

## OODAGAVIYAL

### அச்சு வழி ஊடகம்

அச்சுக்கலை என்பது அச்சிடுவதற்கான உரைப்பகுதி, கற்பதற்கும், அடையாளம் காண்பதற்கும் கவர்ச்சியானதாக இருக்கும் வகையில் அச்செழுத்துக்களை ஒழுங்குபடுத்தும் ஒரு கலையும் தொழில்நுட்பமும் ஆகும்.

அச்செழுத்துக்களை ஒழுங்குபடுத்துவதானது அச்செழுத்துக்கள், எழுத்துக்களின் அளவு, வரியொன்றின் நீளம், வரிகளுக்கு இடையிலான இடைவெளி என்பவற்றைத் தெரிவு செய்தல் சொற்களுக்கு இடையிலான இடைவெளிகளைச் சரி செய்தலுடன், எழுத்துக்களுக்கு இடையிலான இடைவெளிகளைச் சரிசெய்தல் போன்றவற்றையும் உள்ளடக்கும். அச்செழுத்துக்களை வடிவமைத்தல் இக்கலைக்கு நெருக்கமான ஒரு கலை.

ஜெர்மனியில் 1430 –ல் ஜான் கூட்டன்பெர்க் என்பவர் முதன் முதலில் அச்சுப் பொறியைக் கண்டுபிடித்தார். அது திருகு அச்சுப் பொறியாகும். அது திராட்சைச்சாறு பழியப் பயன்படுத்தியக் கருவியைப் போன்று மரத்தாலானது. 1790 –ல் நிக்கோலசன் என்பவர் முதன் முதலாக உருளி அச்சுப் பொறியைக் கண்டுபிடித்தார்.

19 ம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் பிரடரிக் கோனிக் என்பவர் முதன் முதலாக நீராவினால் இயங்கும் உருளி அச்சு இயந்திரத்தைக் கண்டுபிடித்தார். ஜே.வால்ட்டர் என்பவர் சுழலும் அச்சுப் பொறியைக் கண்டுபிடித்தார். அச்சு இயந்திரங்களை இயக்க மின்சார மோட்டார்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன.

தற்போதைய நவீன அச்சு இயந்திரம் ஆப்செட் இயந்திரமாகும். பின்னர் சுருள் காசித்தைக் கொண்டு அச்சடிக்கும் ஆப்செட் இயந்திரங்கள் தோன்றின. அதிநவீன இயந்திரமாகப் பல வண்ணங்களில் அச்சிட்டு வழங்கும் எலக்டிரானிக் ஆப்செட் இயந்திரம் தோன்றியுள்ளன.

கி.பி. 1301 –ல் பீ செங் என்ற சீனர் தான் முதன் முதலில் தனித்தனி எழுத்தச்சு முறையைக் கண்டுபிடித்தார். சீனக் களிமண்ணில் எழுத்துக்களை வரைந்து அவற்றைச் செங்கல் சூளையில் செங்கலை வேகவைப்பது போல வேக வைத்து உருவாக்கினார்.

1314 –ஆம் ஆண்டு வாங்சொங் என்பவர் மரத்தினால் அச்சு எழுத்துக்களை உருவாக்கினார். அவை அடிக்கடி உடைந்து போனதோடு அவ்வெழுத்துக்களைக் கையாளவும் சிரமமாக இருந்தது.

பின்னர் 1392 –ல் கொரியா நாட்டைச் சேர்ந்த ஜெனரல் இ என்பவர் உலோகத்தாலான அச்சு இயந்திரங்களை உருவாக்கினார். 1409 –ல் அவ்வெழுத்துக்களைப் பயன்படுத்திப் புத்தகம் அச்சாக்கினார். (இந்திய பத்திரிகைகளின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் 5 -6)

அச்சு எழுத்துக்கள் இரு வகைப்படும். அவையாவன,

1. மேல் வகுப்பு அல்லது தலைப்பு எழுத்துக்கள்
2. கீழ் வகுப்பு அல்லது சிற்றெழுத்துக்கள்

கி.மு. 2000 –க்கு முன்பே பேபைரசு என்ற கோரைப்புல்லை எகிப்தியர் எழுதுவதற்குப் பயன்படுத்தினர். 'பேபைரசு' என்ற இந்தச் சொல்லிலிருந்தே 'பேப்பர்' என்ற சொல் உருவானது.

சீனர்கள் மூங்கில் பத்தைகளையும் மரத்துண்டுகளையும் எழுதுவதற்குப் பயன்படுத்தினர். பின் பட்டுத்துணி, நார், மரப்பட்டை, கிழிந்ததுணி, நைந்த மீன்வலை ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்தினர்.

கி.பி. 8 –ம் நூற்றாண்டில் தாள் தயாரித்தனர். அராபியர், ஸ்பானியர், இத்தாலியர் ஆகியோரும் தாள் தயாரிக்கத் தொடங்கினர். கி.பி. 1320 –ல் ஜெர்மனியில் முதன் முதலில் தாள் உற்பத்தித் தொழிற்சாலை தோற்றுவிக்கப்பட்டது. சாமர்கண்ட், பாக்தாத், அரேபியா, டமாஸ்கஸ், இத்தாலி, பிரான்சு, இங்கிலாந்து போன்ற நாடுகளிலும் தாள் தயாரிப்பு ஆலைகள் தோன்றின.

இந்தியாவில் கி.பி 11 –ஆம் நூற்றாண்டில் அராபியர் தாளை அறிமுகப்படுத்தினர். அரபு மொழியில் தாளை 'காகத்' என வழங்கினர். அச்சொல்லிலிருந்தே காகிதம் என்ற சொல் தோன்றியது.

சேலம் மாவட்டத்திலுள்ள சேசாயி தாள் ஆலை, மத்திய பிரதேசத்தில் நேபா நகரில் உள்ள தேசிய பத்திரிகைக் காகிதத் தொழிற்சாலை முதலியவை தாள் உற்பத்தி செய்து வருகின்றன.

1822 –ஆம் ஆண்டு வரை அச்சு எழுத்துக்கள் கையாலேயே கோர்க்கப்பட்டன. பின்னர் சர்ச் என்பவர் அச்சு கோக்கும் இயந்திரத்தைக் கண்டு பிடித்தார். 1875 –ல் ஆட்மர் என்ற ஜெர்மானியர் வரி அச்சினை (லைனோ) கண்டு பிடித்தார். 1887 –ஆம் ஆண்டு வான்கடன் என்ற அமெரிக்கர் மோனோ டைப் முறையைக் கண்டுபிடித்தார்.

தற்போது போட்டோ டைப் செட்டர் என்ற நவீன முறை கண்டுபிடிக்கப்பட்டுள்ளது. இக்கருவியின் மூலம் நிமிடத்திற்கு 30 சொற்கள் வரை கோர்க்க முடியும்.

ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் வருவதைக் கால இதழ்கள் அல்லது பருவ இதழ்கள் என அழைக்கிறோம். வாரம் இருமுறை, வாரம், மாதம் இருமுறை, மாதம் ஒருமுறை, காலாண்டுக்கு ஒருமுறை, அரையாண்டுக்கு ஒரு முறை, ஆண்டுக்கு ஒருமுறை என இதழ்கள் வெளிவருகின்றன.

ஆண்டு தோறும் வெளிவரும் இதழ்கள் ஆண்டு மலர்கள் என்றும், 25 ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்றவுடன் வெளிவரும் இதழ்கள் வெள்ளிவிழா மலர்கள் என்றும், 50 ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்றவுடன் வெளிவரும் இதழ்கள் பொன்விழா மலர்கள் என்றும், 60 ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்றவுடன் வெளிவரும் இதழ்கள் மணிவிழா இதழ்கள் என்றும், 75 ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்றவுடன் வெளிவரும் இதழ்கள் வைர விழா மலர்கள் என்றும், 100 ஆண்டுகள் நிறைவு பெற்றவுடன் வெளிவரும் இதழ்கள் பவள விழா மலர்கள் என்றும் வழங்கப்படுகின்றன.

வகைகள்

1. செய்தித்தாள்
2. பருவ இதழ்கள்
  - வார இதழ், வாரம் இருமுறை இதழ்
  - திங்கள் இருமுறை இதழ்
  - திங்கள் (மாத) இதழ்
  - காலாண்டு இதழ்

- அரையாண்டு இதழ்
- ஆண்டு இதழ்

### 3. நூல்கள்

#### செய்தித்தாள்

அறிவியல் வளர்ச்சி, நாளும் பல்வேறு புதுமைகளைத் தோற்றுவிக்கின்றது. இதனால் நேற்றைய புதுமை இன்றைய பழமை ஆகிறது. என்றாலும் ஒவ்வொரு நாளும் மாறியும் புதுமை பெற்றும் வரும் மனித வாழ்வின் கோணங்களையும், முரண்பாடுகளையும், புதுமைகளையும், அதிசயங்களையும் தொகுத்து தரும் செய்திகள் அடங்கிய பத்திரிகைகள் ஒவ்வொரு நாளும் புதியதாகவே பிறப்பெடுக்கின்றன. ஆகவே இன்றைய உலகில் நிலைத்த மதிப்பையும் உயர் தகுதியையும் பெற்றுத் திகழ்கின்றன.

ஆங்கிலத்தில் நான்கு திசைகளைக் குறிக்கும் சொற்களின் முதல் எழுத்துக்களின் கூட்டால் உருவான “News” என்கின்ற ஆங்கிலச் சொல்லே ‘செய்தி’ என்று தமிழில் கூறப்படுகின்றது. இதற்கு நான்கு திசைகளிலிந்தும் வருவதே செய்தி என்று பொருள். “News” என்ற சொல்லுக்குப் ‘புதியத் தகவல்’ சமீபத்தில் நடந்த சம்பவம் அல்லது நிகழ்ச்சி என்ற ஆங்கில அகராதி விளக்கம் தருகிறது.

#### இதழ்கள்

ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் வருவதைக் கால இதழ்கள் அல்லது பருவ இதழ்கள் என அழைக்கிறோம்.

வாரம் இருமுறை, வாரம், மாதம் இருமுறை, மாதம் ஒருமுறை, காலாண்டுக்கு ஒருமுறை, அரையாண்டுக்கு ஒரு முறை, ஆண்டுக்கு ஒருமுறை என இதழ்கள் வெளிவருகின்றன.

#### நூல்கள்

சீனர்களால் தாள் அச்சுத்துறையில் பயன்படுத்த ஆரம்பித்த பிறகு 1392 –ல் கொரியா நாட்டைச் சேர்ந்த ஜெனரல் இ என்பவர் உலோகத்தாலான அச்சு இயந்திரங்களை உருவாக்கினார்.

1409 –ல் அவ்வெழுத்துக்களைப் பயன்படுத்திப் புத்தகம் அச்சாக்கினார். (இந்திய பத்திரிகைகளின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் 5 -6) உலக அளவில் அதிகமாக அச்சிடப்பட்ட புத்தகம் பைபிள் எனலாம்.

## இதழ்களின் தோற்றம்

ஜெர்மனியிலுள்ள மெயின்ஸ் நகரத்தில் கி.பி. 1439 –ல் அச்சகம் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. அடுத்து இத்தாலியில் 1465 –லும், பிரான்சில் 1470 –ஆம் ஆண்டிலும், ஸ்பெயினில் 1474 –ஆம் ஆண்டிலும், இங்கிலாந்தில் 1477 –ஆம் ஆண்டிலும் அச்சகங்கள் தோற்றுவிக்கப்பட்டன.

டென்மார்க்கில் 1482 –ஆம் ஆண்டிலும், சுவீடனில் 1483 –ஆம் ஆண்டிலும், போர்ச்சுகலில் 1495 –ஆம் ஆண்டிலும், இந்தியாவில் 1556 –ஆம் ஆண்டிலும் அச்சகங்கள் தோற்றுவிக்கப்பட்டன.

உலகில் முதன் முதலில் தோன்றிய நாளிதழ் 'ரிலேசன்' என்பது தான். அது ஜெர்மனியில் 1609 –ல் தோன்றியது.

இங்கிலாந்தில் முதன் முதலில் வெளிவந்த இதழ் வாரச் செய்திதகள் என்பதாகும். அது கி.பி. 1621 –ல் வெளிவந்தது. இங்கிலாந்தில் தோன்றிய முதல் நாளிதழ் தினசரி செய்திகள் என்பதாகும். எலிசபெத் மாலெட் என்ற அம்மையார் அதனை 1702 –ல் வெளியிட்டார்.

அமெரிக்காவின் முதன் முதலில் தோன்றிய இதழ் 'பொது நிகழ்ச்சிகள்' என்பதாகும். 1690 –ல் பெஞ்சமின்ஹாரிஸ் என்பவர் அதனைத் தொடங்கினார். பின்னர் 1704 ல் சான்காம்பல் என்பவர் செய்திக் கடிதம் என்ற இதழைத் தொடங்கினார்.

இந்தியாவில் கோவா நகரில் கி.பி 1556 ஆம் ஆண்டு செப்டம்பர் திங்கள் 6-ஆம் நாள் போர்ச்சுகக்கீசிய கிறிஸ்துவ கத்தோலிக் பாதுரிமார்கள் முதன் முதலில் அச்சகம் ஒன்றை நிறுவினர்.

அங்கு முதன் முதலில் 'டெளட்ரீனா கிறிஸ்டர்' என்ற நூல் வெளியானது. அதுவே இந்திய மொழிகளின் முதல் அச்சுப்புத்தகம். பின்னர் 1557 ல் கொல்லத்திலும் கொச்சியிலும் அம்பழக் காட்டிலும் 1578 –ல் புன்னைக் காயலிலும் வைப்புக் கோட்டையிலும் அச்சகங்கள் தோன்றின.

1578 –ல் கொல்லத்தில் 'தம்பிரான் வணக்கம்' என்ற பதினாறு பக்கங்கள் கொண்ட சமய வினா விடை நூல் அச்சிடப்பட்டது.

பெங்கால் கெஜட் அல்லது கல்கத்தா அட்வர்டைசர் என்ற செய்தித்தாளே இந்தியாவில் அச்சு வடிவில் முதன் முதலில் தோன்றியதாகும். அது வார இதழாக வங்காளத்தைச் சார்ந்த செராம்பூரிலிருந்து 1780 –ஆம் ஆண்டு சனவரித் திங்கள் 29 ம் நாள் வெளிவந்தது. ஆங்கில வணிகர் ஜேம்ஸ் அகஸ்டஸ் ஹிக்கி என்பவர் ஆங்கில மொழியில் வெளியிட்டார்.

‘மெட்ராஸ் கூரியர்’ என்ற செய்தித்தாளே தமிழ் நாட்டில் தோன்றிய முதல் செய்தித்தாள். அது சென்னையில் 1785 –ஆம் ஆண்டு அக்டோபர் 12 –ல் வெளிவந்தது. இது வார இதழாகும்.

கல்வியானது சமயப் போதனையாக இருந்த நிலை மாறிச் சமயக் கல்வி, பொதுக் கல்வி எனப் பிரிந்த போது சமயக் கல்வியைக் காட்டிலும் பொதுக்கல்வி நல்ல வளர்ச்சி பெற்றது. நடுத்தர மக்களும் கல்வி கற்றனர். சமுதாயத்தில் விழிப்புணர்ச்சி ஏற்பட்டது.

உலக நடப்புகளை அறிந்து கொள்ளும் ஆவல் இயல்பாகவே ஏற்பட்டது. செய்திகளைச் சேகரித்து மக்களுக்கு வழங்குவதும் அவற்றை ஆதாரமாகக் கொண்டு கருத்துக்களை வெளியிடுவதும் இதழ்களின் இன்றியமையாத பணியாகும்.

தொடக்கக் காலத்தில் பொதுவாக அனைத்து நாடுகளிலும் அடக்கு முறைச் சட்டங்களும் கடுமையான வரிகளும் பத்திரிக்கைத் தொழில் வளர்ச்சிக்கு இடையூறாக இருந்தன.

## இந்திய இதழ்கள்

நாடு, மொழி, இனம் இவைதாம் வரலாறுகளைப் படைக்கும் வாய்ப்பைப் பெற்றுள்ளவை. பழமையிலும் பண்பாட்டிலும் பெருஞ் சிறப்புப் பெற்றுள்ளன. இவை மூன்றும் நம் நாட்டின் வரலாற்றினைப் படைத்துக் கொடுத்தவையாகும். தென்றல் பூங்காவினுள் சென்று வெளிவரும் போது தேன் சிந்தும் மலர்களின் மணத்தையும் அள்ளி வருவது போல, இந்திய நாட்டு வரலாறு இதழ்களின் வரலாற்றோடு இணைந்து மணம் பரப்புகிறது.

வரலாற்றுப் பூங்காவில் இந்த ஒட்டு மாங்கனியின் சசிறப்பான தோற்றம், சீரான வளர்ச்சி, புதுமைப் போக்கு, புகழின் உச்சி எல்லாமே சுவையானவை. ஆங்கில அரசு அடிமைப்படுத்தியிருந்த நாட்டில் கரடுமுரடான அதிகாரப் பாதைகளில் நடந்து, கட்டுப்பாட்டுக் காட்டாறுகளைக் கடந்து வந்த இந்திய நாட்டு வரலாறும் இதழியல் வரலாறும் தம் நீண்ட பயணத்தில் கைகோர்த்து நெருங்கி நடந்தவையாகும்.

இந்திய அரசியல் வரலாறு இடையிலே வழித் துணையாக வந்து சேர்ந்தது. கடந்த இரண்டு நூற்றாண்டுகளாக இவையெல்லாம் ஒன்று கூடி இந்திய இதழியலின் வரலாற்றினை உருவாக்கின.

மனிதன் எப்படியும் வாழலாம் என்று எண்ணிக் கொண்டிருந்த காலத்தில் தகவல் தொடர்புகளை நினைத்துப் பார்க்கவில்லை. இப்படித் தான் வாழ

வேண்டும் என்று வாழ்க்கையை வரையறைப் படுத்திய போது அடுத்து வாழும் மனிதர்களைப் பற்றி அறிய விரும்பினான். கூட்டுக் குடும்ப முறை தோன்றிய பின்பு அடுத்த கூட்டத்தினரைப் பற்றி அறியும் ஆர்வம் அதிகமாயிற்று.

காலப்போக்கில் தனிமனித விருப்பமும் சமுதாயத் தேவைகளும் அதிகரித்த போது, செய்திகளை எப்படும் அறியும் முனைப்பில் மனிதர்கள் சில செய்தி வாயில்களைப் படைத்துக் கொண்டனர். புறாக்களின் கால்களில் செய்தி ஓலைகளைக் கட்டியனுப்பினர். கூவியழைத்தும், சீழ்க்கை ஒலியாலும், மணியடித்தும் செய்திகளைத் தெரிவித்துக் கொண்டனர். வேறு சில இடங்களில் தீயம்புகளை வானத்தில் பாய்ச்சியும் செய்தியறிவிப்பு நடைபெற்றிருக்கிறது.

சங்க இலக்கியங்களால் காணக்கிடக்கிற அலர் பரவும் முறையினைக் கூட ஒருவகையான செய்திப்பரவல் என்றே கருதலாம். நாட்டு மக்களிடையே நாள்தோறும் நடைபெறும் நிகழ்ச்சிகளை அறிந்து கொள்வதும் அன்றைய வேந்தனின் அன்றாடச் செயலாக இருந்திருக்கிறது. சேரன் செங்குட்டுவனின் வடநாட்டுப் படையெடுப்பை வஞ்சியில் பறையறைந்து அறிவித்துவிட்டால் உடனே அச்செய்தி வடநாடுகளில் பரவிவிடும் என்ற கருத்துடைய சிலப்பதிகாரக் குறிப்பினால் செய்திகளைப் பறையறைந்து அறிவித்தலும் அது அன்றாட நாடுகளுக்குப் பரவுதலும் உண்டு என்பதை அறிகிறோம்.

திருமணம் போன்ற மங்கல நிகழ்ச்சிகளை முரசறைந்து நகர மக்களுக்குத் தெரிவித்துள்ளார்கள்.

### உலக நாடுகளில் செய்தி பரவிய விதம்

அச்சுக் கலையை அறிவதற்கு முன்பு வாய் மொழிகளாகவும் பொது இடங்களில் அறிக்கைகளை ஒட்டியும் செய்திகளைப் பரப்பி வந்தனர். எகிப்து நாட்டில் அடிமைகளை வைத்துச் செய்திகளைத் தொகுத்தனர். அவ்வடிமைகளே விரைவாக ஓடிச் சென்று சேகரித்த செய்திகளை அரசர்களிடம் கொடுத்தார்கள்.

கிரேக்கத்தில் குதிரையாட்கள் மன்னரின் செய்திகளை எடுத்துச்சென்று பரப்பியுள்ளனர். இம்முறையில் நாள் ஒன்றிற்குப் பதினைந்துகல் தொலைவிற்குத் தான் செய்திகள் பரவின.

அஞ்சல் வண்டிகள் (Mail Coaches) வந்த பிறகு நூறுகல் தொலைவிற்கு தொலைவிற்குச் செய்திகளைக் கொண்டு செல்ல முடிந்தது. ஜூலியஸ் சீசர் காலத்தில் உரோம நாட்டின் பொது இடங்களில் 'Acta Diurna' எனப்பட்ட செய்தி அறிக்கைகளை ஒட்டி வைத்தனர்.

இவை தவிரச் செய்திக் கவிதைகளும், செய்தித் துண்டு வெளியீடுகளும் சீசர் காலத்தில் வழக்கிலிருந்தன. ஜூலியஸ் சீசர் கால் என்ற நாட்டில்

போரிட்டுக் கொண்டிருந்த போது அங்கிருந்து தலைநகருக்குச் செய்திகளை அவ்வப்போது அனுப்பிக் கொண்டிருந்தனர். இதனால் 'இதழியல் துறையின் தந்தை' என்ற பட்டத்தை சீசரே முதன் முதலாகப் பெற்றிருந்தார்.

## இந்தியாவில் தோற்றம்

நம் நாட்டில் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் சிந்தனை அசோகர் காலத்தில் ஏற்பட்டது. அரசாங்கக் கட்டளைகள், அறச் செய்திகள், புத்த மதக் கொள்கைகள் ஆகியவற்றை அசோகர் தூண்களிலும், பாறைகளிலும் செதுக்கி மக்களுக்கு அறிவித்தார்.

எளிதாக அழிந்துவிடக் கூடிய மைகளைக் கொண்டு கோவிற் சுவர்களில் சித்திரங்களாக வரைந்தும் செய்திகள் பரப்பப்பட்டன. மொகலாயர் காலத்தில் செய்தித் தொடர்புகள் விரிவான முறையில் ஒழுங்குப்படுத்தப்பட்டன. ஒளரங்கசீப் காலத்தில் நாடுமுழுவதும் அலைந்து செய்திகளைச் சேகரிக்கும் செய்தியாளர் வாக்யா நாவிஸ் (Vaquia Navis) என்றும், செய்திகளை அரசிடமிருந்து எடுத்துச் சென்று மக்களுக்கு வழங்கும் செய்தியாளர் சவானிக் நாவிஸ் (Savanik Navis) என்றும் அழைக்கப்பட்டனர்.

இரகசியச் செய்தியாளர் கோஃபியா நாவிஸ் (Cofia Navis) எனப்பட்டார். இச்செய்தியாளர்கள் அனுப்புகின்ற செய்திகள் அரசவையில் படிக்கப்பட்டு அவற்றினடிப்படையில் முடிவுகள் எடுக்கப்பட்டன.

நிக்கோலா மேனூசி என்ற வெனிஸ் நாட்டு யாத்திரிகர் ஒளரங்கசீப்பின் அரசவை பற்றிக் குறிப்பிடும் பொழுது, "இச்செய்திக் கடிதங்கள் மொகலாய மன்னனின் அரசவையில் பெண்களால் படிக்கப்பட்டன. நடு இரவு வரை கூட, அரசவை கூடிச் செய்திக் கடிதங்களைப் படித்து முடிவெடுப்பதுண்டு" என்று எழுதியுள்ளார்.

மொகலாயர் காலத்துக் கடிதங்கள் எட்டு அங்குல நீளமும் நாலரை அங்குல அகலமுங் கொண்ட தாளில் பெர்சியன் அல்லது உருது மொழியில் கையினால் எழுதப்பட்டன. 'தக்காணப் பீடபூமியில் ஒளரங்கசீப்பின் தோல்விக்குக் காரணம் செய்திக் கடிதம் எழுதுவோர்களின் தவறான செய்தியே' என்று 1672-1682 வரை இந்தியாவில் மருத்துவராகப் பணியாற்றிய ஜான் பிரையர் என்பவர் குறிப்பிட்டுள்ளார்.

இந்திய மன்னர்கள் தகவலறிந்து செயல்பட்டதை அறிந்து கொண்ட ஆங்கில ஆட்சியினரும் செய்திகளின் வலிமையை உணர்ந்திருந்தனர். அவர்களும் செய்திக் கடிதம் எழுதுவோர்களைப் பணியில் அமர்த்தினர்.



அச்சுக்கலையும், தாள் தயாரிப்பும் சீனர்களின் சிந்தனையில் பிறந்தவையாகும். இவை இரண்டினைப் பற்றிய அறிவு பதினைந்தாம் நூற்றாண்டில் ஐரோப்பா முழுமையும் பரவியது. கி.பி. 1476 –ஆம் ஆண்டில் வில்லியம் காக்கஸ்டன் இங்கிலாந்தில் வெஸ்ட் மினிஸ்டர் என்ற இடத்தில் அச்சகம் ஒன்றைத் தொடங்கினார்.

1498 –ஆம் ஆண்டில் வாஸ்கோடகாமாவின் வருகைக்குப் பின் ஐரோப்பிய உறவு நம் நாட்டிற்குக் கிட்டியது. போர்ச்சுகீசியப் பாதிரியார்கள் இந்தியாவிற்கு அச்சுக் கலையை அறிமுகப்படுத்தினர். 1556 –ஆம் ஆண்டு செப்டம்பர் 6 –ஆம் நாள் இந்தியாவின் முதல் அச்சகம் கோவா பகுதியில் அமைந்தது. இங்கிருந்து ‘டெளட்ரினா கிறிஸ்டா’ என்ற நூல் அச்சாகியது.

1578 –ஆம் ஆண்டில் இதே நாள் தமிழ் அச்செழுத்துக்களைக் கொண்டும் வெளியாகியது. இதுவே இந்திய மொழிகளின் முதல் அச்சுப்புத்தகம்.

உலக நாடுகளின் அச்சுக்கலை வளர்ச்சி செய்திவெளியீட்டில் அடியெடுத்து வைத்தது. ஜெர்மனியில் செய்தித் துண்டு வெளியீடுகள் (News Pamphlets) அச்சிடப்பட்டு மக்கள் மத்தியில் வழக்கிற்கு வந்தன. தொடர்ந்து பல ஐரோப்பிய நாடுகளில் இத்தகைய வெளியீடுகள் சந்தை கூடுமிடங்களில் விற்கப்பட்டன.

உலகின் முதல் செய்தித்தாள் ரிலேசன் (Relation) ஜெர்மனியிலிருந்து 1660 -இல் வெளியாகியது. பதினேழாம் நூற்றாண்டில் ஸ்வீடன், ஸ்பெயின், ஆஸ்திரியா, நெதர்லாந்து முதலிய நாடுகளிலும் செய்தித்தாள்கள் தோன்றின. இங்கிலாந்து நாட்டின் முதல் செய்தித்தாள் 1702 –ஆம் ஆண்டு டெய்லி கோரண்ட் என்ற பெயரில் வெளிவந்தது.

இந்தியாவிலிருந்த ஐரோப்பியர்கள் இங்கிலாந்திலிருந்து கப்பலில் வருகின்ற செய்தித் தாள்களையே நம்பியிருந்தனர். ஒன்பது மாதங்களிலிருந்து ஒருவருடம் வரை காத்திருந்து அச்செய்தித் தாள்களைப் படித்துவந்தனர். கிழக்கிந்தியக் குழுமத்திற்கும், தனியார்களுக்கும் சொந்தமாக அச்சகங்களிருந்தும் செய்தித்தாள்களைத் தொடங்க யாரும் முன்வரவில்லை.

ஆங்கில அரசின் தலைமையிடமாகவும், வணிக மையமாகவும் அக்காலத்தில் விளங்கிய கல்கத்தா நகரில், கிழக்கிந்தியக் குழுமத்தில் பணியாற்றிய வில்லியம் போல்ட்ஸ் என்பவர் 1766 -இல் இதழ் ஒன்றைத் தொடங்க முயற்சி செய்தார். தங்கள் கருத்து வேறுபாடுகளை அவர் வெளிப்படுத்திவிடுவார் என்ற அச்சத்தில் அம்முயற்சியைக் குழுமத்தார் தடுத்ததோடு அவரையும் பணியிலிருந்து நீக்கிவிட்டனர்.

அதே ஆண்டின் செப்டம்பர் மாதத்தில் ஒருநாள் போல்ட்ஸ் அரசினர் தலைமைச் செயலகக் கதவில் அறிக்கை ஒன்றினை ஒட்டினார். அவ்வறிக்கையில் இருந்த செய்தி,

“பொதுமக்களுக்கு,

கல்கத்தா நகரில் செய்தித்தாள் இல்லாதது வணிகத்திற்கும், சமுதாயத்திற்கும் பெரிய இழப்பாக இருக்கிறது. ஒவ்வொரு இந்தியனுக்கும் அது வேண்டிய ஒன்றாகும். எனவே, அச்சுத் தொழில் அறிந்தவர்களுக்கும் அச்சகத்தை நடத்துகிறவர்களுக்கும் ஊக்கமளிக்க நான் தயாராக இருக்கிறேன். பொது மக்களுக்குச் செய்தியாகச் சொல்ல வேண்டிய எழுத்துப் படிகளை வைத்திருப்பவர்கள் காலை பத்திலிருந்து பனிரெண்டு மணிக்குள் என்னை வந்து சந்திக்கலாம்.

ஆங்கில அதிகாரிகளின் வட்டாரத்தில் இவ்வறிக்கை பெரிதும் பரபரப்பை உண்டாக்கியது. உடனடியாக வில்லியம் போல்ட்ஸ் ஐரோப்பாவிற்குச் செல்ல வேண்டுமென உத்தரவிட்டனர்.

இந்நிகழ்ச்சியின் பதினான்கு ஆண்டுகளுக்குப் பின்பு இந்திய இதழியல் அடிவானத்தில் புதியதொரு விடிவெள்ளி பூத்தது. இந்தியாவின் முதல் செய்தித்தாளான பெங்கால் கெஜட் அல்லது கல்கத்தா ஜெனரல் அட்வர்டைசர் 1780 –ஆம் ஆண்டு சனவரி மாதம் 29 ஆம் நாள் தோன்றியது.

### **தமிழ் மொழி இதழ்கள் - தோற்றமும் வளர்ச்சியும்**

ஆங்கிலக் கிழக்கிந்தியக் கம்பெனியினர் முதன் முதலில் இந்தியாவில் கல்கத்தா, சென்னை, பம்பாய் ஆகிய மூன்று இடங்களில் கம்பெனிகளை நிறுவினர். ஆங்கிலேயரின் அதிகாரத்திலும் வணிகத்திலும் கல்கத்தா முதன்மை இடம் பெற்றது. எனவே அங்கு முதலில் இதழ்கள் தோன்றி வளர்ந்தன. எனவே கல்கத்தாவை அடுத்தப்படியாகச் சென்னை விளங்கியது.

சென்னையில் முதன் முதலில் 1775 –ல் ரிச்சர்ட் ஜான்சன் என்பவர் ‘மெட்ராஸ் கூரியர்’ என்ற இதழை வெளியிட்டார். பின்னர் 1795 –ல் இராபர்ட் வில்லியம்ஸ் என்பவர் வீக்லி மெட்ராஸ் கெஜட் என்ற இதழை மெட்ராஸ் கூரியருக்கு போட்டி இதழாகத் தொடங்கினார்.

இங்கிலாந்து இதழ்கள் வெளியிட்ட இலண்டன் பாராளுமன்ற நிகழ்ச்சிகள், சொற்பொழிவுகள், ஆங்கில அரசின் விளம்பரங்கள், அரசு ஆணைகள், முதலிய செய்திகளையே இவ்விதழ்கள் வெளியிட்டன. இவ்விதழ்களில் நகைச்சுவை துணுக்குகளும் தமிழ் விளம்பரங்களும் வெளிவந்தன.

தமிழ் மொழியில் தோன்றிய தொடக்கக் கால இதழ்கள் சமயம், இலக்கியம், சமூகம் பற்றிய செய்திகளையே வெளியிட்டன.

இந்திய விடுதலைப் போராட்ட காலத்திற்கு முன்பு வரை தமிழ் இதழ்கள் இலக்கியம், சமயம், சமூகம் இவற்றையே சிந்தனைக்களமாகக் கொண்டிருந்தன. வடக்கே தோன்றிய தேசியத் தலைமையும், அங்கிருந்த இதழ்களின் வலிமையும் தெற்கே இல்லாத காரணத்தால் விடுதலை உணர்வு வேகமாகப் பரவவில்லை. ஆனால் குறைந்த கால எல்லைக்குள் இக்குறையை மாற்றி மற்ற மாநிலத்திற்கேற்பத் தமிழகத்தையும் சமநிலைப் படுத்திய பெருமை தமிழ் இதழ்களையே சாரும்.

விடுதலைக்குப் பின்பு பல்வேறு துறைகளில் இதழ்கள் தோன்றி வளர்வதற்குத் தமிழகம் இடங்கொடுத்தது. அரசியல் இயக்கங்களின் பெருக்கம், இன உணர்வு, மொழிப்பற்று, தனித்தமிழ் ஆர்வம், பகுத்தறிவுக் கொள்கை, கவிதை முனைப்பு, சமுதாயச் சிக்கல், பொதுவுடமை உணர்வுகள், தொழில்துறை வளர்ச்சி, அறிவியல் மாற்றம் முதலியவை தமிழ் இதழ்களின் வளர்ச்சிக்கு உரமாயின.

கால மாற்றமும், சமுதாய மாற்றமும் கைகோர்த்துக் கொண்ட போது தமிழ் மொழி இதழ்கள் இந்திய நாட்டு இதழியலில் இன்றியமையாத இடத்தைப் பெற்றன.

## சமய இதழ்கள்

இந்திய மொழிகளில் முதன் முதலாக வார்க்கப்பட்ட அச்செழுத்துக்கள் தமிழ்மொழி எழுத்துக்களேயாகும். ஜெர்மனியில் வார்க்கப்பட்ட இவ்வச்செழுத்துக்களைக் கொண்டு வைப்புக் கோட்டையில் 1677 –ஆம் ஆண்டு கிருஸ்தவ வேதப்புத்தகம் ஒன்று வெளியாகியது. அடுத்த ஆண்டில் நெல்லை மாவட்டம் புன்னக் காயலில் அச்சகம் தோன்றியது.

தமிழ் - போர்ச்சுகல் மொழி அகராதி ஒன்றும் 1679 –ஆம் ஆண்டில் கேரளத்து அம்பலக்காடு என்ற இடத்திலிருந்து வெளிவந்தது. தமிழ் அச்செழுத்துக்களைக் கிருஸ்தவப் பாதிரியார்கள் ஜெர்மனியிலிருந்து தருவித்துச் சமயப் பரப்பு வெளியீடுகளுக்குப் பயன்படுத்திக் கொண்டிருந்தனர். தரங்கம்பாடி அச்சகத்திலிருந்து விவிலியத்தின் புதிய ஏற்பாடு 1714 -இல் தமிழ் மொழியில் அச்சாகியது.

தமிழ் மொழியின் அச்சுக்கதை இப்படித்தான் கிருஸ்தவ சமயத்தைக் கருவாகக் கொண்டு தொடங்குகிறது. தமிழ் அச்சுக் குழவிக்குக் கிறிஸ்தவச் செவிலித் தாயர் வேத போதகங்களைக் கற்றுக் கொடுத்துச் சமயப்பரப்பு மொழிகளைப் பேச வைத்துக் கொண்டிருந்தனர்.

பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் இடைக்காலம் வரை தமிழ் இதழ்களில் சமயம் தாண்டிய பிற செய்திகளைக் காணமுடியவில்லை. 1831 –ஆம் ஆண்டு தமிழ்ப்பத்திரிகா என்ற திங்களிதழை சென்னைக் கிருஸ்தவ சமயப் பரப்புக் கழகத்தார் வெளியிட்டபோது சமய மாற்றச் செய்திகளே அதில் இடம் பெற்றிருந்தன.

தமிழ் மொழியில் தோன்றிய முதல் இதழ் என்ற சிலரது கணிப்பில் இடம் பெற்ற இவ்விதழ், இரண்டு ஆண்டுகள் அரசினர் அவணைப்போடு உயிர் வாழ்ந்திருக்கிறது. இதனை அடுத்து வெளியான ஜன சினேகன் (1841) மாதமிருமுறையாக வளர்ச்சி பெற்றிருந்தாலும் வார இதழ் தின வர்த்தமானி (1855) செய்தி, இலக்கியம், அறிவியல் இவற்றை இணைத்து வெளியிட்டு முழுமை பெற்ற இதழாக மலர்ந்தது.

பெர்சிவல் பாதிரியார் ஆசிரியப் பொறுப்பில் வியாழக்கிழமை தோறும் தின வர்த்தமானி வெளிவந்தது. தமிழறிஞர் சி.வை. தாமோதரம் பிள்ளையும் இவ்விதழில் சில காலம் ஆசிரியப் பொறுப்பிலிருந்தார். அரசு மாதந்தோறும் இருநூறு ரூபாய் மானியம் அளிக்க, இரண்டணா விலையில் ஆயிரம் படிகள் வரை இவ்விதழ் விற்பனையாகியது.

அரசுச் சார்புடைய மற்றொரு இதழ் ஜனவிநோதினி வரலாறு, சமூகம், அறிவியல் கட்டுரைகளை ஆங்கிலத் தாள்களிலிருந்து மொழி பெயர்த்துத் தந்ததோடு இராமாயணத் தொடரை முதலில் அச்சேற்றியதாகவும் அறிகிறோம். இதற்குப் பின்பு வெளியான பால்ய நேசன் (1859), தேசோபகாரி (1860) ஆகிய இதழ்களில் இந்து சமயக் கோட்பாடுகளும் வெளியாகத் தொடங்கின.

இந்து சமயப் பற்றுடையோர் சிலர் கூடித் தொடங்கிய விவேக விலாசம் (1865) என்ற இதழ் இந்துசமய இதழ்களின் தோற்றத்திற்குக் காரணமாய் அமைந்தது. வடக்கே இந்து சமயக் கொள்கைகளைப் பரப்புவதற்காக இதழ்களைத் தொடங்கியிருந்த பிரம்ம சமாஜக் கிளைகள் 1870 -இல் தமிழகத்தில் பரவிய போது இங்கேயும் இதழ்கள் சமயம் பரப்புக் கருவிகளாயின.

தமிழ் மொழியில் வெளிவந்தன. சமய ஆதிக்கத்தில் விளைந்தப் புரட்சி யுகத்தினைத் தமிழகம் இதழ்களாகத்தான் தொடர்ந்திருக்கிறது. இருபதாம் நூற்றாண்டுத் தொடக்கத்தில் இசுலாமியமும் இதில் இணைந்து கொண்டது.

## கிருஸ்தவ சமய இதழ்கள்

தமிழ்ப் பத்திரிகை 1831. சுவிசேஷ பிரபாவ விளக்கம் 1841. சிறு பிள்ளையின் தேசத் தோழன் 1841. தினவர்த்தமானி 1855: தேசோபகாரி 1860: சத்திய வேதக் கொடி 1862: அருணோதயம் 1863: திருச்சபைப் பத்திரிகை 1863: கற்பக விருட்சம் 1864: தேசாபிமானி 1867: நற்போதம் 1870: சத்திய வர்த்தமானி 1870: சினேக போதன் 1875:

தீர்க்க தரிசன வர்த்தமானி 1884: சத்திய வேதானுசாரம் 1884: சத்திய தூதன் 1887: இயேசுநாதருடைய இருதய தூதன் 1887: தீர்க்க தரிசன சுப்பிர தீபிகை 1889: கிறிஸ்துவன் 1890: வேத விளக்கன் 1890: சத்திய போதினி 1910: தமிழ்ச் சபை தீபிகை 1915: குருசடியின் குரல் 1928: ஞான தூதன் 1928: வேதபோத மாத தோழி 1929: தென் ஒலி 1939: கத்தோலிக்க சபை 1940: புத்துயிர் 1950:

உயிர் மீட்சி 1950: வருகையின் தூதன் 1953: ஜெப கிறிஸ்து 1955: இல்லறத் துறவி 1955: வேளாங்கண்ணி குரலொலி 1958: விழித்தெழு 1960: சத்தியம் 1961: சுவிசேஷ பூரிகை 1963: சுய நம்பிக்கை 1964: மீட்பின் தூதன் 1964: கடேசி எக்காலம் 1965:

## இந்து சமய இதழ்கள்

தத்துவ போதினி 1864: விவேக விளக்கம் 1865: அமிர்தவசனி 1865: பிரமதீபிகை 1871: சித்தாந்த ரத்நாகரம் 1880: சைவ உதயபானு 1882: தத்துவ விவேசினி 1882: ஞானாமிர்தம் 1883: இந்து மத சீர்திருத்தவாதி 1883: சன்மார்க்க போதினி 1885: சிவ பக்தி பத்திரிகை 1890: விசயத்துவம் 1893: ஞான பானு 1894:

ஞான போதினி 1897: சித்தாந்த தீபிகை 1897: சைவ போதினி 1901: ஞான சாகரம் 1902: திருநாவுக்கரசு 1904: ஞான சித்தி 1908: இந்து பால போதினி 1908: பகவத் கீதை 1911: சித்தாந்தம் 1912: திராவிட பாகவதன் 1914: சைவம் 1914: இராமானுஜன் 1918: பரமஹம்ஸ ப்ரகாசினி 1919: சைவ பரிபாலனம் 1922:

ஹரி சமய திவாகரம் 1924: வைஷ்ணவம் 1925: சமரச சன்மார்க்கம் 1927: சமய ஞானம் 1927: சிவநேசன் 1927: மணிவாசகம் 1929: வைதீக தீபிகை 1933: இந்து தர்மம் 1935: ஸ்ரீராமானுஜ சித்தாந்த வைஜயந்தி 1936: ஞான சம்பந்தம் 1941: வைதீக தர்மவர்த்தினி 1941: காமகோடி 1942: தார்மீக ஹிந்து 1946:

அருட்ருஞ்சோதி 1947: ஸ்ரீஇராமானுஜன் 1948: தெய்வீக வாழ்க்கை 1948: ஸ்ரீஇராமகிருஷ்ண விஜயம் 1958: திருக்கோயில் 1958: ஸ்ரீகாம கோடி ப்ரதீபம்

1959: குமர குருபரன் 1959: சைவம் 1961: ஞான ஒளி 1961: வள்ளலார் 1963: ஸ்ரீஇராமஜெயம் 1964: பாகவத தர்மம் 1965: ஸ்ரீபுவனேஸ்வரி 1966: அருள் 1966.

### முகமதிய சமய இதழ்கள்

இஸ்லாம் நேசன் (1909). தத்துவ இஸ்லாம் (1919). தாருல் இஸ்லாம் (1922). இஸ்லாம் (1927). நூருல் இஸ்லாம் (1939). நூருல் ஹக் (1948). முஸ்லீம் முரசு (1948).

தீனுல் இஸ்லாம் (1957): குர் ஆனின் குரல் (1958): முழக்கம் (1960): ரஹ்மத் (1961): ஒளிச்சுடர் (1963): ஒளி வகம் (1965): அல்இஸ்லாம் (1966): அற முரசு (1971): முஸ்லீம்.

### சைன சமய இதழ்கள்

தரும சீலன் (1918), முக்குடை.

### இலக்கிய இதழ்கள்

சமயங்களின் அடிப்படையில் இதழ்கள் புதுவடிவம் பெற்று முடித்த பின்பு இலக்கிய இதழ்கள் சங்க இலக்கியப் பிழிவுத் தேறலாய்ச் சுவையூட்டத் தொடங்கின. இலக்கணம், இலக்கியம், ஆராய்ச்சி, புலவர்களின் கருத்து மோதல்கள், மரபுக்கவிதைகள், கல்வெட்டு ஆராய்ச்சி போன்ற அழுத்தமான இலக்கிய வகைகளை அக்கால இலக்கிய இதழ்கள் நமக்குப் படைத்துக் கொடுத்திருக்கின்றன.

‘ஒரு பேராசிரியனைப் போன்றது’ என்பதற்கேற்ப இவ்விதழ்கள் அனைத்தும் கருத்துப் பெட்டகங்களாய்க் காட்சியளித்தன. மறைமலையடிகளாரின் அறிவுக்கடல் (1902): மதுரைத் தமிழ்ச் சங்கத்தின் செந்தமிழ் (1902): சைவசித்தாந்த நூற்பதிப்புக் கழகத்தின் செந்தமிழ்ச் செல்வி (1923): கரந்தைத் தமிழ்ச் சங்கத்தின் தமிழ்ப் பொழில் (1925): ஆகிய இலக்கிய இதழ்கள் தமிழ் வளர்ச்சிக்கும் சமய வளர்ச்சிக்குப் பெரிதும் உதவின.

பாமரமக்களைத் தொடர்புபடுத்திக் கொள்ளாத பண்டித இலக்கியங்களாய் அமைந்திருந்தாலும் இவற்றின் உயர்ந்த நோக்கமும், சிறந்த முயற்சியும் பாராட்டத்தக்கவைவே. ‘இத்தகைய இலக்கியப் பத்திரிக்கைகள் மொழிக்கு விதை நெல்லைப் போன்றவை.

நாளைய இலக்கிய முயற்சிகளைப் பயிர் செய்ய இவை உதவுவதைப் போல வேறெவையும் உதவ மாட்டார்.’ இவ்விலக்கிய இதழ்கள் புலமை நிலையைத் தாண்டிப் புதுமை நிலைக்கு வந்து சேர அரை நூற்றாண்டு காலம் இடையில் ஓடியிருக்கிறது. செந்தமிழ் (1902) தொடங்கி தீபம் (1965) முடிய

இலக்கிய இதழ்களின் கால கட்டத்தைக் கணிக்கும் போது இந்தக் கருத்தை எஞ்சி நிற்கிறது.

இலக்கிய இதழ்களின் எழுச்சிக் காலத்தை 'மணிக்கொடி காலம்' என்று சிலர் கருதுவதுண்டு. புதினம், சிறுகதை, திறனாய்வு இவற்றை இதழ்களில் புகுத்திய மணிக்கொடி (1933) இதழைத் தொடர்ந்து சூறாவளி (1934): சக்தி (1939): கிராம ஊழியன் (1943): கலா மோகினி (1945):

சிந்தனை (1947): தேனி, காதம்பரி(1948) போன்ற இலக்கிய இதழ்களும் புதுமைகளைப் புகுத்தும் போக்கில் வெளிவந்தன. என்றாலும் மணிக்கொடி இதழ்களுக்குச் சற்று முன்பு தோன்றிய கலைமகள் (1932) இலக்கியங்களை எளிமைப்படுத்திச் சிறப்போடு வெளிப்பட்டிருக்கிறது.

மேல்நாட்டு இலக்கிய வடிவங்களை வ.வே.சு. ஐயர், மாதவையா, வடுவூர் துரைச்சாமி, வேதநாயகம் பிள்ளை போன்றவர்கள் தொட்டுக் காட்டிய பின்பு புதினங்களும் தொடர்கதைகளும் இலக்கிய இதழ்களில் இடம் பெற்றன. இதற்குப் பின்பு தான் உலக இலக்கியப் போக்குகளைத் தமிழ் இலக்கிய இதழ்களோடு ஒப்பிட்டுக் காண முடிந்தது.

இலக்கியத்தை உள்ளடக்கிக் கொண்டு, கவர்ச்சிப் பின்னணியில் பொழுதுப் போக்குப் படைப்புகளையும் ஏற்றுக் கொண்ட ஹனுமான், பிரசண்ட விகடன், சுதேசமித்திரன் -வாரப்பதிப்பு, பொன்னி, குமரி மலர் போன்ற இதழ்கள் இலக்கிய இதழ்களுக்கு இன்னுமொரு பாதையை வகுத்துத் தந்தன. பாரதியார் மரபுக் கவிதைகளை எளிமையாக்கி வசன கவிதைகளையும் படைத்துக் கொடுத்த பின்பு கவிதைத் துறையும் இலக்கிய இதழ்கள் குடிபுகுந்தன.

பாரதிதாசன், வாணிதாசன், சுரதா, முடியரசன், கொத்தமங்கலம் சுப்பு போன்றவர்கள் பாட்டுக்குப் பிறகு இலக்கிய இதழ்கள் பண்டிதர்களின் ஒற்றையடிப் பாதையிலிருந்து விலகிப் பொதுமக்களின் பெரும் பாட்டைக்கு வந்து சேர்ந்தன.

நாகை நீலலோசனி 1890: செந்தமிழ் 1902: ஞான சாகரம் 1902: தமிழகம் 1905: செந்தமிழ்ச் செல்வம் 1911: தமிழன் 1912: வித்யாபாநு 1914: விவேக போதினி: விநோத ரச மஞ்சரி: ஞான போதினி: ஆனந்த போதினி 1915: செந்தமிழ்ச் செல்வி 1923:

நச்சினார்க்கினியன் 1923: கம்பநாடர் (1924): தமிழ்ப் பொழில் (1925): சித்தாந்தம் (1927): கலா நிலையம் (1928): சண்டமாருதம் (1932): திருப்புகழ்மிர்தம் (1935): புலவர் உலகம் (1941): தமிழர் நாடு (1943): பொன்னி (1947): கபிலர் (1967): முப்பால் ஒளி: நித்திலக் குவியல்: குயில்: வானம்பாடி: குறள் நெறி: முத்தாரம்: முல்லை: கண்ணதாசன்: கொங்கு: புலமை: ஆராய்ச்சி.

## இயக்க இதழ்கள்

மேலை நாட்டு இதழியலின் தாக்கம் தமிழ் இதழ்களைப் பற்றிய பின்பு, இதழ்களின் இலக்கிய எல்லை இன்னுஞ் சுருங்கியது. இலக்கியத் திறன்கள் (Literary Talents) சுருக்கி இதழியல் திறன்கள் (Journalistic talents) விரிவடைந்தன.

இலக்கிய இலட்சியங்களைவிட எண்ணிக்கை இலட்சங்களையே இதழ்கள் பெருமையாகக் கருதின. இந்தச் சூழலில் தான் மக்கட்செல்வாக்கு இதழியல் (Popular Journalism) புதுத் துறையாக உருவாகியது. இலக்கிய இதழ்கள் என்ற பெயர் பெற்றிருந்த கலைமகள், மஞ்சரி, கலைக்கதிர், தாமரை போன்ற இதழ்களெல்லாம் மாற்றம் பெற்றன.

இலக்கிய வட்ட இதழ்கள் நின்றுவிட்டன. 1965 –ஆம் ஆண்டு தொடங்கப்பட்ட தீபம், கணையாழி, இதழ்கள் இலக்கிய விவாதங்களையும், ஆராய்ச்சிகளையும் மேலைநாட்டு நுணுக்க முறையில் வெளியிட்டதோடு, பிற மொழிச் சிறுகதைகளையும் மொழிபெயர்த்து வெளியிட்டன.

இதே வரிசையில் எழுத்து (1959): ஞானரதம் (1970): சதங்கை (1971): விழிகள் (1974) போன்ற மறுமலர்ச்சி இதழ்கள் வெளிவந்தன.

இந்த நூற்றாண்டின் இடைப் பகுதியில் எழுத்துத் துறையில் புகுந்த முற்போக்கு எழுத்தாளர்கள் சமுதாய முற்போக்கு, கலை, இலக்கியச் சிந்தனைகளை இதழ்களாக்கித் தந்தனர். இலக்கியச் செல்வர் ஜீவானந்தம் முற்போக்கு எழுத்தாளர் கூட்டத்தில் சிறப்பான இடத்தைப் பெற்றிருந்தார்.

ரகுநாதன் சாந்தி (1945): இதழை வெளியிட்டார். முல்லை (1949) ஏற்கனவே நடைபெற்றுக் கொண்டிருந்தது. பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வு, வர்க்கப் போராட்டம் ஆகியவை முற்போக்கு இதழ்களின் படைப்புகளாயின.

மணிக்கொடி (1933): சூறாவளி(1934): சக்தி (1940): கலாமோகினி (1945): சிந்தனை (1947): தேனி (1948): காதம்பரி (1948): சரஸ்வதி (1955): தாமரை (1958): எழுத்து (1959): தீபம் (1965): கணையாழி (1965): நடை (1968): ஞானரதம் (1970): கசட தபற (1970): சதங்கை (1972): அ.க (1972): வாசகன் (1973): நீலக் குயில் (1974): விழிகள் (1974):

## சமூக இதழ்கள்

சமய இதழ்களைப் பின்பற்றிச் சமூக இதழ்களும் தமிழில் தோன்றின. சமூக இதழ்களின் தோற்றத்திற்கு அடிப்படையான காரணம் ஒன்று இருந்தது. ஆங்கிலேயர் எல்லா நிலைகளிலும் பிரித்தாளும் சூழ்ச்சியை மேற்கொண்டதைப் போன்று சமூகங்களிடையேயும் அதைப் புகுத்தினர்.



ஆங்கில அரசில் முன்னுரிமை, பதவி இவற்றில் செல்வாக்குப் பெறச் சமூகங்கள் தங்களை உயர்த்திக்காட்ட விரும்பின. மேலும் உடன் சமூகங்களிடையே போட்டியிட்டு வளரவும் விரிந்து கட்டின. இந்த நேரத்தில் இதழ்களை இவ்வெண்ணத்தை நிறைவேற்றும் கருவியாகக் கருதவே சமூக இதழ்கள் தமிழ் மொழியில் நிறைந்தன. இது வேறு எந்த மொழியிலும் இல்லாத இதழியல் துறையின் பிரிவாக அமைந்தது.

சாதி உணர்வுகள் தமிழகத்தில் தலைத்தூக்கும் நிலை ஒன்று உருவானாலும் அரசியல் விழிப்புணர்ச்சிக்குச் சில நிலைகளில் இவை அடிகோலின. சில சமூக இதழ்கள் இலக்கியத்தையும் தொட்டுப் பார்த்தன. சமூக இதழ்கள் அதிக விற்பனை எண்ணிக்கைகளைப் பெறாவிட்டாலும் இதழியல் துறையை விட்டு நீங்கி விடாமல் இன்றும் ஒட்டிக் கொண்டிருக்கின்றன.

மஹா ஜனம், செளராஷ்டிரஜோதி, யாதவமித்திரன், செங்குந்த மித்திரன், வணிகமித்திரன் போன்ற சமூக இதழ்கள் அந்தந்த இனத்தின் நன்மை தீமைகளைச் செய்திகளாக்கித் தருகின்றன.

சான்றோர் குல விவேக போதினி (1909): வன்னிய குல சத்திரிய தீபம் 1912: விஸ்வகர்மன் 1913: நாட்டுக் கோட்டை வைசியம் 1914: தன வைசிய ஊழியன்: வைசிய மித்ரன்: பரத போதினி 1918: செங்குந்தன் 1921: குலவேளாளர் 1922: மறவர் குல தூதன் 1923: வைசியன் 1923: இந்திர குல போதினி 1924: வணிக மித்திரன் 1924: தீன பந்து 1924: கருணிக மித்திரன் 1924:

பிராமணன் 1925: செங்குந்த மித்திரன் 1928: கள்ளர் கோமான் 1928: வேளாளமித்திரன் 1928: யாதவ மித்திரன் 1929: யாதவ மணி: ரெட்டிகுல ராணி 1929: அகம்படியார் குலசேகரன் 1930: குலாலமித்திரன் 1931: தன வணிகன் 1931: ஆயிர வைசியன் 1943: வேளாளன் 1947: மஹாஜனம் 1948: செளராஷ்டிர மணி 1952:

செளராஷ்டிர ஜோதி: ஆயிர வைசியன் 1955: ஏர் முனை (ரெட்டி குலம்) 1963: வன்னிய மன்றம் 1966: கண்ணகிச் செல்வி 1966: வேளாளர் நலவாழ்வு: நாயுடு சமுதாயம்: கோகுல மித்திரன்: யாதவச் சுடர்.

தொடக்கத்தில் வார இதழாக வெளிவந்து கொண்டிருந்த சுதேசமித்திரன் 1890 –ஆம் ஆண்டிலிருந்து நாளிதழாக வெளிவந்தது. தினமணி வெளிவரும் வரை சுதேசமித்திரனே தமிழகத்தின் தனிப் பெரும் நாளிதழாக இருந்தது. இடையில் நீதிக் கட்சியின் சார்பில் திராவிடன் (1916) வெளியிடப்பட்டது.

ஆட்சியினரை அரவணைத்துச் சென்றதால் திராவிடன் மக்களிடம் தொடர்ந்து செல்வாக்குப் பெறவில்லை. சேலத்தில் தொடங்கப்பட்டு, சென்னையிலிருந்து வெளியான தமிழ்நாடு நல்ல தமிழ் ஏடாக இருந்தும் இடையில் நின்றுவிட்டது.

பிராமணர் அல்லாதார் இயக்கம் கண்ட பின்பு பெரியார் விடுதலை (1936) நாளிதழைத் தொடங்கினார். பகுத்தறிவு இயக்கத்தின் ஒப்பற்ற நாளிதழாக விடுதலை இன்றும் வெளிவருகிறது. இன்றைய பொதுவுடமை இயக்கத்தின் தலை சிறந்த நாளிதழ் ஜனசக்தி (1937) அமரர் ஜீவாவின் இலக்கியக் குரலை ஒலித்த நாளிதழாகும்.

1936 –ஆம் ஆண்டில் வெளியான ஜெயபாரதி நாளிதழ் சுதேச மித்திரன் விற்பனை அலையில் அடித்துச் செல்லப்பட்டது. பாரததேவி கொஞ்ச காலம் தாக்குப் பிடித்து மறைந்தது. சாதாரண மக்களிடையே செய்தி அறிவொளி பரப்பும் நாளிதழ் ஞாயிறாகத் தினத்தந்தி (1942) மதுரையில் எழுச்சி கண்டது.

நாளிதழ்களில் வேகமான வளர்ச்சியும் விருவிருப்பான விற்பனையும் பரபரப்பான செய்திகளையும் கொண்டது தினத்தந்தி. தமிழகத்தின் முக்கியமான மாவட்டத் தலைநகர் தோறும் தினத்தந்தி வெளியாகிக் கொண்டிருக்கிறது. தினசரி நாளிதழ் டி.எஸ். சொக்கலிங்கத்தால் தொடங்கப்பட்டு 1953 –ஆம் ஆண்டுவரை தொடர்ந்தது.

இந்தியா (1947) கோவையிலிருந்து வெளியாகி ஓரளவிற்குச் செல்வாக்குப் பெற்றது. நாள் தோறும் நல்ல தமிழைப் பரப்பிய தமிழ்நாடு (1951) நாளிதழ் மதுரையில் தமிழ்ப்பற்றுடைய கருமுத்து தியாகராசரால் தொடங்கப்பட்டது. தனித் தமிழைத் தமிழர்கள் செரிக்க முடியாத காரணத்தால் தமிழ்நாடு நாளிதழ் நின்று, வார இதழாக வெளிவருகிறது.

நெல்லையிலிருந்து வெளியாகும் தினமலர் (1951) தொடக்கத்தில் திருவனந்தபுரத்திலிருந்து வெளியான நாளிதழாகும். அண்மைக் காலத்தில் சிறப்பான வளர்ச்சி பெற்றுள்ள தினமலர் இப்பொழுது நெல்லை, திருச்சி, சென்னை ஆகிய இடங்களிலிருந்து வெளியாகிறது.

தி.மு.க.வின் கொள்கை பரப்பும் முரசொலி (1954) கலைஞர் கருணாநிதியின் கைவண்ணத்தில் நாள் தோறும் மெருகேறிக் கொண்டிருக்கிறது. இதழியல் தொழிலாளர்கள் ஒன்று கூடி நவமணி (1959) என்ற நாளிதழைத் தொடங்கி நடத்தினர். பொருள் தட்டுப் பாடு காரணமாக நவமணி நிமிர்ந்து நிற்க இயலவில்லை.

நவசக்தி, மக்கள் குரல் (1959) இரண்டும் சென்னையிலிருந்து வெளியான நாளிதழ்களாகும். நவசக்தி நின்றுவிட, மக்கள் குரல் சென்னையிலிருந்தும், மதுரையிலிருந்தும் வெளியாகின்றது.

மாலையில் வெளியாகும் நாளிதழ்களில் மாலை முரசு மாவட்டத் தலைநகர் தோறும் வெளியாகிக் கொண்டிருக்கிறது. தமிழகத்தில் போட்டியில்லாத மிகப் பெரிய மாலை நாளிதழாக மாலை முரசு அமைந்திருக்கிறது. மதுரையிலிருந்து தமிழ் முரசு (1972) என்ற மாலைச் செய்தித்தாள் வெளியிடப்பட்டது. நன்கு செயல்பட்டும் விற்பனைக் குறைவினால் இவ்விதழ் நிறுத்தப்பட்டுள்ளது.

ஆங்கில நாடுகளில் வெளிவரும் அளவில் சிறிதான செய்தித்தாள்கள் (Tabloid Newspapers) அமைப்போடு மதுரையிலிருந்து மாலையில் மதுரை மணி வெளியாகிறது.

சுதேசமித்திரன் 1883: திராவிடன் 1916: தமிழ்நாடு (சென்னை -1927): தினமணி 1935: விடுதலை 1938: பாரத தேவி 1942: தினத் தந்தி 1951: தமிழ்நாடு (மதுரை -1951): தினமலர் 1951: முரசொலி 1958: நாத்திகம் 1958: இனமணி 1958:

நவசக்தி 1959: நவமணி 1959: நவ இந்தியா 1959: மக்கள் குரல் 1959: மாலை முரசு 1961: தினச் சுடர் (1964 பெங்களூர்): தினக் கதிர் 1965: அலை ஓசை: தமிழ் முரசு: அற முரசு 1971: தீக்கதிர்: அன்னை நாடு: செய்தி: சமந்தி: மதுரை மணி: மக்கள் குரல் (மதுரை 1979).

## இயக்க இதழ்கள்

பகுத்தறிவு: காங்கிரசு இயக்கத்தில் உயர்ந்த வகுப்பார்களின் ஆதிக்கம் வெறியாட்டமாடிய போது வெறுப்படைந்தவர்கள் ஒன்றுகூடித் தென்னிந்திய நல உரிமைச் சங்கத்தைத் தொடங்கினர். இதன் சார்பில் வெளியான திராவிடன் (1916) என்ற இதழுக்கு பக்தவத்சலம் என்பவர் ஆசிரியப் பொறுப்பேற்றிருந்தார்.

காங்கிரசிலிருந்து வெளியேறிய பெரியார் 1925 –ஆம் ஆண்டு சுயமரியாதை இயக்கத்தைத் தொடங்கினார். இவ்வியக்கக் கொள்கைகளைப் பரப்பக் குடியரசு (1925) இதழ் தொடங்கப்பட்டது. சமுதாயத்தின் கண்முடிப் பழக்கங்களைக் கண்டித்தல், பெண்ணுரிமை, பெண் கல்வியினை வலியுறுத்துதல், மதம், மறைகள், புராணம் முதலியவற்றை ஒழித்தல் இது போன்ற பகுத்தறிவுக் கொள்கைகளைத் தாங்கி விடுதலை (1935) தொடங்கப்பட்டது.

பண்டித முத்துச்சாமி பிள்ளை, சாமி சிதம்பரனார், அண்ணா, குத்தாசி குருசாமி ஆகியோரின் மிடுக்கு நடையும், அடுக்குச் சொற்களும் விடுதலையில் இடம் பெற்றன. அண்ணாவின் அரசியல் அறிவு விடுதலையில் தான் கூராக்கப்பட்டது. விடுதலையைத் தொடர்ந்து திராவிட நாடு, புரட்சி, தமிழ் உலகம் போன்ற இதழ்களும் பகுத்தறிவுக் கொள்கைகளைத் தாங்கி வெளிவந்தன. பெரியாரிசம் (1960) சேலத்திலிருந்து வெளிப்பட்டுப் பகுத்தறிவைப் பரப்பியது.

குடியரசு (1925): விடுதலை (1935): பகுத்தறிவு (1951): ஈரோட்டுப் பாதை: பெரியார் குரல் (1954): திராவிடன் குரல் (1955): திராவிட நாடு (1957): பெரியாரிசம் (1960) உண்மை.

**தனித்தமிழ்:** பகுத்தறிவு இயக்கக் காலத்தை ஒட்டியே மொழி காக்கும் தனித்தமிழ் இயக்கமும் தோற்றம் பெற்றது. உலக மொழிகளிலெல்லாம் காலத்தால் முந்தியதும் கருத்தால் செறிந்ததும் தமிழ் மொழியே எனக் கூறும் தனித் தமிழ் இயக்கம், இதழ்களில் மொழித் தூய்மையை வேண்டி நின்றது.

மொழி ஞாயிறு, ஞா. தேவ நேயப் பாவாணர், திரு.வி.க. புலவர் குழந்தை, இலக்குவனார், பாரதிதாசன், பெருஞ்சித்தனார் போன்றவர்கள் இதழ்களில் தனித் தமிழ் பரப்பினர். கால்டுவெல், மறைமலையடிகளார், வீரமாமுனிவர் ஆகியோர் வழியிலே தனித்தமிழ் பரப்பும் தென் மொழி (1962) – திங்களிதழ் கொண்ட கொள்கையில் உறுதியாக இன்றளவும் நின்று கொண்டிருக்கிறது. இந்தி மொழி எதிர்ப்பிலே தனித்தமிழ் இயக்கம் மேலும் சிறப்புற்று இதழ்கள் பலவற்றைப் பெற்றெடுத்துக் கொண்டிருக்கிறது.

தென் மொழி (1962): தமிழ்ச் சிட்டு 1966: முல்லை 1970: முதன் மொழி: மாணாக்கன்: செம்பரிதி: எழுச்சி: அறிவு: கைகாட்டி: தமிழ்ப்பணி: தமிழம்: பூஞ்சோலை: பாவை: வலம்புரி: வேந்தம்: தீச்சுடர்.

கவிதை: கனக சுப்புரத்தினம் பாரதிக்குத் தாசனாகிய பின்பு கவிதை இதழ்கள் தோன்றின. ஸ்ரீ சுப்பிரமணிய பாரதி கவிதா மண்டலம் (1935) என்ற கவிதை இதழுக்குப் பாரதிதாசன் ஆசிரியராக இருந்தார்.

ஐந்தாண்டுகள் கழித்துக் குயில் கவிதை இதழை அவரே தொடங்கினார். கவிஞர் தெசினியின் கவிதை (1964): பொன்னடியானின் முல்லைச் சரம் (1966) இதழ்கள் நல்ல வரவேற்பைப் பெற்றன. பாரதி தாசனுக்குத் தாசனாகிய சுரதா, சுரதா (1966) என்ற கவிதை இதழை நடத்தினார். இவற்றுடன் உலா (1967): எழிலோவியம்:

பாரதிதாசன் குயில் (1969) போன்ற இதழ்களும் மரபுக் கவிதைக்கு உயிருட்டிக் கொண்டிருந்தன. புதுக் கவிதை இயக்கம் தோன்றிய பின்பு

இலக்கிய இதழ்கள் வரவேற்று இடம் அளித்தன. புதுக் கவிதை இதழ்கள் சிலவும் தோன்றலாயின. நோக்கு (1972): ஐ (1973): பனித்துளிகள் (1973): தெருக் கூத்து (1974) போன்ற புதுக் கவிதை இதழ்கள் குறிப்பிடத்தக்கன.

குயில் (1940): சுரதா (1966): கவிதை (1964): முல்லைச் சரம் (1966): உலா (1967): பாரதிதாசன் குயில் (1969): எழிலோவியம்.

### அரசியல் இதழ்கள்

இதழ் படிப்பவர்களின் எண்ணிக்கையைப் பெருக்கி சுவை கூட்டிச் சொற்களைப் புனைந்தவை அரசியல் இதழ்கள். அரசியல் இயக்கங்கள் இதழியல் துறையை முழுமையாகப் பயன்படுத்திக் கொண்டன. அரசியல் கட்சிகளின் எண்ணிக்கைப் பெருக்கமும் அவை ஒவ்வொன்றும் உடைந்து இரண்டான நிலையும் அரசியல் இதழ்களுக்கு அதிக இடங்கொடுத்திருக்கின்றன.

இன்றைய அரசியல் இதழ் ஜன சக்தி 1937 -ல் தொடங்கப்பட்ட பொதுவுடைமை இயக்க இதழாகும். விவசாயிகளின் நலனை அறுவடை செய்யும் அரிவாளாகவும், தொழிலாளர் சிக்கலை ஓங்கியடித்து உடைக்கும் சுத்தியலாகவும் ஜன சக்தி வளர்ந்திருக்கிறது. மற்றொரு இதழ் தீக்கதிர் நாளிதழாக வெளிவந்து கொண்டிருக்கிறது.

இதழ்களைக் கருவியாகப் பயன்படுத்தி திராவிட முன்னேற்றக் கழகம் தமிழகத்தின் மிகப் பெரிய இயக்கமாக வளர்ந்தது. மக்கள் நெஞ்சத்தில் நேரிடையாகப் புகுந்து கொள்ள இந்த இயக்கத் தலைவர்கள் எல்லோருமே இதழ்களைத் தொடங்கினர். அவை எண்ணிக்கையில் கூடியபோதும் விற்பனையில் குறைந்திருக்கவில்லை.

அரசியலோடு இலக்கியத்தைக் கலந்து இந்தப் புதுமைக் கலப்பிலே இதழ்களையே மேடைகளாக்கினர். இதற்குப் பின்பு எல்லாக் கட்சியினரும் இந்தக் கலையைக் கையாளத் தொடங்கினர். திராவிடன் (1946): போர்வாள் (1947): மாலை மணி (1949) போன்ற தி.மு.க இதழ்களைத் தொடர்ந்து அண்ணாவின் திராவிட நாடு அரியதொரு கருத்துப் பெட்டகமாக வெளிவந்தது. கடைகளில் காத்துக்கிடந்தும், வரிசையில் நின்று திராவிட நாடு இதழை வாங்கியுள்ளனர். கலைஞரின் முரசொலி (1954) இலக்கிய நடையில் ஏறு போல் பீடுநடை போடும் அரசியல் இதழாகும்.

தி.மு.க. கட்சியின் அதிகார பூர்வ ஏடாக நம் நாடு, கழகக் குரல் ஆகியவை மிகச் சிறப்பாக வெளிவந்தன. செங்கோல் (1949) இதழில் ம.பொ.சிவஞானம் இலக்கியத் தென்றலையும், அரசியல் சாட்டையடிகளையும் இணைத்துக் காட்டினார்.

காங்கிரசு இயக்கத்தினர் அரசியலை இலக்கியமாக வடித்துத் தரும் கலையைக் கற்றுக் கொண்ட பின்பு பாரதம் (1958): சர்வாதிகாரி (1959): குறிஞ்சி (1961): தேசிய முரசு (1962): காங்கிரசு கர்ஜனை (1967): கடலோசை (1967): காங்கிரசு முரசு (1967): செய்தி: காங்கிரஸ் போன்ற இதழ்களை வெளியிட்டனர்.

நாத்திகம் (1958): சிகப்பு நாடா (1966): அலை ஓசை: மக்கள் குரல் போன்ற சில இதழ்கள் அரசியல் காற்று அடிக்கும் திசையை அனுசரித்து அங்குமிங்குமாக ஓடித் திரிகின்றன. கட்சிகளின் பிளவிலே புதிய இதழ்களும் தோன்றியுள்ளன. தென்னகம்: அண்ணா: நீதியின் குரல்: நீட்டோலை போன்ற இதழ்கள் பிளவில் பிறந்தவை.

இன்றைய அரசியல் கட்சி இதழ்களின் எண்ணிக்கைப் பெருக்கத்தை விட இழிவுப் பெருக்கமே அதிகமாகக் கண்ணுக்குப் புலப்படுகிறது. தமிழக அரசியல் இதழ்கள் மஞ்சள் பத்திரிக்கைகளின் மறுவடிவமெடுத்து உலவி வருகின்றன.

ஐன சக்தி 1943: திராவிடன் 1946: தோழன் 1947: போர்வாள் 1947: மாலை மணி 1949: செங்கோல் 1949: பேரிகை 1952: மறுமலர்ச்சி 1952: தீச்சுடர் 1953: சங்கொலி 1954: முரசொலி 1954: மன்றம் 1955: திராவிடக் குரல் 1955: திராவிட நாடு: திராவிட ஏடு 1957:

பாட்டாளி 1957: நாத்திகம் 1958: பாரதம் 1958: சர்வாதிகாரி 1959: யுகப்புரட்சி 1960: சாந்தி 1961: குறிஞ்சி 1961: எழுச்சி 1961: தேசிய முரசு 1961: சோசலிஸ்ட் 1962: சமநீதி 1962: திருவிளக்கு 1963: தீக் கதிர் 1963: காஞ்சி 1964:

செங்கொடி 1966: காஞ்சிப் பாதை 1966: சிகப்பு நாடா 1966: தமிழ் முழக்கம் 1966: தனியரசு, விடிவெள்ளி, குடியாட்சி, காங்கிரஸ் கர்ஜனை, கடலோசை, சிந்தனை, தியாகமணி, காங்கிரஸ் முரசு 1967: விடி வானம் 1968: கழகக் குரல் 1970: எண்ணம் 1970:

தென்னரசு: உதய சூரியன் (மதுரை): காங்கிரஸ், மறுமலர்ச்சி (திருச்சி): அலை ஓசை: அன்னை நாடு: இன மணி: செய்தி: உரிமைக் குரல்: நம் நாடு: அண்ணா: நீதியின் குரல்: தென்னகம்.

### மகளிர் –சிறுவர் இதழ்கள்

மகளிர் முன்னேற்றம் தமிழகத்தின் பழமையான சிந்தனைகளில் ஒன்றாக அமைந்துள்ளது. மகளிர் இதழ் அமிர்த வசனி 1860 –ஆம் ஆண்டிலேயே பெண்கள் நலம் நாடும் இதழாக வெளிவந்திருக்கிறது. சமுதாயத்தில் பெண்கள் முன்னேற்றம் அடிப்படையான ஒன்றாகக் கருதப்பட்டது. நாட்டு நடைமுறைகள்

அனைத்தும் வீட்டுக்குள் தொடங்குவதை உணர்ந்தே மகளிர்க்கான இதழ்கள் பல தமிழகத்தில் உலா வந்துள்ளன.

பெண் கல்வி, விதவை மறுமணம் போன்ற சமுதாயச் சீர்திருத்தக் கொள்கைகளைப் பெண் கல்வி 1912: மாதர் மறுமணம் 1939: புதுமைப் பெண் 1947: போன்ற இதழ்கள் வலியுறுத்தின. ஆங்கில மொழியில் வெளியாகும் பெமினா: ஈவ்ஸ் விக்லி போன்று, தமிழில் மங்கை, மங்கையர் மலர் மாதவிதழ்கள் வெளிவருகின்றன.

ஆண்களுக்கு இணையாக எல்லாத் துறையிலும் பணியாற்றும் பெண்களை அறிமுகப்படுத்தி, பெண்களுக்கான பயனுள்ள வீட்டுக் குறிப்புகளையும் மங்கை அளித்துக் கொண்டிருக்கிறது.

### மகளிர் இதழ்கள்:

அமிர்த வசனி 1860: ஜன விநோதினி 1870: மஹா ராணி 1887: விவேக போதினி 1887: பெண் மதி போதினி 1891: விநோதரச மஞ்சரி 1891: மாதர் மனோரஞ்சினி 1899: மாதர் மித்திரி 1899: சக்கரவர்த்தினி 1905: தமிழ் மாதா 1906:

மாதர் போதினி 1911: பெண் கல்வி 1912: மாதர் மறுமணம் 1936: கிரக லட்சுமி 1937: புதுமைப் பெண் 1947: பாக்கியலட்சுமி 1961: மண்மகள் 1965: காதம்பரி 1965: மங்கை: மங்கையர் மலர்.

நாகர் கோவிலில் 1840 –ஆம் ஆண்டு பால தீபிகை சிறுவர் இதழ் வெளியிடப்பட்டு பனிரெண்டு ஆண்டுகள் நடந்தது. பாலர் பத்திரிகை (1937) வெளியிடப்பட்ட பின்பு இதழியலில் சிறுவர் துறையும் இணைந்து விட்டது. சிறுவர்களுக்கென்று தனித்த இதழ்களும், இதழாளர்களும் தோன்றினர்.

இன்றைய நடுவயதினர் சிறுவயதில் ஆடி ஓடிச் சென்று அணில் (1944): டமாரம் (1948) போன்ற இதழ்களை வாங்கிப் போட்டியிட்டுப் படித்தவர்களே. ஏராளமாக நூல்களை எழுதிக் குவிந்த தமிழ்வாணன் சிறுவர் எழுத்தாளராகத் தான் அறிமுகமானார்.

கல்கண்டு சிறுவர் கையிலிருந்து பின்பு தான் விடு பட்டுத் திரட்டு இதழ்கள் வரிசையில் இடம் பெற்றுள்ளது. இத்துறையில் சிறப்பான இடம் பெற்றுள்ள அழ. வள்ளியப்பா பாலர் மலர்: டமாரம்: சங்கு: பூஞ்சோலை ஆகிய சிறுவர் இதழ்களை நடத்தினார்.

அம்புலிமாமா (1947): கண்ணன் (1950): பால மித்ரா (1978): ரத்தின பாலா (1978): ராக்கி (1979) இப்படியாகச் சிறுவர் இதழ்கள் தொடர்ந்து கொண்டிருக்கின்றன. அம்புலிமாமா பல மொழிகளில் வெளிவருகிறது.

## சிறுவர் இதழ்கள்

பால தீபிகை (1840): பாலர் பத்திரிக்கை (1937): அணில் (1944): பாப்பா (1944): அம்புலிமாமா (1947): டமாரம் (1948): கண்ணன் (1950): தமிழ்ச்சிட்டு (1966): அரும்பு (1966):

இந்திர ஜால காமிக்ஸ் (1966): பாலர் பூங்கா (1967): பூந்தோட்டம் (1967): பால மித்ரா (1978): ரத்தின பாலா (1978): ராக்கி (1979): கோகுலம்.

## வார - மாத இதழ்கள்

இந்தியாவில் விற்பனை செல்வாக்குடைய வார இதழ்களில் சில தமிழ் மொழியில் வெளிவருகின்றன. ஓராண்டிற்கு முன்பு தொடங்கிய இதழ்கள் கூட இலட்சக் கணக்கில் விற்கத் தொடங்கியுள்ளன. வார -மாத இதழ்களின் வாசகர்கள் கடந்த ஐந்து ஆண்டுகளில் இரண்டு மடங்காகியுள்ளனர்.

பொழுது போக்குவதையே கருவாகக் கொண்டு தமிழில் வார, மாத இதழ்கள் வெளியாகின்றன. இனக் கவர்ச்சியும் திரைப்படமும் இவைகளின் இன்றியமையாத பகுதிகள். இன்றைய வார இதழ்கள் படிப்புப் பயனை விடப் பார்வைப் பயனையே அதிகமாகத் தந்து கொண்டிருக்கின்றன.

பிரசண்ட விகடன், சுதேச மித்திரன் (வாரப் பதிப்பு): பொன்னி, ஹநுமன் போன்ற பழைய இதழ்களின் அமைப்பு முறை இன்றைய இதழ்களில் வெகுவாக மாறியுள்ளது. இதழ்களால் நகைச்சுவைப் பகுதிகள் இடம் பெற்ற பின்பு அதன் வரவேற்பை உணர்த்த வாசன் முழு நகைச்சுவை இதழ் ஒன்றைத் தொடங்க விரும்பினார்.

விகடகவி பூதூர் வைத்திய நாதையர் மகா விகட தூதன் (1886): ஆனந்த விகடன் ஆகிய நகைச்சுவை இதழ்களைத் தொடங்கியிருந்தார். வாசன் ஆனந்த விகடனை விலைக்கு வாங்கி 1928 -இல் மாத இதழாகத் தொடங்கினார். பின்பு ஆனந்த விகடன் மாதம் இரு முறையாகி வார இதழாயிற்று.

இடைக் காலத்தில் விகடன் பல்வேறு புதிய துறைகளை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. கல்கி (1941) மாதம் இரு முறை மாதம் மும்முறை - வார இதழ் என வளர்ச்சி பெற்றுள்ளது. புதினங்களைத் தொடர்ச்சியாக வெளியிடத் தொடங்கி அத்துறையில் புரட்சி செய்தவர் கல்கி.

அரசியல் பாடங்களைத் தலையங்களாக நடத்தி வந்த கல்கி தேசிய சிந்தனைகளை வார இதழ்களில் ஊட்டியவராவார். கல்வித் தந்தை அழகப்ப செட்டியா முயற்சியல் குமுதம் (1947) தோன்றியது. 'எத்தனையோ இதழ்கள் வரலாம்: போகலாம்: ஆனால், நான் எப்பொழுதும் ஒடிக் கொண்டேயிருப்பேன்'



என்பது போல் அமைப்பு, விற்பனை, செல்வாக்கு இவற்றில் மார்கண்டேயனாய்க் காட்சியளிக்கிறது குமுதம்.

இந்திய வார இதழ்களில் இன்றும் விற்பனை முன்னணியில் இருப்பது குமுதம் இதழே. சாவியின் முத்திரை பதித்த தினமணிக் கதிர் (1955) விற்பனைப் போட்டியில் சரிவு நிலையில் உள்ளது. மாத இதழ்களில் பழமைச் செல்வாக்குடைய கலைமகள் (1932) இதழ் தரமும், தமிழ் வளமும் தொடக்க கால அமைப்பாகக் கொண்டிருக்கிறது.

கலைக்கதிர் (1948) அறிவியல் ஏடாகப் புகழடைந்ததுள்ளது. அதிக விற்பனையாகின்ற மற்றுமொரு வார இதழ் வாராந்திர ராணி (1960) –குடும்பப் பத்திரிக்கை என்று கூறிக் கொண்டு வளர்ந்து வருகிறது. இதன் அடிச்சுவடில் அண்மையில் தேவி (1978) என்ற வார இதழும் வெளியாகிவிட்டது.

மஞ்சரி (1947) மாத இதழ், கல்கண்டு (1948) வார இதழ் இரண்டும் தமிழில் திரட்டு இதழ் (Digest Magazine) வகையில் சிறக்கின்றன. துக்ளக் அரசியல், சமுதாயச் சிக்கல்களைப் போட்டு உடைத்துக் காட்டி, அங்கத இதழாக வருகிறது.

அண்மைக் கால வெளியீடுகளாகிய குங்குமம் (1978): இதயம் பேசுகிறது (1978): சாவி (1979) ஆகிய வார இதழ்கள் வாசகர்களைக் கவரும் எல்லாக் கலைகளையும் கையாளுகின்றன. எந்த இதழ்கள் எப்படியிருந்தாலும் வார இதழ்களின் வளர்ச்சி பாராட்டும் வகையில் அமைந்திருக்கிறது.

பிரசண்ட விகடன் 1925: ஆனந்த விகடன் 1926: சுதேச மித்திரன் 1929: கலைமகள் 1932: வானொலி 1939: கல்கி 1941: குமரிமலர் 1943: குமுதம் 1947: அம்புலிமாமா 1947: மஞ்சரி 1947: காதல் 1947: அமுத சுரபி 1947: பொன்னி 1947:

கல்கண்டு 1948: கலைக் கதிர் 1948: கண்ணன் 1950: தினமணி கதிர் 1955: குடியரசு 1957: தாமரை 1958: வாராந்திர ராணி 1960: தீபம் 1965: கணையாழி 1965: கண்ணதாசன்: முத்தாரம்: சத்திய கங்கை: உமா: கோகுலம்: துக்ளக்: குங்குமம் 1978: பால் மித்ரா 1978: இதயம் பேசுகிறது 1978: அலிபாபா 1978: மூக்குத்தி 1978: சாவி 1979: தேவி 1979: விசிட்டர் 1979.

## பிற துறை இதழ்கள்

இதுகாறும் கூறிய துறைகளைத் தவிர்த்து வேறு பல துறைகளிலும் தமிழ் இதழ்கள் தோன்றியுள்ளன. மருத்துவம், சட்டம், வணிகம், தொழில், சோதிடம், கல்வி, அறிவியல், கிராம நலம், வெளிநாட்டுத் தகவல், உள்நாட்டு

வளர்ச்சி, திரைப்படம் போன்ற துறைகளில் ஏராளமான இதழ்கள் வரலாறு படைத்துள்ளன.

### **மருத்துவம்**

ஆயுர் வேத பாஸ்கரன் 1908: வைத்திய போதினி 1910: நல்வழி 1911: சித்தர் திரு உள்ளம் 1920: தமிழ் வைத்தியக் களஞ்சியம் 1922: தமிழ் வைத்தியம் 1923: தன்வந்தரி 1923:

மருத்துவன் 1929: சித்தர் களஞ்சியம் 1934: வைத்திய சந்திரிகா 1938: ஹோமியோபதி 1946: ஹோமியோபதி மித்திரன் 1950: ஆரோக்கிய மார்க்கம் 1956: ஆரோக்கியம் 1962: மூலிகை மணி 1964: மூலிகை ரகசியம் 1965: முதல் சித்தன் 1966: ஹோமியோ சிந்தனை 1979.

### **சட்டம்**

சித்தார்த்த சங்கிரகம் 1887: மாதாந்திர சட்டப் பத்திரிக்கை 1893: வக்கீல் குமாஸ்தா ஜர்னல் 1914: ஹைகோர்ட்டுத் தீர்மானங்கள் 1914: பத்திரலேகரி 1922: வக்கீல் 1944: லாயர்.

### **வணிகம்**

வர்த்தக மித்திரன் 1916: வணிகச் செய்தி 1949: வியாபாரக் குரல் 1954: வர்த்தகக் குரல் 1964: விற்பனைவரி தகவல் 1964: வர்த்தக உலகம் 1967.

### **தொழில்**

விவசாய தீபிகை 1904: கிருஷிகன் 1909: மேழிச் செல்வம் 1943: உழவர் நாடு 1949: விவசாய உலகம் 1961: உரமும் பயிரும் 1962: உழவுத் தொழில்: ஏர் முரசு 1967: விவசாய விஞ்ஞானம்: டெய்லி திருப்பூர் காட்டன் பிரஸ் 1947: டைலர் 1948:

தையற் கலை: உஷா தையல் கிளப்: மோட்டார் 1958: டிரான்ஸிஸ்டர் மெகானிசம்: மோட்டார் தொழில் 1966: கைத்தறி: நெசவாளி: பனைச் செல்வம்: செய்தி மடல் (சக்தி சர்க்கரை ஆலை): என்.ஜி.ஓ.கூட்டுறவு.

### **சோதிடம்**

ஜோதிட கலாநிதி 1923: மாத ஜோதிடம் 1949: புது மலர் 1949: ஜோதிட போதினி 1949: ஜோதிஷ மணி 1953: மீனம் 1962: ஸ்ரீ சிந்தாமணி சோதிட மலர் 1962:

ஸ்ரீ கற்பக மணி 1967: விதி: தலையெழுத்து: உங்கள் எதிர்காலம்: எதிர்காலம்: ராசி: பால சோதிடம்: பொய்யா மொழி: ஸ்ரீ சக்கரவாணி: ஜோதிடக் கடல்.

### கல்வி

தமிழ்க் கல்வி பத்திரிகை 1897: பாலர் கல்வி 1936: முதியோர் கல்வி 1951: கல்விக் கதிர் 1955: புத்தக நண்பன் 1961: கல்வி 1966: ஆசிரியர் குரல்: நூல் 1966: தமிழகக் கல்வி 1967.

### அறிவியல்

கலைக் கதிர் 1948: தோல் விஞ்ஞானம் 1962: இளம் விஞ்ஞானி 1965: களஞ்சியம் 1979.

### கிராம நலம்

கிராம ராஜ்யம் 1945: கிராம இயக்கம் 1945: பஞ்சாயத்து செய்தி 1953: கிராம நலம் 1955: சேம நலம் 1962 போன்ற தமிழ் மொழி இதழ்கள் வெளியிடப்பட்டுள்ளது.

## விடுதலைப் போரில் தமிழ் இதழ்கள்

தமிழ் இதழ்களின் வேகமான வளர்ச்சிக்கு, இரண்டு மிகப் பெரிய போர்கள் காரணமாக இருந்தன. அவை இந்திய மக்களின் விடுதலைப் போர் மற்றும் உலகப் போர் ஆகியவை ஆகும்.

உலகப் போரின் செய்திகளை உடனுக்குடன் அறிந்து கொள்வதில் மக்கள் அதிக ஆர்வம் காட்டினார்கள். அந்தச் செய்திகளை பரபரப்பு நிறைந்தவையாகவும் இருந்தன. எனவே போர் நடந்த காலம் செய்தி இதழ்களின் பொற்காலமாக அமைந்தது. அந்தக் காலக்கட்டத்தில் தான் செய்தி இதழ்கள் செழித்து கொழித்து வளர்ந்தன. எல்லா இதழ்களும் நல்ல வளர்ச்சி அடைந்தன.

இந்திய சுதந்திர போராட்டம் என்பது மக்களின் போராட்டம். இந்திய மக்கள் ஒவ்வொருவருமே இந்தப் போராட்டத்தில் பங்கு கொண்டனர். போராட்டத்தின் ஒரு கருவியாகவே பல இதழ்கள் தோன்றின. போராட்டத்தில் பங்கு கொண்டவர்களே இதழ்களை நடத்தினார்கள். இதழ்களின் ஆசிரியர்களாக இருந்தார்கள்.

சுதந்திரப் போராட்டத்தில் பங்கு கொண்டதற்காக சிறையில் அடைக்கப்பட்டார்கள். இதில் இதழ்களில் எழுதி அதன் காரணமாகச் சிறை சென்றவர்களும் உண்டு. இந்திய சுதந்திரப் போராட்டத்தில் வாளாகவும், கேடயமாகவும் இதழ்கள் பயன்பட்டன.

“விடுதலைக் கிளர்ச்சியும், தமிழ் பத்திரிகைத் துறையும் சேர்ந்தே வளர்ந்தன. அவை இரட்டைக் குழந்தைகள்” என்கிறார். சுதந்திரப் போராட்ட வீரர் ம.பொ. சிவஞானம் (விடுதலைப் போரில் தமிழ் வளர்ந்த வரலாறு)

இந்தியாவில் பத்திரிகை படிக்கும் பழக்கத்தை முதலில் அதிகரித்தது. இரண்டாவது உலகப் போர் என்றே சொல்லப்படுகிறது. போர் சம்பந்தப்பட்ட செய்திகளை மக்கள் படிக்க வேண்டும் என்ற ஆவலினால் பத்திரிகைகள் வாங்க ஆரம்பித்தார்கள். அதற்கு அடுத்தாற் போல பத்திரிகைகள் அதிகரிப்பதற்கு, மகாத்மா காந்தியடிகளின் சத்தியாகிரக, ஒத்துழையாமை போராட்டங்கள் முக்கிய காரணங்களாக விளங்கின.

இந்திய சுதந்திரப் போராட்ட வரலாற்றில் இதழ்கள் பெரும் பங்காற்றியுள்ளன. ஆங்கிலேயர்களின் அடக்கு முறைக்கு எதிராகவும், சமுதாயக் கொடுமைகளுக்கு எதிராகவும், மக்களை ஒருங்கிணைப்பதில் இதழ்கள் ஆற்றிய பணி மகத்தானது. அண்ணல் காந்தியடிகள் இதழியலின் கொள்கையாக மூன்று விஷயங்களைக் குறிப்பிடுகிறார்.

1. மக்களின் உணர்வினை அறிந்து வெளியிடுதல்
2. இன்றியமையாத உணர்வுகளை மக்களிடையே உருவாக்குதல்
3. பொதுமக்களிடம் இருக்கும் குறைகளைத் துணிவாக வெளியிடுதல்

இம்மூன்று கொள்கைகளும் இன்றும் இதழ்கள் கடைபிடிக்க வேண்டியவையாகும். எனவே இதழ்கள் மூலம் ஒரு சமுதாயச் சூழலுக்கு ஏற்பத் தன்னை மாற்றிக் கொள்கின்றது என்பது தான் உண்மை. அதனால் தான் “இன்றைய செய்திகளை நாளைய வரலாறு” என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

இந்திய விடுதலை உணர்வை மக்களிடையே விளக்குவதில் அன்றைய இதழ்கள் பெரும் பணியாற்றின. ஆங்கிலேயரின் அடக்குமுறையால் தலைமறைவு நிலையில் பல்வேறு இதழ்கள் வெளிவந்தன. ஹேஸ்டிங்ஸின் வருகைக்குப் பிறகு தான் இதழ்களுக்கு விதிக்கப்பட்டிருந்த கட்டுப்பாடுகள் தளர்த்தப்பட்டன. இதற்குப் பிறகு சிறிது சிறிதாக இதழ்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கத் தொடங்கியது.

இந்திய இதழ்களில் தனித்தரத்தை உருவாக்கியவர்களுள் குறிப்பிடத்தக்கவர் ஜேம்ஸ்சில்க் பக்கிங்காம். இவர் 1818 ம் ஆண்டில் “கல்கத்தா ஜெர்னல்” என்ற இதழைத் தொடங்கினார்.

அந்த இதழ் அரசின் அடக்குமுறைகளை சுட்டிக்காட்டி மக்களுக்கு சுதந்திரச் சிந்தனையை ஊட்டியது. அரசின் குறைகளை சுட்டிக்காட்டியதோடு அமையாது. சமூக சீர்திருத்த உணர்வையும் மக்களுக்கு ஊட்டியது. உடன்கட்டை ஏறும் வழக்கத்தை எதிர்த்துக் குரல் எழுப்பியது.

அரசுக்கு எதிரான கருத்துக்களை அவர் தொடர்ந்து கூறி வந்ததால் அவரை இந்தியாவிலிருந்து திருப்பி அனுப்பினார். ஆயினும் பக்கிங்காம் இங்கிலாந்து சென்ற பின்பும், “ஓரியண்டல் ஹெரால்டு” என்னும் இதழைத் தொடங்கி, அதன் மூலம் இந்தியாவில் நாட்டு நிர்வாகத்தில் இந்தியர்களுக்கு உரிமை தர வேண்டும் என முழங்கினார்.

இந்திய இதழியல் வரலாற்றில் இந்தியர்களின் சுதந்திரத்திற்காக குரல் எழுப்பியவர்களுள் பக்கிங்காம் சிறப்பான இடத்தைப் பெற்றுத் திகழ்ந்தவர்.

இந்திய மறுமலர்ச்சியின் விடிவெள்ளியாக விளங்கியவர் இராஜாராம் மோகன்ராய். இவர் இந்திய இதழியல் துறைக்கு அருந்தொண்டாற்றியவர். பன்மொழிப் புலவராகிய அவர் சமூக சீர்திருத்தத்தை பரப்பியவர். அரசியல் உரிமையையும் இதழியல் உரிமையையும் மக்களுக்கு ஊட்டியவர்.

இராஜாராம் மோகன்ராய் 1815 ம் ஆண்டு வரை கிழக்கிந்திய நிறுவனத்தில் பணியாற்றி ஓய்வு பெற்றார். இளமையிலேயே சமஸ்கிருதம், பெர்ஷிய மொழி, அராபிய மொழி, ஹூப்ரு, கிரேக்க மொழி, ஆங்கிலம், வங்காள மொழி ஆகியவற்றில் நுண்ணிய புலமைப் பெற்றவர்.

இவர் உடன்கட்டை ஏறுதலை எதிர்த்துப் போராடினார். இதன் விளைவாகத் தான் 1829-ம் ஆண்டில் வில்லியம் பெண்டிங் பிரபு உடன்கட்டை ஏறுதலை ஒழிக்கச்சட்டம் கொண்டு வந்தார்.

இதே சமயத்தில் கறைகளாகவும், குறைகளாகவும் இருக்கும் உருவ வழிபாடு, விலங்குகளைப் பலியிடுதல், பல திருமணங்களை செய்து கொள்ளுதல் ஆகியவற்றை எதிர்த்து தொடர்ந்து எழுதி வந்தார். இதற்காகவே பிரம்ம சமாஜத்தை தொடங்கினார்.

ஆங்கில கல்வியின் அவசியத்தை உணர்த்தினார். அரசியல் சுதந்திரத்தையும் பத்திரிகை சுதந்திரத்தையும் மீட்கப் போர்க்கொடி உயர்த்தினார். தனது கொள்கைகளை விளக்கி சொந்த செலவில் புத்தகங்களாகவும், கையேடுகளாகவும் வெளியிட்டு இலவசமாக வழங்கினார்.

தனது கருத்துக்களை மக்களுக்கு தெரிவிக்க இதழ்கள் ஏற்ற கருவியென கண்டு கொண்டதால், தானே இதழ்களைத் தொடங்கி நடத்தினார். ஆங்கிலத்தில் “பிராமணிக்கள் மேகசீன்” என்ற இதழினையும், வங்காளத்தில் “சம்பத்ரௌமுதி” என்ற இதழையும், பெர்ஷிய மொழியில் “மீரட் - அல் - அக்பர்” என்ற இதழையும் நடத்தினார்.

இராஜாராம் மோகன்ராய் பலமுனை போராட்டம் நடத்தியதால் அவரது இதழ்களும் எதிர்ப்புகளுக்கு ஆளாயின. அவரது சமுதாயச் சீர்திருத்தங்களை ஆட்சியாளர்களும், சமுதாயத்திலுள்ள பழமை விரும்பிகளும் எதிர்த்தனர்.

இவரது “சம்பத்ரௌமுதி” இதழின் ஆசிரியராக இருந்தவர், இதழினை விட்டு விலகிச் சென்று போட்டியாக, பிற்போக்கு வாதிகளோடு சேர்ந்து ‘சமாச்சார் சந்திரிகா’ என்ற இதழினைத் தொடங்கினார். அதில் இராஜாராம் மோகன்ராயை கடுமையாகச் சாடி எழுதினார்.

தொல்லைகளைக் கண்டும், தடைகளை சந்தித்தும் துவளாமல் இராஜாராம் மோகன்ராய் தனது பணியில் தொடர்ந்து முன்னேறினார். பக்கிங்காம் இவரிடம் நட்புக் கொண்டிருந்தார். இருவரும் இணைந்து பத்திரிகை சுதந்திரத்தைக் காக்கப் போராடினார்கள்.

இந்திய மொழி இதழ்கள் வளர்வதற்கான வாய்ப்புகள், ஆக்லாண்ட் பிரபு, எல்லன்பரோ பிரபு, ஹார்டிங்ஸ் பிரபு, டல்ஹெளசி பிரபு ஆகிய தலைமை ஆளுநர்களின் ஆட்சிக் காலங்களிலும் (1836 முதல் 1856 வரை) தொடர்ந்தது. மெட்காப் 1835 -ல் கொண்டு வந்த சட்டம் வங்காளம், பம்பாய், சென்னை, வடமேற்கு மாநிலங்களில் இதழ்கள் அருகுபோல் வேரூன்றி, ஆல்போல் வளர்ந்து பரவத் துணை செய்தது.

ஆளுநர்களின் பரந்த மனப்பான்மையோடு, நாட்டில் தோன்றிய அக, புற, சூழல்களும் இதழியல் வளர்ச்சியை ஊக்குவித்தன. நாட்டில் ஆங்கிலக் கல்வி பரவியதால், புதிய சிந்தனை அலைகள் அடிக்கத் தொடங்கின. கற்றவர்கள், பொதுநலம் பேணுபவர்கள் நாட்டின் நலம் பற்றி எண்ணிப் பார்த்தனர்.

கோபாலகிருஷ்ண கோகலே ‘சுதாரக்’ என்னும் இதழை முன்னின்று நடத்தித் தேசிய இயக்கங்களுக்கு வலுவூட்டினார். சுதந்திரத்திற்காக திலகரும் நம் இதழ்கள் மூலம் பெரும் போராட்டங்களை சந்தித்து வெற்றி பெற்றார். இந்தியத் தலைவர்கள் ஆங்கில ஆட்சியின் அடக்குமுறைக்குட்பட்டுச் சிறை சென்ற போதும் இதழ்கள் தம் பணிகளில் தொய்வு காட்டவில்லை.

திலகரின் ‘கேசரி’, அரவிந்தரின் ‘வந்தே மாதரம்’, சுவாமி விவேகானந்தரின் சகோதரர் பூபேந்தரநாத்தின் ‘ஜுகந்தர்’, பிரேமா பந்தாப் உபாத்யாயாவின் ‘சந்தியா’, பிரோஷாமேத்தாவின் ‘பாம்பே கிரானிக்ஸ்’, மௌலானா முகம்மது

அலியின் 'காம்ரேட்', அபுல்கலாம் ஆசாத்தின் உருது இதழான 'அல்ஹிலால்', சீனிவாசாச்சாரியாரின் 'செர்வென்ட் ஆப் இந்தியா', முதலான இதழ்கள் தேசிய விடுதலை இயக்கத்திற்கு அரும்பணியாற்றின.

இந்திய விடுதலை இயக்கத்தில் காந்தியடிகள் பங்கேற்ற பின்பு, அதன் போக்கில் புரட்சிகரமான மாற்றங்கள் ஏற்பட்டன. அது போன்றே, அண்ணலின் அரசியல் பிரவேசம், இந்திய இதழ்களின் வரலாற்றிலும் குறிப்பிடத்தக்க விளைவுகளைக் கொண்ட வந்தன.

இந்திய மக்களை வாழ்விக்க வந்த காந்தியடிகள் தனி வகையான இதழியலாளர். தென் ஆப்பிரிக்காவில் இதழியல் அனுபவம் பெற்றிருந்த காந்தியடிகள் தம் இதழ்களை உயர்ந்த குறிக்கோள் நெறிகளோடு நடத்தி, இந்திய இதழியல் வரலாற்றில் புதிய சாதனைகளை நிகழ்த்திக் காட்டினார்.

காந்தியடிகளை இதுவரை தோன்றிய எல்லா இதழாசிரியர்களிலும் மிகப் பெரியவராகக் கொள்ளலாம். அவர் நடத்திய இதழ்களை உலகம் தெரிந்திருக்கின்ற இதழ்களிலேயே மிகவும் பெரியனவாகக் கொள்ளலாம். அவர் தனது இதழ்களில் எந்த விளம்பரமும் வெளியிட்டதில்லை.

அதே நேரத்தில் தனது இதழ்களை இழப்பில் நடத்தவும் விரும்பவில்லை. தென்னாப்பிரிக்காவில் 'இந்தியன் ஒபினியன்' இதழையும், நமது நாட்டில் 'யங் இந்தியா', 'ஹரிஜன்', 'நவஜீவன்' ஆகிய இதழ்களை உயர்ந்த குறிக்கோளோடும், தரத்தோடும், அறத்தோடும் நடத்தியவர் காந்தியடிகள்.

“நான் பத்திரிகை பணியை அதற்காக மட்டும் மேற்கொள்ளவில்லை. என்னுடைய வாழ்க்கை நோக்கத்தை நிறைவேற்றிக் கொள்ளத் துணை செய்யும் கருவியாகவும் கருதுகிறேன். என்னுடைய இலட்சியம், இன்றுள்ள கடுமையான சூழலில், அகிம்சை கிரகத்தை எடுத்துக் காட்டின் மூலம் கற்றுத் தருவதாகும் என்றும் அடக்கப்பட்ட உணர்வோடு செய்திதாட்களை வெளியிடுவதை விட அவற்றை வெளியிடாமல் இருப்பதே சிறந்தது” என்றும் காந்தியடிகள் கூறியிருப்பவை இதழியலாளர்கள் உணர் வேண்டிய கருத்துக்களாகும்.

அண்ணல் காந்தியடிகள் எப்படி பத்திரிகைத் துறை சுதந்திரத்தோடும், அதே நேரத்தில் கட்டுப்பாட்டோடும் செயல்பட வேண்டும் என்பதை அருமையாக விளக்கியுள்ளார். அவர் 'இதழியலின் ஒரே நோக்கம் தொண்டு செய்வது தான்' என்று கூறினார்.

அவர் மேலும் கூறியதாவது, “பத்திரிகை (Press) மிகப் பெரிய சக்தி. ஆனால், கட்டுப்பாடின்றி பெருக்கெடுத்து வரும் வெள்ளம், நாட்டுப்புறத்தை மூழ்கடித்து, பயிர்களைப் பாழ்படுத்துவதைப் போன்று கட்டுப்பாடில்லாத பேனா, ஆக்குவதற்கு பதிலாக அழித்துவிடுகின்றது. கட்டுப்பாடு உள்ளாக்குள்ளேயே

செயல்பட்டால் மிகவும் ஆதாயமாக இருக்கும். இந்த அணுகுமுறை சரியான தென்றால், உலகில் எத்தனை இதழ்கள் இந்தச் சோதனையில் வெற்றி பெறும்?

ஆனால் பயனற்ற இதழ்களை யாராலும் தடுத்து நிறுத்த முடியும்? பொதுவாக நல்லதும் கெட்டதும் இணைந்திருப்பது போல பயனள்ளவையும், பயனற்றவையும் இருக்கத்தான் செய்யும் மனிதன் தான் நல்லதைத் தேர்ந்தெடுத்து கொள்ள வேண்டும்” என்று கூறும் கருத்து இன்றும் என்றும் இதழ்களுக்கு வழிகாட்டக் கூடியதாகும்.

பொறுப்பை உணர்ந்து செயல்படும் இதழ்கள் சமுதாயத்திற்கு இன்றியமையாதவையாகும்.

### திராவிட பொதுவுடைமை இயக்கங்களின் பங்கு

இந்தியாவின் வரலாற்றை ஆராய்ந்து பார்த்தால், சுதந்திர போராட்டத்தின் போதும் இரண்டு உலகப் போர் நடைபெற்ற போதும் தமிழ் இதழ்கள் வேகமாக வளர்ச்சியடைந்தது தெரிய வரும்.

உலகப் போரின் செய்திகளை உடனுக்குடன் தெரிந்துக் கொள்ள மக்கள் அதிக ஆர்வம் காட்டினார்கள். அந்த போர் சம்பந்தப்பட்ட செய்திகளும் பரப்பரப்பு நிறைந்தவையாக இருந்தது. சுதந்திரப் போராட்டத்தை எடுத்துக் கொண்டால், இந்திய மக்கள் அனைவருமே உணர்வுபூர்வமாக இந்தப் போராட்டத்தில் பங்குக் கொண்டார்கள்.

போராட்டக் காலத்திலேயே பல இதழ்கள் தோன்றின. இதழ்கள் ஒரு முக்கிய இயந்திரமாக, பிரச்சாரப் பீரங்கியாகப் பயன்பட்டது என்று கூடச் சொல்லலாம். போராட்டத்தில் ஈடுபட்டவர்களே இதழ்களை நடத்தினார்கள், அதன் காரணமாகவே சிறையும் சென்றார்கள்.

“சுதந்திர போராட்டமும், தமிழ் பத்திரிக்கைத் துறையும் சேர்ந்தே வளர்ந்தன. அவை இரட்டைக் குழந்தைகள்” என்று சுதந்திரப் போராட்ட வீரரும், தமிழ் அறிஞருமாக ம.போ. சிவஞானம் அவர்கள் கூறுகிறார்.

இந்திய வரலாற்றில் இன்னொரு உண்மையும் தெரிய வரும். தமிழ் மொழியின் வளர்ச்சியும், தமிழ் இதழ்களின் வளர்ச்சியும் தேசிய இயக்கத்தை விட திராவிட இயக்கத்தின் மூலம் தான் நடைபெற்றுள்ளது. இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கம் வரை இளைத்துப் போயிருந்த இன்பத் தமிழுக்கு புத்துயிருட்டி, அணிகலன் பூட்டி அழகு பார்த்தது. திராவிட இயக்கத்



தலைவர்களே. இவர்களுக்கு உறுதுணையாக இருந்தது ஏடுகளும் மேடைகளுமே ஆகும். இது மறுக்க முடியாத உண்மை.

ஆனால் மறைக்கப்பட்ட உண்மை. தமிழ் இதழியல் வரலாற்றை ஆங்கிலத்தில் எழுதியுள்ள சில தமிழ் நாட்டை சேர்ந்தவர்களே கூட திட்டமிட்டு இந்த உண்மையை இருட்டடிப்புச் செய்துவிட்டார்கள்.

சென்னை மாகாண அரசில் திராவிடர்களுக்கு உரிய பங்கைப் பெறும் இயக்கமாகவே திராவிட இயக்கம் தொடக்க காலத்தில் இருந்தது. “தமிழ்நாடு தமிழருக்கே” என்ற அரசியல் கொள்கை தோன்றியது அதன் பின்பு தான். பெரியார் தலைமை ஏற்ற பின்பு இதுவே கடவுள் மறுப்பு இயக்கமாக மாறியது.

கடவுளின் பெயரால் கற்பிக்கப்பட்ட சமயங்களையும் உருவாக்கியவர்கள் பிரமாணர்களே என்று அவர்கள் கருதியதால், பிராமணர்களையும் கடுமையாக எதிர்த்தார்கள். இந்திய வரலாற்றில் திராவிட இயக்கத்தின் சாதனைகளை மறைப்பதற்கு இதுவே முக்கியமான காரணமாகி விட்டது.

திராவிட இயக்கம் தோன்றியதே பிராமண எதிர்ப்பு இயக்கமாகத் தான். ஆனால் பிராமண எதிர்ப்பு உணர்ச்சி என்பது அதற்கு முன்பே தமிழ் நாட்டில் இருந்தது. அதற்கு முக்கியக் காரணம் அரசு உயர் பதவிகள் அனைத்திலும் பிராமணர்களே அமர்ந்து இருந்தனர்.

அந்த நாளில் இந்திய நிர்வாகப் பணிக்கான (ஐ.சி.எஸ்) தேர்வு லண்டனில் மட்டுமே நடந்தது. அந்தத் தேர்வை இந்தியாவிலும் நடத்த வேண்டும் என்று காங்கிரஸ் கட்சி தீர்மானம் போட்டது. இதனை மற்றவர்கள் கடுமையாக எதிர்த்தார்கள்.

இந்தியாவில் நடத்தினால் பிராமணர்களும் இந்த தேர்வில் கலந்துக் கொள்வார்கள் என்பதே எதிர்ப்புக்குக் காரணம். (கடல் கடந்து செல்வதை பாவம் என்று பிராமணர்கள் கருதியதால் தேர்வு எழுத லண்டனுக்கு போவதில்லை) இது குறித்து இரட்டை மாலை சீனிவாசன் அவர்கள் நடத்திய “பறையன்” வார இதழில் (22-9-1849) அந்த தேர்வை இந்தியாவில் நடத்துவதற்கு கடுமையாக எதிர்ப்பு தெரிவித்து கட்டுரை எழுதியுள்ளார்.

பிராமணர் அல்லாதவர்களுக்கும் அரசாங்கத்தில் உரிய பங்கு கிடைக்க வேண்டும் என்ற எழுச்சி திராவிட இனத்தவர்களிடம் ஏற்பட்டது. அதன் காரணமாக அவர்கள் ‘சென்னை ஒன்றிய சங்கம்’ (மதராஸ் யுனைடெட் லீக்) என்ற அமைப்பை 1912 -ம் ஆண்டில் உருவாக்கினார்கள். 1913 -ல் இந்த அமைப்பின் பெயர் ‘திராவிடர் சங்கம்’ என்று மாற்றம் செய்யப்பட்டது.

அரசாங்கப் பதவி மட்டும் போதாது அரசியலிலும் பங்கு கொள்ள வேண்டும் என்ற உயரிய நோக்கத்துடன், 1916 -ல் சென்னையில் வழக்கறிஞர் டி. எத்திராசு அவர்கள் இல்லத்தில் மருத்துவர் நடேசனார், சர். தியாகராயர், மருத்துவர் டி.எம். நாயர் உட்பட 30 தலைவர்கள் கூடி “தென்னிந்தியர் நல உரிமைச் சங்கம்” என்ற அரசியல் கட்சி தொடங்கத் தீர்மானித்தார்கள். அதன் செயலாளராக தியாகராயர் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டார்.

சட்டமன்ற உறுப்பினராகவும், சென்னை மாநகராட்சியில் 10 ஆண்டு காலம் உறுப்பினராகவும், சென்னை மாநகராட்சியில் மேயராக பதவி வகித்த முதல் இந்தியர் என்ற பெருமைப் பெற்றவர். இவர் மேயராக பதவி வகித்த போது தான் சென்னை மாநகராட்சி பள்ளிகளில் படிக்கும் பிள்ளைகளுக்கு இலவசமாக மதிய உணவு வழங்கினார். இவரது உருவச்சிலை சென்னை மாநகராட்சி வளாகத்தில் இன்றும் உள்ளது.

தியாகராயர் எப்போதும் “தும்பைப் பூ” போன்ற வெள்ளை வெளேர் உடையை அணியும் பழக்க முடையவர். அதனாலேயே இவரை “வெள்ளாடை வேந்தர்” என்று அழைப்பார்கள்.

இவர் “பிராமணர் அல்லாதார்” (நான் பிராமின்) என்ற ஆங்கில இதழின் ஆசிரியராக இருந்தார். 1920 -ல் நீதிக்கட்சியின் தலைவர் என்ற முறையில் சென்னை மாநிலத்தின் முதலமைச்சராக பதவி ஏற்க வேண்டியவா. எனக்கு அந்த பதவி வேண்டாம் என்று உதறித் தள்ளிய பெருந்தகை தியாகராயர்.

அரசியல் இயக்கத்துக்கு இதழ்கள் தேவை என்பதை உணர்ந்த தலைவர்கள் தமிழ், தெலுங்கு, ஆங்கில மொழிகளில் நாளிதழ்கள் தொடங்க முடிவு செய்தார்கள். இந்த இதழ்களை நடத்த “தென்னிந்திய மக்கள் சங்கம்” என்ற நிறுவனம் அமைக்கப்பட்டது. இதற்கு ரூ. 10லட்சம் முதலீடு செய்யப்பட்டது. இதன் தலைமை அலுவலகம் அண்ணா சாலையில் பிளாசா திரையரங்கம் இருந்த இடத்தில் இயங்கியது.

1917 பிப். 26ல் ‘ஜஸ்டிஸ்’ என்ற ஆங்கில நாளிதழ் வெளியிடப்பட்டது. இந்த இதழின் பெயரே அந்தக் கட்சியின் பெயராகவும் மாறி பெரும் புகழ்பெற்றது. அவர்கள் கட்சியை மக்கள் ‘நீதிக்கட்சி’ என்றே சொன்னார்கள்.

ஒரு இதழின் பெயர் அதனை நடத்திய கட்சியின் பெயராகவும் மாறியது இதழியல் வரலாற்றில் இதுவே முதல்முறை. அந்த அளவுக்கு மக்களிடம் இந்த இதழ் செல்வாக்கு பெற்று இருந்தது. 1885 -ம் ஆண்டு முதல் தெலுங்கில் வெளிவந்து கொண்டிருந்த ‘ஆந்திரப் பிரகாசிகா’ என்ற வார இதழை விலைக்கு வாங்கி அதே பெயரில் தெலுங்கு நாளிதழாக வெளியிட்டார்கள்.

1917 -ம் ஆண்டு ஜூன் 1ம் தேதி முதல் 'திராவிடன்' என்ற நாளிதழை வெளியிட்டார்கள். முதல் இதழில் முதல் பக்கத்தில் பத்திரிகையின் கொள்கைப் பிரகடனத்தை வெளியிட்டார்கள். அதில் கூறப்பட்டு இருப்பது:

“நமது தேசாபிவிருத்தியைக் கோரி உழைக்கவும், பிராமணரல்லாத இதர இந்துக்களுக்கு உள்ள குறைகளை அவ்வப்போது எடுத்துக்காட்டி வரவும் 'சவுத் இந்தியன் பீப்பிள்ஸ் அசோசியேஷன் லிமெடெட்' என்னும் கம்பேனி யாரால் 'ஜஸ்டிஸ்' என்னும் ஆங்கில தினசரிப் பத்திரிகை நடத்தப்பட்டு வருகிறதென்பது அனைவரும் அறிந்த விஷயமே.

மேற்கூறிய நோக்கங்களோடே நிகழும் 1917... சூன்மீ 1உ-யிலிருந்து தமிழ் தினசரிப் பத்திரிகையொன்றும் மேற்படி கம்பேனியரால் பிரசுரிக்கப்பட்டு வரும். இந்தக் கம்பேனியின் அரிய பெரிய நோக்கங்கள் யாவும் அதனால் பிரசுரிக்கப்பட்ட விஞ்ஞானத்தால் நன்கு விளங்கும்.

“இத்தமிழ்த் தினசரிப் பத்திரிகையில் ராஜாங்க விஷயங்கள், விவசாய சமாசாரங்கள், வியாபார சங்கதிகள், கைத்தொழில் விஷயங்கள், வித்யா சம்பந்தமான சங்கதிகள், யுத்த சம்பந்தமானவும், இதர விஷயங்கள் சம்பந்தமான தந்தி சமாசாரங்கள், ஒவ்வொரு வரும் அவசியம் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய பொது சங்கதிகள், மனதைக் களிப்பிக்கும் மாண்புள்ள கதைகள், சம்பாஷணைகள் முதலிய பல விஷயங்களும் தக்க வித்வான்களால் எழுதப்பட்டு வரும்.

நமது நோக்கங்களை முன்னுக்குக் கொண்ட வர முயலுவார்கள் என்று நம்புகிறோம்.

இவ்வாறு “நமது பத்திரிக்கையின் நோக்கங்கள்” என்ற தலைப்பில் தலையங்கம் எழுதப்பட்டு இருக்கிறது. அவ்விதழின் 8ம் பக்கத்தின் அடியில் வெளியிட்டவர் பற்றிய விவரம் ஆங்கிலத்தில் இருக்கிறது.

“சென்னை: அச்சிடுபவர் & வெளியிடுபவர் ராவ் பகதூர் பி. தியாகராய செட்டி, பி.ஏ. சவுத் இந்தியன் பீப்பிள்ஸ் அசோசியேஷன் லிமிடெட்டுக்காக, ஜஸ்டிஸ் பிரிண்டிங் பிரிஸ்சில் அச்சிட்டது. 16-ஏ மவுண்ட் ரோடு, சென்னை.

ஆசிரியர் யார் என்ற விவரம் இதில் இல்லை. ஆசிரியராக என்.பக்தவச்சலமும், துணை ஆசிரியர்களாக சாமி உருத்திர கோடசுவரர், பண்டித வில்வபதி ஆகியோரும் பணியாற்றினார்கள் என்ற குறிப்பு – திராவிடர் கழகம் வெளியிட்டுள்ள “பெரியார் பகுத்தறிவாளர் நாட்குறிப்பு -1985 –ல் இடம் பெற்றுள்ளது.

1928 -ல் வெளிவந்த 'திராவிடன்' இதழ்கள் இன்றும் சென்னையில் பெரியார் நூலகத்தில் இருக்கின்றன. அந்த காலக்கட்டத்தில் 'திராவிடன்' ஆசிரியராக சனக. சங்கரகண்ணப்பர் இருந்தார். பெரியார் ஈ.வெ.ரா.வின் நிர்வாகத்தின் கீழ் 'திராவிடன்' வெளிவந்தது. இது பற்றிய அறிவிப்பு 1928 ஏப்ரல் 14ந் தேதி இதழில் காணப்படுகிறது. 'திராவிடன்' நிர்வாக மாற்றம் என்ற தலைப்பில்,

“1-4-1928 முதல் திராவிடன் நிருவாகப் பொறுப்பை திரு. ஈரோடு ஈ.வெ. இராமசாமி நாயக்கர் அவர்கள் ஏற்றுக் கொண்டார் என்பதை நாம் மகிழ்ச்சிப் பெருக்குடன் அறிவிக்கிறோம்.

ஆசிரியர்  
6-1-1928

'திராவிடன்' நாளிதழுக்கு பல பெருமைகள் உண்டு. தமிழில் தோன்றிய இரண்டாவது நாளிதழ் பிறக்கும் பொழுதே நாளிதழாகவே தோன்றிய முதல் நாளிதழ் என்ற சிறப்பு இதற்கு உண்டு. இதற்கு சில மாதங்கள் கழித்துதான், அதாவது 7-12-1917 -ல் திரு.வி.க. வை ஆசிரியராக கொண்ட "தேசபக்தன்" வெளிவந்தது.

திராவிடன் நாளிதழ் பற்றிய குறிப்பு இந்திய அரசாங்க வெளியீடான "இந்திய இதழியல் வரலாறு" என்ற ஆங்கில நூலிலும், எஸ்.பி. தியாகராசன் எழுதியுள்ள "இந்திய இதழியல் வரலாறு" என்ற ஆங்கில நூலிலும், புனாவில் உள்ள தேசிய செய்தி நிறுவன வெளியீடான "இந்திய இதழ்கள் கையேடு" என்ற ஆங்கில நூலிலும், ஏ.என். சிவராமன் எழுதிய "இந்திய மொழி செய்தித்தாள்கள்" என்ற ஆங்கில கட்டுரையிலும், தமிழ்க் கலைக்களஞ்சியத்தின் இதழ்கள் பற்றிய விளக்கப் பகுதியிலும் இல்லாதது வியப்பாக உள்ளது" என்று வருத்தத்துடன் கூறுகிறார் பிரபல இதழியல் ஆய்வாளர் பேராசிரியர் மா.இரா. இளங்கோவன் (முதல் நாளிதழ்கள் மூன்று).

### தேசிய இயக்க இதழ்கள்

திலகரின் காலமே தேசியம் தெற்கே நோக்கி வந்த காலமாகும். காந்தியார் காலத்திலே தான் அது உச்சத்தை எட்டிப்பார்த்து விட்டுத் திரும்பியது. திலகரின் கேசரி இதழ் தெற்கே தேசிய இதழ்களுக்கு அடிப்படையாய் அமைந்தது. பாரதியார் இந்தியா இதழில் கேசரியின் கட்டுரைகளை மொழிபெயர்த்து வெளியிட்ட போது தான் விடுதலைப்

போராட்டத்தின் வேகத்தைத் தமிழகம் கண்டது. இதற்குப் பின்பு சங்கு 1930 காலணா விலையில் தோன்றிப் பெரும் புரட்சி செய்யத் தொடங்கியது.

தேசியம் பரப்பிய தமிழ் நாளிதழ் என்ற முறையில் முதலிடம் பெறுவது சுதேசமித்திரன் 1882: அது வரை ஆங்கில நாளிதழ் இந்து தான் அந்த இடத்தைப் பெற்றிருந்தது. தமிழில் வெளியான முதல் செய்தித்தாளான சுதேசமித்திரன் தமிழ் மக்களின் உள்ளக்கிடக்கையை வெளிப்படுத்தும் ஒரே நாளிதழாக இருபது ஆண்டுகள் தன்னாட்சி செலுத்தியது.

பாரதியார் தன் கவிதைச் சிறகுகளைச் சுதந்திரமாக விரித்துப் பறக்க முடியாத கூண்டுப் பறவை நிலையில் ஒன்றரை ஆண்டுக் காலம் சுதேசமித்திரனில் உதவி ஆசிரியர் என்ற பெயரில் வறுமைப் பொழுதைப் போக்கிக் கொண்டிருந்தார். சுதேசமித்திரனில் அவருக்குச் சம்பளம் பதினேழரை ரூபாய் தான். இங்கிருந்து வெளியேறிய பாரதியார் சக்கரவர்த்தினி, கர்மயோகி, இந்தியா, விஜயா ஆகிய இதழ்களைத் தொடங்கி நடத்தினார்.

பாரதியாரின் இந்தியா (1906) மாத இதழ் தேசிய இயக்கத்தின் புரட்சி ஏடாய் வெளிவந்தது. மூன்றாண்டுகள் இந்தியா சென்னைக்கும், புதுவைக்கும் பாரதியாரைப் பின் தொடர்ந்தே சென்று கொண்டிருந்தது. லோகோபகாரி (1896) இதழை நடத்திக் கொண்டிருந்த பரலி நெல்லையப்பர், ஞான பானு நடத்திய சுப்பிரமணிய சிவா ஆகியோரும் தேசிய எழுச்சியூட்டும் எழுத்துக்களை இந்தியாவில் படைத்துக் கொண்டிருந்தனர்.

1914 –ஆம் ஆண்டிற்குப் பின்பு தமிழகத்தில் தேசிய உணர்ச்சி மிகுதியும் வெளிப்பட்ட இந்தியா காரணமாக இருந்தது. பாரதியார் தான் முதன் முதலில் அரசியல் பற்றிய கருத்துப் படங்களை முன் பக்கத்தில் போட்டுப் புரட்சி செய்தார். ஜஸ்டிஸ் கட்சி வகுப்பு வாத்தில் ஈடுபடுவதைத் தடுக்க விரும்பிய சுப்பராய் காமத், குமாரசாமி ரெட்டியர் ஆகிய இருவரும் இதழ் ஒன்றைத் தொடங்க விரும்பினர்.

திரு.வி.க. இவர்களுடன் இணைந்தார். தேசபக்தன் (1917) தொடங்கப்பட்டது. கிலாபத் இயக்கம், சத்தியாக்கிரகப் போராட்டம், பஞ்சாப் படுகொலை முதலிய போராட்டக் காலங்களில் தேசபக்தன் தமிழ் மொழித் தேசிய இதழாகச் செயல்பட்டது. பிறமொழி ஆதிக்கச் சொற்களை நாளிதழ்களிலிருந்து விரட்டியடித்தவர் திரு.வி.க. அரசியல் செய்திகளை நல்ல தமிழில் எழுதும் பிற்கால நாளிதழ்களுக்கு வழி வகுத்துக் கொடுத்ததும் தேச பக்தனேயாகும்.

வெ. சாமிநாத சர்மா, கல்கி, வ.வே.சு ஐயர் ஆகியோர் தேச பக்தனில் பணியாற்றினர். இவ்விதழை விட்டு வெளியேறிய திரு.வி.க நவசக்தி (1920) வார இதழைத் தொடங்கி பதிமூன்று ஆண்டுகள் ஆசிரியராக இருந்தார். இவ்விதழ்

தான் திரு.வி.கவின் ஆற்றொழுக்குநடை தோற்றம் பெற்றது. நவசக்தி மூடப்பட்ட பின்பு அதன் இடத்தைத் தமிழ்நாடு (1926) பெற்றது.

இதழியல் துறையில் பட்டறிவுடைய டாக்டர் வரதராசலு நாயுடு தொடங்கிய நாளிதழ் இது. டி.எஸ் சொக்கலிங்கம் இவ்விதழின் துணையாசிரியராக இருந்தார். காந்தியாரின் போராட்டங்களை ஆதரித்து எழுதாத காரணத்தால் மக்கள் செல்வாக்குக் குறைந்து நான்கே ஆண்டுகளில் தமிழ்நாடு மறைந்தது.

தமிழ் நாளிதழ்களில் புரட்சியும் புதுமையும் புகுத்திய சுதந்திரச் சங்கு (1930) தீவிரத் தேசிய இதழாகும். சுதந்திரம் பற்றிய சூடான செய்திகளைச் சங்கநாதமாக முழங்கிய சங்கு தமிழ் நாட்டில் அதிக விற்பனையை எட்டிப் பிடித்திருந்தது.

செய்தித்தாள்களுக்கு முகவர்களை அமர்த்தும் முறையை முதன் முதலாகச் சங்கு தான் புகுத்தியது. தினமணி (1933) சதானந்தத்தால் முதலில் தொடங்கப்பட்டதாகும். இதன் ஆசிரியராக டி.எஸ். சொக்கலிங்கம் பொறுப்பேற்ற பின்பு தேசியம் பரப்பும் நாளிதழாயிற்று. ஏ.என்.சிவராமன், ஏ.ஜி.வெங்கடாச்சாரி, புதுமைப்பித்தன் முதலியோர் துணையாசிரியர்களாயிருந்தனர்.

ஏ.என்.சிவராமன் ஆசிரியப் பொறுப்பேற்கும் முன்பு காந்தி (1932) என்ற இதழின் ஆசிரியராக இருந்தார். தினமணி ஆசிரியரான பின்பு அதைத் தமிழகத்தின் தலை சிறந்த நாளிதழாக மாற்றிய பெருமை அவரையே சாரும். தினமணியிலிருந்து வெளியேறிய பின்பு டி.எஸ். சொக்கலிங்கம் தினசரி (1944) நாளிதழைத் தொடங்கினார்.

இது சில ஆண்டுகளே நடைபெற்றது. சென்னையிலிருந்து வெளியான ஊழியன் (1934): ஜெயபாரதி (1936): பாரத தேவி (1938) போன்ற நாளிதழ்களும் தேசியம் பரப்பும் கொள்கையில் வெளிவந்தவைகளாகும். பல்கலைச் செல்வர் தெ. பொ. மீ. தமையனார் அஷ்டாவதானம் தெ.பொ. கிருஷ்ணசாமிப் பாவலர் இன்றைய சமாச்சாரம் என்ற இதழை நடத்தினார். இவ்விதழ் ஒன்றரையாண்டே நடந்தது.

சுதேசமித்திரன் 1882: லோகோபதாரி 1896: சர்வஜன மித்திரன் 1901: இந்தியா 1907: தேச பக்தன் 1917: நவசக்தி 1920: தமிழ்நாடு 1922: சுயராஜ்யா 1922: தாருல் இஸ்லாம் 1922: தேச ஊழியன் 1925: தேச பந்து 1926: சுதந்திர சங்கு 1930:

சுதந்திர வீரன் 1931: காந்தி 1932: தின மணி 1933: ஊழியன் 1934: ஜெயபாரதி 1936: பாரத தேவி 1938: தினசரி 1944: ஜெயக் கொடி: தேசபந்து: தினச் செய்தி: ஜெய பேரிகை 1967: குமரன்.

## தமிழ் இதழ்களில் அண்மைக் காலப் போக்குகள்

வாரன் ஹேஸ்டிங்ஸ் பிரபு ஆளுநர் பதவி ஏற்றதும் வெல்லெஸ்லி விதித்த கட்டுப்பாடுகளில் சிலவற்றை மட்டும் வைத்துக்கொண்டு கடுமையானவற்றை நீக்கினார். 1818 -ல் அவருடைய நன்முயற்சியால் இதழ் தணிக்கை முறை நீக்கப்பட்டது.

1807 -ஆம் ஆண்டில் கல்கத்தாவிற்கு அருகிலுள்ள செராம்பூரில் கிறிஸ்தவர்கள் அச்சகம் ஒன்றை நிறுவிச் சமயம் பரப்பும் இதழ்களை வெளியிட்டனர். இவ்விதழ்கள் இந்துச் சமயக் கோட்பாடுகளையும், வேதாந்தங்களையும் விமர்சிக்கத் தொடங்கின.

இவற்றிற்குக் கண்டனம் தெரிவிக்கும் வகையில் 'இராஜாராம் மோகன்ராய்' "பிராமணிக்கல் மேகசின்" என்ற இதழைத் தொடங்கினார். பின்னர் "பிராண் சேவாத்" "சம்பாத் கௌமதி" என்ற இதழ்களையும் வெளியிட்டார்.

1823 -ஆம் ஆண்டு ஜான் ஆடம் இந்தியத் தலைமை ஆளுநர் பதவி ஏற்றார். அதே ஆண்டில் "இந்திய மொழி" இதழ்கள் கட்டுப்பாட்டுச் சட்டம் 1823 -ல் கொண்டுவரப்பட்டது. அதன்படி அனுமதி தணிக்கை, எச்சரிக்கைகள், கைது, சிறைச்சாலை, தண்டம், தொல்லைகள் இவற்றையெல்லாம் இதழியல் துறை சந்திக்க வேண்டியிருந்தது.

ஆங்கில அரசு 1857 -ம் ஆண்டுச் சட்டம் XV என்ற ஒரு சட்டத்தை இயற்றியது. அச்சட்டத்தால் பல பத்திரிகைகளின் உரிமங்கள் பறிபோயின. மக்கள் தங்களுடைய சொந்த நாட்டில் தங்கள் கருத்துக்களை வாய்திறந்து பேச முடியாதவாறு அச்சட்டம் தடை செய்ததால் அதை மக்கள் 'வாய்ப்பூட்டுச் சட்டம்' என்றனர்.

இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கம் முதலே இதழ்கள் பொதுமக்களுக்குரியதாயின. பத்திரிகைத் துறையில் ஜி.ஏ. நடேசன், சி.ஓய். சிந்தாமணி, என்.சி. கேல்கார், திலகர், கோகலே, சுரேந்திரநாத் பானர்ஜி, பண்டிட் மதன் மோகன் மாளவியா, பெரோஸ்ஷா மேத்தா, தாதாபாய் நௌரோஜி, அரவிந்தர், காந்தியடிகள், பாரதியார் முதலானோர் அரசியலைப் போன்று ஈடுபட்டிருந்தனர்.

கே.சி.ராய் ஆறு இதழ்களின் துணையோடு 1910 -ல் "அசோசியேட்டட் பிரஸ் ஆப் இந்தியா" என்ற செய்தி நிறுவனத்தை நிறுவினார்.

பத்திரிகைகள் படிப்போருக்கு மிகவும் பயன்படும் வகையிலும் சுவையாக விளங்கச் சிறப்புப் பகுதிகள் அறிவுப் போட்டிகள், அறிவியல் பகுதிகள், விளையாட்டுத் துறைகள், மகளிர் பகுதி, வீட்டுக் குறிப்புப் பகுதி, திரைப்படப் பகுதி எனப் பல பகுதிகள் காணப்படுகின்றன. அதனால் பத்திரிகை மனிதனின் அன்றாடத் தேவையாகிவிட்டது.

பத்திரிகைகள் வாசகர்கட்கு அறிவூட்டுகின்றன. அறிவுறுத்துகின்றன. களிப்பூட்டுகின்றன. தற்கால மனித வாழ்வில் பத்திரிகைகளின் பங்கு இன்றியமையாததாக விளங்குகின்றது. ஒவ்வொரு மனிதனிடமும் நற்குணங்களும், தீய எண்ணங்களும் குடி கொண்டுள்ளன.

தூய சக்திகளை விட தீய சக்திகளே மனிதனை எளிதில் கவர்கின்றன. வணிக நோக்குடைய பத்திரிகைகள் அல்லது அவனது மிருகவுணர்வைத் தூண்டிவிட்டு ஆதாயம் தேடுகின்றன. அறிவை வளர்க்கும் பத்திரிகைகள் ஆதரவின்றி அற்ப ஆயுளில் மடிகின்றன. கவர்ச்சிப் பத்திரிகைகள் இலட்சக் கணக்கில் விற்பனையாகின்றன.

முற்காலப் பத்திரிகைகளை நடத்தியவர்கள் லட்சியங்களுடன் தொண்டு உள்ளத்தோடு வருங்காலச் சந்ததியினருக்குப் பயன்தரத்தக்கச் செய்திகளைத் தருவதில் போட்டியிட்டனர். சிறந்தனவற்றை, நல்லவனவற்றை எந்த அளவுக்கு மற்ற பத்திரிகைகளைக் காட்டிலும் நாம் கொடுத்தால் வளர முடியும் என்று தான் அவர்கள் சிந்தனை செய்தார்கள்.

ஆனால் தற்காலப் பத்திரிகைகளை நடத்துபவர்களில் பலர் மக்கள் எதை எதிர்பார்க்கிறார்களோ, எதை விரும்புகிறார்களோ அதற்காக நடத்துகிறார்கள். நாடு மாறும் மாற்றத்திற்கேற்ப நாமும் மாற வேண்டும் என்கிறார்கள்.

இன்று வெளிவரும் பத்திரிகைகளுள் பெரும்பாலானவை, 'வாசகர்கள் விரும்புகிறார்கள்' எனும் போலி வாதத்தில் தங்களை இறுக்கிக் கொண்டு பாலுணர்ச்சிக் கதைகளையும், கட்டுரைகளையும் வெளியிட்டு வாசகர்களை ஒரு போக்கு உடையவர்களாகச் செய்யும் பெருந் தொண்டில் போட்டியிட்டு முன்னேற்றம் காண்கின்றன.

நல்லவற்றைப் படித்துப் பயன் பெற யார் விரும்ப மாட்டார்கள்? கல்கியின் எழுத்துக்களைத் தொடர்கதைகளைப் படிப்பதற்காக என்று வரும் அடுத்த இதழ்? என எதிர்பார்த்தவர்கள், அக்காலத்தில் ஏராளம். வாசகர்கள் விழிப்பானவர்கள் தாம். அவர்கள் நல்லதையே விரும்புகிறார்கள். ஆனால் எந்தப் பக்கம் புரட்டினாலும் 'புதிய அலை' எனும் விதத்தில் செய்திகள் இருக்கும் போது பார்வையை ஒதுக்கிக் கொள்ளும் துறவிகளாக அவர்கள் ஆகிவிடுவதில்லை.



ஒருவர் வாங்கும் இதழினை அவர் குடும்பத்தினர் அனைவரும் வயது வித்தியாசம் இல்லாமல் படிக்கிறார்கள். இந்த வகைக் கதையின் போக்கு நல்லவர்களையும், உறுதியான உள்ளம் கொண்டவர்களையும் நெகிழ்ச்சி செய்து தீங்கு விளைவிக்கக் கூடியதே.

நல்ல படைப்புகளுக்குக் காரணமாக இருந்த சிறந்த எழுத்தாளர்கள் இன்றைய பத்திரிகைகளால் புறக்கணிக்கப்படுகின்றனர். 'புதிய அலை' எழுத்தாளர்கள் ஒழுக்கக் கேடுகளை நியாயப்படுத்தி எழுதிக் குவித்து மனச்சரிவுக்கும், சபலத்துக்கும் இழுத்திச் செல்வதை இன்று காணலாம். ஒரு சமுதாயம் கதை படிப்பதனாலும், படங்களைப் பார்ப்பதனாலும், சுவரொட்டிகளைக் காண்பதாலும், கெட்டுப்போக வழி இருக்கிறது என்பர்.

பாலுணர்ச்சியைத் தூண்டும் படங்கள், செய்திகள், துணுக்குகள், இவற்றை வெளியிட்டு வாசகர்களின் உணர்ச்சிகளைத் தூண்டுதல் செய்யும் பத்திரிக்கைகளை 'மஞ்சள் பத்திரிகைகள்' (Yellow Journalism) என்றும், 'இழிநிலை இதழியல்' எனவும் 'இதயமில்லாத இதழியல்' (A Journalism Without Soul) என்றும் அழைப்பர். அவ்வகையில் இன்று சில பத்திரிகைகள் சென்று கொண்டிருப்பது வருந்ததற்குரியதே.

படிப்போரின் உள்ளத்தை மேம்படுத்தவும் பத்திரிகைகளால் முடியும். சுதந்திரப் போராட்ட காலத்து மக்களிடையே விடுதலை வேட்கையைப் பரப்பியவை பத்திரிகைகளே. அடக்கு முறை அரசுகளுக்கு எதிராக போர் முரசு கொட்டி மக்கள் சுதந்திர வாழ்வு வாழ உறுதுணை புரிந்ததில் பத்திரிகைத் துறைக்கும் பங்கு உண்டு.

அரசாங்க ஊழல்களையும், முறைகேடுகளையும் வெளியிட்டு அத்தகைய அரசியல்வாதிகள் வீழ்ச்சியடையக் காரணமாக இருந்ததும் பத்திரிகைகளே. செய்திகளையும், செய்தி விளக்கங்களையும் தந்தும், தலையங்கங்களையும், சிறப்புக் கட்டுரைகளைத் தீட்டியும் மக்கள் கருத்தை உருவாக்குவதும் பத்திரிகைகளே. ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள் பகுதியை வெளியிட்டு மக்கள் குரலை அரங்கேற்றுவதும் பத்திரிகைகளே.

மருத்துவர் நோயாளியின் உடல்நிலை அறிந்து தக்க மருந்து அளிப்பது போன்று பத்திரிகையாளனும் வாசகரின் விருப்பு, வெறுப்பு அறிந்து பல புதிய நல்ல படைப்புக்களை அறிமுகப்படுத்த வேண்டும்.

அதற்காக வாசகர்கள் கேட்கிறார்கள், விரும்புகிறார்கள் எனும் நோக்கத்தில் ஆபாசப் படைப்புகளை வெளியிட்டு அவர்கள் மனதில் நஞ்சைக் கலக்கக் கூடாது. மனம் (உள்ளம்) மாறினால் உடல் மாற வழி ஏற்படும். ஆகவே வாசகரின் மனதைப் பத்திரிகைகள் செம்மைப்படுத்த முயற்சிக்க வேண்டுமேயல்லாமல் தீய வழிக்குக் கொண்டு செல்ல வழிகாட்டக் கூடாது.

வாசகர்களைப் பத்திரிகைப் பணியில் ஈடுபடுத்தி தங்கள் வளர்ச்சியைப் பெருக்கிக் கொள்ளப் பத்திரிகைகள் ஆசிரியருக்குக் கடிதங்கள், கேள்வி பதில் போன்ற பகுதிகளை வைத்துள்ளன. அவ்வப்போது பலவிதமான போட்டிகளை நடத்திப் பரிசுகளையும் வழங்குவதுண்டு.

திரட்டு, எடுத்து எழுதியவர், நன்றி, கூறக் கேட்டவர், கேட்டு ரசித்தவர் போன்ற போர்வையிலும் செய்திகளை எழுதி அனுப்பி வாசகர்கள் பத்திரிகைப் பணியில் ஈடுபடுகின்றனர். அச்சமயம் படைப்பாளிக்குக் கிடைக்க வேண்டிய அன்பளிப்புத் தொகை எழுதிய வாசகனுக்குக் கிடைக்கின்றது.

வாசகனின் இன்றைய தேவை, விருப்பம், இவற்றை அறிந்து பத்திரிகைகள் பல்விதப் பகுதிகளைத் தருகின்றன. ஒரே இதழ் பல்வேறு பகுதிகளை வெளியிடுவதால் மனிதநேய ஆர்வம் அடிப்படையில் அவை பயன்படுகின்றன. வேலை வாய்ப்பு, திருமணம் உள்ளிட்ட வரி விளம்பரங்கள், லாட்டரி, தேர்தல், தேர்வு முடிவுகள், ராசி பலன், இன்றைய நிகழ்ச்சி, இன்றைய திரைப்படம், அறிவியல். கலை, வணிக, விளையாட்டுப் பகுதி, அரசியல் செய்தி, திரைப்பட விமர்சனம், புத்தக மதிப்புரை, கருத்துப்படம், சிரிப்புத் துணுக்குகள், காலநிலைக் குறிப்பு, அங்காடி நிலவரம், பங்கு நிலவரம், வாசகர் கடிதங்கள், தலையங்கம், பலரின் கட்டுரைகள் என்பன போன்ற பல பகுதிகளைத் தாங்கி வருவதால் அவை பயன்படுகின்றன.

பத்திரிகைகள் விற்பனையைப் பெருக்குவதற்காக வாணிக நோக்கத்தில் சமுதாயப் பண்பாட்டையும், மக்களின் ஒழுக்கத்தையும் சீரழிக்கும் பணியில் ஈடுபடலாகாது. உணவுக்கு உப்பிடுதல் போன்று கவர்ச்சியை அளவோடு தருதல் வேண்டுமே ஒழிய, கவர்ச்சியை உணவாக்கி விடக் கூடாது. தற்போது மஞ்சள் பத்திரிகைகளையும் மிஞ்சும் வகையில் பத்திரிகைகளில் கதைகளும், ஓவியங்களும் வெளியாகின்றன. இது பத்திரிகைச் சுதந்திரத்தைத் தவறாகவும், தீங்காகவும் பயன்படுத்துவதாக அமைகிறது.

மக்கட்குத் தொண்டு செய்யும் நோக்கம் இல்லாவிடினும் சமுதாயத்திற்குத் தீங்கு செய்வதையாவது நிறுத்த வேண்டும். சிறந்த அறிவுரைக் கதைகளை வெளியிட்டு வாசகர்களின் அறிவுப்பசிக்குத் தீனி போட வேண்டும்.

காலையில் எழுந்ததும் பலருக்கு அன்றைய பத்திரிகைகளைப் படித்தால் தான் சுறுசுறுப்பு வரும். அவ்வாறு வாசகர்களை விழிப்புக் கொள்ளச் செய்யும் பத்திரிகைகள், வாசகர்களின் மனநிலைக்கேற்ப அரிய நல்ல செய்திகளை வெளியிட்டும், வாசகர்களின் மனதில் நீங்கா இடம் பெறும்படியும், பலரை வாங்கத் தூண்டும் படியும் வெளிவருதல் பயனுடையதாகும்.

பத்திரிகைகள் வாசகர்களின் பிரச்சனைகளை, சிக்கல்களை, குறைகளை, வேண்டுதல்களை, எதிர்பார்ப்புகளை இது உங்கள் இடம், உங்கட்காக போன்ற

தலைப்புகளில் வெளியிட்டு அரசின் கவனத்தை ஈர்க்கின்றன. துக்ளக் பத்திரிகையின் 'புகார் பகுதி' அறியத்தக்க ஒன்றாகும். வாசகர்களின் புகார்களை வெளியிட்டு ஒரு நகலைத் தொடர்புடைய துறைக்கு அனுப்பி, பதில் வந்தால் பதிலையும் வெளியிட்டு நன்றி தெரிவித்து, பதில் வரவில்லை எனில் இப்பகுதி அச்சோறும் வரை பதில் இல்லை என்ற விபரத்தைத் தெரிவித்து சமுதாயப் பணி ஆற்றி வருகின்றது.

தினமணி நாளிதழின் தலையங்கப் பகுதி முக்கியப் பிரச்சனைகளை எளிய முறையில் வாசகர்கள் புரிந்துக் கொள்ள உதவுகிறது. ஒரு கருத்தைப் படத்தின் மூலம் விளங்கும் கருத்துப்படத்தையும், கேலிச்சித்திரத்தையும் பத்திரிகைகள் வெளியிட்டு வருகின்றன.

வாய்விட்டுச் சிரித்தால் நோய்விட்டுப் போகும் என்பதை உணர்ந்து பத்திரிகைகள் செய்தி, நகைச்சுவை, ஓவியத் துணுக்குகளை வெளியிட்டு வருகின்றன. ஆனந்தவிகடனில் வரும் துணுக்குகள் சிரிக்கவும், சிந்திக்கவும் வைக்கின்றன. குமுதத்தின் 'பிராத்தனை கிளப்' பகுதி நோய் அடைந்தவர்கள் குணம் அடைய கூட்டுப் பிராத்தனை செய்கிறது.

'இன்றைய நிகழ்ச்சிகள்' பகுதியும் பயனுள்ள ஒன்றாம். இப்பகுதிக்கு எவ்விதக் கட்டணமும் வாசகரிடமிருந்து பெறப்படமாட்டாது. ஏமாற்று விளம்பரங்களைப் பத்திரிகைகள் வெளியிடக்கூடாது. குற்றவியல் செய்திகட்கு குறைந்த இடம் கொடுத்தால் போதுமானது. திரைப்படத் திறனாய்வு, புத்தகத் திறனாய்வு, விளையாட்டுத் திறனாய்வு, விளையாட்டுத் திறனாய்வு எனப் பற்பல பகுதிகளையும் பத்திரிகைகள் வெளியிட்டு சமுதாயப் பணி புரிந்து வருகின்றன.

வேலை தேடுவோர்க்காக 'வழிகாட்டி' என்ற பகுதியினைப் பத்திரிகைகள் வெளியிட்டு வருகின்றன. பத்து, பன்னிரண்டாம் வகுப்புகளுக்காரிய மாதிரி வினா -விடைத் தாள்களைப் பத்திரிகைகள் வெளியிட்டு சமுதாயப் பணி புரிகின்றன.

எங்கோ நடக்கும் செய்திகளை உடனுக்குடன் வெளியிட்டு சமுதாயம் மேன்மேலும் சிறப்புற, உயர பத்திரிகைகள் வழிகாட்டுகின்றன.

பொது அறிவு வினா விடைப் பகுதிகளை வெளியிடும் பத்திரிகைகள் பணியாற்றுகின்றன.

பத்திரிகைகள் வாசகர்களின் அனுபவங்களை, வாழ்வில் நடந்த பல சம்பவங்களை உள்ளது உள்ளபடி வெளியிட்டுச் சிந்திக்க வைக்கின்றன. வானொலி, தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை வெளியிடும், திறனாய்ந்தும் வெளிப்படுகின்றன. 'ஆயிரம் வார்த்தைகளை ஒரு புகைப்படம் செய்கிறது'

என்பதற்கேற்ப புகைப்படங்களைப் (கருப்பு, வெள்ளை, வண்ணம்) பத்திரிகைகள் தருகின்றன.

வாசகர்களின் கேள்விகளுக்கு பதில் தருகின்றன. குறுக்கெழுத்துப் போட்டி, அறிவுப் போட்டி என பல போட்டிகளை நடத்தி வாசகர்களைச் சிந்திக்க வைக்கின்றன.

வாசகர்களின் விமர்சனங்களை அர்ச்சனை, தபால் போன்ற தலைப்புகளில் வெளியிட்டு வருகின்றன.

பல திருக்கோயில்கள், சமயச்சான்றோர் சிந்தனைகளைப் பத்திரிகைகள் வெளியிட்டு வாசகர்களைப் பக்தி மார்க்கத்தில் ஈடு பட வைக்கின்றன. (குமுதம் - பக்தி ஸ்பெஷல், சக்தி விகடன்)

இன்றைய தமிழ் நாளிதழ்கள், பருவ இதழ்கள் இலக்கிய வளர்ச்சிக்கும், சமுதாய உயர்விற்கும் மேன்மேலும் அருந்தொண்டாற்றிடல் நன்று.

## புலனாய்வு இதழியல்

தமிழ் இதழியல் துறையில் வியத்தகு வளர்ச்சியைக் கண்டுள்ளவைகளில் குறிப்பிடத்தக்கவை புலனாய்வு இதழ்கள் எனலாம். மாதத்திற்கு இரு முறையில் தொடங்கி இன்று வாரத்திற்கு இருமுறையாக வளர்ந்துள்ளமையே இதற்குச் சான்றாகும். மேலும் பல பெரிய நிறுவனங்களும் புலனாய்வு இதழ்களைத் தொடங்கியமையும் இதற்குச் சான்று எனலாம்.

சமுதாயத்தில் புறக்கணிக்கப்பட்ட, ஒடுக்கப்பட்ட, மறைக்கப்பட்ட செய்திகளையும், உண்மைகளையும் இனம் கண்டு தோண்டித் துருவி வெளிக் கொணர்வதே இவ்வகை இதழ்களின் இன்றியமையாத நோக்கமாகும். இந்நிலை குழுநிலையில் தொடங்கி இன்று தனிமனிதச் செய்திகளாக வளர்ந்துவிட்டது.

மேலும் மிகவும் பரபரப்பை ஏற்படுத்துவனவாக இவை அமைகின்றன. அரசியல் மட்டுமில்லாமல் அனைத்துத் துறைகளிலும் இவ்விதழ்கள் செய்திகளை வெளிக்கொணர்கின்றன. அரசியல் செய்திகளில் மிகவும் பரபரப்பை ஏற்படுத்துகின்றன. தினமும் வெளியாகும் நாளிதழ்களும் புலனாய்வுச் செய்திகளைச் சில நேரங்களில் தாங்கிவருகின்றன.

பரபரப்பான செய்திகள் இல்லாத நேரங்களில் வார இதழ்களைப் போன்றே அனைத்துத் துறைத் தகவல்களையும் புலனாய்வு இதழ்கள் தாங்கி வருவது

கண்கூடாகும். இதில் மிகசெல்வாக்கு பெற்றவையாக ஜீனியர் விகடன், குமுதம் ரிப்போட்டர், நக்கீரன், தராசு, போலீஸ் செய்தி, நெற்றிக்கண் முதலியனவற்றைக் குறிப்பிடலாம். இவை அதிகாரவர்க்கத்தில் உள்ள குறைகளையும், குற்றங்களையும் வெளிச்சமிட்டுக் காட்டுவதால் இவை அரசின் எதிர்ப்பிதழ்கள் போன்ற உணர்வு ஏற்படும்.

எனினும் அரசு சார்பாகவும் செய்திகளை வெளியிட்டு அதனைச் சரிசெய்து கொள்கின்றன. எனினும், இவ்விதழ்களின் நிருபர்கட்கு மிகுந்த ஆபத்தும், எதிர்ப்பும் நிறைந்துள்ளதே உண்மை நிலையாகும். வெளிநாட்டில் இத்தகைய நிருபர்கள் தம்மைக் காத்துக் கொள்வதே பெரும்பணியாகத் திகழ்கிறது.

இன்றைய நிலையில் புலனாய்வு இதழ்கள் மிகச்சிறப்பான சமுதாய, இதழியல் பணியாற்றி வருகின்றன. ஆனால் தனி ஒருவரைப் பற்றிய சிறிய செய்தியை, பிரச்சனையைப் பூதாகரமாக்கிக் காட்டுவதும் செய்திகளை மிகைப்படுத்திக் கூறுவதும், தனிமனிதப் பிரச்சனையைச் சமுதாயப் பிரச்சனையாக்குவதும் இன்றைய நிலையாகிறது.

மேலும் ஓரிதழில் பெரிய செய்தியாக வெளியிட்ட ஒன்றைப் பற்றி அதற்குப் பிறகு மறந்து விடுவதும் வாடிக்கையாகிவிட்டது. இவ்விதழ்கள் சார்புநிலையைப் பின்பற்றுகின்றன என்றும் விற்பனை, எதிர்ப்பைக் கருத்தில் கொண்டே செய்திகளை வெளியிடுகின்றன என்றும் குற்றச்சாட்டு பரவலாக இருந்து வருகின்றது.

மேலும் சில நேரங்களில் மஞ்சள் பத்திரிகைகள் போன்றும் செயல்படுகின்றன. குறிப்பாக திரைத்துறையைப் பற்றிய செய்திகள், தொடர்கள், கட்டுரைகளை வெளியிட நீதிமன்றம் தடைவிதித்தமை போன்றன இதற்குச் சான்றாகும். இந்நிலை தனிமனிதர்களைப் பற்றியமைக்கும் பொருந்துவதாகும்.

விற்பனை, பரபரப்பு என்பனவற்றையே நோக்கமாகக் கொண்டு வெளிவருவன நச்சிதழ்கள் எனலாம். இதன் உள்ளடக்கம் முழுமையும் நச்சுத்தன்மை கொண்டதாக அமையும். தீவிரவாதம், பாலுணர்வு, அரசுக்கு எதிர்ப்பான செய்திகள், சமுதாய நலனுக்கு எதிரான, ஒற்றுமைக்கும் ஒருமைப்பாட்டிற்கும் குந்தகமான செய்திகள், கொச்சை உணர்வுகள் கொண்ட படங்கள் முதலியனவற்றைத் தாங்கி வருவன இந்நிகழ்ச்சிகள் ஆகும்.

இவை தடைசெய்யப்பட வேண்டியதும், புறக்கணிக்கப்பட வேண்டியதும் ஆகும். இவை சாதி, மத உணர்வுகளையும் தூண்டிவிட வழிசெய்யும். திரை மறைவு விற்பனையில் இவை மக்களை வந்தடைதலும் உண்டு. சில நேரங்களில் வெளிவராத தகவல் என்ற போர்வையிலும் இவை வெளிவருதலுண்டு.

அச்சிதழ்கள் தோன்றிய நாள் முதல் எழுச்சி பெற்று வளர்ந்துள்ளன என்பதே உண்மையாகும். அவை எண்ணிக்கையிலும் துறை வகைமையிலும், வெளிவரும் முறைமையிலும் பல்கிப் பெருகியுள்ளமை இதனை விளக்குவதாகும். ஆனால் சுழற்சி விற்பனை எண்ணிக்கையைக் கொண்டு குறைந்து விட்டன. வீழ்ந்து விட்டன என்பர் சிலர்.

அது பொருந்தாக் கூற்றாகும். எண்ணிக்கையில் பெருகியுள்ளமையே இதற்குக் காரணமாகும். மேலும் நகரங்களுக்கும், வளர்ந்த கிராமங்களுக்கும் மட்டுமே பத்திரிகைகள் என்ற நிலைமாறி, பட்டி தொட்டி எங்கும் பத்திரிகைகள் என்ற நிலை தோன்றியுள்ளது. எழுத்தறிவு வளர்ந்துள்ளமையும், பெண்களின் விழிப்புணர்வும், எழுத்தறிவும் பத்திரிகைகளின் எழுச்சிக்குக் காரணங்களாகின்றன.

இன்று பெண்கள் பத்திரிகைகளைப் படிக்கும் போக்கு பெருகியுள்ளது. எனினும் ஆண்களுக்கு நிகராக, வீட்டிலிருக்கும் குடும்பப் பெண்கள் எனச் சுட்டப்படுவோர் பத்திரிகைகளைப் படிப்பதில்லை என ஆய்வுகள் கூறுகின்றன. இந்நிலை மாறினால் பத்திரிகைகளின் செல்வாக்கு மிக அதிகமாகும் என்பது திண்ணம்.

முன்பு நூலகங்களில் அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்பட்ட பத்திரிகைகள் இன்று இல்லங்கள் தோறும் சென்றடையும் அவசியப் பொருள்களில் ஒன்றாகக் (காலையிலேயே) காட்சியளிக்கிறது. சிலர் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பத்திரிகைகளை வாங்குவதையும், படிப்பதையும் காணமுடிகின்றது.

பத்திரிகை தரத்திலும், தொழில்நுட்பத்திலும் வெகுவாக வளர்ந்துள்ளது. துறைசார்ந்த இதழ்களின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து வருகிறது. ஒரே இதழில் அனைத்துச் செய்திகளும் என்ற நிலை இருந்தது. இன்றும் பொது இதழ்கள் குறிப்பாக நாளிதழ்களில் அனைத்துதுறைச் செய்திகளும், கட்டுரைகளும் இடம் பெறுவது கண்கூடு. ஆழ்ந்த, நுணுகிய கருத்துக்களைப் பெற முடிகிறது.

கருத்துப் பரவலாக்கலுக்கும், மாற்றுச் சிந்தனைகட்கும், பல்வேறு பட்ட சிந்தனைகட்கும், பன்முக நோக்கிற்கும் தகுந்த வழிகிடைகிறது. ஆனால் அறிவியல் வளர்ச்சிக்கும், கால ஓட்டத்திற்கும், உலக நிலைக்கும் ஏற்பத் தமிழில் இதழியல் வளர்ந்துள்ளதா எனில் தொழில்நுட்பத்திலும், பொதுநிலையிலும் வளர்ந்துள்ளது எனக் கூறலாம்.

ஆனால் சோதிடம், பக்தி, திரைப்படம் போன்ற துறை இதழ்களின் வளர்ச்சி தான் பெருகுகிறதே தவிர அறிவியல் வேளாண் தொழில்நுட்பம், மருத்துவம், கணினி, பொறியியல், விளையாட்டு, கைத்தொழில், சிறு தொழில், பெருந் தொழில், தகவல் தொழில்நுட்பம் போன்ற துறைகளில் இதழ்களின் வளர்ச்சி (துறைசார் இதழ்கள்) போற்றும் படியாக இல்லை எனலாம். ஆனால்

வெளியாகும் இதழ்கள் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியை முழுமையாகப் பயன்படுத்தி வெளியிடப்படுகின்றன.

### பயிற்சி வினாக்கள்

1. இதழியல் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் குறித்து விவரிக்க அல்லது
2. தமிழகத்தில் இதழியல் வளர்ச்சியில் காணப்படும் தனித்தன்மைகளைப் பட்டியலிடுக.
3. தொடக்கக் கால இதழியல் வரலாற்றை வரைக.
4. இயக்க இதழ்கள் பற்றி சுருக்கி வரைக.
5. தற்காலத் தமிழ் இதழ்கள் பற்றி ஆய்க.
6. தற்காலத் தமிழ் இதழ்களின் போக்கினை மதிப்பிடுக.
7. விடுதலைப் போரில் தமிழ் இதழ்களின் பங்கினை ஆய்க.
8. திராவிட பொதுவுடைமை இயக்கங்களின் பங்கினை ஆய்க.
9. புலனாய்வு இதழியல் பற்றி விவரிக்க.
10. தமிழ் இதழ்களில் அண்மைக் காலப்போக்குகளை ஆராய்க.

### இதழியல் சட்டங்கள்

இந்திய விடுதலைக்கு உறுதுணை புரிந்த ஒப்பற்ற கருவிகளுள் ஒன்று பத்திரிகைகள். “எழுத்துரிமை, பேச்சுரிமை, கருத்தை வெளியிடும் உரிமை ஆகியன ஜனநாயக நாட்டின் அடித்தளமாகும்.

அச்சிடும் உரிமை, திறனாய்வு உரிமை, அறிவிக்கும் உரிமை ஆகிய மூன்று உரிமைகளைப் பெற்றிருக்கும் இதழ்கள் உள்ள நாடு தான் முழுவிடுதலையைத் துய்க்கின்ற நாடாகும். இதழ்களை ‘ஜனநாயகம் பரப்பும் தூதுவன்’ என்பர். எனவே இதழ்களை முடக்குவது ஜனநாயகத்தை முடக்குவதாகும்.

பத்திரிகை சுதந்திரம் என்பது பத்திரிகையை நடத்துவதற்காக அரசு அளிக்கும் சுதந்திரம் என்பது மட்டுமின்றி அன்றாடம் நிகழும் அனைத்து நிகழ்ச்சிக் பற்றிய செய்திகளையும் பத்திரிகையாளர்கள் எவ்விதமான தங்கு தடையுமின்றி வெளியிடுவதாகும். பிரிட்டனில் பத்திரிகைகளுக்கு முழுசுதந்திரம் உண்டு. அவை நீதிபதிகளைக் கூடக் கட்டுப்படுத்த முடியும்.

குடியாட்சி நாட்டில் குடிமகனுக்கும் இதழ்களுக்கும் கொடுக்கப்பட்டிருக்கும் பேச்சுரிமையும், எழுத்துரிமையும் பொதுவானவை. சட்டத்திற்குப் புறம்பாக நடக்காத வரை தனி மனிதன் நாட்டின் குடிமகனாகவும், இதழ்கள் உரிமைப்பெற்ற மக்கள் தொடர்புச் சாதனமாகவும் விளங்குகின்றன.

அவ்வாறின்றிக் கட்டுப்பாடற்ற முறையில் செயல்படும் போது நாட்டின் நலன் கருதி அரசு வகுத்திருக்கும் சட்டங்களைச் சந்திக்க வேண்டிய கட்டாயத்திற்கு உள்ளாக நேரிடுகிறது. பொதுமக்களுக்கு எல்லாச் செய்திகளையும் தருவது இதழின் மரபானால் சிலவற்றைத் தரக்கூடாது என்பது அரசின் சட்டமாக உள்ளது.

முன் அனுமதியின்றிச் செய்திகளை வெளியிடும் உரிமையைப் பத்திரிகைச் சுதந்திரமாக இதழ்கள் பெற்றுள்ளன. சில சட்டவரையறைகளுக்கு உட்பட்டே இந்த உரிமைகளைப் பயன்படுத்த வேண்டுமென்று அரசு விரும்புகிறது. வயலுக்குப் பாதுகாப்பாகவும், உடையவனுக்கு உரிமை தருவதாகவும் அமைகின்ற வேலி போலக் குடியாட்சி நாடுகளில் சட்டத்திற்குட்பட்ட பத்திரிகைச் சுதந்திரம் அமைந்திருக்கிறது.

செய்தித் துறையினர் எல்லா வகையிலும் பொறுப்புடையவர்கள். அவர்களைப் பாதிக்கின்ற சட்டங்களைப் பற்றிய தெளிவான அறிவு



அவர்களுக்கு வேண்டும். தனிமனித அவதூறு, நீதிமன்ற அவமதிப்பு, குற்றம் புரியத் தூண்டுதல், நெருக்கடி காலத்தில் அரசிற்குப் புறம்பாகச் செயல்படுதல், உள்நாட்டுப் பாதுகாப்பிற்கும் வெளிநாட்டு உறவுக்கும் தீங்கான செய்திகளைப் பரப்புதல் முதலியனவற்றைச் செய்தித்தாள்களின் குற்றமாக அரசு கருதுகிறது.

இக்குற்றங்களின் அடிப்படையில் வழக்குத் தொடர்ந்து தண்டனையளிக்க அரசியல் சட்டப்பிரிவுகள் இடந்தருகின்றன. இவை தவிர தொழில் முறைச் சட்டங்கள் சிலவற்றையும் நடைமுறையில் காணலாம்.

### 1835 -ஆம் ஆண்டு செய்தித்தாள் பதிவுச் சட்டம்

'கிழக்கிந்திய குழுமத்தின் ஆட்சிக்குட்பட்ட பகுதிகளில் இச்சட்டம் செல்லுபடியாகும்' என்ற அறிவிப்போடு சார்லஸ் மெக்காஃப் காலத்தில் வந்தது இச்சட்டம். இதன் சரத்துக்கள் கடுமையாக இல்லாது வங்காளம், பம்பாய், சென்னை ஆகிய இடங்களின் செய்தித்தாள்களுக்குரியதாயிருந்த சில கட்டுப்பாடுகளைத் தளர்த்துவதாக அமைந்திருந்தன.

இச்சட்டத்தின் படி அச்சகர், வெளியிடுபவர் இருவரும் தங்கள் பெயர், அச்சகம் அமைந்திருக்கும் இடம், பதிப்பிக்கும் இடம் ஆகிய விவரங்கள் அடங்கிய அறிக்கை ஒன்றை அளிக்க வேண்டும். தவறியவர்களுக்கு ஐயாயிரம் ரூபாய் தண்டமும், இரண்டு ஆண்டுச் சிறைத் தண்டனையும் உண்டு.

### 1878-ஆம் இந்திய மொழி இதழ்கள் சட்டம்

தலைமை ஆளுநர் லிட்டன் பிரபு காலத்தில் இந்திய மொழி இதழ்கள் ஆங்கில அரசைக் கடுமையாகத் தாக்கி எழுதின. சட்டத்தினால் இதனைத் தடுத்து நிறுத்தாவிடின் ஆங்கில அதிகாரிகளுக்கு ஆபத்து வரலாமென்று லிட்டன் பிரபு இங்கிலாந்து நாடாளுமன்றத்தின் தெரிவித்து ஒப்புதல் பெற்றார்.

இச்சட்டத்தின் படி இதழ்கள் குறிப்பிட்டதொரு தொகையைப் பிணையமாகக் கட்ட வேண்டும். அரசாங்கத்தின் மீது வெறுப்பு உண்டாகும் படி எழுதக் கூடாது. இனம், மதம், சாதி இவற்றினடிப்படையில் கலவரத்தைத் தூண்டும் முறையில் செய்திகள் வெளிவரக் கூடாது.

மேற்கண்ட கட்டுப்பாடுகளை ஒப்புக் கொள்வதாக அச்சிடுபவர், வெளியீட்டாளர் இருவரும் நீதிமன்ற நடுவர் அல்லது காவல் துறை அதிகாரியிடம் உறுதிமொழிப் பத்திரம் ஒன்றை எழுதிக் கொடுக்க வேண்டும். அச்சகங்களையும் இதழ்களையும் பறிமுதல் செய்யும் அதிகாரம் இவர்களிருவருக்கும் உண்டு.

இந்த நடவடிக்கைகளை எதிர்த்து எந்த வழக்கு மன்றத்திற்கும் போக முடியாது. இச்சட்டத்தை மீறுகிறவர்களுக்கு முதலில் எச்சரிக்கை அறிவிப்பு

வரும், மறுபடியும் தொடர்ந்தால் பிணையத் தொகையை இழப்பதோடு அபராதமும் சிறைத் தண்டனையும் அளிக்கப்படும்.

இந்திய மொழி இதழ்களுக்கு இச்சட்டம் பெருத்த அடியாக அமைந்தது. சென்னையில் தாய்மொழி இதழ்கள் அதிகம் இல்லாததால் இச்சட்டம் அங்கு நடைமுறைப் படுத்தப்படவில்லை. வங்காள மொழியில் வெளிவந்து கொண்டிருந்த அமிர்தபஜார் பத்திரிகா இச்சட்டத்திலிருந்து தப்புவதற்காகவே அமலுக்கு வந்த அன்று இரவே ஆங்கில மொழி நாளிதழாக மாறிவிட்டது.

இங்கிலாந்து நாடாளுமன்றத்தில் எதிர்க்கட்சித் தலைவர் கிளாட்ஸன் பிரபு இச்சட்டத்தினைக் கடுமையாக எதிர்த்துப் பேசினார். இங்கிலாந்து நாட்டின் பிரதமராக கிளாட்ஸன் வந்த பிறகு அவருடைய ஆலோசனையின் படி ரிப்பன் பிரபு 1881 -ல் இச்சட்டத்தைத் திரும்ப பெற்றார்.

**1931- ஆம் ஆண்டு இந்திய இதழ்கள் (நெருக்கடி கால அதிகாரங்கள்) சட்டம்:**

1930 -ல் காந்தியார் தொடங்கிய சட்ட மறுப்பு இயக்கம் பெரிதும் பரவி பல்வேறு விளைவுகளை உண்டாக்கியது. இக்கொந்தளிப்பான சூழலில் கடுமையான சட்டங்களை இதழ்கள் மீது ஆங்கில அரசு திணித்தது. கொலை, வன்முறை முதலியனவற்றைத் தூண்டும் அல்லது ஆதரிக்கும் வகையில் அமையும் வெளியீடுகளைத் தடுப்பது இச்சட்டத்தின் நோக்கமாகும்.

இதன்படி அச்சுக் கூடங்களும், இதழ்களும் பத்தாயிரம் ரூபாய் வரை பிணையத் தொகையாகக் கட்ட வேண்டியிருந்தது. பிணைத் தொகையினைப் பறித்துக் கொள்ளும் உரிமை மாநில அரசுகளுக்கும் கொடுக்கப்பட்டிருந்தது. செய்தித் தாள்களில் தேசிய தலைவர்கள் கைது, ஊர்வலம், தடியடி போன்ற செய்திகளையும், படங்களையும் வெளியிடத் தடை விதிக்கப்பட்டது.

அச்சுக் கூடங்களும் செய்தித்தாள்களும் அடிக்கடி மூடப்பட்டதால் அவற்றின் பொருளாதாரம் பெரிதும் பாதிக்கப்பட்டது. எல்லா அரசியல் நிகழ்ச்சிகளுக்கும் முட்டுக்கட்டையாக இச்சட்டம் அமைந்திருந்தது.

**இந்திய அரசியல் அமைப்பின் அடிப்படை உரிமைகள்**

இந்திய நாடு குடியரசு அமைப்பிற்கான அரசியல் சட்டங்களை வரையறைப்படுத்தியது. 1950 சனவரி மாதம் 26ம் நாள் நடைமுறைக்கு வந்த இச்சட்டத் தொகுப்பில் பிரிவு 19 -இன் உட்பிரிவு 1 (19-1) கருத்துச் சுதந்திரம் பற்றியதாக அமைந்தது. இரண்டாம் பிரிவில் (19-2) கருத்துச் சுதந்திர உரிமைக்கும் சில வரையறைகள் கொண்டுவரப்பட்டன.

அவதூறு, இழித்துப் பேசுதல், பெயருக்கும் புகழுக்கும் இழுக்கு உண்டாக்குதல், நீதிமன்ற அவமதிப்பு, ஆகியனவற்றின் தொடர்பில் இப்பிரிவின்

சட்டங்கள் வரையறைப் படுத்தப்பட்டன. அத்துடன் புதிய சட்டங்கள், இயற்றுவதைத் தடுத்தல், நாட்டின் பாதுகாப்பிற்குத் தீங்கு உண்டாக்கும் முறையில் பேசுதல் எழுதுதல், அரசைக் கவிழ்க்கும் முறையில் பேசுதல் - எழுதுதல், வன்முறை, நாசவேலைகளைத் தூண்டும் முறையில் பேசுதல்-எழுதுதல் ஆகியனவும் இச்சட்டப் பிரிவின் படி குற்றங்களாகக் கருதப்படுகின்றன.

### இந்திய அரசியலமைப்புச் சட்டம்

மேற்கண்ட (19-2) பிரிவு 1951, ஜூன் மாதம் 18 -ஆம் நாளன்று திருத்தப்பட்டு மேலுஞ்சில வரைமுறைகள் சேர்க்கப்பட்டன. அயல் நாடுகளுடன் உள்ள பொது உறவுகளுக்குத் தீங்கு உண்டாக்கும் முறையிலும், குற்றங்களைச் செய்யுமாறு பொதுமக்களைத் தூண்டும் முறையிலும் பேசுவதையும் எழுதுவதையும் இத்திருத்தம் தண்டனைக்குரிய குற்றங்களாகக் கருதியது. இக்குற்றங்களைப் புரிந்தோர்கள் மீது வழக்குத் தொடுத்துத் தண்டனை அளிப்பதற்கும் நீதிமன்றங்களுக்கு உரிமை வழங்கப்பட்டது.

### இதழ்கள், செய்தித் தாள்கள் அனுப்புகைச் சட்டம்:

நடுவணரசு பரிந்துரைக்கும் நூலகங்களுக்கு வெளியீட்டின் ஒரு படியை விலையின்றிக் கொடுக்க வேண்டுமென இச்சட்டம் கூறுகிறது. குறிப்பாக பம்பாய் மத்திய நூலகம், கல்கத்தா தேசிய நூலகம், தில்லி தேசிய நூலகம், சென்னை கன்னிமாரா நூலகம் ஆகிய நூலகங்களுக்கு அனுப்ப வேண்டும்.

### இந்தியன் பீனல் கோடு சட்டப் பிரிவுகள்:

நாட்டின் நலனிற்குக் கேடு விளைவிக்கும் முறையில் பேசுவதையும் எழுதுவதையும் நாட்டுத் துரோகமாகக் கருதி இ.பி.கோ. 124-ஏ பிரிவு தண்டனை அளிக்கிறது. இராணுவ வீரர்களிடம் கலவரங்களை உண்டாக்கும் படி அறிக்கை வெளியிடுவதையும், வதந்திகளைப் பரப்புவதையும் இ.பி.கோ. 505 -ஆம் பிரிவு தடுக்கிறது.. இ.பி.கோ. 295 -ஏ பிரிவு மதவுணர்வுகளுக்கு ஊறு தேடுவதைத் தடுக்கும் சட்டமாகும்.

99 -ஏ, 99ஜி வரையிலுள்ள பிரிவுகள் இன வெறுப்பு, மதவெறுப்பு ஆகியனவற்றை உண்டாக்கும் செய்தித்தாள், புத்தகங்களைப் பறிமுதல் செய்யும் அதிகாரத்தை அரசுக்கு வழங்குகிறது.

அஞ்சலகத் தொடர்பான 26, 27 -ஏ, 27 -டி வரையிலுள்ள பிரிவுகள் தடைசெய்யப்பட்ட வெளியீடுகளைப் பறிமுதல் செய்ய அஞ்சலக அதிகாரிகளுக்கு அதிகாரம் வழங்குவதோடு சட்டத்திற்குப் புறம்பான செய்திகளை வெளியிடும் இதழ்களை நிறுத்தி வைக்கவும் அதிகாரமளிக்கிறது.

இ.பி.கோ. 228 ஆம் பிரிவு நீதிமன்ற அலுவலர்களை அவமதித்து எழுதுவதைத் தடுக்கிறது. இ.பி.கோ 193, 228 ஆம் பிரிவுகள் நீதி விசாரணை செய்யும் உரிமையைப் பத்திரிகைக் குழுவிற்கு வழங்கியுள்ளது.

### பத்திரிகை கவுன்சில்

நமது நாட்டில் அமைக்கப்பட்ட முதல் பத்திரிகைக் குழு நாட்டிலுள்ள பத்திரிகைகளின் தரத்தையும், நிலையையும் ஆராய்ந்தது.

இப்பத்திரிகைக் குழு, 'பத்திரிகைகளின் சுதந்திரத்தைக் கட்டிக் காக்கவும், இதழியல் துறையில் ஈடுபட்டவர்களிடம் பொறுப்புணர்ச்சியையும், தொண்டு மனப்பான்மையையும் வளர்க்கவும்' ஒரு பத்திரிகை மன்றத்தை அமைக்க வேண்டுமெனப் பரிந்துரைத்தது.

இதன்படி இந்திய பத்திரிகை மன்றத்தை 1966 ஆம் ஆண்டு ஜூலை 4 ஆம் நாள் நிறுவினர். இதன் தலைவராக நீதிபதி மதோல்கர் பொறுப்பேற்றார். ஆனால் இம்மன்றம் 1976 ஆம் ஆண்டு நெருக்கடி நிலையையக் காரணம் காட்டி கலைக்கப்பட்டது. மீண்டும் 1978 -ல் பத்திரிகை மன்றம் சட்டம் உருவாக்கப்பட்டு பத்திரிகை மன்றம் நிறுவப்பட்டது.

பத்திரிகை மன்றத்தில் தலைவர் ஒருவர், 28 உறுப்பினர்கள் பொறுப்பாளர்களாவர். உறுப்பினர்களில் 20 பேர் பத்திரிகையாளராகவும் ஐவர் நாடாளுமன்ற உறுப்பினர்களாகவும், மூவர் கல்வி அறிவியல், சட்டம், இலக்கியத் துறையைச் சார்ந்தவர்களாகவும் இருப்பர். பத்திரிகை மன்ற உறுப்பினர்களின் ஒரு பிரதிநிதி ஆகிய மூவர் கொண்ட குழு நியமிக்கும்.

பெரும்பாலும் நீதிபதிகளையே பத்திரிகை மன்றத் தலைவராக நியமிப்பது வழக்கம். இதன் தலைவராகச் செயல்படுபவர் ஓய்வு பெற்ற நீதிபதி திரு ஜெயசந்திரரெட்டி அவர்களாவார்.

### பணிகள்

இதழ்களின் சுதந்திரத்தைப் பாதுகாப்பதும், செய்தித்தாட்கள், செய்தி நிறுவனங்களின் தரத்தைக் காத்து மேம்படுத்துவதும் பத்திரிகை மன்றத்தின் தலையாய நோக்கமாகும். செய்தித்தாட்கள், செய்தி நிறுவனங்கள் பொறுப்போடும் உரிமை உணர்வோடும் பணி செய்ய மன்றம் துணைபுரிகிறது. பத்திரிகைகள் சுதந்திரமாகச் செயல்பட வேண்டிப் பல பரிந்துரைகளையும் மன்றம் அளிக்கிறது. பத்திரிகைகளுக்கும் பொதுமக்களுக்கும் இடையே பத்திரிகை மன்றம் ஒரு பாலமாக விளங்குகின்றது.

## சட்டமன்ற, பாராளுமன்ற அவமதிப்புச் சட்டம்

இதழியலாளர்களும், செய்தித்தாட்களை வெளியிடுபவர்களும் அவமதிப்புச் சட்டம் குறித்து மிகவும் கவனமாக இருக்க வேண்டும். ஒருவரின் மான இழப்புக்குக் காரணமாகின்றவரின் மீது குற்றவியல் சட்டத்தின் படியும் (Criminal Law) சமுதாயவியல் சட்டத்தின் படியும் (Civil law) நடவடிக்கை எடுக்கலாம்.

1. ஒருவரை வாய்மொழியாக இழிவுபடுத்துவதை 'அவதூறு' (scandal) என்றும்,
2. எழுத்தின் மூலம் அவமதிப்பதை 'சட்ட வழக்கிற்குட்பட்டது' (Libel) என்றும் கூறலாம்.

இந்தியக் குற்றவியல் சட்டத்தின் 499ஆம் பிரிவு அவமதிப்பு எதுவென்று விளக்குகிறது. 500 ஆம் பிரிவு தண்டனையைக் குறிப்பிடுகின்றது.

ஒருவரைப் பற்றி அவமதிக்கும் வகையில் பேசுவதோ, மற்றவர்கள் படிக்கும் வகையில் எழுதுவதோ, சைகைகள் மூலம் வெளிப்படுத்துவதோ அவமதிப்புக் குற்றத்தின் கீழ் வரவேண்டுமானால் அதில் மூன்று குறிப்பிடத்தக்க உள்ளடக்கங்கள் இருக்க வேண்டும். அவை

1. யாராவது ஒரு மனிதரைப் பற்றிய அவமதிப்பாக இருக்க வேண்டும்.
2. அப்படிப்பட்ட அவமதிப்பு பேசிய அல்லது மற்றவர்கள் படிக்க வேண்டுமென்று எழுதிய சொற்களாலோ, சைகைகளாலோ, தெரியக்கூடிய வெளியீட்டு முறைகளாலோ இருக்க வேண்டும்.
3. அத்தகைய அவமதிப்பு, ஒருவரின் புகழைப் பாதிக்க வேண்டுமென்ற நோக்கத்தோடோ, அல்லது புகழ் பாதிக்கப்படுமென்று அறிந்தோ செய்திருக்க வேண்டும்.

அவமதிப்புத் தொடர்பானவற்றை

1. மக்களின் வெறுப்பை, கிண்டலை, கேலியைத் தூண்டக் கூடியவை.
2. மக்கள் வெறுத்தோ, புறக்கணித்தோ, ஒதுக்கக் கூடியவை.
3. ஒருவரின் பணியையோ, தொழிலையோ பாதிக்கக் கூடியவை.
4. வாணிபத்தைப் பாதிக்கக் கூடியவை

என்று நான்கு வகையாகப் பகுக்கலாம்.

## விதி விலக்குகள்:

ஒருவரை அவமதிப்புச் சட்டத்தின் கீழ் பத்து குறிப்பிட்ட சூழ்நிலைகளில் தண்டிக்க முடியாதென்று 499 ஆம் பிரிவு விதிவிலக்கு அளித்திருக்கின்றது. இதன்படி பொதுநலன் கருதி சிலவற்றை வெளியிடல். அரசு ஊழியர்களைப் பற்றி நியாயமாகக் கருத்துக் கூறல்.

பொதுநலனுக்குத் தேவையானவற்றிற்காக வாதிடல். நல்ல எண்ணத்தோடு நீதிமன்ற நடவடிக்கைகளை வெளியிடல். நீதிமன்றத் தீர்ப்புப் பற்றியோ சான்று பற்றியோ நல்ல எண்ணத்தோடு கருத்துக் கூறல், பொது நடவடிக்கைகள் பற்றி பொதுநல நோக்கில் விமர்சனம் செய்தல், சட்டப்படி அதிகாரம் உடையவர்கள் சட்ட வரம்புக்குள் கருத்துக் கூறல், நல்ல எண்ணத்தோடு அதிகாரத்தில் உள்ளவர்களின் குறைகளைச் சுட்டிக்காட்டல், பொதுநலனையோ தனிமனிதர்களையோ காப்பதற்காகச் சிலரைக் குறை கூறுதல், பொது நலன் கருதி ஒருவரை எச்சரித்தல் ஆகியவை அவமதிப்புக் குற்றமாகாது.

1973 ஆம் ஆண்டின் குற்றவியல் வழக்குத் தொடர்விதிப்படி 199 (1), யார் அவமதிப்புக்கு உள்ளானார்களோ அவர்கள் தான் நீதிமன்றத்தில் வழக்குத் தொடர முடியும். ஆனால் இந்தியக் குடியரசுத் தலைவர், துணைத் தலைவர், மாநில ஆளுநர், மத்திய மாநில அமைச்சர்கள் ஆகியவர்கள் அவமதிப்புக்கு ஆளானதாகக் கருதினால் அவர்கள் சார்பில் அரசு வழக்குரைஞர் வழக்கைத் தொடரலாம்.

அவமதிப்பு வழக்கு, அவமதிப்புச் செய்தவர் மேல் மட்டுமல்ல. அதனை வெளியிட்ட நாளிதழின் பதிப்பாளர், அச்சிட்டவர், ஆசிரியர் ஆகியவர் மீதும் தொடரலாம். சட்டப்படி அவமதிப்பு உறுதிசெய்யப்பட்டால், பொறுப்பானவர்கள் அனைவரும் தண்டனைக்குள்ளாவார்கள்.

அவமதிப்புச் செய்தவர்களுக்கு, இந்தியக் குற்றவியல் சட்டம் 500 ஆம் பிரிவின் படி இரண்டாண்டுகள் வரை சிறைத்தண்டனையோ, அபராதமோ இரண்டுமோ கொடுக்கலாம். சட்டக்குழு (The Law Commission) இதோடு கூட தீர்ப்பினைச் செய்தித்தாட்களில் வெளியிடவேண்டுமென்றும், குற்றம் உறுதி செய்யப்பட்டவர் வெளியீட்டுச் செலவினை ஏற்க வேண்டுமென்றும் பரிந்துரைத்துள்ளது.

பொதுச் சட்டத்தின் படி மான இழப்பு வழக்குத் தொடர்பவர் இழப்பீடு பெற முடியும். குற்றவியல் சட்டப்படி வழக்குத் தொடர்ந்தால் அவமதித்தவர் தண்டனை பெறுவார்.

நாடாளுமன்றத்திலும், சட்டமன்றத்திலும் நடப்பவற்றைப் பொதுமக்களுக்குத் தெரிவிப்பது மக்களாட்சியில் இதழ்களின் பொறுப்பாகின்றது. ஆனால் இந்தப் பொறுப்பினை இதழ்கள் கவனமாக நிறைவேற்ற வேண்டும்.

சட்டமன்ற, நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகளை உள்ளது உள்ளபடி நாட்டு நலனைக் கருத்தில் கொண்டு வெளியிட வேண்டும். இதில் கவனமாக இல்லையேல் சட்டமன்ற நாடாளுமன்ற உறுப்பினர்களின் உரிமை மீறல் குற்றமோ, சட்டமன்ற நாடாளுமன்றத்தை அவமதித்த குற்றமோ ஏற்பட்டு விடும்.

பொதுவாக சட்டமன்ற, நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகளை வெளியிடும் பொழுது உறுப்பினர்களின் மதிப்பைக் குறைக்கும் வகையிலோ, அவர்களுக்கு களங்கம் ஏற்படும் வகையிலோ, கேலி செய்யும் வகையிலோ, நாடாளுமன்றங்களை அவமதிக்கும் முறையிலோ செய்திகளை வெளியிடக் கூடாது.

இப்படிப்பட்ட செய்திகளை வெளியிட்டால் தான் உரிமை மீறல் என்று திட்டவாட்டமாகக் கூறும் சட்டம் எதுவும் இல்லை. ஆனால் இதுவரை

1. தவறாக சபைகளின் நடவடிக்கைகளை வெளியிட்டதற்காகவும்
2. சிதைத்த, முறையற்ற முறையில் நடவடிக்கைகளைப் பற்றி வேண்டுமென்றே எழுதியதற்காகவும்
3. அவைத்தலைவர்கள் மன்றக் குறிப்பிலிருந்து விலக்கியவற்றை வெளியிட்டதற்காகவும் நமது நாட்டில் உரிமை மீறல் வழக்குகள் இதழ்களின் மீது தொடரப்பட்டுள்ளன. பல நாளிதழ்களின் மீது இத்தகைய குற்றச்சாட்டுகள் சாட்டப்பட்டுள்ளன.

உரிமை மீறியவர்களைத் தண்டிக்கும் அதிகாரம் சட்ட மன்றங்களுக்கும் நாடாளுமன்றங்களுக்கும் இருக்கின்றன. 1987 -ல் 'ஆனந்த விகடன்' வெளியான ஒரு கேலிச்சித்திரம் சட்டமன்ற உறுப்பினர்களை அவமதித்ததாகக் குற்றஞ்சாட்டி, அதன் ஆசிரியருக்கு சட்டமன்றம் சிறைதண்டனை வித்ததைச் சுட்டிக்காட்டலாம்.

1956 -ம் ஆண்டின் 'நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகள் (வெளியீட்டிற்குப் பாதுகாப்புச்) சட்டம் (The Parliamentary Proceedings (Protection of Publication Act 1956)) நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகளை வெளியிடுவதில் பத்திரிகைகளுக்குப் பாதுகாப்பளிக்கின்றது. பிரோஷா காந்தி (Feroz Gandhi) யின் முயற்சியால் இச்சட்டம் வந்ததால் இதனைப் 'பிரோஷா காந்திச் சட்டம்' என்றும் குறிப்பிடுவதுண்டு.

இதன்படி நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகளை தீய நோக்கத்தோடு தவறாக வெளியிட்டதாக உறுதி செய்யப்பட்டால் மட்டும் தான் தண்டனை வழங்கலாம். நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகள் அவதூறுகளாக இருந்தாலும் உண்மைகளாக இருந்தாலும் அவற்றை வெளியிடுவது உரிமை மீறலாகாதென இச்சட்டம் கூறுகின்றது.

இச்சட்டத்தை நெருக்கடிக் காலத்தில் நீக்கியிருந்தனர். நெருக்கடிக் காலத்திற்குப் பின் இச்சட்டம் மறுபடியும் செயல் முறைக்கு வந்துவிட்டது.

### நீதிமன்ற அவமதிப்புச் சட்டம்

செய்திகளின் மூலங்களில் ஒன்றாக நீதிமன்றம் விளங்குகின்றது. நீதிமன்றங்களில் நடைபெறும் சுவையான, சிக்கலான, பொதுநலனோடு தொடர்புடைய வழக்குகளின் நடவடிக்கைகளை அறிந்து கொள்வதில் மக்களும் மிகுந்த ஈடுபாடு காட்டுகின்றனர். அவற்றை வெளியிடுவதன் மூலம் இதழ்கள் நீதியை எடுத்துரைக்கும் பணியைச் செய்கின்றன.

நீதிமன்றங்கள், வழக்கு நடவடிக்கைகள் ஆகியவை பற்றிய செய்திகளை வெளியிடும் பொழுது கவனமாக இருக்க வேண்டும். இல்லையேல் நீதிமன்றத்தை அவமதித்த (Contempt of Court) குற்றத்திற்கு ஆளாக நேரிடும்.

நீதிமன்றத்தையோ, சட்டத்தையோ நீதிபதிகளின் அதிகாரத்தையோ வேண்டுமென்றே இழிவுபடுத்தும் வகையில் செய்திகளை வெளியிடுவது தண்டனைக்குரிய குற்றமாகும்.

எடுத்துக்காட்டாக தவறான செய்தியை வெளியிடுவதோ, வழக்கின் தீர்ப்பு இப்படித்தான் இருக்குமென்று இட்டுக்கட்டிக் கூறுவதோ, நீதிபதியைப் பற்றியோ, சான்றுரைப்பவர்களைப் பற்றியோ தவறான எண்ணம் ஏற்படும் படி எழுதுவதோ 'நீதிமன்ற நிந்தனை'க் குற்றமாகும்.

காவல் நிலையங்களில் பதிவு செய்யும் குற்றங்கள் பற்றி அறியும் வாய்ப்பு செய்தியாளர்களுக்கு இருக்கின்றது. அவற்றைப் பற்றி அவர்கள் எழுதும் பொழுது கவனமாக இருக்க வேண்டும்.

எடுத்துக்காட்டாக திருட்டு வழக்கில் இராமன் என்பவன் கைது செய்யப்பட்டான்', என்று செய்தி வெளியிடக் கூடாது." ராமனைக் கைது செய்தனர். அவன் மீது திருட்டுக் குற்றம் சாட்டப்படுகின்றது", என்பது போன்று தான் செய்தியை வெளியிட வேண்டும்.



1952-ஆம் ஆண்டின் 'நீதி மன்ற அவமதிப்பு சட்டம் எண் XXXII (The Contempt of Court Act XXXII) நீதிமன்றங்களை அவமதித்தால் ஆறு மாதங்கள் வரை சிறைத் தண்டனையோ, ரூ 2000 தண்டமோ (அபராதமோ) அல்லது இரண்டுமோ விதிக்கலாமென்று கூறுகின்றது.

1971 -ஆம் ஆண்டில் நிறைவேற்றப் பெற்ற நீதிமன்ற அவமதிப்புச் சட்டம் நீதிமன்ற நிந்தனைகளை இருவகைகளாகப் பிரிக்கின்றது. முதலாவதாக நீதிமன்றங்களின் ஆணைகளுக்கோ, தீர்ப்புக்களுக்கோ கட்டுப்பட மறுப்பது சமூகக் (Civil) குற்றமாகும். இரண்டாவதாக பத்திரிகைகளை செய்யும் நிந்தனைகள் குற்றவியல் (Criminal) அடிப்படையில் குற்றங்களாகும்.

### அரசு இரகசியம்

மக்களாட்சியில் மக்கள் நாட்டில் நடப்புக்களை எல்லாம் தெரிந்து கொள்வது தேவையாகின்றது. அரசு எல்லா விவரங்களையும் சேகரித்து வைக்கின்றது. நிர்வாகத்தினர் பலவற்றை முடிவு செய்து செயல்படுத்துகின்றனர். இவற்றைப் பற்றிய விவரங்களைச் சேகரித்து மக்களுக்குத் தெரிவிப்பது இதழ்களின் பணியாகின்றது.

ஆனால் நிர்வாகத்தின் திறமை கருதி, நாட்டின் பாதுகாப்பு, வெளிநாட்டின் தொடர்புகள், குற்றப் புலனாய்வுகள், அமைச்சரவை முடிவுகள், சில தனிப்பட்ட மனிதர்கள் பற்றிய தகவல்கள் ஆகியவை தொடர்பான சிலவற்றை அரசு ரகசியங்களைக் கட்டிக் காப்பது தேவையாகின்றது. இப்படிப்பட்ட அலுவலக ரகசியங்களை இதழ்கள் அறிந்து வெளியிடுவது சட்டப்படி குற்றமாகும்.

### 1923 ஆம் ஆண்டின் அலுவலக இரகசியங்கள் சட்டம்

#### (Official Secrets Act)

ஒற்றறிதல், இரகசிய விவரங்களை மற்றவர்களுக்குத் தருதல் ஆகிய குற்றங்களைத் தெளிவாக வரையறுத்துக் கூறுகின்றது.

இந்தச் சட்டத்தின் மூன்றாம் பிரிவு யாரவது நாட்டின் பாதுகாப்பிற்குப் பாதகமான முறையில்

1. தடை செய்யப்பட்ட பகுதிக்குள் செல்லுதல், அங்குள்ள இரகசிய விவரங்களைச் சேகரித்து மற்றவர்களுக்கு வழங்குதல்

2. பகைவர்களுக்கு நேரடியாகவோ, மறைமுகமாகவோ பயன்படும் வகையில் வரைபடங்கள் தீட்டியோ, திட்டம் வகுத்தோ, மாதிரிகளை உருவாக்கியோ தருதல்.
3. பகைவர்களுக்குப் பயன்படக் கூடிய விவரங்களைப் பெற்றோ, சேகரித்தோ, பதிவு செய்தோ, வெளியிட்டோ வழங்குதல் குற்றங்களாகுமென்று தெளிவு படுத்துகின்றது.

1962 –ஆம் ஆண்டின் ‘அணுசக்தி சட்டம்’ (Atomic Energy Act) இருக்கின்ற அல்லது அமைக்கப் போகின்ற அணு உற்பத்தி நிலையங்கள் பற்றி அதிகாரம் பெற்றவர்கள் தவிர மற்றவர்களுக்குச் செய்திகளைத் தருவதைக் குற்றமாக்குகின்றது. இதைப் போல வேறு சில சட்டங்களும் இருக்கின்றன.

ஒன்றை இரகசியமானதா இல்லையாவெனத் தீர்மானிப்பது சிக்கலானதாகும். சில வேளைகளில் அலுவலர்களும் அரசியல் தலைவர்களும் தங்களது தவறுகள் வெளியில் தெரியாமலிருக்க பலவற்றை இரகசியங்கள் என்று மூடி மறைக்கலாம். மக்களின் நலன் கருதி இதழ்கள் அவற்றை வெளிப்படுத்தலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக, இந்திய அரசு வெளிநாட்டில் இராணுவத் தளவாடங்கள் வாங்கியதில் ஏற்பட்ட முறைகேடுகளை ‘இண்டியன் எக்ஸ்பிரஸ்’ (Indian Express) வெளிப்படுத்திய பொழுது அரசின் சில ஆவணங்களைப் பதிப்பித்தது. இதனை இச்சட்டத்தின் கீழ் குற்றமென அரசு கருதியது இதனைப் போன்று பல நிகழ்ச்சிகள் நடந்துள்ளன.

### பதிப்புரிமை சட்டம்

ஒருவரின் அறிவுசான்ற படைப்புரிமையைக் கட்டிக்காக்க உருவாக்கப் பெற்றது பதிப்புரிமைச் சட்டம். ஒருவரின் உழைப்பாலோ, அறிவாலோ, திறமையாலோ படைத்த எதுவும் ஒருவரின் சொத்தாகின்றது. அதே போல ஒருவரின் சொந்த இலக்கியம், படைப்பு, நாடகம், இசை, கலை எதுவாக இருந்தாலும் அது ஆக்கியவரின் உடமையாகின்றது. இந்த உரிமையைப் பாதுகாக்கச் சட்டம் துணை செய்கின்றது.

1941 –ல் முதன் முதலில் பதிப்புரிமைச் சட்டம் செயல்படுத்தப் பெற்றது. இப்பொழுது நடைமுறையிலிருப்பது திருந்திய முறையில் இந்திய நாடாளுமன்றம் 1957 –ல் நிறைவேற்றிய ‘பதிப்புரிமைச் சட்டம்’.

ஒன்றின் பதிப்புரிமை ஒருவருக்கு இருக்க வேண்டுமானால் அது முழுக்க அவரது சொந்தப்படைப்பாக இருக்க வேண்டும். மற்றொன்றைப் பார்த்துப்

படைத்த ஒன்றுக்கு ஒருவர் உரிமை கொண்டாட இயலாது. கருத்துக்களுக்கோ, பாடப் பொருளுக்கோ கருப் பொருளுக்கோ, வரலாற்று நிகழ்ச்சிகளுக்கோ ஒருவரும் உரிமை கொண்டாட இயலாது.

ஏனென்றால் அவை எல்லாம் பொதுச் சொத்துக்களாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட முறையில் வடிவத்தில் ஒன்றை வெளியிடும் பொழுது தான் அதற்குப் பதிப்புரிமை கிடைக்கின்றது.

இந்தச் சட்டத்தின் 45 –ஆம் பிரிவு பதிப்புரிமையைப் பதிவு செய்து கொள்ள வாய்ப்பளிக்கின்றது. ஆனால் பதிவு செய்ய வேண்டுமென்ற கட்டாயம் இல்லை.

இலக்கியப் படைப்புகள், இசை, நாடகம் போன்றவற்றிற்குப் பதிப்புரிமை படைத்தவரின் வாழ்நாள் முழுவதும் அவருக்கே சொந்தமாக இருக்கும். அவர் காலத்திற்குப் பின்பு ஐம்பதாண்டுகளுக்குப் பதிப்புரிமை அவரது சந்ததியினருக்கு உண்டு. புகைப்படங்களுக்குப் பதிப்புரிமை ஐம்பதாண்டுகளுக்கு அவற்றை எடுத்தவருக்கு உண்டு. இந்த குறிப்பிட்ட காலத்திற்குப் பின்பு யார் வேண்டுமானாலும் அவற்றை எடுத்துப் பயன்படுத்தலாம்.

இச்சட்டத்தின் படி ஒருவரின் படைப்பிலிருந்து ஆய்வுக்காகவோ, தனிப்பட்ட படிப்புக்காகவோ, மதிப்பீட்டிற்காகவோ சில பகுதிகளை எடுத்துப் பயன்படுத்துவது குற்றமாகாது. நியாயமான முறையில் மேற்கோள் காட்டவோ, சரியான முறையில் சுருகத்தைக் கூறவோ சட்டம் வாய்ப்பளிக்கின்றது. ஒருவரின் படைப்பிலிருந்து சிலவற்றைப் பயன்படுத்தும் பொழுது மூலத்தைக் குறிப்பிட வேண்டும்.

செய்தித்தாட்களுக்குச் சிறப்பு விதி விலக்குகள் வழங்கப் பெற்றுள்ளன. இதழ்கள் பொது நலன் கருதி, எந்த இலக்கியப் படைப்பையும், நாடகத்தையும் இசையையும் வெளியிடலாம். இது நடப்புச் செய்திகளை வெளியிடும் வகையில் சேரும். ஆனால் ஓரிதழில் வெளியான கட்டுரையை அப்படியே சொல் மாறாமல் வெளியிட வேண்டுமானால் அந்த இதழின் அனுமதி பெற வேண்டும். இதழ்கள் பதிப்புரிமைச் சட்டத்தின் வரம்புக்குள் நின்று செயல்படுவது தேவையாகும்.

### **இதழ்கள் தொடங்குவதற்குரிய வழிமுறை**

இன்றைய உலகில் இதழ்களை நடத்துவது ஒரு சிறப்புமிக்க தொழில். யார் வேண்டுமானாலும் இதழ்களை நடத்தலாம். வாணிப நோக்கத்தோடு இதழ்களை நடத்துகின்றவர்களும் இலட்சிய நோக்கில் இதழ்களை நடத்துகின்றவர்களும் இருக்கின்றனர். நமது நாட்டில் இதழ்களைத் தொடங்கி,

நடத்துவதற்குரிய வழிமுறைகளை வகுத்துள்ளனர். இதழ்களை நடத்த விரும்புகின்றவர்கள் அவற்றைப் பற்றி அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

இதழ் தொடங்குவதற்கு முன் இதழ் தொடங்குவதற்கான அனுமதி பெறல், அரசின் கட்டுப்பாட்டு விலையில் அச்சிடும் தாள் பெற விண்ணப்பித்தல், அச்சு இயந்திரங்களைப் பெற விண்ணப்பித்தல், அஞ்சல் சலுகை பெறல், ஆண்டறிக்கை தயாரித்துப் பத்திரிகைப் பதிவாளருக்கு அனுப்புதல் ஆகிய வழிமுறைகளை இதழ் தொடங்குவோர் அறிந்திருக்க வேண்டும்.

### **செய்தித்தாட்கள், இதழ்களைப் பதிவு செய்தல்**

புதிய நாளிதழ்களையும் பருவ இதழ்களையும் தொடங்குவதற்கு முதலில் அவற்றைப் பதிவு செய்து முன் உரிமை பெற வேண்டும். அதற்குச் சட்டப்படியான வழிமுறையை விளக்கலாம்.

புதிய இதழ்களைத் தொடங்க விரும்புவவர், எந்தப் பகுதியில் தனது இதழை நடத்தப் போகின்றாரோ அந்த மாவட்ட நீதிபதியிடமோ, துணை வட்டார நீதிபதியிடமோ, பெரு நகர நீதிபதியிடமோ, குறிப்பிட்ட படிவத்தில் ஓர் உறுதிமொழியைக் கொடுக்க வேண்டும்.

அந்த விண்ணப்பப் படிவத்தில் தொடங்க விரும்பும் இதழின் பெயர், மொழி, வெளிவரும் கால அளவு (நாளிதழா, வார இதழா, திங்களிதழா என்பது போன்ற விவரம்), வெளியிடுபவர் முகவரி, அச்சிடுபவர் முகவரி, அச்சகம் பற்றிய விவரம் முதலியவைகளைக் குறிப்பிட வேண்டும். விண்ணப்பத்தை மாவட்ட நீதிபதி முன்னிலையில் கையெழுத்திட்டுக் கொடுக்க வேண்டும்.

இதழுக்கு இட விரும்புகின்ற பெயருடன் சில மாற்றுப் பெயர்களையும் தர வேண்டும். குறைந்தது மூன்று பெயர்களையாவது குறிப்பிடுவது நல்லது. அவற்றில் ஏதாவது ஒரு பெயரை வைத்துக் கொள்ள அனுமதிப்பார்கள்.

நீதிபதி ஓர் இதழைத் தொடங்க அனுமதி வழங்குவதற்கு முன்னால் தில்லியிலிருக்கும் இந்தியாவின் செய்தித்தாள்கள் பதிவாளரோடு (Registrar of Newspapers) தொடர்பு கொண்டு புதிதாக வெளியிட விரும்பும் பெயரிலோ, அதே போன்றோ, அதே மொழியிலோ, வேறு மொழிகளிலோ, வேறு இதழ் பதிவு செய்யப் பெற்று வெளிவருகின்றதா என்பதை அறிந்து கொள்வார்.

செய்தித்தாள்கள் பதிவாளர் அலுவலகத்தில் நாடு முழுவதும் வெளிவரும் இதழ்கள் பற்றிய விவரங்களைக் கொண்ட பதிவேடு வைத்திருப்பார்கள். அதனோடு சரிபார்த்து அப்படிப்பட்ட பெயரில் வேறு இதழ் இல்லையென்றால் அந்தப் பெயரை ஏற்கலாமென்பதை நீதிபதிக்குத் தெரிவிப்பார்கள். அந்த பெயரில் வேறு இதழ்கள் இருந்தால் மாற்றுப் பெயர்கள் தரும்படி கேட்பார்கள்.

மாவட்ட நீதிபதி பெயர் பற்றிய ஒப்புதலை செய்தித்தாள்களின் பதிவாளரிடமிருந்து பெற்ற பின்னர், இதழினைத் தொடங்குவதற்கு அனுமதி கொடுப்பார். இந்த அனுமதியைப் பதிவாளருக்கும் தெரிவிப்பார்.

ஒரிதழைத் தொடங்க அனுமதித்து பின் குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் இதழைத் தொடங்க வேண்டும். நாளிதழ்கள், வார இதழ்கள், வாரம் இரு முறை, வாரம் மும்முறை இதழ்கள் ஆகியவற்றை அனுமதி பெற்று ஆறு வாரங்களுக்குள் தொடங்க வேண்டும். மற்றைய பருவ இதழ்களை அனுமதி பெற்ற மூன்று திங்களுக்குள் ஆரம்பிக்க வேண்டும். குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் இதழைத் தொடங்காவிட்டால், கொடுத்த அனுமதி செல்லாமல் போய்விடும்.

அச்சகத்தாரோ, வெளியீட்டாளரோ, வெளியிடும் காலமோ, அச்சிடும் இடமோ, வெளியிடும் இடமோ எதில் மாற்றம் ஏற்பட்டாலும் புதிதாக உறுதிமொழி கொடுக்க வேண்டும். இதழின் பெயரிலோ, மொழியிலோ மாற்றம் ஏற்பட்டாலும் நீதிபதியின் முன்னால் புதிய உறுதி மொழி வழங்குவது தேவையாகும்.

நாளிதழோ, வாரமிருமுறை, வாரம் மும்முறை, வாரம், மாதமிருமுறை இதழோ வெளியிட வேண்டிய படிக்களின் எண்ணிக்கையில் பாதிக்கும் குறைவாக வெளியிட்டால் முன்பு அளித்த உறுதிமொழி செயலற்றுவிடும். இதழினைத் தொடர்ந்து வெளியிட எண்ணினால் நீதிபதியின் முன்னால் புதிய விண்ணப்பமளிக்க வேண்டும்.

ஒரிதழ் தொடர்ந்து பன்னிரண்டு மாதங்கள் வெளிவராவிட்டால், அது நின்று விட்டதாகக் கருதுவர். புதிய உறுதிமொழியளித்து, பதிவு செய்து கொண்டு தான் இதழினைத் தொடர்ந்து வெளியிட வேண்டும்.

ஒவ்வொரு இதழிலும் இதழ் பற்றிய விவரக் குறிப்பு அச்சிட வேண்டும். இதழின் வெளியீட்டாளர், அச்சிட்டவர், உரிமையாளர், ஆசிரியர், அச்சிட்ட இடம், வெளியிட்ட இடம் ஆகிய விவரங்களைக் குறிப்பிட வேண்டும். ஆசிரியரின் பெயரைத் தனியாக அச்சிடுவதும் தேவையாகும்.

ஒவ்வொரு வெளியீட்டிலும் ஒரு படியை வெளியிட்ட 48 மணி நேரத்திற்குள் செய்தித்தாட்கள் பதிவாளருக்கோ, அல்லது அங்கீகாரம் பெற்ற குறிப்பிட்ட அலுவலகங்களுக்கோ அனுப்ப வேண்டும்.

இந்தி, உருது, ஆங்கிலம், சமஸ்கிருதம், இரண்டு அல்லது பல மொழிகளில் அச்சிடும் இதழ்களின் படிக்களைத் தில்லியிலுள்ள பதிவாளர் அலுவலகத்திற்கு அனுப்ப வேண்டும். மற்றைய மொழி இதழ்களைக் குறிப்பிடப் பெற்ற பத்திரிகை செய்தி நிறுவனத்திற்கு (Press Information Bureau) அனுப்ப வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக தமிழ் மொழி இதழ்களைச் சென்னையிலுள்ள

அலுவலகத்திற்கும், தெலுங்கு இதழ்களைத் துறைதராபாத்திலுள்ள அலுவலகத்திற்கும், மலையாள இதழ்களைத் திருவனந்தபுரத்திலுள்ள அலுவலகத்திற்கும் அனுப்ப வேண்டும்.

முதல் இதழ் வெளியானவுடன் அதன் படியைத் தில்லியிலிருக்கும் செய்தித்தாள்கள் பதிவாளர் அலுவலகத்திற்கு அனுப்ப வேண்டும்.

முதல் இதழையும், மாவட்ட நீதிபதி அங்கீகரித்த உறுதிமொழி விண்ணப்பத்தின் நகலையும் பெற்ற பின்னர் பதிவாளர் அலுவலகத்தில், அந்த இதழைப் பற்றிக் குறித்துக் கொண்டு அதற்கு ஒரு பதிவு செய்த எண்ணை வழங்குவார்கள் வெளியீட்டாளருக்குப் பதிவுச்சான்றிதழும் தருவார்கள்.

### **இதழ் தொடங்குவதற்கு முன் எடுக்க வேண்டிய நடவடிக்கைகள்**

நடைமுறையிலிருக்கின்ற மிகப் பழைய பத்திரிகைச் சட்டங்களில் ஒன்று 1867 -ல் கொண்டுவரப் பெற்ற 'பத்திரிகை, புத்தகங்கள் பதிவுச் சட்டம்' (The Press and Registration of Books Act). இந்தச் சட்டத்தில் 1940, 1956 ஆம் ஆண்டுகளில் சில திருத்தங்கள் கொண்டு வந்தனர். இந்தச் சட்டம் பத்திரிகைகளை முறைப்படுத்துவதற்காகக் கொண்டு வந்ததுதானே தவிர, பத்திரிகைகளின் சுதந்திரத்தைக் கட்டுப்படுத்துவது இதன் நோக்கமல்ல. இந்தியாவில் வெளியாகும் இதழ்களையும் புத்தகங்களையும் பாதுகாக்க இந்தச் சட்டம் துணை செய்கின்றது.

இந்தச் சட்டத்தின் படி தில்லியிலிருக்கும் இந்திய அரசுத் தலைமைப் பதிவாளரிடம் பத்திரிகை தொடர்பான எல்லா விவரங்களையும் தெரிவிக்க வேண்டும்.

பத்திரிகைகளை வெளியிடுகின்றவர், உரிமையாளர், ஆசிரியர் ஆகியோர் மாவட்ட நீதிபதியிடமோ, பெருநகர நீதிபதியிடமோ வாக்குறுதி வழங்கி, பெயர் பதிவு செய்த பின் பத்திரிகைகளை வெளியிட வேண்டும். இந்தச் சட்டம் ஒரிதழை எப்படிப் பதிவு செய்து நடத்த வேண்டுமென்ற முறையை விளக்குகின்றது.

ஒவ்வொரு இதழிலும் அதனை அச்சிட்டவர், வெளியிட்டவர், ஆசிரியர், உரிமையாளர் ஆகியோரின் பெயர்கள், அச்சிட்ட இடம், வெளியிட்ட தேதி ஆகியவை தெளிவாக அச்சிட்டிருக்க வேண்டும். பத்திரிகையை வெளியிடுபவர்கள் செய்தித்தாட்கள் பதிவாளர் (Registrar of Newspapers) கேட்கின்ற எல்லா விவரங்களையும் கொண்ட ஆண்டு அறிக்கைகளை வழங்க வேண்டும்.

இந்தச் சட்டத்தின் படி, ஆங்கிலம், இந்தி, உருது மொழிகளில் வெளிவரும் ஒவ்வொரு இதழும் ஒரு படியை புது தில்லியிலுள்ள பத்திரிகைகள் பதிவாளருக்கு அனுப்ப வேண்டும் மற்றைய மொழி இதழ்கள் குறிப்பிட்ட வட்டார வெளியீட்டு, செய்தி நிறுவனங்களுக்கு (PIB) ஒரு படியை அனுப்ப வேண்டும்.

### அச்சுக்குரிய தாள் பெறுதல்

வெளிமார்க்கெட்டில் தாள் விலை அதிகமாக இருக்கும். இதழ் நடத்துவோர் கடைகளில் தாள் வாங்கி இதழை வெற்றிகரமாக நடத்தி விட முடியாது. இதழ்பணி ஒரு தேசிய பணியாகும். நாட்டிற்கு மிகமிக இன்றியமையாத பணியாகும். சேவையாகும். எனவே அப்பணி சிறந்த முறையில் நடைபெற அரசு கட்டுப்பாட்டு விலையில் தாளினை வழங்கி வருகின்றது.

அரசின் கட்டுப்பாட்டு விலையில் தாள் பெற விரும்புவோர் அதற்கென்று வரையறுக்கப்பட்ட விண்ணப்பத்தில் இரண்டும் படிகள் பூர்த்தி செய்து இந்தியப் பத்திரிகைப் பதிவாளருக்கோ ஏற்றுமதி இறக்குமதிக்கான தலைமைக் கண்காணிப்பாளருக்கோ நிறுவப் பெற்ற இறக்குமதியாளருக்கோ அனுப்ப வேண்டும்.

இதழினுடைய பக்கத்தின் நீளம், அகலம் பக்கங்களின் எண்ணிக்கை, வெளியிடும் படிகளின் எண்ணிக்கை முதலியவற்றின் அடிப்படையில் அச்சுத்தாள் ஒதுக்கப்படுகின்றது. இரண்டாயிரம் படிகளுக்கு மேல் வெளியிடப்படும் இதழ்களுக்கு அச்சுத்தாள் பெற தணிக்கைச் சான்றிதழோடு விண்ணப்பிக்க வேண்டும். இதழின் படிகளின் எண்ணிக்கைக் குறைந்தால் தாள் ஒதுக்கீட்டின் அளவும் குறைந்து விடும். 40 டன்களுக்கு மேல் அச்சுத்தாள் பெற விரும்புவவர்கள் வருமான வரி சான்றிதழோடு விண்ணப்பிக்க வேண்டும்.

ஒவ்வோர் ஆண்டும் கட்டுப்பாட்டு விலையில் அச்சுத்தாள் பெற இதழ் வெளியீட்டாளர் ஒவ்வொருவரும் இதழ் வெளிவந்த இரண்டு நாட்களுக்குள் இதழின் ஒரு படியினைத் தொடர்ந்து இந்தியப் பத்திரிகைப் பதிவாளரின் மண்டல அலுவலகத்திற்கு அனுப்பிக் கொண்டிருக்க வேண்டும். அவ்வாறு அனுப்பாவிட்டால் கட்டுப்பாட்டு விலையில் அச்சுத்தாள் பெற முடியாது.

### அச்சு இயந்திரங்களைப் பெறுதல்

அச்சு இயந்திரங்களையும் அச்சுக் கோர்க்கும் பொறிகளையும் வாங்க விரும்புவோர் அதற்கென்று வரையறுக்கப்பட்ட விண்ணப்பப் படிவத்தினை தில்லியிலுள்ள ஏற்றுமதி இறக்குமதி தலைமைக் கண்காணிப்பாளர் அலுவலகத்தில் இருந்து பெற வேண்டும். இதழ் உரிமையாளரோ வெளியீட்டாளரோ அச்சு இயந்திரங்கள் பெற விண்ணப்பிக்கலாம்.

ரூபாய் 50000 வரை மதிப்புள்ள இயந்திரத்தை இறக்குமதி செய்ய விரும்புவார்கள் ரூபாய் ஐம்பதுக்குக் கருவூலச் சீட்டுப் பெற்று விண்ணப்பத்துடன் இணைத்து அனுப்ப வேண்டும். ரூபாய் 50000 க்கு மேல் மதிப்புள்ள இயந்திரம் வாங்க விரும்பினால் அதற்கு மேல் ஒவ்வொரு ஆயிரம் ரூபாய் மதிப்பிற்கும் ஒரு ரூபாய் வீதம் கருவூலச் சீட்டுப் பெற்று அனுப்ப வேண்டும்.

விண்ணப்பத்தில் இறக்குமதி செய்யும் அச்ச இயந்திரத்தின் மதிப்பு இயந்திரம் வாங்கக் கூடிய நாட்டின் பெயர் முன்பு உள்ள இயந்திரங்கள் பக்கங்களின் அளவு படிக்களின் எண்ணிக்கை முதலியவற்றைக் குறிப்பிட வேண்டும்.

அச்ச இயந்திரம் பெறுவதற்கு இந்தியப் பத்திரிகைப் பதிவாளர் இறக்குமதி ஏற்றுமதி தலைமைக் கண்காணிப்பாளரிடம் பரிந்துரை செய்வார். பரிந்துரை செய்வதற்கு முன் இந்தியப் பத்திரிகைப் பதிவாளர் விண்ணப்பத்தாரரின் அச்ச இயந்திரத் தேவை. இதழின் விற்பனையளவு, பொருளாதார நிலை முதலியவற்றை ஆராய்ந்த பின்னரே அவ்விண்ணப்பத்தைப் பரிந்துரை செய்வார்.

#### அஞ்சல் சலுகை பெறல்

ஓர் இதழ் மிகச் சிறப்பாக வெளிவந்து வாசகர்களின் நன்மதிப்பைப் பெற்றுவிட்டால் சந்தாதாரர்களின் எண்ணிக்கை நாளுக்குநாள் கூடிக் கொண்டே போகும். அனைவருக்கும் இதழை அஞ்சலில் அனுப்பும் பொழுது அஞ்சல் செலவு அதிகமாகிவிடும். இதழுக்கு மிகவும் வருமானம் குறைந்து விடும். இதனைத் தவிர்ப்பதற்காக அரசு அஞ்சல் சலுகைகளை இதழுக்கு வழங்கியுள்ளது. ஓர் இதழ் தொடங்கிய பிறகு நூறு சந்தாதாரர்கள் சேர்ந்துவிட்டால் இதழ் உரிமையாளர் தலைமை அஞ்சலகத் தலைவருக்கு விண்ணப்பம் செய்து அஞ்சல் செலவுக் கட்டணத்தை சலுகையைப் பெறலாம்.

#### ஆண்டறிக்கை அனுப்புதல்

இதழ் வெளியீட்டாளர் ஒவ்வொருவரும் இதழின் கடந்த ஆண்டினைப் பற்றிய முழு விவரங்களையும் ஒவ்வொராண்டின் பிப்பிரவரி மாத இறுதிக்குள் பத்திரிகைப் பதிவாளர் முகவரிக்கு படிவம் இரண்டில் நிறைவு செய்து அனுப்ப வேண்டும். விற்பனையாகும் படிக்களின் எண்ணிக்கை அளவு இரண்டாயிரத்திற்கு மேல் சென்றால் அரசு அங்கீகாரம் பெற்றுள்ள தணிக்கையாளரிடமிருந்து சான்றிதழ் பெற்று அதனையும் இணைத்து அனுப்புதல் வேண்டும்.

இதழின் உடைமை, ஆசிரியர் பற்றிய விவரங்களைப் படிவம் நான்கின் படி மார்ச்சுத் திங்களில் வெளிவரும் முதல் இதழில் பதிப்பிக்க வேண்டும்.



அவ்வாறு செய்யாவிடில் பத்திரிகையாளர் மீது நடவடிக்கை மேற்கொண்டு தண்டனை வழங்கப்படும்.

பதிவாளர் எல்லா வெளியீட்டாளர்களிடமிருந்தும் பெற்ற விவரங்களைக் கொண்டு ஆண்டறிக்கை தயார் செய்து அரசுக்கு அளிப்பார். இதழ் தொடங்க விரும்புவோர் இத்தகைய நெறிமுறைகளைப் பின்பற்றித் தொடங்கி நடத்தினால் வெற்றி உறுதியாகக் கிட்டும்.

### செய்தி நிறுவனங்கள்

உலகின் பல்வேறு முக்கிய நகரங்களில் நடக்கும் செய்திகளையும், படங்களையும் செய்தித் தாள்களுக்கு வழங்க செய்தி நிறுவனங்கள் பல பணியாற்றி வருகின்றன. இந்தியாவில் PTI (Press Trust of India) (இந்தியா செய்தி நிறுவனம்) UNI – (United News of India) (ஒருங்கிணைந்த இந்திய செய்தி நிறுவனம்) ஆகிய இரண்டு நிறுவனங்கள் இயங்கி வருகின்றன. இது போல உலகெங்கிலும் பல செய்தி நிறுவனங்கள் உள்ளன.

இவை இரண்டும் இந்தியாவிலுள்ள பெரிய செய்தி நிறுவனங்கள் ஆகும். செய்திகளை திரட்டுவதும், திரட்டிய செய்திகளை விற்பது இவற்றின் வேலையாகும். இவைகள் ஒரு தொகையைப் பெற்றுக் கொண்டு செய்திகளை தமது சந்தாதாரர்களுக்கு விற்பனை செய்து வருகின்றன. இந்த நிறுவனங்கள் தகவல் தொடர்புத் துறைக்கு அரும்பணியாற்றி வருகின்றன.

இது போன்ற செய்திகள் எப்பொழுது, எப்படி தோன்றின என்பதை நாம் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

கி.பி.1820 –ம் ஆண்டின் முற்பகுதியில் தான் செய்தி நிறுவனங்கள் பிறந்தன. அப்படி தொடங்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் 'தந்தி செய்தி நிறுவனங்கள்' என்று அழைக்கப்பட்டன.

கி.பி. 1825 –ம் ஆண்டு பிரெஞ்சு நாட்டை சேர்ந்த சார்லஸ் ஹாவாஸ் (Charles Havas) என்னும் இளைஞர் செய்தி நிறுவனம் ஒன்றை ஏற்படுத்தினார். இவர் தனியார் அஞ்சல் மூலமாகவும், அரசு அஞ்சல் மூலமாகவும் செய்திகளை அனுப்பினார். சமுதாயத்தில் வசதி படைத்தவர்களுக்கும், வாணிபம் செய்தவர்களுக்கும், தனிப்பட்டவர்களுக்கும் இந்த நிறுவனத்திலிருந்து செய்திகள் அனுப்பப்பட்டன. பத்திரிகைகளுக்கும் செய்திகள் அனுப்ப விரும்பி சார்லஸ் ஹாவாஸ் அவைகளை சந்தாதாரர்களாக ஆகுமாறு வேண்டினார். ஆனால் அவர்கள் சந்தாதாரர்களாக மறுத்துவிட்டார்கள்.

சார்லஸ் ஹாவாஸுடன் பணியாற்றி வந்த பெர்னார்டு உல்ப் என்பவர் பல நிறுவனங்களுடன் தொடர்பு கொண்டு வியாபாரம் பந்தமான விலைப் புள்ளிகளை (Stock Exchange Quotation) அனுப்பி வைத்தார்.

1848 -ல், ஹாவாஸுடன் மொழிப்பெயர்ப்பாளராக இருந்த ஜூலியஸ் இராய்டர் என்பவர் இலண்டன் ராயல் எக்ஸ்சேஞ்சு (London Royal Exchange) என்னும் வாணிகம் தொடர்பான செய்திகளைத் திரட்டும் அலுவலகம் ஒன்றைத் தொடங்கினார்.

ஆண்டுதோறும் படிப்படியாக செய்தி நிறுவனங்களின் பிறப்பையும், வளர்ச்சியையும் ஆஸ்திரேலியா, அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகள், டென்மார்க், போர்ச்சுகல் மற்றும் ஐரோப்பிய நாடுகளில் உள்ள சில நிறுவனங்கள் வளர்ச்சி பெற்றதில் இருந்து அறிய முடிகிறது.

1. Associated Press of America (A.P) – அமெரிக்கா
2. United Press International – அமெரிக்கா
3. Rueter's of Britain – இங்கிலாந்து
4. Agence France Press – பிரான்ஸ்
5. TASS – ரஷ்யா

ஆகிய ஐந்தும் உலகச் செய்திகளை வழங்கிவரும் முக்கிய நிறுவனங்களாகும். “அணிசேரா நாடுகளின் செய்தி நிறுவன அமைப்பு” 1976 -ம் ஆண்டு நமது இந்திய மண்ணில் பிறந்தது என்பது நமது நாட்டிற்கு கிடைத்த பெருமையாகும்.

### இந்திய செய்தி நிறுவனங்கள்

இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் நமது நாட்டில் செய்தித் தாள்கள் தோன்றின. செய்திகளை பிரபலமான சில செய்தி நிறுவனங்களிடமிருந்து அதிக தொகை கொடுத்துப் பெற வேண்டியிருந்தது.

நமது நாட்டு செய்தித்தாள்களுக்கு இது ஒரு பெரும் செலவாக இருந்தது. வசதி படைத்த பெரிய செய்தித்தாள் நிறுவனங்களில் தங்கள் செய்தியாளர்களை (Correspondents) நியமித்தது. வசதியில்லாத செய்தித்தாள்கள் பிற செய்தித் தாள்களில் இருந்து செய்திகளைத் திரட்டிக் கொள்வதை வழக்கமாக கொண்டிருந்தன.

இந்தச் செய்தியாளர்களில் மிகவும் குறிப்பிடத்தக்கவர் கே.சி.ராய் என்பவரும் ஒருவர். இவர் பம்பாய் மற்றும் கல்கத்தாவிலிருந்து பல செய்தித் தாள்களின் சிறப்புச் செய்தியாளராக (Special Correspondent) விளங்கினார். அவர் “இந்திய செய்தி நிறுவனம்” ஒன்று நிறுவ முடிவு செய்தார்.

கே.சி.ராய் ‘இந்திய செய்தி நிறுவனம்’ ஏற்படுத்த ஸ்டேட்ஸ் மேன் இதழின் சிறப்புச் செய்தியாளராக விளங்கிய “எவராண்டு கோட்ஸ்” மெட்ராஸ் மெயில், ரூட்டர்ஸ் செய்தி நிறுவனத்தின் முகவராக இருந்த எட்வர்ட்பக் மற்றும் இந்திய அரசாங்கத்தின் ஆதரவும் பேருதவியாக இருந்தன.

இந்தியச் செய்தி நிறுவனம் 1910 –ம் ஆண்டு “அசோசியேட்டட் பிரஸ் ஆப் இந்தியா” (Associated Press of India) என்று பெயர் மாற்றம் செய்யப்பட்டது. கே.சி.ராய்க்கும் அவருடன் இணைந்து பணியாற்றிய ஐரோப்பிய செய்தியாளர்களுடன் கருத்து வேறுபாடு ஏற்படவே அந்த நிறுவனத்தை விட்டு விலகினார்.

1937 –ம் ஆண்டில் இந்தி செய்தித் தொடர்பில் குறிப்பிடத் தக்க மிகப் பெரிய சாதனை ஒன்று நிகழ்ந்தது. அதுதான் மாநிலத் தலைநகரங்களில் இருந்து ‘தொலை அச்சு’ (Tele Printer) முறையில் செய்திகள் அனுப்பும் முறை. இந்த முறை நாளடைவில் நாடு முழுவதும் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டது.

நமது நாடு விடுதலை அடைந்த பிறகு ரூட்டர்ஸ் நிறுவனம் பல பிரச்சனைகளை உண்டாக்கியது. இந்தியச் செய்தி நிறுவனங்கள் இராய்டர் நிறுவனத்துடன் இணைந்து பிரஸ் டிரஸ்ட் ஆப் இந்தியா (Press Trust of India) என்ற புதிய நிறுவனம் உருவாக்கப்பட்டது. பி.டி.ஐ -இராய்டருடன் 1948 –ம் ஆண்டு செப்டம்பர் மாதம் ஓர் ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டது.

இன்று ஆசியா மற்றும் ஆப்பிரிக்க நாடுகளில் மிகப் பெரும் செய்தி நிறுவனமாக பி.டி.ஐ (P.T.I) விளங்குகிறது. மாநிலத் தலைநகரங்களுடன் மட்டும் அல்லாமல் இந்தியாவில் உள்ள மாவட்டத் தலைநகரங்கள் மற்றும் முக்கிய நகரங்களில் உள்ள தொலை அச்சு இணைப்புகளுடன் இது இணைக்கப்பட்டுள்ளது.

பிடிஐ நிறுவனம் உலகம் முழுவதும் அனைத்து நகரங்களிலும் செய்தியாளர்களை நியமித்து செய்திகளை சேகரிக்கிறது.

சேகரித்த செய்திகளை செய்தித் தாள்களுக்கு அனுப்புவதுடன் மட்டும் நின்றுவிடாமல் வணிக நிறுவனங்கள், வங்கிகள், நட்சத்திர ஓட்டல்கள், மத்திய, மாநில அரசு அலுவலகங்கள், மாநில தகவல் தொடர்பு மையங்கள், வானொலி நிலையங்கள், தொலைக்காட்சி நிலையங்கள் ஆகிய சந்தாதாரர்களுக்கும் அனுப்பப்படுகிறது.

## அசோசியேட்டட் பிரஸ் ஆப் இந்தியா (API)

இதுவே இந்தியாவின் முதல் செய்தி நிறுவனமாகும். 1905 ல் கே. சி. ராய் என்பவரால் இந்நிறுவனம் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. இந்திய விடுதலைப் போராட்டக் காலத்தில் இந்நிறுவனம் பெரிதும் பணியாற்றியுள்ளது. 1937 –ல் டெலிபிரிண்டர் வாயிலாக இந்தியாவின் அனைத்து மாநிலங்களையும் இணைத்து செயலாற்றி வருகின்றது.

## யுனைடெட் பிரஸ் ஆப் இந்தியா (UPI)

1933 –ல் சென்குப்தா என்பவரால் கல்கத்தாவில் இந்நிறுவனம் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. பொருளாதார நெருக்கடி காரணமாக இந்நிறுவனம் 1961 –ல் மூடப்பட்டது. இதன் பணிகளை 'யுனைடெட் நியூஸ் ஆப் இந்தியா' என்ற நிறுவனம் மேற்கொண்டுள்ளது.

## ஃபிரி பிரஸ் ஆப் இந்தியா:

1927 –ல் பத்திரிகையாளர் சதானந்தால் பம்பாயில் இந்நிறுவனம் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. விடுதலைப் போராட்டக் காலத்தில் தேசியக் கொள்கையை பரப்பும் செய்தி நிறுவனமாக இது செயல்பட்டது. அன்னிபெசன்ட் அம்மையார், புருசோத்தம்தாஸ், தாகூர் தாஸ், வால்சந் ஹீராசந், பெரோஸ் சேத்னா, ஜி.டி. பிரீலா முதலானோரின் அரவணைப்பில் இந்நிறுவனம் வளர்ந்தது. பொருளாதார நெருக்கடி காரணமாக 1933 –ல் இந்நிறுவனம் மூடப்பட்டது.

## இந்திய செய்தி இணையம் (United News of India)

யு என் ஐ (UNI) என்னும் இந்த செய்தி நிறுவனம் ஏற்கனவே செயல்பட்டு, நின்று போன யுபிஐ (UPI) (united Press International) என்னும் நிறுவனத்தின் ஓர் இணை நிறுவனமே ஆகும். யு என் ஐ நிறுவனம் அமெரிக்காவின் Associated Press உடனும் ஜெர்மனியின் Dect She Press Age உடனும் யுகோஸ்லோவாகியா நாட்டின் Tanjug நிறுவனத்துடனும் ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டு, உலகளவில் தொடர்பு கொண்டு செய்திகளை சேகரித்து சந்தாதாரர்களுக்கு வழங்கி வருகிறது.

## சமாச்சார் பாரதி (Samachar Bharathi)

இந்த நிறுவனம் 1965 –ம் ஆண்டு முதல் செயல்படத் தொடங்கியது. எழுபதுக்கு மேற்பட்ட பத்திரிகையாளர்கள் இந்நிறுவனத்தில் உறுப்பினர்களாக உள்ளனர். அன்றைய காலக்கட்டத்தில், சேகரித்த செய்திகளை ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மொழிகளில் செய்திகளை சந்தாதாரர்களுக்கு வழங்கி வந்தது.

## இந்துஸ்தான் சமாச்சார் (Hindustan Samachar)

இந்த நிறுவனம் 1948 -ம் ஆண்டு முதல் செயல்படத் தொடங்கியது. நாற்றுக்கு மேற்பட்ட உறுப்பினர்கள் இந்நிறுவனத்தை இயக்கி வருகின்றனர். இந்நிறுவனம் இந்தி மொழி செய்தி நிறுவனமாகும். செய்திகளை சேகரித்து இந்தியிலும் மற்றும் பல மாநில மொழிகளிலும் சந்தாதாரர்களுக்கு வழங்கி வருகிறது.

### குளோப் நியூஸ் ஏஜன்சி:

ஆங்கில நாட்டுப் பத்திரிகையாளர் எட்வர்டு ஹால் டன் என்பவர் ஆண்ட்ரூவாட்சனை இந்தியாவிற்கு அனுப்பி அந்நிறுவனத்தைத் தோற்றுவித்தார். 1952 ஆம் ஆண்டு முதல் இந்நிறுவனம் நியர் ஆண்டு .:பார் நியூஸ் என்ற பெயரில் செயல்படத் தொடங்கியது.

### ஓரியண்ட் பிரஸ்:

முகமதியர்கள் தங்கள் உரிமையிலுள்ள இதழ்களுக்குத் தங்களைப் பற்றிய செய்திகளை வழங்க 1942 -ல் முகமதியர்களால் இந்நிறுவனம் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. தொடக்கத்தில் சையது முகமது நிருவாக இயக்குநராகப் பொறுப்பேற்றார். இந்தியா - பாகிஸ்தான் பிரிவினைக்குப் பிறகு இந்நிறுவனம் செல்வாக்கிழந்தது.

### சிறிய செய்தி நிறுவனங்கள்:

அதிக அளவு பொருளீடும் பொறிகளும் அலுவலக அமைப்பும் இல்லாத சில சிறிய செய்தி நிறுவனங்களும் இந்தியாவில் இருந்து வருகின்றன. அவை இந்தியன் நியூஸ் சர்வீஸ் (INS) ஈஸ்டன் இந்தியா நியூஸ் ஏஜன்சி (டில்லி), நியூஸ் .:ப்யூச்சர்ஸ் ஆப் இந்தியா (பம்பாய்), பப்ளிகேஷன் சிண்டிகேட் (டில்லி), சத்திய சமாச்சார் (குவாலியர்), பிரஸ் ஆசியா இண்டர் நேஷனல் (டில்லி) முதலியனவாகும்.

### செய்தி முகமை நிறுவனம் (News Agency Pool)

இந்த நிறுவனம் 1976 -ம் ஆண்டு அணிசேரா நாடுகளின் சார்பில் இந்தியாவில் தொடங்கப்பட்டது. இந்த நிறுவன தொடக்க விழாவின் பிரதமர் இந்திரா காந்தி பேசியதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

“மேற்கத்திய நாடுகளைச் சேர்ந்த செய்தி நிறுவனங்கள், வேறு ஒரு நாட்டினைப் பற்றிய தவறான செய்திகளைத் தரும் போது அந்த நாட்டில் உண்மையில் என்ன நடந்தது என்பதை அறிவதில் குழப்பம் ஏற்படுகிறது. ஆகவே அணிசேரா நாடுகளைப் பற்றிய உண்மையான, நடுநிலையான

செய்திகளை மக்களுக்கு தருவது அவசியமாகிறது. அந்த பணியை சிறப்பாக செய்ய வேண்டியது News Agency Pool என்னும் இந்த செய்தி நிறுவனத்தின் முக்கிய கடமையாகும்.

## செய்தி வங்கி

அன்றாடம் நாட்டில் நடைபெறுகின்ற நல்ல தீய செயல்கள் பற்றிய செய்திகள் பத்திரிகை அலுவலகம் சென்று சேர்கின்றன. எல்லா நாட்களிலும் பத்திரிகை அலுவலகத்திற்குச் செய்திகள் வந்து குவிந்த வண்ணம் இருக்காது. சில நாட்களில் நாட்டில் நிகழ்ச்சிகள் அதிகமாக நடைபெறும் போது செய்திகளும் அதிகமாக வந்து குவியும். சில நாட்களில் நிகழ்ச்சிகள் அதிகம் நடைபெறவில்லையென்றால் செய்திகள் குறைவாக வந்து சேரும்.

ஒரு பத்திரிகையினுடைய பக்க நிர்ணய அளவிற்கு ஏற்ப ஒவ்வொரு நாளும் பத்திரிகை வெளிவர வேண்டும். செய்திகள் அதிகமாக வருகின்ற போது பத்திரிகையின் பக்கங்களை அதிகப்படுத்துவதோ செய்திகள் குறைவாக வருகின்ற நாட்களில் பக்கங்களின் அளவைக் குறைப்பதோ எந்தப் பத்திரிகை நிறுவனத்திலும் இல்லை.

செய்திகள் அதிகமாக வருகின்ற நாட்களில் பக்கங்களின் அளவிற்கு ஏற்ப செய்திகளின் முக்கியத்திற்கு ஏற்ப செய்திகளைத் தேர்ந்து எடுத்துக் கொண்டு மீதம் இருக்கின்ற செய்திகளைப் பத்திரிகை அலுவலகங்களில் சேர்த்து வைப்பார். செய்திகள் குறைவாக இருக்கும் நாட்களில் அவற்றை வேண்டிய அளவு பயன்படுத்திக் கொள்வார்.

இவ்வாறு பத்திரிகை அலுவலகத்தில் செய்திகளைச் சேகரித்து வைத்துப் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் முறையினைச் செய்தி வங்கி என்பார்.

## பயிற்சி வினாக்கள்

1. ஒரு நாளிதழ் உருவாவது எவ்வாறு? விளக்குக.
2. இந்தியாவில் இதழ்களின் சுதந்திரம் காக்கப்படுகிறதா? மதிப்பிடுக.
3. நீதிமன்ற அவமதிப்புச் சட்டத்தின் இன்றியமையாதக் கூறுகளைக் குறிப்பிடுக.
4. திராவிட இதழ்கள் பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.
5. பத்திரிகைகளைக் கட்டுப்படுத்தக் கொண்டுவரப்பட்ட சட்டங்கள் பற்றி விளக்கி வரைக.
6. இதழ்கள் தொடங்குவதற்கான வழிமுறைகள் யாவை?
7. பதிப்புரிமைச் சட்டம் குறித்து விளக்குக.
8. சட்டமன்ற பாராளுமன்ற அவமதிப்பு சட்டம் குறித்து விவரிக்க.

## UNIT - 1

### வானொலி

மார்க்கோனி, 1896 ஆம் ஆண்டு இங்கிலாந்தில் வானொலியைக் கண்டுபிடித்துப் பதிவு செய்தார். இங்கிலாந்தில் முதன்முதலில் தோன்றிய வானொலி பின்னர் உலக நாடுகளுக்குப் பரவத் தொடங்கியது. தோன்றியதில் இருந்து 28 ஆண்டுகள் கழித்து இந்தியாவிற்கு வானொலி வந்தது. 1924 மே திங்கள் 16 ஆம் நாள் இந்தியாவில் சென்னை நகரில் முதன் முதலாக வானொலிக்குழு அமைக்கப்பட்டது.

அதே ஆண்டு ஜூலை 31 இல் சென்னை மாகாண ரேடியோ கிளப் ஒலிபரப்பைத் தொடங்கியது. 1927 ஆம் ஆண்டு ஜூலைத் திங்கள் 23ம் நாள் இர்வின் பிரபு பம்பாயில் வானொலியைத் தொடங்கி வைத்தார். அது 1.5 கிலோவாட் ஆற்றலுள்ள அமைப்பு முறையில் தொடங்கி வைக்கப்பட்டதாகும்.

அதே ஆண்டில் 40 நாள்களுக்குப் பின் கல்கத்தாவில் 1.5 கிலோ வாட் ஆற்றலுள்ள மற்றொரு வானொலி நிலையம் வங்காள ஆளுநர் சர் ஸ்டான்லி ஜாக்சன் என்பவரால் தொடங்கப்பட்டது. அந்த ஆண்டு அக்டோபரில் மதராஸ் மாகாண ரேடியோ கிளப் கலைக்கப்பட்டது. 1930 ஏப்ரல் முதல் நாள் சென்னை நகராட்சிக் கழகம் முறையான ஒலிபரப்பைத் தொடங்கியது.

இந்திய வானொலி தொடங்கப்பட்ட நிலையில் பணத்தட்டுப்பாடு காரணமாகப் பல இடையூறுகள் ஏற்பட்டன. இந்திய வானொலி ஒலி பரப்பு நிறுவனத்தார் பணப்பற்றாக்குறையினால் இந்திய அரசிடம் பண உதவி கேட்டனர். இந்திய அரசு உதவ முடியாத நிலையில் இருப்பதாக அறிவித்தது.

அதனால் இந்தியன் ரேடியோ டெலிகிராப் கம்பேனி 3.5 லட்சம் ரூபாய் கடனாகக் கொடுத்து உதவியது. இந்நிலையில் வானொலிப் பெட்டி தயாரிக்கும் கம்பெனிகள் தம்முடைய முதலீட்டுக்கு இழப்பு வரும் எனக் கருதி அரசிடம் முறையிட்டன.

நாடெங்கும் வானொலிக்கு ஆதரவாக முறையீடுகள் பிறந்தன. அதன் பின்னர் 1930 ஏப்ரல் மாதம் முதல் நாளில் இருந்து தொழிலாளர் துறையின்

கீழ் அரசாங்கமே வானொலியை ஏற்றுக் கொண்டது. இந்தியன் பிராட்காஸ்டிங் சர்வீஸ் என்ற அமைப்பை அரசு உருவாக்கியது.

### அரசு பொறுப்பேற்றல்

1931 ஆம் ஆண்டு நவம்பர் 23ல் இருந்து ஒலிபரப்புத் துறையைத் தற்காலிகமாக அரசே ஏற்று நடத்துவது என முடிவு செய்யப்பட்டது. 1934 ஆம் ஆண்டு முதல் ஒலிபரப்பின் ஆவல் வளர்ச்சி பெற்றது. அந்த ஆண்டிலேயே மதராஸ் அரசு பி.பி.சி நிறுவனத்தில் இருந்து 'பாலோ' என்ற ஒலிபரப்பு வல்லுநரை அழைத்து அவரிடம் வானொலி வளர்ச்சிக்கென ஒரு திட்டத்தைக் கேட்டது. அன்று முதல் வானொலியில் ஒலிபரப்பு நன்கு வளர்ச்சி பெற்றது.

1935 ஜனவரியில் இந்திய அரசு மார்க்கோனி நிறுவனத்திடம் இருந்து டெல்லி நிலையத்திற்கு ஒலிபரப்புக் கருவிகளை வாங்கத் திட்டமிட்டது. 1935 ஆகஸ்ட் திங்கள் லயனல் பில்டன் என்பவர் முதல் ஒலிபரப்புக் கட்டுப்பாட்டாளராக இந்தியா வந்தார். மேலும் பி.பி.சியின் ஆராய்ச்சித்துறைத் தலைவராக இருந்த எச்.எல்.கிரீக் என்பவரும் இந்தியா வந்து சேர்ந்தார்.

'கிரீக்' வந்தபின் 7 புதிய மத்திய அலைவரிசை நிலையங்களைத் தொடங்கவும், ஒரு சிற்றாலை ஒலிபரப்பை அமைக்கவும் பரிந்துரை செய்தார். பி.பி.சியில் இருந்து சி.டபுள்யூ கார்டர் என்பவர் இங்கு வந்து 1936 ஆகஸ்டில் தலைமைப் பொறியாளராகப் பொறுப்பேற்றார். இந்திய கம்பியில்லாத தந்திச்சட்டமும் அமுலுக்கு வந்தது.

### இந்திய வானொலி வளர்ச்சி

1935 ஆம் ஆண்டிலிருந்து இந்திய வானொலி நல்ல வளர்ச்சியைப் பெற்றது. அந்த ஆண்டு செப்டம்பர் 10 இல் மைசூரில் ஆகாசவாணி நிலையம் ஏற்பட்டது. 1936 இல் டில்லி நிலையம் ஒலிபரப்பை இயக்கிற்று. 1938 ல் சென்னையில் ஆளுநர் எர்ஸ்கின் பிரபு வானொலி நிலையத்தைத் தொடங்கி வைத்தார்.

1939 இல் திருச்சி வானொலி நிலையத்தையும் அவரே தொடங்கி வைத்தார். இந்தியா விடுதலை பெற்றபின் 1951 வரை கூட வானொலி அவ்வளவாக வளர்ச்சி பெறவில்லை.

விடுதலை பெற்ற பிறகு இந்தியாவில் 6 வானொலி நிலையங்களே இருந்தன. ஆறில் இரண்டு தமிழ்நாட்டில் இருந்தது. மற்றவை புதுடில்லி, பம்பாய், கல்கத்தா, லக்னோ ஆகிய நகரங்கள். முதல் ஐந்தாண்டுத் திட்டத்தில் வானொலிக்கு முக்கிய இடம் தரப்பட்டது. 16 ஒலிபரப்புக் கோபுரங்கள் அமைக்கப்பட்டன.



7ம் ஐந்தாண்டுத் திட்ட முடிவில் 205 வானொலி நிலையங்கள் இந்தியாவில் நிறுவப்பட்டதாக மத்திய அரசு அறிவித்தது. 97.5 சதவிகித மக்கள் வானொலியின் பயனை அடைந்தனர்.

### வானொலியின் நோக்கமும் தனித்தன்மைகளும்

மக்களுக்குத் தகவல் அளிக்கும் பொறுப்பைத் தனது தலையாய பணியாக வானொலி ஏற்றுக் கொண்டுள்ளது. கற்பித்தல், தகவல் அளித்தல், மகிழ்ச்சியூட்டல் ஆகிய மூன்றும் வானொலியின் நோக்கங்களாக உள்ளன.

1. வானொலி காதுக்குரிய கருவி. ஒலியின் வாயிலாகவே கேட்பவர்களின் சிந்தனையைத் தூண்டி எழுச்சியைத் தருகின்றது.
2. வேலையைச் செய்து கொண்டே தகவல்களைக் கேட்கலாம்.
3. வானொலி, கேட்போரை விரைந்து சென்று சேரும் ஆற்றலுடையது.
4. சூட்டோடு சூடாக எச்செய்தியினையும் வானொலி நிருபர் வானொலி வழியாக நமக்கு அறிவிக்க வாய்ப்புண்டு.

வானொலிப் பெட்டி இன்று ஏழை, எளியவர் மத்தியிலும் மலிவாகக் கிடைக்கும் கருவியாக உள்ளது. 'டிரான்சிஸ்டர்' யுகமாக இன்று உள்ளது. எளிதில் எங்கும் எடுத்துச் செல்லக்கூடிய கருவியாகவும் வானொலி உள்ளது. இவ்வகையில் இந்தியாவில் வானொலி படிப்படியாக வளர்ந்து சிறந்த நோக்கங்களையும் தனித்தன்மைகளையும் கொண்டு விளங்குகின்றது.

### நிகழ்ச்சிகள்

இசை நிகழ்ச்சிகள் தாம் வானொலியில் அதிகமான ஒலிபரப்பு செய்யப்படுகின்றன. கர்நாடக இசை, இந்துஸ்தானி இசை, நாட்டுப்புற இசை, மேற்கத்திய இசை, திரை இசை எனப் பல்வேறு நிகழ்ச்சிகள் அமைந்துள்ளன. இசைக் கலைஞர்கள், பாடல் ஆசிரியர்கள், பாடகர்கள், இளம் கலைஞர்கள், இசை அமைப்பாளர்கள் என ஆயிரக்கணக்கானோர் இந்நிகழ்ச்சிகளினால் பயன்பெறுகின்றனர். பேச்சு மொழி நிகழ்ச்சி வானொலியில் இரண்டாவது முக்கியத்துவம் பெறுகின்றது.

பேருரைகள், சிற்றுரைகள், உரையாடல்கள், விவாதங்கள், நாடகங்கள், சொற் சித்திரங்கள் ஆகியன பேச்சு மொழி நிகழ்ச்சியில் அடங்கும். மொழி அறிஞர்கள், எழுத்தாளர்கள், கவிஞர்கள், நாடக ஆசிரியர்கள் ஆகியோர் தங்கள் திறமைகளை இந்நிகழ்ச்சிகள் வாயிலாக வெளிப்படுத்துகின்றனர்.

குழந்தைகள், இளைஞர்கள், விவசாயிகள், தொழிலாளர்கள் முதலியோருக்குத் தனித்தனி நிகழ்ச்சிகள் நடத்தப்படுகின்றன. இவையன்றி விளையாட்டு நிகழ்ச்சிகள், கவியரங்குகள், இலக்கிய நிகழ்ச்சிகள், கல்வி நிகழ்ச்சிகள், அறிவியல் நிகழ்ச்சிகள் முதலியனவும் நடைபெறுகின்றன.

திறமையை வெளிப்படுத்துவதே இந்நிகழ்ச்சியின் நோக்கமாகும். குழந்தைகள் மனத்தில் ஊக்கம், நேர்மை, இரக்கம் முதலான குணங்கள் வளர வேண்டும் எனக் குழந்தைகள் நிகழ்ச்சிகள் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

பெண்கள் தொடர்புடைய நிகழ்ச்சிகளில் அவர்களுக்குத் தேவையான குடும்பக் கலை, குழந்தை வளர்ப்பு, தாய் சேய் நலம், வீட்டு நிர்வாகம், குடும்ப வரவு செலவு முதலான செய்திகள் ஒலிபரப்பாகின்றன. மக்கள் நல்ல உடல் வளம் பெறவும், மனநலம் பெறவும் நிகழ்ச்சிகள் ஒலிபரப்பப்படுகின்றன. குடும்ப நெறி சிறப்பாக அறிவுறுத்தப்படுகின்றது.

இளைஞர்களுக்கு முக்கியமான வேலைவாய்ப்புச் செய்திகள், ஒலிபரப்பாகின்றன. கலைத் திறத்தினை வெளிப்படுத்தும் இசை, நாடகம் முதலிய நுண்கலைகளில் இளைஞர்களுக்கு உள்ள ஈடுபாட்டை இளைஞர்கள் நிகழ்ச்சி பயன்படுத்துகின்றது. தொழிற்சாலைகளில் மேற்கொள்ள வேண்டிய விதிமுறைகள், தொழிலாளர் நலச் சட்டங்கள் ஆகியன அக்குழுவினருக்குரிய நிகழ்ச்சிகளில் சிறப்பிடம் பெறுகின்றது.

இந்திய நாடு விவசாய நாடு. வானொலியில் விவசாய நிகழ்ச்சிகள் முக்கியமானவை. வேளாண்மை உற்பத்தியில் நாடு தன்னிறைவு பெற வேண்டும் என்பதே இவ்வொலி பரப்பின் நோக்கம். வானொலி அறிமுகப்படுத்திய நெல், வானொலி நெல் என அழைக்கப்பட்டது.

பண்ணை ஒலிபரப்பில் முற்போக்கான வேளாண்மை உத்திகள் எடுத்துக் கூறப்படுகின்றன. வேளாண்மைப் பல்கலைக்கழகங்களும், விவசாயத் துறைகளும் தத்தம் கருத்துகளை வலியுறுத்திக் கூறுகின்றன.

விளையாட்டு நிகழ்ச்சிகள் உலக அளவில் மக்கள் மனத்தைக் கவர்க்கூடியன. கவியரங்கம், பட்டிமன்றம், வழக்காடு மன்றம் ஆகியவை மக்களுக்கு இலக்கிய ஈடுபாட்டினை ஏற்படுத்துவதோடு பரந்த அறிவையும் தருகின்றன. வானொலியில் நடைபெறும் கல்வி நிகழ்ச்சிகளில் கற்பித்தலில் புதிய உத்திகள் பாடம் நடத்தும் முறை ஆகியன விளக்கப்படுகின்றன.

### வானொலிக் கோட்பாடுகள்

இந்திய வானொலி, தனக்கென்று சில கொள்கைகளை வகுத்துக் கொண்டுள்ளது.

- நட்பு நாடுகளைக் குறைகூறக் கூடாது.
- குறிப்பிட்ட ஓர் இனத்தையோ, இனத்தைச் சார்ந்தவரையோ குறைகூறக் கூடாது.
- வன்முறையைத் தூண்டும் வகையில் ஒலிபரப்பு செய்யக் கூடாது.
- நீதிமன்றத்தை அவமதிக்கும் வகையிலும், குடியரசுத் தலைவரின் செயல்முறைகளுக்கு எதிரான வகையிலும் ஒலிபரப்பு செய்யக் கூடாது.
- நாட்டின் ஒருமைப்பாட்டுக்கு ஊறு விளையுமாறும், தனிப்பட்ட ஒருவரின் பெயரைக் குறிப்பிட்டுப் புகழுமாறும் ஒலிபரப்புச் செய்யக் கூடாது.
- தேர்தல் அறிவிப்பு வெளியான பிறகு குறிப்பிட்ட அரசியல் கட்சியின் உறுப்பினரோ, தொடர்புடையவரோ வானொலியில் பங்கேற்கக் கூடாது.
- சமுதாயத்தில் யாருடைய மனத்தையும் புண்படுத்தக் கூடாது என்பதால் குருடர், செவிடர் எனக் கூறாமல் பார்வை அற்றோர், கேட்க இயலாதவர் என்ற சொற்களை உபயோகிக்க வேண்டும்.

#### பயன்கள்

வானொலியால் விளையும் பயன்களை ஆராய்ந்து வருகின்றனர். அதற்காகத் தனிப்பிரிவும் (நேயர், ஆய்வுப் பிரிவு – யுரனநெடெந சுநளநயசஉா ருவை) உள்ளது. உடல்நலம், கிராம வளர்ச்சி, சிறு குடும்பப் நெறி, மகளிர் நலம் போன்ற செய்திகளுக்கு வானொலி முக்கியத்துவம் கொடுத்து ஒலிபரப்புவதினால் பல நன்மைகள் விளைந்துள்ளன.

வானொலி, நாட்டு ஒருமைப்பாட்டையும் வளர்க்கின்றது. ஒரு மொழிக்குரிய கலைகளையும், இலக்கியங்களையும் பிறமொழிக் காரர்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தும் பணியையும் அகில பாரத நிகழ்ச்சியாக வானொலி நடத்துகிறது.

செய்திகள் பரந்துபட்ட மக்களிடம் சென்று சேருகின்றன. சிற்றூர் மக்கள் வானொலியினால் மிகக்குறைந்த பயனையே பெறுகின்றனர். ஏனெனில் வானொலி ஒலிபரப்பில் 7.2 விழுக்காடு மட்டுமே சிற்றூர்ப் பகுதிகளுக்கு உரியதாகக் காணப்படுகிறது.

தேசியத் தலைவர்களின் பேச்சையும், தேசிய நிகழ்ச்சிகளையும் ஒலிபரப்பித் தேசிய ஒருமைப்பாட்டை வளர்க்கிறது.

தேசிய இசை நிகழ்ச்சிகளை நடத்தி நாட்டு மக்களை ஒன்று சேர்க்கிறது. சொற்பொழிவு, குழுவிவாதம், நாடகம் போன்றவற்றின் வழியாகத் தேசிய சிக்கல்களை மக்கள் அறியும்படி செய்துள்ளது.

தேசியத் தலைவர்களின் சொற்பொழிவைப் பிற மொழிகளில் மொழிபெயர்த்து ஒலிபரப்புகிறது.

வேற்று நாட்டவர் படையெடுப்பின் போது உள்நாட்டுக் கலவரத்தின் போதும் தேசிய உணர்வைத் தூண்டக் கூடிய நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்புகிறது.

வானொலி அரசுத் துறையாக இருப்பதால் பிரிவினை வாதத்தைத் தூண்டக்கூடிய செய்திகளையும், மக்களின் தன்மான உணர்ச்சிகளைத் தூண்டக் கூடிய செய்திகளையும் வெளியிடக் கூடாது. இது அரசின் கட்டுப்பாட்டில் இருப்பதால் தேசிய ஒருமைப்பாட்டு வளர்ச்சிக்கு மிகுதியாகப் பயன்படும்.

தேசிய அலைவரிசை என்ற ஒன்றை ஏற்படுத்தி அதற்கெனத் தனி நிகழ்ச்சிகளை வானொலி ஒலிபரப்புகிறது. வானொலியை ஒலிக்களஞ்சியம் எனலாம். 'செல்வத்துள் செல்வம் செவிச் செல்வம்' என்று வள்ளுவர் கூறிய கருத்தினை வானொலி உறுதிப்படுத்துகின்றது.

## தொலைக்காட்சி

தமிழில் 'தொலைக்காட்சி' என்பதை ஆங்கிலத்தில் 'டெலிவிஷன்' என அழைக்கின்றோம். டெலிவிஷன் என்ற கருவி தோன்றுவதற்கு முன்பே 'டெலிவிஷன்' என்ற சொல் தோன்றிவிட்டது.

1892 ஆம் ஆண்டு 'மாக்ஸ் பிளெஸ்னர்' என்ற பத்திரிகையாளர் 'டெலக்ராஸ் கோப்' என்ற பொருளில் ஒரு கட்டுரை எழுதினார். அக்கருவியில் நாடகங்கள், நாடாளுமன்ற நடவடிக்கைகள், சொற்பொழிவுகள், மாதா கோவில் வழிபாடுகள், பந்தயங்கள், பேரணிகள், தலைவர்கள் மக்களுக்கு நிகழ்த்தும் உரை ஆகிய காட்டப்படும் என்று அறிவித்திருந்தார். ஆனால் எப்படிக்காட்டப்படும் என்று அவர் எழுதவில்லை.

1990 ஆம் ஆண்டு பிரெஞ்சு நூலகர் ஒருவர் 'மின்சார அஞ்சல் முறையில் படங்களைத் தரும் கருவி' என்ற வகையில் ஒரு கருவிக்கு பெயர் வைக்க முனைந்தார். டெலஸ்கோப், எலக்டிரிகல் டெலஸ்கோப், டெலராக்ஸ்கோப் எனப் பல பெயர்கள் அப்போது இருந்தன.

அந்நூலகர் அப்பெயர்களை விட்டுவிட்டு, 'டெலிவிஷன்' எனப் பெயர் சூட்டினார். அப்பெயரே நிலைபெற்றது. இலத்தீன், கிரேக்கம் ஆகிய மொழிச்

சொற்களின் அடிப்படையில் டெலிவிஷன் என்ற சொல் உருவாயிற்று. 'மின்சார முறையில் ஓரிடத்தில் இருந்து, வேறோர் இடத்திற்கு அஞ்சல் செய்வது' என்பதே டெலிவிஷன் என்ற சொல்லின் பொருளாகும். டெலிவிஷன் என்பது பின்னர்த் தமிழில் தொலைக்காட்சி ஆயிற்று.

### தொலைக்காட்சியின் தோற்றம்

1925 -ல் ஜான்லகி பெயர்டு என்பவர் தொலைக்காட்சிக் கருவியைக் கண்டு பிடிப்பதில் ஆர்வம் காட்டினார். பெயர் மட்டும் தோன்றி அதற்குரிய கருவி இல்லாத நிலையில் ஸ்காட்லாந்து நாட்டவரான அவ்விஞ்ஞானி மிகவும் முயன்று, 1926 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி மாதம் 27 ஆம் நாள் தாம் கண்டு பிடித்த கருவியை இயக்கிக் காட்டினார்.

அவர் சில அடி தூரத்தில் இருந்த சிலுவை ஒன்றின் நிழலைத் திரையில் அஞ்சல் செய்து விட்டார். நாற்பதுக்கும் மேலான விஞ்ஞானிகள் அப்புதுமையைக் கண்டு மகிழ்ந்தனர். அதன் பின்னர் மேலும் பல முன்னேற்றங்கள் நிகழ்ந்தன.

1928-ல் பிரிட்டிஷ் வானொலி சோதனை முறையில் தொலைக்காட்சியை இயக்கியுள்ளது. மேலும் பத்தாண்டுகளுக்குப் பின்னரே வணிக முறையில் தொலைக்காட்சி தொடங்கியது.

### தொலைக்காட்சி நோக்கம்

தொலைக்காட்சியைப் பலவற்றின் தொகுதி எனலாம்.

1. ஒளியையும் ஒலியையும் ஈர்க்கும் காமிரா, மைக்
2. ஒளி, ஒலியைச் சீராக இயக்க ஒரு கட்டுப்பாட்டு அமைப்பு
3. அஞ்சல் செய்வதற்கு வசதி உண்டாகும் திட்டம்
4. நிகழ்ச்சியைக் காண ஒரு தொலைக்காட்சிப் பெட்டி

ஆகியவற்றின் தொகுதியே தொலைக்காட்சியாகும். மனோதத்துவ முறையில் ஒரு நிகழ்ச்சியை ஒரே சமயத்தில் ஒருவர் ஓர் இடத்தில் இருந்து (நிகழ்ச்சி நடக்கும் நிலையம், வீட்டில் உள்ள தொலைக்காட்சிப் பெட்டி) பார்ப்பது போன்ற உணர்வைப் பெறுவார். இது வரலாற்று முறையிலல் இப்புதிய யுகத்தின் குறிப்பிடத்தக்க ஒப்பற்ற தனிக் கண்டுபிடிப்பாகும்.

சமுதாய நோக்கில் கல்வி, விளம்பரம், பிற செய்திகளைத் தெரிவித்தல் ஆகிய வகைகளில் தொலைக்காட்சி பயன்படுகிறது. பொருளாதார நோக்கில் பார்த்தால் அது பலருக்கு வேலை வாய்ப்பைத் தருகின்றது.

தொலைக்காட்சி என்பது ஓர் (எலக்ட்ரானிக்) மின்னணு இயக்கம். எலக்ட்ரானிக் ஆற்றலால் தான் தொலை தூரத்தில் நடைபெறும் காட்சியைக் காண முடிகின்றது. எலக்ட்ரான்களை வெளியிடும் கருவிகள் எலக்ட்ரானிக் கருவிகள். எலக்ட்ரான்கள் சாதாரணக் கண்களால் காண முடியாத அளவு நுண்ணியவை.

ஒரு கூட்டத்தில் பேசும் போது, 'மைக்' ஒலியை வாங்கி மின்சார சமிக்ஞையாக மாற்றுகிறது. அதனைப் பெருக்கி (ஆம்ப்ளிபயர்) பெரிதுபடுத்துகிறது. அவ்வாறு பெரிதுபடுத்தப்பட்ட மின்சமிக்ஞையை ஒலிபெருக்கிக் குழாய் மீண்டும் ஒலியாக மாற்றிவிடுகிறது.

தொலைக்காட்சியில் ஒலிக்குப்பதில் படம் இடம் பெறும். மைக்குக்குப் பதில் காமிரா இடம் பெறும். ஒலிபெருக்கிக் குழாய்க்குப் பதில் தொலைக்காட்சிப் பெட்டி அமைந்துள்ளது. ஒளி சமிக்ஞையை 'காமிரா', மின்சார சமிக்ஞையாக மாற்றி விடுகின்றது. அதை மீண்டும் 'ஒளி'ச் சமிக்ஞையாக வீட்டில் உள்ள தொலைக்காட்சிப் பெட்டி மாற்றி விடுகிறது.

தொலைக்காட்சி நிலையத்தில் உள்ள ஒளி பரப்புக் கோபுரம் ஒலியை மின்காந்த அலையாக மாற்றுகின்றது. வீட்டில் உள்ள தொலைக்காட்சிப் பெட்டி மின்காந்த அலையைக் காற்றிலிருந்து வாங்கி ஒளியாக மாற்றுகின்றது. காற்றுச் சூழல் மூலம் செலுத்தப்படும் ஒளி அஞ்சலைத் தொலைக்காட்சி என்கிறோம்.

தொலைக்காட்சி எலக்ட்ரானிக் முறையில் இயங்குவதால், உடனுக்குடன் நிலையத்தில் ஒளிபரப்பும் நிகழ்ச்சிகளைத் தொலை தூரத்திலும் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளின் மூலம் பார்க்க முடிகிறது.

வீட்டில் உள்ளவர்களின் மனநிலைப்படி செயல்படும் சேவகனாகத் தொலைக்காட்சி உள்ளது. தொலைக்காட்சி சில சமயங்களில் அதன் உரிமையாளரையே ஏவல் கொள்ளும் தன்மை உடையது. சில நிகழ்ச்சிகள் பார்ப்பவரை மயக்கி விடுகின்றன.

தொலைக்காட்சிப் பெட்டிக்கு முட்டாளாக்கும் பெட்டி (Idiot Box) என்றும் பெயர் உண்டு

தொலைக்காட்சியில் 'வீடியோ' எனப்படுவது இலத்தீன் சொல். அது நான் பார்க்கிறேன் என்ற பொருளை உடையது. 'ஆடியோ' என்பதும் இலத்தீன் சொல்லே. அது நான் கேட்கிறேன் என்ற பொருளைக் கொண்டது.

தொலைக்காட்சியானது, உடனடித் தொடர்பு பெறுவதாலும், நெருங்கிய உறவுத் தன்மை கொள்வதாலும் உண்மையை உணர்த்துவதாலும் ஓர் உயரிய இடத்தைப் பெற்றுள்ளது.

## இந்தியாவில் தொலைக்காட்சி தோன்றி வளர்ந்த விதம்

உலகின் பல நாடுகள் தொலைக்காட்சியின் சிறப்பினை நன்கு அறிந்து அதனைப் பயன்படுத்தத் தொடங்கின. தொலைக்காட்சி பற்றிய பல ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளப்பட்டு முன்னேற்றங்கள் பெருகின. உலக மக்களுக்குப் பரந்த அறிவைத் தரும் சிறந்த பணியைத் தொலைக்காட்சி செய்து வந்தது. இதனைக் கண்ட இந்திய மக்களும் தொலைக்காட்சியை வரவேற்கத் தொடங்கினர்.

அகில இந்திய வானொலி நிலையம் 1959 ஆம் ஆண்டு செப்டம்பர் 15 ஆம் நாள் புது தில்லியில் ஒரு தொலைக்காட்சி நிலையத்தைத் தொடங்கியது. அறிஞர் 'பெயர்டு' அவர்களால் 1926 ஆம் ஆண்டு ஜனவரித் திங்கள் 17 ஆம் நாள் இயக்கிக் காட்டப்பட்ட தொலைக்காட்சி 33 ஆண்டுகள் கழித்து இந்திய நாட்டிற்கு அறிமுகமாயிற்று. கல்வித் தொடர்புடைய பணியில் தொலைக்காட்சி முதலில் செயல்பட்டது.

முதலில் 5 கிலோ வாட் சக்தி கொண்ட ஒளிபரப்பு வசதியுடன் 10 முதல் 12 மைல் வரை தெரியும் படி நிகழ்ச்சிகள் காட்டப்பட்டன. பின் தொலைக்காட்சி மன்றங்கள் (தொலைக்காட்சிக் குழு) ஏற்படுத்தப்பட்டன. அவற்றால் நடுத்தரமக்களும், எளிய மக்களும் நிகழ்ச்சிகளைக் கண்டு பயன் பெற்றனர்.

சமூகவியல் கல்வி அரைமணி நேரமும், பொழுது போக்கு நிகழ்ச்சிகள் அரைமணி நேரமும் ஆக ஒரு மணி நேர நிகழ்ச்சிகள் வாரத்திற்கு இரண்டு நாட்கள் காட்டப்பட்டன.

தொலைக்காட்சி, மக்களுக்கு நன்முறையில் பயன்படுவதைக் கண்ட அறிஞர்கள் அதன் பயனை விரிவுப்படுத்த எண்ணினர். 1961 ஆம் ஆண்டு அக்டோபர்த் திங்கள் கல்வி ஒளிபரப்புத் தொடங்கப் பரிந்துரை செய்தனர்.

அதன் அடிப்படையில் இயற்பியல், வேதியியல், ஆங்கிலம், இந்தி முதலான பாடங்கள் தொலைக்காட்சியில் கற்றுத் தரப்பட்டன. நாளடைவில் 1965 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் திங்கள் 15 ஆம் நாள் டெல்லித் தொலைக்காட்சி முழுமையான நிலையமாகச் செயல்படத் தொடங்கியது.

வாரத்தில் நான்கு நாட்கள் அரைமணி நேர நிகழ்ச்சிகள் நடைபெற்றன. நாடகம், திரைப்படச் செய்திகள், பல்சுவை நிகழ்ச்சிகள் எனக் காட்சிகள் பெருகின. 1972 அக்டோபர் 2 -ல் மும்பையிலும் ஒரு தொலைக்காட்சி நிலையம் தொடங்கப் பெற்றது. அதற்குக் கிளைநிலையம் ஒன்று புனாவிலும் தொடங்கப் பெற்றது. இவ்வகையில் இந்தியாவின் வடக்கு மேற்குப் பகுதிகள் தொலைக்காட்சி வசதிகளைப் பெற்றன.

1975 -ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் 9 ஆம் நாள் கல்கத்தாவிலும் சென்னையிலும் தொலைக்காட்சி நிலையம் ஏற்படுத்தப்பட்டது. 1975 ஆம் ஆண்டிலேயே நவம்பர் 17 ஆம் நாள் லக்னோவிலும் தொலைக்காட்சி நிலையம் ஒன்று அமைக்கப்பட்டது.

இந்திய அரசு, தொலைக்காட்சியில் 1976 முதலாகவே வர்த்தக ஒளிபரப்பைத் தொடங்கிவிட்டது. ஆனால் வானொலியில் பல ஆண்டுகட்குப் பின்னரே வர்த்தக ஒளிபரப்பு தொடங்கப்பட்டது.

1976 ஏப்ரல் முதல் தேதியில் இருந்து வானொலியுடன் இணைந்திருந்த தொலைக்காட்சி 'தூர்தஷன்' என்னும் பெயருடன் தனியே பிரிந்தது. தொலைக்காட்சி நிலையங்கள் 'கேந்திரங்கள்' என அழைக்கப்பட்டன. இந்திய அரசு 'வர்கீஸ்' கமிஷனை நியமித்துத் தொலைக்காட்சியின் முன்னேற்றங்கள் குறித்தும், தன்னாட்சி குறித்தும் ஆராயுமாறு கேட்டுக் கொண்டது.

இந்தியாவில் 'சைட்' என்னும் துணைக்கோள் வழியாகத் தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பும் திட்டம் 1975 -ல் தோற்றுவிக்கப்பட்டது. அமெரிக்காவில் 'ஏடிஎஸ் - 6' என்ற துணைக்கோளை ஓராண்டுக்கு ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டு தொலைக்காட்சியை இயக்கியது.

மக்களுக்குக் கல்வி அறிவு வளரவும், அவர்களிடத்தில் தேசிய ஒருமைப்பாட்டை வளர்க்கவும், பிற துறைகளைப் பற்றி மக்கள் அறிந்து கொள்ளவும். அரசாங்கம் இத்திட்டத்தை மேற்கொண்டது. செயற்கைக் கோளின் முழுமையான பயனை அடைய முடியவில்லை என அமெரிக்கா அறிவித்திருந்த இந்நிலையில், இந்தியா துணைக்கோளின் வழியாக நல்ல பயனைப் பெற முடியும் என உலகிற்கு உணர்த்தியது.

தயாரிப்பு முறை என்பது கூட்டுப் பொறுப்பாகும். அரங்க வடிவமைப்பாளர், காமிராக் கலைஞர், ஒப்பனையாளர், அரங்கத் தலைவர், பொறியியல் வல்லுநர், ஒலியமைப்பு இயக்குநர் முதலியோர் அனைவரும் ஒரு நிகழ்ச்சியைத் தயாரிப்பதற்கு ஒத்துழைக்க வேண்டும்.

அவரவர் தங்கள் கோணத்தில் ஆலோசனை தருவார்கள். இவர்களை ஒன்று சேர்த்துத் தயாரிப்பாளர் ஆலோசனை செய்வார். ஒப்பனை, ஒலி அமைப்பு, ஒளி விளக்கு, ஆடை, அணிகள், விளம்பர அட்டைகள் என அவரவர் தங்கட்குரிய பொறுப்புகளை ஏற்றுக் கொள்வார்கள். நிகழ்ச்சிகளில் பங்கு பெறும் குழுவினர் ஒவ்வொருவருக்கும் நிகழ்ச்சிக்குரிய பிரதிகள் கொடுக்கப்படும்.

ஒத்திகைகள் தொடர்ந்து நடைபெறும். நிகழ்ச்சிகள் ஒளிப்பதிவு செய்யப்படுவதும் உண்டு. நேரடியாக ஒளி பரப்பப்படுவதும் உண்டு. ஒலி அமைப்பும் தொடர்ந்து நடைபெறும். அரங்க மேடையில் கலைஞர்கள் தத்தம்



இடப்பகுதியையும் நடமாட்டத்தையும் நன்கு அறிந்து கொள்வார்கள். பின்னர் எங்கெங்கே நடப்பது, எப்படி நிற்பது என்பதற்குரிய பயிற்சிகளெல்லாம் நடைபெறும்.

தயாரிப்பாளர், நிகழ்ச்சிக் கட்டுப்பாட்டு அறையில், காட்சிக் கலப்பாளர், பொறியியல் இயக்குனர் ஆகியோருடனும் உதவியாளருடனும் இருந்து நிகழ்ச்சியைத் தயாரிக்கத் தொடங்குவார். நிகழ்ச்சிக் கட்டுப்பாட்டு அறையில் ஒலிபெருக்கியும், கடிகாரமும் இருக்கும்.

அவ்வறையின் முன்பக்கம் ஒளிக்கட்டுப்பாட்டறையும் பின்புறம் ஒளிக்கட்டுப்பாட்டறையும் இருக்கும். இம்மூன்று அறைகளும் நிலைய அரங்கின் மேல் தளத்தில் இருக்கும். ஒளிக் கட்டுப்பாட்டறைக்கும், தயாரிப்புக் கட்டுப்பாட்டறைக்கும் இடையே கண்ணாடியால் தடுக்கப்பட்டு இருக்கும்.

ஒலி வாங்கி மூலம் வரும் ஒலிகளை ஒருங்கிணைத்து ஒலி வழங்குவார்கள். பதிவு நிகழ்ச்சியாக இருந்தால் நாடாப்பதிவு அறைக்குத் தொடர்பு கொண்டு, எல்லா ஏற்பாடுகளும் தயாரான பிறகு பதிவைத் தொடங்கச் செய்வார்கள்.

#### பணிகள்

- தேசிய ஒருமைப்பாட்டை வளர்க்கும் பண்புகளை மக்களிடம் வளர்க்கிறது.
- தேசிய ஒருமைப்பாட்டிற்கும், உள் நாட்டு வளர்ச்சிக்கும் தொலைக்காட்சியை மிகுதியாகப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்று தேசியத் தலைவர்கள் கூறியுள்ளனர்.
- மக்களின் வாழ்க்கை முறையை மேம்படுத்துவது, தேசிய ஒருமைப்பாட்டை வளர்ப்பது என்னும் குறிக்கோளுடன் தொலைக்காட்சி செயல்படுவதால் மக்களுக்கு கற்பித்தல், இணங்க வைத்தல் என்னும் இரு முறைகளில் மக்களின் மனநிலையைகளை மாற்றி நல்வாழ்க்கைக்கு இட்டுச் செல்கிறது.
- தொலைக்காட்சியில் கல்வி நிகழ்ச்சிகள் ஒளிபரப்ப வேண்டும்.

#### பாதிப்புகள்

தொலைக்காட்சி மக்களிடம் பல பாதிப்புகளை ஏற்படுத்தியுள்ளது. மனித குலத்தின் ஒவ்வொரு செயலையும் மாற்றியுள்ளது. மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள், சிந்தனை, நாகரிகம், பண்பாடு போன்றவை மாறியுள்ளன. இந்த

மாறுதல்கள் செய்தியை விடத் தொலைக்காட்சிக் கருவியின் வலிமையால் ஏற்பட்டவையாகும்.

- குழந்தைகள் மாலையில் விளையாடுவது குறைந்து விட்டது.
- பெற்றோர் குழந்தைகள் தொடர்பு குறைந்து விட்டது.
- குடும்ப உறவுகளிடம் பழகும் நேரம் குறைந்து விட்டது.
- பள்ளிக் குழந்தைகளின் வீட்டுப் படிப்பு கெடுகிறது.
- வானொலி கேட்டல் குறைந்து விட்டது.
- அதிக நேரம் பார்ப்பதால் கண்பார்வை பாதிக்கப்பட வாய்ப்புண்டு
- கவனக்குறைவு ஏற்படுகிறது
- கற்பனை எண்ணங்களை வளர்த்துக் கொள்கின்றனர்.

### ஒளிபரப்புகள்

வெளியில் நடைபெற்ற நிகழ்ச்சிகளை நிலையத்திற்குக் கொண்டு வந்து ஒளிபரப்புவது வெளிப்புற ஒளிபரப்பாகும். வெளிப்புறப் படப்பிடிப்பிக்கு வெளிப்புற ஒளிபரப்பு வண்டி மிகவும் அடிப்படையாக இருக்கும். மின்சாரத்தின் மூலமும், ஜெனரேட்டர் மூலமும் இதனை இயக்கலாம்.

இதனைக் குட்டித் தொலைக்காட்சி நிலையம் எனலாம். இவ்வண்டியில் நிகழ்ச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தவும், காமிராவைக் கட்டுப்படுத்தவும், ஒலியைக் கட்டுப்படுத்தவும் மூன்று பிரிவுகள் உள்ளன.

### தொலைக்காட்சி கலைஞர்கள்

தொலைக்காட்சிக் கலைஞர்களுக்கும், பார்வையாளர்களுக்கும் தொடர்பு இருக்க வேண்டும். பார்வையாளர்களுக்குத் தம் திறமையைக் காட்டிச் சொல்ல எண்ணியதை அவர்கள் முன் சொல்ல வேண்டும். பார்வையாளர்களுக்கு மகிழ்வூட்டல், செய்தி சொல்லல், அறிவுறுத்தல் ஆகிய மூன்றும் தொலைக்காட்சிக் கலைஞர்களின் கடமையாகும். கலைஞர்களை இருபிரிவினராகப் பிரிக்கலாம்.

நிகழ்ச்சி நடத்துனர், செய்தியளிப்பவர், அறிவிப்பாளர், முதல் பிரிவில் அடங்குவர். இரண்டாம் பிரிவில் நடிகர்கள் அடங்குவர். மேடையில் தோன்றும் போது கலைஞர்கள் ஆயிரக்கணக்கானவர் முன் தங்கள் திறமையைக் காட்டுகின்றனர். தொலைக்காட்சிப் பெட்டியில் காணும் கூட்டம் ஆங்காங்கே

சிதறி உள்ளது. குடும்பம் குடும்பமாக இருப்பதால் கலைஞர்கள் அவர்களுடன் நெருக்கமாக உறவு கொள்கிறார்கள். மேடைக் கூச்சலுக்கும் ஆரவாரத்திற்கும் தொலைக்காட்சியில் இடம் இல்லை.

தயாரிப்பாளர் ஏற்பாடு செய்த முறைப்படி செய்தியை வழங்குவார்கள். செய்தி வழங்குவோர் செய்தியை மனத்தில் வாங்கிக் கொண்டு பார்வையாளர் மனத்தில் படும்படி சொல்ல வேண்டும்.

செய்தியைப் படிப்பது போல் தோன்றாமல் இருக்க டெலிபிராம்டர் என்ற கருவியையும் பயன்படுத்துகின்றனர். செய்தியை வழங்குவோர் செய்தியைத் தயாரிப்பதில்லை. செய்தி ஆசிரியர்கள் உலகச் செய்திகளை ஆங்கிலத்தில் இருந்து தாய் மொழிக்கு மாற்றம் செய்வார்கள்.

தகவலியல் துறையில் தொலைக்காட்சியின் பங்கு செய்தித் துறையின் காரணமாகச் சிறப்புற்று விளங்குகின்றது.

### திரைப்படம் அறிமுகம் - தோற்றம் - வளர்ச்சி

மக்களை அதிகமாகக் கவரும் ஆற்றல் சினிமாவுக்குண்டு. இஃது உலகம் அறிந்த உண்மை. 'கினி' என்ற இலத்தீன் சொல்லுக்கு அசைவு என்று பொருள். திரையில் அசையுமாறு செய்யும் நிலை வந்த பின்னர் கினிமா என்றனர். நாளடைவில் கினிமா என்ற இலத்தீன் சொல் சினிமா என மாறியது. நாம் திரைப்படம் எனத் தமிழில் அழைக்கின்றோம்.

1840 -ல் நிழற்படம் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. மனிதனின் கண் அமைப்பும், மூளையும் தான் அசையும் படமாகத் திரைப்படம் தோன்றக் காரணமாயிற்று.

### அசையும் படம்

ஆஸ்திரியா, பிரான்சு நாட்டு மக்கள் 1853 -ல் வட்டத் தகட்டில் சுற்றிலும் போட்டாக்களை ஒட்டி வேகமாகச் சுழற்றி உருவங்கள் மாறுவதைப் பார்த்துப் பொழுது போக்கி விளையாடினர். மேபிரிஜ் என்ற வெள்ளைக்காரர், அந்த விளையாட்டில் சிறு மாறுதல் செய்து மனிதனின் அசைவு, விலங்குகளின் அசைவு இவற்றை நிழற்படங்களாக எடுத்தார். அவற்றை வட்டத்தகட்டில் ஒட்டிச் சுழற்றினார்.

பொருள்கள் சேர்ந்ததாய் மகிழ்ந்தார். 1877 -ல் ரெய்னாடு என்ற பிரஞ்சுக்காரர், படங்களைத் திரையில் காணும் கருவி ஒன்றைக் கண்டுபிடித்தார். 1879 -ல் பிரான்சு நாட்டில் மேரி என்பவர் 16 ஆண்டுகள் உழைத்துப் பலவித கேமராக்களைக் கண்டுபிடித்தார்.

1884 –ஆம் ஆண்டில் அமெரிக்காவைச் சேர்ந்த ஈஸ்ட்மென் என்பவர் 'கோடக்' என்ற காமிராவில் பேப்பராலான சுருள் ஒன்றில் படம்பிடித்துக் காட்டினார்.

எடிசனின் சீடர் டிக்சன் என்பவர் ஒலிக்கருவியின் மூலம் திரைப்படத்துக்கு ஒலியை இணைக்க முடியுமா? என்று ஆராய்ந்தார். இரண்டு ஆண்டுகளுக்குப் பின் ஈஸ்ட்மென்-செல்லுலாய்டு என்ற படச்சுருளைக் கண்டுபிடித்தார். பின்னர் பிரிட்டனைச் சேர்ந்த பிரிஸ்கிரீன் என்பவர் நன்றாக ஓடக்கூடிய புரஜெக்டர் ஒன்றாகக் கண்டுபிடித்தார்.

பாரிசில் 1892 –ல் ரெய்னாடு என்பவர் சினிமாத் தியேட்டரைத் திறந்தார். 1895 –ல் திரைப்படம் வளர்ச்சி பெற்றது. ஒரு நிமிடப் படங்கள் காட்டப்பட்டன.

ஜார்ஜ்மெலி என்பவர் குழந்தைகள் விரும்பும் வகையில் கற்பனைக் கதைகளைப் படமாக்கினார். எட்வின் எஸ் போர்டர் என்பவர், 'அமெரிக்கத் தீயணைப்பு வீரரின் வாழ்க்கை', 'தி கிரேட் டிரெயின் ராபரி', என்ற புகழ் பெற்ற படங்களைத் தயாரித்தார். திரைப்படத்திற்குக் கலை வடிவம் தந்தவர் டி.டி.புளியூ கிரிபி.த் என்பவர்.

## பேசும் படங்கள்

1927 –ஆம் ஆண்டு பேசும் படங்கள் வந்தன. வார்னர் பிரதர்ஸ் தயாரித்த 'தி ஜாஸ் சிங்கர்' என்ற படத்திற்குப் பாட்டு ஒலிப்பதிவு செய்யும் போது தான் பேசும் படம் தயாரிக்க முடியும் என்ற எண்ணம் தோன்றியது. மேலைநாடுகளில் திரைப்படக் கலை வளர்ந்தது. போலவே கீழை நாடுகளிலும் திரைப்படத்துறை வளரத் தலைபட்டது.

## இந்தியாவில் திரைப்படம்

இந்தியாவில்தான் உலகிலேயே திரைப்படம் மிகுதியாகத் தயாரிக்கப்படுகின்றது. இந்திய நகரங்களில் சென்னையில் தான் அதிகமான திரைப்படங்கள் தயாரிக்கின்றன. ஜரோப்பாவைச் சார்ந்த லாமியர் சகோதரர்கள் 1896 –ஆம் ஆண்டு ஜூலைத் திங்கள் 7 –ஆம் நாள் துண்டுப் படங்களைக் காட்டினர்.

சகாராம படவடேகர் என்னும் மராட்டியர், பம்பாய் தொங்கும் தோட்டத்தில் நடந்த குத்துச் சண்டையைப் படம் எடுத்துப் புகழ் பெற்றார். ஜி.எப்.மதன் என்பவர் 1907 –ல் கல்கத்தாவில் ஒரு திரையரங்கைக் கட்டினார். இவையெல்லாம் முன்னோட்டங்களாக இருந்தன.

இந்தியத் திரைப்படக் கலையின் தந்தை டி.கே. பால்கே என்பவர். இங்கிலாந்து சென்று சிசில் ஹெப்வர்த் என்பவரிடம் திரைப்பட நுட்பங்களைக் கற்று வந்தார். அவர் 1913 -ல் ராஜா ஹரிச்சந்திரா என்ற படம் எடுத்தார். இதுவே இந்தியாவின் முழுநீளப் படமாகும். இந்தியாவில் தயாரான முதல் இந்தியப்படம் 'ஆலம் ஆரா'.

1931 -ஆம் ஆண்டு மார்ச்சுத் திங்களில் அப்படம் திரையிடப்பட்டது. 12 பாடல்கள் அதில் இடம் பெற்றன. அர்திஷா இராணி என்பவர் இயக்கினார். புகழ்பெற்ற இயக்குநர் சாந்தாராம் என்பவர் 1932 -ல் 'அயோத்தியயேஷ்ய ராஜா' என்ற படத்தையும், 1948 -ல் உதய சங்கர் என்பவர் 'கல்பனா' என்ற படத்தையும் இயக்கி வெளியிட்டார்.

அதே ஆண்டு எஸ்.எஸ். வாசன், சந்திரலேகா என்ற படம் எடுத்துப் புகழ் பெற்றார். இந்தியாவிலேயே அதிகப் பிரதிகள் எடுக்கப்பட்ட படம் அதுவாகும். கேன் திரைப்பட விழாவில் 1954 -ல் விமல்ராய் என்பவர் இயக்கிய 'தோபிகா ஜமீன்' என்ற படத்திற்கும், 1955 -ல் சத்யஜித்ரே என்பவர் இயக்கிய 'பதேர் பாஞ்சாலி' என்ற படத்திற்கும் பரிசுகள் கிடைத்தன. 1956 -ல் வெனிஸ் பட விழாவில் சத்தியஜித்ரேயின் அபராஜிதோ என்ற படம் முதல் பரிசு பெற்றது.

### தமிழகத்தில் திரைப்படம்

தமிழகத்தின் தலைநகரான சென்னையில் எட்வர்டு என்பவர் 1897 இல் விக்டோரியா பப்ளிக்ஹாலில் முதன் முதல் படங்களைத் திரையிட்டார். தமிழகத்தில் இக்காட்சி விஞ்ஞானப் புதுமையாக அமைந்தது.

தமிழ்நாட்டில் பொதுமக்களுக்குரிய திரைப்பட பணி 1900 ஆம் ஆண்டு தொடங்கியது. மேஜர் வார்விக் என்பவர் எலக்ட்ரிக் தியேட்டர் என்ற திரையரங்கை நிறுவினார். இதுவே தமிழகத்தின் முதல் திரையரங்கமாகும். இது தற்போது அண்ணா சாலையில் தலைமைத் தபால் நிலையக் கட்டிடமாக விளங்குகின்றது.

தமிழ்நாட்டில் பிரான்சு நாட்டைச் சேர்ந்த டூ பாண்டு என்பவர் பல இடங்களில் திரைப்படங்களைக் காட்டிக் கொண்டிருந்தார். அவர் காட்டிய திரைப்படங்களில் 'இயேசு கிறிஸ்துவின் வாழ்க்கை வரலாறு' குறிப்பிடத்தக்கது. அவர் உடல்நிலை பாதிக்கப்பட்ட நிலையில் தம்முடைய புரொஜக்டர், படங்கள் முதலியனவற்றைத் திருச்சியைச் சேர்ந்த 'சுவாமிக்கண்ணு வின்சென்ட்' என்பவரிடம் கொடுத்துவிட்டுத் தாய்நாடு சென்றுவிட்டார்.

வின்சென்ட் தனது திரைப்பட வெளியீட்டுக்கு 'எடிசன்ஸ் சினிமாதோ கிராப்' என்று பெயரிட்டுத் திருச்சி முழுவதும் சென்று திரைப்படங்களைக்

காட்டினார். பின்னர் இந்தியாவின் பல இடங்களிலும் சென்று படங்கள் காட்டலானார். டிரிங் கொட்டகைகளின் தந்தை என்று அவர் இன்றளவும் புகழப்படுகின்றார்.

வேலூரைச் சேர்ந்த நடராஜ முதலியார் என்பவர் பூனாவுக்குச் சென்று அங்கு ஒளிப்பதிவாளராய் இருந்த 'ஸ்டூவர்ட் ஸ்மித்' என்பவரிடம் திரைப்பட நுணுக்கங்களைக் கற்று வந்தார். நடராஜ முதலியாருடன் இணைந்து இண்டியாபிலிம் கம்பெனியை 1918-ல் தொடங்கினார். கீழ்ப்பாக்கம் மில்லர் ரோடில் ஒரு ஸ்டூடியோவும் அமைத்தார். இதுவே தென்னகத்தின் முதல் திரைப்படக் கூடமாக அமைந்தது. 1916 -ல் கீசகவதம் என்ற படத்தை அவர் வெளியிட்டார்.

1917 -ல் திரௌபதி, வஸ்த்ராபுராணம் முதலிய படங்களைத் திரையிட்டு மேலும் வேலூருக்குச் சென்று, மயில்ராவணா, மார்க்கண்டேயா முதலிய படங்களைத் தயாரித்தார். பண முதலீடு இல்லாமையால் ஊமைப்படக் காலத் தந்தை எனப் போற்றப்படும் நடராசு முதலியார் அத்தொழிலில் இருந்து விலகினார்.

சென்னை விக்டோரியா ஹாலில் ஆர். வெங்கையா என்பவர் ஊமைப்படங்களுடன் ஒலியை இணைத்துக் காட்டினார். சென்னையில் கெயிட்டி (1918), கிரௌன் (1914), குளோப் முதலிய திரையரங்குகளைக் கட்டினார். தன் மகனை இலண்டனுக்கு அனுப்பிப் படத்தொழில் பற்றிய பயிற்சி பெற்று வருமாறு செய்தார்.

சென்னையில் 1 லட்சம் ரூபாய் செலவில் நவீன ஸ்டூடியோவைக் (ராக்கி தியேட்டர் பின்புறம்) கட்டினார். 1921 -ல் பீஷ்மபிரதிக்ஞா என்ற படத்தைத் தயாரித்தார்.

ஈஸ்ட்பிலிம் கம்பேனி என்ற பெயரில் படங்களைத் தயாரித்து இந்தியாவிலும், இலங்கை, பர்மாவிலும் திரையிட்டார். ஏ.நாராயணன் கோழிக்கோடு, சென்னை முதலிய இடங்களில் திரையரங்குகள் கட்டிப் படவிநியோகம் செய்தார். தமிழ்நாட்டில் 'ஜெனரல் பிக்சர்ஸ் கார்ப்பரேஷன்' மூலம் அதிக ஊமைப்படங்களைத் தந்தவர் என்ற பெருமை பெற்றார்.

### பேசும் படம்:

1931 மார்ச் திங்கள் இந்தியாவில் முதல் பேசும் படமான 'ஆலம் ஆரா' வெளியிடப்பட்டது. இப்படத்தைத் தயாரித்த 'இம்பிரியல் மூவிடோன்' கம்பெனியே முதன் முதலில் தமிழ் பேசும் படத்தையும் தயாரித்தது. 'சினிமா சென்ட்ரல்' என்ற சென்னைத் திரையரங்கில் முதலில் தமிழ் பேசும் படமான 'காளிதாஸ்' வெளியிடப்பட்டது.

இதில் எல்.வி. பிரசாத் ஒரு நகைச்சுவைப் பாத்திரத்தில் தோன்றினார். ஊமைப்படங்களில் நடித்துவந்த டி.பி. இராஜலெட்சுமி என்பவர் பேசும் படக் கதாநாயகியாகவும் மாறினார். மிஸ் கமலா போன்ற படங்களை இயக்கித் தமிழ்நாட்டின் முதல் பெண் இயக்குநர் என்றும் பெயர் பெற்றார். தமிழ்நாட்டில் முதல் தரமான பேசும் படமான 'சீனிவாச கல்யாணம்' என்ற படத்தை 1934 -ல் எ.நாராயணன் தயாரித்தளித்தார்.

தமிழ்பட உலகின் பேசும்படத் தந்தை என்று புகழப்படுபவர் கே. சுப்பிரமணியம். இவர் 1936 -ல் 'பாலயோகினி' என்ற படம் தயாரித்துச் சீர்திருத்தக் கருத்துக்களைத் துணிவோடு கூறினார்.

பக்தசேதா, சேவாசதன், தியாகபூமி போன்ற படங்கள் உரிமைக்குரல் கொடுத்தன. இவர் முயற்சியால் 'தென்னிந்திய திரைப்பட வர்த்தக சபை' தோன்றியது. சேலம், ஏற்காடு அடிவாரத்தில் டி.ஆர்.சுந்தரம் 'மாடர்ன் தியேட்டர்ஸ்' கட்டினார்.

'சதி அகல்யா' அங்கு தயாரான முதல் படமாகும். இவர் 1940 -ல் உத்தரமபுத்திரன் படத்தைத் தயாரித்து இரட்டை வேடங்களை அறிமுகப்படுத்தினார். 1955 -ல் அலிபாபாவும் நாற்பது திருடர்களும் என்ற முதல் வண்ணத் திரைப்படத்தையும் எடுத்தார்.

1940 -ல் எஸ்.எஸ். வாசன் மூவிலேண்ட் ஜெமினி ஸ்டுடியோவை நிறுவினார். சந்திரலேகா இவருடைய பெரிய தயாரிப்பு.. 1953 -ல் 'ஒளவையார்' இவருடைய சிறந்த தயாரிப்பாகப் புகழ் பெற்றது. நந்தனார், வஞ்சிக்கோட்டை வாலிபன், அபூர்வ சகோதரர்கள், மோட்டார் சுந்தரம்பிள்ளை, ஒளிவிளக்கு போன்றவை இவர் தயாரிப்புகள்.

இவ்வாறு தமிழகத்தில் திரைப்படம் ஊமைப்படமாகத் தோன்றிப் பேசும்படமாக வளர்ச்சி பெற்ற உயர்நிலை அடைந்தது. காலப்போக்கில் இந்தியாவிலேயே அதிகச் சினிமாப்படம் தயாரிக்கும் மாநிலமாகவும் தமிழகம் உயர்நிலைப் பெற்றது.

நடிப்பு என்றால் இந்தியாவிலேயே சிவாஜிக்கு இணையாக யாரையும் கூற இயலாது. வி.சி. கணேசன் என்ற பெயருடையவர் சிவாஜி எனப் புகழ் பெற்றார். நடிப்புக்கு இலக்கணம் வகுத்தவர். தமிழகத்தின் புரட்சி நடிகர் என்று போற்றப் பெற்றவர் எம்.ஜி.இராமச்சந்திரன். 1936 -ல் சதிலீலாவதியில் அறிமுகமாகி இராஜகுமாரியில் கதாநாயகனாக உயர்ந்தவர்.

1971 -ல் இவர் நடித்த ரிக்ஷாக்காரன் படத்திற்காக 'பாரத்' பட்டம் பெற்றார். இன்று கமலஹாசன், ரஜினிகாந்த், விஜய், அஜித், பிரசாந்த், தனுஷ் ஆகியோர் சிறந்த நடிகர்களாக விளங்குகின்றனர்.

## படத் தயாரிப்பு

திரைக்கதையானது கதைக்கு, அதன் விரிவு, கதைச் சுருக்கம், ஒருவரிக் கதை, திரைக்கதை எனப் பலவகைக் கூறுகளைக் கொண்டது. புராணக் கதை, சரித்திரக் கதை, சமூகக் கதை, மர்மக் கதை என்று கதைகள் பல வகைப்படும். திரைப்படத்தில் கதையை இதயத்திற்கு ஒப்பிட்டால் ஒளிப்பதிவை வலக்கரம் என்று கூறலாம்.

படச்சுருள் சாதாரணமாக 16 எம்.எம் அல்லது 35 எம்.எம் அளவில் வருகின்றன. படச்சுருள், பிராசசிங் துறைக்குச் சென்று நெகடிவ் பிரிண்டாக மாற்றப்படும். ஒளிமாற்றம் செய்து பாசிடீவ் போடுவார்கள். படத்திற்குரிய ஒலியையும் இவ்வாறே செய்வார்கள்.

ஒளி, ஒலி, கதை, தொகுப்பு, இசை போன்ற அனைத்தையும் வழிநடத்திச் செல்பவர் இயக்குநர். நடிகர்கள் கதையைத் திரையில் வழங்குவார்கள். சிறந்த நடிகை வெளிக்கொண்டு வரவேண்டிய இயக்குநருடையது. சுறுசுறுப்பாகவும் விறுவிறுப்பாகவும் கதையைக் கோவையாகக் கொண்டு செல்வது இயக்குநரின் பொறுப்பு. திரைப்படத்துறையில் ஒப்பனைக்கலை, இசைக்கலை, நாட்டியக்கலை, சண்டைக்கலை, ஒவியக்கலை, நிழற்படக்கலை முதலியனவும் குறிப்பிடத்தக்கன.

திரைப்படம் குறிப்பாகத் தமிழ் திரைப்பட உலகம் சிறப்புமிக்க வகையில் பலதுறைக் கலைஞர்களைப் பெற்றுப் பெருமையுடன் பீடுநடை போடுகின்றது.

## செயற்கைக்கோள் மூலம் செய்தித் தொடர்பு

ஏவுகணைகளின் மூலமாக செயற்கைக் கோள்களை விண்ணில் செலுத்தி, அந்தக் கோள்களின் மூலம் கம்பிகளின் தொடர்பு எதுவும் இல்லாமல் உலகின் ஒரு பகுதியில் இருந்து வேறு பகுதிகளுக்குச் செய்தி தொடர்பை நுண்ணலைத் தொழில்நுட்பம் மூலம் ஏற்படுத்த முடியும்.

1940 களின் பின்பகுதியிலும் 1950 கோளின் முற்பகுதியிலும், தான் ஏவுகணையின் மூலம் செயற்கை கோள்களை விண்ணில் செலுத்தும் சோதனைகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன.

அதாவது, ஏவுகணை ஒன்றின் மூலம் செயற்கைக் கோள் ஒன்றை விண்ணில் செலுத்துதல், அது பூமியை ஒரு தடைவ சுற்றிவர 24 மணி நேரம் ஆகுமாறு செய்தல், பூமி சுழலும் வேகமும், செயற்கைக் கோளின் வேகமும் ஒரே மாதிரி இருக்குமாறு நிலைநிறுத்துதல் - இதுவே திட்டமாகும். இப்படி ஏவப்பட்ட செயற்கைகோளுக்கு “புவி மின் இணைவேகச் செயற்கைக் கோள்” (Geo Synchronous Sattellite) என்று பெயர்.



நாசா ATS6 (NASA ATS-6) என்னும் செயற்கைகோளை (1975-76) இந்தியா விண்ணில் ஏவியது. இந்த செயற்கைகோள் மூலம், தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளுக்கு மட்டுமல்ல, வானொலி, தொலைபேசி, தொலைச்செய்தி (Telegraph) ஆகியவை இயங்க சமிக்ஞைகள் பெற பயன்படுகிறது.

இது மட்டுமல்லாமல் கடிதங்களின் நகல்கள், படங்கள், வடிவமைக்கப்பட்ட செய்திதாளின் முழுப் பக்கங்கள் முதலிய எதையும் நாட்டின் பகுதியிலிருந்து நாம் விரும்பும் இன்னொரு பகுதிக்கும் செயற்கை கோள் அனுப்பி வைக்க முடியும். இதற்கு ஆகும் நேரம் எவ்வளவு தெரியுமா? வெறும் சில நிமிடங்கள் தான், வியப்பாக இருக்கிறது அல்லவா!

“தி டைம்” மற்றும் “இண்டர் நேஷனல் ஹேரால்டு டிரிப்யூன்” ஆகிய இதழ்கள் தங்கள் இதழ்களின் செய்திப் பக்கங்களை செயற்கைக் கோள் (Satellite) மூலம் ஆசியா, ஐரோப்பா ஆகிய நாடுகளில் உள்ள தங்கள் தலைமை அலுவலகத்துக்கு அனுப்பின.

ஐக்கிய நாடுகள் சபை (UNESCO) செய்த பல ஆய்வுகள் செயற்கைக்கோள் ஒளிபரப்பின் நன்மைகளை எடுத்துக் காட்டின.

இந்தியாவின் அணுசக்தித்துறை மற்றும் அமெரிக்காவின் நிறுவனம் (National Aeronautics and Space Administration) ஆகியவற்றின் இடையே நல்லுறவு ஒப்பந்தம் ஒன்று 18-9-1969 அன்று கையெழுத்து ஆனது. இதன் பயனாக, இந்தியாவில் குடும்ப நலக் கல்வி சம்பந்தப்பட்ட நிகழ்ச்சிகள் செயற்கைக்கோள் மூலம் ஒளிபரப்புவது. இதை சுருக்கமாக SITE என்று கூறலாம். (Satellite Instructional Television Experiment) இதன் சோதனைக் காலம் முன்றாண்டுகள் ஆகும்.

பள்ளிகள், முதியோர்கள் கல்வி, ஆசிரியர் பயிற்சிப் பள்ளிகள், தொழில்நுட்ப மேம்பாடு, உடல் நலம் மற்றும் சுகாதாரம் இவற்றிற்கான நிகழ்ச்சிகளை நேரடியாகத் தொலைக்காட்சி மூலம் மேம்படுத்துதல்.

இந்தத் திட்டம் மூன்று படிக்களாக நிறைவேற்றப்பட்டது. முதன் முதலாக அகமதாபாத்தில் உள்ள தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பு நிலையம் மேம்படுத்தப்பட்டது. இதற்காக நாசா நிறுவனம் தேவைப்பட்ட தொழில்நுட்பங்களை வழங்கியது. இரண்டாவதாக டெல்லி தொலைக்காட்சி நிலையம் பரிசோதனைக்கு உட்படுத்தப்பட்டது. மேலும் பல நிலையங்கள் சோதனைக்குட்படுத்தப்பட்டன.

முன்றாவது கட்டமாக சிற்றூர்களில் உள்ள தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளில் காணும் வசதி பெற ATS -6 எனும் செயற்கைக் கோள் பயன்படுத்தப்பட்டது.

1. ஆர்யபட்டா (1975)
2. பாஸ்கரா (1979)
3. ரோகிணி (1980)
4. ஆப்பிள் (1980) (இந்தியாவின் முதல் தகவல் தொடர்பு செயற்கைக் கோள்)
5. பாஸ்கரா II (1982)

இன்டெல் சாட் (Intel Sat) செயற்கைக்கோள் செய்தித் தொடர்பு மேம்பாட்டுக்காக இந்தியா 19-2-1965ம் ஆண்டு Intel Sat நிறுவனத்துடன் இணைந்து கொண்டது. இந்தியாவின் செயற்கைக்கோள் ஒளிபரப்புக்கான முதல் தரை நிலையம் புனேவுக்கு அருகில் உள்ள ஆர்வி என்னுமிடத்தில் (26-2-1971)ல் நிறுவப்பட்டது. அதே போன்று இரண்டாவது நிலையம் 1976-ல் டெஹ்ராடூனில் அமைக்கப்பட்டது.

செயற்கைக்கோள் ஒளிபரப்பு மற்றும் ஒளிபரப்பு வந்த பிறகு தான் இலட்சக்கணக்கான தொலைபேசி இணைப்புகள் சாத்தியம் ஆயின. இது மட்டுமா? புற்றீசல் போன்று நாடு முழுவதும் தோன்றியுள்ள ஏராளமான தனியார் செல்போன் நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகளும் சாத்தியமாயிற்று.

வானிலை ஆய்வு நிலையங்கள், தொலைக்காட்சி மற்றும் வானொலி நிலையங்கள், செய்தித் தொடர்பு அமைச்சகம் (தபால் தந்தி உட்பட) ஆகியவை செயற்கைக் கோள்கள் மூலம் சிறப்பாக செயல்படுகின்றன.

தனக்கென்று சொந்தமாக SATELLITE வைத்துள்ள, ஆசியாவிலேயே மூன்றாவது நாடாக இந்தியா விளங்குகிறது. மற்ற இரு நாடுகள் ஜப்பான் மற்றும் இந்தோனேசியா ஆகும்.

“காசி நகர்ப்புலவர் பேசுமுரைதான் காஞ்சியிற் கேட்பதற்கோர் கருவி செய்வோம்” என்று பாடிய பாரதியின் கனவு, நனவானது குறிப்பிடத்தக்கது.

## 1. பயிற்சி வினாக்கள்

2. மின்னணு வழி ஊடகங்கள் என்றால் என்ன?
3. தொலைக்காட்சி தோற்றம், வளர்ச்சி பற்றி தொகுத்தளிக்க
4. ஊடக வளர்ச்சிக்கு செயற்கைக்கோளின் பங்கினை ஆய்க.
5. திரைப்படத்தின் தோற்றம் பற்றி கட்டுரை வரைக.
6. வானொலி வளர்ச்சி பற்றி கட்டுரை வரைக.

## வானொலியின் வரலாறு

இந்தியா ஒரு வளர்ந்து வரும் நாடு. இங்கு வானொலியின் பங்கு குறிப்பிடத்தக்கதாகும். நாட்டின் கல்வி முன்னேற்றம், பொது நலம் போன்ற துறைகளில் வானொலியின் நற்பணி சிறப்பானது. பொருளாதார ஏற்றத்திற்கும் மாற்றத்திற்கும் இதன் பணி குறிப்பிடத்தக்க ஒன்று. வானொலி ஒலிபரப்பின் பயனாக மக்களுக்குத் தகவல்கள் உடனுக்குடன் கிடைக்கின்றன.

### வானொலி

1. நாடு முழுவதும் உள்ள மக்கள் கேட்கக்கூடியவாறு நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்பி அவர்களை ஒருங்கிணைப்பதையும்
2. அரசின் சமூக பொருளாதாரக் கொள்கைகளை குறிப்பாக விவசாயம், கல்வி, குடும்பநலத்திட்டம் போன்றவற்றின் நோக்கங்களை மக்களிடையே பரப்பி வெற்றி பெறச் செய்ய உதவுவதையும், நோக்கங்களாகக் கொண்டுள்ளது எனலாம்.

இத்தகைய நோக்கங்களைக் கொண்ட வானொலியின் வரலாறு மனங் கொள்ளத்தக்கதாகும்.

இந்தியாவில் முதல் முதலாக சென்னையில் 1924 ஆம் ஆண்டு 'மெட்ராஸ் பிரசிடென்ஸி கிளப் ரேடியோ' எனும் அமைப்பு ஒலிபரப்பினைத் தொடங்கியது. மூன்றாண்டுகளில் தொடர்ந்து பணியாற்றிய இக்கழகம் பின்னர் மூடப்பட்டது. 1927 ஆம் ஆண்டு மும்பையில் இருந்த சில வியாபாரிகள் 'இந்தியன் பிராட்காஸ்டிங் கம்பெனி' எனும் அமைப்பை உருவாக்கினர்.

இதன் நிலையங்களைக் கல்கத்தாவிலும், மும்பையிலும் அமைத்தனர். ஆனால் இதுவும் 1980 ஆம் ஆண்டு மூடப்பட்டது.

1932 ஆம் ஆண்டு அரசாங்கமே ஒலிபரப்பினைத் தொடங்க நினைத்தது. அரசுத் துறையாகத் தனியே இந்திய வானொலிச் சேவை என்னும் பிரிவு தொடங்கப்பட்டது. இதுவே பின்னர் அகில இந்திய வானொலியாக (ஆல் இந்தியா ரேடியோ) மாற்றப்பட்டது. மத்திய அரசில் செய்தி ஒலிபரப்புத் துறையில் இதுவும் தனியே வந்தது.

இந்திய நாட்டில் வானொலி ஒலிபரப்பு என்பது தேசிய மயமான ஒன்றாகும். இந்திய வானொலி ஆகாஸ்வானி எனும் பெயரையும் கொண்டுள்ளது.

இந்திய வானொலி நாடு முழுவதும் நிலையங்கள் பலவற்றைக் கொண்டு தன் பணியினைச் செய்து வருகிறது.

அகில இந்திய வானொலி நிலையங்கள் தொடர்பு நிலையங்கள் பலவற்றைக் கொண்டுள்ளது (Air Net Work). 1947 ஆம் ஆண்டு மறு ஒலிபரப்பு நிலையங்களைத் தொடங்கியது. தற்சமயம் 200க்கும் மேலான நிலையங்களாக விரிவடைந்துள்ளது.

இவை ஐந்து மண்டலங்களாகப் பிரிந்துள்ளன. வடக்கு, கிழக்கு, மேற்கு, தெற்கு மண்டலங்களுடன் காஷ்மீர் மண்டலமும் அடங்கும். இவை தவிர வேறு சில துணை நிலையங்களும் உள்ளன. இவை அவ்வவ் மாநிலப் பண்பாடு, கலாச்சாரம் போன்றவற்றைப் பாதுகாக்கப் பயன்படுகின்றன.

நாடு விடுதலையடையும் வரை இவ்வகை ஒலிபரப்பு ஒரு குறிப்பிட்ட நிலையிலேயே இருந்தது. வானொலியுடன் நிகழ்ச்சிகள் மூன்று முறைகளைக் கொண்டுள்ளன.

1. தேசிய நீரோட்டத்தில் நாடு முழுமைக்கான ஒலிபரப்பு
2. டெல்லி, மும்பை, கல்கத்தா, சென்னை போன்ற பெரு நகரங்களை மையமாகக் கொண்டு அவற்றைச் சுற்றிலும் உள்ள இடங்களுக்கான ஒலிபரப்பு
3. தனித்தனி நிலையங்களில் இருந்து அவ்வவ் எல்லைக்குள் தேவையான வட்டாரச் செய்திகளையுடைய ஒலிபரப்பு என்பன அவை.

இந்திய அரசின் ஏழாவது திட்டத்தின் கீழ் வானொலி ஒலிபரப்பு நாட்டு மக்கள் தொகையில் 97.5% மக்கள் பயன்பெறவும் மொத்தப் பரப்பில் 91% பரப்புப் பயன் பெறவும் திட்டம் வகுக்கப்பட்டு செயல்பட்டு வருகிறது. மேலும் 203 வானொலி நிலையங்களை உருவாக்கவும் திட்டம் உள்ளது.

இந்திய நாட்டில் 50 மில்லியன் மக்கள் வானொலிப் பெட்டிகளை வைத்துள்ளனர் என துப்பறிக்கை ஒன்று கூறுகிறது.

ஒலிபரப்புக் கருவிகள் 158.m.w. சக்தி கொண்ட கருவிகளாகவும், 10806.k.w. சிற்றலை கருவிகளாகவும் உள்ளன.

வானொலி ஒலிபரப்பு நிகழ்ச்சிகள் 126 மீடியம் அலைவரிசையில் உள்ளன. மொத்த ஒலிபரப்பில் 38% இசை நிகழ்ச்சிகளாகவும், 11% கிராமிய இசையாகவும் இருப்பதைக் காணலாம்.

வானொலி மூலம் செய்திகள் அறிவிக்கப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு நாளும் ஏறக்குறைய 239 செய்திச் சுருக்கங்கள் ஒலிபரப்பப் படுகின்றன. இவற்றுள் ஆங்கிலம், இந்தி தவிர பிற மாநில மொழிகளும் அடங்கும்.

வானொலிக்கான செய்திகள் உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் உள்ள செய்தியாளர்களால் சேகரிக்கப்படுகின்றன.

### **விவதபாரதி:**

கேட்போரின் சுவைக்கேற்ப மாறுபட்ட நிகழ்ச்சிளைத் தருவதற்காக 1957 ஆம் ஆண்டு அக்டோபர் மாதம் விவிதபாரதி எனும் பகுதி தொடங்கப்பட்டது. இதில் மெல்லிசை நிகழ்ச்சிகள் இடம் பெறுகின்றன.

வார்த்தக ஒலிபரப்பு 1967 ஆம் ஆண்டு நவம்பர் மாதம் தொடங்கப்பட்டது. இதுவே பின்னர் 1968 -ல் கல்கத்தாவிற்கும், 1969 -ல் சென்னை, திருச்சி, டெல்லிக்கும், 1970 -ல் சண்டிகார், ஜலந்தர், பெங்களூர், தார்வார், அகமதாபாத், விஜயவாடாவிற்கும், 1975 -ல் போபால், திருவனந்தபுரம் போன்ற இடங்களுக்கும் விரிவுபடுத்தப்பட்டது. இந்நிகழ்ச்சியில் விளம்பரங்கள் வார்த்தகர்கள் மூலம் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்டு ஒலிபரப்பப்பட்டன.

### **தேசிய ஒலிபரப்பு**

தேசிய ஒலிபரப்பு 1952 ஆம் ஆண்டு ஜூலை மாதம் தொடங்கப்பட்டது. இதில் நாடு முழுவதிலும் உள்ள மிகச்சிறந்த இசைக்கலைஞர்களைத் தேர்ந்தெடுத்து அவர்களது நிகழ்ச்சிகளை நாடு முழுமைக்கும் ஒலிபரப்பும் இசைநிகழ்ச்சிகளுடன், தேசிய உணர்வு மிக்க நாட்டின் பண்பாடு, கலாச்சாரம் போன்றவற்றை விவரிக்கும் நாடகங்களையும் ஒலி பரப்புவது வழக்கமாக உள்ளது. நாடு முழுவதும் ஓராண்டிற்கு ஏறக்குறைய 4000 நாடகங்கள் ஒலிபரப்பாகும் என ஒரு அறிக்கை கூறுகிறது.

இவை தவிர பெண்கள், குழந்தைகளுக்கான நிகழ்ச்சிகளும், தொழிலாளர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளும் ஒலிபரப்பப்படுகின்றன. இளைஞர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளும் ஒலிபரப்பப்படுகின்றன.

### வானொலிக் கலைஞர்கள்

அகில இந்திய வானொலியில் நிகழ்ச்சி அறிவிப்பாளர்கள், செய்தி வாசிப்பவர்கள், விமர்சனம் செய்வோர், பொது விமர்சகர்கள், கட்டுரையாளர்கள், பொது ஜனத் தொடர்பு அதிகாரிகள், செய்தியாளர்கள், விளம்பர அதிகாரிகள் போன்றோர் பணிபுரிகின்றனர்.

அகில இந்திய வானொலியின் பொதுச் செய்தி அறையில் ஆசிரியர் பொறுப்பில் உள்ளவர் முக்கியச் செய்திகளைத் தெரிவு செய்து அதனை வானொலிச் செய்தி வடிவத்தில் மாற்றுவார்.

அவருக்கு உதவியாகப் பல செய்தி ஆசிரியர்கள் இருப்பார்கள். இவ்வாறு சேகரித்த மாற்றம் செய்யப்பட்ட செய்தியறிக்கைக்கு 'செய்தி நகல்' (Pool Copy) என்று பெயர்.

செய்திகளின் முக்கியத்துவம், கால அளவு, நேயர்களின் தரம் என்ற அடிப்படையில் அவர் செய்திகளைத் தேர்ந்தெடுப்பார். இந்தச் செய்தி அறிக்கை ஆங்கில மொழியில் இருக்கும். மாநில மொழி ஆசிரியர்கள் அம் மாநிலத்திற்கேற்ற முக்கியச் செய்திகளை மாநிலச் செய்தி அறிக்கையில் சேர்ப்பார்கள். மாநில மொழிப்பிரிவில் செய்தி வாசிப்பாளரும் மொழிப்பெயர்ப்பாளரும் அவற்றை அந்தந்த மொழியில் மொழிபெயர்ப்பார். செய்தி வாசிப்பதற்கேற்றவாறு அவை தெளிவாக இருக்கும்.

வானொலிச் செய்தி எழுதுதலும் செம்மையாக்கலும் என்ற நூலில் காரல் வாரன் என்பவர் செய்தியாசிரியர்களுக்கான பணிகளைத் தெளிவுபடுத்தியுள்ளார்.

1. ஆசிரியர் செய்திகளைக் கவனமாகப்படிக்க வேண்டும். தவறான உச்சரிப்புக் கொண்ட சொற்களைச் சரிப்படுத்த வேண்டும். தேவையற்ற சொல்லாட்சிகளையும் தொடராட்சிகளையும் நீக்க வேண்டும்.
2. செய்தி ஆசிரியர் தனது அனுபவம், அறிவு ஆகியவற்றைக் கொண்டு கிடைத்த தகவல்களைச் சீர்தூக்கிப்பார்த்துச் செய்திக்கு உயிருட்ட வேண்டும்.
3. அவர் வானொலிச் செய்திகளை வகைதொகைப்படுத்தி நேரத்தை மிச்சப்படுத்த வேண்டும்
4. செய்தியின் மதிப்பினை அறிந்தவராகவும் எவற்றையும் சீர்தூக்கிப் பார்க்கும் தன்மை, சுருக்கமாகச் சொல்லல், நகலில் பயன்படுத்தும்

அச்சுக்குறிகள் போன்றவற்றை அறிந்தவராகவும் அவர் இருக்க வேண்டும்.

5. செய்தித் தொடர்ச்சிகளை நினைவுகொண்ட நமது நாட்டின் சட்ட நுணுக்கங்களையும் செயல்முறைகளையும் முழுதும் அறிந்தவராகவும் இருக்க வேண்டும்.
6. உண்மை, நடுநிலைமை, குறிக்கோள், நேர்மை, சரியான தகவல் சுருக்கம், காலம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அமைக்கப்படும் வானொலிச் செய்திகளின் மூலவர் அதன் ஆசிரியரே.
7. செய்தி ஆசிரியர் செய்திகளை உடனடியாக முடிவு செய்யக் கூடியவராக இருக்க வேண்டும். ஒரே வரியில் பல்வேறு செய்திகளைச் சொல்லக் கூடாது. வானொலிச் செய்தியேய 'சுருக்கம்-எளிமை' என்பதை அதன் ஆசிரியரே சுட்டிக் காட்ட வேண்டும்.
8. ஆசிரியர் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது - 'நாம் எழுதுவது ஒலிபரப்புச் செய்வது: காதால் கேட்கக் கூடியது கண்ணால் பார்க்கக் கூடியதன்று' என்பதே.

செய்திகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் செய்தி ஆசிரியர் கீழ்க்கண்ட நெறிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும்.

1. செய்தியின் முக்கியத்துவம்
2. செய்தியின் பொதுத்தன்மை
3. மனிதநேய மதிப்பு - செய்தி மதிப்பு
4. வானொலிச் செய்திக்கேற்ற தகவல்
5. செய்தியின் அமைப்பும் உருவாக்கும் தன்மையும்

### வானொலியின் பணிகள்

சுருங்கக் கூறல், எளிமை, இனிமை, தெளிவு. சரியான உண்மைத் தகவல், விரைவுத் தன்மை, வேகம், உடனடித் தன்மை, புரிந்துகொள்ளும் தன்மை ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வானொலிச் செய்திகள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. செய்திகள் நிகழ்காலத்தில் சொல்லப்பட வேண்டும். நீண்ட சொற்றொடர்களும் கடினமான வார்த்தைகளும் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

வானொலிச் செய்தி வாசிப்பவர்கள் அழுத்தமாகக் கூற வேண்டிய இடத்தில் அழுத்தமாகவும், இடைவெளி கொடுக்க வேண்டிய இடத்தில் இடைவெளி கொடுத்தும் ஏற்ற இறக்கங்களுடன் செய்திகளை வாசிக்க வேண்டும்.

பேச்சு நடையிலேயே பெரும்பான்மையான வானொலிச் செய்திகள் அமைத்தல் வேண்டும். வானொலிக்காக எழுதுபவர்கள்,

1. மற்றவர்களை ஈர்க்க வேண்டும் என்பதற்காக எழுதக் கூடாது. அலங்கார மொழி நடையைத் தவிர்க்க வேண்டும். தகவல்களைத் தெளிவாக வெளிப்படுத்த வேண்டும்.
2. பல்வேறு நிகழ்ச்சிகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.
3. வாக்கியங்கள் சிறியதாக, சுருக்கமாக, இனிமையாக இருக்க வேண்டும்.
4. வழக்கத்திலுள்ள சொற்களையே பயன்படுத்த வேண்டும்.
5. கூட்டு வாக்கியங்களையும் எதிர்மறை வாக்கியங்களையும் பயன்படுத்தக் கூடாது. எளிய வாக்கியங்களையும் நேரிடை வாக்கியங்களையும் பயன்படுத்த வேண்டும்.
6. சிலேடை, அடுக்குமொழிகளைப் பயன்படுத்துதல் கூடாது.
7. வினைச் சொல்லில் செயல் திறனை வெளிப்படுத்துமாறு எழுதுதல் வேண்டும்.
8. பேசுவது போலவே எழுதுதல் வேண்டும்.
9. கற்பனைத் திறனை ஓரளவு பயன்படுத்த வேண்டும்.
10. நேயர்களின் அனுபவத்தை மனத்தில் கொண்டு தகவல்களை ஒன்று திரட்ட வேண்டும்.

**எண்களைப் பயன்படுத்தும் முறை:**

1. ஒன்று முதல் ஒன்பது வரை எண்களை எழுத்தால் கூறுவது நலம்.
2. 10-லிருந்து 999 வரை எண்களாக எழுதினால் செய்திவாசிப்பவருக்கு எளிதாக இருக்கும்.
3. ஆயிரம், மில்லியன், பில்லியன் என்பதை எழுத்தால் எழுத வேண்டும்.
4. பின்னங்களையும் எழுத்தால் எழுத வேண்டும். 6.7 மில்லியன் என்பதை விட, கிட்டத்தட்ட 7 மில்லியன் என்று கூறினால் கேட்பவர்களுக்குத் தெளிவினை ஏற்படுத்தும்.

கிராமப் புறங்களில் வேளாண்மைத்துறையில் 'பசுமைப் புரட்சிக்கு' வானொலி பெரும்பங்காற்றியுள்ளது. தீவிர வேளாண்மைத் திட்டங்களையும் புதுரக விதைகளையும் அறிமுகம் செய்திட, 1966 இல் அகில இந்திய வானொலி 10 நிலையங்களில் பண்ணை இல்லப்பிரிவுகளைத் தொடங்கியது.

அவ்வாறு அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட புதுரக விதைகளில் ஒன்று 'ஆடுதுறை 27' (ADT27) ஆகும். தஞ்சை மாவட்ட விவசாயிகள் இதனை 'ரேடியோ நெல்' என்றே அழைத்தனர். 1935 இல் அகில இந்திய வானொலியின் பெஷாவார் நிலையம் கிராமப்புற நேயர்களுக்கெனப் பண்ணை இல்ல ஒலிபரப்பினைத் தொடங்கியது. கிராமப்புற வளர்ச்சி, வேளாண்மை, கால் நடை வளர்ப்பு,



கைத்தொழில், உடல்நலம், சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு, குடிசைத்தொழில்கள், தீண்டாமையொழிப்புப் பற்றிய கலந்துரையாடல்கள் அடங்கிய தொகுப்பு நிகழ்ச்சிகளாக அப்போதைய ஒலிபரப்புள் அமைந்திருந்தன.

1950 ஆம் ஆண்டுகளில் சமுதாய வானொலிப் பெட்டிகள் கிராமங்களில் வழங்கப்பட்டன. 'கூட்டாக வானொலி கேட்டல்' என்பது ஐந்தாண்டுத் திட்டங்களின் ஓர் அங்கமாகச் சேர்க்கப்பட்டது.

1956 இல் அகில இந்திய வானொலியின் பூனா நிலையம் யுனெஸ்கோவின் உதவியுடன் கிராம வானொலி மன்றங்களை நடத்தியது. இதன் முக்கிய நோக்கம் - விவசாயிகளுக்கான நிகழ்ச்சிகளைக் கேட்கும் நேயர்களுக்கும் வானொலி நிகழ்ச்சி அமைப்பாளர்களுக்கு இடையே இருவழித் தொடர்பை ஏற்படுத்துவதாகும்.

1964 ஆம் ஆண்டில் இந்தியா முழுவதும் 7,500 வானொலி மன்றங்கள் இருந்தன. 1966 ஆம் ஆண்டில் ஜலந்தர், லக்னோ, பாட்னா, கட்பிக், ரெய்ப்பூர், பூனே, ஹைதராபாத், பெங்களூர், திருச்சிராப்பள்ளி மற்றும் புதுதில்லி வானொலி நிலையங்களில் பண்ணை இல்ல ஒலிபரப்புச் சிறப்புப்பிரிவுகள் தொடங்கப்பெற்றன. தற்போழுது 94 வானொலி நிலையங்களில் செயற்பட்டு வரும் பண்ணை இல்லப் பிரிவுகள் வேளாண்மை மற்றும் கிராமப்புற நேயர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகள் ஒலிபரப்புகின்றன.

தமிழ்நாட்டில் நாகர்கோவில் வானொலி நிலையத்தைத் தவிர, அனைத்து வானொலி நிலையங்களும் விவசாயிகளுக்கான நிகழ்ச்சிகளை இரவு 7.25 லிருந்து 8.00 மணி வரை ஒலிபரப்புகின்றன. காலை நேரத்தில் ஒலிபரப்பாகும் விவசாயிகளுக்கான நிகழ்ச்சிகளில் பண்ணைச் செய்திகளும் உழவர்களுக்கான அறிவிப்புகளும் விரிவாக்கப்பணியாளர்களுக்கான அறிவிப்புகளும் இடம் பெறுகின்றன. பொதுவாக கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் மாலை நேரங்களிலேயே ஒலிபரப்பாகின்றன.

### கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் ஆலோசனைக் குழு

வானொலி, நிலையங்களுக்கும் நிகழ்ச்சிகளைக் கேட்கும் பொதுமக்களுக்குமிடையே ஓர் இணைப்புப் பாலமாகச் செயற்படுகின்றது. கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் ஆலோசனைக் குழு, இந்தக் குழு பண்ணை இல்ல நிகழ்ச்சிகளை மதிப்புரை செய்து, அந்நிகழ்ச்சிகள் சிறப்பாக அமைவதற்கான ஆலோசனைகளையும் வழங்குகின்றது.

இந்தக் குழுவில் ஐந்து உழவர் பிரதிநிதிகள் இடம் பெறுகின்றனர். அகில இந்திய வானொலியின் தலைமை இயக்குநர் இந்த உறுப்பினர்களை நியமிக்கின்றார். இந்த நியமன உறுப்பினர்களின் பதவிக் காலம்

இரண்டாண்டுகளாகும். வேளாண்மைப் பல்கலைக்கழகத்தின் துணை வேந்தரும், வேளாண்மை ஆராய்ச்சிக் கழகத்தின் தலைவரும் மூன்று மாதங்களுக்கொருமுறை நடைபெறும் கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் ஆலோசனைக் குழுக் கூட்டங்களுக்கு அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

இக்குழு,

1. கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் கட்டமைப்புகள் தொடர்பான ஆலோசனைகளை வழங்குதல்.
2. கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் பற்றிய நேயர்களின் கருத்துக்களையும் பொதுமக்களின் எண்ணங்களையும் வெளிப்படுத்துதல்.
3. நிகழ்ச்சிகளின் உள்ளடக்கம், மொழி பற்றிய ஆலோசனைகளை வழங்குதல் முதலானவற்றைத் தம் கடமைகளாகக் கொண்டு செயற்படுகின்றது.

**சிறுவர் நிகழ்ச்சிகள்**

**அகில இந்திய வானொலியின் சிறுவர் நிகழ்ச்சிகள்**

1. மூன்றிலிருந்து எட்டு வயதிற்குட்பட்டவர்களுக்கான 'மழலையர்' நிகழ்ச்சிகள்.
2. ஒன்பது முதல் பதினான்கு வயதிற்குட்பட்டவர்களுக்கான 'சிறுவர்' நிகழ்ச்சிகள் என இருவகையாக அமைகின்றன.

18-8-1946 இல் திருச்சிராப்பள்ளி வானொலி நிலையம் 'மணிமலர்' என்ற தலைப்பில் சிறுவர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளைப் பிற்பகல் 1 மணி முதல் 3.30 வரை ஒலிபரப்பியது. 1982 இல் அகில இந்திய அளவில் ஆறு வானொலி நிலையங்களில் சிறுவர் நிகழ்ச்சிகளுக்கான சிறப்புப் பிரிவுகள் தொடங்கப்பெற்றன.

மழலையர் நிகழ்ச்சிகளில் புராண இதிகாசங்களிலிருந்து கதைகள் மழலைப் பாடல்கள், பல குரலிசை போன்ற நிகழ்ச்சிகளும், மழலையர் புரிந்து கொள்ளும் வகையில் மகான்களின் பொன்மொழிகள், விடுதலைப் போராட்ட வீரர்களின் வாழ்க்கை வரலாறுகளும் ஒலிபரப்பப்படுகின்றன.

சிறுவர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளைத் தொகுத்து வழங்குபவர் 'வானொலி அண்ணா', 'வானொலி அக்கா' என்றழைக்கப்படுகின்றனர். இது ஒரு தொகுப்பு நிகழ்ச்சியாகும் தலைவர்கள், அறிவியல் அறிஞர்கள், சமூகப் பணியாளர்கள், மகான்கள், அறிவியல், சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு, கலை, பண்பாடு, ஒழுக்கம்,

மனித மதிப்புகள், இலக்கியம், விளையாட்டு ஆகியன குறித்துச் சிறுவர்களுக்காக ஒலிபரப்பப்படுகின்றன.

### மகளிர் நிகழ்ச்சி

அகில இந்திய வானொலியின் பெண்களுக்கான இந்தச் சிறப்பு நிகழ்ச்சியின் நோக்கம் பெண்களுக்காகக் கல்வியளித்தலும் மகிழ்வித்தலுமாகும். இது ஒரு தொகுப்பு நிகழ்ச்சியாகும். கிராமப்புறப் பெண்கள், நகர்புறப் பெண்கள், கல்வி அறிவு பெற்றோர், பெறாதோர், பணிபுரியும் பெண்கள், இல்லப் பெண்கள் ஆகிய அனைத்துப் பிரிவினர்களுக்கும் நிகழ்ச்சிகளை வானொலி நிலையங்கள் ஒலிபரப்புகின்றன. பெண்களின் வசதிக்கேற்ப முற்பகல் நேரத்திலும் மாலை நேரத்திலும் ஒலிபரப்புகின்றன.

### இளையபாரதம்

அகில இந்திய வானொலியின் தொகுப்பு நிகழ்ச்சிகளில் இளைஞர்களுக்கான இளையபாரதம் நிகழ்ச்சியும் ஒன்றாகும். 23-7-1969 இல் புதுதில்லி வானொலி நிலையம் சோதனை முறையில் இளைஞர்களுக்கான தனி அலைவரிசையைத் தொடங்கியது. இந்நிகழ்ச்சியில் கல்லூரி மாணவர்கள் ஆர்வத்துடன் தயாரித்து வழங்கினர். 'தலைமுறையின் எதிரொலி' என்ற இளைய பாரத நிகழ்ச்சி 1976 இல் ஆசிய ஒலிபரப்புச் சங்கத்தின் விருதினைப் பெற்றது.

பின்னர் கல்கத்தா, ஹைதராபாத், ஜம்மு, ஸ்ரீநகர் வானொலி நிலையங்கள் இளைஞர்களுக்கான தனி அலைவரிசையைத் தொடங்கின. திருச்சிராப்பள்ளி வானொலி நிலையம் இளைஞர்களுக்கான நிகழ்ச்சியினை 1969 ஆம் ஆண்டிலேயே தொடங்கியது.

சென்னை வானொலி நிலையம் தமிழ் மற்றும் ஆங்கில மொழிகளில் நாள்தோறும் 80 நிமிடங்களை இளையபாரதம் நிகழ்ச்சிக்காக ஒதுக்கியுள்ளன. பதினைந்து முதல் முப்பது வயதிற்குட்பட்ட இளைஞர்களின் எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும் வெளிப்படுத்த இளையபாரதம் நிகழ்ச்சிகள் நல்ல வடிகாலாகவும் அமைந்துள்ளன.

### இளையபாரதம் நிகழ்ச்சியின் நோக்கம்

1. இளைஞர்கள் சுயவெளிப்பாட்டிற்கு ஒரு மன்றத்தை ஏற்படுத்தித் தருதல்.
2. இளைஞர்களுக்குத் தேசிய ஒருமைப்பாட்டை வலியுறுத்துதல்.
3. இளைஞர்களை நாட்டின் வளர்ச்சிப் பணிகளில் பங்கேற்கச் செய்தல் முதலியனவாகும். இளைய பாரதம் நிகழ்ச்சிகளில் நாட்டு

நடப்பும் நம் நாட்டின் முக்கியச் சிக்கல்களும்  
விவாதிக்கப்படுகின்றன. இளைஞர்களின் சிக்கல்கள்  
பேசப்படுகின்றன.

## நேயர் கடிதம்

அகில இந்திய வானொலியின் நிகழ்ச்சிகள் பற்றிய நேயர்களின் கருத்துக்களைத் தெரிந்துகொள்வதற்காக 'நேயர் கடிதம்' நிகழ்ச்சிக்கென நேரம் ஒதுக்கப்படுகின்றது. ஒலிபரப்புக் கால அளவினைப் பொறுத்து வாரமொருமுறை, 15 நாட்களுக்கொருமுறை, மாதமொருமுறையென நேயர்களின் எண்ண மடல்கள்' நிகழ்ச்சிகள் ஒலிபரப்பாகின்றன.

## கல்வி ஒலிபரப்புகள்

மனித வள மேம்பாட்டிற்குக் கல்வி அவசியமானதாகும். அகில இந்திய வானொலியின் கல்வி ஒலிபரப்புகள் பாடம் தொடர்பான பாடங்களில் திறமையடையவும் அறிவுக் கூர்மையினைப் பெறவும் ஆசிரியர்களுக்குக் கல்வி தொடர்பான சிக்கல்கள், பரிசோதனைகள், பயிற்றுவிக்கும் முறைகள் ஆகியனவற்றைப் போதிக்கவும் வானொலி பள்ளிக் கல்வி ஒலிபரப்புகள் துணை புரிகின்றன.

1987 இல் கல்கத்தா வானொலி நிலையம் முதன் முதலில் பள்ளிக் கல்வி ஒலிபரப்பினைத் தொடங்கியது.

கல்வி ஒலிபரப்புகள் பள்ளிப் பருவ காலங்களில் வாரத்தில் ஐந்து நாட்கள் ஒலிபரப்பாகின்றன. பள்ளிக் கல்வி ஒலிபரப்புகள் மாநில மொழிகளிலேயே ஒலிபரப்பாகின்றன. அகில இந்திய வானொலியின் திருச்சிராப்பள்ளி வானொலி நிலையம் 1940 ஜூலையில் கல்வி ஒலிபரப்பினைத் தொடங்கியது.

தற்பொழுது சென்னை மற்றும் திருச்சிராப்பள்ளி வானொலி நிலையங்கள் தயாரித்து ஒலிபரப்பும் கல்வி நிகழ்ச்சிகளைத் தமிழ்நாட்டிலுள்ள பிற வானொலி நிலையங்கள் அஞ்சல் செய்கின்றன. கல்வி ஒலிபரப்பிற்கான பாடங்களை அகில இந்திய வானொலியும் மாநிலக் கல்வித்துறையும் இணைந்து தயாரிக்கின்றன.

1965 ஆம் ஆண்டிலிருந்து அகில இந்திய வானொலியின் அருங்காட்சியகம், மிருகக்காட்சி சாலை, பொருட்காட்சிகள் பற்றி தகவல்கள், நாடகம், சித்திரம், குறுஞ்சித்திரம் போன்ற வடிவங்களில் ஒலிபரப்புகின்றன.

மதுரை காமராசர் பல்கலைக்கழக தொலைதூரக் கல்வியின் இரவு நேர வானொலி ஒலிபரப்பு தற்பொழுது அலுவலகச் சிக்கல்கள் காரணமாக நிறுத்தி வைக்கப்பட்டுள்ளது.

## முறைசாராக் கல்வி ஒலிபரப்பு

முறையான கல்வி வாய்ப்பினை இழந்தவர்களுக்கும் கல்வியைத் தொடர இயலாதவர்களுக்குமான கல்வியைக் கொடுக்கும் வகையில் 'தேசிய முதியோர் கல்வித்திட்டம்' தொடங்கப்பட்டது.

அகில இந்திய வானொலியின் 36 வானொலி நிலையங்கள் தேசிய முதியோர் திட்டத்திற்கான நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்புகின்றன. கற்போர் பயன் பெறும் வகையில் கற்போர், ஊக்குநர்கள், திட்ட அலுவலர்கள், முதியோர் கல்வி அலுவலர்கள் ஆகியோர் வானொலி நிகழ்ச்சிகளில் பங்கேற்கின்றனர். நிகழ்ச்சிகள் முதியோர் கல்விமையங்களில் ஒலிபதிவு செய்யப்படுகின்றன.

திருச்சிராப்பள்ளி வானொலி நிலையம் 18-6-1985 இல் இந்த முறைசாராக் கல்வி ஒலிபரப்பினைத் தொடங்கியது. இவைதவிர பெண்கள் நல வாழ்வு, குழந்தைகள் நல வாழ்வு, குடும்ப நலம், ஊரக வளர்ச்சி ஆகியவற்றில் வானொலி தனிக் கவனம் செலுத்துகிறது.

## தொழிலாளர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகள்

தொழிற்சாலைகள் விரிவடைந்த நகரங்களில் தொழிற்சாலைகளில் பணிபுரியும் தொழிலாளர்களை மனத்தில் கொண்டு பிரதானத் தொழில் நகரங்களில் வாழும் ஆலைத் தொழிலாளர்களை நேயர்களாகக் கொண்டு தொழிலாளர் நிகழ்ச்சி தொடங்கப்பெற்றது. தற்பொழுது 33 வானொலி நிலையங்கள் தொழிலாளர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்பி வருகின்றன.

அகில இந்திய வானொலியின் தொழிலாளர்களுக்கான இந்த நிகழ்ச்சிகள் கல்வி மற்றும் தகவல் பணியினை முதன்மையாகக் கொண்டுள்ளன. இது ஒரு தொகுப்பு நிகழ்ச்சியாகும். வானொலி நிலையங்கள் வாரத்திற்கு இரு முறை 30 நிமிடங்கள் தொழிலாளர்களுக்கான நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்புகின்றன.

## வானொலி நாடகங்கள்

பெரும்பாலான நாடகங்கள், அனைத்திந்திய வானொலியின் பணியாளர்களாலேயே தயாரிக்கப்படுகின்றன. சில சமயங்களில் பிரபல நாடகத் தயாரிப்பாளர்களும் வானொலிக்காக நாடகங்களைத் தயாரிக்கின்றனர். குரலாய்வு அடிப்படையில் நிலையக் கலைஞர்கள் தேர்ந்தெடுக்கப்படுகின்றனர்.

மகளிர் நிகழ்ச்சிகள், இளைஞர் நிகழ்ச்சிகள், தொழிலாளர் நிகழ்ச்சிகள் போன்றவற்றில் நாடகங்களி் இடம் பெறுகின்றன. பெரிய எழுத்தாளர்களின் படைப்புகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு நாடகங்கள் அமையும்.

தேசிய ஒருமைப்பாடு, சமூக ஒத்திசைவு, குடும்பக் கட்டுப்பாடு சமூக அநீதிகளை ஒழித்தர் போன்ற கருத்துக்களடங்கிய நாடகங்களுக்கு வானொலியில் முன்னுரிமை அளிக்கப்படுகின்றது.

வானொலி நாடகங்களில் கதைமாந்தர்களைக் காண முடியாது. ஆதலால் குரல் மாறுபாடுகளுக்கு மிகுந்த அழுத்தம் தரப்படுகின்றது. ஏனெனில் மேடை நாடகங்களில் மேடை அமைப்பு, ஒப்பனை ஆகியவற்றைக் குரல்களிலே தெரிவிக்க வேண்டியக் கட்டாயம் உள்ளது.

வானொலி நாடகத் தயாரிப்பாளர்கள் கதைப் பின்னல், பாத்திரப் படைப்பு, பின்புலம், கட்டமைப்பு ஆகிய கூறுகளில் கவனம் செலுத்த வேண்டும். கவர்ச்சிகரமான தொடக்கம், தெளிவான உச்ச கட்டம் நினைவில் நிற்கக் கூடிய முடிவு ஆகியவற்றால் வானொலி நாடகம் வெற்றியைப் பெறும்.

### ப்ரச்சார் பாரதி

தொலைக்காட்சி, வானொலி ஆகிய மின்னணுத் தொடர்பியல் சாதனங்களுக்குத் தன்னாட்சியுரிமை வழங்குவதென்று முடிவு செய்த தேசிய முன்னணி அரசு 1989 இல் (29-12-1989) மக்களவையில் ப்ரச்சார் பாரதி சட்ட வரைவைத் தாக்கல் செய்தது. ப்ரச்சார் பாரதி என்ற இந்திய ஒலிபரப்புக்கழகம் ஒன்றைத் தொடங்கவும் அதனை நிருவகிக்க ஆளுநர் வாரியம் ஒன்றை உருவாக்கவும் அந்தச் சட்ட வரைவில் கூறப்பட்டிருந்தன. தலைவர், நிருவாக ஆளுநர், நிதிப்பிரிவு ஆளுநர், பணியாளர் பிரிவு ஆளுநர், பகுதி நேர ஆளுநர்கள் அறுவர், செய்தி ஒலிபரப்புத்துறை அமைச்சகத்தின் பிரதிநிதியொருவர் ஆகியோர் அந்த வாரியத்தின் அங்கத்தினர்களாவர். குடியரசுத் தலைவர் நியமனம் செய்த ஒருவரும் மற்றும் இருவரும் அடங்கிய குழுவின் பரிந்துரைகளின் படி வாரியத்தின் தலைவரும் ஏனைய ஆளுநர்களும் குடியரசுத் தலைவரால் நியமிக்கப்படுவர்.

1. வானொலி-தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் பற்றிப் பொதுமக்கள் கூறும் புகார்களைப் பெற்று விசாரிக்க ஒலிபரப்புச்சபை (இசமூயனஉயவபெ ஊழரஉடை) ஒன்று ஏற்படுத்த இந்தச் சட்டவரைவில் பரிந்துரைக்கப்பட்டுள்ளது.
2. நாட்டின் பாதுகாப்பு நலன், சட்டம் ஒழுங்கு ஆகியன குறித்து ஒலிபரப்புக்கழகத்திற்கு அவ்வப்போது நெறிமுறைகளை வழங்கும் அதிகாரத்தை அரசுக்குத் தரும் கோரிக்கையும் இந்தச் சட்ட வரைவில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

3. இந்தச் சட்ட வரைவினைக் கொண்டுவந்த தேசிய முன்னணி அரசு, அதற்கு நாடாளுமன்றத்தின் இரண்டு அவைகளிலும் ஒப்புதலைப் பெற்றது.

இச்சட்டம் நிறைவேற்றப்படுவதற்கு முன்னர் வி.பி.சிங் தலைமையிலான தேசிய முன்னணி அரசு கவிழ்க்கப்பட்டது. இன்றுவரை அரசினர் பிடியிலிருந்து வானொலியையும் தொலைக்காட்சியையும் விடுவிக்கத் திட்ட வட்டமான நடவடிக்கைகள் எதுவும் மேற்கொள்ளப்படவில்லை.

### ப்ரச்சார் பாரதி மசோதா

நாடாளுமன்றத்தில் கொண்டுவரப்பட்ட பிரச்சார் பாரதி மசோதா இந்திய ஒலிபரப்பின் நோக்கங்களை,

1. நாட்டின் ஒற்றுமையையும் கௌரவத்தையும் பாதுகாப்பது, அரசியல் சட்டம், சமூக ஜனநாயக மரபுகளைப் பேணுவது.
2. வெறுப்பு விருப்பின்றி நடுநிலைமையுடன் தகவல்களைத் தெரிவிப்பது.
3. கல்வி, வேளாண்மை, கிராமநலம், குடும்பநலம், சுற்றுச்சூழல், உடல்நலம், அறிவியல்-தொழில் நுட்பம் ஆகிய துறைகளில் சிறப்புக் கவனம் செலுத்துவது.
4. நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளிலுள்ள பண்பாடு, மொழி பற்றிய நிகழ்ச்சிகளுக்கு முக்கியத்துவம் தருவது
5. தரமான விளையாட்டு நிகழ்ச்சிகளை வழங்குவது, இளைஞர்களின் தேவைகளுக்கேற்ற நிகழ்ச்சிகளைத் தருவது.
6. பெண்களின் முன்னேற்றம், சமுதாயத்தில் அவர்களின் நிலை, சிக்கல்கள் ஆகியன பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவது.
7. நலிவுற்ற சமூகப்பிரிவினரின் நலனில் அக்கறை, தீண்டாமை, சமூக அநீதிகள், சுரண்டல் ஆகியனவற்றை எதிர்த்துப் போராடுவது.
8. உழைக்கும் தொழிலாளர்கள் நலனில் அக்கறை காட்டுவது அவர்களது உரிமைகளை பாதுகாப்பது.
9. சிறுபான்மையினர், பழங்குடிமக்கள் ஆகியோர்களது தேவைகளுக்கேற்ற நிகழ்ச்சிகளைத் தருவது.
10. குழந்தைகள், பார்வையற்றோர், முதியோர், உடல் ஊனமுற்றோர் ஆகியோர் பயன்பெறும் வகையில் நிகழ்ச்சிகளைத் தருவது.

11. ஒலிபரப்புத் தொழில் நுட்பங்களை மேம்படுத்துவது என்று வரையறுத்துக் கூறியுள்ளது.

டாக்டர் கேஸ்கர் தகவல் ஒலிபரப்புத்துறை அமைச்சராகப் பணியாற்றிய காலத்தில் அனைத்திந்திய வானொலியின் இசை நிகழ்ச்சிகளில் குறிப்பிடத்தக்க மாற்றங்களைச் செய்தார். அவர் கலைஞர்களைத் தகுதிநிர்ணயம் செய்ய நேயர் குழுக்களை உருவாக்கினார்.

திரைப்பட இசையைத் தடை செய்து, மெல்லிசை மற்றும் மரபு இசைக்கு ஆதரவு அளித்தார். தேசிய இசை நிகழ்ச்சி, வருடாந்தர சங்கீத சம்மேளனம் ஆகியனவற்றைத் தோற்றுவித்தார்.

### வானொலியின் பேச்சு நிகழ்ச்சி

- 1.வானொலியின் பேச்சு நிகழ்ச்சிகளுக்குக் காலத்திற்கேற்ற ஆர்வத்தைத் தூண்டக்கூடிய முக்கியமான பொருள்களைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.
- 2.தயார் செய்யப்பட்ட வாசகங்களைப் படிக்க வேண்டும்.
- 3.கால அளவை மனதில் கொண்டு பயிற்சி பெற வேண்டும். பேசுவது போல் எழுதுதல் வேண்டும்.
- 4.தெளிவான சொற்களைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.
- 5.மக்களைக் கவரும் வகையில் பேச்சிற்கு உயிரோட்டம் கொடுக்க வேண்டும்.
- 6.எளிமையாக எல்லோரும் புரிந்துக்கொள்ளக்கூடிய வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.
- 7.சிறுசிறு வாக்கியங்களையும் சுருக்கமான வார்த்தைகளையும் பயன்படுத்துதல் வேண்டும்.
- 8.பேச்சு கலந்துரையாடல் குரலில் அமைய வேண்டும் சாதாரணக் குரலை மாற்றிப் பேசுதல் கூடாது.
- 9.நேரிடை அறிக்கைகளைத் தவிர்க்க வேண்டும்.

பேட்டியாளரைப் பற்றியும் பேட்டிப் பெருள் பற்றியும் நன்கு தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். பேட்டிக்கான திட்டத்தை வரையறுத்துக் கொள்ள வேண்டும். கேட்க வேண்டிய கேள்விகளை வரையறுத்துக் கொள்ள வேண்டும். பபதில் தருபவரை ஊக்குவிக்கும் வகையில் முதலில் சாதகமான



கேள்விகளைக் கேட்டு, ஒரு நல்லுறவினை அமைத்துக் கொள்ள வேண்டும். தெளிவான, திறமையான, சுருக்கமான கேள்விகளை வடிவமைத்துக் கொள்ள வேண்டும். முக்கியமான தகவல்களைச் சுருக்கமாகக் குறித்துக் கொள்ள வேண்டும். சரியான துறையில் குறிப்பு எழுதிக் கொள்ள வேண்டும்

பதில்கள் நேரடியாகவும் சுருக்கமாகவும் இருக்க வேண்டும். வார்த்தை விளையாட்டுகள் கூடாது. பதில் சொல்லுபவர் தப்புதலிருந்து விடுபடும் வகையில் கேள்விகள் அமைய வேண்டும். சந்தேகங்களை நிவர்த்தி செய்யவும் சரியான பதிலைப் பெறவும் கேள்விகளைத் தொடரலாம். பதில் கொடுப்பவர் தனது அனுபவங்களை விவரிக்கும் வகையில் கேள்விகள் அமைதல் நலம். மேன்மேலும் துருவிக் கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும்.

எவற்றை ஒலிபரப்புவது, எவற்றை ஒலிபரப்பக் கூடாது என்ற தெளிவு வேண்டும். வெட்டிப் பேச்சில் நேரத்தை வீணாக்கக் கூடாது. இடையில் குறக்கிடவோ, கூறும் கருத்துக்களை அலட்சியப்படுத்தவோ கூடாது. கருத்து முரண்பாடுகளையோ உணர்வுகளையோ வேறுபடுத்தக் கூடாது.

பேட்டி தருபவரை விட, தனக்கு எல்லாம் தெரியும் என்று நினைக்கக் கூடாது. பேட்டி கொடுப்பவர் திசைமாறும் வகையில் கேள்விகள் கேட்கக் கூடாது. பேட்டி கொடுப்பவரைத் தர்மசங்கடத்தில் சிக்க வைக்கும் கேள்விகளைக் கேட்கக் கூடாது. பேட்டி ஆரம்பித்த உடனேயே பேட்டி காண்பவரைக் குற்றம் சுமத்தக்கூடாது.

வார்த்தை ஜாலம், தெளிவற்ற பதில், திசை திரும்பும் பதில் ஆகியவற்றால் மனநிறைவு அடைந்துவிடக் கூடாது. தொடக்கக் கேள்வியையொட்டியே தொடர் கேள்விகள் அமைய வேண்டும்.

### சந்தா குழுவும் வர்கீஸ் குழுவும்

வானொலியும் தொலைக்காட்சியும் தகவல் (செய்தி) மற்றும் ஒலிபரப்புத் துறை அமைச்சகத்தின் (Ministry on Information and Broadcasting) அங்கமாகவும் பகுதியாகவும் செயல்பட்டே வருகின்றன.

பல ஆண்டுகளாக இவ்வாறு இயங்கி வருவதால் வானொலி மற்றும் தொலைக்காட்சியைப் பற்றிய முரண்பாடான விமர்சனங்கள் தோன்றின. இந்திய அரசாங்கம் வானொலி, தொலைக்காட்சிக்கத் தன்னாட்சியரிமையை (Autonomous) வழங்குவதற்கும் அரசாங்கத்தின் கட்டுப்பாட்டிலிருந்து அவற்றை விடுவிப்பதற்கும், தெளிவாகவும் நடுநிலைமையோடும் வானொலி,

தொலைக்காட்சி ஆகியன செயல்படுவதற்காகவும் சந்தா குழுவை ஆராயுமாறு நியமித்தது.

இந்திய அரசு 1964 ஆம் ஆண்டு ஸ்ரீ அசோக் கே. சந்தா தலைமையிலான ஆய்வுக் குழுவை நியமித்தது. அக்குழு 1966 ஆம் ஆண்டு தமது ஆய்வறிக்கையைச் சமர்ப்பித்தது.

### ஸ்ரீ அசோக் கே. சந்தா குழுவினர் எடுத்துக்கொண்ட சிக்கல்கள்

1964 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் மாதம் சந்தா தலைமையில் இயங்கிய குழுவினர், தகவல் மற்றும் ஒலிபரப்புத்துறை அமைச்சகத்தின் கீழ் செயல்படப் பல்வேறு தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் நீண்ட மற்றும் குறுகிய காலப் பணிகளையும் செயற்பாடுகளையும் பின்வரும் சிக்கல்களை மையமாகக் கொண்டு மதிப்பீடு செய்ய முனைந்தனர்.

1. தகவல் மற்றும் ஒலிபரப்புத் துறை அமைச்சகத்தின் பணிகளையும் செயற்பாடுகளையும் வரையறுப்பது மக்கள் தகவல் தொடர்பியலில் அரசாங்கத்தின் பொறுப்புணர்ச்சிகளையும், கடமைகளையும் சுட்டிக் காட்டுகிறது.
2. இவ்வமைச்சகத்தின் கீழ், இயங்கும் பல்வேறு தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் கொள்கைகள், ஒலி - ஒளிபரப்பு நிகழ்ச்சிகள், நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பு முறைகள் ஆகியவற்றை மதிப்பீட்டு வழிகாட்டுதல்.
3. மக்கள் தகவல் தொடர்பியலில் பிற அரசுத்துறை நிறுவனங்களின் திட்டங்கள் பங்கேற்பு. செயற்பாடுகளை வரையறுத்து நெறிப்படுத்துதல்.
4. இவ்வமைச்சகத்தின் கீழ் இயங்கும் பல்வேறு தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் செயல் முறைகள், கொள்கைகள், பணிகள் ஆகியவற்றையம் தற்காலப் போக்கிற்கேற்ப ஒவ்வொரு தகவல் தொடர்புச் சாதனத்தின் இயல்புகளையும் நடுநிலையான தன்மைகளையும் தனித்தனியே சுட்டிக்காட்டுதல்.
5. ஒவ்வொரு தகவல் தொடர்புச் சாதனத்திற்கும் தேவையான மாற்றங்களையும் புகுத்த வேண்டிய புதுமைகளையும் பரிந்துரைத்தல்.
6. மக்கள் தகவலியல் துறையில் அரசாங்கத்தின் அனைத்துச் செயற்பாடுகளையும் ஒருங்கிணைத்துச் செயல்படும் நிறுவனமாகத் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்கள் செயல்படுதல், அதற்கான மாற்றங்களையும் நிபந்தனைகளையும் கண்டறிதல்.

7. மக்கள் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களின் செயல்முறை, ஒலி-ஒளிபரப்புத் திட்டங்களை வரையறை செய்தல், அதன் சிறப்பியல்புகள், நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பிற்குத் தேவையான நிதி, காலம் ஆகியவற்றைத் தெளிவாகச் சுட்டிக்காட்டுதல்.

### சந்தா குழுவினரின் பரிந்துரைகள்

வானொலி மற்றும் தொலைக்காட்சி நிலையங்களுக்குத் தன்னாட்சியுரிமை வழங்குவது பற்றியும் ஒலி-ஒளிபரப்பு நிகழ்ச்சிகள் குறித்தும் சந்தா குழுவினர் விவாதித்து ஆராய்ந்து பின்வரும் ஒலி-ஒளிபரப்பு நிகழ்ச்சிகளுக்கு முன்னுரிமைகள் வழங்கினர்.

1. பள்ளிக் கல்வி ஒலி-ஒளிபரப்புகள்.
2. எழுத்தறிவின்மையைப் போக்குதல்
3. வேளாண்மை மற்றும் கிராமிய வளர்ச்சி குறித்த நிகழ்ச்சி ஒலி-ஒளிபரப்புகளுக்கு முன்னுரிமை வழங்குதல்
4. ஒலி-ஒளிபரப்பு நிறுவனங்களுக்குத் தன்னாட்சியுரிமைகளை வழங்குதல்.
5. பிற ஒலி-ஒளிபரப்பு நிகழ்ச்சிகளின் உள்ளடக்கப் பொருள்கள்

இக்குழுவினர், அகில இந்திய வானொலி நிலையத்திற்கு (AIR) தன்னாட்சியுரிமையை வழங்கி நிலையான, சுதந்திரமான பொதுநிறுவனமாக அதனை இயங்க வைக்கப் பரிந்துரைத்தனர்.

அகில இந்திய வானொலி நிலையம் தன்னுடைய பணிகளைச் சமுதாயத்திற்கும், கல்வியைப் பொதுமக்களுக்குப் போதித்து அறிவுறுத்துவதற்கும், தகவல்களை அறிவிப்பதற்கும், சமுதாய மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும் முன்னேற்றத்திற்கும் சரிவரச் செய்யவில்லையென்று குறை கூறிய சந்தா குழுவினர், வானொலி ஒலிபரப்பிற்குத் தன்னாட்சியுரிமை உடனே வழங்க வேண்டுமென பரிந்துரைத்தனர்.

அரசாங்கம் இக்குழுவினரின் பரிந்துரைகளை ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை. இதுநாள் வரை அகில இந்திய வானொலி நிலையம் அரசாங்கத்தின் ஒரு பகுதியாகவும் தகவல் மற்றும் ஒலிபரப்புத்துறை அமைச்சகத்தின் கட்டுப்பாட்டிலுமே இயங்கி வருகின்றது.

இந்தியாவில் 1969 இல் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட தொலைக்காட்சி, அகில இந்திய வானொலி நிலையத்தின் ஒரு பகுதியாகவும் 'தூர்தர்ஷன்' என்ற பெயரிலும் செயல்பட்டுவருகின்றது.

## வர்கீஸ் குழு அறிக்கை

1977 ஆம் ஆண்டின் ஜனதா கட்சி (Janata Party) மத்தியில் ஆட்சிக்கு வந்த பொழுது, மத்திய அரசாங்கம் பி.ஜி. வர்கீஸ் (B.G. Verghese) என்பவரின் தலைமையில் 12 உறுப்பினர்கள் கொண்ட ஒரு குழுவை நியமித்தது.

பி.ஜி. வர்கீஸ் 'இந்துஸ்தான் டைம்ஸ்' இதழின் முன்னாள் ஆசிரியராவார். இக்குழுவினர், அகில இந்திய வானொலி நிலையமும் தூர்தர்ஷனும் தன்னாட்சியுரிமையுடன் இயங்குவதினால், தன்னாட்சி நிறுவனமாகச் செயல்பட்டால் ஏற்படும் விளைவுகளைப் பற்றி ஆராய முற்பட்டனர்.

இக்குழுவினர் தங்களுடைய ஆய்வறிக்கையை மார்ச்சு 1978 இல் பணித்தனர். இக்குழுவினர் தனித்த தன்னாட்சியுரிமைத் 'தேசிய ஒலிபரப்புக் கழகம்' (National Broadcast Trust) ஒன்றை 'ஆகாஷ் பாரதி' (Akash Bharathi) என்ற பெயரில் ஏற்படுத்தப் பரிந்துரைத்தனர். இந்தத் தேசிய ஒலிபரப்புக் கழகம் செயற்படுவதற்காகத் திட்டங்களையும் செயல் அறிக்கையையும் இக்குழுவினர் தயாரித்தனர்.

## வர்கீஸ் குழுவினர் எடுத்துக்கொண்ட சிக்கல்கள்

1. வானொலியும் தொலைக்காட்சியும் செயல்படும் முறைகள், பணிகள், நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பிற்குத் தேவையான நிதிநிலை, சட்டவிதிமுறைகள் ஆகியனவற்றை நாடாளுமன்றம் ஏற்றுக்கொள்ளும் வகையில் தயாரித்து முழுமையான தன்னாட்சியுரிமையை வழங்குதல்:
2. ஏனைய மக்களாட்சி நாடுகளில் செயல்பட்டு வரும் ஒலிபரப்புப் பற்றிய பல்வேறு வகையான தன்னாட்சியுரிமை அமைப்புக்களையும், அவற்றின் கோட்பாடுகளையும், செயல்பாட்டு வடிவங்களையும் கண்டறிதல்.
3. தன்னாட்சியுரிமை நிறுவனங்களின் அமைப்பையும், வடிவத்தையும் கண்டறிவதோடு, அந்நிறுவனங்கள் அரசாங்கத்தோடு கொண்டுள்ள உறவுகளைப் பற்றியும் ஆராய்தல்.
4. தன்னாட்சியுரிமையில் வானொலியும் தொலைக்காட்சியும் செயற்படுவதற்குத் தகுந்த பரிந்துரைகளை வழங்குதல்.
5. இக்குழுவினரின் பரிந்துரைகள் அரசாங்கத்தினால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டால், உடனடியாகச் செய்யப்பட வேண்டிய செயல்திட்ட வடிவமைப்பைத் தயாரித்துக் கொடுத்தல்.
6. எதிர்காலத்தில் இந்தத் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்கள் செயற்படுவதற்குத் தகுந்த பரிந்துரைகளையும் மதிப்பீடுகளையும் வழங்குதல்.

இக்குழுவினர் 48 வினாநிரல் பட்டியலுடன் வானொலி மற்றும் தொலைக்காட்சி ஒலி-ஒளிபரப்புப் பற்றியும் அதனைப் புதுப்பிக்கும் வழிமுறைகள் பற்றியும் ஆராய்ந்தனர்.

### இந்தியாவில் தொலைக்காட்சி

இந்தியாவில் 1959 இல் செப்டம்பர் 15ஆம் நாள் ஒரு சோதனை முயற்சியாகத் தொலைக்காட்சி நிலையம் புதுதில்லியில் தொடங்கப்பட்டது. தொலைக்காட்சி, நாட்டு வளர்ச்சிக்கும் முறைப்படியான கல்வி முன்னேற்றத்திற்கும் என்ன செய்ய முடியும் என்பதைப் பிற நாட்டு உதவிகளுடன் கண்டுபிடிப்பதே அதன் முக்கிய நோக்கமாக அமைந்தது. 1961 இல் ஆசிரியர்களுக்காக அறிவியல் குறித்த தொலைக்காட்சிக் கல்வி ஒளிபரப்பு ஆரம்பமாகியது.

1965 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்டு மாதத்தில் தொலைக்காட்சிப் பெட்டியை உருவாக்கி விற்பனை செய்வோர், பொதுமக்கள் ஆகியோரின் வேண்டுகோளின் பேரில் பொழுதுபோக்கு நிகழ்ச்சிகள் அறிமுகமாகின.

1967 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி மாதத்தில் இந்தியத் தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பு கிராமங்களையும் எட்டின. புதுதில்லி, உத்திரபிரதேசம், ஹரியானா முதலிய இடங்களில் உள்ள 80 கிராமங்களில் நிறுவப்பட்ட தொலைக்காட்சி நிலையங்களுக்கு விவசாய நிகழ்ச்சிகள் வழங்கப்பட்டன.

1972 ஆம் ஆண்டு அக்டோபர் மாதத்தில் பம்பாயில் தொலைக்காட்சி மையம் செயல்படத் துவங்கியது. 1973 ஆம் ஆண்டில் ஸ்ரீநகர், அமிர்தசரஸ் மைய நிலையங்கள் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரிக்கத் தொடங்கின. பூனா தொலைக்காட்சி மையம் பம்பாயிலிருந்து நிகழ்ச்சிகளை வாங்கி ஒளிபரப்பத் தொடங்கியது. 1975 ஆம் ஆண்டில் கல்கத்தா, சென்னை, லக்னோ முதலிய இடங்கள் தொலைக்காட்சி நிலையங்களைப் பெற்றன.

1975 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்டு மாதம் முதல் 1976 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்டு மாதம் வரை ஆறு மாநிலங்களில் உள்ள கிராமங்களுக்குத் துணைக்கோள் வழித் தொலைக்காட்சித் திட்டத்தின் அடிப்படையில் கல்வி ஒளிபரப்புக் கோள்களின் மூலம் சோதனை முயற்சி (SITE) நடத்தப்பட்டது. 1976 ஆம் ஆண்டு தொலைக்காட்சி, அகில இந்திய வானொலியிலிருந்து பிரிக்கப்பட்டுத் 'தூர்தர்ஷன்' என்ற பெயரில் இயங்க ஆரம்பித்தது.

1977 ஆம் ஆண்டு ஜூன் மாதம் ஜெய்ப்பூர், ஹைதராபாத், குல்பர்க்கா, சம்பல்பூர், முஸாப்பூர் முதலிய இடங்களில் பூமி இணைப்பு ஒளிபரப்புக்

கருவிகள் பொருத்தப்பட்டன. இதன் நோக்கம் தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பு எல்லையை 100 மில்லியன் மக்களுக்கு விரிவுபடுத்துவதாகும்.

1982 ஆம் ஆண்டு அக்டோபர் மாதம் தேசிய ஒளிபரப்பு நிகழ்ச்சிகள் தொடங்கப்பட்டன. 1982 ஆம் ஆண்டு இந்தியாவில் இன்சாட் 1ஏ என்ற தகவல் தொடர்புக்கோள் முதன்முதலாக வானில் மிதக்க விட்டுச் செயல்படத் துவங்கியது. ஆனால் அதன் இயக்கம் எதிர்பார்த்த அளவு வெற்றிகரமானதாக இல்லை. வண்ணத் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் இதே ஆண்டில் அறிமுகமாயின. தேசிய சிறப்புப் பணி நுண்ணலைத் தொடர்பு மூலம் நிறுவப்பட்டது.

‘தூர்தர்ஷன்’ நிகழ்ச்சியின் நேரடி ஒளிபரப்பாக ஒளிபரப்பப்பட்ட ஆசிய மற்றும் அணிசாரா நாடுகளின் அமைச்சர்கள் மாநாட்டு நிகழ்ச்சி எல்லோராலும் பாராட்டப்பட்டது. 1983 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்டு மாதம் இன்சாட் 1 பி ஏவப்பட்டது. இந்தியாவில் செல்வாக்குப் பெற்றுள்ள மக்கள் தொடர்புச் சாதனமாகத் தொலைக்காட்சி தற்போது விளங்குகிறது.

எந்த தொலைக்காட்சி நிலையமும் முதன்மை குறிக்கோள் சிலவற்றைக் கொண்டே செயல்படுகிறது. சான்றாக, இந்தியாவில் செய்தி மற்றும் ஒளிபரப்பு அமைச்சகத்தின் படி பின்வருவன இந்திய தொலைக்காட்சி நிலையங்களின் குறிக்கோள்கள் ஆகும்.

1. சமுதாய மாற்றத்திற்குக் கிரியா ஊக்கியாகச் செயல்படுதல்.
2. தேசிய ஒற்றுமை, அறிவியல் உணர்வு, குடும்பக் கட்டுப்பாடு நலன், விவசாய உற்பத்தி, சுற்றுப்புறச்சூழல் பாதுகாப்பு, விளையாட்டில் ஆர்வம், கலை மற்றும் பண்பாட்டுப் பாரம்பரிய உணர்வு முதலியவற்றைச் தூண்டுதல்.
3. பெண்கள் நலம், குழந்தைகள் நலம், குறைந்த வாய்ப்பு வசதி உடையோர் நலம் முதலியவற்றை மதிப்பீடு செய்வதன் மூலம் சமுதாய நலத்தை அதிகப்படுத்தல் ஆகியவற்றை முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டு தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பாளர்கள் நிகழ்ச்சிகளை அமைப்பர்.
4. ஆர்வமுட்டுதல், நேயரை நிகழ்ச்சியின் ஆரம்பத்திலேயே ஈர்த்தல் முதலியவற்றை நோக்கமாகக் கொண்டு செய்தியின் உள்ளடக்கத்தை ஆர்வமுட்டும் வகையில் கூறித் தன் நேயர்களை ஈர்த்து நிலைநிறுத்திக் கொள்ள தொலைக்காட்சி நிலையம் விரும்புகிறது. குறிப்பிட்ட அளவு நேயர்கள் இல்லையெனில் அல்லது விளம்பரதாரர்கள் நோக்கில் விளம்பரம் பலனளிக்கவில்லையெனில் அந்நிகழ்ச்சி நீக்கப்பட்டுவிடும்.

தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பு என்பது பொதுவாகப் பின்வரும் மூன்று நிலைகளை உள்ளடக்கியதாகும்.

1. தகவல் சேகரித்தல்
2. செய்தி எழுதுதல் அல்லது எழுத்து ஏடு தயாரித்தல்
3. நடைபெறும் உண்மை நிகழ்ச்சிகளை அல்லது அரங்கினுள் நடைபெறும் செயற்கை நிகழ்ச்சிகளை அப்படியே வீடியோ ஒலி-ஒளிப்பதிவு செய்து செய்தி தயாரித்தல்.

தொலைக்காட்சி நிலையத்திற்கு வெளியே நடைபெறும் நாட்டு நடப்புகள், தொலைக்காட்சி நிலைய அரங்கினுள் செயற்கையாகப் படம் பிடிக்கப்படும் நிகழ்ச்சிகள் என்று இரு வகையாகத் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் அமைகின்றன. தொலைக்காட்சிக்கெனச் செய்தி சேகரிக்கத் துவங்கும் போதே ஒளிப்பதிவும் துவங்கிவிடுகிறது.

காட்சிப் பதிவுக் கருவிகள் ஒளிப்பதிவுத் தரம் வாய்ந்தனவாய் பல்வேறு வகைகளில், மிகச் சிறிய வடிவத்தில், குறைந்த எடையில் எளிதாகத் தூக்கிச் செல்லும் வகையில் கிடைக்கின்றன. மின்னணு முறையில் தகவல் சேகரிப்புக்கான ஒளிப்பதிவுக் கருவி செய்தி சேகரிப்பிற்கென ஒரு நிருபரால் எளிதில் தூக்கிச் செல்ல முடியும். ஒளிப்பதிவுக் கருவி, ஒலிப்பதிவுக் கருவி இரண்டையும் மிகச் சிறிய வடிவமாக்கி விட்டமை அரங்குகளில் மட்டுமின்றி தூரத்து இடங்களுக்கும் சென்று அதிகப் படக்காட்சிகளைத் தயாரிக்க வழிவகுக்கிறது.

மின்னணு முறையில் தகவல் சேகரிக்கும் காமிராவைக் கொண்டு செய்தி சேகரித்தல், இதையே மின்னணு முறையில் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சியாக மாற்றல் ஆகிய இரண்டும் தொலைக்காட்சிச் செய்தித் தயாரிப்பில் இன்றைய புதிய அலைகளாகும்.

ஒலிபரப்பப் போகும் நிகழ்ச்சியில் அல்லது சம்பவங்களின் அமைப்பு வரிசை முறை பற்றிய முழு விவரங்களும் அடங்கிய எழுத்து ஒரு லே அவுட் அல்லது .:பார்மட் அல்லது ஸ்கிரிப்ட் என்று அழைக்கப்படுகிறது. எந்த ஒரு நிகழ்ச்சியும் தொலைக்காட்சிக்கெனத் தயாரிக்கப்படுவதற்கு முன்பு அந்நிகழ்ச்சி பற்றி எழுதுவோர் எழுதித் தயாரித்த இத்தகைய வடிவும் 'படத் தொடர்ச்சி' அல்லது 'பட இணைப்பு' என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

குறிப்பிட்ட நிகழ்ச்சி தயாரிக்கப்பட வேண்டிய முறையைப் பற்றிய விளக்கத்தை இவ்வெழுத்து ஏடு தருகிறது. சில வேளைகளில் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சி தயாரிக்கப்பட்ட பின் அதன் அடிப்படையில் எழுதப்பட்ட எழுத்தாய்

இருப்பின் அதுவே ஒளிபரப்பப் போகும் இறுதி வடிவமாக அமையும். இதிலிருந்து எதுவும் நீக்கப்படாது.

இவ்வெழுத்து ஏடு நடுவில் நேர்கோடு ஒன்றினால் மேலிருந்து கீழாகப் பரிக்கப்பட்டிருக்கும். இது இரண்டாகப் பிரித்த பக்க எழுத்து ஏடு எனப்படும். இத்தகைய பிரித்து எழுதப்பட்ட எழுத்து ஏடு பல நேரடி நிகழ்ச்சிகளுக்கு அதாவது செய்தி, விளக்கப்படம், எளிய நிகழ்ச்சிகள் முதலியவற்றிற்குத் தொலைக்காட்சியில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

தொலைக்காட்சி ஒரே நேரத்தில் ஒலி, காட்சி ஆகிய இரண்டையும் காட்ட வேண்டுமாதலால், இவ்வெழுத்து ஏடு ஆடியோ, வீடியோ என்று இரு தலைப்பிட்ட இரு அட்டவணைகளைக் கொண்டதாகப் பரிக்கப்படும். ஆடியோ பகுதியல் நிகழ்ச்சியின் பங்கு கொள்பவருக்கான வழிகாட்டிக் குறிப்புகள் அவர்கள் பேச வேண்டிய பகுதியுடன் காமிரா குறிப்பு மற்றும் தொழில் நுட்பக் குறிப்புகளைக் கொண்டதாக அமையும்.

சில வேளைகளில் இவ்வெழுத்தேடு தயாரிக்கப்பட்டுக் கையில் வைத்துக் கொண்டு நிகழ்ச்சி தயாரிக்கப்பட்டாலும், சூழலுக்கேற்ப பேட்டி போன்ற நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பில் அவ்வறிக்கையின் முதற்பகுதி, இறுதிப் பகுதி முதலியன பயன்படுத்தப்பட்டு இடையில் உள்ள பகுதிகள் பேசப்படும் நபருக்கேற்பவும் செய்திக்கேற்பவும் மாற்றப்படும். இவை பாதி எழுத்து ஏடு எனப்படும்.

செய்தி அல்லது நிகழ்ச்சி எழுதுவோர் இவ்வெழுத்து ஏடு எழுதும் போது இவ்வெழுத்தேட்டில் பயன்படுத்த வேண்டிய சில முக்கியமான செய்திகளும் குறியீடுகளும் பின்வருமாறு:

1. நடிகர் நடிப்புத் தொடர்பான செய்கைகள் பற்றிய குறிப்புகளை இனங்காட்ட பி12 என்ற குறியீடு பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்
2. தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிக்காக எழுத்து ஏடு எழுதும் போது, இடைவெளி கொடுக்கப் பயன்படுத்தப்படும் குறியீடுகளுள் ஒரு வகை 'சில புள்ளிகளை இடும் முறை' ஆகும்.
3. நீண்ட, தெளிவாகத் தெரியும் இடைவெளியைக் குறிக்க இம்முறை பயன்படுகிறது. சிறு கோடு மிகச் சிறிய இடைவெளியைக் குறிக்கப் பயன்படத்தப்படுகிறது.
4. சில புள்ளிகளை இடும் முறை தயக்கம், தீர்மானமின்மை, பேச்சின் முடிவின்மை, ஒருவர் பேச்சையே யாராவது விளக்குதல் முதலிய சூழல்களில் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.



5. 'ஆடியோ' என்ற பகுதியில் நிகழ்ச்சித் தலைப்பையும் அது தொடர்பான சிறு விளக்கத்தையும் குறிக்க ஒரு குறியீடு பயன்படுத்தப்படுகிறது. இக்குறியீடு சில தொலைக்காட்சி நிலையங்களில் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இக்குறியீட்டைத் தொடர்ந்து எழுதப்பட்டிருக்கும் வரிகள் தொலைக்காட்சியில் தோன்ற வேண்டும்.
6. இவ்வெழுத்தேட்டில் ஒலி பற்றிய குறிப்புகளையும் நிகழ்ச்சி எழுதுவோர் கொண்டு வந்துவிட வேண்டும். பல்வேறு ஒலிகளை ஒரே நேரத்தில் அறிமுகப்படுத்தி அவ்வொலிகள் வரும் தூர அளவைக் கேட்பொர் பிற ஒலிகளிலிருந்து வேறுபடுத்தி உணரவும் ஒளியின் தரம், அளவு, சுரம், ஒலி வரும் திசை முதலியவற்றின் வேறுபாடுகளை இணங்காணவும் ஒலி மாறுபாட்டமைவு உதவுகிறது.
7. சான்றாக கால்பந்து விளையாடும் அரங்கில், அறிவிப்பாளர் ஒலி, அரங்க ஒலி, வாத்திய இசை ஒலி ஆகிய மூன்றையும் படப்பிடிப்பில் கொண்டுவர வேண்டும் என்பதை எழுத்து ஏடு எழுதுவோர் குறிப்பிட வேண்டும்
8. செய்திகள் பற்றிய எழுத்தேட்டில் செய்தி அளிப்பவரை எப்போதும் அவரது செய்தி வாசிப்புடன் (ஒலியுடன்) சேர்த்துக் காட்ட வேண்டும். எப்பொழுது அவரது குரலை மட்டம் பின்னணியில் எடுத்துக் கொண்டு காட்சிப்படங்களைக் காட்ட வேண்டும் என்று குறிப்புகளையும் எழுதுபவர் குறிப்பிட்டு எழுத வேண்டும்.
9. செய்திக்கதைகளின் தலைப்பு விபரங்களைக் குறிப்பதற்குப் பயன்படுத்தப்படும் குறியீடு 'எல்லக்' எனப்படும். ஓரிரு சொற்களில் தலைப்பு, தேதி, நேரம், செய்தி எழுதியவரின் பெயர் அல்லது முதல் எழுத்துக் குறிப்பு ஆகிய குறிப்புகள் இக்குறியீட்டின் பின் எழுதப்படும்.
10. நிகழ்ச்சிகள் அவற்றின் தலைப்பாலும் தேதியாலும் இனங்காணப்படும்.

## ஒலிபரப்பும் நடை

நிகழ்ச்சி எழுதுபவர் நிகழ்ச்சியின் அல்லது செய்தியின் தெளிவு. கருதிச் சிலவற்றைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். அவை பின்வருமாறு,

1. ஒலிபரப்பு மொழிநடையில் அடிக்கடி பயன்படுத்தப்பட வேண்டிய தொடரமைப்பு செய்வினையே ஆகும். இத்தொடர் வலிவுடையதும் ஆற்றல் மிக்கதும் செய்தி அல்லது விளம்பரத்தை உயிருள்ளது போல் தோன்றச் செய்வதுமாகும்.

2. செய்ப்பாட்டு வினையை எப்போதாவது பயன்படுத்திக் காட்டலாம். எனவே செய்வினைத் தொடரே மிகுதியும் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.
3. ஒலிபரப்பு நடையில் தெளிவைத் தராத திரும்பத் திரும்ப வரும் சொற்களும் கலவை வாக்கியமும் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.
4. நேயர்கள் அதிகக் கவனமும் முயற்சியும் மேற்கொள்ள வேண்டியதாயிராமல் காலம், நேரம், விளக்கம் குறித்த சொற்கள், இலக்கிய நயமிக்க சொற்கள், உரை விளக்கம், கேட்புத் திறனுக்கேற்ற அளவிலான இடைவெளி, எதிர்க்கருத்துக்கள், தன்மைப் பெயர்கள், தனி வாக்கியம், செய்வினை வாக்கியம் முதலியவற்றைக் கொண்டதாய் எழுதப்பட வேண்டும்.
5. ஒரே மாதிரி ஒலித்து வெவ்வேறு பொருள் தரும் சொற்கள் ஒலிபரப்பு நடையில் பயன்படுத்தப்படும் போது சூழலை வைத்து நேயர் பொருளை உணர வேண்டி இருப்பதால், அத்தகைய சொற்கள் குழப்பும் தன்மை உடையவை.
6. ஒலிப்பால் மட்டும் பிரித்தறிய முடியாமல், சூழலால் பொருள் பிரித்தறிய சொற்களைச் செய்தி எழுதுவோர் ஒலித்துப் பார்த்துக் குழப்பம் தருபவற்றை நீக்கிவிட்டு, வேறு சொற்றகளைப் பயன்படுத்தி எழுத வேண்டும்.
7. வலியுறுத்திச் சொல்லப்பட வேண்டிய செய்திகளையோ கருத்தக்களையோ அறிவிப்பாளர் தம் உச்சரிப்பில் தரும் அழுத்தத்தாலேயே விளக்கிக்காட்ட முடியும். எனவே எழுதுபவர் எங்கெங்கு வலியுறுத்திச் சொல்ல வேண்டும் என்பதை அடிக்கோடிடல் மூலம் குறிப்பிட்டு எழுத வேண்டும்.
8. தான் வலியுறுத்தும் கருத்தைப் பேச்சு நடையில் கொண்டுவர பொருளோடு தொடர்புடைய தகுந்த சொற்களைப் பயன்படுத்துதல், செய்தி அளிப்பவர் நிறுத்தி வாசிப்பதன் மூலம் நிறுத்தி செய்தி அளிக்கும் முறை முதலியன பயன்படுகின்றன.
9. நேரம், காரணம், விளைவு அவற்றின் உறவு முதலியவற்றோடு தொடர்புடைய சொற்களைப் பயன்படுத்துதல் குறிப்பிட்ட கருத்தை வலியுறுத்த உதவும்.
10. ஒரு சொல்லின் வழியே பொருளை உணர்த்தும் மிகச் சிறந்த ஒலிச்சிறப்பு வாய்ந்த சொல் ஒலிபரப்பு மொழிநடையில் பயன்படுத்தத் தகுந்தது. இச்சொற்கள் செய்திக்கு விளக்கம் தரும் வகையில் பயன்படுத்தப்படும் சிறப்புடையது.

11. ஒரே கருத்து மீண்டும் கூறப்பட வேண்டி இருப்பின் அக்கருத்துடைய வெவ்வேறு சொற்கள் தொடர்களில் குறிப்பிடலாம்

12. தெளிவு தருவதைக் குறிக்கும் சொற்களைத் தவிர்த்தல் வேண்டும்

அருகாமைச் செய்தியே அந்தந்த வட்டார மக்களுக்குப் பெரிதும் முக்கியமான செய்தியாகும். அத்தகைய செய்தியே அந்தந்த வட்டார மக்களைப் பார்த்து மனதில் விளைவை ஏற்படுத்தும். குறிப்பிட்ட செய்தியால் நேயர்கள் எத்தனை பேர் விரைவாகப் பாதிக்கப்பட்டனர் என்பதைப் பொறுத்துச் செய்தியின் சிறப்புத் தீர்மானிக்கப்படும்.

ஒளிபரப்புச் செய்தியில் செய்தி முகப்பிலேயே 'யார்', 'என்ன', 'எங்கே', 'எப்பொழுது', 'ஏன்', 'எப்படி' (1H,5W's) என்ற விளக்கங்கள் இடம்பெறக் கூடாது. அவ்வாறு இடம்பெற்றால் அளவுக்கதிகமான செய்திகளைத் திணித்தது போலாகிவிடும்.

நிறைய செய்திகளைத் தொடர்ந்து வேகமாகக் கேட்க இயலாமல் நேயர் தடுமாறிவிடக் கூடும். எனவே அடுத்தடுத்து இவை கூறப்பட வேண்டும்.

செய்தி அளிப்பவர், நிருபர் ஆகிய இருவரும் செய்தி அளிக்கும் முறையும் உண்டு. செய்திகள் செய்தி அளிப்போரால் கூறப்படும் எஞ்சியவை நிருபரால் கூறப்படும். செய்தி வாசிப்பவரால் அறிமுகப்படுத்தப்படுவது செய்தி அறிமுகம் எனப்படும். முகப்புச் செய்தியை விட இது நீளமாக அமைந்து செய்தியின் பின்னணி, குறிப்பிட்ட செய்தியின் இடைக்காலச் சூழல் முதலியவற்றை விளக்கும் நேரடியாக வாசகரை உடனடியாக ஈர்க்கும் முறையில் கூறப்படும்.

நேரடிச் செய்தி முகப்பே பொதுவாகக் கையாளப்படுகிறது. ஏற்கனவே சில நாட்களாக அல்லது ஒரு சில மாதங்களாகத் தொடர்ந்து நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கும் ஒரு செய்தியை மீண்டும் எழுதுவோர் ஏற்கனவே நடந்து முடிந்த அச்செய்தியின் வரலாற்றை இதுவரை அறிந்தோர் சலிப்படையாத வண்ணம் இதுவரை நடந்தது தெரியாதவருக்கு ஆர்வமூட்டும் வகையிலும் மீண்டும் எழுத வேண்டும்.

ஒரு செய்திக் கதைக்குப் போதிய 'படக்காட்சிகள்' கிடைக்கவில்லையெனில் நிகழ்ச்சி நடைபெறும் கட்டிடத்தின் முன் நிருபர் நின்று கொண்டு அச்செயல் பற்றிய குறிப்புகளைத் தருதல் ஓர் உத்தியாகச் செய்தியில் கையாளப்படுகிறது.

செய்திக்கதை அல்லது கருத்துக்களின் இடையில் உள்ள மூச்சு விடும் அளவுக்கான இடைவெளி, நேயர்களை ஈர்ப்பதற்கும், கேட்போர் மனநிலையைத்

திருப்புதற்கும் அவசியமானது. மிகவும் வேகமாகவோ, மிகவும் மெதுவாகவோ அன்றி, ஒவ்வொரு செய்தியின் இடையில் அல்லது செய்திக்கூறுகளுக்கு இடையில் குறிப்பிட்ட இடைவெளி அமைக்கப்பட்டால் தான் கேட்போர் அச்செய்தி நிகழ்ச்சியோடு ஒத்துக் கேட்கவும் கவனிக்கவும் முடியும்.

சரியான முறையில் இடைவெளி தரப்படாவிட்டால் நேயர்களது கவனம் வேறு பிறவற்றில் சென்றுவிடும். விளம்பரங்கள், செய்திகள் முதலியவற்றைப் போலவே தொலைக்காட்சியில் போட்டிகள், விளக்கப்படங்கள், நாடகங்கள் போன்ற அனைத்து நிகழ்ச்சிகளும் சில விதிகளுக்குட்பட்டுக் கவனமாகத் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

இன்றைய மின்னணுத் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களுள் தொலைக்காட்சி மீது மக்களுக்குள்ள ஈடுபாடு அதிகமானது. தொலைக்காட்சி ஏற்படுத்தும் பாதிப்பும் மிகப் பெரியதாகும். தொலைக்காட்சி நிலையத்தார் தொலைக்காட்சியின் அளப்பரிய இவ்வாற்றலை ஆக்கப்பூர்வமான செயல்களுக்குப் பயன்படுத்துதல் மிகுதியும் நலம் பயக்கும்.

நேயர்கள் எந்தத் தரவரிசையில் நிகழ்ச்சிகளைத் தெரிவு செய்து பார்க்கின்றனர். நிகழ்ச்சிகளுள் எது தனித் தன்மை வாய்ந்தது. எது சிறப்பு வாய்ந்தது என்று நேயர்களின் நோக்கில் நிகழ்ச்சிகளின் விளைவைத் தொலைக்காட்சி நிலையத்தார் அடிக்கடி ஆராய்ந்து கொள்ள வேண்டும். அவ்வாறு ஆராய்ந்தால் தான் நேயர்களின் கவனத்தைத் தக்கவைத்துக் கொள்ளலாம்.

தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் குறித்த நம் கருத்துக்களை எதிரூட்டினை (Feed back) நேயர்களும் தொலைக்காட்சி நிலையத்திற்குத் தெரிவித்துக்கொண்டே இருக்க வேண்டும். காலந்தாமதித்த எதிரூட்டு எவ்விதப் பயனும் அளிப்பதில்லை. நிலையத்தாருக்கும் நேயர்களுக்கும் உள்ள இத்தொடர்பு தொலைக்காட்சித் தகவல் தொடர்பைப் பலப்படுத்தும்.

### பயிற்சி வினாக்கள்

1. அகில இந்திய வானொலி பற்றி தொகுத்தளிக்க.
2. இந்திய தொலைக்காட்சியின் வரலாற்றை வரைக.
3. தொலைக்காட்சியின் பணிகளை தொகுத்தளிக்க.
4. சந்தாவர்கீஸ் குழு பற்றி விவரிக்க.
5. சந்தாவர்கீஸ் குழுவின் பரிந்துரைகளை ஆராய்க.
6. பிரஸார் பாரதி சட்ட முன் வரைவு பற்றி விளக்குக.
7. அகில இந்திய வானொலியின் பணிகளை ஆய்க.

## UNIT 5

### விளம்பரம் விளக்கம்

“விள்” என்ற வேர்ச் சொல்லுக்கு, ‘வெளிப்படுத்து’ என்பது பொருள். விளரி (இசை), விளர் (வெளு), விண் (வானவெளி), விண்ணாரம் (வெளிப்புழ்ச்சி), விளை (பயன்வெளிப்பாடு), விளி (வெளிப்படக் கூவு), விண்டு (பகிர்ந்து), வீணை (இசையை வெளிப்படுத்துவது) என்பன. விள் என்ற இவ்வேரிலிருந்து பிறந்தவையே விள்: சொல்லு. விளம்பு. விளம்பரம் என்பவையும் வெளிப்படச் சொல்லுதல் என்ற பொருளில் இதனடியாக வந்தவையே.

இது விளம்பர யுகம், விளம்பரங்கள் இல்லையெனில் உலகு இல்லை என்ற அளவிற்கு ஒவ்வொரு துறையிலும் விளம்பரங்கள் முக்கிய இடத்தைப் பெறுகின்றன. விளம்பரமில்லாமல் எந்த ஒரு செயலையும் வெற்றியடையச் செய்ய முடியாது. விளம்பரம் அன்றாட வாழ்க்கையோடு இணைந்து விட்டது என்று கூறலாம். இதற்குக் காரணம் தகவல் தொடர்பு ஊடகங்களின் வளர்ச்சியாகும்.

ஒவ்வொரு தகவல் தொடர்புச் சாதனங்களும் விளம்பரங்களைப் பெரிதும் நம்பியுள்ளது. காலையில் எழுந்து பத்திரிக்கையில் படிக்கும் விளம்பரங்களிலிருந்து இரவு படுக்கப்போகுமுன் இரவுநேர தொலைக்காட்சியிலோ அல்லது வானொலியிலோ ஒலிபரப்பப்படும் விளம்பரங்கள் வரை பல்வேறு விளம்பரங்களைக் கேட்கிறோம். காண்கிறோம். விளம்பரங்களால் கோடிக்கணக்காக ரூபாய் வருமானம் வருவதால் தகவல் தொடர்புச் சாதனங்கள் பல்வேறு சலுகைகளைக் கொடுக்கின்றன.

பத்திரிகைகள் தொடர்ந்து வெளிவர அதிக விற்பனை மட்டும் போதாது. விளம்பர வருமானமும் பெரிதும் தேவை. விற்பனை, விளம்பரம் இரண்டும் ஒன்றையொன்றுச் சார்ந்துள்ளது பத்திரிகைகளுக்கு ஊன்றுகோல் விளம்பரமாகும். விளம்பரங்கள் வாயிலாக அதிக வருமானம் வரும் பொழுது பத்திரிகை

குறைந்த விலைக்கு கிடைக்கும். குறைந்த விலைக்கு விற்கும் பொழுது பத்திரிகையின் விற்பனையும் கூடுகிறது.

தன்னைப்பற்றியே ஒருவன் புகழ்ந்து கொண்டால் 'சுய விளம்பரம்' என்பது உலக வழக்கம். இது ஓரளவு இழிவானது தான். ஆயினும் ஓர் உற்பத்தியாளர் தாம் உற்பத்தி செய்த பொருளைப் பற்றிப் பலரும் அறியக் கூறினால் தான் வாணிகம் வளர்கிறது. அதிலும் வாணிகத்தைப் பொறுத்தமட்டில் தற்காலத்தை விளம்பர யுகம் என்றே கூறலாம். அவ்வளவு மிகுதியாக இன்று விளம்பரங்கள் வெளியாகின்றன. விளம்பரச் சாதனங்கள் பல: வகைகள் பல: உத்திகள் பல: பயன்கள் பல: மிகுந்த கலையழகுடன் விளம்பரங்கள் வெளிவரக் காண்கிறோம்.

பொருளின் உற்பத்தி மட்டும் விற்பனைக்கு உதவி விடாது. உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருளின் வடிவமைப்பு, பொருளுக்கு வைக்கப்படும் விலை, பொருளைக் காட்சியில் வைக்கும் முறை, வாடிக்கையாளருக்கு விற்பனையாளர் பொருளைப் பற்றிக் கூறி வாங்குகின்ற மனநிலையை அவருக்கு உருவாக்குதல், பொருளை அவர் வாங்கிய பின்பு அதனைக் கட்டிக் கொடுக்கும் நேர்த்தி முதலான ஒவ்வொரு கட்டமும் விற்பனையைப் பெருக்கப் பயன்படுவதே. ஆயினும் மக்கள் பலர் பொருளைப் பற்றி அறிவதற்கு உற்பத்தியாளர் அதைத் தகுந்த முறையில் விளம்பரம் செய்ய வேண்டியுள்ளது.

ஒரு குறிப்பிட்ட அரசோ, அல்லது உற்பத்தியாளர்களோ அல்லது விற்பனையாளர்களோ பணம் செலவிட்டுத் தங்களுடைய நோக்கத்தை நிறைவேற்றிக் கொள்ளக் கையாளப்படும் முறைதான் விளம்பரம் என்றும் விளம்பரத்திற்குப் பல ஆசிரியர்கள் விளக்கம் கொடுத்துள்ளனர்.

விளம்பரம் ஒரு நாட்டின் மக்களுடைய பண்பாட்டினையும் வாழ்க்கை நிலையையும் செம்மைப்படுத்தப் பெரிதும் உதவுகிறது. பொதுமக்கள் தங்களுடைய தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து கொள்ள விளம்பரங்கள் அவர்களுக்கு மிகவும் உதவுகின்றன.

விளம்பரம் என்பது விளம்பரதாரர் ஒருவர் தமது உற்பத்தி பொருள் (Product), பணி (Service), ஆகியவற்றின் விற்பனையை பெருக்கும் பொருட்டு அல்லது பரப்பும் பொருட்டுப் பணம் செலுத்தித் தாம் விரும்பும் விளம்பரச் சாதனங்களின் (Media) வாயிலாகப் பொதுமக்களுக்கு எடுத்துரைத்தல் ஆகும்.

விளம்பரம் சிறந்ததொரு தகவல் கருவி, தம்மைச் சுற்றிலும் என்ன நிகழ்கிறது. அடுத்ததாக நாட்டில் நிகழப்போவது என்ன புதிய கண்டுபிடிப்புப் பொருள்களில் விற்பனைக்கு வந்துள்ளவை எவை, என்ன நூல்கள் வெளியாகியுள்ளன என்பவற்றை விளம்பரத்தால் தான் பொதுமக்கள் அறிகிறார்கள். விளம்பரம் வாணிகத்திற்கு மட்டுமின்றிச் சமுதாய நலத்திற்கும் உதவுகிறது.

அது மக்களுக்குச் செய்திகளை அறிவிக்கிறது. அறிவின் எல்லையை விரிவாக்குகிறது. புதியவற்றை அறிமுகப்படுத்துகிறது. மிகப் பெரிய சமுதாய மாற்றங்களும் கூட விளம்பரத்தினால் மெல்ல மெல்லச் சந்தடியில்லாமல் நிகழ்ந்துவிடக் காண்கிறோம்.

விற்பனையைப் பெருக்குவதற்காகப் பண்டங்களை நுகர்வோரது கவனத்திற்குக் கொண்டு வருகிறது விளம்பரம். அந்தக் குறிக்கோளை அடைவதற்காக விளம்பரம் பல வழிகளிலும், பல சாதனங்களின் மூலமாகவும் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அது மட்டுமல்ல பொருளின் தரத்தை மேம்படுத்தவும் அது உதவுகிறது.

நுகர்வோரிடம் உள்ள வாங்கும் ஆற்றலை நெய்யூற்றி வளர்ப்பதும் அதுவே. தனக்கும் தன்னைச் சார்ந்தவருக்கும் சிறந்த உணவு, சீரான உடை, வசதியான இல்லம், நிறைவான நுகர் பொருள்கள் ஆகியவற்றை ஒருவன் பெறுவதற்கும் விளம்பரமே வெவ்வேறு வகையில் கை கொடுக்கிறது.

மக்களுடைய நுகரும் சக்தியைத் தூண்டுவது விளம்பரம் தான். வாழ்க்கை மேம்பாட்டிற்கான தேவையை அது உருவாக்குகிறது. வீடு, ஆடை, உணவு முதலான எதிலும் தனக்கும் தன் குடும்பத்திற்குமான இலட்சியத்தை வரையறுக்க மனிதனை அது தூண்டுகிறது. உற்பத்தியை வளர்க்கிறது. முயற்சியையும் தூண்டுகிறது. உற்பத்தியின் பெருக்கத்தையும் தனி மனிதனின் தேவையையும் அது வளமான முறையில் இணைக்கிறது.

“சந்தையியலின் குரல் விளம்பரம்” (Advertising is the Voice of Marketing) என்பது தான். ஏராளமான இத்தொகையை அவர்கள் செலவிட முக்கிய காரணம். அனைவருடைய கவனத்தையும் ஈர்ப்பதும், அதற்கேற்றவாறு பெரிதும் பணப்புழக்கம் உடையதுமாக இருப்பதனால் தான், விளம்பரம் பலருக்குத் தேன் போன்று சுவையும் பயனும் உடையதாக விளங்குகிறது.

சந்தையியலின் முக்கியமான இரண்டு பிரிவுகள் உண்டு. பண்டத்தின் உற்பத்திக்குத் தேவையான பல்வேறு மூலப்பொருள்களைக் கண்டுபிடிப்பதும், அவற்றை ஒருங்கே கொண்டு வந்து சேர்ப்பதும், பண்டத்தைத் தயார் செய்வதும் முதல் பிரிவு. உருவாக்கிய அப்பண்டத்தை விநியோக வாசல்கள் வழியாக மக்களுக்கு அனுப்புதல் இரண்டாவது பிரிவு.

விளம்பரம் இந்த இரண்டு பிரிவுகளுக்குமே தேவைப்படுகிறது. ஆகவே தான் ‘சந்தையியலின் குரல்’ என்று அது புகழப்படுகிறது.

அச்ச வடிவம், தொலைக்காட்சி, வானொலி ஆகியவை விளம்பரச் சாதனங்களில் சிறப்பிடம் பெறுபவை. வேறு சில சாதனங்களும் உண்டு என்றாலும், இம்மூன்றும் முக்கியமானவை.

பண்டத்தைப் பற்றிச் செய்திக் கதையாகவும் மக்களுக்குச் சொல்லலாம். வாய்மொழிப் பிரசாரமும் செய்யலாம். என்றாலும் மேற்சொன்ன மூன்று சாதனங்கள் மூலமாகச் செய்யும் விளம்பரமே உடனடியாகப் பயன் தருகிறது. செய்திக் கதையால் பொதுமக்கள் தொடர்பு வலிமை பெறுவதில்லை. வாய்மொழிப் பிரசார முறையோ விரிவு பெறுவதில்லை. மேற்சொன்ன மூன்று விளம்பர முறைகளோ, படிப்பவர் பார்ப்பவர் உள்ளத்தை உடனடியாகவும் பரவலாகவும் ஈர்க்கின்றன. பண்டத்தைப் பற்றி அறியும் ஆவலை எழுப்புகின்றன. வாங்கும் படித் தூண்டுகின்றன. அதனால் விற்பனை நன்கு பெருகுகிறது.

விளம்பரத்தின் 'இடத்தை' அல்லது 'காலத்தை' விளம்பரதாரர் விலைக்குத் தானே வாங்குகிறார்? தமது விளம்பரச் செய்தி தகுந்த முறையில், அச்சிடப்படும் என்றோ, ஒலிபரப்பப்படும் என்றோ, ஒளிபரப்பப்படும் என்றோ, அவர் எதிர்பார்ப்பார். செலவு செய்யும் தொகைக்கு நட்டமில்லாமல் தமது செய்தி மக்களுக்குச் சென்று சேர வேண்டும் என்று எண்ணுவார். எனவே விளம்பரச் சாதனம் மற்றும் செலவுகள் பற்றி விளம்பரதாரர் ஆழ்ந்த கவனம் செலுத்துவார்.

இது பற்றி ஒரு ஜோக் உண்டு. வாணிகத் துறையில் ஈடுபட்டு விளம்பரத்திற்காகப் பெரும்பொருளைச் செலவிட்ட லிவர்ஹாம் பிரபு ஒரு முறை பின்வருமாறு சொன்னாராம். "விளம்பரத்திற்காக நான் செலவு செய்த தொகையில் பாதிப்பணம் வீணாகி விட்டது. சங்கடம் என்னவென்றால் எந்தப் பாதி என்பது தான் எனக்குத் தெரியவில்லை.

ஆகவே பல வகையிலும் ஆராய்ந்து பார்த்து விளம்பரத்திற்கு திட்டமிட வேண்டியுள்ளது. ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உற்பத்தி பெருக வேண்டும். உற்பத்தியான பொருள் விற்பனை தானே அடுத்தடுத்துப் பண்டத்தை உற்பத்தி செய்ய முடியும். அவ்விற்பனைக்கு வழி செய்கிறது விளம்பரம். ஆகவே பொருளாதார வளர்ச்சியில் உற்பத்தி விற்பனை விளம்பரம் என்பவை சிறந்த இடம் பெறுகின்றன. ஒன்றையொன்று சார்ந்துள்ளன.

உற்பத்தி – விளம்பரம் – விற்பனை

தொலைவாக எங்கோ உள்ள நுகர்வோரையும் விளம்பரத்தின் மூலமாக ஈர்த்தால் தான் பொருளுக்குப் புதிய புதிய அங்காடிகள் கிடைக்கும். விற்பனை பெருகும். அதனால் உற்பத்தி தடைப்படாமல் வளரும். ஆகவே பொருளைப் பற்றிய விவரம், சிறப்பியல்பு, பயன், கிடைக்கும் இடம், முதலானவற்றைத் தக்கவாறு விளம்பரம் செய்ய வேண்டியுள்ளது.

"அவர்களுக்குச் சொல்லாவிடில் அவற்றை நீ விற்க முடியாது" என்பது விளம்பர குறிக்கோள் வாசகம். உலகமெங்கிலும் விளம்பரத்தின் வளர்ச்சிக்கு இதுதான் காரணம்.



டேவிட் பாட்டர் என்பவர் ஒரு வரலாற்றறிஞர், அண்மைக் காலங்களில் அமெரிக்காவில் சமுதாய மாற்றம் தீவிரம் அடைந்ததற்கான பல காரணங்களை அவர் ஆராய்ந்தார். அவற்றில் விளம்பரமே தலைமையான இடம் பெறுவதைக் கண்டார். அதன் இன்றியமையாமையைப் பின்வருமாறு அவர் சொன்னார்.

“மக்களின் கருத்து வளர்ச்சி, பண்பாடு, மக்கள் தொடர்புச் சாதனங்கள் ஆகியவை பற்றி அமெரிக்காவில் ஆராய விரும்புவோர் விளம்பரத்துறையைப் புறக்கணிக்கவே முடியாது. சமூக வளர்ச்சிக்குக் கல்வி நிலையங்களும் கோவில்களும் நெடு நாட்களாகத் தொண்டு செய்துள்ளன. ஆயினும் அவற்றுக்கீடான இடத்தை விளம்பரம் அண்மையில் பெற்றுள்ளது. மக்களின் தகவல் சாதனங்களில் விளம்பரமே தலைமையானது.

“அது சமுதாயத் தரத்தை உருவாக்குவதில் வலிமையுடையது. சமூகக் கட்டுப்பாடுகளில் அதுவே ஆதிக்கம் செலுத்துகிறது இப்படியிருந்தும், சமுதாயத் துறையில் ஆய்வு செய்வோர் இதுவரையில் இத்துறையைப் புறக்கணித்திருப்பது வியப்பாக உள்ளது.”

பாட்டர் இவ்வாறு அமெரிக்க நிலையைச் சொல்லியிருந்தாலும் அது நமது நாட்டிற்கும் எல்லா நாடுகளுக்கும் பொருந்துவதாகவே உள்ளது. ஒரு சான்று கூறலாம். ரீடர்ஸ் டைஜஸ்ட் இதழ் மாதந்தோறும் பல நாடுகளில் ஒரே நேரத்தில் வெளிவருகிறது. அது 13 மொழிகளில் வெளியாகிறது. அதன் இதழ்களைப் படித்துவிட்டுத் தூக்கியெறியாமல் தொடர்ச்சியாக எடுத்து வைத்துப் பாதுகாப்பவர்கள் உண்டு.

மாதந்தோறும் அது 25 கோடிப் பிரதிகள் விற்கிறது. எனவே அதில் விளம்பரம் செய்யப் பலர் மிக்க விருப்பத்தோடு முந்துகின்றனர். ஆனால் விளம்பரத்திற்கு இடம் கிடைப்பது தான் சிரமம். பல மாதங்கள் முன்பே விளம்பரதாரர்கள் இடத்திற்காக அதில் பதிவு செய்கின்றனர். இதற்குக் காரணம் சமுதாயத்தின் பல தரப்பு மக்களிடமும், அவ்விதழில் வரும் விளம்பரங்கள் ஏற்படுத்தும் மனநிலை உயர்மாற்றமேயாகும்.

சாமுவேல் ஜான்சன் 1758 –ஆம் ஆண்டு இட்லர் (Idler) என்னும் பத்திரிகையில் எழுதினார். பெஞ்சமின் பிராங்க்ளின் என்பவர் “அமெரிக்க விளம்பரத்தின் தந்தை” என்று பலராலும் கருதப்படுகிறார். இவர் முதன் முதலாக 1729 –ஆம் ஆண்டு “பென்சில்வோனியா எகஜட்” டின் முதல் இதழில் தலையங்கத்துக்கு மேற்புறத்தில் விளம்பரம் வெளியிட்டார்.

ஆனால் இதற்கு முன்னரே 1704 –ஆம் ஆண்டு ஏப்ரலில் வெளியான “பாஸ்டன் செய்தி மடலில்” (Boston News Letter) வீடுகள் (வாடகை மற்றும் விற்பனைக்கு), பண்ணைகள், அங்காடிகள், பாத்திரங்கள் மற்றும் அவை

போன்றவற்றுக்கான விளம்பரங்கள் வெளியிடப்பட்டன. அதில் மட்டுமில்லாமல் அக்காலத்தில் வெளிவந்த பல செய்தித்தாள்களில் செய்யப்பட்ட விளம்பரங்களில் பெரும்பான்மையானவை மருந்துகளின் தயாரிப்பு உரிமையைப் பற்றியவையே. அக்காலத்தில் விளம்பரங்களைப் பற்றிப் பொதுமக்களிடம் உயர்ந்த கருத்து நிலவவில்லை.

## பிரச்சாரம்

இந்தியான் முதலாவது இயந்திர அச்சக்கூடம் தஞ்சாவூரை அடுத்த தரங்கம்பாடியில் 1713 -ல் இயங்கிற்று. அம்முறையில் அச்சான முதலாவது தமிழ் பிரசாரம் “முதலடியார் சமயம்” என்பது. பின்னர் எஸ்.பி.சி.கே அச்சகம் சென்னையில் எழுந்தது.

இந்தியாவில் பெருநகரங்களில் சிறிய அச்சகங்கள் பல உருவாகின. இக்காலக் கட்டத்தில் வெளிவந்தவையெல்லாம், விளம்பரத்தின் தொடக்க வடிவமான பிரசாரம் என்ற வகையைச் சார்ந்தவை.

1802 -ல் சிலோன் கெஜட் என்ற பன்மொழி (தமிழ், சிங்களம், ஆங்கிலம்) இதழ் வெளியாயிற்று.

ஜேம்ஸ் அகஸ்டஸ் ஹிக்கி என்பவர் கல்கத்தாவில் பெங்கால் கெஜட் என்ற கல்கத்தா ஜெனரல் அட்வர்டைசர் என்னும் வார இதழை வெளியிட்டார். ஆங்கில இதழாக வெளிவந்த இவ்விதழில் ஐரோப்பிய நிகழ்ச்சிகள் பெரும்பான்மையும் இந்தியச் செய்திகள் சிறுபான்மையும் இடம் பெற்றன. ஊர் வம்பு என்ற பகுதி ஆங்கிலேயர் பற்றியதாக அமைந்தது. அதனைக் கேலியாக ‘ஹிக்கி கெஜட்’ என்பர். அதில் பல விளம்பரங்களும் இடம் பெற்றன.

1780 நவம்பரில் பெர்னார்ட் மெஸ்ஸிங்க், பீட்டர் ரீட் என்போரால் ‘இந்தியா கெஜட்’ என்ற இதழ் தொடங்கப்பட்டது. வாணிக மற்றும் நாடகத் தொடர்பான செய்திகளும் விளம்பரங்களும் இடம் பெற்றன.

1785 ஏப்ரலில் ‘ஓரியண்டல் மேகஸின்’ அல்லது ‘கல்கத்தா அம்யூஸ்மெண்ட்’ என்ற இதழும் 1786 -ல் கல்கத்தா கிரானிக்கிள் என்ற இதழும் தோன்றின.

வில்லியம் டூயன் நடத்திய ‘இந்திய உலகம்’ என்ற ஆங்கில இதழ் பிற்காலத்தில் சில இதழ்களில் வாணிக விளம்பரங்கள் வெளவந்ததுண்டு. ஆயினும் அதற்குக் கட்டணம் மிகக் குறைவு. அரசாங்க விளம்பரங்களுக்கோ கட்டணமில்லை.

தற்காலத்தில் அரசின் சில அறிவிப்புகள் விளம்பரம் என்ற பகுதியில் அன்றி “செய்திக் குறிப்பு” என்ற வகையில் பத்திரிகைகளில் வெளிவருகிறது.

மெட்ராஸ் கூரியர் என்பது விளம்பரக் கட்டணம் என்ற பெயரில் அரசிடம் தொகையை வசூலிக்காமல் தபால் கட்டணத்தில் சலுகை தருமாறு கேட்டுப் பெற்றுக் கொண்டது. இதன் ஆசிரியர் ரிச்சர்ட்ஸ் ஜான்ஸ்டன் என்பவர்.

ராபர்ட் நைட் என்பவர் (டைம்ஸ் ஆப் இந்தியா, பம்பாய், 1831), “வியாபாரத்தில் எல்லோரையும் போலவே அரசாங்கமும் சமம்: ஆகவே அரசாங்கமும் விளம்பரக் கட்டணம் தரவேண்டும்” என்று கூறி அத்தொகையை அரசிடம் வசூலித்தார்.

விளம்பரக் கட்டணங்களை வரி மற்றும் பக்க அளவுக்கேற்ப அவர் வரையறை செய்தார். இது பத்திரிகைத் துறையைச் சேர்ந்த எல்லாத் தரப்புக்கும் உடன்பாடாக இருந்தது. அக்காலத்தில் சென்னை, கல்கத்தா, பம்பாய் நகரங்களில் தான் பத்திரிகைகள் வெளிவந்தன. அவையும் இந்தக் கட்டண விகிதங்களைத் தம் விளம்பர வெளியீடுகளுக்கு வசூலித்தன.

தொடக்கத்தில் இந்திய மொழிகளில் வெளிவந்த பத்திரிகைகளுக்கு விளம்பரங்களும் அவற்றின் மூலமாக வருவாயும் கிடைக்கவில்லை. ஆங்கிலப் பத்திரிகைகளுக்கே இவை கிடைத்தன.

அதற்கேற்றாற் போல வெளியாகிய விளம்பரங்களும் ஆங்கிலேயருடைய வீட்டு உபயோகப் பொருட்கள், அலங்காரப் பொருட்கள், கருவிகள், உணவு மற்றும் பானங்கள், கடிகாரங்கள் பற்றியனவாகவே பெரும்பாலும் இருந்தன. இந்நிலை கடந்த நூற்றாண்டிலிருந்தே காணப்பட்டது.

இந்திய விடுதலைக்குப் பின்னர் செய்தித்தாள்களுக்குத் தனியார் விளம்பரங்கள் பல கிடைத்தாலும், அரசாங்க விளம்பரங்கள் மூலமாகவே நிரந்தரமான வருமானம் பெரிய அளவில் கிடைத்தது. அதோடு வானொலி, தொலைக்காட்சி, வண்ணச் சரவிளக்கு விளம்பர முறைகளும் நாட்டில் அறிமுகமாகிவிட்டன.

விளம்பரத்தின் வளர்ச்சி அச்ச முறையினால் பெருகிற்று. வானொலியும், தொலைக்காட்சியும் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பின் அவ்வளர்ச்சி அளவிட முடியாததாயிற்று. அச்ச விளம்பரம் கற்றவர்க்கு மட்டுமே செய்தியைத் தெரிவிப்பதாக இருக்க, இவ்விரண்டும் கல்லார்க்கும் கற்றவர்க்கும் களிப்பருளும் கருவிகள் ஆயின.

வானொலியின் வாயிலாக வந்த போது, கேட்பவருடைய உள்ளத்தை எளிதாகவும் விரைவாகவும் விளம்பரம் கவர்ந்தது. 1976 மற்றும் அதைத்

தொடர்ந்த ஆண்டுகளில் தொலைக்காட்சி சிறப்பிடம் பெறலாயிற்று. வானொலியினும் இது வலிமை மிக்க சாதனமாயிற்று. வீட்டுக்குள்ளேயே கிடைக்கின்ற பொழுது போக்குக் கருவியாதலின் காட்சி விளம்பரங்கள் செய்வோருக்கு இது ஏற்றதாயிற்று. இவ்வாறு விளம்பர பிரச்சாரம் வளர்ச்சி அடைந்தது எனலாம்.

## விளம்பர வளர்ச்சி

இரண்டாம் உலகப்போருக்குப் பின் அமெரிக்காவில் விளம்பரச் செலவு பெருகியது. அதனால் விளம்பரம் மிகுந்த கண்டனத்துக்கு ஆளாயிற்று. மேலும் இச்சமயம் தொலைக்காட்சியும் விளம்பர சாதனமாகப் பயன்படுத்தப்பட்டது. இதன் மூலம் செய்யும் விளம்பரங்களின் வளர்ச்சி அளவிடற்கரிய ஒன்றாகும்.

1960 -ல் ஐந்து கோடியே எண்பது லட்சம் குடும்பங்களில் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் இருந்தன. பதினைந்து ஆண்டுகளுக்குள் தொலைக்காட்சி அமெரிக்க விளம்பரச் சாதனங்களில் செய்தித் தாள்களுக்கு அடுத்த படியாக - இரண்டாவது இடத்தைப் - பெற்றது.

விளம்பரதாரருடைய விளம்பர பட்ஜெட்டிலும் நாட்டில் விளம்பரத்திற்காகச் செலவிட்ட மொத்தத் தொகையிலும் கூட தொலைக்காட்சி இரண்டாவது இடத்தைப் பெற்றுவிட்டது. நுகர்வோரின் உள்ளக் கருத்தைக் கண்டறிவதற்காகத் தற்சமயம் விளம்பர ஆராய்ச்சிகள் விளம்பரத் துறையில் உள்ளவர்களால் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. விற்பனைப் பெருக்கத்தில் விளம்பரம் ஒரு முக்கியக் கருவியாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

ஆயினும் தற்சமயம் அது சந்தையியலின் பிற விற்பனைப் பெருக்க நடவடிக்கைகளுடன் ஒருங்கிணைக்கப்பட்டு புதிய கோணத்தில் வலியுறுத்தப்பட்டு வருகிறது.

இங்கிலாந்தில் அரசுதான் நாட்டின் மிகப் பெரிய விளம்பரதாரர். எடுத்துக்காட்டாக டிப்தீரியா நோய்த் தடுப்பு முறை குறித்து அரசு மேற்கொண்ட விளம்பர இயக்கம் மகத்தான வெற்றியைத் தந்தது.

1941 -ம் ஆண்டிலிருந்து இங்கிலாந்து நாட்டிலிருந்து ஒழிக்கப்பட்டது. இப்படியே ராணுவ சேவை, உள்நாட்டுப்பாதுகாப்பு, இரத்த தானம், தேசிய உடல் நலம் மற்றும் செவிலியர் பணிகள் முதலானவை பற்றிய விளம்பர இயக்கங்களும், அங்கு மேற்கொள்ளப்பட்டு வெற்றியடைந்தவையாகும்.

1938 -ம் ஆண்டில் இங்கிலாந்து நாட்டின் ஒட்டுமொத்த விளம்பரச் செலவினம் ஆறு கோடியே எண்பத்து இரண்டு லட்சம் பவுன்களாகும். இச்செலவினம் 1966 -ம் ஆண்டு 56 கோடிப் பவுன்களாக உயர்ந்தது.

இருபதாம் நூற்றாண்டின் இடைப்பட்ட காலத்தில் இங்கிலாந்தில் செய்யப்பட்ட விளம்பரச் செலவில் சரிபாதி செய்தித்தாள் சாதனத்தின் வாயிலாகச் செய்யப்பட்டது. இரண்டாவது உலகப்போர் நடந்த காலத்திலும் அதற்குப் பிற்பட்ட காலத்திலும் செய்தித்தாள் கட்டுப்பாடுகள் புகுத்தப்பட்டமையால், செய்தித்தாள்கள் வாயிலாகச் செய்யும் விளம்பரம் குறையத் தொடங்கியது. போருக்குப் பிற்பட்ட காலத்தில் வாணிக மற்றும் தொழில்நுட்பத் தொடர்புடைய சஞ்சிகைகளில் செய்யப்படும் விளம்பரத்தின் அளவு அதிகரித்தது.

### விளம்பரத்தின் நோக்கங்கள்:

வணிகவியல் நோக்கில் விளம்பரம் என்பது தொழில் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கு உயிர் நாடி. சமுதாய நோக்கிலும் அது பயனுள்ளதொரு சிறந்த கருவி. அதன் நோக்கங்கள் பல திறப்பட்டவை. அவையாவன,

- பொருள்களுக்கான அடிப்படைத் தேவையை உருவாக்குதல்
- வாணிகப் பெயர் பற்றி அறிவித்தல், வலியுறுத்தல், விரும்புமாறு செய்தல்
- புதிய பொருள் ஒன்று கிடைப்பது பற்றியும், அதனுடைய தன்மைகளைப் பற்றியும், விலை பற்றியும் அறிவித்தல்.
- பொருள் பற்றிய செய்தியைச் சில்லறை வணிகர்களிடையே பரப்பி அதன் மூலம் தன் மொத்த விற்பனையாளர்களுக்கு உதவுதல்.
- சந்தையில் தமது பொருள் விற்பனைக்குத் தயார் என்ற நிலையை அறிவித்தல்
- சில்லறை விற்பனை நிலையங்களின் எண்ணிக்கையை உயர்த்துதல் அல்லது அவற்றின் தரத்தை உயர்த்துதல்.
- பொருள்களின் புதுப் பயன்பாடுகள் பற்றி அறிவித்தல்.
- உடனடியாகப் பொருள்களை வாங்குமாறு தூண்டுதல்
- பொருளை அடிக்கடி பயன்படுத்தும் படித் தூண்டுதல்
- நுகர்வோரின் வாங்கும், நோக்கங்களில் மாறுதல்களை ஏற்படுத்துதல்.
- விலைமாற்றங்கள் பற்றி அறிவித்தல்.
- விற்பனைப் போட்டியைச் சமாளித்தல்

- உள்நாட்டில் புதிய சந்தைகளை உருவாக்குதல்
- வெளிநாட்டு வாணிகத்தைப் பெருக்குதல்
- தமது கம்பெனிக்கு நற்பெயர் ஈட்டுதல்
- தாம் நுகர்வோருக்கு ஆற்றும் வெவ்வேறு தொண்டுகள் பற்றி அறிவித்தல்.

### விளம்பரமும் பத்திரிகைகளும்

பத்திரிகையின் உயிர்நாடி விளம்பரமேயாகும். பத்திரிகையின் பெரும் பகுதியினை விளம்பரங்களே ஆக்கிரமித்துக் கொண்டுள்ளன. விளம்பரம் 'இல்லாவிடில் பத்திரிகையும் இல்லை' என்கிறார். பிராங்க் மொரெய்ஸ், ஜான் கென்னடியோ 'விளம்பரம் என்பது பத்திரிகை வழியாக விற்பனையைப் பல மடங்கு பெருக்கும் ஓர் உத்தி' என்கிறார்.

இன்றைய நாளில் செய்தித்தாளைப் படிப்பவர்களின் எண்ணிக்கைப் பெரிதும் கூடியுள்ளது. எந்தவொன்றுக்கும் செய்தித்தாளைப் பார்க்கும் நிலை ஏற்பட்டுவிட்டது. தொலைக்காட்சி, வானொலி நிகழ்ச்சிகள் புகைவண்டி, பேருந்து புறப்படும் நேரம், நகரில் நடக்கும் முக்கிய நிகழ்ச்சிகள், திரைப்படங்கள் பற்றிய விளம்பரங்கள் வெப்பநிலை, லாட்டரி முடிவு என்று பலவற்றிற்கும் பத்திரிகையை நம்பியுள்ளோம். பத்திரிகைகளும் இது போன்ற விவரங்களை வாசகர்களுக்காக வெளியிடுகின்றன.

பத்திரிகை விளம்பரத்தின் சிறப்புத் தன்மை, விளம்பரம் ஒரு குறிப்பிட்ட மக்களுக்கு மட்டும் வெளியிட முடிகிறது. மேலும் பத்திரிகைகளைச் சாதகமாகப் பயன்படுத்தினால் எந்த வகையான மக்களுக்காக விளம்பரம் வெளியிட வேண்டுமோ அதற்கு ஏற்றபடி பத்திரிகைகளைத் தேர்ந்தெடுத்து அப்பத்திரிகைகள் மூலம் விளம்பரத்தினை வெளியிட முடிகிறது.

பத்திரிகைகள் அவை வார இதழ்களாக இருப்பினும் சரி, மாத இதழ்களாக இருப்பினும் சரி, நாடு முழுவதும் விற்பனை செய்யப்படுகிறது. அவை ஒரே இடத்திலிருந்து பிரசுரிக்கப்படுவதால் விளம்பரமானது நாடு முழுவதும் பரவ வாய்ப்பிருக்கிறது.

சில பத்திரிகைகள் ஒவ்வொரு வகை விளம்பரத்திற்கும் ஒவ்வொரு பக்கத்தினை ஒதுக்கிவிடுகின்றன. நமக்கு தேவையான விளம்பரத்தை அந்தக் குறிப்பிட்ட பக்கத்தைப் படித்தால் மட்டும் போதுமானது.

பத்திரிகைகள் தங்கள் பத்திரிகைகளில் தொடர்ந்து விளம்பரம் செய்யும் பெரும் விளம்பரதாரர்களுக்கு விளம்பரக் கட்டணத்தில் சலுகை காட்டி குறைந்த கட்டணம் வசூலிக்கின்றன.

## விளம்பர வகைகள்

விளம்பரத்தைப் பொருள் சார் விளம்பரம் என்றும், நிறுவனம் சார் விளம்பரம் என்றும் இரண்டாகப் பிரிக்கலாம். பொருள் சார் விளம்பரம் விற்கவிருக்கின்ற பொருள் பற்றியோ, வாணிகப் பெயர் பற்றியோ, அதன் வாணிகக் குறியீடு பற்றியோ வலியுறுத்துகிறது. இதற்கு எடுத்துக்காட்டாக, குறிப்பிட்ட ஒரு மோட்டார் வாகன விளம்பரத்தைக் கூறலாம்.

நிறுவனம் சார் விளம்பரம் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தைப் பற்றி வலியுறுத்திக் கூறுகிறது. டாடா ஸ்டீல் நிறுவனம் தன்னுடைய ஆராய்ச்சி வசதிகளைப் பற்றிக் கூறித் தன்னுடைய புகழை மக்களிடையே பரப்புவதை இதற்கு எடுத்துக் காட்டாகக் கூறலாம்.

விளம்பரத்தை நேரடிப் பயன் விளம்பரம் என்றும், மறைமுகப் பயன் விளம்பரம் என்றும் பிரிக்கலாம். நேரடிப் பயன் விளம்பரம் அதைப் பார்த்தவர்களை உடனடியாக அப்பொருளை வாங்குமாறு தூண்டுகிறது. மறைமுகப் பயன் விளம்பரம் நுகர்வோரிடையில் அப்பொருள் அல்லது அந்நிறுவனத்தைப் பற்றிய நல்லெண்ணத்தை முதலில் ஏற்படுத்தி, அதன் மூலம் காலப்போக்கில் விற்பனையைப் பெருக்க உதவுகிறது.

விளம்பரத்தை அடிப்படை விளம்பரம் என்றும், குறிப்பிட்ட நோக்குடைய விளம்பரம் என்றும் வேறு வகையில் இரண்டாகப் பிரிக்கலாம். ஒரு பால் பண்ணையோ, பல பால் பண்ணைகள் ஒன்றாகச் சேர்ந்தோ 'மற்றப் பானங்களை அருந்துவதைக் காட்டிலும் பால் அருந்துவது தான் மிகச் சிறந்தது' என்று விளம்பரப்படுத்தினால் அது அடிப்படை விளம்பரம் எனப்படும்.

குறிப்பிட்ட ஒரு நிறுவனம் மட்டும் தன்னுடைய தயாரிப்பு தான் தனது போட்டியாளர்களின் தயாரிப்புகளை விடத் தரத்தில் உயர்ந்தது என்று விளம்பரம் செய்தால் அவ்விளம்பரம் குறிப்பிட்ட நோக்குடைய விளம்பரம் எனலாம்.

### செய்தித்தாள் விளம்பரம்

செய்தித்தாள் விளம்பரத்தின் சிறப்புத்தன்மை அது மக்களைப் படிக்கத் தூண்டும் வகையில் அமைந்துள்ளது. செய்தி வடிவாகவே செய்தித்தாளில் விளம்பரம் கொடுக்க முடியும். விளம்பரதாரர்கள் இத்தகைய விளம்பரங்களில் பொருட்களின் விலையைக் குறிப்பிட முடிகிறது. செய்தித்தாளில் செய்யப்படும் விளம்பரங்கள் அதிகமான மக்களின் கவனத்தை ஈர்க்கிறது என்று கூறலாம். விற்பனையைப் பெருக்கவும் வழிவகை செய்கிறது. செய்தித்தாள் விளம்பரம் தொடர் விளம்பரத்திற்கும் வழி வகுக்கிறது.

செய்தித்தாளை நாடு முழுமைக்குரிய செய்தித்தாள், வட்டாரச் செய்தித்தாள், உள்ளூர் சார்ந்த செய்தித்தாள் என்று மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். இதனையொட்டியே விளம்பரமும் அமைகிறது.

### செய்தித்தாள்களில் விளம்பர வகைகள்

பத்திரிகைப் படிப்பவர்களை விட செய்தித்தாள்கள் படிப்பவர்கள் எண்ணிக்கை உயர்ந்து கொண்டே வருகிறது. செய்தித்தாள் விளம்பரம் வாரப் பத்திரிகை விளம்பரத்தைப் போலன்றியும் வானொலிப் பெட்டி விளம்பரம் போலன்றியும் சில சிறப்புத் தன்மைகளைப் பெற்றுள்ளது.

இதனால் விளம்பரதாரர்களில் பெரும்பான்மையினர் செய்தித்தாள்களில் விளம்பரம் செய்வதையே விரும்புகின்றனர். செய்தித்தாளில் விளம்பரம் தொடர்ச்சியாக வெளிவரமுடிகிறது. தொடர்ந்து விளம்பரம் வெளியிட்டால் விற்பனை பெருக்கம் ஏற்படும்.

செய்தித்தாள் விளம்பரத்தினை காட்சி விளம்பரம், வரி விளம்பரம் அல்லது வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரம், காது விளம்பரம், செய்தி விளம்பரம், அரசு விளம்பரம் என்று பல வகையாகப் பிரிக்கலாம்.

### காட்சி விளம்பரம்

இது போன்ற விளம்பரங்கள் பொதுவாக பெரிய அளவில் செய்தித்தாள்களில் பக்கத்திற்குக் குறையாமல் வெளியிடப்படுகின்றன. இதற்கான விளம்பரச் செலவு அதிகமென்பதால் திரைப்பட விளம்பரம் பணக்கார நிர்வாக அமைப்புகள் இவ்வகை விளம்பரங்களைக் கொடுக்கின்றன. நாடு முழுமைக்கும் உரிய விளம்பரதாரர்களால் தான் கையாளப்படுமே தவிர சிறிய நிறுவனங்கள் இத்தகைய விளம்பரங்களை வெளியிடுவதில்லை.

மேலும் காட்சி விளம்பரங்களை பொதுப்படையாகவே நிறுவனத்தைப் பற்றிக் குறிப்பிட்டு பெரிய எழுத்துக்களால் அச்சடிக்கப்பட்டு நாடு முழுமைக்கும் உரிய செய்தித்தாள்கள் மூலம் வெளியிடப்படுகின்றன. செய்தித்தாள்களுக்கு அதிக வருமானத்தைக் கொடுப்பது காட்சி விளம்பரங்களேயாகும். பத்திரிகை படிப்பவர்களின் கண்ணில் இருந்து இவ்வகை விளம்பரங்கள் தப்பிக்க முடியாது.

உள்ளூர் பத்திரிகைகளில் காட்சி விளம்பரத்திற்கான கட்டணம் குறைவென்பதால் சில சமயங்களில் சில்லரை வியாபாரிகளும் காட்சி விளம்பரத்தினைப் பயன்படுத்துவதுண்டு. இத்தகைய விளம்பரங்களில் விளம்பரதாரரைப் பற்றிய விவரங்கள் கொடுக்கப்பட்டிருக்கும். இதனை சில்லறைக்காட்சியணி விளம்பரம் என்றும் கூறுவர்.



இது தவிர வட்டாரக்காட்சியணி விளம்பரமும் உண்டு. இத்தகைய விளம்பரங்களில் விளம்பரதாரர் உற்பத்தி செய்யும் அல்லது விற்பனை செய்யும் பண்டங்கள் அல்லது பணிகளைப் பற்றிய முழுவிவரங்கள் கொடுக்கப்பட்டிருக்காது. காட்சி விளம்பரத்தினைப் போல் இவ்விளம்பரங்கள் பெரிய எழுத்துக்களில், கருப்பு மையினால் மட்டுமே அச்சடிக்கப்பட்டு வெளியிடப்படுகின்றன.

ஆனால் காட்சி விளம்பரத்திற்கும் வட்டாரக் காட்சியணி விளம்பரத்திற்குமுள்ள முக்கிய வேறுபாடு என்னவெனில் காட்சி விளம்பரங்கள் முக்கியமாக நாடு முழுமைக்குரிய செய்தித்தாள்களில் வெளியிடப்படுகின்றன. ஆனால் வட்டாரக் காட்சியணி விளம்பரங்கள் வட்டார செய்தித்தாள்களின் மூலம் வெளியிடப்படுகின்றன.

### வரி விளம்பரம்

விளம்பரங்களை அதன் தன்மைக்கேற்றவாறு வகைப்படுத்தி தனித்தனியாக வகைக் கேற்றவாறு ஒவ்வொரு செய்தித்தாளும் வெளியிடுகிறது. வகைக்கு ஏற்றவாறு பிரித்து தனித்தனியாக வெளியிடுவதால் இத்தகைய விளம்பரங்கள் வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரம் அல்லது வரி விளம்பரம் எனப்படுகிறது.

வரி விளம்பரமானது ஒரு குறிப்பிட்ட பக்கத்தில் தினந்தோறும் வெளிவரும். இந்துப் பத்திரிகையில் தினந்தோறும் இரண்டாம் பக்கத்தில் இவ்வகை விளம்பரங்கள் வருகின்றன.

ஒரே மாதிரி அச்செழுத்தில் சுருக்கமாக வேலை, திருமணங்கள், கல்வி, பிறப்பு, இறப்பு, வீடு நிலம் வாங்க விற்க அது பற்றிய விளம்பரங்கள் இப்பகுதியில் இடம்பெறும். விளம்பரதாரர்கள் தங்கள் பண்டங்கள் அல்லது பணிகளைப் பற்றிய விவரங்களைக் கொடுக்காது சுருக்கமான முறையில் விளம்பரங்களை வெளியிடுகிறார்கள். இது போன்ற விளம்பரங்கள் சிறிய வியாபார நிறுவனங்களாலும், தனிப்பட்ட நபர்களாலும் வெளியிடப்படுகின்றன.

இவ்விளம்பரங்களுக்கும் செய்தித்தாள் 'பத்தி சென்டிமீட்டர்' அடிப்படையில் கட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது. தொடர்ந்தாற்போல் விளம்பரம் செய்யும் நிறுவனங்களுக்கும் கட்டணத்தில் சில சலுகைகள் கொடுக்கிறார்கள்.

### காது விளம்பரம்

செய்தித்தாள்களில் காணப்படும் அடுத்து தனித்துவம் மிக்க விளம்பரம் காது விளம்பரமாகும். செய்தித்தாளின் முதல் பக்கத்தில் செய்தித்தாளின் பெயருக்கு இருபகுதிகளிலும் வெளியிடப்பட்டிருக்கும்.

விளம்பரமே காது விளம்பரமாகும். தினமலர், மாலைமுரசு, தினசரி, தினத்தந்தி போன்ற பத்திரிகைகள் மட்டுமே காது விளம்பரத்தினை வெளியீடுகின்றன. செய்தித்தாள் வெளியாகும் பகுதியில் உள்ள சில்லரை வியாபாரிகளே அதிக அளவில் காது விளம்பரம் செய்கின்றனர்.

### அரசு விளம்பரம்

நடுவண் அரசம் மாநில அரசுகளும் தங்களுடைய ஆட்சிப்பணிகளை ஆட்சியில் அடைந்த நன்மைகளை வெளிப்படுத்த பத்திரிகைகளுக்கு விளம்பரங்கள் கொடுக்கின்றன. நடுவண் அரசில் DAVP என்று அழைக்கப்படும்.

விளம்பரம் மற்றும் காட்சிப்பிரிவு இயக்குநகரம், மாநில அரசின் செய்தி மக்கள் தொடர்பு இயக்குநகரம் அரசின் விளம்பரங்களைக் கொடுக்கும் பணிகளைச் செய்கின்றன. சில பொது நிறுவனங்களின் விளம்பரங்களையும் இந்நிறுவனங்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றன.

இவ்வகை விளம்பரங்கள் அரசின் சாதனைகளைப் பற்றியும் அரசின் வேலை வாய்ப்பு பற்றியும், சமுதாயத் திட்டங்கள் பற்றியும், கொள்கைகளைப் பற்றியும், அரசு விழாக்களைப் பற்றியும் வருவதால் மக்கள் நலனுக்காகவே வெளியிடப்படுகின்றன என்று கருதப்படுகிறது.

சிறு பத்திரிகைகளின் வளர்ச்சிக்கு உதவும் வகையில் அரசின் விளம்பரங்கள் சிறு பத்திரிகைகளுக்கு அதனுடைய விற்பனையை கணக்கிடாமல் தாராளமாக கொடுக்கப்படுகின்றன.

### செய்தி விளம்பரம்

செய்திகளின் வடிவில், செய்திகள் என்று பிரமையைய உண்டாக்கும் வகையில் விளம்பரங்கள் வெளியிடப்படுகின்றன. 'மதுரையில் அலை போல் மக்கள் வெள்ளம்' என்ற தலைப்பில் ஒரு ஜவுளிக்கடையின் விளம்பரம் மக்களை எவ்வாறு கவர்ந்தது என்பது இங்கு கருதத்தக்கது. ஆனால் இவ்வகை விளம்பரத்தின் கீழ் 'Advt' என்று குறிப்பிடப்பட்டிருக்கும். ஏனென்றால் இது செய்தி அல்ல. விளம்பரம் என்று மக்களை நினைவுபடுத்துவதற்காக அவ்வாறு கட்டாயம் பிரசுரம் செய்ய வேண்டும்.

### நிறுவன விளம்பரம்

சில பெரிய நிறுவனங்கள் தங்களுடைய பெயரை புகழை நிலை நாட்டிக் கொள்வதற்காக தங்களுடைய முத்திரையின் கீழ் சமுதாய ஆக்கப் பணிகளைப் பற்றி விளம்பரம் செய்யும். இது மறைமுகமாக அந்நிறுவனத்திற்கு விளம்பரமாக அமையும். போக்குவரத்து விதிகளை அனுசரியுங்கள் என்று வாகனங்கள் தயாரிக்கும் நிறுவனம் விளம்பரம் கொடுக்கலாம்.

சில நிறுவனங்கள் புராதனக் கதைகளைக் கூறி பின்பு தங்களுடைய நிறுவன அமைப்பை விவரிக்கின்றன. ஆதலால் சுருக்கமாக தயாரிப்பு நிறுவனத்திற்கும் அதன் முத்திரைக்கும், முக்கியத்துவம் அளித்து வெளியிடப்படும் விளம்பரம் நிறுவன விளம்பரம்' எனப்படும்.

செய்தித்தாள்களில் விளம்பரம் செய்வதால் விளம்பரம் எல்லாப் பிரிவினருக்கும் சென்றடைகிறது. உடனுக்குடன் தர முடிகிறது. மக்கள் மனதில் பதிக்கிறது. செய்தித்தாள்களின் வாயிலாக எல்லா வகை விளம்பரங்களையும் பெற முடிகிறது. விளம்பரத்தை சான்றுக்கும் பயன்படுத்தும் வகையில் பத்திரப்படுத்தி வைத்துக்கொள்ளலாம்.

### வானொலி தொலைக்காட்சியில் விளம்பரம்

வானொலி, தொலைக்காட்சி நமது நாட்டைப் பொறுத்தவரை அரசின் உடமையில் உள்ளன. ஆதலால் அதில் விளம்பரம் செய்வதற்கு சில கட்டுப்பாடுகள் உள்ளன. அவற்றில் அரசைக் குறை கூறியோ, அரசின் நற்பெயருக்கு இழுக்கினை உண்டாக்கும் வகையிலோ விளம்பரங்கள் ஏற்றுக் கொள்ளப்படுவதில்லை.

விளம்பர சாதனங்கள் எல்லாவற்றிலும் மிக பயனளிக்க கூடிய சாதனம் வானொலியாகும். இதன் மூலம் கற்றார், கல்லாதார் ஆகிய எல்லோருக்கும் விளம்பரத்தைப் பரப்ப முடியும். இப்போது தொலைக்காட்சி அதிக அளவில் விளம்பரத்தினைக் கையாண்டு மக்களை ஈர்த்து பொருட்களை வாங்க கட்டாயப்படுத்துகிறது. இது பார்வை, கேட்பு ஊடகமாதலால் அதிக அளவில் பயன் கிடைக்கிறது.

வானொலி, தொலைக்காட்சியில் பார்க்கும் கேட்கும் நேரம், காலம் ஆகியவற்றைக் கருத்தில் கொண்டு விளம்பரக் கட்டணங்கள் வசூலிக்கப்படுகின்றன. காலைநேரம், மாலைநேரம், வாசகர் விரும்பிக் கேட்கும் நேரம் என்று பிரிக்கப்பட்டு விளம்பரம் எவ்வளவு மணித்துளிகள் ஒலி, ஒளி பரப்பப்படுகின்றது. என்று கருத்தில் கொண்டு கட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது.

விளம்பரதாரர் நிகழ்ச்சி மக்களை வெகுவாகக் கவர்ந்துள்ளது. செய்திகளின் முன்னும் பின்னும் திரைப்படங்களை ஒலிபரப்பும் போது இடையிலும் வெறும் விளம்பரங்கள் மக்களை மிகுதியும் கவர்ந்துள்ளது என்பது யாவரும் அறிந்த உண்மையாகும். தற்போது விளம்பரங்கள் தனியார் தொலைக்காட்சிகளிலும் அதிக இடம் பிடித்துள்ளன.

இப்போது மத்திய அரசு வானொலி ஒலிபரப்பை சில தனியார் நிறுவனங்களும் ஆரம்பித்து நடத்திக் கொள்ள கொள்கை அளவில் முடிவு செய்துள்ளது.

ஒருவருக்கொருவர் பேசும் வகையில் விளம்பரங்களை அமைக்கலாம். பொதுவாக வானொலியில் விளம்பரங்கள் வரும் முறையினை நான்கு விதமாகப் பரிக்கலாம். அவை,

### 1. நேரடி அறிவிப்பு

வானொலி நிலையத்திலுள்ள பணியாட்களால் அறிவிப்பு மூலம் விளம்பரம் செய்தல், எந்த வித இசைப் பின்னணியும் இதில் இருப்பதில்லை. செய்தி வாசிப்பது போல் இருக்கும்.

### 2. உரையாடல் முறை

இரண்டிற்கு மேற்பட்டவர்கள் உரையாடல் மூலம் விளம்பரதாரர்களின் பண்டங்களின் முக்கியத்துவத்தை குறிப்பிட்டு அதனை வெளியிடுவதாகும். பெரும்பாலும் இவ்வகை விளம்பரங்களே இன்று அதிகம் உள்ளன.

### 3. இணைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரம்

புகழ்பெற்ற நடிகர்கள், நடிகைகளுடன் வானொலி நிலை பணியாட்களும் சேர்ந்து விளம்பரதாரர்களுடைய பொருட்களைப் பற்றி கதை வடிவிலோ அறிவிப்பாகவோ விளம்பரம் செய்வதாகும்.

### 4. இசை நிகழ்ச்சி விளம்பரம்

இசை நிகழ்ச்சிகளும் கலந்து விளம்பரம் வெளியிடப்படுவது இசை நிகழ்ச்சி விளம்பரம் எனப்படுகிறது. இசை நிகழ்ச்சி விளம்பரத்தை இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கிறார்கள். இசை நிகழ்ச்சிகளுக்கு இடையிடையே விளம்பரத்தை அறிவிப்பு மூலம் வெளியிடுவது ஒரு வகை விளம்பர நகலையே இசை வடிவில் வெளியிடுவது இரண்டாவது முறையாகும்.

இந்த முறைகளில் தான் பெரும்பான்மையான விளம்பரங்கள் இடம் பெறுகின்றன.

தொலைக்காட்சியில் செய்யும் விளம்பரம் சிறந்தது. ஏனென்றால் காட்சிப்பயன், கருத்துப்பயன், தெளிவான அமைப்பு, காட்சி மனதில் தங்கும் பயன் இவற்றால் தொலைக்காட்சியல் விளம்பரக் கட்டணம் அதிகமென்றாலும் தொலைக்காட்சியில் விளம்பரம் செய்வதையே மக்கள் விரும்புகின்றனர்.

வானொலி சாதனத்தில் ஏற்படும் பயனும் (விளம்பரத்தைக் கேட்டல்) பத்திரிகைச் சாதனத்தில் ஏற்படும் பயனும் (விளம்பர நகலைப் பார்த்தல்) ஒன்றாகக் கிடைக்கின்றன.

தொலைக்காட்சி மூலம் செயல்படும் விளம்பரம் வானொலிச்சாதன விளம்பரத்தைப் போன்று இசை நிகழ்ச்சிகளுடனும் மேலும் கேலிச்சித்திரங்களுடனும், திரைப்படக் காட்சிகளுடனும் சேர்ந்து வெளியிடப்படுவதால் நேயர்களுக்கு ஓரளவிற்கு சலிப்பு ஏற்படாத வகையில் விளம்பரத்தை வெளியிட முடிகிறது.

விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருளை தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளைப் பார்ப்பவர்கள், தொலைக்காட்சி மூலம் பார்க்க முடிகின்ற காரணத்தால் அவ்விளம்பரத்தை மறக்காமல் நீண்ட காலம் நினைவில் நிறுத்திக் கொள்கிறார்கள்.

இந்தியாவில் குறைந்த அழுத்த டிரான்ஸ்மீட்டர்கள் பல இடங்களில் அமைந்துள்ளதால் தொலைக்காட்சி எல்லா இடங்களிலும் சென்றடைகிறது. கொடைக்கானல் போன்ற இடங்களில் அதிக அழுத்த டிரான்ஸ்மீட்டர்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.

தொலைக்காட்சி மிகத்துரிதமாக வளர்ந்து வரும் போது மக்கள் தொடர்புச் சாதனமாகும். ஆதலால் தொலைக்காட்சியில் விளம்பரமும் அதிகம் வருகின்றது. அரசுக்கு வருமானமும் கோடிக்கணக்கில் கிடைப்பதால் தொலைக்காட்சி வளர்ச்சிக்கும், நல்ல நிகழ்ச்சிகள் அமைப்பதற்கும் அதிக அளவில் செலவிட முடிகிறது.

தொலைக்காட்சி விளம்பரங்கள் பொதுவாக ஐந்து முறைகளில் அமைக்கப்படுகின்றன. அவை.

1. நேரடி அறிவிப்பு
2. உரையாடல் முறை
3. இணைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பர முறை
4. கேலிச்சித்திர முறை
5. பண்டங்கள் பற்றிய பயன்பாட்டினை விளக்கும் முறை

### **நேரடி அறிவிப்பு**

தொலைக்காட்சியில் பணிபுரிபவர் விளம்பரப்படுத்தப்படும் பொருளை நன்றாகத் தெரியும்படி வைத்துக் கொண்டு அதைப் பற்றிக் கூறுவதாகும்.

### **உரையாடல் முறை**

இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்டவர்கள் விளம்படுத்தப்பட வேண்டிய பொருளின் சிறப்புத் தன்மைகளை உரையாடல் மூலம் விளக்குவார்கள்.

### **இணைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பர முறை**

நடிகர், நடிகைகள் விளம்பரப் படுத்தபடும் பொருளைப் பற்றிய சிறப்பினைக் கூறுவது ஆகும்.

### கேலிச்சித்திர முறை

கேலிச்சித்திரங்களுடன் தங்கள் பண்டங்கள் பற்றிய விளம்பரங்களைச் சேர்த்து வெளியிடுவது ஆகும். குழந்தைகள் விரும்பும் பொருட்களே இம்முறையில் அதிக அளவு விளம்பரப்படுத்தப்படுகிறது.

### பண்டங்கள் பற்றிய பயன்பாட்டினை விளக்கும் முறை

விளம்பரப்படுத்தப்பட வேண்டிய பண்டத்தை மக்களுக்குக் காட்டி அது செயல்படும் விதத்தினை செயல்படுத்திக் காட்டுவதாகும். இவ்வாறு தொலைக்காட்சியல் விளம்பரங்கள் அமைக்கப்படுகின்றன.

### வெளி விளம்பரங்கள்

வெளி விளம்பரங்கள் நமது நாட்டில் பரவியுள்ள மிக சக்தி வாய்ந்த சிறப்பு வாய்ந்த விளம்பர முறையாகும். பாமர மக்களையும் சென்றடையக் கூடிய அதி அற்புதமான சாதனமாகும். அசோகர் காலத்திலேயே இவ்வகை விளம்பரங்களுக்கு கற்பாறைகளிலும், கந்தூண்களிலும் தன்னுடைய பிரகடனங்களை செதுக்கியதே சான்றாக அமைகிறது.

சாலையின் ஓரங்களில் அமைக்கப்பட்டுள்ள பெரியபோர்டுகள், சுவர் ஓவியங்கள், துண்டு பிரசுரங்கள், வரைபடப் பலகைகள், சினிமா ஸ்லைடுகள், விளம்பரத் திரைப்படங்கள், லேபிள்கள், ஒட்டும் தன்மையுள்ள முத்திரைகள், வானவெளியில் அமைக்கப்படும் வான்வெளி எழுத்துக்கள் மற்றும் பலூன்கள், நியான் விளக்கு விளம்பரங்கள், எழுத்துக்கள் மாறி மாறி கண்ணைக்கவரும் ஒளி அமைப்புடன் கூடிய எழுத்து விளம்பரங்கள், பொருட்காட்சி போன்றவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

சில பீடி நிறுவனங்கள் வேன்களில் ஜெனரேட்டரின் உதவியுடன் வண்ண விளக்குகள் பொருத்தி கிராமங்களில் சுற்றி வரச் செய்வர். இது பீடிக்குச் செய்யப்படும் சிறந்த விளம்பரமாகக் கருதப்படுகிறது.

நாடகம், கவிதை அரங்கம், பட்டிமன்றம் போன்ற நிகழ்ச்சிகளை அமைத்து, நிகழ்ச்சி நடக்கும் இடத்தைச் சுற்றி விளம்பரத் தட்டிகள் விளக்குகள், துண்டுப் பிரசுரங்கள், பேனர்கள் வழியாகவும் விளம்பரம் செய்யப்படுகின்றது.

விளம்பரதாரருடைய நிறுவனத்தின் அமைப்பைக் கூட கருதாது எல்லா நிறுவனங்களும் பெரும் இயந்திர சாதனங்களைத் தயாரிக்கும்

நிறுவனங்களிலிருந்து சிறிய பெட்டிக்கடை வரை எல்லா நிறுவனங்களும் இவ்வகை விளம்பரச் சாதனத்தை கையாளுகின்றன.

### விளம்பரத்தின் பணிகளும் பயன்களும்

1. மக்களுக்கும், உற்பத்தியாளர்களுக்கும், விற்பனை செய்வோர்க்கும் உதவும் வகையில் இருப்பதே விளம்பரத்தின் முக்கியப் பணியாகும்.
2. உற்பத்தியாளர் தன்னுடைய பொருட்களைப் பற்றிய விவரங்களை மக்களுக்கு தெரிவித்து அதன் வாயிலாகப் பொருட்களை அதிகம் விற்பனை செய்து அதிக லாபம் பெற விரும்புகிறார்.
3. மக்கள் தங்களுடைய தேவையான பொருட்களை சிறந்த பொருட்களை குறைந்த விலையில் வாங்க விரும்புகின்றனர்.
4. பொருள்களின் விற்பனை அதிகரிக்கத்தால் உற்பத்தி அதிகமாகிறது, உற்பத்தி அதிகரித்தால் விலையை குறைக்க வழியேற்படுகிறது.
5. விளம்பரங்கள் உற்பத்தியாளர்களிடையே ஒரு சுமுகமான சிறந்த போட்டியை ஏற்படுத்துவதால் விளம்பரதாரர்கள் பல வகையான விளம்பர உத்திகளைக் கையாளுகிறார்கள். விளம்பரக்கலை வளர இது ஏதுவாகிறது.
6. மக்களுக்கு புதுப்பொருட்களைப் பற்றிய அறிவினை விளம்பரங்கள் கொடுக்கின்றன.
7. எவ்வளவு தான் நல்ல தரமான பொருட்களைத் தயாரித்துக் குறைந்த விலையில் விற்க முன்வந்தாலும் விளம்பரம் இன்றேல் அத்தொழில் நிலைபெற்று நிற்க முடியாது.
8. சில நிறுவனங்கள் நற்பெயரைப் பெற்றிருந்தாலும் அப்பெயர் நீடித்து நிற்பதற்கு விளம்பரங்கள் பெரிதும் தேவைப்படுகின்றன.
9. பரந்த விற்பனைக்கு விளம்பரம் தேவை. பொருட்களின் தரத்தை உயர்த்தவும் புதிய பொருட்களின் உற்பத்திக்கும் அதன் வளர்ச்சிக்கும் விளம்பரம் பெரிதும் உதவுகின்றன.
10. எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக ஒரே பொருளின் பலதரப்பட்ட நிறுவனங்களின் உற்பத்தியைப் பற்றி தெரிந்து கொண்டு நமக்கு விருப்பமானவற்றைத் தேர்ந்தெடுக்கும் வாய்ப்பினை தருகிறது.
11. சுருங்கக் கூறின் 'விளம்பரம் இல்லாவிட்டால் சமுதாய வாழ்வே மரத்துப் போய்விடும்'. ஒரு நாட்டின் முன்னேற்றம் அந்நாட்டு மக்கள் பல்வேறான

பண்டங்களை பயன்படுத்தி அதன்மூலம் அவர்களுடைய வாழ்க்கைத்தரத்தை உயர்த்திக் கொள்வதைப் பொறுத்தே அமைந்துள்ளது.

12. விளம்பரம் நேற்றைய இன்பப் பண்டங்கள் இன்றைய அவசியத் தேவைகள் என்ற நிலையை உருவாக்கி மக்கள் பல பண்டங்களை வாங்கி அதன் மூலம் அவர்களுடைய வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்த வழி வகுக்கிறது.

### விளம்பர நகல்

விளம்பர நகலைத் தயாரிப்பவர் விளம்பரப்படுத்தும் பண்டத்தைப் பற்றிய எல்லா விவரங்களையும் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். நாளிதழ், வார இதழ், மாத இதழ், ஆண்டு மலர், வானொலி, தொலைக்காட்சி முதலான எல்லா வகை வாயிலின் வடிவம் பெறும் விளம்பர வாசத்தை அமைத்துக் கொடுப்பவர். இவர் விளம்பர நகல் எழுதுபவர் எனப்படுவார்.

ஒவியர், புகைப்படக்காரர், சித்திர எழுத்து எழுதுபவர் ஆகியோருடன் கலந்துரையாடி அவ்விளம்பரத்திற்கான வடிவத்தை அவர் தயாரிப்பார். சிறிய அளவு விளம்பர முதல் முழுப்பக்க விளம்பரம் வரையில் எந்த வகையாயினும் விளம்பர நகல் எழுதுபவரது கை வண்ணம் அதில் பளிச்சிட வேண்டும்.

எந்தப் பொருள் விளம்பரம் செய்யப்படுகிறதோ அந்தப் பொருளே விளம்பரத்தின் கதாநாயகன். அதன் மேன்மையை வெளிப்படுத்தவே இவ்விளம்பர என்ற எண்ணத்துடன் விளம்பர நகலை எழுத வேண்டும்.

### சிறப்பியல்புகள்

சிறந்த ஒரு விளம்பர நகல் பின்வரும் சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். அவையாவன,

1. கவனத்தை ஈர்க்கும் இயல்பு
2. கருத்துத் தெரிவிக்கும் இயல்பு
3. நினைவில் நிறுத்தும் இயல்பு
4. நம்பிக்கையூட்டும் இயல்பு
5. உணர்ச்சிகளைத் தூண்டும் இயல்பு
6. பயிற்றுவிக்கும் இயல்பு



## 7. இயல்புணர்வுகளைத் தூண்டும் இயல்பு

### விளம்பரத்தின் முறைகள்

மக்கள் கவனத்தை ஈர்க்கும் கவர்ச்சி முறை நுட்பமான உத்திகளைக் கையாளும் முறை, வடிவமைப்பு முறை என்ற முறையில் விளம்பரங்கள் அமைக்கப்படுகின்றன.

### விளம்பரத்தின் தன்மை இயல்பு

1. விளம்பரத்தில் பொருளைப் பற்றிய எல்லா விவரங்களும் அடங்கியிருக்க வேண்டும்.
2. திரைப்படம் பற்றிய விளம்பரம் என்றால் அந்தத் திரைப்படம் எங்கெங்கே நடக்கிறது. திரைப்படம் காட்டும் நேரம், முன் பதிவு உண்டா என்ற விவரங்கள், திரைப்பட கலைஞர்கள் பற்றிய விவரங்கள், படம் பார்க்கத் தூண்டக்கூடிய விவரங்கள் (அபிமான நடிகர், இசையமைப்பு, நெஞ்சை கொள்ளை கொண்ட பாடல்) போன்ற தன்மைகள் விளம்பரத்தினுள் அடங்கியிருக்க வேண்டும்.
3. சில மக்கள் தொடர்புச் சாதனங்கள் சில வகையான விளம்பரங்களை ஏற்றுக் கொள்வதில்லை.
4. அநேகமாகப் பத்திரிகைகள் மதுபான விளம்பரங்கள், சிகரெட் போன்ற போதைப் பொருட்களின் விளம்பரங்கள் மனதை கெடுக்கக் கூடிய விளம்பரங்கள், ஏமாற்றும் எண்ணத்துடன் கூடிய போலி விளம்பரங்கள் ஆகியவற்றை வெளியிடுவதில்லை.
5. காந்திஜி தன்னுடைய பத்திரிகைகளில் எந்தவிதமான விளம்பரங்களையும் வெளியிடவில்லை என்பது அறியத்தக்கது.
6. தெளிவு, சுருக்கம், கவர்ச்சி, எளிமை, நம்பிக்கை உண்டாக்குதல், பார்ப்பவர் மனதை ஈர்த்தல், மனதில் பதிய வைத்தல், பொருளின் தன்மை ஆகியவற்றை கடைபிடிக்கும் முறை, கிடைக்குமிடம் போன்றவற்றைக் கொடுத்தல் போன்றவை இருக்க வேண்டும். அப்போது தான் விளம்பரத்தின் குறிக்கோள் நிறைவேறும்.

### விளம்பர எதிர்ப்புக் கருத்துக்கள்

விளம்பரம் கவனமாகத் தயாரிக்கப்பட வேண்டும். அந்தந்த நாட்டின் மரபுகளின், மொழியின் இயல்பறிந்து தயாரிக்கப்பட வேண்டும். இல்லாவிட்டால் எதிர்மறை விளைவு தான் ஏற்படும்.

1. மக்களின் கவனத்தை ஈர்த்தல்
2. அவர்களிடையே தமது பொருள் பற்றிய ஆர்வத்தை வளர்த்தல்

3. அதன் மூலமாகப் பொருளைப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற வேட்கையைத் தூண்டுதல்
4. தொடர்ந்து பொருளை வாங்கிப் பயன்படுத்தும் பழக்கத்தை அதிகரிக்கச் செய்தல்
5. அதன் வழியாகப் பொருள் இடையறாமல் கிடைக்கும் வகையில் செயல்படக் கிளர்த்தல்

ஆகிய அனைத்தும் விளம்பர எதிர்ப்புக் கருத்தக்கள் எனலாம்.

### விளம்பர முகவர்கள், விளம்பர நிறுவனங்கள்

1. உற்பத்தியாளர்களுக்கே, விற்பனையாளர்களுக்கோ விளம்பரம் பற்றி விளக்கம் கொடுத்து வழிகாட்டுகிறது.
2. விளம்பரதாரர்களையும், விளம்பர சாதனங்களையும் இணைக்கும் ஏடு அமைப்பு விளம்பர நிறுவனமாகும்.
3. தனியே ஏடு விளம்பர அமைப்பைக் கொள்வதைக் காட்டிலும் விளம்பர முகவர்கள் வழியாக விளம்பரம் அமைப்பதால் அதிகச் செலவைக் குறைத்து, திறமைமிக்க, அந்தத் துணையின் சிறப்புமிக்க வல்லுநர்களால் சிறப்பான விளம்பரங்களை அமைக்க முடிகிறது.
4. விளம்பர நகலை திறன் மிக்க வல்லுநர்களால் எழுதப்படுவதால் இலகுவில் கவர் முடிகிறது.
5. இந்த வேலை வாய்ப்புத்துறை மிகவும் நவீன முறையில் அற்புதமான வளர்ச்சியைப் பெற்றுள்ளது என்று கூறலாம்.
6. ஒரு பத்திரிகையிலோ, வானொலியிலோ, தொலைக்காட்சியிலோ, விளம்பரம் செய்ய நினைத்தால் விளம்பர முகவர்களை அணுகினால் அவை பற்றிய விபரங்களைத் தருவார்கள்.
7. விளம்பரக் கட்டணம் பற்றிய விபரம் எவ்வாறு விளம்பரம் அமைப்பது என்ற ஆலோசனைகளையும் தருவர்.
8. இக்கட்டுரையின் ஆசிரியர் தான் வெளியிடப்போகும் இதழியல் சம்பந்தமான புத்தகத்தின் அட்டையினை எவ்வாறு அமைப்பது, எவ்வாறு நடைமுறைப்படுத்துவது என்பது பற்றிய இருந்த பொழுது இது போன்ற அமைப்பை அணுகிய போது அவரது அடிப்படை எண்ணம் மாறாமல் குறைந்த செலவில் நல்ல முறையில் ஆலோசனை பெற்றார்.

9. பத்திரிகைகளும் மற்ற தொடர்புச் சாதனங்களும் இவ்வகை நிறுவனங்களுக்கு கமிஷன் தருகின்றன. அதன் அடிப்படையில் அவை இயங்குகின்றன.

1945 –ஆம் ஆண்டு ‘இந்திய விளம்பர முகவர் கழகமும்’ 1952 –ல் ‘இந்திய விளம்பரதாரர் கூட்டுக் குழுவும்’ (Indian Society & Advertisers), 1959 –ல் ‘இந்திய விளம்பரதாரர்கள் குழுவும்’ (Indian Council or Advertisers) அமைக்கப்பட்டன.

இந்திய விளம்பர நிறுவனங்கள், அங்கீகரிக்கப்பட்டவை, அங்கீகரிக்கப்படாதவை என இரு வகைப்படும். அனைத்திந்தியச் செய்தித்தாள் ஆசிரியர்கள் அரங்கு” இந்திய மற்றும் கிழக்கிந்தியச் செய்தித்தாள்கள் கழகம் ஆகியவற்றினால் அங்கீகரிக்கப்பெற்ற விளம்பர நிறுவனங்களுக்குப் பரவலான வாணிகம் கிடைக்கும். கூடுதலான தரகுத் தொகை கிடைக்கும். விரைவாகவும் கிடைக்கும்.

1907 –ஆம் ஆண்டு இந்தியன் அட்வர்டைசிங் ஏஜென்சி” என்ற நிறுவனம் பம்பாயில் முதன் முதலாக தொடங்கிற்று. கல்கத்தாவில் 1909 –ல் “கல்கத்தா அட்வர்டைசிங் ஏஜென்சி” என்பது தொடங்கிற்று. இன்று இந்தியாவின் பல்வேறு மாநிலங்களிலும் விளம்பர ஏஜென்டுகள் அதிக எண்ணிக்கையில் காணப்படுகின்றனர்.

தமக்குள் பல்வேறு சங்கங்களை நிறுவியுள்ளனர். வடக்கு, கிழக்கு, தெற்கு, மேற்கு என்று விளம்பர வசதிக்காக இந்தியாவை நான்கு வட்டாரங்களாக வகுத்துக் கொண்டுள்ளனர்.

### **இந்திய விளம்பர முகவர் கழகம் (The Advertising Agencies Association of India)**

இந்திய விளம்பர முகவர் கழகம் என்பது தங்கள் நலன்களை மேம்படுத்துவதற்காக உருவாக்கப்படும் விளம்பர நிறுவனங்களின் அதிகாரப்பூர்வ தேசிய அமைப்பாகும். விளம்பர நிறுவனங்களுக்குரிய ஒழுக்க நெறிகள் பின்வருமாறு வகுக்கப்பட்டுள்ளன.

- இக்கழகம் ஒழுக்க நெறிகளைத் தாமாக வகுத்து ஒப்புக்கொண்டவை. பிறரால் வற்புறுத்திப் புகுத்தப்பட்டவையல்ல.
- தாம் ஏற்கும் எவ்வகையான விளம்பரமாயினும் சட்டத்திற்குட்பட்டதாகவும் நாகரிகமானதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

- இந்நெறிகளை எழுத்தளவில் மதித்தால் போதாது. உணர்வுப்பூர்வமாகவும் செயலில் கடைபிடிக்க வேண்டும்.
- பொதுமக்களுடைய நம்பிக்கை ஈட்டுவதாக நிறுவனம் இருக்க வேண்டும்.
- அதற்கேற்றாற்போல் தொழிலிலும் பொதுமக்களிடையிலும் உயர்ந்த நெறிகளுடன் ஒழுக வேண்டும்.
- மக்களிடம் கசப்புணர்வை எழுப்பும் வகையில் இருத்தலாகாது.
- மற்றொரு விளம்பர நிறுவனத்தின் வாடிக்கையான விளம்பரதாரரை முறையற்ற வழிகளில் தம் பக்கம் இழுக்கக் கூடாது.
- நிர்ணயிக்கப்பட்ட கட்டணங்களில் கழிவோ தள்ளுபடியோ செய்வதும் இலவசமாகச் செய்வதும் கூடாது.
- இந்திய நுகர்வோர் நலன் மற்றும் விளம்பர நேர்மை காப்பதன் மூலம் அவர்களின் நலன் பாதுகாத்தல்
- விற்பனையை ஊக்குவிப்பதன் வாயிலாக உற்பத்தித் திறனை அதிகரித்து லாபத்தைப் பெற வைக்கிறது.
- சமூக நலனை ஊக்குவிப்பதால் தேசிய நலனுக்கும் பயன்படுகிறது.
- தகவல் தொழில் நுட்பத்தின் வாயிலாக விளம்பரத்தினை ஊக்குவித்தல்
- விளம்பரதாரர்கள், ஊடகத்தினர் மற்றும் அரசாங்க பிரதிநிதிகள் பரஸ்பர கருத்தினையும், பிரச்சனைகளை ஆராயவும் இக்கழகம் உதவுகிறது.
- விளம்பரதாரர்கள், விளம்பரம் மற்றும் நிறுவனங்களின் பங்கு பற்றிய புரிதலை விளக்குகிறது.
- வரி, வானொலி, தொலைக்காட்சி விளம்பரம், சட்டம், அரசியல் பிரச்சார விளம்பரம், மருந்துகள், புகையிலை மற்றும் மது விளம்பரங்களில் கட்டுப்பாடுகள் போன்றவற்றில் அரசாங்க அமைப்புகளுடன் ஒத்துழைக்க உதவி புரிகின்றது.
- இந்திய விளம்பர முகவர் கழகம் ஒரு பிரதிநிதி என்றே கூறலாம்.
- சிறிய, நடுத்தர மற்றும் பெரிய அளவிலான ஏஜென்சியின் எண்ணிக்கை அதிக அளவில் உறுப்பினர்களைக் கொண்டுள்ளது.

- விளம்பரங்களில் தேவையற்ற தாக்குதல் தடைகளுக்கு எதிராக பாதுகாவலராக இந்திய விளம்பர முகவர் கழகம் காணப்படுகிறது.
- இந்திய நிறுவனங்களின் கழக உறுப்பினர்கள், விளம்பரதாரரிடம் 15 விழுக்காடுக்கு குறையாமல் தமது சேவைக் கட்டணத்தை வசூலிக்க வேண்டும்.
- வாடிக்கையாளரைக் கவர்வதற்காக இதில் மறைமுகமாகவோ வெளிப்படையாகவோ கழிவு கொடுக்கலாகாது.
- தாம் மேற்கொள்ளும் விளம்பரத்தில் கையாளும் படங்கள், புகைப்படங்கள், கோட்டுப் படங்கள் முதலான எவையும் கட்டுப்பாட்டிற்குட்பட்டனவே.
- தாம் செய்யும் விளம்பரத்தில் இடம் பெறும் விவரங்கள், வர்ணனைகள், ஒப்பீடுகள் எவையும் நிரூபணத்திற்குட்பட்டனவாக இருக்குமாறு பார்க்க வேண்டும்.
- போட்டி நிறுவனத்தையோ, அவர்தம் சின்னத்தையோ, தயாரிப்பையோ, வாணிகத்தையோ தம் விளம்பரம் நேரடியாகவோ, மறைமுகமாகவோ பழிப்பதாக இருத்தலாகாது. தாக்குவதாகவும் இருத்தலாகாது.
- அச்சு விளம்பர நிறுவனங்கள் தொடர்பான பல விதிமுறைகளை, 'இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872' கூறியுள்ளது. அவற்றைக் கடைபிடிக்க வேண்டும்.
- போட்டி நிறுவனத்தாருடைய, அவர் தம் வாடிக்கையாளருடைய தயாரிப்பு, சின்னம், வாசகம், படம், பொது வடிவமைப்பு ஆகியவற்றைக் காப்பியடிப்பதாகவோ, குழப்புததாகவோ, தவறாக எண்ணச் செய்வதாகவோ தம்முடையது இருக்கக் கூடாது.
- விஞ்ஞானக் கலைச் சொற்கள், புள்ளி விவரங்கள், மேற்கோள் தொடர்கள் ஆகியவற்றைத் தவறாகக் கையாளக் கூடாது.
- விளம்பரத்தால் பொதுமக்களை அச்சுறுத்தக் கூடாது.
- மூட நம்பிக்கையைத் தூண்டுவதாக விளம்பரம் இருக்கக் கூடாது.
- சிறுவர்களுக்கான விளம்பரங்களை மேற்கொள்வதானால், அவை படங்கள், கதைகள், வாசகங்கள் போன்ற எவ்வகையிலும் அவர்களுக்குக் கேடு பயப்பனவாக இருக்கக் கூடாது.

- உடம்பால், ஒழுக்கத்தால் தவறத் தூண்டுவதாக இருக்கக் கூடாது.
- அநாகரிகமாகவும், ஆபாசமாகவும் விளம்பரம் இருக்கக் கூடாது.
- ஒருவருடைய பரிந்துரையை மேற்கோளாகக் காட்டி விளம்பரம் செய்வதாயின் அப்பரிந்துரை மூன்றாண்டுகளுக்கு உட்பட்டதாகவே இருக்க வேண்டும்.
- பத்திரிகை விளம்பரத்தின் நடை, சொல்லமைப்பு, வாக்கிய அமைப்பு, விளம்பரத்தில் பயன்படுத்தப்படும் எழுத்தமைப்பு, விளம்பர வடிவமைப்பு என்பன, 'பத்திரிகையின் பரிந்துரை' போலத் தோன்றும் படி இருக்கக் கூடாது. பார்த்த அளவில் இது விளம்பரம் என்று தோன்றும் படி இருக்க வேண்டும்.
- இலவசம் என்றோ, உறுதியளிக்கப்பட்டது என்றோ விளம்பரத்தில் சொல்லப்படும் தொடருக்குரிய பண்டம் உண்மையில் அப்படிப்பட்டதாக இருக்க வேண்டும்.
- இதில் தவறும் தயாரிப்பாளர் நுகர்வோருக்கு அப்பண்டத்திற்கு உரிய விலையையும் செலவையும் திரும்பத் தருவதாக ஓர் உறுதிமொழியைத் தயாரிப்பாளரிடமிருந்து, விளம்பர நிறுவனம் எழுத்து வடிவில் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
- விளம்பரச் சாதனக் கட்டண விகிதங்களில் ஆகக் குறைவான செலவையே விளம்பரதாரருக்கு ஏற்படுத்த வேண்டும்.
- வீணான செலவுகளை இழுத்து விடக் கூடாது.
- துரித சேவை புரியாத நுகர்வோரைக் காரணமின்றிக் காத்திருக்கச் செய்கின்ற தயாரிப்பாளருடைய விளம்பரத்தை ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடாது.
- இந்திய விளம்பர நிறுவனங்கள் கழகம் வகுத்துள்ள விளம்பர ஒழுக்கங்களுக்கு மாறுபட்டுள்ள, தரக்குறைவான பொருளின் விளம்பரதாரருடைய விளம்பரத்தை ஒரு விளம்பர நிறுவனம் ஏற்றுக் கொள்ள மறுத்திருந்தால், அதை மற்றொரு நிறுவனம் தான் செய்வதாக ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடாது.
- பயிற்சி, கல்வி, பணி, வேலை வாய்ப்பு, ஊதியம் முதலியன பற்றிய விளம்பரங்களாயின் அவற்றில் பட்டத்திற்கோ, வேலைக்கோ, குறிப்பிட்டதொரு பணிக்கோ, ஊதியத்திற்கோ உறுதியளிக்கின்றவற்றை ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடாது.

- மருத்துவம், மருத்துவக் கிளைப் பயிற்சிகள் முதலான விளம்பரங்களாயின், அவற்றில் மருத்துவக் கழகச் சட்ட நெறிகளுக்குப் புறம்பானவற்றை ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடாது.
- மருத்துவர் நேரில் பார்த்துச் செய்ய வேண்டிய சிகிச்சையையோ, தர வேண்டிய மருந்தையோ, விளம்பரத்தைப் பார்த்தே (மிகச் சுகக் கேடுற்ற) நோயாளி உட்கொள்ளத் தூண்டும் மருத்துவ விளம்பரத்தை ஏற்றுக் கொள்ளலாகாது.
- மருத்துவக் கல்லூரி, மருந்தகம், பரிசோதனை நிலையம், மருத்துவமனை ஆகியவற்றுடன் தொடர்புபடுத்திய மருந்து விளம்பரத்தை ஏற்கலாகாது.
- சில சிறப்பு விலக்குகள் தவிர, திருப்தியில்லையேல் பணம் வாபஸ் என்ற வகையான விளம்பரங்களை ஏற்கலாகாது.
- மருத்துவத் துறையில் போட்டிப்பரிசு வழங்குவதற்கான விளம்பரம் கூடாது.
- பாலுறவை மேம்படுத்தும் தயாரிப்பு, மருந்து சிகிச்சை, இளவயதில் முதுமையா? என்ற வகையுள்ள விளம்பரங்களை ஏற்கக் கூடாது.
- வழக்கைத் தலையில் முடி வளரச் செய்வது முதலான விளம்பரம் மேற்கொள்ளக் கூடாது.

## விளம்பரம் மற்றும் காட்சிப் பிரச்சார இயக்ககம் (The Directorate of Advertising and Visual Publicity)

பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் மற்றும் தன்னாட்சி அமைப்புகள் உள்ளிட்ட பல்வேறு அமைச்சகங்கள் மற்றும் அமைப்புகளால் விளம்பரப்படுத்தப்படும் இந்திய அரசாங்கத்தின் குறியீட்டு நிறுவனமாகும்.

விளம்பர கட்டணங்கள், தரகுத் தொகை விகிதம், விளம்பரக் கட்டுப்பாடுகள், பத்திரிகைச் சட்டங்கள், விளம்பர மேம்பாட்டு உத்திகள், மார்கெட்டிங் நிலவரம் முதலான பல்வேறு செய்திகள் குறித்தும் அவற்றில் எழும் பிரச்சனைகள் குறித்தும் அவர்கள் தம்முள் விவாதிக்கின்றனர்.

இச்சங்கங்களோடும் பத்திரிகைகளோடும் பொது மக்களோடும் தொடர்பு கொள்வதற்காக, மைய அரசு “விளம்பர மற்றும் காட்சிப் பிரச்சார இயக்ககம்” என்ற ஓர் அமைப்பினை நிறுவியுள்ளது.

மைய அரசு விளம்பரங்களின் இறுதியில் டி.ஏ.வி.பி என இது குறிக்கப்படும்.

இரண்டாம் உலகப் போரின் போது இந்திய அரசு முன்னணி விளம்பர நிறுவன கூட்டமைப்பை உருவாக்கி சிம்லாவில் ஒரு பொதுப் பிரிவு ஒன்றினை அமைத்தது.

போர் பிரச்சாரத்தைக் கையாளுவது, வதந்தி பரப்புதல் பற்றிய செய்திகளை வெளியிட்டது ஆயுதப்படை. போர் முடிவடைந்தபோது இந்த கூட்டமைப்பு தற்போதைய வடிவமாக மாற்றப்பட்டது. 1955 -ல் இந்நிறுவனம் நிறுவப்பட்டது. டெல்லியைத் தலைமையகமாகக் கொண்டு செயல்பட்டு வருகிறது.

பெங்களூரு மற்றும் குவஹாத்தி ஆகிய இடங்களில் பிராந்திய கிளைகள் இயக்கப்பட்டு வருகின்றன.

தற்போது கல்கத்தா மற்றும் சென்னையில் இரண்டு கிளை மையங்கள் செயல்பட்டு வருகிறது.

#### பணிகள்

- விளம்பரங்களுக்கான திட்டமிடுதல், விளம்பரங்களை வடிவமைத்தல், தயாரித்தல், நடைமுறைப்படுத்தல் ஆகும்.
- பத்திரிகைகளுக்கு எழுத்து விளம்பரம், வடிவக் காட்சி விளம்பரம் வழங்குவதோடு இது நிற்பதில்லை. மைய அரசுத் தொடர்புடைய சிறு பிரசுரங்கள், புத்தகங்கள், விவரக் குறிப்புகள், அச்ச மடிப்புகள், சுவரொட்டிகள், வெளிப்புற விளம்பரங்கள், விளம்பரத் தட்டிகள் ஆகியவற்றையும் இது தயார் செய்கிறது.
- நிரந்தரப் பொருட்காட்சிகள், தற்காலிகப் பொருட்காட்சி அரங்குகள், சினிமா ஊர்திகள், திரைப்படங்கள் வாயிலாகச் செய்யும் மைய அரசுக்கான விளம்பரப் பொறுப்பினையும் இது ஏற்கிறது.
- புத்தக வெளியீட்டுத்துறை என்ற பிரிவின் மூலமாக சுற்றுலா, மக்கட் பண்பாடு, அரசு நடவடிக்கைகள் முதலானவை தொடர்பாகப் பல ஆல்பங்களையும் சஞ்சிகைகளையும் வழிகாட்டிகளையும் இது வெளியிட்டுப் பரப்புகிறது.
- தமிழக அரசு விளம்பரங்களின் இறுதியில் DIPR (Director Of Information and Public Relation) என்ற எழுத்துக்கள் இடம் பெறும்.



- இவை ஒருபுறமிருக்க, விளம்பர ஏஜென்டுகளின் வரவு செலவை ஆண்டு தோறும் சில நிறுவனங்கள் தொகுத்து வெளியிடுகின்றன. அப்புள்ளி விவரங்கள் நமக்குப் பிரமிப்பு ஊட்டுகின்றன.
- இயக்குநரகம் ஆடியோ காட்சி பிரிவு, வீடியோ காட்சி அச்சிடும் பிரிவு, ஆடியோ வீடியோ பிரிவு, கண்காட்சி பிரிவு, வெகுஜன ஊட அஞ்சல் பிரிவு, ஆராய்ச்சி பிரிவு, வெளிப்புற விளம்பர பிரிவு மற்றும் விநியோக பிரிவு ஆகிய விளம்பர பிரிவுகளை உள்ளடக்கிச் செயல்பட்டு வருகிறது.

### விருதுகள்:

விளம்பரத்துறை மக்கட் சமுதாயத்திற்குப் பலவகையிலும் பயனுள்ள பணிகளைச் செய்ய முடியும். அப்படிச் செய்கின்ற விளம்பர நிறுவனங்களைப் பாராட்டி ஊக்குவிக்கும் வகையில் இந்தியாவிலும் சர்வதேச அளவிலும் சில விருதுகளும் பரிசுகளும் வழங்கப்படுகின்றன.

விளம்பரக் கருப்பொருள், விளம்பர உத்தி, விளம்பரப் பயன் முதலானவற்றின் அடிப்படையில் இவை கொடுக்கப்படும்.

மார்ச் 1984 -ல் டைம்ஸ் ஆப் இந்தியா குரூப் பத்திரிகைகள் “அசோகக் ஜெயின்” பெயரால் விளம்பரத் துறையில் சிறந்தவர்களுக்கு வழங்கச் சில பரிசுகளை நிறுவியுள்ளன.

தம் பத்திரிகைக் குழுவின் தலைவராகிய அசோக் ஜெயினின் 50 -ம் பிறந்த நாளையொட்டி இவை இப்பரிசுகளை நிறுவன. விளம்பரத்துறையில் சிறந்த கற்பனையாற்றலை ஊக்குவிக்கவும், முக்கியமான சமூகப் பிரச்சனைகளில் சமுதாய விழிப்புணர்ச்சியை ஏற்படுத்தவும் இப்பரிசுகள் வழங்கப்படுகின்றன.

பம்பாயிலுள்ள “ரீடியூஷன் விளம்பர நிறுவனம்” என்பது 1987 க்கான “சிறந்த இந்திய விளம்பர நிறுவனம்” என்ற சர்வ தேச விருதைப் பெற்றது. இதற்கான ஒரு விழா ஒசாகாவில் நடந்தது. இந்தியச் சுற்றுலா அமைச்சகத்திற்காக, அந்நிறுவனம் ஒரு விளம்பரத் தொடரைச் சிறப்பாக நிர்வகித்தது. ‘உள்நாட்டுச் சுற்றுலா’வை அதன் மூலம் விளம்பரப்படுத்தியது.

இந்திய வன விலங்குகள், வரலாற்றுப் புகழ் பெற்ற இடங்கள், மலை வாசத்தலங்கள், கடற்கரைகள், கைவினை மற்றும் கலைப் பொருட்கள் முதலானவற்றில் பலராலும் பிரபலமாக அறியப்படாதவற்றை இவ்விளம்பரத் தொடரில் இந்நிறுவனம் வெளிப்படுத்தியதனால் இப்புகழ் விருது பெற்றது.

## இந்திய விளம்பரப் படத்துக்குச் சர்வதேச விருது:

பிரான்சு நாட்டின் கேன் நகரில் 1996 ல் நடைபெற்ற சர்வதேச விளம்பர விழாவில், இந்திய நிறுவனம் தயாரித்த விளம்பரப் படம் ஒன்றுக்கு மதிப்புமிக்க 'வெள்ளிச் சிங்க' விருது கிடைத்துள்ளது. இதுவே முதன் முறை.

எரிக்ஸன் செல்லுலார் போனூக்கான தொலைக்காட்சி விளம்பரத்தில் நட்சத்திர ஹோட்டல் உணவகம் ஒன்றி தமக்கு எதிர்புற டேபிள் அருகே அமர்ந்திருக்கும் மனிதரைப் பார்த்தப்படி வலது கையைக் கன்னத்தில் வைத்தாற்போல் ஒரு பெண் ஏதோ பேசுவார். தம்மோடு தான் அந்தப் பெண்மணி ஏதோ பேச விரும்புகிறாராக்கும் என்று நினைத்தபடி அந்த மனிதர் அருகே வந்து பார்த்தால், அப்பெண்மணி தமது உள்ளங்கையில் சிறிய செல்லுலார் போனை வைத்தபடி பேசிக் கொண்டிருப்பார்.

அரை நிமிடம் ஓடும் இந்த விளம்பரப் படத்தை நெக்ஸஸ் ஈக்விட்டி என்ற இந்திய நிறுவனம் தயாரித்திருந்தது. பிரஸன் பாண்டு இயக்கியிருந்தார். இவ்விளம்பரப் படத்துக்குத் தான் வெள்ளிச் சிங்க விருது கிடைத்துள்ளது.

## ஆடிட் பீரோ ஆப் சர்க்குலேஷன்ஸ் (ஏ.பி.சி)

விளம்பரங்களை வெளியிடுவதனால் மிகுதியான பண வருவாய் கிடைப்பதை இந்நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் செய்தி இதழ்கள் உணர்ந்து கொண்டன. மற்ற இதழ்களை விடத் தமக்கு விளம்பரங்கள் அதிகமாகக் கிடைக்க வேண்டும் என்பதற்காகப் பல வழிகளில் முயற்சிகள் செய்தன.

விளம்பரதாரருக்குத் தமது உண்மையான விற்பனைப் பிரதிகளின் எண்ணிக்கையைச் சொல்லாமல் அதிகப்படுத்திச் சொல்லுதல் அம்முயற்சிகளில் ஒன்று. அதாவது 50,000 பிரதிகள் விற்பவர் ஒரு லட்சம் பிரதிகள் விற்பதாகச் சொல்லுவார்.

வேறு ஒரு வகை முயற்சியும் இருந்தது. விற்பனையாகும் பிரதியின் எண்ணிக்கையைச் சொல்லாமல், தாம் அச்சிட்ட பிரதியின் எண்ணிக்கையைச் சொல்லுதல், அதாவது 30,000 பிரதிகள் அச்சிட்டிருப்பார். அவற்றில் 20,000 பிரதிகளே விற்பனை ஆகியிருக்கும். விளம்பரதாரரிடமிருந்து விளம்பரங்களையும் அவற்றுக்கான பணத்தையும் பெறுவதற்காக 30,000 பிரதிகள் என்பர். இத்தகைய மோசடிகள் பல முன்பு நடந்தன.

பத்திரிகையின் உண்மையான சுழற்சி என்பது, விற்கும் பிரதிகளின் கணக்கையே அடிப்படையாகக் கொண்டது. எனவே பத்திரிகையாளர்கள், விளம்பர ஏஜெண்டுகள், விளம்பரதாரர் ஆகிய மூன்று சாராருக்கும் உதவ ஓர் அமைப்புத் தேவையாயிற்று.

அந்த அமைப்புத் தான் ஆடிட் பீரோ ஆப் சர்க்குலேஷன்ஸ் என்பதாகும். 1914 -ல் அமெரிக்காவில் தோன்றியது. இதன் கிளைகள் இந்தியா, கனடா உள்ளிட்ட பல நாடுகளிலும் உள்ளன. இது இந்தியாவில் 1948 -ல் பதிவு செய்யப்பட்டது.

இதற்குப் பங்கு மூலதனமோ வரையறுத்த பொறுப்புகளோ கிடையாது. சுய நிர்வாகக் குழுவினரின் கட்டுப்பாட்டில் இது இயங்குகிறது.

அக்குழு உறுப்பினரில் பாதிப்பேர் சுழல் முறையில் ஆண்டுதோறும் ஓய்வு பெறுவர். அடுத்துக் கூடும் பொதுக்குழு அவ்விடத்திற்குப் புதிய உறுப்பினரைத் தேர்ந்தெடுக்கும் விளம்பரதாரரும் விளம்பர நிறுவனத்தினரும் ஒரு பங்கு. பத்திரிகை வெளியீட்டாளர்கள் ஒரு பங்கு எனச் சம அளவில் பிரதிநிதித்துவம் பெறுவர். தலைவரும் இப்படியே மாறி மாறித் தேர்ந்தெடுக்கப் படுவர்.

இது கூட்டுறவு முறையில் செயல்படுவது. சுய கட்டுப்பாடு மட்டுமே கொண்டது. லாப நோக்கில்லாது. சுயேச்சையானது. நம்பிக்கையானது.

பத்திரிகை மற்றும் சஞ்சிகை வெளியீட்டாளர்களும் விளம்பர ஏஜெண்டுகளும் விளம்பரதாரர்களும் இதன் உறுப்பினர்கள். குறிப்பிட்ட சிறியதொரு தொகையை இவ்வுறுப்பினர்களிடமிருந்து இது சந்தாவாகப் பெறுகிறது.

இந்தியச் செய்தித் தாள்களில் 96 சதமும் சஞ்சிகைகளில் 64 சதமும் இந்த அமைப்பின் உறுப்பினர்கள்.

இது ஆண்டுக்கு இருமுறை தன் உறுப்பினர்களிடமிருந்து வரும் சுழற்சி விவரங்களைத் தொகுத்து வெளியிடுகிறது. ஆண்டுதோறும் இந்நிறுவனத்தின் தணிக்கையாளரை (ஆடிட்டரை) ஒவ்வொரு வெளியீட்டகத்திற்கும் அனுப்பிப் பதிவேடுகளைத் தணிக்கை செய்து உண்மையான சுழற்சிப் புள்ளி விவரம் முதலியவற்றினைக் காண்கிறது. ஆண்டு இறுதியில் வெளியிடும் தன் தணிக்கை அறிக்கையில் அவற்றைக் கூறலாம்.

ஓர் இதழ் அல்லது சஞ்சிகை ஒவ்வொரு பதிப்பிலும் எத்தனைப் பிரதி அச்சாகிறது, விற்கிறது, எங்கே பரவலாக விநியோகமாகிறது, என்ன விலை, எந்தப் பொருளின் மார்க்கெட்டுக்கு உதவும், எந்த அளவுக்கு உதவும் என்ற விவரங்களை இது கூறுகிறது.

விளம்பரதாரர், விளம்பர நிறுவனம், பத்திரிகை வெளியிடுபவர் என்ற மூவர்க்கும் வேண்டிய பல தகவல்களை இது நடுநிலையோடும் துல்லியமாகவும் கூறுகிறது.