



ഭാഷയും പ്രയോഗവും പ്രക്ഷേപണകലയിൽ

ഡോ. സി.വി. സാബുജി*



സംഗ്രഹം

ആധുനികതയുടെ ഉല്പന്നമായ 'റേഡിയോ (Radio) എന്ന കേൾവിമാധ്യമം സാമ്പ്രദായിക ആശയവിനിമയ പരിസരത്തെ മാത്രമല്ല മാറ്റിമറിച്ചത്. വ്യക്തിയുടെ ചിന്താപദ്ധതിയെയും സാംസ്കാരിക-വ്യവഹാരമണ്ഡലത്തെയും കമാനം അത് ഉടച്ചുവാർത്തു. ആകാശവാണി എന്ന പൊതുജനമധ്യമത്തെ മുൻനിർത്തി പ്രക്ഷേപണകലയിൽ ഭാഷയും പ്രയോഗവും എങ്ങനെ പ്രവർത്തിക്കുന്നു എന്ന് അടയാളപ്പെടുത്തുകയാണ് പ്രബന്ധം.

താക്കോൽ വാക്കുകൾ: റേഡിയോ, ആധുനികത, ശ്രവ്യമാധ്യമം, റേഡിയോഭാഷ, അനുൺസർ, അനുൺസ്മെന്റ്, ലൈവ് പരിപാടി, റെക്കോർഡിംഗ് പരിപാടി,

അച്ചടി, ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിൽനിന്നു ഭിന്നമായ ഒരു വിനിമയപാരമ്പര്യമാണ് കേൾവിയുടെ മാധ്യമമായ റേഡിയോ പിന്തുടരുന്നത്. അച്ചടിമാധ്യമങ്ങൾക്ക് നിഷ്പണ്ടവും ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾക്ക് കാഴ്ചയും ശരീരഭാഷയും ആശയവിനിമയത്തെ സാധൂകരിക്കുമ്പോൾ ശ്രവ്യമാധ്യമത്തിന് ആഖ്യാനം മാത്രമാണ് സംവേദനമാർഗ്ഗം. പ്രക്ഷേപണത്തിലെ ഭാഷാരീതിയും പ്രയോഗതലവും വിശദമായി പരിശോധിക്കുകയാണ് ഈ പ്രബന്ധത്തിൽ.

റേഡിയോഭാഷ

അച്ചടി, ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നു വ്യത്യസ്തമായി കേൾവിയുടെ ഭാഷയാണ് റേഡിയോഭാഷ. "ഓരോ വാക്കും സംസാരിക്കുന്നു എന്നത് റേഡിയോഭാഷയുടെ പ്രത്യേകതയാണ്" (കെ.എ. ബീന, 2013:76). ശ്രോതാവിന് ഒരു തവണമാത്രം പറഞ്ഞുകൊടുക്കുന്ന രീതിയാണ് റേഡിയോ മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്നത്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഒരു പ്രാവശ്യം കേട്ടാൽ വിഷയത്തെക്കുറിച്ച് കൃത്യമായ ആശയവിനിമയം സാധ്യമാകുന്ന തരത്തിലായിരിക്കണം പ്രക്ഷേപണകലയ്ക്കുവേണ്ടിയുള്ള ഭാഷ തയ്യാറാക്കാൻ. "റേഡിയോ പ്രഭാഷണം കേട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ശ്രോതാവിന് നിഷ്പണ്ടവിനെ ആശ്രയിക്കേണ്ടതായി വരുന്ന

* എച്ച്.എസ്.റ്റി. മലയാളം, ഗവ. ഹൈസ്കൂൾ, അടിമാലി, ഇടുക്കി, കേരള - 685 561
Mob: 8281251857, Email: cvsabuji@gmail.com

ഒരവസ്ഥ ദയനീയമാണ് " (എം.കെ. ശിവശങ്കരൻ 2011:51). അത്തരമൊരു അവസ്ഥ ശ്രോതാവിന് നേരിടേണ്ടി വരുന്നത് ആ പരിപാടിയുടെ പരാജയത്തെയാണ് കാണിക്കുന്നത്. ലളിതമായ ഭാഷയാണ് അഭികാമ്യം. ഭാഷയെ ശബ്ദരൂപമാക്കുമ്പോൾ വാക്കുകൾ പരമാവധി ചെറുതാക്കി ആശയം പൂർണ്ണമായും മനസ്സിലാക്കുന്ന വിധത്തിലായിരിക്കണം സ്ക്രിപ്റ്റ് (വിവരണം) തയ്യാറാക്കാൻ. സാങ്കേതിക പദങ്ങളോ ശാസ്ത്രീയപദങ്ങളോ ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ പൂർണ്ണമായും അർത്ഥം കേൾ വികാരമനുഭവിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ലക്ഷ്യമുള്ള ഭാഷയും, ദേശ-ഗോത്ര ഭേദത്താൽ ഉച്ചരിക്കപ്പെടുന്ന ഭാഷാവ്യതിയാനങ്ങളും ചേർന്നതാണ് പ്രക്ഷേപണഭാഷയെന്ന് പ്രക്ഷേപണ വിദഗ്ദ്ധനായ കെ.എ. മുരളീധരൻ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു (2020:68). ഭാഷയും ഭാഷാമാറ്റങ്ങളും ചേർന്ന വിനിമയസങ്കേതത്തെ പ്രക്ഷേപണ കലയായി വാർത്തെടുക്കുമ്പോൾ ലക്ഷ്യം ശ്രോതാക്കൾ മാത്രമാണ് എന്ന തിരിച്ചറിവ് പ്രക്ഷേപകർക്കുണ്ടായിരിക്കണം. വായനയുടെ ഭാഷയിൽനിന്ന് കേൾവിയുടെ ഭാഷയിലേക്ക് ഭാഷയെ മാറ്റിയെടുക്കേണ്ടതുണ്ട്.

"ദാ എന്റെ കയ്യിൽ ഇത്രയും പണമേയുള്ളൂ".....

പ്രസ്തുതവാക്കുകൾ റേഡിയോയിൽ കൂടി കേൾക്കുന്ന ശ്രോതാക്കൾക്ക് വ്യക്തമാകില്ല. അതിനാൽ ഇവിടെ സംവേദനം സാധ്യമാകാതെ വരുന്നു.

എന്നാൽ "എന്റെ കൈയ്യിൽ ആയിരം രൂപയുണ്ട്".....

എന്നു പറയുമ്പോൾ സംവേദനം പൂർണ്ണമാകുന്നു. സംശയങ്ങൾക്കിടവരുത്താതെ ആശയങ്ങളെ രേഖപ്പെടുത്താൻ പ്രക്ഷേപണഭാഷയ്ക്കു കഴിഞ്ഞിരിക്കണം.

ഭാഷാപ്രയോഗം

പ്രക്ഷേപണകലയിൽ ഭാഷയുടെ പ്രകടനരൂപമായ ശബ്ദത്തെ എങ്ങനെ കൈകാര്യം ചെയ്യണം എന്നത് വളരെ പ്രധാനമാണ്. "ലളിതമായ ഭാഷയും സരളമായ അവതരണവും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടും" (എം. കെ. ശിവശങ്കരൻ 2011: 53). പ്രക്ഷേപണകലയിൽ ഭാഷ (ശബ്ദം) ഉപയോഗിക്കുന്നവർ പ്രധാനമായും മൂന്ന് വിഭാഗക്കാരാണ്.

1. അനുൺസർ
2. പ്രക്ഷേപകർ
3. വിഷയവിദഗ്ദ്ധർ ഇവ വിശദമായി പരിശോധിക്കാം.

അനുൺസറും അനുൺസ്മെന്റും

അനുൺസ്മെന്റ് (announcers) എന്നാൽ പ്രഖ്യാപകർ, വിളിച്ചുപറയുന്നവർ, പ്രസ്ഥാപകർ, വിളംബരം ചെയ്യുന്നവർ, അവതാരകർ, പരസ്യപ്പെടുത്തുന്നവർ, അറിയിക്കുന്നവർ എന്നൊക്കെയാണ് അർത്ഥം കല്പിക്കുന്നത് (ഇ.പി. നാരായണഭട്ടതിരി 2016:362). പ്രക്ഷേപണസമയത്ത് പരിപാടികളെ മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോകുന്നത് അനുൺസറാണ്. ശ്രോതാക്കളുമായി നിരന്തരം സംസാരിക്കുന്നതും അനുൺസർമാരാണ്. നിലയത്തെ ശ്രോതാക്കളുമായി കൂട്ടിയിണക്കുന്ന കണ്ണിയാണ് അനുൺസർ. "ഓരോ പരിപാടികളെപ്പറ്റിയും സദസ്യരെ പറഞ്ഞു മനസ്സിലാക്കി അവരുടെ ശ്രദ്ധ ആകർഷിക്കുന്ന അവതാരകരെപ്പോലെയാണ് റേഡിയോ പ്രഖ്യാപകർ" (നാഗവള്ളി, 1982:27). പറഞ്ഞ വാക്കുകൾ തിരിച്ചെടുക്കാൻ കഴിയാത്തതിനാൽ ഏറെ ശ്രദ്ധയോടെയും ജാഗ്രതയോടെയും ചെയ്യേണ്ട പ്രവർത്തനമാണ് അനുൺ സ്മെന്റ്. വാർത്താവായനക്കാരും അനുൺസറുടെ തലത്തിലാണ് നിലകൊള്ളുന്നത്.

'അനുൺസ്മെന്റ് (announcement) എന്നാൽ അറിയിപ്പ്, അറിവ് കൊടുക്കൽ എന്നൊക്കെയാണ് അർത്ഥം കല്പിക്കുന്നത് (ടി. രാമലിംഗപിള്ള, 1983:43). പ്രക്ഷേപണത്തിലെ ചാലകശക്തികളാണ് അനുൺസറും അനുൺസ്മെന്റും. തയ്യാറാക്കിവെച്ചതോ, (produced programme) നേരിട്ടുള്ളതോ (live programme) ആയ പരിപാടികൾ കൃഷ്ണിറ്റം ഡി.പി. ഷീറ്റും പരിശോധിച്ചാണ് അനുൺസർ അനുൺസ്മെന്റ് നടത്തുന്നത്. ഒരു അനുൺസർ അനുൺസ്മെന്റിൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ചുവടെ ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

1. ഉച്ചാരണം 2. ശബ്ദനിയന്ത്രണം 3. ശബ്ദഭാഗി 4. സ്വാഭാവികത 5. ഭാഷണശൈലി
6. യുക്തിബോധം 7. വ്യക്തിത്വം 8. ലാളിത്യം 9. സ്വതന്ത്രമനസ്സ് 10. ഭാഷാവിവേചനശേഷി - ഇവ വിശദമായി പരിശോധിക്കാം.

ഉച്ചാരണം

റേഡിയോ അനുബന്ധമെന്റ് ഒരു കലയാണ്. അനുബന്ധരുടെ ഉച്ചാരണം മാതൃകാപരമായിരിക്കണം. ശ്രോതാക്കൾ അനുബന്ധരുടെ ഉച്ചാരണത്തെ ആധികാരികമായി ഉൾക്കൊള്ളുന്നവരാണ്. മലയാളം മാതൃഭാഷയായതിനാൽ ഉച്ചാരണവൈകല്യം ന്യായീകരിക്കാൻ കഴിയില്ല. "മാതൃഭാഷയായതുകൊണ്ട് ശരിയായി ഉച്ചരിക്കാമെന്ന വിശ്വാസത്തോടെ മൈക്കിനുമുമ്പിലെത്തുന്ന അനുബന്ധർമാരിൽ പലരും സാധാരണ വാക്കുകൾപോലും തെറ്റായി ഉച്ചരിക്കുന്നു" (നാഗവള്ളി 1982:30). ഉച്ചാരണത്തിൽ വേണ്ടത്ര ശിക്ഷണം ലഭിക്കുകയും ശ്രാവ്യവായന പരിശീലിക്കുകയും ചെയ്താൽ ഉച്ചാരണവൈകല്യത്തെ മറികടക്കാൻ കഴിയും. അതിവരും, ഘോഷം എന്നീ ദൃശ്യക്ഷരങ്ങളിലെ കണ്ഠ്യം, താലവ്യം, മൂർദ്ധന്യം, ദന്ത്യം, ഓഷ്ഠ്യം, ഊഷ്മാക്കൾ എന്നിവ അനുബന്ധരുടെ ഉച്ചാരണത്തിൽ ആശയക്കുഴപ്പം സൃഷ്ടിക്കാം. ഇത്തരം അക്ഷരങ്ങൾ കൃത്യമായി ഉച്ചരിച്ചില്ലെങ്കിൽ അർത്ഥവ്യത്യാസം തന്നെ വന്നേക്കാം.

വിദ്യാർത്ഥി - വിദ്യാർത്ഥിയും, അധ്യാപകൻ - അദ്ധ്യാപകനും, വിദ്യാഭ്യാസം - വിദ്യാഭ്യാസം, ശ്രോതാവ് - സ്രോതാവും ആയി മാറിയാൽ അനുബന്ധരുടെ കഴിവുകേടായും അശ്രദ്ധയായും വിലയിരുത്തും. അനുബന്ധ മെന്റീനുള്ള കാര്യങ്ങൾ എഴുതിയയ്ക്കാൻ, അനുബന്ധ മെന്റീനുമുമ്പ് മനസ്സിലാക്കി വായിച്ചാൽ വളരെ രസകരമായി അനുബന്ധമെന്റ് നടത്താം.

ഭാഷാശ്രദ്ധയാണ് നല്ല ഉച്ചാരണത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ പ്രഖ്യാപകരെ പ്രക്ഷേപണകലയിലേക്ക് തെരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾതന്നെ ശബ്ദപരിശോധന (audition) നടത്താറുണ്ട്. തെരഞ്ഞെടുപ്പിനുശേഷം പ്രത്യേക പരിശീലനവും നൽകിവരുന്നു. ഇനി അനുബന്ധർ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട ചില വാക്കുകളും അതിന്റെ ശരിയായ ഉച്ചാരണവും ശ്രദ്ധകൊടുക്കേണ്ട അക്ഷരങ്ങളും താഴെ കൊടുത്തിരിക്കുന്നു.

തെറ്റ്	ശരി	ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട അക്ഷരം
വിദ്യാഭ്യാസം	വിദ്യാഭ്യാസം	ഭ
അദ്ധ്യാപകൻ	അധ്യാപകൻ	ധ
സ്രോതാവ്	ശ്രോതാവ്	ശ
ബാരതം	ഭാരതം	ഭ
പടനം	പാഠനം	ഠ
അമിതി	അതിമി	തി
അധവ	അഥവ	ഥ
അനാസ്ത	അനാസ്ഥ	ഥ
അനുഗ്രഹം	അനുഗ്രഹം	ഗ
അനുഷ്ഠാനം	അനുഷ്ഠാനം	ഠ
അവദി	അവധി	ധ
അവസ്ത	അവസ്ഥ	ധ
ആഖാതം	അഘാതം	ഘ

ഐച്ചികം	ഐച്ചികം	ച്ച
പരുപാടി	പരിപാടി	ര (രി)
കലാവസ്തു	കലാവസ്ഥ	ഥ
പ്രക്ഷേപണം	പ്രക്ഷേപണം	ക്ഷ
സായാനം	സായാഹ്നം	ഹ
ക്രോടീകരിക്കുക	ക്രോഡീകരിക്കുക	ഡ
ഭരണകടന	ഭരണഘടന	ഘർ
കടം	ഘടം (വാദ്യം)	ഘ
ശബ്ദലേഖനം	ശബ്ദലേഖനം	ഖ
ഉത്ഘാടനം	ഉദ്ഘാടനം	ദ
വിഭാകം	വിഭാഗം	ഗ
ഉപബോക്താവ്	ഉപഭോക്താവ്	ഭ
മഗിള	മഹിള	ഹ
ബംഗി	ഭംഗി	ഭ

അനൗൺസ്മെന്റിന്റെ അടിസ്ഥാനം ഉച്ചാരണശേഷിയാണ്. അതു നഷ്ടപ്പെട്ടാൽ പ്രക്ഷേപണം തന്നെ പരാജയമായി മാറാം.

ശബ്ദനിയന്ത്രണം

ശബ്ദത്തെ നിയന്ത്രിച്ച് അനൗൺസ് മെന്റ് നടത്തിയാൽ ശ്രോതാക്കളിൽ ആശയങ്ങൾ വളരെ വേഗം സംവേദനം ചെയ്യപ്പെടും. പറയേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ഒറ്റ ശ്വാസത്തിൽ പറഞ്ഞുതീർത്താൽ അനൗൺസർ എന്താണുദ്ദേശിച്ചതെന്ന് ശ്രോതാക്കൾക്കു മനസ്സിലാവില്ല. വാക്കുകൾ സ്വാഭാവികമായ അകലം പാലിച്ചുകൊണ്ട് അക്ഷരങ്ങൾ കൃത്യമായി മനസ്സിലാക്കി ദീർഘ, ഹ്രസ്വസ്വരങ്ങൾക്ക് വേണ്ട ഊന്നൽ നൽകിവേണം അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്തുവാൻ.

ശബ്ദഭംഗി

അനൗൺസ്മെന്റിലെ ശബ്ദഭംഗി ഒരു അനുഗ്രഹം തന്നെയാണ്. പക്ഷേ പ്രക്ഷേപണകലയ്ക്ക് അനുയോജ്യമായ ശബ്ദം അനൗൺസർക്ക് ഈ മേഖലയിൽ കൂടുതൽ സാധ്യതകൾ നൽകുന്നു. ധാരാളം ആരാധകരെ ശബ്ദഭംഗികൊണ്ട് നേടാനും ശ്രോതാക്കളെ പരിപാടികളിലേക്ക് ആകർഷിക്കാനും കഴിയുന്നു. എന്നാൽ കേൾക്കാൻ ഇമ്പമുള്ള ശബ്ദമുണ്ടായതുകൊണ്ടുമാത്രം കാര്യമില്ല, അത് ഭംഗിയായി അവതരിപ്പിക്കാനും കഴിയണം. അനുയോജ്യമായ ശബ്ദമുണ്ടെങ്കിൽ നിരന്തരപരിശീലനത്തിലൂടെ മികച്ച പ്രക്ഷേപകനാകാം.

സ്വാഭാവികത

അനൗൺസ്മെന്റിൽ കൃത്രിമത്വം നിറഞ്ഞ ഭാഷാപ്രയോഗം അഭികാമ്യമല്ല. "ഏച്ചുകെട്ടിയാൽ മുഴച്ചിരിക്കും" എന്നതുപോലെ കേൾ വിക്കാർക്ക് അരോചകമായിരിക്കും അത്. സ്വാഭാവികശബ്ദമാണ് അനൗൺസർക്ക് അനൗൺസ്മെന്റിൽ വേണ്ടത്. സ്വാഭാവികത വ്യക്തിത്വത്തെ നിലനിർത്തും. എഴുതി തയ്യാറാക്കിയ അനൗൺസ്മെന്റ് നോക്കി വായിക്കുന്ന പ്രതീതി ജനിപ്പിക്കാതെ, ഗൗരവം വെടിഞ്ഞ് തികച്ചും സ്വാഭാവികമായി വായിച്ചാൽ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടും. പുരുഷശബ്ദം മുഴക്കമുള്ള ശബ്ദമാകണമെന്ന് വാശിപിടിച്ച ശബ്ദത്തെ കൃത്രിമമായി കടുപ്പിച്ചാൽ അനൗൺസ്മെന്റ് പരാജയമാകും. സ്വാഭാവികത എന്നും നിലനിൽക്കുന്നതാണ്.

ഭാഷണശൈലി

ശ്രോതാക്കളെ ആകർഷിക്കുന്ന ഭാഷണശൈലിയായിരിക്കണം അനൗൺസറുടേത്. വിരസത തോന്നുന്ന ആഖ്യാനം റേഡിയോ ഓഫ് ചെയ്യാൻ ശ്രോതാക്കളെ പ്രേരിപ്പിക്കും. എന്നാൽ ആകർഷകമായി അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്തുന്ന അനൗൺസറുടെ പരിപാടികൾ മുടങ്ങാതെ ശ്രോതാക്കൾ കേൾക്കും. ശബ്ദസൗകര്യം, സ്വാഭാവിക സൗഹൃദഭാവം എന്നിവ ആകർഷണമായ ഭാഷണശൈലിക്ക് പിൻബലമായി നിൽക്കുന്നു.

യുക്തിബോധം

മികച്ച ശബ്ദവും അവതരണവും ഉണ്ടെങ്കിലും യുക്തിബോധം അനൗൺസറിൽ ഇല്ലെങ്കിൽ പ്രക്ഷേപണത്തിൽ തടസ്സം നേരിടാം. ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിലെ കമ്പ്യൂട്ടറിൽ കൃഷ്ണീറ്റം ഡി.പി. ഷീറ്റം പരിശോധിച്ച് പരിപാടികൾ ക്രമീകരിച്ച് പ്രക്ഷേപണം നടത്തുമ്പോൾ വൈദ്യുതിനിലച്ചാൽ ഉടൻ തന്നെ നിയന്ത്രണാലയവുമായി ബന്ധപ്പെടാനും, പ്രക്ഷേപണത്തിനായി തെരഞ്ഞെടുത്ത കമ്പ്യൂട്ടറിന്റെ പ്രവർത്തനം നിലച്ചുപോയാൽ മറ്റ് കമ്പ്യൂട്ടറിൽ നിന്ന് ഫില്ലർ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുവാനുള്ള യുക്തിബോധം അനൗൺസർക്കുണ്ടായിരിക്കണം. തുടർന്ന് പ്രക്ഷേപണത്തിൽ തടസ്സം നേരിട്ടതിൽ ചേദം പ്രകടിപ്പിക്കുവാനും കഴിയണം. പ്രക്ഷേപണം നടക്കുന്ന പരിപാടി ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിൽ സ്ഥാപിച്ചിരിക്കുന്ന ശബ്ദപേടകത്തിൽ നിന്ന് അനൗൺസർക്കു കേൾക്കുവാൻ സൗകര്യമുള്ളതിനാൽ പരിപാടിക്കിടയിൽ ശബ്ദവ്യതിയാനം സംഭവിച്ചാൽ കൺസോളിലെ ഫെഡർ അനുയോജ്യമായ രീതിയിൽ ക്രമീകരിച്ച് പ്രക്ഷേപണം സുഗമമായി മുന്നോട്ടുകൊണ്ടുപോകുവാൻ സാധിക്കണം. പ്രക്ഷേപണ സമയത്ത് ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിൽ അനൗൺസർ മാത്രമുള്ളതിനാൽ യുക്തിബോധത്തോടെ കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ കഴിവുണ്ടായിരിക്കണം.

വ്യക്തിത്വം

വ്യക്തിത്വം ഉള്ളവരായിരിക്കണം അനൗൺസർ. അനൗൺസറെ വ്യത്യസ്തരാക്കുന്നതും വ്യക്തിവൈശിഷ്ട്യംതന്നെ. ശബ്ദം, അവതരണം, ആഖ്യാന ശൈലി എന്നിവ അനൗൺസറുടെ വ്യക്തിത്വത്തെ കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്തുന്നു. ശ്രോതാക്കളുടെ മനസ്സിൽ സ്ഥാനം പിടിക്കാൻ വ്യക്തിത്വം ഏറെ സഹായിക്കുന്നു.

ലാളിത്യം

സൗഹൃദപരമായി ലാളിത്യം നിറഞ്ഞ ആഖ്യാനം ശ്രോതാക്കളെ പരിപാടികളിലേക്ക് ആകർഷിക്കും. ധാർഷ്ട്യം നിറഞ്ഞ സ്വരത്താൽ അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്തുന്ന അനൗൺസർക്ക് പ്രക്ഷേപണകലയിൽ ചുവടുറപ്പിക്കാൻ കഴിയില്ല.

സ്വതന്ത്രമനസ്സ്

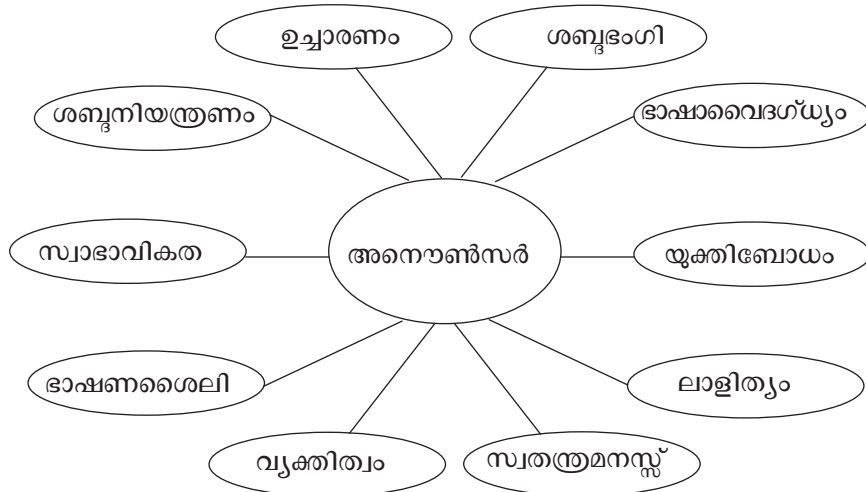
അങ്ങേയറ്റം സ്വതന്ത്രമനസ്സോടെ ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിലെ മൈക്രോ ഫോണിന് മുമ്പിൽ ഇരുന്നെങ്കിൽ മാത്രമെ വിജയകരമായി അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്താൻ കഴിയൂ. വ്യക്തികൾ എന്ന നിലയിൽ മാനസികമായി പ്രശ്നങ്ങൾ ഉണ്ടാവാം. എന്നാൽ അത് അനൗൺസ്മെന്റിന് തടസ്സമാവരുത്. മാനസികസമ്മർദ്ദങ്ങൾ ഉച്ചാരണത്തിൽ പ്രകടമാവുകയും ഉയർന്ന സ്വീകരണശേഷിയുള്ള മൈക്രോഫോണുകൾ അത് ഒപ്പിയെടുക്കുകയും അനൗൺസ്മെന്റ് പരാജയപ്പെടുകയും ചെയ്യും. അതുകൊണ്ട് സ്വതന്ത്രമനസ്സോടെയായിരിക്കണം ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിലേക്ക് കയറാൻ. പ്രക്ഷേപണസമയത്തിന് വളരെ മുമ്പ് ട്രാൻസ്ലിഷൻ ബുത്തിലെത്തുകയും കൃഷ്ണീറ്റം, ഡി.പി. ഷീറ്റം പരിശോധിച്ച് കമ്പ്യൂട്ടറിൽ പരിപാടികൾ തയ്യാറാക്കി വച്ചാൽ സമ്മർദ്ദങ്ങളില്ലാതെ അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്താൻ കഴിയും.

ഭാഷാഭൈദഗ്ധ്യം

ഒന്നിലധികം ഭാഷകൾ കൈകാര്യം ചെയ്യാനുള്ള കഴിവ് അനുൺസർക്കുണ്ടായിരിക്കണം. ഭാഷാഭൈദഗ്ധ്യം ഉള്ള അനുൺസർക്ക് അനുൺസ്മെന്റിൽ ശോഭിക്കാൻ കഴിയും. മാതൃഭാഷ കൂടാതെ മറ്റ് ഭാഷകൾ പ്രയോഗിക്കേണ്ടിവന്നേക്കാം. ലൈവ് ഫോൺഇൻ പരിപാടിയിൽ മറ്റു ഭാഷകൾ സംസാരിക്കുന്ന ശ്രോതാക്കൾ വിളിച്ചാൽ അനുൺസർ മറുപടി പറഞ്ഞ് പരിപാടി മുമ്പോട്ട് കൊണ്ടുപോകേണ്ടതുണ്ട്.

ഒരു നിലയത്തിന്റെ പ്രതിനിധിയായി നിൽക്കുന്ന അനുൺസർ എന്തു കൊണ്ടും ഒരു മാതൃകയായിരിക്കണം. ഓരോ നിലയങ്ങളും ഒന്നോ രണ്ടോ വർഷം കൂടുമ്പോൾ താൽക്കാലിക ശബ്ദകലാകാരന്മാരുടെ പാനൽ തയ്യാറാക്കാറുണ്ട്. എഴുത്ത് പരീക്ഷ, ശബ്ദപരിശോധന, അഭിമുഖം എന്നിവ നടത്തിയാണ് പാനൽ തയ്യാറാക്കുന്നത്. അനുൺസ്മെന്റ്, നിർമ്മാണം എന്നിവയിലാണ് ഇവർ പ്രവർത്തിക്കുന്നത്. ഓരോ നിലയത്തിനകിഴിലും 30 ൽ കുറയാത്ത താൽക്കാലിക കലാകാരന്മാർ പ്രക്ഷേപണകലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുനിൽക്കുന്നു.

പ്രക്ഷേപണകലയിൽ അനുൺസർക്കുണ്ടായിരിക്കേണ്ട ഗുണങ്ങളുടെ രേഖീയ മാതൃക ചുവടെ ചേർക്കുന്നു.



പറയുക, കേൾക്കുക എന്ന കേവല പ്രക്രിയകൾക്ക് അപ്പുറം ശബ്ദത്തിന്റെ സൗന്ദര്യബോധത്തെ തിരിച്ചറിഞ്ഞുകൊണ്ട് പൊതുമണ്ഡലത്തിന്റെ സാംസ്കാരിക ഭൂമികയിൽ റേഡിയോ എങ്ങനെയാണ് ചലനം സൃഷ്ടിക്കുന്നതെന്നു കൃത്യമായി അടയാളപ്പെടുത്താൻ പ്രക്ഷേപണകലയുടെ ഉള്ളിലേക്ക് ആഴ്ന്നുനോക്കേണ്ടതുണ്ട്. ശബ്ദത്തിന്റെ രൂപഭാവങ്ങൾ വിഭവങ്ങളായി ശ്രോതാക്കളിൽ എത്തുമ്പോൾ പ്രക്ഷേപണകല പൂർണ്ണമാകുന്നില്ല. അതിന് വിജയകരമായ സംവേദനശേഷി കൈവരിക്കാൻ കഴിഞ്ഞെങ്കിൽ മാത്രമേ പൂർണ്ണമാകൂ.

കുറിപ്പുകൾ

1. കൃഷിറ്റ്: കൃഷിറ്റ് എന്നാൽ സൂചനച്ചാർട്ടാണ്. നിലയം (radio station) ഒരു ദിവസം പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യേണ്ട പരിപാടികളെക്കുറിച്ചുള്ള പൂർണ്ണവിവരങ്ങളാണ് കൃഷിറിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്. പരിപാടികളുടെ പേര്, സമയദൈർഘ്യം, നിർവ്വഹണ വിവരങ്ങൾ, പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യേണ്ട സമയം എന്നിവ കൃത്യമായി സൂചനച്ചാർട്ടിൽ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നു. പ്രഭാത-മദ്ധ്യാഹ്ന, സായാഹ്ന പ്രക്ഷേപണങ്ങൾ പ്രത്യേകം തിരിച്ചുകൊണ്ടാണ് സൂചനച്ചാർട്ട് തയ്യാറാക്കുന്നത്.
2. ഡി.പി. ഷിറ്റ്: ഡി.പി ഷിറ്റ് എന്നാൽ ദിവസപരിപാടികളുടെ ചാർട്ടാണ്. എന്നാൽ പരിപാടി കളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ അല്ല ഡി.പി ഷിറിൽ രേഖപ്പെടുത്തുന്നത്. പരിപാടികൾക്കിടയിൽ

പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യേണ്ട പരസ്യങ്ങളുടെ വിവരങ്ങളാണ് കൊടുക്കുന്നത്. നിലയത്തിൽ പരസ്യ പരിപാടികൾക്കുവേണ്ടി ഒരു വിഭാഗം തന്നെയുണ്ട്. ഇത് വാണിജ്യപ്രക്ഷേപണകേന്ദ്രമായി നിലയത്തോട് ചേർന്നുനിൽക്കുന്നു. ഓരോ സെക്കന്റിലും നിശ്ചിത തുക പരസ്യകമ്പനിയിൽ നിന്ന് ഈടാക്കിയാണ് പരസ്യങ്ങൾ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്നത്. ശ്രോതാക്കൾ കൂടുതൽ കേൾക്കുന്ന പരിപാടികൾക്കിടയിൽ പരസ്യം പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യണമെങ്കിൽ സെക്കന്റിന് കൂടുതൽ തുക നൽകേണ്ടി വരും. ഇവ കൂടാതെ സ്പോൺസർഷിപ്പ് (ചില പരിപാടികൾക്ക് പരസ്യകമ്പനിക്കാർ പ്രത്യേക തുക നൽകി പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്ന രീതി) പരിപാടികളുടെ വിവരങ്ങളും ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്നു. പരസ്യവിവരം, സമയദൈർഘ്യം ഏത് പരിപാടിക്കിടയിലാണ് പരസ്യം പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യേണ്ടത് തുടങ്ങിയവ കൃത്യമായി ചാർട്ടിൽ രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. അനൗൺസർ ഏറെ ശ്രദ്ധയോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ട ഒന്നാണ് ഡി.പി ഷീറ്റ്.

3. ഫില്ലർ: പ്രക്ഷേപണത്തിൽ ഫില്ലർ ഉപയോഗം ശുന്യത നികത്തുക എന്ന അർത്ഥത്തിലാണ് പ്രയോഗിക്കുന്നത്. പ്രക്ഷേപണസമയത്ത് തടസ്സം നേരിട്ടാൽ ഉടൻതന്നെ തയ്യാറാക്കി വെച്ചിരിക്കുന്ന വാദ്യോപകരണസംഗീതങ്ങൾ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്ത് പ്രശ്നം പരിഹരിക്കുന്ന രീതിയാണിത്.
4. കൺസോൾ: ട്രാൻസ്ലിഷൻബുത്തിൽ സ്ഥാപിച്ചിരിക്കുന്ന ഇലക്ട്രോണിക്സ് മിക്സിങ്ങ് ഡെസ്കാണ് കൺസോൾ. മൈക്രോഫോണും കമ്പ്യൂട്ടറും കൺസോളുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നു. ട്രാൻസ്ലിഷൻബുത്തിലെ പ്രധാന ഉപകരണം കൺസോളാണ്. കൺസോൾ ഓൺ ചെയ്തെങ്കിലെ പ്രക്ഷേപണം തുടങ്ങാൻ കഴിയും.
5. ഫെഡർ: കൺസോളിലെ ഓൺ, ഓഫ് സംവിധാനമാണ് ഫെഡർ. അനൗൺസർക്ക് മൈക്രോഫോണിലൂടെ അനൗൺസ്മെന്റ് നടത്തുന്നതിനും കമ്പ്യൂട്ടർവഴി പരിപാടികൾ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്നതിനും കൺസോളിലെ ഫെഡർ ഓൺ ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. മൈക്രോഫോണുകൾ, പരിപാടികൾ സൂക്ഷിച്ചിരിക്കുന്ന കമ്പ്യൂട്ടർ, നിയന്ത്രണാലയവുമായി ബന്ധപ്പെടാനുള്ള സംവിധാനം തുടങ്ങിയവ കൺസോളുമായി ബന്ധിപ്പിച്ചിരിക്കുന്നതിനാൽ പ്രസ്തുത ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ചുള്ള ഫെഡറുകൾ കൺസോളിൽ ഉണ്ടായിരിക്കും. പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്ന പരിപാടികളുടെ ശബ്ദക്രമീകരണം നടത്തുന്നതും ഫെഡർ മുഖേനയാണ്.

സഹായക ഗ്രന്ഥങ്ങൾ

അജു നാരായണൻ കെ., 2016, സിനിമ മുതൽ സിനിമ വരെ. ചലച്ചിത്ര സംസ്കാരപഠനങ്ങൾ, നാഷണൽ ബുക്ക്സ്റ്റാൾ, കോട്ടയം.

അജിത് കുമാർ എ.എസ്., 1999, കേൾക്കാത്ത ശബ്ദങ്ങൾ: പാട്ട് ശരീരം ജാതി, അദർ ബുക്സ്, കോട്ടയം.

അനിൽ കെ.എം (എഡി.), 2017, സംസ്കാര നിർമ്മിതി, പ്രോഗ്രസ് പബ്ലിക്കേഷൻസ്, കോഴിക്കോട്.

അശ്വതി തിരുനാൾ ഗൌരിലക്ഷ്മിഭായി, 2012, കേരള സംസ്കാരം: ഒരു തിരനോട്ടം, മാതൃഭൂമി ബുക്സ്, കോഴിക്കോട്.

ആനന്ദൻ കെ.എൻ., 2003, ഭാഷാശാസ്ത്രത്തിലെ ചോംസ്കിയൻ വിപ്ലവം, കേരള ഭാഷാഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, തിരുവനന്തപുരം.

ഇന്ദിര കെ.ആർ., 2015 റേഡിയോ നാടകം: അരങ്ങും അണിയയും, കേരള സംഗീതനാടക അക്കാദമി, തൃശ്ശൂർ.

നാഗവള്ളി ആർ.എസ് കറുപ്പ്, 1982, പ്രക്ഷേപണകല, നാഷണൽ ബുക്ക്സ്റ്റാൾ, കോട്ടയം.

നാരായണൻ വി.കെ., 2000, ഭാഷയും മാധ്യമവും, കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, തിരുവനന്തപുരം.

പത്മനാഭൻ നായർ കെ., 1983, റേഡിയോ തരംഗം, നാഷണൽ ബുക്ക്സ്റ്റാൾ, കോട്ടയം.

പത്മനാഭപിള്ള ശ്രീകണ്ഠേശ്വരം, 1923, ശബ്ദതാരാവലി, ഭാസ്കര പ്രസ്സ്, തിരുവനന്തപുരം.

പ്രഭാകരൻ ടി.ടി (എഡി.), 2016, റേഡിയോ നാടകപ്രസ്ഥാനം, കേരള സംഗീത നാടകഅക്കാദമി തൃശ്ശൂർ.

പ്രഭാകരൻ എൻ., 2003, ദൃശ്യ-ശ്രവ്യമാധ്യമങ്ങൾ, കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, തിരുവനന്തപുരം.

നാരായണ ഭട്ടതിരി ഇ.പി., 2016, സംസ്കൃത മലയളം നിഘണ്ടു, ഡി.സി. ബുക്സ്, കോട്ടയം

ശക്തിധരൻ നായർ ജി.പി., 1974 റേഡിയോസ്മരണകൾ, നാഷണൽ ബുക്ക്സ്റ്റാൾ, കോട്ടയം.

ശിവശങ്കരൻ എം.കെ., 2000, മാധ്യമങ്ങളും മലയാളസാഹിത്യവും, കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, തിരുവനന്തപുരം.

ശിവശങ്കരൻ എം.കെ. 2011, പ്രക്ഷേപണ കലാചരിത്രം, കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്, തിരുവനന്തപുരം

Adorno. T.W., 2002, Cultural Industry, Routledge, London.

Agarwal Binod C. Joshi.S.R., 1986, Communication Research For Development, Concept Publishing Company, New Delhi.

Ambekar J.B., 1992, Communication and Rural Development, Mittal Publication, New Delhi.

Andrew Crisell, 1986, Understanding Radio, eRoutledge Nw York.

James. R. Wilson, Roy Wilsons, 2001, Mass Media Mass Culture an Introduction, M.C Graw Hill Higher Education, New York.

Jason Loviglio, Michel Hilmes, 2013, Radio's New Wave, Routledge, London.

ലേഖനങ്ങൾ

ഷാജി ജേക്കബ്, "ടെലിവിഷൻ മലയാളം, കാഴ്ചയുടെ ഭാഷാന്തരങ്ങൾ", താപസം. ജൂലൈ - ഒക്ടോബർ വാല്യം 3, 2007

മുരളീധരൻ കെ.എ., "പ്രക്ഷേപകന്റെ ഭാഷ", ഭാഷാപോഷിണി ലക്കം 2, ഫെബ്രുവരി 2020.

മുരളീധരൻ കെ.എ., "ഗബ്ബുങ്ങൾ; ചരിത്രമുറഞ്ഞ ചിത്രങ്ങൾ", ഒലി എഫ്.എം. സ്മരണിക, 2017, പുസ്തകം 2, ലക്കം 2, ആകാശവാണി കൊച്ചി.