

இதழ்களின் உள்ளடக்கம்

இதழ்களின் உள்ளடக்கம்

பொருளடக்கம்

- P2043 இதழ்களின் உள்ளடக்கம்
- பாட ஆசிரியரைப் பற்றி

- பாடம் - 1 P20431 இதழ்களில் பக்க அமைப்பு
- பாட அமைப்பு
- 1.0 பாட முன்னுரை
- 1.1 பக்க அமைப்பு
- 1.2 பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை
- 1.3 பக்க அமைப்பில் உத்திகளும் பயன்களும்
- 1.4 தொகுப்புரை

- பாடம் - 2 P20432 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்
- பாட அமைப்பு
- 2.0 பாட முன்னுரை
- 2.1 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்
- 2.2 வெகுசன இதழ்களின் அமைப்பு
- 2.3 சிற்றிதழ்கள் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்
- 2.4 தொகுப்புரை

- பாடம் - 3 P20433 இதழ்களில் தலையங்கம்
- பாட அமைப்பு
- 3.0 பாட முன்னுரை
- 3.1 தலையங்கம்
- 3.2 இதழ்களும் தலையங்கமும்
- 3.3 சிற்றிதழ்களும் தலையங்கமும்
- 3.4 தலையங்க அமைப்பு
- 3.5 தொகுப்புரை

- பாடம் - 4 P20434 இதழ்களில் படங்கள்
- பாட அமைப்பு
- 4.0 பாட முன்னுரை
- 4.1 இதழ்களில் படங்கள்
- 4.2 செய்திப் படங்கள்
- 4.3 பல்வகைப் படங்கள்
- 4.4 தொகுப்புரை

- பாடம் - 5 P20435 இதழ்களில் துணுக்குகள்
- பாட அமைப்பு
- 5.0 பாட முன்னுரை
- 5.1 துணுக்குகள்
- 5.2 துணுக்குகளின் வகைகள்
- 5.3 நகைச்சுவைத் துணுக்குகள்
- 5.4 தொகுப்புரை

- பாடம் - 6 P20436 இதழ்களில் விளம்பரம்
- பாட அமைப்பு
- 6.0 பாட முன்னுரை
- 6.1 விளம்பரம்
- 6.2 இதழ்களில் விளம்பரம்
- 6.3 விளம்பர வகைகள்
- 44. 6.4 விளம்பர முகவர் நிறுவனங்கள் (Advertisement Agencies)
- 6.5 விளம்பர உத்திகள்
- 6.6 விளம்பரங்களும் சமூகமும்
- 6.7 இன்றைய விளம்பரத்தின் நிலை
- 6.8 தொகுப்புரை

- P20431 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20431 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II
- P20432 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20432 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II
- P20433 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20433 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II
- P20434 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20434 தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II
- P20435 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20435 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II
- P20436 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I
- P20436 தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

P2043 இதழ்களின் உள்ளடக்கம்

P20431 இதழ்களில் பக்க அமைப்பு

P20432 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

P20433 இதழ்களில் தலையங்கம்

P20434 இதழ்களில் படங்கள்

P20435 இதழ்களில் துணுக்குகள்

P20436 இதழ்களில் விளம்பரம்

பாட ஆசிரியரைப் பற்றி



முனைவர்.மு.இரா. சஃப்ராபேகம்

கல்வித் தகுதி : எம்.ஏ., எம்ஃபில்., பிஎச்.டி.,(தமிழ்),
எம்.ஏ.,(ஆங்கிலம்), எம்.ஏ.,(இதழியல்),
டிப்.(காந்தியச்சிந்தனை)., டிப்.(கணினிப்
பயன்பாடு)

பணி நிலை: முதல்வர் – உலகநாதன் நாராயணசாமி
அரசு கலைக் கல்லூரி, பொன்னேரி
அரசு கலைக்கல்லூரிகளில் 35 ஆண்டுப்
பணி.

ஆய்வுத் துறை : எம்.ஃபில் 'புதுக்கவிதைகளில் பெண்கள் பிரச்சனை'

பட்டம் பெற்ற ஆண்டு : 1986 பிஎச்.டி 'புதுக்கவிதைகளில்
சமகாலப் பிரச்சனைச் சித்திரிப்பு'

பட்டம் பெற்ற ஆண்டு : 1989 மேலும் 20 ஆய்வுக்கட்டுரைகள்
கருத்தரங்குகளில் படிக்கப்பட்டுள்ளன.

P20431 இதழ்களில் பக்க அமைப்பு

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

இதழ்களில் (பத்திரிகைகளில்) பல பக்கங்கள் இருக்கின்றன. அப்பக்கங்கள் (Pages) எவ்வாறு அமைந்திருக்க வேண்டும். அதன் உள்ளடக்கங்கள் (contents) எந்த முறையில் அமைந்திருக்கலாம் என்பதை இப்பாடத்தில் விளக்கமுறக் காணலாம்.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

இதனைப் படித்து முடிக்கும் போது கீழ்க்காணும் செய்திகள் பற்றிய அறிவும், திறனும் பெற முடியும் என அறியலாம்

- ஒரு இதழின் பக்க அமைப்புமுறை எவ்வாறு இருக்க வேண்டும் என்று அறியலாம்.
- இதழ் உள்ளடக்கங்கள் எவை என்பதை அறிய முடியும்.
- உள்ளடக்கங்கள் ஒவ்வொரு பக்கத்திலும் எவ்வாறு அமைய வேண்டும் என்று அறியலாம்.
- முதல் பக்கம் (First Page) – அதன் இன்றியமையாமையை அறியலாம்.
- பக்க அமைப்பு படிக்கும் ஆவலை ஊட்டும் என்பதை அறியலாம்.
- பக்க அமைப்பு வகைகளை அறியலாம்.
- பக்க அமைப்பில் பத்தி அமைப்பு, எழுத்து அமைப்பு ஆகியவை பற்றித் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- இதழில் தலையங்கம், விளம்பரம், படங்கள் இவற்றின் இடங்கள் பற்றியும் அறியலாம்.
- பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை எவை என்பதை அறியலாம்.
- சிறந்த பக்க அமைப்பின் உத்திகள், பயன்களைத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

பாட அமைப்பு

1.0 பாட முன்னுரை

1.1 பக்க அமைப்பு

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

1.2 பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை

1.3 பக்க அமைப்பில் உத்திகளும் பயன்களும்

1.4 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

1.0 பாட முன்னுரை

இதழ்கள் பல்வேறு வகையாய் உள்ளன. அவற்றில் செய்தித்தாள்கள் (News Papers) முக்கியமான இடத்தைப் பெறுகின்றன. அன்றாடம் மக்களைச் சென்று சேரும் செய்தித்தாள்களில் பக்க அமைப்பு எவ்வாறு அமைய வேண்டும் என்பதை இப்பாடத்தின் வாயிலாக நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

1.1 பக்க அமைப்பு

செய்தித்தாள் வெறும் செய்திகளின் குவியலாக, அடுக்கி வைக்கப்பட்ட அச்சுக் குறிப்புகளாக இருந்தால் மட்டும் அது செய்தித்தாள் ஆகிவிட முடியாது. தரத்திற்கும் தேவைக்கும் ஏற்பச் செய்தித்தாளின் உரிய பக்கங்களில், உரிய இடங்களில் செய்திகளை அமைக்க வேண்டும். அத்துடன் ஒரு செய்தித்தாளில் இடம்பெறும் பல்வேறு வகையான உள்ளடக்கங்களையும் (contents) அவற்றின் திறன் அறிந்து பொருத்தமான இடங்களில் சுவைபடத் தருவதே பக்க அமைப்பு எனப்படும்.

1.1.1 பக்க அமைப்பு – உள்ளடக்கம்

செய்தித்தாளில் இடம் பெறுபவை வெறும் செய்திகள் மட்டுமல்ல. சிந்திக்கத் தூண்டும் தலையங்கம், துணுக்குகள், கருத்துப்படங்கள் (Cartoons), விளம்பரங்கள் (Advertisements), படக்கதைகள், பல்வேறு அட்டவணைகள், புகைவண்டி நேரம், நீர்மட்ட அளவு, வானிலை அறிக்கை, தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்புகள், விலைவாசி நிலவரம், ராசிபலன், விளையாட்டுச் செய்திகள், திரைப்படம், இலக்கியச் செய்திகள், கட்டுரைகள், வானொலி, மாதிரி வினாவிடை இவை போன்று எத்தனையோ உள்ளடக்கங்கள் பல்வேறு நாளிதழ்களிலும் வெளிவருகின்றன. இவையெல்லாம் பரவலாகவும், பொருத்தமான இடங்களிலும் அமைவதே சிறந்த பக்க அமைப்பு ஆகும். ஆந்திரப் பிரபா, அமிர்தபசார் பத்திரிகா, மலையாள மனோரமா போன்ற நாளிதழ்கள் சிறந்த பக்க அமைப்புக் கொண்டவை என்று கருதப்படுகின்றன. தமிழில் தினத்தந்தி சிறந்த பக்க அமைப்புக் கொண்டதாகக் கருதப்படுகிறது.



பக்க அமைப்பு முறை தாளாளுக்குத் தாள் வேறுபடுகிறது. சில செய்தித்தாள்கள் நிலையான அமைப்பு முறை கொண்டிருக்க, சில இதழ்கள் அமைப்பு முறையை மாற்றிக் கொண்டிருக்கலாம். நிலையான பக்க அமைப்பால் (Fixed page make up) ஆசிரியருக்கு வேலை குறைவு. அத்துடன் படிப்பவர்களும் தாம் விரும்பிய பக்கத்தை, பழக்கம் காரணமாக இயல்பாகப் புரட்டி விடுவார்கள். பக்க அமைப்பை மாற்றுவதிலும் ஒரு நன்மை உண்டு. படிப்பவர்களுக்குப் புதுப்புது அமைப்புமுறை (Mixed page make up) ஒரு மகிழ்ச்சியைக் கொடுக்கலாம்.

• முதல் பக்கம்

ஒரு செய்தித்தாளின் எல்லாப் பக்கங்களும் இன்றிமையாதவை என்று சொன்னாலும், முதல் பக்கம் இதழின் ஒரு முகப்பாகவும், முகப்பொலிவாகவும் அமைந்து விடுகிறது. படிக்கத்தூண்டும் ஆவலை ஊட்டுவதும் முதல் பக்கமே ஆகும். முக்கியமான செய்திகளை முதல் பக்கத்தில் போட வேண்டி இருப்பதால் காலை நாளிதழ்களில் இரவுக் கடைசிச் செய்தி கிடைத்த பிறகே முதல் பக்கம் அமைக்க முடியும். முதல் பக்கத்தில் முக்கிய அரசியல் செய்திகள், நெஞ்சைத்தொடும் செய்திகள் ஆகியவை இடம்பெறும். முதல் பக்கத்தில்தான் மிகப்பெரிய எழுத்துக்கள், பல்வேறு வண்ண எழுத்துக்கள் இவையெல்லாம் இடம்பெறும். பக்கம் கட்டுவது அதிலும்

முதல்பக்கம் கட்டுவது என்பது தனிக்கலை ஆகும். இதழைப் படிக்கும் ஆர்வம், அதன் தரம் இவற்றை எதிரொலிப்பதை முதல்பக்கத்தின் முத்திரைகள் என்று கூடச் சொல்லலாம்.

- **மாதிரித் திட்ட வரைவு**

ஒவ்வொரு இதழும் இதழ் முழுமையாகமுன், ஒரு மாதிரித் திட்ட வரைவு (Dummy) கொண்டிருக்கும். ஒவ்வொரு உள்ளடக்கப் பகுதியும் ஒவ்வொரு இடத்தில் என்னென்ன வரவேண்டும் என்று ஒரு கற்பனை நிர்ணயம் செய்து வைத்திருக்கும். செய்திகள் கிடைக்கக் கிடைக்க அவற்றை அந்தந்த இடத்தில் பொருத்திவிடுவது எளிமையாக இருக்கும். கடைசியில் வரும் முக்கியச் செய்திகள் பெரும்பாலும் முதல் பக்கத்தில் ஏற்றப்படுவதால் முதல் பக்கத்தில்தான் மாற்ற வேண்டி இருக்கும்.

(1)தலைமைச் செய்தி

(2)இரண்டாவது முக்கியச் செய்தி

(3)பிற செய்திகள்

(4)செய்தி விமர்சனம்

(5)நிழற்படம்

(6)வானிலை

(7)நீர் மட்டம்

(8)உள்பக்கங்களில்

(9)சார் ஒரு நிமிடம்

(10)பிற விளம்பரங்கள்

1.1.2 பக்க அமைப்பு வகைகள்

செய்தித்தாள் மூன்று வகையான பக்க அமைப்புகளை மேற் கொள்ளும். (1) சமநிலைப் பக்க அமைப்பு (2) மாறுபட்ட சமநிலைப் பக்க அமைப்பு (3) கலப்புநிலைப் பக்க அமைப்பு.

- **சமநிலைப் பக்க அமைப்பு (Balanced Page Make up)**

ஒவ்வொரு பக்கத்திலும் செய்திகள், பிற உள்ளடக்கங்கள் ஆகியவை இரண்டும் சமஅளவில் இருந்தால் அது சமநிலைப் பக்க அமைப்பு என்று பெயர் பெறும். அதாவது செய்திகளோடு விளம்பரங்கள், துணுக்குகள், கருத்துப் படங்கள், நிழற்படங்கள் ஆகியவையும் சம அளவில் அமைந்தால் அது சமநிலைப் பக்க அமைப்பு என்று அழைக்கப்படும். செய்திகள் மிகுந்து பிற உள்ளடக்கங்கள் குறைந்தோ, அல்லது செய்திகள் குறைந்து பிற உள்ளடக்கங்கள் மிகுந்தோ இல்லாமல் பார்த்துக் கொள்ளாதலே சமநிலைப் பக்க அமைப்பின் முக்கியப் பண்பாகும்.

- **மாறுபட்ட சமநிலைப் பக்க அமைப்பு (Contrast and Balanced Page Make up)**

சமநிலைப் பக்க அமைப்போடு, சில மாறுபட்ட அமைப்பையும் இணைப்பது மாறுபட்ட சமநிலைப் பக்க அமைப்பு எனப்படும்.

- **கலப்புநிலைப் பக்க அமைப்பு (Mixed Page Make up)**

சமநிலைப் பக்க அமைப்பு முறையினின்றும் முற்றிலும் மாறுபட்ட நிலை உடையதாக அமைந்தால் அது கலப்புநிலைப் பக்க அமைப்பு எனப்படும். அதாவது செய்தியோ, பிற உள்ளடக்கங்களோ எவையும் எந்த இடத்திலும் வரலாம். ஒவ்வொரு நாளும் கூட இவை இடமாற்றம் பெறலாம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

1.2 பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை

செய்தித்தாளின் ஒவ்வொரு பக்கமும் படிப்பவர்களை ஈர்க்கும் வண்ணம் அமைதல் வேண்டும். செய்தித்தாளின் ஒரு பக்கத்தின் மேற்பகுதியை விரும்பிப் படிக்கும் வாசகர்கள் கீழ்ப்பகுதியை அவ்வளவாகக் கவனிக்காமல் விட்டு விடலாம். எனவே கீழ்ப்பகுதியிலும் சிறப்பாக அமைக்க வேண்டும். ஒரு பக்கத்தில் ஒரு செய்திப்பகுதி முடியாமல் இருக்குமானால் அதன் தொடர்ச்சி எந்தப் பக்கத்தில் எந்தப் பத்தியில் வருகிறது என்பதை மறக்காமல் 'தொடர்ச்சி ... ஆம் பக்கம், ...ஆம் பத்தி' என்பது போல் குறிப்பிட வேண்டும். ஒரே மாதிரியான செய்திகள் மீண்டும் மீண்டும் ஒரே பக்கத்தில் வந்தால் படிப்பவர்களுக்கு அலுப்புத் தட்டலாம். மேலும் பக்க அமைப்பு மற்ற இதழ்களின் பக்க அமைப்பிலிருந்து வேறுபட்டு இருக்குமாறு பார்த்துக் கொள்வது நல்லது. அப்போதுதான் மக்கள் விரும்பி வாங்கிப் படிப்பார்கள்.

1.2.1 பக்க அமைப்பும் படங்களும்

பக்க அமைப்பில் முக்கியமாகக் கவனிக்கப்பட வேண்டியவை பத்தி அமைப்பும், பக்க அளவும், அதில் இடம் பெறும் எழுத்து அளவுமேயாகும்.

• பத்தி அமைப்பு

இயல்பான அளவு கொண்ட செய்தித்தாளில் எட்டுப் பத்திகளும், சிறிய அளவு கொண்ட செய்தித்தாளில் ஐந்து பத்திகளும் இருக்கக் காணலாம். 6, 7 பத்திகள் அமைந்த நாளேடுகளே மிகுதி என்பதையும் அறிய முடிகிறது. ஒரே பக்கத்தின் மேல் பகுதியில் 6 பத்திகளும் கீழ்ப்பகுதியில் 7 பத்திகளும் கூட அமைவது உண்டு. வசதிக்கு ஏற்றாற்போலவும் செய்திகளின் முக்கியத்துவத்தைப் பொறுத்தும் இவை வேறுபடலாம். சில குறிப்பிட்ட செய்தி இதழ்கள் சில குறிப்பிட்ட பத்திகளை மிக முக்கியமான செய்திகளுக்காக என்று ஒதுக்கீடு செய்தும் வைத்துக் கொள்ளலாம். நாலைந்து பத்திகள் சேர்ந்து ஒரே விளம்பரம் பெரிதாக வருவதும் உண்டு.

• பக்க அளவு

செய்தித்தாள்கள் பொதுவாக இரண்டு அளவுகளில் வெளிவருகின்றன.

(1)இயல்பான அளவு கொண்டவை 21 அங்குல நீளமும் 14-15 அங்குல அகலமும் கொண்டவை ஆகும்.

(2)சிறிய அளவு கொண்டவை 14-16 அங்குல நீளமும் 10 அங்குல அகலமும் கொண்டவை ஆகும்.

• எழுத்து அளவு

ஒவ்வொரு செய்திக்கும் ஒவ்வொரு வகை எழுத்து கையாளப்படுகிறது. இவ்வெழுத்து வகைகளைப் புள்ளி என்ற அளவுப் பெயர் கொண்டு குறிப்பிடுவது வழக்கம். ஒரு புள்ளி என்பது 1/72 அங்குலமாகும். ஒவ்வொரு செய்திக்கும் ஒவ்வொரு அளவான எழுத்து உண்டு. 5 புள்ளி முதல் 72 புள்ளி வரையிலான எழுத்துகள் அமைய முடியும்.

1.2.2 தலைப்பும் படங்களும்

ஒரு நாளேடு படிப்பவர்களைக் கவர்வதற்கு உதவி செய்யும் கூறுகளில் மிக முக்கியமானவை செய்தித் தலைப்பும் பக்க அமைப்பில் இடம்பெறும் படங்களுமே ஆகும்.

• செய்தித் தலைப்பு

செய்தித் தலைப்புகள் பல வகைப்படுகின்றன. ஏறக்குறைய 12 வகை உள்ளன. தலைமைத் தலைப்புகள் பொதுவாக முதல்பக்கத்தில் அமையும். செய்தித் தலைப்புகள் ஒவ்வொரு செய்தியின் மேலும் தலைப்பாக அமைகின்றன. தலைப்புகளில் பெரிய எழுத்துகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. தினத்தந்தி, மாலைமுரசு போன்ற நாளேடுகளில் மிகப் பெரிய எழுத்துகள் தலைப்புச் செய்திக்காகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. செய்திகளைப் படிக்கும் ஆர்வம் இல்லாதவர்களும் தலைப்புகளைப் பார்த்துச் செல்வார்கள். மாநில மொழி இதழ்களில் பெரும்பாலும் உள்நாட்டுச் செய்திகள் முக்கியமானதாக இருக்கும். ஆங்கிலச் செய்தித் தாள்களில் பெரும்பாலும் வெளிநாட்டுச் செய்திகள் முக்கிய இடத்தைப் பெறக் கூடும். ஆனால் எந்த மொழி நாளேடாக இருந்தாலும் அன்றைய பரபரப்பான செய்தியே முக்கிய இடத்தைப் பெறுகிறது.

• படங்கள்

செய்தித்தாள்களில் படங்கள் செய்திகளுக்காகவும், விளம்பரங்களுக்காகவும், கருத்துப் படங்களாகவும் (Cartoons), தொடர்கதைக்களுக்காகவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இவை



நிழற்படமாகவும் (Photo) இருக்கும், வரைபடமாகவும் (Picture) இருக்கும், கேலிச் சித்திரமாகவும் இருக்கும். இவை பொருத்தமான இடங்களில் அமைக்கப்பெறும்.

• பிற

ஒரு செய்தித்தாளின் பக்க அமைப்பில் குறிப்பிடத்தக்கவை வேறு சிலவும் உண்டு. அவை தொடர் சுவைப்பகுதிகள், தலையங்கம், கடிதங்கள், மதிப்புரைகள், கட்டுரைகள் போன்றவை ஆகும். இவை பெரும்பாலும் இடம் மாற்றாமல் எடுத்தவுடன் பிரித்துப் படிக்கின்றாற்போலத் தொடர்ச்சியாக வரும்.

1.3 பக்க அமைப்பில் உத்திகளும் பயன்களும்

படிப்பவர் மனத்தை ஈர்க்கும் வகையில் பல உத்திகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதைப்போல, பக்க அமைப்பின் தன்மைகளைப் பொறுத்துப் பல நன்மைகளும் விளைகின்றன.

1.3.1 பக்க அமைப்பில் கையாளப்படும் உத்திகள்

(1)பலவகை அளவான எழுத்துகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(2)பலவகையான தலைப்புகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(3)செய்திகள் கலந்துவிடாமல் இருக்க இடைவெளிகள் இடப்படுகின்றன.

(4)பத்திகளைப் பிரித்துக் காட்ட இடைவெளி அல்லது கோடுகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(5)பலவகைப் பத்தி அமைப்புமுறை.

(6)செய்திகளையும், விளம்பரங்களையும் கோடிட்டுப் பிரித்தல்.

(7)செய்தி முடிவைக் காட்டக் கோடிடல்.

(8)கட்டம் கட்டிச் சில செய்திகள், துணுக்குகள், விளம்பரங்கள் இவற்றை வெளியிடுதல்.

(9)நிழற்படங்களையும் வண்ணப்படங்களாகவே அமைத்தல் அல்லது கறுப்பு வெள்ளையில் தருதல்.

என்று இவ்வாறு பல வகையான உத்திகள் கையாளப்படுகின்றன.

• முதல்பக்க அமைப்பில் கையாளப்படும் உத்திகள்

(1)மிகப்பெரிய எழுத்துகள் (அதிகப் புள்ளி அளவுடையவை) முதல் பக்கத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(2)பலவகைத் தலைப்புகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(3)மிகப்பெரிய விளம்பரம் முதல் பக்கத்தில் வராது. (இடத்தை அடைத்துக் கொள்ளும் என்பதால்)

(4)பலவகைப் பத்தி அமைப்பு முறையும் கையாளப்படும்.

(5)பொதுவாகச் செய்திகள் முடிவுபெறாமல் தொடர்ச்சி வேறு பக்கத்தில் தொடர்வதாக இருக்கும்.

(6)நிழற்படம் இடம்பெறும்.

(7)செய்தித்தானை மடித்து வைக்கும் போது ஏதாவதொரு தலைப்பு கண்ணில்

படுமாறு முதல் பக்க அமைப்பு இருக்கும்.

(8)முதல் பக்க அமைப்பிலேயே நாளேட்டின் சார்புத் தன்மையைப் புரிந்து கொள்ளவும் முடியும்.

1.3.2 பக்க அமைப்பின் பயன்கள்

பக்க அமைப்பின் காரணமாக வெளியீட்டாளர்கள் இதழ்களை அன்றாட நிகழ்வாக எளிதில் வெளியிட முடிகிறது. உள்ளடக்கங்களை அவற்றிற்குரிய இடங்களில் பதித்தல், அத்துடன் அன்றாடச் செய்திகளைச் சேர்த்தல் என்பது நடைமுறைக்கு எளிமையாக இருக்கும். அத்துடன் படிப்பவர் நலன்களும் கருத்தில் கொள்ளப்படுகின்றன. அவை:

(1)படிப்பவரின் கவனத்தை ஈர்க்கப் பக்க அமைப்பு பயன்படுகிறது.

(2)செய்தியின் முதன்மையைப் படிப்பவர்கள் அறிய முடிகிறது.

(3)முதலில் எந்தப் பகுதியைப் படிப்பது என்பதில் குழப்பமில்லாமல் இருக்க வழிகாட்டுகிறது.

(4)செய்தித்தாளின் தனித்தன்மையை அறிய உதவுகிறது.

மேற்கூறியவை அனைத்திற்கும் மேலாக இதழ்களின் விற்பனையைப் பெருக்குவதற்கும் படிப்பவர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகப்படுத்தவும் பக்க அமைப்பு (Page make up) உதவுகிறது.

1.4 தொகுப்புரை

இதுவரை பக்க அமைப்பு என்றால் என்ன? பக்க அமைப்பில் உள்ளடக்கங்கள் எவை? முதல்பக்க அமைப்பு, பக்க அமைப்பு வகைகள் பற்றிய விளக்கம், பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை, பக்க அமைப்பில் பயன்படும் உத்திகள், பக்க அமைப்பின் பயன்கள் இவை பற்றிய விளக்கங்களைக் கண்டோம். பக்க அமைப்பு என்பது ஒரு இதழின் கட்டமைப்பாக (Structure) இருக்க, இனி இத்தகைய அமைப்பிற்குள் வரும் உள்ளடக்கங்கள் (contents) பற்றி அடுத்து வரும் பாடங்களில் காணலாம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

P20432 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

மக்களைச் சென்றடையும் ஊடகங்களில் ஒன்றான இதழ்களின் அமைப்பும், உள்ளடக்கமும் (செய்திகள் வரும் பகுதிகள், அவற்றில் தலைப்பு அமையும் முறை) முதலியன பற்றி இப்பாடம் அறிமுகம் செய்வதாக அமையும்.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

இப்பகுதியைப் பாடமாகக் கேட்டு அல்லது படித்து முடிக்கும்போது கீழ்க்காணும் செய்திகளை அறிய முடியும்.

- மிகு மக்கள் இதழ், வெகுசன இதழ், சிற்றிதழ்களின் அமைப்பு, மொழிநடை, உள்ளடக்கம் ஆகியவை பற்றி அறியலாம்.
- செய்திகள் உடல் போன்றவை என உணரலாம்.
- செய்தித் தொடக்கமே (Lead), முன்னுரையாக அமையும் என அறியலாம்.
- 'தலைப்பு' (Heading) எங்ஙனம் இன்றியமையாதது என்பதைப் புரிந்து கொள்ளலாம்.
- தலைப்பின் வகைகளை எடுத்துக்காட்டுடன் அறியலாம்.
- இதழ்களின் உள்ளடக்கம் என்பதைவிட மேல்அட்டை எவ்வாறு விற்பனையை அதிகரிக்கிறது என்பதை அறியலாம்.
- இதழ்களின் பெயரும், இதழ் நடத்துபவர்களின் கொள்கைகளும் இதழ்களின் உள்ளடக்கத்தைத் தீர்மானிக்கின்றன என்பதை அறியலாம்.

பாட அமைப்பு

2.0 பாட முன்னுரை

2.1 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

2.2 வெகுசன இதழ்களின் அமைப்பு

2.3 சிற்றிதழ்கள் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

2.4 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

2.0 பாட முன்னுரை

இதழ்கள்தாம் மக்களை மிகுதியாகக் கவர்கின்ற ஊடகமாக அமைகின்றன.

எனவே அவ்விதழ்களின் அமைப்பு அதாவது வடிவம், அளவு, பக்கம் முதலியனவும் அறிவது அவசியமாகிறது. மேலும் அவ்விதழ்களின் உள்ளடக்கம் அதாவது அன்றாட நிகழ்வுகள், தலையங்கம், விமர்சனம் முதலியன அமையும் முறை, தொடக்கம் (Lead), தலைப்பு (Heading) இவை எவ்வாறு இருக்க வேண்டும் என்பதும் அறியப்படுகிறது. மேலும் தலைப்புகளின் வகைகள், தலைப்புகளின் தனித்தன்மைகளினால் விளையும் பயன் முதலியன நாளிதழ்களின் உள்ளடக்கமாக அறியப்படுகின்றன. மிகுமக்கள் இதழ்களின் அமைப்பு, உள்ளடக்கம், சிற்றிதழ்களின் அமைப்பு, உள்ளடக்கம் முதலியனவும் இப்பகுதியில் விளக்கப்பட்டுள்ளன.

2.1 இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

இதழ்களின் வகைகளே அவற்றின் அமைப்பையும் உள்ளடக்கத்தையும் தீர்மானிக்கின்றன. எனவே, தமிழ் இதழ்களை,

(1)நாளிதழ்

(2)வெகுசன இதழ்

(3)சிற்றிதழ்

என மூன்றாகப் பிரித்து அதன் வழி அந்தந்த இதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும் பற்றி அறிவது எளிதாக அமையும்.

2.1.1 நாளிதழ்களின் அமைப்பு

தினமணி, தினகரன், தினத்தந்தி, The Hindu, மாலைமலர், மாலைமுரசு முதலியன காலையிலும் மாலையிலும் வரும் நாளிதழ்களாக அமைகின்றன. எனவே இவ்விதழ்களின் அமைப்பு அல்லது வடிவம் இதழ்கள் உருவாக்கத்தில் மிக முக்கிய இடம் வகிக்கின்றது.

நாளிதழ்களின் அமைப்பு என்பதை அதன் அளவு, பக்கம், விலை முதலியன கட்டமைக்கின்றன. பெரிய அளவில் இருப்பதோடு முதல் பக்கமே தலையாயதாக விளங்குகிறது. மேலும் இதழின் பெயர், தேதி, விலை முதலியனவும் அமைப்பிற்கு வலுசேர்ப்பனவாக அமைகின்றன.

2.1.2 நாளிதழ்களின் உள்ளடக்கம்

நாளிதழின் உள்ளடக்கமும், வார, மாத இதழ்களின் உள்ளடக்கமும் வேறானவையாக அமைகின்றன. மேலும் நாளிதழில் வலப்பக்கம் இடம்பெறும் செய்தி முக்கியமானதாகவும், பணம் அதிகம் தரும் செய்தியாகவும் அமைகின்றது. இன்னும் தெளிவாக அறிய வேண்டுமானால் நாளிதழின் உள்ளடக்கத்தைக் கீழ்க்காணுமாறு சொல்லலாம்.

(1)செய்தி முன்னுரை

(2)செய்தித் தலைப்பு

(3)தலைப்பின் வகைகள்

(4)தலைப்பெழுத்து வகைகள்

(5)தலைப்பின் பயன்கள்

(6)மற்றும் சில

- செய்தி முன்னுரை

செய்தி இதழ்களில் இடம் பெறும் செய்திகள் அனைத்தையும் அனைவரும் படித்துவிட முடியாது. காலக் குறைவு, ஆர்வமின்மை காரணமாகப் பல செய்திகள் படிக்க இயலாமற் போகும். அதனால் செய்தியைச் சுருக்கமாகத் தருவதே செய்தி முன்னுரை (Lead) ஆகும். இச்செய்தித் தொடக்கத்தைப் படித்த பின், தேவையானால் செய்தித் தொடர்ச்சியினை மக்கள் படித்துக் கொள்வார்கள். தேவையில்லாத அல்லது தமக்கு ஆர்வமில்லாத செய்தியை விட்டுவிடுவார்கள். இங்ஙனம் தேர்வு செய்வதற்கு, தலைப்புக்குப் (Heading) பின் இந்த முன் செய்தியே ஈர்ப்புச் சக்தியாக உள்ளது.

எடுத்துக்காட்டு :

Chennai Jan.3. The Madras High Court has directed the Centre to pay pension to a freedom fighter's wife ending her 22 years wait for the benefit.

• செய்தித் தலைப்பு

உடலுக்குத் தலை எவ்வாறு முக்கியமானதாக விளங்குகின்றதோ அதைப் போல் செய்திப் பகுதிக்குத் தலைப்பு முக்கியமானதாகும். எந்திரம்போல் வேகமாகச் செயல்படும் மக்களின் வேகத்திடையே இந்தத் தலைப்புகள் மட்டும் படிக்கக் கூடியவர்களுக்கு இது மிக்க பயன் உடையது. அதனால் இது துல்லியமாகவும், ஆர்வம் ஊட்டக் கூடியதாகவும், விறுவிறுப்பானதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

2.1.3 தலைப்பின் வகைகள்

தலைப்புகளை இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கலாம். அவை (1) தலைமைத் தலைப்பு, (2) செய்தித் தலைப்பு. தலைமைத் தலைப்பு அரசியல் மாற்றம், போர், இயற்கை நிகழ்வு, பெரிய விபத்துகள், திடீர்த் திருப்பங்கள், அரசின் புதிய திட்டங்கள், உடன்படிக்கைகள், அமைச்சர்களின் வெளிநாட்டுப் பயணங்கள் இவை பற்றியதாக அமையும். மேற்கூறியவற்றிற்கு அடுத்தபடியாக அமையும் செய்திகளின் தலைப்புகள் செய்தித் தலைப்பு எனப்படும்.

• தலைப்பின் பாகுபாடுகள்

தலைப்பு வகைகளைப் பலரும் பல்வேறு விதமாகப் பாகுபடுத்துகின்றனர். அவற்றுள் முக்கியமான சிலவற்றைக் காண்போம்.

• நெற்றித் தலைப்பு (Topic Headline)

சிறப்புத் தலைப்பிற்கு மேல் சிறிய எழுத்துக்களாலும் அடிக் கோடிட்டும் அமைவதே நெற்றித் தலைப்பு எனப்படும்.

எடுத்துக்காட்டு :

நேருவும் சூயென்லாயும் ஒரு மணி நேரம் பேச்சு அமைதி நடவடிக்கை தொடரும்

• இடைநிலைத் தலைப்பு (Cross Line)

பக்க அமைப்பில் உள்ள பத்திகளில், பல பத்திகளை அடைத்துக் கொண்டு ஒரே

தொடரில் இடைநிலையில் அமைவது இடைநிலைத் தலைப்பு எனப்படும். எடுத்துக்காட்டு :

தவறான தகவலால் திணறும் தீயணைப்புப் படையினர்.

- **முழுப்பக்க இடைநிலைத் தலைப்பு**

இடப் பக்கத்திலிருந்து வலது பக்கம் வரை எட்டுப் பத்திகளையும் அடைத்தாற்போல் தலைப்பிடுவது முழுப்பக்க இடைநிலைத் தலைப்பு ஆகும்.

- **கூம்புத் தலைப்பு (Pyramid Headline)**

ஒன்றிற்கு மேற்பட்ட தொடர்கள் வருகின்ற அமைப்புடைய தலைப்பில், புதுக்கவிதை போலத் தொடரை வெட்டி, எகிப்தின் பிரமிடு போலக் கூம்பு வடிவத்தில் அமைப்பதாகும்.

- **கவிழ் கூம்புத் தலைப்பு (Inverted Pyramid Headline)**

ஒன்றிற்கு மேற்பட்ட தொடர்கள் வரும் தலைப்பில், பிரமிடு அமைப்பின் தலைகீழ் வடிவில் கவிழ் வடிவில் தலைப்பு அமைப்பது ஆகும்.

- **சிறுதொடர் மேல்தலைப்பு (Kicker method)**

தலைப்பிற்கு மேல் சிறிய தொடராகச் சிறு தலைப்பு அமைப்பது சிறுதொடர் மேல்தலைப்பாகும்.

- **நீண்ட தொடர் மேல்தலைப்பு (Reverse Kicker method)**

சிறப்புத் தலைப்பினை விட மேலே இருக்கும் தலைப்பு நீளமானதாகவும், சிறிய அளவு எழுத்துகளாலும், அடிக்கோடிட்டும் அமைவது நீண்ட தொடர் மேல்தலைப்பாகும்.

- **கிளர்ச்சியூட்டும் தலைப்பு (Exciting Headline)**

படிப்பவர்களுக்குக் கிளர்ச்சியூட்டும் வகையில் எடுப்பான துடிப்பான சொற்களால் அமைவது இத்தலைப்பாகும்.

- **பரபரப்பூட்டும் தலைப்பு (Sensational Headline)**

படிப்பவர்கள் பரபரப்புடன் செய்தியைப் புரட்டிப் படிக்கத் தூண்டும் வகையில் அமையும் தலைப்பு இது.

- **தீவிரத் தலைப்பு (Radical Headline)**

அதிரடியாகத் தரும் தலைப்பு ஆகும். பொதுவாக அரசியல் செய்திகள் இங்ஙனம் அமையும்.

- **மிதவாதத் தலைப்பு (Conservative Headline)**

தீவிரப் போக்கின்றி மிதவாத நிலையில் அமைப்பது மிதவாதத் தலைப்பாகும்.

- **உந்து தலைப்பு (Topical Headline)**

தலைப்பைப் படித்த அளவிலேயே முழுச் செய்தியையும் படிக்கத் தூண்டும் தலைப்பு உந்து தலைப்பு எனப்படும். இது சிறப்புத் தலைப்பிற்கு மேல் ஒரு தலைப்பாக அமைந்து, அடிக்கோடும் போடப்பட்டிருக்கும்.

- **மேற்கோள் குறியுடைத் தலைப்பு (Quotation Headline)**

தலைப்பின் இரு புறங்களிலும் மேற்கோள் குறியிடப்பட்ட தலைப்பு மேற்கோள் குறியுடைத் தலைப்பு எனப்படும்.

- **வினாத் தலைப்பு (Question Headline)**

வினா முறையில் அமையும் தலைப்பு இதுவாகும்.
எடுத்துக்காட்டு : இந்த வாரத்தில் தேர்தல் அட்டவணை?

- **நேர் வரிசை அடுக்குத் தலைப்பு (Flush left)**

இவ்வகையில் தலைப்பு ஒரே சீரான நேர்வரிசை அடுக்குகளாக அமையும்.

எடுத்துக்காட்டு : தினமணி இதழுக்கு விருது

- **மாறுவரிசை அடுக்குத் தலைப்பு (Step line)**

தலைப்பு அடுத்து வரும் வரிகள் சற்று உள் அடங்கி இருத்தல் இவ்வகையில் அடங்கும்.

- **உடுக்கைத் தலைப்பு**

இதில் உடுக்கை வடிவத்தில் தலைப்பு ஒருவரி உள் அடங்கியும், முன் பின் உள்ள வரிகள் சற்று முன்னால் தொடங்குவனவாகவும் அமையும்.

- **தலைப்பு எழுத்து வகை**

மேற்கூறிய தலைப்புகள் செய்திகளை வாசிக்கும் ஆவலை ஊட்டுகின்றன. அத்துடன் இவை அச்சடிக்கப்படும் எழுத்தின் அளவும் செய்தித்தாள் வாசிப்பில், விற்பனையில் முக்கிய இடம் பெறுகின்றன. மிகப் பெரிய எழுத்துகளில் வரும் தலைப்புகளும் உண்டு. தினத்தந்தி, மாலைமுரசு, மாலைமலர் இவற்றில் இத்தகைய மிகப்பெரிய எழுத்துகளைக் காண முடியும். செய்தியின் முக்கியத்துவமும் எழுத்தின் அளவை நிர்ணயிக்கும்.

2.1.4 தலைப்பின் பயன்கள்

தலைப்புகள் பல்வேறு வகையில் அமைவதனால் நிறையப் பயன் உண்டு. படிப்பவர்கள் செய்தியைப் படிப்பதற்கு ஒரு தூண்டுகோலாகவும், புதிய உத்திகள் காரணமாக ஓர் ஆர்வத்தை ஊட்டுவதாகவும் தலைப்புகள் அமைகின்றன. பெரிய

எழுத்துகள், மாபெரும் எழுத்துகள் இவையும் ஆர்வத்தைத் தூண்டுகின்றன. அதிகம் எழுதப் படிக்கத் தெரியாத பாமர மக்களும் செய்தித்தாள் படிக்கும் ஆர்வம் பெறுகின்றனர். அடிக் கோடிட்டுச் செய்தித் தலைப்பைத் தருவதனால், அது இன்றிமையாதது என்பது விளக்கமாகிறது. அதனால் தலைப்புகளே பாதிச் செய்தியைத் தெரிவித்து விடுகின்றன. மீதமுள்ள பகுதியையும் படிக்கும்படி அவையே ஆர்வமும் ஊட்டிவிடுகின்றன. இவை யாவும் இதழ்களின் பொது உள்ளடக்கமாக அமையினும் நாளிதழ்களுக்கே உரிய முக்கியப் பண்பாகவும் உள்ளடக்கமாகவும் அமைகின்றன. செய்தித்தாளில் உள்ளடக்கங்கள் சில, அறியாத பாமர மக்களைத் தூண்டுவனவாக அமைகின்றன. தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள், ராசி பலன், வானிலை, அங்காடி விலை நிலவரம், வரி விளம்பரம், புத்தக விமர்சனம், மக்கள் உபயோகப் பொருட்களின் விளம்பரம் முதலியன குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமைகின்றன. மேலும் நாளிதழ்கள் பல இலவச இணைப்புகளையும் தருகின்றன. அவை வரும் நாள், பெயர் முதலியன அந்த இலவச இணைப்பின் உள்ளடக்கத்தைத் தீர்மானிக்கின்றன. நாளிதழ்கள் பெரும்பாலும் மாவட்டவாரியாக வருகின்றன. எனவே அந்தந்த மாவட்டங்களின் செய்திகள் அந்தந்த மாவட்டங்களில் வெளியாகும் இதழ்களில் முக்கியச் செய்தியாக அமைகின்றன. மேலும் மாநிலச் செய்திகள், மாநகரச் செய்திகள், இந்தியச் செய்திகள், உலகச் செய்திகள், விளையாட்டுச் செய்திகள், திரைப்படச் செய்திகள் முதலியனவும் நாளிதழின் உள்ளடக்கத்திற்குக் கூடுதல் ஈர்ப்பை மக்களிடம் ஏற்படுத்தத் துணை செய்கின்றன.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

2.2 வெகுசன இதழ்களின் அமைப்பு

இதழ்கள் எண்ணிக்கையையும் அதைப் படிக்கும் மக்களின் எண்ணிக்கையினையும் கொண்டு நாளிதழ் தவிர்ந்த பிற இதழ்களை வெகுசன இதழ், சிற்றிதழ் என இரண்டாகப் பிரிக்கலாம்.

அதிக எண்ணிக்கையும், படிப்பவர்களையும் கொண்ட வெகுசன இதழ்களின் அமைப்பு, வடிவம் என்பது புத்தக அளவிலும் A4 அளவிலும் அமைகின்றன.

ஏறக்குறைய 50 பக்கம் முதல் 200 பக்கம் வரை கொண்டதாகவும் முகப்புப் பக்கம் வண்ணக் காகிதத்துடன் இதழின் பெயர், விலை, தேதி முதலியனவற்றைக் கொண்டதாகவும் வெகுசன இதழ் அமைகின்றது. பெரும்பான்மையான வெகுசன இதழ்கள் வணிகத்தை முதன்மையானதாகக் கொண்டு விளம்பரத்தினாலும் வாழ்ந்து கொண்டிருக்கின்றன.

2.2.1 வெகுசன இதழ்களின் உள்ளடக்கம்

வெகுசன இதழ்கள் அவற்றின் கால அளவுக்குத் தக்க உள்ளடக்கத்தைப் பெறுகின்றன. மிகுதியாக அரசியல், சினிமா முதலியனவற்றை மையமாகக் கொண்டே வெகுசன இதழ்கள் தங்களின் உள்ளடக்கத்தை அமைக்கின்றன.

பெரும்பான்மையான வெகுசன இதழ்கள் வாரம் இருமுறை, மாதம் இருமுறை, வார இதழ், மாத இதழ், சிறப்பிதழ் முதலிய நிலையில் அமைகின்றன. உள்ளடக்கமும் இவற்றைச் சார்ந்தே அமைகின்றது.

குமுதம், ஆனந்த விகடன், ராணி, குங்குமம், கல்கண்டு, தேவி, மங்கையர் மலர் முதலியன வெகுசன இதழ்களாகக் கருதப்படுகின்றன.



வெகுசன இதழ்களின் உள்ளடக்கத்தைவிட அட்டைப் படம் அதன் விற்பனையை அதிகரிக்கிறது. நடிக்கையின் கவர்ச்சிப் படம், அரசியல் கிசுகிசுக்களை மேல் அட்டையில் போடுவது முதலியன முக்கியமானதாக அமைகின்றன.

வெகுசன இதழ்களில் 'இந்தியா டூடே' குறிப்பிடத்தக்க சில சிறப்பு அம்சங்களைக் கொண்டதாக அமைகிறது.



ரிப்போர்ட்டர், ஜூனியர் விகடன், நக்கீரன் முதலிய வெகுசன இதழ்கள் அந்தந்த நாளின் அரசியல், சினிமா, சமூகம் குறித்த கருத்தாடல்களுக்கு முக்கிய இடம் கொடுப்பனவாக அமைகின்றன.



2.2.2 வெகுசன இதழ்களின் பொதுவான உள்ளடக்கங்கள்

ஒரு பேட்டி, 1,2 சிறுகதைகள், சில கவிதைகள், ஒரு தொடர், விமர்சனம், சில சினிமா, அரசியல் கிசுகிசு, புதிர்ப் போட்டிகள், படிப்பவர் குரல், நகைச்சுவைகள், விளம்பரம், ராசி பலன் முதலியன வெகுசன இதழ்களின் பொதுவான உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

மேலும் சினிமா இதழ், பக்தி இதழ்; தொழில், கல்வி, மகளிர் இதழ்கள் முதலியன தலைப்பிற்கேற்றாற் போல் உள்ளடக்கத்தைப் பெறுகின்றன.



பெரும்பாலும் உள்ளடக்கத்தில் இடம்பெறும் செய்தியின் தலைப்புகள் படிப்பவர்களை ஈர்ப்பனவாக அமையும். வாங்கும் வரை இருக்கும் ஈர்ப்பு, படித்து முடித்தவுடன் இருப்பதில்லை.

மேலும் இதழின் ஆசிரியர், துணையாசிரியர் பெயர், ஆண்டுச் சந்தா, படைப்புகள் அனுப்ப வேண்டிய முகவரி முதலியனவும் உள்ளன. அவ்வப்போது தொலைக்காட்சியிலோ, நாளிதழ்களிலோ பரவலாகப் பேசிக் கொள்ளும் செய்தியே முக்கியச் செய்தியாக அமைகிறது.

தீபாவளி மலர், பொங்கல் மலர், ஆண்டு மலர், மாணவர் மலர், மருத்துவ மலர் முதலியன ஆண்டுக்கொரு முறை வருதலால் அவற்றின் பெயரின் தன்மைக்கேற்ப உள்ளடக்கத்தையும், A4 அளவையும், அதிகப் பக்கங்களையும் கொண்டு அமைகின்றன.



மேற்குறித்த ஆண்டு மலர்கள் நாளிதழ், வார இதழின் சிறப்பு வெளியீடாக வரும்.

சான்றாக மாணவர் மலர் தினமணி போன்ற நாளிதழின் வெளியீடாக வரும்.

இதில் பள்ளி, கல்லூரியின் பெயர்கள், படிப்பின் பெயர்கள், பாலிடெக்னிக், ஐ.ட்டி.ஐ., கணினி மையம் முதலியவை பற்றிய செய்திகள் உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

2.2.3 இதழ்களின் பெயர்களும் உள்ளடக்கமும்

வெகுசன இதழ்கள் பல அதன் பெயர் (தலைப்பு)களுக்கு ஏற்ப உள்ளடக்கத்தைப் பெறுகின்றன.

சோதிடம், சக்தி விகடன், குமுதம் பக்தி, ஞானபூமி, ஆன்மிகம் முதலியன குறிப்பிடத்தக்க பக்தி இதழ்களாக அமைகின்றன. இவற்றில் ராசி பலன், வருடப் பலன், பிறந்த தேதிப் பலன், குருப்பெயர்ச்சி, தெய்வ நம்பிக்கை குறித்த கதைகள், தெய்வங்களின் சிறப்பு முதலியன முக்கிய உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

ஹெல்த், தொழில் முன்னேற்றம், விவசாயம், தமிழ்க் கம்ப்யூட்டர், அறிவுக்கண் முதலிய இதழ்கள் அவற்றின் தலைப்புக்கு ஏற்ப உள்ளடக்கத்தைப் பெறுகின்றன.



சான்றாக, விவசாயம் என்ற இதழ் கலப்பினப் புதிய ரக விதைகள், பயிர்களைப் பாதுகாத்தல், விவசாயக் கடன் பெறும் முறை முதலியனவற்றை முக்கிய உள்ளடக்கமாகக் கொண்டு வெளிவருகின்றது.

தமிழ்க் கம்ப்யூட்டர் என்ற இதழ் கணினியைத் தமிழில் அறிமுகம் செய்வதோடு இயக்கவும், புதிய புதிய திட்டத்தை உருவாக்கவும், கணினி உதிரிப் பாகங்களை அறிமுகப்படுத்தவும், புதிய கணினிப் பாடங்களைச் சொல்லவும் முக்கிய உள்ளடக்கத்தைப் பயன்படுத்துகிறது.

இச்சிற்றிதழ்களின் நடை முற்றிலும் கல்வி கற்றவர்கள் படிக்கக் கூடியதாகவே அமைகிறது.

• சினிமா இதழ்

சினிமா நட்சத்திரங்களுக்கென ரசிகர் மன்ற இதழ்கள் வெளிவருகின்றன. விஜய்,

ரஜினி, விஜயகாந்த், கமல், அஜித் போன்ற நடிகர்கள் குறித்து இவை வருகின்றன. அந்தந்த நடிகர்கள் நடத்த படம், நடிக்க இருக்கும் படம், சுவையான தகவல்கள் முதலியன உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

- **மகளிர் இதழ்கள்**

மங்கையர் மலர், மங்கை, பெண்ணே நீ, மகளிர் சிந்தனை, அவள் விகடன் முதலியன பெண்கள் இதழாக வெளிவருகின்றன. இவை பெண்கள் குறித்த சிந்தனையைத் தம் உள்ளடக்கமாகக் கொள்கின்றன.



பெண்கள் உடலைப் பாதுகாத்தல், மாதவிடாய் காலம் முதலிய நாட்களில் உடம்பைப் பேணுதல், சமையல் குறிப்புகள் முதலியன முக்கிய உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன. மகளிர் சுய முன்னேற்றக் குழு நடத்தும் மன்ற இதழும் பெண்கள் குறித்த இதழாக வெளியாகிறது.

- **சிறுவர் இதழ்கள்**

குழந்தைகளுக்கென, குழந்தைகள் எளிதில் படித்துப் புரிந்து கொள்ளும் நிலையில் பல இதழ்கள் வருகின்றன. துளிர், பெரியார் பிஞ்சு, சுட்டி விகடன், அம்புலிமாமா, பாலமித்ரா, ராணி காமிக்கஸ் முதலியன குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமைகின்றன.



குழந்தைகளுக்கு அறிவு, சிந்தனையைத் தூண்டும் கதைகள், விடுகதை, வேடிக்கைக் கதைகள், ஓவியம், வினோதக் கதைகள் முதலியன முக்கிய உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

2.3 சிற்றிதழ்கள் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும்

இதழ்களின் எண்ணிக்கையும், சென்றடையும் மக்களின் எண்ணிக்கையும் குறைவானவையாக அமைவன சிற்றிதழ்கள். இவை வணிகத்தைப் பொருட்படுத்தாது வருவன. ஆதலால் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும் வெகுசன இதழைவிட வேறுபட்டவையாக அமைகின்றன.

உயிர்மை, தீராநதி, காலச்சுவடு, உண்மை, புதிய பார்வை, வல்லினம், கவிதாசன், தலித் முரசு, கூட்டாஞ்சோறு, நறுமுகை, அட்சரம், புதுவிசை, புதுப்புனல், கோடாங்கி, நிழல், போதி, தாமரை, கல்வெட்டு, முகம் முதலியன குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமைகின்றன.

பெரும்பாலும் மாத இதழ்களாகவே இவை வெளிவருகின்றன. உள்ளடக்கம் முதல் பக்கத்திலே இடம்பெறுவது இவற்றில் தான் காணப்படுகிறது.

தமிழ் இலக்கியத்திற்கென வரும் இதழ்களாக இவை அமைகின்றன. இலக்கியத் தரமான படைப்பாளிகளே இதில் எழுதுவது குறிப்பிடத்தக்கது.

சிற்றிதழில் நடத்துபவரின் கொள்கைக்கு ஏற்ப உள்ளடக்கம் தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

A4 அளவில் இவை அமைகின்றன. பொதுவாக ஒரு நேர்காணல், இடைஇடையே கவிதை, இரண்டு சிறுகதைகள், மொழிபெயர்ப்பு, திரைப்பட விமர்சனம், கதை சொல்லும் படம், நூல் விமர்சனம், பதிப்பக வெளியீடுகள், கட்டுரைகள் முதலியனவும் இதழ் ஆசிரியர் குறித்த விளக்கம், உறுப்பினர் கட்டணம், படைப்பு, அனுப்ப வேண்டிய முகவரி, படிப்பவர் குரல் முதலியனவும் முக்கிய உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

இச்சிற்றிதழ்களும் சிறப்பிதழ்களை வெளியிடுகின்றன. அவ்வக் காலத்திற்கு ஏற்றாற் போலவும், புகழ்பெற்ற இலக்கியவாதி இறந்தால் அவருக்கான சிறப்பிதழாகவும், சிறுகதைச் சிறப்பிதழ் முதலியனவாகவும் வெளியிடுகின்றன.

இச்சிற்றிதழ்களின் நடை முற்றிலும் கல்வி கற்றவர்கள் படிக்கக்கூடியதாகவே அமைகின்றது. குமுதம், தீராநதி இதழின் உள்ளடக்கமும் மொழிநடையும், புது எழுத்து, உயிர்மை போன்ற இதழ்களின் உள்ளடக்கமும் மொழிநடையும் வேறானவையாக அமையும்.

2.3.1 தலித் முரசு

தலித் முரசு போன்ற இதழ்கள் குறிப்பாக அம்பேத்கர், பெரியாரின் கொள்கைகளை விளக்குவனவாகவும், அவ்வப்போது தலித்துகளுக்கு ஏற்படும் சிக்கல்களை அம்பலப்படுத்துவனவாகவும் அமைகின்றன.

2.3.2 இணைய இதழ்கள்

இணையத் தளத்தில் பல இதழ்கள் வெளிவருகின்றன. நாளிதழ்; வார, மாத

இதழ்களும் இவ்வாறு வெளிவருகின்றன. புத்தக வடிவில் அச்சில் வரும் பல சிற்றிதழ்கள் இணையத் தளத்தில் வருகின்றன. இணையத் தளத்தில் மட்டுமே வரும் இதழ்களும் வருகின்றன. இவை உலக அளவில் படிக்கப்படுவதால் அதற்கேற்ப உள்ளடக்கத்தைப் பெறுகின்றன.

எனவே இதழ்களின் பெயர், பருவம், நடத்துபவரின் கொள்கை முதலியன இதழ்களின் அமைப்பையும் உள்ளடக்கத்தையும் கட்டமைக்கின்றன என்பதை அறியலாம்.

2.3.3 சமய, அரசியல் இதழ்கள்

சமயம் சார்ந்தும், அரசியல் பிரமுகர்களின் நேரடி வெளியீடாகவும் பல இதழ்கள் வருகின்றன. தமிழில் வெளியாகும் இதழ்கள் பெரும்பாலும் இந்து சமய இதழ்களாகவே வெளிவருகின்றன.

மேலும் கிறித்தவ, இசுலாமிய சமய இதழ்களும் வருகின்றன. அவை அந்தந்தச் சமயக் கொள்கைக்கு ஏற்பவும், அம்மக்களின் வாழ்க்கை முறை குறித்த செய்திகளை உள்ளடக்கியும் அமைகின்றன.

சமரசம், சமநிலைச் சமுதாயம், விடியல், முஸ்லிம் பெண்மணி என்ற இதழ்கள் முஸ்லிம் மக்களின் இதழ்களாக வருகின்றன.

பெரிய அரசியல் கட்சிகளால் நடத்தப்படும் இதழ்களும் உள்ளன. முரசொலி தி.மு.க. இதழாகவும், டாக்டர் நமது எம்.ஜி.ஆர் அ.தி.மு.க இதழாகவும் வெளிவருகின்றன.



இவை தத்தம் அரசியல் தலைவர்களின் கொள்கை, கொடை, பணி, எதிர்க்கட்சிகளின் நிலை முதலியனவற்றை உள்ளடக்கமாகக் கொண்டு வெளிவருகின்றன.

2.4 தொகுப்புரை

தமிழில் வெளியாகும் இதழ்கள், அவற்றின் வருகை, பெயர், நடத்துபவர், சமயம், அரசியல் முதலியவற்றைச் சார்ந்து அதன் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும் பெறுகின்றன. எனவே இதழ்களைப் பலவகையாகப் பிரித்து அவற்றின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும் அறியப்பட்டன.

அவ்வகையில் நாளிதழ்களின் அமைப்பு, உள்ளடக்கம், வெகுசன இதழ்களின் அமைப்பு, உள்ளடக்கம், சிற்றிதழ்களின் அமைப்பு, உள்ளடக்கம் முதலியனவும் அறியப்பட்டன.

முடிவாக இதழ்களின் பெயர்களும் (தலைப்பும்) நடத்துபவர்களின் கொள்கையும், அவை சென்றடையும் மக்களின் எண்ணிக்கை, இதழ்களின் எண்ணிக்கை முதலியனவும் இதழ்களின் அமைப்பினையும் உள்ளடக்கத்தையும் தீர்மானிக்கின்றன என்பதையும் அறிந்தோம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

P20433 இதழ்களில் தலையங்கம்

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

இந்தப் பாடத்தில் இதழ்களில் மிக முக்கியமான பகுதியாக அமையும் தலையங்கம் பற்றியும், அதன் நோக்கம், வகைகள், அமைப்பு, அது அமையும் இடம் இவை பற்றியும் விளக்கமாகச் சொல்லப்படுகிறது.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

இந்தப் பாடத்தைப் படித்து முடிக்கும் போது கீழ்க்காணும் செய்திகளைத் தெளிவாகப் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

- தலையங்கம் என்றால் என்ன என்பதைத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- இதழ்களில் தலையங்கத்தின் இன்றியமையாமை பற்றிப் புரிந்து கொள்ளலாம்.
- தலையங்கத்தின் வகைகளை அறியலாம்.
- தலையங்கத்தில் ஆசிரியருக்கான இடம் பற்றித் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- தலையங்கத்தின் அமைப்புப் பற்றி அறிந்து கொள்ளலாம்.
- தலையங்கம் அமையும் இடம் எது என்பதைப் புரிந்து கொள்ளலாம்.

பாட அமைப்பு

3.0 பாட முன்னுரை

3.1 தலையங்கம்

3.2 இதழ்களும் தலையங்கமும்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

3.3 சிற்றிதழ்களும் தலையங்கமும்

3.4 தலையங்க அமைப்பு

3.5 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

3.0 பாட முன்னுரை

தலையங்கம் என்பது இதழ்களில் முக்கியப் பகுதியாக அமைகிறது. மிக முக்கியக் கருத்துகளும் அன்றைய அப்போதைய தேவை குறித்த செய்திகளும் தலையங்கமாக அமைவதுண்டு. சிற்றிதழ், வெகுசன இதழ், நாளேடு ஆகிய மூன்று வகை இதழ்களிலும் தலையங்கம் இடம்பெறுவதுண்டு.

மனிதனுக்கு இதயம் போன்று இதழுக்குத் தலையங்கம் அமைகிறது.

3.1 தலையங்கம்

இதழ்களில் இடம்பெறும் செய்திகளுக்கெல்லாம் தலையானது ஆகவும் இதழ் நடத்துபவரின் எழுத்தாகவும் அமைவது தலையங்கம் எனப்படும். இதனை ஆங்கிலத்தில் Editorial என்பர். தலையங்கம் இதழ் ஆசிரியரும் படிப்பவரும் தொடர்பு கொள்ளும் இடமாகவும் அமைகிறது.

தலையங்கம் ஆசிரியர் பகுதி என்ற பெயரிலும் வருவதுண்டு.

3.1.1 தலையங்கத்தின் நோக்கமும் கருத்தும்

தலையங்கத்திற்கென நோக்கங்கள் உண்டு. மக்கள் என்ன எண்ணுகிறார்கள் என்ற கருத்தை வெளியிடுவதாகவும் அமையும்.

• நோக்கம்

தலையங்கம் வெளியிடப்படுவதன் நோக்கம் என்ன? தலையங்கத்தின் பொருளுக்கேற்ப அதன் நோக்கமும் மாறுபடுகின்றது. இதழ் ஆசிரியருக்கான பகுதியாக அமைவதால் ஆசிரியரின் நோக்கமும் தலையங்க நோக்கமாக அமையும்.

பொதுமக்களின் கருத்து வெளிப்பாடாகவும் தலையங்கம் அமைவதுண்டு. இதழ் வெளியாகும் காலக்கட்டத்தில் நடந்த சில முக்கிய நிகழ்வுகள் பற்றிய கருத்தாடலாகவும் அமையும்.

• கருத்து

தலையங்கம் என்ற பகுதி பொதுவாக ஒரு கருத்தைப் பற்றி, ஒரு நிகழ்வு பற்றி, ஒரு பிரச்சனை பற்றி மக்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள் என்பதைத் தெளிவாக்குவது ஆகும். மேலும் துறை வல்லுநர்களின் கருத்தையும் திரட்டித் தருவதால் முடிவு காணுதல் எளிதாக இருக்கும்.

எனவே தலையங்கம் மக்களின் கருத்துப் பற்றியும், துறைவல்லுநர் கருத்துப் பற்றியும், ஆசிரியரின் கருத்துப் பற்றியும் அமையும்.

மக்கள் கருத்தாயினும், துறை வல்லுநர் கருத்தாயினும் விருப்பு வெறுப்பு இன்றி நடுவுநிலையோடு தலையங்கம் அமைதல் வேண்டும். ஆசிரியர் தனது கருத்தைத் திணிப்பது இதழின் வளர்ச்சிக்குத் தடையாக அமையலாம்.

ஒருபக்கச் சார்பு இல்லாமல், மக்களுக்குப் பயன்தரும் கருத்தோடு நுண்மை, தெளிவு, சுருக்கம் இவற்றுடன் ஆய்வு நிலையிலும் தலையங்கம் அமைய வேண்டும்.

எனவே இதழ்களில் ஆசிரியர் பகுதியாக அமையும் தலையங்கம் நடுவுநிலைத் தன்மையோடு அமையும்.

• கருத்து உருவாக்கல்

மக்கள் கருத்து எத்தகையது என்பதை எடுத்துக் கூறுவதோடு மட்டுமல்லாமல்,

நன்கு ஆராய்ந்து மக்களுக்கு நன்மை தரக்கூடிய கருத்தினை உருவாக்குவதும் தலையங்கமே ஆகும். மக்களைக் குழப்பாமல் ஒரு தீர்வு காண்பதற்கு இது உதவி செய்ய வேண்டும்.

விமர்சனத்தின் வாயிலாக உண்மைகளை வெளிச்சத்துக்குக் கொண்டு வர வேண்டும். சிக்கலைத் தீர்க்கும் நோக்கம் கொண்டு தெளிவாகச் செய்ய வேண்டும். நல்ல தலையங்கம் நாட்டின் தலையெழுத்தையே மாற்றி அமைக்கும் தன்மை உடையது.

3.1.2 தலையங்கத்தின் வகைகள்

தலையங்கத்தில் இடம்பெறும் செய்திகளின் தன்மையைக் கொண்டு அதனைப் பல வகையாகப் பிரிக்கலாம். உள்நாட்டு, வெளிநாட்டுச் செய்திகள், வரவு செலவுத் திட்டங்கள், பொருளாதாரக் கொள்கை, போராட்டங்கள், தேர்தல், அரசியல் சிக்கல்கள் முதலியன குறித்த தலையங்கங்கள் என வகைப்படுத்தலாம்.

பொதுவாக நீண்ட காலச் சிக்கல்கள் குறித்த செய்திகள் தலையங்கமாக வருவதுண்டு. காவிர்ச் சிக்கல்கள், நதிநீர்ச் சிக்கல்கள், காஷ்மீர்ச் சிக்கல்கள், ஈராக், இலங்கைச் சிக்கல்கள் முதலியன தொடர்பாகத் தலையங்கங்கள் பரவலாக அனைத்து இதழ்களிலும் வருவதுண்டு.

சட்ட திட்டங்கள் பற்றிய தலையங்கமும் இன்றியமையாததாக அமைந்து விடுகிறது.

வெளிநாட்டு அணு ஆயுதக் கொள்கை, மனித உரிமைச் சட்டம், மத மாற்றத் தடைச் சட்டம், இதழியல் சுதந்திரம், கல்வி நிலையங்களில் சமயம் தொடர்பான குறியீடுகளை விலக்கல், உயிர்ப்பலித் தடைச் சட்டம், கங்கை காவிர் நீர் இணைப்புச் சட்டம், மகளிர் இடஒதுக்கீடு, சிறுபான்மையினர் இடஒதுக்கீடு, கல்வி, வேலை வாய்ப்புகளில் சமூக இட ஒதுக்கீடு, அனைவரும் அருச்சகராகலாம் என்னும் சட்டம் பற்றிய குறிப்புகள் முதலியன பற்றியும் தலையங்கம் வரும்.

சமுதாய நலனைக் கருத்தில் கொண்டு மக்களுக்கு நலம் தரும் கருத்துகளை விளக்குவனவாகவும் தலையங்கம் அமையலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக,

சுற்றுப்புறச் சூழல் பாதுகாப்பு, மத நல்லிணக்கம், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, அறிவொளி இயக்கம், எய்ட்ஸ் தடுப்பு, ஊழல் ஒழிப்பு, வெளிநாடுகளில் முதலீடு, மக்கள் தொகைக் கட்டுப்பாடு முதலிய வகைகளில் தலையங்கம் அமையலாம்.

ஆக, தலையங்கம் அமையும் பொருளின் அடிப்படையில் அதன் வகை அமைகிறது என்பதை அறியலாம்.

3.2 இதழ்களும் தலையங்கமும்

இதழ்கள் தத்தம் கொள்கைகளுக்கும் நோக்கத்திற்கும் ஏற்பத் தலையங்கங்களை அமைத்துக் கொள்கின்றன.

3.2.1 ஆனந்த விகடனும் தலையங்கமும்

வெகுசன இதழ்களில் தலையங்கச் செய்தியும் சரி, அதன் நடையும் சரி, படிப்பவர் அனைவர்க்கும் புரியும் நிலையிலே அமையும்.

தலையங்கச் செய்தி தலையங்கம் என்ற பெயருடன் வருவதோடு இன்னும் வேறு பெயர்களிலும் வரும். இன்றும் சில இதழ்களில் ஏதேனும் ஒரு குறியீடு தலையங்கத்தை அடையாளப்படுத்தும்.

சான்றாக ஆனந்த விகடன் இதழில் தலையங்கம் பகுதி அவ்விதழின் சின்னமாகிய தலை உருவத்தைக் கொண்டதாக அமையும்.

மேலும் ஆனந்த விகடன் இதழில் இடம்பெறும் தலையங்கத்தின் இன்னொரு சிறப்பு, தலையங்கத்தில் இடம்பெறும் செய்தியை விளக்கும் நிலையில் கருத்துப்படங்களும் அருகில் இடம் பெறுவதாகும்.

அந்தந்த வாரத்தில் பரவலாகப் பேசப்படும் அரசியல், திரைப்படம், பொதுவான சிக்கல்கள் குறித்த கருத்தும், கருத்து விளக்கப் படங்களும் இணைந்து ஆனந்த விகடன் இதழின் தலையங்கமாக அமைகிறது.

3.2.2 இந்தியா டுடேவும் தலையங்கமும்

பெரும்பாலான இதழ்களில் தலையங்கம் இடம்பெறும். ஆனால் ஆசிரியரின் பெயர் குறிப்பிடப்படாது. தலைப்பு குறியீடாகவோ, தலையங்கம் என்ற பெயரிலோ அமையும்.

ஆனால் இந்தியா டுடே இதழில் தலையங்கம் ஆசிரியரின் பெயருடன் அமைவது குறிப்பிடத்தக்கதாகும்.

இந்திய அளவிலான மிகச் சிறந்த இதழ்களில் ஒன்றாக வரும் 'இந்தியா டுடே'வின் ஆசிரியரால் வெளியிடப்படும் தலையங்கம் தனிச் சிறப்பு உடையதாக அமைகிறது.

'இந்தியா டுடே'வில் இடம் பெறும் தலையங்கம் 'ஆசிரியரிடம் இருந்து' என்ற தலைப்புடனும் முடியும் இடத்தில் ஆசிரியர் பெயருடனும் இடம் பெறுகிறது.

'இந்தியா டுடே'வின் தலையங்கம் பெரும்பாலும் முந்தைய இதழ்களின் விமர்சனம் குறித்த கருத்துக் கணிப்பாகவே அமைகிறது. ஒவ்வொரு இதழும் அதற்கு முன்பு வந்த இதழின் தன்மை குறித்த மதிப்பீடாகவும் அமைகிறது.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

3.3 சிற்றிதழ்களும் தலையங்கமும்

எண்ணிக்கையில் குறைந்த, படித்த வாசகர்களை மட்டுமே கொண்ட சிற்றிதழ்களில் அந்தந்த இதழ் நடத்தும் ஆசிரியரின் கருத்துகளே தலையங்கமாக அமைகிறது.

இலக்கியத் தரமான தலையங்கமே அனைத்துச் சிற்றிதழ்களிலும் இடம் பெறுகின்றது.

காலச்சுவடு இதழில் தலையங்கம் என்ற பெயரிலே இடம் பெறுகின்றது. புதிய பார்வை, தலித் முரசு போன்ற இதழ்களில் எந்தப் பெயரும் இல்லாமல் முதல் பக்கத்திலேயே தலையங்கம் அமைந்து விடுகிறது. உயிர்மை இதழில் எந்தப் பெயரும் இல்லாமல் தலையங்கம் அமைந்தாலும் இறுதியில் ஆசிரியரின் பெயர் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

இவ்வாறு சிற்றிதழ்களில் தலையங்கம் என்ற பகுதி இடம் பெறுகிறது. இது சென்ற மாத இதழ் குறித்த விமர்சனமாகவும், இலக்கியம் சார்ந்த இம்மாத முக்கிய நிகழ்வுகள் பற்றியதாகவும் அமையலாம்.

இலக்கியத் தரமான பல இதழ்களில் இப்படி அமைவதுண்டு. மேலும், தொடர்ந்து இதழ் நடத்த முடியாத பொருளாதாரச் சூழலில் உள்ள சில சிற்றிதழ்களில் தலையங்கம், ஆசிரியர் படிப்பவரிடம் சந்தா கேட்டு முறையிடும் தலையங்கமாகவும் அமையும்.

3.4 தலையங்க அமைப்பு

தலையங்கம் எப்படி அமைய வேண்டும் என்ற அமைப்பு முறை ஒன்று உண்டு. தலையங்கம் இல்லாத இதழ்களும் உள்ளன. தமது விருப்பப்படி தலையங்கத்தை அமைத்துக் கொள்ளும் இதழ்களும் உள்ளன.

நாளிதழ், வெகுசன இதழ், சிற்றிதழ் என அனைத்து இதழ்களிலும் தலையங்கம் வெவ்வேறாக அமைகின்றது. அது முழுமையாக ஆசிரியர் கருத்து ஆதலால் அவ்வாறு அமைவது இயல்பாகிவிடுகிறது.

தலையங்கம் மூன்று பகுதிகள் கொண்டதாக இருக்கும். அவை,

(1)கருப்பொருள்

(2)விளக்கம்

(3)முடிவு

என அமையும்.

தலையங்கம் கூற இருக்கும் செய்தி அடிப்படையில் தலைப்பு அமைத்தல், அதற்கான கருப்பொருளை உருவாக்கல், அதனை விளக்கிக் கூறல், அதற்கு விருப்பு வெறுப்பின்றி நடுவுநிலையோடு முடிவு கூறல் என அமையும்.

அவை திறனாய்வு நிலையிலும், கருத்து பற்றிய தீர்வினை விருப்பு வெறுப்பு இன்றி மக்கள் அதாவது படிப்பவர் நலன் கருதி வெளியிடுபவையாகவும் அமையும்.

தலையங்கம் ஆசிரியரின் கொள்கையையும் சமூகத்தை அவர் பார்க்கும் முறையையும் தெளிவாகப் புரிந்து கொள்ள உதவும்.

தலையங்கம் ஏதேனும் ஒரு தலைப்பில் எழுதப்படுவதுண்டு. பொதுவாக மையக் கருத்தின் அடிப்படையில் அதாவது அப்போதைய சூழலில் தேவையான செய்தியைத் தலைப்பிட்டு எழுதுவது உண்டு.

“இட ஒதுக்கீட்டின் எதிர்காலம்”, “தேர்தல் ஆணையத்துக்குச் சங்கடம்”, “அச்சுறுத்தும் மதச் சார்பின்மை”, “இப்படியும் ஒரு எலி வேட்டை”, “ஆதிக்க வேரறுப்போம்” முதலிய தலைப்புகள் சான்றுக்காகத் தரப்பட்டுள்ளன.

3.4.1 தலையங்க அமைப்பிடம்

இதழில் தலையங்கம் அமையும் இடம் என்பது மிக மிக முக்கியமானதாகும்.

பொதுவாக நாளிதழ்களில் தலையங்கம் இரண்டாம் பக்கத்தில் அமையும். எடுத்துக்காட்டு விடுதலை நாளிதழ். வார இதழ்களில் முதல் பக்கத்திலோ, கடைசிப் பக்கத்திலோ இடம் பெறலாம். எங்கு இடம் பெறலாம் என்பது இல்லை. சிற்றிதழ்களில் முதல் இரண்டு பக்கங்களில் தலையங்கம் அமையும்.

தலையங்கம், ‘ஆசிரியரிடமிருந்து’ என்று பெயர் எதுவும் இன்றி வரலாம். அல்லது ஆசிரியர் பெயர் மட்டும் இடம்பெற்றும் வருவதுண்டு.

தலையங்கம் ஆசிரியர் எழுதும் பகுதி என்பதால் ஓர் இதழின் உண்மைத் தன்மையை நிறுவும் பகுதி இதுவே ஆகும். பலர் தலையங்கத்திற்கு அதிகக் கவனம் கொடுத்துப் படிப்பதும் உண்டு. அதனால் இந்த இதழில் இந்த இடத்தில் தலையங்கம் அமையும் என்று நிர்ணயித்திருப்பது இதழ்களுக்கும், படிப்பவர்களுக்கும் நன்மை பயக்கும். தலையங்கம் இல்லாமல் இதழ்கள் வெளியிடுவது ஒரு பொறுப்பில்லாத தன்மை என்று கூடச் சொல்லலாம்.

3.5 தொகுப்புரை

இதழ்களில், தலையங்கம் என்பது குறிப்பிடத்தக்க முக்கியப் பகுதியாக அமைகிறது. ஓர் இதழின் இருப்பையும், விற்பனையையும், எண்ணத்தையும், நோக்கத்தையும் எடுத்துரைப்பது தலையங்கம். இதழ் ஆசிரியரும், படிப்பவர்களும் தொடர்பு கொள்ளும் பகுதியாக இஃது அமைகிறது. நாளிதழ், வெகுசன இதழ், சிற்றிதழ் என்று அனைத்து இதழிலும் தலையங்கம் அனைவருக்கும் புரியும் நிலையில் அமையும். பல வகைகளில் அமையும். தலையங்கத்திற்கென்று ஓர் அமைப்பு முறை, அமைவிடம் உண்டு என்பன இப்பாடத்தில் விளக்கப்பட்டன.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

P20434 இதழ்களில் படங்கள்

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

இதழ்களின் உள்ளடக்கப் பகுதிகளில் கருத்துப் படங்கள் – கேலிச் சித்திரங்கள், நிழற்படங்கள், வரைபடங்கள் போன்ற படங்களுடன் இடம்பெறும் செய்திகளைப் பற்றி இப்பாடத்தில் விளக்கமுறக் காணலாம்.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

- இதழ்களில் படங்கள் பெறுகின்ற இடம் பற்றித் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- படங்களின் பயன்களைத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- 'கருத்துப் படங்கள்' இதழ்களில் முக்கியப் பணிகள் ஆற்றுகின்றன என்பதனைத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- படத் துணுக்குகள் என்றால் என்ன, அவற்றின் பணி யாது என அறியலாம்.
- நகைச்சுவைத் துணுக்குகளைப் பற்றியும் அவற்றின் முக்கியத்துவம் பற்றியும் அறியலாம்.
- நிழற்படங்கள் மட்டுமல்லாமல், ஓவியங்கள் பெறும் இடம் பற்றியும் அறியலாம்.
- இக்கலையில் சிறந்தோர் பணியும் திறனும் பற்றியும் அறிந்து கொள்ளலாம்.

பாட அமைப்பு

4.0 பாட முன்னுரை

4.1 இதழ்களில் படங்கள்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

4.2 செய்திப் படங்கள்

4.3 பல்வகைப் படங்கள்

4.4 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

4.0 பாட முன்னுரை

இதழ்களின் செய்திகளைப் படிப்பவர் மனத்தில் ஆழப்பதிக்கும் திறன் வாய்ந்தவை படங்கள். 'ஒரு படம் பத்தாயிரம் சொற்றொடருக்கு ஒப்பானது' என்று கூறுவர். கற்றல், கேட்டல் இவற்றைவிடக் காணல் மிகவும் பயன்தரும் என்பது நாம் அறிந்ததே ஆகும். இதையே நாம் 'சித்திரமாகப் பதிந்து விட்டது', 'எழுதிய சித்திரம் போல்' என்றெல்லாம் பேச்சுவழக்கில் பயன்படுத்துகிறோம்.

உண்மையில், இதழ்களின் அழகையும், கவர்ச்சியையும் செய்தி மதிப்பையும் கூட்டுவனவாகப் படங்கள் உள்ளன. வண்ணப்படங்கள் இல்லா இதழ்கள் படிப்பவர்களைக் கவர்வதில்லை. அச்சுக்கலை வளர்ச்சியும், நிழற்படத் தொழில்நுட்ப மேம்பாடும், ஓவியர்களின் பெருக்கமும் இன்றைய இதழ்களில் படங்களுக்குச் சிறப்பான இடத்தைத் தேடித் தந்துள்ளன. இன்றைய இதழ்களின் வெற்றிக்குப் படங்கள் பெருந்துணை புரிகின்றன. "ஆறில்லா ஊருக்கு அழகு பாழ்" என்பது ஓளவை காலத்துப் பழமொழி. ஆனால் இன்றோ, "படங்கள் இல்லா இதழ்கள் பாழ்" என்று கூறுமளவிற்குப் படங்களின் முக்கியத்துவம் கூடியுள்ளது.

4.1 இதழ்களில் படங்கள்

1841இல் முதன்முதலாகச் செய்தித்தாள்களில் படங்கள் வெளியிடும் முறை தோன்றியதாகக் கூறுவர். 1900இல் ஈயப் படக்கட்டை தயாரிக்கும் முறை தோன்றிய பின்னர் இதழ்களில் படங்கள் மிகுதியும் வரத் தொடங்கின. தாள் தயாரிப்பும் பல்வேறு வகையான அச்ச மைகளின் கண்டுபிடிப்பும் படங்களின் வளர்ச்சியை விரைவுபடுத்தின. இன்று எல்லா இதழ்களிலும் படங்கள் வெளியிடப்படுகின்றன.

பொதுவாக இதழ்களில் இடம் பெறும் படங்களை இரண்டு வகைப் படங்கள் என்று வரையறுக்கலாம்.

(1)நிழற்படங்கள்

(2)வரைபடங்கள்

இன்றைய காலக்கட்டத்தில் நிழற்படக் கலைஞர்களையும் வரைபடக் கலைஞர்களையும் இதழ்கள் பணியில் அமர்த்திக் கொள்கின்றன. அவர்கள் பணி செய்வதற்கான வசதி வாய்ப்புகள் அலுவலகங்களிலும் அளிக்கப் பெறுகின்றன.

4.1.1 நிழற்படங்கள்

இதழ்களில் வெளிவரும் நிழற்படங்களைக் கீழ்க்காணும் முறையில் இதழாளர் வகைப்படுத்துவர்.

- செய்தி நிகழ்ச்சிப் படங்கள் (News Event Photos)



முக்கியமான செய்தியை வெளிக்காட்டும் படங்கள் இந்த வகையில் அடங்கும். எடுத்துக்காட்டு: முதலமைச்சர் பதவியேற்பு விழா



- உருவப் படங்கள் (Portrait Pictures)

செய்தியில் வருபவர்களை அறிமுகப்படுத்தும் படங்களை வெளியிடலாம். நோபல் பரிசு பெற்றவர்களின் உருவப் படங்கள், அமைச்சரவையில் இடம் பெறுபவர்களின் படங்கள் போன்றவற்றை எடுத்துக்காட்டாகக் கூறலாம்.

- **கவர்ச்சிப் படங்கள் (Cheese Cake shots)**

சில இதழ்களில் 'நடுப்பக்கப் படங்கள்' என்று வெளியாகும் பாலுணர்வைத் தூண்டும் படங்களையும், காதலுணர்வை வெளிக்காட்டுபவை போன்ற கவர்ச்சிப் படங்களையும் இதற்குச் சான்றாகக் கூறலாம்.



- **செயல் விளக்கப் படங்கள் (Action Shots)**

ஒரு செயலைச் செய்கின்ற பொழுது எடுக்கின்ற படங்களுக்குத் தனிச் சிறப்பு உண்டு. உயரம் தாண்டும் நிலையில் எடுக்கப்பட்ட படம், விளையாட்டு வீரர்கள் ஓட்டப் பந்தயத்தில் ஓடும் நிலையில் எடுக்கப்பட்ட படம் போன்றவை இத்தலைப்புக்குப் பொருந்தி வருவன ஆகும்.



- **வடிவமைப்புப் படங்கள் (Pattern shots)**

விளம்பர நோக்கில் உற்பத்தி செய்த பொருள்களின் வடிவமைப்பு வெளிப்படும் வகையில் எடுக்கப் பெற்ற படங்களைச் செய்தித் தாள்கள் வெளியிடலாம். புதிய தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள், கார், ஸ்கூட்டர், மோட்டார் சைக்கிள் போன்றவற்றின் படங்கள் இப்பிரிவில் அடங்கும்.

- **உற்பத்திப் பொருள் படங்கள் (Product Shots)**

பொதுவாக, தொழிற்சாலைகள் உற்பத்தி செய்கின்ற பலவகைப் பொருட்களை (வீட்டுப் பயன்படு பொருட்கள்) விளக்கும் படங்களை வெளியிடலாம்.

4.1.2 நிழற்படக் கலைஞர்கள்

நிழற்படக் கலைஞர்கள் தற்காலத்தில் தொழில் நுட்பத் திறன் வாய்ந்தவர்களாகவும், அதற்கேற்ற நிழற்படக் கருவிகளைப் பயன்படுத்தும் திறமை உள்ளவர்களாகவும் திகழ்கின்றனர். அதற்கேற்ப, திறன்மிக்க கருவிகளும் பயன்பாட்டில் வந்து விட்டன.

நிழற்படங்கள் செய்திகளின் விளக்கமாக அமைகின்றன. செய்திக்கு நிழற்படம் கூடுதலான வரவேற்பையும் பெற்றுத் தரும்; செய்தியைப் படிக்கும் ஆர்வத்தையும் உண்டு பண்ணும்.

நிழற்படக் கலைஞர்கள், செய்தியாளர் கூறும் செய்திகளுக்குப் படத்தை எடுத்துத்

தருவார்கள். அதில் அவர்களின் காலத்திற்கேற்பச் செயல்படும் திறன் (சமயோசிதம்), படைப்பாற்றல், உத்திகளைக் கையாளும் திறன் இவையெல்லாம் சேரும்போது படங்கள் கூடுதலான வரவேற்பைப் பெறுகின்றன.

எடுக்கப்பட்ட நிழற்படங்களை அப்படியே செய்தித்தாளில் வெளியிடுவதில்லை. செய்தி ஆசிரியரோ, நிழற்படப் பிரிவு ஆசிரியரோ படத்தில் தேவை இல்லாதவற்றை அகற்றி, எப்படி அதனை வெளியிட வேண்டுமென்று முடிவு செய்கின்றனர். இப்படி வேண்டாதவற்றை அகற்றி, வெளியிட வேண்டியவற்றைத் தீர்மானித்தலை வெட்டுதல் (Crop or Trim) என்று அழைப்பர். படம் தெளிவாக அமைய இது உதவும். படத்திற்குத் தலைப்பிடுதலும் (Caption) ஒரு கலை. ஏனென்றால் நல்ல 'தலைப்பு' படத்திற்கு மேலும் சிறப்பினைக் கொடுக்கும். தலைப்பு மிகச் சுருக்கமாகவும், கருத்தைக் கவரும் விதத்திலும் அமைய வேண்டும்.

ஓரிடத்தில் படத்தையும் மற்றோர் இடத்தில் செய்தியையும் வெளிட்டு, படிப்போரின் ஆவலைத் தூண்டும் வகையிலும் தலைப்பினை வெளியிடலாம். சான்றாக, முரண்பட்ட கருத்துக்கொண்ட அரசியல் கட்சித் தலைவர்கள் இருவர் சிரிக்கும் படத்தை ஓரிடத்தில் வெளியிட்டு 'இவர்கள் ஏன் சிரிக்கிறார்கள்?' (காண்க 7ஆம் பக்கம்) என்று தலைப்பிடலாம்.



சில சமயங்களில் நிழற்படச் செய்தியாளர்களுக்கு இன்னல் நேர்வதும் உண்டு. அவற்றையெல்லாம் பொருட்படுத்தாமல், அரிதான படங்களை எடுத்தளித்து வரலாறு படைக்கவும் இவர்களால் முடியும். இந்திய அளவில் படங்களோடு செய்திகளைப் பொலிவுடன் தரும் இதழ்களில் குறிப்பிடத்தகுந்ததாக 'தி இல்லஸ்டிரேட்டட் வீக்லி ஆப் இந்தியா' அமைந்துள்ளதாகக் கூறுவர். 1993ஆம் ஆண்டு இதில் வெளியிடப்பட்ட சிறப்பான நிழற்படங்களை எல்லாம் தொகுத்து, சென்னையில் கண்காட்சி வைக்கப்பட்டிருந்ததும் ஒரு செய்தியாகும்.

4.1.3 ஓவியங்கள்

இதழ்களில் கண்ணுக்கு விருந்தாக அமைபவை நிழற்படங்கள் மட்டும் அல்ல; ஓவியங்களும் ஆகும். ஓவியங்கள் பொதுவாக நாளேடுகளில் அதிகமாக வருவது இல்லை. கேலிச் சித்திரம், துணுக்கு போன்றவை மட்டுமே வரும். ஆனால் வார இதழ்கள், திங்கள் இதழ்கள், இரு திங்கள் இதழ்கள் ஆகியவற்றில் ஓவியங்கள் மிகுதியாக இடம் பெறுகின்றன. சிற்றிதழ்களில் நவீன ஓவியங்கள் நிறைய இடம் பெறுகின்றன. லதா, அரஸ், மணியம் செல்வன், மருது, ஆதிமூலம், ஜெயராஜ், உமாபதி, மாருதி போன்றோர் பலரும் தொடர்ச்சியாக இதழ்களில் படம் வரைகின்றனர்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

4.2 செய்திப் படங்கள்

செய்திகளுக்கு ஏற்ற படங்கள் தரும்போது செய்திகளின் நம்பகத் தன்மை இன்னும் கூடுகிறது. செய்திகளைப் பார்க்கும்ல ஆர்வத்தையும் இது கூட்டுகிறது. அத்துடன் இதழ்களின்செயலாற்றல் திறனால் அவற்றின் மீது மதிப்பும் கூடுகிறது.



பொதுவாக அரசியல் செய்திகள், வெளிநாட்டுத் தலைவர் வருகை, வித்தியாசமான செய்திகள், முக்கியமான செய்திகள், விபத்துகள், விளையாட்டுச் செய்திகள், முக்கியமான தலைவர்களின் மரணச் செய்திகள், விருதுகள் வழங்கல் ஆகியவற்றுடன் நிழற்படங்கள் தவறாமல் இடம்பெறுகின்றன.

- செய்திப் படங்கள் அமையும் இடங்கள்

செய்திப் படங்கள் நாளேடுகளில் அனைத்துப் பக்கங்களிலும் இடம் பெறுகின்றன. முதல் பக்கத்தில் தவறாமல் இடம் பெறுகின்றன. படங்கள் பல அளவுகளிலும் வருகின்றன. மிகமிகப் பெரிய படங்களும், சிறிய அளவுப் படங்களும் இடம் பெறுகின்றன. தினமணியில், முதல் பக்கத்தில் நாளேட்டின் பெயருக்குக் கீழேயே மூன்று அல்லது நான்கு சிறிய படங்கள் வரிசையாகக் குறிப்புகளோடு இடம் பெறுகின்றன. முன்பு இல்லாத ஒரு தன்மையாக இதனை இவ்விதழில் காணலாம்.

4.3 பல்வகைப் படங்கள்

இதழ்களில் இடம்பெறும் படங்கள் பல்வேறு வகையின. அவற்றுள் முக்கியமானவை கருத்துப் படங்கள், கேலிச் சித்திரங்கள் ஆகியவையாகும்.

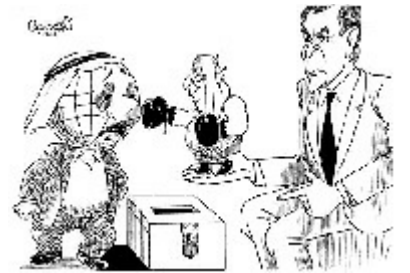
4.3.1 கருத்துப் படங்கள் (Cartoons)

பொது மக்களுடைய எண்ணங்களைப் எதிரொலிக்கும் வகையில் கருத்துப் படங்கள் இதழ்களில் இடம் பெறுகின்றன. தொடர்களால் அமையும் தலையங்கத்தைப் போலவே, படங்களின் வாயிலாகக் கருத்தைத் தெரிவிப்பது கருத்துப் படம் ஆகும். இந்தியாவில் 1857இல் டெல்லி கெசட் என்ற இதழிலும், தமிழ்நாட்டில் பாரதியாரின் இந்தியா என்ற இதழிலும் முதன் முதலாகக் கருத்துப் படம் வெளியிடப்பட்டது. பின்னர்த் தேசபக்தன், விநோதினி, காந்தி முதலிய இதழ்களிலும் கருத்துப் படங்கள் இடம்பெற்றன. இன்றைக்குப் பல இதழ்களும் கருத்துப் படங்களை வெவ்வேறு வகைகளில் வெளியிடுகின்றன. முன்பு போல் முதல் பக்கத்தில் இப்போது நாளேடுகள் வெளியிடுவதில்லை. அரசியல், சமுதாயம், விலை உயர்வு, சமுதாயச் சிக்கல்கள், மரணங்கள், அழிவுகள், விளையாட்டு இவை போன்ற பலவற்றையும் கருத்துப் படத்தின் கருத்துக்கு உட்படுத்துகின்றன. கருத்துப் படத்தில் கருத்துக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறது. கருத்துப்படம் வரையும் ஓவியர்களுக்கு அறிவுத் திறனும், நகைச்சுவையுணர்வும், கற்பனைத் திறனும் தேவை. கருத்துப் படங்கள் மக்களைச் சிந்திக்க வைக்க வேண்டும்.

பொதுவாகக் கருத்துப்படங்களை அவற்றை வெளியிடும் முறையின் அடிப்படையில் மூன்று வகைகளாகப் பகுக்கலாம்.

• தலையங்கக் கருத்துப் படம் (Editorial Cartoon)

ஆசிரியரின் தலையங்கத்திற்கு அரண் செய்யும் வகையில் தலையங்கத்தை ஒட்டிச் சில கருத்துப் படங்களை வெளியிடுவதுண்டு. ஆனந்த விகடன், கல்கி, குமுதம் போன்றவற்றில் இத்தகைய படங்களைக் காணலாம்.

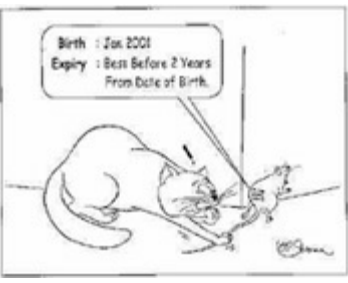


• அரசியல் கருத்துப் படங்கள் (Political Cartoons)

அரசியல் நடவடிக்கைகளைக் கிண்டல் செய்ய வெளியிடும் கருத்துப் படங்கள் இப்பிரிவினாள் அடங்கும்.

• கட்டத்திற்குள் கருத்துப் படம் (Box Cartoon)

படிப்பவர்களின் கருத்தைக் கவர, ஒரு கட்டம் கட்டிக் கருத்துப் படங்களை வெளியிடலாம்; தினத்தந்தியில் வெளிவரும் 'ஆண்டிப் பண்டாரம்' இந்த வகையைச் சேர்ந்தது.



தினமணி வெளியிட்ட மதியின் கருத்துப் படங்கள் பலவும் மக்களைச் சிந்திக்க வைத்தன. ஆர்.கே.லக்ஷ்மன் வரைந்த கருத்துப் படங்கள் இந்திய அளவில் புகழ் பெற்றவை ஆகும்.

4.3.2 கேலிச் சித்திரங்கள் (Caricature)

கருத்துப் படங்கள் போலவே கேலிச் சித்திரங்களும் படிப்பவர்களைக் கவர்கின்றன. சிற்சில கோடுகளைக் கொண்டு எளிதாக, ஆனால் நகைச்சுவையோடு, கேலி செய்வதாக, பல கோணல்களில் வரையப்படும் இப்படங்கள் படிப்பவர்களை ஈர்ப்பதோடு சிரிக்கவும் சிந்திக்கவும் வைக்கின்றன.

கருத்துப் படங்களில் கருத்துக்கு முதலிடம். கேலிச் சித்திரங்களில் தனி நபர்களுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது. தனிநபர்களுக்குரிய தோற்றம், பழக்கம் இவற்றின் வாயிலாக அவர்களை அடையாளம் காட்டுவார்கள். நேரு என்றால் சட்டையில் ஒரு ரோசாப் பூ, தமிழ்வாணன் என்றால் கருப்புக் கண்ணாடி, எம்.ஜி.ஆர் என்றால் தொப்பியும் கருப்புக் கண்ணாடியும், இந்திரா காந்தி என்றால் சிறிதளவு நரை கலந்த தலை முடி, கூரிய மூக்கு அடையாளம் இவைபோல் சிலவற்றைப் பின்பற்றுவார்கள்.



கேலிச் சித்திரங்கள் நகைச்சுவையோடு இருக்கலாமே தவிர, யாரையும் இழிவு படுத்துவதாக அமைந்துவிடக் கூடாது. இதுவும் பொதுமக்கள் கருத்தாகவே இருக்க வேண்டும். இதழாளர் தம் சொந்தக் கருத்தாக இருக்கக் கூடாது. ஸ்ரீதர், சாரதி, கோபுலு, மதன் (ஆனந்தவிகடன்), தாணு, மதி, கணு (ராணி), ராகி, R.K.LAXMAN (The Illustrated weekly of India), ABU (The Indian Express) முதலானோர் இத்துறையில் வல்லுநர்கள் என்பர்.

4.3.3 பிற படங்கள்

கருத்துப் படங்கள், கேலிச் சித்திரங்கள் மட்டுமல்லாமல் வேறு வகையான பிற படங்களும் இதழ்களில் இடம் பெறுகின்றன.

- துணுக்குப் படங்கள்

துணுக்குகளுக்கும் படங்கள் வரையப்படுகின்றன. துணுக்கில் இடம்பெறும் கருத்தை இப்படங்கள் முந்திக் கொண்டு நுணுக்கமாக நகைச்சுவையுடன் வெளிப்படுத்துகின்றன.

- **கதை, கவிதைப் படங்கள்**

கதை, கவிதை போன்ற படைப்பு இலக்கிய வகைகளுக்கும் இதழ்களில் படங்கள் வரையப்படுகின்றன. வார, மாத இதழ்கள் இவற்றிற்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கின்றன. கதைகளில் வரும் கதாபாத்திரங்களுக்கு ஏற்ற படத்தை வரைந்து, கதாபாத்திரங்களை நம் மனத்தில் பதிய வைக்கின்றனர்.

சிற்றிதழ்களில் மிகுதியாக நவீன வகை ஓவியங்கள் இடம் பெறுகின்றன.

இவற்றோடு அட்டைப் படத்திலும், விளம்பரங்களிலும் சிறந்த படங்கள் வருகின்றன. நிழற்படங்களும் வருகின்றன. ஓவியங்களும் இடம் பெறுகின்றன.

சமுதாய, அரசியல், அறிவியல் அறிஞர்களின் வாழ்க்கை வரலாறுகள் குழந்தைகளுக்குரிய பாங்கில் சித்திரக் கதைகளாக வெளியாகின்றன. பெரியார் பிஞ்சு என்னும் சிறுவர் இதழில் பெரியார் ஈ.வெ.ரா வாழ்க்கை வரலாறு இவ்வாறு தரப்படுகிறது.

தலைவர்கள், சான்றோர்களின் வாழ்க்கையில் எடுக்கப்பட்ட நிழற்படங்கள் தொகுக்கப் பெற்று, அவர்களின் பிறந்த அல்லது இறந்த நாளில் வெளியாகும் இதழில் இளமைக்காலம் முதல் மறைவுக் காலம் வரையிலான படங்கள் முழுமையான அளவில் வெளியிடப்படுகின்றன.

ஒன்று போலவே தோன்றும் இருவேறு படங்கள் வரைந்து அவற்றில் 7 வித்தியாசங்களைக் காண்க என்ற உய்த்துணர்வுத் திறன், பார்வைக் கூர்மைத் திறன் அறியும் விளையாட்டு முறையிலும் படங்கள் வெளியாகின்றன.

படங்கள் நிறைந்த நாளிதழ் என்ற குறிப்புடன் தினத்தந்தி வெளியாகிறது. இது படங்களின் தேவையைத் தெளிவாக உணர்த்துகிறது அல்லவா?

அறிவியல் கருத்துகளை எளிமையாகவும், விரைவாகவும் புரிந்து கொள்ளப் படங்கள், வரைபடங்கள் எப்போதும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதை அறிவீர்கள்.

4.4 தொகுப்புரை

மேலே கூறிய கருத்துகளினால் நிழற்படங்கள், ஓவியங்கள் ஆகியவை இதழ்களின் வளர்ச்சிக்கு எங்ஙனம் உதவுகின்றன என்பதை அறிந்தோம். இதழ்களில் சுவையூட்டும் பகுதிகள், ஆர்வமூட்டும் பகுதிகள் எவை என்றால் இப்படங்கள்தாம் என்று கூறலாம்.

பாமரர், சிறுவர், பெரியோர் என அனைவரையும் கவர்பவை இவை.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

P20435 இதழ்களில் துணுக்குகள்

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

இந்தப் பாடம் இதழ்களில் துணுக்குகள் பெறும் இடம் பற்றியதாகும். துணுக்குகள் எவற்றைப் பற்றியெல்லாம் வருகின்றன என்பது பற்றியும், அவற்றின் செயல்பாடுகள், அவற்றின் நகைச்சுவைத் தன்மைகள், அவற்றின் நன்மை தீமைகள் முதலியன குறித்தும் விளக்க இருக்கின்றது.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

இந்தப் பாடத்தைப் படித்து முடிக்கும் போது கீழ்க்காணும் திறன்களையும் பயன்களையும் பெறமுடியும்.

- துணுக்குகள் என்றால் என்ன என்பதை அறிய முடியும்.
- துணுக்குகளின் வகைகள் பற்றி அறியலாம்.
- துணுக்குகள் புதிய கருத்து அடிப்படையில் நிறைய வருகின்றன என்று அறிய முடியும்.
- துணுக்குகள் நகைச்சுவைத் தன்மை சார்ந்தவை என்று அறியலாம்.
- துணுக்குகள் – அரசியல், பொருளியல், சமூகம், அன்றாட நடைமுறைகள், திரைப்படம், தகவல் தொடர்புகள், சிந்தனைத் தூண்டல்கள் முதலிய பலவற்றையும் தழுவிச் செல்வதை உணரமுடியும்.
- துணுக்குகளில் இழையோடும் நகைச்சுவையின் தன்மைகள் மக்களை ஈர்க்கின்றன என்பதைப் புரிந்து கொள்ளலாம்.
- துணுக்குகளின் கதைத் தன்மைகள், படங்கள் முதலியவற்றின் பயன்பாடுகள் பற்றியும் இவற்றின் நன்மை, தீமைகள் பற்றியும் அறிந்து கொள்ள முடியும்.
- துணுக்குத் தோரணம் என்றால் என்ன என்று அறிய முடியும்.

பாட அமைப்பு

5.0 பாட முன்னுரை

5.1 துணுக்குகள்

5.2 துணுக்குகளின் வகைகள்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

5.3 நகைச்சுவைத் துணுக்குகள்

5.4 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

5.0 பாட முன்னுரை

இதழியலில் ஒரு முக்கியமான பகுதியாகிய துணுக்குகளைப் பற்றி இந்தப் பாடத்தில் படிக்கலாம். துணுக்குகள் இதழியலில் பல வகைகளில் பயன்படுகின்றன. பெரிய பெரிய செய்திகளுக்கிடையே உள்ள இடைவெளியை நிரப்பதல், படிப்பவரை ஈர்க்கும் விதமான தகவல்களை அளித்தல், களைப்புத் தரும் கடினமான நீண்ட பகுதிகளைப் படிக்கும் வாசகர் மேற்கொள்ளும் முயற்சியைக் குறைக்கும் விதமாகச் சிறுசிறு தகவல்களை அளித்தல் முதலிய பணிகளைத் துணுக்குகள் செய்கின்றன. பயணத்தின்போது படிப்பவர்கள், மேலோட்டமாகப் படிப்பவர்கள், அவசரமாக இதழைப் புரட்டுபவர்கள், புதியவற்றை அறிவதற்காகப் படிப்பவர்கள் முதலான எல்லா வாசகர்களும் தேடிப் படிப்பது துணுக்குகளையே. படிப்பவரைக் கவர்வதில் துணுக்குகளே இதழ்களில் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. துணுக்குகளையே வாசித்துச் செல்லும் படிப்பவர் பலர் உள்ளனர். படித்ததை மற்றவர்களிடம் எடுத்துக் கூற விரும்புபவர்களுக்கு ஏற்றவை துணுக்குகளே. புதிய தகவல்களை அறிவதாலும் அவற்றை மற்றவரிடம் பகிர்வதாலும் ஏற்படும் உற்சாகம் துணுக்குகள் மூலமே கிடைக்கிறது.

நாளிதழ், வார, மாத வெகுசன இதழ், சிற்றிதழ் என அனைத்து இதழ்களிலும் படிப்பவர்களைச் சிரிக்கவும் சிந்திக்கவும் செய்வதோடு பல அரிய செய்திகளைத் துணுக்குகள் வெளிக்கொணர்கின்றன.

துணுக்குகளின் தன்மை, அவற்றின் நோக்கம், பயன் முதலியவற்றினை விளக்கும் நிலையில் இந்தப் பாடம் அமைகிறது.

5.1 துணுக்குகள்

இதழியலில் துணுக்குகள் மிக முக்கியமான இடத்தைப் பெறுகின்றன என்பதை அறிகின்றோம். துணுக்கு என்பதன் பொருள் விளக்கத்தை இனிக் காணலாம்.

5.1.1 துணுக்கு – விளக்கம்

சிறிய செய்தி என்ற பொருளில்தான் துணுக்கு என்ற சொல் வந்தது. அதாவது நறுக்குத் தெறித்தாற்போல் சிறியதாகச் சொல்லுவதாகும். இதற்குத் துக்கடா, நறுக், டிப்ஸ், கடி என்ற மற்ற பெயர்களும் உண்டு.

துணுக்குகள் இதழியலில் முக்கியப் பங்கு பெறுகின்றன. நடந்து முடிந்த, நடக்கின்ற, நடக்கப் போகின்ற தீவிரச் செய்திகளை மட்டுமே படித்துக் கொண்டிருப்பதில் மனிதர்களுக்கு அலுப்பும் சலிப்பும் வந்துவிடும். அதனால் இதழ்களில், இதழ்களை விரிய வைத்துச் சிரிக்க வைக்கும் பகுதிகளும் தேவை. 'வாய் விட்டுச் சிரித்தால் நோய்விட்டுப் போகும்' என்பர். 'இடுக்கண் வருங்கால் நுகுக' என்கிறார் வள்ளுவர். எத்தகைய சிந்தனைக்குரிய கருத்தையும் நகைச்சுவையுடன் கூறலாம். அதுமட்டுமன்றிப் பெரிய பெரிய செய்தியாக வாசிப்பதைவிடச் சின்னச் சின்னச் செய்திகள், கருத்துகள், குறிப்புகள் இவற்றைப் படிப்பதில் வாசகர்கள் ஆர்வமாக இருப்பார்கள். அதனால் சிறிய செய்தி என்ற பொருளில்தான் 'துணுக்கு' என்ற பெயர் வந்தது. 'துக்கடா' என்று கூட முன்பு ஆனந்த விகடன் போன்ற இதழ்களில் சின்னச் சின்னச் செய்திகள் கட்டம் கட்டி வருவதுண்டு. மக்கள் மனத்தில் செய்தித்தாள் படிக்கும் ஆர்வத்தை இவை வளர்க்கின்றன. அத்துடன் நிறையச் செய்திகளை அறிந்து கொள்ளவும் இவை பயன்படுகின்றன.

5.1.2 கதைத் துணுக்குகள்

துணுக்குகளில் சின்னச் சின்னக் கதை சார்ந்த துணுக்குகள், தொடர்கதை சார்ந்த துணுக்குகள் ஆகியன வருகின்றன. சிறுவர் இதழ்களில், சிறுவர் மலரில் இவை மிகுதி.



• படத்துணுக்குகள்

1894இல் 'நியூயார்க் வேல்டு' என்ற இதழில் 'மஞ்சள் பையன்' (Yellow Kid) என்ற பெயரில் வெளிவந்த துணுக்குப் பகுதி உலகப் புகழ்பெற்றதாகக் கூறுவர். பிற்காலத்தில் இப்பகுதியே 'மிக்கி மௌஸ்', 'டோனால்டு டக்' போன்ற தலைப்புகளில் புகழ் பெற்றதாகத் தெரிகிறது.

தமிழில் விக்கிரமதித்தன் கதை, சிந்துபாத், அம்புலிமாமா கதைகள், சிண்டு பிண்டு- இதுபோன்ற பல, படங்களுடன் துணுக்குகள் போல் கதை வடிவில் வருகின்றன. பல காலங்கள் தொடர்ந்து இவை வருவதும் உண்டு. இவை குழந்தை

இலக்கியங்களாகக் கருதப்படுவதற்கு ஏற்றவை எனலாம்.

5.1.3 துணுக்குகளில் படங்கள்

துணுக்குகளின் வெற்றிக்கு அடிப்படையாக அமைவன அவற்றில் போடப்படும் படங்கள் எனலாம். துணுக்குகளில் உள்ள கருத்துக்கும், நகைச்சுவைக்கும் ஏற்றாற்போல் படங்கள் வரையப்படுகின்றன. சீரான ஓவியமாக இல்லாமல், பார்த்தவுடனேயே சிரிப்பு வரவழைக்கும் கோணல்களுடனும், பல கோணங்களுடனும் படங்கள் அமையும். 'ஆனந்த விகடன்' இத்தகைய நகைச்சுவைப் படங்களாலேயே வெற்றி பெற்றது எனலாம்.

படங்கள், மக்கள் விரைவாகக் கருத்துகளைப் புரிந்து கொள்ளவும், சிரித்து மகிழவும் துணைபுரிகின்றன. படம் வரையும் ஆற்றல் மிக்க கலைஞர்கள் பல்வேறு வாய்ப்பினைப் பெறுகின்றனர். இதழ்களில் படங்கள் வரைவதற்கென்றே பணியமர்த்தப்பட்டவர்களும் உண்டு. அத்துடன் புதிது புதிதாக வாய்ப்புப் பெறுகின்றவர்களும் உள்ளனர்.

5.1.4 துணுக்குத் தோரணம்

தோரணம் என்றால் தொடர்தல் என்று பொருள். தொங்குதல் என்ற பொருளும் உண்டு. துணுக்குகளைத் தொடர்ச்சியாக, நான்கு அல்லது ஐந்து சேர்ந்தாற்போல் தொடுத்து வெளியிட்டால் அதனைத் துணுக்குத் தோரணம் என்பர். இதழ்களில் ஒரே பக்கத்தில் இங்ஙனம் வெளியிடுவதால் இதழ்களில் இடம் மிச்சப்படுகிறது. அத்துடன் ஒரே நேரத்தில் நிறையச் செய்திகளைப் படிப்பவர்கள் தெரிந்து கொள்ளவும் வாய்ப்பு இருக்கிறது. தோரணத்தில் இடம் பெறும் துணுக்குகளிடையே கருத்துத் தொடர்பு இருக்கலாம், இல்லாமலும் போகலாம். ஆனால் ஒவ்வொரு துணுக்கும் ஒரு புதிய செய்தியாக மக்களைப் போய்ச் சேருவதாக இருக்க வேண்டும்.

5.2 துணுக்குகளின் வகைகள்

இதழ்களில் இடம் பெறும் துணுக்குகளை அடிப்படையாக நோக்கும் போது இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

(1) கருத்துத் துணுக்கு

(2) நகைச்சுவைத் துணுக்கு என்று இவற்றைப் பாகுபடுத்தலாம்.

இவை இரண்டும் பின்னிப் பிணைந்தும் இருக்க வாய்ப்பு உண்டு. இவை இரண்டு தவிர, முன்பு கண்ட கதைத் துணுக்கு என்ற ஒரு வகையினையும் நாம் கணக்கில் கொள்ளலாம்.

5.2.1 கருத்துத் துணுக்குகள்

கருத்துத் துணுக்குகள் என்பவை சின்னச் சின்னதாகக் கட்டம் கட்டிக் கூறப்படும் செய்திகள் ஆகும். பொதுஅறிவு, அறிவுறுத்தல், விமர்சனம், நுணுக்கம், சாதனை, கிசுகிசு ஆகியவை தொடர்பாக இத்தகைய துணுக்குகள் அமையும். இதழ்களின் பக்கங்களில் ஒரு மூலையில் அல்லது கால் பக்க, அரைப் பக்க அளவில்கூட இத்தகைய துணுக்குகள் இடம் பெறுவதுண்டு.

• பொது அறிவு

பொது அறிவுத் துணுக்குகளில் இடம் பெறுபவை புதிய தகவலாகவும் அமைய வேண்டும். சுவை பயக்குமாறு அவை அளிக்கப்பட வேண்டும். கட்டம் கட்டியும், வேறுபட்ட வண்ணங்களில் காட்டியும், கவர்ச்சியான தலைப்பை அளித்தும் பொது அறிவுத் துணுக்குகள் அமைய வேண்டும்.

கருத்துத் துணுக்குகளில் பொது அறிவுத் துணுக்குகள் நிறைய வருகின்றன. சிறிய செய்தியைப் பளிச்சென்று இவை கூறும். அரசியல், சமையல், இலக்கியம், தலைவர்கள், வரலாறு, அறிவியல் போல் எதனையும் இத்துணுக்குத் தொட்டுச் செல்லும். நாளேடுகளில் இத்தகைய துணுக்குகள் குறைவாகவும், வார, மாத இதழ்களில் மிகுதியாகவும் வரும். மகளிர் இதழ்களில் சமையல் பற்றிய, அழகுக் கலை பற்றிய குறிப்புகள் மிகுதியாக வருவதையும், கல்கண்டு, முத்தாரம் போன்ற இதழ்கள் பொது அறிவு சார்ந்த துணுக்குகள் நிறையத் தருவதையும் காணலாம். இத்தகைய துணுக்குகளுக்குத் தருகின்ற தலைப்புகள் மக்களை ஈர்க்கின்ற வகையில் இருக்கும்.

எடுத்துக்காட்டு : 'கம கம சமையலுக்கு', 'விருதுக்கு விருது தந்தவர்'

இத்தகைய தலைப்புகளோடு சில நேரங்களில் வண்ணங்கள், படங்களும் சேர்ந்து வரும்போது துணுக்குகள் மேலும் ஆவல் ஊட்டுபவையாக அமைகின்றன.

• புதுத் தகவல்கள்

மக்களுக்கு இதழியலில் உள்ள முக்கியமான ஈர்ப்பு அறியாதவற்றை அறிவதற்கான வாய்ப்பாகும். எடுத்துக்காட்டாக உலகில் உள்ள எத்தனையோ விதமான உயிர்கள் அவற்றின் வாழ்க்கை, பழக்க வழக்கங்கள், பண்புகள், விந்தையான

தன்மைகள் பற்றி எல்லாருக்கும் தெரிவதில்லை. ஆனால் அவற்றை அறிய மனிதன் விரும்புகிறான். இந்தத் தகவல்களை ஒரு கலைக்களஞ்சியம் மூலம் அறியலாம். ஆனால் கலைக் களஞ்சியத்தை எத்தனை பேரால் வாசிக்க முடியும்? இதழ்கள் வாயிலாகக் கிடைக்கும் இத்தகைய புதிய தகவல்களை அறியவே பலரும் விரும்புகின்றனர். உயிரினங்களின் எல்லா நடவடிக்கைகளையும் அறிய எல்லாரும் விரும்புவதில்லை. வித்தியாசமான தகவல்களையே புதிதாக அறிய விரும்புகின்றனர்.

எடுத்துக்காட்டு:

(1)உலகிலேயே முதல் சினிமா ஸ்கோப் படம் தி ரோப்.

(2)உலகிலேயே மிகப் பெரிய கடிகாரம் சாம்ராட் எந்திரம், ஜெய்ப்பூர்.

(3)பட்டாம் பூச்சிகளின் சரணாலயம் மெக்சிகோ.

இதுபோல் பலதுறை சார்ந்த புதிய, அதிசயத் தகவல்களும் துணுக்குகளாகப் படிப்பவரை ஈர்க்கின்றன.

எடுத்துக்காட்டு:

கடல் இரகசியம்

சூரியனுடைய சுட்டெரிக்கும் ஒளியைத் தான் வாங்கிக் கொண்டு நம்மை உயிருடன் வாழ வைப்பது கடல்தான். பூமியில் தண்ணீரின் அளவு 70.8%. கடலுக்குள் 47,000 மைல் நீளம் மலைத் தொடர்கள் உள்ளன. எவரெஸ்ட் உயரமே 29829 அடிதான். ஆனால் கடலுக்கடியில் பாதாளத்தின் ஆழம் 36,204 அடி ஆகும்.

• விமர்சனத் துணுக்குகள்

விமர்சனத் துணுக்குகள் என்பவை 'நச்'சென்று ஒரு சிறிய விமர்சனமாக எழுதுவது ஆகும். இதுவும் அரசியல், பொருளியல், வரலாறு, திரைப்படம், தலைவர்கள் என்று எதைப் பற்றியதாகவும் இருக்கலாம். நாளேடுகளில் இத்தகைய விமர்சனத் துணுக்குகள் குறைவாக இருக்கும். பெண்களுக்கு, சிறுவர்களுக்கு, இளைஞர்களுக்கு என்று வெள்ளிக்கிழமை, ஞாயிற்றுக்கிழமை வெளியீடு போன்றவற்றில் இத்தகைய துணுக்குகள் மிகுதியாக வருகின்றன.

• கிசுகிசுத் துணுக்குகள்

புதிய செய்திகள், அந்தரங்கச் செய்திகள், தனிப்பட்ட சொந்த வாழ்க்கை பற்றிய செய்திகள் இவற்றைத் துணுக்கு என்ற வகையில் ஊரறிய வெளியிடுவது 'கிசுகிசுத்' துணுக்குகள் ஆகும். சொல்லப்படும் மனிதர்களின் ஒப்புதலோ, விருப்பமோ இல்லாமல், சொல்லப் போனால் அவர்களுக்குத் தெரியாமல் அவர்களைப் பற்றி வெளியிடுவதே கிசுகிசுத் துணுக்கு ஆகும். இது ஒரு வம்பளப்பு. திரைத்துறை, அரசியல் இவைதான் இந்த வம்பில் மிகுதியாக மாட்டுபவை ஆகும்.

கிசுகிசுத் துணுக்குகள் நாளேடுகளில் வருவதில்லை. வந்தாலும் அவை ஞாயிற்றுக்கிழமைச் சிறப்பிதழ்களில்தான் மிகுதி. அத்துடன் புலனாய்வு ஏடுகளிலும் இத்துணுக்குகள் மிகுதி. பெரிய உண்மைகளை வெளிப்படுத்தும் நோக்கம் எதுவும்

இதில் இல்லை. பொதுவாகப் படிப்பவர் ஆவலைத் தூண்ட வேண்டும் என்ற நோக்கத்தோடு இதழ்களில் துணுக்குகள் வருகின்றன. இது ஒரு வாசகர் ஈர்ப்பு உத்தி என்று கூறலாம். இவற்றின் தலைப்புகளும் கவர்ச்சிகரமாகவே இருக்கும். கிசுகிசுத் துணுக்குகள் திரைப்படத்துறை தொடர்பாகத்தான் மிகுதியாக வரும். அத்தகைய துணுக்குகள் வார இதழ்களில் மிகுதி. மேலும் திரைப்படத்துறை சார்ந்த இதழ்களில் இவை அதிகமாக இடம் பெறுகின்றன. பொதுவாகப் படிப்பவர் ஆவலைத் தூண்டும் நோக்கத்தோடு இத்தகைய துணுக்குகள் இதழ்களில் வருகின்றன. இது ஒரு விற்பனை உத்தி என்றும் கூறலாம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

5.3 நகைச்சுவைத் துணுக்குகள்

இதழ்களின் வளர்ச்சிக்கு ஏணிப்படியாக விளங்குபவை நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் ஆகும். எட்டு வகையான மெய்ப்பாடுகளில் முதன்மையானதாகக் கருதப்படுவது நகைச்சுவை. அதனைப் பொதுவாக எல்லாரும் விரும்புவர். உள்ளத்திற்கும் உடம்புக்கும் உரம் அளிப்பதோடு, சிந்திக்கவும் தூண்டுவதாக அமைவது இதன் சிறப்பு ஆகும். இதழ்களை வாங்கியவுடன் முதலில் நகைச்சுவைத் துணுக்குகளைப் படிப்பவர்களும் உண்டு. பொழுதுபோக்காகவும் இவை அமைவதுண்டு. நகைச்சுவைத் துணுக்குகளை அரசியல் சார்ந்த துணுக்குகள், பொதுவான பிற துணுக்குகள் என்று இரண்டு வகையாகக் காணலாம்.

5.3.1 அரசியல் சார்ந்தவை

அரசியல் சார்ந்த நகைச்சுவைத் துணுக்குகளே பொதுவாக மிகுதி. அவை யாரையாவது தாக்குவனவாக இருந்தாலும் கூட அவர்களாலேயே இரசிக்கத் தகுந்த முறையில் அவற்றை இதழ்கள் வழங்குகின்றன. இதுவே இதழ்களின் பலம் ஆகும். சில சமயம் சில துணுக்குகள் கடுமையானவையாகத் தோன்றினாலும் அவை சுவைக்கும்படியாகவே உள்ளன.

இங்கிலாந்தில் வெளியான ஹியூமரிஸ், டிப்பிட்ஸ் ஆகியவை நகைச்சுவைத் துணுக்குகளுக்குப் புகழ் வாய்ந்தவை. இவற்றின் தாக்கத்தால் ஆனந்த விகடன் என்ற இதழில் நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் மிகுதியாக உருவாகின என்பர். அத்தகைய நகைச்சுவைத் துணுக்குகளின் சிறப்புக் காரணமாகவே 'The Punch of South India' என்று ஆனந்த விகடனுக்குப் பெயர் வந்ததாக, சோமலே அவர்கள் கூறுகிறார்கள். உணவுக்கு 'ஊறுகாய்' போல் இவை சுவையூட்டுகின்றன.

அரசியல் சார்ந்த நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் அனைத்து இதழ்களிலும் வருகின்றன. இவை நேரிடையாக இல்லாமல், பெயர் சொல்லாமல் அரசியல் தாக்குதல்கள் அடங்கியவையாக இருக்கும். உள்ளார்ந்த நகைச்சுவையின் காரணமாக, இவை பற்றி எந்தத் தலைவர்களும், கட்சிகளும், தனி மனிதர்களும் தன்மானப் பிரச்சனையாகக் கருதிச் சினம் கொள்வதில்லை. அதிலும் தேர்தல் காலங்களில் இவை கூடுதலாகவே இடம் பெறக் காணலாம்.

எடுத்துக்காட்டு:

“தலைவர் அப்செட் ஆகி இருக்கிறாரே, என்ன விசயம்.” “அவருக்குச் சிறந்த நடிகருக்கான விருது அறிவிச்சிட்டாங்களாம்,”

5.3.2 பொது நகைச்சுவை

பொதுவான நகைச்சுவைத் துணுக்குகளும் இதழ்களில் அதிகம். இவை அன்றாடச் சிக்கல்கள், சாதாரணச் செய்திகள், விலைவாசி போன்ற எதனையும் அடிப்படையாகக் கொண்டு வருகின்றன. இவற்றில் 'சொல் ஜாலம்' எனப்படும் வார்த்தை வித்தைகள் மிகுதியாக இருக்கும். இவற்றிலும் ஏதேனும் நல்ல கருத்துகளும் இருக்கும். இவை புரிதலுக்கும், பொழுது போக்கிற்கும் என இருக்கின்றன.

எடுத்துக்காட்டு:

“உங்களுடைய வாழ்நாள்ல ஆபிஸ்ல ஒரு நாள் கூட லீவு போட்டதில்லையே ... அதன் ரகசியத்தைக் கொஞ்சம் சொல்லுங்க.” “வேற ஒண்ணுமில்லைங்க. வீட்டுல படுத்தாப் பகல்ல தூக்கம் வரமாட்டேங்குது.”

“சாம்பார் கூட்டு ரசம் எல்லாமே இன்று அருமை கமலா.” “சே! தற்புகழ்ச்சியை விடவே மாட்டீங்களா?”

5.4 தொகுப்புரை

மேற்கூறிய கருத்துகளினால் துணுக்குகள் பற்றிய விளக்கம், அவற்றின் வகைகள், கருத்துகள், நகைச்சுவை, துணுக்குகளில் படங்கள், தலைப்புகள், தோரணமாகும் துணுக்குகள் இவை பற்றியெல்லாம் தெளிவான விளக்கம் பெற்றோம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

P20436 இதழ்களில் விளம்பரம்

இந்தப் பாடம் என்ன சொல்கிறது?

மக்களை உலகமயமாக்கத்தை நோக்கி இட்டுச் செல்வதில் ஊடகங்கள் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. அதிலும் விளம்பரங்களுக்கு அதிக இடம் உண்டு. 'விளம்பர யுகம்' என்று கருதப்படும் இன்றைய நாளில் இதழ்களில், விளம்பரங்கள் பெறும் இடம் பற்றியும், அதன் வகைகள், தன்மைகள் பற்றியும் இப்பாடத்தில் அறியலாம்.

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் என்ன பயன் பெறலாம்?

இந்தப் பாடத்தைப் படிப்பதால் கீழ்க்காணும் பயனும், திறனும், அறிவும் பெறமுடியும்.

- 'விளம்பரம்' என்றால் என்ன என்று புரிந்து கொள்ள முடியும்.
- விளம்பர வகைகள் எவை என்பது பற்றித் தெளிவாக அறிந்து கொள்ளலாம்.
- விளம்பர ஊடகங்கள் எவை என்பது பற்றியும் நன்கு தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- இதழ்களில் விளம்பரங்கள் பெறும் இடம் பற்றித் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- எவற்றின் அடிப்படையில் விளம்பரங்கள் செய்யப்படுகின்றன என்பதையும் தெரிந்துகொள்ளலாம்.
- விளம்பர நிறுவனங்கள் பற்றியும் தெரிந்து கொள்ளலாம்.
- விளம்பரமும் இதழ்களின் வளர்ச்சியும் பிணைந்திருப்பதையும் புரிந்து கொள்ள முடியும்.
- விளம்பரம் மக்களுக்கு ஏற்படுத்தும் நன்மை தீமைகளை அறியலாம்.

பாட அமைப்பு

6.0 பாட முன்னுரை

6.1 விளம்பரம்

6.2 இதழ்களில் விளம்பரம்

6.3 விளம்பர வகைகள்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – I

6.4 விளம்பர முகவர் நிறுவனங்கள்

6.5 விளம்பர உத்திகள்

6.6 விளம்பரங்களும் சமூகமும்

6.7 இன்றைய விளம்பரத்தின் நிலை

6.8 தொகுப்புரை

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் – II

6.0 பாட முன்னுரை

உடனுக்குடன் அனைத்தையும் பரிமாறிக் கொள்ளும் ஊடகங்களில் இதழ்கள் குறிப்பிடத்தக்க இடத்தைப் பெறுகின்றன. எங்கும், எதிலும் விளம்பரமே தலைதூக்கி நிற்கும் இக்காலத்தை 'விளம்பர ஊழி' (விளம்பர யுகம்) என்றும் கூறலாம். அனைத்து வயதினர்க்கும், அனைத்து மதத்தினர்க்கும் இடையே ஊடாடி, அனைவரையும் கவர்வது விளம்பரம் ஆகும். விளம்பரம் செய்யும் நிறுவனம், உற்பத்தி நிறுவனம், நுகர்வோர் ஆகிய முக்கோணப் பயன்பாட்டின் அடிப்படையில் விளம்பரம் ஓர் இன்றிமையாத இடத்தைப் பெற்றுள்ளது.



உலக மயமாக்கத்தில் மிகக் கலந்துவிட்ட இன்றைய பண்பாடு மனித மனங்களைப் புதியதை விரும்பச் செய்கிறது. அப்புதியதை மக்களிடம் கொண்டு சேர்ப்பதில் விளம்பரங்கள் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன. இதழ்களில் இடம்பெறும் விளம்பரங்களின் தன்மைகளை விளக்குவதாக இப்பாடம் அமையும்.

6.1 விளம்பரம்

ஒன்றைப் பற்றிப் பலருக்கும் அறிமுகம் செய்வது எதுவோ அது விளம்பரம் எனப்படும். தெளிவாக அறிமுகம் செய்ய வலுச்சேர்ப்பனவாகப் படம், எழுத்து, வண்ணம் முதலியன அமைகின்றன. உள் நாட்டு அளவில் மட்டும் இன்றி உலக அளவில் அச்செய்தியைப் பரப்புவதாகவும் அமைவது விளம்பரம்.

• விளக்கம்

இதழியல் வல்லுநர்கள் விளம்பரம் என்பதற்கு ஒரு விளக்கம் தருகின்றனர்.

“ஒரு குறிப்பிட்ட அரசோ, உற்பத்தியாளரோ, விற்பனையாளரோ தமது கொள்கைகளைப் பரப்புவதற்கோ, தம் பொருட்களை விற்பதற்கோ, தம் தேவைகளை நிறைவு செய்து கொள்வதற்கோ தாமே பணம் செலவிட்டு எழுத்து மூலம் வெளிக்கொணரும் கருவிதான் விளம்பரம்” என்பதன்வழி இதழ்களில் இடம் பெறும் விளம்பரத்தின் நிலை அறியப்படுகின்றது.

எனவே, ஊடகங்களில் விளம்பரம் என்பது முக்கியச் செய்தியாக அமையினும், இதழ்களில் இடம்பெறும் விளம்பரங்களின் தன்மையினையே இக்கட்டுரை விளக்க முனைகிறது.

• ஊடகமும் விளம்பரமும்

செய்தியைப் பரிமாறிக் கொள்வதில் எளிமையை உண்டு பண்ணிய ஊடகங்களில் குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமைவன இதழ்கள். அவ்விதழ்கள் படிப்பவரின் உணர்வுகளையும் சிந்தனைகளையும் தூண்டுவதோடு புதுப்புது உற்பத்திப் பொருளையும் வழங்குகின்றன.

இதழ்களைப் பொருளாதாரச் சிக்கல் இன்றி நடத்துவதை விளம்பரங்களின் வழி வரும் வருவாயே தீர்மானிக்கின்றது.

6.1.1 விளம்பரப் பகுப்புகள்

விளம்பரங்களை அக விளம்பரம், புற விளம்பரம் என்று இரண்டு பகுப்புகளாகக் கூறலாம்.

• அக விளம்பரம்

அக விளம்பரம் (1) அச்சு விளம்பரம், (2) அஞ்சல் வழி விளம்பரம், (3) வானொலி, தொலைக்காட்சி விளம்பரம் என மூவகைப்படும்.

இதில் அச்சு விளம்பரம் (1) செய்தித்தாள் விளம்பரம், (2) பருவ இதழ் விளம்பரம், (3) வணிக இதழ் விளம்பரம் என்று மூவகையாகப் பிரித்துரைக்கப்படும்.

அஞ்சல் வழி விளம்பரம் : பதிப்பு, பட்டியல், சுற்றறிக்கை, சிறு வெளியீடுகள், மடிப்புத்தாள்கள் முதலியவற்றை அஞ்சலில் அனுப்பி விளம்பரம் செய்வது

அஞ்சல்வழி விளம்பரம் ஆகும்.

காட்சிப்படுத்தல்வழி உற்பத்திப் பொருளை மக்களின் கண்முன் காட்டும் விளம்பரங்கள் தொலைக்காட்சி வழி வெளியாகின்றன.

• புற விளம்பரம்

சுவரொட்டிகள், அறிக்கைகள், தட்டிகள், கட்டடச் சுவர்கள், தொட்டிகள், பேருந்துகள் முதலியவற்றில் வண்ணம் தீட்டி விளம்பரம் செய்தல், மின்விளக்கு, இலக்கமுறைப் பதாகைகள் (Digital Banners) இவற்றின் வழி விளம்பரப் படுத்துதல், வானூர்தி மூலம் விண்ணில் எழுதுதல் இவை புற விளம்பரம் எனப்படும்.

6.1.2 விளம்பர நோக்கம்

விளம்பரம் பல நோக்கங்களை உட்கொண்டே வெளியிடப்படுகிறது. அவற்றில் முக்கியமான சில நோக்கங்களைக் கீழ்வருமாறு பகுக்கலாம்.

(1)தன் உற்பத்திப் பொருளை உடனே மக்களின் பார்வைக்கு எடுத்துச் சென்று பொருள் ஈட்டுதல்.

(2)புதுப்பொருள்கள் விற்பனைக்கு வந்திருப்பதை அறிமுகப் படுத்துதல்.

(3)வாங்குவோர்/நுகர்வோர் எண்ணிக்கையை அதிகரித்தல்.

(4)நுகர்வோருக்குப் பொருளின் மீது ஈர்ப்பை உண்டாக்கும் உத்திகளைக் கையாளுதல்.

(5)விற்பனையைப் பெருக்குதல்

(6)மக்களுக்கு நுகர்பொருள் எளிதாகக் கிடைப்பதற்கான வழிகாட்டியாகப் பயன்படுதல். கிடைக்குமிடம், பொருளின் விலை, வழிமுறை முதலியனவற்றை அறிமுகப்படுத்துதல்.

(7)அன்னியச் செலாவணியை அதிகப்படுத்தும் ஏற்றுமதியை ஊக்குவித்தல்.

பொருள் என்று குறிப்பிடுவது வெறும் பயன்பாட்டுப் பொருளாக இருக்க வேண்டும் என்பதில்லை. திட்டங்கள், சட்டம், கொள்கைகள், கருத்துகள் இவையெல்லாம் நுகர்வோருக்கான பொருட்கள் ஆகின்றன. இவை பற்றிய விளம்பரங்களினால் விளம்பரதாரர்களும், நுகர்வோரும் பயன்பெறுகின்றனர். ஆனால் இவை நுகர்வோரைக் கவரும் விதத்தில் அமைய வேண்டியது இன்றிமையாதது ஆகும். வாங்குவதற்கான தூண்டுதலை அவை வழங்கவேண்டும்.

6.2 இதழ்களில் விளம்பரம்

இதழ்களில் வெளியாகும் விளம்பரங்கள் அந்தந்த இதழின் நோக்கம் சார்ந்தும் வெளிவருகின்றன. குறிப்பாக மருத்துவ இதழ்களில் மருத்துவம் தொடர்பான விளம்பரங்களும், சிற்றிதழ்களில் புத்தகம், பதிப்பகம் தொடர்பான விளம்பரங்களும் வெளியாகின்றன.

6.2.1 விளம்பரம் – இதழ்களின் நோக்கங்கள்

தொடக்கக் காலங்களில் இதழ்களில் இவ்வளவு விளம்பரங்கள் கிடையாது. அரசு விளம்பரங்கள் மட்டுமே கட்டணமின்றி வெளியிடப்பட்டு வந்தன. 1861இல் இராபர்ட் நைட் அரசு விளம்பரங்களுக்குக் கட்டணம் வேண்டும் என்றார். 1658இல் இலண்டனிலிருந்து வெளியான இதழில் விளம்பரம் வெளியிடப்பட்டது. இந்தியாவில் குசராத்தில்தான் முதன்முதலில் விளம்பரம் வெளியானது. மெட்ராஸ் கெசட்டிலும் விளம்பரம் வந்தது. முதலில் ஏல விளம்பரம் மட்டுமே வெளியிட்ட இதழ்கள் உண்டு. இப்போது எல்லா இதழ்களிலும் விளம்பரங்கள் வருகின்றன. விளம்பரங்கள்தான் இதழ்கள் நடத்துவதற்கான செலவை ஈடுகட்டுகின்றன என்றும் கூறலாம். ஆனால் முன்பு, விளம்பரங்களே இல்லாத இதழ்கள் இருந்தன.

இதழ்கள் விற்பனை ஆவதற்கும் அவை பற்றி விளம்பரங்கள் செய்யப்படுகின்றன. அந்தந்த இதழிலோ அல்லது தொலைக்காட்சி வழியாகவோ அவற்றை வெளியிடுகின்றனர். இதழ்கள் அதிகம் விற்பனை ஆவதற்கும் விளம்பரங்கள் உதவி செய்கின்றன.

சான்றாக, 'தமிழில் நம்பர் 1 நாளிதழ்' என்ற தினகரன் நாளிதழின் விளம்பரம்.

குங்குமம் என்ற இதழ் தன் விற்பனையை அதிகப்படுத்த இலவசமாக எதையாவது தருவது முதலியன இத்தன்மையனவாக அமைகின்றன.

மேலும் பக்தி இதழ்கள், அந்தந்தக் காலங்களுக்கு ஏற்றபடி, இயந்திரம், கங்கை தீர்த்தம், தகடு முதலியனவற்றை இதழுடன் இணைத்துத் தருவது போன்றன இதழ்களின் விற்பனையைக் கூட்டுவதற்கு இதழ்களே செய்யும் விளம்பரங்கள் ஆகும்.

காந்தியடிகளின் யங் இந்தியா, அன்னி பெசன்டின் நியூ இந்தியா, இராஜாஜியின் விமோசனம் போன்ற இதழ்களில் விளம்பரங்களே இல்லை. இன்றும் சில இதழ்கள் மது, சிகரெட், திரைப்படம் போன்ற பொருட்களுக்கு விளம்பரம் தருவதில்லை. இதற்குச் சான்று: ரீடர்ஸ் டைஜஸ்ட், ஆனந்த விகடன். விடுதலை. தீபாவளி, பொங்கல், புத்தாண்டு போன்ற பண்டிகைச் சிறப்பு இதழ்களில் கூடுதலான விளம்பரங்கள் இப்போது வருகின்றன. தனிப்பட்ட மனிதர்கள், நிறுவனங்கள், அரசு யாவரும் விளம்பரம் செய்வதால் ஒருவகையில் பொருளாதாரச் சுழற்சியின் இரத்த ஓட்டமாக விளம்பரம் இருப்பதாகக் கருதலாம்.

விளம்பரத்தின் வெற்றி அது வெளியாகும் இதழ் எந்த அளவிற்கு மக்களைச் சென்று அடைகிறது என்பதைப் பொறுத்து உள்ளது. அதேபோல் விளம்பரங்களும் ஒரு இதழின் விற்பனை, தரம் இவற்றை நிர்ணயிப்பனவாகவும் உள்ளன.

- **நாளிதழ்களில் விளம்பரம்**

நாளிதழ்களில் பெரும்பாலும் சுருக்கமாக, ஆனால் பெரிய எழுத்துகளில் படிப்பவர்களைக் கவரும் வகையில் விளம்பரம் வரும். செய்தித்தாள்கள்தாம் எல்லா வகை மக்களையும் சென்று அடைகின்றன. அன்றாடம் அவை தொடர்ந்து வருவதால், உடனடிப் பலன் கிடைக்கும். அரசு விளம்பரங்கள் முழுப்பக்க விளம்பரங்களாகவும் இவற்றுள் அமையும்.

- **பருவ இதழ்களில் விளம்பரம்**

பருவ இதழ்களிலும் விளம்பரங்கள் மிகுதி. அழகிய வண்ணப் படங்களோடு இவற்றில் வரும் விளம்பரங்கள் நடுத்தர, மேல்தட்டு மக்களை ஈர்க்கும் வகையில் அமைகின்றன. வணிக இதழ்கள், தொழில் நுட்ப இதழ்கள் ஆகியவற்றில் வரும் விளம்பரங்கள் கல்வியும், பொருளியல் வளமும் படைத்தவர்களிடையே நல்ல பயன் விளைவிக்கின்றன.

இதழ்களை நடத்துவதற்கு ஏற்படும் செலவினங்களை ஈடு செய்ய விளம்பரத்தின்வழி வரும் தொகையே உதவுகிறது.

6.3 விளம்பர வகைகள்

விளம்பரங்கள் பல வகையாக இருக்கின்றன. அரசு, உற்பத்தியாளர், நிறுவனங்கள், தனிமனிதர்கள் வெளியிடும் விளம்பரங்கள் எனப் பல வகையாக உள்ளன. இவற்றைப் பொருள், காட்சி, பகுக்கப்பட்ட விளம்பரம், அறிவிப்பு, சில்லறை, அரசு, சட்ட விளம்பரம் என்ற ஏழு வகைகளில் அடக்கலாம்.

6.3.1 பொருள் விளம்பரம் (Product Advertisement)

உற்பத்தி நிறுவனங்கள் தாம் உற்பத்தி செய்யும் பொருள்களை விற்பதற்காக இதழ்களின் வாயிலாக விளம்பரம் செய்கின்றன.

• உற்பத்திப் பொருள் விளம்பரம்

உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருள்களை இதழ்களின் வாயிலாக விளம்பரப்படுத்துதல் உற்பத்திப் பொருள் விளம்பர வகையைச் சேர்ந்தது. பருவ இதழ்களையும், தொலைக்காட்சியையும் இவை ஆட்கொண்டுள்ளன. துணியோப்பு, நறுமணப் பொருள்கள், வீட்டு உபயோகப் பொருட்கள் இவையெல்லாம் இதில் சேரும். சாரதா பட்டு, நல்லி சில்க், ராஜ்கமல், ஜான்சன் வேட்டிகள், S.குமார் சூட்டிங்ஸ், என்டைஸ் யூனிபார்ம், போத்தீஸ் இது போன்ற விளம்பரங்கள் துணிகளுக்கு மட்டுமே நிறைய வருகின்றன.



ஹார்லிக்ஸ், விவா, காம்ப்ளான், மைலோ இவைபோலச் சத்துக்காகக் குடிக்கத்தக்கவை பற்றி விளம்பரம் வருகிறது. இதுபோன்றே எத்தனையோ பொருள்களுக்கு விளம்பரம் வருகிறது.

• நிறுவனப் பொருள் விளம்பரம் (Institutional Advertisement)

பொருள் விளம்பரத்தில் நிறுவனப் பொருள் விளம்பரமும் உள்ளடங்கும். இவ்விளம்பரங்கள் நம்பிக்கையோடு மக்களை வாங்கத் தூண்டுபவையாக உள்ளன.

எடுத்துக்காட்டு:

கோத்ரெஜ் – பீரோ, சோப்பு

புராக்டர்&காம்பில் – ஷாம்பு, சோப்பு, அழகுப் பொருட்கள்

ஹிந்துஸ்தான் லீவர் லிமிடெட் – பற்பசை, சோப்பு, அழகுப் பொருட்கள்

பி.பி.எல் இந்தியா – தொலைக்காட்சி, சலவைப்பொறி, மின்னணுச் சாதனங்கள்
மாருதி உத்யோக் லிமிடெட் – சிற்றுந்து
டி.வி.எஸ் சுசுகி – மொபெட்
மற்றும் டாடா, பிரீலா, ரிலையன்ஸ் குரூப்.

6.3.2 நிறுவன விளம்பரம்

நிதி நிறுவனங்களும், கூட்டுறவு நிறுவனங்களும், வணிக நிறுவனங்களும் தம் தொழிலை இலாபகரமாக நடத்துவதற்கான விளம்பரங்களைக் கொடுக்கின்றன.

• நிதி நிறுவன விளம்பரம் (Finance Advertisement)

நிதி நிறுவனங்கள், சீட்டு நிறுவனங்கள், வங்கிகள் இவை முதலீடு, தவணை, சீட்டு, கடன் பற்றிய விவரங்கள் அடங்கிய விளம்பரங்கள் தருகின்றன.

எடுத்துக்காட்டு:

எஸ்.பி.ஐ – SBI Mutual Funds

ஐசிஐசிஐ – ICICI Credit Cards

எல்.ஐ.சி – எல்.ஐ.சி வீட்டுவசதிக் கடன் நிறுவனம்.

ஸ்ரீராம் சிட்ஸ் – சீட்டு நிறுவனம்.

• கூட்டுறவு விளம்பரம் (Co-operative Advertisement)

கூட்டுறவு நிறுவனங்கள் தருகின்ற விளம்பரங்கள் இந்த வகையைச் சார்ந்தன. இவை சேமிப்புக்கு அதிக வட்டி தருவதாக விளம்பரம் செய்கின்றன. சில தங்கள் உற்பத்திப் பொருள்களுக்கு விளம்பரம் செய்கின்றன

எடுத்துக்காட்டு:

கோ ஆப்டெக்ஸ் – துணிவகைகள்

ஆவின் – பால் மற்றும் பால்பொருள்

அமுதம் சிறப்பங்காடி – உணவுப் பொருள், நுகர்பொருள்கள்

6.3.3 பிற விளம்பரங்கள்

மேற்குறிப்பிட்டவற்றைத் தவிரவும், தொழில் விளம்பரம், வணிக விளம்பரம், காட்சி விளம்பரம், அறிவிப்பு விளம்பரம் முதலிய பல விளம்பரங்களும் இதழ்களில் இடம் பெறுகின்றன.

• தொழில் விளம்பரம் (Industrial Advertisement)

தொழில் சார்ந்த இவ்விளம்பரங்களில் மூலப்பொருள், எந்திரங்கள் பற்றிய விளம்பரங்கள் இடம் பெறும்.

எடுத்துக்காட்டு:

SAIL – Steel Authority of India Ltd.

Indian Railways

BSNL

காதிகிராம நிறுவனம்

- **வணிக விளம்பரம் (Trade Advertisement)**

வணிக நிறுவனங்கள் தமது பொருள்களைப் பற்றி விளம்பரம் செய்தல் இவ்வகையினைச் சாரும்.

எடுத்துக்காட்டு:

Western Union Money Transfer American Express -

Credit Cards Citi Bank

Standard Chartered ANZ Grindlays

- **காட்சி விளம்பரம் (Display Advertisement)**

நிறுவனங்களாலும், வணிகர்களாலும் இத்தகைய விளம்பரங்கள் வெளியிடப்படுகின்றன. இதழ்களில் எந்தப் பக்கத்தில் விளம்பரம் அமைகிறதோ அதற்கேற்ற கட்டணம் உண்டு.

எடுத்துக்காட்டு:

(Dixcy) திக்சி பனியன்கள், ஷெல்டான் பிரிமியம் ஷர்ட்ஸ், அம்மன் முறுக்குக் கம்பிகள் பற்றிய விளம்பரம், (தினமணி)

- **பகுக்கப்பட்ட விளம்பரம் (Classified Advertisement)**

வேலைவாய்ப்பு, திருமணம், வாடகை வீடு, வீடு விற்பனை, மனை விற்பனை இவைபோல் வருவன எல்லாம் இவற்றில் அடங்கும். இவற்றிற்கு என்று தனிப் பக்கமும், இடமும் ஒதுக்கப்படுகின்றன. இதனால் இதழ்களுக்கு வருவாய் மிகுதியாகக் கிடைக்கும். தி ஹிந்து, இந்தியன் எக்ஸ்பிரஸ், தினமணி, தினமலர், தினகரன், தினத்தந்தி போன்ற இதழ்களிலும், பருவ இதழ்களிலும் இத்தகைய விளம்பரங்கள் மிகுதியாக வருகின்றன.



எடுத்துக்காட்டு:

ஆங்கில இதழ்களில் :

National, Business offer, Educational, Rental, Real Estates. Situations vacant, Miscellaneous என்று வருகின்றன.

தமிழ் இதழ்களில் :

மனை விற்பனை, ஒப்பந்தப் புள்ளி, கல்வி, தொகுப்பு வீடுகள் விற்பனை. தங்குமிடம், சீட்டு நிறுவனங்கள் (Finance Corporations) மணமேடை, தொலைக்காட்சி, வானூர்தி, ஒப்பந்தப்புள்ளி (Tender-டெண்டர்), புதிய பொருட்கள் அறிமுகம் போன்ற விளம்பரங்கள் வருகின்றன.

- அறிவிப்பு விளம்பரம் (**Informative Advertisement**)

மக்களுக்கு இன்றிமையாத சில செய்திகளை அறிவிப்பதற்காக இத்தகைய விளம்பரங்கள் வருகின்றன. வானூர்தி, கப்பல், தொடர்வண்டி இவை புறப்படும் நேரம், காலதாமதம் போன்ற தகவல் அறிக்கைகள் இவ்வகையைச் சார்ந்தவை.

- சில்லறை விளம்பரம் (**Retail Advertisement**)

சில்லறைப் பொருட்கள், சிறு சிறு பொருட்கள் இவை பற்றிய விளம்பரங்கள் இந்த வகையைச் சாரும். பற்பசை, அழகு சாதனங்கள், சமையல் பொடிகள் இவைபோன்ற பொருட்கள் நிறைய விளம்பரங்களில் வருகின்றன.

எடுத்துக்காட்டு:

அரசன் சோப், 501 பார் சோப், சக்தி மசாலா பொடி, அவிட்டா மசாலா, ரஸ்னா, த்ரீ ரோஸஸ் டீ, பாண்ட்ஸ், ஜீவா சோப்பு, அருண் ஐஸ்க்ரீம் போன்றவை.

- சட்ட விளம்பரம் (**Legal Advertisement**)

சொத்துத் தொடர்பாக உரிமையாளர்கள் சட்டப்படியாக வழக்கறிஞர் வாயிலாக வெளியிடும் விளம்பரம் இந்த வகையைச் சார்ந்தது.

- அரசு விளம்பரம் (**Government Advertisement**)

அரசாங்கம் தான் எடுத்து நடத்தும் செயல்திட்டங்கள், சாதனைகள் பற்றி விளம்பரம் செய்வது இவ்வகையைச் சாரும்.

ஏலக் குத்தகை விளம்பரங்கள், நலத்திட்ட விளம்பரங்கள் இவையும் இதில் சேரும்.

எடுத்துக்காட்டு:

போலியோ சொட்டு மருந்து, எய்ட்ஸ், குடும்பநலத் திட்டம், பசுமைப்புரட்சி, வெண்மைப் புரட்சி, 'இந்தியா ஒளிர்கிறது', மழைநீர் சேகரிப்பு, நதிநீர் இணைப்புத் திட்டம்.

மேற்கூறப்பட்டவை மட்டுமன்றி இன்னும் பல வகையான விளம்பரங்கள் இருக்கின்றன.

- **விழாக்கால விளம்பரங்கள் (Seasonal Advertisement)**

புத்தாண்டு, பொங்கல், தீபாவளி, கிறிஸ்மஸ் போன்ற விழாக் காலங்களைத் முன்னிட்டுத் துணி, நகை, வீட்டு உபயோகப் பொருட்கள் முதலியனவற்றின் விளம்பரங்கள் குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமையும்.

ஆடி அதிரடித் தள்ளுபடி, 50% தள்ளுபடி, ஒன்று வாங்கினால் ஒன்று இலவசம், செய்கூலி சேதாரம் இல்லை முதலிய விளம்பரங்கள் குறிப்பிடத்தக்கனவாக அமைகின்றன.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் I

6.4 விளம்பர முகவர் நிறுவனங்கள் (Advertisement Agencies)

வணிகர்களுக்கும் செய்தித்தாள்களுக்கும் இடையில் பாலமாகச் செயல்படுபவர்கள் விளம்பர நிறுவனத்தாரும், முகவர்களுமே ஆவர். அனைவரையும் கவரும் வகையிலும், விற்பனையைத் தூண்டும் வகையிலும் விளம்பரத்தை வடிவமைத்து அதற்கேற்ற இதழ்களைத் தேர்ந்தெடுத்து அவற்றிடம் இந்நிறுவனத்தார் கொடுக்கின்றனர். செய்தித் தாளிடம் இவர்கள் அதற்கேற்ற தரகுத்தொகை (கமிஷன்) பெறுகின்றனர். வணிகர்களிடமும் கட்டணத் தொகை பெறுகின்றனர். விளம்பரங்கள் எவ்வாறு அமைய வேண்டும் என்று இவர்கள் ஆலோசனை வழங்குவர். இந்திய விளம்பர முகவர் சங்கம் 1945 ஆம் ஆண்டு தொடங்கப்பட்டது. இந்திய விளம்பரக் கழகம் (Indian Council of Advertisement) விளம்பரம் பற்றிய அறிவுரைகளையும் ஆலோசனைகளையும் வழங்கும். ABC எனப்படும் Audit Bureau of Circulation இதழ்களுக்கும் விளம்பரம் செய்வோருக்கும் இடையே பாலமாக விளங்குகிறது. இந்திய விளம்பரக் கழகம் மூலம் மைய அரசு விளம்பரங்கள் அளிக்கப்படுகின்றன. மக்கள் தொடர்புத் துறை மூலம் மாநில அரசு விளம்பரம் அளிக்கிறது.

விளம்பரம் இன்றேல் வளர்ச்சி இல்லை, வணிகம் இல்லை என்ற அளவிற்கு இன்று விளம்பரங்கள் இன்றிமையாத இடத்தைப் பெற்று விட்டன.

புகழ்பெற்ற விளம்பர நிறுவனங்கள் – சில எடுத்துக்காட்டுகள்:

R.K. SWAMY ADVERTS, ULKA, BATES, HTA, MAGNUM, Inter Grafiks, Rediff, SITA,

SE

6.5 விளம்பர உத்திகள்

விளம்பரங்கள், விற்பனையைப் பெருக்குவதற்காகவும், புகழ், பெயர், மக்கள் நன்மை, நுகர்வோர் நலன் போன்ற பல காரணங்களுக்காகவும் இதழ்களில் வெளியாகின்றன. அந்தந்த நேரத்திற்கேற்பப் பலதரப்பட்ட வயதினரையும் கவரும் வகையில் விளம்பரங்கள் வருகின்றன. நுகர்வோர் யார் என்பதையும் மனத்திற்கொண்டே விளம்பர உத்தியும் நடையும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

6.5.1 உத்திகள்

விளம்பரங்கள், தகவல்களைப் பொதுவாக ஆணித்தரமாக அழுத்திச் சொல்வதை ஓர் உத்தியாகக் கையாள்கின்றன.

எடுத்துக்காட்டு:

உடனடி நிவாரணமளிக்கிறது
பரிபூரண சக்தி
முழுமையான வெண்மை
அதிரடித் தள்ளுபடி.

‘லைப் பாய் எவ்விடமோ ஆரோக்கியமும் அவ்விடமே’ ‘ஹமாம் பாதுகாப்பளிக்கிறது’
‘மணம், நிறம், திடம் நிறைந்த திரி ரோஸஸ்’
‘வலுவான பற்களுக்கு கோல்கேட்’

• சுருக்கம்

சில விளம்பரங்கள் பொதுவாகச் சில வார்த்தைகளில் சுருக்கமாக அமையும்.

எடுத்துக்காட்டு:

வாழும் காலத்திலும், வாழ்க்கைக்குப் பிறகும் எல்.ஐ.சி

Connecting People – Nokia

நாம் இருவர், நமக்கு ஒருவர் Made for each other – Wills

கொசுக்களின் எமன் – All out

Complete Man- Raymonds

விளம்பரங்கள் சில சமயங்களில் முரண்தொடை உத்தியைக் கையாள்கின்றன.

குறைந்த விலை நிறைந்த சுவை

World's Local Bank HDFC

பின்னோக்கி அடித்து முன்னோக்கிச் சென்றவன் (மார்க்கோபோலோ)

• தொடர்புடைய சொல், கருத்து

விளம்பரங்கள் பொதுவாக, தொடர்புள்ள சொல், கருத்து ஆகியவற்றைக்

கொண்டு வருகின்றன.

இனிய சுவை உதயம், புதிய சன்ரைஸ்

இவ்வாறு, விளம்பரங்கள் நுகர்வோரை வரையறைப்படுத்தி வெளியாகின்றன.

- **கவரும் வகை**

குழந்தைகள் பயன்படுத்தும் பொருட்களுக்கான விளம்பரங்கள் தாய்மார்களைக் கவரும் வகையில் உள்ளன.

எடுத்துக்காட்டு:

ஜான்சன் & ஜான்சன் பொருள்கள்

விப்ரோ

செரலாக்ஸ்,

லாக்டோஜன்

உட்வர்ட்ஸ்

காம்ப்ளான்



- **பயன்படுத்தும் பொருள்**

பெரியவர்கள் பயன்படுத்தும் பொருள் குழந்தையை வைத்து விளம்பரப்படுத்தப்படுகின்றது.

எடுத்துக்காட்டு: ஹூடி பாபா

- **நாட்டுப்பற்று**

சில பொருட்கள் தாய்நாட்டுப்பற்று அடிப்படையில் விளம்பர உத்தி கொண்டுள்ளன.

எடுத்துக்காட்டு:

ஹமாரா பஜாஜ் (Hamara Bajaj)

சியாராம்ஸ் (திரும்பி வா நீ)

ASHO TEX – Washing Machine Very very Indian very very good

என்று ஜப்பானியர் சொல்வதாக அமைவது.

Connecting India – B.S.N.L

இதுபோல் எத்தனையோ உத்திகள், நடைகள், விளம்பரங்களில்

பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

6.6 விளம்பரங்களும் சமூகமும்

இது தகவல் ஊழிக் காலம். தகவல் என்பதே விளம்பரம் என்னும் தடத்தில் உலகம் இயங்குகிறது. விளம்பரம் இல்லாமல் உலகம் இயங்காது. இது குறித்து இப்போது பார்க்கலாம்.

- **திரைப்பட விளம்பரங்கள்**

தினமணி, தினத்தந்தி, தினகரன் முதலான இதழ்களிலும், குங்குமம், குமுதம், ஆனந்த விகடன் முதலான இதழ்களிலும் எந்தத் திரையரங்கில் என்ன படம் ஓடுகிறது என்பதும், இனி வர இருக்கும் படம் பற்றிய விளம்பரங்களும் திரைப்படம் குறித்த விளம்பரங்களாக அமைகின்றன. பலராலும் இவை வரவேற்கப்படுகின்றன.

- **தேவைக்குரிய விளம்பரங்கள்**

மணமகன், மணமகள் தேவை குறித்த விளம்பரம், சித்த மருத்துவம் குறித்த விளம்பரம், உடல் எடை கூட, குறைய செய்யும் யோகா குறித்த விளம்பரம், டெண்டர், ஏல அறிவிப்பு விளம்பரம், திருமண விளம்பரம், மரண அறிவிப்பு, காணாமல் போனவர் பற்றிய அறிவிப்பு.

- **கல்வி விளம்பரங்கள்**

The Hindu, தினத்தந்தி, எம்ப்ளாய்மெண்ட் நியூஸ், Free Ad.. முதலியன வேலை தேடுவோர்களுக்கும், கல்வி கற்க விரும்புவோருக்கும் பல நிலைகளில் உதவுகின்றன.

மாணவர் மலர், இளைஞர் மலர் முதலியன மாணவர்களின் கல்வி சார்ந்து புதிய புதிய கல்வியையும் அதன் தொடர்பான கல்லூரிகள் முதலானவற்றையும் விளக்குவனவாக அமைகின்றன.

அந்தந்த விளம்பரதாரர்கள் தரும் பணத்திற்கேற்ப இதழ்களில், விளம்பரங்கள் இடம்பெறுகின்றன.

6.7 இன்றைய விளம்பரத்தின் நிலை

விளம்பரத்தின் இன்றைய நிலையையும், அதனால் ஏற்படும் நன்மை தீமைகளையும் இனிப் பார்ப்போம்.

6.7.1 தொலைக்காட்சியும் இதழ்களும்

தொலைக்காட்சியும், இதழ்களும் விளம்பரத்தில் மட்டும் ஒருங்கிணைந்தே செயல்படுகின்றன என்றுதான் சொல்லவேண்டும்.

தொலைக்காட்சியில் புகழ்பெற்ற திரைப்பட நடிகர், நடிகை. விளையாட்டு வீரர் முதலியோர்களின் நேர்காணல்வழி விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது. எனவே, தொலைக்காட்சியில் காட்டும் அதே விளம்பரம் இதழ்களில் இடம்பெறும் போது அதே கருத்துகளுடன் அந்தந்தப் படங்களுடன் இடம் பெறுகின்றது.

இதயம் நல்லெண்ணெய் என்றால் ஜோதிகா படமும், சரவணா ஸ்டோர் என்றால் சினேகா படமும் Sunrise என்றால் அஜித் படமும் இடம் பெறுகின்றன.

பெரும்பாலும் இன்றைய விளம்பரங்கள் மக்களை ஈர்ப்பனவாகவே அமைகின்றன. குழந்தை, ஆண், பெண், முதியவர் என அனைவரையும் தன்வயப்படச் செய்யும் நிலையே பெருகி வருகின்றது.

தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை இதழ்களில் விளம்பரப்படுத்துவது, இதழ்கள் குறித்துத் தொலைக்காட்சியில் விளம்பரப்படுத்துவது என்பனவும் காணப்படுகின்றன.

பெரும்பாலான இதழ்கள் விளம்பரங்களாலேயே வாழ்ந்து கொண்டு இருக்கின்றன. விளம்பரத்தால் வரும் பணத்தைக் கொண்டே இதழ்கள் நடத்தப்படுகின்றன. சிற்றிதழ்களில் இத்தன்மை குறைவாகவே காணப்படுகிறது.

6.7.2 விளம்பரங்களின் நன்மை தீமைகள்

நன்மைகள்

- கல்வி குறித்த விளம்பரங்கள் கிராமங்களிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகின்றன.
- அரசு மருத்துவமனை வழி உடல்சார்ந்த விழிப்புணர்வு தந்து மக்களைச் செயல்படத் தூண்டுகின்றன.
- புதிய புதிய உற்பத்திச் சாதனங்களை அறிமுகப்படுத்தி வேலைப் பளுவைக் குறைக்கின்றன.

தீமைகள்

- மக்களை உலகமயமாக்கும் தன்மையில் மிகுதியாக ஈடுபடச் செய்கின்றன
- பல விளம்பரங்கள் மக்களைச் சிந்திக்க வைப்பதில்லை. வெறும் மோகத்தை மட்டுமே உண்டு பண்ணுகின்றன
- மக்களிடம் பரவலாக இறைந்து கிடக்கும் பணத்தை முதலாளியிடம் கொண்டு சேர்க்கின்றன. உலகப் பணக்காரர்களை உருவாக்குகின்றன.

- மக்களுக்குத் தெரியாமலேயே மக்களைச் சுரண்டவும் செய்கின்றன.
- நவீனம் என்று மக்களைச் சோம்பேறி ஆக்குகின்றன.

6.8 தொகுப்புரை

இதழ்களில் விளம்பரங்கள் என்ற பாடம், விளம்பரங்களினால் இதழ்களும், நுகர்வோரும் அடையும் நன்மைகள், விளம்பரங்களின் வளர்ச்சி, விளம்பரங்களின் கவர்ச்சி, விளம்பர நிறுவனங்கள், விளம்பர உத்திகள், விளம்பர நடை இவைபோன்ற பலவற்றையும் பற்றி விளக்கியுள்ளது.

மேலும் இதழ்களிலும் தொலைக்காட்சியிலும் இடம்பெறும் விளம்பரங்களின் ஒற்றுமை, விளம்பரங்களின் இன்றைய நிலை, நன்மை, தீமைகள் முதலியனவும், விளம்பரங்கள் மக்களை எவ்வாறு மூளைச் சலவை செய்து உலகமயமாக்கத்தில் ஈடுபடச் செய்கின்றன என்பதும், இதழ்கள் நடத்துவதற்கு விளம்பரங்களின் பங்கு அவசியம் என்பதும், சமூகவியல் பார்வையோடு விளக்கப்பட்டமை கண்டோம்.

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1. 'பக்க அமைப்பு' என்பதனை எங்ஙனம் விளக்கலாம்?

விடை: தரத்திற்கும், சுவைக்கும் ஏற்ப, செய்திகளைத் தாளின் உரிய பக்கங்களில், உரிய இடங்களில் அமைக்க வேண்டும். அத்துடன் ஒரு செய்தித்தாளில் இடம்பெறும் பல்வேறு வகையான உள்ளடக்கங்களையும் (contents) அதன் திறன் அறிந்து, பொருத்தமான இடங்களில் சுவைபடத் தருவதே 'பக்க அமைப்பு' எனப்படும்.

2. 'உள்ளடக்கம்' என்பது யாது? செய்தித்தாளின் உள்ளடக்கங்கள் ஐந்தைக் குறிப்பிடுக.

விடை: செய்தித்தாளின் பக்க அமைப்பாகிய சட்டத்திற்குள் வரும் பல்வேறு வகையான செய்தியும் சுவையும் கூடிய பகுதிகளே 'உள்ளடக்கம்' எனப்படும். சிந்திக்கத் தூண்டும் தலையங்கம், துணுக்குகள், கருத்துப்படங்கள், பல்வேறு வகை அட்டவணைகள், விளம்பரங்கள், வானிலை அறிக்கை, விளையாட்டுச் செய்திகள், விலைவாசி நிலவரம் முதலிய பல்வேறு வகையான குறிப்புகளும் உள்ளடக்கங்கள் ஆகும்.

3. நிலையான பக்க அமைப்பிற்கும், மாறிவரும் பக்க அமைப்புக்கும் உள்ள வேறுபாடு யாது?

விடை: நிலையான பக்க அமைப்பு, பக்க அமைப்பு மாற்றாமல் எப்போதும் தொடர்வது ஆகும். கலப்புப் பக்க அமைப்பு என்றால் அவ்வப்போது பக்க அமைப்பை மாற்றிக் கொள்வது ஆகும். நிலையான பக்க அமைப்பில் ஆசிரியருக்கு வேலைகுறைவு. படிப்பவர்களும் விரும்பிய உள்ளடக்கத்தைப் பார்ப்பதற்காக எளிதாகப் பக்கங்களைப் புரட்டி விடுவார்கள்.

4. 'முதல் பக்கம்' எங்ஙனம் முக்கியத்துவம் பெறுகிறது?

விடை: முதல் பக்கம் இதழ்களின் முகப்பாகவும், முகப் பொலிவாகவும் அமையும்.

5. 'மாதிரித் திட்ட வரைவு' என்றால் என்ன?

விடை: மாதிரித் திட்ட வரைவு என்பது நாளேடுகளில் வரும் உள்ளடக்கச் செய்திகள் எந்தெந்த இடங்களில் வரவேண்டும் என்ற கற்பனை வடிவமைப்பு ஆகும்.

6. பக்க அமைப்பு வகைகள் எத்தனை? யாவை?

விடை: பக்க அமைப்பு வகைகள் மூன்று. அவை, (1) சமநிலைப் பக்க அமைப்பு, (2) மாறுபட்ட சமநிலைப் பக்க அமைப்பு, (3) கலப்பு நிலைப் பக்க அமைப்பு.

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

1.பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை யாவை?

விடை:பக்க அமைப்பில் கவனிக்க வேண்டியவை, ஒவ்வொரு பக்கமும் படிப்பவரை ஈர்க்கும் வகையில் அமைதல் வேண்டும். ஒரு பக்கத்தின் மேற்பகுதி போல் கீழ்ப்பகுதிக்கும் முக்கியத்துவம் தரவேண்டும். ஒரு பக்கத்தில் செய்தி முடியாமல் இருந்தால் தொடர்புஆம் பக்கம் ...ஆம் பத்தி என்று குறிப்பிட வேண்டும். வேறு இதழ்களின் பக்க அமைப்பிலிருந்து மாறுபட்டிருக்க வேண்டும்.

2.முதல்பக்கத்தில் தொடங்கிய செய்தி, ஒதுக்கப்பட்ட இடத்திற்குள் முடியவில்லை என்றால் இதழ்கள் எப்படிச் சமாளிக்கின்றன?

விடை:ஒரு பக்கத்தில் தொடங்கப்பட்ட செய்தி அங்கு முடியவில்லை என்றால் தொடர்ச்சி ...ஆம் பக்கம் ...ஆம் பத்தி என்று இறுதியில் குறிப்பிடுவார்கள்.

3.செய்தித்தாளில் பொதுவாக எத்தனை பத்திகள் இடம்பெறுகின்றன?

விடை:செய்தித்தாளில் பொதுவாக எட்டுப் பத்திகள் அமைகின்றன.

4.எழுத்து அளவை எந்த அளவுப் பெயர் கொண்டு அழைப்பார்கள்?

விடை: எழுத்து வகைகளைப் புள்ளி என்ற அளவுப் பெயர் கொண்டு குறிப்பிடுவது வழக்கம்.

5.செய்தித்தாள்களில் படங்கள் எதற்காகப் பயன்படுத்தப் படுகின்றன?

விடை:செய்தித்தாள்களில் படங்கள், செய்திகளுக்கு வலிமை சேர்க்கவும், கருத்துப் படங்களாகவும் (Cartoons), தொடர்கதைகளுக்காகவும், விளம்பரங்களுக்காகவும் பயன்படுத்தப் படுகின்றன.

6.பக்க அமைப்பில் கையாளப்படும் உத்திகள் யாவை?

விடை: பக்க அமைப்பில் கையாளப்படும் உத்திகளாவன,

(அ) பலவகை எழுத்துகள்

(ஆ) பலவகைத் தலைப்புகள்

(இ) இடைவெளிவிட்ட பத்தி அமைப்புகள்

(ஈ) பத்திகளிடையே கோடுகள்

(உ) பலவகைப் பத்திமுறை

(ஊ) கட்டம் கட்டிச் செய்தி தருதல்(எ)

வண்ண நிழற்படங்கள் பலவற்றைப் பயன்படுத்துதல்.

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1.இதழ்களின் வகையே அவற்றின் அமைப்பையும் உள்ளடக்கத்தையும் வரையறை செய்கின்றனவா?

விடை:ஆம்.

2..நாளிதழ்களின் அமைப்பை விளக்குக.

விடை:அளவு, பக்க எண்ணிக்கை, விலை முதலியன அவற்றின் அமைப்பைத் தீர்மானிக்கின்றன.

3.நாளிதழின் உள்ளடக்கம் குறித்து எழுதுக.

விடை:முகப்புப் பக்கம், செய்தி முன்னுரை, செய்தியின் தலைப்பு, தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள், ராசி பலன், மாவட்ட வாரியான செய்திகள், உலகச் செய்திகள், விளையாட்டுச் செய்திகள் முதலியன முக்கிய உள்ளடக்கமாக அமைகின்றன.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

1. வெகுசன இதழின் பொதுவான அமைப்பு யாது?

விடை: அட்டைப் படம், இதழின் பெயர், இதழின் அளவு, பக்க எண்ணிக்கை, நாள், விலை முதலியன.

2. சிற்றிதழ்களின் அமைப்பும் உள்ளடக்கமும் யாவை?

விடை: குறைந்த வாசகர்களையும், தமிழ் இலக்கிய வளர்ச்சியினைக் காட்டும் படைப்புகளையும் கொண்டதாக அமைகின்றன.

3. வணிக நோக்கில் இல்லாத இதழ் எது?

விடை: சிற்றிதழ்.

4. இதழ் அமைப்பின் முக்கியக் கூறுகள் யாவை?

விடை: முகப்புப் பக்கம், அட்டைப் படம், முதல் பக்க விறுவிறுப்பூட்டும் செய்தி, இதழின் அளவு, வடிவு, பெயர், தேதி, விலை முதலியன.

5. இலக்கியத் தரமான இதழாகக் கருதப்படுவன எவை?

விடை: சிற்றிதழ்கள்.

6. தலித்துகளின் சிந்தனையை முன்வைக்கும் இதழின் பெயர் என்ன?

விடை: தலித் முரசு

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1.மனிதனுக்கு இதயம் போல் இதழ்களுக்கு அமைவது எது?

விடை:மனிதனுக்கு இதயம் போல் இதழ்களுக்குத் தலையங்கம் அமைகிறது.

2.தலையங்கம் – விளக்கம் கூறுக.

விடை:தலையங்கம் என்ற சொல்லுக்கு இதழில் இடம்பெறும் செய்திகளுக்கெல்லாம் தலைமை அங்கம் வகிப்பது என்பது பொருள் ஆகும்.

3.தலையங்கத்தின் முக்கிய நோக்கம் யாது?

விடை:தலையங்கத்தின் முக்கிய நோக்கம் பொதுமக்களின் கருத்தினை வெளிப்படுத்துவதாகும்.

4.நீண்டகாலச் சிக்கல்கள் தலையங்கமாக அமைவதற்குச் சில எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.

விடை: காவிரிச் சிக்கல்கள், இலங்கை, ஈராக், காஷ்மீர்ச் சிக்கல்கள், இராமர் கோயில் – இவை நீண்டகாலச் சிக்கல்கள் ஆகும்.

5.சமூக நலன் சார்ந்த தலையங்கம் எதன் அடிப்படையில் அமையும்? எடுத்துக்காட்டுத் தருக.

விடை:சமூக நலன் சார்ந்த தலையங்கம், சமூக நலனைக் கருத்தில் கொண்டு மக்களுக்குப் பொதுவாக நலந்தரும் கருத்துகளைத் தலையங்கமாக எழுதுவதாகும். எடுத்துக்காட்டாக, சுற்றுப்புறச் சூழல் பாதுகாப்பு, சமய நல்லிணக்கம், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, எய்ட்ஸ் தடுப்பு, ஊழல் ஒழிப்பு, உயர்கல்வி, இட ஒதுக்கீடு, மக்கள் தொகை போன்றவை பற்றிய தலையங்கம்.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

1.தலையங்கத்தின் அமைப்பு எத்தனை பகுதிகளைக் கொண்டது? அவை யாவை?

விடை:தலையங்கத்தின் அமைப்பு மூன்று பகுதிகளைக் கொண்டது. அவை, (1) கருப்பொருள், (2) விளக்கம், (3) முடிவு.

2.தலையங்க அமைப்பில் முடிவு என்றால் என்ன? இதன் இன்றியமையாப் பண்பு யாது?

விடை:தலையங்கத்தில் முடிவு என்பது ஒரு கருத்துப் பற்றிய தீர்வினை விருப்பு, வெறுப்பு இன்றி மக்கள் நலனைக் கருத்தில் கொண்டு கூறுவதாகும்.

3.தலையங்கத் தலைப்பு, பொதுவாக எதன் அடிப்படையில் அமையும்?

விடை:தலையங்கத் தலைப்பு பொதுவாக மையக் கருத்து அடிப்படையில் அமையும்.

4.நாளிதழ்களில் தலையங்கம் எந்தப் பக்கத்தில் இடம் பெறுகிறது?

விடை:நாளிதழ்களில் தலையங்கம் பொதுவாக இரண்டாம் பக்கத்தில் அமையும்.

5.'தலையங்கம்' என்ற பெயரிலே தலையங்கம் அமையும் இதழ் ஒன்றைக் குறிப்பிடுக.

விடை:காலச்சுவடு

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1.செய்திகளைப் படிப்பவர் மனத்தில் ஆழப் பதிக்கும் திறன் கொண்டவை எவை?

விடை:செய்திகளைப் படிப்பவர் மனத்தில் ஆழப் பதிக்கும் திறன் கொண்டவை படங்கள்.

2.முதன் முதலில் செய்தித்தாள்களில் படம் வெளியிடும் முறை எப்போது தோன்றியது?

விடை:முதன் முதலில் செய்தித்தாள்களில் படம் வெளியிடும் முறை 1841இல் தோன்றியது.

3.இதழ்களில் வெளியிடப்படும் படங்களின் வகை எத்தனை? அவை யாவை?

விடை: இதழ்களில் வெளியாகும் படங்கள் இரண்டு வகைப்படும். அவை, (1) நிழற்படங்கள், (2) வரைபடங்கள்.

4.படங்களைத் தருவதில் சிறந்ததாகக் கருதப்படும் தமிழ் மற்றும் ஆங்கில இதழ்கள் எவை?

விடை:படங்களைத் தருவதில் சிறந்ததாகக் கருதப்படும் தமிழ் இதழ் 'தினத்தந்தி', ஆங்கில இதழ் 'தி இல்லஸ்ட்ரேட்டட் வீக்லி ஆப் இந்தியா'.

5.இதழ் ஓவியம் பற்றிக் குறிப்பு எழுதுக.

விடை;இதழ்களில் கண்ணுக்கு விருந்தாக அமைபவை நிழற்படங்கள் மட்டும் அல்ல; ஓவியங்களும் ஆகும். வார இதழ்கள், இரு வார இதழ்கள், திங்கள் இதழ்கள், இரு திங்கள் இதழ்கள் ஆகியவற்றில் ஓவியங்கள் அதிகமாக இடம் பெறுகின்றன. சிற்றிதழ்களில் நவீன ஓவியங்கள் நிறைய இடம் பெறுகின்றன. லதா, அரஸ், மணியம் செல்வன், ஜெயராஜ், உமாபதி, மருது, ஆதிமூலம், மாருதி போன்ற பலர் இதழ்களில் படம் வரைகின்றனர்.

முன்

தன் மதிப்பீடு : வினாக்கள் II

1. எந்தெந்தச் செய்திகளில் நிழற்படங்கள் தவறாமல் இடம் பெறுகின்றன?

விடை: அரசியல் செய்திகள், வெளிநாட்டுத் தலைவர் வருகை, விபத்துகள், விளையாட்டுச் செய்திகள், முக்கியமான தலைவர்களின் இறப்புச் செய்திகள், விருதுகள் வழங்கல் செய்திகள் ஆகியவற்றுடன் நிழற்படங்கள் தவறாமல் இடம்பெறுகின்றன.

2. இதழ்களில் கருத்துப் படங்கள் (Cartoons) குறித்துச் சிறு குறிப்பு வரைக.

விடை: பொதுமக்களின் எண்ணங்களை எதிரொலிக்கும் வகையில் கருத்துப் படங்கள் இதழ்களில் இடம்பெறுகின்றன. இதில் கருத்துக்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படுகிறது. சொல் தொடர்களால் அமையும் தலையங்கத்தைப் போன்று, படங்களின் வாயிலாகக் கருத்தைத் தெரிவிப்பது கருத்துப் படம் ஆகும். தமிழில் 'இந்தியா' என்ற இதழில் முதன் முதலாகக் கருத்துப் படம் வெளியானது. கருத்துப் படங்கள் மக்களைச் சிந்திக்க வைக்க வேண்டும்.

3. சித்திரக் கதைகள் குறித்து எழுதுக.

விடை: சமுதாய, அரசியல், அறிவியல் அறிஞர்களின் வாழ்க்கை வரலாறுகள் குழந்தைகளுக்குரிய பாங்கில் சித்திரக் கதைகளாக வெளியிடப்படுகின்றன. பெரியார் பிஞ்சு என்னும் சிறுவர் இதழில் பெரியார் ஈ.வெ.ரா வாழ்க்கை வரலாறு இவ்வாறு தரப்படுகிறது.

4. எத்தகைய இதழ்களில் நவீன வகை ஓவியங்கள் இடம் பெறுகின்றன?

விடை: சிற்றிதழ்களில் மிகுதியாக நவீன வகை ஓவியங்கள் இடம் பெறுகின்றன.

5. துணுக்குப் படங்களின் பயன் யாது?

விடை: துணுக்குகளுக்கும் படங்கள் வரையப்படுகின்றன. துணுக்கில் இடம்பெறும் கருத்தை இப்படங்கள் முந்திக் கொண்டு நுணுக்கமாக நகைச்சுவையுடன் வெளிப்படுத்துகின்றன.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1. துணுக்குகளை எத்தகைய வாசகர்கள் தேடிப் படிக்கின்றனர்?

விடை: பயணத்தின் போது படிப்பவர்கள், மோலோட்டமாகப் படிப்பவர்கள், அவசரமாக இதழ்களைப் புரட்டுபவர்கள், புதியவற்றை அறிவதற்காகப் படிப்பவர்கள் ஆகிய வாசகர்கள் தேடிப் படிக்கின்றனர்.

2. துணுக்கு என்ற சொல்லின் விளக்கம் யாது?

விடை: துணுக்கு என்ற சொல் 'சிறிய செய்தி' என்ற பொருளில் வருகிறது.

3. துணுக்குகளை அடிப்படையில் எத்தனை வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்? அவையாவை?

விடை: துணுக்குகளை அடிப்படையில் இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை, (1) கருத்துத் துணுக்கு, (2) நகைச்சுவைத் துணுக்கு.

4. துணுக்குத் தலைப்பு எங்ஙனம் இருக்க வேண்டும்?

விடை: துணுக்குத் தலைப்பு மக்களை ஈர்க்கும் வகையில் அமைய வேண்டும்.

5. கிசுகிசுத் துணுக்கு என்றால் என்ன?

விடை: புதிய செய்திகள், அந்தரங்கச் செய்திகள், தனிப்பட்ட சொந்த வாழ்க்கை பற்றிய செய்திகள் இவற்றைத் துணுக்கு என்ற வகையில் ஊரறிய வெளியிடுவது கிசுகிசுத் துணுக்குகள் ஆகும்.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

1. இதழ்களின் வளர்ச்சிக்கு ஏணிப்படியாக விளங்குபவை எவை?

விடை:இதழ்களின் வளர்ச்சிக்கு ஏணிப்படியாக விளங்குபவை நகைச்சுவைத் துணுக்குகள்.

2. நகைச்சுவைத் துணுக்கு வகைகள் யாவை?

விடை:நகைச்சுவைத் துணுக்குகளின் வகைகள் இரண்டு. அவை, (1) அரசியல் சார்ந்தவை, (2) பிற வகையைச் சார்ந்தவை.

3. இங்கிலாந்தில் வெளியான எந்த இதழ்கள் நகைச்சுவைத் துணுக்குகளுக்குப் பெயர் பெற்றவை?

விடை:இங்கிலாந்தில் வெளியான ஹியூமரிஸ், டிப்பிட்ஸ் என்ற இதழ்கள் நகைச்சுவைத் துணுக்குகளுக்குப் பெயர் பெற்றவை.

4. பொது நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் எதற்குப் பயன்படுகின்றன?

விடை:பொது நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் புரிதலுக்கும் பொழுது போக்கிற்கும் பயன்படுகின்றன.

5.தமிழில் வரும் கதைத் துணுக்குகள் இரண்டின் பெயர்களைத் தருக.

விடை:தமிழில் வரும் கதைத் துணுக்குகள்: சிண்டு-பிண்டு, அப்புசாமி (அம்புலி மாமா).

6. துணுக்குப் படங்களின் தன்மை யாது?

விடை:துணுக்குப் படங்கள் சீரான ஓவியமாக இல்லாமல் பார்த்தவுடனே சிரிப்பு வரவழைக்கும் கோணல்களுடனும், பல கோணங்களிலும் அமையும்.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - I

1. விளம்பரம் என்றால் என்ன?

விடை: ஒன்றைப் பலரும் அறியும்படி செய்வது எதுவோ, அது விளம்பரம் ஆகும்.

2. செய்தியைப் பரிமாறிக்கொள்ளும் ஊடகங்களில் இன்றியமையாத கருத்துக் கருவியாக அமைவது எது?

விடை: இதழியல் விளம்பரம்

3. விளம்பர வகைகள் யாவை?

விடை: பொருள் விளம்பரம், உற்பத்தி விளம்பரம், நிறுவன விளம்பரம், இதழ்கள் விளம்பரம், தொழில் விளம்பரம், கல்வி விளம்பரம் முதலியன.

4. முதன்முதலில் எந்த இதழில் விளம்பரம் எங்கு, எப்போது வெளியிடப்பட்டது?

விடை: 1658இல் இலண்டனில் வெளியான இதழில் விளம்பரம் முதன்முதலில் வெளியிடப்பட்டது.

முன்

தன் மதிப்பீடு : விடைகள் - II

1. விளம்பரங்களே இதழை நடத்துவதற்கு உதவுகின்றனவா?

விடை: ஆம். விளம்பரம் அதிக பணத்தை தேடித் தருகிறது.

2. இதழ்களின் வகைக்கேற்ப விளம்பரங்கள் இடம் பெறுகின்றனவா?

விடை: ஆம்.

3. விளம்பரப் பகுப்புகள் யாவை?

விடை: அக விளம்பரம், புற விளம்பரம்.

4. விளம்பரங்களால் நன்மை, தீமைகள் ஏற்படுகின்றன என்பதை ஏற்கலாமா?

விடை: ஆம்.

5. விளம்பரத்தின் வழி மாணவர் நன்மை அடைகின்றனர் என்பதை ஏற்கலாமா?

விடை: நன்மை அடைகின்றனர் (கல்வி, வேலை முதலியனவற்றைத் தெளிவாக உடனுக்குடன் அறியச் செய்கிறது).

6. தொலைக்காட்சியில் இடம்பெறும் விளம்பரத்தின் சாயல்கள் இதழ்களிலும் இடம் பெறுகின்றனவா?

விடை: ஆம்.

7. இதழ்களில் திரைப்பட விளம்பரம் அனைவராலும் வரவேற்கப் படுகின்றதா?

விடை: பெரும்பாலும் வரவேற்கப்படுகின்றது.

8. உடல்நலம் காக்கச் சில விளம்பரங்கள் உதவுகின்றனவா?

விடை: ஆம்.

9. விளம்பரமே இல்லாத சில இதழ்களின் பெயர்களை எழுதுக.

விடை: நியூ இந்தியா, விமோசனம், யங் இந்தியா.

10. ஒரு இதழின் விற்பனை, தரம் இவற்றை நிர்ணயிப்பது விளம்பரமா?

விடை: ஓரளவுக்கு இது உண்மை.