థాయిలో ప్రజల్లోకి చొచ్చుకుపోతున్నాయి.

టెలివిజన్ కార్యక్రమాల్లో ప్రేక్షకులు పరోక్షంగా పాల్గొనే పద్ధతి ఇటీవలికాలంలో ఎక్కువయింది. ఈ-మెయిల్, మొబైల్ సందేశాల ద్వారా ఓటు వేయడం, ప్రశ్నలు అడగటం లేదా తమ అభిప్రాయాన్ని తెలియజెప్పడం వంటివి ఈ కోవకు చెందినవే. ఈ రకంగా సంభాషించడంలో భావంతో పాటు భాష పాత్ర కీలకమైనది. సాంకేతికపరమైన పరిమితులు భాషను నిర్దేశిస్తాయి. క్లుప్తంగా విషయాన్ని చేరవేయడమనేది పదాల ఎంపిక, వాడకాన్ని ప్రభావితం చేస్తాయి:

క్లుప్తత:

ఇంటర్నెట్ ప్రభావం భాషను వుపయోగించడంలో క్లుప్తతను తీసుకువచ్చింది. వినియోగదారుడి సమయం, వెబ్‌లో స్థలాభావం, చదువరి ఆసక్తి ఈ క్లుప్తతకు ప్రధాన కారణాలు. వెబ్‌సైట్, బ్లాగుల కోసం రాసేటప్పుడు విషయాన్ని ఉత్కంఠభరితంగా చెప్పడం, కీలకమైన అంశాలను బుల్లెట్ పాయింట్స్‌గా ప్రస్తావించడం, ఎక్కువ సమాచారాన్ని సాధ్యమైనంత తక్కువ పదాలు వాడి పాఠకుడికి అందించడం అనేవి వెబ్‌లో ప్రధాన లక్షణాలు. ఇవి ఇంటర్నెట్ ద్వారా ప్రారంభమై తర్వాత వార్తా పత్రికలు, టెలివిజన్‌లో కూడా ప్రవేశించాయి.

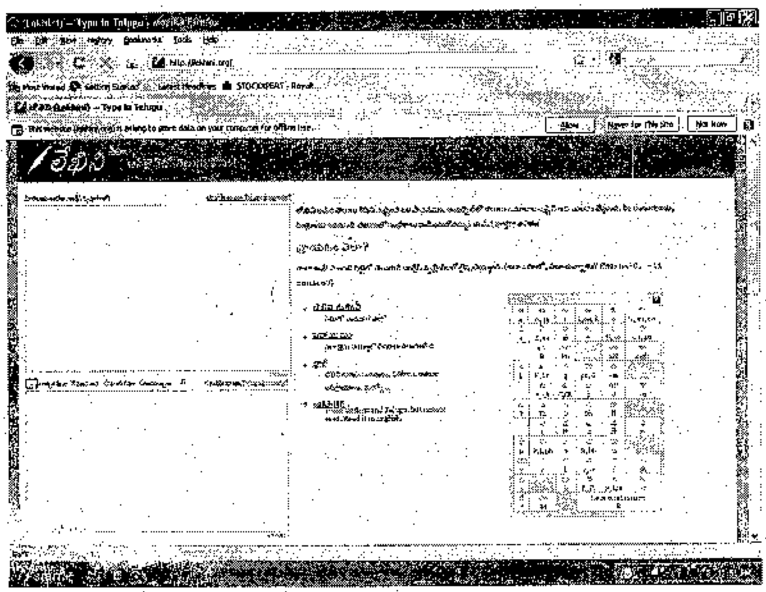
16.4 భాషా వినియోగంలో కొత్త పోకడలు

ఇంటర్నెట్ ద్వారా వచ్చిన మార్పులు తెలుగులో రాయడాన్ని ప్రోత్సహించాయి. తొలిదశలో వెబ్‌కు అనుకూలమైన తెలుగు ఫాంట్స్ (Fonts) లేవు. ఔత్సాహికులైన కంప్యూటర్ ప్రోగ్రామర్లు తెలుగు భాషపై అభిమానంతో తెలుగులో టైప్ చేసే వీలు కల్పించారు.

వెబ్‌లో రాయడం

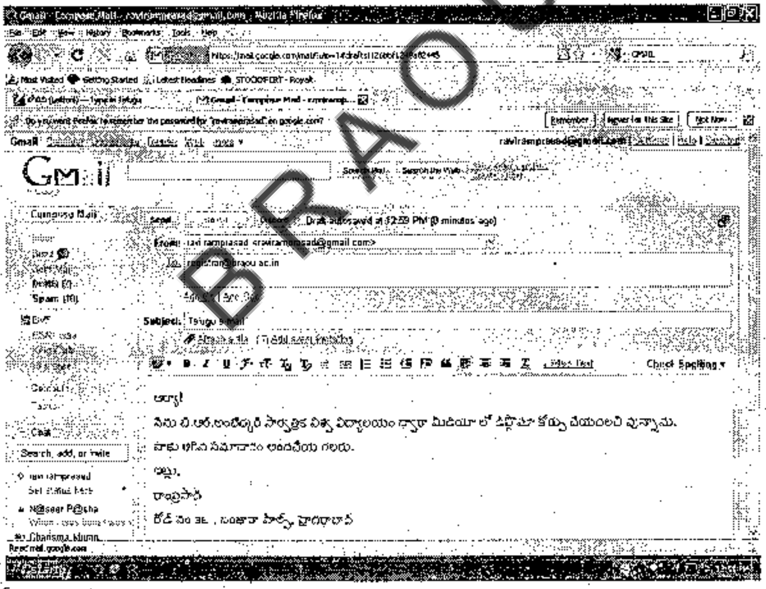
లేఖిని, క్విల్‌పాడ్ వంటి భాషా ఎడిటర్లు అందుబాటులోకి వచ్చాయి. ఉచితంగా వీటికున్న దిగుమతి (Download) అవకాశం వల్ల ఎక్కువ మంది వీటిని వుపయోగించి వెబ్‌లో తెలుగు రాయడం ప్రారంభించారు. దీనికి ఎక్కువ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం కూడా అవసరం లేదు. కొన్ని సాఫ్ట్‌వేర్ పరికరాల ద్వారా తెలుగును ఆంగ్ల లిపిలో టైప్ చేస్తే తెలుగు అక్షరాలుగా ఏర్పడే ప్రక్రియ (transliteration) సాధ్యమయింది.

BRAOU



గూగుల్ (**google**) వంటి బహుళ ప్రజాదరణ పొందిన సంస్థలు తమ బ్రౌజర్, సెర్చింజన్, ఈ-మెయిల్ ద్వారా ఈ రకమైన తెలుగులోనే రాసే సౌకర్యాన్ని కల్పించాయి. వెబ్‌లో బ్లాగులు నిర్వహిస్తున్నవారు కొన్ని ఆంగ్ల పదాలను అనువదించి తెలుగులో వాడటం ప్రారంభించారు. ప్రస్తుతానికి ఇవి వాడుకలో వున్నా భాషా పండితుల ఆమోదం పొంది నిఘంటువులో చోటు సంపాదించుకోవలసి వుంది. ఉదా॥

BRAOU



ఇంటర్నెట్ - అంతర్జాలం.
ఇన్‌స్టాల్ - వ్యవస్థాపితం
లింక్ - లంకె
డౌన్‌లోడ్ - దిగుమతి
ఈ-మెయిల్ - ఈ లేఖ
యూజర్ నేమ్ - సభ్యనామం
పాస్ వర్డ్ - సంకేత పదం

కంప్యూటర్ వాడకంతో హార్డ్‌డిస్క్, మౌస్, సర్వర్ వంటి పదాలు భాషలో ప్రవేశిస్తే ఇంటర్నెట్ వినియోగం యూజర్‌నేమ్, పాస్‌వర్డ్, కుకీస్, బ్రౌజరు వంటి పదాలను వాడుకలోకి తీసుకువచ్చింది. కంప్యూటర్ ప్రోగ్రామర్లు వుపయోగించే భాషలో కొన్ని పదాలకు సాధారణమైన అర్థం కాకుండా వారు చేసే పనికి సంబంధించిన అర్థం ప్రచారంలోకి వచ్చింది. ఉదా॥ స్క్రిప్ట్, థంబ్ నెయిల్ వంటివి.

భాష వినియోగంలో కొత్త పోకడలు సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, దాని ఉపకరణాల ఆధారంగా వెల్లువెత్తుతున్నాయి. ఇరవయ్యొకటవ శతాబ్దారంభం నుంచి వేగం పెరిగింది. వెబ్ రచనా విధానం, టెలివిజన్, రేడియోల రచనా విధానం, పత్రికా రచనా విధానం దేనికదిగా పరిణామం చెందుతూనే మిళితమైన భాషగా కొత్త రూపం ధరించే ప్రయత్నం చేస్తున్నాయి. భాషలో, వాక్య రచనలో 'క్లుప్తత' ప్రధాన అంశం అని ముందే చర్చించుకున్నాం. వెబ్‌లోని తెలుగు మ్యాగజీన్లు ఈ సందర్భంగా ప్రముఖ పాత్ర నిర్వహిస్తున్నాయి. పొద్దు, ఈ మాట, ప్రజాకళ, భూమిక, కౌముది, నవతరంగం, వైజాగ్ డెయిలీ వంటి వెబ్‌జైన్లు చేస్తున్న కృషి పేర్కొనదగినది. 'వెబ్ మాగజైన్లను' క్లుప్తీకరించి 'వెబ్‌జైన్లు 'గా రాయడం కూడా సాంకేతిక పరిజ్ఞాన పరిణామాలలో అంతర్భాగమనే గమనించాలి. దీనికి అదనంగా వందలాది వెబ్‌సైట్లు తెలుగులో వార్తల్నీ, సినిమాల్నీ, వంటలు, కబుర్లు వంటి వాటికి ప్రాధాన్యతనిస్తూ క్షణాలలో సమాచారం ప్రపంచం నలుమూలలకీ చేరేలా చేస్తున్నాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞాన విస్ఫోటనం కారణంగా 'భాష' కొత్త అంచుల్లో నడుస్తోంది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానంలో వస్తున్న విప్లవాత్మకమైన మార్పుల కారణంగానే ప్రసార మాధ్యమాలలో, ప్రధానంగా ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు వాడకం పెరగడం తెలుగు ఆధునిక హోదాకు తొలి అడుగే. ఈ-మెయిల్స్‌లో తెలుగు, చాటింగ్‌లో తెలుగు, వెబ్ మాగజైన్లు, బ్లాగులు, వాదోపవాదాలు, వ్యాఖ్యలు, చర్చలు అన్నీ తెలుగులోనే. దీని ప్రభావం సంప్రదాయ ప్రసార మాధ్యమాలయిన టెలివిజన్, రేడియో, పత్రికల మీద స్పష్టంగా కనపడుతోంది. తెలుగు భాషా వినియోగం విషయంలో పరిణామాల్ని ప్రత్యక్షంగా గమనించవలసిన అవసరం ఉంది. సమాచారం కోసం కొన్ని వెబ్‌సైట్ చిరునామాలు కింద ఇస్తున్నాం. ఈ చిరునామాలు కొన్ని మాత్రమే. మరెన్నో కూడా కొత్తగా వచ్చే ఉంటాయి. కొత్తవీ వస్తూనే ఉంటాయి. కాబట్టి మీరు ప్రయత్నించి చూడండి.

తెవికీ - http//:te.wikipedia.org

ఈ-తెలుగు - www.etelugu.org

తెలుగులో రాయడానికి - www.lekhini.org

బ్లాగుల సమూహాలు - www.jalleda.com

- www.telugubloggers.com

వెబ్ జైన్లు - www.koumudi.net

- www.eemata.com

- www.pustakam.net

- www.bhumika.org

BRAOU

సాంకేతిక రంగ ప్రభావంతోపాటు తెలుగు భాషా వినియోగంలో వస్తున్న కొత్త పదాలు, పదబంధాలు, వాక్య నిర్మాణాలు గమనిస్తూనే ఉండాలి. ఇతర ప్రసార మాధ్యమాలపై ఈ పరిణామాల ప్రభావం ఎలా ఉంటుందో గుర్తిస్తూ భాషను అభివృద్ధి చేసేదిశగా కృషి జరగాలి. ప్రాచీనత్వం హోదాతో పాటు ఆధునిక హోదాను అనుసంధానం చేసే దిశగా ప్రయత్నించాలి. అప్పుడే భాష బాగా సుసంపన్నం కాగలదు. ఎన్నో సృజనాత్మక రచనా ప్రక్రియలకు దారి చూపగలదు.

అభ్యాసం-1

వరల్డ్ వైడ్ వెబ్ (www)ను వివరించండి.

అభ్యాసం-2

సోషల్ నెట్ వర్కింగ్ అంటే ఏమిటి?

16.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- సాంకేతిక రంగంలో వచ్చిన మార్పులు భాషపై ప్రభావం చూపాయి.
- భాషను రాసే పద్ధతిపై ఇంటర్నెట్ ప్రభావం ఎక్కువగా వుంది.
- సాంకేతిక పరిజ్ఞానంతో పనిలేకుండా మాతృభాషలో ఇంటర్నెట్ ద్వారా సంభాషించడం మరికొన్ని మార్పులను తీసుకువస్తుంది.
- కొత్త పదాలు భాషలో చేరడంతో పాటు కొత్త ప్రయోగాలు కూడా చోటు చేసుకుంటున్నాయి.
- ప్రాచీనత్వ హోదాతోబాటు ఆధునిక హోదాను సంతరించుకునే దిశలో మనం భాషను అభివృద్ధి చేయాలి.

16.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. సాంకేతిక కారణాల వల్ల భాష ఎలాంటి మౌలికమైన మార్పులకు గురయిందో పేర్కొనండి.
2. ఇంటర్నెట్ ద్వారా తెలుగులో రాయడం ఎలా పురోగమించిందో వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. బ్లాగ్‌ను ఎలా నిర్వహించవచ్చు?
2. భాషపై మొబైల్ ఫోన్ ప్రభావం ఏ మేరకు ఉందో తెల్పండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఇంటర్నెట్ అందుబాటులోకి వచ్చిన తర్వాత కంప్యూటర్‌ను వుపయోగించి వెబ్ ద్వారా సమాచారం పొందుతున్నాం. కొంతకాలం క్రితం వరకూ ఇది సమాచారం చదవడం వరకే పరిమితమై వుంది. తర్వాత కాలంలో ఇంటర్నెట్‌లో వచ్చిన మార్పులు వెబ్‌లో రాయడానికి, ముఖ్యంగా మాతృభాషలో రాయడానికి వీలు కల్పించాయి.

తొలిదశలో వాణిజ్య సంస్థలు తమ ఉత్పత్తులు, సేవల గురించి వెబ్‌లో సమాచారాన్ని పొందుపరచేవి. తర్వాత సమాచారం రెండువైపులా (వినియోగదారుడు, సంస్థల మధ్య) ప్రవహించడం మొదలయింది. ఇలా వెబ్ ద్వారా వాణిజ్యం (e-commorce) ప్రారంభమైంది. ఈ విధానం చాలా పదాలను భాషలోకి తీసుకు వచ్చింది. తర్వాత దశలో సమాచారం ఇద్దరు వ్యక్తులను సంధానపరచింది. దానితో ఇంటర్నెట్ ప్రపంచంలో వినియోగ సమూహాలు/గుంపులు (user groups) ఏర్పడటం మొదలయింది. అంటే వికీపీడియా (Wikipaedia) వంటి ఇంటర్నెట్ ఆధారిత విజ్ఞాన సర్వస్వాలలో వినియోగదారుడే సమాచారాన్ని జత చేయడం, మార్పులు చేయగలగడం విశిష్ట లక్షణం. ఫలితంగా కంప్యూటర్ ద్వారా తెలుగు లిపిలో రాయవలసిన అవసరం ఏర్పడింది. ప్రస్తుతం

BRAOU

వికీపీడియాలో నలభై వేలకు పైగా వ్యాసాలు తెలుగులో వున్నాయి. వీటిలో అత్యధిక భాగం వినియోగదారులు సమకూర్చిన సమాచారమే. ఇలా ప్రపంచ వ్యాప్తంగా వరల్డ్ వైడ్ వెబ్ (www) ద్వారా సమాచారాన్ని, వాణిజ్య వివరాలని తెలుసుకునే అవకాశం ఉన్నది.

2. ఇంటర్నెట్ సమాజంలో భిన్నాభిప్రాయాలు, అభిరుచులు కలిగిన వ్యక్తులు తమలాంటి వ్యక్తులతో సంభాషిస్తూ సమూహాలుగా ఏర్పడటమే సోషల్ నెట్‌వర్కింగ్. మై స్పేస్ (my spacc), ఫేస్ బుక్ (Face book) వంటి వెబ్‌సైట్లు ఈ సంబంధాలను పెంపొందించుకోవడానికి ఉపయోగపడుతున్నాయి. వీటి ద్వారా కూడా అభిప్రాయాలను ఇతరులతో పంచుకోవడమే ప్రధానాంశమైనా సమూహాలను వర్గీకరించుకోవడం విశిష్ట లక్షణం. ఉదా॥ మనం చదివిన పాఠశాల/కళాశాల వారీగా, మనం చదివిన సంవత్సరం వారీగా మిత్రులను వర్గీకరించుకుని సంభాషించవచ్చు.

ఇలా ప్రారంభమైన కొన్ని వెబ్‌సైట్లు కొంచెం ముందుకు వెళ్ళి శాస్త్రవేత్తలు, వైద్యులు తమ తమ సమూహాల మధ్య వృత్తిపరమైన జ్ఞానాన్ని ఇచ్చిపుచ్చుకునేందుకు వేదికలయ్యాయి.

BRAOU

భాగం-17 వెబ్ - తెలుగు వినియోగం

విషయక్రమం

17.0 ఉద్దేశం

17.1 ప్రవేశిక

17.2 వెబ్ ఆవిర్భావం

17.3 వెబ్ పరిణామ దశలు

17.3.1 వెబ్ - ప్రారంభ దశ

17.3.2 వెబ్ - రెండో దశ

17.3.3 వెబ్ - మూడో దశ

17.3.4 వెబ్ - నాలుగో దశ

17.4 వెబ్ - తెలుగు భాష వినియోగం

17.4.1 వెబ్ - విస్తృత కృషి

17.4.2 వికీపీడియా

17.4.3 పద ప్రయోగాలు

17.5 వెబ్ వాడకంలో తెలుగు

17.6 వెబ్ పత్రికలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

17.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

17.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

17.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- వెబ్ ఆవిర్భావం, పరిణామ దశలు
- వెబ్‌లో తెలుగు భాష వినియోగం
- వెబ్ పత్రికలు

17.1 ప్రవేశిక

నాగరికత సుస్థిరమయిన దశనుంచీ సమాచార వ్యవస్థ - ఏదో ఓ రూపంలో ఉంటూనే ఉంది. అలాగే, సాంకేతికత 'చక్రం' తిప్పడం మొదలు పెట్టి కూడా వేల సంవత్సరాలు కావస్తోంది. అయితే, ఆధునిక శాస్త్ర సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

ప్రపంచమంతా పరివ్యాప్తం కావడం మాత్రం పారిశ్రామిక విప్లవం తర్వాతే జరిగింది. ఇది జరిగి గట్టిగా మూడు శతాబ్దాలు అయి వుంటుందేమో. ఆ తర్వాతే సరిహద్దులు లేని సమాచార, సాంకేతిక వ్యవస్థ ఆవశ్యకత, అందుకు సావకాశం ఏర్పడ్డాయి. ఆ క్రమంలో పుట్టుకొచ్చిందే ఇంటర్నెట్ అనే సమాచార వ్యవస్థ. ఇంటర్నెట్‌నే వెబ్ అని, నెట్ అనీ వ్యవహరిస్తారు. ఇటీవల కొందరు దీన్ని 'అంతర్జాలం' అని అనువదించి పిలుస్తున్నారు. చాలా అనువాదాల మాదిరే ఇది కూడా కొంచెం కృతకంగా ఉన్నమాట వాస్తవం.

నానాటికీ నగరీకరణ విస్తరించిన నేపథ్యంలో, ప్రపంచం ఓ కుగ్రామంగా మారిపోయిందనే మాట తరచు వింటుంటాం. అది ఓ అలంకారిక ప్రయోగమే తప్ప, అక్షరాలా నిజం కాదని మనకందరికీ తెలుసు. చిన్న పల్లెటూరులో అన్ని వైపులా ఉండే జనం ప్రతి రోజూ కలుసుకుని మాట్లాడుకున్నట్లే, ప్రపంచం నాలుగు మూలలా ఉన్న ప్రజలు సునాయాసంగా 'కలుసుకుని' మాట్లాడుకునే సాంకేతిక సావకాశం కలిగింది ఈ రోజున. ఆ అర్థంలోనే ప్రపంచం చిన్న పల్లెలా మారిందని అంటున్నాం. అలా మార్చేసిన వైజ్ఞానిక, సాంకేతిక శక్తులలో ముఖ్యమయినది ఇంటర్నెట్.

బాగా అభివృద్ధి చెందిన దేశాల మాట ఎలా ఉన్నా, మన దేశంలోని పల్లెల్లో ఇప్పటికీ ఇంటర్నెట్ సౌకర్యం పూర్తిస్థాయిలో అందుబాటులోకి రాలేదన్నది తిరుగులేని నిజం. చాలా పట్టణాలకు సైతం, పటిష్టమయిన ఇంటర్నెట్ కనెక్టివిటీ సౌకర్యం ఇంకా అందుబాటులోకి రాలేదు. కొన్ని చోట్ల సిగ్నల్ ప్రాబ్లెమ్ ఉన్న విషయం ఇంటర్నెట్ వాడకం దారుల నిత్యానుభవం. అయితే, ఈ వాస్తవాలతో సంబంధం లేకుండానే, ప్రపంచం 'కుగ్రామం'గా మారిపోయిందన్నది మాత్రం నిజం!

ఈ రోజున కంప్యూటర్ గురించి 'అంతో ఇంతో తెలుసు' అనుకోనివాళ్ళు లేరనే చెప్పాలి. అయితే, ఇంటర్నెట్ అనే సమాచార - సాంకేతిక వ్యవస్థ రూపురేఖల మీద సామాన్య జనానీకానికి పెద్దగా సమాచారం లేదు. ఈ నేపథ్యంలో, వెబ్‌లో తెలుగు తీరుతెన్నుల గురించి మాట్లాడుకునే ముందు, ఇంటర్నెట్ కేంద్రంగా సమాచార, సాంకేతిక వ్యవస్థ చరిత్ర ఏమిటో, దాని పరిణామ దశలేవో - స్పర్శామాత్రంగా - ప్రస్తావించుకుందాం.

ప్రాథమికంగా ఇది భౌగోళిక - రాజకీయ సరిహద్దుల్లేని సమాచార, సాంకేతిక వ్యవస్థ. తొలి రోజుల్లో ఇది ఇంగ్లీష్ భాషకూ - ఇంకా స్పష్టంగా చెప్పాలంటే రోమన్ లిపికీ - పరిమితమయిన వ్యవస్థ. క్రమంగా ఇంటర్నెట్ భాషకూ, లిపికీ అతీతమయిన సమాచార వ్యవస్థగా రూపుదిద్దుకుంది. ఆ క్రమంలోనే ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు భాష కూడా అడుగు పెట్టింది.

17.2 వెబ్ ఆవిర్భావం

నిక్కచ్చిగా చెప్పుకుంటే, సమాచార - సాంకేతిక వ్యవస్థ చరిత్ర పందొమ్మిదో శతాబ్ది రెండో అర్ధ భాగంలో - (దీన్ని ఉత్తమార్థం అని కూడా అనవచ్చు) మొదలయింది. నూట యాభయ్ సంవత్సరాల్లో ఇది ఎన్ని వన్నెచిన్నెలు ప్రదర్శించిందో తల్చుకుంటే ఆశ్చర్యమేస్తుంది. 'పెరిగి, విరిగితి - విరిగి పెరిగితి - కష్టసుఖముల పారమెరిగితి'నన్న మహాకవి వాక్కు సమాచార - సాంకేతిక వ్యవస్థకు అక్షరాలా వర్తిస్తుందనిపిస్తుంది.

1858లో అమెరికా నౌకాదళం అట్లాంటిక్ మహాసముద్రం అడుగు భాగం నుంచి టెలిగ్రాఫ్ కేబుల్ వేయడంతో సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థ ఓ కచ్చితమయిన రూపం తీసుకుందని చెప్పొచ్చు. 'సకల దేశ శ్రామికులారా, ఏకం కండి!' అని మార్క్స్ - ఏంగెల్స్ తమ కమ్యూనిస్టు ప్రణాళికలో పిలుపునిచ్చి అప్పటికి పదేళ్లే అయింది. అంటే, మ్యానిఫెస్టో పిలుపుకు శ్రామికుల కన్నా వ[illegible] పారిశ్రామికులే స్పందించారన్న మాట! జలాంతర్గాములకు అత్యంత వేగంగా సమాచారం అందించే ఉద్దేశంతో ఏర్పాటు చేసిన ఈ కేబుల్ పాక్షికంగానే ఫలవంతమయినా, మరెన్నో ప్రయోగాలకు స్ఫూర్తినిచ్చింది, ఆ ప్రయోగాల ఫలితాలే దాదాపు శతాబ్దం పాటు ప్రముఖ ఖండాంతర సమాచార - సాంకేతిక సాధనంగా ఉంటూ వచ్చాయి.

1876లో అలెగ్జాండర్ గ్రాహం బెల్ మొట్టమొదటిసారిగా టెలిఫోన్ యంత్రాన్ని బహిరంగంగా ప్రదర్శించాడు. ఇంటర్నెట్ చరిత్రలోని మహోజ్వల ఘట్టాల్లో ఇదొకటి. గ్రాహంబెల్ దూరవాణి యంత్రాన్ని కనిపెట్టి ఉండకపోతే, అసలు

BRAOU

ఇంటర్నెట్ అనే భావనే పుట్టి ఉండేది కాదు. ప్రపంచ వ్యాప్త సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థ అనే ఆలోచనే తలెత్తేది కాదు. ఈ ఘటన ప్రాధాన్యం అర్థం చేసుకోవడానికి ఒక్కమాట సరిపోతుంది. ఇంటర్నెట్ విస్తరణలో టెలిఫోన్ ఎక్స్ఛేంజీలు ఇప్పటికీ కీలక పాత్ర వహిస్తూనే ఉన్నాయి. ఉపగ్రహ సంకేత వ్యవస్థ ప్రాతిపదికగా ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థ నిర్మించడంలో ప్రధాన పాత్ర టెలిఫోన్ రంగానిదే.

1848లో కమ్యూనిస్టు మేనిఫెస్టో అచ్చయిన డెబ్బయ్యేళ్ళకు - 1917 నవంబర్‌లో - రష్యా విప్లవం (అక్టోబర్) వచ్చింది. అక్టోబర్ మహావిప్లవం జరిగిన నలభయ్యేళ్లకు - 1957లో - సోవియెట్ యూనియన్ తొలి కృత్రిమ ఉపగ్రహం స్పూత్నిక్‌ను అంతరిక్షంలోకి పంపించింది. ప్రస్తుతం చరిత్ర పుటల్లోకి ఇంకిపోయిన సోవియెట్ యూనియన్‌కు ఈ వైజ్ఞానిక విప్లవం ఎంత స్ఫూర్తినిచ్చిందో - ఆ జాతికి ఎంత నైతిక స్థైర్యాన్నిచ్చిందో, ప్రపంచ వ్యాప్తంగా సామ్రాజ్యవాద వ్యతిరేక శక్తులకు ఎంతటి మనోనిబ్బరాన్ని సమకూర్చిందోయేమోగానీ, అంతర్జాతీయ వైజ్ఞానిక సమాజానికి మాత్రం గొప్ప ఊతమందించింది. పాశ్చాత్య దేశాల విషయంలో ఇది మరింత నిజం. అప్పటి వరకూ వైజ్ఞానిక పరిశోధనల మీద గీచి గీచి ఖర్చు పెట్టే పాశ్చాత్య దేశాలు ఇబ్బడి ముబ్బడి బడ్జెట్ కేటాయింపులు చేయడం మొదలెట్టాయి. 1958లో అమెరికా రక్షణ మంత్రిత్వ శాఖలో భాగంగా 'అర్పా'ను (అడ్వాన్స్‌డ్ రిసెర్చ్ ప్రాజెక్ట్స్ ఏజెన్సీ) ఏర్పాటు చేయడం ద్వారా ఆ దేశమే ఇందుకు తెరతీసింది. స్పూత్నిక్‌ను ప్రయోగించిన ఏడాదిన్నరలోనే తొట్టతొలి కృత్రిమ అమెరికన్ ఉపగ్రహం (ఎక్స్‌ప్లోరర్ -1)తయారీ 'అర్పా' సాధించిన తొలి సాఫల్యమయితే, ఈ సంస్థ ద్వారానే ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థ పుట్టుకురావడం మలి సఫలత - మొదటి దానికేమీ తీసిపోని ఘన విజయం రెండోది.

భారతీయుల పాత్ర

విషయాంతరమే అయినా, ఇక్కడొక విషయం చెప్పవలసి ఉంది. గత రెండు దశాబ్దాలుగా సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థలో భారతీయులు ముఖ్యంగా తెలుగువారి పాత్ర గురించి తెలియనివారు లేరనే చెప్పాలి. అయితే, కంప్యూటర్లూ, ఇంటర్నెట్‌ల చరిత్ర ఎక్కడో విదేశాల్లో మొదలయిందనీ, దానికీ మన ప్రాచీన వైజ్ఞానిక చరిత్రకూ దూరపు చుట్టరికం కూడా లేదనీ అనుకునేవాళ్లు కొందరు ఉండొచ్చు. కానీ, అది నిజం కాదు. కంప్యూటర్ల చరిత్రలో ప్రాచీన భారతీయ వైయాకరణులూ, గణిత శాస్త్ర కోవిధుల పేర్లు సువర్ణాక్షరాల్లో చెక్కి ఉన్నమాట తిరుగులేని వాస్తవం. పాణిని, పింగళుడు, జైన గణకులు, బ్రహ్మగుప్తుడు తదితరుల పేర్లు - వాళ్ల కనిపెట్టిన వైజ్ఞానిక విశేషాలూ తెలియని కంప్యూటర్ శాస్త్రవేత్తలు లేరంటే నమ్మండి! ప్రాచీన భారతీయ శాస్త్రవేత్తలు సమాచార సాంకేతిక రంగం ఆవిర్భావానికి అలా కారకులయితే, ఆధునిక యుగంలో తెలుగు ప్రొఫెషనల్స్ ప్రోగ్రామింగ్ నైపుణ్యం లేకుండా, కంప్యూటర్లూ, ఇంటర్నెట్ విస్తరించి ఉండేవి కావు.

BRAOU

17.3 వెబ్ పరిణామ దశలు

ఇంటర్నెట్ పరిణామాన్ని స్థూలంగా నాలుగు దశలుగా పేర్కొనవచ్చు. ఈ పరిణామ క్రమంలో వివిధ దశలను పరిశీలిద్దాం.

17.3.1 వెబ్ - ప్రారంభ దశ

మొదటి దశను - మెయిన్ ఫ్రేమ్ కంప్యూటర్ల నెట్ వర్క్ అంటారు. ఈ సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థను బీ.బీ.ఎన్ (బోల్ట్, బెరానెక్ అండ్ న్యూమన్) సంస్థకు చెందిన జే.సీ.ఆర్. లిక్‌లైడర్ 1960 జనవరిలోనే ఊహించాడు. అయన దాన్ని 'ఇంటర్ గలాక్టిక్ కంప్యూటర్ నెట్‌వర్క్' అని పిలిచాడు. ఈ రోజున మనం ఇంటర్నెట్ అని పిలుస్తున్న వ్యవస్థకు సంబంధించిన విషయాలన్నీ - బీజ ప్రాయంలోనే అయినప్పటికీ - లిక్లైడర్ ఆలోచనల్లో కనిపించడం ఓ విడ్డూరంగా చెప్తారు. (అతని ఆలోచనలు ఇంకా దూరం వెళ్లాయన్నది విషయాంతరం.)

చంద్రుడి మీద నీల్ ఆర్మ్‌స్ట్రాంగ్ అడుగుపెట్టడానికి రెండు నెలలు ముందే, 1969లోనే, అంతర్జాతీయ కార్మిక దినోత్సవంగా చెప్పుకునే మేడే వేళ అమెరికన్ శాస్త్ర వేత్త ప్రొఫెసర్ క్లైయిన్‌రాక్ చేతిమీదుగా మొట్టమొదటి ఇంటర్నెట్ ప్రయోగం విజయవంతమయింది. అది ఎంత అసమగ్రమయినా, ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో తొలి విజయంగా నమోదయింది.

అపోలో -11 ప్రయోగం అంతరిక్ష పరిశోధనల్లో కొత్త అధ్యాయాలను ప్రారంభించింది. ఓ రకంగా ఇంటర్నెట్ రంగంలో కృషి చేసే వారి చేతికి చందమామ ముందే చిక్కినట్లయింది. ఆటు తర్వాత ఎన్నెన్నో ఘనకార్యాలు సాధించడానికి ఇది స్ఫూర్తినిచ్చింది.

17.3.2 వెబ్ - రెండో దశ

తర్వాతి దశకం తొలినాళ్లలోనే, కంప్యూటర్ మీద ఆధారపడిన సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థపై సామాన్య జనానికి చైతన్యం కలిగించవలసిన అవశ్యకత గురించిన ఆలోచనలు తలెత్తాయి. దానితో ఇంటర్నెట్ చరిత్ర రెండో దశ మొదలయినట్లయింది. దీన్ని కొందరు ఇంటర్నెట్ గురించిన వైఖరిలో వచ్చిన మార్పు (యాటిట్యూడినల్ షిఫ్ట్)గా చెప్తారు. అప్పటి వరకూ వైజ్ఞానిక వేత్తలకు పరిమితమయి ఉన్న 'నెట్' జనసామాన్యంలోకి జొరబడడానికి ఈ కొత్త వైఖరే కారణం.

అమెరికా రక్షణ శాఖలో భాగంగా ఉన్న 'అర్పా' చొరవతో 1972 అక్టోబర్‌లో ఏర్పాటు చేసిన ఓ వైజ్ఞానిక ప్రదర్శన విజయవంతం కావడంతో ఇంటర్నెట్‌పై అన్ని వర్గాల ప్రజలలోనూ ఆసక్తి పుట్టుకొచ్చింది. ముఖ్యంగా రెండు వర్గాల్లో రగిలిన ఆసక్తి, కుతూహలం కారణంగానే ఇంటర్నెట్ రంగం ఈనాడు ఇంత ఉజ్వల స్థాయికి వచ్చిందని చెప్పొచ్చు. వాటిల్లో మొదటిది శాస్త్రవేత్తలూ, ప్రొఫెషనల్స్ వర్గం. ఈ వర్గం ఇంటర్నెట్ ప్రయోజనాత్మకతను నెమ్మదిగానే అయినా, చక్కగా అర్థం చేసుకుంది. ఇక రెండో వర్గం యువత. ఈ వర్గం పాదరస వేగంతో ఇంటర్నెట్ వినియోగంలో మెలకువలను నేర్చుకోవడమే కాకుండా, ఆ క్రమంలో ఎదురయ్యే సమస్యలను కూడా వెలుగులోకి తీసుకొచ్చింది. సహజంగానే ఇది ఇంటర్నెట్ రంగం విస్తరణకూ, వృద్ధికీ దోహదం చేసింది.

17.3.3 వెబ్ - మూడో దశ

ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో మూడో దశ, టెలిఫోన్ వ్యవస్థల ద్వారా కంప్యూటర్‌లను కలుపుతూ విస్తృతంగా నెట్‌వర్క్ చేసే దశ. మెయిన్ ఫ్రేమ్ కంప్యూటర్లకు పరిమితమయిన తొలి దశకన్నా ఇది బహుముఖంగా విస్తరించింది. ఈ దశ తృతీయ ప్రపంచ దేశాల్లో ఆలస్యంగా మొదలయి, సుదీర్ఘ కాలం సాగింది. పశ్చిమదేశాల్లో ఈ దశ నుంచి తర్వాతి దశకు త్వరగానే వెళ్లారు గానీ, రకరకాల కారణాలవల్ల మనకు అలా జరగలేదు. 1980 దశకంలో ప్రైవేట్ ఇంటర్నెట్ ప్రొవైడర్లు రంగ ప్రవేశం చేసే నాటికి పాశ్చాత్య దేశాల్లో సైతం ఈ వైర్ వర్క్ దశే సాగుతోంది. తర్వాతి దశాబ్దంలో అక్కడి పరిస్థితిలో మార్పు వచ్చింది. మనం ఆ దశకు రావడానికి మరో పదేళ్లు పట్టింది.

BRAOU

17.3.4 వెబ్ - నాలుగో దశ

భూకక్ష్యలో ప్రవేశించిన కృత్రిమ ఉపగ్రహాల ద్వారా సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థ నెలకొల్పడం ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో నాలుగోదశ. అంతవరకూ కేబుల్ ద్వారా కలిసి ఉన్న పాయింట్ల మధ్య మాత్రమే సమాచార సాంకేతిక సంబంధం స్థాపించడం సాధ్యమయ్యేది. ఇప్పుడు భూగోళమంతటా ఇలాంటి సంబంధాలను - టవర్ల ఆధారంగా - ఏర్పాటు చెయ్యగలిగే అవకాశం చిక్కింది. వాస్తవానికి ఇది ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో అత్యంత విప్లవాత్మకమయిన ఘట్టం. ఊహాతీతంగా సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థ అల్లుకుపోవడానికి ఇది దారి తీసింది. ఇరవయ్యో శతాబ్ది చివర్లో జరిగిన అత్యంత కీలకమయిన అంతర్జాతీయ పరిణామాలన్నింటి వెనకా ఇంటర్నెట్ ఉందంటే అతిశయోక్తి కాదు.

17.4 వెబ్ - తెలుగు భాష వినియోగం

1995-2001 మధ్య కాలాన్ని ఇంటర్నెట్ చరిత్రకారులు 'ఇంటర్నెట్ బబుల్' దశగా చెప్తారు. ఈ దశలో ఇంటర్నెట్ విపరీతంగా విస్తరించింది. లేదా విస్తరించి, విస్తరించి విపరీతంగా ముగిసింది. ఇంటర్నెట్ ఆధారంగా మఖలో పుట్టుకొచ్చిన అసంఖ్యాకమయిన సంస్థలు పుబ్బలో మాడిపోయి ఉండవచ్చు. ఆ మధ్యకాలంలో స్టాక్ మార్కెట్‌లో ఇంటర్నెట్ రంగ కంపెనీలూ, తత్సంబంధిత రంగాలకు చెందిన సంస్థల షేర్లు హద్దులు మీరి పెరిగిపోయి ఉండవచ్చు. అదే ఇంటర్నెట్

బబుల్ పేలిపోవడానికి దారితీసి ఉండవచ్చు. ఇది ఈ రంగానికి సంబంధించిన ఆర్థిక చిత్రం మాత్రమే. అదలా ఉంచితే, ఇంటర్నెట్ రంగానికి సంబంధించిన వైజ్ఞానిక దృశ్యం మాత్రం ఇందుకు పూర్తి భిన్నంగా ఉంది. రకరకాల భాషల్లోని సంకేతాలను పరివర్తింపచేసి, తిరిగి అదే భాషా సంకేతాలుగా వినియోగదారుడి స్క్రీన్ మీద చూపించే 'సాంకేతిక' కృషి ఈ దశలోనే ముమ్మరంగా సాగింది. ఫలితంగా, ప్రపంచంలోని అనేక ప్రాదేశిక భాషల్లోకి - వెర్నాక్యులర్ లాంగ్వేజెస్‌లోకి - ఇంటర్నెట్ బుడిబుడి అడుగులు వేసింది ఈ దశలోనే అన్న వాస్తవం గమనించాలి. ఈ రోజున గూగుల్ తదితర అంతర్జాతీయ - బహుళజాతి ఇంటర్నెట్ ప్లేయర్లు తొమ్మిది భారతీయ భాషల్లో అందుబాటులోకొచ్చాయంటే, ఈ విస్తరణ ఎంత సవిస్తరంగా సాగుతోందో అంచనా వేసుకోవచ్చు. ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు వెలుగులకు ఇంత నేపథ్యం ఉంది మరి!

ఈ రోజున ఇంటర్నెట్ చూసేవాళ్లకు 'పోర్టల్' అనేమాట సుపరిచితం. ఈ మాటకు అసలు అర్థం 'వాకిలి' అని. మాయాబజార్ భాషలో చెప్పుకుంటే 'దవారం'! ఈ మాటలోంచే పుట్టిన పోర్టికో అనే పదం - తెలుగు నవలల పుణ్యమా అని - బాగా ప్రాచుర్యం పొందింది. అయితే, ఇంటర్నెట్ పరిభాషలో పోర్టల్ అనే మాటకు వేరే అర్థం ఉంది. ఇంటర్నెట్‌లో అందుబాటులో ఉండే వెబ్ మ్యాగజైన్లను 'పోర్టల్' అంటున్నారు. ఈ పోర్టల్స్ ద్వారానే వెబ్‌లో తెలుగు ప్రాచుర్యానికి నోచుకుంది. చెప్పుకోదగిన ప్రతి తెలుగు దినపత్రికా సొంతంగా పోర్టల్‌ను కూడా నడిపిస్తోంది. 'ఈనాడు', 'ఆంధ్రజ్యోతి', 'వార్త', 'సాక్షి' తదితర పత్రికలు అచ్చులో వచ్చే సమాచారంలో అత్యధిక భాగం - దాదాపు మొత్తం - నెట్‌లో కూడా ఇస్తున్నాయి. 'తాజా వార్తలు' శీర్షికన ఎప్పటికప్పుడు వేడివేడిగా వార్తలను అందిస్తూ టీవీ ఛానెల్స్‌తో పోటీపడుతున్నాయి.

పోర్టల్స్‌కు తోడుగా మరెన్నో వెబ్ 'ప్రచురణ' రూపాలను తెలుగువారు స్వీకరించారు. వాటిల్లో ముఖ్యమయినవి బ్లాగులు. వ్యక్తిగత స్థాయి నుంచి వ్యవస్థాగత స్థాయికి చేరిన ఈ బ్లాగులు సమాచార ఆదాన ప్రదానాలకు కేంద్రాలుగా ఉన్నాయి. వీటిలో ప్రత్యేకీకరణాలు, విస్తరణలూ కూడా విస్తృతంగా జరుగుతున్నాయి. ఓ అంచనా ప్రకారం ఇప్పుడు కేవలం తెలుగులోనే వస్తున్న బ్లాగులూ, వెబ్‌జీన్లు, పోర్టల్స్ సంఖ్య హీనపక్షం వంద వరకూ ఉంటాయి. వీటిలో యూనికోడ్‌లో ఉన్నవే పాతికవరకూ ఉంటాయి.

1998-2000 సంవత్సరాల మధ్య తెలుగులో ఎన్నో ఇంటర్నెట్ పోర్టల్స్ మొదలయ్యాయి. ఇందుకు పైకి కనిపించే కారణాలు కొన్ని ఉన్నాయి. కనిపించని కారణాలు మరెన్నో ఉన్నాయి 'తెలియని ఏ తీవ్రశక్తులో నడిపిస్తే నడిచే మనుష్యులు' అని కవిగారు ఊరికే అన్నారా? ఉదాహరణకు కొన్ని దినపత్రికలు మూతపడినప్పుడు అందులో పనిచేసే జర్నలిస్టులు చాలా మంది రోడ్డునపడ్డారు. వాళ్లలో కొందరు సొంతంగా ఇంటర్నెట్ పోర్టల్స్ పెట్టారు. మరెందరో అప్పుడప్పుడే అస్తిత్వంలోకొస్తున్న పోర్టల్స్‌లో చేరి కొత్త రంగంలోకి విస్తరించారు. నిహార్, ఇండియా ఇన్ఫో (ఇప్పుడు దట్స్ తెలుగు), సిఫీ, హమారా శహర్, వెబ్ ప్రపంచం, ఆంధ్రా పాలిటిక్స్ తదితర వెబ్ పోర్టల్స్‌లో చేరి, పనిచేసిన తొలితరం జర్నలిస్టులు ఈ కోవకు చెందుతారు. ఈ పోర్టల్స్‌లో కొన్నింటికి బహుళజాతి ఐటీ ప్లేయర్స్ 'బ్యాక్ అప్' కూడా ఉండేది. ఉదాహరణకు సిఫీ, ఇండియా ఇన్ఫో. అయితే, ఈ పోర్టల్స్ పుట్టకొక్కుల్లా పుట్టుకురావడానికి గానీ, కుక్కగొడుగుల్లా మాడిపోవడానికిగానీ స్థానిక కారణాలు తక్కువ. కాగా, ప్రస్తుతం అమెరికా మొదలుకుని పాశ్చాత్య ప్రపంచమంతటినీ కుదిపేస్తున్న ఆర్థిక మాంద్య పరిస్థితులు ఇంటర్నెట్ రంగంపై సానుకూల ప్రభావమే చూపిస్తాయనేది ఓ అంచనా. చిరకాలంగా ఉంటున్న ప్రింట్ ఎడిషన్లు ఉన్నట్టుండి కుప్పకూలిన నేపథ్యంలో వెబ్ పోర్టల్స్‌కు ఆదరణ పెరిగిందట. ఈ రంగంలో పెట్టుబడులు పరిమితంగా ఉండడం ఓ కారణం కావచ్చు.

BRAOU

17.4.1 వెబ్ - విస్తృత కృషి

'తెలుగు అక్షరంతో తొలి అంతరిక్ష ప్రయోగం' నిజంగా చేసిందెవరో ఇంత వరకూ తేలనేలేదు. అయితే, అందుకు ప్రయత్నాలు మాత్రం 1990 దశకంలోనే మొదలయ్యాయనడంలో అనుమానం లేదు. ఇంటర్నెట్ రంగంలో దాదాపు రెండు దశాబ్దాలుగా ఈ దిశగా విస్తృత కృషి జరిగింది. రకరకాల ప్రయోగాలు చేసిన తర్వాత ప్రస్తుతం అనేక బ్లాగులూ, పోర్టల్సూ యూనికోడ్, నాన్ యూనికోడ్ వెర్షన్లు రెండింటికీ అవకాశం కలిగిస్తూ ఫాంట్‌లు ఇస్తున్నాయి. ఇక, యాహూ, గూగుల్, ఎమ్మెస్సెన్, లైకోస్, గురూజీ తదితర సెర్చ్ ఇంజిన్లు అనేక ప్రాదేశిక భాషల్లో కంటెంట్ ఇస్తున్నాయి. ఈ

కంటెంట్‌ను నేరుగానే చూడవచ్చు. ప్రపంచమంతా యూనీకోడ్‌దిశగా పయనిస్తోందనీ - అన్ని వెబ్‌సైట్లూ, పోర్టల్సూ కూడా ఈ మార్గం పట్టడం ఉత్తమమనీ ఫాంట్ రంగంలో కృషి చేసేవాళ్లు చెబుతున్నారు.

1998లో మొదలయి ఇప్పటికీ సాగుతున్న ఓ బ్లాగ్ 'ఈ మాట' గురించి ఇక్కడ ఒక మాట చెప్పుకోవడం ధర్మం. పదకొండేళ్ల కిందట, ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు లిపి వాడుకునే అవకాశం అరుదుగా మాత్రమే ఉండేది. అందుకు ఎంతో సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అవసరమయ్యేది. అది సమకూర్చుకుని, ఆ అవకాశాన్ని సంపూర్ణంగా సద్వినియోగం చేసుకోవడమే కాకుండా అందులో ఎన్నెన్నో ప్రయోగాలు చేసిన బ్లాగ్స్‌లో ఈమాట ముఖ్యమయినది. తర్వాత తర్వాత చాలా బ్లాగులూ, వెబ్‌జీన్లూ ఈ కృషిని ముందుకు తీసుకుపోయాయి.

17.4.2 వికీపీడియా

ఇంటర్నెట్‌తో కనీస పరిచయం ఉన్నవారికి వికీపీడియా గురించి తెలియకుండా ఉండదు. (ఈ పాఠ్యభాగం తయారీలో ఎక్కువగా సంప్రదించింది కూడా వికీపీడియానే.) అయితే, తెలుగు వికీపీడియా ప్రమాణాల విషయంలో ఎన్నో విమర్శలున్నాయి. భాష, శైలి, ప్రామాణిక ప్రయోగాల విషయంలో 'తెలివికీ' ఎంతో అభివృద్ధి సాధించాల్సిన మాట వాస్తవం. ఉదాహరణకు ఈ మధ్యన తెలుగు వికీపీడియా మొదటి పేజీలో ప్రముఖంగా

ప్రచురించిన 'ఈ వారపు బొమ్మ'లో ప్రొక్లెయినర్ అనేమాట వాడారు - అది నిజానికి 'ప్రొక్లెయిన్' అనే ఇంగ్లిష్ వ్యావహారిక పద ప్రయోగం. వాస్తవానికి అదో కంపెనీ పేరు. ఆ కంపెనీ తయారు చేసే తవ్వకం యంత్రానికి అదేపేరు వచ్చేసింది. జెరాక్స్ విషయంలో జరిగినట్లు. విజ్ఞాన సర్వస్వం అనే భావన కాలం చెల్లినదని భావించేరోజుల్లో ఈ వికీపీడియా పుట్టుకొచ్చి విజ్ఞాన సర్వస్వం నిర్వచనాన్నే మార్చేసింది. 2001లో జిమ్మీ వేల్స్ చేతుల్లో రూపుదిద్దుకున్న ఈ వికీపీడియా ఎన్నో సమస్యలనూ, బాలారిష్టాలనూ దాటుకొచ్చింది. వికీపీడియాకు ఎవరయినా కంటెంట్ సమకూర్చవచ్చున్నది వేల్స్ భావన. అలా కాకుండా 'ప్రామాణిక' సమాచారానికి మాత్రమే వికీలో స్థానం కల్పించాలని కొందరు మొదట్లో వాదించారు. వికీపీడియాలో 'నమ్మదగిన' సమాచారం దొరకడం లేదని కోర్టులకు ఎక్కినవారూ ఉన్నారు. ఏదేమయినా, ఈ రోజున నెట్ చూసేవాళ్లందరికీ విశ్వసనీయ నేస్తంగా వికీపీడియా నిలదొక్కుకుంది. ఇది తెలుగు విషయంలో మరింత నిజం. ప్రాదేశిక భాషల్లో పదివేలకన్నా ఎక్కువ వ్యాసాలు కలిగి ఉన్న వాటిల్లో తెలుగు వికీపీడియా ఒకటి.

ప్రస్తుతం తెలుగు వికీపీడియాలో 42,087 వ్యాసాలు ఉన్నాయని అంచనా. ఒక లెక్క ప్రకారం, వికీపీడియాలోని అన్ని భారతీయ భాషల కన్నా తెలుగు ముందుంది.

17.4.3 పద ప్రయోగాలు

వెబ్‌లో తెలుగు వెలుగులకు సంబంధించి ఇంత వరకూ స్థూలంగానే చర్చించుకున్నాం. ఒక్క విషయం మాత్రం సూక్ష్మంగా చర్చించుకోక తప్పదు. వెబ్‌లో తెలుగు ప్రయోగాలను ఇతర భాషలతో పోల్చి చూసుకుంటే, మన వాస్తవ పరిస్థితి తేటతెల్లమవుతుంది. సేకరణలు, టైపాటు (టైపింగ్‌లో లేదా ముద్రణలో అక్షర క్రమంలో జరిగిన పొరపాటుకు ఇచ్చే వ్యక్తీకరణ ఇది). విహారిణి, ఇక్కడ లోపాలు, నా ఇష్టాలను కలుపు, జాలంలో, తెలుగు నిలుపుట, బ్లాగర్లు, అంతర్జాల సంధానం, వంటి పదాలను, మాటలను నెట్ వర్క్‌లలో మనం చూస్తూ ఉంటాం. దీన్ని బట్టి వెబ్‌లో తెలుగు భాషా వినియోగ స్థాయిని, భాష వాడకంలో చేస్తున్న ప్రయత్నాల్ని గమనించవచ్చు.

ఒక్కసారి గూగుల్ సెర్చ్ ఇంజిన్ వాడకం చేసిన మాటలను కొన్నిటినీ ఉదాహరణగా చూద్దాం. ఇంగ్లీష్, తెలుగు, హిందీ, తమిళం, కన్నడం, మరాఠీ భాషలలో వాడిన వాటిని ఒకసారి చూస్తే మనకు ఆయాభాషలలో పదప్రయోగాలనేవి వెబ్ వినియోగం నేపథ్యంలో ఎలా ఉన్నాయన్నది అర్థం అవుతుంది.

1. ఇంగ్లీష్‌లో వాడిన మాటలు:

వెబ్ - ఇమేజెస్ - న్యూస్ - గ్రూప్స్ - డాక్యుమెంట్స్ - గూగుల్ సెర్చ్ - ఆయామ్ ఫీలింగ్ లకీ - అడ్వాన్స్‌డ్ సెర్చ్ - ప్రిఫరెన్సెస్ - లాంగ్వేజ్ టూల్స్ సెర్చ్ -ద వెబ్ - పేజెస్ ఫ్రమ్ ఇండియా -

BRAOU

2. తెలుగులో వాడిన మాటలు:

వెబ్ - చిత్రాలు - వార్తలు - గుంపులు - పత్రములు - గూగుల్ శోధన - నేను అదృష్టవంతుడిగా భావిస్తున్నాను - ఆధునిక శోధన - నా ఇష్టాలు - భాషా పరికరములు - శోధన - వెబ్‌లో - భారతదేశం నుండి పేజీలు -

3. హిందీలో వాడిన మాటలు:

వెబ్ - ఛవియాం - సమాచార్ - సమూహ్ - గూగుల్ ఖోజ్ - ఆజ్ మేరీ కిస్మత్ అచ్ఛీహై - విస్తృత్ ఖోజ్ - వరీయతాయేం - భాషా సహాయక్ - ఖోజేం - వెబ్ - భారత్ కే పృష్ఠ్ -

4. తమిళంలో వాడిన మాటలు:

వలై - పడంగళ్ - సెయ్‌దిగళ్ - కుముక్కళ్ - ఆవణంగళ్ - గూగుల్ తేడల్ - అదిరుష్టమ్ ఎన్ పక్కమ్ - మేమ్పట్టతేడల్ - విరుప్పంగళ్ - మొళ్షిక్కరువిగళ్ - తేడు - వలై - ఇంధియా నాట్టున్ పక్కంగళ్

5. కన్నడంలో వాడిన మాటలు:

వెబ్ - చిత్రగళు - గుంపుగళు - డాక్యుమెంట్స్ - గూగుల్ హుడుకాటె - నాను అదృష్టశాలి - విస్తృత హుడుకాటె - ప్రాశస్త్యగళు - భాషా పరికరగళు - హుడుకి - వెబ్ - దేశద పుటెగళు

6. మరాఠీలో వాడిన మాటలు:

వేబ్ - ప్రతిమా - గట్ - దస్తయేవజ్ - గూగుల్ శోధ్ -

మీ భాగ్యవాన్ - ప్రగత్ శోధ్ - ప్రాధాన్యేం - భాషా సాధనేం - శోధా - వేబ్ - భారత్ దేశాచి పృష్ఠే

ఉదాహరణలు చూస్తే, ఇతర భాషల్లో వాడిన మాటల తీరూ తెన్నూ చూస్తే మన ధోరణిలో మార్పు రావలసిన అవసరం స్పష్టంగా కనిపిస్తుంది. మిగతా భాషల వారు నిత్యం వాడుకలో ఉండే మాటలు వాడగా, మనవాళ్లు మాత్రం 'తాతలు తాగిన నేతుల పాత వాసనల ఘుమఘుమ'లు వదుల్చుకోలేకపోతున్నారు. 'పత్రములు', 'పరికరములు' లాంటి మాటలు అత్యాధునిక వైజ్ఞానిక పరిజ్ఞానంతో నడిచే ప్రచురణకు శోభనిస్తాయా? 'వెతకడం', దస్తావేజులు లాంటి మామూలు మాటను వదిలి 'శోధన', 'పత్రములు' లాంటి పదాలు వాడవలసిన అవసరం ఏముంది? అలాగే, గ్రూప్స్ అనే ఇంగ్లీష్ మాటకు 'గుంపులు' అన్నారు. అది అందరికీ తెలిసిన మాటే అయినా అంతకన్నా 'సమూహాలు', 'జట్లు' లాంటి మాటలు వాడి ఉంటే బాగుండేది. ఇక్కడ ప్రశ్నిస్తున్నది మాటల మూటలను కాదు - వాటి వెనకాల పనిచేసే ఆలోచనలను. అవి రెండూ ఆది దంపతుల్లాగా కలిసే ఉంటాయని కాళిదాసు అననే అన్నాడు కదా!

17.5 వెబ్ వాడకంలో తెలుగు

చాలా మందికి స్పష్టత లేని విషయాల్లో ఇది ముఖ్యమయినది. ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగంటే, తెలుగు మాటలని కొందరూ, తెలుగు లిపి అని ఇంకొందరూ వాదిస్తున్నారు. మాటలూ, లిపీ అలా ఉంచి, అసలు తెలుగు సంస్కృతి గురించి వెబ్‌లో రాయడమే ఇంటర్నెట్‌లో తెలుగు అస్తిత్వానికి నిదర్శనమని మరికొందరు భావిస్తున్నారు. వీటిల్లో ఏదీ పూర్తిగా నిజం కాదు. అన్నీ పాక్షికంగా నిజాలే. అచ్చు ప్రచురణలకు వర్తించే ప్రమాణమే ఇంటర్నెట్ ప్రచురణలకూ వర్తిస్తుంది. అక్కడరాని అనుమానాలూ, సందేహాలూ ఇక్కడెందుకు?

లిపికి సంబంధించి ఓ విషయం. ఈశాన్య భారత రాష్ట్రాల్లో ఎక్కువ మంది మాట్లాడుకునే భాషలకు లిపి సౌకర్యం లేదు. అయితే ఆయా భాషల్లో వచ్చే వార్తా పత్రికలు రోమన్ లిపిలో అచ్చవుతాయి. కోదు, సవర భాషల్లో రచనలు తెలుగు లిపిలోనూ, తుళు భాషలో రచనలు కన్నడ లిపిలోనూ అచ్చుకావడం అందరికీ తెలిసిందే. ఈ రోజున మన పిల్లల్లో ఎక్కువ మంది రోమన్ లిపి సహాయంతోనే 'చాట్' చెయ్యడం, మెయిల్స్ ఇవ్వడం చూస్తూనే ఉన్నాం. వాటిల్లో ఉండేవన్నీ తెలుగుమాటలే! ఒకప్పుడు పత్రికల ఆఫీసుల్లో టెలిప్రింటర్స్‌తో పనిచేసేవాళ్ళు. వాటిల్లో రోమన్ లిపిలో చేటభారతాల్లాంటి వ్యాసాలు అలవోకగా పంపించేవాళ్లు. అప్పుడు అనిపించని ఇబ్బంది ఇప్పుడెందుకు? ఓ

BRAOU

కొత్త సౌకర్యం అందుబాటులోకి తీసుకొద్దాం అనడం వేరు. అలా తీసుకురావడమే మన అస్తిత్వానికి గీటురాయిలా మాట్లాడడం వేరు. యూనీకోడ్‌కు అలవి మీరిన ప్రాధాన్యం ఇచ్చే వారు ఈ వాస్తవాలను పరిశీలించాలి.

అలాగే సామాన్య జనం నోళ్లలో నానుతూ వాడుకలో స్థిరపడుతున్న కొన్ని మాటలకు అనువాదం చెయ్యాలన్న కుతూహలం వల్ల కూడా అంత ప్రయోజనం ఉండదు. ఉదాహరణకు ఇంటర్నెట్‌కు అంతర్జాలం అనే అనువాదం ఏ నాటికయినా ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చే అవకాశం ఉందా? పైపెచ్చు ఇది పిల్లి అంటే మార్జాలం అన్నట్లు లేదా?

17.6 వెబ్ పత్రికలు

ఇంటర్నెట్‌లో వస్తున్న తెలుగు ప్రచురణల్లో అన్ని రకాల ఆలోచనలకూ, అభిప్రాయాలకూ ప్రతినిధులనదగిన పత్రికలు ఉన్నాయి. 'ఈమాట', 'పొద్దు', 'ప్రాణహిత', 'కౌముది', 'సుజన రంజని' లాంటి ఇంటర్నెట్ పత్రికలు ప్రధానంగా సాహిత్యం - సంస్కృతిలాంటి విషయాల మీద కేంద్రీకరిస్తున్నాయి. 'భూమిక' అనే వెబ్ పత్రిక ప్రత్యేకంగా స్త్రీల కోసం నడుస్తోంది. ప్రత్యామ్నాయ సంస్కృతికి దోహదం చేసే లక్ష్యంతో వస్తున్న వెబ్ ప్రచురణ 'ప్రజాకళ'. ఇక, ఎక్కడికెళ్లినా సినిమాభిమానాన్ని మాత్రం వదలని మన వాళ్ల కోసం 'నవతరంగం' అనే వెబ్ పత్రిక వస్తోంది. తెలుగు బ్లాగుల జంక్షన్‌లుగా 'కూడలి', 'జల్లెడ', 'తెలుగు బ్లాగర్స్' లాంటివి జయప్రదంగా నడుస్తున్నాయి. ఒక్కమాటలో చెప్పాలంటే, ఇవాళ అచ్చు ప్రచురణల్లో కనిపించే వైవిధ్యానికి వెబ్ ప్రచురణలేమీ తీసిపోవు. అన్ని రంగాల్లోనూ తెలుగు జెండా రెప రెపా ఎగురుతున్నట్లే ఇంటర్నెట్‌లోనూ ఎగురుతోంది. అది అలా ఎగురుతూనే ఉండాలని మనమందరం కోరుకుందాం.

అభ్యాసం-1

వెబ్ ఆవిర్భావంలో భారతీయుల పాత్రను పేర్కొనండి.

BRAOU

అభ్యాసం-2

వికీపీడియా అంటే ఏమిటో తెల్పండి?

17.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ప్రపంచ వ్యాప్తంగా శాస్త్ర సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి చెంది ఆ క్రమంలో పుట్టుకొచ్చిందే ఇంటర్నెట్ అనే సమాచార వ్యవస్థ.
- ఇంటర్నెట్‌నే వెబ్ అనీ, నెట్ అనీ వ్యవహరిస్తారు. ఇటీవల కొందరు దీన్ని 'అంతర్జాలం' అని అనువదించి పిలుస్తున్నారు.

- 1876లో అలెగ్జాండర్ గ్రాహంబెల్ మొట్టమొదటిసారిగా టెలిఫోన్ ప్రయోగాన్ని బహిరంగంగా ప్రదర్శించాడు. ఇంటర్నెట్ చరిత్రలోని మహోజ్వల ఘట్టాల్లో ఇదొకటి.
- ఇంటర్నెట్ విస్తరణలో టెలిఫోన్ ఎక్స్ఛేంజీలు ఇప్పటికీ కీలక పాత్ర వహిస్తూనే ఉన్నాయి.
- ఉపగ్రహ సంకేత వ్యవస్థ ప్రాతిపదికగా ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థ నిర్మించడంలో ప్రధాన పాత్ర టెలిఫోన్ రంగానిదే.
- ఇంటర్నెట్ పరిణామాన్ని స్థూలంగా నాలుగు దశలుగా పేర్కొనవచ్చు.
- మొదటి దశను మెయిన్ ఫ్రేమ్ కంప్యూటర్ల నెట్‌వర్క్ అంటారు.
- రెండో దశలో అప్పటి వరకూ వైజ్ఞానిక వేత్తలకు పరిమితమైన 'నెట్' జన సామాన్యంలోకి రావడం జరిగింది.
- ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో మూడోదశ, టెలిఫోన్ వ్యవస్థలద్వారా కంప్యూటర్లను కలుపుతూ విస్తృతంగా నెట్‌వర్క్ చేసే దశ.
- భూ కక్ష్యలో ప్రవేశించిన కృత్రిమ ఉపగ్రహాల ద్వారా సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థ నెలకొల్పడం ఇంటర్నెట్ చరిత్రలో నాలుగోదశ.
- 1995-2001 మధ్య కాలాన్ని ఇంటర్నెట్ చరిత్రకారులు 'ఇంటర్నెట్ బబుల్' దశగా చెప్తారు. ఈ దశలో ఇంటర్నెట్ విపరీతంగా విస్తరించింది.
- 2001లో జిమ్మీవేల్స్ చేతుల్లో వికీపీడియా రూపు దిద్దుకున్నదని చెప్పవచ్చు.

17.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1 వెబ్ ఆవిర్భావాన్ని వివరించండి.

2 వెబ్ పరిణామ దశలని పరిచయం చేయండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో సమాధానాలు రాయండి.

1. వెబ్‌లో తెలుగు భాష వినియోగాన్ని చర్చించండి.

2. వెబ్ పత్రికలను పేర్కొనండి.

BRAOU

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. సమాచార సాంకేతిక వ్యవస్థలో భారతీయుల పాత్ర గణనీయంగా ఉంది. మన ప్రాచీన భారతీయ వైయాకరణులూ, గణిత శాస్త్ర కోవిదులు, పాణిని, పింగళుడు, జైన గణకులు, బ్రహ్మ గుప్తుడు మొదలైన వాళ్ళు కనిపెట్టిన వైజ్ఞానిక విశేషాలు కంప్యూటర్ ఆవిర్భావానికి దోహదం చేశాయి. ప్రాచీన భారతీయ శాస్త్రవేత్తలు సమాచార సాంకేతిక రంగం ఆవిర్భావానికి అలా కారకులయితే, ఆధునిక యుగంలో తెలుగు ప్రొఫెషనల్స్ ప్రోగ్రామింగ్ నైపుణ్యం లేకుండా కంప్యూటర్లూ, ఇంటర్నెట్ విస్తరించి ఉండేవి కావు.

2. విజ్ఞాన సర్వస్వం (encyclopedia)లో ఏ విధంగానైతే ప్రపంచంలోని అన్ని విషయాలపై సమాచారం ఉంటుందో అదే మాదిరిగా ఈ వికీపీడియాలో కూడా, సమాచారం వ్యాస రూపంలో ఉంటుంది. తద్వారా సమస్త విషయాలకు సంబంధించిన సమాచారాన్ని వికీపీడియా ద్వారా తెలుసుకోవచ్చు.

2001లో జిమ్మీ వెల్స్ చేతుల్లో రూపుదిద్దుకున్న వికీపీడియా ఎన్నో సమస్యలను అధిగమిస్తూ ముందుకు పోతున్నది. వికీపీడియాకు ఎవరయినా కంటెంట్ సమకూర్చవచ్చన్నది వేల్స్ భావన. అలాకాకుండా 'ప్రామాణిక' సమాచారానికి మాత్రమే వికీలో స్థానం కల్పించాల్సని కొందరు మొదట్లో వాదించారు. వికీపీడియాల్లో నమ్మదగిన సమాచారం దొరకడం లేదని కోర్టులకు ఎక్కిన వారూ ఉన్నారు. ఏదేమయినా ఈ రోజున ఇంటర్నెట్ చూసేవాళ్ళందరికీ విశ్వసనీయ నేస్తంగా వికీపీడియా నిలదొక్కుకుంది.

భాగం-18 బహుళ మాధ్యమాలు

విషయక్రమం

18.0 ఉద్దేశం

18.1 ప్రవేశిక

18.2 బహుళ మాధ్యమం: నిన్న, నేడు, రేపు

18.2.1 ఎలక్ట్రానికేతర బహుళ మాధ్యమాలు

18.2.2 ఆధునిక ఎలక్ట్రానిక సచేతన చిత్రణం

18.3 ఆధునిక బహుళ మాధ్యమం

18.4 స్థానికీకరణం

18.5 భాషా బోధన: తెలుగు

18.6 బహుళ మాధ్యమం - కీలక లక్షణాలు

18.7 పారిభాషిక పదజాలం

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

18.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

18.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

18.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- బహుళ మాధ్యమం: స్వరూప స్వభావాలు
- బహుళ మాధ్యమాలు: సమాచార వినిమయంలో విప్లవాత్మక మార్పులు.
- బహుళ మాధ్యమాలు: సాంప్రదాయక, ఆధునిక నేపథ్యం.
- బహుళ మాధ్యమాలు: భాషాబోధన

18.1 ప్రవేశిక

మానవ శారీరక రచన పంచేంద్రియాలచే అనుభూతిని పొందగలిగినా ప్రస్తుతానికి దృశ్య, శ్రవణ స్పర్శాను భవాల పరంగా మాత్రమే బహుళ మాధ్యమం అందుబాటులో వుంది. వీటినన్నిటిని కలిపి సచేతనానుభూతి పొందేది మనసు.

కానీ నేటి ఆధునిక రూపంలో ఉన్న బహుళ మాధ్యమం నిన్నటి బహుళ మాధ్యమాలలోనున్న లోటుపాట్లను పూడ్చుకుని సమాచార సాంకేతిజ్ఞత, కంప్యూటర్ ఆధారిత ఎలక్ట్రానిక్ ఉపకరణాల నేపథ్యంలో విషయపరిజ్ఞాన సాధన, ప్రదర్శన ప్రాప్తికి అనుకూలంగా మార్పు చెందింది.

పలు మాధ్యమాల సమన్వయమే బహుళ మాధ్యమం. 1966లో బాబ్‌గోల్డ్ స్టైన్ (అనే జర్మన్ దేశీయుడు) సృష్టించిన పదమే Multimedia. జర్మన్ భాషా సంస్థ దీని గౌరవార్థం 1995లో సంవత్సరోత్సవ పదంగా ప్రకటించింది.

కంప్యూటర్ యుగంలో మనం కొన్ని పదాలు ఉపయోగానుగుణ్ణంగా మార్పు చెందుతున్న విషయాన్ని కూడా మీరు గమనించాలి. ఉదాహరణకు ఎలక్ట్రానిక్ అనే మాటకు బదులుగా 'ఎలక్ట్రానిక' అనే పదం వాడుతున్నాం.

18.2 బహుళ మాధ్యమం: నిన్న, నేడు, రేపు

ఏదైనా ఒక విషయాన్ని పలు మాధ్యమాల సమ్మేళనం ద్వారా గ్రహీతలకు అందించడం ఇప్పుడు సర్వసాధారణమైన విషయం. బహుళ మాధ్యమం అంటే విషయాన్ని ఒకే సమయంలో అనేక మాధ్యమాలను వాడడం ద్వారా ఇంద్రియానుభూతి కలిగించడం. విషయాన్ని దృశ్య రూపంలోనూ శ్రవ్య రూపంలోనూ ఏదేని ఒక భాషలో విషయాన్ని జోడించి ఇంద్రియానుభూతిని కలిగించడం. ఈ నిర్వచనంలో అతిముఖ్యమైన అంశం ఒకటికన్నా ఎక్కువ మాధ్యమాలను వినియోగించి గ్రహీతకు విషయానుభూతి కలిగించడం.

నిజానికి బహుళ మాధ్యమాలు ఆధునిక ప్రపంచ ఆవిష్కరణ కాదు. పురాతన కాలం నుండి సాంప్రదాయకంగా వస్తున్నవే. మానవ నాగరికతా వికాసంలో కొత్త మజిలీ మాత్రమే.

వివిధ బహుళ మాధ్యమాలను రెండు ప్రధాన తరగతులకు చెందినవిగా గుర్తించవచ్చు.

1. ఎలక్ట్రానిక మాధ్యమాలు
2. ఎలక్ట్రానికేతర మాధ్యమాలు

18.2.1 ఎలక్ట్రానికేతర బహుళ మాధ్యమాలు

సాంప్రదాయకంగా వస్తున్న సమాచార వినిమయ రంగంలో భావ ప్రకటన వాగ్వ్యవహారంగానే గాక దృశ్యవ్యవహారంగా చిరపరిచయం. భాష, లిపిని (చిత్ర లిపి నుండి అక్షర లిపిదాకా) సంతరించుకున్న నాడే బహుళ మాధ్యమం సాధ్యం అయింది. ఒక రకంగా చెప్పాలంటే మన సాంప్రదాయ నృత్య రీతులు ఈ కోవకు చెందినవే. ఇవన్నీ వాక్కు / శబ్దం, దృశ్యం మొదలైనవి ప్రేక్షకులను అలరించి విషయ పరిజ్ఞానాన్ని అందించే ప్రక్రియలే. వీటిలో ముఖ్యంగా ప్రత్యేకతను సంతరించుకున్నవి తోలుబొమ్మలాటలు. తోలుబొమ్మల ప్రదర్శనలో ఒక నిర్దిష్ట విషయాన్ని (సాంప్రదాయక పురాణ, ఇతిహాస, చారిత్రిక, జానపద ఘట్టాలలోని అంశాలు కావచ్చు. ఆధునిక విషయాలు కావచ్చు) మాటల పాటల వర్ణనలతో వెలుగు తెరపై కదిలే బొమ్మలు (సచేతనీకృత చిత్రాలు, సచేతనా చిత్రాలు) ప్రేక్షకుల మనస్సుకు అమితాశ్చర్యానుభూతులను కలిగిస్తూ విషయ పరిజ్ఞానాన్ని అందిస్తూ ఉంటాయి. ఇలాంటివే జంత్రగాడు బొమ్మల పెట్టెలో బొమ్మలను ఆడిస్తూ మాటలూ, పాటలూ సంగీతంతో పిల్లలనూ, పెద్దలనూ ఆకట్టుకొంటూ విషయానుభూతిని కలిగించడం ఇవన్నీ నిన్నటి బహుళ మాధ్యమ ప్రచార సాధనాలు. వీటి ప్రత్యేకత ఒకరి కంటే ఎక్కువ మందికి ఒకేసారి విషయ ప్రసారణం చేయగలగటం. ఇవి వ్యక్తిగతంగా వాడలేనివి.

18.2.2 ఆధునిక ఎలక్ట్రానిక సచేతనా చిత్రణం

ఆధునిక ప్రసార మాధ్యమాలలో ముఖ్యంగా చెప్పుకోదగ్గవి సినిమాలు. సినిమా మాట / పాటలను చరచిత్రణంతో సమ్మేళనం చేసి ప్రేక్షకులను కొన్ని గంటలపాటు విషయానుభూతికి లోనయ్యేట్లు చేయగల సామర్థ్యం గలవి కూడా. ఇవి ప్రాథమికంగా సామూహిక ప్రసార మాధ్యమాలే. వ్యక్తిగతమైనవి కావు. కొత్తగా వచ్చిన విప్లవాత్మక వైయక్తిక అవసరాలను తీర్చే ఎలక్ట్రానిక కంప్యూటర్లు బహుళ మాధ్యమ వాడకానికి సంపూర్ణ సామర్థ్యం కలిగినవి. విషయానికి పరిమితం కాకుండా, సాంప్రదాయ మాధ్యమాలలో ఉన్న పరిమితుల (నేపథ్య మాటలు, పాటలు)ను అధిగమించింది. భాషా భౌగోళిక, విషయ, స్థిర చిత్రణ పరిమితులను అన్నింటినీ అధిగమించింది అని చెప్పాలి. ఇది సాంప్రదాయక రీతులలో

BRAOU

ఉన్న స్థానికతను అధిగమిస్తూ ప్రపంచీకరణానికి అనువుగా ప్రపంచంలో ఎక్కడనుండైనా, ఏ భాషలోనైనా, ఏ వ్యక్తి అనుభవంలోకైనా విషయ ప్రాప్తిని కలిగించగలిగిన మహాశక్తివంతమైన సచేత దృశ్య శ్రవణ మాధ్యమం.

18.3 ఆధునిక బహుళ మాధ్యమం

బహుళమాధ్యమం అక్షరాస్యులనూ, నిరక్షరాస్యులనూ, చదువుకున్నవారినీ, చదువుకోనివారినీ, నిపుణులనూ, వృత్తులవారినీ అందరినీ సమానంగా ఆకట్టుకొని వారి వారి స్థాయిలననుసరించి విషయ పరిజ్ఞానాన్ని అందుబాటులోకి తేగలిగిన ఏకైక మాధ్యమంగా పరిణమించింది.

ప్రత్యేక ఆధునిక బహుళ మాధ్యమాలు ప్రకటనలు, కళ, వినోద, విద్య, వైద్య, ఆరోగ్య, ఇంజనీరింగ్, వ్యాపార, సాంకేతికతంత్ర, విజ్ఞాన, పరిశోధక, పర్యటన, రక్షణ, వాతావరణ, పర్యావరణ రంగాలలో, భౌతిక, భౌగోళిక, రాజకీయ, దేశకాలాదులకు సంబంధించిన సమస్త రంగాలకూ విస్తరించింది.

ఇందులో ఇంకా ప్రత్యేకంగా చెప్పుకోదగినవి వినోద, ప్రకటన, విద్యా రంగాలలో విద్యా వినోదకంగా బహుళ మాధ్యమంలో రూపొందిన సాధికారిక పదకోశాలూ, విజ్ఞాన సర్వస్వాల నిర్మాణం వాటిద్వారా విజ్ఞాన విషయ వ్యాపనం సర్వజనామోదం పొందుతోంది.

ఆధునిక అభ్యసన రంగంలో వచ్చిన అనేక కొత్త పరిశోధనలకు అనుగుణంగా జ్ఞాన సముపార్జన, వితరణ సమన్వయంలో బహుళ మాధ్యమం విప్లవాన్ని తీసుకొచ్చింది.

విద్యారంగంలో బహుళ మాధ్యమం ద్వారా కంప్యూటరు ఆధారిత శిక్షణా పాఠ్యాంశాల రూపకల్పనలోనూ, ప్రజా ప్రాచుర్యం కలిగిన విజ్ఞాన కోశాలూ ప్రత్యేక విషయక సమాచార నిధుల నిర్మాణంలోనూ వివిధ రకాల భాషా బోధన సామాగ్రి నిర్మాణంలోనూ వీటి ప్రాచుర్యం అతివేగంగా విస్తరిస్తోంది. ఈ కంప్యూటర్ ఆధారిత పాఠ్యాంశాలు ఒక క్రమగతిలో నిర్దిష్ట విషయాలకు సంబంధించి సచేతనా చిత్రణం కలిగి ఉంటాయి. ఇవి విద్యా విషయకంగానే కాక విజ్ఞాన వినోదాల మేళవింపు కలిగి వుండడం వీటి ప్రత్యేకత.

బహుళమాధ్యమాల విస్తరణలో అభ్యసన సిద్ధాంతాలలో మౌలిక మార్పులు చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ఇందులో భాగంగా జ్ఞాన గ్రహణ, అభ్యాస విధానం మొదలైనవాటి గురించిన పరిశోధనలకు బహుళమాధ్యమం చాలా వరకు ప్రేరణ కలిగించింది. దృశ్యం, శ్రవణం, పాఠ్యం మొదలైనవి కలగలిసి ఉండడంతో బహుళమాధ్యమాల పథక నిర్మాణాలు సహజంగానే అంతర్గతంగా సంక్లిష్టమైనవి.

18.4 స్థానీకరణం (Localization)

నేడు అందరినీ భయపెడుతున్న ప్రపంచీకరణ (Golbalization)కు జవాబు స్థానికీకరణం. విశ్వవ్యాప్తంగా వాడుకలోకి వచ్చిన యూనికోడ్ (Unicode) ప్రపంచ భాషలు అన్నిటికి వాటి లిపులకు కోడ్ పాయింట్లు అందించడంలో (నిర్దేశించడం) స్థానీకరణ సుసాధ్యమైంది. యూనికోడ్‌ని కలిగిన లిపి నేడు ఏలాంటి కంప్యూటర్ వాడకానికైనా లొంగుతుంది. నేటి స్థానీకరణానికి అడ్డుగోడగా నిలిచినది మార్కెటు శక్తులే కానీ ప్రపంచీకరణ కాదు. బహుళమాధ్యమం ఎదుగుదల స్థానీకరణతో ముడిబడి వుంది.

18.5 భాషా బోధన: తెలుగు

విద్యారంగంలో మాతృభాషాశిక్షణ లేక అభ్యసనం సాంప్రదాయిక సాంస్కృతిక నేపథ్యాన్ని అందిస్తుంది. విద్యా మనోవైజ్ఞానిక సూత్రాల ప్రకారం మాతృభాషా శిక్షణ పిల్లలకు అప్పటికే నేర్చుకొన్నదానిని నియత రూపంలో అందివ్వడం ద్వారా వారికి మానసికంగా తరగతిగది వాతావరణానికి అనుకూలపరుస్తున్నట్లే. మాతృభాషా శిక్షణ ఇంటికి బడి తరగతి గదికి మధ్య తేడా వలన పిల్లలలో కలిగే మానసిక వికారాలను దూరం చేస్తుంది. మాతృభాషా శిక్షణ ద్వారా ప్రారంభమై

BRAOU

మాతృభాషా మాధ్యమంలో జరగబోయే సహజ సిద్ధ విద్యా శిక్షణకు అవసరమైన మాతృభాషా బోధన అతి సహజ రీతిలో జరగాలంటే బహుళ మాధ్యమాల వాడుక తప్పనిసరి. ఇంటి నుండి బడికి కదిలిన భాషా శిక్షణకు బహుళ మాధ్యమం బడిలో లేని ఇంటి వాతావరణాన్నీ ఇంటిలోని బడి వాతావరణాన్ని పరిపూరక రీతిని అందించగలుగుతుంది.

మాతృభాషా శిక్షణ అందరికి ఒకే పద్ధతిలో సాగక పోవచ్చు. దానికి కారణాలు సంక్లిష్ట సామాజిక భాషా పరిస్థితులు కావచ్చు. ఉదా:

1. ఇంటా బయటా తెలుగు వాడకం, విద్యా మాధ్యమం తెలుగు.
2. ఇంటా బయటా తెలుగు వాడకం కానీ విద్యా మాధ్యమం తెలుగేతర భాష.
3. ఇంట తెలుగు బయటా తెలుగేతర భాష.
4. ఇంట తెలుగేతర భాష బయట తెలుగు.
5. ఇంట తెలుగేతర భాష బయట తెలుగేతర భాష. విద్యామాధ్యమం తెలుగు.

ఇలాంటి సామాజిక భాషా వ్యవస్థ ఉన్న మన ఆంధ్ర ప్రదేశ్‌లో ఏ భాషనూ అన్ని రంగాలలో వాడే వీలులేనప్పుడు భాషాధ్యయనంలో ప్రత్యేక అవసరాలను గుర్తించాలి. భాషా సాధనకి పట్టే సమయం, భాషను నేర్పే సాధనాలు, భాషా పాఠ్యాంశాలు మొదలైన సామగ్రి, వీటిలో ఏది ఎంత అనేది విద్యార్థి పైన చెప్పిన సామాజిక స్థితిలో 1 నుండి 5 వరకు దేనికి చెందినవాడో దానిని బట్టి ఉంటుంది. 1వ వ్యవస్థకు చెందిన విద్యార్థికి తరగతి గదిలో పెద్ద మార్పు కనబడదు. భాషా శిక్షణ సాధారణ శిక్షణగా ఉంటుంది. కానీ విద్యార్థులు 5వ వ్యవస్థకు చెందిన వారైతే సాధారణ పరిస్థితులలో భాషా శిక్షణ చాలదు. వారికి బహుళ మాధ్యమం అందుబాటులో ఉండాలి. బహుళ మాధ్యమం ద్వారా భాష నేర్చుకునే సమయం (వ్యవధి), భాషాసామగ్రి (పాఠ్యాంశాలు), అభ్యసన మూల్యాంకన పద్ధతులు అన్నీ ఆధునికమైనవీ అసాధారణమైనవీ. భాషాశిక్షణలో సాంప్రదాయ పద్ధతులలో వాడే భాషా సామగ్రి వినడానికి, కనడానికి ఏమీ లేకుండా మూస పద్ధతిలో సాగింది. కానీ నేడు బహుళ మాధ్యమంలో భాషాభ్యసనం దృశ్యం, శ్రవణం, విషయాలనూ ముప్పేటలా సమ్మేళనం చేసి అందిస్తుంది. అభ్యాసకుడిగా ఇష్టమైన రీతిలో, తగిన వ్యవధిలో నేర్వగలిగినంత పాఠ్యాంశాలను నేర్చుకొనేందుకు వీలు కలిగిస్తుంది. ఇది వైయక్తికమైనది. ఇలాంటి బహుళ మాధ్యమం ద్వారా అందించే భాషా సామగ్రిని అధి మాధ్యమంలో అందిస్తారు. ఇలాంటి భాషా శిక్షణ కోసం వాడే వ్యాకరణాన్ని అధి వ్యాకరణం అని అనవచ్చు. ఇట్లా అధి వ్యాకరణం అధి మాధ్యమంలో అందించే బహుళ మాధ్యమం భాషను వినడానికి, పలకడానికి, చదవడానికి, రాయడానికి అనువుగా మలిచి ఉంటాయి. అభ్యసనం లేక సాధనకు పరిమితులు ఉండవు. ప్రతి అధ్యాయానికీ మూల్యాంకనం విధిగా ఉంటుంది.

ఫోను నోటికి, రేడియో చెవికి, విడియో కంటికీ మారుగా సమాచార ప్రసరణాన్నీ దూరతీరాలకు చేర్చేందుకు వీలుగా వాడుకలోనికి వచ్చినవి. అదే సందర్భంలో కంప్యూటరు మానవ మస్తిష్కానికి మారుగా రూపొందుతున్న తొలి దశ అని చెప్పాలి. ఇవన్నీ కలిసి నిర్దిష్ట విషయ బోధనకు అస్కారం కలిగించేది నేటి, రేపటి బహుళ మాధ్యమం.

18.6 బహుళ మాధ్యమం - కీలక లక్షణాలు (key Features of Multimedia)

1. రేఖీయం కాని శ్రేణీయ మాధ్యమం - (Non - linear hierarchical)
2. సంగణక ఆధారిత బహుళ మాధ్యమం - (Computer - based Multimedia)
3. అధిపాఠ్య బంధాలు - (Hyper text - Links)
4. అధిమాధ్యమం - అధిమాధ్యమ స్వరూపం - (Hypermedia - Hypermedia ware)
5. అధి బంధ అనువర్తనాలు - (Hypermedia Applications)
6. బహుళ ఇంద్రియానుభూతిని కలిగించేది - (Multisensory experience)

BRAOU

7. సముచిత పరిచితాలు - (Appropriate introduced)

8. వ్యక్తిగతమైనది - వ్యవస్థీకృతమైనది - (Individual / Systemic)

9. అమలు చేయవలసిన కార్యక్రమాలు ఉంటాయి - (Follow-up activities)

10. సంక్లిష్ట నిర్మాణం గలది - (Complex structure)

18.7 పారిభాషిక పదజాలం

బహుళ మాధ్యమం (Multimedia)

విషయం (Content)

పాఠం (Text)

శ్రవణం (Audio)

దృశ్యం (Video)

సచేతనీకరణం లేక చరచిత్రణం (Animation)

స్థిర చిత్రాలు (Stills)

సమాచార సాంకేతిజ్ఞత (Information technology)

BRAOU

అభ్యాసం-1

ఆధునిక బహుళ మాధ్యమం గురించి వివరించండి.

అభ్యాసం-2

స్థానీకరణం అంటే ఏమిటో తెల్పండి.

18.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తు చేసుకుందాం

- 'బహుళ మాధ్యమం' అంటే విషయాన్ని ఒకే సమయంలో [illegible] సాధనాలను వాడడం ద్వారా ఇంద్రియాను భూతి కలిగించడం. విషయాన్ని దృశ్యరూపంలోనూ, శ్రవ్యరూపంలోనూ ఏదేని ఒక భాషలో [illegible] ఇంద్రియాను భూతి కలిగించడం' అనేది బహుళమాధ్యమానికి ఇచ్చే నిర్వచనం.

- వివిధ బహుళ మాధ్యమాలను రెండు ప్రధాన తరగతులకు చెందినవిగా గుర్తించవచ్చు. అవి 1. ఎలక్ట్రానిక మాధ్యమాలు, 2. ఎలక్ట్రానికేతర మాధ్యమాలు
- ఎలక్ట్రానిక మాధ్యమాలు ప్రాథమికంగా సామూహిక ప్రసార మాధ్యమాలు, సాంప్రదాయక రీతుల్లో ఉన్న స్థానికతను అధిగమిస్తూ ప్రపంచీకరణానికి అనువుగా ప్రపంచంలో ఎక్కడనుండైనా, ఏ భాషలోనైనా, ఏ వ్యక్తి అనుభవంలోకైనా విషయప్రాప్తిని కలిగించగలిగిన శక్తివంతమైన సచేతన దృశ్యశ్రవణ మాధ్యమ లక్షణాలు ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమానికున్నాయి.
- వాక్కు / శబ్దం, దృశ్యం మొదలైనవి ప్రేక్షకులను అలరించి విషయపరిజ్ఞానాన్ని అందించే ప్రక్రియల్ని ఎలక్ట్రానికేతర బహుళ మాధ్యమాలు నిర్వహిస్తాయి. తోలుబొమ్మలాటలు ఈ సందర్భంగా ప్రత్యేకత సంతరించుకొన్నాయి.
- ఆధునిక బహుళమాధ్యమం భౌతిక, రాజకీయ, భౌగోళిక వైజ్ఞానిక, విద్య, వైద్య, కళ వంటి సమస్త రంగాలకు విస్తరించకలిగింది.
- ఆధునిక అభ్యసన రంగంలో జ్ఞాన సముపార్జన, విచారణ సమన్వయంతో విప్లవాత్మకమైన మార్పుల్ని ఇచ్చింది.
- విశ్వవ్యాప్తంగా వాడుకలోకి వచ్చిన యూనికోడ్ ప్రపంచ భాషలు అన్నిటికీ వాటి లిపులకు కోడ్ పాయింట్లు అందించడంలో స్థానికీకరణ సాధ్యపడింది.
- మాతృభాషా శిక్షణ అందరికీ ఒకే పద్ధతిలో సాగడం సాధ్యపడకపోవచ్చు. సంక్లిష్ట సామాజిక భాషా పరిస్థితులే దీనికి ప్రధాన కారణం.
- బహుళ మాధ్యమంలో భాషాభ్యసనం దృశ్యం, శ్రవణం, విషయాలను ముప్పేటలా సమ్మేళనం చేసి అందించడం వల్ల ఎవరైనా తమకు ఇష్టమైన రీతిలో, తగిన వ్యవధిలో పాఠ్యాంశాలను నేర్చుకునేందుకు వీలు కల్పిస్తోంది.
- బహుళ మాధ్యమానికి కొన్ని లక్షణాలున్నాయి. అవి కీలకమైనవి. రేఖీయం కాని శ్రేణీ మాధ్యమం, సముచిత పరిచితలు, వ్యవస్థీకృత తత్వం వంటివి కొన్ని కీలక లక్షణాలు.

BRAOU

18.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. బహుళ మాధ్యమం అంటే ఏమిటో నిర్వచించి కొన్ని ఉదాహరణలు ఇవ్వండి.
2. బహుళ మాధ్యమంలో భాషాబోధనకు గల సానుకూలతను చర్చించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. బహుళ మాధ్యమాలు అంటే ఏమిటో వివరించండి.
2. బహుళ మాధ్యమం కీలక లక్షణాలు ఏమిటి?

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఆధునిక బహుళ మాధ్యమం అక్షరాస్యులనూ, నిరక్షరాస్యులనూ, నిపుణులనూ, వృత్తుల వారినీ అందరినీ సమానంగా ఆకట్టుకొని వారి వారి స్థాయిలననుసరించి విషయ పరిజ్ఞానాన్ని అందుబాటులోకి తేగలిగిన ఏకైక మాధ్యమంగా పరిణమించింది. ప్రత్యేకంగా ఆధునిక బహుళ మాధ్యమాలు ప్రకటనలు, కళ, వినోద, విద్య, వైద్య, ఆరోగ్య, ఇంజనీరింగ్, గణిత, సాంకేతికతంత్ర, విజ్ఞాన పరిశోధన, పర్యటన, రక్షణ, వాతావరణ, సమాచార రంగాలలో, భౌతిక, భౌగోళిక, రాజకీయ, దేశకాలాదులకు సంబంధించిన సమస్త రంగాలకూ విస్తరించింది. ఇందులో ఇంకా ప్రత్యేకంగా చెప్పుకోదగినవి వినోద ప్రకటన విద్యా రంగాలు.

ఆధునిక అభ్యసన రంగంలో వచ్చిన అనేక కొత్త పరిశోధనలకు అనుగుణంగా జ్ఞాన సముపార్జన, వితరణ సమన్వయంలో బహుళ మాధ్యమం విప్లవాన్ని తీసుకొచ్చింది. విద్యారంగంలో బహుళ మాధ్యమం ద్వారా కంప్యూటరు ఆధారిత శిక్షణా పాఠ్యాంశాల రూపకల్పనలోనూ, భాషా బోధన సామగ్రి నిర్మాణంలోనూ వీటి ప్రాచుర్యం అతివేగంగా విస్తరిస్తోంది. ఈ కంప్యూటర్ ఆధారిత పాఠ్యాంశాలు ఒక క్రమగతిలో నిర్దిష్ట విషయాలకు సంబంధించి సచేతనా చిత్రణం కలిగి ఉంటాయి. ఇవి విద్యా విషయకంగానే కాక విజ్ఞాన వినోదాల మేళవింపు కలిగి ఉండడం వీటి ప్రత్యేకత.

2. నేడు అందరినీ భయపెడుతున్న ప్రపంచీకరణకు జవాబు స్థానీకరణం. విశ్వవ్యాప్తంగా వాడుకలోకి వచ్చిన యూనికోడ్ ప్రపంచ భాషలు అన్నిటికీ, వాటి లిపులకు కోడ్ పాయింట్లు అందించడంలో స్థానీకరణ సుసాధ్యమైంది. యూనికోడ్‌ని కలిగిన లిపి నేడు ఏలాంటి కంప్యూటర్ వాడకానికైనా లొంగుతుంది. నేటి స్థానీకరణానికి అడ్డుగోడగా నిలిచినది మార్కెటు శక్తులే కానీ ప్రపంచీకరణకాదు. బహుళ మాధ్యమం ఎదుగుదల స్థానీకరణతో ముడిబడి వుంది.

BRAOU

BRAOU

ఖండం-5 అనుబంధ విషయాలు

భాగం-19	ముద్రణ, ప్రచురణలు
భాగం-20	ఎడిటింగ్
భాగం-21	డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు
భాగం-22	వాణిజ్య ప్రకటనలు
భాగం-23	మాధ్యమాలు-వర్తమానం, భవిష్యత్తు

ప్రతి మాధ్యమానికి ఒక ప్రక్రియ ఉంటుంది. రచన రూపాలు ప్రక్రియను బట్టే రూపుదిద్దుకొంటాయి. మాధ్యమాలలో వైవిధ్యాలు కనిపించినట్లే సారూప్యతలు ఉంటాయి. ఈ నేపథ్యంలో కొన్ని ప్రక్రియలు లేదా రచన రూపాలు మాధ్యమాలన్నిటిలో కన్పిస్తాయి. వాటి ప్రస్తావన మాధ్యమాల వినియోగ సామర్థ్యాన్ని పెంచడానికి దోహదం చేస్తాయి. రచనలోను 'ఏక రూపత' వస్తుపరంగానైనా సాధించడానికి సహకరిస్తాయి. ఈ ఆలోచన ఆధారంగానే కొన్ని అంశాలను అనుబంధ విషయాలుగా వివరించే ప్రయత్నం చేశాం. పాఠ్యాంశాన్ని, దాని స్వరూపాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకునే ఈ ప్రయత్నం చేశాం. మరో సందర్భంలోనో, ఇంకో నేపథ్యంలోనో ఈ అంశాలను ప్రధాన భాగాలుగా ఖండాలలో చర్చించే అవకాశమూ లేకపోలేదు.

వాణిజ్య ప్రకటనలు ఏ ఒక్క మాధ్యమానికి సంబంధించిన అంశం కాదు. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ - మొదలయిన అన్ని మాధ్యమాలలో కనిపిస్తుంది. ఈ ప్రక్రియ రచనా లక్ష్యం ఒకటే అయినా మాధ్యమ లక్షణాల ఆధారంగా రూపొందించగలగాలి. డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు రెండూ భిన్నమైన ప్రక్రియలు. డాక్యుమెంటరీలలో 'వాస్తవికత' కనిపిస్తే, 'ఊహ'కు ఎనిమేషన్ ప్రక్రియగా సహకరిస్తుంది. ప్రధానమైన మాధ్యమా లన్నిటిలో వీటి ప్రస్తావన వస్తుంది. రచన విధానంలో కొద్దిపాటి తేడాలున్నా నిర్మాణ ప్రక్రియను బట్టి రచనను సర్దుబాటు చేసుకోగలగాలి. డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు మరోవైపు వ్యక్తిగత ప్రక్రియలుగానూ రూపు దిద్దుకొన్న నేపథ్యాన్ని గమనిస్తాం. ఈ నేపథ్యంలోనే వాటిని ప్రత్యేకించి అనుబంధ విషయంగా ప్రస్తావించాం. ఎడిటింగ్, ముద్రణ - ప్రచురణలు వాటికున్న ప్రత్యేకతలను ఆధారం చేసుకుని విడిగా చర్చించాం. విపులీకరించి చెప్పాలనే ఉద్దేశంలో ఈ మౌలిక విషయాల్ని పొందుపరిచాం.

మాధ్యమాల రచన పాఠ్యాంశం ఒక ప్రత్యేక లక్ష్యంతో రూపొందించే ప్రయత్నం జరిగింది. తెలుగు భాషా విద్యార్థులకు మాధ్యమాల రచన పట్ల ఒక అవగాహనను, ఒక ఆసక్తిని కలిగించాలనేదే మా యత్నం. మా ఈ ప్రయత్నానికి దోహదపడుతుందనే ఉద్దేశంతోనే మాధ్యమాల వర్తమానాన్ని ప్రస్తావిస్తూ భవిష్యత్తును ఊహించే ప్రయత్నమూ చేశాం. మాధ్యమాల ద్వారా లభించే అవకాశాలను విద్యార్థులు అర్థవంతంగా అందిపుచ్చుకోవాలనేదే ఈ పాఠ్యాంశం ప్రధాన ఆశయం కూడా.

BRAOU

BRAOU

భాగం-19 ముద్రణ, ప్రచురణలు

విషయక్రమం

19.0 ఉద్దేశం

19.1 ప్రవేశిక

192 పుస్తక ప్రచురణ - వికాసం

19.3 ముద్రణ, ప్రచురణలు

19.3.1 సాహిత్య సేవ

19.3.2 1947 తరువాత ప్రచురణాలయాలు

19.3.3 విద్యా సంస్థలు - అకాడమీలు

19.4 ప్రచురణ సంస్థలు, పుస్తక విక్రేతలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

19.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

19.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

19.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- పుస్తక ప్రచురణ వికాసానికి ముద్రణ, ప్రచురణల తోడ్పాటు
- తెలుగులో ప్రచురణ రంగం అభివృద్ధి
- ముద్రణ, ప్రచురణల సాహిత్య సేవ
- పుస్తక ప్రచురణలో విశ్వవిద్యాలయాలు, అకాడమీల కృషి
- తెలుగులో ప్రచురణ సంస్థలు, పుస్తక విక్రేతలు

19.1 ప్రవేశిక

వార్తాపత్రికల చరిత్రతోపాటే పుస్తక ప్రచురణను గురించి తెలుసుకోవడం అవసరం. గుటెన్‌బర్గ్ ముద్రణా విధానం ముద్రణ, ప్రచురణల రంగాన్ని సమాజ అవసరాలకోసం తీర్చిదిద్దింది. ముద్రణ, ప్రచురణ అనగానే మనకు స్ఫురించేది పుస్తక ప్రచురణ. తెలుగులో 1850 తర్వాత రూపందుకుంది. ముద్రణలో యంత్రాల అభివృద్ధి, అక్షరాల అచ్చుల పోతలో పరిణామాలు, ముద్రణ ప్రక్రియలు, రంగుల్లో ముద్రణ ఇలా ఎన్నో కీలకమైన విషయాలు ముద్రణా వ్యవస్థను అర్థం చేసుకునేటప్పుడు తెలుస్తాయి. 20వ శతాబ్దం చివరి రెండు దశాబ్దాల కాలంలో సాంకేతిక విప్లవం, సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం, కలిసి ముద్రణను పూర్తిగా మార్చివేశాయి. ప్రచురణల్లోనూ ఎన్నో కొత్త 'రూపురేఖలు' వచ్చాయి. కంప్యూటర్ కంపోజింగ్ సీసపు పోత అక్షరాలను తెరమరుగు చేసింది. డిజిటల్ టెక్నాలజీలు, ఇంటర్నెట్ వ్యవస్థలు డిటిపి, వెబ్,

డిజిటల్, ఎలక్ట్రానిక్ పద్ధతి ముద్రణ - ప్రచురణ విధానాల్ని చాటిచెప్పాయి. ముద్రణ - ప్రచురణల రంగం 'చలనశీలత' కలిగి ఉండే ప్రక్రియగా మనముందుకొచ్చి నిలబడింది.

భాషా సేవకు రచయిత ఎంత ముఖ్యుడో ప్రచురణకర్త, పుస్తక విక్రేత, పాఠకులు అంతే ముఖ్యులు. ఇందులో ఏ ఒక్కరి పాత్ర దెబ్బతిన్నా సాహిత్యాభివృద్ధి కుంటుపడుతుంది. మొట్టమొదట తెలుగులో వెలువడిన పుస్తకం రివరెండ్ బింజిమన్ షుల్జ్ అనే క్రైస్తవ వ్యక్తి "నూరు జ్ఞాన వచనాలు" జర్మనీ దేశంలోని "హాలి" అనే చిన్న గ్రామంలో ప్రచురించినట్లు తెలుస్తోంది. మొట్టమొదటి తెలుగు పుస్తకం ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో గాని, భారతదేశంలోగాని ప్రచురింపబడలేదంటే మనకెంతో ఆశ్చర్యం కలుగుతుంది. మన దేశానికి అచ్చు యంత్రం చైనా నుండి యూరప్ మీదుగా సెరంపూర్‌లో 1811 తరువాత మద్రాసు, బళ్లారి, విశాఖపట్టణం, పశ్చిమ గోదావరి జిల్లా నర్సాపురంలలో ప్రచురణ సంస్థలను ప్రారంభించాయి. ఆంగ్లేయులు తమ పాలనా సౌలభ్యం కోసం, మిషనరీలు తమ మత ప్రచారం కోసం ప్రాంతీయ భాషలు నేర్చుకోవలసి వచ్చింది. అందుకోసం 19వ శతాబ్దం ప్రారంభంలో వీరు నిఘంటువులు, వ్యాకరణాలపై పుస్తకాలు ప్రచురించారు. మత ప్రచారానికిగాను విరివిగా కరపత్రాలు ప్రచురించారు. ఆ రోజుల్లో సాహిత్య పత్రికలు ప్రాచీన కావ్యాలను ఫారాలుగా ప్రచురించేవి. ఆ ఫారాలను తరువాత ఒకటిగా బైండ్ చేసి అమ్మేవారు. పత్రికలలో ధారావాహికంగా వెలువడిన ఈ కావ్యాదులను చదివి ఆసక్తి కలవారు భద్రపరచుకునేవారు. ఈ విధంగా "వివేకవర్ధిని (1874)", "అముద్రిత గ్రంథ చింతామణి (1885)", "చింతామణి (1892)" మొదలైన పత్రికలు ప్రాచీన గ్రంథాలను మొదట భాగాలుగా ప్రచురించి తరువాత పుస్తకంగా బైండ్ చేసి పాఠకులకు అందించాయి. గురజాడ, జగ్గాడ శ్రీరామమూర్తి (1893) "రాజయోగి, ప్రబంధ కల్పవల్లి" అనే రెండు పత్రికలలో వివిధ ప్రబంధాలు ఫారాలు ఫారాలుగా ప్రచురించారు.

19.2 పుస్తక ప్రచురణ - వికాసం

వార్తాపత్రికల చరిత్ర అంతా కాస్త అటూఇటూగా నాలుగువందల సంవత్సరాలకే పరిమితం. మొదట ఇంగ్లండ్‌లో, తర్వాత ఫ్రాన్స్‌లో, అనంతరం అమెరికా తదితర దేశాలలో పత్రికా ప్రచురణ విస్తరించింది. ముద్రణకు సంబంధించిన యాంత్రిక (సాంకేతిక) అభివృద్ధి పత్రికల ప్రచురణను సులభతరం చేసింది. గూటెన్‌బర్గ్ ముద్రణ విధానం, మోర్స్ టెలిగ్రాఫ్, గ్రాహమ్‌బెల్ టెలిఫోన్, మార్కోని రేడియో పత్రికా రంగాన్ని పద్దెనిమిది - ఇరవయ్యవ శతాబ్దాల మధ్య విప్లవాత్మకంగా మార్చివేశాయి. తెలుగు పత్రికలకు దాదాపు 200 సంవత్సరాల చరిత్ర ఉన్నా ఇంచుమించు ఈ రకమైన ధోరణే ప్రచురణ విషయంలోనూ గమనిస్తాం. అచ్చుయంత్రం, అచ్చుగ్రంథాలు వాటితోపాటే అదేసమయంలో పత్రికలు ప్రారంభమవటం చూస్తాం. అంటే ముద్రణ, ప్రచురణ ఒకదానిమీద ఒకటి ఆధారపడి ఉంటాయి. మొదట్లో ఈ రంగం ఊపిరిపోసుకోవడంలో వ్యక్తుల కంటే సంస్థలే ముందుకొచ్చి సహకరించాయి. ఒకవిధంగా మతసంస్థలు ముందుండే ప్రయత్నం చేయడమూ కనిపిస్తుంది. ఇక్కడ మిషనరీల సహకారం ప్రధానంగా కన్పిస్తుంది. 19వ శతాబ్దంలో మొదలయిన ఈ ముద్రణ - ప్రచురణ ప్రక్రియ 1850 తర్వాత ఊపందుకుంది. ముద్రణ సౌకర్యం వృద్ధి చెందకముందు కాలంలో భారతీయులు వేల సంవత్సరాల పాటు తమ విజ్ఞాన సంపదను కాపాడుకున్న నేపథ్యం విశేషమైంది. తొలినాళ్లలో (వేదకాలంలో) గురువు నుంచి శిష్యుడికి ఒక పరంపరగా ముందుతరాలకు జ్ఞానాన్ని అందించడం కోసం కంఠస్థం చేసేవారు. జ్ఞాపకశక్తితోటే వేల సంవత్సరాల కాలం వేదవిజ్ఞానాన్ని వారసత్వంగా కాపాడారు. శతాబ్దాల పాటు భారతదేశంలో రచనారూపాలు 'శాసనాలలో' రావడం ఆ తర్వాత ఎప్పుడోగానీ సాధ్యపడలేదు.

వృక్షాల నుంచి తీసిన బెరడు మీద, ఆకుల మీద, తాటి ఆకుల మీదా ఆ తర్వాత రాస్తూండేవారు. 19వ శతాబ్దం తొలినాళ్లలో తాటి ఆకుల మీద రాయడం కన్పించడాన్ని గమనించినట్లు చరిత్రకారులు చెప్పారు. ఎటొచ్చీ 19వ శతాబ్దం మధ్యకాలం నుంచే పుస్తకాలను అచ్చువేసుకోవడం, ప్రచురించడం జరుగుతున్నది. లిఖించిన ఒక ఆకృతిని ముద్రగా రూపొందించి, దాన్ని ఏదైనా పత్రం మీద సిరా, కాటుక, మరేదైనా నల్లరంగో పూసి ముద్రపడేలా అచ్చొత్తడం మనదేశంలో ఉండేదని చెప్పుకోవచ్చు. ముద్రణ అనే 'శబ్దం' ముద్ర నుంచి వచ్చినదే. రాజముద్రలు వాడటం చైనాలో క్రీస్తుపూర్వం 1324లో ఉండేదని పరిశోధకులు నిర్ధారించారు. క్రీస్తుశకం 868లో చైనీయులు పుస్తకాన్ని అచ్చువేశారనీ అంటారు. ముద్రణ చరిత్రలో బహుశా అదే మొదటి పుస్తకంగా చెప్పుకోవచ్చు. అక్షరాల వంటి ఆకృతులను ఒకే ఒక దిమ్మ మీదనో, చెక్కమీదనో పట్టినంతవరకు లిఖించి అచ్చువేసేవారని తెలుస్తుంది. పుస్తకమంటే ఇప్పటిలా కొన్ని పేజీలతో ఉండేవి

కాదు. ఒక పొడవాటి పత్రాన్ని చుట్ట చుట్టి పుస్తకంగా భావించేవారు. చెక్కమీద లోతుగా చెక్కడం, చెక్కమీద సిరాపూసి అచ్చొత్తడం చేసేవారు. అక్షరాలు తెల్లగా పడి మిగతా భాగం సిరా రంగులో కన్పించేది. క్రమేపీ చెక్కమీద అక్షరాలు ఉబ్బెత్తుగా ఉండేలా చేస్తూ మట్టితోనో, చెక్కతోనో, లోహంతోనో అక్షరం అక్షరంగా కన్పించేలా చేసిన ప్రతిభ చైనీయులదే.

చైనీయుల కృషిని మరింత ముందుకు తీసుకెళ్లాయి కొరియా, జర్మనీ వంటి దేశాలు. ముద్రణను ఒక కళగా, ఒక పరిశ్రమగా తీర్చిదిద్దే కృషి చేశాయి. 1403 నాటికే కొరియా రాజు అచ్చుకోసం లోహంతో అక్షరాలను తయారుచేశాడు. దీనికి తోడు జర్మనీ దేశస్థుడు గూటెన్‌బర్గ్ అచ్చువేసే సదుపాయాన్ని సృష్టించగలిగాడు. క్రీ.శ. 1450లో గూటెన్‌బర్గ్ తొలి పుస్తకాన్ని అచ్చువేశాడు. అచ్చువిధానం కనుగొన్న వ్యక్తిగా గూటెన్‌బర్గ్ వైజ్ఞానిక చరిత్రలో స్థానం పొందాడు. అప్పటినుంచి ముద్రణ సౌకర్యాలు పరిణామం చెందుతూనే ఉన్నాయి. ఒక పేజీనే ముద్రించగలిగే స్థాయి నుంచి పెద్ద సంఖ్యలో ఒకేసారి కొన్నిపేజీలు ముద్రించే సౌలభ్యమూ ఏర్పడింది. తీగల ద్వారాను, తీగలు లేకుండా సమాచారాన్ని ఒకచోటి నుంచి మరోచోటికి పంపించగలిగే సామర్థ్యం ఏర్పడింది. వైజ్ఞానిక సదుపాయాలు కృత్రిమ ఉపగ్రహాలు, కలిసి ముద్రణను అనేకచోట్ల ఒకేసారి 'ముద్రించే' సామర్థ్యాన్ని తెచ్చిపెట్టాయి. వేలకొద్దీ పేజీలను గంటలోనే ముద్రించగల సత్తాను కల్పించాయి. ప్రచురణ వేగం పెరగటంతోపాటు, నాణ్యత, పరిమాణం ఎన్నో రెట్లు పెరగడమూ కన్పిస్తోంది. ఇవాళ్టి రోజున ముద్రణ, ప్రచురణ స్పృశించని రంగం ఏదీ లేదని చెప్పడంలో అతిశయోక్తి ఉండదు. పుస్తక ప్రచురణలో, పత్రికల ప్రచురణలో ఈ పరిణామం మన అనుభవంలోనిదే. మొదట్లో 'ఫ్యాక్సిమిలీ' పద్ధతి కల్పిస్తే, ఇప్పుడు కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానమూ ఈ రకమైన అత్యాధునిక సౌలభ్యాన్ని కల్పిస్తున్నాయి. అయితే ముద్రణరంగంలో వచ్చిన మార్పులు పారిశ్రామిక, వైజ్ఞానిక విప్లవాలలో అంతర్భాగమే అని గుర్తుంచుకోవాలి. లెటర్ ప్రెస్‌తో ప్రారంభమయిన ముద్రణ, ప్రచురణలు రోటరీ, ఆఫ్‌సెట్ విధానాలను దాటి డిజిటల్ ముద్రణ దిశగా సాంకేతిక ప్రవాహంలోంచి వడివడిగా పరిణామాలు వచ్చి చేరుతున్నాయి. 21వ శతాబ్దం మొదటి దశాబ్దం చివరికల్లా మన ముందున్న ముద్రణా రంగం ఉన్న స్థితి ఇది. ఈ స్థితి నిలకడగా మాత్రం లేదు. నిరంతర చలనావస్థలో మార్పుల్లో పడి పరిణామదిశగా కొనసాగుతూనే ఉంది. డెస్క్‌టాప్, వెబ్, మొబైల్, ఎలక్ట్రానిక్ ప్రచురణ విధానాలు ఇ-బుక్‌లను, ప్రింట్ ఆన్ డిమాండ్ ఎక్సెసిబుల్ పబ్లిషింగ్ వంటి రూపాల్లో మనం గుర్తిస్తాం. మందకొడితనం, దృష్టిలోపాలున్న తదితర పాఠకవర్గానికి బ్రెయిలీ, ఆడియో ఇ-బుక్‌ల వంటి ప్రత్యేక రచన / ప్రచురణల రూపాలను చూస్తాం. ఇవన్నీ కూడా ముద్రణ, ప్రచురణ రంగంలో వచ్చిన పరిణామాలకు ప్రతిరూపమనే చెప్పాలి.

తెలుగు మాట్లాడే ప్రాంతాల్లో తెలుగు పుస్తకాలు, పత్రికల ముద్రణ ఎక్కడెక్కడ ఎప్పుడెలా ప్రారంభమైనదీ తేల్చి చెప్పడం సాధ్యం కాదు. తెలుగులో అక్షరాలు కూర్చి ముద్రించే విధానం మొదలయిన సమయాన్ని కచ్చితంగా ఎవరూ చెప్పడం సాధ్యం కాదు. తెలుగులో ముద్రణ పైన కొనసాగిన పరిశోధనలు తెలుగులో ముద్రణ మాత్రం తెలుగునాట ప్రారంభం కాలేదని చెప్తున్నాయి. తెలుగులో రాసిన పుస్తకాల ముద్రణ, ప్రచురణ మొదట జర్మనీలో, ఆ తర్వాత కలకత్తా సమీపంలోని 'సిరాంపూర్'లో జరిగినట్టు తెలుస్తుంది. తెలుగులో అక్షరాలు పోతపోసి తయారుచేసే పద్ధతి కూడా సిరాంపూర్ (శ్రీరాంపూర్)లోనే 19వ శతాబ్దం మొదట్లోనే మొదలయినట్టు గుర్తించగలం. మనదేశంలో కూర్పుచేసిన అక్షరాలతో ముద్రణ విధానం 1806లో ప్రారంభమైంది. అయితే 1830 ప్రాంతాల్లోనూ తెలుగులో ముద్రణ పెద్దగా ముందుకు జరగలేదని బ్రౌన్ భావించారు. 1835లో కొన్ని సంస్కృత, తెలుగు కావ్యాల ముద్రణ మద్రాసులో జరిగిందనీ బ్రౌన్ గుర్తించిన సమాచారమే! ఈ నేపథ్యంలో ముద్రణ, ప్రచురణ కలిసికట్టుగానే నడిచాయి అనేది నిర్వివాదాంశం. పత్రికలు ప్రారంభించాలన్నా, పుస్తకాలను ప్రచురించాలన్నా ముద్రశాలలను అప్పట్లో తమంతతాముగానే స్థాపించుకునేవారు. మొదట్లో చేతితో నడిపే అచ్చుయంత్రాల మీద ముద్రించేవారు. ఆ తర్వాత ఒక సిలిండర్‌ను ఉపయోగించడం ద్వారా ముద్రణలో కొంచెం వేగాన్ని పెంచడం చేశారు. ముద్రణ యంత్రాలలో సిలిండర్‌ల సంఖ్యను పెంచడం, రోటరీ యంత్రాల వాడకం మొదలైన మార్పుల వల్ల వేలలో పత్రికలను వేగంగా ముద్రించే అవకాశం ఏర్పడింది. ఆఫ్‌సెట్ ముద్రణతో రంగుల్లో ముద్రించే ఆస్కారం లభించింది. పత్రికలు, పుస్తకాల ముద్రణ చాలాకాలం వరకు లెటర్‌ప్రెస్, రోటరీ యంత్రాల ద్వారా కొనసాగేది. ఆఫ్‌సెట్ ముద్రణలో రంగుల పేజీలు, పుస్తకాల మీద రంగుల కవర్ పేజీలు రావడం మొదలైంది. కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానం తోడవటంతో 1980లో మొదలయిన ముద్రణ విప్లవం 21వ శతాబ్దం మొదలు నాటికి పతాకస్థాయికి చేరింది. ముద్రణలో వేగం పెరిగింది. ఉపగ్రహాల సహాయంతో ఫాక్సిమిలీ పద్ధతిలో ఒకే పేజీని వివిధ ప్రదేశాల్లో ముద్రించే వెసులుబాటు ఏర్పడింది. రంగుల్లో ముద్రించే అవకాశాలు బాగా

B RAOU

పెరిగాయి. రంగుల ఎంపికలో వేలాది రంగుల కాంబినేషన్లు వచ్చాయి. కొత్త పద్ధతిలో, కొత్త యంత్ర పరికరాలతో అచ్చుకోసం వాడాల్సిన సైజు పుటలను సుమారుగా నిర్ణయించుకోవడం తప్పనిసరైంది. క్రౌన్, డెమీ సైజు పేపర్లను అర, పావు ఇలా కావాల్సిన సైజులో (నిర్ణాయకమైన రూపు / పేరల్లుగా) ముద్రించే అవకాశం ఏర్పడింది. అయితే ఈ విషయంలో ఇప్పటికీ ఎంతో సందిగ్ధత ఉంది. 'అచ్చు' కూర్పు కూడా గత పంది సంవత్సరాలలో గుర్తుపట్టలేనంతగా పరిణామం చెందింది. సీసపు అక్షరాలతోనే కొన్ని దశాబ్దాలపాటు ముద్రణ జరిగింది. ఫొటో కంపోజింగ్, కంప్యూటర్ కంపోజింగ్ వంటివి ఎంతో ఆధునికతను ముద్రణకు ముఖ్యంగా అచ్చు కూర్పుకు తెచ్చిపెట్టాయి.

ముద్రణ రంగం పెంపొందడానికి ప్రారంభంలో సీసపు రాగి లోహ మిశ్రమాన్ని వాడేవారు. 1884 మోనోటైపు యంత్రంతో సీసపు అక్షరాల్ని కూర్చుకొనే అవకాశం ఏర్పడింది. [illegible] వరకు ఆంధ్రపత్రిక, ఆంధ్రప్రభ వంటి పత్రికలు మోనోటైపులనే వాడుతుండేవి. ఈ విధానంలో ఏరోజుకారోజు సీసాన్ని మళ్ళీ కరిగించి కొత్త టైపులు తయారుచేసేవారు. ఇది అక్షరాల అచ్చులో నాణ్యతను, [illegible] అవకాశాన్ని కల్పించింది. ఈనాడు మాత్రం చేతితో అచ్చు అక్షరాలను కూర్చే పద్ధతికి కాలంచెల్లింది. అయితే నరాసరి ఫొటో కంపోజింగ్ విధానానికి ఈనాడు [illegible] ముద్రణ [illegible] ఒక కొత్త [illegible] ముద్రణా రంగంలో డెస్క్ టాప్ ప్రింటింగ్ ఒక కీలక పరిణామం. కంప్యూటర్ [illegible] టైపుల వాడకం కనుమరుగైనట్లేనని చెప్పుకోవాలి. అక్షరాల అచ్చు [illegible] జరిగిన కృషి [illegible] గుర్తుకోవాలి. రెండు దశాబ్దాల నుంచి కొనసాగుతున్న [illegible]

[illegible] ఒక ప్రత్యేక [illegible] 'ఫాంట్స్' అని పేరు. దీన్నే అక్షరముఖ శ్రేణి అని కూడా పిలుస్తారు. [illegible] ఇంగ్లీషులో [illegible] తొలిరోజుల్లో జర్మనీలో తయారుచేసిన అక్షరాలే కొన్ని దశాబ్దాలపాటు [illegible] ముద్రణాలయాలు, పత్రికలు తమకు కావాల్సిన ఫాంట్లను [illegible] ప్రయత్నాలు [illegible] తక్కువ చోటులో ఎక్కువ అక్షరాలను కూర్చి ఎక్కువ [illegible] 2003 నాటికి వివిధ భాషల్లో డజన్లకొద్దీ ఫాంట్లు ఇంటర్నెట్‌లో [illegible] స్వయంగా తమ వాడకం కోసం తయారు [illegible] ఫాంట్లకు [illegible] ముద్రణ, ప్రచురణల విషయంలో అచ్చునాణ్యతలు, [illegible] ఫాంట్ల ప్రత్యేకతలు, కంపోజింగ్ విధానాల ద్వారా లభించిన సౌలభ్యాలు పత్రికా రచన, పత్రికల లేఅవుట్ రూపకల్పనల [illegible] మార్పుల్ని తెచ్చిపెట్టాయి. పత్రికల నిర్వహణను, పుస్తక ప్రచురణ విక్రయాలను [illegible] ప్రభావితం చేశాయి. ముద్రణ, ప్రచురణలు (అవి పత్రికలయినా, పుస్తకాలయినా) గురించి అధ్యయనం చేస్తున్నారు [illegible] క్రమంగా ప్రగతిని సమీక్షించుకోక తప్పదనే ఉద్దేశంతోనే ఈ చర్చను [illegible] రచన పట్ల అభిరుచి ఉంటే గనుక ఈ పరిణామాన్ని [illegible] అధ్యయనం చేయగలగాలి. పుస్తక ప్రచురణలో కొనసాగుతున్న కృషినీ, ప్రచురణాలయాల [illegible] సమీక్షించుకోవాలి. పుస్తక ప్రచురణ ఎంత ముఖ్యమో దాని విక్రయం కూడా అంతే ముఖ్యమని [illegible] ప్రయత్నమూ చేయాలి. ముద్రణ, ప్రచురణ అంటే [illegible] పుస్తక [illegible] ముద్రణ, ప్రచురణలు ఒకవిధంగా 'కలిసికట్టుగా' [illegible] ప్రత్యేకించి ఒక ప్రచురణ ప్రక్రియకు ప్రాతినిధ్యం [illegible] చెప్పుకోవచ్చు. [illegible] ప్రచురణ, అనుబంధిత ముద్రణాలయాలు మన దృష్టిలోకి వస్తాయి.

[illegible] ముద్రించే ముద్రణాయంత్రాల సహకారంతో [illegible] భాగాలుగానూ చెప్పుకోవచ్చు. [illegible] 'పుస్తకం'గా వర్ణించవచ్చు. కరపత్రం [illegible] కూడా వస్తుంది. డిటిపి, ఇంటర్నెట్, [illegible] ప్రచురణల భావన, పరిధి అన్నీ కూడా ఇంచుమించు [illegible] విస్తృతి భిన్నమైంది. పుస్తక ప్రచురణ [illegible] ఒక నిర్ధారిత స్థాయి వార్షిక విక్రయాల లక్ష్యంతో

ప్రచురణలను చేపట్టే సంస్థగా 'పుస్తక ప్రచురణ'ను చెప్తారు. దీన్నే ఇంగ్లీషులో 'స్మాల్ ప్రెస్' అంటారు. ప్రచురణకర్తలుగా ఈ సంస్థలు ప్రచురణకు రచనల ఎంపిక, కూర్పు, మార్కెటింగ్, పంపిణీ మొదలయిన విధుల్ని నిర్వహిస్తాయి. సంస్థలే కాకుండా వ్యక్తులు, విద్యాలయాలు, పరిశోధనాలయాలు ఎవరైనా రచనలను పుస్తకరూపంలో ప్రచురణ చేసి పంపిణీని చేపట్టవచ్చు. రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్ వంటి మాధ్యమాల నుంచి గట్టి పోటీ ఎదురయినా సమాచార వితరణలో సమర్థవంతమైన పాత్రనే నిర్వహిస్తున్నాయి. పుస్తక ప్రచురణలో - రచనా ప్రతి అచ్చురూపంలో పేర్చడం, చిత్రాల్ని పొందుపర్చడం, కవర్‌పేజీ రూపకల్పన, ముద్రణ, పంపిణీ దశలు ప్రధానంగా ఉంటాయి. ప్రచురణ ఒక విధంగా వృత్తి కాదు, ఒక పరిశ్రమ. ప్రచురణ సంస్థ ఆయా విద్యా సంబంధ (రచన) అంశాలపట్ల అభిరుచితోపాటు యాజమాన్య నైపుణ్యాలను కలిగి ఉండాలి. యునెస్కో సమాచారం ప్రకారం భారతదేశంలో పుస్తక ప్రచురణ పరిశ్రమ పెద్దదే. 24 గుర్తింపు పొందిన భాషల్లో పుస్తక ప్రచురణ కొనసాగుతోంది. ఆంగ్లభాషలో ప్రచురించే పుస్తకాల సంఖ్యను బట్టి అమెరికా, బ్రిటన్ తర్వాతి స్థానం మనదే. దాదాపు 150 దేశాలలో మన దేశంలో ప్రచురించిన పుస్తకాలు అమ్ముడవుతున్నాయి. ప్రచురణలో ముఖ్యంగా ముద్రణలో వివిధ రకాల ముద్రణా విధానాల్ని చూస్తాం. ముద్రణకు వినియోగించే సాంకేతిక సాధనాలు, సాంకేతిక పద్ధతులను బట్టి వీటిని వర్గీకరిస్తారు. భారతదేశంలో ముద్రణ-ప్రచురణ 'ఒక వాణిజ్యపరమైన కార్యకలాపంగా రూపుదిద్దుకొంది. ప్రపంచంలో ముద్రణా వ్యవస్థలో వస్తున్న మార్పుల్ని .... అందుకుంటోంది. ముద్రణా విధానాల్లో మనదేశంలోనూ, తెలుగు ముద్రణా రంగంలోనూ వస్తున్న మార్పులు, ఆధునీకరణలు గమనిస్తే దీన్ని గుర్తిస్తాం. 'లెటర్ ప్రెస్' ముద్రణా విధానం అతి పురాతన విధానం. ఆఫ్‌సెట్ ముద్రణ విధానం బాగా ప్రాచుర్యం పొందిన విధానం. స్క్రీన్ ప్రింటింగ్, గ్రావ్యూర్ ముద్రణ, ఫ్లెక్సోగ్రఫీ, ఎంబాసింగ్, డిజిటల్ ముద్రణ మొదలైనవి కొన్ని. డిజిటల్ ముద్రణ విధానం అత్యంత ఆధునికమైంది. మిగతావాటికి మల్లే ప్లేటులు, ఫిల్ములతో పనిలేకుండా 'డిజిటల్ సమాచార ఫైల్స్ ఆధారంగా కంప్యూటర్ సహాయంతో ముద్రణ ప్రక్రియ ఉంటుంది. అత్యంత వేగవంతమైన ముద్రణ విధానం. ఈ ముద్రణ - ప్రచురణ విధానాలన్నీ దశలవారీగా మారుతూ వచ్చినవే. ఈ దిశగా మార్పులు ఇంకా కొనసాగుతూనే ఉన్నాయి. పుస్తక ప్రచురణలో 21వ శతాబ్దం విప్లవాత్మకమైన మార్పుల్నే తెచ్చిపెడ్తుంది. ముద్రణ, ముద్రణ విధానాల్లో వచ్చిన కొత్తదనాలతోపాటు సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఇచ్చిన సౌలభ్యాలతో ముద్రణకు ఒక అందాన్ని తెచ్చిపెట్టగలిగాయి. ఉపగ్రహాలు, డిజిటల్ సాంకేతికత వంటివి కొత్త నిర్వచనాల్ని ముద్రణకు ఇస్తున్నాయి. ఇ-బుక్, ప్రింట్ ఆన్ డిమాండ్, అందుబాటు ప్రచురణ వంటి కొత్త ప్రచురణ విధానాలు ఊపందుకున్నాయి. గూగుల్, ఎమెజాన్.కామ్ వంటి ఇంటర్నెట్ సంస్థలు పుస్తక ప్రచురణలో పెద్ద ఎత్తున కృషి చేస్తున్నాయి. ప్రత్యేక విద్యావసరాల కోసం ముద్రణ కొనసాగుతోంది. బ్రెయిలీ, డైసీ, ఆడియో పుస్తకాలు, ఇ-బుక్స్ వంటివి చాలా ముద్రణ రకాలు. 'హరిత ప్రచురణ' అనే భావన మన చుట్టూ పర్యావరణంలో సమతుల్యాన్ని కాపాడే పనిచేస్తుంది. డిటిపి, వెబ్, మొబైల్, ఎలక్ట్రానిక్ తదితర ముద్రణ పరికరాలు అందుబాటులోకి వచ్చాయి. వాటిని సరిగ్గా వాడుకునే దిశగా మనం కృషి చేస్తున్నాం. ముద్రణ కేవలం పుస్తక ప్రచురణకే పరిమితం కాలేదు. లేబుళ్ళ ముద్రణ, పాకేజింగ్ పరిశ్రమలో కూడా అవసరమే. సమాజానికి విజ్ఞానాన్ని, సమాచారాన్ని ముద్రణ ఎలా అందుబాటులోకి తేగలిగిందో అదేవిధంగా ఉత్పత్తుల ప్రకటనల విషయంలో, ఉత్పత్తులను పాక్ చేయడంలో ఉపయోగించే పెట్టెలపైన ముద్రణకు ఉపకరిస్తోంది.

మనదేశంలో పుస్తక ప్రచురణ కళాత్మక విలువల్ని సాధించుకుంది. కేవలం రచన ప్రక్రియలోనే కాకుండా పుస్తకాల డిజైన్‌లు, తయారీలో అంతర్జాతీయ ప్రమాణాల్ని సొంతం చేసుకుంది. పుస్తక ప్రచురణలో సంపాదకుడు, డిజైనర్ల పాత్రా కీలకమైంది. పుస్తక ప్రచురణ కోసం మీరు చేస్తున్న కృషి నాణ్యతా విలువల్ని ఈ పరిశ్రమ తెచ్చిపెట్టింది. దేశీయ పుస్తక ప్రచురణ సంస్థలకే కాకుండా ఇతర భారతీయ భాషలకు పుస్తక ప్రచురణ కర్తల సంఘాలు ఉన్నాయి. జాతీయస్థాయిలో భారతీయ పుస్తక ప్రచురణకర్తల సమాఖ్య కూడా ఏర్పడింది. దీనికి అంతర్జాతీయ ప్రచురణకర్తల సంఘం గుర్తింపు ఉంది. పుస్తక ప్రచురణలో నాణ్యతావిలువల్ని పెంచడమే కాకుండా కాపీరైట్ రక్షణ, ప్రచురణలో స్వేచ్ఛ, స్వేచ్ఛాయుత లభ్యత వంటి లక్ష్యాల కోసం పనిచేస్తున్నాయి. అంతర్జాతీయ పుస్తక ప్రచురణ సంస్థలు తమ కార్యకలాపాల్ని భారతదేశంలోనూ చేపట్టాలని ప్రయత్నిస్తున్నాయి. పుస్తక ప్రచురణకు పెరుగుతున్న ఆదరణకు ఇదొక నిదర్శనంగానే మనం భావించాలి. తెలుగులో ముద్రణ - ప్రచురణల విషయంలో సి.పి. బ్రౌన్, వావిళ్ళ రామశాస్త్రులు అండ్ సన్స్, ఎమెస్కో బుక్స్, ఎమ్.ఎన్. రావు, చందమామ ప్రచురణలు, తెలుగు అకాడమీ, ఈనాడు వంటి సంస్థలతోపాటు వ్యక్తిగత స్థాయిలోనూ కొందరు రచయితలు ముద్రణ ప్రచురణలు 'పుస్తక ప్రచురణకు పర్యాయపదంగా నిలబడేలా

BRAOU

చేశారు. పుస్తక ప్రచురణ రంగంలోకి సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వేగంగా విస్తరిస్తున్న తరుణంలో డెస్క్‌టాప్, వెబ్, మొబైల్, ఎలక్ట్రానిక్ ప్రచురణ పద్ధతులు తెలుగులో ముద్రణ ప్రచురణలకు కొత్తదారుల్ని వేస్తాయని చెప్పడంలో తప్పేమీ ఉండదు. ఇంతవరకు కొనసాగిన సాహిత్యసేవ భవిష్యత్తులో ప్రచురణ రంగంలో కొత్త అవకాశాలకు, కొత్త ఆవిష్కరణలకు దారినేర్పరుస్తుందనే భావించవచ్చు.

19.3 ముద్రణ ప్రచురణలు

1812లో సి.పి.బ్రౌన్ నూతన పద్ధతులను అవలంబించి ఆంధ్ర నిఘంటువును ఇంగ్లీషు, తెలుగులో ప్రచురించారు. ఈయన 1829లో వేమన శతకాన్ని ఇంగ్లీషులోకి అనువదించి ప్రచురించారు. ఆ రోజుల్లో సుప్రసిద్ధ కవులు, రచయితలు ఎన్నో గ్రంథాలను ప్రచురించి తెలుగు పుస్తక పరిశ్రమకు తోడ్పడ్డారు. అయితే అప్పట్లో వ్యాపారరీత్యా ప్రచురణకర్తలు ఎవరూ పుస్తకాలను ప్రచురించేందుకు ముందుకు వచ్చేవారు కాదు. పుస్తక ప్రచురణకు కవులకు, రచయితలకు - రాజులు, జమిందార్లు ఆర్థిక సహాయం చేసేవారు. ఇలా సహాయం చేసిన వారికి ఆ రచయితలు వారి పుస్తకాన్ని అంకితం చేసేవారు.

1812 నుండి 1900 సంవత్సరం వరకు దాదాపు 2000 పుస్తకాలు ప్రచురించబడినట్లు "ఆంధ్రవాఙ్మయ సూచిక"లో శ్రీ కాశీనాధుని నాగేశ్వరరావు తెలియజేశారు. 20వ శతాబ్దంలో వచ్చిన పుస్తకాల్లో ఎక్కువ భాగం స్తోత్ర గ్రంథాలు, శతక సాహిత్యం, కథలు, భక్తి, నీతి, వేదాంతం, మతపరమైన గ్రంథాలు వున్నాయి. ఆ తరువాత చరిత్ర, భూగోళం, పద్య కవిత్వం, గేయాలు, ప్రహసనాలు, జీవిత చరిత్రలు, నవలలు, ప్రబంధాలు, నాటకాలు, బాలసాహిత్యం, యక్షగానాలు మొదలైనవి వున్నాయి.

1805లో పరవస్తు చిన్నయ సూరి బాల వ్యాకరణం, నీతి చంద్రిక రాశారు. 1860-1916లో ఆకొండి వ్యాసమూర్తి శాస్త్రి భారతం 13 పర్వాలు, నైషధాంధ్రీకరణం గ్రంథాలను ప్రచురించారు.

1895లో మారేపల్లి రామశాస్త్రి కళాభిలాషక సంఘం అనే తొలి గ్రంథమాల ప్రచురణ సంస్థను ప్రారంభించారు. 1905లో కొమర్రాజు వెంకట లక్ష్మణరావు విజ్ఞాన చంద్రికా మండలి అనే ప్రచురణ సంస్థను స్థాపించి శివాజి చరిత్ర, అబ్రహాం లింకన్, బెంజిమన్ ఫ్రాన్క్లిన్ వంటి మహోత్తముల జీవిత చరిత్రలు, నవలలు, ఇతర విజ్ఞాన దాయక గ్రంథాలు ప్రకటించారు. చిలుకూరి వీరభద్రరావు ఆంధ్రుల చరిత్ర, వేమూరి విశ్వనాథశాస్త్రి రసాయన శాస్త్రం, మంత్రి ప్రగడ సాంబశివరావుచే పదార్థ విజ్ఞాన శాస్త్రం, డా॥ కట్టమంచి రామలింగారెడ్డి అర్థశాస్త్రం, డా॥ లక్ష్మీపతిచే ఆరోగ్య విషయాలపైన పుస్తకాలను ప్రచురించారు. లక్ష్మణరావు ఇతర రాష్ట్రాలలో వుండి ప్రచురణ పద్ధతులను ఆకళించుకున్న వారు కనుక వెలువడిన పుస్తకాలను అడ్వర్‌టైజ్ చేయడం, చందాదార్లను చేర్పించి సంవత్సరానికి కొన్ని వందల పేజీలు పుస్తకాల రూపంలో లభించేటట్లు చేసి విజ్ఞాన ప్రచారం చేశారు. ఈ సంస్థ ప్రచురించిన గ్రంథాలు ఆంధ్ర భాషకు చాలా సేవ చేశాయి. వీరి గ్రంథాలు జాతీయోద్యమానికి కూడా తోడ్పడ్డాయి. 1908లో బందరులో "ఆంధ్ర భాషాభివర్ధని గ్రంథమాల" స్థాపించబడి వివేకానంద స్వామి జీవిత చరిత్ర మొదలైన గ్రంథాలను ప్రకటించింది. 1911లో "ఆంధ్ర ప్రచారిణి గ్రంథమాల" నిడదవోలు రామచంద్రారెడ్డి ఆధిపత్యంలో స్థాపించబడి వెంకట పార్వతీశ్వర కవులు రాసిన అనేక గ్రంథాలను ప్రకటించింది. ఈ గ్రంథమాల ప్రకటించిన అనేక నవలలో అత్యధిక భాగం ఆంగ్లం, బెంగాలీ, కన్నడ భాషల నుంచి పరివర్తనాలే. 1911లో పిఠాపురం మహారాజు, జయంతి రామయ్య పంతులు, వేదం వెంకట్రాయశాస్త్రి "ఆంధ్ర సారస్వత పరిషత్తు" అనే సంస్థను ఏర్పర్చి గ్రాంథిక భాషా ప్రచారానికి తీవ్రకృషి చేశారు. ఇదే కాలంలో గురజాడ అప్పారావు, గిడుగు రామమూర్తి బరంపురం మొదలు మద్రాసు వరకు గల ప్రదేశాలలో పర్యటించి వ్యావహారిక భాషకు తగిన ప్రచారాన్ని చేశారు. వ్యావహారిక భాషకు చేసే ప్రచారాన్ని ఎదుర్కోవడానికి "ఆంధ్ర సారస్వత పరిషత్" ప్రయత్నించింది. "ఆంధ్ర చంద్రిక పరిశోధక మండలి" అనే పేరుతో రాజమండ్రిలో రాళ్లబండి సుబ్బారావు, భావరాజు వెంకట కృష్ణారావు, మారేమండ రామారావు గార్లు ముఖ్యులుగా ఒక ప్రచురణ సంస్థ స్థాపించబడింది. పిఠాపురం వద్ద చిత్రాడలో వంగూరి సుబ్బారావు ఆధిపత్యాన "రామ విలాస గ్రంథమాల" ప్రారంభమై నవలలను ప్రచురించింది. రాజమండ్రిలో అద్దేపల్లి లక్ష్మణస్వామి అధ్యక్షతన "సరస్వతి గ్రంథ మండలి" స్థాపించబడి కొన్ని నవలలు ప్రకటించింది.

BRAOU

1918-19 మధ్యకాలంలో తెనాలిలో తల్లావఝ్జల శివశంకర శాస్త్రి, దేవులపల్లి కృష్ణశాస్త్రి, నోరి నరసింహశాస్త్రి, కోమండూరి కృష్ణమాచార్యులు మొదలైన వారి గ్రంథాలు ప్రచురింపబడినవి. 1921లో కాశీనాథుని నాగేశ్వరరావు "ఆంధ్ర పత్రిక"ను బొంబాయి నుంచి మద్రాసుకు తరలించిన తరువాత "ఆంధ్ర గ్రంథమాల"ను ప్రారంభించారు. దీనిలో వారి భగవద్గీత వ్యాఖ్యానం, బసవపురాణం, పండితారాధ్య చరిత్ర వంటి గ్రంథాలు ప్రచురించారు. 1939లో గుండువరపు హనుమంతరావు "హైదరాబాదు ఆంధ్రకేసరి గ్రంథమాల" మొదలైన సంస్థలు చేసిన సాహిత్య సేవ ఎంతో గణనీయమైంది. 1945 ప్రాంతాల్లో ముఖ్యంగా రెండో ప్రపంచ యుద్ధకాలంలో ప్రభుత్వం సైనికుల కాలక్షేపం కోసం పుస్తకాలను విరివిగా కొనేది. నవలలు చదవడం తప్పుగా భావించే ఆ కాలంలో జంపన, కొవ్వలి నవలలు దొంగతనంగానైనా చదివేవారు చాలా మంది వుండటంతో నవలల ప్రచురణకు గుర్తింపు వచ్చింది. ఈ కాలంలోనే రచయితల సంఘాలలో అభ్యుదయ రచయితల సంఘం చేసిన కృషి ప్రశంసించదగినది. ఈ సంఘం నూతన ఆశయాలతో బయలుదేరి అనేక మంది యువ రచయితలను ప్రోత్సహించి, వారిచే అనేక అభ్యుదయ గ్రంథాలను రాయించి, ప్రచురించి ప్రోత్సహించింది. ఇది ముఖ్యంగా వీరేశలింగం, గురజాడ, గిడుగు గ్రంథాలను విరివిగా తెచ్చింది. 1942లో స్థాపించబడిన ప్రజాశక్తి ప్రచురణాలయం దాదాపు 300 గ్రంథాలను ప్రకటించి అభ్యుదయ సాహిత్యానికి ప్రధాన కేంద్రం అయింది. అనేక మార్క్సిస్టు, రాజకీయ గ్రంథాలనేకాక చరిత్ర, ఆరోగ్యం, వైద్యం, సామాజిక శాస్త్రం, వివిధ విషయాలపై అభ్యుదయ సాహిత్య గ్రంథాలు అనేకం ప్రచురించింది. ఈ ప్రచురణాలయం వీరేశలింగం, గురజాడ గ్రంథాలను విశేష ప్రచారంలోకి తెచ్చింది. 1948లో ప్రభుత్వం కమ్యూనిస్టు పార్టీని నిషేధించడం వల్ల ప్రచురణాలయం ప్రచురించిన గ్రంథాలను స్వాధీనం చేసుకోవడం వల్ల మూసివేయడం జరిగింది. 1947లో ప్రాంతీయ భాషలలో వివిధ విజ్ఞాన విషయాలకు సంబంధించిన గ్రంథ రచయితలను ప్రోత్సహించాలనే ఆశయంతో మద్రాసు ప్రభుత్వం "తెలుగు భాషా సమితిని" ఏర్పరచి తెలుగు విజ్ఞాన సర్వస్వం సంపుటాలుగా వెలువరించింది.

BRAOU

19.3.1 సాహిత్య సేవ

1812లో వావిళ్ల రామస్వామి శాస్త్రులు ప్రారంభించిన ముద్రణాలయాన్ని తదుపరి వారి కుమారులు వావిళ్ల రామస్వామి శాస్త్రులు అండ్ సన్స్‌గా అభివృద్ధి పరచి మద్రాసు పట్టణం నుంచి చేసిన సాహిత్య సేవలు సాహిత్య ప్రియులెవ్వరూ మరువరానివి. వీరు ఉపనిషత్తులు, పురాణ ఇతిహాస గ్రంథాలు, ఖండకావ్యాలు, అమరకోశం, తెలుగు సామెతలు, నిఘంటువులు, చరిత్ర, చందస్సు, మనస్తత్వశాస్త్రం మొదలైన గ్రంథాలను తెలుగు పాఠకులకు అందించి ఎనలేని సేవ చేసి సాహిత్య ప్రియుల హృదయాల్లో చిరస్థాయిగా నిలిచిపోయారు. తెలుగు భాష సాహిత్యాభివృద్ధికి అనన్యమైన సేవ చేసిన ఈ సంస్థ ఇప్పుడు దాదాపు మరుగున పడిందంటే తెలుగు పాఠకుడు విచారించాల్సిన విషయం. 1897లో రామకృష్ణమఠం మద్రాసులో స్థాపించబడి రామకృష్ణ పరమహంస, వివేకానందుడి రచనలను తెలుగులో ప్రచురిస్తోంది. మత సంబంధమైన గ్రంథాలను సేవా దృక్పథంతో అందించే సంస్థగా దీనికి పేరుంది. 1904లో రాజమండ్రిలో స్థాపించబడిన ఆంధ్రబుక్ డిపో 100కుపైగా పాఠ్య గ్రంథాలు, విద్యా విషయక గ్రంథాలు ప్రచురించింది. 1904లో డి. రంగాచారి బళ్లారిలో రామకృష్ణ పబ్లిషర్సు స్థాపించి నాటకము ప్రచురించేవారు. 1914లో పటమట కృష్ణా జిల్లాలో స్థాపించబడిన ఆంధ్రదేశ గ్రంథాలయ సంఘం, గ్రంథాలయ వాఙ్మయము, "ఆంధ్ర గ్రంథముల మొదటి జాబితా (1915)" మొదలగు గ్రంథాలను పుస్తకాలను ప్రచురించింది. 1920లో పడాలి నారాయణరావు ప్రారంభించిన మారుతీరమ అండ్ కం. విజయవాడ వారు సుమారు 50కి పైగా విద్యా విషయక గ్రంథాలను ప్రచురించారు.

1925లో శ్రీ కె. సుబ్రహ్మణ్యశర్మ, కె. శివరావు గార్లు, ది ఓరియంట్ పబ్లిషింగ్ కంపెనీ తెనాలిలో స్థాపించి పాఠ్య గ్రంథాలు, పిల్లల పుస్తకాలు ఆ రోజుల్లోనే 400కు పైగా ప్రచురించారు. సన్నిధానం సూర్యనారాయణశాస్త్రి తత్సమ చంద్రిక, పరవస్తు చిన్నయసూరి బాలవ్యాకరణం, ఏకా సుబ్బారావుగారి కొత్త సంగీత దర్పణం ఈ సంస్థ ప్రచురించినవే. 1926లో వాల్తేరులో ప్రారంభించిన ఆంధ్ర విశ్వ విద్యాలయం పాఠ్య గ్రంథాలు, చరిత్ర, శాస్త్రీయ, న్యాయ, వేదాంత, సాహిత్య, విమర్శ గ్రంథాలను ప్రచురించింది. 1928లో కర్నూలు, మద్రాసులలో ప్రారంభించబడిన బాల సరస్వతి బుక్ డిపో పిల్లలకు ఉపయోగపడే శైలిలో బాలల రామాయణం, భారతం, భాగవతం గ్రంథాలను, జీవిత చరిత్రలను ప్రచురించింది. ఇవేకాక జ్యోతిష్యశాస్త్రం, చరిత్రలలో కూడా పుస్తకాలను ప్రచురించింది. డా॥ తిరుమల రామచంద్ర

హిందువుల పండుగలు, పర్వములు, ఖండవల్లి లక్ష్మీరంజనం, ఆంధ్రుల చరిత్ర, పుట్టపర్తి వారి రామకృష్ణుని రచనా వైఖరి, వేమన పద్యరత్నాకరం ఈ సంస్థ ప్రచురించిన గ్రంథాలే. 1930లో జక్కా సుబ్బరాయశాస్త్రి గారు కడపలో స్థాపించిన రాయలు అండ్ కంపెనీ పాఠ్య గ్రంథాలు విద్యార్థులకు ఉపయోగపడే రాయలు పెద్ద బాలశిక్ష, రాయల ప్రపంచ అట్లాసు, రాళ్లపల్లి అనంతకృష్ణశర్మ గారిచే పరిశోధిత శ్రీమదాంధ్ర భాగవతం, జనహర్షివారి పీఠికతో రంగనాథ రామాయణం, గీతాతాత్పర్య బోధిని, అమరకోశం - త్రికాండం (హిందీ - ఇంగ్లీషు పర్యాయ పదాలతో) మొదలైన గ్రంథాలు ప్రచురించి విద్యార్థులకు ఎంతగానో సేవ చేసింది. 1930లో తాడేపల్లిగూడెంలో ముద్దా విశ్వనాథం స్థాపించిన "జయనికేతనమ్" పాఠ్య గ్రంథాలను ప్రచురించింది.

1931లో శ్రీ గద్దె లింగయ్య స్థాపించిన "ఆదర్శ గ్రంథమండలి" విజయవాడ (1950 వరకు కృష్ణా జిల్లా ఎలమర్రులో ఉండేది) రాజకీయ సాహిత్య గ్రంథాలు, జనరంజక సాహిత్యం, నవలలు, కథలు, నాటకాలు ప్రచురించింది. గాంధీ దర్శనం, నెహ్రూ లేఖలు, అడవి బాపిరాజు "కోనంగి", జి. రాధాకృష్ణమూర్తి 'సంఘ జీవనం" వేమరాజు భానుమూర్తి అణువులు, పరమాణువులు, అయస్కాంతం కథ, చక్రం కథ, ఎల్లోరా, "మన ప్రాచీన కళల పుట్టుపూర్వోత్తరాలు" ఈ సంస్థ ప్రచురించిన పుస్తకాలే. ఈ సంస్థ 1954 నాటికి 80కి పైగా గ్రంథాలను ప్రచురించి సోషలిస్టు సాహిత్య ప్రచురణకు ఆద్యులై అభ్యుదయ, ప్రగతిశీల సాహిత్యాన్ని ప్రజలకు అందించింది. 1935లో శ్రీ మహీధర జగన్మోహనరావు రాజమండ్రిలో "విశ్వ సాహిత్యమాల" స్థాపించి అభ్యుదయ సాహిత్యం, నవలలు, కథలు, చరిత్ర రాజకీయం, పాపులర్ సైన్స్, అనువాద గ్రంథాలు 100కు పైగా ప్రచురించారు. టాగూర్ రచనలు, టాల్‌స్టాయ్ రచనలు, ప్రపంచానికి ఆఖరు గడియలు, హరి ఆదిశేషువు, జానపద గేయ వాఙ్మయ పరిచయం, హెర్బర్టు స్పెన్సరు "విద్య" మహీధర జగన్మోహనరావు యక్ష ప్రశ్నలు, జ్ఞానం, విజ్ఞానం, భద్రాచల క్షేత్ర చరిత్ర, పిల్లల పుస్తకాలు ప్రచురించారు. అభ్యుదయ సోషలిస్టు సాహిత్య ప్రచారానికి కృషి చేసిన సంస్థల్లో ఒకటిగా ఈ సంస్థకు మంచి పేరుంది.

1940లో కల్చరల్ బుక్ లిమిటెడ్, మద్రాసులో స్థాపించబడిన సాంస్కృతిక ప్రచురణలు, పిల్లల పుస్తకాలు, 60కి పైగా గ్రంథాలను ప్రచురించింది. చింతా దీక్షితులు "శబరిపాలత", "లక్కపిడతలు", "జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ", "ప్రపంచ చరిత్ర" (చింతా దీక్షితులు అనువాదం 4 సంపుటాలు) పుట్టపర్తి నారాయణాచార్యులు, సరోజిని ఈ సంస్థ ప్రచురించినవే. 1943లో హైదరాబాదులో స్థాపించబడిన ఆంధ్ర సారస్వత పరిషత్తు చరిత్ర, విజ్ఞానము, సాహిత్యం, భాషా శాస్త్ర గ్రంథాలను ప్రచురించి తెలుగు భాష సాహిత్యాభివృద్ధికి కృషి చేస్తున్న సంస్థ. వి. వెంకటేశ్వరరావు "మన రాజ్యాంగం", వేమరాజు భానుమూర్తి సైన్సుకథ, నవ్యాంధ్ర సాహిత్య వీధులు, సురవరం ప్రతాపరెడ్డి ఆంధ్రుల సాంఘిక చరిత్ర మొదలైన గ్రంథాలు ఈ సంస్థ నుండి వెలువడినవే.

1943లో బొందలపాటి శివరామకృష్ణ, శకుంతలాదేవి విజయవాడలో దేశికవితా మండలిని ప్రారంభించారు. ఈ సంస్థ శరత్ సాహిత్యం 18 సంపుటాలు, గోపీచంద్ "అసమర్థుని జీవయాత్ర" చలం, ఆనందం, విషాదం, మ్యూజింగ్స్ మొదలైన పుస్తకాలు 150కి పైగా ప్రచురించింది. ఈ సంస్థ ముఖ్యంగా కవిత్వం, కథ, విమర్శ, నాటకం, రాజకీయం, చరిత్ర, జీవిత చరిత్రలు ఎక్కువగా ప్రచురించింది. 1945లో భావరాజు నరసింహారావు మచిలీపట్నంలో స్థాపించిన త్రివేణి పబ్లిషర్స్ అడవి బాపిరాజు రచనలు, పింగళి, కాటూరి, తొలకరి సౌందరనందం, పాఠ్య గ్రంథాలు ప్రచురించారు. మనదేశ స్వాతంత్ర్యానంతరం దేశంలో ప్రచురణాలయాల సంఖ్య పెరిగింది. రాష్ట్రాల పునర్విభజన ఫలితంగా 1956 తర్వాత రాష్ట్రం అన్ని రంగాలలోనూ అభివృద్ధి సాధించింది. అలాగే ప్రచురణాలయాలు చాలా వెలిశాయి.

19.3.2 1947 తరువాత ప్రచురణాలయాలు

1947లో మద్రాసులో ప్రారంభించిన తెలుగు భాషా సమితి "తెలుగు విజ్ఞాన సర్వస్వం" సంపుటాలుగా వెలువరించింది. ఆంధ్ర ప్రదేశ్ అవతరణ తర్వాత దీన్ని హైదరాబాదుకు మార్చారు. ఈ సంస్థ విజ్ఞాన సర్వస్వం ప్రచురణను కొనసాగించింది. 1948లో ఈదర వెంకటరావు, వెంకట్రామయ్య వెంకట్రామ అండ్ కంపెనీ విజయవాడలో స్థాపించారు. ఈ సంస్థ విద్యా విషయక గ్రంథాలను విరివిగా ప్రచురించింది. 1953 నాటికి రాష్ట్రంలో 14 కేంద్రాలలో బ్రాంచీలను ఏర్పాటు చేసి సర్వ తెలుగు పుస్తక విక్రేతలుగా ప్రసిద్ధి గాంచారు. విద్యార్థి కల్పతరువు, పూర్వగాథాలహరి, శంకరనారాయణ

BRAOU

ఇంగ్లీషు - తెలుగు నిఘంటువులు, ఆంధ్ర శబ్ద రత్నాకరము 3 భాగాలు ఈ సంస్థ ప్రచురించినవే. 1948-50 ప్రాంతాల్లో శ్రీ అద్దేపల్లి లక్ష్మణస్వామి ప్రారంభించిన అద్దేపల్లి అండ్ కంపెనీ కథలు, నవలలు భాషా శాస్త్రం, వైద్య గ్రంథాలు ప్రచురించింది. రాజయోగి రచన ఉపనిషత్సారము, వడ్లమూడి గోపాల కృష్ణయ్య వ్యావహారిక భాషా వ్యాకరణం, గొబ్బూరి వెంకటానంద రాఘవరావు, నన్నయభట్టు విజ్ఞాన నిరతి, శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్యశాస్త్రి రచనలు, వేటూరి వాసుదేవశాస్త్రి ఎస్తుగుణ ప్రకాశిక ఈ సంస్థ ప్రచురించిన పుస్తకాలే. ఈ కాలంలోనే ప్రారంభింపబడిన కొండపల్లి వీర వెంకయ్య అండ్ సన్స్ (రాజమండ్రి) కథ, వేదాంతం, జ్యోతిష్య, వైద్య, పురాణ గ్రంథాలను ప్రచురించింది. 1948 ప్రాంతాల్లోనే నిడమర్తి అశ్వనీ కుమారదత్తు, ఉమారాజేశ్వరరావులు ప్రారంభించిన ప్రగతి ప్రచురణాలయం నిడమర్రు, రాజకీయ మార్క్సిస్టు గ్రంథాలను ప్రచురించింది. 1950లో బి. వెంకటేశ్వర్లు, బి.వి. అండ్ సన్స్ కాకినాడలో స్థాపించి దానిద్వారా సాహిత్య గ్రంథాలను 30కి పైగా ప్రచురించారు. బులుసు వెంకటేశ్వర్లు అనువాదంతో సర్వేపల్లి రాధాకృష్ణ రచనలు, "భారతీయ తత్వశాస్త్రం, భారతీయ హృదయం, భగవద్గీత" మొదలైన గ్రంథాలను ప్రచురించారు. 1950లో గోరా నాస్తిక కేంద్రం విజయవాడలో స్థాపించి నాస్తికత్వం, హేతువాదం ప్రచార నిమిత్తం పుస్తకాలను ప్రచురించారు. ఈ సంస్థను గోరా గారి కుమారులు నిర్వహిస్తున్నారు. 1950లో పశ్చిమ గోదావరి జిల్లా నర్సాపురం[illegible] లో ... ప్రచురణలు విశేష కృషి చేశాయి. 1951లో విజయవాడ శ్రీనివాస చక్రవర్తి ప్రారంభించిన సాహితి పబ్లికేషన్స్, 1952లో గుంటూరులో జి. వెంకటేశ్వరరావుచే ప్రారంభించబడిన నవయుగ పబ్లిషింగ్ హౌస్, 1953లో గుంటూరులో ప్రారంభింపబడిన నగారా పబ్లికేషన్స్ అభ్యుదయ సాహిత్య గ్రంథాలను ప్రచురించి ప్రజలు అభ్యుదయ భావాలవైపు రావడానికి కృషి చేశాయి. ఒక వ్యక్తి లేదా ఒక లక్ష్యంతో రచనలు ప్రచురించే సంస్థలు కొన్ని వెలిశాయి. ఈ విధంగా వెలసిన సంస్థల్లో 1953లో విజయవాడలో కె.యస్.యస్.యన్ శాస్త్రి ప్రారంభించిన ప్రేమ్‌చంద్ పబ్లికేషన్స్ ప్రేమ్‌చంద్ రచనలను, గాంధీ సాహిత్య ప్రచురణాలయం కాకినాడ గాంధీ సాహిత్యాన్ని, సర్వోదయ సాహిత్య ప్రచార సమితి, హైదరాబాదు జయప్రకాష్ నారాయణ్ రచనలను, వి.యస్.యన్. అండ్ కంపెనీ విజయవాడ విశ్వనాథ సత్యనారాయణ రచనలను, హితకారిణి సమాజం రాజమండ్రి వీరేశలింగం ప్రచురణలను, కవికోకిల పబ్లికేషన్స్ నెల్లూరు దువ్వూరి రామిరెడ్డి రచనలను, వేదం వెంకటరాయశాస్త్రి మదరాసు, వేదం వెంకటరాయ శాస్త్రి రచనలను ప్రచురించారు.

తెలుగులో సోషలిస్టు సాహిత్య ప్రచురణలో ఆద్యులైన విశ్వసాహిత్యమాల, ఆదర్శ గ్రంథ మండలి, ప్రగతి ప్రచురణాలయం, నిడమర్రు, మార్గదర్శకంగా తీసుకొని 1943-48 సంవత్సరాలలో సోషలిస్టు భావాల వ్యాప్తికి, అభ్యుదయ సాహిత్య ప్రచురణకు, వ్యావహారిక భాషా ప్రచారానికి అనన్య కృషి చేసిన ప్రజా శక్తి ప్రచురణాలయం వారసత్వాన్ని పుణికి పుచ్చుకొని విశాలాంధ్ర పబ్లిషింగ్ హౌస్ 1953 జనవరి 1న విజయవాడలో ప్రారంభమైంది. ఈ సంస్థ నవయుగ వైతాళికులైన గురజాడ, గిడుగు రచనలను అంతవరకు వెలుగులోకిరాని రచనలను కూడా సేకరించి ప్రచురించింది. మహాకవి శ్రీశ్రీ, అఖిల భారత ఖ్యాతి గాంచిన ఠాగూర్, రాహుల్‌జీ, ప్రేమ్‌చంద్, కిషన్‌చందర్ రచనలను, ప్రపంచ ఖ్యాతిగాంచిన టాల్‌స్టాయ్, చెహోవ్, గోర్కి, పుష్కిన్, ఇల్యా ఎగ్రిన్‌బర్గ్, షొలహోవ్ తదితర రచయితల గ్రంథాలను తెలుగు పాఠకులకు అందించింది. ఈ సంస్థ ఇప్పటికి 2350 గ్రంథాలను ప్రచురించింది. ఆంధ్ర ప్రజల సర్వతోముఖాభివృద్ధికి గల అవకాశాలను ప్రజల ముందుంచే ధ్యేయంతో 1954లో ఆంధ్రదర్శిని, 1959, 1976లలో ఆంధ్రప్రదేశ్ దర్శినిని ప్రచురించింది. 1987లోనూ, 1997-98లోనూ ఆంధ్రప్రదేశ్ దర్శినిని సంస్కరించి చిన్న తరహా విజ్ఞాన సర్వస్వంగా ప్రచురించింది. అభ్యుదయ రచనలను ప్రోత్సహించే లక్ష్యంతో నవలలు, నాటికలు, పోటీలు నిర్వహించింది. పుస్తకాలను పట్టణాలలో ఉన్న పాఠకులకేగాక మారుమూల ప్రాంతాలలో ఉన్న పాఠకులకు కూడాఅందజేయాలనే సంకల్పంతో 1974లో వ్యాన్ ద్వారా సంచార పుస్తక విక్రయ కేంద్రాన్ని ప్రారంభించింది. రాష్ట్రంలో ఇట్టి ప్రయోగం ప్రారంభించిన ప్రచురణాలయం ఇదేనని చెప్పవచ్చును. ఇప్పుడు 3 వ్యాన్ల ద్వారా సంవత్సరానికి సుమారు 500 పెద్ద గ్రామాలు, చిన్న, పెద్ద పట్టణాలకు పుస్తకాలు పంపి విజ్ఞాన వ్యాప్తికి కృషి చేస్తోంది.

1954 ప్రాంతాల్లో సికింద్రాబాదులో ప్రారంభించిన దాచేపల్లి కృష్ణయ్య అండ్ సన్స్ విద్యార్థులకు ఉపయోగపడే గ్రంథాలు, నిఘంటువులు ప్రచురించింది. యం. సుదర్శనాచార్యులు "[illegible]" ముసునూరి వెంకటశాస్త్రి "శబ్దార్థ దీపిక" ఈ సంస్థ ప్రచురించినవే. సికింద్రాబాద్‌లో ఈ ప్రాంతాల్లోనే ప్రారంభింపబడిన చంటూ నారాయణ శ్రేష్ఠి ప్రచురణ సంస్థ తమ ప్రచురణల ద్వారా పుస్తక రంగానికి మంచి సేవ చేసింది.

BRAOU

ఈ కాలంలో స్థాపించబడిన ప్రచురణ సంస్థల్లో కాళహస్తి తమ్మారావు అండ్ సన్స్ రాజమండ్రి, సరస్వతి పవర్ హౌస్ రాజమండ్రి వివిధ రకాల పుస్తకాలను ప్రచురించి సాహిత్య సేవలందించి నేటికీ సాహిత్య ప్రియులకు గుర్తున్నారు.

అలాగే యం. శేషాచలం అండ్ కం. మచిలీపట్నం, ఆ తదుపరి ఆంధ్రప్రదేశ్ బుక్ డిస్ట్రిబ్యూటర్స్ ప్రాచీన ప్రబంధాలను వ్యాఖ్యానాలను ప్రముఖులచే రాయించి ఎమెస్కో పాకెట్ బుక్స్ అనే పేరుతో ప్రచురించింది. ఇవేగాక వర్థమాన రచయితల కథలు, కవితలు, నవలలు ఎమెస్కో పాకెట్ బుక్స్‌గా ప్రచురించి ఇంటింటా గ్రంథాలయం అనే స్కీమును ప్రారంభించి ఇంటింటికి గ్రంథాలు చేర్చేందుకు కృషి చేసింది. వీరు "పుస్తక ప్రపంచం" అనే సాహిత్య పత్రికను కూడా నడిపారు.

1957లో శ్రీ కె. రాఘవరెడ్డి విజయవాడలో నవోదయా పబ్లిషర్స్‌ను స్థాపించారు. ఈ సంస్థను 1960 నుండి రామమోహనరావు నిర్వహిస్తున్నారు. త్రిపురనేని వెంకటేశ్వరరావు, శంకరాద్వైతము, త్రిపురనేని రామస్వామి చౌదరి "సూతపురాణం, భగవద్గీత, ముళ్లపూడి వెంకటరమణ, బాపు, నండూరి రామమోహనరావు, నార్ల వెంకటేశ్వరరావు" రచనలలో పెక్కింటిని బాలసాహిత్యం ఈ సంస్థ ప్రచురించింది.

[illegible]తి దేవస్థానం వారు భక్తిరస గ్రంథాలను, ఆధ్యాత్మిక గ్రంథాలను, పురాణ గ్రంథాలను ప్రచురించారు. [illegible] భక్తిరస గ్రంథాలను ప్రచురించుకొనేందుకు రచయితలకు ఆర్థిక సహాయంకూడా అందించి ప్రోత్సహిస్తున్నారు.

19.3.3 విద్యా సంస్థలు - అకాడమీలు

BRAOU

రాష్ట్రంలోని విశ్వవిద్యాలయాలలో అన్నింటికంటే పురాతనమైనది, పెద్దది హైదరాబాదులోని ఉస్మానియా విశ్వవిద్యాలయం. దీనిని 1918లో ప్రారంభించారు. విశాఖపట్నంలోని ఆంధ్ర విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1926లోనూ, తిరుపతిలోని వెంకటేశ్వర విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1954లోనూ, వరంగల్లులోని కాకతీయ విశ్వవిద్యాలయాన్ని, గుంటూరులోని నాగార్జున విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1976లోనూ, హైదరాబాదులోని కేంద్ర విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1974లోనూ, అనంతపురంలోని కృష్ణదేవరాయ విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1981లోనూ, హైదరాబాదులోని సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1982లోనూ, తిరుపతిలోని పద్మావతి మహిళా విశ్వవిద్యాలయాన్ని 1983లోనూ ప్రారంభించారు.

1968కి పూర్వం (తెలుగు అకాడమీ ప్రారంభించక మునుపు) విశ్వవిద్యాలయాలు విద్యార్థులకు పాఠ్యగ్రంథాలకు, పరిశోధకులకు ఉపయోగపడే భాషా సాహిత్యం, విమర్శ, చరిత్ర, తత్వశాస్త్రం మొదలైన గ్రంథాలను ప్రచురించాయి. ఇప్పుడు విశ్వవిద్యాలయాలు ప్రచురించే గ్రంథాలు బహుతక్కువగా ఉన్నాయి. డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయంలో దూరవిద్యా విధానంలో ముద్రణ, అచ్చుపాఠాలు ముఖ్యమైనవి కాబట్టి స్నాతకోత్తర స్థాయి సామాజిక శాస్త్రాలలో కూడా తెలుగు పుస్తకాలను ముద్రించి ఇప్పటివరకూ ఈ రంగంలో జరిగిన కృషిని మరింత ముందుకు తీసుకెళ్ళింది. తెలుగు భాష సాహిత్యం, సంస్కృతులను విస్తృత పరిధిలో అభివృద్ధి పరిచి ఉన్నత ప్రమాణాలను నెలకొల్పడానికి సాహిత్య అకాడమీ, సంగీత అకాడమీ, నాటక అకాడమీ, లలిత కళల అకాడమీలు పనిచేశాయి. ఆంధ్రప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ 1957లో స్థాపించబడింది. తెలుగుభాషా, సాహిత్య రంగాలలో పరిశోధనా కార్యక్రమాలను అభివృద్ధి పరిచేందుకు, తెలుగు భాషా, సాహిత్యాలను ప్రోత్సహించడానికి, సాహితీపరుల మధ్య సహకారాన్ని పెంపొందించేందుకు, తెలుగు నిఘంటువులు, ఎన్‌సైక్లోపీడియా, రిఫరెన్స్ పుస్తకాల ప్రచురణకు వ్యక్తులకు గాని, సాహితీ సంస్థలకు గానీ ఆర్థిక సహాయాన్నందించేందుకు, బహుమతులివ్వడం ద్వారా తెలుగు రచయితల విమర్శనాత్మక, క్రియాత్మక కార్యకలాపాలను ప్రోత్సహించడానికి, ఉత్తమ గ్రంథ పఠనాసక్తి ప్రజల్లో పెంచేందుకు ఈ సంస్థ స్థాపించబడింది. వివిధ ప్రచురణల ద్వారా, బహుమతులు, ఉపకార వేతనాలు ఇవ్వడం ద్వారా, సాహితీ సదస్సులు ఏర్పాటు చేయడం ద్వారా సాహిత్య అకాడమీ తన లక్ష్య సాధనకు కృషి చేసింది. ఈ దిశగా అనేక పుస్తకాలను ప్రచురించింది. ఇందులో వృత్తి, మాండలిక పదకోశాలు, ప్రాచీన కవుల కవితారీతులపై గ్రంథాలు, సాహిత్య ఉపన్యాసాలు, విమర్శలు, ప్రామాణిక నిఘంటువులు, సావనీర్లు, పత్రికలు, సంస్కృత గ్రంథాలు ఉన్నాయి. వివిధ అకాడమీలు తమ రంగాలలో చేపట్టే అనేక కార్యక్రమాలను సమగ్ర ఆలోచనతో అన్నింటిని సమన్వయం చేస్తూ అమలు జరిపేందుకు వీలుగా భాషా, సంస్కృతుల అభివృద్ధి కోసం, రాష్ట్రంలో బోధన, అనుబంధత కలిగి ఉండే విశ్వవిద్యాలయాన్ని స్థాపించడం కోసం

నిర్ణయించి ప్రభుత్వం 1985లో అకాడమీలన్నింటిని రద్దుపరచి తెలుగు విశ్వ విద్యాలయంలో విలీనం చేసింది. ప్రస్తుతం తెలుగు విశ్వ విద్యాలయం అకాడమీలు చేపట్టిన కార్యక్రమాలను కొనసాగిస్తున్నది.

తెలుగుభాషా వ్యాప్తి అభివృద్ధి, ఆధునీకరణ, తెలుగును అధికార భాషగా అమలుపర్చడంలో ప్రభుత్వంతోనూ, ఉన్నత విద్యాస్థాయిలో తెలుగు బోధనా భాషగా చేయడంలో విశ్వవిద్యాలయాలతో సహకరించడం లక్ష్యాలుగా తెలుగు అకాడమీ 1968లో ఏర్పాటయింది. అకాడమీ ప్రచురించిన ఆంధ్రప్రదేశ్ సామాజిక, భాషా, విషయమాండలికాలపై పరిశీలన, మోనోగ్రాఫ్స్, పదకోశాలు, ఇంగ్లీషు, తెలుగు నిఘంటువు, జనరంజక గ్రంథాలు, ఇంటర్మీడియట్, డిగ్రీ, పోస్టుగ్రాడ్యుయేట్ విద్యార్థులకు పాఠ్యగ్రంథాలు, రిఫరెన్స్ పుస్తకాలు ప్రధానమైనవి. తెలుగు అకాడమీ "తెలుగు" అనే పత్రికను ప్రచురిస్తున్నది. విద్యార్థులకు, తెలుగు పాఠకులకు పుస్తకాలను సమర్థవంతంగానూ, సకాలంలోనూ అందించాలనే సంకల్పంతో రాష్ట్రంలో ప్రాంతీయ పుస్తక విక్రయకేంద్రాలను ప్రారంభించింది. ఈ మధ్య పుస్తక ప్రదర్శనలలో పాల్గొని ప్రచురణలను విక్రయించేందుకు ప్రయత్నిస్తోంది కూడా. ఆంధ్రప్రదేశ్ బాలల అకాడమీ పిల్లలలో పఠనాసక్తి పెంచేందుకు బాల సాహిత్యాన్ని - కథలు, పాటలు, గేయాలు, మహనీయుల జీవిత చరిత్రలు బొమ్మలు బొమ్మలతో ప్రచురించి తక్కువ ధరలకు అందిస్తోంది. ఈ సంస్థ పిల్లల పాటలను, గేయాలను, కథలను క్యాసెట్ల రూపంలో సంగీతం మేళవించి బాలలకు అందించి వారిలో ఉత్తమ పఠనాభిలాషను పెంచేందుకు కృషిచేస్తోంది.

భారతీయ భాషల్లోని ఉత్తమ సాహిత్యాన్ని అన్ని భాషల ప్రజలకు అందించాలనే ధ్యేయంతో కేంద్ర ప్రభుత్వం నేషనల్ బుక్ ట్రస్ట్, ఇండియాను ఢిల్లీ కేంద్రంగా ఏర్పాటు చేసింది. ఈ సంస్థ భారతీయ భాషల్లోని ఉత్తమ సాహిత్య గ్రంథాలను తెలుగులో అనువదించి కథలు, నవలలు, కవిత్వం, చరిత్ర, విజ్ఞాన శాస్త్ర గ్రంథాలు జీవిత చరిత్రలు, బాలసాహిత్యం, వయోజనులకు ప్రత్యేక పుస్తకాలు పెక్కింటిని ప్రచురించి సేవ చేస్తోంది. 1954లో జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ మొదటి అధ్యక్షులుగా భారత ప్రభుత్వం కేంద్ర సాహిత్య అకాడమీ స్థాపించింది. ఈ అకాడమీ పాలనా స్వేచ్ఛగల సంస్థ. వివిధ భారతీయ భాషలకు రాష్ట్రాలకు, విశ్వవిద్యాలయాలకు చెందిన ప్రతినిధులుగల జనరల్ కౌన్సిల్ ఈ సంస్థ విధానాలను రూపొందిస్తోంది. భారతీయ భాషలలోని సాహిత్య కార్యక్రమాలను ప్రోత్సహించి సమన్వయ పరిచేందుకూ, ఒక భారతీయ భాషలోని ఉత్తమ సాహిత్యాన్ని అనువాద రూపంలో అన్య భారతీయ భాషల వారికి అందించేందుకూ అకాడమీ కార్యక్రమం ఉద్దిష్టమైంది. కథలు, నవలలు, కవితలు, భారతీయ సాహిత్య వేత్తలు శీర్షికన ప్రచురించిన ప్రముఖ రచయితల మోనోగ్రాఫ్‌లు ఈ సంస్థ ప్రచురణల్లో ముఖ్యమైనవి. కేంద్ర ప్రభుత్వం ఆధ్వర్యంలో నిర్వహింపబడుతున్న మరో సంస్థ "పబ్లికేషన్స్ డివిజన్" వారు కూడా కొన్ని అనువాదాలను తెలుగులో ప్రచురించారు.

ప్రస్తుతం ప్రచురణాలయాలు చాలా వెలిశాయి. మన రాష్ట్రంలో 500కి పైగా ప్రచురణ కర్తలు ఉన్నారని తెలుస్తోంది. దాదాపు ప్రతి పట్టణంలోనూ, చిన్నదో, పెద్దదో ప్రచురణ సంస్థ ఉంది. వివిధ ప్రచురణాలయాలు వివిధ విషయాలపై పుస్తకాలను ప్రచురిస్తున్నాయి. రాష్ట్రంలో హైదరాబాదు కన్నా, విజయవాడలో దాదాపు 75 శాతం పుస్తక పరిశ్రమ కేంద్రీకరింపబడి వుంది. విజయవాడ నగరానికి వీధికో ప్రచురణకర్త వున్న నగరమని పేరుంది. అందుకే ఆంధ్రుల సంస్కృతికి రాజధాని నగరమని విజయవాడకు పేరుంది. విజయవాడలో వున్న ప్రచురణ సంస్థలలో రకరకాల ధోరణులు కలిగివున్నాయి. సాంఘిక ప్రయోజనం తెచ్చే ప్రచురణ సంస్థలు కొన్ని, వ్యాపార ధోరణితో నడిచే ప్రచురణ సంస్థలు కొన్ని వున్నాయి. 1977లో విజయవాడలో ప్రజాశక్తి బుక్ హౌస్ ప్రారంభమై సామ్యవాద, వామపక్ష సాహిత్యాన్ని ఎక్కువగా ప్రచురిస్తోంది. ప్రస్తుతం ఈ ప్రచురణాలయం రాష్ట్రంలో 7 కేంద్రాలలో తమ బ్రాంచీల ద్వారా సాహిత్య సేవలందిస్తోంది.

1990కి పూర్వం ఎక్కువగా నవలా సాహిత్యాన్ని ప్రచురించిన విజయవాడ ప్రచురణ కర్తలు టీవీ ఛానళ్ల ప్రభావం వల్ల నవలలకు ఆదరణ తగ్గడంతో ఎక్కువగా నాన్ ఫిక్షన్‌వైపు మళ్లారు. ఇందులో వ్యక్తిత్వ వికాసం, వంటలు, వాస్తు, కామసూత్రాలు, శృంగారం, ఇంగ్లీషు భాష నేర్చుకొనేందుకు అవసరమైన చిన్న చిన్న పుస్తకాలు, స్పోకింగ్ కోర్సులు, ధ్యానం, ఒత్తిడి, ఏకాగ్రత, జ్ఞాపకశక్తి పెంచుకోవడం, విజయం సాధించడం ఎలా? మనిషిలోని శక్తులు, మనస్సు, యోగ, వైద్యం, ఆయుర్వేదం, హోమియోపతి వగైరా సబ్జెక్టులపై పుస్తకాలను ప్రచురించడం ప్రారంభించారు. తెలుగు సాహిత్యాభివృద్ధికి, తెలుగు ప్రజల పఠనాసక్తిని పెంచాలనే ధ్యేయంతో 1965లో యువభారతి, సికింద్రాబాదులో ప్రారంభింపబడింది. వీరి కార్యాలయం ఆంధ్ర సారస్వత పరిషత్ భవనంలో హైదరాబాదులో ఉంది. వీరు తెలుగు కవుల సాహిత్యం, వైభవాలను, కవిత్వం, చాటువులు మొదలైన సాహిత్య గ్రంథాలను 100కి పైగా ప్రచురించి తెలుగు

BRAOU

భాషా సాహిత్యాభివృద్ధికి కృషి చేశారు. 1980 ప్రాంతాల్లో హైదరాబాదులో ప్రారంభింపబడిన హైదరాబాదు బుక్ ట్రస్ట్ ప్రగతిశీల సాహిత్యాన్ని ప్రచురిస్తోంది. ఈ ప్రచురణ సంస్థ ఎక్కువగా అనువాద సాహిత్యాలను ప్రచురిస్తోంది. ఇంగ్లీషు, భారతీయ భాషల్లోని ఉత్తమ కథ, నవల సాహిత్యాన్ని తెలుగులో జనరంజక విజ్ఞాన గ్రంథాలను, చరిత్ర, రాజనీతిశాస్త్రం, తత్వశాస్త్రం వైద్య విజ్ఞాన శాస్త్రం గ్రంథాలను ప్రచురించి తెలుగు సాహిత్యంలో శాస్త్రీయ విలువలు పెంపొందించేందుకు కృషి చేస్తోంది.

ఈ పాఠ్యభాగంలో తెలుగులో పుస్తకాలు ప్రచురిస్తున్న ప్రచురణ సంస్థల గురించి సంక్షిప్తంగా ప్రస్తావించాం. ప్రస్తుతం పనిచేయని అనేక ప్రచురణ సంస్థల గురించి ప్రముఖమైన వాటిలో కొన్నింటిని మాత్రమే పేర్కొన్నాం. ఆంధ్ర ప్రదేశ్‌లో అనేక ప్రచురణ సంస్థలు ఇందులో పేర్కొనబడనివి, మరెందరో ప్రచురణకర్తలు, స్వచ్ఛంద సాహితీ, సంస్కృతిక సంస్థలు, రచయిత సంస్థలు ఎన్నో వున్నాయి, ఎందరో ఉన్నారు అనే విషయం మరవకూడదు. ఇందులో ఇచ్చిన పేర్ల వరస క్రమానికి ఎలాంటి ప్రాముఖ్యం లేదని గమనించాలి. వ్యాపారాత్మక ప్రయోజనాలతో కొన్ని, అభ్యుదయ భావాలతో మరికొన్ని ప్రచురణ సంస్థలు ఉద్భవిస్తూనే వున్నాయి. రాష్ట్రంలో అక్షరాస్యత పెరిగినప్పుడే పుస్తక పఠనం పెరుగుతుంది. పుస్తక పఠనం పెరిగినప్పుడే కొత్త కొత్త ప్రచురణ సంస్థలు పుడతాయి. టీవీ ఛానళ్ల ప్రభావం ఎంతవున్నా యింకా ఎంతో కొంత తెలుగు పుస్తకానికి ఆదరణ వుందంటే దానికి రచయితలు, ప్రచురణకర్తలు, పుస్తక విక్రేతలు చేస్తున్న సాహితీ సేవలే కారణం. దీనికి రాష్ట్ర, కేంద్ర ప్రభుత్వాల ఆదరణ కూడా తోడైతే తెలుగు పుస్తక పరిశ్రమ మరింత అభివృద్ధి కాగలదు. రాష్ట్రం, కేంద్ర ప్రభుత్వాలు, విద్యాలయాలు, గ్రంథాలయాలు తెలుగు పుస్తక పరిశ్రమను ఆదుకుంటాయని ఆశిద్దాం.

19.4 ప్రచురణ సంస్థలు, పుస్తక విక్రేతలు

BRAOU

బాల సరస్వతి బుక్ డిపో: ఈ సంస్థ సొంత ప్రచురణలేకాక అందరి ప్రచురణ కర్తల తెలుగు పుస్తకాలు అమ్మకాలు చేస్తూ వారి సాహితీ సేవలను చెన్నై పట్టణంలో కొనసాగిస్తోంది. రామకృష్ణ మఠం: రామకృష్ణ పరమహంస, వివేకానందుడి రచనలు, హిందూ మతం, సంస్కృతి, సాంప్రదాయాలు వాటిపై గ్రంథాలు ప్రచురిస్తున్నారు. కృష్ణమూర్తి ఫౌండేషన్: ఈ సంస్థ జిడ్డు కృష్ణమూర్తి రచనలను ఇంగ్లీషు, తెలుగు, కన్నడం, తమిళ్ మొదలగు భాషల్లోకి అనువదించి ప్రచురిస్తోంది. హైదరాబాదు నుంచి శ్రీరామ పబ్లిషర్స్: ఈ సంస్థ దాశరథి రంగాచార్య ఆధ్యాత్మిక గ్రంథాలను, భారతం, భాగవతం, రామాయణం మొదలగు పురాణ గ్రంథాలను ప్రచురిస్తోంది. నిహిల్ పబ్లికేషన్స్: 1997లో ప్రారంభమైన నిహిల్ డా. సి.ఎల్. వెంకట్రావు గారి మెడికల్ గ్రంథాలను శ్రీ కంఠమనేని రాధాకృష్ణమూర్తి గారి మేనేజిమెంట్ గ్రంథాలను ప్రచురించింది. మూసి పబ్లికేషన్స్: శ్రీ టి.ఎన్. శాస్త్రిగారు వారు పరిశోధన చేసిన అన్ని చరిత్ర గ్రంథాలను ఈ సంస్థ ద్వారా ప్రచురించి తెలుగు జాతికి ఎంతో మేలు చేశారు. నాని పబ్లికేషన్స్: శ్రీ సి. నరసింహారావుగారు "వ్యక్తిత్వ వికాసం, జీవన వికాసం" గ్రంథాలను రాసి కొన్ని వేల కాపీలను అమ్మకాలు చేసి తెలుగు ప్రచురణ రంగంలోనే సంచలనం సృష్టించారు. వ్యక్తిత్వ వికాసం పుస్తకం వెలువడ్డాక పాఠకులు ఫిక్షన్ నుండి నాన్ ఫిక్షన్‌కి మారినట్టుగా స్పష్టమైంది. ఏషియా లా హౌస్: వీరు 'లా' పుస్తకాలను ప్రచురిస్తున్నారు. సాయిశివ పబ్లికేషన్స్: కంప్యూటర్ పుస్తకాలు, చైనా వాస్తు పుస్తకాలను ప్రచురించింది. హైదరాబాదు బుక్ ట్రస్ట్, లిటరసీ హౌస్ వంటి మరికొన్ని ప్రచురణ సంస్థలు హైదరాబాదు నగరం నుంచే తమ ప్రచురణలను తెస్తున్నాయి. ఢిల్లీ నుంచి జాతీయస్థాయి ప్రచురణ సంస్థలు కొన్ని తెలుగు ప్రచురణలు చేస్తున్నాయి. వాటిలో ప్రధానంగా చెప్పుకోదగ్గవి నేషనల్ బుక్ ట్రస్ట్, చిల్డ్రన్స్ బుక్ ట్రస్ట్, భారత ప్రభుత్వ పబ్లికేషన్స్ డివిజన్, కేంద్ర సాహిత్య అకాడమీ వంటి సంస్థలు

ఇలా చెప్పుకుంటూ పోతే ప్రచురణ సంస్థలు లెక్కకు అందవు. వైవిధ్యమైన ప్రచురణలు చేస్తున్నాయి. సాంకేతిక విజ్ఞానం అందించిన సౌలభ్యాలతో ముద్రణ వేగం పుంజుకుంది. సులభంగా ఉంటోంది. నిర్దేశిత అవసరాలకు పుస్తకాల అవసరం పెరిగింది. రచనావకాశాలు బాగా పెరిగాయి. వ్యక్తిత్వ వికాసం నుండి వైద్యం, కథలు, వ్యాసాలు, విద్యాత్మక విషయాలు, పాఠ్యగ్రంథాలు, గైడ్లు ఇలా ఎన్నో విభాగాలుగా ప్రచురణలు వస్తున్నాయి. ఈ దశలో మనం లెక్కచేసి, ప్రచురణను వర్గీకరించి చెప్పడమూ సాధ్యపడదు. వస్తున్న ప్రచురణలను గమనిస్తూనే ముద్రణాపరమైన పరిణామాల్ని గుర్తిస్తూ సాగలగాలి. అప్పుడే ముద్రణ - ప్రచురణల విషయంలో మనం ఏర్పరచుకున్న అవగాహనను సరిచేసుకుంటూ

ముందుకెళ్ళగలం. ముద్రణ, ప్రచురణతోపాటే - ప్రచురణల విక్రేతలు ఎందరో ఈరోజున మనకు కన్పిస్తారు. కొన్నిటిని ప్రస్తావిస్తున్నాం. ఈ దిశగానూ మీరు పరిశీలన ప్రారంభించండి. విక్రేతల తీరుతెన్నులు అర్థమౌతాయి.

విశాలాంధ్ర బుక్ హౌస్‌లు: హైదరాబాద్, విజయవాడ, గుంటూరు, హన్మకొండ, విశాఖపట్నం, తిరుపతి, కాకినాడ, అనంతపురం, నిజామాబాద్. ప్రజాశక్తి బుక్ హౌస్‌లు: హైదరాబాద్, నల్లగొండ, విజయవాడ, హన్మకొండ, విశాఖపట్నం, తిరుపతి, ఖమ్మం. నవోదయ: హైదరాబాద్. నవయుగ బుక్ హౌస్: హైదరాబాద్, వాల్ డెన్ బుక్ హౌస్: హైదరాబాద్. సెంట్రల్ బుక్ షాపు. శ్రీ వెంకట్రామ అండ్ కో: విజయవాడ, తాడేపల్లిగూడెం.

అభ్యాసం-1

ఆంధ్రప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ సాహిత్య సేవను పేర్కొనండి.

____

____

____

____

____

అభ్యాసం-2

తెలుగు అకాడమీ సంస్థను గురించి రాయండి.

____

____

____

____

____

BRAOU

19.5 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ముద్రణ, ప్రచురణ రెండూ ఒకదానిమీద ఒకటి ఆధారపడ్తూ మనుగడ సాగిస్తాయి. ఈ రెండు పదాలను కలిపి 'పుస్తక ప్రచురణ' అనే భావంతో వాడటం చూస్తాం.
- ముద్రణ సౌకర్యాలు నిరంతరం అభివృద్ధి చెందుతూ, ప్రచురణల నాణ్యతను, సామర్థ్యాన్ని పెంచుతూ వస్తున్నాయి.
- ముద్రణ వ్యవస్థకు గూటెన్‌బర్గ్ చేసిన కృషి అచ్చుఅక్షరాల రూపంలో వైజ్ఞానిక చరిత్రలో నిలిచిపోయే ఒక చారిత్రక ఘట్టం. ముద్రణను ఒక కళగా, ఒక పరిశ్రమగా గుర్తిస్తున్నారు.
- లెటర్ ప్రెస్, రోటరీ, ఆఫ్‌సెట్, డిజిటల్ ముద్రణా వ్యవస్థ విధానాలు కీలకమైనవి. తెలుగులోనూ ముద్రణ, ప్రచురణలు ఈ కీలక దశల్ని దాటివచ్చాయి.
- టెక్నాలజీ (సాంకేతిక) అవకాశాలు ముద్రణలో అచ్చు విధానాల్ని పూర్తిగా మార్చివేశాయి. డెస్క్‌టాప్, వెబ్, ఎలక్ట్రానిక్, డిజిటల్ పద్ధతుల్ని తెచ్చిపెట్టాయి. కంప్యూటర్ కంపోజింగ్ సాంప్రదాయంగా వాడే సీసపు 'అచ్చు' అక్షరాల్ని తెరమరుగయ్యేలా చేశాయి.
- ప్రచురణ రంగంలో కేవలం వ్యక్తులే కాకుండా, ప్రచురణ సంస్థలు, విద్యాసంస్థలు తమకు కావల్సిన విధంగా పుస్తక ప్రచురణను చేపడ్తున్నాయి.

- భాషా సేవకు రచయిత ఎంత ముఖ్యుడో ప్రచురణకర్త, పుస్తక విక్రేత, పాఠకులు అంతే ముఖ్యులు.
- మొట్టమొదట తెలుగులో వెలుడిన పుస్తకం రెవరెండ్ బెంజిమన్ షుల్జ్ అనే క్రైస్తవ వ్యక్తి "నూరు జ్ఞాన వచనాలు" అనే పుస్తకాన్ని జర్మనీ దేశంలోని 'హాలి' అనే చిన్న గ్రామంలో ప్రచురించినట్లు తెలుస్తుంది.
- మన దేశానికి అచ్చుయంత్రం చైనా నుండి యూరప్ మీదుగా సిరంపూర్‌లో 1811లో చేరింది.
- 1812లో సి.పి.బ్రౌన్ నూతన పద్ధతులను అవలంబించి ఆంధ్ర నిఘంటువును ఇంగ్లీషు, తెలుగులో ప్రచురించారు. ఈయనే 1829లో వేమన శతకాన్ని ఇంగ్లీషులోకి అనువదించి ప్రచురించారు.
- 1805లో పరవస్తు చిన్నయసూరి బాల వ్యాకరణం, నీతి చంద్రిక రాశారు.
- 1895లో మారేపల్లి రామశాస్త్రి కళాభిలాషక సంఘం అనే తొలి గ్రంథమాల ప్రచురణ సంస్థను ప్రారంభించారు.
- 1947లో ప్రాంతీయ భాషలలో వివిధ విజ్ఞాన విషయాలకు సంబంధించిన గ్రంథ రచయితలను ప్రోత్సహించాలనే ఆశయంతో మద్రాసు ప్రభుత్వం "తెలుగు భాషా సమితిని" ఏర్పరచి తెలుగు విజ్ఞాన సర్వస్వం సంపుటాలుగా వెలువరించింది.
- 1897లో రామకృష్ణ మఠం మద్రాసులో స్థాపించబడి రామకృష్ణ పరమహంస, వివేకానందుడు రచనలను తెలుగులో ప్రచురిస్తోంది.
- 1943లో హైదరాబాద్‌లో స్థాపించబడిన ఆంధ్ర సారస్వత పరిషత్తు చరిత్ర, విజ్ఞానం, సాహిత్యం, భాషా శాస్త్ర గ్రంథాలను ప్రచురించి తెలుగు భాష సాహిత్యాభివృద్ధికి కృషి చేస్తున్న సంస్థ.
- 1918లో ఏర్పాటు చేసిన హైదరాబాదులోని ఉస్మానియా విశ్వ విద్యాలయం మన రాష్ట్రంలోని మొట్టమొదటి విశ్వవిద్యాలయం.
- ఆంధ్ర ప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ 1957లో స్థాపించబడింది.
- మన రాష్ట్ర ప్రభుత్వం 1985లో అకాడమీలన్నింటినీ రద్దు పరచి తెలుగు విశ్వ విద్యాలయంలో విలీనం చేసింది.
- తెలుగు అకాడమీ 1968లో ఏర్పాటయింది. ఈ అకాడమీ తెలుగు భాషావ్యాప్తికీ, అభివృద్ధికి, ఆధునీకరణకు, తెలుగును అధికార భాషగా అమలుపరిచేందుకు కృషి చేస్తుంది.
- తెలుగు అకాడమీ "తెలుగు" అనే పత్రికను ప్రచురిస్తున్నది.
- 1954లో జవహర్‌లాల్ నెహ్రూ మొదటి అధ్యక్షులుగా భారత ప్రభుత్వం కేంద్ర సాహిత్య అకాడమీ స్థాపించింది.

19.6 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. పుస్తక ప్రచురణ, వికాసాన్ని సమీక్షించండి.
2. ప్రచురణాలయాల సాహిత్య సేవను చర్చించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. తొలినాళ్ల తెలుగు ప్రచురణలను పేర్కొనండి.
2. ఆంధ్రప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ సాహిత్య సేవను వివరించండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఆంధ్రప్రదేశ్ సాహిత్య అకాడమీ 1957లో స్థాపించబడింది. ఈ అకాడమీ తెలుగు భాషా సాహిత్యాలను ప్రోత్సహించడానికి, సాహితీపరుల మధ్య సహకారాన్ని పెంపొందించేందుకు, తెలుగు నిఘంటువులు,

BRAOU

ఎన్‌సైక్లోపీడియా, రిఫరెన్స్ పుస్తకాల ప్రచురణకు వ్యక్తులకు గాని, సాహితీ సంస్థలకుగానీ ఆర్థిక సహాయాన్నందించేందుకు, బహుమతులివ్వడం ద్వారా తెలుగు రచయితల విమర్శనాత్మక క్రియాత్మక కార్యకలాపాలను ప్రోత్సహించడానికి, ఉత్తమ గ్రంథపఠనాసక్తి ప్రజల్లో పెంచేందుకు ఈ సంస్థ స్థాపించబడింది. వివిధ ప్రచురణల ద్వారా, బహుమతులు, ఉపకార వేతనాలు ఇవ్వడం ద్వారా సాహితీ సదస్సులు ఏర్పాటు చేయడం ద్వారా సాహిత్య అకాడమీ తన లక్ష్య సాధనకు కృషి చేసింది. ఈ దిశగా అనేక పుస్తకాలను ప్రచురించింది. ఇందులో వృత్తి, మాండలిక పదకోశాలు, ప్రాచీన కవుల కవితా రీతులపై గ్రంథాలు, సాహిత్య ఉపన్యాసాలు, విమర్శలు, ప్రామాణిక నిఘంటువులు , సావనీర్లు, పత్రికలు, సంస్కృత గ్రంథాలు ఉన్నాయి.

2. తెలుగు భాషా వ్యాప్తి, అభివృద్ధి, ఆధునీకరణ, తెలుగును అధికార భాషగా అమలు పర్చడంలో ప్రభుత్వంతోనూ, ఉన్నత విద్యాస్థాయిలో తెలుగు బోధనా భాషగా చేయడంలో విశ్వవిద్యాలయాలతో సహకరించడం లక్ష్యాలుగా తెలుగు అకాడమీ 1968లో ఏర్పాటయింది. అకాడమీ ప్రచురించిన ఆంధ్రప్రదేశ్ సామాజిక, భాషా, విషయ మాండలికాలపై పరిశీలన, మోనోగ్రాఫ్స్, పదకోశాలు ఇంగ్లీషు, తెలుగు నిఘంటువులు, జనరంజక గ్రంథాలు, ఇంటర్మీడియట్, డిగ్రీ పోస్టు గ్రాడ్యుయేట్ విద్యార్థులకు పాఠ్య గ్రంథాలు, రిఫరెన్స్ పుస్తకాలు ప్రధానమైనవి.

BRAOU

భాగం-20 ఎడిటింగ్

విషయక్రమం

20.0 ఉద్దేశం

20.1 ప్రవేశిక

20.2 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భావన

20.3 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష

20.4 ప్రచురణలకు సిద్ధం చెయ్యడం

20.5 ఎడిటింగ్ ప్రమాణాలు - కొలమానాలు

20.5.1 ప్రమాణాలు

20.5.2 కొలమానాలు

20.6 ఎడిటింగ్ సాధనాల వినియోగం, ప్రయోజనం

20.7 ఎడిటింగ్‌లో మరికొన్ని మెలకువలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

20.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

20.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

20.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- రకరకాల ప్రచార, ప్రసారసాధనాల కార్యక్రమాలని రూపొందించడంలో, వాటిని అందించడంలో మెలుకువలు
- కార్యక్రమాల ప్రసార అర్హత నిర్ధారణ
- ఎడిటింగ్ అవసరం, పద్ధతి

20.1 ప్రవేశిక

పత్రికా రంగం, టెలివిజన్, రేడియోలన్నీ ఇవాళ ప్రజలకి అందుబాటులో వున్న మాధ్యమాలు. వీటిద్వారా ప్రజలకి రాజకీయ, ఆర్థిక, సామాజిక, సాంస్కృతిక రంగాల గురించిన చైతన్యం అందుతుంది. వీటిలో ఏ రంగం ప్రత్యేకత దానిదే అయినా మొత్తంగా అన్నిటికీ వర్తించే సామాన్య సూత్రాలు ఉంటాయి. ఉదాహరణకి పత్రికలు చదువుకునేది వార్తాంశాల్ని, సమాచారాన్ని, విశ్లేషణలని తెలుసుకోవటానికి పత్రికలకు సౌకర్యం ఉన్నట్లుగా రేడియో, టెలివిజన్‌లకి ఉండదు. పత్రికల్లో విషయాన్ని పాఠకుడు ఒకసారి వెనక్కి తిరిగి చూసుకోవచ్చు. తక్షణమే విషయం అర్థంకాకపోతే వెనక్కి తిప్పి చూసుకునే వెసులుబాటు పత్రికలకి ఉంటుంది. రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం మాత్రమే. శ్రోతకి విన్నవెంటనే విషయం అందాలి. అదివార్త అయినా, విశ్లేషణ అయినా, మరోటి అయినా, టెలివిజన్ విషయానికి వస్తే వినడమూ, చూడడమూ

కూడా వుంటాయి. దృశ్యమానం కావడం [illegible] టెలివిజన్ ఆకట్టుకునే తీరుభిన్నంగా వుంటుంది.

పత్రికలకి పాఠకులు ఉంటారు. [illegible] పరిమితులు లేవు. రేడియో శ్రవ్య మాధ్యమం మాత్రమే కాబట్టి వార్త విశ్లేషణలు సన్నివేశం. ఆ [illegible] మాటల ద్వారానే ఏర్పడాలి. పూర్వం వీధినాటకాలు ఆడేటప్పుడు "అదుగో, ద్వారక ..." అంటూ ఆ సన్నివేశ [illegible] మాటల ద్వారానో, పద్యాల ద్వారానో అందించేవాళ్ళు. [illegible] కాబట్టి [illegible] సులభ గ్రాహ్యంగా ఉంటుంది. ఉదా॥ [illegible] పత్రికలలో [illegible] అందిస్తారు. రేడియోలో ఇంటర్వ్యూ చేసే [illegible] మాటల ద్వారానే శ్రోతలకు [illegible]. టీవీలో అయితే ప్రత్యక్షంగా కనిపిస్తూ [illegible] తీరులో "బాడీ లాంగ్వేజ్" శ్రోతలకి, ప్రేక్షకులకి [illegible] అవుతాయి. ఇలా అంతరాలు వున్నా [illegible] ఉంటాయి. ఆ సూత్రాల్లో ఒకటి ఎడిటింగ్ [illegible].

20.2 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - [illegible]

ముందు ఎడిటింగ్ అన్నా, [illegible] "న్యూవెబ్‌స్టర్స్ డిక్షనరీ" ఇలా [illegible] as an editor does; to supervise or [illegible] printed matter), to act as editr of; to adept (film) [illegible] television [illegible] motion pictures [illegible] rearranging, cutting and slicing" అంటే [illegible] విన్యాసం, కూర్చడం. ప్రచురణ కోసం [illegible] చలన చిత్రం కోసం మార్పులు, చేర్పులు చేసి సిద్ధం [illegible] అనువాదం గురించి శ్రీనాథుడు చెప్పిన దాంట్లోని కొన్ని [illegible]. "[illegible] అభిప్రాయంబు గుర్తించియు, రసంబు పోషించియు, అలంకార[illegible], [illegible] ఔచిత్యంబు పరిహరించియు" మాతృకానుసారం ఉండాలన్నారు. [illegible] ఆమూలాగ్రం అనువర్తించవచ్చు కాని ఎడిటింగ్‌కి [illegible] ఇక్కడ చెప్పుకోవలసిన అర్థం అసలు [illegible] దాన్ని శుద్ధిచేసి, అనువైన రీతిలో [illegible] లేని పక్షంలో ముడిసరుకుగానే వుండిపో[illegible] మార్చడం. దాన్ని ఆస్వాదయోగ్యంగా ఉండేటట్లు [illegible] బట్టి ఉంటుంది. ప్రక్రియాభేదం అంటే ఇక్కడ [illegible] మాధ్యమాలు. ఏటి ఏటి కార్యక్రమాల్లో ప్రక్రియా భేదాలు [illegible] అవుతూ ఉంటుంది. పత్రికలకీ, రేడియోకి, [illegible] (20.1). ఆ తారతమ్యాల్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని [illegible] పాఠకునికి చేరవెయ్యాలి. అందుకనే "ప్రక్రియ" [illegible] అనడం బాగుంటుందేమో. ఇక "[illegible]" [illegible] అవుతుంది. కాని దృష్టి కోణంలో [illegible] కోణాన్ని ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమ [illegible] వాటి విధానాలు, ఆచరణ శైలులు ఉన్నట్టే [illegible] ఉంటాయి. [illegible] అనుగుణంగానే ఆయా మాధ్యమ సిబ్బంది ఎడిటింగ్ [illegible].

BRAOU

పత్రికల ఎడిటర్ల గురించి ప్రముఖులు చెప్పినదాన్ని చూస్తే ఈ ఎడిటింగ్ నిర్వహణ గురించి సులభంగా తెలుస్తుంది. అంటే ఒకటి రెండు ఉదాహరణలు చూద్దాం. నార్ల గురించి రాస్తూ "Even the smallest list of news had the narla stamp", అని కొడవటిగంటి కుటుంబరావు పేర్కొన్నారు. నార్ల సుప్రసిద్ధ ఎడిటర్. ఆయన తెలుగు జర్నలిజానికి చేసిన సేవ ఎంతటిదో చెప్పుకోవడం పునరుక్తి దోషం అవుతుంది. ఆయన సంపాదకునిగా అంత ఉన్నతస్థానం అధిరోహించడానికి కారణం ఆయన తనదైన ముద్రను ఆ మాధ్యమంలో వెయ్యడం. అలాగే గోరాశాస్త్రి గురించీ కొడవటిగంటి కుటుంబరావు రాసిన మాటలు దీన్ని బలపరుస్తాయి. రచయితలు, వార్తలు పంపేవాళ్లు పంపించిన వాటి నుంచి వాటిని ప్రచురించినంత మాత్రాన ఎడిటరైపోడు. "పాలసీసా బిడ్డ నోటికందించిన మనుషల్లా తల్లి అవుతుందా?" అని ఆయన ఎడిటర్ జీవధాతువును విశ్లేషించారు. "నిజమైన ఎడిటర్ పత్రికకు ఒకవ్యక్తిత్వాన్ని ఇస్తాడు, ప్రాణం పోస్తాడు. పత్రిక యొక్క ఘనత పరోక్షంగా ఎడిటర్ ఘనతే" అని కొడవటిగంటి కుటుంబరావు "గోరాశాస్త్రి" గురించి రాస్తూ విశ్లేషించారు. (ఈ రెండు ఉల్లేఖనలూ కొడవటిగంటి కుటుంబరావు వ్యాస ప్రపంచం - 3, సంస్కృతీ వ్యాసాలు నుంచి)

పత్రికా రంగం గురించి ఎడిటర్ ప్రాముఖ్యం గురించి ఈ అంశాలు తెలియజేస్తాయి. వీటినే కొంచెం విస్తరించి మిగిలిన ప్రసారమాధ్యమాలకీ వర్తింపచేయవచ్చు. ఇక్కడ ముఖ్యంగా గమనించాల్సింది ఏమిటి అంటే ఆ మాధ్యమంలో ఆ రేడియో గానీయండి, టెలివిజన్ గానీయండి - ఆ ప్రసారాలకి వాటిదైన ముద్ర, వాటిదైన వ్యక్తిత్వం ఉండడం. వీటిని రూపొందించడమే ఎడిటింగ్ అవుతుంది.

ఇవాళ రేడియో, టెలివిజన్ లోగడ పత్రికలకంటే ఎక్కువ వ్యాప్తినీ, ఎక్కువ ప్రభావాన్ని కలిగి ఉన్నాయి. పత్రికల సంఖ్య, సర్క్యులేషన్ కాపీల సంఖ్య తగ్గలేదుగాని, రేడియో, టెలివిజన్‌లు ప్రజలకి అందుబాటులో ఉన్నతంగా అవి ఉండవు. ఉదాహరణకు దినపత్రిక అయిదారు లక్షల కాపీలు సర్క్యులేషన్‌తో వుంటే గర్వంగా చెప్పుకోదగ్గ విషయమే. కానీ రేడియో, టెలివిజన్ అంతకు రెండు, మూడింతలు ఎక్కువగా అందుబాటులో ఉంటాయి. అందుచేత పఠన, శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలని రూపొందించడంలో ఎడిటింగ్ మెలుకువలు తెలుసుకుని ఉండడం ముఖ్యం.

వీటిలో ఏ మాధ్యమం అయినా ఎంతోమంది సమిష్టి కృషి కలిసి ఉంటుంది. ఎడిటర్ అధిఅక్ష (అధ్యక్ష) స్థానంలో వుంటాడు. మిగిలిన బృందం సైన్యంలో శ్రేణుల మాదిరి ఏర్పడి ఉంటుంది.

పత్రికలలో వార్తల్ని సమాచారాన్ని సేకరించే విలేఖరుల నుంచి సబ్-ఎడిటర్, ఎడిటర్ దాకా ఈ శ్రేణి ఉంటుంది. రేడియోలో వార్తలు సేకరించి పంపేవాళ్ళ దగ్గర్నుంచి, కార్యక్రమాల్ని రూపకల్పన చేసి, అందించే ప్రయోక్తల దాకా ఉంటుంది. టెలివిజన్‌లో టెలివిజన్ కెమెరామన్ కూడా ఉంటాడు. ఇలా ఎంతోమంది కృషి ఒక వార్త, కార్యక్రమం వెనకాల ఉంటుంది. వీళ్లందరి కృషి గమ్యం ఒకటే. ప్రజలకి చైతన్యం కలిగించే కార్యక్రమాల్ని అందించడం.

ఇవాళ టెలివిజన్ ఛానల్స్, ఎఫ్.ఎమ్. రేడియో లాంటివి ఎన్నో విస్తరించుకున్నాయి. అంతేకాదు శాస్త్ర సాంకేతిక రంగంలో విప్లవం వచ్చి ప్రసారమాధ్యమాల్ని అమూలాగ్రం మార్చివేశాయి. వెబ్‌సైట్‌లు, ఇంటర్నెట్, వికిపీడియా లాంటివన్నీ ప్రసార మాధ్యమాల్లో అంతర్భాగం అయ్యాయి. ఇదివరదాకా "ఇన్ఫర్మేషన్" (సమాచారాన్ని) అందించడమే ప్రసారమాధ్యమాల పరమావధిగా ఉండేది. ఇవాళ "ఎంటర్‌టైన్‌మెంట్" కూడా ఇందులో భాగం అయింది. ఆ రకంగా "ఇన్ఫోటైన్‌మెంట్" అనే కొత్త పదబంధం కూడా రూపుతీసుకుంది. దీనికి తోడు "ఇంటర్నెట్ ప్రొటోకాల్ టెలివిజన్" (IPTV) రంగ ప్రవేశం చేసింది. దీనివల్ల చదువుకోవడం, చూడడం రెండూ చెయ్యవచ్చు. "మన తెలుగు" పేరుతో ఇలాంటి ఐ.పి.టీ.వీ. వచ్చింది.

ఇన్ని వచ్చినా ఎడిటింగ్ అవసరం తీరిపోయినది ఏదీలేదు. ఎందుకంటే ఎడిటింగ్ చేసే మహత్తర దోహదం మరుగున పడనిది. పత్రికలో అయితే అచ్చులో వుంటాయి కాబట్టి శ్లీల, అశ్లీల అంశాల ఎడిటింగ్ అవకాశం ఉంటుంది. రేడియోలో ముందుగానే రికార్డింగ్ చెయ్యడం జరుగుతుంది కాబట్టి అపభ్రంశాలు లేకుండా చూసుకోవచ్చు. టెలివిజన్‌లో కెమెరా ముందు ఉండగా, ప్రసారసాధన ప్రతినిధి ఇంటర్వ్యూలు వగైరాలు చేస్తూ ఉంటాడు. అలాంటపుడు ఉన్నదాన్ని ఉన్నట్టు ప్రసారం చెయ్యడం చిక్కులు కలిగించవచ్చు. ఉదాహరణకి సాధారణ ఎన్నికలు జరిగాయి. ఓటర్ గుర్తింపు

BRAOU

కార్డులు ఉన్నా కొందరు ఓటు వెయ్యలేకపోయారు. వాళ్ళ పేర్లు ఓటర్ల లిస్టులో లేకపోవడం అందుకు కారణం. ఓ టీవీ ఛానల్ ఈ అంశాన్ని ప్రముఖం చెయ్యదలచి ఓటర్లని ఇంటర్వ్యూ చేసింది. "ఎందుకండీ ఈ కార్డులు ...., పెట్టుకోవడానికా" అని ఒక ఓటరు అశ్లీల పదం ప్రయోగించాడు. తొలి ప్రసారంలో ఆ విధంగా ప్రసారం చేసినా తరువాత పరిష్కరించి ప్రసారం చేశారు. అంటే ఏమన్నమాట? అనుచితమైన వాటి ప్రసారం అధర్మం అనేకదా. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ అవసరం ఏమిటైందో తెలుస్తుంది కదా. అయితే "రియాల్టీ టెలివిజన్" పేరుతో ఇటీవల ఎలాంటి కార్యక్రమ రూపకల్పనా, ప్రణాళిక లేకుండా కొన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చాయి. వీటికి ఎడిటింగ్ చెయ్యరు. ఇన్ఫొటైన్‌మెంట్‌లాగా దీన్నుంచీ "డెమోక్రటైన్‌మెంట్" అనే పదబంధం ఏర్పడింది. అంటే డెమోక్రసీ, ఎంటర్‌టైన్‌మెంట్ కలిసి ఏర్పడిన పదబంధం. యథాతథంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చెయ్యడం ఇలాంటివి హద్దుమీరినట్లయితే, అలా అని శ్రోతలు / ప్రేక్షకులు భావించి నట్లయితే "స్విచ్ ఆఫ్" చేసి, వాళ్లే ఎడిటింగ్ చేసుకుంటారు. అంటే ఆ కార్యక్రమాన్ని వీక్షించరు, అంతే.

ఎడిటింగ్ చేసే పని ఎడిటర్‌ది అనుకొన్నాం. అంటే కార్యక్రమాన్ని, సమాచారాన్ని ఆస్వాదయోగ్యంగా అందించడం, ఔచిత్యం ఉన్నవాటిని జోడించి, అనౌచిత్యంగా కనిపించేవాటిని తప్పించి వాటికి రూపకల్పన చెయ్యడం అన్నమాట. అన్ని ప్రసార మాధ్యమాలకీ ఇది వర్తిస్తుంది.

20.3 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష

కార్యక్రమాలు అన్న పదాన్ని విస్తృత అర్థంలో వాడుకుంటే పత్రికలలోని వార్తలు, వ్యాఖ్యలు, విశ్లేషణలు దగ్గర్నుంచి రేడియో టెలివిజన్లలో ప్రసారం అయ్యేవాటిదాకా అన్నీ ఒక సమాహారంగా వస్తాయి. వీటికి రూపకల్పన చెయ్యడం దగ్గర్నుంచి అందించేదాకా అనేక దశలు ఉంటాయి. వీటిల్లో ఏ విభాగాల వాళ్లు ఆ విభాగం పని చేసినా చివరికి ఎడిటింగ్ పర్యవేక్షణ కిందికే అన్నీ వస్తాయి. పత్రికలైతే విలేఖరులు పంపిన దాన్ని సబ్ - ఎడిటర్ స్థాయి వ్యక్తిచూస్తాడు. చూసిన తరువాత వార్తల ప్రాధాన్యతా క్రమాన్ని నిర్ణయిస్తాడు. తరువాత దాన్ని ప్రచురణ యోగ్యమైన స్థితికి తీసుకువస్తాడు. పత్రిక ఎడిటర్ ఆమోదముద్ర వేస్తే దాన్ని ప్రచురణకు తెస్తారు. రేడియో, టీవీ విషయంలో కూడా కొన్ని అవాంతర భేదాలతో ఈ దశలు ఉంటాయి. రేడియో, టీవీలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు కూడా ఉంటాయి. అంటే ఏ నాయకుడి బహిరంగసభ విశేషాలతో అందించడం లాంటివి క్రికెట్ రన్నింగ్ కామెంటరీ టీవీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చేదాకా శ్రోతల్ని అలరించింది. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ పరిమితులు ఎడిటింగ్‌కి ఉంటాయి. పైన ప్రస్తావించుకున్న అనుచిత సందర్భాల్లాగా, ఏమైనా మార్గదర్శక సూత్రాలు ఈ అన్నింటికీ పునాదిగానే ఉన్నాయి, సంగీతంలో 72 మేళకర్తరాగాల పునాదిలాగా. ఎంతటి మహా విద్వాంసుడైనా ఓనమాలతోనే కదా శ్రీకారం చుట్టేది.

పత్రికలలో సరళ గ్రాంధికంలాంటి భాష ఉండేది. అది మారి జన వ్యవహారంలో ఉన్నభాష అందలం ఎక్కింది. మాండలిక విభేదాలు, పదప్రయోగాలు ఉన్నా పత్రికలు అందరికీ అవబోధ లోపం లేకుండానే అందుతున్నాయి. సినిమా ప్రాచుర్యం పొంది ప్రాంతీయ పరిమితులు దాటిన భాషని వ్యాప్తిలోకి తెచ్చాయి. పత్రికలు ఒక ప్రామాణిక వాడుకభాషను స్థిరం చేశాయి. రేడియో, టెలివిజన్‌లు వచ్చాక ఈ దిక్సూచి ముల్లు నిలబడింది.

పత్రికలకైనా, రేడియో టెలివిజన్లకైనా భాషే సంపద, మాధ్యమం (Communication). అందుచేత భాష గురించి శ్రద్ధ ఎంతో అవసరం. ఉచ్చారణలో మాండలిక భేదాలు ఉండవచ్చు. "ఆ గుంటూరు శాస్త్రుల్లకి పడమట దేశపు యాస వుండేదా?" అని సౌజన్యరావు పంతులు లుబ్ధావధాన్లని అడుగుతాడు. భాష ఒక్కటే. కాని ప్రాంతాల్ని బట్టి ఉచ్చారణలో ఇలాంటి అంతరాలు వస్తూ ఉంటాయి. లిపిలో అయితే ఉచ్చారణకు భంగం కలిగేది ఏమీ ఉండదు. కానీ రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకే పెద్దపీట. అంచేత "రాతకంటికి, ఉచ్చారణ చెవికి" అన్నారు. ఈ ఉచ్చారణనుబట్టి ఎవళ్లు ఏ ప్రాంతం వాళ్ళో పసికట్టవచ్చు. 'యాస' సామూహికంగా ఆ ప్రాంతం వాళ్ళందరికీ వర్తిస్తుంది. కాని వ్యక్తులు మాట్లాడేటప్పుడు ఉండే విలక్షణతలూ ఉన్నాయి. వీటిని "Idiolect" అంటారు. అంటే ఆ ఫలానా వ్యక్తి భాషను ఉచ్చరించే తీరు, ప్రవర్తనాదికాల విలక్షణాన్ని "Idiosyncrasy" అంటారు. వ్యక్తుల విలక్షణ ఉచ్చారణనీ, మాండలిక ఉచ్చారణనీ ప్రామాణిక భాషలో పరిహరించాల్సిన అవసరం ఈ మాధ్యమాలలో అవసరం. లేనట్లయితే అవబోధకు భంగం కలుగుతుంది. టీవీ కార్యక్రమాల్లో ప్రాంతాలవారీగా విడి వ్యక్తుల్ని ఇంటర్వ్యూ చేసేటప్పుడు వాళ్ళు తమ ప్రాంతపు

BRAOU

పలుకుబళ్లనే ప్రయోగిస్తూ ఉంటారు. అన్ని వేళలా వాటిని సవరించడం, మనం అనుకున్న రీతిలో మలచుకోవడం సాధ్యం కాకపోవచ్చు. కాని వాళ్లని ఇంటర్వ్యూ చేశాక, పదిమందికీ అర్థంకాని పదాలుగాని, ఉచ్చారణగాని దొర్లినట్టయితే, బ్యూరో ప్రతినిధి క్రోడీకరించి చెప్పవచ్చు. ఇవాళ పత్రికల్లో కూడా కొంత నాటకీయత ఉండాలన్న ఉద్దేశ్యంతో మాండలిక పదాల్ని శీర్షికలుగా, ఉపశీర్షికలుగా పెడుతున్నారు. రేడియో, టీవీ కార్యక్రమాల్లో కూడా ఇలాంటివి కనిపించకపోలేదు. కాని ఒక విషయాన్ని మాత్రం గుర్తుంచుకోవాలి. యాస, ఉచ్చారణ పేరుతో ఆ ప్రాంతీయుల్ని, ఆ వ్యక్తుల్ని కించపరచ కూడదు. అధిక్షేపానికి తావు ఇవ్వకూడదు. ఈ విషయాన్ని ఎడిటింగ్ విభాగం చూసుకోవాలి.

తెలుగు భాషలో ధ్వని సంకేతాలు లిపిలో ప్రతిఫలిస్తూ ఉంటాయి. వర్ణక్రమం బట్టి ఆ పదాన్ని చదవవచ్చు. ఉదాహరణకు సంకర, శంకర లాంటివి. ఈ 'స, శ'ల ఉచ్చారణ వికటిస్తే అర్థం సంకరమై పోతుంది. ఇవాళ టీవీ యాంకర్లు ఇలాంటి దోషాల్ని పాపభీతిలేకుండా చేస్తున్నారు. ఈ విషయాన్ని శ్రద్ధ పెట్టి గమనించాలి. "జ్ఞ", "ఘ్న" ఉచ్చారణలో అపభ్రంశం వల్ల అర్థం మారడం "కృతజ్ఞత", "కృతఘ్నత" అన్న సందర్భంలో చూడవచ్చు. వార్తలు చదివేవాళ్లు, నివేదికలు సమర్పించేవాళ్లు, ప్రయోక్తలు, కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించేవాళ్లు ఈ విషయంలో మరీ ముఖ్యంగా దృష్టిపెట్టాలి. అలా దృష్టి పెట్టేటట్టు చేసే బాధ్యత ఎడిటింగ్ విభాగానిది. "స, శ, ష" అంతరాలు గుర్తించడం ఎంత ముఖ్యమో మాటల్లో ఒత్తులు పలకడం కూడా అంతే ముఖ్యం. ధర్మరాజు, భీష్ముడు, భీముడు లాంటి పేర్లని ఒత్తులు లేకుండా పలికితే "వాళ్ల బలమంతా ఒత్తుల్లోనే ఉందిరా, నాయనా" అని ఓ టీచర్ కొప్పడ్డాడట. బలం మాట ఎలా ఉన్నా ఉచ్చారణ దోషం తప్పదు. మరీ ముఖ్యంగా ఇటీవలి కాలంలో బాధ, భేదం అనే మాటల ఉచ్చారణ చాలా బాధాకరంగా వినిపిస్తోంది. బాధ్యత అనే మాటను కూడా బాధ్యత లేకుండా పలికేస్తున్నారు. తెలుగు భాషలో ఉన్న మరొక విశేషం దంత్య తాలవ్య "చ, జ"లు. ఓ మాటలో చ, జ దంత్యమా, తాలవ్యమా అనేది సామాన్యంగా మాతృభాష వాళ్లందరికీ తెలుస్తూనే ఉంటుంది. సి.పి. బ్రౌన్ ఈ తేడాని తెలియచేసేందుకు చ, జ లపైన "ˆ" గుర్తు పెట్టి చూపించాడు. ఇవి రెండూ సవర్ణాలు, అ, ఆ, ఉ, ఊ, ఒ, ఓ, ఔ ల ముందు వస్తే దంత్యం. ఇ, ఈ, ఎ, ఏ ల ముందు వస్తే తాలవ్యం. ఇంగ్లీషులో జె, జెడ్ అనే అక్షరాలు ఉన్నాయి. 'రాజు' (రాయల్) రాజు (పొగరాజుకోంది). ఉచ్చారణలో Raju, Razu అని తేడా చూపిస్తాం. ఉచ్చారణలో భేదాన్ని సూచించడం కోసమే దీని గురించి ఇంత విపులంగా చర్చించుకున్నాం. రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకు పెద్దపీట ఉంటుంది కాబట్టి ఈ కార్యక్రమాలలో పాల్గొనే వాళ్లు దీనిపట్ల ప్రత్యేక దృష్టి పెట్టాలి. దీన్ని కూడా ఎడిటింగ్ విభాగం కిందికి తీసుకురావచ్చు.

BRAOU

ఇక ఈ అంశం కింద చివరిగా చూడవలసింది వాక్యావబోధ. పత్రికా మాధ్యమ భాషలో సంశ్లిష్ట వాక్యాలు దొర్లినా వెనక్కి తిప్పి చూసుకునే వెసులుబాటు ఉంటుంది. రేడియో, టీవీలలో ఆ సౌలభ్యం ఉండదు. అంచేత వాక్యాలు వీలైనంత క్లుప్తంగా, సూటిగా ఉండాలి. సాధ్యమైనంత వరకూ మారుమూల మాటలని ప్రయోగించకూడదు. నిత్య వ్యవహారంలో ఉండే మాటలు కూడా పదునుగా భావ వ్యక్తీకరణ చేస్తాయి. ఉదాహరణకు శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్యశాస్త్రి, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు రచనల్ని చూడండి. భాషపదును తెలుస్తుంది. ఇవాళ ఆంగ్ల పదప్రయోగం విస్తారంగా ఉంటోంది. దీని గురించి కార్యక్రమ రూపకర్తలు ఆలోచించాలి.

20.4 ప్రచురణలకు సిద్ధం చెయ్యడం

ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష అనే అంశంలో భాష ప్రయోగం గురించే ఎక్కువ చెప్పుకున్నాం. దానికి కారణం శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాల కార్యక్రమాలలో అవిభాజ్యంగా భాష, ఉచ్చారణ ఉండడం. ఇంతకీ భాషపైన ధరించే ఉడుపులాంటిదే. అసలు శరీరం కార్యక్రమం, దాని ప్రాముఖ్యం. ఇవి లేకుండా ఎంత డాబుసరి దుస్తులు వేసినా ఫలితం శూన్యం. అంచేత కార్యక్రమ రూపకల్పన, వాటిని ప్రసారానికి సిద్ధం చెయ్యడం గురించి తెలుసుకోవాలి.

కార్యక్రమ రూపకల్పనలోని దశలని పునశ్చరణ చేసుకుని ప్రసారాల దగ్గరికి వెడదాం.

మొదట కార్యక్రమ లక్ష్యం స్పష్టంగా ఉండాలి. కార్యక్రమాలు కొన్ని అప్పటికప్పుడు అవసరమైనవి ఉంటాయి. ఉదాహరణకి ఓ స్వాతంత్ర్య దినోత్సవం, గణతంత్ర దినోత్సవం లాంటిది. స్వాతంత్ర్యం సిద్ధించిన నేపథ్యం, నాయకుల

వ్యక్తిత్వాలు వగైరాలు తీసుకుని కార్యక్రమాలు రూపొందించవచ్చు. అలాగే పండగలకి సంబంధించి ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు నిర్వహించవచ్చు. ఉగాది కవిసమ్మేళనాలు సర్వసాధారణంగా అందరికీ కొట్టిన పిండి లాంటివే. ప్రాయోజిత కార్యక్రమాలు ఓ నాటకం కావచ్చు, ఓ కథాపఠనం కావచ్చు. వ్యక్తుల జీవిత చరిత్రలు కావచ్చు. ఇక అప్పటికప్పుడు తటస్థపడే వాటిలో ఆందోళనలు, సమ్మెలు, అంటువ్యాధులు, ఇటీవల పతాకశీర్షికలకు ఎక్కిన కలుషిత నీటి దుష్ఫలితాలు లాంటివి ఉంటాయి. అంచేత సమయ సందర్భాలని బట్టి కార్యక్రమాల్ని ఎంపిక చేసుకోవడం, వాటి రూపకల్పన అవసరం.

ముందే చెప్పుకున్నట్టు భాష ముఖ్యస్థానం ఆక్రమిస్తుంది. దాన్ని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలకి సరళంగా, సూటిగా, గూఢమైన పదాలు లేకుండా, సామాన్య ప్రజలకి సులభంగా బోధపడేలా ఉండాలి. ప్రత్యేకం ఏ కొందరికో ఉద్దేశించిన కార్యక్రమం అయితే తప్ప, సాంకేతిక పదజాలం, వివరణ అవసరమైన మాటలు వాడకూడదు. ఎందుకంటే సామాన్య జనాలకి అవి అందవు. వాళ్ళకి కావాల్సింది ఆ ఫలానా ప్రయోగం వల్ల - ఉదాహరణకి ఇటీవల వార్తలకెక్కిన శాస్త్ర పరిశోధన - కలిగే ఫలితం ఏమిటా అనేదే. అలాగే ఆర్థిక మాంద్యం లాంటి సమస్యలకి సంబంధించి ఆర్థిక పరిభాషలో అతిగా పారిభాషిక పదజాలం వాడడం. అందరినీ చుట్టు ముట్టిన సంక్షోభం కాబట్టి దాని పుట్టుపూర్వోత్తరాలు, ఆర్థిక విధానాల అమలు తీరు, ఫలితాలు బోధపడేటట్టు కార్యక్రమం ఉంటే చాలు. ఇక్కడే ఎడిటింగ్ ప్రాముఖ్యం తెలుస్తుంది. దేన్ని పరిహరించాలో, దేన్ని ఉంచాలో, దేన్ని చేర్చాలో ఎడిటింగ్ విభాగం చూసుకోవాలి.

ఆ రకంగా కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ప్రథమంగా లక్ష్యం, ఉద్దేశ్యం స్పష్టంగా వుండడం అవసరం. తర్వాత దానికి ఎలా రూపం ఇవ్వాలో నిర్ణయించుకోవాలి. ఇక ప్రసారం చెయ్యబోయే ముందు దీన్ని సరిచూసుకోవడం. కొన్ని సందర్భాల్లో దీన్ని పోస్ట్-ప్రొడక్షన్‌దశ అంటున్నారు. అంటే ప్రణాళిక, రూపకల్పన అయ్యాక ప్రసారానికి అనువుగా ఉండేటట్టు దాన్ని తయారు చేసుకోవడం. ఈ దశలోనే సమీక్ష చేసుకుని దేన్ని తొలగించాలో, దేన్ని ఉంచాలో తేల్చుకోవాలి. సంగీతం, జంత్రవాయిద్యాలు ప్రసారం చేస్తున్న అంశానికి ప్రోద్బలకంగా ఉంటాయనుకుంటే వాటిని ఎంపిక చేసుకుని జోడించాలి. ఉదాహరణకి ఓ విషాదకర సంఘటన అనుకోండి. విషాదభరితంగా ఉండే నేపథ్య సంగీతాన్ని వాయిద్యాల్ని ఉపయోగించి ఆ సంఘటనకు జత చెయ్యాలి.

ఇంత పూర్వరంగం దీనంతటికీ ఉంటుంది.

ఇప్పుడు అది ప్రసారానికి సిద్ధం కావాలి.

పత్రికలకి, రేడియోకి, టెలివిజన్‌కి అన్నిటికీ గమ్యం పాఠకులకి / శ్రోతలకి / ప్రేక్షకులకి విషయాన్ని కార్యక్రమం ద్వారా చేరవెయ్యడమే కదా. దీన్ని ఎంత సాఫల్యంగా చెయ్యగలిగాము అన్నదే కార్యక్రమ విజయానికి కొలమానం.

పత్రికల విషయంలో ఉండే వెసులు బాటు రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో ఉండకపోవచ్చు. రేడియో, టీవీలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాలని మినహాయిస్తే ముందే రికార్డింగ్ చేసుకునే కార్యక్రమాలకి, పత్రికలంతకాకపోయినా, ఓ మేరకు వెసులుబాటు ఉంటుంది. ఇలాంటి వెసులుబాటు లభించిన సందర్భాల్లో ఎడిటింగ్ నైపుణ్యంతో ప్రసారాలు మెరుగులు దిద్దుకోవచ్చు.

ఉదాహరణకు ఓ గ్రామ జీవిత సన్నివేశాన్ని కార్యక్రమంలో చూపించాలనుకున్నామనుకోండి. అక్కడి మనుషుల జీవితం, ప్రభుత్వ పథకాల వల్ల పొందిన లబ్ధి, పంటలు, పాడి పరిశ్రమ వగైరాలని ప్రసారం చేసే తీరులో రూపొందించుకోవాలి. ఆ సన్నివేశ నేపథ్యానికి తగ్గ తీరులో సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌నీ, సంగీతాన్ని జోడించవచ్చు. టీవీ కార్యక్రమం అయితే పంటచేలనీ, పశువుల మందలని ప్రత్యక్షంగానే చూపించవచ్చు. ఇలా అవసరమైన వాతావరణాల్ని సృష్టించవచ్చు. దీన్ని ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్ దశ అంటారు. ఆ రకంగా ప్రణాళిక దశ నుంచి రూపకల్పన చేసుకున్న కార్యక్రమం ఎడిటింగ్ మెరుగులతో ప్రసారానికి అనువుగా తయారవుతుంది.

20.5 ఎడిటింగ్ ప్రమాణాలు - కొలమానాలు

ఎడిటింగ్ చేసే దశలో కొన్ని ప్రమాణాలు ఉంటాయి. వాటిని పాటిస్తూ కొన్ని కొలమానాలు కూడా ఉంటాయి. వాటిని తెలుసుకుందాం:

BRAOU

20.5.1 ప్రమాణాలు

ప్రచురణకిగాని, ప్రసారానికిగాని ఇది తగింది, ఇది తగదు అని నిర్ణయించుకోవడమే ప్రమాణం అనవచ్చు. అంటే ప్రచురణ ప్రసార అర్హత ఉందన్నమాట. అయితే దీన్ని నిర్ణయించుకోవడం ఎలాగ? ఇందులో ఎడిటింగ్ బాధ్యత ఏమేరకు ఉంటుంది?

ముందుగా వార్తలుగాని, సమాచారంగాని ఇబ్బడి ముబ్బడిగా వస్తూనే ఉంటాయి. ప్రపంచంలో ఎన్ని వార్తా సంస్థలున్నాయో చెప్పలేం. ఇవిగాక పత్రికల స్తోమతను బట్టి, రేడియో / ఎఫ్.ఎమ్ / టెలివిజన్ ఛానళ్ల స్థితిగతులను బట్టి తమతమ విలేఖరుల్ని, ప్రతినిధుల్ని నియమించుకోవడం ఉంది. శాస్త్ర సాంకేతిక రంగంలో వచ్చిన విప్లవం వల్ల ఇవాళ ఇరవై నాలుగు గంటలూ కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించే ఛానళ్లు ఉన్నాయి. తాజా సమాచారాన్ని చేరవేసే పత్రికలు ఉన్నాయి. ఇవన్నీ కవిత్వాన్ని, నవలల్ని సృష్టించినట్టు వార్తల్ని సృష్టించవుకదా. మరి ఇవి చేసే పని ఉన్న పరిస్థితులకి అద్దం పట్టే సమాచారాన్ని అందించడం. ఉదాహరణకు ఓ శాస్త్రజ్ఞుడు ఓ మహత్తర ఆవిష్కరణ చేశాడు. లేదా ఓ మహనీయుడు కీర్తిశేషుడయ్యాడు. లేదా ఓ విమాన ప్రమాదం జరిగింది. ఓ రైలు ప్రమాదం జరిగింది. వీటిని వార్తగా, సమాచారంగా పత్రికలు, ప్రసార సాధనాలు అందిస్తాయి. ఇవాళ ప్రపంచం వేద యుగంలో లేదు, వేగయుగంలో ఉంది. ఎవళ్ళు ముందుగా ఈ వార్తని, సమాచారాన్ని అందిస్తే వాళ్ళదే విక్టరీ స్టాండ్ మీద స్థానం. దానితో ఉరుకులు పరుగుల మీద ఆ వార్తని సమాచారాన్ని సేకరించడం పంపించడం జరుగుతోంది. ఎవళ్లో తమాషాగా చెప్పినట్టు రైలు ప్రమాదం జరక్కముందే ఆ సంఘటనా స్థలానికి వీళ్లు చేరుకుంటారట! అలాంటి పరిస్థితుల్లో దేన్ని ఎంపికచెయ్యాలి, దేన్ని ప్రచురించాలి, ప్రసారం చెయ్యాలి అన్నదాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి. ఓసారి ఓ విలేఖరి ఓ మంత్రిగారి సభ విశేషాలు పత్రికకు పంపించాడు. మంత్రి కారుదిగడం దగ్గర్నుంచి, వేదిక మీద కూర్చున్నాక దండలు వేయించుకోవడం దగ్గర్నుంచి వివరంగా రాసి పంపించాడు. అసలు మంత్రి ఎందుకు వచ్చాడు, ఏం చెప్పాడు అన్నది ముఖ్యం. మిగతా తతంగమంతా రొటీన్‌గా ఉండేదేనని సంపాదకుడు క్లాస్ తీసుకున్నాడు. అంటే రొటీన్‌గా ఉండేది అవసరం లేదు. విషయంలో చెప్పుకోదగ్గదీ, ప్రయోజనకరమైనదీ ఏదో అదే ముఖ్యం. దీన్ని నిర్ణయించేదే ప్రమాణం.

ఏ ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమానికైనా ఈ ప్రమాణాలు అవసరమే. అపుడే ప్రసార అర్హత వస్తుంది.

ఈ అర్హతను నిర్ణయించే ప్రమాణాలు ఏమిటో స్థూలంగా చూద్దాం.

మొదటిది సమయోచితంగా ఉండడం. దీన్ని ఇంగ్లీషులో Timely అంటారు. అంటే సందర్భానికి నప్పేటట్టు ఆ వార్త, సమాచారం ఉండాలి. అయిపోయిన పెళ్లికి బాజాలన్నట్టు ఉండకూడదు. ఉదాహరణకు ఓ స్కామ్ జరిగింది. దాని ప్రకంపనలు తక్షణమే వెల్లడవుతాయి. దానికి సంబంధించిన సమాచారం సమయోచితం అవుతుంది. ఎన్నికలు వచ్చాయి. వీటికి సంబంధించిన సమాచారం సమయోచితం అవుతుంది. ఈవిధంగా ఏది సమయోచితమో దాన్ని చూసుకోవాలి. ఇక తరువాత అంశం దాని ప్రాముఖ్యం. ఏది ప్రాముఖ్యం వహిస్తుంది? ఇది దేశ కాలమాన పరిస్థితుల్ని బట్టి ఉంటుంది. ఒకప్పుడు ఓ అంశం ప్రముఖంగానే ఉండవచ్చు. దరిమిలా దాని ప్రాముఖ్యం వన్నె తగ్గవచ్చు. ఒక్కోదానికి ఆయా ప్రాంతాలనుబట్టి ప్రాముఖ్యం ఉండవచ్చు. ఉదాహరణకి ఎప్పుడూ ప్రశాంతంగా, శాంతిభద్రతలకి భంగం కలగకుండా ఉండే ప్రాంతంలో ఏ అల్లర్లో జరిగాయనుకోండి. అక్కడ అది ప్రాముఖ్యం వహిస్తుంది. ఎప్పుడూ అలాంటివి జరిగే ప్రాంతంలో వాటికాప్రాముఖ్యం ఉండదు. "నిత్యం చచ్చే వాడికి ఏడ్చేవాడెవడు" అన్న సామెత మాదిరే ఇలాంటి చోట్ల అది రొటీన్. ఎన్నడూ అలాంటి పరిస్థితి ఎరగని చోట అది వార్త, విశేషం. అ రకంగా ప్రాముఖ్యాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి.

మూడవది ఒక వార్త, సమాచారం సంచలన కారకం అవుతుందనిపించడం. ఉదాహరణకి ఛీఫ్ ఎలక్షన్ కమీషనర్ తనతోటి సభ్యునిమీద రాష్ట్రపతికి ఫిర్యాదు చేస్తూ నివేదిక ఇచ్చారు. అది రాజ్యాంగ సంబంధమైన చిక్కులకి దారితీయవచ్చు. అది సంచలనం కలిగించేది కాబట్టి ప్రచార యోగ్యత సంతరించుకుంటుంది.

ఇదే మాదిరిగా మనజీవితాలకి సంబంధించి, దైనందిన కార్యకలాపాలకి సంబంధించి అనేక విషయాలు ఉండవచ్చు. అలాగే అధిక శాతం జనాలని చుట్టుముట్టే సమస్యలు ఉండవచ్చు. వాటి ఫలితాలు, పర్యవసానాలు ఎక్కువ వుండవచ్చు. వీటన్నిట్నీ సమాచారంగానే గ్రహించాలి.

BRAOU

కార్డులు ఉన్నా కొందరు ఓటు వెయ్యలేకపోయారు. వాళ్ళ పేర్లు ఓటర్ల లిస్టులో లేకపోవడం అందుకు కారణం. ఓ టీవీ ఛానల్ ఈ అంశాన్ని ప్రముఖం చెయ్యదలచి ఓటర్లని ఇంటర్వ్యూ చేసింది. "ఎందుకండీ ఈ కార్డులు ...., పెట్టుకోవడానికా" అని ఒక ఓటరు అశ్లీల పదం ప్రయోగించాడు. తొలి ప్రసారంలో ఆ విధంగా ప్రసారం చేసినా తరువాత పరిష్కరించి ప్రసారం చేశారు. అంటే ఏమన్నమాట? అనుచితమైన వాటి ప్రసారం అధర్మం అనేకదా. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ అవసరం ఏమిటైందో తెలుస్తుంది కదా. అయితే "రియాల్టీ టెలివిజన్" పేరుతో ఇటీవల ఎలాంటి కార్యక్రమ రూపకల్పనా, ప్రణాళిక లేకుండా కొన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చాయి. వీటికి ఎడిటింగ్ చెయ్యరు. ఇన్ఫోటైన్‌మెంట్‌లాగా దీన్నుంచి "డెమోక్రటైన్‌మెంట్" అనే పదబంధం ఏర్పడింది. అంటే డెమోక్రసీ, ఎంటర్‌టైన్‌మెంట్ కలిసి ఏర్పడిన పదబంధం. యథాతథంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చెయ్యడం ఇలాంటివి హద్దుమీరినట్లయితే, అలా అని శ్రోతలు / ప్రేక్షకులు భావించి నట్లయితే "స్విచ్ ఆఫ్" చేసి, వాళ్లే ఎడిటింగ్ చేసుకుంటారు. అంటే ఆ కార్యక్రమాన్ని వీక్షించరు, అంతే.

ఎడిటింగ్ చేసే పని ఎడిటర్‌ది అనుకొన్నాం. అంటే కార్యక్రమాన్ని, సమాచారాన్ని అస్వాదయోగ్యంగా అందించడం, ఔచిత్యం ఉన్నవాటిని జోడించి, అనౌచిత్యంగా కనిపించేవాటిని తప్పించి వాటికి రూపకల్పన చెయ్యడం అన్నమాట. అన్ని ప్రసార మాధ్యమాలకీ ఇది వర్తిస్తుంది.

20.3 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష

BRAOU

కార్యక్రమాలు అన్న పదాన్ని విస్తృత అర్థంలో వాడుకుంటే పత్రికలలోని వార్తలు, వ్యాఖ్యలు, విశ్లేషణలు దగ్గర్నుంచి రేడియో టెలివిజన్లలో ప్రసారం అయ్యేవాటిదాకా అన్నీ ఒక సమాహారంగా వస్తాయి. వీటికి రూపకల్పన చెయ్యడం దగ్గర్నుంచి అందించేదాకా అనేక దశలు ఉంటాయి. వీటిల్లో ఏ విభాగాల వాళ్లు ఆ విభాగం పని చేసినా చివరికి ఎడిటింగ్ పర్యవేక్షణ కిందికే అన్నీ వస్తాయి. పత్రికలైతే విలేఖరులు పంపిన దాన్ని సబ్ - ఎడిటర్ స్థాయి వ్యక్తిచూస్తాడు. చూసిన తరువాత వార్తల ప్రాధాన్యతా క్రమాన్ని నిర్ణయిస్తాడు. తరువాత దాన్ని ప్రచురణ యోగ్యమైన స్థితికి తీసుకువస్తాడు. పత్రిక ఎడిటర్ ఆమోదముద్ర వేస్తే దాన్ని ప్రచురణకు తెస్తారు. రేడియో, టీవీ విషయంలో కూడా కొన్ని అవాంతర భేదాలతో ఈ దశలు ఉంటాయి. రేడియో, టీవీలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు కూడా ఉంటాయి. అంటే ఏ నాయకుడి బహిరంగసభ విశేషాలతో అందించడం లాంటివి క్రికెట్ రన్నింగ్ కామెంటరీ టీవీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చేదాకా శ్రోతల్ని అలరించింది. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ పరిమితులు ఎడిటింగ్‌కి ఉంటాయి. పైన ప్రస్తావించుకున్న అనుచిత సందర్భాల్లాగా ఏమైనా మార్గదర్శక సూత్రాలు ఈ అన్నింటికీ పునాదిగానే ఉన్నాయి, సంగీతంలో 72 మేళకర్తరాగాల పునాదిలా ఎంతటి మహా విద్వాంసుడైనా ఓనమాలతోనే కదా శ్రీకారం చుట్టేది.

పత్రికలలో సరళ గ్రాంధికంలాంటి భాష ఉండేది. అది మారి జన వ్యవహారంలో ఉన్నభాష అందలం ఎ
మాండలిక విభేదాలు, పదప్రయోగాలు ఉన్నా పత్రికలు అందరికీ అవబోధ లోపం లేకుండానే అందుతున్నాయి
ప్రాచుర్యం పొంది ప్రాంతీయ పరిమితులు దాటిన భాషని వ్యాప్తిలోకి తెచ్చాయి. పత్రికలు ఒక ప్రామాణిక వా
స్థిరం చేశాయి. రేడియో, టెలివిజన్‌లు వచ్చాక ఈ దిక్కుచి ముల్లు నిలబడింది.

పత్రికలకైనా, రేడియో టెలివిజన్లకైనా భాషే సంపద, మాధ్యమం (Communication). అందుచే
శ్రద్ధ ఎంతో అవసరం. ఉచ్చారణలో మాండలిక భేదాలు ఉండవచ్చు. "ఆ గుంటూరు శాస్త్రుల్లకి
యాన వుండేదా?" అని సౌజన్యరావు పంతులు లుబ్ధావధాన్లని అడుగుతాడు. భాష ఒక్కటే. కా
ఉచ్చారణలో ఇలాంటి అంతరాలు వస్తూ ఉంటాయి. లిపిలో అయితే ఉచ్చారణకు భంగం కలి
కానీ రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకే పెద్దపీట. అంచేత "రాతకంటెకీ, ఉచ్చారణ చెవికి" అన్నారు
ఎవళ్లు ఏ ప్రాంతం వాళ్ళో పసికట్టవచ్చు. 'యాస' సామూహికంగా ఆ ప్రాంతం వాళ్ళందరికీ
మాట్లాడేటప్పుడు ఉండే విలక్షణతలూ ఉన్నాయి. వీటిని "Idiolect" అంటారు. అంటే
ఉచ్చరించే తీరు, ప్రవర్తనాదికాల విలక్షణాన్ని "Idiosyncrasy" అంటారు. వ్యక్తుల విలక్ష
ఉచ్చారణనీ ప్రామాణిక భాషలో పరిహరించాల్సిన అవసరం ఈ మాధ్యమాలలో అవస
భంగం కలుగుతుంది. టీవీ కార్యక్రమాల్లో ప్రాంతాలవారీగా విడి వ్యక్తుల్ని ఇంటర్వ్యూ చే

గమ్యం ఏమిటి? ప్రతి పత్రిక, ప్రతి ప్రసార సాధనం 'నిష్పక్షపాతం', 'సత్యం వద' తమ మకుటాలుగా చాటుకుంటూ వున్నాయి. వాటిని తప్పుపట్టడానికి లేదుగాని నిజంగా ప్రజలకి అలాంటి విశ్వాసం కుదురుతుందా అని. కొన్ని చాలా హైవోల్టేజీతో ప్రకాశింపచెయ్యడం, కొన్నిటిని మసక వెలుతుర్లో అందించడం సాధారణంగా నలుగుర స్థాయిలోనే జరుగుతున్నాయి. దీన్ని బట్టే ఆ ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల గురి ఏమిటన్నది గమనార్హ ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలు నిజంగా వార్తల్ని మాత్రమే అందించి, వ్యాఖ్యలూ విశ్లేషణలూ త అనుగుణంగా చేసుకుంటే వేరు. అప్పుడు "వార్త పవిత్రమైంది, అనుల్లంఘనీయం, వ్యాఖ్యలు అన్న ప్రసార మాధ్యమ నైతిక సూత్రాలకి గండిపడదు. అలాకాక వార్తనే తమ ధోరణిలో మలచ చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ఇటీవల జరిగిన అనేక సంఘటనలు దీనికి దాఖలాగా ఉ వివిధ జలయజ్ఞ విధానాల దాకా, సెజ్‌ల నుంచి ఆర్థిక పథకాల దాకా ఏ అం నాలుగు ప్రసార మాధ్యమాల్ని తీసుకుని ఈ వైనాన్ని అందించిన తీరు బేరీ

లోకస్ ఇన్‌క్వో (Locus in Quo సంఘటన రంగం) ఒకటే క్షా కలిసే బిందువు ... ఉంది. అందుకనే ఇవాళ చాలా ఎత్తి చూపించే ముఖ్యమైన పాత్రకి నీళ్లు వదిలాయని భా విషయాన్ని ఎత్తి చూపిస్తున్నారు. "ఈ రాణీ ప్రేమ పురాణం కాని రాణీగారి ప్రేమ పురాణాలకి (ఇవాళ సినీతా వేదనలకి ప్రతిస్పందనకరువవుతోంది. ఉదాహర గురించి సమ్మె జరిగింది. కాని దాని గురి

ఈ రకంగా ఏది ప్రాధాన్యం స మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. ఉంటుంది. నిష్పాక్షికంగా

20.6 ఎడిటింగ్

మాధ్యమం ఏదైనా రూప ప్రత్యేకం వాటిదైన పాఠక బృందం ఉ పత్రికలు ఉన్నాయి. "ది హిందూ" పత్రికను లేఖలు రాసే వాళ్లని బట్టి తెలుస్తోంది. రేడియో, టీవీ ఛానల్‌కో మాత్రమే పరిమితమైన వాళ్ళున్నట్టు త ఇవాళ ఎఫ్.ఎమ్. రేడియో ఇలాంటి ఆదరణను శ్రోతల ను బట్టి ఆదరణ ఉంటుంది.

అలా రూపొందించుకున్న కార్యక్రమాల రూకపకల్పన గురించి, ఇంతవరకూ పరిశీలించాం.

ఇప్పుడు ఆ కార్యక్రమాలకి సంబంధించిన ఎడిటింగ్‌లో డబ్బింగ్ మిక్సింగ్‌ల

"డబ్బింగ్" అంటే చలన చిత్రాలకు భాషాంతరాన్ని సమకూర్చడం అని నిఘంటు రేడియో, టీవీలలో "వివిధ ధ్వనులూ, మాటలూ మొదైన వాటిని సమ్మేళనం చెయ్యడం, అ

ప్రమాదం ఉంటుంది. ఇలాంటి సందర్భాల్లో విలేఖరులు, సంపాదకులు తమ సంయమనాన్ని కోల్పోకుండా చూసుకోవాలి. వ్యక్తిగతంగా వాళ్ళవాళ్ళ అభిప్రాయాలు, వాళ్ళ నమ్మకాలు వాళ్లకి ఉన్న పరిస్థితిని తటస్థస్థానం నుంచి బేరీజు వెయ్యాలి. ఈ వ్యక్తి మొగ్గు అటువైపు ఉంది, ఇటువైపు ఉంది. అనే అభిప్రాయాన్ని కలిగించకూడదు. ప్రతి ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమ సంస్థకు దాని విధానాలు దానికి ఉంటాయి. దాన్నెవరూ అడ్డుకోలేరు. కాని ఆ చట్రం నుంచి పరిస్థితిని చూడకుండా ఉండడమే నిష్పాక్షిక ఎడిటింగ్ ధర్మం.

ఇక నచ్చిన దాన్ని ప్రస్ఫుటం చెయ్యడం, నచ్చనిదాన్ని దిగలాగడం ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల వృత్తిధర్మాలకే విరుద్ధం. ... ఓ రాష్ట్రంలో జరుగుతుందనుకుందాం. రాష్ట్ర స్థాయి నాయకులలో, జాతీయ స్థాయి నాయకులలో హాజరవుతున్నారు. ఆ పార్టీ అన్నా ఆ నాయకులన్నా మీకు అభిమానం. దాంతో ఉత్సాహంతో ఫోకస్ చేసి ఆ వార్తని ప్రసారం చెయ్య చూస్తారు. మీకు ఇష్టం లేదు, అప్పుడు దాన్ని దిగజార్చి 'పల్చగా జనం', 'సగం మైదానం ఖాళీ' అంటూ ఖాళీగా వున్న ఒకటి రెండు తావుల్ని చెదురుమదురుగా ఉన్న కొద్దిపాటి జనాన్ని ఫోటోలతో 'సహా' ప్రదర్శించవచ్చు. కాని అసలు వాస్తవం ఏమిటో అక్కడికి వెళ్ళిన వాళ్ళకి తెలుస్తునే ఉంటుంది. దాంతో ఈ ప్రచార సాధనం, ఈ ప్రసార సాధనం పక్షపాత వైఖరితో ఉందని భావిస్తారు. క్రమంగా వాటి పట్ల వాళ్ళ విశ్వాసం సన్నగిల్లుతుంది. ఎడిటింగ్ నిష్పాక్షికత అంటే యథార్థాలని మరుగు పర్చకుండా ఉండడం.

ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల సహాకారంతోనే నాయకులుగా ఎదగడం, పడిపోవడం ఉంటుందనుకోవడం ఒక భావన. ప్రజాస్వామ్య పరివర్తనలో ప్రజల చైతన్యం పెరగడమే కొలమానం. భారతదేశ ప్రజాస్వామ్య వ్యవస్థ ఏళ్లలో ఎంత పటుతరమైందో ప్రపంచం గుర్తించింది. నిరక్షరాస్యులు ఉన్న దేశం. ఇక్కడ ప్రజాస్వా పరిఢవిల్లుతుంది అని పాశ్చాత్య పండితులు మెటికలు విరిచారు. మహాత్ముడు చెప్పినట్టు ఈ దేశప్రజలు వాళ్ళేగాని తెలివి తక్కువ వాళ్ళుకాదు. అందుకనే అరవై ఏళ్ల సుస్థిర ప్రజాస్వామ్య ప్రయోగం తర్వాత " మార్చెస్ ఆన్" మహాగజం ముందుకు సాగుతోంది. అని పాశ్చాత్య విశ్లేషకులు ఆశ్చర్యంతో నోళ్లు వెళ్ల పరిస్థితుల్లో ప్రచార ప్రసార మాధ్యమాల నిర్వాహకులు ఎడిటింగ్ ప్రాముఖ్యం గుర్తించి మసల

20.7 ఎడిటింగ్‌లో మరికొన్ని మెలకువలు

ముఖ్య విషయాలు అనగానే ముగింపులో యిప్పటిదాకా చెప్పుకున్న అంశాల కాని ఇక్కడ అలాకాక మన అధ్యయన అంశానికి సంబంధించిన ముఖ్య వి ఎడిటింగ్ అంటే ఏమిటి అన్న దగ్గర్నుంచి డబ్బింగ్, మిక్సింగ్, సౌ ఇప్పుడు ఎడిటింగ్‌కి సంబంధించి ఆనరాగా ఉండవలసిన అ తెలుగు ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలకి సంబంధించి పైన మరో ముఖ్యమైన అంశమూ ఉంది. అదేమిటంటే అనువాద ఆయా ప్రాంతీయ భాషల్లోనే, మనవరకైతే తెలుగులోనే, కా ముచ్చటించుకున్న ఎడిటింగ్ అంశాల్ని ఏ కోణంలో చూసినా ... సమస్య ఉంటుంది.

నిఘంటువు అర్థం.

పోస్ట్-ప్రొడక్షన్ కార్యక్రమం కింద వస్తుంది ... కార్యక్రమానికి రూపకల్పన చేసిన తర్వా
... అంశాలూ సరిగా ఉన్నా లేదో చూసుకుని, ప్రసార యోగ్యతకు తగ్గట్టు

BRAOU

కార్డులు ఉన్నా కొందరు ఓటు వెయ్యలేకపోయారు. వాళ్ళ పేర్లు ఓటర్ల లిస్టులో లేకపోవడం అందుకు కారణం. ఓ టీవీ ఛానల్ ఈ అంశాన్ని ప్రముఖం చెయ్యదలచి ఓటర్లని ఇంటర్వ్యూ చేసింది. "ఎందుకండీ ఈ కార్డులు ...., పెట్టుకోవడానికా" అని ఒక ఓటరు అశ్లీల పదం ప్రయోగించాడు. తొలి ప్రసారంలో ఆ విధంగా ప్రసారం చేసినా తరువాత పరిష్కరించి ప్రసారం చేశారు. అంటే ఏమన్నమాట? అనుచితమైన వాటి ప్రసారం అధర్మం అనేకదా. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ అవసరం ఏమిటైందో తెలుస్తుంది కదా. అయితే "రియాల్టీ టెలివిజన్" పేరుతో ఇటీవల ఎలాంటి కార్యక్రమ రూపకల్పనా, ప్రణాళిక లేకుండా కొన్ని ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చాయి. వీటికి ఎడిటింగ్ చెయ్యరు. ఇన్ఫొటైన్‌మెంట్‌లాగా దీన్నుంచీ "డెమోక్రటైన్‌మెంట్" అనే పదబంధం ఏర్పడింది. అంటే డెమోక్రసీ, ఎంటర్‌టైన్‌మెంట్ కలిసి ఏర్పడిన పదబంధం. యథాతథంగా ప్రత్యక్ష ప్రసారం చెయ్యడం ఇలాంటివి హద్దుమీరినట్లయితే, అలా అని శ్రోతలు / ప్రేక్షకులు భావించి నట్లయితే "స్విచ్ ఆఫ్" చేసి, వాళ్లే ఎడిటింగ్ చేసుకుంటారు. అంటే ఆ కార్యక్రమాన్ని వీక్షించరు, అంతే.

ఎడిటింగ్ చేసే పని ఎడిటర్‌ది అనుకొన్నాం. అంటే కార్యక్రమాన్ని, సమాచారాన్ని అస్వాదయోగ్యంగా అందించడం, ఔచిత్యం ఉన్నవాటిని జోడించి, అనౌచిత్యంగా కనిపించేవాటిని తప్పించి వాటికి రూపకల్పన చెయ్యడం అన్నమాట. అన్ని ప్రసార మాధ్యమాలకీ ఇది వర్తిస్తుంది.

20.3 ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష

కార్యక్రమాలు అన్న పదాన్ని విస్తృత అర్థంలో వాడుకుంటే పత్రికలలోని వార్తలు, వ్యాఖ్యలు, విశ్లేషణలు దగ్గర్నుంచి రేడియో టెలివిజన్లలో ప్రసారం అయ్యేవాటిదాకా అన్నీ ఒక సమాహారంగా వస్తాయి. వీటికి రూపకల్పన చెయ్యడం దగ్గర్నుంచి అందించేదాకా అనేక దశలు ఉంటాయి. వీటిల్లో ఏ విభాగాల వాళ్లు ఆ విభాగం పని చేసినా చివరికి ఎడిటింగ్ పర్యవేక్షణ కిందికే అన్నీ వస్తాయి. పత్రికలైతే విలేఖరులు పంపిన దాన్ని సబ్ - ఎడిటర్ స్థాయి వ్యక్తిచూస్తాడు. చూసిన తరువాత వార్తల ప్రాధాన్యతా క్రమాన్ని నిర్ణయిస్తాడు. తరువాత దాన్ని ప్రచురణ యోగ్యమైన స్థితికి తీసుకువస్తాడు. పత్రిక ఎడిటర్ ఆమోదముద్ర వేస్తే దాన్ని ప్రచురణకు తెస్తారు. రేడియో, టీవీ విషయంలో కూడా కొన్ని అవాంతర భేదాలతో ఈ దశలు ఉంటాయి. రేడియో, టీవీలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు కూడా ఉంటాయి. అంటే ఏ నాయకుడి బహిరంగసభ విశేషాలతో అందించడం లాంటివి క్రికెట్ రన్నింగ్ కామెంటరీ టీవీ ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు వచ్చేదాకా శ్రోతల్ని అలరించింది. ఇక్కడ ఎడిటింగ్ పరిమితులు ఎడిటింగ్‌కి ఉంటాయి. పైన ప్రస్తావించుకున్న అనుచిత సందర్భాల్లాగా, ఏమైనా మార్గదర్శక సూత్రాలు ఈ అన్నింటికీ పునాదిగానే ఉన్నాయి, సంగీతంలో 72 మేళకర్తరాగాల పునాదిలాగా. ఎంతటి మహా విద్వాంసుడైనా ఓనమాలతోనే కదా శ్రీకారం చుట్టేది.

పత్రికలలో సరళ గ్రాంథికంలాంటి భాష ఉండేది. అది మారి జన వ్యవహారంలో ఉన్నభాష అందలం ఎక్కింది. మాండలిక విభేదాలు, పదప్రయోగాలు ఉన్నా పత్రికలు అందరికీ అవబోధ లోపం లేకుండానే అందుతున్నాయి. సినిమా ప్రాచుర్యం పొంది ప్రాంతీయ పరిమితులు దాటిన భాషని వ్యాప్తిలోకి తెచ్చాయి. పత్రికలు ఒక ప్రామాణిక వాడుకభాషను స్థిరం చేశాయి. రేడియో, టెలివిజన్‌లు వచ్చాక ఈ దిక్సూచి ముల్లు నిలబడింది.

పత్రికలకైనా, రేడియో టెలివిజన్లకైనా భాషే సంపద, మాధ్యమం (Communication). అందుచేత భాష గురించి శ్రద్ధ ఎంతో అవసరం. ఉచ్చారణలో మాండలిక భేదాలు ఉండవచ్చు. "ఆ గుంటూరు శాస్త్రుల్లకి పడమట దేశపు యాస వుండేదా?" అని సౌజన్యరావు పంతులు లుబ్ధావధాన్లని అడుగుతాడు. భాష ఒక్కటే. కాని ప్రాంతాల్ని బట్టి ఉచ్చారణలో ఇలాంటి అంతరాలు వస్తూ ఉంటాయి. లిపిలో అయితే ఉచ్చారణకు భంగం కలిగేది ఏమీ ఉండదు. కానీ రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకే పెద్దపీట. అంచేత "రాతకంటికి, ఉచ్చారణ చెవికి" అన్నారు. ఈ ఉచ్చారణనుబట్టి ఎవళ్లు ఏ ప్రాంతం వాళ్ళో పసికట్టవచ్చు. 'యాస' సామూహికంగా ఆ ప్రాంతం వాళ్ళందరికీ వర్తిస్తుంది. కాని వ్యక్తులు మాట్లాడేటప్పుడు ఉండే విలక్షణతలూ ఉన్నాయి. వీటిని "Idiolect" అంటారు. అంటే ఆ ఫలానా వ్యక్తి భాషను ఉచ్చరించే తీరు, ప్రవర్తనాదికాల విలక్షణాన్ని "Idiosyncrasy" అంటారు. వ్యక్తుల విలక్షణ ఉచ్చారణనీ, మాండలిక ఉచ్చారణనీ ప్రామాణిక భాషలో పరిహరించాల్సిన అవసరం ఈ మాధ్యమాలలో అవసరం. లేనట్లయితే అవబోధకు భంగం కలుగుతుంది. టీవీ కార్యక్రమాల్లో ప్రాంతాలవారీగా విడి వ్యక్తుల్ని ఇంటర్వ్యూ చేసేటప్పుడు వాళ్ళు తమ ప్రాంతపు

BRAOU

పలుకుబళ్లనే ప్రయోగిస్తూ ఉంటారు. అన్ని వేళలా వాటిని సవరించడం, మనం అనుకున్న రీతిలో మలచుకోవడం సాధ్యం కాకపోవచ్చు. కాని వాళ్లని ఇంటర్వ్యూ చేశాక, పదిమందికీ అర్థంకాని పదాలుగాని, ఉచ్చారణగాని దొర్లినట్టయితే, బ్యూరో ప్రతినిధి క్రోడీకరించి చెప్పవచ్చు. ఇవాళ పత్రికల్లో కూడా కొంత నాటకీయత ఉండాలన్న ఉద్దేశ్యంతో మాండలిక పదాల్ని శీర్షికలుగా, ఉపశీర్షికలుగా పెడుతున్నారు. రేడియో, టీవీ కార్యక్రమాల్లో కూడా ఇలాంటివి కనిపించకపోలేదు. కాని ఒక విషయాన్ని మాత్రం గుర్తుంచుకోవాలి. యాస, ఉచ్చారణ పేరుతో ఆ ప్రాంతీయుల్ని, ఆ వ్యక్తుల్ని కించపరచ కూడదు. అధిక్షేపానికి తావు ఇవ్వకూడదు. ఈ విషయాన్ని ఎడిటింగ్ విభాగం చూసుకోవాలి.

తెలుగు భాషలో ధ్వని సంకేతాలు లిపిలో ప్రతిఫలిస్తూ ఉంటాయి. వర్ణక్రమం బట్టి ఆ పదాన్ని చదవవచ్చు. ఉదాహరణకు సంకర, శంకర లాంటివి. ఈ 'స, శ'ల ఉచ్చారణ వికటిస్తే అర్థం సంకరమై పోతుంది. ఇవాళ టీవీ యాంకర్లు ఇలాంటి దోషాల్ని పాపభీతిలేకుండా చేస్తున్నారు. ఈ విషయాన్ని శ్రద్ధ పెట్టి గమనించాలి. "జ్ఞ", "ఘ్న" ఉచ్చారణలో అపభ్రంశం వల్ల అర్థం మారడం "కృతజ్ఞత", "కృతఘ్నత" అన్న సందర్భంలో చూడవచ్చు. వార్తలు చదివేవాళ్లు, నివేదికలు సమర్పించేవాళ్లు, ప్రయోక్తలు, కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించేవాళ్లు ఈ విషయంలో మరీ ముఖ్యంగా దృష్టిపెట్టాలి. అలా దృష్టి పెట్టేటట్టు చేసే బాధ్యత ఎడిటింగ్ విభాగానిది. "స, శ, ష" అంతరాలు గుర్తించడం ఎంత ముఖ్యమో మాటల్లో ఒత్తులు పలకడం కూడా అంతే ముఖ్యం. ధర్మరాజు, భీష్ముడు, భీముడు లాంటి పేర్లని ఒత్తులు లేకుండా పలికితే "వాళ్ల బలమంతా ఒత్తుల్లోనే ఉందిరా, నాయనా" అని ఓ టీచర్ కోప్పడ్డాడట. బలం మాట ఎలా ఉన్నా ఉచ్చారణ దోషం తప్పదు. మరీ ముఖ్యంగా ఇటీవలి కాలంలో బాధ, భేదం అనే మాటల ఉచ్చారణ చాలా బాధాకరంగా వినిపిస్తోంది. బాధ్యత అనే మాటను కూడా బాధ్యత లేకుండా పలికేస్తున్నారు. తెలుగు భాషలో ఉన్న మరొక విశేషం దంత్య తాలవ్య "చ, జ"లు. ఓ మాటలో చ, జ దంత్యమా, తాలవ్యమా అనేది సామాన్యంగా మాతృభాష వాళ్లందరికీ తెలుస్తూనే ఉంటుంది. సి.పి. బ్రౌన్ ఈ తేడాని తెలియచేసేందుకు చ, జ లపైన "‿" గుర్తు పెట్టి చూపించాడు. ఇవి రెండూ సవర్ణాలు, అ, ఆ, ఉ, ఊ, ఒ, ఓ, ఔ ల ముందు వస్తే దంత్యం. ఇ, ఈ, ఎ, ఏ ల ముందు వస్తే తాలవ్యం. ఇంగ్లీషులో జె, జెడ్ అనే అక్షరాలు ఉన్నాయి. 'రాజు' (రాయల్) రాజు (పొగరాజుకోంది). ఉచ్చారణలో Raju, Razu అని తేడా చూపిస్తాం. ఉచ్చారణలో భేదాన్ని సూచించడం కోసమే దీని గురించి ఇంత విపులంగా చర్చించుకున్నాం. రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకు పెద్దపీట ఉంటుంది కాబట్టి ఈ కార్యక్రమాలలో పాల్గొనే వాళ్లు దీనిపట్ల ప్రత్యేక దృష్టి పెట్టాలి. దీన్ని కూడా ఎడిటింగ్ విభాగం కిందికి తీసుకురావచ్చు.

ఇక ఈ అంశం కింద చివరిగా చూడవలసింది వాక్యావబోధ. పత్రికా మాధ్యమ భాషలో సంశ్లిష్ట వాక్యాలు దొర్లినా వెనక్కి తిప్పి చూసుకునే వెసులుబాటు ఉంటుంది. రేడియో, టీవీలలో ఆ సౌలభ్యం ఉండదు. అంచేత వాక్యాలు వీలైనంత క్లుప్తంగా, సూటిగా ఉండాలి. సాధ్యమైనంత వరకూ మారుమూల మాటలని ప్రయోగించకూడదు. నిత్య వ్యవహారంలో ఉండే మాటలు కూడా పదునుగా భావ వ్యక్తీకరణ చేస్తాయి. ఉదాహరణకు శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్యశాస్త్రి, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు రచనల్ని చూడండి. భాషపదును తెలుస్తుంది. ఇవాళ ఆంగ్ల పదప్రయోగం విస్తారంగా ఉంటోంది. దీని గురించి కార్యక్రమ రూపకర్తలు ఆలోచించాలి.

20.4 ప్రచురణలకు సిద్ధం చెయ్యడం

ఎడిటింగ్ ప్రక్రియ - భాష అనే అంశంలో భాష ప్రయోగం గురించే ఎక్కువ చెప్పుకున్నాం. దానికి కారణం శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాల కార్యక్రమాలలో అవిభాజ్యంగా భాష, ఉచ్చారణ ఉండడం. ఇంతకీ భాషపైన ధరించే ఉడుపులాంటిదే. అసలు శరీరం కార్యక్రమం, దాని ప్రాముఖ్యం. ఇవి లేకుండా ఎంత డాబుసరి దుస్తులు వేసినా ఫలితం శూన్యం. అంచేత కార్యక్రమ రూపకల్పన, వాటిని ప్రసారానికి సిద్ధం చెయ్యడం గురించి తెలుసుకోవాలి.

కార్యక్రమ రూపకల్పనలోని దశలని పునశ్చరణ చేసుకుని ప్రసారాల దగ్గరికి వెడదాం.

మొదట కార్యక్రమ లక్ష్యం స్పష్టంగా ఉండాలి. కార్యక్రమాలు కొన్ని అప్పటికప్పుడు అవసరమైనవి ఉంటాయి. ఉదాహరణకి ఓ స్వాతంత్ర్య దినోత్సవం, గణతంత్ర దినోత్సవం లాంటిది. స్వాతంత్ర్యం సిద్ధించిన నేపథ్యం, నాయకుల

BRAOU

వ్యక్తిత్వాలు వగైరాలు తీసుకుని కార్యక్రమాలు రూపొందించవచ్చు. అలాగే పండగలకి సంబంధించీ ప్రత్యేక కార్యక్రమాలు నిర్వహించవచ్చు. ఉగాది కవిసమ్మేళనాలు సర్వసాధారణంగా అందరికీ కొట్టిన పిండి లాంటివే. ప్రాయోజిత కార్యక్రమాలు ఓ నాటకం కావచ్చు, ఓ కథాపఠనం కావచ్చు. వ్యక్తుల జీవిత చరిత్రలు కావచ్చు. ఇక అప్పటికప్పుడు తటస్థపడే వాటిలో ఆందోళనలు, సమ్మెలు, అంటువ్యాధులు, ఇటీవల పతాకశీర్షికలకు ఎక్కిన కలుషిత నీటి దుష్ఫలితాలు లాంటివి ఉంటాయి. అంచేత సమయ సందర్భాలని బట్టి కార్యక్రమాల్ని ఎంపిక చేసుకోవడం, వాటి రూపకల్పన అవసరం.

ముందే చెప్పుకున్నట్టు భాష ముఖ్యస్థానం ఆక్రమిస్తుంది. దాన్ని దృష్టిలో వుంచుకోవాలి. శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలకి సరళంగా, సూటిగా, గూఢమైన పదాలు లేకుండా, సామాన్య ప్రజలకి సులభంగా బోధపడేలా ఉండాలి. ప్రత్యేకం ఏ కొందరికో ఉద్దేశించిన కార్యక్రమం అయితే తప్ప, సాంకేతిక పదజాలం, వివరణ అవసరమైన మాటలు వాడకూడదు. ఎందుకంటే సామాన్య జనాలకి అవి అందవు. వాళ్ళకి కావాల్సింది ఆ ఫలానా ప్రయోగం వల్ల - ఉదాహరణకి ఇటీవల వార్తలకెక్కిన శాస్త్ర పరిశోధన - కలిగే ఫలితం ఏమిటా అనేదే. అలాగే ఆర్థిక మాంద్యం లాంటి సమస్యలకి సంబంధించి ఆర్థిక పరిభాషలో అతిగా పారిభాషిక పదజాలం వాడడం. అందరినీ చుట్టు ముట్టిన సంక్షోభం కాబట్టి దాని పుట్టుపూర్వోత్తరాలు, ఆర్థిక విధానాల అమలు తీరు, ఫలితాలు బోధపడేటట్టు కార్యక్రమం ఉంటే చాలు. ఇక్కడే ఎడిటింగ్ ప్రాముఖ్యం తెలుస్తుంది. దేన్ని పరిహరించాలో, దేన్ని ఉంచాలో, దేన్ని చేర్చాలో ఎడిటింగ్ విభాగం చూసుకోవాలి.

ఆ రకంగా కార్యక్రమ రూపకల్పనలో ప్రథమంగా లక్ష్యం, ఉద్దేశ్యం స్పష్టంగా వుండడం అవసరం. తర్వాత దానికి ఎలా రూపం ఇవ్వాలో నిర్ణయించుకోవాలి. ఇక ప్రసారం చెయ్యబోయే ముందు దీన్ని సరిచూసుకోవడం. కొన్ని సందర్భాల్లో దీన్ని పోస్ట్-ప్రొడక్షన్‌దశ అంటున్నారు. అంటే ప్రణాళిక, రూపకల్పన అయ్యాక ప్రసారానికి అనువుగా ఉండేటట్టు దాన్ని తయారు చేసుకోవడం. ఈ దశలోనే సమీక్ష చేసుకుని దేన్ని తొలగించాలో, దేన్ని ఉంచాలో తేల్చుకోవాలి. సంగీతం, జంత్రవాయిద్యాలు ప్రసారం చేస్తున్న అంశానికి ప్రోద్బలకంగా ఉంటాయనుకుంటే వాటిని ఎంపిక చేసుకుని జోడించాలి. ఉదాహరణకి ఓ విషాదకర సంఘటన అనుకోండి. విషాదభరితంగా ఉండే నేపథ్య సంగీతాన్ని వాయిద్యాల్ని ఉపయోగించి ఆ సంఘటనకు జత చెయ్యాలి.

ఇంత పూర్వరంగం దీనంతటికీ ఉంటుంది.

ఇప్పుడు అది ప్రసారానికి సిద్ధం కావాలి.

పత్రికలకి, రేడియోకి, టెలివిజన్‌కి అన్నిటికీ గమ్యం పాఠకులకి / శ్రోతలకి / ప్రేక్షకులకి విషయాన్ని కార్యక్రమం ద్వారా చేరవెయ్యడమే కదా. దీన్ని ఎంత సాఫల్యంగా చెయ్యగలిగాము అన్నదే కార్యక్రమ విజయానికి కొలమానం.

పత్రికల విషయంలో ఉండే వెసులు బాటు రేడియో, టెలివిజన్ కార్యక్రమాలలో ఉండకపోవచ్చు. రేడియో, టీవీలలో ప్రత్యక్ష ప్రసారాలని మినహాయిస్తే ముందే రికార్డింగ్ చేసుకునే కార్యక్రమాలకి, పత్రికలంతకాకపోయినా, ఓ మేరకు వెసులుబాటు ఉంటుంది. ఇలాంటి వెసులుబాటు లభించిన సందర్భాల్లో ఎడిటింగ్ నైపుణ్యంతో ప్రసారాలు మెరుగులు దిద్దుకోవచ్చు.

ఉదాహరణకు ఓ గ్రామ జీవిత సన్నివేశాన్ని కార్యక్రమంలో చూపించాలనుకున్నామనుకోండి. అక్కడి మనుషుల జీవితం, ప్రభుత్వ పథకాల వల్ల పొందిన లబ్ధి, పంటలు, పాడి పరిశ్రమ వగైరాలని ప్రసారం చేసే తీరులో రూపొందించుకోవాలి. ఆ సన్నివేశ నేపథ్యానికి తగ్గ తీరులో సౌండ్ ఎఫెక్ట్స్‌నీ, సంగీతాన్ని జోడించవచ్చు. టీవీ కార్యక్రమం అయితే పంటచేలనీ, పశువుల మందలని ప్రత్యక్షంగానే చూపించవచ్చు. ఇలా అవసరమైన వాతావరణాల్ని సృష్టించవచ్చు. దీన్ని ఎడిటింగ్, డబ్బింగ్ దశ అంటారు. ఆ రకంగా ప్రణాళిక దశ నుంచి రూపకల్పన చేసుకున్న కార్యక్రమం ఎడిటింగ్ మెరుగులతో ప్రసారానికి అనువుగా తయారవుతుంది.

20.5 ఎడిటింగ్ ప్రమాణాలు - కొలమానాలు

ఎడిటింగ్ చేసే దశలో కొన్ని ప్రమాణాలు ఉంటాయి. వాటిని పాటిస్తూ కొన్ని కొలమానాలు కూడా ఉంటాయి. వాటిని తెలుసుకుందాం:

BRAOU

20.5.1 ప్రమాణాలు

ప్రచురణకిగాని, ప్రసారానికిగాని ఇది తగింది, ఇది తగదు అని నిర్ణయించుకోవడమే ప్రమాణం అనవచ్చు. అంటే ప్రచురణ ప్రసార అర్హత ఉందన్నమాట. అయితే దీన్ని నిర్ణయించుకోవడం ఎలాగ? ఇందులో ఎడిటింగ్ బాధ్యత ఏమేరకు ఉంటుంది?

ముందుగా వార్తలుగాని, సమాచారంగాని ఇబ్బడి ముబ్బడిగా వస్తూనే ఉంటాయి. ప్రపంచంలో ఎన్ని వార్తా సంస్థలున్నాయో చెప్పలేం. ఇవిగాక పత్రికల స్తోమతను బట్టి, రేడియో / ఎఫ్.ఎమ్ / టెలివిజన్ ఛానళ్ల స్థితిగతులను బట్టి తమతమ విలేఖరుల్ని, ప్రతినిధుల్ని నియమించుకోవడం ఉంది. శాస్త్ర సాంకేతిక రంగంలో వచ్చిన విప్లవం వల్ల ఇవాళ ఇరవై నాలుగు గంటలూ కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించే ఛానళ్లు ఉన్నాయి. తాజా సమాచారాన్ని చేరవేసే పత్రికలు ఉన్నాయి. ఇవన్నీ కవిత్వాన్ని, నవలల్ని సృష్టించినట్టు వార్తల్ని సృష్టించవుకదా. మరి ఇవి చేసే పని ఉన్న పరిస్థితులకి అద్దం పట్టే సమాచారాన్ని అందించడం. ఉదాహరణకు ఓ శాస్త్రజ్ఞుడు ఓ మహత్తర ఆవిష్కరణ చేశాడు. లేదా ఓ మహనీయుడు కీర్తిశేషుడయ్యాడు. లేదా ఓ విమాన ప్రమాదం జరిగింది. ఓ రైలు ప్రమాదం జరిగింది. వీటిని వార్తగా, సమాచారంగా పత్రికలు, ప్రసార సాధనాలు అందిస్తాయి. ఇవాళ ప్రపంచం వేద యుగంలో లేదు, వేగయుగంలో ఉంది. ఎవళ్ళు ముందుగా ఈ వార్తని, సమాచారాన్ని అందిస్తే వాళ్ళదే విక్టరీ స్టాండ్ మీద స్థానం. దానితో ఉరుకులు పరుగుల మీద ఆ వార్తని సమాచారాన్ని సేకరించడం పంపించడం జరుగుతోంది. ఎవళ్లో తమాషాగా చెప్పినట్టు రైలు ప్రమాదం జరక్కముందే ఆ సంఘటనా స్థలానికి వీళ్లు చేరుకుంటారట! అలాంటి పరిస్థితుల్లో దేన్ని ఎంపికచెయ్యాలి, దేన్ని ప్రచురించాలి, ప్రసారం చెయ్యాలి అన్నదాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి. ఓసారి ఓ విలేఖరి ఓ మంత్రిగారి సభ విశేషాలు పత్రికకు పంపించాడు. మంత్రి కారుదిగడం దగ్గర్నుంచి, వేదిక మీద కూర్చున్నాక దండలు వేయించుకోవడం దగ్గర్నుంచి వివరంగా రాసి పంపించాడు. అసలు మంత్రి ఎందుకు వచ్చాడు, ఏం చెప్పాడు అన్నది ముఖ్యం. మిగతా తతంగమంతా రొటీన్‌గా ఉండేదేనని సంపాదకుడు క్లాస్ తీసుకున్నాడు. అంటే రొటీన్‌గా ఉండేది అవసరం లేదు. విషయంలో చెప్పుకోదగ్గదీ, ప్రయోజనకరమైనదీ ఏదో అదే ముఖ్యం. దీన్ని నిర్ణయించేదే ప్రమాణం.

ఏ ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమానికైనా ఈ ప్రమాణాలు అవసరమే. అపుడే ప్రసార అర్హత వస్తుంది.

ఈ అర్హతను నిర్ణయించే ప్రమాణాలు ఏమిటో స్థూలంగా చూద్దాం.

మొదటిది సమయోచితంగా ఉండడం. దీన్ని ఇంగ్లీషులో Timely అంటారు. అంటే సందర్భానికి నప్పేటట్టు ఆ వార్త, సమాచారం ఉండాలి. అయిపోయిన పెళ్లికి బాజాలన్నట్టు ఉండకూడదు. ఉదాహరణకు ఓ స్కామ్ జరిగింది. దాని ప్రకంపనలు తక్షణమే వెల్లడవుతాయి. దానికి సంబంధించిన సమాచారం సమయోచితం అవుతుంది. ఎన్నికలు వచ్చాయి. వీటికి సంబంధించిన సమాచారం సమయోచితం అవుతుంది. ఈవిధంగా ఏది సమయోచితమో దాన్ని చూసుకోవాలి. ఇక తరువాత అంశం దాని ప్రాముఖ్యం. ఏది ప్రాముఖ్యం వహిస్తుంది? ఇది దేశ కాలమాన పరిస్థితుల్ని బట్టి ఉంటుంది. ఒకప్పుడు ఓ అంశం ప్రముఖంగానే ఉండవచ్చు. దరిమిలా దాని ప్రాముఖ్యం వన్నె తగ్గవచ్చు. ఒక్కోదానికి ఆయా ప్రాంతాలనుబట్టి ప్రాముఖ్యం ఉండవచ్చు. ఉదాహరణకి ఎప్పుడూ ప్రశాంతంగా, శాంతిభద్రతలకి భంగం కలగకుండా ఉండే ప్రాంతంలో ఏ అల్లర్లో జరిగాయనుకోండి. అక్కడ అది ప్రాముఖ్యం వహిస్తుంది. ఎప్పుడూ అలాంటివి జరిగే ప్రాంతంలో వాటికాప్రాముఖ్యం ఉండదు. "నిత్యం చచ్చే వాడికి ఏడ్చేవాడెవడు" అన్న సామెత మాదిరే ఇలాంటి చోట్ల అది రొటీన్. ఎన్నడూ అలాంటి పరిస్థితి ఎరగని చోట అది వార్త, విశేషం. ఆ రకంగా ప్రాముఖ్యాన్ని నిర్ణయించుకోవాలి.

మూడవది ఒక వార్త, సమాచారం సంచలన కారకం అవుతుందనిపించడం. ఉదాహరణకి చీఫ్ ఎలక్షన్ కమీషనర్ తనతోటి సభ్యునిమీద రాష్ట్రపతికి ఫిర్యాదు చేస్తూ నివేదిక ఇచ్చారు. అది రాజ్యాంగ సంబంధమైన చిక్కులకి దారితీయవచ్చు. అది సంచలనం కలిగించేది కాబట్టి ప్రచార యోగ్యత సంతరించుకుంటుంది.

ఇదే మాదిరిగా మనజీవితాలకి సంబంధించి, దైనందిన కార్యకలాపాలకి సంబంధించి అనేక విషయాలు ఉండవచ్చు. అలాగే అధిక శాతం జనాలని చుట్టుముట్టే సమస్యలు ఉండవచ్చు. వాటి ఫలితాలు, పర్యవసానాలు ఎక్కువ వుండవచ్చు. వీటన్నిట్నీ సమాచారంగానే గ్రహించాలి.

BRAOU

కొన్ని స్థానిక అంశాలు ఉంటాయి. ఓ సాహిత్యసభ ఓ సంగీత కార్యక్రమం, ఓ ప్రాంతీయ సమావేశం లాంటివి ఉండవచ్చు. వీటికి ప్రసార అర్హత ఉంటుంది. అయితే వాటి స్థాయినిబట్టి ప్రాంతీయంగానో, రాష్ట్ర-దేశవ్యాప్తంగానో వాటి ప్రసారయోగ్యత ఉంటుంది. దాదాపు అన్ని పత్రికలూ జిల్లాల ఎడిషన్లను ప్రచురిస్తున్నాయి. అలాగే స్థానికంగా కేబుల్‌నెట్‌వర్క్‌లు ఉన్నాయి. ఇవి స్థానిక అంశాల్ని ప్రసారం చేస్తున్నాయి.

20.5.2 కొలమానాలు

ప్రమాణాలు స్థూలంగా ఏమిటో చూశాం కాబట్టి ప్రసార కొలమానాల్ని సంగ్రహంగా చూద్దాం. వార్తల, సమాచార ఎంపికకి సంబంధించి ప్రమాణాలు చూశాం. అంటే ఫలానావి ప్రసారయోగ్యం అని నిర్ణయించుకున్నాం. ఇంత వరకూ బాగానే ఉంది. కాని అన్నింటినీ పత్రికల్లో అచ్చువేయాలన్నా, టీవీలలో ప్రసారం చేయాలన్నా పేజీలు, సమయమూ సరిపోవు. మరి అర్హమైన వాటిని ఏ కొలమానాలతో, ఏ ప్రాథమ్యక్రమాలతో ప్రసారం చెయ్యాలి? ఇక్కడనే ఎడిటింగ్ రంగం మీదకి వస్తుంది. ఫలానా ఫలానా ప్రమాణాల రీత్యా ఇవి అర్హమైనవిగా ఎంపిక చేశాం. మరి ఏ కొలమానాల రీత్యా ప్రసారం చెయ్యాలి అనేదాన్ని నిర్ణయించేది యీ విభాగమే. ఉదాహరణకి ఆ మధ్యన బీడీల మీద పుర్రెగుర్తు విషయమై హోరెత్తిపోయింది. దరిమిలా ఆ ఛాయలకే వెళ్లలేదు. ఎందుకిలా జరిగింది? ఆ ప్రత్యేక సమయంలో దానికా ప్రాముఖ్యం వచ్చింది. తరువాత ఆ పాటే పాడితే ఏ ఓట్లూ రాలవు. దానితో ఎందుకొచ్చిన పాట్లు? ఆ విధంగా ప్రసార అర్హత ఉంటూ, సందర్భాన్ని బట్టి దేనివల్ల ఎక్కువ లబ్ధి ఉంటుందో దాన్ని అందుకోవడం జరుగుతుంది. ఇలా అర్హత ఉన్నా, వాటిని వడపోసి ఎంపిక చేసుకుంటూ ఉంటారు. అయితే హఠాత్‌గా ఉండే సంఘటనలు ఉంటాయనుకోండి. వాటికి తక్షణ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. ఉదాహరణకి సునామీ. ఊహించనంతటి కల్లోలాల్ని, ఊహకందనంతటి స్వల్ప వ్యవధిలో అది తెచ్చిపెట్టింది. వెంటనే ప్రసార మాధ్యమాలన్నీ ఒక్కసారి మత్తు వదిలించుకుని లేచాయి. సునామీ గురించిన కథనాలు పుంఖాను పుంఖంగా వచ్చాయి. సునామీ అనాలా, త్సునామీ అనాలా అన్న నామకరణ చర్చల నుంచి, జపాన్‌లో దాని పుట్టుపూర్వోత్తరాలు, దాని గురించిన వివరాలు ముందు నిలిచాయి. హఠాత్తుగా సంభవించడమే ఇక్కడి కొలమానం. కొన్ని వార్తలు, సమాచార విశేషాలు ఊహలలో విహరిస్తూ ఉంటాయి. ఆ మధ్యన ప్రధాని మన్మోహన్‌సింగ్ రాజీనామా చేస్తారని ఊహాగానాలు చెలరేగాయి. దానితో ఇక ప్రసార, ప్రచార సాధనాలలో కూడికలు, తీసివేతలు మొదలయ్యాయి. ఎవరు ప్రధాన మంత్రి కావచ్చు? ఫలానా వాళ్లు అయితే పరిణామాలు ఎలా ఉంటాయి అని ఒకటే ఊదరగొట్టడం. తీరా చేసిందేమీ జరగలేదు. ఇన్ని ఊహాగానాలు ఏమైనట్టు? అప్పటికి ఆ సమాచారానికి అదో కొలమానం. అయితే ఇలాంటి వాటిలో చిక్కు ఏమిటంటే విశ్వసనీయత దెబ్బతినడం. పూర్వం రోజుల్లో, అంటే శాస్త్ర సాంకేతిక విప్లవం ఇంత ఆర్భాటంగా రంగ ప్రవేశం చేయని రోజుల్లో, చేత్తో కంపోజ్ చేసి వార్తల్ని పత్రికల్లో అందించే రోజుల్లో పత్రికల్లో ఏదన్నా పడితే అది రూఢి అని ప్రజలు విశ్వసించే వాళ్ళు ఇవాళ అలాంటి పరిస్థితిలేదు. ఏ ఒకటి రెండు ప్రసార సాధనాలో, మాధ్యమాలో తప్ప విశ్వసనీయతను పొందలేకపోవడం జరుగుతోంది. దీన్ని నిర్వాహకులు గుర్తించాలి.

ఇక ప్రాథమ్య క్రమం గురించి తెలుసుకోవాలి. దేన్ని ప్రముఖంగా ప్రసారం చెయ్యాలి, ప్రచురించాలి దేన్ని తరువాత అందించాలి, దేనికి జనం ప్రాముఖ్యం ఇస్తున్నారు. అనేవి ఇలా ప్రాథమ్య క్రమం కిందికి వస్తాయి. ప్రచురణ, ప్రసార అర్హతల అంశం కింద అర్హతను నిర్ణయించే ప్రమాణాలు ఏమిటో, ఎంపికకు కొలమానాలు ఏమిటో స్థూలంగా తెలుసుకున్నాం. ఇప్పుడూ సేకరించిన విషయాన్ని ఏ ప్రాధాన్య క్రమంలో అందించాలి అనేది చర్చా విషయం.

ఇక్కడనే పత్రికల ప్రసార సాధనాల పాలసీ, రాజకీయ దృక్పథాలు, వ్యాపార కోణాలు చుట్టుముడతాయి. ఇవాళ ప్రాధాన్యక్రమంలో ప్రసారమైన వాటికి గణన ఎక్కువ ఉంది. ఆ ఫలానా ప్రచురణ, ప్రసార మాధ్యమం తన పాలసీలకి, దృక్పథాలకీ, కోణాలకీ అనువుగా ఉండేటట్టు తన దగ్గర ఉన్న సమాచారాన్ని - అంటే ప్రమాణాలని, కొలమానాలని అనుసరించి ఎంపిక చేసుకున్నదాన్ని - ఎలా ఫోకస్ చేస్తున్నాయన్నది ముఖ్యంగా ఉంది.

పత్రికలు, ప్రసార సాధనాలు ఇవాళ విస్తారంగా అందుబాటులోకి వచ్చాయన్నది అందరూ గుర్తించిన విషయం. ఈ విషయం గురించి చెప్పుకోవడం చర్వితచర్వణం అవుతుంది. ఇంతలా అందుబాటులోకి వచ్చిన ఈ మాధ్యమాల

BRAOU

గమ్యం ఏమిటి? ప్రతి పత్రిక, ప్రతి ప్రసార సాధనం 'నిష్పక్షపాతం', 'సత్యం వద' తమ మకుటాలుగా చాటుకుంటూనే వున్నాయి. వాటిని తప్పుపట్టడానికి లేదుగాని నిజంగా ప్రజలకి అలాంటి విశ్వాసం కుదురుతుందా అని. కొన్నింటిని చాలా హైవోల్టేజీతో ప్రకాశింపచెయ్యడం, కొన్నిటిని మసక వెలుతుర్లో అందించడం సాధారణంగా నలుగురూ గుర్తించే స్థాయిలోనే జరుగుతున్నాయి. దీన్ని బట్టే ఆ ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల గురి ఏమిటన్నది గమనార్హమవుతోంది. మన ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలు నిజంగా వార్తల్ని మాత్రమే అందించి, వ్యాఖ్యలూ విశ్లేషణలూ తమ తమ పద్ధతులకు అనుగుణంగా చేసుకుంటే వేరు. అప్పుడు "వార్త పవిత్రమైంది, అనుల్లంఘనీయం, వ్యాఖ్యలు, విశ్లేషణలు మీ ఇష్టం" అన్న ప్రసార మాధ్యమ నైతిక సూత్రాలకి గండిపడదు. అలాకాక వార్తనే తమ ధోరణిలో మలచుకుని అందించే మెలుకువలు చోటు చేసుకుంటున్నాయి. ఇటీవల జరిగిన అనేక సంఘటనలు దీనికి దాఖలాగా వున్నాయి. పోలవరం ప్రాజెక్టు నుంచి వివిధ జలయజ్ఞ విధానాల దాకా, సెజ్‌ల నుంచి ఆర్థిక పథకాల దాకా ఏ అంశాన్నైనా తీసుకోండి నాలుగు పత్రికల్ని నాలుగు ప్రసార మాధ్యమాల్ని తీసుకుని ఈ వైనాన్ని అందించిన తీరు బేరీజు వేయండి.

లోకస్ ఇన్‌క్వో (Locus in Quo సంఘటన రంగం) ఒకటే కాని ఫోకస్ (Focus - వక్రీభవనానంతరం కిరణాలు కలిసే బిందువు) ఎటో తెలుస్తూనే ఉంది. అందుకనే ఇవాళ చాలా మంది ప్రచార / ప్రసార మాధ్యమాలు యథార్థాన్ని ఎత్తి చూపించే ముఖ్యమైన పాత్రకి నీళ్లు వదిలాయని భావిస్తున్నారు. చాలా వ్యాసాల్లో, విశ్లేషణల్లో నిపుణులు ఈ విషయాన్ని ఎత్తి చూపిస్తున్నారు. "ఈ రాణీ ప్రేమ పురాణం, ఆ ముట్టడికైన ఖర్చులు" చరిత్ర సారం కావన్నాడు మహాకవి. కాని రాణీగారి ప్రేమ పురాణాలకి (ఇవాళ సినీతారలే కదా రాణులు, రాజులు) పెద్దపీట దక్కుతోంది. శ్రామికజన వేదనలకి ప్రతిస్పందనకరువవుతోంది. ఉదాహరణగా గత ఏడాది ఏప్రిల్ 24- 25 తేదీల్లో దిగజారుతున్న శ్రామిక పరిస్థితుల గురించి సమ్మె జరిగింది. కాని దాని గురించి మీడియాలో ప్రస్తావనే లేదని విశ్లేషకులు సమీక్ష చేశారు.

ఈ రకంగా ఏది ప్రాధాన్యం సంతరించుకుంటుందీ, ఏది వెనకతట్టుకు వెడుతుందీ అనే అంశం ఎడిటింగ్ మనస్తత్వం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. ఎడిటింగ్ దృష్టికోణం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. ఎడిటింగ్ గమ్యం మీద ఆధారపడి ఉంటుంది. నిష్పాక్షికంగా ఉండే వైఖరిని అవలంబించడం ప్రజాశ్రేయస్సుకు దోహదకరంగా ఉంటుంది.

20.6 ఎడిటింగ్ సాధనాల వినియోగం - ప్రయోజనం

మాధ్యమం ఏదైనా రూపకల్పన, ప్రసారానికి అర్హంగా ఉండేటట్లు చెయ్యడం అన్నిటికీ ముఖ్యమే. పత్రికలకైతే ప్రత్యేకం వాటిదైన పాఠక బృందం ఉంటుంది. ఆ పాఠకులు ఆ పత్రికనే ఆదరిస్తారు. దేశంలో అలా ఆదరణ పొందిన పత్రికలు ఉన్నాయి. "ది హిందూ" పత్రికను మాత్రమే యాభై, అరవై ఏళ్లుగా చదువుతూ వున్న పాఠకులున్నట్టు సంపాదక లేఖలు రాసే వాళ్లని బట్టి తెలుస్తోంది. రేడియో, టీవీల విషయానికి వస్తే ప్రత్యేకించి ఓ ఫలానా రేడియోకో, ఓ ఫలానా టీవీ ఛానల్‌కో మాత్రమే పరిమితమైన వాళ్ళున్నట్టు తోచదు. కార్యక్రమాలని బట్టి వాటి వాటి ఆదరణ ఉంటూ ఉంది. ఇవాళ ఎఫ్.ఎమ్. రేడియో ఇలాంటి ఆదరణను శ్రోతల నుంచి పొందుతోంది. టీవీ ఛానళ్లకి వాటి వాటి కార్యక్రమాల్ని బట్టి ఆదరణ ఉంటుంది.

అలా రూపొందించుకున్న కార్యక్రమాల రూపకల్పన గురించీ, వాటిని ప్రసారానికి సిద్ధం చెయ్యడం గురించీ ఇంతవరకూ పరిశీలించాం.

ఇప్పుడు ఆ కార్యక్రమాలకి సంబంధించిన ఎడిటింగ్‌లో డబ్బింగ్ మిక్సింగ్‌ల గురించి క్లుప్తంగా తెలుసుకుందాం.

"డబ్బింగ్" అంటే చలన చిత్రాలకు భాషాంతరాన్ని సమకూర్చడం అని నిఘంటువు అర్థం. "మిక్సింగ్" అంటే రేడియో, టీవీలలో "వివిధ ధ్వనులూ, మాటలూ మొదలైన వాటిని సమ్మేళనం చెయ్యడం, అలా చేసే సాధన సామగ్రి" అని నిఘంటువు అర్థం.

ఇది పోస్ట్ -ప్రొడక్షన్ కార్యక్రమం కింద వస్తుంది. అంటే కార్యక్రమానికి రూపకల్పన చేసిన తర్వాత, ప్రసారానికి సిద్ధం చేసే సమయంలో అన్ని హంగులూ సరిగా ఉన్నాయో లేదో చూసుకుని, ప్రసార యోగ్యతకు తగ్గట్టు ఈ పనులు చేస్తారు.

BRAOU

రేడియో, టీవీలకే ఇవి వర్తిస్తాయి. ఇవి శ్రవ్య దృశ్య మాధ్యమాలు కాబట్టి, రేడియో, టీవీ కార్యక్రమాల్ని స్టూడియోలో రికార్డు చేసినా బయట రికార్డు చేసినా డబ్బింగ్, మిక్సింగ్ అవసరం అవుతాయి. కార్యక్రమం ఏ రూపంలో ఉందో దాన్ని బట్టి డబ్బింగ్ ప్రాధాన్యం ఉంటుంది. నాటకం, డాక్యుమెంటరీల్లాంటివి ఉంటే డబ్బింగ్ ఒక రకంగా ఉంటుంది. ఇంటర్వ్యూలు, ప్రసంగాలు, చర్చాగోష్టులు అయితే ఒక రకంగా ఉంటుంది. టీవీ కార్యక్రమాలకి సంబంధించి కొంచెం ఇంచుమించులో ఇదే పద్ధతి ఉంటుంది. రేడియో ప్రధానంగా శ్రవ్య మాధ్యమం. అంచేత ఇక్కడ శబ్దానికి పెద్దపీట. స్టూడియోలో రికార్డు చేసినప్పుడు ఉండే సౌకర్యం ఆరుబయట చేస్తే ఉండదు. రోడ్డు మీద అయితే రవాణా రణగొణ ధ్వనులు ఉంటాయి. ఓ గ్రామసీమ నేపథ్యాన్నో, ఓ కొండకోనల నేపథ్యాన్నో, ఓ సెలయేరు, నది, కాలవ నేపథ్యాన్నో తీసుకున్నారనుకోండి. అప్పుడు ఆ వాతావరణాన్ని ప్రతిఫలింపచేసే శబ్ద గ్రహణం ఉండాలి. దాన్ని మిక్సింగ్ చెయ్యాలి. టీవీలో కెమెరా కూడా ప్రధాన పాత్ర పోషిస్తూ ఉంటుంది. పక్కల నుంచి ఓరగా ఉండేటట్టు కొన్ని సందర్భాల్లో షూటింగ్ జరుగుతుంది. అలాంటపుడు మాటలు వినిపించాలన్నా, అందుకుతగ్గ వాతావరణాన్ని కల్పించాలన్నా వ్యాఖ్యానమో సంగీతమో అనుసరించి రావాలి. అలాంటి సందర్భాల్లో డబ్బింగ్, మిక్సింగ్ పనులని చాలా జాగ్రత్తగా నిర్వహించాలి. ఇవి మొత్తంగా సాంకేతిక సిబ్బంది నిర్వహించే పనే అయినా ఎడిటింగ్‌కి లోబడే ఉంటాయి. అందుచేత ఎడిటింగ్ చేసేటపుడు ఈ పరిజ్ఞానం అవసరం అనడం.

ఇక ఎడిటింగ్ సాధనాలు అంటే ఏమిటో తెలుసుకుందాం. సినిమాలలో ఎడిటింగ్ అని తెరమీద చూపించినప్పుడు ఓ కత్తెరతో మనిషి కోస్తున్నట్టు, అతుకుతున్నట్టూ చూపిస్తూ ఉంటారు. తీసివేతలు, కూడికలు మాత్రమే సర్వమూ అయినట్టు. అవి ఎడిటింగ్‌లో భాగమేకాని సర్వమూకాదు. కూడికలు, తీసివేతలు పని సెన్సార్ ఎలాగూ చేస్తుంది. దాని పరిధి వేరు, దాని గమ్యం వేరు, దాని విధానం వేరు. కార్యక్రమాన్ని ఎడిటింగ్ చెయ్యడం అంటే సెన్సార్ పని చెయ్యడం అనేకాదు, ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలు తమ నియంత్రణను తామే చేసుకోవాలి అని ఇటీవల ఎక్కువగా అంటూ ఉండడం వినిపిస్తోంది. ఈ నియంత్రణే సెన్సార్‌షిప్. ఇక్కడ మనం చూస్తోంది కార్యక్రమ రూపకల్పన, ప్రసారానికి సిద్ధం చెయ్యడం లాంటి వాటినే. వీటికి సంబంధించిన ఎడిటింగ్ సాధనాల గురించి చూద్దాం.

ఏ కార్యక్రమంలోనైనా, వార్తల్లోనైనా, ఇంటర్వ్యూలలోనైనా, ముఖ్యంగా ఉండవలసింది ఏకరూపత, పొందిక. దీన్ని ఇంగ్లీషులో యూనిఫార్మిటీ అంటారు. అంటే ఏ అంశం ప్రసక్తంగా ఉందో దానికి విఘాతం కలగకుండా, శాఖా చంక్రమణాలు ఉండకుండా ఏకరూపత ఉండాలి. ఉదాహరణకు ఉల్లాస భరిత వాతావరణం కలిగించాలనుకోండి. దానికి ప్రోద్బలకంగా ఉండే వ్యంజకాలని సమకూర్చాలి. మధ్యలో విషాదం కలిగించేవాటిని గాని, ఉల్లాస వాతావరణాన్ని భగ్నంచేసే వాటినిగాని తెచ్చిపెట్టకూడదు. వార్తలు ప్రసారం చేస్తూ ఉన్నపుడు ఏది తాజా వార్త, ఏది సమయాతీత వార్త అనే వాటిని దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి. ఏది జనసామాన్యానికి ఆ సమయ సందర్భాల్లో అత్యవసరమని తోస్తుందో దాన్ని గమనించాలి. ఉదాహరణకి అంతర్జాతీయ, జాతీయ, ప్రాంతీయ, స్థానిక అంటూ విభజన చేసుకుని వాటి వాటి ప్రాధాన్యాల్ని బట్టి వరుసక్రమం చూసుకోవాలి. ఒక చోట ప్రధానంగా ఉన్నది మరొకచోట కాకపోవచ్చు. ఉదాహరణకు మన ఊళ్లో పెత్తందారుకి వ్యతిరేకంగా పనిపాటలు చేసుకునే ప్రజలు ప్రతిఘటన చేస్తున్నారనుకోండి. స్థానికంగా దీనికి ఉన్న ప్రాముఖ్యం రాష్ట్రస్థాయిలో ఉండకపోవచ్చు. స్థానికంగా తిరుగులేని అధికారం చెలాయించే పెద్దమనిషి దాష్టీకానికి ఇది గట్టిదెబ్బ అని మనకి అనిపిస్తుంది. "బీటలు తీసినకోట" అంటూ దీనికి స్థానిక విలేఖరి శీర్షిక పెట్టవచ్చు. కాని దీని ప్రభావం చాలా పరిమితం. అంచేత ప్రాంతీయంగా దీనికి ప్రాముఖ్యం ఇవ్వొచ్చు. కాని దాని పరిధిని విస్తృతం చెయ్యకూడదు.

అలాగే సున్నితమైన అంశాలని గుర్తించి హెచ్చరికగా ఉండాలి. మతాలు, కులాలు, మందిరాలు, మసీదులు లాంటివి భావోద్వేగాలకి మూలకందంగా ఉంటాయి. ఏమాత్రం హద్దుమీరినా అవి భగ్గుమని అంటుకునే ప్రమాదం ఉంది. అలాంటి సందర్భాల్లో ఎడిటింగ్ నైపుణ్యం ఉపయోగించాలి. శాంతిభద్రతలకు భంగకరం కలిగించేటట్టు వాటిని ఉపయోగించకూడదు. ఓ సంఘటన, ఓ సన్నివేశం సంచలన కారకం అయ్యేటట్టు కనిపించినా దీన్ని ఆ కోణం నుంచి సమర్పించకూడదు. సంఘర్షణలు, ఉద్రిక్తతలు తలెత్తకుండా నివారించేటట్టు జాగ్రత్త పడాలి. హైదరాబాద్ లాంటి నగరాల్లో అడుగడుక్కీ మందిరాలు, మసీదులు ఉంటూనే ఉన్నాయి. ఏ చిన్న అపశృతి ధ్వనించినా నిప్పురాజుకునే

BRAOU

ప్రమాదం ఉంటుంది. ఇలాంటి సందర్భాల్లో విలేఖరులు, సంపాదకులు తమ సంయమనాన్ని కోల్పోకుండా చూసుకోవాలి. వ్యక్తిగతంగా వాళ్ళవాళ్ళ అభిప్రాయాలు, వాళ్ల నమ్మకాలు వాళ్లకి ఉన్న పరిస్థితిని తటస్థస్థానం నుంచి బేరీజు వెయ్యాలి. ఈ వ్యక్తి మొగ్గు అటువైపు ఉంది, ఇటువైపు ఉంది. అనే అభిప్రాయాన్ని కలిగించకూడదు. ప్రతి ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమ సంస్థకు దాని విధానాలు దానికి ఉంటాయి. దాన్నెవరూ అడ్డుకోలేరు. కాని ఆ చట్రం నుంచి పరిస్థితిని చూడకుండా ఉండడమే నిష్పాక్షిక ఎడిటింగ్ ధర్మం.

ఇక నచ్చిన దాన్ని ప్రస్ఫుటం చెయ్యడం, నచ్చనిదాన్ని దిగలాగడం ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల వృత్తిధర్మాలకే విరుద్ధం. ఉదాహరణకు ఓ రాజకీయ సభ జరుగుతుందనుకుందాం. రాష్ట్ర స్థాయి నాయకులలో, జాతీయ స్థాయి నాయకులలో హాజరవుతున్నారు. ఆ పార్టీ అన్నా ఆ నాయకులన్నా మీకు అభిమానం. దాంతో భూతద్దంలో ఫోకస్ చేసి ఆ వార్తని ప్రసారం చెయ్య చూస్తారు. మీకు ఇష్టం లేదు, అప్పుడు దాన్ని దిగజార్చి 'పల్చగా జనం', 'సగం మైదానం ఖాళీ' అంటూ ఖాళీగా వున్న ఒకటి రెండు తావుల్ని చెదురుమదురుగా ఉన్న కొద్దిపాటి జనాన్ని ఫోటోలతో సహా ప్రదర్శించవచ్చు. కాని అసలు వాస్తవం ఏమిటో అక్కడికి వెళ్ళిన వాళ్ళకి తెలుస్తూనే ఉంటుంది. దాంతో ఈ ప్రచార సాధనం, ఈ ప్రసార సాధనం పక్షపాత వైఖరితో ఉందని భావిస్తారు. క్రమంగా వాటి పట్ల వాళ్ళ విశ్వాసం సన్నగిల్లుతుంది. ఎడిటింగ్ నిష్పాక్షికత అంటే యథార్థాలని మరుగు పర్చకుండా ఉండడం.

ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాల సహకారంతోనే నాయకులుగా ఎదగడం, పడిపోవడం ఉంటుందనుకోవడం ఒకప్పటి భావన. ప్రజాస్వామ్య పరివర్తనలో ప్రజల చైతన్యం పెరగడమే కొలమానం. భారతదేశ ప్రజాస్వామ్య వ్యవస్థ అరవై ఏళ్లలో ఎంత పటుతరమైందో ప్రపంచం గుర్తించింది. నిరక్షరాస్యులు ఉన్న దేశం. ఇక్కడ ప్రజాస్వామ్యం ఏం పరిఢవిల్లుతుంది అని పాశ్చాత్య పండితులు మెటికలు విరిచారు. మహాత్ముడు చెప్పినట్టు ఈ దేశప్రజలు చదువులేని వాళ్లేగాని తెలివి తక్కువ వాళ్లుకాదు. అందుకనే అరవై ఏళ్ల సుస్థిర ప్రజాస్వామ్య ప్రయోగం తర్వాత "ది ఎలెఫెంట్ మార్చెస్ ఆన్" మహాగజం ముందుకు సాగుతోంది, అని పాశ్చాత్య విశ్లేషకులు ఆశ్చర్యంతో నోళ్లు వెళ్ళబెట్టారు. ఇలాంటి పరిస్థితుల్లో ప్రచార ప్రసార మాధ్యమాల నిర్వాహకులు ఎడిటింగ్ ప్రాముఖ్యం గుర్తించి మసలుకోవాలి.

20.7 ఎడిటింగ్‌లో మరికొన్ని మెలకువలు

ముఖ్య విషయాలు అనగానే ముగింపులో యిప్పటిదాకా చెప్పుకున్న అంశాల క్రోడీకరణ అని భావిస్తూ ఉంటారు. కాని ఇక్కడ అలాకాక మన అధ్యయన అంశానికి సంబంధించిన ముఖ్య విషయాల్ని ప్రస్తావించుకుందాం.

ఎడిటింగ్ అంటే ఏమిటి అన్న దగ్గర్నుంచి డబ్బింగ్, మిక్సింగ్, సాధనాలదాకా అంశాలవారీగా చూశాం.

ఇప్పుడు ఎడిటింగ్‌కి సంబంధించి ఆసరాగా ఉండవలసిన అంశాల గురించి చూద్దాం.

తెలుగు ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలకి సంబంధించి పైన చెప్పుకున్న ఎడిటింగ్ అంశాలన్నీ ముఖ్యమే అయినా, మరో ముఖ్యమైన అంశమూ ఉంది. అదేమిటంటే అనువాదం. ప్రాంతీయ భాషలన్నిటికీ ఈ సమస్య ఉంటుంది. ఆయా ప్రాంతీయ భాషల్లోనే, మనవరకైతే తెలుగులోనే, కార్యక్రమాల్ని రూపొందించుకున్నారనుకోండి. అప్పుడు పైన ముచ్చటించుకున్న ఎడిటింగ్ అంశాల్ని ఏ సాధ్యం లేకుండా అన్వయించుకోవచ్చు. కాని పరాయిభాషల నుంచి దిగుమతి చేసుకున్నపుడు అనువాదం సమస్య ఉంటుంది. భారతదేశంలో ఏకదేశ భావన, ఏకజాతి భావన ఉన్నాయి కాని భారతీయ భాష అనే ఏక భాషలేదు. మన పొరుగు రాష్ట్రం వాళ్ల భాషకూడా మనకి పరాయిదే. పై రాష్ట్రం వాళ్ళు వస్తే మనం అనువాదం చేసుకుంటే గాని బోధపరుచుకోలేం. అదలా ఉంచినా, ప్రముఖ వార్తా సంస్థలన్నీ ఇంగ్లీషులోనే సమాచారాన్ని పంపుతాయి. దాన్ని తెలుగులోకి అనువాదం చేసుకుని మనం మాధ్యమాల ద్వారా ప్రసారం చేస్తున్నాం. దానితో పత్రికలలో, ప్రసార మాధ్యమాలలో పనిచేసేవాళ్లే కాని అనువాదం చెయ్యడం, అందించడం అనే మేరకే పరిమితం అవుతోంది. చివరికి పరిస్థితి ఎలా తేలిందంటే సబ్ - ఎడిటర్లు అనువాదకులు అని, ఎడిటింగ్ ఏం ఉంది? ఇంగ్లీషులో వార్త వచ్చింది. దాన్ని అనువాదం చేసుకున్నాం. ప్రసారం చేశాం. అంతే! అనువాదం కూడా ఎడిటింగ్‌లో అంతర్భాగమేకాని అదే ఎడిటింగ్ కాదు. ఈ రెండింటికీ మధ్య ఉన్న అంతరమే మరుగున పడిపోతుంది. స్థానిక విలేఖరులు పంపిన సమాచారాన్ని ఎడిటింగ్ చెయ్యడం మాత్రమే మిగిలింది. ఈ దృష్టిమారాలి. ఎడిటింగ్ ప్రాముఖ్యత విస్తరించాలి.

BRAOU

ఎడిటింగ్ చేసేవాళ్ళకి రాజకీయాల గురించిన అవగాహన పుష్టిగా ఉండాలి. సామాజిక అంశాల గురించిన అవగాహన లోతుగా ఉండాలి. ముఖ్యంగా సంప్రదాయాల గురించి, ఆచార వ్యవహారాల గురించి బాగా తెలిసి ఉండాలి. రాజకీయ పార్టీల విధి విధానాలు తెలిసి ఉండాలి. నాయకుల పేర్లు తెలుగు వర్ణక్రమంలో ఎలా ఉండాలో తెలిసి ఉండాలి. ఉదాహరణకు లోగడ దేవరాజ్ ఉర్స్ పేరు ఉండేది. ఉర్స్ అనాలా అర్స్ అనాలా అన్న శంక వచ్చింది. అలాంటప్పుడు ఆ భాష వాళ్లు ఎలా ఉచ్చరిస్తారో కనుక్కొని రాయడం మంచిది. ఇవాళ 'అద్వానీ', 'అద్వాణీ' లలో తెలుగులో అద్వానీ అనే అంటున్నాం. హర్యాన హర్యాణలో ఏది సరైంది తెలుసుకోవాలి. ఒకవేళ స్థిరపడిపోయి వుంటే అలానే కొనసాగించడం మేలు. 'టోల్‌స్తాయ్'కి బదులు 'టాల్‌స్టాయ్'లాగా. ఇక అన్నిటినీ మించి ఎడిటింగ్ పనిచేసేవాళ్లు వ్యక్తిగత రాగద్వేషాలకి అతీతంగా ఉండాలి. నిష్పాక్షికతకు ఇదే గీటురాయి. ఎడిటింగ్ చేసే వాళ్లకి భాష మీద పట్టు గట్టిగా ఉండాలి. ఏ మాటని ఏ సందర్భంలో ఎలా వాడాలో తెలుసుకోవడమే అది. మనకి తెలుసుకదా అని చెప్పి సమయం సందర్భం లేకుండా సామెతల్ని, పద్యాల్ని ఎడాపెడా ఉల్లేఖించకూడదు. మన అవసరానికి అతుకుతుందో లేదో సరిచూసుకోవాలి.

ఎడిటింగ్ అనేది ఒకకళ. ఈ కళని అభ్యాసం ద్వారా అలవరచుకోవాలి. స్థూలంగా ఎడిటింగ్ గురించి ఇక్కడ చూశాం. దృష్టి పెట్టి, ఈ కళలో నైపుణ్యం సాధించాలి.

అభ్యాసం-1

ఎడిటింగ్ అంటే ఏమిటి?

అభ్యాసం-2

కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో భాష మెలకువలు ఎలా ఉండాలో వివరించండి.

BRAOU

20.8 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ఎడిటింగ్ అంటే సంపాదకుడు చేసినట్టు ప్రచురణార్హంగా ఉండేటట్టు దేనినైనా సిద్ధం చెయ్యడం, కూర్చడం, ప్రచురణకోసం పర్యవేక్షణ చేసి, దర్శకత్వ నిర్దేశనం చెయ్యడం అని "న్యూ వెబ్‌స్టర్ డిక్షనరీ"లో ఉంది.
- 'నిజమైన ఎడిటర్ పత్రికకు ఒక వ్యక్తిత్వాన్ని ఇస్తాడు, ప్రాణం పోస్తాడు. పత్రిక యొక్క ఘనత పరోక్షంగా ఎడిటర్ ఘనతే' అని కొడవటిగంటి కుటుంబరావు పేర్కొన్నాడు.
- ఇవాళ పత్రికల్లో కూడా కొంత నాటకీయత ఉండాలన్న ఉద్దేశ్యంతో మాండలిక పదాల్ని శీర్షికలుగా, ఉపశీర్షికలుగా పెడుతున్నారు. రేడియో, టీవీ కార్యక్రమాల్లో కూడా మాండలిక పదాలను ఉపయోగిస్తున్నారు. కాని యాస,

ఉచ్చారణ పేరుతో ఆ ప్రాంతీయుల్ని, ఆ వ్యక్తుల్ని కించపరచకూడదు. అధిక్షేపానికి తావు ఇవ్వకూడదు. ఈ విషయాన్ని ఎడిటింగ్ విభాగం చూసుకోవాలి.

- 'స', 'శ' ల ఉచ్చారణ, 'జ్ఞ', 'ఘ్న' ఉచ్చారణలో అపభ్రంశం వల్ల అర్థం మారడం, ఉదా: సంకర, శంకర, కృతజ్ఞత, కృతఘ్నత అన్న సందర్భంలో చూడవచ్చు. వార్తలు చదివేవాళ్ళు, నివేదికలు సమర్పించేవాళ్ళు, ప్రయోక్తలు, కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించేవాళ్ళు, ఈ విషయంలో మరీముఖ్యంగా దృష్టిపెట్టాలి. అలా దృష్టి పెట్టేటట్టు చేసే బాధ్యత ఎడిటింగ్ విభాగానిది.
- పత్రికా మాధ్యమ భాషలో సంశ్లిష్ట వాక్యాలు దొర్లినా వెనక్కి తిప్పి చూసుకునే వెసులుబాటు ఉంటుంది. రేడియో, టీవీలలో ఆ సౌలభ్యం ఉండదు. అందుచేత వాక్యాలు వీలైనంత క్లుప్తంగా, సూటిగా ఉండాలి.
- పత్రికలకి, రేడియోకి, టెలివిజన్‌కి అన్నిటికీ గమ్యం పాఠకులకి, శ్రోతలకి, ప్రేక్షకులకి విషయాన్ని కార్యక్రమం ద్వారా ఎంత సాఫల్యంగా చెయ్యగలిగాము అన్నదే కార్యక్రమానికి కొలమానం.
- ప్రచురణకి గాని, ప్రసారానికి గాని ఇది తగింది, ఇది తగదు అని నిర్ణయించుకోవడమే ప్రమాణం అనవచ్చు.
- వార్తలు, సమాచారం ఎంపిక చేసుకున్న తరువాత వాటిని పత్రికల్లో అచ్చువేయాలన్నా, టీవీలో ప్రసారం చేయాలన్నా పేజీలు, సమయమూ సరిపోవు. మరి అర్హమైన వాటిని ఏ కొలమానాలతో, ఏ ప్రాధమ్య క్రమాలతో ప్రసారం చెయ్యాలనే సందర్భంలో ఎడిటింగ్ రంగం మీదకి వస్తుంది.
- ఫలానా ఫలానా ప్రమాణాల రీత్యా ఇవి అర్హమైనవిగా ఎంపిక చేశాం. మరి ఏ కొలమానాల రీత్యా ప్రసారం చెయ్యాలి అనేదాన్ని నిర్ణయించేది ఎడిటింగ్ విభాగమే.
- 'డబ్బింగ్' అంటే చలన చిత్రాలకు భాషాంతరాన్ని సమకూర్చడం అని నిఘంటువు అర్థం.
- 'మిక్సింగ్' అంటే రేడియో, టీవీలలో "వివిధ ధ్వనులూ, మాటలూ మొదలైన వాటిని సమ్మేళనం చెయ్యడం, అలా చేసే సాధన సామగ్రి" అని నిఘంటువు అర్థం.
- రేడియో, టీవీలు శ్రవ్య, దృశ్య మాధ్యమాలు కాబట్టి కార్యక్రమాల్ని స్టూడియోలో రికార్డు చేసినా బయట రికార్డు చేసినా డబ్బింగ్, మిక్సింగ్ అవసరం.
- ఏ కార్యక్రమంలోనైనా, వార్తల్లోనైనా, ఇంటర్వ్యూలోనైనా ముఖ్యంగా ఉండవలసింది ఏకరూపత, పొందిక. దీన్ని ఇంగ్లీషులో యూనిఫార్మిట్ అంటారు.
- వార్తలు ప్రసారం చేస్తూ ఉన్నప్పుడు ఏది తాజావార్త, ఏది సమయాతీత వార్త అనే వాటిని దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.
- మతాలు, కులాలు, మందిరాలు, మసీదులు లాంటివి భావోద్వేగాలకి మూలకందంగా ఉంటాయి. ఏమాత్రం హద్దుమీరినా అవి భగ్గుమని అంటుకునే ప్రమాదం ఉంది. అలాంటి సందర్భాల్లో ఎడిటింగ్ నైపుణ్యం ఉపయోగించాలి.
- విలేకరులు, సంపాదకులు వ్యక్తిగతంగా వాళ్ళ వాళ్ళ అభిప్రాయాలు, వాళ్ళ వాళ్ళ నమ్మకాలు వాళ్ళకి వున్నా వార్తల విషయంలో తటస్థ స్థానం నుంచి బేరీజు వెయ్యాలి.
- తెలుగు ప్రచార, ప్రసార మాధ్యమాలకి ఎడిటింగ్ అంశాలన్నీ ముఖ్యమే అయినా, మరో ముఖ్యమైన అంశం అనువాదం.
- ఎడిటింగ్ చేసేవాళ్ళకి సామాజిక అంశాల గురించిన అవగాహన లోతుగా ఉండాలి. ముఖ్యంగా సంప్రదాయాల గురించి, ఆచార వ్యవహారాల గురించి బాగా తెలిసి ఉండాలి.
- ఎడిటింగ్‌లో ప్రమాణాలు, కొలమానాలు ప్రసార మాధ్యమాల కనుగుణంగా ఏర్పరచుకొని వాటిని క్రమం తప్పకుండా పాటించాలి.
- ప్రచార/ప్రసార అర్హత, ప్రాధాన్యాలను తప్పనిసరిగా గుర్తించి అనుసరించాలి.
- ఎడిటింగ్ అనేది ఒక కళ. ఈ కళని అభ్యాసం ద్వారా అలవరచుకోవాలి.

BRAOU

20.9 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో భాష ప్రాధాన్యం వివరించండి.
2. ఎడిటింగ్ అంటే ఏమిటి? ప్రచార, ప్రసార అర్హత ఎలా నిర్ణయిస్తామో తెలపండి.

II. కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. ఎడిటింగ్‌లో డబ్బింగ్, మిక్సింగ్‌ల ప్రాముఖ్యం ఎలా ఉంటుందో పేర్కొనండి.
2. ఎడిటింగ్ చేసేవాళ్లకి అవసరమైన మెలకువలు ఏమిటి?

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఎడిటింగ్ అంటే సంపాదకుడు చేసినట్టు, ప్రచురణార్హంగా ఉండేటట్టు దేన్నైనా సిద్ధం చెయ్యడం, కూర్చడం. ప్రచురణ కోసం పర్యవేక్షణ చేసి దర్శకత్వ నిర్దేశం చెయ్యడం. అలాగే ఓ ఫిల్మ్‌ని, టెలివిజన్ కోసం, చలన చిత్రం కోసం మార్పులు చేర్పులు చేసి సిద్ధం చెయ్యడం అని స్థూలంగా అర్థం. ఉదాహరణకు ముడి బంగారం ఉందనుకోండి. దాన్ని శుద్ధిచేసి, అనువైన రీతిలో మలచుకొని ఆభరణంగానో, మరోటిగానో తయారు చేసుకుంటాం. అప్పుడే దానికి ఫలశృతి. లేని పక్షంలో ముడి సరుకుగానే ఉండిపోతుంది. ఇదే విధంగా ఎడిటింగ్ కూడా అసలు మూలాన్ని సమూలంగా మార్చదు. దాన్ని ఆస్వాదయోగ్యంగా ఉండేట్టు అందిస్తుంది. ఈ అందించడం ప్రక్రియా భేదాన్ని బట్టి, నిర్వాహకుల అభిమతాన్ని బట్టి ఉంటుంది. ప్రక్రియా భేదం అంటే ఇక్కడ అర్థం పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ వగైరాల ప్రసార మాధ్యమాలు. వీటికి సంబంధించిన కార్యక్రమాల్లో ప్రక్రియా భేదాలు ఉంటాయి. ఆ తారతమ్యాల్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని ఎడిటింగ్ నిర్వహణ సాగాలి.

2. కార్యక్రమాలు అన్న పదాన్ని విస్తృత అర్థంలో వాడుకుంటే పత్రికలలోని వార్తలు వ్యాఖ్యలు, విశ్లేషణల దగ్గర్నుంచి రేడియో, టెలివిజన్‌లలో ప్రసారమయ్యే వాటి ద్వారా అన్నీ ఒక సమాహారంగా వస్తాయి. వీటికి రూపకల్పన చెయ్యడం దగ్గర్నుంచి అందించేదాకా అనేక దశలు ఉంటాయి.

పత్రికలలో పూర్వం సరళ గ్రాంథికం లాంటి భాష ఉండేది. అది మారి జనవ్యవహారంలో ఉన్న భాష అందలం ఎక్కింది. పత్రికలు ఒక ప్రామాణిక వాడుక భాషను స్థిరం చేశాయి. రేడియో, టెలివిజన్‌లు వచ్చాక భాష మరింత ప్రామాణికం కావటానికి అవకాశమేర్పడింది.

తెలుగు భాషలో ధ్వని సంకేతాలు ప్రతిఫలిస్తూ ఉంటాయి. వర్ణక్రమం బట్టి ఆ పదాన్ని చదవవచ్చు. ఉదాహరణకు సంకర, శంకర లాంటివి. ఈ 'స, శ'ల ఉచ్చారణ వికటిస్తే అర్థం సంకరమై పోతుంది. ఇవాళ టీవీ యాంకర్లు ఇలాంటి దోషాల్ని పాపభీతిలేకుండా చేస్తున్నారు. ఈ విషయాన్ని శ్రద్ధ పెట్టి గమనించాలి. "జ్ఞ", "ఘ్న" ఉచ్చారణలో అపభ్రంశం వల్ల అర్థం మారడం "కృతజ్ఞత", "కృతఘ్నత" అన్న సందర్భంలో చూడవచ్చు. వార్తలు చదివేవాళ్లు, నివేదికలు సమర్పించేవాళ్లు, ప్రయోక్తలు, కార్యక్రమాల్ని నిర్వహించేవాళ్లు ఈ విషయంలో మరీ ముఖ్యంగా దృష్టిపెట్టాలి. అలా దృష్టి పెట్టేటట్టు చేసే బాధ్యత ఎడిటింగ్‌ది. "స, శ, ష" అంతరాలు గుర్తించడం ఎంత ముఖ్యమో మాటల్లో ఒత్తులు పలకడం కూడా అంతే ముఖ్యం. ధర్మరాజు, భీష్ముడు, భీముడు లాంటి పేర్లని ఒత్తులు లేకుండా పలికితే "వాళ్ల బలమంతా ఒత్తుల్లోనే ఉందిరా, నాయనా" అని ఓ ఉపాధ్యాయుడు కోప్పడ్డాడట. బలం మాట ఎలా ఉన్నా ఉచ్చారణ దోషం తప్పదు. మరీ ముఖ్యంగా ఇటీవలి కాలంలో బాధ, భేదం అనే మాటల ఉచ్చారణ చాలా బాధాకరంగా వినిపిస్తోంది. బాధ్యత అనే మాటను బాధ్యత లేకుండా పలికేస్తున్నారు. తెలుగు భాషలో ఉన్న మరొక విశేషం దంత్య తాలవ్య "చ, జ"లు ఓ మాటలో చ, జ దంత్యమా, తాలవ్యమా అనేది సామాన్యంగా మాతృభాష వాళ్లందరికీ తెలుస్తూనే ఉంటుంది. సి.పి. బ్రౌన్ ఈ తేడాని తెలియచేసేందుకు చ, జ లపైన "ˍ" గుర్తు పెట్టి చూపించాడు. ఇవి రెండూ సవర్ణాలు, అ, ఆ, ఉ, ఊ, ఒ, ఓ, ఔ ల ముందు

BRAOU

వస్తే దంత్యం. ఇ, ఈ, ఎ, ఏ ల ముందు వస్తే తాలవ్యం. ఇంగ్లీషులో జె, జెడ్ అనే అక్షరాలు ఉన్నాయి. 'రాజు' (రాయల్) రాజు (పొగరాజుకోండి). ఉచ్చారణలో Raju, Razu అని తేడా చూపిస్తాం. ఉచ్చారణలో భేదాన్ని సూచించడం కోసమే దీని గురించి ఇంత విపులంగా చర్చించుకున్నాం. రేడియో, టీవీలలో ఉచ్చారణకు పెద్దపీట ఉంటుంది కాబట్టి ఈ కార్యక్రమాలలో పాల్గొనే వాళ్లు దీనిపట్ల ప్రత్యేక దృష్టి పెట్టాలి. దీన్ని కూడా ఎడిటింగ్ కిందికి తీసుకురావచ్చు.

ఇక ఈ అంశం కింద చివరిగా చూడవలసింది వాక్యావబోధ. పత్రికా మాధ్యమ భాషలో సంశ్లిష్ట వాక్యాలు దొర్లినా వెనక్కి తిప్పి చూసుకునే వెసులుబాటు ఉంటుంది. రేడియో, టీవీలలో ఆ సౌలభ్యం ఉండదు. అంచేత వాక్యాలు వీలైనంత క్లుప్తంగా, సూటిగా ఉండాలి. సాధ్యమైనంత వరకూ మారుమూల మాటలని ప్రయోగించకూడదు. నిత్య వ్యవహారంలో ఉండే మాటలు కూడా పదునుగా భావ వ్యక్తీకరణ చేస్తాయి. ఉదాహరణకు శ్రీపాద సుబ్రహ్మణ్యశాస్త్రి, కొడవటిగంటి కుటుంబరావు రచనల్ని చూడండి. భాషాపదును తెలుస్తుంది. ఇవాళ ఆంగ్ల పదప్రయోగం విస్తారంగా ఉంటోంది. దీని గురించి కార్యక్రమ రూపకర్తలు ఆలోచించాలి.

BRAOU

భాగం-21 డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు

విషయక్రమం

21.0 ఉద్దేశం

21.1 ప్రవేశిక

21.2 డాక్యుమెంటరీలు - అర్థం, నిర్వచనం

21.3 డాక్యుమెంటరీలు

21.4 డాక్యుమెంటరీలు - విశిష్ట లక్షణాలు

21.5 డాక్యుమెంటరీ రచన, నిర్మాణం

21.6 ఎనిమేషన్ చిత్రాలు

21.6.1 భారత దేశంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాలు

21.6.2 తెలుగులో ఎనిమేషన్ చిత్రాలు - రచన

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

21.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

21.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

21.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- డాక్యుమెంటరీ, ఎనిమేషన్ అర్థం, నిర్వచనం
- డాక్యుమెంటరీలు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలు, వాటి విశిష్ట లక్షణాలు

21.1 ప్రవేశిక

మనకు కథా చిత్రాలన్నా, సినిమాలన్నా సుపరిచితం. వార్తా చిత్రం లేదా డాక్యుమెంటరీ ఎనిమేషన్ అనగానే ఒక్కక్షణం ఆలోచించాల్సి వస్తుంది. కారణం కథా చిత్రాలు, సినిమాలతో పోలిస్తే వార్తా చిత్రాలకున్న ఆదరణ అలాంటిది. వినోదభరితంగా ఉండే కల్పిత కథ సినిమా. అలాగని సినిమాలన్నీ కల్పిత కథలు కాకపోవచ్చు. వాస్తవ సంఘటనలు, చారిత్రక ఘటనలకు వినోదాన్ని జోడించి వాటిని కథా చిత్రాలుగా మలిచి చూపించడం కూడా సినిమా ప్రక్రియలో భాగమే. అయితే డాక్యుమెంటరీ ప్రక్రియ భిన్నమైనది. ఇది పూర్తిగా వాస్తవికమైనది. కల్పనకు తావులేని వాస్తవిక కథాచిత్రం డాక్యుమెంటరీ. సినిమా నిర్మాణానికి ప్రాతిపదిక అయిన కథా రచనలో స్వేచ్ఛ ఉంటుంది. డాక్యుమెంటరీ నిర్మాణంలో ఇతివృత్తానికి మూలాధారమైన వాస్తవ కథ, సంఘటన, చరిత్ర రచనలో స్వేచ్ఛకు తావుండదు. డాక్యుమెంటరీ ఒక నిర్దిష్ట ప్రయోజనంతో కూడుకున్న ప్రక్రియ. [illegible]మెంటరీకి సామాజిక బాధ్యత ఉండాలి. అందుకే డాక్యుమెంటరీ రచనలో రచయిత సామాజిక బాధ్యతా నియమాన్ని పా[illegible]కు డాక్యుమెంటరీలు అనగానే 'న్యూస్ రీల్' చిత్రాలు గుర్తుకొస్తాయి. విషయం, స్వభావ రీత్యా వీటిని వార్తా రీళ్లుగా అర్థం [illegible] మన దేశంలో 'ఫిలింస్ డివిజన్ ఆఫ్ ఇండియా' సంస్థ న్యూస్ రీల్స్‌ని నిర్మిస్తున్నది. ఈ సంస్థ స్థాపనకు ముందు మన దేశంలో ప్రేక్షకులు చూసిన మొదటి వార్తా చిత్రాలన్నీ బ్రిటన్ నుంచి దిగుమతి అయిన న్యూస్ రీల్సే, బ్రిటన్ మన దేశానికి పంపించిన

ఈ న్యూస్ రీల్స్‌లో బ్రిటన్ రాచరిక వ్యవస్థ, బ్రిటన్ రాణి గొప్పతనం, రవి అస్తమించని సువిశాలమైన బ్రిటీష్ సామ్రాజ్యాన్ని చూపించే ఇతివృత్తాలే ఎక్కువగా ఉండేవి. చలన చిత్ర నిర్మాణ రంగంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాలకు లభించిన స్థానం విశిష్టమైంది. ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణం చలన చిత్రాన్ని పోలి ఉండదు. విభిన్నంగా ఉంటుంది.

21.2 డాక్యుమెంటరీలు - అర్థం, నిర్వచనం

ఒక నిర్దిష్ట ప్రయోజనంతో చూపించే వాస్తవిక సంఘటనల కథా చిత్రాన్ని డాక్యుమెంటరీ అంటారు. సంక్షిప్తంగా దీనినే వాస్తవ కథా చిత్రం అంటాం. డాక్యుమెంటరీలో విషయ వాస్తవికతకే ప్రాధాన్యం ఉంటుంది తప్ప వినోదానికి కాదు. డాక్యుమెంటరీ ప్రక్రియ ఏ ఒక్క రంగానికో చెందిన వాస్తవిక కథా చిత్రం అనుకొంటే పొరపాటే. సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక, చారిత్రక అంశాలకు సంబంధించిన అన్ని వాస్తవిక అంశాలను డాక్యుమెంటరీలకు ఇతివృత్తంగా ఎంచుకోవచ్చు. అమెరికాకు చెందిన 'అకాడమీ ఆఫ్ మోషన్ పిక్చర్ ఆర్ట్స్ అండ్ సైన్సెస్' డాక్యుమెంటరీని ఇలా నిర్వచించింది. 'ఒక ప్రత్యేకమైన చారిత్రక, సాంఘిక, శాస్త్రీయ, ఆర్థిక, రాజకీయ పరమైన విషయాలతో వాస్తవంగా జరిగిన సంఘటనల్ని లేదా వాస్తవాలను చూపించడానికి రూపొందించిన సన్నివేశాల చిత్రం డాక్యుమెంటరీ. ఇందులో వినోదం కంటే విషయంలోని యథార్థానికే ప్రాధాన్యత ఉంటుంది. ఒక వ్యక్తి, సంస్థ, స్థలం, సంఘటన, సంక్షోభం, విపత్తు ... ఇలా ఏ అంశంపై అయినా వాస్తవ కథా చిత్రాల్ని రూపొందించవచ్చు. 'డాక్యుమెంటరీ' అనే పదాన్ని ముందుగా అమెరికాకు చెందిన జాన్ గ్రియార్సన్ ప్రస్తావించాడట. 1922 ప్రాంతంలో రాబర్ట్ ఫ్లాహార్టీ మొదటగా డాక్యుమెంటరీని రూపొందించాడు. ఈ చిత్రానికే గ్రియార్సన్ 'డాక్యుమెంటరీ' అని పేరు పెట్టాడు.

21.3 డాక్యుమెంటరీలు

డాక్యుమెంటరీ రచనలు స్ఫూర్తిదాయకంగా, సందేశాత్మకంగా ఉన్నంత మాత్రాన సరిపోదు. ఈ చిత్రాలకు సామాజిక బాధ్యత అవసరం. ప్రేక్షకుల్లో ఒక ఆలోచన రేకెత్తించాలి. అవినీతి, లంచగొండితనం, సాంఘిక దురాచారాలు వంటి సామాజిక జాడ్యాలపై ఉద్యమించేందుకు డాక్యుమెంటరీలు ప్రేక్షకుల్ని ఉద్యుక్తుల్ని చేయగలగాలి. జనామోదమైన ఒక మంచి మార్గాన్ని అనుసరించే హితబోధ చేయగలిగేలా రచనలు ఉండాలి. అప్పుడే డాక్యుమెంటరీకి సార్థకత. చారిత్రక, రాజకీయ, సాంఘిక, ఆర్థిక రంగాలలో దేనిలోనైనా డాక్యుమెంటరీలు రూపొందించవచ్చని ముందే అనుకున్నాం.

- ప్రపంచ యుద్ధాల వీడియో క్లిప్పింగ్‌లు సేకరించి నాడు జరిగిన చారిత్రక సంఘటనల్ని స్పృశిస్తూ రూపొందించే డాక్యుమెంటరీ చరిత్రకు సంబంధించిన డాక్యుమెంటరీ అవుతుంది. యుద్ధ కారణాలు చాటి చెప్పి, జరిగిన అపార ప్రాణ, ఆస్తి నష్టాల్ని చూపించి ఒక సందేశాన్ని అందించవచ్చు.
- జాతిపిత మహాత్మాగాంధి, స్వామి వివేకానంద, మదర్ థెరీసా వంటి మహనీయుల జీవిత విశేషాలను స్ఫూర్తిదాయకంగా మలిచి చిత్రాలుగా రూపొందించడం వ్యక్తి ఆధారిత, వ్యక్తిపరమైన డాక్యుమెంటరీలు అవుతాయి. వీటిద్వారా నేటి సమాజానికి వారు అనుసరించిన విలువల ప్రాముఖ్యతను తెలియజెప్పేందుకు ప్రయత్నించవచ్చు.
- పర్యావరణ, శాస్త్ర, సాంకేతిక రంగాలలో సేవలు అందించిన సుందర్‌లాల్ బహుగుణ, హోమి జె. బాబా, కళా సాంస్కృతిక రంగాల్లో శాస్త్రీయ సంగీతాన్ని, దాని విశిష్టతను చాటిచెప్పిన మహా గాయకురాలు ఎం.ఎస్. సుబ్బులక్ష్మి వంటి దార్శనికుల గురించి చాటి చెప్పే డాక్యుమెంటరీలు కూడా వ్యక్తిపరమైనవే. డాక్యుమెంటరీ రూపకల్పనలకు ఇంతటి ప్రపంచ ప్రఖ్యాత స్థాయి గొప్ప వ్యక్తులే ఇతివృత్తం కానవసరం లేదు. ఈ కోవలో ఏదో ఒక రాష్ట్రం, జాతి, ప్రాంతానికి స్ఫూర్తిదాయకమైన [illegible] అందించిన వారిపైనా డాక్యుమెంటరీలు తీయవచ్చు.
- ఒక ప్రభుత్వ [illegible], ఒక సంస్థ జరిపిన కృషిని, మేలును, ప్రజోపయోగమైన పనుల్ని ఇతివృత్తంగా ఎంచుకోవచ్చు.

BRAOU

- ఒక దర్శనీయ స్థలం, చారిత్రక కట్టడం, దైవక్షేత్రం, గొప్ప కట్టడాల విశేషాలు కూడా డాక్యుమెంటరీగా చూపించవచ్చు. ఉదాహరణకు ఆగ్రాలోని తాజ్‌మహల్, ఢిల్లీలోని ఎర్రకోట, హైదరాబాద్‌లోని చార్మినార్, నెహ్రూ జంతు ప్రదర్శన శాల, బిర్లా సైన్స్ మ్యూజియంపైన డాక్యుమెంటరీలు రూపొందించవచ్చు.
- ప్రభుత్వం ఎంచుకున్న లోపభూయిష్టమైన విధానం, ఒక రాజకీయ తప్పిదం వల్ల కలిగిన అనర్థాలు ఎత్తిచూపుతూ నిర్మించే రాజకీయపరమైన డాక్యుమెంటరీలు ప్రజలకు మేలు చేసేవి అవుతాయి.
- విద్యా, వైజ్ఞానిక విషయాలు, చిత్రకళలు, సాంస్కృతిక అంశాల్లోనూ నిర్దిష్టమైన సందేశంతో డాక్యుమెంటరీలు నిర్మించవచ్చు. ఉదాహరణకు గత మూడు దశాబ్దాలుగా డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ ఓపెన్ యూనివర్శిటీ సార్వత్రిక విద్యా విధానం ద్వారా అందిస్తున్న సేవలు, లబ్ధిపొందిన వారి విశేషాలతోనూ ఒక డాక్యుమెంటరీ రూపొందించవచ్చు.
- నగరంలో కాలుష్యం, వాహనాల రద్దీ, పర్యావరణ సమస్యలు, పారిశ్రామిక వాడల్లో వెట్టి చాకిరీలో మగ్గుతున్న కార్మికులు, కరువు ప్రాంతాల్లో గ్రామీణ ప్రజల జీవితాలు ... ఇలా ఏ అంశాన్నయినా ఎంచుకొని అన్ని కోణాల్లో స్పృశిస్తూ సమస్య తీవ్రతను చాటి చెప్పేందుకు ప్రయత్నించవచ్చు.

ఇలా నిత్య జీవితంలో తారసపడే ఎన్నో వాస్తవిక అంశాలకు నిర్దిష్ట ప్రయోజనాన్ని, ప్రాముఖ్యతను జోడించి సందేశాత్మకంగా డాక్యుమెంటరీలు రూపొందించవచ్చు.

21.4 డాక్యుమెంటరీలు - విశిష్ట లక్షణాలు

BRAOU

మనం టెలివిజన్ ఛానెళ్లలో చూసే వార్తా చిత్రాలు జరిగింది జరిగినట్లు చూపించే చిత్రాలు. ఇది వార్తా సమాచారం మాత్రమే. వార్తా నియమాల్ని అనుసరించి వార్తా చిత్రాల్ని యథాతథంగా చూపించడమే తప్ప వాటికి విలేకరి వ్యాఖ్యానాలు చేయకూడదు. వార్తా చిత్రంపైన ప్రేక్షకుడు ఓ అభిప్రాయాన్ని ఏర్పరుచుకొనేలా వ్యాఖ్యానాలు చేయకూడదు. కానీ డాక్యుమెంటరీ భిన్నమైనది. ముందే అనుకున్నట్లు దీనికి ఒక నిర్దిష్టమైన సామాజిక ప్రయోజనం ఉంటుంది. విషయాన్ని ఉన్నది ఉన్నట్లుగా చూపుతూనే ఆ విషయం ప్రాముఖ్యతను తెలియజేస్తుంది. దానివల్ల కలిగే కష్ట, నష్టాలను ఏకరువు పెడుతుంది. స్థూలంగా చెప్పాలంటే ప్రేక్షకుడి మనసులో ఎలాంటి అభిప్రాయాన్ని కలిగించాలో రచయిత, నిర్మాత ముందే నిర్ణయించుకుంటారు. ప్రేక్షకుడిని ఏ ఆలోచన వైపు నడిపించాలి అనేది ముందే తెలుసు. వాస్తవ కథా చిత్రాన్ని చూపడం పూర్తయిన తర్వాత ప్రేక్షకుడి మనసులో ఏ అభిప్రాయం స్థిరపడాలో ముందే నిర్దేశం చేసుకుంటుంది. ఇన్ని బాధ్యతలున్న డాక్యుమెంటరీ నిర్మాణంలో ఎంచుకున్న అంశాన్ని అన్ని కోణాల్లో చూపించేందుకు ప్రయత్నించాలి. విభిన్న వాదనలు ఇంటర్వ్యూల రూపంలో సేకరించాలి. సేకరించిన విషయాలపై ఇంకా విభేదించేవారు ఉంటారేమోనన్న స్పృహతో ఏ ఒక్క కోణాన్నీ విస్మరించరాదు. అందుకే డాక్యుమెంటరీలో వాస్తవ వార్తా క్లిప్పింగ్‌లకు తోడు పలువురి ఇంటర్వ్యూలు, అభిప్రాయాలు, సందర్భోచిత దృశ్యాలు, ప్రముఖుల సమీక్షలు, విమర్శల్ని సేకరించాలి. వీటన్నింటినీ క్రమపద్ధతిలో కూర్పు చేసుకొని అర్థవంతమైన చిత్రంగా మలచాలి.

21.5 డాక్యుమెంటరీ రచన, నిర్మాణం

డాక్యుమెంటరీలో చూపించే దృశ్య మాలికలు ఎంతో బాగా ఉన్నప్పటికీ ఈ ప్రక్రియకు వ్యాఖ్యాత చెప్పే విషయాలే ఎక్కువగా జీవం పోస్తాయి. రచయిత చెప్పాలనుకున్న విషయాన్ని సూటిగా, స్పష్టంగా, విపులంగా ప్రేక్షకుడికి చేరవేయాలి. చెప్పిన విషయాన్ని, దృశ్యాన్ని పునరావృతం కాకుండా జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి.

- ఎంచుకున్న విషయంపై లోతైన అవగాహన అవసరం, ఇందుకోసం సమగ్ర పరిశోధన, పరిశీలన అవసరం.
- చిత్రానికి సంబంధించి చూపించాలనుకున్న దృశ్యాలు, చెప్పాలనుకున్న విషయాలు ఎన్నో ఉంటాయి. అందుకే డాక్యుమెంటరీ నిడివిని దృష్టిలో ఉంచుకొని సూక్ష్మంలో మోక్షం అన్న సూత్రాన్ని రచయిత, నిర్మాత పాటించాలి.
- నిర్ణీత సమయంలో అనుకున్న ప్రయోజనం నెరవేరే విధంగా స్క్రిప్టును సిద్ధం చేసుకోవాలి.

- వాస్తవాన్ని చిత్రించే ప్రక్రియ అన్న విషయాన్ని గుర్తుంచుకొని స్క్రిప్టు, స్క్రీన్‌ప్లే రచనలో తగిన జాగ్రత్తలు తీసుకోవాలి.
- తగిన అధ్యయనం, పరిశీలన లేకుండా అవగాహన లోపంతో చూపించే స్క్రీన్‌ప్లే వల్ల రచయిత, నిర్మాతలు న్యాయపరమైన చిక్కులు ఎదుర్కోకతప్పదు.
- డాక్యుమెంటరీ నిర్మాణానికి ముందే ఎంచుకున్న ఇతివృత్తం లేదా సమస్యపైన అన్ని కోణాల్లో సమగ్రంగా, లోతుగా మాట్లాడగలిగిన వ్యక్తుల్ని ముందే గుర్తించాలి. సంబంధిత దృశ్యాలను సేకరించుకోవాలి.
- సమస్య, అంశంపైన అనుకూల, ప్రతికూల వాదనలు వినిపించేవారు, ఆమోదించేవారు, విభేదించేవారు, మద్దతు పలికేవారు, ఇలా అందరు వ్యక్తులను సమీకరించుకోవాలి. లేదంటే సమస్యపైన ఏకపక్ష వైఖరిని ప్రదర్శించిన అపఖ్యాతి కలుగుతుంది.
- డాక్యుమెంటరీ చిత్రం ప్రారంభం ఆసక్తికరంగానూ, ముగింపు అర్థవంతమైన సందేశంతో పాటు, సమస్య పరిష్కారానికి అనుసరించాల్సిన ఆలోచనాత్మక కార్యసాధనకు ఉపక్రమించేలా దోహదం చేయాలి.

21.6 ఎనిమేషన్ చిత్రాలు

చలనచిత్ర నిర్మాణ రంగంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాలకు లభించిన స్థానం విశిష్టమైంది. ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణం చలన చిత్రాన్ని పోలి ఉండదు. విభిన్నంగా ఉంటుంది. ఎనిమేషన్ చిత్రాలకు చెప్పుకోదగ్గ చరిత్రే ఉంది. గుహల్లో రాతి మీద గీసిన చిత్రాలు కదులుతున్న భ్రమను కల్పించడం - చారిత్రక కట్టడాల్లో చూసినప్పుడు కలగడం మన అనుభవంలోని విషయమే. జంతువుల కళ్లను, మనిషి భంగిమలను కదులుతున్న విధంగా ఒక దాని మీద ఒకటి చేరగలిగేట్టు రాతిమీద చిత్రాలు చెక్కడం వల్ల ఇది సాధ్యపడింది. 'చిత్రాల్లో, బొమ్మల్లో' కదలిక అనేక భావన కొన్ని శతాబ్దాల నుంచి ఉన్నట్టే మనకర్థమవుతుంది. ఎనిమేషన్ ప్రక్రియకు ఇది ప్రతిరూపంగా ఎనిమేషన్ రంగ నిపుణులు భావిస్తారు. 5,200 ఏండ్ల కిందటే ఇరాన్ 'షాహరి సొక్త' ప్రాంతంలో మేక బొమ్మ ఐదు చిత్రాలకు పక్కపక్కనే ఒకే విధంగా కొద్దిపాటి తేడాతో కదలిక అతికేట్టు వుండటం తెలుస్తోంది. ఈ బొమ్మలకే కదలికనివ్వడానికి ఆ రోజుల్లో సాంకేతిక పరికరాలు గానీ, సాధనాలుగానీ లేకపోవడంతో కదలిక సాధ్యపడలేదనే భావించవచ్చు.

BRAOU

ఎనిమేషన్ ప్రక్రియకు అవసరమైన సాధనాల్ని 1800 సంవత్సరంలో కనుగొన్నట్టు ఆధారాలు ఉన్నాయని తెలుస్తోంది. సినిమాటోగ్రఫీ ప్రక్రియ వెలుగు చూసేవరకు ఈ సాధనాల ప్రయోగాలు పెద్దగా జరగలేదు. సినిమా ఎనిమేషన్ ప్రక్రియను ఎవరో ఒకరు కనుగొన్నారని చెప్పలేం. ఒకే సమయంలో ప్రపంచం నలుమూలలా ఇటువంటి ప్రక్రియ కోసం ప్రయత్నాలు జరగటం వల్ల ఇది సాధ్యపడలేదు. 'జార్జెన్స్ మిలైన్' ఈ తరహా ఎనిమేషన్ పద్ధతిని ఉపయోగించి 'చిత్రాన్ని' నిర్మించడం మొదటి ప్రయత్నంగా పేర్కొంటుంటారు. ఎనిమేషన్ లఘుచిత్రాల రూపకల్పన 'కార్టూన్ల' సహాయంతో రూపొందించడం 1910 దశకంలో ప్రారంభమయినట్టు గుర్తించారు. ఇది ఒక పరిశ్రమగా రూపు దిద్దుకోవడం ఇక్కడే ప్రారంభమైంది. కార్టూన్ లఘు చిత్రాలు థియేటర్లలో చూసేవారు. జాన్ రాన్ డాల్ఫ్‌బే విజయాల్ని సాధించిన ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాతగా చెప్తారు.

ఈ దశలో సెల్ ఎనిమేషన్ ప్రక్రియ ప్రభావవంతంగా ఉండేది. సంప్రదాయ ఎనిమేషన్, నిశ్చల కదలిక (stop motion), కంప్యూటర్ ఎనిమేషన్ తరహా ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలు ఆ తరువాత వెలుగు చూశాయి. ప్రధానంగా చెప్పుకోదగ్గ ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలు ఈ మూడూ.

సంప్రదాయ ఎనిమేషన్‌నే సెల్ ఎనిమేషన్‌గా చెప్తారు. 20వ శతాబ్దంలో ఇది బాగా ప్రాచుర్యం పొందింది. ఫోటోగ్రాఫ్ డ్రాయింగ్‌లను ఒక్కొక్కదానిని పక్క పక్కనే చేర్చి కదలిక భ్రమను సృష్టించడం జరిగేది. 21వ శతాబ్దంలోకి రాగానే ఈ ప్రక్రియ కనుమరుగైనట్టే చెప్పాలి. ఎనిమేషన్ రంగంలోకి కంప్యూటర్లు, కంప్యూటర్ సాఫ్ట్‌వేర్‌లు రావడంతో ఈ పరిస్థితి ఏర్పడింది. పినాచియో (1940), అకిరా (1988), ద లయన్ కింగ్ (1994), ట్రెజర్ ప్లానెట్ (2002) - మొదలయినవి సంప్రదాయ పద్ధతిలో రూపొందించిన ఎనిమేషన్ చిత్రాలు. స్టాప్ ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలో వస్తువులను

ఫొటోలుగా తీసి ఫ్రేము ఫ్రేములుగా కలుపుతూ కదలిక భ్రమ కల్పించడం ద్వారా ఎనిమేషన్‌ను సృష్టించేవారు. సాధారణంగా తోలుబొమ్మలు ఈ రకమైన ప్రక్రియలో వాడేవారు. ద టేల్ ఆఫ్ ఫాక్స్ (1937) కార్ప్స్ బ్రైడ్ (2005) ఈ తరహా చిత్రాలు. ఈ ఎనిమేషన్ ప్రక్రియ క్లే, కటౌట్‌లు, నమూనాలతో, వస్తువులతో కూడా రూపొందించడం సాధ్యపడేది. 20వ శతాబ్దం చివరి దశకంలో సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వచ్చిన విప్లవాత్మకమైన పరిణామాలు ఎనిమేషన్ ప్రక్రియను చుట్టు ముట్టాయి. డిజిటల్ పరిజ్ఞాన సామర్థ్యంతో కంప్యూటర్లు ఈ పనిని సమర్థవంతంగా నిర్వహించగలుగుతున్నాయి. 2-డి ఎనిమేషన్, 3-డి ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలు అమలులోకి వచ్చాయి. ఈ రంగంలో వస్తున్న సాఫ్ట్‌వేర్ అవకాశాలు సాధించలేని 'కదలిక భ్రమంటూ' లేకుండా చేస్తున్నాయి. ఎనిమేషన్‌కు ఇంగ్లీషు పదకోశాలలో ఇచ్చిన అర్థం "కార్టూన్లను కదిలే భ్రమలో కదలికలివ్వడం" అని ఇస్తున్న అర్థాన్ని ఇప్పుడు మార్చవలసిన అవసరమూ ఏర్పడుతుంది. సెల్ ఎనిమేషన్‌లో డిస్నీ చేసిన, కృషి చెప్పుకోదగ్గది. ప్రతి బొమ్మను ఉల్లిపాయ తొక్క తీసిన మాదిరిగా ఒకదాని తర్వాత ఒకటిగా కదలికను బట్టి గీసేవాడు. 'స్టీమ్ బోట్‌విల్లే' అనే ఎనిమేషన్ లఘు చిత్రాన్ని కార్టూన్ల సహాయంతో శబ్దాలను జోడిస్తూ నిర్మించాడు. అట్లాగే 1995 డిస్నీ పిక్చర్ స్టూడియో 'టాయ్‌స్టోరీ' 3-డి సాఫ్ట్‌వేర్ రూపొందించారు. వాల్ట్ డిస్నీ (1901-1966) ఎనిమేషన్ చిత్రాల రూపకర్తలలో పేర్కొనతగిన ప్రముఖుడు. 1932లో 'ఫ్లవర్ అండ్ ట్రీస్' పేరుతో తొలి కలర్ కార్టూన్ చిత్రాన్ని నిర్మించాడు. టెలివిజన్‌లో 1954లో ఈ తరహా చిత్రాన్ని ప్రసారం చేయగలిగాడు. అమెరికా, జపాన్, దేశాలలో ఎనిమేషన్ చిత్రాల రూపకల్పనలో జరిగిన కృషి ప్రశంసనీయమైంది.

21.6.1 భారతదేశంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాలు

మన దేశంలోనూ ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణం ఊపందుకొంది. విద్యా కార్యక్రమాలలో భాగంగా ఎనిమేషన్ చిత్రాలు 1980ల్లోనే రూపొందించేవారు. సెల్ ఎనిమేషన్, పప్పెట్ ఎనిమేషన్ వంటివి బాగానే ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చాయి. సమాచార విజ్ఞాన విస్ఫోటనంతో కంప్యూటర్ ఎనిమేషన్ ఊపందుకుంది. ముఖ్యంగా చిన్న పిల్లలకు, 12 సంవత్సరాల లోపువారికి, పాఠ్యాంశాలను ఎనిమేషన్ రూపంలో రూపొందించేవారు. కథలుగా చెప్పడం, కష్టతరమైన శాస్త్ర విజ్ఞాన భావనల్ని ఎనిమేషన్ల ఆధారంగా బోధించడం జరిగేది. కేంద్రస్థాయిలో సి.ఐ.ఇ.టి ఇందుకు బాగా దోహదపడింది. రాష్ట్ర స్థాయిలో ఎస్.ఐ.ఇ.టి తెలుగులో వీటిని రూపొందించేది. టెలివిజన్ ఛానెళ్లలో ఇతర దేశాల కార్యక్రమాలను తెలుగులోకి అనువదించి ప్రసారం చేస్తున్నాయి. ఈ తరహా ఎనిమేషన్ ఆధారిత కార్యక్రమాలు పెద్ద ఎత్తున ఇప్పటికీ ప్రసారమౌతూనే ఉన్నాయి. అయితే నీతికథల్ని పాఠ్యాంశాలుగా బోధించేవారు. కానీ, కథా చిత్రాలుగా తీయలేదు. భారతీయ ప్రాచీన గాథలు, పౌరాణికాల ఆధారంగా కథా చిత్రాలు తీసే ప్రయత్నాలు ఇప్పుడు ఊపందుకొన్నాయి. ఈ ఊపు రావడానికి ప్రధాన కారణం 'హనుమాన్' ఎనిమేషన్ చిత్రం. మన దేశంలో ఈ చిత్రం బాగా పేరు తెచ్చుకొన్న ఎనిమేషన్ చిత్రం. 2005లో దీన్ని విడుదల చేశారు. విజిసామరిల్, సిల్వర్ టూన్స్, మిమిర్ యూకేలు దర్శకత్వం వహించారు. ఈ కాలంలోనే మరికొన్ని ఎనిమేషన్ కథా చిత్రాలు వచ్చాయి. వాటిలో ముఖ్యంగా చెప్పుకోదగ్గవి పాండవాస్ ద ఫైవ్ వారియర్స్ (2005), ద లెజెండ్ ఆఫ్ బుద్ధ (2004) ఉన్నాయి. ద లెజెండ్ ఆఫ్ బుద్ధ ఆస్కార్ అవార్డు కోసం ఎనిమేషన్ కేటగిరీ కింద పోటీకి వెళ్లింది. ద లార్డ్ క్రిష్ణా పేరుతో రెండు ఎనిమేషన్ చిత్రాలు వచ్చాయి. 2006లో కృష్ణా - దబర్త్, 2007 లో క్రిష్ణా దమఖన్‌బోల్ వచ్చిన చిత్రాలవి. బాలగణేష్ (2007) పేరుతో గణేషుడి బాల్యాన్ని చిత్రీకరించారు. వినోదాత్మకంగా, సమాచార సహితంగా దీన్ని నిర్మించారు. ఘటోత్కచుడు, లవకుశ, మై ఫ్రెండ్ గణేషా పేరుతో వచ్చాయి. హిందీలో మరికొన్ని ఎనిమేషన్ చిత్రాలు వచ్చాయి. 'హనుమాన్' ఎనిమేషన్ చిత్ర విజయం తెలుగు చిత్ర పరిశ్రమ మీద పడింది. దీన్నుంచి 'కిట్టూ' తెలుగులో వచ్చిన మొట్టమొదటి ఎనిమేషన్ చిత్రం. భార్గవ దీన్ని నిర్మించారు. సింగీతం శ్రీనివాసరావు నిర్మించిన 'సన్ ఆఫ్ అలాదీన్', కూడా విజయమే సాధించింది. ఈ కోవలోనే మాయాబజార్ కూడా వచ్చింది.

వాల్ట్ డిస్నీ నిర్మాణ సంస్థ యాష్‌రాజ్‌తో కలిసి భారతీయ భాషలో ఎనిమేషన్ చిత్రాల్ని తీయబోతోంది. ఇటువంటివే మరెన్నో ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణాలకు ప్రయత్నాలు జరుగుతున్నాయి. ఈ ఎనిమేషన్ చిత్రాల ఒరవడి రాను రాను వాణిజ్యస్థాయికి అందుకోవడానికి సిద్ధమౌతోంది. ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణం 2010 నాటికల్లా 10 బిలియన్ డాలర్ల స్థాయికి చేరుకుంటుందని అంచనా. ఇప్పుడిది 550 మిలియన్ల డాలర్ల వద్ద ఉందనీ భావిస్తున్నారు. ఇది కేవలం కంప్యూటర్ సాఫ్ట్‌వేర్ పరిజ్ఞానం, చిత్రకళ మధ్య పెనవేసుకున్న సృజనాత్మక బంధం వల్లే సాధ్యపడుతోంది.

BRAOU

21.6.2 తెలుగులో ఎనిమేషన్ చిత్రాలు - రచన

ప్రపంచీకరణ, ఉదారీకరణల నేపథ్యంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణం పెద్ద ఎత్తునే వెలువడబోతోంది. భారత దేశంలోనే కాకుండా, భారతీయ భాషల్లో కూడా ఈ తరహా చిత్రాల నిర్మాణం ఉంటుంది. ముఖ్యంగా తెలుగు చిత్ర పరిశ్రమలో ఈ ఛాయలు కనిపిస్తున్నాయి. ఇంగ్లీషు, హిందీ భాషల తర్వాత తెలుగులోనే ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణానికి అవకాశాలు ఎక్కువగా ఉన్నాయి. ఎనిమేషన్ చిత్రాల కోసం రచన ఒక కొత్త విభాగంగా రాబోతోంది. చలన చిత్రాలకు రాయడం వేరు, ఎనిమేషన్ చిత్రాలకు రాయడం వేరు. రాసే భాషలోనూ వ్యత్యాసం ఉంటుంది. కథలు సాధారణంగా పౌరాణిక అంశాలో, నీతి కథలో అయి ఉంటాయి - ఎక్కువ సందర్భాల్లో కథ చెప్పే విధానంలోనే ఈ చిత్ర నిర్మాణాలు ఉండటం కూడా సహజమే. భాష విషయంలో మెలకువల్ని తెలుసుకోవడం ఈ రంగంలోకి ప్రవేశించదలచినవారికి అవసరం. చిన్న పదాలు, దృశ్యీకరణకు అనువైన పదాలు, కదలిక సమయాన్ని బట్టి నడిచే విధంగా మాటలు, వాక్యాలు రాయడం ఇక్కడ అవసరం. కంప్యూటర్ పరిజ్ఞానంతోపాటు, సాఫ్ట్‌వేర్‌లలో అవకాశాలు నిర్మాణ పరంగా ఏమేమి ఉన్నాయో గుర్తించగలగాలి. ఎనిమేషన్ చిత్రాల రచనకి ఒక విధానం ఉంటుందని చెప్పవచ్చు.

రచన బృంద కృషిలో భాగం. రచన అంచెలంచెలుగా ఉండవచ్చు. ఎనిమేషన్ ప్రక్రియలో వచ్చే 'పాత్రల' గురించి తెలియాలి. చిత్రాన్ని బట్టి భాషా వినియోగం ఉండాలి. పాత్ర స్థాయి, పాత్ర హావభావాల, భయాలు, వ్యక్తిత్వం, మొదలయిన అంశాలు రచనలో ప్రముఖ పాత్ర వహిస్తాయి. ఆకర్షణీయమైన పదబంధాలు అవసరం ఎక్కువే. రచనలో నిర్మాణానికి ముందు, నిర్మాణ సమయంలో, నిర్మాణం తర్వాత దశల్లో వచ్చే వివిధ చర్యల్ని, బృంద సభ్యులతో సమన్వయాన్ని సాధించడం అవసరం. ఒకే రచనను పలుమార్లు మార్చి మార్చి రాయవలసిన అవసరం ఎనిమేషన్ చిత్రం పూర్తయ్యి, బయటికి వచ్చే వరకు ఉంటుంది. వివిధ రకాల సాధనాల వినియోగం, వాటి అవసరాల్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని రచన చేయడం తప్పనిసరి. అయితే ఈ రంగంలో రచన కోసం ఇప్పుడే అవకాశాలు ఏర్పడుతున్నాయి.

కాబట్టి రచనలో అనుభవం వచ్చే వరకు శిక్షణ అవసరమూ ఏర్పడవచ్చు. శిక్షణ అవసరమైనా, లేకపోయినా భాషను వాడటంలో అవగాహనను ఏర్పర్చుకోవాల్సిన అవసరం మాత్రం తప్పదు. ఈ నేపథ్యంలో ఒకవైపు భాష విషయంలో కొత్త అవగాహన కోసం ప్రయత్నిస్తూనే, సాంకేతిక పరంగా వస్తున్న ఆధునిక మార్పుల్ని, మార్పుల్లోంచి వస్తున్న అవకాశాల్ని పరిగణనలోకి తీసుకొనే ముందుకెళ్లాలని గుర్తించి కృషి చేయగలగాలి.

అభ్యాసం-1

డాక్యుమెంటరీని నిర్వచించండి.

అభ్యాసం-2

భారత దేశంలోని ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణాన్ని గురించి రాయండి.

BRAOU

21.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ఒక నిర్దిష్ట ప్రయోజనాన్ని లక్ష్యంగా ఎంచుకొని రూపొందించే వాస్తవిక సంఘటనల కథా చిత్రాన్ని డాక్యుమెంటరీ లేదా వాస్తవ కథా చిత్రం అంటాం. ఇందులో విషయ వాస్తవికతకే ప్రాధాన్యం ఉంటుంది తప్ప వినోదానికి కాదు.
- సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక, చారిత్రక అంశాలకు సంబంధించిన వాస్తవ ఘటనల్ని డాక్యుమెంటరీలకు ఇతివృత్తం ఎంచుకోవచ్చు.
- దైనందిన జీవితంలో మనకు తారసపడే ఎన్నో సమస్యలకు నిర్దిష్ట ప్రయోజనాన్ని, విషయ ప్రాముఖ్యతను జోడించి డాక్యుమెంటరీల ద్వారా సందేశాన్ని అందజేయవచ్చు.
- వార్తా చిత్రంలో వ్యాఖ్యానాలకు తావులేదు. కానీ డాక్యుమెంటరీ భిన్నమైనది. విషయాన్ని ఉన్నది ఉన్నట్లుగా చూపుతూనే ఆ విషయ ప్రాముఖ్యతను తెలియజేస్తుంది.
- ఎంచుకున్న విషయంపై లోతైన అవగాహన అవసరం. ఇందుకోసం సమగ్ర పరిశో[illegible].
- డాక్యుమెంటరీకి ఎంచుకున్న సమస్యపైన అనుకూల, ప్రతికూల వాదనలు వినిపించేవారు, ఆమోదించేవారు, విభేదించేవారిని సమీకరించుకోవాలి. అంశంపై పక్షపాతం వైఖరి లేకుండా జాగ్రత్త వహించాలి.
- ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణం చలన చిత్రాన్ని పోలి ఉండదు. విభిన్నంగా ఉంటుంది.
- జార్జెన్స్ మిలైస్ ఎనిమేషన్ పద్ధతిని ఉపయోగించి చిత్రాన్ని నిర్మించడం మొదటి ప్రయత్నంగా పేర్కొంటారు
- ఎనిమేషన్ లఘు చిత్రాల రూపకల్పన 'కార్టూన్ల' సహాయంతో రూపొందించడం 1910 దశకంలో ప్రారంభ మయినట్టు గుర్తించారు.
- మన దేశంలో విద్యా కార్యక్రమాలలో భాగంగా ఎనిమేషన్ చిత్రాలు 1980ల్లోనే రూపొందించారు.
- ఇంగ్లీషు, హిందీ భాషల తర్వాత తెలుగులోనే ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణానికి అవకాశాలు ఎక్కువగా ఉన్నాయి.
- తెలుగులో "కిట్టూ" మొట్టమొదటి ఎనిమేషన్ చిత్రం

BRAOU

21.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. డాక్యుమెంటరీలు కథా చిత్రాలు, వార్తా చిత్రాలకంటే ఎలా భిన్నమైనవో సమీక్షించండి.
2. ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణాన్ని గురించి వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

1. డాక్యుమెంటరీల రచన నిర్మాణంలో పాటించాల్సిన మెలకువలు తెల్పండి.
2. డాక్యుమెంటరీల రకాలు పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. ఒక నిర్దిష్ట ప్రయోజనంతో చూపించే వాస్తవిక సంఘటనల కథా చిత్రాన్ని డాక్యుమెంటరీ అంటారు. సంక్షిప్తంగా దీనినే వాస్తవ కథా చిత్రం అంటాం. డాక్యుమెంటరీలో విషయ వాస్తవికతకే ప్రాధాన్యం ఉంటుంది తప్ప వినోదానికి కాదు. డాక్యుమెంటరీ ప్రక్రియ ఏ ఒక్క రంగానికో చెందిన వాస్తవిక కథా చిత్రం అనుకొంటే పొరపాటే. సామాజిక, రాజకీయ, ఆర్థిక, చారిత్రక అంశాలకు సంబంధించిన అన్ని వాస్తవిక అంశాలను డాక్యుమెంటరీలకు ఇతివృత్తంగా ఎంచుకోవచ్చు. అమెరికాకు చెందిన 'అకాడమీ ఆఫ్ మోషన్ పిక్చర్ ఆర్ట్స్ అండ్ సైన్సెస్' డాక్యుమెంటరీని ఇలా నిర్వచించింది. 'ఒక ప్రత్యేకమైన చారిత్రక, సాంఘిక, శాస్త్రీయ, ఆర్థిక, రాజకీయ పరమైన విషయాలతో వాస్తవంగా జరిగిన సంఘటనల్ని లేదా వాస్తవాలను చూపించడానికి రూపొందించిన సన్నివేశాల చిత్రం

డాక్యుమెంటరీ. ఇందులో వినోదం కంటే విషయంలోని యథార్థానికే ప్రాధాన్యత ఉంటుంది. ఒక వ్యక్తి, సంస్థ, స్థలం, సంఘటన, సంక్షోభం, విపత్తు ... ఇలా ఏ అంశంపై అయినా వాస్తవ కథా చిత్రాల్ని రూపొందించవచ్చు.

2. మన దేశంలో ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణం విద్య కార్యక్రమాలలో భాగంగా 1980ల్లోనే రూపొందించేవారు. సెల్ ఎనిమేషన్, పప్పెట్ ఎనిమేషన్ వంటివి బాగానే ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చాయి. సమాచార విజ్ఞానం విస్ఫోటనంలో కంప్యూటర్ ఎనిమేషన్ ఊపందుకుంది. ముఖ్యంగా చిన్న పిల్లలకు, 12 సంవత్సరాలలోపు వారికి పాఠ్యాంశాలను ఎనిమేషన్ రూపంలో రూపొందించేవారు. కథలుగా చెప్పడం, కష్టతరమైన శాస్త్ర విజ్ఞాన భావనల్ని ఎనిమేషన్ల ఆధారంగా బోధించడం జరిగేది. కేంద్రస్థాయిలో సి.ఐ.ఇ.టి ఇందుకు బాగా దోహద పడింది. రాష్ట్ర స్థాయిలో ఎస్.ఐ.ఇ.టి తెలుగులో వీటిని రూపొందించేవి. ఈ తరహా ఎనిమేషన్ ఆధారిత కార్యక్రమాలు పెద్ద ఎత్తునే ఇప్పటికి ప్రసారమవుతూనే ఉన్నాయి.

'హనుమాన్' ఎనిమేషన్ చిత్రం 2005లో విడుదల చేశారు. ఇది బాగా పేరు తెచ్చుకున్న చిత్రం. ఈ కాలంలోనే మరికొన్ని ఎనిమేషన్ కథా చిత్రాలు వచ్చాయి. 2007లో 'బాల గణేశ్' పేరుతో ఎనిమేషన్ చిత్రాన్ని వినోదాత్మకంగా, సమాచా[illegible]ంచారు. ఈ చిత్రంలో గణేష్ బాల్యాన్ని చిత్రీకరించారు. ఘటోత్కచుడు, లవకుశ, మై ఫ్రెండ్ గణేషా వంటి ఎనిమేషన్ చిత్రాలు వచ్చాయి.

తెలుగులో వచ్చిన మొట్టమొదటి ఎనిమేషన్ చిత్రం "కిట్టూ". దీన్ని భార్గవ నిర్మించారు. సింగీతం శ్రీనివాసరావు నిర్మించిన "సన్ ఆఫ్ అవాదీన్" కూడా వచ్చింది. ఇటువంటివే మరెన్నో ఎనిమేషన్ చిత్ర నిర్మాణాలకు ప్రయత్నాలు జరుగుతున్నాయి. ఈ ఎనిమేషన్ చిత్రాల ఒరవడి రాను రాను వాణిజ్యస్థాయి అందుకోవడానికి సిద్ధమవుతోంది. ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణం 2010 నాటికల్లా 10 బిలియన్ డాలర్ల స్థాయికి చేరుకుంటుందని అంచనా. ఇప్పుడిది 550 మిలియన్ల డాలర్ల వద్ద ఉందనీ భావిస్తున్నారు. ఇది కేవలం కంప్యూటర్ సాఫ్ట్‌వేర్ పరిజ్ఞానం, చిత్రకళ మధ్య పెనవేసుకున్న సృజనాత్మక బంధం వల్లె సాధ్యపడుతుంది.

BRAOU

భాగం-22 వాణిజ్య ప్రకటనలు

విషయక్రమం

22.0 ఉద్దేశం

22.1 ప్రవేశిక

22.2 వాణిజ్య ప్రకటనల చరిత్ర

22.3 వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలు

  22.3.1 లక్షణాలు

22.4 మాధ్యమాలు - బలాలు, పరిధులు

22.5 ప్రకటనల నిర్మాణం

  22.5.1 పత్రికలలో ప్రకటనలు

  22.5.2 రేడియో ప్రకటనలు

  22.5.3 టీవీలో ప్రకటనలు

  22.5.4 సంప్రదాయకమైన పద్ధతులు - ఆధునిక టెక్నాలజీ

22.6 వాణిజ్య ప్రకటనలలో భాష, అనువాదం

  అభ్యాసం-1

  అభ్యాసం-2

22.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

22.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

BRAOU

22.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- వాణిజ్య ప్రకటనల ఆవశ్యకత, వివిధ మాధ్యమాల కోసం ప్రకటనలు, వాటి రూపకల్పన
- వాణిజ్య ప్రకటనల భాష తీరుతెన్నులు
- ప్రకటనలలో సృజనాత్మకత, విశ్వసనీయత, వినియోగదారుల హక్కులు

22.1 ప్రవేశిక

వాణిజ్య ప్రకటనలు లేని పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ ఛానళ్లు, సినిమా ప్రదర్శనలనూ ఊహించలేం. ఆరుబయట ప్రకటనల హోర్డింగులు మొదలు బస్సులు, రైళ్ళలోపల కూడా ప్రకటనలు కనబడుతాయి. సెల్‌ఫోన్లలో, వెబ్‌సైట్లలో ప్రకటనలు రాని క్షణాలుండవు. ఇటువంటి పరిస్థితి ఎందుకు కలిగిందో ఒక్కసారి ఆలోచిస్తే ప్రకటనల ద్వారా వచ్చేది రాబడేనని గ్రహిస్తాం. ప్రసారమాధ్యమం ఏదయినా దానికి 'వాణిజ్య ప్రకటనలు' ప్రాణాధారం.

ప్రకటనలు ఎవరు ఇస్తారు? ఎందుకు ఇస్తారు? వారికి కలిగే లాభం ఏమిటి? - అనే ప్రశ్నలు సహజంగానే ఉదయిస్తాయి. ఏ ఉత్పత్తిదారుడు అయినా తన ఉత్పత్తి వినియోగదారుడికి సమర్థవంతంగా చేరాలని ఆశిస్తాడు. తన ఉత్పత్తి సేవలకు మంచి ఆదరణ లభించాలని ఆశిస్తారు. ఈ కోరికల నుంచి పుట్టిన ఆలోచన ప్రతిరూపమే వాణిజ్య ప్రకటన. అంటే ఇందులో ప్రకటనలు ఇచ్చే ఉత్పత్తిదార్లూ, ప్రకటనలు పొందే మాధ్యమాలూ రెండూ ప్రధాన పాత్ర పోషిస్తాయి. ఈ రెండూ కాకుండా మరో రెండు కీలక వర్గాలు ఉన్నాయి. అవి: ఒకటి వాణిజ్య ప్రకటనలు రూపొందించే అడ్వర్‌టైజింగ్ (ప్రకటనా రంగం). రెండు - ఆ వాణిజ్య ప్రకటనల ద్వారా ఆయా ఉత్పత్తుల గురించి, సేవల గురించి తెలుసుకునే వినియోగదారుడు. మాధ్యమాల కోణంలోంచి చూస్తే పాఠకుడిగా, ప్రేక్షకుడిగా, వీక్షకుడిగా, శ్రోతగా మాధ్యమానికుండే లక్షణాన్ని బట్టి వారిని వర్గీకరిస్తాం. మాధ్యమాన్ని బట్టి పేరేదయినా వస్తువుల్నీ, సేవల్నీ వినియోగించు కుంటారు. కాబట్టి వినియోగదారుడిగానే పరిగణిద్దాం.

ఉత్పత్తి అమ్మకాల్నీ, సేవల వినియోగాల్నీ పెంచుకునేందుకు ప్రకటనలు అవసరం. అలాగే వినియోగదారుడికి వాటికి సంబంధించి సమాచారం అవసరం. ఇద్దరి అవసరాలకు మధ్య 'వాణిజ్యం' చోటు చేసుకుంటుంది. అమ్మకం, కొనుగోలు ప్రధాన అంశాలు. ఈ రెండింటి మధ్య ధరలో 'లాభం' అనే కోణం ఉంటుంది. అందుకే ప్రకటనలకు వాణిజ్య ప్రకటనలనే పేరు ఏర్పడింది. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్ వంటి మాధ్యమాలన్నీ కూడా ప్రకటనలు ఒకరి నుంచి మరొకరికి అందిస్తున్నాయి. ప్రకటనలలో భావ ప్రకటన ఉంటుంది. భావ ప్రకటనకు భాష తోడ్పడుతుంది. ప్రకటనకు మాధ్యమ పటిమ, భాషకు సృజనాత్మకత చాలా అవసరం. ఈ అవసరాన్నే వాణిజ్య కోణంలోంచి చూడటం వాణిజ్య ప్రకటనలో కనిపిస్తుంది.

మాధ్యమాలకు ఈ ప్రకటనలు, చోదకశక్తి. అలాగే పరిమితి. కేవలం ఈ పార్శ్వం నుంచే ప్రకటనల విశ్వసనీయత, ప్రభావం, పెడధోరణులు, నియంత్రణ వంటి అంశాలు చర్చకు వస్తాయి. వ్యాపార పరంగా తీవ్రమైన పోటీ ఉంటుంది. కనుక వాణిజ్య ప్రకటనలు ఆకర్షణీయంగా ఉండక తప్పదు. వ్యాపారం, సృజనాత్మకత పెనవేసుకుని ఉండటం వల్ల గౌరవ ప్రదమైన ఉపాధిగా మారింది. ఎంతో ప్రతిభ ఉంటేకానీ ఈ రంగంలో రాణించడం కష్టం. ఈ రంగంలో 'రచన' ఒక బలమైన అంతర్భాగం. రచన అంటే భాష. ఈ రంగంలో స్థిరపడే రచయితకు భాషాపరంగా పట్టు ఉండాలి. రూపొందించిన ప్రకటనలో భావవాహికగా 'భాష' ఒక బలమైన పరామితి (Parametre). మాధ్యమాల బలాబలాలు భాషను బట్టి ఉంటుంది. వివిధ మాధ్యమాల బలాలు, పరిమితులు ఆకళింపు చేసుకుని, ఎవరికోసమైతే ప్రకటనలు రూపొందిస్తున్నామో వారికి సంబంధించిన సంస్కృతి, జీవనశైలి, భాష, అభివ్యక్తి గమనించిన పిమ్మట ప్రకటనలు రూపు దిద్దుకోగలగాలి. అప్పుడే ప్రకటనకు బలం చేకూరుతుంది.

వెర్రితలలు వేసిన ప్రకటనలూ, చికాకు కలిగించే ప్రకటనలూ లేకపోలేదు. ఫలితంగా వినియోగదారులు హక్కుల కోసం న్యాయస్థానాలూ, ప్రజావేదికలూ ఎక్కిన సందర్భాలు ఉన్నాయి. అయినా భారత దేశం వంటి వర్ధమాన దేశంలో, సువిశాలమైన దేశంలో, వివిధ అంతరాలున్నదేశంలో - బహుళజాతి సంస్థలతో పాటు పలు వాణిజ్య సంస్థలు వాణిజ్య ప్రకటనల వ్యాపారాన్ని పెద్దదిగానే చూస్తారు. మన దేశంలో మాధ్యమాల వృద్ధిరేటు గణనీయంగా ఉండటానికి ఇదొక కారణం. సృజనాత్మకత కలిగి ఉండే ఔత్సాహికులకు అవకాశాలు పుష్కలంగా ఉన్నా వాటితోపాటు సవాళ్ళు లేకపోలేదు.

22.2 వాణిజ్య ప్రకటనల చరిత్ర

వాణిజ్య ప్రకటనలు ఎప్పుడు ప్రారంభమయ్యాయి? అని అంటే మనిషిలో భావాలు కలగడం, వ్యక్తీకరించే సామర్థ్యం ఒనగూడటం, ఎదుటి వ్యక్తిని ప్రభావితం చేయాలనే ఆకాంక్ష ఏర్పడటం ఎప్పుడు మొదలయ్యిందో ఒక ప్రక్రియగా అప్పుడే ఇదీ ప్రారంభమైందని చెప్పాలి.

అయితే తొలి దశలో ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలు ఆధునిక సమాజంలో ఉన్నట్లు ఉండేవి కావు. మాధ్యమాల ప్రగతికి దోహదపడిన సాంకేతిక విజ్ఞానమే ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాల్ని మార్చివేసింది.

ఆంగ్లంలో 'అడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్' (Advertisement) పదాన్ని వాణిజ్య ప్రకటన అనే అర్థంలో వాడుతున్నారు.

BRAOU

సాధారణంగా అయితే ప్రకటన అని అనాలి. తొలుత 'to advertise' అనే దానికి 'to take note of' లేదా 'to mark' అనే అర్థాలుండేవి. అయితే 17వ శతాబ్దం చివర్లోనో 18వ శతాబ్దం మొదట్లోనో దీని అర్థం 'persuade' గా మారిందని గుర్తించారు. దీనికి 'క్రమంగా మెప్పించడం' అనే అర్థాన్ని తెలుగులో చెప్పుకునేవారు. మారుమూల ప్రాంతాలలో జరిగే సంతల నుంచి పెద్ద పెద్ద నగరాల వరకు నేటికీ ఆకర్షణ శక్తిగల 'మౌఖిక ప్రచారం' గుర్తుకు వస్తుంది. మౌఖిక ప్రచారం ఎంత పాతదో, అంతకు మించి ప్రభావశీలమైంది. వస్తువు నాణ్యమైనది కాకపోయినా ఉత్పత్తిని తమ మాటతీరుతో కొనిపించగలిగే మాటకారులు ఏదో సందర్భంలో మనకు తారసపడి ఉంటారు. కాబట్టి చరిత్రలో మౌఖిక ప్రచారానికుండే స్థానం దానికుంది అని గుర్తుంచుకోవాలి.

లిపి రాసేందుకు సాధనాలు లేని దశలో బొమ్మలతోనే ప్రకటనలు వచ్చేవి. వాటిని నేటి పరిభాషలో ప్రకటనలు అని చెప్పలేకపోవచ్చు. క్రీ.శ. 1450లో గుటెన్‌బర్గ్ కనుగొన్న అచ్చుయంత్రం వాణిజ్య ప్రకటనల విషయంలోనూ ఒక గొప్ప మలుపే. పత్రికల్లో వచ్చే సమాచారం చాలా మటుకు ప్రకటన రూపంలోనే ఉండేది. ప్రకటనల యుగం ఊపిరి పోసుకున్నది ఇక్కడేననీ చెప్పవచ్చు. 18వ శతాబ్దానికి ప్రకటనలనేవి వాణిజ్య కోణంలోంచి రావడం మొదలయిందని భావిస్తారు.

18వ శతాబ్దం చివరి దశలో యూరోపు, అమెరికా దేశాలే కాకుండా భారతదేశంలో కూడా పత్రికలు వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రచురించడం ప్రారంభించాయి. భారతదేశంలో ప్రారంభమైన తొలి వార్తా పత్రిక 'బెంగాల్ గెజిట్'. ఈ పేరు ప్రధానంగా ఉండి, దానికింద ఉపశీర్షికలా "లేదా కలకత్తా జనరల్ అడ్వర్‌టైజర్" అని ఉండేది. పత్రిక పేరుతో ఏర్పాటును పరిశీలిస్తే వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రాధాన్యం తెలుస్తుంది. ఈ తొలి వార్తాపత్రిక 1780 జనవరి 29న మొదలైంది. తొలిరోజునే ఈ వార్త పత్రికలో ప్రకటనలున్నాయి. అవి సమాచారం ప్రధానంగా ఉన్న ప్రకటనలు. మొదట్లో "Advertise" అనేది "inform" అనే అర్థంలో చూసేవారు. 1785లో ప్రారంభమైన 'బెంగాల్ జర్నల్'లో ప్రభుత్వ ప్రకటనలు ఉచితంగా ప్రకటించబడేవట.

వార్తా పత్రిక మొదటి పేజీలోనే ప్రకటనల ప్రచురణ ఆనవాయితీ తొలి రోజుల్లో కనిపించేది. 'లండన్ టైమ్స్' పత్రికతోపాటు మనదేశంలో ఆంగ్ల పత్రికలు ఎంతో కాలం మొదటి పేజీలోనే ప్రకటనలను ప్రచురించేవి. ఈ సంప్రదాయం భారత స్వాతంత్ర్యం వచ్చిన తర్వాత కూడా కొంత కాలం కొనసాగింది. 1950 దశాబ్దంలో 'ది హిందూ' పత్రిక ఈ మొదటిపేజీ ప్రకటనల సంప్రదాయాన్ని మార్చుకోవడం గమనార్హం.

BRAOU

1830 సంవత్సరం నాటికి మన దేశంలో ఆంగ్ల వార్తా పత్రికలు, సంచికలు దాదాపు ముప్పయి పైచిలుకు ఉండేది. మరో రెండు దశాబ్దాలకు ఈ సంఖ్య వందకు పెరిగింది. ఇందులో పది ఉత్తర భారతదేశం నుంచి, 17 బొంబాయి నుంచి కాగా మిగిలినది దక్షిణాది నుంచి కావడం విశేషం. వీటిలో బ్రిటీష్ పరిశ్రమల ప్రకటనలే గణనీయంగా ఉండేవి. ఇందులో ఏజెంట్లు ప్రకటనలు సేకరించడం, ప్రచురింపచేయడం చేసేవారు. వారే ప్రకటనలు రూపొందించడం మరో విశేషం. 'దిస్టేట్స్‌మన్' 'ది టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా' వంటి పత్రికలు తమ ప్రకటనల శాఖతో ఏజెంట్లకు దోహదపడే సంప్రదాయం ప్రారంభించాయి. ఈ విధానమే క్రమంగా ప్రకటనారంగం ప్రత్యేక శాఖగా వృద్ధి చెందడానికి దోహదపడింది. స్వదేశీ ఉద్యమం (1907-11) దేశవాళీ పరిశ్రమలకు ఎంతో తోడ్పాటునిచ్చింది. తర్వాతి మలుపు 1907 లో 'దిస్టేట్స్‌మన్' పత్రిక తొలిసారిగా రోటరీ లినోటైపు యంత్రాన్ని కొనడం. ఈ రెండు పరిణామాలు భారతీయ ప్రకటనల రంగాన్నీ, ఏజెంట్లను ఎంతో ప్రభావితం చేశాయి. 'ఇండియన్ అడ్వర్‌టైజింగ్ ఏజెన్సీ' దాదాపు అదే సమయంలో ఏర్పడింది. నేటికీ ఎంతో బలంగా ఉన్న ఈ సంస్థ మన దేశపు తొలి యాడ్ ఏజెన్సీ. తర్వాత 1909లో కలకత్తా అడ్వర్‌టైజింగ్ ఏజెన్సీ, 1915లో బి. దత్తారామ్స్ ఏర్పడ్డాయి. అయితే అప్పటికి బ్రిటీష్ యాడ్ ఏజెన్సీలు - అలియన్స్ అడ్వర్‌టైజింగ్ అసోసియేట్స్, పబ్లిసిటీ సొసైటీ ఆఫ్ ఇండియా వంటి సంస్థలు బలంగా ఉండేవి. వీటితో దేశవాళీ సంస్థలు పోటీ పడటం కష్టంగా ఉండేది.

రెండు ప్రపంచ యుద్ధాల మధ్యకాలంలో కొన్ని భారతీయ యాడ్ కంపెనీలు వెలిశాయి. వృద్ధి చెందాయి. పత్రికలు పెరగడంతో 1939 ఫిబ్రవరిలో ఇండియన్ అండ్ ఈస్టరన్ న్యూస్ పేపర్స్ సొసైటీ (IENS) ఏర్పడింది. ఇది భారతదేశం, బర్మా, శ్రీలంక వార్త పత్రికల యజమానుల సంస్థ. ఈ సంస్థ వార్తా పత్రికల బాగోగులతోపాటు ప్రకటనల ఏజెన్సీల గురించి కూడా పట్టించుకుంది. ఫలితంగా ప్రచురణకర్తకూ, యాడ్ ఏజెన్సీలకు సంబంధ బాంధవ్యాలు

పటిష్టపడ్డాయి. 1945లో అడ్వర్‌టైజింగ్ ఏజెన్సీ అసోసియేషన్ ఆఫ్ ఇండియా (AAAI) ఏర్పడగా, 1948 లో ఆడిట్ బ్యూరో ఆఫ్ సర్క్యులేషన్ (ABC) రూపొందింది. ఈ ఏబీసీ కారణంగా పత్రికల సర్క్యులేషన్‌కు విశ్వసనీయత పెరిగింది.

ఇక రేడియో విషయానికి వస్తే 1927 జులైలో ది ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీ ప్రారంభమైంది. అప్పట్లో నిర్వహణా వ్యయం కోసం తోడ్పాటునిచ్చే వాణిజ్య ప్రకటనలూ, ప్రాయోజిత ప్రకటనలు వెలుగులోకి వచ్చాయని చెప్పారు. 1966లో చందా కమిటీ నివేదికలో రేడియో, టీవీల్లో పరిమితస్థాయిలో వాణిజ్య ప్రకటనలు అనుమతించవచ్చని, అయితే ప్రకటనలు కార్యక్రమాలకు నష్టం కలిగించని రీతిలో ఉండాలని కోరారు. పరిమిత స్థాయిలో ప్రకటనలు మొదలయ్యాయి. 1967లో ఆకాశవాణిలో వాణిజ్య విభాగం ప్రారంభమయ్యింది. వివిధభారతి కేంద్రాలు మొదలయ్యాయి. 1982 ఏప్రిల్ 1 నుంచి ఆకాశవాణి తన ప్రధాన ఛానళ్లలో ప్రకటనల ప్రసారం ప్రారంభించింది. దూరదర్శన్ 1976 జనవరి 1న వాణిజ్య విభాగం ప్రారంభించింది. టీవీకి సంబంధించి 1984-85లో ప్రసారమయిన 'హమ్‌లోగ్' కార్యక్రమం ఈ విధంగా ప్రధానమైన మలుపు. 'మాగీనూడుల్స్' ఈ కార్యక్రమాన్ని అందించడం ప్రాయోజిత కార్యక్రమాల ప్రవేశానికి నాంది. ప్రకటనలకున్న బలాన్ని అందరూ గుర్తించారు.

1990వ దశాబ్దంలో ప్రైవేటు ఉపగ్రహ ఛానళ్ళు వాణిజ్య ప్రకటనలకు మరో కొత్తమలుపు: జెమిని, ఈ టీవీల తర్వాత 2000లో తెలుగులో 'తేజ' ఛానల్ ప్రారంభమైంది. రేడియో విషయంలో 2003లో ప్రైవేటు ఎఫ్.ఎం ఛానళ్ల యుగం మొదలైంది. 2005 నుంచి ఈ ఎఫ్.ఎం. ఛానళ్లు విస్తృతి బాగా పెరిగింది. అలానే ప్రకటనలూ పెరగడం మొదలైంది. ఇటీవల ఎన్.డి.టీ.వీ గుడ్ టైమ్స్ అనే ఛానల్ మొదలు పెట్టింది. కింగ్‌ఫిషర్ చిహ్నం కాస్తా ఛానల్ చిహ్నం కావడం ప్రకటనల్లో వాణిజ్య పటిమను గుర్తించగలగడమనే చెప్పాలి. పత్రికలలో ప్రకటనల స్థాయి బాగా పెరిగింది. మొదటి పేజీలోనూ వాణిజ్య ప్రకటనలు చూస్తున్నాం. చిన్నవి కాకుండా పెద్దవే ఉంటున్నాయి. ప్రకటనల సంఖ్యలోనూ పెరుగుదల అధికంగానే ఉంది. ఇదే ధోరణి ప్రసార మాధ్యమాలలోనూ చూస్తాం. ఇంటర్నెట్‌లోనూ చూస్తున్నాం. అవకాశాల్ని కల్పించుకుని మరీ వాణిజ్య ప్రకటనలు చొప్పిస్తున్నారు. వాణిజ్య ప్రకటనల ఒత్తిడి ప్రసార మాధ్యమాల మీద బాగా పెరిగింది. ఇది అందరి అనుభవంలోని విషయమే. అనుభవాలలో హెచ్చు తగ్గులు ఉన్నాయేగాని వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రమేయాన్ని ఎవరమూ కాదనలేం.

22.3 వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలు

BRAOU

ప్రచారం అనేది అమ్మకానికి ఆయువు పట్టు. ఊరు, వీధి - అనే స్థాయిలో ఉన్నపుడు మౌఖిక ప్రచారంతో సరిపెట్టుకోవచ్చు. లేదా టముకు వంటిది వేయించగలం. ఊరు పెద్దదయితే జట్కాబండి, సైకిల్ రిక్షా సినిమా ప్రదర్శనలలో ప్రచారం అనువైందే. ఉత్పత్తులు, సేవలు - ప్రాంతం, దేశం, ప్రపంచం వంటి నేపథ్యాలలో ఉండటం వల్ల ప్రచారం తప్పనిసరి. అలాగే ఒకే ఉత్పత్తిని పలురకాల సంస్థలు తయారు చేసినపుడూ ప్రచారం అవసరం. ఒక్కసారి వాణిజ్య ఉత్పత్తి పేరుకు ప్రచారం పెరిగి, వాటి అసలు పేరు మరుగున పడవచ్చు. ఉదాహరణకు కుర్చీ, బీరువాలకు సమానార్థకాలుగా 'గోద్రెజ్' అనీ, వనస్పతికి డాల్డా అనీ, గుడ్డలుతికే సోపు పొడికి 'సర్ఫ్' అనీ - స్థిరపడింది ప్రచారం కారణంగానే! కొన్నిదశాబ్దాల క్రితం మర్ఫీ రేడియో అనగానే బుగ్గమీద వేలు వేసుకున్న బుజ్జి కుర్రాడు గుర్తుకు వచ్చేవాడు, ఇటీవల హచ్‌మొబైల్ అనగానే కుక్కపిల్ల గుర్తుకు వచ్చేది (ఈ సంస్థ వొడాఫోన్‌లో కలిసి పోయింది). ఇలాంటి ఉదాహరణలే మరికొన్ని ఇవ్వవచ్చు.

ఏతావాతా తేలేది ఏమంటే వాణిజ్య ఉత్పత్తి అనగానే ముందుగా వారిబ్రాండ్‌నేమ్ గుర్తుకు రావాలి- అనేంత స్థాయిలో ప్రచారం ఉండాలి. దానికి వాణిజ్య ప్రకటన దోహదపడాలి. 2 మినిట్ నూడుల్స్ అంతవరకు మనకు తెలియవు. కానీ హమ్‌లోగ్ తర్వాత ఆ ఉత్పత్తి మనకు అలవాటయిపోయింది. అంటే వాణిజ్య ప్రకటనలు మన ఆలోచనలనూ, వేషభాషలనూ, వస్తువుల వాడకాన్నీ, ఆహార విహారాలనూ ప్రభావితం చేయగలవు.

22.3.1 లక్షణాలు

వాణిజ్య ప్రకటనల లక్షణాల్ని తెలుసుకోవలసి వస్తే కింది వాటిలో ఆ లక్షణాల్ని చూడగలం. వాణిజ్య ప్రకటనల రచనలో మార్గదర్శకులుగానూ ఉంటాయి.

- వినియోగదారుడిని ఆకర్షించాలి. వాదనా చమత్కారం వంటి మెరుపు చాలా అవసరం.
- వినియోగదారుడి మనస్సులో ఆ ఉత్పత్తి చిహ్నాల ముద్రపడాలి.
- ఉత్పత్తి, సేవల గురించి నమ్మకం, విశ్వాసం కలిగించాలి.
- పోటీ ఉత్పత్తుల, సేవల గురించి తక్కువ చేసిగానీ, చులకన చేసిగానీ, అవాస్తవాలు గానీ ప్రచారం ఉండకూడదు.
- పత్రికలలో తక్కువ స్థలం, రేడియో టీవీలలో తక్కువ సమయం ఉండేట్టు ప్రకటనలుండాలి.
- పత్రికలో అయితే చిత్రాలు, బొమ్మలూ; టీవీలో దృశ్యాలూ, సంగీతం; రేడియోలో మాటలూ, సంగీతం వంటి సౌకర్యాల్ని వినియోగించుకోగలవు.
- ప్రకటనలు ఆయా సంస్కృతులనుగానీ, సంప్రదాయాలనుగానీ కించపరిచే ప్రయత్నం చేయకూడదు.
- దశలవారీ, భాగాలుగా వచ్చే ప్రకటనలూ ఉంటాయి. అవసరమైన సందర్భాలలో వాటిని కుదించి ప్రచురించడమూ, ప్రసారం చేయడానికో వీలుపడాలి.
- సాంకేతిక విజ్ఞాన కారణంగా ప్రత్యేకించిన ప్రకటన రూపం ఏదయినా, ఏ మాధ్యమమయినా, వాడుకోగల ఆస్కారం దృష్టిలో ఉంచుకోవాలి.
- మొత్తంమీద వాణిజ్య ప్రకటన, పారిశ్రామికవేత్త, వాణిజ్యానికి దోహదపడేదిగా ఉండాలిగానీ, వివాదాలకుగానీ, న్యాయ వివాదాలకు దారితీయకూడదు.

22.4 మాధ్యమాలు - బలాలు, పరిధులు

BRAOU

సాంకేతిక విజ్ఞానం, మానవ సృజన విచ్చుకునే కొద్దీ కొత్త కొత్త మాధ్యమాలు అవిర్భవిస్తున్న విషయం మనం చూస్తూనే ఉన్నాం. అచ్చుయంత్రం రాకతో పుస్తకాలు, కరపత్రాలు, పత్రికలు ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చాయి. సినిమా, రేడియో తర్వాత ప్రవేశించాయి. పిమ్మట టెలివిజన్ వచ్చింది. ఇటీవలి కాలంలో ఇంటర్నెట్, సెల్‌ఫోన్ వంటి అత్యాధునిక మాధ్యమాలు వృద్ధి చెందుతున్నాయి. వీటిని న్యూ మీడియాగా పరిగణిస్తున్నారు. ఇవి కాకుండా మౌఖిక ప్రచారం, టముకువేయడం, కరపత్రాలు, వాల్‌పోస్టర్లు, హోర్డింగులు, ఇంకా కదిలే వాహనాలు బస్సు, రైలు, ఆటో వంటి వాటికి పోస్టర్లు అంటించం వంటివి కూడా ప్రధానమైనవి. వీటిలో వాణిజ్య ప్రకటనలు గురించి చర్చించుకునే ముందు ఈ వివిధ మాధ్యమాల బలాలు ఏమిటి? పరిమితులు ఏమిటి? అనేది ఒకసారి మననం చేసుకోవాలి. ఏకకాలంలో ఎక్కువ మందిని పలు చోట్ల నుంచి చేరగలిగే మాధ్యమాలను 'జనమాధ్యమాలు' (Mass Media) అని చెప్పుకుంటాం. నిజానికి ఈ మాధ్యమాలలో పనిచేసేవారికి ఆయా మాధ్యమాల గురించి తప్పక చక్కని అవగాహన ఉంటుంది. అయితే ఈ మాధ్యమాలలో వాణిజ్య ప్రకటనలు గురించి ఆలోచించేవారికీ, రూపొందించేవారికీ ఇంకా ఎక్కువ అవగాహన ఉండాలి, ఇంకా ఎక్కువ సృజనాత్మకత ఉండాలి. అంటే వాణిజ్య ప్రకటనకు పత్రికలలో అయితే స్థలం, కదిలే మాధ్యమాలు (దృశ్య, శ్రవణ) విషయంలో అయితే సమయం చాలా పరిమితంగా ఉంటుంది. దీనినే మరో రకంగా చెప్పుకోవచ్చు.

పత్రికలలో చిన్న ప్రకటన అయినా, రేడియో, టీవీ, సినిమాలలో తక్కువ వ్యవధి ప్రకటన అయినా - ఆకట్టుకునే రీతిలో ఉండాలి. ఇది వాణిజ్య ప్రకటనలకు సంబంధించిన ప్రధాన పరామితి. నిజానికి ఈ పరామితి కారణంగానే వాణిజ్య ప్రకటనలలో ప్రతిభ, సృజనాత్మకత పెరిగింది. అలాగే మాధ్యమాలను బట్టి ప్రకటన బలాబలాలు మారుతూ ఉంటాయి. ఇపుడు మరోసారి అందుబాటులో ఉండే మాధ్యమాలు ఏమిటో పరిశీలిద్దాం.

ఇంటా	బయటా
1. కరపత్రాలు	1. హోర్డింగులు
2. పోస్ట్ లేదా కొరియర్	2. నియాన్ బోర్డులు / లైట్లు
3. పత్రికలు / సంచికలు	3. కియోస్కులు
4. రేడియో	4. LED లు

5. టెలివిజన్ 5. పోస్టర్లు
6. సెల్‌ఫోన్ 6. వాహనాలు లోపల / బయట
7. ఇంటర్‌నెట్ 7. రేడియో ఎఫ్.ఎం / సెల్‌ఫోను
8. సినిమాలు (టీవీలు) 8. టీవీ (భవిష్యత్తులో)
9. వీడియో (క్లిప్పింగులు) కెమెరాలు 9. సినిమా హాళ్లు

అచ్చు ప్రకటనలకు అంటే పత్రికలు ప్రచురించే వాటికి అక్షరాలు, బొమ్మలు, కార్టూన్లు, ఫోటోలు, రంగులు అందుబాటులో ఉంటాయి. అందుబాటులో ఉండే స్థలం బట్టి, స్థానం బట్టి, ఆకారం బట్టి పత్రికలలో ప్రకటన రూపుదిద్దుకుంటుంది. చూడగానే ఆకట్టుకోకపోతే ఈ ప్రకటనను దాటిపోయే ప్రమాదం ఉంది. అందువల్ల పాఠకుడిని తొలిక్షణంలోనే ఆకర్షించి, ప్రకటన చదివేలా చేయాలి. దీనికి మిగతా సామగ్రి అంతా దోహదం చేయాలి. అదే సమయంలో ఒకేపేజీలో చాలా ప్రకటనలు ఉండవచ్చు కూడా!

ఇక రేడియో కేవలం శబ్ద పాటవం. ఇందులో ప్రధానంగా శబ్దం ఉంటుంది. మరో ముఖ్యమైన అంశం నిశ్శబ్దం. ఈ రెండింటితోనే రేడియోలో రక్తి కట్టించాలి. అంటే మాటలు, సంగీతం, నిశ్శబ్దం ఆధారంగా నడవాలి రేడియో ప్రకటన. అయితే ఇందులో నిరక్షరాస్యుడు సైతం పక్కగదిలో ఉండి కూడా సందేశాన్ని పొందవచ్చు. అంటే టీవీ వీక్షకుడికన్నా రేడియోశ్రోతను పట్టుకోవడం కష్టం. శ్రోత వేరే పనిలో నిమగ్నమై ఉన్న సందర్భాలలోనూ రేడియో ప్రకటన పట్ల ఆకర్షితుడు కాగలగాలి. టీవీలో అయితే మాట, సంగీతంతో పాటు దృశ్యం కూడా ఉంటుంది. సినిమా విషయంలో కూడా అంతే! సినిమాకానీ, టీవీ కానీ - వీక్షకుడు కాస్త దృష్టి పెట్టిచూస్తాడు.

స్థూలంగా ఈ మాధ్యమాలలో ప్రకటనలు అనేవి ఆయా మాధ్యమాలతోపాటు వృద్ధి చెందుతూ వస్తున్నాయి. అందువల్ల ఆయా మాధ్యమాల బలాలలతోపాటు అదనంగా చమత్కారాలూ, చమక్కులూ ఉంటాయి.

22.5 ప్రకటనల నిర్మాణం

ఆకర్షణీయంగా, క్లుప్తంగా సూటిగా ఒక వస్తువు లేదా సేవ గురించి ప్రచారం చేయగల సత్తా వాణిజ్య ప్రకటనకు ఉంది. ప్రత్యేక లక్ష్యంతో నిర్దేశిత వినియోగదారుల కోసం రూపొందించేదే ప్రకటన. దీనిని జర్నలిజం పరిభాషలో ప్రతి రచన (Copy writing) అని నిర్వచిస్తారు. ఏ మాధ్యమం అయినా వాణిజ్య ప్రకటనలు కింద పేర్కొన్న నాలుగు పనులు చేయగలగాలి.

1. సమాచారాన్ని అందివ్వడం
2. బోధనకు సహకరించడం
3. వినోదం పంచివ్వడం
4. సమీక్షకు దోహదపడటం వంటి లక్ష్యాలు

ఈ విధులను ప్రకటనలు స్థూలంగా నిర్వహిస్తాయి. అయితే ఈ పని మరింత పరోక్షంగా, సృజనాత్మకంగా ప్రకటనలో జరుగుతుంది. అంతకు మించి ప్రకటనకు పత్రికలో స్థలం, రేడియో, టీవీల్లో అయితే వ్యవధి చాలా తక్కువగా ఉంటుంది. అలాగే వాణిజ్య ప్రకటనలు చేసే పనుల్ని ఐదుగా చెప్తారు. అవి : 1. ఆకర్షించడం, 2. ఆసక్తిని కలిగించడం, 3. కోరిక పుట్టించడం, 4. చర్యకుపక్రమించడం, 5. సంతృప్తినివ్వడం వంటివి. వాణిజ్య ప్రకటన వీటిని సంపూర్ణంగా ఉపయోగించి వినియోగదారుడ్ని ప్రేరేపిస్తేనే అది 'వాణిజ్య ప్రకటనకు' ప్రతిరూపంగా నిలబడుతుంది. వాణిజ్య ప్రకటన రూపొందించేందుకు ప్రక్రియా పరంగా నాలుగుదశలు దోహదపడతాయి. భావన, ప్రణాళిక, రచన / దృశ్యీకరణ, నిర్మాణ దశలు ప్రధాన దశలుగా వాణిజ్య ప్రకటనల నిర్మాణంలో పేర్కొనవచ్చు. నిర్మాణంలో ఉండే ఈ నాలుగు దశల్లోనూ ఏ మాధ్యమానికి (అచ్చు, రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్) వాణిజ్య ప్రకటన చేస్తున్నాం అనే నేపథ్యంలో ఆమాధ్యమానికున్న లక్షణాన్ని, బలాల్ని, బలహీనతల్ని, బట్టి ప్రణాళికను రూపొందించుకోవాలి. ప్రణాళికకు ముందే

'భావన' (Concept) ను నిర్ణయించుకోవాలి. రచన, దృశ్యీకరణ వంటి అంశాల్ని మాధ్యమాన్ని బట్టి నిర్ధారించుకోవాలి. నిర్మాణం ఎటు తిరిగీ ఆయా మాధ్యమాలను బట్టే ఉంటుందని అందరికీ తెలుసు. అదే విధంగా అవసరమైన ఆర్థిక, మానవ, సాంకేతిక వనరులను ఏర్పాటు చేసుకోవడం, వాటిని, సిద్ధం చేసుకోవడం తప్పనిసరి. వాణిజ్య ప్రకటనల రూపకల్పన సృజనాత్మక రూపం కావడం వల్ల వ్యక్తికుండే సృజనాత్మక సామర్థ్యాలు, వాటి అభివ్యక్తీకరణ 'రూపకల్పనకు ఒక రూపాన్నిస్తాయి.

22.5.1 పత్రికలలో ప్రకటనలు

ఇటీవల కాలంలో ప్రైవేటు ఛానళ్ల ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చేదాకా రేడియో ప్రకటనలు, పత్రికల ప్రకటనలు విభిన్నంగా విభిన్న వర్గాలకు సాగాయి. ఇక్కడ అక్షరాస్యత ఒక అంశం కాగా, మరోటి రేడియో గ్రామీణ ప్రాంతాలలో బలంగా ఉండడం, తాజా సమాచారం పొందడానికి రేడియో ఒకటే ప్రధాన సాధనం కావడం మరో ప్రధాన అంశం. అందువల్ల పత్రికల ప్రకటనలకు, రేడియో ప్రకటనలకు చాలా తేడా ఉండేది. ప్రకటనలు ఇచ్చే సంస్థల చిహ్నాలు రేడియోలో కనబడే వీలు లేదు. రేడియోలో వినబడే సంగీతం పత్రికలలో కనబడే అవకాశం లేదు. టెలివిజన్ వచ్చేదాకా రేడియో ప్రకటనలూ, పత్రికా ప్రకటనలు విడివిడిగా పరిపుష్టమయ్యాయి. ఎనభయ్యవ దశకంలో ఆంధ్రపత్రిక - వారపత్రిక రంగుల పేజీలు ప్రారంభించడం ఒక మలుపు. అవి ప్రధానంగా ప్రకటనలను దృష్టిలో పెట్టుకునే ప్రారంభించబడ్డాయి అని విశ్లేషించుకున్నా ఆశ్చర్యంలేదు. తర్వాత తర్వాత రంగులలో దినపత్రికలు రావడం ఎంత పెద్దమలుపో, తొలిపేజీ అంతా ప్రకటన ప్రచురించడం అంతే పెద్ద మలుపు. పత్రికలలో వార్తలకన్న ప్రకటనలు పెరిగాయని - చెప్పడం ఒక విషయంకాగా ఆ ప్రకటనలు కీలక స్థానంలో ప్రచురించబడటం మరో విషయం. మార్కెటింగ్ ఫీచర్ అనీ దినపత్రికలు నాలుగు పేజీలు, ఆరుపేజీలు, ఎనిమిది పేజీలు అనుబంధాలు - ప్రకటనలు, ప్రకటన అంశాల ఆధారంగా సాగడం విశేషం. ఆంగ్ల సంచికలలో IMPACT అనీ, లేదా మరో పేరుతో 20, 30 పేజీల ప్రకటనల అనుబంధాలు రావడం ఇటీవలి పరిణామం. ప్రకటనలు వార్తలను ప్రభావితం చేస్తున్నాయనే విమర్శ ఇటీవల తీవ్రమైంది. మరో పరిణామం ఏమంటే 'ఎడ్వర్టోరియల్' (Advertorial) అనే భావన టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియాతో మొదలైంది. ఎడ్వర్టైజ్‌మెంటు, ఎడిటోరియల్ సంక్షిప్త రూపంలో కలయికే ఇది. వార్తలాగే కనబడవచ్చు, కాని ప్రకటన. దీని గురించి చాలా రకాల విమర్శలు వచ్చినా, ఈ పోకడ బలపడుతోంది.

పత్రికా ప్రకటనలలో ఇటీవల చాలా ప్రతిభ, సృజన కనబడుతుంది. గతంలో పేజీ మొత్తం ఫొటోల, సమాచారంతో నిండి వుండేది. కానీ ఇటీవల ప్రకటనలో కొంత ఖాళీ స్థలంతో కంటికి శ్రమ తగ్గించి, ఆకర్షించే ప్రయత్నం చేస్తున్నారు. ఒక్కోసారి పూర్తి పేజీ ఖాళీగా ఉంచి, చివరన ఫలానా పేజీ చూడండి, లేదా ఫలానా రోజు సంచిక చూడండి అని మాత్రమే ప్రకటించి వినూత్నంగా ఆకర్షిస్తున్నారు.

22.5.2 రేడియో ప్రకటనలు

'భగవంతుడికీ భక్తుడికీ అనుసంధానం - అంబికా దర్బార్ బత్తి'

'రామయ్యా ఏమి ఆలోచిస్తున్నావ్ ... '

'పై కప్పు దేనితో వేయించాలా అని ..'

'దీనికి ఆలోచించేదేముందు రామయ్యా ... మన చార్మినార్ రేకులు వేస్తే సరి'

'చేనుకు చేవ రైతుకు రొక్కం ... గ్రోమోర్' వంటి ప్రకటనలు ఎఫ్.ఎం. రేడియో రాకముందు నుంచి ఎంతో కాలంగా వినిపిస్తున్నాయి. నిరక్షరాస్యులను సైతం చేరగలిగే సరళమైన, చౌక అయిన, శ్రమ కలిగించని సాధనం - రేడియో. టెలివిజన్ రాక ముందు, సినిమా హాళ్లు అంతగా లేనిరోజు - రేడియో మాత్రమే ప్రచార సాధనం. గ్రామీణ ప్రాంతాలకూ, మారుమూల ప్రాంతాలకూ ఏకైక మాధ్యమం నేటికీ రేడియోనే! ఎఫ్.ఎం. రేడియో ఛానళ్ళు కేవలం నగర ప్రాంతాలకూ, పెద్ద పట్టణాలకూ పరిమితం అవుతున్నాయి. అందువల్ల నిజమైన ప్రజా మాధ్యమం, సగటు

BRAOU

మనిషికి అందుబాటులో ఉండే సాధనం రేడియోనే! ఒకప్పుడు ఆకాశవాణిలో ప్రకటనలు అసలుండేవికావు.

క్రమంగా రేడియో శ్రీలంక ప్రసారాలకు దీటుగా వివిధభారతి వాణిజ్య ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. వినోదం, ప్రకటనలు కలగలసిన కార్యక్రమాలు ఎంతో ప్రాచుర్యానికి నోచుకున్నాయి.

బినాకా గీత్‌మాల (తర్వాత కాలంలో సిబాకా గీతమాల) అటువంటి ఎన్నో కార్యక్రమాలలో ఒకటి.

రేడియోలో కేవలం శబ్దం మాత్రమే కనుక ఆకర్షణీయమైన సంభాషణతో ప్రకటన ప్రారంభం కావచ్చు. అలా ప్రారంభం కావాలంటే అది చాలా ఆసక్తికరంగా ఉండాలి. లేకపోతే అలవోకగా వినే శ్రోత దృష్టి ప్రకటన వైపు పడక పోవచ్చు. సాధారణంగా అయితే శ్రమ తీసుకుని సంగీతం కలిపి వాణిజ్య ప్రకటన తయారు చేస్తారు. దానికి లయ ప్రధానమైన గీతం రూపంలో ప్రకటన ఉంటుంది. సంగీతం తోడవుతుంది. నిర్మా వాషింగ్ పౌడర్ ప్రకటన ఎంత ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చిందో మనకు తెలుసు. అలాగే వికో వజ్రదంతి వారి ప్రకటన మీకు గుర్తుకు వచ్చి ఉంటుంది. సంగీతానికి హత్తుకుపోయే ధర్మం ఉంటుంది గనుక సంగీతం జోడించడం తప్పనిసరి. అదెలా ఉండాలంటే మాటలు రెండవ స్థానంలో ఉన్నా, సంగీతపు లయ నాలుక మీద ఉంటుంది కనుక ప్రకటన భావం శ్రోతకు గుర్తుండిపోతుంది. నిజానికి ఇవి ఎంతగా శ్రోతలకు గుర్తుండి పోతున్నాయంటే వారు సెటైర్లు, జోకులు వేసుకునే స్థాయిలో ఉన్నాయి. మీకు గుర్తుండే ఉంటుంది - చందన చీరకట్టి, బొమ్మన రైకతొడిగి అని ఒక సినిమా పాట ఆ మధ్య వచ్చింది. ప్రచారమాధ్యమాల కారణంగా బ్రాండ్‌నేమ్ విశేషణంగా మారిపోవడం వింతగా అనిపించినా వాస్తవమే! విశాఖపట్నంలోని ప్రాంతాల పేర్లతో 2004-07 ప్రాంతాల్లో ఎఫ్.ఎం.లో ఒక ప్రకటన చాలా ఆకర్షణీయంగా ఉండేది.

2005 తర్వాత ఎఫ్.ఎం. రేడియో ఛానళ్ళు, హైదరాబాద్, విజయవాడ, విశాఖపట్నం వంటి చోట్లా కాకుండా రాజమండ్రి, తిరుపతి వంటి పట్టణాలలో కూడా ప్రారంభమయ్యాయి. ఆకాశవాణి వారి రెయిన్‌బోతోపాటు - సన్‌టీవీ వారి ఎస్.ఎఫ్.ఎం., టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా వారి రేడియో మిర్చి, స్టార్ టీవీ వారి రేడియో సిటి, రిలయన్స్‌వారి బిగ్ ఎఫ్.ఎం ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రాచుర్యంలో ఉన్నాయి. పోటీ పెరగడంతో పాటు ప్రకటనల మీదనే మీడియా సంస్థలు నడుస్తాయన్నది. మరో వాస్తవం. అందువల్ల ఎఫ్.ఎం. వచ్చిన తరువాత ప్రకటనల తీరుమారింది. ముఖ్యంగా నగరాలు, యువత, వినోదం, సౌఖ్యసాధనాలు - కీలక పాత్ర వహించడంతో ఎఫ్.ఎం. వాణిజ్య ప్రకటనల తీరు మారడంలో ఆశ్చర్యం లేదు.

BRAOU

22.5.3 టీవీలో ప్రకటనలు

టీవీల్లో ప్రటకనలు వెల్లువగా రావడం మొదలయ్యాక వాణిజ్య ప్రకనటల స్వరూప స్వభావాలు పూర్తిగా మారిపోయాయి. పూర్తి స్థాయి ఉపాధి మాత్రమేకాక మొత్తం టీవీ ప్రోగ్రామింగ్ తీరునే నిర్ణయించగల స్థాయికి టీవీ వాణిజ్య ప్రకటనలు చేరుకున్నాయి. ఒకవైపు ప్రకటన వ్యయం కార్యక్రమాలను చాలా ప్రభావితం చేస్తోంది. కార్యక్రమాల వస్తువు, తీరు, ఉద్దేశ్యం పూర్తిగా మారిపోయిందని చెప్పినా వాస్తవమే అవుతుంది. మరీ ముఖ్యంగా గృహోపకరణాలు, సౌందర్యసాధనాలు, ఆహార పదార్థాలు, అలంకరణ సామగ్రి వంటి వస్తువుల ప్రచారం ప్రపంచీకరణ, సరళీకరణతో చాలా అవసరమైంది. దీనికి టీవీ ఛానల్ మంచి సాధనమైంది. మరీ ముఖ్యంగా అక్షరాస్యతపూర్తిగా లేని ప్రజలు బాగా ఉండే భారతదేశం, విభిన్న స్థాయిలలో అంతరాలుండే భారత దేశం బహుళజాతి సంస్థలకు మంచి మార్కెట్లు. వారి వాణిజ్యానికి సేల్స్‌మన్ పాత్ర వహిస్తాయి ఛానళ్లు. తలుపు తట్టకుండా, వీక్షకులకు ఇబ్బంది అనిపించకుండా వారి వాణిజ్య ప్రచారం సాగిపోతూ ఉంటుంది. దీని కారణంగా టీవీ ఛానళ్ల పొట్టగడుస్తోంది. 2009 ఫిబ్రవరిలో మన దేశంలో ఛానళ్ల సంఖ్య నాలుగు వందలు దాటింది. మరో నాలుగు వందల ఛానళ్ళు అనుమతుల కోసం వేచివున్నాయి. దీనిని బట్టి వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రాధాన్యత ఎంతో గమనించవచ్చు.

పత్రికల ప్రకటనలూ, రేడియో ప్రకటనలూ విడివిడిగా వృద్ధిచెందిన దశలో టీవీ వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రవేశించాయి. సూక్ష్మంగా పరిశీలిస్తే టీవీలో కదిలే బొమ్మ (అంటే దృశ్యం)తోపాటు శబ్దం ఉంది. టీవీ ఛానళ్ళ స్క్రోలింగులలో వాణిజ్య ప్రకటనలుంటాయనేది వేరే విషయం. వీటిలో టీవీ ధర్మం పెద్దగా ఉండకపోయినా, కదులుతూ ఆకర్షిస్తాయి. ఇందులో

కదలిక కాకుండా మిగతావి రేడియో ప్రకటనగానో, పత్రికా ప్రకటనగానో పరిగణించవచ్చు.

22.5.4 సంప్రదాయకమైన పద్ధతులు - ఆధునిక టెక్నాలజీ

వాణిజ్య ప్రకటనలు ఎన్ని రకాలుగా ఉంటాయో మనం చర్చించుకుంటున్నాం. సాంకేతిక ప్రగతి కారణంగా కొత్త మాధ్యమాలు (మీడియా) అందుబాటులోకి వస్తున్నాయి. అంతమాత్రాన పాత పద్ధతులకు కాలం చెల్లిపోలేదు. ఒకవైపు రేడియో, సినిమాలు, పత్రికలు, టీవీ ఇలా ఎన్నివచ్చినా సంప్రదాయకమైన పద్ధతులు పోస్టర్లు, హోర్డింగులు, వాహనాలపై బోర్డులు కాలం చెల్లినవి కావు. ఒక్కోసారి కాస్త పాతబడిన వాటిని కొత్తగా పరిచయం చేస్తూ సాగిన సృజనాత్మక ప్రయత్నాలు విజయం సాధిస్తాయి కూడా! ఇంతవరకు రేడియోను ఇంటిలోపలి మాధ్యమంగా పరిగణించేవారం. కానీ ఎఫ్.ఎం. రాకతో రేడియో అవుట్ డోర్ మీడియంగా మారిపోయింది. సెల్‌ఫోన్‌ను కూడా ఇలానే చూడాలి. గతంలో అయితే ఫోన్ ఒకచోట, ఒకే నెంబరుతో స్థిరంగా ఉండేది. కానీ మొబైల్ ఫోన్ రాకతో దానిని 'అవుట్ డోర్' అని కూడా పరిగణించాల్సి వస్తోంది.

మొబైల్‌లో టీవీ, కంప్యూటర్‌లో టీవీ, కంప్యూటర్‌లో పత్రికలు రావడంతో గతంలో ఉండే విభజన - ప్రింట్, ఎలక్ట్రానిక్ - అనేవి ముందుముందు పూర్తి అర్థభరితం కాకపోవచ్చు. అందుకే 'న్యూమీడియా' అనే వర్గీకరణ కొత్తగా వస్తోంది. ప్రకటనలు కూడా ఇందులో ఉంటాయి. కనుక వాటికి కూడా ఈ విషయాలు వర్తిస్తాయి.

వాణిజ్య ప్రకటనల రూపకల్పనలో కూడా ఈ రకమైన మేళవింపు చూడవచ్చు. వెబ్‌సైట్లలో ప్రకటనలు రాగానే 'కర్సర్' కదలకుండా చేసే ఏర్పాట్లున్నాయి. అంటే తప్పనిసరిగా ప్రకటనలు చూపించాలనే ఉద్దేశ్యం. ముందు ముందు ప్రకటనలు రాగానే తనంతటతానే ఆగిపోయి, కార్యక్రమంతో ప్రారంభంకాగల టీవీ ఆవిష్కరించబడవచ్చు. మొబైల్ ఫోన్లలో అనవసరంగా ఎస్.ఎం.ఎస్‌లు ఇస్తూ ఇబ్బంది పెడుతున్నారనే విషయం కోర్టుదాకా వెళ్ళింది. వినియోగదారుడి అనుమతి లేకుండా ఎస్.ఎం.ఎస్‌ల ద్వారా ప్రకటనలు ఇవ్వకూడదని, ఇస్తే అది శిక్షార్హమని ఇపుడు అందరికీ తెలిసిందే. మొబైల్ ఫోన్లో ప్రకటనలు వింటే, టాక్‌టైం అదనంగా వచ్చి చేరుతున్న విషయం కూడా మీకు తెల్సిందే! మీడియాకు చోదక శక్తి వాణిజ్య ప్రకటనలు కనుక వాణిజ్య ప్రకటనలు ముందు ముందు మరింత సృజనాత్మకంగా, ప్రభావవంతంగా తయారవుతాయనడంలో సందేహం లేదు.

22.6 వాణిజ్య ప్రకటనలలో భాష, అనువాదం

వాణిజ్య ప్రకటనలలో భాష ఎలా ఉంది? ఎలా ఉండాలి? అనే విషయం చర్చకువస్తే భాషతోపాటు వాణిజ్య ప్రకటనల రూపకల్పనలో తోడ్పడే అనుబంధ విషయాలెన్నో ప్రస్తావించడం అవసరం. భాష ఏకాకిగా మనుగడ సాగించడం లేదు. వ్యక్తులు, సందర్భాలు, స్థలాలు, దృశ్యఫలాలు వంటివి చాలానే విషయాలు ఉంటాయి. అంతర్లీనంగాను, అంతర్గతంగా ఎన్నో వైవిధ్యాలు వీటిల్లో మనం చూస్తాం. తెలుగులో వాణిజ్య ప్రకటనలు మనమధ్యనే రూపొందిస్తున్నారు. ప్రకటనలు ఉత్పత్తికి సంబంధించినవా, సేవలకు చెందినవా అనేది ముందుగా ఆలోచించాలి. వాణిజ్య వ్యాపారాలకు సంబంధించినవా, ప్రభుత్వ పరిధిలో కార్యకలాపాలకు చెందినవా అనేది మరో విషయం. వాణిజ్య ప్రకటనల ద్వారా లాభదాయకత 'లాభాపేక్షత'తో చేస్తున్నదా, సామాజిక బాధ్యతగా చేస్తున్నదా అనీ ఆలోచించాలి. ఈ నేపథ్యాలన్నిటిలో వినియోగించే భాష వైవిధ్యంతో కూడుకొని ఉంటుంది. రూపొందించే ప్రకటన ప్రసార పరిధి, ప్రసారం నిడివి / సమయం బట్టి ఉంటుంది. దేశం మొత్తానికి అవసరమైన ప్రకటన రూపకల్పనలో రూపకల్పన ప్రక్రియ వేరు, వినియోగించే భాషవేరు. వాణిజ్య ప్రకటనల్లో చాలామటుకు ముంబయిలో రూపొంది ఇతర భాషల్నుంచి తెలుగులోకి తర్జుమా రూపంలో రావడం చూస్తూనే ఉన్నాం. ఇదివరలో ఎక్కువే వున్నా, ఇప్పుడిప్పుడే కొంచెం తగ్గినట్టు గమనిస్తాం. వాణిజ్య ప్రకటనల్లో తెలుగు భాషను ప్రత్యక్షంగా వాడటం ఒకటయితే అనువాద భాషగా వాడటం మరొకటి. భాషను సరళంగా మాట్లాడే మాటల్లోనే తయారు చేస్తాం. అనువాద సమయాలలోనే కొన్ని సందర్భాలలో బరువైన పదాలు కనిపిస్తాయి. తెలుగు వ్యాకరణం ఉన్నా కొన్ని సందర్భాలలో 'ఆకర్షణీయత' కోసం సమాసాలు, సంధుల నియమ నిబంధనలు ఉల్లంఘించి రాస్తాం. ఇతర భాషా పదాలతో 'మిశ్రమ భాషగా' రాస్తాం. తప్పనీ ఒప్పనీ కాదు వినియోగదారుడి దృష్టిలో

BRAOU

'చటుక్కున' దృష్టినాకర్షించేదిగా ఉండాలి. భాషను రాయడంతోనే కాదు 'పలకడంలోనూ' వొయ్యారాలతో, వొంపులతో పలికే ప్రయత్నం చేస్తాం. ఒక్కోసారి రాసిన పదానికుండే భావం పూర్తి భిన్నంగా ఉంటుంది. భాషా వినియోగాన్ని వాణిజ్య ప్రకటనలలో వాడే విధానాన్ని, పలికే విధానాన్ని, రాసే ప్రక్రియని ఇప్పుడువస్తున్న వాణిజ్య ప్రకటనల్ని చూస్తేగానీ అర్థంకాదు. అలాగే సమాజం నేపథ్యంలో రాసిన వాటిని కూడా కొన్నిటిని గమనిస్తే కానీ అర్థం కాదు. వ్యక్తిగతంగా ఎవరికి వారు కొన్ని స్వయంగా నిర్ధారించుకొన్న నియమాలకు కట్టుబడి భాషను రాయగలిగితేనో, వ్యాకరణాధి విషయాల్ని పాటిస్తేనో తప్ప భాషవినియోగంలో నాణ్యతరాదు. వాణిజ్య ప్రకటనలకు కొత్త ప్రామాణిక రూపమూరాదు.

టీవీ ఛానళ్ళలో వాణిజ్య ప్రకటనల గురించి పరిశీలించే ముందు పత్రికల, రేడియో ప్రకటనలకు సంబంధించిన భాష గురించి చర్చించడం అవసరం. ప్రైవేటు టీవీ ఛానళ్ళు వచ్చేసరికి దక్షిణాది భాషలు వాణిజ్యపరమైన అవకాశాలుగల మార్కెట్లుగా మంచి గుర్తింపు పొందాయి. ఫలితంగా విడివిడిగా ఆయాభాషలను గమనించి వాణిజ్య ప్రకటనలు రూపొందించడం మొదలైంది. అయితే తొలుత పత్రికలు, రేడియో పరిశీలిస్తే రెండు విషయాలు ప్రధానంగా కనబడుతాయి. స్థానికమైన వాటికన్న జాతీయ స్థాయిలో వెలువడే ప్రకటనలు ఎక్కువ ఉండటం. అలా విడుదల చేయబడినవి అక్కడే అనువదించబడటం. ఆసక్తిగల విద్యార్థినీ విద్యార్థులు రాచమల్లు రామచంద్రారెడ్డి 'అనువాదసమస్యలు' అనే పుస్తకం పరిశీలిస్తే ఈ విషయానికి సంబంధించి ఆసక్తికరమైన సంగతులు కనబడతాయి. ఈ పుస్తకం టీవీ ఛానళ్ళ విస్ఫోటనానికి ముందు రాయబడింది.

సబ్బులు, గృహోపకరణాలు వంటి వస్తువులు సంబంధించి గానీ, జీవితబీమా, బ్యాంకులు వంటి సంస్థలు గానీ అప్పట్లో విడుదల చేసే ప్రకటనలు మక్కికి మక్కీగా అనువాదాలని ఆ ప్రకటనల భాష వివరించేది. తెలుగు భాషా పత్రికలు ఎక్కువ సర్క్యులేషన్లతో ఉండటంగానీ, తెలుగు అడ్వర్టైజింగ్ రంగం అంతగా వృద్ధి చెందకపోవడం వల్లగానీ - అనువాదంలో శ్రద్ధ కొరవడింది. ఇవి తెలుగు ప్రాంతంలో కాక ఢిల్లీ, బొంబాయి వంటి మహానగరాలలో తయారుకావడం మరోకారణం. తెలుగువారి సంస్కృతి, అలవాట్లు, జీవన శైలి తెలియకుండా తెలుగు నుడికారం లేకుండా వాణిజ్య ప్రకటనలు రావడం ఒకదశ. దీనికి ముందుదశ బహుళజాతి సంస్థల ప్రకటనలను అనువదించడం. నిజానికి ఈ సంస్థలకు వాణిజ్యం ప్రధానం కనుక ప్రధాన భాషలు వారి ప్యాకెట్ మీద కనబడటం గమనించాలి. అయితే ఢిల్లీ, ముంబయి స్థాయిలో అందుబాటులో ఉండేవారితో ప్రకటనలు రూపొందించుకోవడంతో సమస్యలు భాషాపరంగా ఉంటాయి.

ఇటీవల కాలంలో పరిస్థితి బాగా మారింది. ఏ ప్రాంతానికి సంబంధించిన ప్రకటనలు ఆ ప్రాంతంలో రూపొందించడం కానీ, లేదా పూర్తి అవగాహన, వనరులున్న వారితో గానీ చేయిస్తున్నారు.

BRAOU

అభ్యాసం-1

వాణిజ్య ప్రకటనల చరిత్రను వివరించండి.

అభ్యాసం-2

రేడియో ప్రకటనల స్వరూపస్వభావాలను వివరించండి.

22.7 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- వాణిజ్య ప్రకటనలు లేకుండా మీడియాకు మనుగడ లేదు.
- మీడియా విస్తరించే కొద్దీ ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలు మారుతున్నాయి.
- వాణిజ్య రంగంలో పోటీ, వాణిజ్య ప్రకటనలలో సృజనాత్మకతకు ద్వారాలు తీసింది.
- ఆధునిక యుగపు మీడియాకు ఎంత చరిత్ర ఉందో మీడియాలో వాణిజ్య ప్రకటనలకూ అంతే చరిత్ర ఉంది.
- ప్రకటనలెంత పాతవో ప్రకటనలపై విమర్శలు అంతే పాతవి.
- ప్రకటన కర్తలే ఆడిట్ బ్యూరో ఆఫ్ సర్క్యులేషన్ (ABC)ని ప్రారంభించారు.
- 1967 తర్వాత ఆకాశవాణిలో ప్రకటనలు మొదలయ్యాయి.
- ప్రకటనలు రూపొందించేవారు, వినియోగదారుల అవసరాలనూ, జీవనశైలినీ గుర్తించాలి.
- టెక్నాలజీ మారే కొద్దీ వివిధ మాధ్యమాల పరిమితులూ, బలాలూ మారుతూ వస్తున్నాయి.
- ప్రకటనలో కూడా భాష ప్రసారం ఉంటుంది. సృజనాత్మకత దానికి అవరోధం కాకూడదు.
- వస్తువుల కొనుగోలు నిర్ణయం చేసే వ్యక్తిని కాకుండా అతని భార్యను, పిల్లలను ఉద్దేశించి ప్రకటనలు చేయడం పెరిగింది.
- ప్రకటనలో సమాచారం, విద్య, వినోదం, సమీక్ష అనే పార్శ్వాలుంటాయి.
- ప్రకటన చేసే పనులను AIDAS (Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction) అని పేర్కొంటారు.
- ప్రకటనల తయారీలో సమాయత్తం కావడం, సరిచూసుకోవడం, సమీక్ష, రూపకల్పన అనే దశలుంటాయి. దీనినే మరికొందరు ప్రాథమిక దశ, ప్రణాళిక, సృజనాత్మక ఆలోచన, రూపకల్పనగా విభజిస్తారు.
- ప్రకటనలు మాధ్యమం బట్టి రూపొందుతాయి.
- టెలివిజన్ రాకతో వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రాధాన్యత, ప్రభావం, సృజనాత్మకత బాగా పెరిగింది.
- వార్తలలో అనువాద సమస్యలున్నట్లే ప్రకటనలలో కూడా అనువాద సమస్యలు ఉన్నాయి.
- వాణిజ్య ప్రకటనలలో కూడా అవాంఛనీయపోకడలున్నాయి.
- వినియోగదారుల రక్షణార్థం అడ్వర్‌టైజింగ్ స్టాండర్డ్స్ కౌన్సిల్ ఆఫ్ ఇండియా (ASCI) ఏర్పడింది.
- మీడియా వాణిజ్య ప్రకటనలతో మనుగడ సాగించినా, మీడియా ప్రజలకు కూడా దోహదపడాలి, ప్రకటనల గురించి కూడా చైతన్య పరచాలి.

22.8 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలను వివరించండి.
2. వాణిజ్య ప్రకటనలలో భాష - అనువాదాలు ఎలా ఉన్నాయో వివరించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. వాణిజ్య ప్రకటనల లక్షణాలను వివరించండి.

BRAOU

2. టీవీ ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలను ఐదారు ప్రకటనల ఆధారంగా వివరించండి.

3. ప్రసార మాధ్యమాలలోని ఇటీవలి ధోరణులను పేర్కొనండి.

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. వాణిజ్య ప్రకటనలు ఎప్పుడు ప్రారంభమయ్యాయి? అని అంటే మనిషిలో భావాలు కలగడం, వ్యక్తీకరించే సామర్థ్యం ఒనగూడటం. ఎదుటి వ్యక్తిని ప్రభావితం చేయాలనే ఆకాంక్ష ఏర్పడటం ఎప్పుడు మొదలయ్యిందో ఒక ప్రక్రియగా అప్పుడే ఇదీ ప్రారంభమైందని చెప్పాలి.

అయితే తొలి దశలో ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలు ఆధునిక సమాజంలో ఉన్నట్లు ఉండేవి కావు. మాధ్యమాల ప్రగతికి దోహదపడిన సాంకేతిక విజ్ఞానమే ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాల్ని మార్చివేసింది.

ఆంగ్లంలో 'అడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్' (Advertisement) పదాన్ని వాణిజ్య ప్రకటన అనే అర్థంలో వాడుతున్నారు. సాధారణంగా అయితే ప్రకటన అని అనాలి. తొలుత 'to advertise' అనే దానికి 'to take note of' లేదా 'to mark' అనే అర్థాలుండేవి. అయితే 17వ శతాబ్దం చివర్లోనో 18వ శతాబ్దం మొదట్లోనో దీని అర్థం 'persuade' గా మారిందని గుర్తించారు. దీనికి 'క్రమంగా మెప్పించడం' అనే అర్థాన్ని తెలుగులో చెప్పుకునేవారు. మారుమూల ప్రాంతాలలో జరిగే సంతల నుంచి పెద్ద పెద్ద నగరాల వరకు నేటికీ ఆకర్షణ శక్తిగల 'మౌఖిక ప్రచారం' గుర్తుకు వస్తుంది. మౌఖిక ప్రచారం ఎంత పాతదో, అంతకు మించి ప్రభావశీలమైంది. వస్తువు నాణ్యమైనది కాకపోయినా ఉత్పత్తిని తమ మాటతీరుతో కొనిపించగలిగే మాటకారులు ఏదో సందర్భంలో మనకు తారసపడుతుంటారు. కాబట్టి చరిత్రలో మౌఖిక ప్రచారానికుండే స్థానం దానికుంది అని గుర్తుంచుకోవాలి.

లిపి రాసేందుకు సాధనాలు లేని దశలో బొమ్మలతోనే ప్రకటనలు వచ్చేవి. వాటిని నేటి పరిభాషలో ప్రకటనలు అని చెప్పలేకపోవచ్చు. క్రీ.శ. 1450లో గుటెన్‌బర్గ్ కనుగొన్న అచ్చుయంత్రం వాణిజ్య ప్రకటనల విషయంలోనూ ఒక గొప్ప మలుపే. పత్రికల్లో వచ్చే సమాచారం చాలా మటుకు ప్రకటన రూపంలోనే ఉండేది. ప్రకటనల యుగం ఊపిరి పోసుకున్నది ఇక్కడేనని చెప్పవచ్చు. 18వ శతాబ్దానికి ప్రకటనలనేవి వాణిజ్య కోణంలోంచి రావడం మొదలయిందని భావిస్తారు.

18వ శతాబ్దం చివరి దశలో యూరోపు, అమెరికా దేశాలే కాకుండా భారతదేశంలో కూడా పత్రికలు వాణిజ్య ప్రకటనలు ప్రచురించడం ప్రారంభించాయి. భారతదేశంలో ప్రారంభమైన తొలి వార్తా పత్రిక 'బెంగాల్ గెజిట్'. ఈ పేరు ప్రధానంగా ఉండి, దానికింద ఉపశీర్షికలా "లేదా కలకత్తా జనరల్ అడ్వర్‌టైజర్" అని ఉండేది. పత్రిక పేరుతో ఏర్పాటును పరిశీలిస్తే వాణిజ్య ప్రకటనల ప్రాధాన్యం తెలుస్తుంది. ఈ తొలి వార్తాపత్రిక 1780 జనవరి 29న మొదలైంది. తొలిరోజునే ఈ వార్త పత్రికలో ప్రకటనలున్నాయి. అవి సమాచారం ప్రధానంగా ఉన్న ప్రకటనలు. మొదట్లో "Advertise" అనేది "inform" అనే అర్థంలో చూసేవారు. 1785లో ప్రారంభమైన 'బెంగాల్ జర్నల్'లో ప్రభుత్వ ప్రకటనలు ఉచితంగా ప్రకటించబడేవట.

వార్తా పత్రిక మొదటి పేజీలోనే ప్రకటనల ప్రచురణ ఆనవాయితీ తొలి రోజుల్లో కనిపించేది. 'లండన్ టైమ్స్' పత్రికతోపాటు మనదేశంలో ఆంగ్ల పత్రికలు ఎంతో కాలం మొదటి పేజీలోనే ప్రకటనలను ప్రచురించేవి. ఈ సంప్రదాయం భారత స్వాతంత్ర్యం వచ్చిన తర్వాత కూడా కొంత కాలం కొనసాగింది. 1950 దశాబ్దంలో 'ది హిందూ' పత్రిక ఈ మొదటిపేజీ ప్రకటనల సంప్రదాయాన్ని మార్చుకోవడం గమనార్హం.

2. 'భగవంతుడికీ భక్తుడికీ అనుసంధానం - అంబికా దర్బార్ బత్తి'

'రామయ్య ఏమిః ఆలోచిస్తున్నావ్ ... '

'పై కప్పు దేనితో వేయించాలా అని ..'

'దీనికి ఆలోచించేదేముంది రామయ్యా ... మన చార్మినార్ రేకులు వేస్తే సరి'

'చేనుకు చేవ రైతుకు రొక్కం ... గ్రోమోర్' వంటి ప్రకటనలు ఎఫ్.ఎం. రేడియో రాకముందు నుంచి ఎంతో

BRAOU

కాలంగా వినిపిస్తున్నాయి. నిరక్షరాస్యులను సైతం చేరగలిగే సరళమైన, చౌక అయిన, శ్రమ కలిగించని సాధనం - రేడియో. టెలివిజన్ రాక ముందు, సినిమా హాలు అంతగా రానిరోజు - రేడియో మాత్రమే ప్రచార సాధనం. గ్రామీణ ప్రాంతాలకూ, మారుమూల ప్రాంతాలకూ ఏకైక మాధ్యమం నేటికీ రేడియోనే! ఎఫ్.ఎం. రేడియో ఛానళ్ళు కేవలం నగర ప్రాంతాలకూ, పెద్ద పట్టణాలకూ పరిమితం అవుతున్నాయి. అందువల్ల నిజమైన ప్రజా మాధ్యమం, సగటు మనిషికి అందుబాటులో ఉండే సాధనం రేడియోనే! ఒకప్పుడు ఆకాశవాణిలో ప్రకటనలు అసలుండేవికావు.

క్రమంగా రేడియో శ్రీలంక ప్రసారాలకు దీటుగా వివిధభారతి వాణిజ్య ప్రసారాలు ప్రారంభమయ్యాయి. వినోదం, ప్రకటనలు కలగలసిన కార్యక్రమాలు ఎంతో ప్రాచుర్యానికి నోచుకున్నాయి.

బినాకా గీత్‌మాల (తర్వాత కాలంలో సిబాకా గీతమాల) అటువంటి ఎన్నో కార్యక్రమాలలో ఒకటి.

రేడియోలో కేవలం శబ్దం మాత్రమే కనుక ఆకర్షణీయమైన సంభాషణతో ప్రకటన ప్రారంభం కావచ్చు. అలా ప్రారంభం కావాలంటే అది చాలా ఆసక్తికరంగా ఉండాలి. లేకపోతే అలవోకగా వినే శ్రోత దృష్టి ప్రకటన వైపు పడక పోవచ్చు. సాధారణంగా అయితే శ్రమ తీసుకుని సంగీతం కలిపి వాణిజ్య ప్రకటన తయారు చేస్తారు. దానికి లయ ప్రధానమైన గీతం రూపంలో ప్రకటన ఉంటుంది. సంగీతం తోడవుతుంది. నిర్మా వాషింగ్ పౌడర్ ప్రకటన ఎంత ప్రాచుర్యంలోకి వచ్చిందో మనకు తెలుసు. అలాగే వికో వజ్రదంతి వారి ప్రకటన మీకు గుర్తుకు వచ్చి ఉంటుంది. సంగీతానికి హత్తుకుపోయే ధర్మం ఉంటుంది గనుక సంగీతం జోడించడం తప్పనిసరి. అదెలా ఉండాలంటే మాటలు రెండవ స్థానంలో ఉన్నా, సంగీతపు లయ నాలుక మీద ఉంటుంది కనుక ప్రకటన భావం శ్రోతకు గుర్తుండిపోతుంది. నిజానికి ఇవి ఎంతగా శ్రోతలకు గుర్తుండి పోతున్నాయంటే వారు సెటైర్లు, జోకులు వేసుకునే స్థాయిలో ఉన్నాయి. మీకు గుర్తుండే ఉంటుంది - చందన చీరకట్టి, బొమ్మన రైకతొడిగి అని ఒక సినిమా పాట ఆ మధ్య వచ్చింది. ప్రచారమాధ్యమాలకారణంగా బ్రాండ్‌నేమ్ విశేషణంగా మారిపోవడం వింతగా అనిపించినా వాస్తవమే! విశాఖపట్నంలోని ప్రాంతాల పేర్లతో 2004-07 ప్రాంతాల్లో ఎఫ్.ఎం.లో ఒక ప్రకటన చాలా ఆకర్షణీయంగా ఉండేది.

2005 తర్వాత ఎఫ్.ఎం. రేడియో ఛానళ్ళు హైదరాబాద్, విజయవాడ, విశాఖపట్నం వంటి చోట్లా కాకుండా రాజమండ్రి, తిరుపతి వంటి పట్టణాలలో కూడా ప్రారంభమయ్యాయి. ఆకాశవాణి వారి రెయిన్‌బోతో పాటు - సన్‌టీవీ వారి ఎస్.ఎఫ్.ఎం., టైమ్స్ ఆఫ్ ఇండియా వారి రేడియో మిర్చి, స్టార్ టీవీ వారి రేడియో సిటి, రిలయన్స్‌వారి బిగ్ ఎఫ్.ఎం ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో ప్రాచుర్యంలో ఉన్నాయి. పోటీ పెరగడంతో పాటు ప్రకటనల మీదనే మీడియా సంస్థలు నడుస్తాయన్నది మరో వాస్తవం.

BRAOU

భాగం-23 మాధ్యమాలు - వర్తమానం, భవిష్యత్తు

విషయక్రమం

23.0 ఉద్దేశం

23.1 ప్రవేశిక

23.2 మీడియా భాష - చలనశీలత

23.3 మరికొన్ని భాషాంశాలు

23.4 భవిష్యత్తు నమూనాలు

23.5 పాఠ్యాంశ నేపథ్యం - ఆచరణలు

అభ్యాసం-1

అభ్యాసం-2

23.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

23.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

అభ్యాసాలకు జవాబులు

23.0 ఉద్దేశం

ఈ భాగం చదివిన తరువాత ఈ కింది విషయాలను గ్రహిస్తారు:

- పత్రిక భాష క్రమేపి మీడియా భాషగా రూపాంతరం చెందడం, భాష చలనశీలత మీడియా విస్ఫోటనం కారణంగా భాష తక్షణతత్వానికి తోడ్పడం, భాషా ప్రమాణాలు, భాషా వికాసాన్ని గుర్తించగలగడం.
- సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వస్తున్న వేగవంతమైన మార్పులు భాషను ప్రభావితం చేయడం, కార్యక్రమాల సరళిలో గుణాత్మకమైన మార్పులు రావటం.
- 21వ శతాబ్దంలో టెలికాం, ప్రసార, ముద్రణా మాధ్యమాలు దగ్గరగా వస్తూ వాటి ముఖ్య సాంకేతికతను మేళన దిశగా నడవటం.
- అనువాదాలు, అనుసరణలు, పారిభాషిక పదాలు, పదకోశాలు మొదయిన ఇతర భాషాంశాల ప్రాధాన్యాన్ని మీడియా రచనలో గుర్తించగలగడం.
- భాష, ప్రసార విధానాలు, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, రచన / కార్యక్రమ రూపభేదాలు వంటివి భవిష్యత్తులో మీడియా రచన నమూనాల ఏర్పాటులో సహకరించే విధంగా ఉండటం.

23.1 ప్రవేశిక

భాష భావ వినిమయానికి సాధనం. జ్ఞానానికి, సంస్కృతికి ఇది సహాయక. జ్ఞాన, సంస్కృతీ నిర్మాణ సాధనం కూడా. మానవ ఆలోచనలకు ఆధారభూమిక. సామాజిక వ్యవస్థకు ఆధారం. సాహిత్య సృష్టికి ఆకారం. ఈ కారణంగానే భాషను నిర్వచించడంలో వైవిధ్యం కనిపిస్తుంది. భాషను చాలా రకాలుగా నిర్వచించడాన్ని గమనిస్తాం. నిర్వచనాల్లో సారాంశాన్ని గమనిస్తే "ఒక సాంఘిక సముదాయం పరస్పర సహకారానికి ఉపయోగించే స్వచ్ఛంద వాచిక సంకేతాల వ్యవస్థ భాష" అని అర్థం అవుతుంది. సాధారణంగా భాష ఒకే రూపంలో ఉండదు. అంటే ఏకరూపత ప్రదర్శించదు.

BRAOU

విశాల ప్రాంతంలో కోట్లాది మంది మాట్లాడే భాషలో వైవిధ్యం ఎప్పుడూ ఉంటుంది. మాట్లాడే భాషకు తోడు 'లిఖిత' రూపాన్ని భాష పొందుతుంది. లేఖనం భాష ఉనికిని ఉత్తేజపరుస్తుంది. వివిధ ప్రయోజనాలకు భాషను ఉపయోగిస్తాం. కాని అన్ని సందర్భాలలోనూ భాష ఒక్క తీరుగా ఉండదు. అట్లాగే రాసే భాషకూ మాట్లాడే భాషకూ భేదం ఉంటుంది. ఆంధ్రప్రదేశ్‌లో బహుళ సంఖ్యాకులు మాట్లాడే భాష తెలుగు. ద్రావిడ భాష కుటుంబంలో ఒక ముఖ్యమైన భాష తెలుగు. దక్షిణ భారతదేశంలో అత్యధిక సంఖ్యాకులు వ్యవహరించే, మాట్లాడే భాష తెలుగు. భారతదేశంలో జనాభా దృష్ట్యా చూస్తే తెలుగు రెండవ స్థానంలో ఉంది. మన దేశంలో దేశమంతటా ఒకే భాష మాట్లాడరు. వివిధ ప్రాంతాలలో వివిధ భాషలూ వాడుకలో ఉన్నాయి. మనది మన వరకూ మాతృభాష. బహుళ సంఖ్యాకులు మన రాష్ట్రంలో మాట్లాడుతారు కాబట్టి తెలుగును ప్రాంతీయ భాషగా కూడా పరిగణిస్తారు. నిత్య వ్యవహారాల కోసం భాష వాడకంలో ప్రామాణికత అవసరం. భాష ప్రామాణికం అయినపుడు అందరి దగ్గరికీ వెళ్లగలిగేదిగా రూపుదిద్దుకొంటుంది. ప్రామాణికతలో భాగంగానే భాష ఎప్పటికప్పుడు పరిణామం చెందుతూ, ఆధునీకరణ చెందుతుంది. తెలుగు భాష విషయంలోనూ ఇది కనిపిస్తుంది. తెలుగు భాషా ప్రమాణాల్ని ఒకసారి గమనిస్తే భాషా వికాసం ఒక పరిణామ క్రమంలో జరిగినట్లు గుర్తిస్తాం. ప్రమాణ భాషగా రూపొందిన తర్వాత ఇది మాధ్యమ భాషగా ఏర్పడుతుంది. మాధ్యమ భాషగా మారి అది విద్యా మాధ్యమంగా, ప్రసార మాధ్యమంగా ప్రధానంగా ఉపయోగ పడుతుంది.

తెలుగు భాషా వికాసంలోను, భాష వినియోగంలోనూ ఎన్నో పరిణామాలు కనిపిస్తాయి. గ్రాంధిక భాష, వ్యావహారిక భాషావాదాలు ఈ పరిణామక్రమంలో అంతర్భాగాలే. మరోవైపు మాండలికాలు ఉన్నాయి. మతాల వ్యాప్తిలో భాగంగా, శాసనాలలో సమాచారం నమోదు కోసం ఇలా పలు సందర్భాల అవసరాలకోసం భాష రూపాంతరం చెందుతూ వస్తోంది.

అచ్చుయంత్రం కనుగొనడంలో భాష లిఖిత రూపంలో పెద్ద స్థాయిలో రచనా రూపాలలో రావడం తెలుగు భాషా పరిణామ క్రమానికి తొలిబాటలు వేసింది. సినిమాలు, పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ప్రసార సాధనాలు భాషా వినియోగంలో గణనీయమైన మార్పుల్ని తెచ్చిపెట్టాయి. రాసేభాష, మాట్లాడేభాష కలసి నడుస్తూ చెప్పుకోదగ్గ మార్పుల్నే తెలుగు భాషకు కల్పించాయి. మాధ్యమాలకున్న విశిష్ట లక్షణాలు భాషను పెంచి పెద్ద చేశాయి. నిరంతరం ఆగకుండా భాషను అభివృద్ధి పరచడం మాధ్యమాల అభివృద్ధిలో అంతర్భాగం కూడా. 19వ శతాబ్దంలో అతినెమ్మదిగా సాగిన మార్పు 20వ శతాబ్దంలో ప్రసార మాధ్యమాలలో వాడే భాష సందర్భాల నుంచి గుణాత్మకమైన మార్పునే పొందగలిగాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వేగం పెరిగి భాషలోనూ వాడే విధానంలో త్వరితగతిన మార్పులు రావడం మొదలైంది. 1990ల్లో సమాచార విజ్ఞాన విస్ఫోటనంలో విప్లవాత్మకమైన సౌలభ్యాలు భాషను చుట్టుముట్టాయి. 'ఇంటర్నెట్' కారణంగానే ఈ స్థితి లభించింది. వార్తలు, దైనందిన వ్యవహారాల కోసం ప్రసార మాధ్యమాల అవసరం పెరగడంతో భాషా మాధ్యమాలను ప్రభావితం చేయడం, భాషగా తానే ప్రభావితం కావడం కొనసాగుతూ వస్తోంది. భాషా ప్రయోజనాల పరిధి విస్తరించింది. రాష్ట్రాన్ని, దేశాన్ని దాటి అంతర్జాతీయంగాను తెలుగుభాష వెళ్లగలుగుతోంది. ఇతర భాషలతో సంబంధాల్ని ఏర్పరుచుకోగలిగింది. ఆయా భాషల నుంచి పదాల్ని, పదబంధాల్ని తనలోకి రానిస్తోంది. ఆహ్వానిస్తోంది, విలీనం చేసుకుంటోంది. తెలుగుభాష విస్తరణకు లభిస్తున్న తోడ్పాటు ఇది. భాషలో ప్రమాణాలు భావ వాహికగా రచన ప్రక్రియలో కొత్త భావనలు, కొత్త ప్రక్రియలు మార్పుల్ని వడివడిగా తెస్తున్నాయి. అనువాదాలు, అనుసరణలు అవసరాలు పెరిగాయి. పారిభాషిక పదాలు పెద్ద ఎత్తున తెలుగు భాషలో రావడం, వృత్తులు, వృత్తి నైపుణ్యాల ఆధారంగా పదకోశాలు రూపొందడం జరుగుతోంది. ప్రసార మాధ్యమాలలో భాష పరిణామ క్రమాన్ని అధ్యయనం చేయడం ఎంత అవసరమో అంతే అవసరం భవిష్యత్తులో తెలుగు భాష, ముఖ్యంగా ప్రసార మాధ్యమాలలో ఉండబోతోందన్నది గుర్తించవలసిన అంశం. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వంటి ప్రసార సాధనాలు 'మీడియా'లో అంతర్భాగంగా ఉన్నాయి. ఈ మాధ్యమాలలో 'రచన' తీరుతెన్నుల వర్తమానాన్ని గుర్తిస్తూ, భవిష్యత్తు అంచనా వేసే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. మీడియా రచన అవకాశాల్ని, పరిధుల్ని గుర్తించడానికి ఈ చర్య ఎంతగానో దోహదపడుతుంది.

BRAOU

23.2 మీడియా భాష - చలన శీలత

కంప్యూటర్ల రాకతో మీడియా, మీడియా ప్రక్రియలన్నింటిలో వర్తమానం కొన్ని సౌలభ్యాలు పొందగలిగింది. ప్రసార మాధ్యమాలు ప్రజలకు సన్నిహితం కాగలిగాయి. దాదాపు 200 సంవత్సరాల క్రితం వెలుగు చూసిన ప్రసార

మాధ్యమాలు అవసరమైన సాధన సంపత్తిని సాధించుకున్నాయి. భాషకున్న చలన శీలత భాషను ముందుకు నడిపింది. సాంకేతిక పరికరాల నూతన ఆవిష్కరణలు ప్రసారమాధ్యమాల సామర్థ్యాన్ని ఎప్పటికప్పుడు తట్టి లేపుతూనే ఉన్నాయి. ప్రపంచం మొత్తం మీద 1780లో వార్త పత్రికలు, 1920లో రేడియో, 1928లో టెలివిజన్, 1895లో సినిమా, 1990ల్లో కంప్యూటర్ నెట్‌వర్కింగ్ ప్రారంభం ఇవాళ్టి వర్తమానానికి గట్టి పునాదులు వేశాయి. తెలుగు భాషకు సంబంధించి వృత్తాంతిని (1837-38)తో తెలుగు పత్రికల యుగం ప్రారంభమైంది. 1835 నాటికే కొన్ని వార్తా పత్రికలు ప్రచురణ జరిగేవని ప్రస్తావించారు. కానీ ధృవీకరణ లేదు. 1924లో రేడియో మన దేశానికి వచ్చింది. తెలుగులో మాత్రం 1930లో రాగలిగింది. టెలివిజన్ 1959లో మన దేశానికి వచ్చినా తెలుగు ప్రసారాలు 1970ల్లో మొదలయ్యాయి. 1975లో ఉపగ్రహ ప్రబోధాత్మక టెలివిజన్ కార్యక్రమంలో ప్రాంతీయ భాష ప్రసారాలలో తెలుగు ఉండటం పేర్కొనదగిన అంశం. 1921లో తెలుగు వారు నిర్మించిన మూకీ సినిమా 'భీష్మ ప్రతిజ్ఞ'. 1931లో తెలుగులో 'భక్త ప్రహ్లాద', హిందీలో 'ఆలం ఆరా'లు తొలి టాకీ చిత్రాలు. అయితే 1890ల్లోనే సినిమా మూకీ చిత్రాల రూపంతో తక్కువ నిడివిగలవి మనదేశంలో అడుగు పెట్టాయి. ఇంటర్నెట్ 1960 ల్లో ఊపిరిపోసుకోవడం, 1970ల్లో పూర్తిస్థాయిల్లో వినియోగంలోకి రావడం 1990లో కేబుల్ టీవీ ప్రసార వ్యవస్థ, ఆ తర్వాత 'డిటిహెచ్' ఆధారిత వ్యవస్థ రావడమూ ప్రసార మాధ్యమాలు భాషమీద తమ ప్రభావాల్ని చూపగలిగాయి. ప్రసార సాధనాలను బట్టి భాషా అవసరాలుంటాయి అని గుర్తించడం మీడియా విస్తరణ నుంచి మనం గుర్తించిన విషయం. భాషా క్రోడీకరణ, భాషా విస్తరణ, భాషా సంస్కరణ వంటి చర్యలు తెలుగు భాషా ఆధునీకరణకు దోహదం చేయడం కనిపిస్తుంది. భాషా పరిణామక్రమంలో అంతర్భాగంగా దీన్ని చూడవచ్చు. భాషను దైనందిన వ్యవహారాలు, పరిపాలన, బోధన, పరిశోధన, కళాసృజనాత్మక రంగాలు, కొన్ని నిర్దిష్ట ప్రయోజనాల కోసం విరివిగా వాడటంతో భావ ప్రసార సామర్థ్యం బాగా పెరిగింది. ప్రాచీన భాషా సమాజాల్లో పరిమితంగా ఉన్న భాషా సందర్భాల్ని బట్టి చూస్తే ఇది ఒక గొప్ప మలుపే. భాష ప్రజల్ని, ప్రయోజన రంగాల్ని నేరుగా చేరడం భాషా వికాసానికి ఎంతగానో సహకరించింది. ఇవాళ్టి రోజున భావనల కనుగుణమైన కొత్త పదాల సృజన, వ్యాప్తి సాధారణ విషయమైంది. ఇంగ్లీషు ద్వారా సమాచార విజ్ఞాన విప్లవాన్నించి 'విజ్ఞాన సంస్కృతి' నుంచి కొత్తభావనలు విరివిగా భారతీయ భాషల్లోకి వస్తున్నాయి. వర్తమానంలో ఈ స్థితిని చూడటంతో భాషా వికాసంలో గడిచిన వంద సంవత్సరాలలో దశలవారీగా వచ్చిన పరిణామాలు, ప్రసారమాధ్యమాల విస్తరణే ప్రధానంగా తోడ్పడ్డాయి. వార్తాపత్రికలు, సినిమాల ద్వారా భాష విస్తరించే సందర్భంలో 19వ శతాబ్దం చివర్లో, 20 శతాబ్దం తొలినాళ్లలో తెలుగు భాష తన ఉనికిని చెప్పుకునే ప్రయత్నం కనిపిస్తుంది. తెలుగు భాష మాట్లాడే వారి స్థావరాలను గుర్తించి - ఒకే స్వరాన్ని వినిపించే కృషి కనిపిస్తుంది. పరాయి పాలననుండి విముక్తి కోసం, పోరాటాలు, దేశాభిమానం, దేశ స్వాతంత్ర్యకాంక్ష ఇందుకు ఎంతగానో తోడ్పడ్డాయి. స్వాతంత్ర్యానంతరం ప్రసారమాధ్యమాల (రేడియో, పత్రికలు, సినిమా వంటివి) ద్వారా భాష ప్రజలకు చేరువగా వెళ్లే ప్రయత్నాలు ముమ్మరం చేసింది. గ్రాంధిక, వ్యవహారిక భాషల మధ్య జరిగిన ఆధిపత్య పోరే ఇందుకు తార్కాణం. భాషలో వైవిధ్యం, నిబద్ధత, నైతికత ఆ కాలంలో వచ్చిన రచనా రూపాల్లో గుర్తించవచ్చు.

క్రమేపీ పత్రికలు, ప్రసారమాధ్యమాల విస్తరణ ఊపందుకోవడంతో 1970ల్లో తెలుగులో రచనా అవకాశాలు పెరిగాయి. పాఠకులు, శ్రోతలు మొదలయిన భాషా వినియోగదారులు పెరగడం ప్రారంభించారు. కొత్త విషయాలను పరిచయం చేస్తూ శీర్షికలు, అన్నీ వయసుల వారికి వర్గాల వారీగా రచనలు రావడం ప్రారంభమైంది. స్థానిక అంశాలకు సంబంధించిన విషయాలను ఎక్కువగా ప్రస్తావించడం మొదలయింది. టెలివిజన్ కూడా ఈ దశలోనే రావడంతో కొత్త ఒరవడి మొదలయింది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం క్రమేపీ పెరుగుతూ 20వ శతాబ్దం చివరికల్లా ఒక విప్లవంగా ప్రసారమాధ్యమాలను లోబరుచుకుంది. క్రమేపీ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఆధిపత్యం పెరుగుతూ వచ్చింది. సమాచార ప్రసరణలో వేగం పెరిగింది. దానితో పాటే ప్రత్యక్షంగా దూసుకెళ్లగలిగే సామర్థ్యం పొందగలిగింది. భాష వినియోగదారుడు 'భాగస్వామి'గా వచ్చాడు. ఇదివరకు ఎన్నడూ లేని కొత్త అవకాశాలు రావడం మొదలయింది. ఇది అత్యంత విలువైన, గుణాత్మకమైన మలుపు. 1990లో వచ్చిన ప్రపంచీకరణ, ఉదారీకరణ ఆచరణలో భాషను అంతర్జాతీయ భాషలకు అతి దగ్గరగా తీసుకెళ్లింది. 1991లో అమెరికా, గల్ఫ్ యుద్ధం సమయంలో సిఎన్ఎన్ ద్వారా కేబుల్ టీవీ మన దేశంలోకి అడుగు పెట్టడం ప్రసారమాధ్యమాల విషయంలో అత్యంత కీలకమైన మలుపే. 2003 కల్లా వార్తా ఛానెళ్లు పెద్ద ఎత్తున రావడం మరో ప్రధానమైన పరిణామం. ఈ పరిణామాలన్నీ కూడా తెలుగు భాషా ప్రసార మాధ్యమాలపైన బలంగానే పడ్డాయి.

BRAOU

ఆసియాలోకెల్లా అత్యధిక సంఖ్యలో వార్తా పత్రికల్ని ప్రచురించే దేశం మనది. 2000లో జరిగిన ఒక సర్వేలో 27,000కు పైగానే వార్తా పత్రికలు, ఇతర పత్రికలు 93 భాషల్లో మన దేశంలో ప్రచురిస్తున్నారు. కొన్ని వందల టెలివిజన్ ఛానెళ్లు, రేడియో కేంద్రాలు కార్యక్రమాల్ని ప్రసారం చేస్తున్నాయి. సినిమాలు అదేస్థాయిలో పెద్ద ఎత్తున నిర్మిస్తున్నారు. విడుదల చేస్తున్నారు. ఒక విధంగా మీడియా అనూహ్యంగా విస్తరించింది. క్లుప్తంగా ఇదీ ప్రసారమాధ్యమాల విస్తరణ చరిత్ర. వర్తమానం మొదలయింది 21వ శతాబ్దంలోనని చెప్పుకోవచ్చు. ప్రసార మాధ్యమాల అర్థం విస్తరించింది. రేడియో, టీవీలతోపాటు పత్రికలు, సినిమాలు, ఇంటర్నెట్, వీటికి సంబంధించిన ఇతర అనుబంధ సాధనాలు అన్నీ ప్రసార మాధ్యమాల నిర్వచనంలోకే వస్తున్నాయి. భవిష్యత్తులో ఏ రూపంలో మనం వీటిని చూడగలమో ఇప్పుడే చెప్పలేం. ఇప్పటికయితే సాంకేతిక పరిజ్ఞానానిదే పైచేయిగా ఉంది. భాష వాడకం మాధ్యమాల వేగానికి, తక్షణ తత్వాన్ని అందుకొనేదిశగా పరుగులాంటి నడకతో ముందుకెళ్తోంది. అచ్చు విధానాలు, అక్షరాల కూర్పులు, శాస్త్ర పరిశోధనలు, నిత్య వ్యవహారాలు, మానవ సంబంధాలు, వైద్య విషయాలు ఇలా అన్నీ కూడా భాష వినియోగానికి చీలికలయ్యాయి. ఈ నేపథ్యంలో భాషను పూర్తిగా విశ్లేషణ చేయడం సాధ్యంకాదు. మాధ్యమం వారీగా విడదీసి భాష వాడకం ఇలా ఉందీ అని చెప్పడమూ సాధ్యపడదు. మాధ్యమాలన్నీ ఏకరూపత దిశగా నడుస్తూ వున్నప్పుడు భాషలోనూ మాట్లాడే, రాసే విధానాల్లో పోలికలు, సారూప్యాలు తప్పనిసరి. ఈ కారణంగా వర్తమాన కాలంలో వచ్చిన పదాలను, పదబంధాలను, వార్తా శీర్షికలను కొన్నిటిని రేఖామాత్రంగా ఇక్కడ పొందుపరుస్తున్నాం. భాష వినియోగ నైజాన్ని, దిశని గమనించాలనే ఉద్దేశంతో ఇస్తున్నాం. మీడియా రచనలో ఈ రకమైన పరిశీలన ప్రస్తావనార్హమైనదిగా భావించిన దానికి ఫలితమే ఇది. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, ఇంటర్నెట్‌లో కన్పించే పదాలను, పదబంధాలను కొన్నింటిని మాత్రమే అవగాహన కోసం ఇవ్వడం జరిగింది.

పత్రికల నుంచి భాష రేడియో, టీవీలకు చేరుతోంది. ఇంటర్నెట్‌కు చేరుతోంది. కొత్త పద నిర్మాణానికి తీవ్రమైన కృషి కనిపిస్తుంది. పదాల అర్థాన్ని, పదం వెనకాల ఉండే భావనను కూడా ఇచ్చే ప్రయత్నం జరుగుతున్నది.

BRAOU

లక్షిత వర్గాలకే
పైవాడి (కేంద్రం)
నేలకోత (క్రమక్షామం)
సక్కులు (సన్నాయి నొక్కులు)
గుప్తోష్ణం (latent hent)
కాలం తీరిన నక్షత్రాలు (Dead stars)
పత్రికాధిపతి / సంపాదకుడు అయ్యారు.
అక్కౌంటెంట్ జనరల్‌కు మొదట్లో అక్కౌంటంటూ జనరల్‌గా రాసేవారు.

'స్లైత్'డౌన్ స్థాని'కథ'
'గుడ్లు' తేలేసింది 'జాడాల' ప్రతినిధి
యువ 2010 సర్వే ... ముగిసింది

దోస్త్ ... మేరా దోస్త్
రింగ ... రింగ ... రీంగాలో (సినిమా పాటలోంచి పదాల్ని వార్తాంశం చెప్పడం కోసం)

మమతపై 'ప్రణభాస్త్రం'
పర్యా 'కటకట' పోల'వరం'
పై పదాల్లో చాలామటుకు ఇటీవలి కాలంలో పత్రికలు, ఇతర ప్రసార మాధ్యమాలు అతికించినవి.
ఉపాధి 'కల్పనే'
పదవీ దీపం ఉండగానే వారసుల్ని చక్కబెట్టుకోవాలి.

ఐటీవలలో ఉల్లం 'గనుడు'
దేశవ్యాప్తంగా పలుచోట్ల 'ఘనులు' ఉన్నట్లు అధికారులు గుర్తించారు.
అధారాలు 'పూడ్స్' ప్రయత్నం
'శత' కొట్టినా నిరాశే మిగిలింది.
తపాలు
బ్లాహర్లు
బ్లాగోకంలో
తెలుగ బ్లాగుల పేర్లు
నా స్పందన
అప్పుడు ఏమి జరిగిందంటే
నాలో నేను
మహార్ణవం
బ్లాగు వనం
సరిగమలు

అర్థ విశేషాల వత్తిడి వల్ల కొత్త మాటలు, ప్రయోగాలు, అనువాద పదాలు వస్తున్నాయి.
నినాదం - నినదించు
స్పందన - స్పందించు
రాజకీయం - రాజకీయాలు

ఇంతకు ముందు ప్రాచుర్యం ఉన్న పదాలను వదలి కొత్తగా హిందుస్థానీ నుంచి వచ్చిన వాటిని వాడుతున్నాం అర్థవిశేషమూ, పదవౌరవడి కన్పించకపోయినా ప్రజలంగీకరించారు.
ప్రభుత్వం - సర్కార్
ఆక్రమణ - కబ్జా
సమావేశం - భేటీ

సాంకేతిక శాస్త్రం, శాస్త్ర విజ్ఞాన విషయాలకు సంబంధించి పదాలను దిగుమతి చేసుకోవడం చూస్తాం.
నత్రజని
ఆమ్లజని
అని సంస్కృత పదాలు కొంతకాలంగా వాడినా క్రమేపీ నైట్రోజన్, ఆక్సిజన్ అనే వాడుతున్నాం.

మిశ్రమ సమాసాలు కొన్ని కన్పిస్తాయి.
పార్లమెంటు ఎన్నికలు
పార్టీ ఫిరాయింపులు
రేడియో ప్రసారాలు

వాడుకలో నలిగిన ఇతర భాషా పదాలను తెలుగులో రాసి వాడుతున్నాం.
పార్లమెంటు
అసెంబ్లీ
టీవీ

సైకిలు

పరాయి పాలన నుండి వచ్చిన పరిపాలన పదాలను తెలుగులో యథేచ్ఛగానే వాడుతున్నాం.

కలెక్టరు

జడ్జి

గవర్నరు

డిగ్రీ

ఉచ్చారణకు సరిపడే కొత్త అక్షరం లేదా సంకేతం సృష్టించడం చూస్తాం.

ఫెన్సింగ్ f కు 'ఫ'ను 'ఫ'గా వాడటం లేదు వత్తు ఉన్న అక్షరంగానే ఇక్కడ వాడేది.

రూపాంతరం చెందిన పదాలు కొన్ని ఉంటాయి.

పెండిలి - పెళ్లి

భ్రమము - భ్రమ

రాసేపదానికి సరైన అర్థం రాకపోయినా అర్థాన్ని ఆపాదిస్తూ వాడేపదాలు ఉన్నాయి.

రైలు - పట్టా - ట్రెయిను అనే అర్థంలో

కొన్ని శబ్దాలను ప్రజలు ఉచ్చారణకు వీలుగా మార్చుకుంటారు. మార్చుకున్న వాటినే వాడటం చేస్తాం.

హాస్పటల్ (ఆసుపత్రి)

క్వింటాల్ (కుంటాలు)

చెవికి ఇంపైన పదాల కలయిక మిశ్రమ సమాసాల రూపంలో ఎదురౌతాయి.

ఏడాది

ఇందు 'ఏడు' దేశ్యం.

'ఆది' సంస్కృతం

ఇతర భాషాపదాలు గుర్తు పట్టడానికి వీల్లేకుండా మనభాషలోకి వచ్చి చేరుతున్నాయి. తరచు వాడటమూ చూస్తూనే వుంటాం.

అమీతుమీ

భూమిశిస్తు

కబురు

జైలు

బస్సు

భాషా వాదులు 'ప్రమాణ భాష' కొసం కొన్ని సూచనలు యిస్తున్నారు. మాట్లాడే, రాసే భాషలో 'ప్రామాణికత' సాధించాలని భావిస్తారు. సూచనల్ని కొన్నయినా అమలు చేయగలిగితే భాషా వినియోగంలో గుణాత్మక విలువల్ని సాధించగలం. అయితే ఏ భాషలోనూ నూటికి 7-8 పాళ్ళకన్నా ఎక్కువ స్వదేశీ శబ్దాలు ఉండవు. మిగిలినవన్నీ ఆయా కాలాల్లో ఇతర భాషల్లోంచి వచ్చినవే. అందువల్ల స్వదేశీ పదాలతోనే పరిభాషను అర్థం చేసుకోవటం సాధ్యపడదు. కొందరు భావనతోపాటు పరిభాషను కూడా దిగుమతి చేసుకోవడం మంచిదంటారు. మన భాషా పదజాలంతో ప్రతి నూతన భావనకూ ప్రత్యేకంగా ఒక పరిభాషా పదాన్ని సృష్టించుకోవడమూ కష్టమే. ఇంగ్లీషే అనేక భావనల నుంచి పరిభాషా పదాలను గ్రహిస్తోంది. తెలుగు భాషా విషయంలో 19వ శతాబ్దం దాకా సంస్కృతం ప్రభావం వల్ల, 20వ

BRAOU

శతాబ్దంలో ఇంగ్లీషు ప్రభావం వల్ల, మధ్యయుగాల్లో (14వ శతాబ్దం నుంచి) ఉర్దూ ప్రభావం వల్లా చాలా మార్పులు చోటు చేసుకున్నాయి. తెలుగులో ఉర్దూ, ఇంగ్లీషు భాషల ప్రభావాన్ని నిత్య వ్యవహారంలో మనం వాడే మాటల్ని, పదాల్ని గమనిస్తే మనకు అర్థం అవుతుంది. ఈ నేపథ్యంలో భాష వాడకంలో అనువాదాలు, అనుసరణలు ఎంత ప్రాముఖ్యాన్ని వహిస్తాయో అంతే ప్రాముఖ్యాన్ని పారిభాషిక పదకోశాల్ని, పదకోశాల్ని రూపొందించుకోవడంలోనూ చూస్తాం. రాసేశైలి విధానమూ ప్రాధాన్యత వహిస్తాయి. మీడియా రచనలో భాషను ఒకరు చూసి ఒకరు వాడరు. ఎవరి తీరువారిది. మీడియాకు 110 సంవత్సరాలకు పైగానే ఉన్న చరిత్రలో శైలీ పత్రాల ఏర్పాటులో ఈ ఆలోచనలు కనిపిస్తాయి. ఆధునిక సమాజం ప్రపచంలో వస్తున్న శాస్త్ర సాంకేతికాభివృద్ధిని వాడుకోవాలన్నా, కొత్త విజ్ఞానాన్ని సృష్టించాలన్నా భారతీయ భాషలు ఆధునికం కావాలి. తెలుగు భాష భారతీయ భాషల్లో అంతర్భాగం కాబట్టే ఇది వర్తించక మానదు. కొత్త భావనలకు అనుగుణమైన కొత్త పదాల సృజన, వ్యాప్తి తప్పనిసరి.

23.3 మరికొన్ని భాషాంశాలు

ఒకప్పుడు అనువాదం అంటే మతగ్రంథాలు, సాహిత్య గ్రంథాల అనువాదం వరకే పరిమితమై ఉండేది. ఇవ్వాళ సమాజంలో పెనువేగంతో సంభవిస్తున్న మార్పులు భిన్నమైన సామాజిక సందర్భాలకు దారితీశాయి. వచన వాఙ్మయంలో విస్తృతి, వికాసం, వైవిధ్యం, వివిధ సృజన, సృజనేతర రచనలకు స్ఫూర్తినిచ్చాయి. సాహిత్యానువాద యుగం నుండి మనం సామాజిక, శాస్త్ర సాంకేతిక విషయాల అనువాద యుగంలోకి ప్రవేశించాం. ప్రసార మాధ్యమాల వ్యాప్తి, విస్తృతి అనువాద అవసరాన్ని మరింత పెంచింది.

ఏ భాషకు మరొక భాషలోని సంస్కృతీ విజ్ఞానము అత్యంత అవసరమో ఆ భాష అనువాదాల్ని చేసుకోవడం గుర్తించవచ్చు. అభివృద్ధి చెందిన సమాజంలోని భాషలోని సంస్కృతినీ, శాస్త్ర విజ్ఞానాన్ని అభివృద్ధి చెందని భాష సమాజాలు తమ భాషలోకి తెచ్చుకోవాలనుకున్నప్పుడు, కొత్త భావాలనూ, కొత్త వస్తువులనూ తెలియచేసే పదాలనూ, పదబంధాలనూ అరువు తెచ్చుకోవడమో లేక తమ భాషలోనే కొత్తగా కల్పించుకోవడమో చేయడం వల్ల భాషల్లో పద సంపద పెరుగుతోంది. అర్థ సామర్థ్యమూ వ్యక్తీకరణ సామర్థ్యమూ పెరుగుతాయి. అనువాదాలు దేశ సమష్టితత్వానికి బలాన్ని ఇస్తాయి. ఒక భాషలోని సమాచారాన్ని మరొక భాషలో ప్రకటించే పద్ధతినే తెలుగులో భాషాంతరీకరణమనీ, తర్జుమా అనీ, అనువాదమనీ అంటారు. ఏ భాషలోని ఆలోచనలనూ, భావాలనూ అనువాదం చేయాలనుకుంటామో ఆ భాషను మూల భాష అంటారు. ఏ భాషలోకి అనువాదం చేయాలనుకుంటామో ఆ భాషను లక్ష్యభాష అంటారు. అనువాదం రచనా భాషకు అంటే లిఖిత భాషకు సంబంధించిన విషయం. అనువదించేవాడు అనువాదకుడు, రెండు భిన్న భాషల మధ్య మాట్లాడే వక్తల మధ్య భాషల్లోని భావాల ఆలోచనల వినియోగానికి తోడ్పడేవాడు దుబాసి (Interpretor) దుబాసించటం వాగ్వ్యవహారానికి సంబంధించిన విషయం. ఒక భాషకు సంబంధించిన లిపిలోని మాటను మరొక లిపిలో రాస్తే దానిని లిప్యంతరీకరణం అంటాం (Transliteration). లిప్యంతరీకరణాన్నే ప్రతిలేఖనమనీ అంటారు. అనువదించే విషయాన్ని బట్టి సృజన, సృజనేతర రంగాలుగా విభజించి పరిశీలించవచ్చు. అనువాద విధానాన్ని బట్టి అనువాదాన్ని మూల విధేయానువాదమనీ, స్వేచ్ఛానువాదమనీ విభజిస్తారు. స్వేచ్ఛానువాదంలో స్వతంత్రతను బట్టి అనుసృజన అనీ అనుసరణ అనీ మాటలలో కూడా సూచించడం గమనించవచ్చు. అనువాదం చేసేటప్పుడు మనం ఎదుర్కొనే సమస్యలు ప్రధానంగా రెండు రకాలు. అవి: ఒకటి భాషా పరమైన సమస్యలు రెండు సాంస్కృతిక పరమైన సమస్యలు. రెండు భాషలకు సంబంధించిన వ్యాకరణ సంప్రదాయాలు, మర్యాదలు, సంస్కృతీ విశేషాలు తెలియకపోతే అనువాదకుడు తన పనిని సమర్థంగా నిర్వహించలేడు. అనువాదకుడు నిఘంటువులు, పారిభాషిక పదకోశాలు, వృత్తి పదకోశాలు, మాండలిక పదకోశాలు మొదలైన వాటన్నిటి సహాయాన్ని తీసుకోవాలి. అనువాదకుడు స్వతంత్రమైన ఆలోచన ఊహాశక్తి, కలిగి ఉండాలి. అనువాదం చేయాలనుకున్న భాషకు సంబంధించిన సమాజపు భౌతిక, సాంస్కృతిక, మానసిక లక్షణాలను గ్రహించగలిగి ఉండాలి. అంతవరకు ప్రయోగంలో వున్న విశేష పదాలను, పారిభాషిక పదాలను తెలిసి ఉండాలి. విషయానికి అనువైన శైలీ స్పృహతో అనువాదం చేయాలి.

అనువాదం మానవ వ్యవహారంగా కాకుండా యంత్రాల ద్వారా యాంత్రికంగా జరిగే ఒక ప్రక్రియగా కూడా నేడు ఆవిష్కరించే ప్రయత్నాలు జరుగుతున్నాయి. భాషను కంప్యూటర్ ద్వారా విశ్లేషించడమే కాకుండా అనువదించే

BRAOU

ప్రయత్నంలో కొన్ని విజయాలు కూడా సాధించారు. ఒక భాష నుంచి వేరొక భాషలోకి అనువదించే యంత్రానువాద వ్యవస్థను రూపొందించడమే కాకుండా మెరుగు పరుచుకుంటూ వస్తున్న క్రమంలో తలెత్తుతున్న సమస్యలను లోపాలను అధిగమించే కృషి జరుగుతోంది.

ప్రసార మాధ్యమాలలో ప్రస్తుతం అనువాదం ఒక అనివార్యమైన తక్షణ ప్రక్రియగా గుర్తించారు. ఉదాహరణకు పత్రికల్లో వార్తా సంస్థలనించి వచ్చే వార్తల్ని ఎప్పటికప్పుడు అనువాదం చేసుకుని సిద్ధంగా ఉంచుకుంటారు. ఫ్యాక్స్ ద్వారా వచ్చే సమాచారాన్ని కంప్యూటర్ల ముందు కూచుని తెలుగు సాఫ్ట్‌వేర్‌ను ఉపయోగిస్తూ అప్పటికప్పుడు అనువాదం చేసే సౌకర్యాన్ని ఇప్పుడు మనం చూస్తున్నాం. పత్రికలతోబాటు పెరిగిన టీవీ ఛానళ్ళలోనూ అనువాదం ఒక తక్షణతను కలిగి ఉండడాన్ని అందరూ ఇప్పుడు గుర్తిస్తున్నారు.

అంతర్జాలం (Internet)లో అంతకంతకూ పెరుగుతున్న ఈ జర్నల్సు, వెబ్‌సైట్లు, బ్లాగులు, తెలుగులో కొత్త పదజాలాన్ని, విశేషపదబంధాల్ని సమకూర్చే పనిలో నిత్యం తలమునకలై ఉన్నాయి. ప్రసార మాధ్యమ రంగంలో వస్తున్న మార్పులు కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో సాంకేతికంగా వస్తున్న మార్పులు అనువాద ప్రక్రియను మరింత సరళం, వేగవంతం చేసేందుకు తోడ్పడుతున్నాయి. ఈ నూతన సామాజిక సందర్భంలో భాష వ్యవహారంలో, శైలిలో వస్తున్న మార్పులను గమనిస్తూ కొత్త పోకడలకు మనం ఆహ్వానం పలకడం తప్పనిసరి. అదే సమయంలో భాష సహజత్వాన్ని, పలుకుబడిని, ప్రామాణిక వ్యవహారశీలతను స్థిరీకరించే ప్రయత్నాలను ముమ్మరం చేయాల్సిన ఆవశ్యకతనూ మనం (భాషా వ్యవహర్తలు) గుర్తించాలి.

23.4 భవిష్యత్తు నమూనాలు

13వ శతాబ్దంలో వచ్చిన గుటెన్‌బర్గ్ విప్లవం (అచ్చు యంత్రం). 17వ శతాబ్దంలో వచ్చిన పారిశ్రామిక విప్లవం ప్రపంచ చరిత్రనే మార్చివేశాయి. 20వ శతాబ్దం చివరలో వచ్చిన సమాచార విజ్ఞాన విప్లవం ప్రపంచ చరిత్రను మరో కొత్త కోణంలోంచి మళ్ళీ రాస్తున్నాయి. భిన్న ప్రయోజనాలకు ఒకదశలో భాషలు అవసరమయ్యాయి. ఈ దశలో మాత్రం ప్రపంచ భాషల మధ్య సాన్నిహిత్యం, ఇచ్చుపుచ్చుకోవాల్సిన అవసరం ఏర్పడింది. విభిన్నమైన ఈ రెండు సందర్భాల్లోనూ అవసరాల్లో సారూప్యత లేకపోయినా ప్రయోజనాల విషయంలో సారూప్యత కనిపిస్తుంది. అది కొత్త పదజాలం, పలుకుబళ్లు, వ్యాపక ప్రక్రియల అవసరం భాషా వికాసానికి అవకాశం ఏర్పడటం.

తెలుగు భాష విషయంలోనూ ఇదే ధోరణి చూస్తాం. అచ్చు మాధ్యమం, సినిమాలు ఊపిరి పోసుకోవడంతో రచన చేయవలసింది గ్రాంథికంలోనా, వ్యావహారికంలోనా అనే వాద ప్రతివాదాలు బయలుదేరాయి. స్వాతంత్ర్య పోరాట నేపథ్యంలో దేశభక్తిని ప్రతిబింబించే భావజాలం సినిమాల్లో కన్పించేది. పత్రికా వ్యవస్థ బలపడుతున్నకొద్దీ భాష వ్యావహారికం దిశగా వెళ్లింది. రేడియో ప్రసారాలు 'మాట్లాడే భాష'గా రాసేభాషను ప్రజలకు దగ్గరగా తీసుకెళ్ళే ప్రయత్నం చేశాయి. టెలివిజన్ ప్రవేశంతో భాష వాడకంలో సౌలభ్యాన్ని అందరికి అందించే ప్రయత్నం కొనసాగింది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి, ఛానళ్ల సంఖ్య పెరుగుదల సమాచార ప్రసారంలో ప్రజల్ని భాగస్వాముల్ని చేయగలిగింది. ప్రసార భాష తెలుగును గణనీయంగానే ప్రభావితం చెయ్యగలిగింది. పెరిగిన అవకాశాలలో ప్రసారమాధ్యమాలలో పాల్గొనేవారిలో 18-40 ఏండ్ల మధ్యవారి సంఖ్య ఎక్కువయింది. పాండిత్యం, తెలుగు భాషా పరిజ్ఞానంతో సంబంధం లేకుండా మాట్లాడగలిగే వారెవరయినా పాల్గొనే సందర్భాలు పెరిగాయి. నిత్యవ్యవహారంలోని 'భాష' ప్రసారమాధ్యమాల భాషగా రూపుదిద్దుకొంది. ముఖ్యంగా రేడియో, టీవీల విషయంలో ప్రత్యక్షంగా ఇది సాధ్యపడింది. పరోక్షంగా దీని ప్రభావం మిగిలిన మాధ్యమాలపైన పడింది. వారిని ఇంగ్లీషు, ఇతర భాషలు వృత్తినైపుణ్యాలతో ఉన్న సంబంధాలు తెలుగు భాషను ప్రభావితం చేస్తూ వచ్చాయి. ప్రసార మాధ్యమాలలో సామాన్యుడి భాగస్వామ్యంతో అతని ఇల్లు, సంసారం, సమాజం, పని చేసే చోటు, వృత్తి, తన జీవన గమనంలోని అనుభవాలను భాషలోకి మార్చి వ్యక్తీకరించడానికి అవకాశం వచ్చింది. స్వచ్ఛమైన భాషతో బాటు నూతన పదాల రూపకల్పనకు సహకారం లభించింది. దేశం నలుమూలల నుంచే కాకుండా, ప్రపంచంలో ఏ పక్కన ఉన్నా 'భాష' లోంచి జాలువారే పదాలు స్థానికమైన యాసతో, సంస్కృతిలో వెలుగుచూస్తున్నాయి. ఆఫ్రికా, అమెరికా, ఇంగ్లండు వంటి దేశాలలో తరతరాలనాడే వెళ్లి ప్రవాసాంధ్రుల భావాల్ని

BRAOU

సైతం తెలుగు భాషలో వినిపించే సంధర్భాలు కొన్నయినా కనిపిస్తున్నాయి. ఈ సందర్భాలు పెరిగితే మన భాషలో మరికొన్ని కొత్త పదజాలాలు రావన్న నమ్మకమేమిటి?

ప్రాంతీయంగా వాడే మాండలికాలు యథాతథంగానో, రూపాంతరం చెందో వచ్చి భాషలో కలుస్తున్నాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం భాష మీద పైచేయి సాధించడంలో రాసే, మాట్లాడే స్థాయినుంచి వినియోగ స్థాయికి చేరుకోగలిగింది. పాఠకుడు, శ్రోత, వీక్షకుడు, ప్రేక్షకుడు - ఏ పేరుతో పిలిచినా అందరూ ఒకటై 'వినియోగదారుడి'గా మార్పు చెందాడు. చూడటం, వినడమే కాకుండా విశ్లేషించడం, తిరిగి మళ్లీ మాట్లాడటం భాష వాడకంలో కనిపించే కొత్త లక్షణం. మీడియా రచన విధానంలో దీని ప్రభావాన్ని పెద్ద ఎత్తునే చూడగలం.

వర్తమానంలో సాంకేతిక పరిజ్ఞానం స్థోమత మనకు తెలుస్తోంది. భాష భావ ప్రసార సామర్థ్యం సాధించుకునే తీరూ గుర్తించాం. సాంకేతిక ఉపకరణాల సృష్టి సమాచార మాధ్యమాలపైన తీవ్ర ప్రభావాన్ని కల్పించాయి. సమాచార ప్రవాహంలో వినియోగదారుడూ 'పాత్రధారుడే'. సంభాషణల్లో భాషకంటే సాంకేతిక ఉపకరణాల ప్రాముఖ్యత పెరిగింది. శాటిలైట్ టెక్నాలజీ పరిశోధనలు మరింత సున్నితమైన, సమర్థవంతమైన సామర్థ్యాలలో సూక్ష్మస్థాయి ప్రయోజనాల్ని అందించే దిశగా సాగుతున్నాయి. భవిష్యత్తులో మీడియా నిర్వచనం ఇంకా విస్తృతమయ్యే అవకాశమూ ఉంది. అచ్చు మాధ్యమం (వార్త పత్రికలు, మాగజైన్లు, న్యూస్ లెటర్‌లు, పుస్తకాలు, ఫోటో గ్రఫీ వంటివి), పబ్లిక్ స్పీకింగ్, ఈవెంట్‌ల నిర్వహణ, రేడియో, టీవీలు, సినిమా, సీడీలు, డీవీడీలు, ఇంటర్నెట్, ఇంటర్నెట్ ఆధారిత సేవలు అన్నీ కూడా ప్రసార మాధ్యమంలోకే వచ్చి చేరతాయి. కొత్త తరం మీడియాగా ఇప్పుడున్న ఇంటర్నెట్ ద్వారా మొబైల్ ఫోన్లు, పీసీలు, ఈ-మెయిల్, వెబ్‌సైట్లు, బ్లాగులు, రూపుదిద్దుకుని మరికొన్ని కొత్త రూపాలు భవిష్యత్తును శాసించబోతున్నాయి. మొబైల్ టెలిఫోన్‌లో వస్తున్న 3 జి (మూడొ తరం మొబైల్ టెలిఫోన్) అందించబోయే మల్టీమీడియా సామర్థ్యాలు ఎనలేనివి. మొదటి రెండు తరాల (1జి, 2 జి) మొబైల్ టెలిఫోన్ సామర్థ్యం సెల్‌ఫోన్ వ్యవస్థను ఎంత ప్రతిభావంతంగా చేయగలిగిందో చూశాం. దీనికి ఎన్నో రెట్లు సామర్థ్యం కలది 3జి మొబైల్ టెలిఫోన్ వైసీ టెక్నాలజీ, జిపిస్, యూట్యూబ్, ఇంటర్నెట్ ఆధారిత సాంకేతిక సేవలన్నీ కూడా ప్రభావితమౌతాయి. ధనిక దేశాల్లో 'డిజిటల్ యుగానికి' నాంది ప్రస్తావన చేశాయి. సామాజికంగా ఏర్పడే పరిణామాలు 'భాష' నుంచే ప్రారంభించాలి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఎకీకరణ దిశగా సాగుతున్న సందర్భంలో డిజిటల్ వేదికలు, హైస్పీడు కంప్యూటర్లు 'భాషను' ఏ మేరకు ప్రభావితం చేస్తాయో ఊహించి చెప్పడం సాధ్యపడదు. మన భాషమీద దీని ప్రభావం తప్పకుండా ఉంటుంది.

అమెరికాలో 'అర్పానెట్' పేరుతో ఏర్పడ్డ ఇంటర్నెట్ సంస్థ ఉంది. 1970ల్లో విన్సెంట్ సెర్ఫ్, బాబ్‌కాన్, బాబ్‌బ్రాడెన్, జాన్ పేస్టల్ తదితర శాస్త్రవేత్తలు ఇంటర్నెట్ విధానాన్ని అభివృద్ధి చేసారు. నెట్ సామర్థ్యంగల మొబైల్ ఫోన్లు, కంప్యూటర్లను కలిపి చూస్తే ప్రపంచవ్యాప్తంగా దాదాపు 160 కోట్ల మంది ఇంటర్నెట్‌ను ఉపయోగిస్తున్నారు. ఇంటర్నెట్ కార్పొరేషన్ ఫర్ అసైన్డ్ నేమ్స్ అండ్ నంబర్స్ (ఐకాన్) సంస్థ వెబ్‌సైట్ల పేరు ఏ భాషలోనైనా పెట్టుకోవచ్చనే కీలక నిర్ణయం తీసుకుంది. ఇక ప్రాంతీయ భాషలు తెలిసిన ఎవరయినా వెబ్‌ను చూడవచ్చు. ప్రపంచం మొత్తం మీద ఇంటర్నెట్‌ను వాడుకొంటున్న 160 కోట్ల మందిలో సగం మంది ఇంగ్లీషు భాష తెలియనివారే. క్లుప్తంగా ఇదీ నెట్ ప్రపంచం వర్తమానం. అయితే నెట్ ప్రపంచం భవిష్యత్తులో ఒక కొత్త అధ్యాయానికి తెరలేపనుంది. వెబ్ చిరునామాల కొత్త తరం వ్యవస్థకు చెందిన అంశం ఈ అధ్యయనానిది. ఐపివిలు 4 కింద 4.3 బిలియన్ చిరునామాలు కలిగి ఉండగలిగే సామర్థ్యమే ఇప్పుడు ఇంటర్నెట్‌కు ఉంది. వెబ్ చిరునామా అంకెల రచనలో ఉంటుంది. 192.118.1.1 లాగా ఇందులో 16 శాతం మాత్రమే ఖాళీ ఉంది. అంటే త్వరలో ఇంటర్నెట్‌లో కొత్త వెబ్‌సైట్లకు చోటు లభించదు. కానీ ఈ వ్యవస్థను ఇప్పుడు ఐ.పి.వి 6 కిందకు తేవాలని కృషి చేస్తున్నారు. దీనికి 340 ట్రిలియన్ ట్రిలియన్ ట్రిలియన్ చిరునామాల సామర్థ్యం లభిస్తోంది. అంటే భూమ్మీద అన్ని సముద్ర ప్రాంతాల్లో ఉండే ఇసుక రేణువులంత సామర్థ్యం దీనికుంటుంది. భవిష్యత్తులో ఈ చర్యల వల్ల నెట్‌వర్క్ వేగం పెరుగుతుంది. హై బాండ్ విడ్త్ మల్టీమీడియా అప్లికేషన్స్ వేగమూ పెరుగుతుంది. ఇక మన చుట్టూ టెక్నాలజీ మయమే. వంటింట్లో మైక్రో ఓవెన్ దగ్గరునుంచి పడక గదిలో ఏసి రిమోట్ కూడా అన్నీ నెట్ నియంత్రణలోకి వస్తాయి. సెల్‌ఫోన్, టీవీ, డివిడి ప్లేయర్, ఐపాడ్... మొదలయిన వెబ్ ఎనేబుల్డ్ పరికరాలు నెట్ వాడుకునే సదుపాయం లభిస్తుంది. పత్రికలు, పుస్తకాలు చదివి పెట్టే పరికరాలు అందుబాటులో వచ్చాయి. ప్రింటెడ్

BRAOU

మాటర్‌ను డిజిటల్ టెక్స్ట్ గా మార్చి హై రిజల్యూషన్ కెమెరాతో చదివేందుకు వీలుగా చేసుకుంటుంది. ముఖ్యంగా ఇది చూపులేని వారికి ఎంతో సహాయకారి. మన చేతిరాతలోనే అక్షరరూపాల్ని (ఫాంట్‌లను) రూపొందించవచ్చు. ప్రింటర్, స్కానర్ ఉంటేచాలు కొలతల్లతో కూడిన కాగితం మీద అక్షరాలు రాసి కాగితాన్ని స్కాన్ చేసి ఎంచుకోవడం ద్వారా ఫాంట్‌లను రూపొందిస్తుంది. మన మెయిల్స్‌ను రంగులు, డిజైన్లు, కార్టూన్లతో, ఇమేజ్‌లతో ఆకర్షణీయంగా మార్చుకోవచ్చు. థీమ్ ఆధారిత మెయిల్ అకౌంట్లను ఇది సాధ్యం చేస్తుంది. మెయిల్స్‌ను అనువాదం చేసే అవకాశమూ ఉంది. మెస్సేజ్ ట్రాన్స్‌లేట్‌ని ఎనేబుల్ చేస్తే మెయిల్ ఓపెన్ చెయ్యగానే అనువాదానికి ఆప్షన్లు ఉంటాయి. సాంకేతికంగా వస్తున్న అవకాశాల్లో ఇవి బహుకొద్దే. వైద్యరంగంలో, జీవశాస్త్రంలో, జెనిటిక్ ఇంజనీరింగ్ బయోటెక్నాలజీ రంగాల్లో సమాచార విజ్ఞానం సహకారంతో జరుగుతున్న పరిశోధనలు మానవాళికి సంబంధించి మరెన్నో అద్భుతాలు చూడవచ్చు. అంతరిక్ష ప్రయోగాల్లో, శాటిలైట్ వ్యవస్థద్వారా సేవలందిస్తున్న సమాచార విజ్ఞాన ఫలితాలు మరికొన్ని కొత్త సాంకేతిక ఆవిష్కరణల్ని అందించగలవు. రోబోలు గురించి మనకు ఇప్పటికే తెలుసు.

టోక్యోలో తకాషిమాయం డిపార్టుమెంట్ స్టోర్‌లో మరమనిషి సేవలను వినియోగించుకుంటున్నట్టు వార్తలొచ్చాయి. షాపింగ్ చేసేవారిని పలకరిస్తూ ఏ వస్తువు ఎక్కడుందో చెప్తున్నాడట. వినియోగదారుల ప్రశ్నలకు సమాధానాలు చెబుతున్నాడని అంటున్నారు. మాటల్ని గుర్తించే రోబో (మరమనిషి) పేరు ఫేమ్‌బోట్‌సాయా. వినియోగదారులు అడిగే ప్రశ్నలకు, సందేహాలకు 700 భిన్న రకాల్లో స్పందించగల సామర్థ్యం దీనికుంది. టోక్యో విశ్వ విద్యాలయ శాస్త్రవేత్త హిరోషి కొబషియా దీన్ని 2004లో రూపొందించారు. ఈ ఫేమ్‌బోట్‌పై టోక్యో ప్రాథమిక పాఠశాలలో ముందుగా ప్రయోగాలు చేశారు. విద్యార్థులు చేసే వ్యాఖ్యల్ని గమనించడం, హోం వర్కును కాపీ చేయడం వంటి పనులను ఇది నిర్వర్తించగలిగింది.

విజ్ఞానశాస్త్ర రంగాలన్నింటిలో జరుగుతున్న పరిశోధనలు, సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో పురోగతి ద్వారా విప్లవాత్మకమైన మార్పుల్నే మనం చూడగలం. ఫలితాలన్నింటిని సమన్వయపర్చగలిగితే తప్ప వాటి ప్రయోజనాల్ని మనం అంచనావేయలేం. కనీసం ఊహకైనా రావు. భవిష్యత్తులో ఏమిటి? ఎలా? అనేది చెప్పడం కూడా కష్టమే.

ఈ పరిశోధనలు, కొత్త ఆవిష్కరణలు ప్రసారమాధ్యమాలని తప్పకుండా ప్రభావితం చేస్తాయి. వస్తున్న మార్పుల్ని చూస్తే పరిణామాలు ఎలా ఉంటాయో పూర్తిగా చెప్పడం సాధ్యపడదు. సమాచార ప్రసరణలో భాషమీద వీటి ప్రభావం మాత్రం కాదనలేనిది. భాష మీద అనుకున్నపుడు మన తెలుగు భాషమీదా దీని ప్రభావం ఉండేతీరుతుంది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఆవిష్కరణలను, ప్రసార మాధ్యమాల సామర్థ్యాలని కలగలిపి 'మీడియా రచన' పైన భవిష్యత్తులో ప్రభావం ఎలా ఉంటుందని ఊహించే ప్రయత్నం చేశాం. ఊహాత్మకంగా కొన్ని రచనా రూపాలని రేఖామాత్రంగా ప్రస్తావించాం. ఇది కేవలం ఒక అవగాహన కోసమే చేసిన ప్రయత్నం.

మీడియా రచన సృజనాత్మకతతో కూడుకున్నదని మనందరికీ తెలిసిన విషయమే. రచన అవసరాలు ఈనాడు అత్యధికంగా చూస్తున్నాం. వివిధ మాధ్యమాలలో కనిపిస్తున్న రచన రూపాలే ఈ కొత్త అవసరాల్ని ఆదుకునేందుకు ముందుకు వస్తున్నాయి. రచనా రూపాలు ఏవయినా వాటిని అంతర్లీనంగా శాసించే నేపథ్యం ఏమిటి అనేది ప్రధానమైన విషయం. రచనా రూపమేదయినా నిర్మాణం వెనకాల ఉన్న నేపథ్యం కీలకమైన పాత్ర నిర్వహించగలదు. భాష స్థాయి, శైలి మొదలయిన అంశాల పరిధులు ఏర్పాటుకు దోహదపడతాయి. భవిష్యత్తులో ప్రసార మాధ్యమాలలో వచ్చే రచనా రూపాలు స్థూలంగా మూడు రకాలుగా ఉండే ఆస్కారం ఉంది. ఈ మూడు రకాలను మూడు నమూనాలుగా భావించి క్లుప్తంగా వివరించే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. అవి: 1. విషయ ఆధారిత నమూనా, 2. సాంకేతిక ఆధారిత నమూనా, 3. రూప భేదాత్మక నమూనా రచన. నమూనా ఏదయినా భాష విషయంలో కొన్ని అంశాలు మాత్రం ఒకటిగానే రచనను శాసిస్తాయి. భాష వ్యవహార భాషే. వ్యక్తీకరణలో సహజత్వం, ఇతర భాషా పదాల ప్రమేయం ఎక్కువే ఉండవచ్చు. స్థానిక భాషా పదాలు, యాస, మాండలికాలు, వివిధ భాషా పదాల మిశ్రమాలు అతి ముఖ్యమైనవి. కొన్ని సందర్భాల్లో ప్రవాసాంధ్రులు మాట్లాడే భాషా పదాలు, సంస్కృతి కూడా ముఖ్యమే. వివిధ వృత్తుల నుండి ఏర్పడే పదరూపాలు, క్లుప్త, సంకేత రూపాలలో పద రూప వ్యక్తీకరణలు కనిపిస్తాయి. ప్రతీ ప్రసార మాధ్యమానికి ప్రత్యేకించి కొన్ని విశిష్ట లక్షణాలుంటాయి. కాబట్టి కొద్దిపాటి తేడాలతో భాష వాడకం రచనా రూపాలలో ఇంచుమించు ఒకే మాదిరిగా ఉండే అవకాశం ఉంటుంది.

BRAOU

విషయ ఆధారిత నమూనాలలో ప్రధానంగా కనిపించేది 'విషయ ప్రాధాన్యత', సాంకేతిక వనరులు, రచన రూపం విషయ ప్రాధాన్యతను అధిగమించే ప్రయత్నం జరగదు. చెప్పే విషయం జ్ఞాననిర్మితి క్రమ పద్ధతిలో వివరించే ప్రయత్నం కనిపించవచ్చు. పారిభాషిక పదాలు ఎక్కువ సంఖ్యలోనే ఉండవచ్చు. విషయం తత్వాన్ని బట్టి సాంకేతిక వనరుల వినియోగిత ఉంటుంది. రచనా రూపం విషయాన్ని సమర్థించే విధంగానే ఉంటుంది. వినియోగదారుడి స్థాయిని బట్టి విషయ స్థాయి ఉంటుంది. భాషా సాహిత్యాలలో కొత్త ఆలోచనలు, ఆరోగ్యం, వైద్యం, కట్టుబాట్లు, క్రీడలు, కన్స్యూమరిజం, కొత్తరూపాలలో ప్రేమ, పెళ్లి, సంసార జీవితం మానవ సంబంధాలలో అనూహ్యమైన మార్పులు వంటివి ప్రధాన విషయాలుగా భవిష్యత్తులో మనముందుకు రావచ్చు. రెండవ నమూనా సాంకేతిక ఆధారితమైనది. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ఇవాళ ఉన్నట్టు రేపు ఉండదు. శాస్త్ర సాంకేతిక శాస్త్రాలలో కొనసాగుతున్న పరిశోధనలు, బయోటెక్నాలజీ, అణు విజ్ఞానం, అంతరిక్ష పరిశోధనలు, సమాచార విజ్ఞాన రంగంలో వెలుగు చూసే కొత్త కొత్త ఆవిష్కరణలు సాంకేతిక పరిజ్ఞానం, సాంకేతిక సాధనాల రూపు రేఖల్ని శాసిస్తాయి. శబ్దం, చిత్రం, అచ్చురూపాలలో లభించే కొత్త అవకాశాలు మల్టీ మీడియా బలాలు ఇప్పుడున్న కొత్త మీడియాను 'విప్లవాత్మక మీడియా'గా రూపొందించగలవు. అతి సూక్ష్మరూప టెక్నాలజీ ప్రసార మాధ్యమాల చెంతన చేరవేయగలదేమో? అలాగే 'ఇన్ విజిబుల్ తరంగాల' వినియోగమూ ప్రసార మాధ్యమాల రచన / కార్యక్రమాల రూపకల్పనలో తోడ్పడే అంశాన్ని కాదనలేం. సాంకేతిక ఆధారిత రచనా రూపాలు పైన పేర్కొన్న వాటి అభివృద్ధి, వినియోగంలోని సాధ్యాసాధ్యాలను బట్టి ఉంటాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ముందుండి విషయం, రచన / కార్యక్రమ రూపాల్ని అవసరాన్ని బట్టి ఉండే ప్రమేయమే కనిపిస్తుంది. రూపభేదాత్మక నమూనా మూడవది. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల విస్తృతి ఏ మేరకు ఉంటుందనేది మొదటి అంశం. ప్రత్యక్ష ప్రసారం భౌగోళిక విస్తృతికి ఎంత? అనేది మరో అంశం. అడిగినప్పుడే రచన / కార్యక్రమం ఇచ్చే విధానం, వినియోగదారుడు రచన / కార్యక్రమ రూపాన్ని మార్చేశక్తి కలిగి ఉండటం, దానితోపాటే జనమాధ్యమాలే అయినా ప్రసార మాధ్యమాలు 'ఒకరి ఒకరిదే' అంటే పద్ధతిలో ఉండటం వంటివి రూపభేదాత్మక నమూనాలో ప్రాథమిక అంశాలు. మానవ సృజనాత్మకత యంత్ర సృజనాత్మకతగా మారితేనో, రోబో తరహా కృత్రిమ / యాంత్రిక రూపాలు ముందుకొస్తేనో - రచన / కార్యక్రమ రూపాలు ఎలా ఉంటాయన్నది చెప్పడం సాధ్యపడదు. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ప్రభావం ఈ నమూనా మీద అధికమే. అట్లాగే విషయం కూడా ప్రాధాన్యత వహిస్తుంది. రచన రూపాల ఊహాత్మక నమూనాల తీరిది.

రచన / కార్యక్రమ రూపాలలో మూడు నమూనాల మధ్య సంబంధం ఉండే అవకాశం ఉంది. గత ఐదు దశాబ్దాల కాలంలో మాధ్యమాల అభివృద్ధిని చూస్తే మనకే అర్థం అవుతుంది. డిజిటల్ టీవీ, మొబైల్ టీవీ, ఇంటర్నెట్ వంటి మాధ్యమాలలో వస్తున్న ఆవిష్కరణలు గణనీయమైనవి. దృశ్యాన్ని డిజిటలైజ్ చేయడం, సంక్షిప్తపరచడం వల్ల టీవీ, ఇంటర్నెట్‌లను తక్కువ ఖర్చుతో ప్రేక్షకులు, వినియోగదారులకు అతి దగ్గరగా తీసుకెళ్ళగలుగుతున్నాం. టెలివిజన్ మాధ్యమం ప్రజామాధ్యమం కావడంతో ఈ మాధ్యమం ద్వారా కొనసాగుతున్న సాంకేతిక విప్లవ పరిణామప్రక్రియ మిగిలిన అన్ని మాధ్యమాలను ప్రభావితం చేయగలదు, చేస్తోంది. దీన్నుంచి మార్పులు ఏ దిశగా వెళ్తాయో చూడాలి. మొబైల్ టెక్నాలజీలో ఈ మార్పుల రూపురేఖలు ఎలా ఉంటాయో కూడా ఇప్పటికిప్పుడు అంచనా కట్టలేం. అయితే సాంకేతిక పరిజ్ఞానం అభివృద్ధి, విషయం నేపథ్యం, లక్ష్యాలను బట్టి రచన రూపం ఏర్పడ్తుంది. అయితే ఆయా రంగాల పరిశోధనలుగానీ, ఆవిష్కరణలు గానీ ఎటుగా, ఏమేర ముందుకెళ్తాయో పూర్తిగా ఊహించి చెప్పడం సాధ్యపడదు. భవిష్యత్తు రచన / కార్యక్రమ రూపాల నమూనాలు ఇలా ఉంటాయని ఊహించి ప్రతిపాదించడమే జరిగింది. ఈ సందర్భాన్ని మరింత విస్తృతంగా చర్చించవలసిన అవసరముందని గుర్తించడం ఎంతైనా అవసరం.

23.5 పాఠ్యాంశ నేపథ్యం - ఆచరణలు

జనమాధ్యమాలను 'మీడియా'గా వ్యవహరిస్తున్నారు. పత్రికలు వార్తలతో మనదగ్గరికి వస్తున్నాయి. సినిమాలూ ప్రదర్శిస్తున్నారు. రేడియో వింటున్నాం. టీవీ చూస్తున్నాం. ఇంటర్నెట్ వాడందే ఏ రోజూ జరగదు. వీటికి అనుబంధంగా ఉండే మరికొన్ని ప్రసారసాధనాలు ఇటువంటి విధుల్నే నిర్వహిస్తున్నాయి. వీటన్నిటినీ కలిపి 'మీడియా' అంటున్నాం. మీడియా మన జీవితాలతో పెనవేసుకుపోయింది. సమాచార ప్రసారం కోసం ఇంగ్లీషు, హిందీ, తెలుగు భాషల పైన దాదాపు పూర్తిగానే ఆధారపడుతున్నాం. మన రాష్ట్రంలో మనకొచ్చేది, మనం చూసేది 90 శాతంపైన తెలుగులో వచ్చే

BRAOU

ప్రసారాలు. చదివేది తెలుగు పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ విషయాలలో మాత్రం ప్రస్తుతానికి చాలామటుకు ఇది ఇంగ్లీషులోనే ఉంది. తెలుగులో ఉండే వెబ్‌సైట్లను, సమాచారాన్ని చూసే అలవాటు ఇప్పుడిప్పుడే చేసుకుంటున్నాం. ఈ ప్రసార మాధ్యమాలకు వివిధ రూపాలలో రచనలు తెలుగులోనే చేయవలసిన అవసరం ఏర్పడింది. తెలుగులో రచనలు చేయడానికి అవకాశాలు అపరిమితం. ఇలా రాసేందుకు చాలా మందే ముందుకు వస్తున్నారు.

రచనతోపాటు యాంకరింగ్ వంటి అవకాశాలు లెక్కకు మించే ఉన్నాయి. వినోదం, విద్య, సమాచారపరమైన విషయాలను మాధ్యమాలు అందిస్తున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమాలకున్న విశిష్ట లక్షణాలను బట్టి 'రచన' చేయవలసి వస్తుంది. కాబట్టి 'మీడియా రచన' పాఠ్యాంశంగా ఉంటే బాగా ఉపకరిస్తుందని భావించాం. భాషాబోధనలో అంతర్భాగంగా మీడియా రచనను పొందుపరిస్తే ప్రయోజనకరంగా ఉండగలదనేది మా భావన. వివిధ రకాల మాధ్యమాల అంశాల్ని పూర్తి సాంకేతిక నేపథ్యంలోనో, పూర్తి విషయ పరంగానో ఇవ్వడం కంటే భాషా కోణంలో అంటే తెలుగు భాష అధ్యయన కోణంలోంచి అందివ్వగలిగితే ప్రయోజనం భిన్నంగా ఉంటుందనేది మా ఉద్దేశం. స్నాతకోత్తర స్థాయిలో తెలుగు విషయంలో మీడియా రచన పాఠ్యాంశ భాగాల్ని నిర్ణయించి, రూపొందించాం. ప్రసార మాధ్యమాల పరిధి విస్తరణలో రేడియో టీవీలకు తోడు పత్రికలు, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వచ్చి చేరాయి. 'మీడియా' అని అన్నిటిని కలిపి చెప్తున్నారు. 19, 20 శతాబ్దాలలో వచ్చిన అభివృద్ధి, పరిణామాలు 21వ శతాబ్దానికల్లా వేగం పెరిగి ప్రయోజనాలు అధికమయ్యాయి. తెలుగు విషయ బోధనలో భాగం కావడంతో భాషా బోధనలో అంతర్భాగంగానే మీడియా పరిధులు, అవకాశాలు, విశిష్ట లక్షణాలు, వివిధ రకాల కార్యక్రమాలు, ప్రసార ప్రక్రియలు మొదలయిన అంశాల గురించి చర్చ నిర్వహించాం. తెలుగు భాషా అధ్యయనం దృక్పథం లోంచే ఈ భావనలు అర్థం చేసుకోవాలనే చేసిన ప్రయత్నం పూర్తి ఫలితాలు మాత్రం సంపూర్ణంగా రాలేదు. భాష విషయంలో దృష్టి పెట్టడంతో అక్కడక్కడా కొన్ని 'విరామాల' లాంటివి చోటు చేసుకున్నట్టు గుర్తించగలం. కొన్ని సందర్భాల్లో భాష విషయాలు ఆధిపత్యాన్ని కనబరిస్తే మరికొన్ని సందర్భాల్లో 'మీడియా అంశాలు' ఎక్కువ మోతాదులో ఉన్నట్టు అనిపిస్తుంది. ఏది ఏమయినా చేసిన ప్రయత్నం మాత్రం కొత్తది. ఈ పాఠ్యాంశాన్ని కొత్త కోణంలో వృత్తి నైపుణ్యాల పట్ల అవగాహనను ఇచ్చే విధంగా ప్రయత్నించగలిగాం.

పాఠ్యాంశం కేవలం అధ్యయనానికే పరిమితం చేస్తే సరిపోదు. అనుబంధంగా కొన్ని ఆచరణలు చేపట్టడం వల్లే తెలుసుకున్న విషయంపైన పట్టు లభిస్తుంది. విద్యార్థిగానైనా, ఔత్సాహిక మీడియా రచయితగానైనా ఈ ఆచరణలు చేయగలిగితే ఆశించిన ప్రయోజనం ఈ పాఠ్యాంశం మీ కందించగలదనే భావన. ఉద్దేశపూర్వకంగానే 'ఆచరణలు' అంశాన్ని 'అనుభవపూర్వక అధ్యయనం కోసం' ఈ పాఠ్యాంశంలో భాగంగా ఉందనడం జరిగింది. కొన్ని ఆలోచనలనే ఆచరణలుగా ఇక్కడ పొందుపరుస్తున్నాం. మీకు మీరుగా ఆలోచించుకొని విడిగా రాసుకొని ప్రయత్నించడం మీలోని రచనాసక్తిని ప్రేరేపించగలదనీ, రచనలో నేర్పునీ మీరందుకోగలరనీ మా నమ్మకం.

- ప్రసార మాధ్యమాల పరిధి విస్తృతమౌతోంది. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా ఇంటర్నెట్‌తో పాటు మరికొన్ని మాధ్యమాల రూపంలోనే ఈ పరిధిలోకి రావొచ్చు. మరికొన్ని ఉపకరణాలు, డివైజ్‌లు ఇప్పుడున్న మాధ్యమాలనే ఆశ్రయించనూ వచ్చు. మాధ్యమాల పరిధి విస్తరణ వేగం ఇవ్వాళున్నట్లే ఉండకుండా మరింత వేగంగా కదిలిరావొచ్చు.

- భాష మారుతోందా, మాటలు రూపాంతరం చెందుతున్నాయా, ఇతర భాషా పదాలు తెలుగుకు సహకరిస్తున్నాయా? తెలుగు భాషలోకి ఏ భాషాపదాలైనా వచ్చి చేరగల, ఇమడగల, విలీనం కాగల సౌలభ్యం ఉన్నదా...? ఇలా ఆలోచిస్తూ పోతే ఎన్నో ప్రశ్నలు ఉదయిస్తూనే ఉంటాయి. అయితే భాషలో అనేక రూపాంతరాలుండటం సహజం. గమనంలో లెక్కలు దాటే వైకల్పికాలు ఉండటమూ సహజమే. ఇలా కొంత కాలం సాగితేనే 'ప్రమాణాలు' ఏర్పడవచ్చేమో ... అచ్చు మాధ్యమం వచ్చినప్పుడే కొత్తల్లోనే గ్రాంథిక, వ్యావహారిక భాషా విధానాల మధ్య ఆధిపత్య పోరు జరిగినా, ప్రసార మాధ్యమాల పరిధి పెరగటంలో ప్రజలు వ్యావహారికం వైపే మొగ్గు చూపారు. మళ్లీ 2000 సంవత్సరంలో ప్రసారమాధ్యమాల్లోకి ఇంటర్నెట్ చేరడంతో, సాంకేతిక పరిజ్ఞానం ద్వారా వచ్చిన విప్లవంలో భాష పెద్ద ఎత్తున ఎగిసి పడుతోంది. కొత్త పదాలు, కొత్తభావనలు, కొత్త రూపకల్పనలు వచ్చి చేరుతున్నాయి. ప్రసార మాధ్యమాల వినియోగదారులైన ప్రతి

BRAOU

ఒక్కరూ భాషకూ తమదైన కృషిని జోడిస్తున్నారు. రేడియో, టీవీలతోపాటు ఇంటర్నెట్ ఈ భాషా విస్ఫోటనానికి దోహదపడుతోంది. కొత్తపదాల్ని, పదప్రయోగాల్ని, పద మిశ్రమాన్ని గుర్తించాలి. నమోదు చెయ్యాలి.

- నిఘంటువులు కొత్తవి రావాలి. ఉన్నవి ఏ మేర మార్పుల్ని చేయాలో సమీక్షించాలి. నిఘంటు నిర్మాణంలో కొత్త పరామితుల్ని నిర్ధారించుకోవాలి. అనువాదాలు అనుసరణల తీరు మారుతోంది. ఒకే సందర్భంలో ఒకే వాక్యంలో రెండు మూడు అన్యదేశీయాలతో ఉండే మాటల్ని మాట్లాడుతున్నాం. కొన్ని సందర్భాల్లో రాతల్లోనూ ఈ ధోరణి కనిపిస్తోంది. శాస్త్ర విజ్ఞాన పరిశోధనలు, సామాజిక శాస్త్రాలలో పరిశోధనలు ఊపులో ఉన్నాయి. విషయాధారిత రచనలు / కార్యక్రమాలు ప్రసార మాధ్యమాలలో లెక్కకు మిక్కిలే. పారిభాషిక పదాలు ఈ నేపథ్యంలోంచి మన తెలుగు భాషలోకి వచ్చి చేరుతున్నాయి. భాష విస్తరిస్తోంది. భాషా విస్తరణకు దిశానిర్దేశం ఒక క్రమబద్ధమైన ప్రణాళికతోనే సాధ్యం. అప్పుడే గుణాత్మకమైన భాష రూపు దిద్దుకుంటుంది. పారిభాషిక పదాల సంకలనాలు రావాలి.

- భాష చలనశీలత కలది. ఇది ఒకప్పటి మాట. ఇప్పటికీ చలనశీలత కలదే భాష. అయితే వేగం పెరిగింది. చురుకుదనం పెరిగింది. క్షణకాలాల్లోనే పదాలు, మాటలు అవసరమౌతున్నాయి. రేడియో, టీవీల ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లోనో, ఇంటర్నెట్‌లో ఆలోచించే సమయం లేకుండానే తక్షణమే మాట్లాడాలి. తిరిగి చెప్పే సమాధానానికి తిరిగి చూసుకునే ఆస్కారమూ ఉండదు. అంటే భాష 'తక్షణ తత్వాన్ని' నేర్చుకుంది. 'తక్షణం' ఏయే సందర్భాల్లో మాట్లాడాలి, మాట్లాడితే ఏఏ నియమాల్తో మాట్లాడగలం? నియమావళి అనేది సాధ్యమా? అనేవి మనం ఆలోచించకుండా ఉండలేం. యాంకరింగ్ గురించి ఆలోచించడమా? ఈ నేపథ్యం దానికి వర్తిస్తుందా?

- రేడియో, టీవీ, పత్రికలు, సినిమా, ఇంటర్నెట్ మాధ్యమం ఏదయినా చిత్రాలు, పటాలు గురించి మాట్లాడని సందర్భాలు ఉంటాయా? గ్రాఫిక్స్, ఎనిమేషన్ ప్రక్రియల భాష విషయంలో ఎటువంటి సహకారాన్నివ్వగలవు. భాషకు కొత్త అవకాశాలు ఏమయినా వస్తాయా? వీటికి రాసే విధంలోగానీ, రచనలోకి వీటి ప్రస్తావన తేవడంలోగాని ఏం చేయగలం? ఎంతయినా చేయగలం. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం పెరిగిన కొద్దీ 'భాషా సామర్థ్యమూ' పెరిగే సందర్భాలు వస్తాయి. భవిష్యత్తులో ఇదే జరగబోతోంది.

- వార్తను ఒకప్పుడు పత్రికలకే రాసేవాళ్లం. ఇవాళ రేడియోలో, టెలీవిజన్‌లో, సినిమాద్వారా (వార్తచిత్రాలు), ఇంటర్నెట్ ద్వారా ఇలా పలు విధాలా రాస్తున్నాం. చెప్తున్నాం. రాసే విధానం మారిందా? తిరగేసిన పిరమిడ్ విధానంలో కాకుండా మరే విధానంలోనైనా రాయవచ్చు. విపరీత మైన వేగం, క్షణ తక్షణతల కారణంగా పై విధానానికి ప్రత్యామ్నాయం ఉండాలా? భవిష్యత్తులో వార్తనెలా చెప్పాలి? అందరికీ చేరాలా? ఇవన్నీ ఆలోచనలే. పూర్తి ఆచరణకు - ఆచరణలుగా సాధ్యపడకపోవచ్చు. ఆలోచనలో ప్రశ్నలు ఉన్నాయి. అభిప్రాయాలు, భావనలూ ఉన్నాయి. వాటికి పొడిగింపుగా 'ఆచరణల్ని' ముందుకు తీసుకెళ్దాం. వాటిని చర్చించే ప్రయత్నం చేద్దాం. చర్చకోసం మరి కొన్ని పుస్తకాల్ని, పరిశోధనా పత్రాల్ని సంపాదించడం చేద్దాం. నెట్‌లో వెదుకుదాం. ఆయా రంగాల విషయ నిపుణుల్ని అడిగే ప్రయత్నం చేద్దాం. భాషనూ మరింతగా పరిశీలిద్దాం. పాఠ్యాంశంలో ప్రస్తావించిన వాటికి మించి మరెన్నో ఉదాహరణలు, ఉదంతాలు దొరకడం తప్పనిసరి. కొత్త విషయాలు, కొత్త పదాలు, కొత్త ప్రయోగాలూ తప్పకుండానే దొరుకుతాయి. మరికొన్ని కొత్త విషయాలు తెలుస్తాయి. అవి మనకు మన రచన ప్రక్రియలోనూ ఉపయోగపడతాయి. రచనకు గుణాత్మకతను కల్పిస్తాయి.

అభ్యాసం-1

తెలుగు భాష వికాసంలోనూ, వినియోగంలోనూ జరిగిన పరిణామాలను వివరించండి.

BRAOU

అభ్యాసం-2

నూతన పద సృష్టికి అనువాదాలు ఎలా తోడ్పడుతాయో చర్చించండి.

23.6 ముఖ్య విషయాలను గుర్తుంచుకుందాం

- ప్రసార మాధ్యమాల పరిధి విస్తరణ కారణంగా పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ అన్నీ మాధ్యమాల పరిధిలోకే వచ్చి చేరాయి.
- అచ్చు (ముద్రణ) యంత్రం వెలుగు చూడటంతో తెలుగు భాష వికాసానికి బాటలు పడ్డాయి. 19వ శతాబ్దంలో నెమ్మదిగా సాగిన తెలుగు భాషా పరిణామం 20వ శతాబ్దంలో ఊపందుకుంది.
- 1990ల్లో సమాచార విజ్ఞానం విస్ఫోటనంతో ప్రసార మాధ్యమాల ప్రాచుర్యం గణనీయంగా పెరిగింది. భాషా ప్రయోజన రంగాలు విస్తరించాయి. భాష ప్రజల్ని, ప్రయోజన రంగాల్ని నేరుగా చేరగలగడం భాషా వికాసానికి ఎంతగానో సహకరించింది.
- సాంకేతిక పరిజ్ఞానం క్రమేపీ పెరుగుతూ 20వ శతాబ్దం చివరికల్లా ఒక విప్లవంగా ప్రసార మాధ్యమాలను లోబరుచుకుంది. భాషను వాడుకునేవారు ప్రసార మాధ్యమాలలో 'భాగస్వామి'గా మారాడు.
- భాష వాడకం మాధ్యమాల వేగాన్ని, తక్షణ తత్వాన్ని అందుకొనే దిశగా పరుగులాంటి నడకతో ముందుకెళ్తోంది. అచ్చు విధానాలు, అక్షర కూర్పు, శాస్త్ర పరిశోధనలు, నిత్య వ్యవహారాలు, మానవ సంబంధాలు, వైద్య విషయాలు అన్నీ కూడా భాష వినియోగానికి వేదికలయ్యాయి. ఈ నేపథ్యంలో మాధ్యమం వారీగా విడదీసి భాష వాడకం ఇలా ఉందీ అని చెప్పడం సాధ్యపడదు. మాధ్యమాలన్నీ ఏకరూపత దిశగా వెళ్తున్న కారణంగానే ఈ పరిణామం.
- అభివృద్ధి చెందిన సమాజంలోని భాషలోని సంస్కృతినీ, శాస్త్ర విజ్ఞానాన్ని అభివృద్ధి చెందని భాష సమాజాలు తమ భాషలోకి తెచ్చుకోవాలనుకున్నప్పుడు, కొత్త భావాలనూ, కొత్త వస్తువులనూ తెలియజేసే పదాలను, పద బంధాలను అరువు తెచ్చుకోవడమో, తమ భాషలోనే కొత్తగా కల్పించుకోవడమో చేయడం వల్ల భాషల్లో పద సంపద పెరుగుతుంది.
- అనువాద విధానాన్ని బట్టి అనువాదాన్ని మూల విధేయానువాదమనీ, స్వేచ్ఛానువాదమనీ విభజిస్తారు. రెండు భాషలకు సంబంధించిన వ్యాకరణ సంప్రదాయాలు, మర్యాదలు, సంస్కృతీ విశేషాలు తెలియకపోతే అనువాదకుడు తన పనిని సమర్థంగా నిర్వర్తించలేడు.
- ప్రసార మాధ్యమాలలో ప్రస్తుతం అనువాదం ఒక అనివార్యమైన తక్షణ ప్రక్రియగా గుర్తించారు.
- చూడటం, వినడమే కాకుండా విశ్లేషించడం, తిరిగి మళ్ళీ మాట్లాడటం భాష వాడక ప్రసార మాధ్యమాలలో కనిపించే కొత్త లక్షణం. ప్రత్యక్ష ప్రసారాలకారణంగా ఈ స్థితి కొనసాగుతోంది.

BRAOU

- డిజిటల్ వేదికలు, హైస్పీడు కంప్యూటర్లు, ఇంటర్నెట్ యుగంలో 'భాషను' ఏ దిశగా తీసుకెళ్తాయో ఊహించి చెప్పడం సాధ్యపడదు. నెట్ ప్రపంచం భవిష్యత్తులో కొత్త అధ్యాయానికి తెరలేపనుంది.
- సాంకేతికంగా మెరుగైన లక్షణాలతో వస్తున్న ఉపకరణాలు రచన రూపాలను భవిష్యత్తులో ఎలా ఉంటాయో ఊహించి చెప్పడాన్ని నియంత్రిస్తున్నాయి.
- రచనా రూపాలు నమూనాలను స్థూలంగా మూడు రకాలుగా పేర్కొనవచ్చు. అవి : 1. విషయ ఆధారిత నమూనా 2. సాంకేతిక ఆధారిత నమూనా 3. రూపభేదాత్మక నమూనా. ఈ మూడు నమూనాల మధ్య ఒకదాని మీద ఒకటి ఆధారపడే సంబంధం ఉంది.

23.7 మాదిరి పరీక్షా ప్రశ్నలు

I. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. భవిష్యత్తు నమూనాల గురించి వివరించండి.
2. భాషా విస్తరణకు దోహదం చేసిన పరిణామాలని చర్చించండి.

II. ఈ కింది ప్రశ్నలకు ఒక్కొక్కదానికి 20 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

1. మీడియా చలన శీలత గురించి రాయండి.
2. విద్యార్థిలో రచనాసక్తిని, రచనలో నేర్పునీ సాధించడానికి కావలసిన అంశాల్ని పేర్కొనండి.

BRAOU

అభ్యాసాలకు జవాబులు

1. తెలుగు భాష వికాసంలోను, వినియోగంలోనూ ఎన్నో పరిణామాలు కనిపిస్తాయి. గ్రాంథిక భాష, వ్యావహారిక భాషా పదాలు ఈ పరిణామ క్రమంలో అంతర్భాగాలే. మరోవైపు మాండలికాలు ఉన్నాయి. మతాల వ్యాప్తిలో భాగంగా, శాసనాలలో సమాచారం నమోదు కోసం ఇలా పలు సందర్భాల అవసరాల కోసం భాషా రూపాంతరం చెందుతు వస్తోంది.

అచ్చుయంత్రం కనుగొనడంలో భాష రచనా రూపాలలో రావడం తెలుగు భాషా పరిణామ క్రమానికి తొలిబాటలు వేసింది. సినిమాలు, పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ప్రసార సాధనాలు భాషా వినియోగంలో గణనీయమైన మార్పుల్ని తెచ్చిపెట్టాయి. రాసేభాష, మాట్లాడేభాష కలసి నడుస్తూ చెప్పుకోదగ్గ మార్పుల్నే తెలుగు భాషకు కల్పించాయి. మాధ్యమాలకున్న విశిష్ట లక్షణాలు భాషను పెంచి పెద్ద చేశాయి. నిరంతరం ఆగకుండా భాషను అభివృద్ధి పరచడం మాధ్యమాల అభివృద్ధిలో అంతర్భాగం కూడా. 19వ శతాబ్దంలో అతినెమ్మదిగా సాగిన మార్పు 20వ శతాబ్దంలో ప్రసార మాధ్యమాలలో వాడే భాష సందర్భాల నుంచి గుణాత్మకమైన మార్పునే పొందగలిగాయి. సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వేగం పెరిగి భాషలోనూ వాడే విధానంలో త్వరితగతిన మార్పులు రావడం మొదలైంది. 1990ల్లో సమాచార విజ్ఞాన విస్ఫోటంలో విప్లవాత్మకమైన సౌలభ్యాలు భాషను చుట్టుముట్టాయి. 'ఇంటర్నెట్' కారణంగానే ఈ స్థితి లభించింది. వార్తలు, దైనందిన వ్యవహారాల కోసం ప్రసార మాధ్యమాల అవసరం పెరగడంలో భాషా మాధ్యమాలను ప్రభావితం చేయడం, భాషగా తానే ప్రభావితం కావడం కొనసాగుతూ వస్తోంది. భాషా ప్రయోజనాల పరిధి విస్తరించింది. రాష్ట్రాన్ని, దేశాన్ని దాటి అంతర్జాతీయంగాను తెలుగుభాష వెళ్లగలుగుతోంది. ఇతర భాషలలో సంబంధాల్ని ఏర్పరుచుకోగలిగింది. ఆయా భాషల నుంచి పదాల్ని, పదబంధాల్ని తనలోకి రానిస్తోంది. ఆహ్వానిస్తోంది, విలీనం చేసుకొంటోంది. తెలుగుభాష విస్తరణకు లభిస్తున్న తోడ్పాటు ఇది. భాషలో ప్రమాణాలు భావ వాహికగా రచన ప్రక్రియలో కొత్త భావనలు, కొత్త ప్రక్రియలు మార్పుల్ని వడివడిగా తెస్తున్నాయి. అనువాదాలు, అనుసరణలు అవసరాలు పెరిగాయి. పారిభాషిక పదాలు పెద్ద ఎత్తున తెలుగు భాషలో రావడం, వృత్తులు, వృత్తి నైపుణ్యాల ఆధారంగా పదకోశాలు రూపొందడం జరుగుతోంది. ప్రసార మాధ్యమాలలో భాష పరిణామ క్రమాన్ని అధ్యయనం చేయడం ఎంత అవసరమో అంతే అవసరం

భవిష్యత్తులో తెలుగు భాష, ముఖ్యంగా ప్రసార మాధ్యమాలలో ఉండబోతోందన్నది గుర్తించవలసిన అంశం. పత్రికలు, రేడియో, టీవీ, సినిమా, ఇంటర్నెట్ వంటి ప్రసార సాధనాలు 'మీడియా'లో అంతర్భాగంగా ఉన్నాయి. ఈ మాధ్యమాలలో 'రచన' తీరుతెన్నుల వర్తమానాన్ని గుర్తిస్తూ, భవిష్యత్తు అంచనా వేసే ప్రయత్నం చేస్తున్నాం. మీడియా రచన అవకాశాల్ని, పరిధుల్ని గుర్తించడానికి ఈ చర్య ఎంతగానో దోహదపడుతుంది.

2. ఒకప్పుడు అనువాదం అంటే మత గ్రంథాలు, సాహిత్య గ్రంథాల అనువాదం వరకే పరిమితమై ఉండేది. తరువాత కాలంలో సామాజిక శాస్త్ర సాంకేతిక విషయాల అనువాద యుగంలోకి ప్రవేశించాం. ప్రసార మాధ్యమాల వ్యాప్తి, విస్తృతి అనువాద అవసరాన్ని మరింత పెంచింది. అభివృద్ధి చెందిన సమాజంలోని భాషలోని సంస్కృతినీ, శాస్త్ర విజ్ఞానాన్నీ అభివృద్ధి చెందని భాష సమాజాలు తమ భాషలోకి తెచ్చుకోవాలనుకున్నప్పుడు, కొత్త భావాలనూ, కొత్త వస్తువులనూ తెలియజేసే పదాలనూ, పదబంధాలనూ అరువు తెచ్చుకోవడమో, తమ భాషలోనే కొత్తగా కల్పించుకోవడమో చేయడం వల్ల భాషలో పద సంపద పెరుగుతుంది. అర్థ సామర్థ్యమూ, వ్యక్తీకరణ సామర్థ్యమూ పెరుగుతాయి.

అంతర్జాలంలో (ఇంటర్నెట్) అంతకంతకూ పెరుగుతున్న ఈ జర్నల్సు, వెబ్‌సైట్లు, బ్లాగులు, తెలుగులో కొత్త పదజాలాన్ని, విశేష పదబంధాల్ని సమకూర్చేపనిలో నిత్యం తలమునకలై ఉన్నాయి. ప్రసార మాధ్యమ రంగంలో వస్తువు మార్పులు కమ్యూనికేషన్ వ్యవస్థలో సాంకేతికంగా వస్తువు మార్పులు అనువాద ప్రక్రియను మరింత సరళం, వేగవంతం చేసేందుకు తోడ్పడుతున్నాయి. ఈ నూతన సామాజిక సందర్భంలో భాష వ్యవహారంలో, శైలిలో వస్తువు మార్పులను గమనిస్తూ కొత్త పోకడలకు మనం ఆహ్వానం పలకడం తప్పనిసరి.

BRAOU

BRAOU

అసైన్‌మెంట్స్:

డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

కళల విభాగం

ఎం.ఎ: తెలుగు

రెండవ సంవత్సరం

పాఠ్యాంశం-10: మాధ్యమాల రచన

అభ్యాసం-1

Max. Marks-15

Min. Marks-06

భాగం-ఎ

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) కింది ప్రశ్నలలో ఒక ప్రశ్నకు 40 పంక్తుల్లో జవాబు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 10 మార్కులు

1. ప్రసార మాధ్యమాల కార్యక్రమ స్వభావాలను వివరించండి.
2. సంపాదకీయం వార్తాపత్రిక దృక్పథాన్ని చెప్పగలిగే రచన - అనే భావాన్ని సమర్థిస్తూ చర్చించండి.

BRAOU

భాగం-బి

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) కింది ప్రశ్నలలో ఒక ప్రశ్నకు 20 పంక్తుల్లో జవాబు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 5 మార్కులు

1. టెలివిజన్ రంగంలోని విశ్వసనీయత, నైతికత గురించి చర్చించండి.
2. 'వెబ్ పత్రిక'ను గురించి రాయండి.

అసైన్‌మెంట్స్:

డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

కళల విభాగం

ఎం.ఎ: తెలుగు

రెండవ సంవత్సరం

పాఠ్యాంశం-10: మాధ్యమాల రచన

అభ్యాసం-2

Max. Marks-15

Min. Marks-06

భాగం-ఎ

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) కింది ప్రశ్నలలో ఒక ప్రశ్నకు 40 పంక్తుల్లో జవాబు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 10 మార్కులు

1. భాష అధునీకరణకు దోహదం చేసిన పరిణామాలను చర్చించండి.
2. పత్రికా రచనలో 'ఫీచర్లు' ఏవిధంగా ఉపయోగకరమో చర్చించండి.

BRAOU

భాగం-బి

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) కింది ప్రశ్నలలో ఒక ప్రశ్నకు 20 పంక్తుల్లో జవాబు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 5 మార్కులు

1. చర్చ ఆధారిత వ్యాసాల గురించి రాయండి.
2. ఎనిమేషన్ చిత్రాల నిర్మాణాన్ని వివరించండి.

డా. బి.ఆర్. అంబేద్కర్ సార్వత్రిక విశ్వవిద్యాలయం

ఎం.ఏ ద్వితీయ సంవత్సరం
మొదటి వార్షిక పరీక్షలు
విషయం: తెలుగు

పాఠ్యాంశం-10: మాధ్యమాల రచన

నమూనా ప్రశ్నపత్రం

సమయం: 3 గం॥

Max. Marks-70
Min. Marks-28

విభాగం-ఎ

(మార్కులు: 4×10=40)

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) ఈ కింది ఎనిమిది ప్రశ్నల్లో ఏవైనా నాలుగింటికి ఒక్కొక్కదానికి 40 పంక్తుల్లో జవాబులు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 10 మార్కులు

1. మాధ్యమాల ప్రయోజనాలను వివరించండి.
2. పత్రికల ఆవిర్భావ వికాసాలను పేర్కొనండి.
3. సినిమారంగంలో వచ్చిన సాంకేతిక ప్రగతిని చర్చించండి.
4. ప్రత్యక్ష ప్రసారాల్లో ఎదురయ్యే ఇబ్బందులను తెల్పి, పరిష్కారాలను సూచించండి.
5. సాంకేతిక కారణాల వల్ల భాష ఎలాంటి మౌలికమైన మార్పులకు గురయిందో పేర్కొనండి.
6. డాక్యుమెంటరీల రచన నిర్మాణాలలో పాటించాల్సిన మెలకువలను తెల్పండి.
7. వాణిజ్య ప్రకటనల స్వరూప స్వభావాలను వివరించండి.
8. విద్యార్థిలో రచనాసక్తిని, రచనలో నేర్పుని సాధించడానికి తోడ్పడే అంశాల్ని పేర్కొనండి.

BRAOU

భాగం-బి

(మార్కులు 5×6=30)

విద్యార్థులకు సూచనలు:

ఎ) ఈ కింది వాటిలో ఏవైనా ఐదు ప్రశ్నలకు 20 పంక్తులలో జవాబులు రాయండి.

బి) ప్రతి ప్రశ్నకు 6 మార్కులు

9. వార్తారచన, వ్యాఖ్యానంలో ఏంకరింగ్ నైపుణ్యాలను వివరించండి.
10. స్వాతంత్ర్యానంతరం 1980 వరకు మాధ్యమాల విస్తరణ గురించి రాయండి.
11. ప్రసార మాధ్యమంగా 'వెబ్' సేవల్ని వివరించండి.
12. పత్రికా భాషలో [illegible]న క్రమపరిణామాన్ని సోదాహరణంగా వివరించండి.
13. రేడియోలో ప్ర[illegible] చేసే సాహిత్య ప్రక్రియల గురించి చర్చించండి.
14. డబ్బింగ్ సినిమా గురించి చర్చించండి.
15. వార్తలు చదవడంలో పాజింగ్, టైమింగ్, ఎంఫసిస్‌ల ప్రాధాన్యం ఏమిటి?
16. వెబ్ ఆవిర్భావాన్ని వివరించండి.
17. బ్లాగ్‌ను ఎలా నిర్వహించవచ్చు? చర్చించండి.
18. కేంద్ర సాహిత్య అకాడమీ సాహిత్య సేవను వివరించండి.

BRAOU

చదవవలసిన పుస్తకాలు

1. గోపాల్‌రెడ్డి. జి, గోవిందరాజు. చక్రధర్ – తెలుగు పత్రికలు ఆధునిక ధోరణులు (2005)
2. గోవిందరాజు. చక్రధర్ – తెలుగు పత్రికారంగం (2001)
3. చెన్నయ్య. జె. – తెలుగు దినపత్రికలు భాషా సాహిత్య స్వరూపం (2003)
4. నరసింహారెడ్డి. సి.వి. (సం) – ప్రసార మాధ్యమాల కోసం రాయడం - ప్రసార మాధ్యమాల పరిచయం (2003)
5. రమణ. కె.యస్. – దూరవిద్య ప్రాంతీయ భాషల అభివృద్ధి (1999)
6. రామచంద్ర. తిరుమల – తెలుగు పత్రికల సాహిత్య సేవ (1992)
7. రామచంద్రమూర్తి. కె. – వార్తారచన (2004)
8. రాధాకృష్ణ. బూదరాజు – జర్నలిజం పరిచయం (1996)
9. రాధాకృష్ణ. బూదరాజు – మంచి జర్నలిస్టు కావాలంటే ... (2000)
10. లక్ష్మణరెడ్డి. వి – తెలుగులో పత్రికా రచన (1988)
11. లక్ష్మణరెడ్డి. వి – తెలుగు జర్నలిజం అవతరణ - వికాసం
12. విశ్వేశ్వరరావు. నామాల – న్యూస్ రిపోర్టింగ్ (2006)
13. విశ్వేశ్వరరావు. నామాల – పత్రికా శైలి (2001)
14. విశ్వేశ్వరరావు. నామాల – పత్రికా భాష (2001)
15. విశ్వేశ్వరరావు. నామాల – న్యూస్ ఎడిటింగ్ (2003)
16. వెంకటేశ్వరరావు. పొత్తూరి – ఎలక్ట్రానిక్ మీడియా
17. వెంకటేశ్వరరావు. పొత్తూరి – ప్రసార మాధ్యమాల కోసం రాయడం - పత్రికలు, రచనా పద్ధతులు (1997)
18. వెంకటేశ్వరరావు. పొత్తూరి – నాటి పత్రికల మేటి విలువలు (2000)
19. వేణుగోపాల్. నాగసూరి – ఛానళ్ళ విస్తృతి, సీరియళ్ళ వికృతి (2006)
20. శేఖర్‌రెడ్డి. కట్టా (సం) – జర్నలిస్టు కరదీపిక (2006)
21. సూర్యమోహన్. పరకాల – పత్రికా రచయితల పదకోశం (1995)
22. సూర్యమోహన్. పరకాల (సం) – జర్నలిస్టుల పదకోశం (ఇంగ్లీషు-తెలుగు) (2001)
23. Harshad R. Trivedi – Mass Media and New Horizons - Impact of TV and Video on Urban Milieu
24. www.google.co.in
25. www.wikipedia.org
26. www.te.wikipedia.org
27. www.lekhini.org

BRAOU

BRAOU