

அடிப்படை இதழியல்

ஆசிரியர்
டாக்டர். எஸ். அலமேலுமங்கை
உதவி பேராசிரியர்,
மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்
சமூக விலக்கல் மற்றும் உட்கொணர்வு கொள்கை ஆய்வு மையம்
திருநெல்வேலி - தமிழ்நாடு.



மனோன்மணியம் சுந்தரனார் பல்கலைக்கழகம்
வரலாற்றுத் துறை
தொலைதூரக் கல்வி இயக்குனர்
திருநெல்வேலி - தமிழ்நாடு. - 627 012.
ஏப்ரல் - 2024

உள்ளடக்கங்கள்

கற்றல் நோக்கங்கள்

கற்றல் நோக்கங்கள் வழங்குவது:

1. செய்திகளின் வரையறை, வகைகள் மற்றும் தீர்மானிப்பதைப் பற்றி புரிந்துகொள்வது
2. செய்தித்தாள் அமைப்பு அமைப்பு பற்றிய அறிவது
3. ஒரு நிருபரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய தெரிந்துகொள்வது
4. அறிக்கையிடல் மற்றும் எழுதுதல் பற்றிய தெரிந்துகொள்வது
5. ஆசிரியரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய புரிந்துகொள்வது

அலகு I

செய்திகளின் வரையறை - செய்திகளின் வகைகள் - செய்திகளின் நிர்ணயம் - செய்தி மதிப்பீடு

அலகு II

செய்தித்தாள் அமைப்பு அமைப்பு- செய்தி ஆதாரங்கள் மற்றும் முகவர்கள் - இலக்கு பார்வையாளர்கள்

அலகு III

நிருபரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் - முன்னணி எழுதுதல் - செய்தி பெக்ஸ் - ஒரு செய்திக் கதையை உருவாக்குதல்

அலகு IV

நேர்காணல்கள் - விளக்கமளிக்கும் அறிக்கை - புலனாய்வு அறிக்கை - விமர்சனங்கள் - அம்சம் எழுதுதல் - பயணக்கட்டுரைகள் - இணையத்தில் எழுதுதல்

அலகு V

எடிட்டரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - தலைப்புச் செய்திகள் - தளவமைப்பு - புகைப்படங்களின் இடம் - தலைப்பு எழுதுதல் - தகவல் வரைகலை

பாடத்திட்டத்தின் நோக்கம்

சமூகத்தை பாதிக்கும் அல்லது அன்றாட வாழ்க்கையை பாதிக்கும் நிகழ்வுகள், சிக்கல்கள் மற்றும் நபர்களைப் பற்றி சிறந்த பத்திரிகைகள் தெரிவிக்கிறது. ஒரு ஜனநாயக சமுதாயத்தில், குடிமக்கள் தங்கள் அரசாங்கத்தைப் புரிந்து கொள்ளவும், அவர்களின் சிறந்த நலன்களுக்காக வாக்களிக்கவும் தேவையான தகவல்களைக் கொண்டிருப்பதை உறுதிப்படுத்தும் கூடுதல் பங்கை பத்திரிகைகள் செய்கிறது. குறிக்கோள் என்பது ஒரு பொதுவான நோக்கமாகும். "பொது நலன்" என்பது மிகவும் பரந்த சொல், ஆனால் பத்திரிகையின் சூழலில், அது வெளிப்படையாக வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. செய்திகளின் அமைப்பு காலப்போக்கில் மாறினாலும், ஒட்டுமொத்த நோக்கமும் அப்படியே உள்ளது. செய்தி எழுதுவது வாசகர்களுக்கும் கேட்போருக்கும் தகவல் அளித்து மகிழ்விக்கிறது. செய்திக் கதைகள் குடிமக்களுக்கு அவர்களின் சமூகங்களிலும் உலகெங்கிலும் நடக்கும் நிகழ்வுகள் பற்றிய தகவல்களை வழங்குகின்றன, எனவே அவர்களின் செய்திகளை வடிவமைப்பதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. செய்திகளின் வரையறை, வகைகள் மற்றும் தீர்மானிப்பதைப் புரிந்துகொள்வது; செய்தித்தாள் அமைப்பு அமைப்பு பற்றிய அறிவு; ஒரு நிருபரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய அறிவு; அறிக்கை மற்றும் எழுதுதல் பற்றிய அறிவு; மற்றும் ஒரு ஆசிரியரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய புரிதல். இந்த பாடத்திட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம், அடிப்படை இதழியல் பற்றி மாணவர்களுக்கு அறிமுகப்படுத்துவதும், பத்திரிகையின் அடிப்படை திறன்களை விரிவாக விவாதிப்பதும் இப்பாடத்திட்டத்தின் நோக்கம் முக்கிய ஆகும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்:

- இந்தப் பகுதியைப் படித்த பிறகு, வாசகர் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்:

- செய்திகளின் வரையறை, வகைகள் மற்றும் தீர்மானிப்பதைப் பற்றி புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.
- செய்திகளின் செயல்பாடுகள், செய்திகளின் குணாதிசயங்கள் மற்றும் வாசகர்களுக்கு ஆர்வமுள்ள செய்திகளின் கூறுகள் பற்றி புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.
- செய்தி சேகரிப்பு, செய்திகளைக் கண்டறிவதில் வாசகர்களின் ஆர்வத்தைத் தூண்டும் தனித்துவமான கூறுகள், செய்திகளுக்கான மூக்கு மற்றும் பண்புக்கூறுகள் பற்றி புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

அறிமுகம்

பத்திரிகை வரலாறு என்ற சொல் ஒப்பீட்டளவில் சமீபத்திய நாணயம்-நிச்சயமாக, பத்திரிகை என்ற வார்த்தையை விட சமீபத்தியது. ஆனால் இப்போது பத்திரிகை வரலாறு என்று அழைக்கப்படும் சொற்பொழிவு நீண்ட வரலாற்றைக் கொண்டுள்ளது, இது முதல் அச்சு கலாச்சாரம் மற்றும் பின்னர் ஊடக கலாச்சாரத்தின் ஒரு மண்டலமாக செய்தி கலாச்சாரத்தின் எழுச்சியைக் கண்காணிக்கிறது. செய்தி கலாச்சாரத்தின் ஒவ்வொரு புதிய உருவாக்கம் தோன்றும்போது, செய்திகளின் வரலாற்றைச் செய்வதற்கான புதிய வகைகள் உருவாகின. இந்த பத்திரிகை வரலாறு முழுவதும், ஊடக வரலாற்றின் மற்ற வடிவங்களிலிருந்து அதை பிரிக்கும் எல்லை நுண்துளைகள் மற்றும் மங்கலானது. 1970 களில் இருந்து, பத்திரிகை வரலாறு ஒரு அடையாள நெருக்கடியுடன் மல்யுத்தம் செய்து வருகிறது, இது இன்று பத்திரிகையின் அடையாளத்தில் பரந்த நெருக்கடியை பல வழிகளில் எதிர்பார்க்கிறது. அச்சிடப்பட்ட செய்தித்தாள்கள் முதன்முதலில் பதினேழாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் ஐரோப்பாவில் தோன்றின. அவை அச்சுப் புரட்சி என்று அழைக்கப்படுவதில் தாமதமான அம்சமாக இருந்தன (ஐசென்ஸ்டீன், 1979; ஜான்ஸ், 1998). செய்தித்தாள்கள் உடனடியாக நிறுவப்படவில்லை, ஏனெனில் செய்தித்தாள்களின் பயன்பாடுகள் அச்சுப்பொறிகளுக்கு உடனடியாகத் தெரியவில்லை. ஆனால், புராட்டஸ்டன்ட் சீர்திருத்தத்தைத் தொடர்ந்து மத

சர்ச்சையின் எழுச்சி, புதிய பொருளாதார நிறுவனங்களின் தோற்றம் மற்றும் சந்தை சமூகத்தின் எழுச்சி ஆகியவற்றுடன், ஆர்வலர்கள் மற்றும் தொழில்முனைவோர் செய்தித்தாள்களை நடைமுறை ஊடகங்களாக உருவாக்கினர்.

இந்தியாவில் பத்திரிகையின் தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சியும்;

இந்தியப் பத்திரிகையின் ஆரம்பம் ஒரு சில ஆங்கிலோ-இந்தியர்களின் பலவீனமான முயற்சிகளால் ஆனது. இந்தியாவின் முதல் செய்தித்தாள் பெங்கால் கெசட் ஆகும், இது கல்கத்தா பொது விளம்பரதாரர் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஜனவரி 29, 1780 இல் வெளிவந்தது. இது ஜேம்ஸ் அகஸ்டஸ் ஹிக்கியால் திருத்தப்பட்டது. கல்கத்தா வர்த்தகமானி மற்றும் கல்கத்தா குரோனிக்கிள் ஆகியவை சிறிய முயற்சிகளாக இருந்தன, அவற்றின் புழக்கம் கிழக்கிந்திய கம்பெனியின் ஊழியர்களுக்கு மட்டுமே. 1799ல் கல்கத்தாவில் ஏழு வார இதழ்களும், மெட்ராஸில் இரண்டும், பம்பாயில் இரண்டு வார இதழ்களும் இருந்தன. முதல் இந்திய முயற்சிகள் இரண்டு வார இதழ்கள், ஒன்று ஆங்கிலத்திலும் மற்றொன்று பெங்காலியிலும், இரண்டும் ராஜா ராம் மோகன் ராய் மூலம் ஈர்க்கப்பட்டது. 1823 வாக்கில், பெங்காலியில் மூன்று வார இதழ்களும், பாரசீகத்தில் மூன்று, மற்றும் குஜராத்தியில் ஒன்று இந்தியர்களால் வெளியிடப்பட்டன. இத்தகைய சிறிய தொடக்கங்களிலிருந்து, இந்தியாவில் பத்திரிகைகள் மெதுவாகவும் சீராகவும் வளர்ச்சியடைந்து, இந்திய விவகாரங்களில் முக்கிய செல்வாக்கு செலுத்தியது. 1839 வாக்கில், கல்கத்தாவில் 6 நாளிதழ்கள் மற்றும் 9 இந்திய செய்தித்தாள்கள் உட்பட 39 ஐரோப்பிய செய்தித்தாள்கள் இருந்தன, பம்பாயில் 10 ஐரோப்பிய மற்றும் 4 இந்திய இதழ்கள் இருந்தன, மற்றும் லூதியானா, டெல்லி, ஆக்ரா மற்றும் செரம்பூர் ஆகிய இடங்களில் தலா ஒரு செய்தித்தாள் இருந்தது.

இந்திய இதழியல் முன்னேற்றம் நாற்பதுகள் மற்றும் ஐம்பதுகளில் பராமரிக்கப்பட்டது. 19 ஆம் நூற்றாண்டின் சிறந்த இந்திய ஆசிரியர்களில்

ஒருவரான ஹரிச்சந்திர முகர்ஜியால் தொகுக்கப்பட்ட கல்கத்தாவின் ஹிந்து பேட்ரியாட் (1853) மிக முக்கியமான கூடுதலாகும். ராஸ் கோஃப்தார், ஒரு குஜராத்தி இருவார இதழ், தாதாபாய் நௌராஜியின் ஆசிரியரின் கீழ் 1851 இல் பம்பாயில் வெளியிடப்பட்டது. தாதாபாய் கவாக்ஜியால், அக்பர்-ஓ-சௌதாசர் என்ற குஜராத்தி மூன்று வார இதழ், 1852 இல் நிறுவப்பட்டது. 1851 இல் தற்போதுள்ள ஆங்கிலத் தாள்களில் குறிப்பிடலாம்: தி ஃப்ரெண்ட் ஆஃப் இந்தியா, ஹூர்காரு, ஆங்கிலேயர், பாம்பே டைம்ஸ், மெட்ராஸ் யுனைடெட் சர்வீசஸ் கெஜட், சிட்டிசன், கல்கத்திற்குப் பிறகு (1857-58) இந்திய செய்தித்தாள்களின் ஆக்ரா மெசஞ்சர், மொஃபுசிலைட், லாகூர் குரோனிக்கிள் போன்றவை. தி ஹிந்து ஆஃப் மெட்ராஸ் (1878), அம்ருத் பஜார் பத்ரிகா மற்றும் அலகாபாத்தைச் சேர்ந்த லீடர் ஆகியவை குறிப்பிடப்பட வேண்டியவை. செப்டம்பர் 28, 1861 இல், பாம்பே டைம்ஸ் அதன் பெயரை தி டைம்ஸ் ஆஃப் இந்தியா என மாற்றியது. அதன் ஆசிரியர், ராபர் நைட், 1875 இல் செராம்பூரில் 1818 இல் நிறுவப்பட்ட The Friend of India என்ற பத்திரிகையை வாங்கினார்.

இதே காலத்தில் நிறுவப்பட்ட பிற ஆங்கிலோ-இந்திய ஆவணங்களில், மெட்ராஸ் மெயில் (1868), அலகாபாத்தின் முன்னோடி (1865) மற்றும் லாகூர் சிவில் மற்றும் மிலிட்டரி கெஜட் (1876) ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடலாம். 1832 ஆம் ஆண்டு முதல் ஜான் புல் என்று அழைக்கப்படும் தாள் அதன் பெயரை கல்கத்தாவின் ஆங்கிலேயராக மாற்றியது. 1861 ஆம் ஆண்டின் தொடக்கத்தில், 11 உருது மற்றும் 6 இந்தி தாள்கள் இருந்தன, அவற்றில் 5 ஆக்ராவிலும், 2 அஜமீரிலும், 2 எட்டாவாவிலும் வெளியிடப்பட்டன. பிப்ரவரி 20, 1868 அன்று, அம்ருத் பஜார் வெளியிடப்பட்டது. பத்ரிகா என்பது ஜெஸ்ஸூரில் உள்ள ஒரு கிராமத்தில் இருந்து சிசிர்குமார் கோஸின் ஆசிரியர் தலைமையில் பெங்காலி வார இதழ். அம்ருத் பஜார் பத்ரிகாவுக்கு அடுத்தபடியாக வங்காளத்தில் மிகவும் சக்திவாய்ந்த ஆங்கிலப் பத்திரிகை பெங்காலி. அன்று. ஜனவரி 1, 1879 அன்று, சுரேந்திரநாத் பானர்ஜி அதன் ஆசிரியராகப் பொறுப்பேற்றார். 1876 வாக்கில், பம்பாய் பிரசிடென்சியில் இந்தியர்களால் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட சுமார் 62 ஆவணங்கள் இருந்தன— மராத்தி, குஜராத்தி, இந்துஸ்தானி மற்றும் பாரசீக; வடமேற்கு மாகாணங்கள், ஊத் மற்றும் மத்திய மாகாணங்களில் சுமார் அறுபது; வங்காளத்தில் சில இருபத்தெட்டு; மெட்ராஸ், தமிழ், தெலுங்கு,

மலையாளம் மற்றும் ஹிந்துஸ்தானியில் சுமார் பத்தொன்பது. மைசூர் மாநிலத்தில் பத்திரிக்கையின் வளர்ச்சிக்கு நாம் இப்போது கவனம் செலுத்தலாம்.

நாய் மனிதனைக் கடித்தால் அது செய்தியல்ல; ஒரு மனிதன் நாயைக் கடித்தால் அது ஒரு செய்தி. செய்திகளுக்கு பல வரையறைகள் உள்ளன: நாவல் அல்லது சமீபத்திய தகவல்.

- ❖ புதிய அல்லது புதிய தகவல் அல்லது மிக சமீபத்தில் நடந்தவை பற்றிய அறிக்கைகள்.
- ❖ செய்திகள் வழக்கத்திற்கு மாறானவை.
- ❖ செய்திகள் என்பது ஒரு நாளிதழில் வெளியிடப்படும், அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்களுக்கு ஆர்வமூட்டுவதாகும்.
- ❖ செய்தி என்பது ஒரு பத்திரிகையாளர் அதை உருவாக்குவது, நல்ல செய்தி என்பது செய்தி அல்ல.
- ❖ நீண்ட காலமாக, ஒரு பெரிய ஷாட் சொன்ன செய்தி என்று கருதப்பட்டது. செய்தி என்பது வடக்கு, கிழக்கு, மேற்கு, தெற்கு ஆகிய பகுதிகளில் இருந்து வரும் தகவல்.
- ❖ செய்திகள் என்பது எந்த ஒரு நிகழ்வு, யோசனை, அல்லது கருத்து, அது சரியான நேரத்தில் மற்றும் அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்களை பிரதிபலிக்கிறது.
- ❖ செய்திகள் என்பது வாசகர்களுக்கு தற்போதைய முக்கியத்துவம் வாய்ந்த உண்மைகள் மற்றும் நிகழ்வுகளின் தொகுப்பாகும்.
- ❖ செய்தி என்பது புதியது, செய்திகள் என்பது வாழ்க்கையின் அனைத்து வெளிப்பாடுகளிலும் சுவாரஸ்யமாக இருக்கும். மேலே உள்ள வரையறைகளிலிருந்து, செய்தி என்பது புதிய தகவல் மற்றும் புதிய நிகழ்வுகளின் அறிக்கை என்பதை ஒருவர் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

புதிய, புதிய மற்றும் அசாதாரணமான ஒன்று எப்போதும் வாசகர்களின் கவனத்தை ஈர்த்தது. மக்களின் வாழ்க்கையை பாதிக்கும் மர்மங்களும் நிகழ்வுகளும் செய்திகள்; அதிகமான மக்கள் பாதிக்கப்படுகிறார்கள், பெரிய செய்தி. எனவே, செய்தியின் இன்றியமையாத அம்சம் அது புதியது.

இந்த அலகுக்குச் சென்ற பிறகு, உங்களால் முடியும்: "செய்தி" என்பதை வரையறுக்கவும். ஒரு நிகழ்வை 'செய்தி' ஆக்கும் பல்வேறு கூறுகளை பட்டியலிடுங்கள். ஒரு நிகழ்வு செய்திக்குரியதா இல்லையா என்பதைத் தீர்மானிக்கும் போது ஒரு செய்தி நிருபர் மனதில் கொள்ள வேண்டிய "செய்தி மதிப்புகளை" விவரிக்கவும். செய்தி ஆதாரங்களின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும் மற்றும் ஒரு நிருபர் செய்திகளுக்குத் தட்ட வேண்டிய ஆதாரங்களை விளக்கவும்.

பொதுவான பேச்சு வழக்கில், செய்தி என்பது புதியது. செய்தி என்பது அனைவரும் தெரிந்து கொள்ள விரும்புவது. செய்தித்தாள் அலுவலகத்தின் முக்கிய அக்கறை உள்ளூர், மாநில, பிராந்திய, தேசிய மற்றும் சர்வதேச செய்திகளை சேகரித்து அறிக்கை செய்வதாகும். செய்தித்தாள், செய்தி நிறுவனம் அல்லது செய்தி இதழியல் எந்தவொரு தலையங்கப் பணிக்கும் செய்தி பற்றிய அடிப்படை புரிதல் அவசியம். செய்தி ஆதாரங்களின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும் மற்றும் ஒரு நிருபர் செய்திகளுக்குத் தட்ட வேண்டிய ஆதாரங்களை விளக்கவும்.

இந்த அலகில், செய்திகளை வரையறுத்து, செய்திகளை உருவாக்கும் அனைத்து கூறுகளையும் புரிந்து கொள்ள முயற்சிக்கவும். ஒரு நிருபருக்கான "செய்தி மதிப்புகளின்" முக்கியத்துவம் பற்றி நீண்ட நேரம் விவாதிக்கவும். ஒரு பத்திரிக்கையாளருக்கு செய்தி ஆதாரங்கள் மிக முக்கியம். எனவே, பல்வேறு செய்தி ஆதாரங்களின் சிறப்பியல்புகளை இந்த பிரிவில் விவாதிப்போம். பின்வரும் யூனிட்டில், செய்திகளின் வகைகள் மற்றும் ஒவ்வொரு வகையான செய்திகளும் அறிக்கையிடப்படுவதற்குத் தேவையான திறன்களைப் பற்றி விவாதிப்போம். நீங்கள் ஒரு செய்தித்தாளைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும். இந்த அலகில், நாம் முக்கியமாக செய்திகள் மற்றும் அதன் தன்மை பற்றி விவாதிப்போம். மற்ற எழுத்துக்களில் இருந்து செய்திகளை வகைப்படுத்தும் செய்திகள் மற்றும் தடுப்புகள் பற்றி உங்களுக்கு ஒரு யோசனை உள்ளது. பின்வரும் செய்தி 7வது ஹிண்ட்கேடன் டைம்ஸ், புது தில்லி, வியாழன், பிப்ரவரி 3, 1994 முதல் பக்கத்திலிருந்து எடுக்கப்பட்டது. அதை கவனமாகப் படித்து, அதை ஏன் செய்தியாகக் கருதுகிறீர்கள்

என்பதற்கான காரணங்களை எழுதுங்கள். கடினமான செய்திகள் மற்றும் மென்மையான செய்திகள்: செய்திகள் முக்கியமாக இரண்டு முக்கிய வகைகளாக பிரிக்கப்படுகின்றன: கடினமான செய்திகள் மற்றும் மென்மையான செய்திகள். ஹார்ட் நியூஸ் பெரும்பாலும் நிகழ்வை மையமாகக் கொண்டது. இது ஒரு நிகழ்வின் விவரிப்பு. கடினமான செய்திகள் " என்ன, எப்போது, எங்கு, ஏன் என்பதை மையமாகக் கொண்டவை. தி இந்து, தில்லி, புதன்கிழமை, பிப்ரவரி 9, 1994 முதல் பக்கத்திலிருந்து எடுக்கப்பட்ட பின்வரும் செய்தியைக் கவனியுங்கள் .

செய்திகளின் வரையறை

'அடிப்படை இதழியல்' ஆசிரியர் ரங்கஸ்வாமி பார்த்தசாரதியின் கூற்றுப்படி, செய்தித்தாள் செயல், இயக்கம், புதிய வளர்ச்சிகள், ஆச்சரியங்கள், திடீர் தலைகீழ் மாற்றங்கள், விதியின் ஏற்ற தாழ்வுகள், இயற்கையின் பேரழிவுகள் மற்றும் மனிதகுலத்தின் வக்கிரங்கள் மற்றும் முட்டாள்தனங்களைத் தேடுகிறது. அவரது வாத்தத்திற்கு ஆதரவாக, அவர் ஒரு அமெரிக்க பத்திரிகையாளரின் கூற்றை மேற்கோள் காட்டுகிறார்: "செயல், உணர்வு, அளவிடக்கூடிய வளர்ச்சிகள், ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட இயக்கங்கள், ஆளுமைகள் மற்றும் ஆச்சரியங்கள் ஆகியவற்றில் செய்தித்தாள் கவனம் செலுத்துவது, பெரும்பாலான வாசகர்களுக்கு அந்த செறிவு சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி இணக்கமாக இருந்தாலும், பயனை மட்டுப்படுத்துகிறது மற்றும் செய்தித்தாளின் தாக்கம்."

செய்திகள் பெரும்பாலும் பனிப்பாறை போன்றது, ஒரு சிறிய பாறை அல்லது உச்சம் மட்டுமே பொதுமக்களுக்கு வெளிப்படுத்தப்படுகிறது என்பது உலகளவில் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்டது. எனவே, தத்தெடுக்கப்பட்ட செய்தியாளர் எப்போதும் சமூகத்தின் நீர் மட்டத்திற்கு கீழே தேடுகிறார். நீங்கள் மேலும் தொடர்வதற்கு முன், செய்தி என்றால் என்ன என்பதை அறிய முயற்சிக்கவும். செய்தியின் தன்மை பற்றி நீங்கள் எப்போதாவது யோசித்திருக்கிறீர்களா? நாட்டிலும் உலகெங்கிலும் நடக்கும் நிகழ்வுகளைப் பற்றி உங்களைப் புதுப்பித்துக் கொள்ள நீங்கள்

வானொலியைக் கேட்டுக் கொண்டிருக்க வேண்டும். நீங்களும் செய்தித்தாள்களைப் படிக்க வேண்டும். அவற்றை ஏன் படிக்கிறீர்கள்? உங்கள் பதில் "தகவல்களைப் பெறுவது. தகவல் இல்லாமல், நீங்கள் உலகில் தொலைந்துவிட்டதாக நீங்கள் உணரலாம். நீங்கள் சமூகத்துடன்-அரசியல் ரீதியாகவும், சமூக ரீதியாகவும், பொருளாதார ரீதியாகவும் தொடர்பு கொள்ள முடியாது.

இந்தச் செய்தியானது, "பெரும்பாலான நபர்களுக்கு விருப்பமான சரியான நேரத்தில் எதுவாக இருந்தாலும், அதுவே அதிக எண்ணிக்கையிலானவர்களுக்கு அதிக ஆர்வத்தைத் தரும் செய்தியாக இருக்கும்" என வரையறுக்கலாம். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், செய்தி என்பது குறிப்பிடத்தக்க எண்ணிக்கையிலான மக்களுக்கு ஆர்வமுள்ள நிகழ்வுகள், உண்மைகள் மற்றும் கருத்துகளின் சரியான நேரத்தில் அறிக்கையாகும். இந்தச் செய்தி என்பது பார்வையாளர்களைப் பாதிக்கும் மற்றும் அவர்களுக்கு ஆர்வத்தைத் தூண்டும் குறிப்பிடத்தக்க மற்றும் சமீபத்திய நிகழ்வைப் பற்றிய புதிய தகவலாகும். 'செய்தி' உலகில் நம்மை நிலைநிறுத்திக் கொண்டல் நாம், இப்போது செய்தி பற்றிய நமது கருத்துக்கள் மற்றும் புரிதல்கள் அனைத்தையும் ஒன்றாக இணைத்து, செய்திக்கு ஒரு வரையறை இருக்க முடியுமா என்பதைப் பார்க்க முயற்சிப்போம். ஏனென்றால், 'செய்தி என்பது மனிதர்களின் நலன்கள் மாறும்போது அதன் வடிவம் மாறும் ஒரு சுருக்கமான கருத்து'. (செய்திகளைப் புகாரளித்தல் மற்றும் எழுதுதல், 1983).

செய்தியின் வரையறைகள்:

ஆனால் ஒரு வார்த்தை நிச்சயமாக அவை கிட்டத்தட்ட விரிவானதாகவும் அனைத்தையும் உள்ளடக்கியதாகவும் இருக்கும், ஆனால் முழுமையானதாக இல்லை. எனவே, செய்திகள் உறவினர் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். அதனுடன் தொடர்புடைய அல்லது அதனுடன் இணைக்கப்பட்ட பிற காரணிகளில் ஏற்படும் மாற்றங்களுடன் இது மாறுகிறது.

ஒரு செய்தியின் வரையறை சமூகத்தின் (வாசகர்களின்) அளவைப் பொறுத்தது. வெளியீட்டின் கால அளவு (வாராந்திர, தினசரி, முதலியன); சமூகத்தின் சமூக தன்மை மற்றும் பொருளாதார அடிப்படை; சமூகத்தின் மீது கவனம் செலுத்துதல் அல்லது வலியுறுத்துதல் (எ.கா., ஒரு மாகாண நகரத்தின் முனிசிபாலிட்டி தேர்தல் டெல்லி அல்லது கல்கத்தாவின் செய்தித்தாள்களில் தலைப்புச் செய்தியாக மாறக்கூடாது) .

நியூ யார்க் 'சன்' சிட்டி எடிட்டரான Khon B. Bogart உருவாக்கிய செய்திகளின் புகழ்பெற்ற வரையறையை நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். அந்தச் செய்தியை அவர் இப்படி வரையறுத்துள்ளார்: "நாய் மனிதனைக் கடித்தால் அது செய்தியல்ல; ஆனால் ஒரு மனிதன் நாயைக் கடித்தால் அதுதான் செய்தி. வழக்கத்திற்கு மாறான நிகழ்வுகள் செய்தியின் வரம்புக்குள் வரும் என்பதை ஜான் போகார்ட் மிகச் சரியாகச் சுட்டிக்காட்டினார்.

சன் பத்திரிகையின் பிரபல ஆசிரியர் இந்தச் செய்தியை " நிகழும் அனைத்தும், பொதுமக்கள் அல்லது அதன் கணிசமான பகுதியின் கவனத்தை கைது செய்து உறிஞ்சுவதற்கு போதுமான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த அனைத்தும்" என்று வரையறுத்தார். நியூயார்க் வேர்ல்டின் வெளியீட்டாளரான ஜோசப் புலிட்ஸரின் பெயரை நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். அவர் செய்திகளை " அசல், தனித்துவமான, வியத்தகு, காதல், சிலிர்ப்பான, தனித்துவமான, ஆர்வமுள்ள, வினோதமான, நகைச்சுவையான, ஒற்றைப்படைapy;, மற்றும் பேசுவதற்குப் பொருத்தமானது" என்று வரையறுத்தார். முதல் பத்திரிகை பள்ளியின் நிறுவனர் வால்டர் வில்லியம்ஸ், "செய்தி, அதன் பரந்த பொருளில், வாசகர்களுக்கு-பொதுமக்களுக்கு ஆர்வமாக உள்ளது" என்று வரையறுத்தது.

நியூ யோர்க் டைம்ஸின் முன்னாள் நிர்வாக ஆசிரியர், இந்தச் செய்தி "முன்பு உங்களுக்குத் தெரியாத எதையும் இன்று நீங்கள் கண்டுபிடிக்கலாம். இன்னும் சில வரையறைகளை நாங்கள் உங்களுக்கு வழங்கலாம், ஆனால் மீண்டும் மீண்டும் சொல்லும் அபாயத்தில் நாங்கள் அவ்வாறு செய்யலாம் அல்லது இந்தச் செய்தியின் முக்கியப் புள்ளிகளை

மறுபரிசீலனை செய்வோம் இருப்பினும், வழக்கத்திற்கு மாறான நிகழ்வுகள் மற்றும் நிகழ்வுகளில், செய்தி பற்றிய பொதுவான கருத்துக்கள் பொதுவாக மனிதர்கள் மற்றும் சூழ்நிலைகளைப் பொறுத்து மாறுபடும் என்பதை நீங்கள் நினைவில் கொள்ள வேண்டும்.

செய்திகளின் மதிப்பு

புறநிலை மற்றும் துல்லியமாக ஆகியவை பத்திரிகையின் பொன்மொழிகள். பத்திரிக்கையாளரின் சொந்த விருப்பத்தின் அடிப்படையில் செய்திகள் எழுதப்படக்கூடாது. ஏனென்றால், செய்திகளின் தரத்தை தீர்மானிப்பதும், மதிப்பிடுவதும் வாசகர்தான். எனவே, பத்திரிகையாளர் ஒரு பார்வையாளராக, வர்ணனையாளராக இருக்க வேண்டும், ஆனால் பங்கேற்பாளராக இருக்கக்கூடாது. ஒரு அமெரிக்க ஆசிரியர் சரியாகச் சொன்னார்: "செய்தி நிகழ்வு அல்ல; இது நிகழ்வைக் காணாத மக்களுக்காக எழுதப்பட்ட நிகழ்வு. அதே நேரத்தில், செய்தித்தாள்கள் வேறுபடுவதால் செய்தி மதிப்புகள் மாறுபடும். ரங்கஸ்வாமி பார்த்தசாரதி கூறுகையில், '...அனைவரையும் ஈர்க்கும் செய்திதான் மிகப் பெரியதும், விசாலமானதும்; இது ஆழ்ந்த உணர்ச்சிகளைத் தூண்டி, மக்களின் ஆழ்ந்த நலன்களைத் தொடுகிறது." எனவே பொதுமக்கள் விரும்புவது மனித நலன் சார்ந்த செய்திகளை இயற்கையான முறையில் சொல்லப்பட்டு, கண்ணுக்கு ஏற்பவும், மனதிற்குப் புத்திசாலித்தனமாகவும் வழங்க வேண்டும். மிக உயர்ந்த செய்தி மதிப்புகள், உள்ளார்ந்த முக்கியத்துவம் அல்லது அளவு கொண்ட கூறுகளை ஆச்சரியத்துடன் இணைக்கின்றன.

செய்திகளின் செயல்பாடுகள்

சிறந்த அமெரிக்க பத்திரிகையாளர் வால்டர் லிப்மேன் கூறினார்: "செய்தியின் செயல்பாடுகள் ஒரு நிகழ்வை அடையாளம் காட்டுவதாகும்; மறைக்கப்பட்ட உண்மைகளை வெளிச்சத்திற்கு கொண்டு வருவதே உண்மையின் செயல்பாடுகள். பத்திரிக்கை, தன் பணியை சரியாகச் செய்தால், செய்திகளை தெளிவுபடுத்த முடியும். இது ஒரு தேடுதல் ஒளியின் கற்றை போன்றது, அது அமைதியின்றி

நகர்ந்து, ஒரு அத்தியாயத்தையும் பின்னர் மற்றொன்றையும் இருளில் இருந்து பார்வைக்குக் கொண்டுவருகிறது.

செய்திகளை வகைப்படுத்த வேண்டிய ஐந்து குணங்கள்:

i) வாசகரை நேரடியாகப் பற்றியதாகவோ அல்லது வாசிப்பை சுவாரஸ்யமாகவோ செய்தால் செய்திகள் சுவாரஸ்யமாக இருக்கும்.

ii) செய்தி என்பது நடந்த ஒன்றின் உண்மை அல்லது உண்மை, அல்லது அது வெளியிடப்பட்ட அறிக்கை.

iii) செய்திகளைப் பற்றிய 'ரீஜென்சி' தரம் உள்ளது. இது புதிதாக கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பொருட்களின் கவர்ச்சியைக் கொண்ட கதை.

iv) செய்திகள் அதன் அருகாமையின் ஒரு கூறுகளைக் கொண்டுள்ளன; உள்ளூர் ஆர்வங்கள் மற்றும் தற்போதைய நிகழ்வுகள் மற்றும் இன, மத மற்றும் தேசிய குழுக்களின் செயல்பாடுகள் பற்றிய கதைகளுக்கு சிறப்பு முக்கியத்துவம் கொடுக்க வேண்டும் என்று வாசகர்கள் எதிர்பார்க்கிறார்கள்.

v) செய்திகள் அதைப் பற்றிய அசாதாரணமான கூறுகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். இது நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறையான செய்திகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், மேலும் அது துல்லியம், ஆர்வம் மற்றும் நேரமின்மை ஆகிய குணங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். அது நமது எல்லைகளுக்கு அப்பாற்பட்ட சமூகம், மாநிலம், தேசம் மற்றும் உலகம் பற்றிய சமநிலையான பார்வையைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

வாசகர்களுக்கு ஆர்வமுள்ள செய்திகளின் கூறுகள்:

ரங்கஸ்வாமி பார்த்தசாரதி தனது " அடிப்படை இதழியல்" இல், வாசகருக்கு ஆர்வத்தைத் தூண்டும் விஷயங்களைப் பட்டியலிட்டுள்ளார்:

- ❖ அசாதாரண நிகழ்வுகள்.
- ❖ முக்கிய நபர்கள், இடங்கள் மற்றும் விஷயங்கள்.
- ❖ மக்கள் எதைப் பற்றி பேசுகிறார்கள்.
- ❖ அதிகாரத்தில் உள்ள நபர்களின் அறிக்கைகள்.

- ❖ புதிய யோசனைகள்: பொதுத் தலைவருக்கு புதியதாக இருக்கக்கூடிய அனைத்தும்.
- ❖ வாசகர்களின் வாழ்க்கையை பாதிக்கும் அனைத்து நிகழ்வுகளும்.
- ❖ குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் வாசகர்களின் கற்பனையைப் புரிந்துகொள்ளும் போக்குகள் அல்லது தொடர் நிகழ்வுகள்.
- ❖ மனிதனுக்கும் மனிதனுக்கும் இடையே மோதல்; மனிதனுக்கும் இயற்கைக்கும் இடையே.
- ❖ இயற்கை நிகழ்வுகள்: வன்முறை, பேரழிவுகள் மற்றும் பேரழிவு.
- ❖ மனித உணர்ச்சிகளைக் கவரும் துயரங்கள் மற்றும் நகைச்சுவைகள்.

உடல்நலம் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் தலைப்புகள்

சுற்றுச்சூழல்

செய்தி ஏன்: விஷயங்கள் ஏன் நடக்கின்றன, எது நடக்க வைக்கிறது, யார் சரங்களை இழுக்கிறார்கள்.

செய்தி சேகரிப்பு

செய்தி சேகரிக்கும் போது, நிருபருக்கு அது பற்றிய தெளிவான யோசனை இருக்க வேண்டும். முதலில், செய்தி என்றால் என்ன, எதைச் செய்தியாக முன்வைக்க முடியும் என்பதை அவர் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக, பின்வரும் தலைப்புச் செய்திகளில், ஒரு உள்ளூர் செய்தித்தாளின் செய்தி மட்டுமே மற்றவை அல்ல.

ஏன் அப்படி?

ராஜாவும் கிருஷ்ணாவும் நல்ல தமிழ் படங்களை இயக்கியவர்கள். ராஜாவும் கிருஷ்ணாவும் சிறந்த இயக்குனர்கள். இயக்குனர் ராஜா ஆஸ்கர் விருதுக்கு பரிந்துரைக்கப்பட்டுள்ளார். வெற்றிகரமான நிருபர் 'செய்திக்கான முக்கை' வளர்த்துக் கொள்கிறார். அவரது வாசகர்கள்

என்ன விரும்புகிறார்கள் மற்றும் அவர்களின் கூச்சலின் அளவு அவருக்குத் தெரியும். எனவே, " மக்கள் செய்திகள்" என்பதை அவர் நன்கு அறிவார். இவர்கள் ஏதாவது செய்துகொண்டே இருக்க வேண்டும். அவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பது செய்தித்தாள் வாசகருக்கு ஆர்வமாக இருக்க வேண்டும்" என்று பருன் ராய் கூறுகிறார், மேலும் அவர் கூறுகிறார், "இது சூத்திரத்தை அளிக்கிறது.

மக்கள் + செயல் + வாசகர்களின் ஆர்வம் = செய்திகள்.”

நெருக்கமும், நேரம், முக்கியத்துவம், பெயர்கள், மோதல், பல்வேறு, மனித ஆர்வம், அசாதாரண சம்பவங்கள் மற்றும் பல போன்ற சில குறிப்பிட்ட மற்றும் தனித்துவமான கூறுகள் மூலம் செய்தி வாசகரின் ஆர்வம் தூண்டப்படுகிறது, ஈர்க்கப்படுகிறது மற்றும் நீடித்தது. இப்போது மேற்கூறிய விஷயங்களை செய்தித்தாள்களில் எவ்வாறு வழங்குவது என்று பார்ப்போம்.

அருகாமை

- ❖ தமிழகத்தில் ஐந்து தீவிரவாதிகள் சுட்டுக் கொல்லப்பட்டனர். •
- ❖ ஜம்மு காஸ்மீரியில் ஐந்து தீவிரவாதிகள் சுட்டுக் கொல்லப்பட்டனர்.

மேற்கூறிய இரண்டு செய்திகளில், இரண்டாவது செய்தி உள்ளூர் செய்தித்தாளின் வாசகர்களுக்கு மிகவும் சுவாரஸ்யமானது. ஏனெனில் தொலைதூரத்தில் நிகழும் நிகழ்வுகளை விட அருகில் நடக்கும் ஒரு நிகழ்வு வாசகர்களுக்கு சுவாரஸ்யமாக இருக்கும். தினசரி செய்தித்தாள்கள் தங்கள் சொந்த பகுதியில் நடக்கும் பல நிகழ்வுகளை மற்ற நகரத்தில் உள்ள வாசகர்களுக்கு ஆர்வமில்லாமல் தெரிவிக்கின்றன. உள்ளூர் செய்தித்தாள் வாசகருக்கு, சமூகத்தில் நடக்கும் பெரும்பாலான நிகழ்வுகள் மிகுந்த ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

டைம்லைன்ஸ்

- இந்திய குடியரசுத் தலைவர் அடுத்த மாதம் ராமேஸ்வரம் வர உள்ளார்.
- இந்திய குடியரசுத் தலைவர் நாளை ராமேஸ்வரம் வர உள்ளார்.

இந்திய குடியரசுத் தலைவர் நேற்று ராமேஸ்வரம் வந்தார். மேலே உள்ள செய்திகளில், முதல் உருப்படியை விட கடைசி இரண்டு உருப்படிகள் வாசகருக்கு அதிக ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. அதற்குக் காரணம் நாளிதழில் சரியான நேரத்தில் செய்திகள் வெளியாகி, நெருங்கிவிட்டது. எனவே வாசகர்களின் ஆர்வத்தை நிலைநிறுத்துவதில் செய்திகளை சரியான நேரத்தில் வெளியிடுவது ஒரு முக்கிய அங்கமாகும்.

முக்கியத்துவம்

செய்தி உறுப்புகளின் முக்கியத்துவம் அதன் முக்கியத்துவம், அளவு அல்லது விளைவு ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது. எதிலும் 'பெருமை' என்பது வாசகர் ஆர்வத்தை வளர்ப்பதில் முக்கியக் காரணிகளில் ஒன்றாகும். ஒரு தினசரி நாளிதழ், தீவிபத்தில் சில நூறு ரூபாய் சேதம் விளைவிப்பதை விட, லட்சக்கணக்கான ரூபாய் மதிப்புள்ள கட்டிடத்தில் தீ எரிந்து நாசமானது என்ற கதையுடன் வாசகர்களின் ஆர்வத்தை அதிகம் ஈர்க்கும்.

நான்கு வகையான செய்திகள்

சர்வதேச, தேசிய, பிராந்திய மற்றும் உள்ளூர் செய்திகளின் துணைப்பிரிவுகளின் கீழ் அதன் பார்வையாளர்களுக்கு அதன் புவியியல் பொருத்தத்தால் செய்திகளை வேறுபடுத்தி அறியலாம்.

செய்திகளின் வகைகள்

அவசரகால சேவைகள் மனித நாடகத்தின் உயர் புள்ளிகளைக் கையாள்கின்றன - தீ, கடல் மீட்பு அல்லது மலை மீட்பு. எங்கெல்லாம் மனித உயிருக்கு ஆபத்து இருக்கிறதோ அங்கெல்லாம் ஒரு கதை உண்டு. குற்ற விகிதங்கள் செய்திகளின் நிலையான

ஆதாரத்தை வழங்குகின்றன, இருப்பினும் பத்திரிகையாளர்கள் சமூகத்தில் குற்றம் பற்றிய பயத்தைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்கிறார்கள். உண்மையான சம்பவத்தில் இருந்து போலீஸ் ரெய்டு, கைது, இறுதியில் நீதிமன்றத்தில் ஆஜர்படுத்துதல் என பல கட்டங்களைக் கொண்டது குற்றக் கதைகள். தொலைக்காட்சியில், சுவாரஸ்யமான குற்றங்கள் பொதுவாக நடிகர்களைப் பயன்படுத்தி **புனரமைக்கப்படுகின்றன**. தொலைக்காட்சி செய்தி ஒளிபரப்பாளர்கள் முற்றிலும் அறியப்பட்ட ஆதாரங்களின் அடிப்படையில் **புனரமைக்க** வேண்டும் மற்றும் உண்மைச் சம்பவத்தை மிகவும் வியப்புக்குறியது ஆக்குவதற்கு எந்தவிதமான புனைகதைகளையும் அனுமதிக்கக்கூடாது. அரசாங்கம்: அரசாங்கத்தின் ஒவ்வொரு செயலும்-உள்ளூரில் அல்லது தேசிய அளவில்- சாத்தியமான பார்வையாளர்கள் மீது செல்வாக்கு செலுத்துகிறது, மேலும் பார்வையாளர்களைப் பாதிக்கும் அனைத்தும் செய்திகளாகும். அரசாங்க மட்டத்தில் தொடங்கும் பெரும்பாலான கதைகள் பாதிக்கப்பட்ட மக்களின் பார்வையில் இருந்து அறிகையிடப்படுகின்றன, இது எப்போதும் அவர்களை மிகவும் சுவாரஸ்யமாக்குகிறது. திட்டமிடல் மற்றும் மேம்பாடுகள்: கட்டிட மேம்பாடுகள் உங்கள் கண்களுக்கு முன்பாக வெளிவரும் செய்திகள். மெட்ரோ, வணிக வளாகங்கள் மற்றும் வீட்டுத் திட்டங்கள் போன்ற பெரிய திட்டங்கள் பெரிய செய்திகளை உருவாக்குகின்றன.

மோதல் மற்றும் சர்ச்சை: செய்திகள் என்பது மாற்றம் பற்றியது—நமது சமூகத்தை வடிவமைக்கும் மற்றும் நாம் வாழும் முறையை மாற்றும் நிகழ்வுகள். மோதல் என்பது நாடகத்தின் சாராம்சம், உண்மை மற்றும் வியத்தகு எதுவும் செய்திகளை உருவாக்குகிறது. இது தெருக்களில் உடல் ரீதியான மோதல்களாக இருக்கலாம் அல்லது இலட்சியங்களின் மோதலாக இருக்கலாம்—உள்ளூராட்சி மன்றத்தில், தேசிய அரசாங்கத்தில் அல்லது ஒரு அரசியல் கட்சியில் வரிசையாக. அழுத்தம் மற்றும் லாபி குழுக்கள்: அவர்கள் மாற்றத்தை விரும்புகிறார்கள் அல்லது அதை எதிர்க்கிறார்கள், எனவே அவர்களின் கோரிக்கைகள் பொதுவாக செய்திகள், அரசாங்கக் கொள்கைகள், நிகழ்வுகள் அல்லது

முன்னேற்றங்கள் ஒரு கதையின் பயனுள்ள பின்தொடர்தல் போன்றவற்றை உருவாக்குகின்றன.

தொழில் மற்றும் வணிகம்

வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வணிகத்தின் நிலை ஆகியவை பெரும்பாலான மக்களின் வாழ்க்கையில் முக்கிய காரணிகளாகும். இவை வேலைகள், ஓய்வூதியங்கள், சேமிப்புகள், செழிப்பு மற்றும் நலன்களைப் பாதிக்கலாம், எனவே தொழில்துறையின் முன்னேற்றங்கள் பெரிய செய்திகளை உருவாக்குகின்றன. உடல்நலம் மற்றும் மருத்துவம்: ஆரோக்கியம் செய்திகளை உருவாக்குகிறது: விவசாய நோய்களின் வெடிப்புகள், மருந்துகளின் ரேஷன், தொற்றுநோய்கள் அல்லது ஒரு புதிய வகையான உயிர் காக்கும் செயல்பாடுகள்.

விளையாட்டு

20-20 போட்டிகள், யுஎஸ் ஓபன், கால்பந்து லீக்குகள் போன்ற தேசிய மற்றும் சர்வதேச விளையாட்டு நிகழ்வுகளை உள்ளடக்கியது, உள்ளூர் நிலையம் அதன் உள்ளூர் அணிகளுக்கு ஆதரவளிக்கும் அதே நேரத்தில் எதிரிகளுக்கு நியாயமானதாக இருக்கும்.

பருவகாலச் செய்திகள்

பருவகாலச் செய்திகளில் கிறிஸ்துமஸ் ஷாப்பிங், தீபாவளி விற்பனை, ஹொலி போன்றவை அடங்கும். சிறப்பு உள்ளூர் ஆர்வம்: இரண்டு பகுதிகளும் ஒரே மாதிரி இல்லை. ஒவ்வொன்றும் அதன் சொந்த புவியியல் மற்றும் ஒப்பனைக்கு விசித்திரமான கதைகளை வீசும்.

வானிலை

வழக்கமான வானிலை அறிவிப்புகள் உள்ளூர் செய்திகளின் முக்கிய அம்சங்களில் ஒன்றாகும் மற்றும் 24/7 வானொலி மற்றும் டிவி

செய்தி சேனல்களின் அட்டவணையின் வழக்கமான பகுதியாகும். விலங்குகளின் கதைகள் செய்திகளை உருவாக்கி பார்வையாளர்களிடம் ஆர்வத்தை ஏற்படுத்தலாம்.

செய்தி ஆதாரங்கள்:

வகைகள், நம்பகத்தன்மை மற்றும் பாதுகாப்பு பத்திரிகையில் , ஒரு ஆதாரம் என்பது ஒரு நபர், வெளியீடு அல்லது பிற பதிவு அல்லது ஆவணம் ஆகும், அது சரியான நேரத்தில் தகவலை அளிக்கிறது. பத்திரிகைக்கு வெளியே, ஆதாரங்கள் சில நேரங்களில் " செய்தி ஆதாரங்கள்" என்று அழைக்கப்படுகின்றன. ஆதாரங்களின் எடுத்துக்காட்டுகளில் உத்தியோகபூர்வ பதிவுகள், வெளியீடுகள் அல்லது ஒளிபரப்புகள், அரசு அல்லது வணிகத்தில் உள்ள அதிகாரிகள், நிறுவனங்கள் அல்லது நிறுவனங்கள், குற்றம், விபத்துகள் அல்லது பிற நிகழ்வுகளின் சாட்சிகள் மற்றும் செய்தி நிகழ்வு அல்லது பிரச்சினையால் சம்பந்தப்பட்டவர்கள் அல்லது பாதிக்கப்பட்டவர்கள். ஷூமேக்கர் (1996) மற்றும் McQuail (1994) ஆகியோரின் கூற்றுப்படி, புலனாய்வுப் பத்திரிகையாளர்களால் ஆதாரங்களை நேர்மையானதாக ஏற்றுக்கொள்வதற்கு பல காரணிகள் உள்ளன. நிருபர்கள் ஆதாரங்களை உருவாக்கி வளர்ப்பார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது, குறிப்பாக " பீட்" என்று அழைக்கப்படும் ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பை அவர்கள் வழக்கமாக உள்ளடக்கியிருந்தால். இருப்பினும், பீட் நிருபர்கள் தங்கள் ஆதாரங்களுடன் மிகவும் நெருக்கமாக இருக்க வேண்டும் என்பதில் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும். நிருபர்கள் அடிக்கடி, ஆனால் எப்போதும் இல்லை, சிறிய அனுபவமுள்ள ஆதாரங்களுக்கு அதிக அனுமதி வழங்குகிறார்கள். உதாரணமாக, சில சமயங்களில் ஒரு நபர் பேச விரும்பவில்லை என்று கூறிவிட்டு பிறகு பேசத் தொடங்குவார்; அந்த நபர் ஒரு பொது நபராக இல்லாவிட்டால், செய்தியாளர்கள் அந்தத் தகவலைப் பயன்படுத்துவதற்கான வாய்ப்புகள் குறைவு. கட்டைவிரல் விதியாக, ஆனால் குறிப்பாக சர்ச்சையைப் பற்றி புகாரளிக்கும் போது, நிருபர்கள் பல ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

செய்தி மற்றும் தகவல்: கடினமான செய்திகள் மற்றும் மென்மையான

செய்திகள் என்why; என்ன?

மேலோட்டமாகப் பார்த்தால், செய்திகளை வரையறுப்பது எளிமையான பணி. நம்மைச் சுற்றி என்ன நடக்கிறது என்பதற்கான கணக்குதான் செய்தி. இது நடப்பு நிகழ்வுகள், பொது நபர்கள் அல்லது நடந்து கொண்டிருக்கும் திட்டங்கள் அல்லது சிக்கல்களை உள்ளடக்கியிருக்கலாம். ஆனால் நாளிதழ்கள் அன்றைய செய்திகளை விட அதிகமாக வெளியிடுகின்றன. அவை பின்னணி பகுப்பாய்வு, கருத்துகள் மற்றும் மனித ஆர்வக் கதைகளையும் வழங்குகின்றன. கடினமான செய்தி: இதுவே பத்திரிகையாளர்கள் " அன்றைய செய்தி" என்பதைக் குறிக்கப் பயன்படுத்தும் சொல்.

கடினமான செய்திகள்

இது நடப்பு நிகழ்வுகள் மற்றும் சம்பவங்களின் காலவரிசை மற்றும் உங்கள் வழக்கமான செய்தித்தாளின் முதல் பக்கத்தில் மிகவும் பொதுவான செய்தி பாணியாகும். கடினமான செய்திகள் வாசகர்களுக்குத் தேவையான தகவல்களைத் தருகின்றன. மத்திய அரசு ஒரு புதிய இளைஞர் முயற்சியை அறிவித்தால், அது அடுத்த நாள் கடினமான செய்தி. குற்றம், நீதிமன்ற வழக்குகள், அரசு அறிவிப்புகள், வீடுகளில் தீ விபத்துகள், விருது வழங்கும் விழாக்கள், விமான விபத்துகள், சர்வதேச நிகழ்வுகள் போன்றவற்றைப் பற்றிய அறிக்கைகள் கடினமான செய்திகளின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும். கடினமான செய்தி அறிக்கையானது சுத்தமான மற்றும் ஒழுங்கற்ற எழுத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. இது என்ன நடந்தது, எங்கே, எப்போது, யாருக்கு, ஏன் (பத்திரிகையாளர்களின் 5 W' கள்) ஆகியவற்றை விவரிக்கும் சுருக்கத்துடன் தொடங்கலாம். முன்னணி சுருக்கமாகவும் எளிமையாகவும் இருக்க வேண்டும், மீதமுள்ள கதையின் நோக்கம் அதை விரிவாகக் கூறுவதாகும்.

மென்மையான செய்திகள்

இது நேர உணர்திறன் இல்லாத செய்திகளுக்கான சொல். மென்மையான செய்திகளில் நபர்களின் சுயவிவரங்கள், திட்டங்கள், நிறுவனங்கள் ஆகியவை அடங்கும். அம்சக் கதைகள் ஒரு சிக்கலை ஆழமாக ஆராய தலைப்புச் செய்திகளிலிருந்து ஒரு படி பின்வாங்குகின்றன. மென்மையான செய்தி பாணியில் எழுதப்பட்டவை, கடினமான செய்தி உருப்படியின் கடுமையான பாணியில் மிகவும் பெரிய சிக்கலான சிக்கல்களைப் பற்றி எழுதுவதற்கான ஒரு சிறந்த வழியாகும். ஒரு நல்ல அம்சம் உங்கள் சமூகத்தில் உள்ளவர்கள் மற்றும் அவர்களின் போராட்டங்கள், வெற்றிகள் மற்றும் தோல்விகளைப் பற்றியதாக இருக்கலாம் அல்லது பள்ளி திட்டத்தின் ஒரு பகுதியாக ஆப்பிரிக்காவிற்கு ஒருவர் மேற்கொண்ட பயணத்தைப் பற்றியதாக இருக்கலாம். ஒரு அம்சம் பொதுவாக ஒரு குறிப்பிட்ட கோணத்தில் கவனம் செலுத்துகிறது, பின்னணி ஆராய்ச்சி மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட நபர்களுடன் நேர்காணல்கள் மூலம் அதை ஆராய்கிறது, பின்னர் அந்த தகவலிலிருந்து முடிவுகளை எடுக்கிறது. உதாரணமாக, தெருக் குழந்தைகளைப் பாருங்கள். ஒரு கடினமான செய்தியானது தொடர்புடைய புள்ளிவிவரங்களை மருத்துவ ரீதியாகப் புகாரளிக்க வேண்டும்: எத்தனை உள்ளன, அவர்கள் எங்கே இருக்கிறார்கள், என்ன செய்கிறார்கள். இது பொதுவாக நேரத்தை உணர்திறன் கொண்ட கொக்கியில் தங்கியுள்ளது-உதாரணமாக, ஒரு புதிய ஆய்வின் வெளியீடு, தெரு இளைஞர்களின் ஆர்ப்பாட்டம் அல்லது தெருக்களில் ஒரு இளைஞனின் அகால மரணம். தெரு இளைஞர்கள் பற்றிய ஒரு அம்சம் அத்தகைய முறையில் வரையறுக்கப்படவில்லை. இது நீண்ட காலத்திற்கு எழுதப்பட்டு தெருக் குழந்தைகளின் தனிப்பட்ட வாழ்க்கையின் தனித்துவமான மற்றும் விரிவான கதைகளை வெளிப்படுத்த அனுமதிக்கும்.

பல்வேறு வகையான செய்திகள்: உலகைக் கட்டமைத்தல்

"பிராந்திய தொலைக்காட்சி செய்திகள் அரசியல் ஜனநாயக செயல்முறைகள், நமது அடையாள உணர்வு, நமது பாதுகாப்பு உணர்வுகள் மற்றும் நமது சமூகத்தின் மற்ற உறுப்பினர்களின் புரிதல் மற்றும் சகிப்புத்தன்மை பற்றிய நமது உறவு பற்றியது" (Harrison, J. (2000)). செய்திகளை வரையறுக்கும் போது, செய்தி என்ற சொல், சில ஊடகப் பொருட்களைக் குறிப்பிடுவது, பொதுவாகப் புரிந்து கொள்ளப்பட்டு ஒப்புக்கொள்ளப்பட்டதாக ஒரு அனுமானம் இருக்கலாம். ஏதாவது "செய்தியில்" இருந்தால், அது தினசரி செய்தித்தாள்கள் மற்றும் ஒளிபரப்பு செய்தி நிகழ்ச்சிகளின் பொருளாக கருதப்படுகிறது. ஆனால் செய்திகளின் ஆதாரமாக தொலைக்காட்சி செய்திகளின் ஆதிக்கம் இருந்தபோதிலும், செய்தி உள்ளடக்கம் அல்லது பார்வையாளர்களால் செய்தி நுகர்வு எந்த உலகளாவிய வடிவமும் இல்லை. தினமும் ஒரு மில்லியன் பேர் டெய்லி மெயிலைப் படிக்கிறார்கள் என்றால், அதைப் படிக்காதவர்கள் அதிகம். சராசரியாக 9 மில்லியன் மக்கள் BBCI 10'O'clock செய்திag; பார்த்தாலும், இன்னும் மில்லியன் கணக்கானவர்கள் அதைப் பார்க்காதவர்கள் இருக்கிறார்கள், மேலும் இவர்கள் அனைவரும் சீரான வாசகர்கள் மற்றும் பார்வையாளர்கள் அல்ல. எனவே, ஒரு குறிப்பிட்ட வாரத்தில் செய்தி ஊடகங்கள் முழுவதும் செய்திகளின் மேலாதிக்க நிகழ்ச்சி நிரல் இருந்தாலும், எல்லா மக்களுக்கும் ஒரே மாதிரியான செய்தி அனுபவம் இருப்பதாக இது அர்த்தப்படுத்துவதில்லை. எட்டு முன்னணி தினசரி செய்தித்தாள்களில் அதை நிரூபிப்பது கடினம் அல்ல. லீட்கள் கூட மாறுபடும், மேலும் விரிதாள்களின் கடினமான செய்திகளுக்கும் டேப்லாய்டுகளின் மென்மையான செய்திகளுக்கும் இடையே ஒரு தெளிவான பிரிவு உள்ளது. தொலைக்காட்சி (மற்றும் வானொலி) செய்தித்தாள்கள் தலையங்கம் செய்ய அனுமதிக்கப்படவில்லை, குறிப்பாக ரேடியோ 4 மற்றும் டூடே நிகழ்ச்சிகள் மிகவும் முக்கிய கடினமான செய்திகளாக இருக்கும் - அரசியல் நிகழ்வுகள் மற்றும் சமூக பிரச்சினைகள். செய்திகளின் வரையறைகளைப் பற்றி பேசும்போது சில பொதுவான உண்மைகளை ஒருவர் வெளிப்படுத்த முடியும் என்றாலும், செய்திகளில் உள்ள வேறுபாடுகள் மற்றும் மாறுபாடுகள் கிட்டத்தட்ட சுவாரஸ்யமானவை.

செய்தி

- தேர்வு மற்றும் கட்டுமானம்: செய்தி நிறுவனங்கள்
- கடினமான செய்தி அல்லது மென்மையான செய்தி
- செய்திகள் தொழில்முறையை மதிக்கிறது.
- செய்தி நிகழ்ச்சி நிரல்
- பெற்ற செய்தி
- ஒரு பொதுக் கோளம்
- உலகளாவிய
- தொழில்நுட்பங்கள்
- பார்வையாளர்கள்
- கருத்தியல்
- பிரதிநிதித்துவம்
- ஒருமித்த புறநிலை. சொற்பொழிவு செய்திகள்: மேப்பிங் கிரிட்டிகல் ஏரியாஸ் (கிரேம் பர்டன், 2004).

செய்தித் தகுதி:

செய்தித் தகுதி என்பது பொதுமக்களுக்கு போதுமான பொருத்தம் கொண்ட ஒரு விஷயமாக வரையறுக்கப்படுகிறது அல்லது பத்திரிகை கவனம் அல்லது கவரேஜுக்கு உத்தரவாதம் அளிக்கும் சிறப்பு பார்வையாளர்கள்.

செய்தித் தகுதியை நிர்ணயிக்கும் காரணிகள்:

1.தாக்கம்

ஒரு கதை தங்களை எவ்வாறு பாதிக்கப் போகிறது என்பதை மக்கள் அறிய விரும்புகிறார்கள். உங்கள் பிரச்சினையில் அவர்கள் நடவடிக்கை எடுக்காவிட்டால் என்ன விளைவுகள் ஏற்படும்? விளைவுகளின் அளவு என்ன?

2. நேரமின்மை

உங்களின் சமீபத்திய தகவல்கள், மக்கள் ஆர்வமாக இருப்பார்கள். இன்றைய இணைய அவசர யுகத்தில், இது முன்பை விட உண்மையாக உள்ளது.

3. அருகாமை

வாசகர்கள் செய்திக்கு எவ்வளவு நெருக்கமாக இருக்கிறார்கள் என்பதை அறிய விரும்புகிறார்; எ.கா., ஈரான்-ஈராக் யுத்தம் என்றால், இந்தியாவில் உள்ள ஒரு வாசகர் அதைக் கடுமையாகப் பாதிக்கும் அளவுக்கு நெருக்கமாக நினைப்பாரா? மறுபுறம், புனேவில் ஒரு பிரச்சினை பற்றிய செய்தி என்றால், மும்பையில் உள்ள ஒரு வாசகர் அருகாமையால் கவலைப்படுவார்களா? இணையம் இதை உடைத்தாலும், ஓரளவிற்கு, உலகெங்கிலும் உள்ளதை விட தெருவில் ஏதாவது ஒன்றைப் பற்றி நாம் இன்னும் அதிக அக்கறை காட்டுகிறோம்.

4. மனித ஆர்வம்

இது பரந்த வகைகளில் ஒன்றாகும்; இவை மனித நிலையைக் காட்டும் கதைகள். கந்தல் முதல் செல்வச் செழிப்பு வரையிலான கதைகள், அனுபவத் துணுக்குகள் போன்றவை நம்மை மிகவும் வலுவான உணர்ச்சிகளை உணரவைக்கும் விஷயங்கள்; அவை நம்மை சிரிக்க அல்லது சிரிக்க வைக்கின்றன, நோக்கத்தையும் பொருளையும் பெறுகின்றன அல்லது மற்றவர்களுக்கு உதவ விரும்புகின்றன.

5. மோதல்

மோதலை நோக்கி ஈர்ப்பது மனித இயல்பு. ஒவ்வொரு தேர்தலிலும் எவ்வளவு "செய்திகள்" வெளிவருகின்றன என்பதை சற்று சிந்தித்துப் பாருங்கள் - A வெர்சஸ் B என்பது புகாரளிக்க ஒரு எளிய மோதலாகும், மேலும் யார் மேலே வரப் போகிறார்கள் என்பதை நாங்கள் எப்போதும் அறிய விரும்புகிறோம். பெரிய அளவில், பெரும்பாலான தலைப்புகளை விட போர்கள் அதிக கவனத்தை

ஈர்க்கின்றன, இதனால் அவை மிகவும் செய்திக்குரியதாக ஆக்குகின்றன.

6. பிரபலம்

முக்கியமான அல்லது அரை-புகழ் பெற்ற ஒருவருக்கு ஏதாவது நடந்தால், அந்த நபர்கள் நமக்கு விசேஷமாகத் தோன்றுவதால், நாம் அவர்களைப் பற்றி அதிகம் அக்கறை காட்டுகிறோம். கர்தாஷியன்கள், சுஷாந்த் சிங் ராஜ்புட் அல்லது, சமீபத்தில் ஜானி டெப்-ஆம்பர் ஹியர்ட் வழக்கு மற்றும் அவர்களின் ஊடக கவரேஜ் பற்றி யோசித்துப் பாருங்கள்.

7. வினோதமானது

இணைய யுகத்தில் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது மற்றும் அணுகக்கூடியது, இந்த காரணி அதிர்ச்சி மதிப்புடையது. இது போன்ற தலைப்புகள் கிளிக் தூண்டில் போல் தெரிகிறது, ஆனால் நிச்சயமாக போதும், நாங்கள் தொடருவோம் கிளிக். ம. சர்ச்சை: சர்ச்சை என்பது செய்தித் தகுதியைச் சேர்க்கும் முரண்பட்ட செய்திகளைக் குறிக்கிறது. இது செய்தி நிகழ்வு பற்றிய கருத்து வேறுபாடு என்றும் அறியப்படுகிறது: செய்தி எவ்வளவு சர்ச்சைக்குரியதோ, அந்த அறிக்கை வாசகர்களுக்கு மிகவும் விமர்சிக்கப்படுகிறது. சர்ச்சையானது தகவல்களைப் படிக்க பார்வையாளர்களை ஈர்க்கிறது, இது செய்தி கதைக்கு பரபரப்பை சேர்க்கிறது. மோதலின் பின்னணியில் உள்ள உண்மையை அடையாளம் காண மக்கள் எப்போதும் ஆர்வமாக உள்ளனர். எனவே, சர்ச்சை என்பது பத்திரிகையின் மற்றொரு முக்கியமான செய்தி மதிப்பு அல்லது செய்தித் தகுதியின் ஒரு அங்கமாகும். உதாரணமாக, தாஜ்மஹால் நீண்ட காலத்திற்கு முன்பு சிவன் கோவிலாக இருந்தது என்று பாஜக அமைச்சர் கூறுகிறார். மலேசியன் ஏர்லைன்ஸ் விமானம் MH370: ஊடக சர்ச்சையை விளக்குகிறது.

8. உண்மைத்தன்மை

உண்மையான செய்தி என்பது நம்பகமான மூலத்திலிருந்து சேகரிக்கப்பட்ட உண்மையான கதை. மக்கள் எப்போதும் செய்திகளைப் பற்றிய உண்மைகளை அறிய விரும்புகிறார்கள். செய்தியின் உண்மையான சாட்சி மற்றும் நம்பகமான ஆதாரம் மூலம் பார்வையாளர்கள் செய்தியின் நம்பகத்தன்மையை தீர்மானிக்கிறார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, WHO இன் படி, 192 மில்லியன் மக்கள் கொரோனா வைரஸால் பாதிக்கப்பட்டுள்ளனர், மேலும் 4.13 பேர் இறந்துள்ளனர். உலக சுகாதார அமைப்பு (WHO) செய்தியாளர் சந்திப்பு மூலம் தகவல்களை பரப்புவதால் பெரும்பாலான மக்கள் இந்த செய்தியை நம்புவார்கள்.

9. எதிர்மறை

நேர்மறை செய்திகளை விட எதிர்மறை செய்திகள் வேகமாக பரவுகின்றன. மக்கள் சாதாரண செய்திகளை விட எதிர்மறையான நிகழ்வுகளை அதிகம் விவாதிக்கிறார்கள் மற்றும் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள். நேர்மறை செய்திகளை விட எதிர்மறை செய்திகள் குறுகிய காலத்திற்கு ஏற்படும். இது போன்ற செய்திகளை சமூக வலைதளங்களில் நெட்டிசன்கள் அதிகமாக பகிர்ந்து வருகின்றனர். அதனால் எதிர்மறையான செய்திகள் வேகமாக பரவி வருகின்றன. உதாரணமாக, புதியது.

கேள்விகள்

1. இதழியல் என்ற சொல்லின் பொருள் என்ன?
2. பத்திரிகை ஒரு சமூகத்தில் செய்திகளை மட்டும் பரப்புவதில்லை; சமூகத்தில் _____ ஐ பராமரிக்கவும் உதவுகிறது.
3. செய்திகளின் வகைகள் என்ன?
4. செய்தியின் செயல்பாடுகள் என்ன?

அலகு - II

செய்தித்தாள் அமைப்பு அமைப்பு - செய்தி ஆதாரங்கள் மற்றும்
முகவர் - இலக்கு பார்வையாளர்கள்

செய்தித்தாள் அமைப்பு அமைப்பு

கற்றல் நோக்கங்கள்

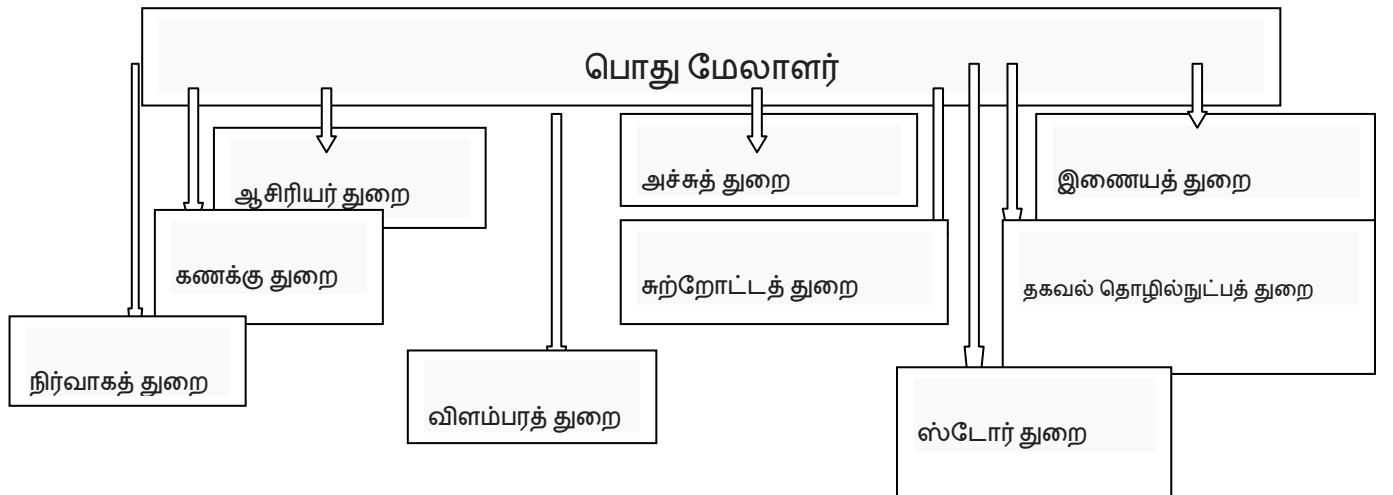
செய்தித்தாள் அமைப்பின் அடிப்படைகள் பற்றி மாணவர்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

செய்தித்தாள் என்பது பணியாளர்கள் நிலையான ஒரு அமைப்பாகும். ஒரு நிறுவனத்தின் வேலையின் வேகம் மற்றும் சரியான செயல்பாட்டை பராமரிக்க, செய்தித்தாள்களுக்கு கூட ஒரு அமைப்பு தேவை; இந்த அமைப்பு ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து மற்றொன்றுக்கு வேறுபடுகிறது.

செய்தித்தாள் அமைப்பு

ஒரு செய்தித்தாள் வீட்டின் அமைப்பு மற்றும் அமைப்பு: சராசரி செய்தித்தாள் அமைப்பு கொண்டிருக்கும் அடிப்படை துறைகளின் பட்டியல் கீழே உள்ளது:

நிறுவன கட்டமைப்பு (ORGANIZATIONAL STRUCTURE)



ஆசிரியர் துறை:

பெயர் குறிப்பிடுவது போல, எந்தவொரு செய்தித்தாள் நிறுவனத்திலும் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவதற்கு இந்தத் துறையே பொறுப்பாகும். இது ஆசிரியர் தலைமையில் உள்ளது. இந்தத் துறையின் முக்கியப் பொறுப்புகள் செய்தி சேகரிப்பு, தாளில் எந்தச் செய்திகள் மற்றும் அம்சங்கள் வெளியிடப்பட வேண்டும் என்பதைத் தேர்ந்தெடுப்பது, வெளியிடுவதற்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட செய்திகள் மற்றும் அம்சங்களைத் திருத்துதல், பின்னர் அவற்றை அச்சிடுவதற்கு இடுதல். மேலே கூறியது போல், ஆசிரியர் ஒரு செய்தித்தாளின் தலையங்கத் துறையின் தலைவர், மேலும் செய்தித்தாளில் தோன்றும் அனைத்து உள்ளடக்கங்களுக்கும் அவர் பொறுப்பு. எடிட்டர் உதவி ஆசிரியர்கள், துணைத் தொகுப்பாளர்கள், நகல் ரசனையாளர்கள், அம்ச எழுத்தாளர்கள், நிருபர்கள் மற்றும் பலருடன் இணைந்து பல்வேறு மூலங்களிலிருந்து செய்திகளைச் சேகரித்து வாசகர்களின் வீட்டு வாசலில் கொண்டு சேர்க்கிறார்.

அவரது செய்தித்தாளின் நிறுவன விளக்கப்படத்தில் நகல் ஆசிரியரின் முதன்மை அக்கறை, நிச்சயமாக, ஆசிரியர் துறை ஆகும். இங்கே, அது மிகவும் குறிக்கப்பட்டதால் விளக்கம் அவ்வளவு எளிதானது அல்ல. ஒரு செய்தித்தாளில் இருந்து மற்றொன்றுக்கு வேறுபாடுகள் தெரியும். இருப்பினும், ஒரு பொதுவான நிறுவனத் திட்டம் இப்படிச் செல்லும்: தலையங்கத் துறை உண்மையில் இரண்டு பக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது, பொதுவாக இவை வெளியீட்டாளருக்குத் தனித்தனியாகப் பொறுப்பாகும். அவை " செய்தி" மற்றும் "தலையங்கம்". செய்தித் தரப்பு பொதுவாக நிர்வாக அல்லது நிர்வாக ஆசிரியரின் மேற்பார்வையில் இருக்கும். தலையங்கப் பக்கக் குழுவில் தலையங்க எழுத்தாளர்கள் உள்ளனர் மற்றும் "தலைமைத் தலையங்க எழுத்தாளர்" மற்றும் " எடிட்டர்" அல்லது " தலைமையாசிரியர்" அல்லது சில சமயங்களில் " தலையங்கம் பக்க ஆசிரியர்" ஆகியோரால் இயக்கப்படுகிறது.

(i) செய்தி மேசை:

செய்தித்தாளுக்கு விதிக்கப்பட்ட அனைத்துக் கதைகளும், அவை நிருபர்களின் தட்டச்சுப்பொறியிலிருந்து வந்தாலும், மனிதர்களை மீண்டும் எழுதினாலும் அல்லது பல வயர் சேவைகள், டெலிபிரிண்டர்கள் மற்றும் பிற ஆதாரங்களில் இருந்து வந்தாலும் எட்டிங் தேவைப்படுகிறது. இந்தக் கடமை முக்கியமாக மேசை எனப்படும் குதிரைவாலி வடிவ மேசையில் அமர்ந்திருக்கும் நகல் வாசிப்பவர் மீது விழுகிறது. நகர ஆசிரியரும் மற்ற ஆசிரியர்களும் அனைத்து பிரதிகளையும் வாசித்தனர். பழைய நாட்களில் யுனிவர்சல் டெஸ்க் சிஸ்டம் என்று அழைக்கப்பட்டது, அதன் கீழ் வரும் அனைத்தையும் டெஸ்க் எட்டரே கையாண்டார். இப்போது சிறிய நாளிதழ்களில் கூட நகர மேசைக்கும் டெலிபிரிண்டரின் மேசைக்கும் இடையில் வேலையைப் பிரிப்பது வழக்கம். அவர்களுக்கு இடையே, அவர்கள் நகலைத் திருத்தி, விளையாட்டு மற்றும் நிதி கவரேஜ் தவிர மற்ற எல்லா செய்திகளுக்கும் தலைப்புச் செய்திகளை எழுதுகிறார்கள். பெரிய அளவில் செயல்பாட்டில் உள்ள சுயாதீனமான அல்லது தனி மேசை அமைப்பு வெவ்வேறு வாசகர்களுக்கு செய்திகளை ஒதுக்குகிறது, அவர்களில் ஒவ்வொருவருக்கும் சொந்த நகல் வாசிப்பாளர்கள் குழு உள்ளது. கேபிள், டெலிபிரிண்டர், சிட்டி பீட்ஸ், சொசைட்டி, பிசினஸ், ஃபைனான்ஸ், ஸ்போர்ட்ஸ் மற்றும் ரிசர்வ் நியூஸ் என நியமிக்கப்பட்ட செய்திகளை ஆட்கள் குழுவுடன் ஆசிரியர்கள் திருத்துகிறார்கள். பெரிய செய்தித்தாள்களில், சர்வதேச செய்திகளுக்கு ஒரு தனி மேசை உள்ளது. அமைப்பு உலகளாவிய மேசை அல்லது ஒரு தனி மேசையாக இருக்கும் இடத்தில், எட்டிங் செயல்முறை ஒரே மாதிரியாக இயங்குகிறது, இந்த விஷயத்தில் கதை ஒரு ' ஸ்லாட் மனிதனுக்கு ' செல்கிறது. தலை ஆனால் உள்ளே. குதிரைவாலி மேசையின் விளிம்பு. செய்தி ஆசிரியர் என்று அழைக்கப்படும் இந்த எட்டர், நகலை விரைவாகப் பார்த்து, அதன் முக்கியத்துவத்தை அளந்து, 200 வார்த்தைகள் அல்லது நெடுவரிசையின் அரை அல்லது முக்கால் பகுதியைத் தீர்மானித்து, நகலின் வகையைத் தீர்மானித்து, அதை அனுப்புகிறார். குதிரைக் காலணியின் நகல் வாசிப்பாளர்களில் ஒருவருக்கு.

(ii) தெளிவு

கதையின் அர்த்தம் என்ன என்பதைக் கண்டுபிடிப்பதில் வாசகருக்கு எந்த சிரமமும் இருக்கக்கூடாது.

(iii) ஒடுக்கம்

பிரதி வாசிப்பாளர் ஒவ்வொரு கதையையும் அதற்கு ஒதுக்கப்பட்ட நீளத்திற்கு வெட்டி சுருக்க வேண்டும். ஒடுக்கம் என்பது வார்த்தைகளுக்குப் பொருந்தும், கருத்துக்களுக்கு அல்ல. வாய்மொழி சலசலப்புகள் போகலாம், ஆனால் அர்த்தம் இருக்க வேண்டும். சுருக்கமானது நீண்ட சொற்களுக்குப் பதிலாக சிறிய சொற்களுக்குப் பதிலாக பெரிய சொற்களுக்குப் பதிலாகச் செய்யப்படுகிறது; உதாரணமாக, 'முயற்சி' என்ற இடத்தில் 'முயற்சி'.

(iv) ஏற்பாடு: நகல் வாசிப்பாளரின் ஏற்பாடு பற்றிய கருத்து இலக்கியவாதியின் கருத்துக்களிலிருந்து வேறுபட்டது. இது மீட்' என்ற மாநாட்டை அடிப்படையாகக் கொண்டது, இது முக்கியமான பகுதிகளை முதன்மையாகவும் குறைந்த முக்கிய பகுதிகளை கடைசியாகவும் வைக்கிறது. இது யோசனைகளின் வரிசையையும் உருவாக்குகிறது.

(v) நடை

நகல் வாசிப்பாளரின் நடைக்கும் இலக்கியத் தரத்திற்கும் எந்தத் தொடர்பும் இல்லை. எழுத்துப்பிழை, நிறுத்தற்குறி, பெரியெழுத்து, சுருக்கம், எண்களைப் பயன்படுத்துதல் மற்றும் பலவற்றிற்கு அவரது தாள் வகுத்துள்ள குறிப்பிட்ட விதிகளை இது குறிக்கிறது. தரப்படுத்தப்பட்ட நகல் வாசிப்பு சின்னங்களின் தொகுப்பின் மூலம் மேற்கூறிய கொள்கைகளின்படி நகல் வாசிப்பாளர் தனது நகலைத் திருத்துகிறார், இது தட்டச்சுப் பிரிவை எந்தப் பகுதியைத் தவிர்க்க வேண்டும், எப்போது மாற்ற வேண்டும், எப்போது ஒரு வார்த்தையை உச்சரிக்க வேண்டும், எப்போது ஒப்பந்தம் செய்ய வேண்டும் என்று கூறுகிறது. பின்னர் அவர் நகலெடுக்கப்பட்ட பத்திகளைச் சரிபார்த்து,

கதைக்கு போதுமான நீளம் இருந்தால், அவர் துணைத் தலைப்புகளை வழங்குகிறார். துணைத்தலைப்பு என்பது கதை அல்லது கட்டுரையின் உடலமைப்பிலிருந்து வேறுபடும் வகையில் அச்சிடப்பட வேண்டிய ஒரு வரியாகும், மேலும் நீண்ட நெடுவரிசையின் மிகவும் திடமான தோற்றத்தை உடைக்கப் பயன்படுகிறது. சிறந்த விதி யோசனைகளை பத்தி செய்ய வேண்டும் மற்றும் இயந்திர காரணங்களுக்காக அல்ல. துணைத்தலைப்புக்கு வரும்போது நகல் வாசிப்பாளர்கள் இயந்திரத்தனமாக இருப்பதைத் தவிர்க்க முயற்சி செய்கிறார்கள். நெடுவரிசையின் தோற்றத்திற்கு ஒவ்வொரு இரண்டு குச்சிகள் அல்லது குறைந்தபட்சம் ஒன்றரை குச்சிகள் அல்லது ஒவ்வொரு 300 அல்லது 350 வார்த்தைகளுக்கும் ஒரு துணைத் தலைப்பு தேவைப்படுகிறது. காப்பி ரீடர் தனது துணைத்தலைப்புகள் பாடத்தில் பிரிவுகளை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளார், ஒவ்வொரு பிரிவும் புதிதாக ஒன்றைக் குறிக்கும் மற்றும் ஏற்கனவே சொல்லப்பட்டதை மீண்டும் கூறுவதற்காக அல்ல. நகல் வாசிப்பவர் பொதுவாக மூன்று சிக்கல்களை எதிர்கொள்கிறார்:

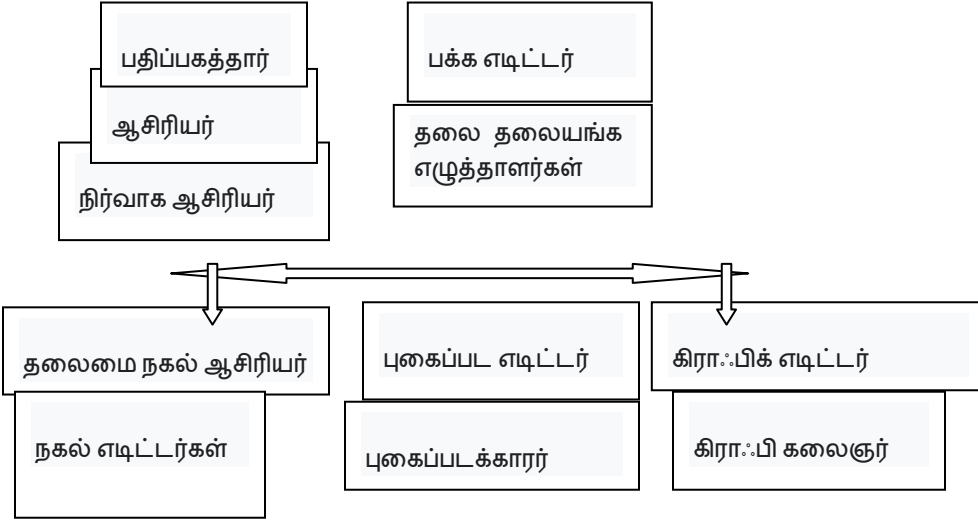
(i) கதையை இறுக்கி அதன் மூலம் செயலை விரைவுபடுத்துதல்;
(ii) அதிகப்படியான பொருட்கள் மற்றும் புரோமைடுகளை வெட்டுவது;
மற்றும்

(iii) ஒரு தந்தி ஆசிரியர் அதைக் கையாளத் தேர்வுசெய்தால், ஒரு பக்கம்-ஒரு பெட்டியில் அதைத் தெறிக்கும் வகையில் கதையைக் குறைக்க வேண்டும். தலைப்பின் கலை: நகல் வாசிப்பவர் அநாமதேயமாக வேலை செய்தாலும், அவர் ஒரு நல்ல தலைப்பை உருவாக்கும்போது, அவர் ஒரு படைப்பாற்றல் கலைஞரின் மகிழ்ச்சியை உணர்கிறார். குறுகிய வார்த்தைகள் மற்றும் ஒரு குறுகிய திசைகாட்டி மூலம், அவர் ஒரு முழு கதையையும் சொல்ல முடியும். தலைப்பு இரண்டு தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும் என்பதை அவர் அறிவார்: அது கதையின் கவனத்தை ஈர்க்க வேண்டும் மற்றும் கதையின் முக்கிய உண்மைகளை அறிவிக்க வேண்டும். அவர் உருவாக்கும் ஒவ்வொரு தலைப்பும் இரண்டையும் செய்யும்படி பார்த்துக் கொள்கிறார். செய்திகளைச் சேகரிப்பதற்கும், செய்திகளை

விளக்குவதற்கும் மற்றும் குறுகிய பட்டியல் செய்தி அம்சங்களைப் பட்டியலிடுவதற்குகான பொறுப்புகள்.

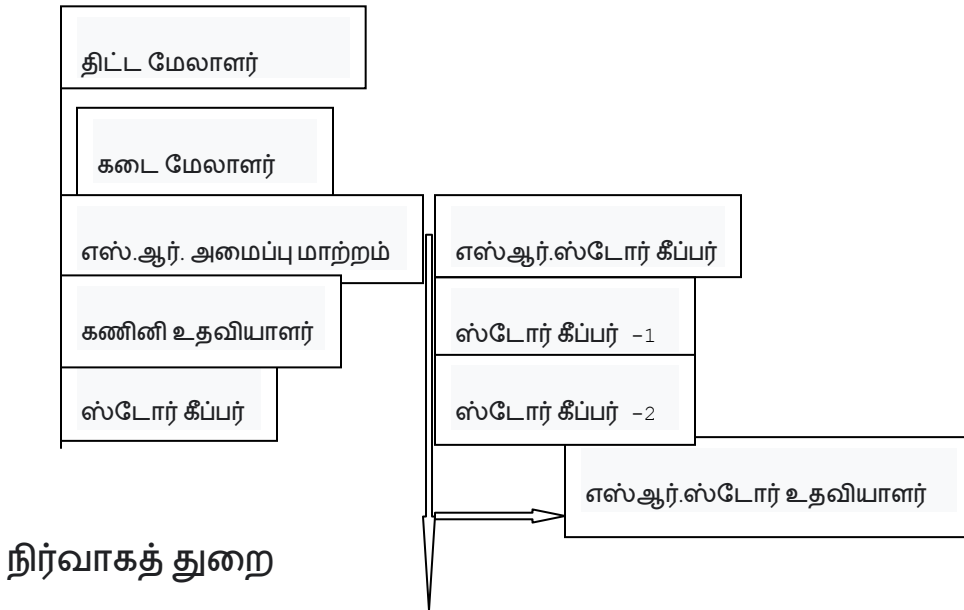
- ❖ இந்தப் பிரிவில் உள்ள எடிட்டர்களில் புகைப்பட எடிட்டர், டிசைன் எடிட்டர், லேஅவுட் எடிட்டர் போன்றவை அடங்கும்.
- ❖ செய்தித்தாளின் ஆசிரியர் மட்டுமே வேலையைக் கையாள முடியாது, எனவே தலைமை நிருபர், குடியரிமை ஆசிரியர்கள், நிர்வாக ஆசிரியர்கள், துணைத் ஆசிரியர்கள், உதவியாளர்கள். தொகுப்பாளர்கள், துணைத் தொகுப்பாளர்கள், புகைப்படக் கலைஞர்கள், கார்ட்டூனிஸ்டுகள் மற்றும் சிறப்பு எழுத்தாளர்கள். இந்தத் துறையானது செய்தி சேகரிப்புக்குப் பொறுப்பான ஆசிரியர் தலைமையில் உள்ளது. செய்தி மற்றும் அம்சங்களின் தேர்வு. செய்தி மற்றும் அம்சங்களைத் திருத்துதல் மற்றும் செய்திகளின் விளக்கம். செய்தித்தாளின் ஆசிரியர் மட்டும் எடிட்டிங் பணியை கையாள முடியாது, எனவே தலைமை நிருபர், குடியரிமை ஆசிரியர்கள், நிர்வாக ஆசிரியர்கள், துணை . எடிட்டர்கள், உதவி ஆசிரியர்கள், செய்தி ஆசிரியர்கள் (இரவு மற்றும் பகல்), துணை ஆசிரியர்கள் மற்றும் புகைப்படக் கலைஞர்கள், கார்ட்டூனிஸ்டுகள், அம்ச எழுத்தாளர்கள் மற்றும் விமர்சகர்கள். பல்வேறு வகையான நிருபர்கள் செய்தித்தாளின் தலையங்கத் துறைக்கு செய்திகளைச் சேகரித்து வழங்குவதில் ஈடுபட்டுள்ளனர்.

தலையங்கத் துறை (EDITORIAL DEPARTMENT)



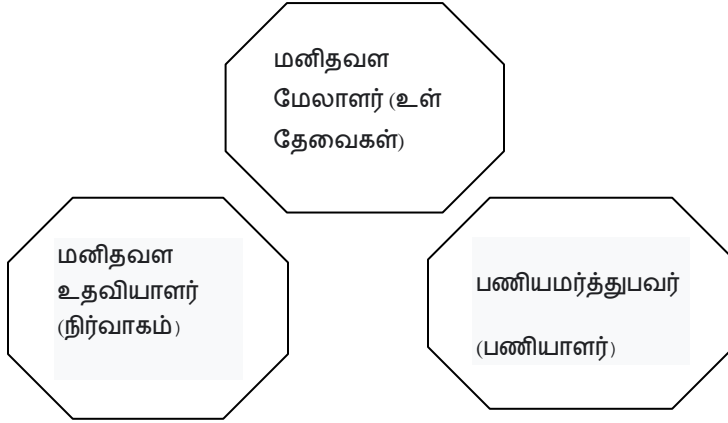
ஸ்டோர் துறை

இது சேமிப்பக வேலைகளை கவனித்து, மூலப்பொருட்கள் (காகிதம், மை, ஸ்டென்சில்கள், முதலியன) மற்றும் முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் (அச்சிடப்பட்ட செய்தித்தாள்) ஆகியவற்றின் இருப்புகளைப் பராமரித்து, பராமரிக்கிறது. செய்தித்தாள் அலுவலகத்தில் பயன்படுத்தப்படும் பொருட்கள் (செய்தித்தாள்) மற்றும் பிற பொருட்கள்.



நிர்வாகத் துறை

இந்தத் துறையானது பணியாளர்கள் தொடர்பான பொது நிர்வாகப் பணிகளைக் கவனிக்கிறது: அவர்களின் தேர்வு, பயிற்சி, பதவி உயர்வு, பணி ஒதுக்கீடு, விடுப்புப் பதிவுகளை பராமரித்தல், அரசுத் துறைகளுடன் தொடர்பு, பொது வசதிகள் மற்றும் பிற துறைகளின் பணியை எளிதாக்கும் அனைத்துப் பணிகளும். தனியான சட்டத் துறை இல்லாத நிலையில், சட்ட விவகாரங்கள் தொடர்பான பணிகளையும் நிர்வாகத் துறையே கையாளுகிறது. பெரும்பாலான செய்தித்தாள்கள் செய்தித்தாளை வெளியிடுவதற்கு நான்கு முக்கிய துறைகளைக் கொண்டுள்ளன. அவர்கள் பொது நிர்வாகப் பணிகளைப் பார்க்கிறார்கள். பணியில் பணியாளர்களின் பணி ஒதுக்கீடு, பணியாளர் பயிற்சி மற்றும் பதவி உயர்வு, விடுப்பு மற்றும் பிற பதிவுகளை பராமரித்தல் மற்றும் பிற துறைகளை நிர்வகித்தல் ஆகியவை அடங்கும்.



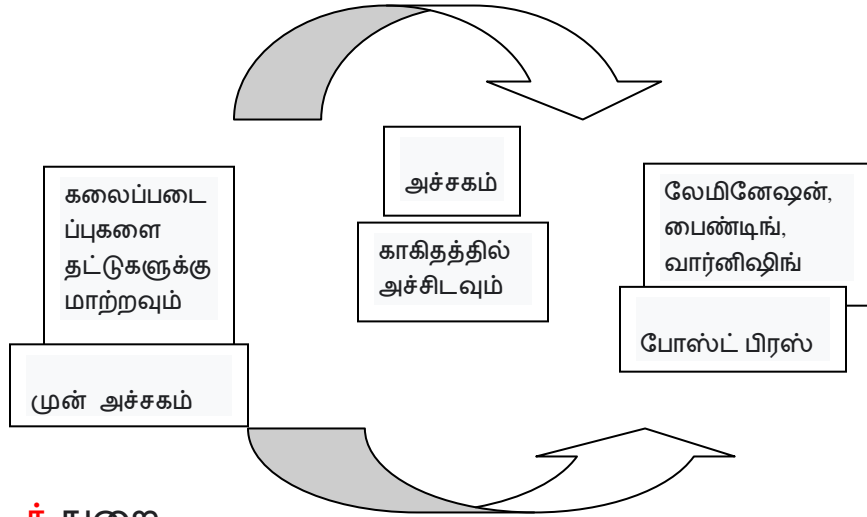
அச்சிடும் துறை

உற்பத்தி/அச்சுத் துறை-இது ஒரு செய்தித்தாளில் உள்ள மற்றொரு துறை. செய்தித்தாள்கள் அச்சிடும் பொறுப்பு இத்துறைக்கு உள்ளது. பத்திரிகையாளர்களின் கதைகளை வகையாக மாற்றுவது மற்றும் அச்சு இயந்திரங்களை பராமரிப்பது உள்ளிட்ட காகிதங்களின் தயாரிப்பு மற்றும் அச்சிடலுடன் தொடர்புடைய அனைத்திற்கும் துறை பொறுப்பாகும். இயந்திரங்களை நிறுவுதல், ஆலை அமைப்பு, கலவை, செயலாக்கம், ஏற்றுதல், திட்டமிடுதல், இயந்திரங்களை

பராமரித்தல் போன்ற அனைத்து அச்ச வேலைகளையும் இது கவனித்துக்கொள்கிறது.

- ❖ செய்தித்தாளின் தயாரிப்பு அம்சங்கள்.
- ❖ இயந்திரங்களை நிறுவுதல் மற்றும் பராமரித்தல்,
- ❖ செய்தித்தாள் வடிவில் தரவுகளை தொகுத்து பின்னர் காகிதத்தில் போடுதல்.

எடுத்துக்காட்டாக: அச்சிடும் தட்டு தயாரித்தல், அச்சிடுதல், வெட்டுதல், மடிப்பு, முதலியவை



சுற்றோட்டத் துறை

புழக்கத் துறையின் முக்கியப் பொறுப்புகள் செய்தித்தாளின் நகல்களின் சுழற்சி அல்லது விநியோகத்தை கவனிப்பதாகும்.

மூன்று முக்கிய பொறுப்புகள் உள்ளன:

- ❖ காகித விற்பனை.
- ❖ சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கு வழங்குதல்.
- ❖ சந்தாதாரர்களிடமிருந்து தரவுகளை சேகரித்தல்.

சுற்றோட்டத் துறை (Circulation Department)

நாளிதழ் அச்சடிக்கப்பட்ட பிறகு சர்க்குலேஷன் டிபார்ட்மென்ட் அனைத்தையும் கவனித்துக் கொள்கிறது. இது அவர்களின் சொந்த அல்லது மூன்றாம் தரப்பு கேரியர்கள் மூலம் வீடுகளுக்கு பிரசுரத்தை வழங்குவது, வீடுகளுக்கு அஞ்சல் செய்ய அஞ்சல் அலுவலகம், அத்துடன் செய்தி நிறுவனங்கள், விற்பனை இயந்திரங்கள் மற்றும் அது விநியோகிக்கப்படும் பிற இடங்களுக்கு வழங்குவது ஆகியவை அடங்கும். அச்ச மற்றும் டிஜிட்டல் பதிப்புகளைத் தொடங்க அல்லது தொடர்ந்து படிக்க மக்களை ஊக்குவிப்பதில் அவர்கள் பொறுப்பான துறையாகும். மக்கள் தொடர்ந்து அப்பகுதியை விட்டு வெளியேறி வருவதால் அல்லது பிற காரணங்களுக்காக சந்தாக்களை ரத்து செய்வதால், டெலிமார்க்கெட்டிங், நேரடி அஞ்சல் மற்றும் அச்ச மற்றும் பல டிஜிட்டல் தளங்களில் விளம்பர பிரச்சாரங்கள் மூலம் புதிய நபர்களைக் கொண்டுவருவதற்கு புழக்கத் துறை எப்போதும் செயல்படுகிறது. முக்கிய சமூக நிகழ்வுகளில் நீங்கள் அவர்களைப் பார்ப்பீர்கள், உங்கள் செய்தித்தாளை விளம்பரப்படுத்துவீர்கள், மேலும் அடிக்கடி நிகழ்விற்கு நிதியளிப்பீர்கள். பொதுவாக விளம்பர விற்பனை அனைத்து செய்தித்தாள் வருவாயில் 75% மற்றும் புழக்கத்தில் மற்ற 25% கொண்டு வந்தாலும், புழக்கத் துறை இல்லாமல், யாரும் காகிதத்தைப் படிக்க மாட்டார்கள், எனவே விளம்பரங்களை விற்க முடியாது. சுழற்சி என்பது வணிக அலுவலகத்தின் மற்றொரு முக்கிய பிரிவாகும் மற்றும் வழக்கமாக ஒரு பெரிய நிர்வாகி, சுழற்சி மேலாளரால் வழிநடத்தப்படுகிறது, ஏனெனில் செய்தித்தாள் இறுதியில் நிலையான வாசகர்களின் எண்ணிக்கையின் அடிப்படையில் நிற்கிறது அல்லது விழுகிறது.

சுழற்சி மேலாளர் தனது மேற்பார்வையின் கீழ் பின்வரும் உட்பிரிவுகளில் ஏதேனும் அல்லது அனைத்தையும் கொண்டிருக்கலாம்.

(i) நகர சுழற்சி

இது வெளியீட்டு நகரத்திற்கான சுழற்சி பதிவுகளை பராமரிப்பதை உள்ளடக்கியது; கேரியர் பையன்களின் ஆட்சேர்ப்பு, மேற்பார்வை மற்றும் திருப்பிச் செலுத்துதல்; நகரத்தின் உட்பிரிவுகள் மூலம் சுழற்சியை மேற்பார்வையிடும் மாவட்ட மனிதர்களின் மேற்பார்வை;

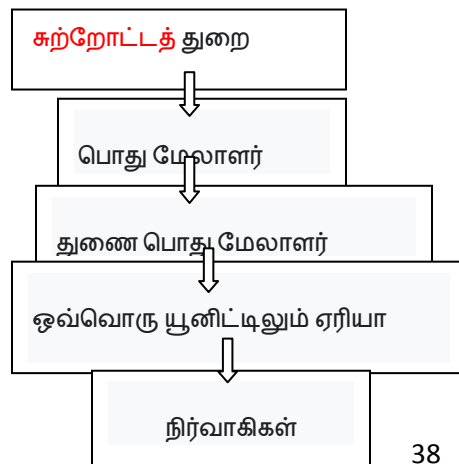
செய்தி நிறுவனங்களுக்கு காகிதங்களை நகர்த்துவதற்கான பொறுப்பை ஏற்றுக்கொள்வது; செய்தி நிறுவன ஆபரேட்டர்களுடனான உறவுகள் போன்றவை.

(ii) ஏரியா சர்குலேஷன்

இங்குள்ள பொறுப்புகளில் சுற்றியுள்ள பகுதிக்கான தாள்களை தபால் மூலம் பெறுதல் மற்றும் அஞ்சல் சேவை வேகமாக இல்லாத சுற்றுப்புற பகுதிகளுக்கு காகிதங்களை கொண்டு செல்ல டெம்போக்கள் அல்லது டாக்சிகளை இயக்குதல் ஆகியவை அடங்கும். பத்திரிகை அறையிலிருந்து அஞ்சல் அறைக்குள் தாள்கள் செல்லும்போது அவற்றை பொருத்தமான விநியோக சேனல்களுக்கு நகர்த்துவதற்கும் சுழற்சி மேலாளர் பொறுப்பேற்கிறார்.

(iii) விற்பனை ஊக்குவிப்பு

பதிவுகளை வைத்திருப்பதற்கு அலுவலக ஊழியர்களின் வழிகாட்டுதல், சந்தாதாரர்களுக்கு அவர்களின் சந்தாவை புதுப்பித்தல் தேவைப்படும்போது அறிவிப்பது, புகார்களைக் கையாளுதல், புதிய சந்தாக்கள் மற்றும் புதுப்பித்தல் போன்றவற்றை கவுண்டரில், அஞ்சல் மூலமாகக் கையாளுதல் போன்றவை அடங்கும். பதவி உயர்வு அடிப்படையில் "பொதுவாகும். உறவுகள்" செய்தித்தாள் துறை. ஒரு தனியான பதவி உயர்வுத் துறை இருந்தால், அது வெளியீட்டாளரின் ஒப்புதலுக்கு உட்பட்டு, விளம்பரக் கொள்கைகளைத் தொடங்குவதற்குப் பொறுப்பாகும், மேலும் பொதுவாக மற்ற துறைகளின் விளம்பர நடவடிக்கைகளை ஒருங்கிணைக்கிறது.



விளம்பரத் துறை

எந்தவொரு செய்தித்தாள் நிறுவனத்திலும் விளம்பரத் துறை மற்றொரு மிக முக்கியமான துறையாகும். செய்தித்தாள்களுக்கு விளம்பரம் எவ்வளவு வருவாய் ஈட்டுகிறது என்பது அனைவருக்கும் தெரியும். உண்மையில், செய்தித்தாள் நிறுவனங்களுக்கு விளம்பரம்தான் முக்கிய வருவாய் என்று கூறப்படுகிறது. செய்தித்தாளில் விளம்பரம் இல்லாமல், நிறுவனம் வாழ முடியாது. ஒரு நாளிதழின் விளம்பரப் பிரிவானது தாளில் வெளியிடப்படும் விளம்பரங்களுக்குப் பொறுப்பாகும். ஒரு செய்தித்தாளின் வருமானத்தின் முக்கிய ஆதாரம் விளம்பரம். எனவே, ஒரு செய்தித்தாள் நிறுவனத்தில் விளம்பரங்களை சேகரித்து வெளியிடும் பணி முக்கியமானது. விளம்பரத் துறை இந்தப் பணிகளை கவனிக்கிறது. இந்தத் துறையில் பல பிரிவுகள் இருக்கலாம்: ஒன்று உள்ளூர் விளம்பரங்களைக் கவனிக்க, ஒன்று பொது அல்லது தேசிய விளம்பரங்களுக்காக, ஒன்று சட்டப்பூர்வ விளம்பரத்திற்காக, இன்னொன்று நகலைத் தயாரிப்பதற்காக, மற்றும் பல.

- ❖ வருவாய் ஈட்டும் அம்சத்தில் இது மிகவும் முக்கியமான துறையாகும்.
- ❖ இது ஒவ்வொரு செய்தித்தாள் பதிப்பிலும் வைக்கப்படும் விளம்பரங்களைச் சேகரித்துப் பார்க்கிறது.
- ❖ இந்தத் துறையானது வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரங்கள், உள்ளூர், தேசிய மற்றும் ரியல் எஸ்டேட் விளம்பரங்கள் ஆகியவற்றைப் பார்க்கிறது, சட்டம் சேர்க்கிறது.

ஒரு செய்தித்தாளின் விளம்பரத் துறையானது உள்ளூர் அல்லது தேசிய நிறுவனங்களுக்கு விளம்பர இடத்தை விற்பதன் மூலம் வணிகத்திற்கான வருவாயை உருவாக்குவதற்கு பொறுப்பாகும். விளம்பர இடத்தை விற்க, விளம்பரதாரர்களிடமிருந்து ஆர்டர்களை ஏற்றுக்கொள்வது மற்றும் செயலாக்குவது, விளம்பரங்களை உருவாக்குதல், விளம்பரதாரர்கள் மற்றும் விளம்பர நிறுவனங்களுக்கு ஊடகத் தகவல்களை வழங்குதல், விளம்பரத் திட்டங்களை உருவாக்க வணிகங்களுக்கு உதவுதல் மற்றும் அம்சங்களை உருவாக்க ஆசிரியர் குழுக்களுடன் இணைந்து

பணியாற்றுதல் உள்ளிட்ட பல செயல்பாடுகளை இத்துறை செய்கிறது. விளம்பரதாரர்களை ஈர்க்கும்.

வணிகம்

சிறு வணிகங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை சந்தைப்படுத்த உதவுவதில் செய்தித்தாள் விளம்பரத் துறை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. புரொபஷனல் அட்வர்டைசிங்கின் படி, அமெரிக்காவில் 57 சதவீத பெரியவர்கள் தினசரி செய்தித்தாளைப் படிக்கிறார்கள், மேலும் நாட்டின் விளம்பர வருவாயில் செய்தித்தாள்கள் மிகப்பெரிய பங்கைப் பெறுகின்றன. செய்தித்தாள் விளம்பரச் செலவுகளில் 85 சதவீதத்திற்கும் மேல் உள்ளூர் விளம்பரதாரர்களால் கணக்கிடப்படுகிறது. வகைப்படுத்தப்பட்டது ஒரு செய்தித்தாளில் பல விளம்பரங்கள் சிறியவை, குறைந்த விலை, மற்றும் பொதுவாக உரையை மட்டுமே கொண்டிருக்கும், இருப்பினும் சில புகைப்படங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. இவை வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரங்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன, மேலும் அவை வெவ்வேறு தலைப்புகள் அல்லது வகைப்பாடுகளின் கீழ் செய்தித்தாளின் சிறப்புப் பிரிவில் வெளியிடப்படுகின்றன. விளம்பரத் துறையானது, தொலைபேசி, மின்னஞ்சல் அல்லது இணையம் வழியாக வகைப்படுத்தப்பட்ட விளம்பரங்களுக்கான ஆர்டர்களை எடுத்து, ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட தேதியில் வெளியிடுவதற்கான ஆர்டர்களை செயலாக்குகிறது.

வடிவமைப்பு

செய்தித்தாளின் தலையங்கப் பிரிவுகளில் தோன்றும் விளம்பரங்கள் காட்சி விளம்பரங்கள் எனப்படும். பொதுவாக, அவற்றில் புகைப்படங்கள் அல்லது விளக்கப்படங்கள் மற்றும் உரை ஆகியவை அடங்கும். சொந்த வசதிகள் இல்லாத அல்லது விளம்பர நிறுவனத்தைப் பயன்படுத்தாத விளம்பரதாரர்களுக்கு விளம்பரத் துறை வடிவமைப்புச் சேவைகளை வழங்கலாம்; விளம்பரதாரர் வாங்கிய இடத்துக்கு ஏற்றவாறு உள்நாட்டில் உள்ள வரைகலை

வடிவமைப்பாளர் ஒரு விளம்பரத்தை உருவாக்கி எழுதுவார். ஊடகத் தரவு விளம்பரதாரர்களுக்கு ஊடகத் தரவை வழங்குவது விளம்பரத் துறையின் ஒரு முக்கிய செயல்பாடு ஆகும்.

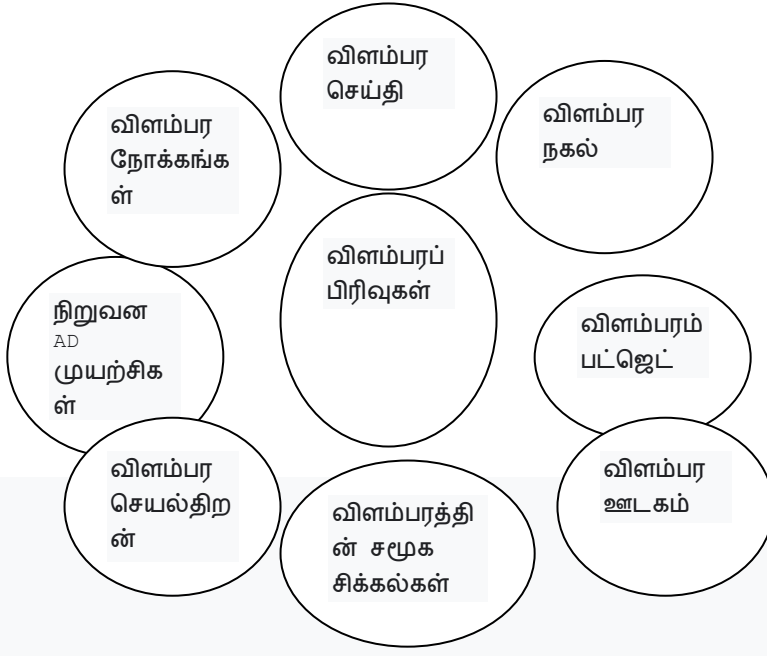
மீடியா தரவு

செய்தித்தாளின் சுழற்சி, அதன் வெளியீட்டின் அதிர்வெண், புவியியல் கவரேஜ் மற்றும் பார்வையாளர்களின் ஆராய்ச்சியின் அடிப்படையில் அதன் வாசகர்களின் சுயவிவரம் ஆகியவை அடங்கும். பல்வேறு அளவிலான விளம்பரங்களின் விலைகளைப் பட்டியலிடும் கட்டண அட்டையையும் இந்தத் துறை தயாரிக்கிறது, மேலும் பல முன்பதிவுகளுக்கு கிடைக்கும் தள்ளுபடிகளுடன். விளம்பரதாரர்கள் மற்றும் விளம்பர ஏஜென்சிகள் தங்கள் விளம்பரப் பிரச்சாரங்களைத் திட்டமிட ஊடகத் தரவு மற்றும் ரேட் கார்டுகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். அவர்கள் ஒரு செய்தித்தாள் அல்லது பத்திரிகை போன்ற ஒரு ஊடகத்தைத் தேர்வு செய்கிறார்கள், இது அவர்களின் இலக்கு பார்வையாளர்களின் மிகப்பெரிய விகிதத்தை குறைந்த செலவில் அடையும்.

அம்சங்கள்

விளம்பரத் துறைகள் விளம்பரதாரர்களைக் கவரும் வகையில் சிறப்பு அம்சங்களை உருவாக்க எடிட்டோரியல் குழுக்களுடன் இணைந்து செயல்படுகின்றன. ஒரு உதாரணம் வீட்டு மேம்பாடுகளில் ஒரு அம்சமாகும், இதில் தலையங்க உள்ளடக்கத்தில் அலங்காரம், தளபாடங்கள் இடம் மற்றும் சிறிய கட்டிடத் திட்டங்கள் பற்றிய தொடர் கட்டுரைகள் இருக்கும். விளம்பரத் துறை தொடர்புடைய தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் சப்ளையர்களைத் தொடர்புகொண்டு, அம்சத்தில் விளம்பரம் செய்ய அவர்களை அழைக்கிறது மற்றும் தலையங்கச் சூழலின் நன்மைகளை வலியுறுத்துகிறது. விளம்பரத் துறைகளும் சிறு வணிகங்களுக்கு விளம்பரப் பிரச்சாரங்களைத் திட்டமிட உதவுகின்றன. விற்பனைப்

பிரதிநிதிகள் அடிக்கடி விளம்பரதாரர்களைச் சந்தித்து அவர்களின் வணிக நோக்கங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும், அவர்களின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விளம்பரப்படுத்த செய்தித்தாளையப் பயன்படுத்துவதற்கான சிறந்த வழியைப் பரிந்துரைக்கவும். விளம்பரத் துறைகள் செய்தித்தாளில் ஈர்க்க விரும்பும் உயர் விளம்பரதாரர்களுக்கு சிறப்பு ஒப்பந்தங்கள் அல்லது தள்ளுபடிகளை வழங்கலாம்.



தகவல் தொழில்நுட்பத் துறை:

இந்தத் துறையானது ஊடக நிறுவனத்தை நடத்துவதோடு தொடர்புடைய தொழில்நுட்ப உபகரணங்களைப் பாதுகாத்தல், பராமரித்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் பொறுப்பாகும். பொறியாளர்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப வல்லுநர்கள் தங்களின் சில நேரத்தை தடுப்பு பராமரிப்புக்காக செலவிடுகிறார்கள், உபகரணங்களை உடைக்காமல் இருக்க முயற்சி செய்கிறார்கள் மற்றும் ஏற்கனவே உடைந்த உபகரணங்களை சரிசெய்வதில் அதிக நேரத்தை செலவிடுகிறார்கள். இந்த கடைசி வேலை குறிப்பாக முக்கியமானது, புதிய தொழில்நுட்பத்தின் அதிக விலை உபகரணங்களை மாற்றுவதை கடினமாக்குகிறது. தயாரிப்பு/அச்சுத் துறையைப் போலவே, இந்தத்

துறையும் செய்தித் துறையின் ஒரு பகுதியாக இல்லை, ஆனால் இன்னும் செய்தி ஒளிபரப்பில் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. இந்தத் துறை பெரும்பாலும் தலைமைப் பொறியாளரால் வழிநடத்தப்படுகிறது. நிறுவனம் முழுவதும் பயன்படுத்தப்படும் எந்தவொரு மற்றும் அனைத்து பொறியியல் உபகரணங்களுடனும் செய்ய வேண்டிய அனைத்து செயல்பாடுகள் மற்றும் பராமரிப்புக்கு அவர் அல்லது அவள் பொறுப்பு. தலைமைப் பொறியாளர் சிக்கலான ஒருங்கிணைந்த அமைப்புகளை குறைந்தபட்ச மேற்பார்வையுடன் நிர்வகிக்கவும் பராமரிக்கவும் மற்றும் நிறுவனத்தில் உள்ள அனைத்து தொழில்நுட்ப உபகரணங்களையும் பராமரிக்கவும் பழுதுபார்க்கவும் வேண்டும். செய்தி அறை உபகரணங்களைப் பழுதுபார்ப்பதற்கும், தகவலைத் திறம்பட வழங்குவதற்கும், மேலாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பொதுமக்களின் கேள்விகளுக்குப் பதிலளிப்பதற்கும் தேவையான கருவிகளை சரிசெய்தல், கண்டறிதல் மற்றும் கையாளுதல் ஆகியவை இந்த நிலைக்குத் தேவை. சமீபத்திய கேஜெட்டுகள், கணினிகள், வன்பொருள், பாகங்கள் மற்றும் மின்சாரம், பிளம்பிங் மற்றும் அடிப்படை கட்டுமான நுட்பங்கள் பற்றிய நடைமுறை அறிவுடன் தொடர்புடைய மென்பொருள் பற்றிய உறுதியான வேலை அறிவு உதவியாக இருக்கும். தலைமைப் பொறியாளர் தரை பராமரிப்பு தொழில்நுட்ப வல்லுநர்களுக்கு தலைமை தாங்குகிறார்.

செய்தி ஆதாரங்கள் ஏஜென்சிகள்

பிரஸ் டிரஸ்ட் ஆஃப் இந்தியா (PTI)

பிடி என்பது இந்தியாவின் முதன்மையான செய்தி நிறுவனமாகும், இது புது தில்லியை தலைமையிடமாகக் கொண்டுள்ளது மற்றும் 500க்கும் மேற்பட்ட இந்திய செய்தித்தாள்களின் இலாப நோக்கற்ற கூட்டுறவு ஆகும். இது 400 க்கும் மேற்பட்ட பத்திரிகையாளர்கள் மற்றும் 500 ஸ்டிரிங்கர்களை இந்தியாவில் உள்ள ஒவ்வொரு மாவட்டத்தையும் சிறிய நகரங்களையும் உள்ளடக்கியதாகக் கொண்டுள்ளது. மொத்தமாக, அவர்கள் ஒரு நாளைக்கு 2,000 க்கும் மேற்பட்ட கதைகள் மற்றும் 200 புகைப்படங்களை

வெளியிடுகிறார்கள். இந்தி சேவைக்கு பாஷா என்று பெயர். PTI நிருபர்கள் உலகம் முழுவதும் உள்ள அனைத்து முக்கிய செய்தி மையங்களிலும் உள்ளனர். இது பல வெளிநாட்டு செய்தி நிறுவனங்களுடனும் தொடர்பைக் கொண்டுள்ளது. தற்போது, இந்தியாவில் புதிய ஏஜென்சி சந்தைப் பங்கில் 90% பிடிஐ ஆக்கிரமித்துள்ளது.

பிடி 1947 இல் பதிவு செய்யப்பட்டு 1949 இல் செயல்படத் தொடங்கியது. பிடி ஆனது இயக்குநர்கள் குழுவால் நடத்தப்படுகிறது, வருடாந்திர பொதுக் கூட்டத்தில் சுழற்சி முறையில் தலைவர் பதவிக்கு செல்கிறார். பிடி இன் தினசரி நிர்வாகம் மற்றும் நிர்வாகமானது தலைமையாசிரியர் தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் தலைமையில் உள்ளது. அதன் இயக்குநர்கள் குழுவில் வினீத் ஜெயின், அவீக் சர்க்கார், விவேக் கோயங்கா, என் ரவி போன்ற இந்தியாவின் பெரும்பாலான முன்னணி வெளியீடுகளின் உரிமையாளர்கள் மற்றும் ஆசிரியர்கள் உள்ளனர்.

யுனைடெட் நியூஸ் ஆஃப் இந்தியா (UNI)

யுஏன்! தனது வணிக நடவடிக்கைகளை மார்ச் 21, 1961 அன்று தொடங்கியது. அனைத்து மாநில தலைநகரங்களிலும் மற்ற முக்கிய நகரங்களிலும் செய்தி அலுவலகம் உள்ளது. ஏஜென்சிக்கு முக்கிய உலகத் தலைநகரங்களிலும் பிரதிநிதிகள் உள்ளனர். யுஏன்! தான் முதன்முதலில் பல மொழி செய்தி சேவையான மே 1, 1982 அன்று இந்தி செய்தித்தாள்களுக்கு செய்தி சேவைகளை வழங்கும். ஜூன் 5, 1992 இல் இருந்து உருது மொழியில் செய்திகளை வழங்கும் உலகின் முதல் மற்றும் ஒரே செய்தி நிறுவனம் யுனைடெட் நியூஸ் ஆஃப் இந்தியா ஆகும். ஏஜென்சியின் சந்தாதாரர்களில் 14 மொழிகளில் வெளியிடப்பட்ட செய்தித்தாள்கள், ஏஐஆர், தூர்தர்ஷன், மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகள், கார்ப்பரேட் மற்றும் வர்த்தக நிறுவனங்கள் மற்றும் மின்னணு நிறுவனங்கள் அடங்கும். மற்றும் இணைய அடிப்படையிலான ஊடகம்.

இந்தோ-ஆசிய செய்தி சேவை (IANS)

ஐஏஎன்எஸ் 1986 இல் நிறுவப்பட்டது, ஆரம்பத்தில் இந்தியாவிற்கும் வட அமெரிக்காவில் உள்ள புலம்பெயர்ந்தோருக்கும் இடையே தகவல் பாலமாக பணியாற்றுவதற்காக. இன்று, இது டெல்லி-என்சிஆர் (நொய்டா) அடிப்படையிலான ஒரு முழுமையான, 24x7 ஏஜென்சி ஆகும், இது இந்தியா, தெற்காசியா மற்றும் உலகெங்கிலும் உள்ள இந்த பிராந்தியத்தின் செய்திகளை நிகழ்நேர செய்திகளை வெளியிடுகிறது. ஐஏஎன்எஸ் ஆறு மூலோபாய வணிக பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது: ஐஏஎன்எஸ் ஆங்கிலம், ஐஏஎன்எஸ் இந்தி, ஐஏஎன்எஸ் பப்ளிஷிங், ஐஏஎன்எஸ் பிசினஸ் கன்சல்டன்சி, ஐஏஎன்எஸ் சொல்யூஷன்ஸ் மற்றும் ஐஏஎன்எஸ் மொபைல். அதன் வாடிக்கையாளர் பட்டியலில் அச்சு வெளியீடுகள், தொலைக்காட்சி செய்தி சேனல்கள், இணையதளங்கள், வெளிநாட்டில் உள்ள இன வெளியீடுகள், அரசு அமைச்சகங்கள், வெளிநாட்டு பணிகள், தனியார் துறை நிறுவனங்கள் மற்றும் பலதரப்பு நிறுவனங்கள் உள்ளன.

ஏசியன் நியூஸ் இன்டர்நேஷனல் (ANI)

ஏஎன்ஐ என்பது தெற்காசியாவின் முன்னணி மல்டிமீடியா செய்தி நிறுவனம் ஆகும், இந்தியா, தெற்காசியா மற்றும் உலகம் முழுவதும் 100 க்கும் மேற்பட்ட பணியகங்கள் உள்ளன. டிவி, அச்சு, மொபைல் மற்றும் ஆன்லைன் மீடியாக்களுக்கான உரை, வீடியோ மற்றும் பட உள்ளடக்கத்தை வழங்கும் 'முழுமையான உள்ளடக்க இல்லமாக ஏஎன்ஐ தன்னை நிலைநிறுத்திக் கொண்டுள்ளது. ஏஎன்ஐ வெளிநாட்டு மற்றும் உள்நாட்டு சேனல்களுக்கு இந்தியாவில் தங்கள் அறிக்கைகளை தொகுக்கவும் மற்றும் செயற்கைக்கோள் வழியாக இணைக்கவும் பல வசதிகளை வழங்குகிறது. தொழில்முறை குழுக்கள், எடிட்டிங் மற்றும் தயாரிப்புக்குப் பிந்தைய வசதிகள், காப்பகங்களுக்கான அணுகல், இணைப்பு வசதிகள், ஒருங்கிணைப்பாளர்கள், தயாரிப்பாளர்கள் மற்றும் நிருபர்கள் தேவைக்கேற்ப வழங்குதல் ஆகியவை இதில் அடங்கும். ஏஎன்ஐ சேவைகளில் தளர்வாக திருத்தப்பட்ட செய்தி ஊட்டங்கள் மற்றும் தொலைக்காட்சி சேனல்களுக்கான தனிப்பயனாக்கப்பட்ட நிகழ்ச்சிகள், வானொலி நிலையங்களுக்கான ஆடியோ பைட்டுகள், இணையதளங்கள்

மற்றும் மொபைல் கேரியர்களுக்கான மல்டிமீடியா மற்றும் ஸ்ட்ரீம் செய்யப்பட்ட உரை உள்ளடக்கம் மற்றும் செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள் மற்றும் வலைத்தளங்களுக்கான செய்தி வயர் சேவைகள் ஆகியவை அடங்கும்.

ஹிந்துஸ்தான் சமாச்சாரம்

இந்துஸ்தான் சமாச்சார் டிசம்பர் 1, 1948 இல் உருவாக்கப்பட்டது மற்றும் 14 இந்திய மொழிகளில் செய்திகளை வழங்குகிறது. அதன் சந்தாதாரர்களில் ஏஜஆர், தூர்தர்ஷன், பல்வேறு மாநில அரசுகள் மற்றும் நேபாள வானொலி ஆகியவை அடங்கும். தற்போது, இந்தி, மராத்தி, குஜராத்தி, நேபாளி, ஒரியா, அசாமியா, கன்னடம், தமிழ், மலையாளம், தெலுங்கு, சிந்தி, சமஸ்கிருதம், பஞ்சாபி மற்றும் பங்களா ஆகிய மொழிகளில் சேவை வழங்கப்படுகிறது. இந்த சேவையானது இணைய அடிப்படையிலான இணைய தொழில்நுட்பத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. சந்தாதாரர் அடுத்ததைப் பதிவிறக்கலாம் அல்லது மின்னஞ்சல் வடிவத்திற்கு மாற்றலாம். இந்தியாவில், இந்த ஏஜன்சிக்கு அனைத்து மாநிலங்களிலும் அலுவலகங்கள் உள்ளன. இந்தச் செய்தி இந்திய மொழிகள் அனைத்திலும் பரவியது.

ஜர்னலிசத்தின் இலக்கு பார்வையாளர்கள்

உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை அடைய எழுதுதல்

- ❖ உதவிக்குறிப்பு #1: உங்களை அறிந்து கொள்ளுங்கள். இது கொஞ்சம் முட்டாள்தனமாகத் தோன்றலாம், ஏனென்றால், நிச்சயமாக, உங்கள் வணிகம் உங்களுக்குத் தெரியும்.
- ❖ உதவிக்குறிப்பு #2: உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை அறிந்து கொள்ளுங்கள். அடுத்த உதவிக்குறிப்பு உங்கள் இலக்கை அறிவது.
- ❖ உதவிக்குறிப்பு #3: ஒரே மொழியைப் பேசுங்கள்.

❖ உதவிக்குறிப்பு #4: உங்கள் பார்வையாளர்களைப் போல் சிந்தியுங்கள்.

❖ உதவிக்குறிப்பு #5: உங்கள் பார்வையாளர்களை எங்கு வழிநடத்துவது அல்லது அவர்களைக் கண்டறிவது, செய்தித்தாள்களின் பார்வையாளர்கள் யார்?

❖

ஒரு செய்தித் தாளின் பார்வையாளர்களை வேறுபடுத்தும் பல காரணிகள் உள்ளன.

- பிரதிநிதித்துவம்
- மதிப்புகள்
- அரசியல் நிறுவனம்
- மதிப்புகள்
- மொழி
- வகை
- விவரிப்பு
- கருத்தியல்
- செய்திகளுக்கு பார்வையாளர்கள் யார்?
-

சில வழிகளில், பத்திரிகை செய்திகளுக்கான பார்வையாளர்கள் மூன்று தகவல் தொடர்புத் தொழில்களில் மிகவும் உறுதியான மற்றும் முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்டவர்கள். பத்திரிகையாளர்கள் வெளியீடுகளுக்காக எழுதுகிறார்கள் அல்லது தங்கள் சந்தாதாரர்கள் அல்லது பார்வையாளர்களைப் பற்றிய ஏராளமான தகவல்களைக் கொண்ட ஊடகங்களுக்கு அறிக்கைகளைத் தயாரிக்கிறார்கள். டிஜிட்டல் வாசகர்களைக் கண்காணிக்கும் திறனுடன், மக்கள் என்ன கட்டுரைகளைப் படிக்கிறார்கள் என்பதை பத்திரிகையாளர்கள் அறிவார்கள். செய்தி பகுப்பாய்வு செயல்முறையின் தொடக்கத்தில், பத்திரிகையாளர்கள் தங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களைப் பற்றி கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும், அது அவர்கள் எழுதும் தலைப்பின் சிகிச்சையை அடையாளம் காணவும், அவர்கள் செய்ய வேண்டிய அறிக்கையைப் பற்றிய முடிவுகளை எடுக்கவும் உதவும். செய்தி அறிக்கையை வெளியிடும் அல்லது ஊடகத்தை பயன்படுத்தும்

பார்வையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது பின்வரும் கேள்விகளில் சிலவற்றைத் தெளிவுபடுத்த உதவும்:

- பிரசுரத்தை யார் படிக்கிறார்கள் அல்லது பார்க்கிறார்கள்? இந்த தலைப்பில் யார் ஆர்வமாக இருப்பார்கள்? இந்த தலைப்பைப் பற்றி யார் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்? அதன் சலுகைகளால் ஈர்க்க விரும்பும் ஊடக அமைப்பு யார்?

❖ என்ன: தலைப்பைப் பற்றி சாத்தியமான பார்வையாளர்கள் என்ன தெரிந்து கொள்ள விரும்புகிறார்கள்? எந்த வகையான அறிக்கை பார்வையாளர்களுக்கு மிகவும் தகவல் அல்லது உதவியாக இருக்கும்? எந்த வகையான தகவல் பயனுள்ளதாக இருக்கும்? பார்வையாளர்களுக்கு இதைப் பற்றி ஏற்கனவே என்ன தெரியும்?

❖ தலைப்பில் ஆர்வமுள்ளவர்கள் வேறு எங்கு தகவலைக் கண்டுபிடிப்பார்கள்? (ஃப்ரீலான்ஸர்களுக்கு) எனது கதையோசனையை நான் எங்கு வைக்க வேண்டும்?

❖ பார்வையாளர்கள் எப்போது இந்தத் தகவலைப் பெற வேண்டும்? (இது வேகமான செய்தியா அல்லது நிகழ்வுக்குப் பிறகு பகுப்பாய்வாகப் பயன்படுத்தப்படுமா?)

❖ பார்வையாளர்கள் இதை ஏன் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்? பார்வையாளர்கள் ஏன் கவலைப்படுகிறார்கள்? சில நேரங்களில் பார்வையாளர் உறுப்பினர் வெற்று நிமிடங்களை செய்திச் செய்தியுடன் நிரப்ப விரும்புகிறார் (ஒரு வரிசையில் நின்று அல்லது உணவகத்தில் தனியாக சாப்பிடும்போது மொபைல் சாதனத்தில் செய்தி சுருக்கங்களைப் படிப்பது). சில நேரங்களில் பார்வையாளர் உறுப்பினர் ஒரு குறிப்பிட்ட கேள்விக்கு பதிலளிக்க வேண்டும் (இன்று பிற்பகல் பேஸ்பால் விளையாட்டில் வெற்றி பெற்றது யார்? திரைப்படம் எப்போது தொடங்கும்?). இந்த "ஏன்" கேள்விகள் ஒவ்வொன்றும் தொடர்பவருக்கு வெவ்வேறு உத்தியை பரிந்துரைக்கின்றன.

❖ பார்வையாளர்களுடன் நாம் எவ்வாறு சிறந்த முறையில் தொடர்புகொள்ளலாம்? நாம் எதைப் பற்றி எழுதுகிறோம் என்பதை அவர்கள் புரிந்து கொள்ள எவ்வளவு பின்னணி தேவை? நாம் எவ்வளவு தொழில்நுட்பமாக இருக்க முடியும்? இந்த அறிக்கையை பார்வையாளர்கள் எப்படி எதிர்கொள்வார்கள்?

இலக்கு பார்வையாளர்கள் என்பது ஒரு எழுத்தை அடைய விரும்பும் நபர் அல்லது நபர்களின் குழு. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஒரு எழுத்தாளர் தனது எழுத்தை யார் படிக்கிறார்கள் என்பதை அறிவது முக்கியம். இந்த பார்வையாளர்கள் என்பது எழுத்தாளர் இலக்காகக் கொண்ட அல்லது அடைய முயற்சிக்கும் நபர் அல்லது நபர்களின் குழு. இலக்கு பார்வையாளர்களை அடையாளம் காண்பது விளம்பர முதலீட்டில் சிறந்த வருவாயை உருவாக்குகிறது, ஏனெனில் இது படைப்பு மற்றும் ஊடக கலவைகளில் வீணான செலவினங்களைக் குறைக்கிறது. விளம்பரக் கசிவுகள், அதாவது, திட்டமிடப்படாத பார்வையாளர்களுக்குச் செல்லும் விளம்பரச் செய்திகள் தீங்கு விளைவிக்கும். இது நோக்கம் கொண்ட பார்வையாளர்களிடையே எதிர்மறையான விளைவை ஏற்படுத்தலாம் (டாஹ்லன் & ஷோஜின், 2013). ஒரு பிரச்சாரத்தின் கருத்தாக்கத்திற்கு முன் இலக்கு பார்வையாளர்களை அறிந்துகொள்வது, படைப்பாற்றல் குழு தொடர்புடைய செய்தி தீம் (யோசனை, கதை அல்லது சூழ்நிலையின் அடிப்படையில்), விளம்பர முறையீடுகள் (பார்வையாளர்களின் உந்துதல்களின் அடிப்படையில்) மற்றும் ஆக்கபூர்வமான கூறுகள் (தலைப்புகள், நகல், காட்சிகள்) ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்துகிறது. அச்சு விளம்பரங்கள் மற்றும் பேச்சு நகல், இசை, VO, காட்சிகள், SFX, VFX, ஜிங்கிள்கள் மற்றும் ஆடியோ-விஷுவல் விளம்பரங்களில் கேமரா காட்சிகள்).இலக்கு பார்வையாளர்களைப் பற்றிய ஆழமான நுண்ணறிவு பயனுள்ள ஊடகத் திட்டங்களை உருவாக்கவும் உதவுகிறது. இது புதுமையான மீடியா தேர்வுகள் மற்றும் பிராண்டுகளுக்கான திட்டமிடல் உத்திகளுக்கு வருவதற்கும் உதவுகிறது. இலக்கு சந்தைகளைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் இலக்கு பார்வையாளர்களை வகைப்படுத்துவது ஆகியவற்றைக் கையாளும்

சந்தை உத்தி, விளம்பரத் திட்டத்தில் செய்தி மற்றும் ஊடக மூலோபாயத்திற்கு முன் வருவதில் ஆச்சரியமில்லை.

பார்வையாளர்களை வரையறுத்தல்

ரோசிட்டர் & பெர்சி (1985) ஐ & பெர்சி (1985) , அவர்களின் விளம்பரத் தொடர்பு மாதிரிகளில், " ஒரு இலக்கு பார்வையாளர்கள் விளம்பரத்திற்கு மிகவும் பதிலளிக்கக்கூடிய நபர்களைக் கொண்டுள்ளனர்" என்று கூறுகின்றனர். மத்தியஸ்த தகவல் தொடர்பு உருவாகும்போது, பார்வையாளர்களும் மறுவரையறை செய்ய வேண்டும். தற்போதுள்ள முன்னுதாரணங்கள் வெகுஜன ஊடகங்கள் வாதிடுவது பார்வையாளர்களை நோக்கிய செய்தியைப் பெறுபவர்கள். இருப்பினும், ஊடகத் துறையின் பொருளாதாரம் பார்வையாளர்களை விவரிக்கும் பல வழிகளை முன்வைக்கிறது, அதாவது பார்வையாளர்களை ஒரு தயாரிப்பு மற்றும் பார்வையாளர்கள் நுகர்வோர் என்று பொருள் ஒரு சாத்தியமான வாங்குபவர், இப்போது ஒரு தொலைக்காட்சி சேனலின் விஷயத்தை கருத்தில் கொள்ளுங்கள், விளம்பரதாரர்கள் அதன் நிகழ்ச்சிகளைப் பயன்படுத்தி பார்வையாளர்களை உருவாக்குகிறார்கள். மற்றும் சேனல் வருவாயைப் பெறுகிறது, அதாவது, இந்த விஷயத்தில் விளம்பரதாரர்களை திருப்திப்படுத்த வேண்டும், இதற்கு முன்பு, வெகுஜனப் பார்வையாளர்கள் என்ற கருத்து அவரது வெகுஜன தகவல்தொடர்பு மாதிரியில் இருந்தது (2010), டிகோடிங், வியாக்கியானம் மற்றும் குறியாக்கம் ஆகியவற்றின் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள பல பெறுநர்களின் கலவையாக வெகுஜன பார்வையாளர்களைக் குறிக்கிறது. தனிப்பட்ட ரிசீவர் மேலும் ஒரு கொத்துடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது, அங்கு செய்தி டிகோட் செய்யப்பட்டு செயல்படும்.

இலக்கு பார்வையாளர்கள்

இலக்கு பார்வையாளர்கள் என்பது ஒரு செய்தியின் நோக்கத்தைப் பெறுபவர்களாக அடையாளம் காணப்பட்ட நபர்களின் குழுவாகும். வெற்றிகரமான தகவல்தொடர்பு செயல்முறை அதன் பார்வையாளர்களை தீர்மானிப்பதாகும். இந்த ஆய்வில், இலக்கு பார்வையாளர்கள் மக்கள்தொகை, புவியியல் மற்றும் உளவியல் காரணிகளால் பிரிக்கப்படுகிறார்கள். இலக்கு பார்வையாளர்களைப் பற்றிய கூடுதல் விவரங்களைக் கீழே காணலாம்:

மக்கள்தொகை வயது: 19–23 ஆண்டுகள். ஜீன் பியாஜெட்டின் அறிவாற்றல் வளர்ச்சியின் கோட்பாட்டின் படி, முதிர்வயதில், அறிவாற்றல் நிலைப்படுத்தத் தொடங்குகிறது. முதிர்வயது என்பது சார்பியல் சிந்தனையின் காலமாகும், இதில் இளைஞர்கள் சரியான மற்றும் தவறு பற்றிய எளிமையான பார்வைகளை விட அதிகமாக அறிந்து கொள்ளத் தொடங்குகிறார்கள் (ஜீன், 1997). அவர்கள் பல கோணங்களில் இருந்து யோசனைகள் மற்றும் கருத்துகளைப் பார்க்கத் தொடங்குகிறார்கள் மற்றும் ஒரு கேள்வி ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட சரியான (அல்லது தவறான) பதில்களைக் கொண்டிருக்கலாம் என்பதை புரிந்துகொள்கிறார்கள். நிபுணத்துவத்தின் தேவை நடைமுறைச் சிந்தனையில் விளைகிறது— முரண்பாடு, அபூரணம் மற்றும் பிற சிக்கல்களை ஏற்கும் போது நிஜ உலகப் பிரச்சினைகளைத் தீர்க்க தர்க்கத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. எனவே, ரூமி போன்ற முஸ்லீம் அறிஞர்கள் மற்றும் அவரது வகையான மற்றவர்களைப் பற்றி அவர்களுக்குத் தெரிவிக்க இந்த ஆரம்ப வயது முதிர்ந்த வயதை இலக்காகக் கொள்வது ஒரு புத்திசாலித்தனமான தேர்வாக இருக்கும்.

சமூக நிலை

கற்பவர்கள் அல்லது மாணவர்கள் கற்றவர்களும் மாணவர்களும் சமூகத்தில் சுறுசுறுப்பாகவும், பொது வசதிகளைப் பயன்படுத்தும் வயதிலும் உள்ளனர், மேலும் இந்த வயதில், மாணவர்கள் சமூகப் பாத்திரங்களுக்குத் திரும்புகிறார்கள். அவர்கள் கல்விப் படிப்பில் ஈடுபட்டுள்ளதால், இஸ்லாமிய உலகின் முக்கிய பிரமுகர்களான மௌலானா ஜலாலுதீன் ரூமி போன்றவர்களை, குறிப்பாக அவரது

வாழ்க்கை மாற்றப் பயணத்தைப் பற்றி அவர்களுக்கு அறிமுகப்படுத்தினால் நன்றாக இருக்கும்.

பொருளாதார நிலை

நடுத்தர வர்க்கம் ஆசிய வளர்ச்சி வங்கியின் ஆய்வின்படி, நடுத்தர வர்க்கத்தினர் 93 மில்லியன் மக்களைக் கொண்டுள்ளனர், இது இந்தோனேசியாவின் மொத்த மக்கள்தொகையில் 43 சதவீதம் (கிலிஸ் 2018). இதேபோல், பேராசிரியர் பேட்ரிக் பீமா கூறுகையில், நடுத்தர மற்றும் உயர் நடுத்தர மக்கள் தங்கள் குழந்தைகளை தேசிய தனியார் பள்ளியில் சேர்த்து, அவர்களை அரசு பல்கலைக்கழகம், சர்வதேச, உள்நாட்டில் உள்ள தனியார் பல்கலைக்கழகம் அல்லது வெளிநாடுகளில் உள்ள பல்கலைக்கழகம் (பிமா, 2018). நடுத்தர வர்க்கம் என்பது சமகால சமூகத்தில் வாழும் மக்களின் சமூகப் பொருளாதாரத்தில் தொழிலாள வர்க்கத்திற்கும் மேல் வர்க்கத்திற்கும் இடையில் விழுகிறது. நடுத்தர வர்க்கத்தை முக்கிய இலக்காகத் தேர்ந்தெடுப்பது, ஏனெனில் அது சமூகத்தின் செயலில் உள்ள உறுப்பினர்களின் பரந்த குழுவாகும்.

பார்வையாளர்கள் பிரிவின் வகைகள்

ஒவ்வொரு பிரிவிலும் ஒரே மாதிரியான ஆர்வங்களைக் கொண்ட நபர்கள் உள்ளனர். தயாரிப்புகளைப் பொறுத்து ஒவ்வொரு பிரிவின் நலன்களும் மாறுபடலாம். பாரம்பரியமாக, சந்தைப் பிரிவுக்கு இரண்டு அணுகுமுறைகள் இருந்தன: தயாரிப்பு சார்ந்த மற்றும் மக்கள் சார்ந்த. தயாரிப்பு சார்ந்த அணுகுமுறை, சந்தையைப் புரிந்துகொள்வதற்காக நுகர்வோரைப் பிரிப்பதன் மூலம் தயாரிப்பு தொடர்பான அம்சங்களை அளவிடுகிறது, மேலும் மக்கள் சார்ந்த அணுகுமுறை மக்களை அளந்து தயாரிப்புடன் தொடர்புபடுத்துகிறது (பிளம்மர், 1974).

எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு அழகுசாதன நிறுவனம் வெவ்வேறு வயதினரின் பார்வையாளர்களை இலக்காகக் கொண்டு அவர்களின் குறிப்பிட்ட தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய வடிவமைக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளைக் கொண்டு அவர்களின் வாடிக்கையாளர் தளத்தை

அதிகரிக்க முடியும். எ.கா., L'Oreal மற்றும் Garnier ஆகியவை ஆண் மற்றும் பெண் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் சில முன்னணி அழகுசாதன உற்பத்தியாளர்களாகும் எங்கள் தயாரிப்பில். அவற்றின் அளவீடு, அணுகல், கணிசமான தன்மை மற்றும் செயல் திறன் ஆகியவற்றின் காரணமாக நான்கு வகையான பிரிவு உத்திகள் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன (Drayton & Tynan, 1978).

இலக்கு பார்வையாளர்களை அடையாளம் காணுதல்

சோனி என்டர்டெயின்மென்ட் டெலிவிஷனின் வணிகத் தலைவர் டேனிஷ் கான், நிலைப்பாடு என்பது தியாகத்தைப் பற்றியது; நீங்கள் அனைவருக்கும் அனைத்தையும் வழங்க முடியாது. அடுத்த கட்டம் இலக்கு உத்திகளை செயல்படுத்துவதாகும். சந்தைப்படுத்துபவர் எந்தப் பிரிவை குறிவைக்க வேண்டும் என்பதைக் கண்டறிந்து, அதற்கான வழிகளையும் வழிமுறைகளையும் தயார் செய்கிறார். ஒரு பிராண்ட் அறிமுக கட்டத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட பிரிவை குறிவைக்க முடிவு செய்யும் நேரங்கள் உள்ளன, பிராண்ட் வளரும் அல்லது முதிர்ச்சியடையும் போது படிப்படியாக மற்ற இலக்கு பிரிவுகளை உள்ளடக்கியது. இலக்கு பார்வையாளர்களை அடையாளம் காணவும் அவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளவும் பல்வேறு வழிகள் உள்ளன.

அ) செறிவூட்டப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல்: ஒரு சந்தைப்படுத்துபவர் ஒரு பிரிவில் கவனம் செலுத்த முடிவுசெய்து, அதை தனித்தனியாக இலக்காகக் கொண்ட சந்தைப்படுத்தல் கலவையை உருவாக்கினால், அது செறிவூட்டப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. ஒரு பொருளின் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் சரிவு கட்டத்தில், அதாவது, தயாரிப்புக்கான தேவை குறைவாக இருக்கும் போது மற்றும் புதிய நுகர்வோர் ஒரு குறிப்பிட்ட பிரிவில் நுழையும் போது இது மிகவும் பயனுள்ள ஒரு உத்தியாகும்.

கணிசமானவை: விளம்பரம் என்பது மக்கள்தொகையில் பெரும் பகுதியினரை நோக்கமாகக் கொண்டது; எனவே, பிரிவின் அளவு மிகவும் முக்கியமானது. செய்தி மற்றும் ஊடக மூலோபாயத்தை உருவாக்க இது ஒரு குறிப்பிடத்தக்க குழுவாக இருக்க வேண்டும். இல்லையெனில், ஒரு

சில நுகர்வோரை குறிவைத்து விளம்பரதாரரின் முயற்சியை நிரூபிக்க முடியாது.

c) நிலையானது

பார்வையாளர்கள் ஒரே மாதிரியான மாறிகள் மீது வகைப்படுத்தப்பட்டு, ஒப்பீட்டளவில் நிலையானதாக இருந்தால், அதாவது, அவர்கள் தங்கள் அணுகுமுறை, வாழ்க்கை முறை மற்றும் பயன்பாட்டு முறைகளை விரைவாக மாற்றவில்லை. ஈ) அணுகக்கூடியது: விளம்பரதாரர் பார்வையாளர்களை அடைய முடியுமா என்பதை முன்கூட்டியே அறிந்து கொள்வது அவசியம். இருப்பினும், ஊடாடும் ஊடகம் மூலம், விளம்பரதாரர் இப்போது தகவலைப் பரப்பலாம் மற்றும் செங்குத்தாக மற்றும் கிடைமட்டமாக பார்வையாளர்களை சென்றடைய முடியும் என்பதை ஒருவர் கவனிக்க வேண்டும்.

இ) இணக்கம்

ஒவ்வொரு நிறுவனமும் ஒரு குறிப்பிட்ட நபர்களுக்கான தயாரிப்புகளை உருவாக்குவது அல்லது தயாரிப்பதை உள்ளடக்கிய வணிகப் பார்வையைக் கொண்டுள்ளது. எனவே கடைப்பிடிக்கப்படும் சந்தைப் பிரிவு உத்தியானது கார்ப்பரேட் பார்வை மற்றும் வணிக இலக்குகளுக்கு ஏற்ப இருப்பது முக்கியம்.

b) வேறுபட்ட சந்தைப்படுத்தல்

சந்தைப்படுத்துபவர் பல பிரிவுகளை இலக்காகக் கண்டறிந்து, அந்தந்த சந்தைப்படுத்தல் கலவைகளை உருவாக்கும்போது, அது வேறுபட்ட சந்தைப்படுத்தல் எனப்படும். இது பொதுவாக PLC இன் வளர்ச்சி மற்றும் முதிர்வு கட்டங்களில் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

c) எதிர்ப் பிரிவு

இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட அடையாளம் காணப்பட்ட பிரிவுகளை ஒன்றிணைத்து, ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல்

கலவையை வடிவமைத்தால், அது எதிர்ப் பிரிவு எனப்படும். பிராண்ட் வேறுபாடு குறைவதால், விளம்பர திட்டமிடலுக்கு இந்த உத்தி முக்கியமானதாகிறது.

கேள்விகள்

1. ஒரு செய்தித்தாளின் நிறுவன அமைப்பு என்ன?
2. பார்வையாளர்களை ஏன் குறிவைக்க வேண்டும்?
3. பல்வேறு வகையான பார்வையாளர்கள் என்ன?
4. செய்தி எழுதும் கட்டமைப்பின் நான்கு முக்கிய பகுதிகள் யாவை?

அலகு-III

❖ நிருபரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் - முன்னணி எழுதுதல் - செய்தி பெக்ஸ் - ஒரு செய்திக் கதையை உருவாக்குதல்

கற்றல் நோக்கங்கள்

❖ மாணவர்கள் செய்தி, செய்தி சேகரிப்பு மற்றும் நிருபர்கள் பற்றிய கருத்துக்களைப் புரிந்துகொள்ள உதவுதல்.

❖ மாணவர்கள் ஒரு நிருபரின் பங்கு மற்றும் பொறுப்புகளை புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

❖ பத்திரிக்கையில் பல்வேறு வகையான துடிப்புகள், ஆதாரங்கள் மற்றும் அறிக்கையிடல் ஆகியவற்றை அடையாளம் கண்டு வகைப்படுத்த மாணவர்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல் வேண்டும்.

❖ மாணவர்களைத் தாங்களாகவே அடையாளம் கண்டு, வகைப்படுத்தி, பத்திரிகைத் துண்டுகளை எழுதுவதற்கு அவர்களைச் சேர்ப்படுத்துதல்.

நிருபர்களின் பங்கு

ஒரு நிருபர் என்பது ஒரு செய்தியாளர் அல்லது ஒரு கதை அல்லது நிகழ்வின் விவரங்களைச் சேகரித்து, ஒரு ஊடகம் அல்லது தளம் மூலம் பொதுமக்களுக்கு உண்மைகளை வழங்க விசாரணை மற்றும் ஆராய்ச்சியைப் பயன்படுத்துபவர். பத்திரிகையாளர் பாத்திரங்களின் நான்கு பிரிவுகள் - நெறிமுறை, அறிவாற்றல், நடைமுறை மற்றும் விவரிக்கப்பட்ட பாத்திரங்கள் - கருத்தியல் ரீதியாக வேறுபட்ட கருத்துக்களுடன் ஒத்துப்போகின்றன: பத்திரிகையாளர்கள் என்ன செய்ய வேண்டும், அவர்கள் என்ன செய்ய விரும்புகிறார்கள், நடைமுறையில் அவர்கள் உண்மையில் என்ன செய்கிறார்கள் மற்றும்

அவர்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள். ஒரு பத்திரிகையாளர் அல்லது நிருபர், நியாயமான மற்றும் பக்கச்சார்பற்ற முன்னோக்கைப் பயன்படுத்தி உண்மையான நிகழ்வுகள் பற்றிய தகவல் சார்ந்த செய்திக் கட்டுரைகள் மற்றும் கதைகளை ஆராய்ச்சி செய்து எழுதுவதற்குப் பொறுப்பு. அவர்களின் கடமைகளில் நிபுணர்களை நேர்காணல் செய்வது, நிகழ்வுகளின் முதல் கணக்குகளை சேகரிப்பது மற்றும் ஒரு ஒருங்கிணைந்த, சுவாரஸ்யமான கதையில் ஒரு வெளிப்புறத்தை ஒழுங்கமைத்தல் ஆகியவை அடங்கும்.

செய்தி நிருபர்கள் செய்திகளை சேகரித்து எழுதும் பொறுப்பு. 24 மணி நேர செய்தி ஒளிபரப்புகளின் வருகை மற்றும் செய்தித்தாள்களின் டிஜிட்டல் பதிப்புகள் தொடர்ந்து புதுப்பிக்கப்படுவதால், தேசிய அல்லது சர்வதேச நிகழ்வுகளை உள்ளடக்கிய செய்தியாளர்கள் கதையில் முதன்மையாக இருக்க வேண்டும் அல்லது புதிய கோணத்தைக் கண்டறிய அழுத்தம் கொடுக்கிறார்கள். உள்ளூர் நிருபர்கள் அதே நேர அழுத்தங்களை எதிர்கொள்வதில்லை, குறிப்பாக அவர்கள் வாராந்திர வெளியீடுகளில் பணிபுரியும் போது. இருப்பினும், வாசகர்கள் அல்லது பார்வையாளர்களுக்குத் தெரிவிக்கும் அல்லது மகிழ்விக்கும் கதைகளை அவர்கள் கண்டுபிடிக்க வேண்டும்.

பிரேக்கிங் நியூஸ்

நிருபர்கள் செய்திகளை உருவாக்கும் நிகழ்வுகளை விவரிக்கிறார்கள். ஒரு செய்தி ஆசிரியர் பிரேக்கிங் ஸ்டோரிகளின் முக்கியத்துவம் குறித்து முடிவுகளை எடுக்கிறார் மற்றும் நிகழ்வுகளை மறைக்க நிருபர்களை நியமிக்கிறார். கதையின் ஆதாரம் ஒரு செய்திக்குறிப்பாக இருக்கலாம், வயர் சேவையின் முக்கிய செய்தியாக இருக்கலாம் அல்லது தொடர்பிலிருந்து கிடைத்த தகவல்களாக இருக்கலாம். நிருபர்கள் சம்பவ இடத்திற்குச் சென்று, காவல்துறை அல்லது தீயணைப்புக் குழுக்கள் அல்லது சாட்சிகள் போன்ற அதிகாரப்பூர்வ ஆதாரங்களில் இருந்து தகவல் மற்றும் மேற்கோள்களைச் சேகரித்து, ஒரு கதையை ஒன்றாக இணைக்கிறார்கள். அவர்கள் வானொலி

அல்லது தொலைக்காட்சிக்காக கதையை உள்ளடக்கியிருந்தால், அவர்கள் கதை மற்றும் நேர்காணல் ஆதாரங்களை பதிவு செய்கிறார்கள்.

நிகழ்வுகள்

செய்தி நிருபர்கள் பிரேக்கிங் நியூஸ் தவிர வழக்கமான, திட்டமிடப்பட்ட நிகழ்வுகளை உள்ளடக்குகிறார்கள். விளையாட்டு நிருபர்கள், எடுத்துக்காட்டாக, அறிக்கைகளைத் தயாரிக்க விளையாட்டுகளில் கலந்து கொள்கிறார்கள். உள்ளூர் அரசாங்க பிரச்சினைகளை உள்ளடக்கிய செய்தியாளர்கள் உத்தியோகபூர்வ கூட்டங்கள் மற்றும் சமூக நிகழ்வுகளில் கலந்து கொள்கின்றனர். குற்றச் செய்தியாளர்கள் காவல் நிலையங்கள் மற்றும் நீதிமன்றங்களுக்குச் சென்று நடந்து வரும் வழக்குகளைத் தொடர அல்லது பின்தொடர்வதற்கான வழிகளைப் பெறுகிறார்கள்.

பின்னணி

செய்திகளுக்கு ஆழம் சேர்க்க, நிருபர்கள் பின்னணி ஆராய்ச்சி செய்கிறார்கள். அவர்கள் உண்மைகளின் துல்லியத்தை சரிபார்த்து மேலும் விரிவான தகவல்களைப் பெற வல்லுநர்கள் அல்லது சாட்சிகளைத் தொடர்பு கொள்கிறார்கள். உணர்ச்சிகரமான கதைகள் எந்த சட்டத்தையும் மீறவில்லை என்பதை உறுதிப்படுத்த அவர்கள் சட்டக் குழுவுடன் ஆலோசனை நடத்துகிறார்கள். அவர்கள் கட்டுரைகளை எழுதும் போது, நிருபர்கள் அசல் செய்தியின் பின்னணியைச் சேர்த்து, ஆசிரியரால் ஒதுக்கப்பட்ட நீளம் அல்லது நேர இடைவெளியைப் பொருத்தும் ஒரு பகுதியைத் தயாரிக்கிறார்கள்.

விசாரணை

உள்ளூர் அரசாங்கத்தில் ஊழல் அல்லது திறமையின்மை போன்ற குற்றச்சாட்டுகள் போன்ற பொது அக்கறையின் பிரச்சினைகளை விசாரிக்க தனி நபர்கள் அல்லது நிருபர்களின் குழுக்களை ஆசிரியர்கள் நியமிக்கலாம். நிருபர்கள் பிரச்சினைகளைப் பற்றிய நுண்ணறிவை

வழங்கக்கூடிய நபர்களை நேர்காணல் செய்து காலப்போக்கில் ஒரு கதையை உருவாக்குகிறார்கள்.

விளக்கக்காட்சி

வானொலி அல்லது தொலைக்காட்சியில் பணிபுரியும் நிருபர்கள் தங்கள் கதைகளின் முழு அல்லது பகுதியையும் வழங்குவதற்கு பொறுப்பாக இருக்கலாம். அவர்கள் கதையை ஸ்டூடியோவில் வழங்கலாம் அல்லது செய்தி தொகுப்பாளருடன் நேரடி இணைப்பைச் செய்யலாம், கதையின் மேலோட்டத்தை வழங்கலாம் மற்றும் தளத்தில் அவர்கள் பதிவுசெய்த நேர்காணல்களை அறிமுகப்படுத்தலாம்.

நிருபர்களின் தகுதிகள் மற்றும் பொறுப்புகள்

ஒரு நிருபர் அல்லது ஒரு நல்ல நிருபரின் அடிப்படை குணங்கள் பின்வருமாறு: நம்பகத்தன்மை என்பது ஒவ்வொரு நல்ல நிருபருக்கும் இருக்க வேண்டிய ஒன்று. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஒரு நிருபர் தன்னை மக்கள் நம்புவதற்கும் நம்புவதற்கும் பாத்திரங்கள் மற்றும் நடத்தைகளை வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

1. ஒரு நல்ல நிருபர் தைரியமாகவும் நம்பிக்கையுடனும் இருக்க வேண்டும். தைரியமும் தன்னம்பிக்கையும் இல்லாமல், ஒரு நல்ல நிருபராக இருப்பது கடினம். எந்த நிருபரின் கூச்சமும் அவர்களை எங்கும் கொண்டு வராது.

2. எந்த ஒரு நல்ல நிருபரின் மற்றொரு மிக முக்கியமான குணம் ஆர்வம். எப்பொழுதும் ஆர்வமாக இருக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. ஆர்வத்தின் ஆவி நிருபருக்கு நல்ல கதைகளைப் பெற உதவுகிறது.

3. ஒரு பத்திரிகையாளருக்கு ஆரோக்கியமான சந்தேகம் இருக்க வேண்டும். இதன் பொருள், தகவலைச் சரிபார்த்தல் மற்றும் மறுபரிசீலனை செய்தல், இது மிகவும் முக்கியமானது, ஏனெனில்

ஒவ்வொரு கதையும் உண்மைகள் மற்றும் ஆதாரங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது.

4. ஒரு நிருபர் எந்தக் கதையிலும் வேகமாகவும் உற்சாகமாகவும் பணியாற்ற முடியும். குறிப்பாக செய்தி எழுதுவதற்கு, காலக்கெடுவுடன் நிறைய தொடர்பு உள்ளது. எனவே, ஒரு நல்ல நிருபர் அழுத்தத்தின் கீழ் பணிபுரியவும், காலக்கெடுவை சந்திக்கவும் முடியும் என்பதே இதன் பொருள். நீங்கள் அழுத்தத்தை ஊறவைக்க முடியாவிட்டால், ஒரு நிருபராக பணியாற்றுவது கடினமாக இருக்கும்.

5. ஒரு நல்ல நிருபர் மிகவும் கவனமாகவும் துல்லியமாகவும் உண்மைகளை சேகரிக்க முடியும்.

6. நிருபர்கள் நன்றாக எழுத வேண்டும். நன்றாக எழுதுவதன் மூலம், அனைவருக்கும் புரியும் வகையில் தெளிவான மற்றும் நன்கு கவனம் செலுத்தும் கதைகளை எழுதுகிறேன். நல்ல எழுத்துப்பிழை, நிறுத்தற்குறி மற்றும் இலக்கணமும் தேவை.

7. நிருபர்கள் தங்களின் செய்திகள் மற்றும் அம்சங்களுக்கு மிகச் சிறந்த வழிகளை எழுத முடியும்.

8. ஒரு நல்ல நிருபர், தங்கள் நகலை தங்கள் ஆசிரியர்களிடம் சமர்ப்பிக்கும் முன், அதைத் தானாகத் திருத்திக் கொள்ளும் பழக்கத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

9. பல்வேறு விஷயங்களில் பரந்த பொது அறிவு இருக்க வேண்டும்.

10. ஒரு நல்ல நிருபர், செய்திகளுக்குத் தகுதியானவற்றின் மீது ஒரு கண் வைத்திருக்க வேண்டும் மற்றும் சொல்லப்படாமலேயே புதிய கதைகளை உருவாக்க முடியும்.

11. ஒரு நல்ல நிருபருக்கு இருக்க வேண்டிய மற்றொரு மிக முக்கியமான திறமை நியாயமான மற்றும் சமநிலையான கதைகளை உருவாக்கும் திறன் ஆகும்.

12. ஒரு நல்ல நிருபர் குறிப்புகளை எடுப்பதில் திறமையானவராக இருக்க வேண்டும்.
13. ஒரு நல்ல நிருபர் தகவல்களைப் பகுப்பாய்வு செய்து விளக்கக் கூடியவராக இருக்க வேண்டும்.
14. சரியான நேரத்தில் சரியான கேள்விகளைக் கேட்பதில் நீங்கள் நன்றாக இருக்க வேண்டும்.
15. செய்தி சேகரிக்கும் பணி மிகவும் எதிர்பாராதது. செய்தி எப்போது வெளியாகும் அல்லது அது எங்கு நடக்கும் என்று ஒருவருக்குத் தெரியாது. இந்த காரணத்திற்காகவே ஒரு நிருபர் ஒழுங்கற்ற மணிநேரம் வேலை செய்யத் தயாராக இருக்க வேண்டும்.
16. ஒரு நிருபர் ஒரு நல்ல குழு வீரராக இருக்க வேண்டும் மற்றும் மற்ற நிருபர்கள், புகைப்படக்காரர்கள் மற்றும் எடிட்டர்களுடன் கூட பணிபுரியும் திறன் கொண்டவராக இருக்க வேண்டும்.
17. ஒரு நல்ல நிருபர் தங்கள் வேலையைச் செய்யும்போது திருத்தங்களையும் விமர்சனங்களையும் எடுக்க முடியும்.

முன்னணி எழுத்து

பல்வேறு வகையான லீட்கள் மற்றும் குறிகாட்டிகள் ஒரு முன்னணி (அல்லது ஒரு அறிமுகம்) என்பது ஒரு கதையின் தொடக்கப் பத்தியாகும். இது தொனியை அமைத்து, மீதமுள்ள கதையை வாசகருக்கு அறிமுகப்படுத்துவதால், எழுதுவது மிகவும் கடினமான பகுதியாகும். ஒரு நல்ல முன்னணி ஒரு சில வார்த்தைகளால் கதையின் தெளிவான படத்தை வரைகிறது. பல நிருபர்கள் கூர்மையான, அசல் தடங்களை உருவாக்க முடியாது. சிறிய திறமை மற்றும் குறைவான தீர்ப்பு எழுதுபவர்கள் அதிகாரப்பூர்வ ஆதாரங்கள், உத்தியோகபூர்வ தலைப்புகள், அதிகாரப்பூர்வ சொற்றொடர்கள் மற்றும் அதிகாரப்பூர்வ மேற்கோள்களுடன் தங்கள் முன்னணிகளை ஏற்றி, நீண்ட முறுக்கு, சிக்கலான மற்றும் மந்தமான வழிகளை உருவாக்குகிறார்கள். முன்னணி பலனளிக்கவில்லை என்றால்,

வாசகர் கதையைத் தவிர்க்கலாம். கதைக்கு பொருத்தமாக இருக்க வேண்டும். முன்னணி துல்லியமாகவும், குறுகியதாகவும், மிருதுவாகவும் இருக்க வேண்டும். முன்னணி கதையின் மனநிலையை பிரதிபலிக்க வேண்டும்.

நேரான ஈயம் (அல்லது சுருக்க ஈயம்) ஒரு நல்ல ஈயம் தலைகீழ் பிரமிடு பாணியை உள்ளடக்கியது, முதலில் மிக முக்கியமான உண்மைகள். இது வாசகர்கள் அவர்கள் தெரிந்து கொள்ள விரும்புவதை ஆக்கப்பூர்வமான முறையில் கூறுகிறது. வாசகன் முன்னணியை மட்டும் படித்தால், அவன் அல்லது அவள் கதையை திடமாகப் புரிந்துகொள்வார்.

விளக்கமான முன்னணி என்பது, நிகழ்வு எதைப் பற்றியது என்பதை வெறுமனே கூறுவதை விட, ஒரு நிகழ்வு எப்படி நடந்தது என்பதை விவரிக்கும் முன்னணி விவரிக்கிறது.

மேற்கோள் முன்னணி மேற்கோள்கள் பெரும்பாலும் ஒரு முன்னணிக்கான அத்தியாவசிய ஆவணங்களாகும், மேலும் அவற்றை சுருக்கமாகக் கூறும் சொற்றொடரை உடனடியாகப் பயன்படுத்த வேண்டும். இங்கே, சொற்களஞ்சிய மேற்கோளைப் பாராபிராஸ் செய்வது தேவையற்ற சொற்களை அகற்ற அனுமதிக்கிறது. ஆனால் ஒரு சொல்லுக்குரிய மேற்கோள் மிகவும் முக்கியமானதாகவோ அல்லது சுவாரஸ்யமாகவோ இருந்தால், அதுவே முன்னணியாக இருக்கலாம். இந்த முன்னணி நாடகம், பாத்தோஸ், நகைச்சுவை, வியப்பு அல்லது வாசகரை சென்றடையும் வேறு சில காரணிகள் போன்ற ஆர்வத்தின் கூறுகளை சேர்க்கும்.

கேள்வித் தலைமை பல ஆசிரியர்கள் கேள்வித் தடங்களை விரும்புவதில்லை, மக்கள் செய்தித்தாள்களைப் படிப்பதன் அடிப்படையில் பதில்களைப் பெறுவார்கள் மற்றும் கேள்விகளைக் கேட்க மாட்டார்கள். ஆனால் கேள்வி ஆத்திரமூட்டுவதாக இருந்தால், அது ஒரு முன்னணியாக பயன்படுத்தப்படலாம்.

தனிப்பட்ட முன்னணி இது முன்னணியில் முதல் நபர் ஒருமையைப் பயன்படுத்துவதை உள்ளடக்கியது. பொதுவாக, கட்டுரையாளர்கள் அல்லது அத்தகைய சலுகை பெற்ற எழுத்தாளர்களைத் தவிர, அத்தகைய பயன்பாடு ஊக்கமளிக்காது. 'யூ' லீட் (அல்லது நேரடி முகவரி முன்னணி) சிக்கலான சூழ்நிலையில் ஈடுபடும் வாசகருக்கு தனிப்பட்ட முறையீடு செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டது 'யூ' லீட். இரண்டாவது நபரின் அணுகுமுறை வாசகரை ஈடுபடுத்தவும் அவரது கவனத்தை ஈர்க்கவும் உதவுகிறது.

கான்ட்ராஸ்ட் லீட் ஏகபோகத்தை மாற்ற, ஒரு சரித்திரத்தை இரண்டு வாக்கியங்களாகப் பிரிக்கலாம், அதில் முதலாவது தாழ்மையான தொடக்கத்தையும் இரண்டாவது ஹீரோவின் சமீபத்திய வெற்றியையும் குறிக்கிறது.

தாமதமான முன்னணி (அல்லது இடைநிறுத்தப்பட்ட வட்டி முன்னணி): ஒரு சாதாரண உருப்படி தனித்து நிற்கும் வகையில் ஒரு சூழ்நிலையை சுவாரசியமான முறையில் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். என்ன நடந்தது என்பதை அறிய நிருபர் பல பத்திகளை ஆராய்கிறார். கதையின் இறுதிவரை படிப்பதன் மூலம் வாசகன் கதையைப் பெற வேண்டும்.

குருட்டு அடையாள வழிகள் சம்பந்தப்பட்ட நபர் சமூகத்தில் நன்கு அறியப்பட்டவராக இல்லாவிட்டால், அந்த நபரை அடையாளம் காணும் மற்ற முக்கிய உண்மைகளைக் காட்டிலும் அவரது பெயர் குறைவான முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. எ.கா., அவரது பெயருக்குப் பதிலாக "80 வயதான பெண்". அனெக்டோட்டல் ஈயம் பிரகாசமாகவும், பொருந்தக்கூடியதாகவும் இருக்கும் போது, அதிக இடத்தை வீணாக்காமல் இருக்கும் போது, அனெக்டோட்டல் ஈயம் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இது வழக்கமாக எழுதப்பட்டால் அவரது கவனத்தை ஈர்க்காத செய்தி சூழ்நிலைக்கு வாசகரை விரைவாகக் கொண்டுவருகிறது.

கேக்ஸ் (அல்லது வேடிக்கையான) முன்னணி: ஒரு வேடிக்கையான கதையை எழுதும் ஒரு பத்திரிகையாளர் ஒரு செய்தி அறையில் சோகமான முகத்தை வைக்கிறார். பத்திரிகை நகைச்சுவைக்கு திறமையும் பயிற்சியும் தேவை.இலக்கியக் குறிப்புகள் ஒரு நர்சரி ரைம் அல்லது நன்கு அறியப்பட்ட இலக்கிய படைப்பின் ஒரு பகுதியின் கட்டுமானத்திற்கு இணையாக பலவகைகளைச் சேர்க்கலாம்.

துடிப்புகளின் அடிப்படையில் வெவ்வேறு துடிப்புகளுக்கான அறிக்கை

செய்தி கட்டுமானம் பற்றிய இலக்கியம், செய்திகளைச் சேகரிப்பதற்கான ஒரு வழிமுறையாக பீட்ஸின் பயன்பாட்டில் கவனம் செலுத்துகிறது, மேலும் பீட்ஸ் செய்தி அறைகளுக்கு கூடுதல் செயல்பாடுகளை வழங்கக்கூடும் என்று ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது.

Becker, Lowrey, Claussen, and Anderson (2000), உண்மையில், துடிப்புகளைப் பார்க்க குறைந்தது மூன்று வெவ்வேறு வழிகள் உள்ளன என்று வாதிட்டனர். ஒரு துடிப்பின் இந்த மூன்று வரையறைகளும் முரண்படவில்லை. பீட்ஸ் கதை யோசனைகளை உருவாக்குவதற்கும் செய்திகளை சேகரிப்பதற்கும் ஒரு வழிமுறையாக செயல்படும். அவை வேலை வேறுபாட்டை பிரதிபலிக்கும் மற்றும் வெகுமதி கட்டமைப்பாக பயன்படுத்தப்படலாம். பெக்கர் மற்றும் அவரது சகாக்கள் (2000) அவர்களின் செய்தித்தாள் செய்தி அறை ஆய்வில் இந்த மூன்றாவது செயல்பாட்டிற்கு பீட்ஸ் பயன்படுத்தப்படுகிறது என்பதற்கான சிறிய ஆதாரங்களைக் கண்டறிந்தனர். பீட் அமைப்பு அமைப்பின் அளவின் அடிப்படையில் வேறுபட்டது, இருப்பினும், அது சிக்கலானதாக வளர்ந்ததால், அதன் அடிப்படைத் துணியைத் தக்க வைத்துக் கொண்டது, பீட்ஸ் என்பது செய்தி கட்டுமானத்திற்கான கருவிகள் என்ற பார்வைக்கு இசைவானது.

விவசாய இதழியல்: கடந்த சில ஆண்டுகளாக இந்தக் கிளை வேகமாக வளர்ந்து வருகிறது. பெரும்பாலான மக்கள் இந்தத் துறையில் உள்ள வாய்ப்புகளைப் பற்றி முழுமையாக அறிந்திருக்கவில்லை, இதனால் அதை எடுப்பதில் இருந்து

தடுக்கப்படுகிறார்கள். இருப்பினும், இது பல துறைகளில் பரந்த அளவிலான விருப்பங்களைக் கொண்டுள்ளது. உணவு மற்றும் ஓயின் தொழில், சுற்றுச்சூழல் நலன் மற்றும் பாதுகாப்பு அமைப்புகள், மற்றும் வள நிறுவனங்கள் ஆகியவை பொதுவாக பின்பற்றப்படும் சில விருப்பங்கள்.

கலை இராபால்' இந்த பீட் அனைத்து கலை ஆர்வலர்களுக்கானது. இலக்கியம், திரைப்படம், நடனம், இசை, நாடகம் மற்றும் பலவற்றை உள்ளடக்கிய பல்வேறு கலை வடிவங்களில் கவனம் செலுத்தப்படுகிறது. இங்கே, பத்திரிகையாளர் கலை உலகின் வளர்ச்சிகள் மற்றும் போக்குகளை பகுப்பாய்வு செய்து பார்வையாளர்களுக்கு அறிக்கை செய்கிறார். கலையில் ஆர்வம் உள்ளவர்களுக்கு எப்போதும் வழக்கமான உள்ளீடு தேவைப்படுகிறது, இது கலை பத்திரிகையை தொழில்துறையின் வேகமாக வளரும் ஸ்டீர்மாக மாற்றுகிறது.

வணிக இதழியல் இங்கே, பத்திரிகையாளர் உலகம் முழுவதிலுமிருந்து வரும் வணிகச் செய்திகளை மறைக்க வேண்டும். சந்தையில் புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துதல், நிறுவனங்களின் இணைப்பு மற்றும் கையகப்படுத்துதல், பொருளாதார ஏற்ற இறக்கங்கள், நிறுவனங்களின் செயல்திறன் போன்றவை இதில் அடங்கும். வணிகம் என்று வரும்போது நன்கு ஆய்வு செய்யப்பட்ட பகுப்பாய்வு அறிக்கைகள் செய்யப்பட வேண்டும். இந்த அறிக்கைகள் சர்வதேச அளவில் அனைத்து முக்கிய நிகழ்வுகளின் தேதிகளையும் சேகரிக்கின்றன; மேலும், இந்த அறிக்கைகள் பல வணிகம் தொடர்பான ஊழல்களையும் அம்பலப்படுத்தியுள்ளன.

பிரபல இதழியல் பெயர் குறிப்பிடுவது போல, இந்த வகை அனைத்து துறைகளிலும் உள்ள பிரபலங்களின் வாழ்க்கையுடன் தொடர்புடையது. இதில் அவர்களின் தனிப்பட்ட மற்றும் தொழில் வாழ்க்கை பற்றிய செய்திகளும் அடங்கும். வதந்திகளைப் புகாரளிப்பது வாசகர்கள் விரும்பிப் படிக்கும் விஷயங்களில் ஒன்றாகும். இசை, விளையாட்டு, அரசியல், கலை, திரைப்படம் என பல்வேறு துறைகளைச் சேர்ந்த

பிரபலங்களை நேர்காணல் செய்வதும் இந்தத் தொழிலின் ஒரு பகுதியாகும்.

குடிமை இதழியல் தொழில்துறையின் இந்த கிளையானது ஜனநாயக உரிமையைப் பயன்படுத்துகிறது, அதாவது பேச்சு சுதந்திரம். இங்கு, குடிமக்கள் செய்தி சேகரிப்பதில் ஈடுபட்டுள்ளனர், அதில் அவர்கள் தங்கள் பிரச்சினைகளைப் பற்றி பேசுகிறார்கள் மற்றும் கருத்துக்களை வழங்குகிறார்கள். இந்தத் தகவல்களைப் பயன்படுத்திப் பத்திரிகையாளர்கள் புதிய கதைகளை உருவாக்கி அவற்றை உலகுக்கு வழங்குகிறார்கள்.

சமூக இதழியல் கதைகள், செய்திகள் மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட நகரம், சுற்றுப்புறம் அல்லது பகுதிக்கான தகவல்கள் இந்த வகையின் கீழ் வரிசைப்படுத்தப்படுகின்றன. பலர் சமூக செய்திகளை பெரிதாக எடுத்துக் கொள்ளவில்லை என்றாலும், அது வாசகர்களின் நியாயமான பங்கைக் கொண்டுள்ளது. உண்மையில், சமூக இதழியல் என்பது தேசிய அல்லது உலகச் செய்திகளைக் காட்டிலும் மிக நெருக்கமான வழியில் மக்களைப் பாதிக்கும். சிறப்புக் கதைகள் அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ இலகுவாகவும் பொழுதுபோக்காகவும் இருக்கும். வாசகர்கள் சமர்ப்பித்த நகைச்சுவைகள், கட்டுரைகள் மற்றும் கதைகளும் பொதுவாக இந்த சந்தாக்களில் சேர்க்கப்படும். கிரைம் ஜர்னலிசம் இந்த பீட் நீண்ட காலமாக பிரபலமாக உள்ளது. சாத்தியமான மற்றும் துல்லியமான அனைத்து விவரங்களுடன், நடக்கும் குற்றங்களைப் பற்றி அறிய மக்கள் எப்போதும் ஆர்வமாக உள்ளனர். பத்திரிகையாளர்களுக்கு இது மிகவும் வேடிக்கையான துடிப்பாக இருந்தாலும், அனைத்து உண்மைகளையும் உண்மையாக்க விரிவான விசாரணை மற்றும் நெட்வொர்க்கிங் தேவை. இது வன்முறை, பழிவாங்கல், பேராசை மற்றும் ஊழல், போதைப்பொருள் போன்ற முக்கிய பிரச்சினைகளைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு குற்றச் செய்தியாளர் எப்போதும் நல்ல தொடர்புகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், அதனால் எந்தச் சம்பவமும் தவறவிடப்படாது.

கலாச்சார இதழியல் இந்த கிளை ஊடகவியலாளர்களுக்கு சமூகத்தின் கலாச்சார பகுதியை ஆராய்வதற்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது. சர்வதேச அளவில் அமைதி மற்றும் புரிதலுக்கான முக்கிய ஊடகமாக கலாச்சாரம் இருந்து வருகிறது. ஒருவருடைய கலாச்சாரம், பின்புலம் மற்றும் ஒருவர் தங்கியிருக்கும் பலதரப்பட்ட குழுக்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதே இந்தத் துறை. பல்வேறு வகையான திருவிழாக்கள், வரலாறு, மொழிகள், கலை மற்றும் பலவற்றில் கவனம் செலுத்தப்படுகிறது.

சைபர் ஜர்னலிசம் இந்தத் துறை ஆன்லைன் ஜர்னலிசம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. எளிமையான வார்த்தைகளில், இது ஊடகத்தின் பிற வடிவங்களின் ஒத்துழைப்பாகும், ஒரே வித்தியாசம் ஊடகம். சைபர் மற்றும் மல்டிமீடியா இரண்டு நெருங்கிய தொடர்புடைய துறைகள்; தரவுகளை கவர்ந்திழுக்கும் மற்றும் ஈர்க்கக்கூடியதாக மாற்றும் அதே வேளையில், தகவலை உலக அளவில் விரிவுபடுத்துவதை அவர்கள் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர்.

தற்காப்பு இதழியல் இந்த வார்த்தை விளக்குவது போல, நாட்டின் இராணுவப் படைகளுடன் என்ன நடக்கிறது என்பதைப் பற்றியது. பல்வேறு பாதுகாப்புகள் பற்றிய சமீபத்திய புதுப்பிப்புகளும் இதில் அடங்கும். சர்வதேச உறவுகளைப் பேணுவதில் ஒரு நாட்டின் படைகள் முக்கியப் பங்கு வகிக்கின்றன, எனவே பத்திரிகையாளர்கள் அதைப் பற்றிய பல தகவல்களைச் சேகரிக்க வேண்டும். வன்முறைச் சூழல்கள் இருக்கும்போது இந்த அறிக்கைகளும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். தேசிய பாதுகாப்பின் அடிப்படைகளை குடிமக்களுக்கு உணர்த்துகிறது.

கல்வி இதழியல் இந்தக் கிளையானது கல்வித் துறையில் நடைபெற்று வரும் முன்னேற்றங்கள் பற்றிய கட்டுரைகள் மற்றும் அறிக்கைகளை உள்ளடக்கியது. பார்வையாளர்கள் பெரும்பாலும் ஆராய்ச்சியாளர்கள், ஆசிரியர்கள் மற்றும் மாணவர்களைக் கொண்டுள்ளனர். கொள்கை வகுப்பாளர்களுக்கு இந்த அறிக்கைகள் மிகவும் முக்கியமானவை. இது கல்வியின் முக்கியத்துவத்தை மக்களிடையே பரப்புவதில் கவனம்

செலுத்துகிறது, இதனால் தொழிற்சாலை கதவுகளை நோக்கி செல்வதை விட அதிக எண்ணிக்கையிலான குழந்தைகள் உயர் கல்வியை நோக்கி அடியெடுத்து வைப்பார்கள்.

சுற்றுச்சூழல் இதழியல் பல பத்திரிகையாளர்கள் தங்கள் பாதுகாப்பு மற்றும் பாதுகாப்பு தொடர்பான சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளைப் பற்றி எழுத விரும்புகிறார்கள். இது பல்வேறு காரணங்களுக்காக அமைப்புகளால் நடத்தப்படும் சுற்றுச்சூழல் கொள்கைகள் மற்றும் நிகழ்வுகளில் பல்வேறு மாற்றங்கள் பற்றியது. இந்த ஊடகத்தின் மூலம் பல சுற்றுச்சூழல் நெருக்கடிகளை சிறந்த முறையில் தொடர்பு கொள்ள முடியும்.

உணவு இதழியல்-உணவைப் பற்றி எழுதுவது-ஒருவரின் ஆர்வமாக இருக்கலாம். மேலும், மக்கள் புதிய விஷயங்களை முயற்சிக்க விரும்புகிறார்கள், குறிப்பாக உணவுக்கு வரும்போது. உணவு எழுதுதல் என்பது உணவகங்களின் வெவ்வேறு சமையல் குறிப்புகள் அல்லது மதிப்புரைகள் மட்டுமல்ல; இது பல்வேறு உணவு வகைகளின் வரலாறு மற்றும் கலாச்சாரத்தையும் உள்ளடக்கியது. பல செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிக்கைகள் இந்த கட்டுரைகளில் கவனம் செலுத்துவதால், இந்த துடிப்பு அதிக நோக்கத்தை ஈர்க்கிறது. உலகம் முழுவதும் சுற்றித் திரிவதும், அனைத்து வகையான உணவு வகைகளையும் முயற்சிப்பதும் நிறைய " உணவுப் பிரியமான" பத்திரிக்கையாளர்களை இந்தத் துடிப்பைத் தேர்ந்தெடுக்க ஊக்குவிக்கிறது.

லைஃப்ஸ்டைல் ஜர்னலிசம் உலகம் உருவாகி வருகிறது, மேலும் மக்கள் வாழ்க்கை முறைகளைப் பற்றி மேலும் அறிய ஆர்வமாக உள்ளனர். பொழுதுபோக்கு, இசை, ஓய்வு, ஷாப்பிங், வீடு, தோட்டம் மற்றும் பலவற்றில் கவனம் செலுத்தும் இந்த பீட் விரைவான வளர்ச்சியில் உள்ளது. வாழ்க்கை முறை பத்திரிகையாளர்கள் வாழ்க்கை முறையின் வளர்ச்சியின் நிலைகள், சமூகத்தில் பொருளாதார தாக்கங்கள், ஃபேஷன் மற்றும் போக்குகள் ஆகியவற்றைப் படிக்கின்றனர். அவர்கள்

காலப்போக்கில் அவர்களின் வாழ்க்கை முறையை மாற்ற உதவும் குறிப்புகளை வாசகர்களுக்கு வழங்குகிறார்கள்.

மருத்துவ இதழியல் உடல்நலம் மற்றும் அறிவியல் தொடர்பான பாடங்கள் இந்த வகையின் கீழ் வருகின்றன. தொழில் வல்லுநர்கள் மற்றும் பொதுமக்கள் மத்தியில் விழிப்புணர்வை பரப்புவதில் இது முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இன்று, நீண்ட நாளிதழ்களுக்கு மட்டுப்படுத்தப்படாமல், நாளிதழ்கள் மற்றும் பத்திரிகைகள் போன்ற தினசரி மற்றும் மாதாந்திர சந்தாக்களுக்கும் பரவியுள்ளது! வழங்கப்பட்ட தகவல் துல்லியமாக இருக்க வேண்டும்; எனவே, ஒவ்வொரு பணிக்கும் கடுமையான மற்றும் விரிவான ஆராய்ச்சி அவசியம்.

Motoring Journalism இதழியல் பாடத்தில் புதிதாக அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட ஒரு பீட் இதுவாகும். ஒரு மோட்டார் பத்திரிக்கையாளராக, உங்கள் வேலையில் ஆட்டோமொபைல் துறையில் சமீபத்திய புதுப்பிப்புகள் பற்றிய விளக்கமான கட்டுரைகளை எழுதுவது அடங்கும்.

போர் இதழியல் பெயர் குறிப்பிடுவது போல, போர் ஊடகவியலாளர்கள் நடந்துகொண்டிருக்கும் போரைப் பற்றி செய்தி சேகரிக்க வேண்டும். அவர்கள் அன்றாட அடிப்படையில் தேவை இல்லை என்றாலும், சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி இது ஒரு ஆபத்தான தொழில். இரண்டு வகையான போர் ஊடகவியலாளர்கள் உள்ளனர்: இராணுவப் பிரிவுக்கு தகவல்களைச் சேகரிப்பதற்காக நியமிக்கப்பட்டவர்கள் மற்றும் அதே பகுதியைச் சுதந்திரமாக உள்ளடக்கியவர்கள்.

வானிலை இதழியல் இந்த சுய விளக்கமளிக்கும் மற்றும் பரவலாக அறியப்பட்ட வகை பெரும்பாலான மக்களால் பெரிதாக எடுத்துக் கொள்ளப்படவில்லை மற்றும் பொதுவாக ஓரங்கட்டப்படுகிறது. இருப்பினும், இந்த சிறிய பகுதி இன்றும் கூட மிகவும் உதவிகரமாக உள்ளது மற்றும் பெரிதும் நம்பியிருக்கிறது! இங்கே, நீங்கள் எவ்வாறு

தகவலை வழங்குகிறீர்கள் என்பது இரண்டாம்பட்சம்; முக்கிய காரணி குறுகிய மற்றும் துல்லியமாக இருக்க வேண்டும். செய்தி பெக்ஸ்:

ஒரு செய்திக் கதையை உருவாக்குதல்

ஒரு அம்சக் கதை, அரசியல் கார்ட்டூன் அல்லது பலவற்றிற்கான அடிப்படையை உருவாக்கும் செய்தி. ஒரு அம்சக் கதையில் உள்ள குறிப்பு, அல்லது அது போன்ற செய்திக்குரிய நிகழ்வை அடிப்படையாக அல்லது நியாயப்படுத்துகிறது. பத்திரிகை என்பது சமூகத்தின் சமூக, பொருளாதார மற்றும் கலாச்சார மேம்பாடு மற்றும் சமூகத்தின் வளர்ச்சியில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் கொள்கைகள், நிகழ்வுகள் மற்றும் போக்குகளில் பங்கேற்பதாகும்.

படிகளில் ஒரு செய்தியை எழுதுவது எப்படி

1. செய்திக்குரிய செய்தியைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
2. கதையை எழுதும்போது உங்கள் இலக்குகள் மற்றும் நோக்கங்களைப் பற்றி சிந்தியுங்கள்.
3. விஷயத்தைப் பற்றிய மிகத் துல்லியமான தகவலை யார் வழங்க முடியும் மற்றும் அந்த நபரை எவ்வாறு தொடர்புகொள்வது என்பதைக் கண்டறியவும்.
4. உங்கள் வீட்டுப்பாடம் செய்யுங்கள். . . .
5. கதையைப் பற்றி கேட்க கேள்விகளின் பட்டியலைத் தயாரிக்கவும். மிகவும் தேவையான தகவல்களுடன் தொடங்கவும் - முழு கதையின் நல்ல கண்ணோட்டத்தை வழங்க போதுமான தகவல். உடல் ஆதரவு - முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இரண்டாவது தகவல். கதையை முடிக்க கூடுதல் தகவலுடன் தொடரவும்.

முன்னணி என அறியப்படும் முதல் ஒன்று அல்லது இரண்டு பத்திகள், கதையின் அனைத்து முக்கிய கூறுகளையும் தொகுத்து வழங்குகின்றன. பின்வரும் ஒவ்வொரு பத்தியும் குறைவான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த விவரங்களைக் கொண்டுள்ளது. இது திருத்துவதை எளிதாக்குகிறது. இலக்கணம், நிறுத்தற்குறிகள் மற்றும்

எழுத்துப்பிழை ஆகியவற்றில் ஏதேனும் பிழைகள் இருந்தால் திருத்துபவர்கள்; பின்னர் அவர்கள் கதையுடன் செல்ல ஒரு தலைப்பை எழுதுகிறார்கள் மற்றும் பக்கத்தில் இருக்கும் இடத்திற்கு ஏற்றவாறு அதை அளவிடுகிறார்கள். கதைகளில் ஒன்றை முழுவதும் படிக்கவும். கடைசி பத்தியை உங்கள் கையால் மூடவும். கதையானது தலைகீழான பிரமிடு பாணியைப் பின்பற்றினால், அதன் பெரும்பகுதியை உங்கள் கையால் மூடும்போது அது தெளிவாகவும் புரிந்துகொள்ளக்கூடியதாகவும் இருக்கும்.

முன்னணி

ஒரு கதையின் மிக முக்கியமான பகுதி முன்னணி - தொடக்கப் பத்தி அல்லது இரண்டு. உங்கள் லீட்களில் சிறிது நேரம் செலவிடுங்கள், ஏனென்றால் அவர்கள் உங்கள் கதையைச் சுருக்கமாகச் சொல்ல வேண்டும். இது பின்வரும் கேள்விகளில் சிலவற்றிற்கு- அனைத்திற்கும் இல்லாவிட்டாலும்-பதிலளிக்க வேண்டும்:

- கதை யாரைப் பற்றியது?
- அவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள்?
- கதை எங்கே நடந்தது?
- அது எப்போது நடந்தது?
- ஏன் நடந்தது? • அது நடந்தது எப்படி?

முன்னணி வாசகரின் கவனத்தை ஈர்க்க வேண்டும், எனவே அதை முடிந்தவரை சுவாரஸ்யமாக மாற்ற வேலை செய்யுங்கள். நீங்கள் ஒரு செய்தித்தாள் கட்டுரையை எழுதுகிறீர்கள் என்பதால், அது முற்றிலும் உண்மையாக இருக்க வேண்டும். நீங்கள் எந்த தகவலையும் உருவாக்க முடியாது, ஆனால் உங்களிடம் உள்ள தகவலை சுவாரஸ்யமாக மாற்ற முயற்சி செய்யலாம். எவ்வளவு நேரம் இருக்க வேண்டும்? நீண்ட நேரம் இல்லை. சுமார் 50 வார்த்தைகள் ஒரு நல்ல விதி. உடல் மற்ற கதை உடல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இது முன்னணியை விளக்குகிறது மற்றும் கூடுதல் விவரங்களை வழங்குகிறது. தலைகீழான பிரமிடு அமைப்பில், முக்கியத்துவத்தின் வரிசையில் விவரங்கள்

சேர்க்கப்படுகின்றன. மிக முக்கியமான விவரங்கள் கதையின் மேற்பகுதிக்கு அருகில் செல்கின்றன. குறைவான முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை பின்பற்றப்படுகின்றன. உங்கள் கதையை எழுதும் போது கதை எழுதுதல்:

1. முழுமையான வாக்கியங்களை எழுதுங்கள்.
2. குறுகிய பத்திகளை எழுதுங்கள், 50 முதல் 60 வார்த்தைகளுக்கு மேல் இல்லை.
3. முதல்முறை நபர்களைக் குறிப்பிடும் போது முழுப் பெயர்களைப் பயன்படுத்தவும்.
4. உங்கள் உண்மைகளில் முற்றிலும் உறுதியாக இருங்கள். சரிபார்த்து இருமுறை சரிபார்க்கவும்.
5. நீங்கள் முடித்த பிறகு உங்கள் கதையைச் சரிபார்த்துக் கொள்ளுங்கள். பிழைகள் இருந்தால் திருத்தவும். பெயர் எளிமையானது அல்லது பொதுவானது என்பதற்காக உங்கள் பெயர்களின் எழுத்துப்பிழை சரியானது என்று கருத வேண்டாம். ஒரு "ஸ்மித்" "ஸ்மித்" என்று உச்சரிக்கப்படலாம். செய்தி கதை அமைப்பு, தொடர். 4-H கிளப் நிருபர் செய்திகள் கதைகள் எழுதுதல் 4 புகைப்படங்கள் ஒரு நல்ல செய்தி புகைப்படம் ஒரு எளிய ஸ்னாப்ஷாட்டை விட அதிகம். சிறந்த செய்திப் படங்களை எடுக்கிறீர்கள்.
2. செயலுக்காக பாடுபடுங்கள். செயலானது உண்மையானதை விட மறைமுகமாக இருக்கலாம். ஒரு கிளப் உறுப்பினர் குதிரையை அழகுபடுத்தும் படம், அதே கிளப் உறுப்பினர் குதிரையுடன் நிற்கும் படத்தை விட சுவாரஸ்யமானது.
3. இயற்கையான தோற்றத்திற்குச் செல்லுங்கள், பாடங்கள் உங்களையும் உங்கள் கேமராவையும் பார்ப்பதற்குப் பதிலாக அவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பதில் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.
4. பின்னணியில் கவனத்தை சிதறடிக்கும் பொருட்களை தவிர்க்கவும். உதாரணமாக, தொலைபேசி கம்பங்கள், நீங்கள் கவனமாக இல்லாவிட்டால், மக்களின் தலையில் இருந்து குச்சிகள் வளரும்.

5. நீங்கள் ஃபிளாஷ் பயன்படுத்தினால், உங்கள் பாடங்களை ஜன்னல் அல்லது கண்ணாடியின் முன் காட்ட வேண்டாம். ஃபிளாஷ் கண்ணாடியில் பிரதிபலிக்கும், இதனால் படத்தில் கவனத்தை சிதறடிக்கும் "ஹாட் ஸ்பாட்" ஏற்படும்.

6. உங்கள் ஃப்ளாஷிலிருந்து அதிகம் எதிர்பார்க்காதீர்கள். அதன் வரம்புகளை அறிந்து கொள்ளுங்கள். இது 7 முதல் 10 அடிக்கு அப்பால் போதுமான வெளிச்சத்தை வழங்காது.

7. பயன்படுத்துவதற்கு முன், உங்கள் ஃபிளாஷ் சரியான ஷட்டர் வேகத்தில் ஒத்திசைக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். உங்கள் கேமராவிலிருந்து அதை அகற்றும்போது, ஷட்டரை அதன் ஒத்திசைவு நிலையிலிருந்து அகற்றவும்.

8. பெரிய குழுக்களின் படங்களைத் தவிர்க்கவும். ஒரு செய்தி படத்தில் இரண்டு அல்லது மூன்று பேர் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய குழு.

9. ஒவ்வொரு படத்திற்கும் ஒரு தலைப்பு அல்லது கட்டைன் இருக்க வேண்டும். தலைப்பு என்பது படத்தில் என்ன நடக்கிறது என்பதற்கான சுருக்கமான விளக்கமாகும். எந்தவொரு செய்தி அறிக்கையையும் சமர்ப்பிக்கும் முன், புகைப்படத்தில் உள்ள அனைவரும் ஊடக ஒப்புதல் அளித்துள்ளதை உறுதிசெய்ய, உங்கள் கிளப் தன்னார்வலர்களுடன் சரிபார்க்கவும்.

10. உங்கள் அறிக்கையுடன் தேவையான வடிவத்தில் (பொதுவாக .jpg கோப்புகள்) புகைப்படங்களை ஊடகங்களுக்குச் சமர்ப்பிக்கவும். அறிக்கையின் கீழே, நீங்கள் சமர்ப்பிக்கும் புகைப்படத்தின் (களின்) கோப்பின் பெயரைக் குறிப்பிடவும். ஊடக சம்மதம் என்றால் என்ன? பதிவு செய்யும் நேரத்தில் தன்னார்வலர்கள் மற்றும் உறுப்பினர்களிடமிருந்து ஊடக ஒப்புதல் பெறப்படுகிறது. ஒரு அறிக்கையில் தன்னார்வலர்கள் அல்லது உறுப்பினர்களின் பெயர்கள் அல்லது படங்கள் பயன்படுத்தப்படுவதற்கு முன், முதலில் ஒப்புதல் பெறப்பட வேண்டும். பல்வேறு காரணங்களுக்காக, மக்கள் தங்கள் பெயரையோ படத்தையோ பயன்படுத்துவதைத் தேர்வுசெய்யாமல்

இருக்கலாம். அவர்களின் விருப்பத்திற்கு மதிப்பளிப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

ஒரு நல்ல செய்தியின் கூறுகள்:

1. முதலில் உண்மைகள் ஒரு செய்தியை எழுதும் போது, ஒரு நிருபர் ^{5W1H} ஐ மனதில் கொள்ள வேண்டும்: என்ன, ஏன், எங்கே, யார், எப்போது மற்றும் எப்படி.

2. முக்கியத்துவம் உங்கள் கதை சுருதி உங்களுக்கு மிக முக்கியமானதாக இருக்கலாம், ஆனால் கடையின் வாசகர்கள், கேட்பவர்கள் அல்லது பார்வையாளர்களைப் பற்றி என்ன? நீங்கள் பார்வையாளர்களைப் பற்றி சிந்திக்கவில்லை என்றால், நீங்கள் வேலைநிறுத்தம் செய்ய வாய்ப்புள்ளது. எவ்வாறாயினும், உங்கள் சுருதி குறிப்பாக செய்திக்குரியதாக இல்லாவிட்டாலும் (அதாவது, ஒரு செய்தித்தாள், எடுத்துக்காட்டாக, அவர்களின் முதல் பக்கத்தில் இயங்க விரும்புகிறது), ஆசிரியர்கள் இன்னும் தங்கள் வாசகர்கள் அக்கறை கொள்வார்கள் என்று நினைக்கும் அம்சக் கதைகளுக்கான யோசனைகளை விரும்புகிறார்கள் என்பதை நினைவில் கொள்க. பற்றி. கடினமான செய்தியாக நீங்கள் கருதியது எட்டிரால் மென்மையான செய்தியாக இருக்கக்கூடும்.

3. கவனம் ஒரு நல்ல கதை வரையறுக்கப்பட்ட மற்றும் கவனம் செலுத்துகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, மக்கள் தொடர்புகளில், எல்லா விவரங்களையும் ஒரு நிருபர் பெற வேண்டும் என்று நாங்கள் அடிக்கடி விரும்புகிறோம், ஆனால் நீங்கள் அவர்களிடம் வேலை செய்ய அதிகமாகக் கொடுத்தால், முடிவில் நீங்கள் ஏமாற்றமடைவீர்கள். உங்கள் முக்கிய கதை யோசனை என்ன என்பதை நினைவில் வைத்து, உங்கள் சுருதியில் கவனம் செலுத்துங்கள். ஒரு நிருபராக நீங்கள் எப்படிப் புகாரளிக்க முடிவு செய்கிறீர்கள் என்பதை ஒரு ^{PR} நிர்வாகியால் கட்டுப்படுத்த முடியாது, ஆனால் அவர்கள் கதையின் கோணத்தை தீர்மானிக்க அல்லது விஷயத்தின் முக்கியத்துவத்தை விரிவாகக் கூற உங்களுக்கு உதவ முடியும். பல அம்சங்களைக் கொண்ட ஒரு கதையை நீங்கள்

கண்டறிந்தால், உங்கள் வரைவுகளை எழுதுவதற்கு முன் உங்கள் கோணத்தைக் கண்டறிந்து கவனம் செலுத்துங்கள்.

4. சூழல்: நல்ல செய்திகள் வாசகர்களின் பார்வையை வழங்குகின்றன. உங்கள் கதை யோசனை உங்கள் சொந்த சமூகம் அல்லது ஆர்வத்திற்கு மிகவும் ஆர்வமாக இருக்கலாம், ஆனால் இது ஒரு பெரிய படத்திற்கு பொருந்துமா அல்லது அதிக பார்வையாளர்களுக்கு பொருத்தமானதா? ஒரு நிருபர் தங்கள் கட்டுரையில் கதையின் தற்போதைய அம்சத்தை மட்டுமல்லாமல், கதையுடன் தொடர்புடைய பின்னணி தகவல்களையும் வழங்க வேண்டும் மற்றும் ஒரு ஒத்திசைவான பகுதியை முன்வைக்க புள்ளிகளை இணைக்க வேண்டும்.

5. குரல் ஒவ்வொரு நிருபருக்கும் அவரவர் எழுத்து பாணி உள்ளது, அதை அவர்கள் பல, பல கதைகளைத் தயாரித்த பிறகு உருவாக்குகிறார்கள். அவர்கள் ஆராய்ச்சி முறையைக் கட்டமைக்கவும், நம்பகமான வலையமைப்பை உருவாக்கவும், ஒரு முக்கிய இடத்தைக் கண்டறியவும், தொழில் ரீதியாகவும் தனிப்பட்ட முறையிலும் அவர்களுக்கு முக்கியமான விஷயங்களுக்கு வார்த்தைகளை வழங்கவும் முடியும், இது அவர்களின் கதைகளில் ஒரு தனித்துவமான பாணியை உருவாக்குகிறது. இந்த பாணி இப்போது பத்திரிகை உலகில் அவர்களின் குரல்.

6. தெளிவு செய்திகள் எப்பொழுதும் தெளிவான, எளிமையான மற்றும் எளிதில் புரிந்துகொள்ளக்கூடிய மொழியில் எழுதப்பட வேண்டும். ஒரு நிருபர் எப்பொழுதும் எளிமையான ஆங்கிலத்தைப் பயன்படுத்த வேண்டும் மற்றும் அவரது செய்திக் கதையில் தெளிவற்ற வார்த்தைகளைத் தவிர்க்க வேண்டும். மேலும், நிறுத்தற்குறிகள் மற்றும் நல்ல இலக்கணத்தைப் பயன்படுத்துவது வாசகருக்கு கதையைப் புரிந்துகொள்ள உதவும். ஒரு முக்கிய பத்திரிக்கை அல்லது பத்திரிக்கைக்கு எழுதும் வரை, நிருபர்கள் சாதாரண மக்களுக்கு பயனற்ற வார்த்தைகளைத் தவிர்க்க வேண்டும்.

7. சுருக்கம் ஒரு செய்தி எப்பொழுதும் சுருக்கமாகவும், தெளிவாகவும், எளிமையாகவும் இருக்க வேண்டும், மேலும் அதன் நோக்கம் ஆசிரியர் மற்றும் வாசகர் இருவரின் கவனத்தையும் ஈர்ப்பதாக இருக்க வேண்டும். பெரும்பாலான வாசகர்கள் ஒரு செய்தித்தாளில் ஒரு முழு கதையையும் படிக்க மிகவும் அவசரப்படுகிறார்கள். எனவே, வாசகரின் ஆர்வத்தைத் தக்கவைக்க எப்போதும் சுருக்கமாக செய்திகளை வழங்குவது நல்லது. இந்த முறைக்கு தலைகீழ் பிரமிடு எழுத்து நடை தேவைப்படுகிறது.

8. ஒரு நல்ல நிருபர் தனது வாசகர்கள், பார்வையாளர்கள் மற்றும் கேட்பவர்கள் கேட்கும் கேள்விகளை எதிர்பார்த்து பதிலளிப்பார். இதற்கு தயாரிப்பு மற்றும் பயிற்சி தேவை மற்றும் நீங்கள் மேலும் மேலும் செய்திகளை கையாளும் போது பயணத்தின் போது கற்றுக் கொள்ளப்படுகிறது.

9. இருப்பு/நியாயம் இது எந்த விதமான சார்பு அல்லது பாரபட்சமான ஆதாரத்தையும் காட்டாமல் ஒரு செய்தியை எழுதும் திறன். இந்த அளவுகோல்களை ஒரு புதிய எழுத்தாளர் பரிசீலிக்க வேண்டும்: நீங்கள் ஒரு செய்தியை எழுதும்போதெல்லாம், யாரையும் நியாயந்தீர்க்காதீர்கள் அல்லது அவர்களை எதிர்க்காதீர்கள்.

10. புறநிலை நிருபர் கதையை புறநிலையாக அணுக வேண்டும், அதாவது, உண்மைகளுக்குப் பதிலாக கருத்துக்களை முன்வைக்கக்கூடிய உணர்ச்சிகரமான ஈடுபாடு இல்லாமல். உங்கள் கதை உங்கள் இதயத்திற்கு எவ்வளவு நெருக்கமாக இருந்தாலும், ஒரு நிருபராக நீங்கள் நம்பகமான உண்மைகளையும் புள்ளிவிவரங்களையும் மட்டுமே முன்வைக்க வேண்டும்.

ஒரு செய்திக் கதையை உருவாக்குதல்

உடற்பயிற்சி கூடத்தின் சீரமைப்பு பணிகள் முடிய இன்னும் ஒரு வாரத்தில் உள்ளது. சீசனின் முதல் கூடைப்பந்து விளையாட்டு திட்டமிடப்பட்ட கட்டுமானத்தின் முடிவில் இரண்டு நாட்களுக்கு அமைக்கப்பட்டுள்ளது. கட்டுமானத் தொழிலாளர்கள் புதிய

ஸ்டாண்டுகளையும் புதிய தளத்தையும் நிறுவி வருகின்றனர், ஆனால் கனமழையால் ஜிம் உட்பட பகுதி முழுவதும் வெள்ளம் ஏற்பட்டது. பள்ளியின் தாளின் நிருபரான செலினா, தனது கணித ஆசிரியரிடம் (அவர் ஒரு உதவி கூடைப்பந்து பயிற்சியாளரும் கூட) வெள்ளம் புதிய தளத்தை அழித்துவிட்டதாகக் கேள்விப்படுகிறார். ஒரு ஆன்லைன் நிருபராக, தனது வாசகர்களுக்கு தகவல்களை விரைவாகப் பெற முயற்சிப்பதால், செலினா இந்த ட்விட்டர் செய்தியை தனது காகிதத்தின் ட்விட்டர் ஊட்டத்திற்கு அனுப்பலாம்: " கனமழை வெள்ளம், மறுவடிவமைக்கப்பட்ட உடற்பயிற்சி கூடத்தில் புதிய கூடைப்பந்து தளத்தை அழிக்கிறது". வார்த்தை முடிந்துவிட்டது, ஆனால் வாசகர்களுக்கு வேறு என்ன கேள்விகள் இருக்கும்? ட்விட்டர் மற்றும் முகநூல் பதிவுகள் செய்தியாளர்கள் மற்றும் பிற பயனர்களுக்கு ஒரு பெரிய பார்வையாளர்களுக்கு குறுகிய வெடிப்பு தகவல்களை உடனடியாக தெரிவிக்கும் திறனை வழங்கியுள்ளன. இருப்பினும், ¹⁴⁰- எழுத்துகள் கொண்ட ட்வீட் அல்லது சுருக்கமான நிலைப் புதுப்பிப்பைத் தாண்டிய கேள்விகள் வாசகர்களிடம் இருக்கும். நேரான செய்தி முன்னணி சராசரி சமூக ஊடகத்தை விட சற்று அதிகமாகவே வழங்குகிறது "வேலை செய்வதற்கான உரிமைச் சட்டம் மாணவர்களுக்கான கட்டணத்தை நீக்குகிறது," ரோசெல் புரூல், **ப. 4, மார்ச் 22, 2012. HiLite, Carmel High School, Carmel, Ind.** ஜிம் ஸ்ட்ரெய்சலின் அனுமதியுடன் மீண்டும் உருவாக்கப்பட்டது. ஒரு வலுவான விக்னெட் லீட் மூலம், தொழிற்சங்கச் சட்டம் மாணவர்கள் மீது ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தை வாசகர்களுக்கு தனிப்பட்ட முறையில் HiLite வழங்குகிறது. மாணவர்கள் ஆன்லைனில் சென்று இந்த சட்டத்தைப் பற்றி படிக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. இருப்பினும், ஒரு நல்ல செய்தி எழுத்தாளர், கதையை உறுதியான சொற்களில் வைப்பதன் மூலமும் உண்மையான நபர்களைக் காட்டுவதன் மூலமும் சிக்கலைப் புரிந்துகொள்ள வாசகருக்கு உதவ முடியும். வாசகரை ஈர்க்க எழுத்தாளர் ஈயத்தைப் பயன்படுத்துகிறார், ஆனால் லீட் செய்த உடனேயே ஃபோகஸ் அல்லது ரேப் கிராஃபில் நியூஸ் பெக்-வேலை செய்ய உரிமைச் சட்டத்தின் ஒப்புதலை வழங்குகிறார்.

செய்திக் கதையின் கவனத்தைத் தெளிவுபடுத்துதல், பெரும்பாலான உயர்நிலைப் பள்ளி வெளியீடுகள் வழக்கமான கூட்டங்களை நடத்துகின்றன, அங்கு வரவிருக்கும் பதிப்புகளுக்கான ஊழியர்களின் கதை யோசனைகள் விவாதிக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய சந்திப்புகள் பெரும்பாலும் கதை யோசனைகளின் பட்டியலை உருவாக்குகின்றன, அங்கு சாத்தியமான பகுதிகள் வரையப்பட்டு, பிற்காலத்தில் எட்டர்கள் சீப்புக்காக தொகுக்கப்படுகின்றன. அத்தகைய சந்திப்புக்கு தயாராகும் போது, குறிப்பிட்ட விவரங்களுடன் தெளிவாக கவனம் செலுத்திய கதை யோசனைகளை எழுதுவது முக்கியம். உங்கள் யோசனைகள் " மறுசுழற்சி" அல்லது " தரநிலைப்படுத்தப்பட்ட சோதனை" போன்ற தலைப்புகளை விட அதிகமாக இருப்பதை உறுதிசெய்யவும். உங்கள் கதை யோசனையில் குறிப்பிட்ட விவரங்கள் உள்ளதா என்பதை உறுதிசெய்து கொள்ளவும், முன்னுரிமை உள்ளூர் கோணத்துடன். ஒரு கதை யோசனை சாத்தியமானதா மற்றும் போதுமான கவனம் செலுத்துகிறதா என்பதைத் தீர்மானிக்க பின்வரும் அடிப்படைக் கேள்விகளை நீங்களே எப்போதும் கேட்டுக்கொள்ள வேண்டும்:

ஏதாவது புதியதா, மாற்றப்பட்டதா அல்லது வேறுபட்டதா?

❖ செய்தி குறிப்புக்கான உறுதியான மற்றும் துல்லியமான ஆதாரங்கள் எங்களிடம் உள்ளதா?

❖ கதையை உருவாக்க எங்களிடம் சரிபார்க்கக்கூடிய உண்மைகள் உள்ளதா? கதை யோசனைகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே: மோசமானது: " பள்ளிக் கடை. அது திறக்கப்படலாம் என்று கேள்விப்பட்டேன். இது எந்த வளர்ச்சியும் இல்லாத ஒரு தலைப்பு மட்டுமே. சிறந்தது: "அடுத்த வெள்ளிக்கிழமை பள்ளிக் கடை மீண்டும் திறக்கப்படுகிறது. ஏராளமான பணத்தை இழந்ததால் கடந்த ஆண்டு கடை மூடப்பட்டது. மீண்டும் திறப்பதற்கு அதிபர் ஒப்புதல் அளித்ததாக வணிக ஆசிரியர் கூறினார். விற்பனையை மேம்படுத்த பணப்புழக்கம் மற்றும் சரக்குகளை மேற்பார்வையிடுவதற்கான தொழில்முனைவோர் வகுப்பு திட்டத்தை கதை உள்ளடக்கியதாக இருக்க வேண்டும்.

இந்தக் கதை யோசனைக்கு ஒரு திட்டவாட்டமான காலக்கெடு உள்ளது—மீண்டும் திறக்கும் தேதி. நிருபருக்கு வணிக ஆசிரியரிடம் நம்பகமான ஆதாரமும் உள்ளது. இதன் விளைவாக, கதை ஒரு வதந்தியை விட அதிகமாக உள்ளது. எதை மறைக்க வேண்டும் என்பதற்கான திட்டத்தின் ஆரம்பம் இது. ஒரு நல்ல, குறிப்பிட்ட ஆதாரங்களின் பட்டியல் இந்தக் கதை யோசனையை வலுப்படுத்தக்கூடும்.

ஒரு செய்தியில் உள்ள ஒவ்வொரு பத்தியும்:

- ❖ பொதுவாக ஒரு யோசனையை மட்டுமே உள்ளடக்க வேண்டும்; செய்தி பத்திகள் ஒரு பிஸியான வாசகருக்கு எழுதப்பட்டவை, அவர் முடிந்தவரை தகவல்களை எடுக்க வேண்டும்.
- ❖ முந்தைய பத்தியில் இருந்து வேறுபட்ட புதிய தகவலை வாசகர்களுக்கு கொடுத்து, கதையை முன்னெடுத்துச் செல்ல வேண்டும்.
- ❖ விதிவிலக்குகள் சாத்தியம் என்றாலும், பொதுவாக ஒன்று முதல் மூன்று வாக்கியங்கள் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ கதையின் ஒட்டுமொத்த மையத்திற்கும் பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும். சைபர் மிரட்டல் அதிகரிப்பு குறித்த பின்வரும் ஹார்பிங்கர் கதையின் உடலில், ஷாவ்னி மிஷன் ஈஸ்டின் ஆண்ட்ரூ கோபிள், அநாமதேய கருத்துக்களை இடுகையிட பயன்படுத்தப்படும் ட்விட்டர் தளத்தின் உதாரணத்தை தருகிறார். கடந்த இலையுதிர்காலத்தில் வில்சன் தனது நண்பருடன் தனது கணக்கைத் தொடங்கினார். கடந்த இலையுதிர்காலத்தில் அவர்கள் தொடங்கியபோது, மக்களை சிரிக்க வைப்பதே அவர்களின் குறிக்கோளாக இருந்தது.

“இதை யார் எழுதுகிறார்கள் என்று யாருக்கும் தெரியாவிட்டால் அது வேடிக்கையாக இருக்கும் என்று நாங்கள் நினைத்தோம்; அபத்தமான நிகழ்வுகள் சிரிக்க வைக்கும் விதத்தில் பதிவாகியிருந்தன” என்று வில்சன் கூறினார். சில வாசகர்கள் வில்சனுடன் கருத்துக்கள் வெறும் நகைச்சுவைகள் என்று ஒப்புக்கொள்ளலாம் என்றாலும், ட்வீட்கள் ஏற்படுத்தக்கூடிய எதிர்மறையான தாக்கத்தை எதிர்க்கும் நபர்களின் கண்ணோட்டத்தையும் எழுத்தாளர் ஆராய்கிறார். இது பாதிப்பில்லாதது

என்று எல்லோரும் உணரவில்லை. சோபோமோர் ஜூலி சாண்டர்ஸ்* [SMEGossipGurlz](#) இல் ஒரு இடுகையில் குறிப்பிடப்பட்டபோது பேரழிவிற்கு ஆளானார். " நான் பள்ளிக்குச் செல்ல விரும்பவில்லை என்பது எனக்கு நினைவிருக்கிறது," சாண்டர்ஸ் கூறினார். " இது புதிய ஆண்டின் முதல் வாரம் போல இருந்தது, அதனால் எனக்கு யாரையும் தெரியாது, மேலும் நான் " நான் என்ன செய்யப் போகிறேன்?" என்று அழுதுகொண்டே அழைத்தேன். பள்ளிக்கூடம் முழுவதும் உங்களைப் பற்றி பேசுவது போல் உணர்கிறீர்கள். செய்தி ஆதாரங்கள் கவனத்திற்கு பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும். அவை பொதுவாக முதல் மற்றும் கடைசி பெயரால் அடையாளம் காணப்பட வேண்டும், அவை ஏன் பொருத்தமானவை என்பதற்கான சில விளக்கங்களுடன். முந்தைய எடுத்துக்காட்டில், எழுத்தாளர் ஆதாரங்களின் பெயர்களை மாற்றவும், அவற்றின் அடையாளத்தைப் பாதுகாக்க நட்சத்திரக் குறியீடுகளால் குறிக்கவும் முடிவு செய்தார்.

நல்ல செய்தி எழுத்தாளர்கள் கதையில் உள்ளடக்கப்பட வேண்டிய அனைத்து வெவ்வேறு புள்ளிகளையும் கோடிட்டுக் காட்டுவார்கள். புதிய பள்ளிக் கொள்கை அல்லது திட்டத்தைப் பற்றிய செய்தியாக இருந்தால், பலம் மற்றும் பலவீனம் இரண்டும் உள்ளடக்கப்பட்டதா? கதை ஒரு பிரச்சனையைப் பற்றியது என்றால், அது சாத்தியமான தீர்வுகளை உள்ளடக்கியதா? கதை முன்மொழியப்பட்ட மாற்றத்தைப் பற்றியதாக இருந்தால், கதை அதன் பின்னணியில் உள்ள காரணத்தை உள்ளடக்கியதா? அது ஏற்படுத்தக்கூடிய சாத்தியமான தாக்கம் அல்லது வேறுபாட்டை உள்ளடக்குமா? சைபர் மிரட்டல் பகுதியின் மற்றொரு பகுதியில், எழுத்தாளர் கதையில் எழுப்பப்படும் பிரச்சனைகளுக்கு சாத்தியமான தீர்வுகளை குறிப்பிடுகிறார். தீர்வுகள் எளிதானது அல்ல என்பதை எழுத்தாளர் புரிந்துகொள்கிறார், எனவே அவர் சாத்தியமான சிரமங்களையும் உள்ளடக்குகிறார். மாவட்ட வழிகாட்டுதல்கள் நிர்வாகிகளுக்கு பல்வேறு நடவடிக்கைகளை எடுக்க வேண்டும்.

கேள்விகள்

1. ஒரு நிருபரின் குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் என்ன?
2. செய்தி நிருபரின் பங்கு என்ன?

3. செய்தி எழுதுவதில் பல்வேறு வகைகள் என்ன?
4. நியூஸ் பெக் லீட்டின் உதாரணம் என்ன?
5. ஒரு செய்தியின் முன்னணியை எப்படி எழுதுகிறீர்கள்?

myF - IV

நேர்காணல்கள், விளக்க அறிக்கையிடல், புலனாய்வு அறிக்கை, விமர்சனங்கள், அம்சம் எழுதுதல், பயணக்கட்டுரைகள் மற்றும் இணைய எழுத்து

கற்றல் நோக்கங்கள்

- நேர்காணல்கள், விளக்க அறிக்கையிடல் மற்றும் புலனாய்வு அறிக்கை மூலம் மாணவர்களைப் பற்றி njhpe;Jnfhs;s Ntz;Lk;
- மாணவர்கள் செய்தி மதிப்பாய்வு அறிக்கையைக் கற்றுக்கொள்கிறார்கள்;
- செய்தி அம்சங்களை எழுதுவதற்கு செய்தி நுட்பங்களைப் பயன்படுத்த மாணவர்களுக்கு உதவ Ntz;Lk;
- செய்திகள், பயணக் குறிப்புகள் மற்றும் இணையத்தில் எழுதுதல் ஆகியவற்றில் நெறிமுறை திறன்களை மேம்படுத்துதல்.

நேர்காணல்

ஒரு நேர்காணல் என்பது ஒரு கட்டமைக்கப்பட்ட உரையாடலாகும், அதில் ஒரு பங்கேற்பாளர் கேள்விகளைக் கேட்கிறார், மற்றவர் பதில்களை வழங்குகிறார். பொதுவான பேச்சு வார்த்தையில், "நேர்காணல்" என்ற சொல் ஒரு நேர்காணல் செய்பவருக்கும் நேர்காணலுக்கும் இடையே நடக்கும் உரையாடலைக் குறிக்கிறது. ஒரு பத்திரிகையாளர் நேர்காணல் என்பது ஒரு பத்திரிகையாளருக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் அல்லது தலைப்பில் தகவல்களை வழங்கும் ஒரு மூலத்திற்கும் இடையிலான உரையாடலாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு சுற்றுச்சூழல் பத்திரிகையாளராக, வரவிருக்கும் திட்டங்கள் மற்றும் முன்முயற்சிகள் பற்றிய

தகவல்களைக் கண்டறிய நீங்கள் சூழலியலாளர்கள் மற்றும் பயிற்சி பெற்ற நிபுணர்களை நேர்காணல் செய்யலாம். நேர்காணல் என்பது என்ன நடக்கிறது என்பதைக் கண்டுபிடிப்பதாகும். தெரிந்தவர்களைக் கண்டுபிடித்து அவர்களிடம் பேசுங்கள். நீங்கள் உள்ளடக்கிய சம்பவம் அல்லது விஷயத்தில் நேரடியாக ஈடுபட்டவர்கள் அல்லது நேரடியாக சம்பந்தப்பட்டவர்கள் சிறந்த ஆதாரங்கள். ஒரு பத்திரிகையாளர் நேர்காணல் என்பது ஒரு பத்திரிகையாளருக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் அல்லது தலைப்பில் தகவல்களை வழங்கும் ஒரு மூலத்திற்கும் இடையிலான உரையாடலாகும். எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு சுற்றுச்சூழல் பத்திரிகையாளராக, வரவிருக்கும் திட்டங்கள் மற்றும் முன்முயற்சிகள் பற்றிய தகவல்களைக் கண்டறிய நீங்கள் சூழலியலாளர்கள் மற்றும் பயிற்சி பெற்ற நிபுணர்களை நேர்காணல் செய்யலாம். கட்டுரைகளை எழுத, உள்ளடக்கத்தை உருவாக்க அல்லது அந்த விஷயத்தை மேலும் ஆராய பத்திரிகையாளர்கள் பயன்படுத்தக்கூடிய ஒரு குறிப்பிட்ட விஷயத்தைப் பற்றிய முதல்-நிலைத் தகவலை வழங்குவதே நேர்காணலின் முக்கிய அம்சமாகும். ஒரு பத்திரிகையாளர் நேர்காணல் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களுக்கு இடையேயான உரையாடலின் வடிவத்தை எடுக்கும்: நேர்காணல் செய்பவர்(கள்) நேர்காணல் செய்பவர்களிடமிருந்து உண்மைகள் அல்லது அறிக்கைகளைப் பெற கேள்விகளைக் கேட்கிறார். நேர்காணல்கள் பத்திரிகை மற்றும் ஊடக அறிக்கையிடலின் ஒரு நிலையான பகுதியாகும்.

நேர்காணல்கள் பல நல்ல கதைகளை உருவாக்க முடியும் மற்றும் தகவல்களின் வளமான ஆதாரமாக இருக்கும். சரியாகக் கையாளப்பட்டால், அவை உயிரோட்டமான, மனித, உள்ளூர் பிரதிகளின் சுரங்கமாக இருக்கும். வருகை தரும் வெளிநாட்டவருடனான நேர்காணல் நல்ல உள்ளூர் நகலைப் பெறலாம். வருகை தரும் வெளிநாட்டுப் பிரமுகருடன் நேர்காணலைப் பெறும் நிருபருக்கு ஒரு ஸ்கூப் (அதாவது ஒரு பிரத்யேகக் கதை) கிடைக்கும். மூன்று முக்கிய நோக்கங்களுக்காக ஒரு நபரை நேர்காணல் செய்யலாம்: முதலில், சம்பந்தப்பட்ட நபர் செய்தி வெளியிட்டிருந்தால் அல்லது ஒரு செய்தி நிகழ்வில் பங்கேற்றிருந்தால் -

மலையில் ஏறியிருந்தால், அடையாளம் தெரியாத பறக்கும் பொருள் தரையிறங்குவதைக் கண்டால் அல்லது கால்பந்து போட்டியில் கோல் அடித்திருந்தால்; இரண்டாவதாக, கேள்விக்குரிய நபர் செய்தி அல்லது கொள்கையை உருவாக்கும் திறன் கொண்டவராக இருந்தால் [அதிகாரத்தில் இருப்பவர் எப்போதும் செய்திகளின் ஆதாரமாக இருக்கிறார்]; மூன்றாவது, நபர் அதிகாரத்தால் பாதிக்கப்பட்டிருந்தால். உதாரணமாக, அரசாங்கக் கொள்கையால் பாதிக்கப்படும் சாதாரண மக்களை நேர்காணல் செய்வது, கொள்கையை உருவாக்கியவர்கள் தாங்களாகவே படிக்கக்கூடிய ஒரு அற்புதமான பிரதியை உருவாக்க முடியும்.

நேர்காணல் வகைகள்

- ❖ கட்டமைக்கப்பட்ட நேர்காணல்கள். ...
- ❖ கட்டமைக்கப்படாத நேர்காணல்கள். ...
- ❖ சூழ்நிலை நேர்காணல்கள். ...
- ❖ நடத்தை நேர்காணல்கள். ...
- ❖ அழுத்த நேர்காணல்கள். ...
- ❖ தொழில்நுட்ப நேர்காணல்கள். ...
- ❖ ஒருவருக்கு ஒருவர் நேர்காணல்கள். ...
- ❖ வீடியோ அல்லது தொலைபேசி நேர்காணல்கள்.

கவனிப்பு

கவனிப்பு என்பது தொடர்புடைய தகவல்களை நேரடியாகப் பெறுவதை உள்ளடக்கியது. உங்கள் ஐந்து புலன்கள் விவரங்களை வழங்க முடியும். நீ என்ன காண்கிறாய்? கேள்? வாசனையா? உணர்கிறீர்களா? நீங்கள் எதைப் புகாரளிக்கிறீர்கள் என்பதைப் பற்றிய சிறந்த கண்ணோட்டத்தை உங்கள் வாசகருக்கு வழங்க, அந்த விவரங்களை உங்கள் கதையில் விடுங்கள்.

ஆவணங்கள் மூலம் தேடுதல்: ஆவணங்களைப் பார்ப்பது தொடர்புடைய தகவலைக் கண்டறிய மற்றொரு வழியாகும். நிருபர்கள் பொது ஆவணங்களில் ஆயிரக்கணக்கான கதைகளைக் காணலாம். குற்றங்கள், பள்ளித் தேர்வு மதிப்பெண்கள்,

மக்கள்தொகைப் புள்ளிவிவரங்கள், விபத்து அறிக்கைகள் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு மற்றும் பலவற்றின் அரசாங்க தரவுத்தளங்கள் ஒரு ஊக்கமளிக்கும் எழுத்தாளரை பல ஆண்டுகளாக பிஸியாக வைத்திருக்க முடியும். ஒரு நேர்காணல் பாடத்தின் உண்மை-சரிபார்ப்பு அறிக்கைகளுக்கு ஆவணங்கள் சிறந்த வழியை வழங்குகின்றன.

நிருபர்கள், நிருபர்கள் மற்றும் ஸ்டிரிங்கர்கள்: நிருபர்கள் வழக்கமாக நகல்களை எழுத அலுவலகத்திற்குத் திரும்புவார்கள். அவர்கள் வெளியீட்டு மையத்தில் வேலை செய்கிறார்கள், அதாவது, செய்தித்தாள் வெளியிடப்படும் இடம். செய்தித்தாள்கள் மாநிலத் தலைநகரங்கள், முக்கியமான தேசிய இடங்கள் மற்றும் சர்வதேச இடங்கள் போன்ற தொலைதூர இடங்களிலிருந்து அறிக்கை செய்யும் "நிருபர்கள்" மற்றும் " ஸ்டிரிங்கர்கள்" ஆகியோரிடமிருந்தும் செய்திகளைப் பெறுகின்றன. ஸ்டிரிங்கர்கள் ஃப்ரீலான்ஸ் நிருபர்கள், பெரும்பாலும் மாணவர்கள் அல்லது தொழில்முறை அல்லாதவர்கள், அவர்கள் செய்திகளை எழுதுகிறார்கள். அவர்களின் வளாகம், சமூகம் அல்லது உள்ளூர் பகுதிகள் பற்றி நிருபர்களின் பணி நிலைமைகள்: தன்னியக்கமானது சிக்கல்களை நீக்கியுள்ளது.செய்தி அறைகள் ஆட்டோமேஷன் மற்றும் எலக்ட்ரானிக் டெக்னாலஜி அதிக உயர்-தொழில்நுட்ப தகவல் உற்பத்தி செயல்பாட்டை விளைவித்துள்ளது. ஆனால் செய்தியாளர்களின் தேவை குறையவில்லை. நிருபர்கள் பெரும்பாலும் திட்டமிடப்படாத கூடுதல் நேரம் வேலை செய்கிறார்கள். அவர்கள் மன அழுத்த சூழ்நிலையிலும் வேலை செய்ய தயாராக இருக்க வேண்டும். நிலநடுக்கம், தீ, வெள்ளம், துப்பாக்கிச் சூடு மற்றும் பிற ஆபத்தான நிலைமைகள் போன்ற சூழ்நிலைகள்.

நிருபர்கள் உள்ளேயும் வெளியேயும் வேலை செய்கிறார்கள், எல்லா வகையான மக்களையும் கையாளுகிறார்கள். அவர்கள் வேலை செய்யலாம். உற்பத்தி செய்யாத தடங்களில் நீண்ட காலத்திற்கு. செய்தித்தாளில் இருந்து தங்கள் கதைகளை திருத்தவும், சுருக்கவும், ஒழுங்கமைக்கவும் ஆசிரியர்களுக்கு விருப்பம் உள்ளது.

நேர்காணல்கள், விசாரணைகள் அல்லது அவதானிப்புகள் மூலம் செய்தித்தாள் நிகழ்வுகள் மற்றும் நிகழ்வுகள், பின்னணி, பொருள் மற்றும் விளைவுகளை விவரிக்கும் செய்திகளை எழுதுதல். அவர்களுக்கு பேரழிவுகள், குற்றம் மற்றும் மனித நலன் போன்ற பணிகள் வழங்கப்படுகின்றன. ஒரு கதையை உள்ளடக்கும் போது அவர்கள் குறிப்புகளை எடுத்துக்கொள்கிறார்கள் (அல்லது சில நேரங்களில் டேப் ரெக்கார்டரைப் பயன்படுத்துவார்கள்). நிருபர்களின் அடிப்படைப் பணிகளில் நிகழ்வுகளைப் புறநிலையாகப் பார்ப்பது, அவற்றைத் துல்லியமாகப் புகாரளிப்பது மற்றும் அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குவது ஆகியவை அடங்கும். வேலையின் தன்மையைப் பொறுத்து, அறிக்கையிடல் மூன்று குழுக்களாக வகைப்படுத்தலாம்: நிகழ்வு அறிக்கை, விளக்க அறிக்கையிடல் மற்றும் புலனாய்வு அறிக்கை. உள்ளடக்கப்பட்ட பாடங்களின் அடிப்படையில், அறிக்கையிடல் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்: அரசியல் அறிக்கை, பொருளாதார அறிக்கை, சமூக அறிக்கை, பாராளுமன்ற அறிக்கை, வணிக அறிக்கை, வளர்ச்சி அறிக்கை, குற்ற அறிக்கை, சட்ட அறிக்கை மற்றும் அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப அறிக்கை. மேலே குறிப்பிட்டுள்ள அனைத்து வகையான அறிக்கைகளையும் பிற பாடங்களில் பின்னர் விவாதிப்போம். இந்த பாடத்தில், அறிக்கையிடலின் பரந்த அம்சங்களைப் பற்றி விவாதிப்போம்.

வரையறைகள்: புலனாய்வு அறிக்கை

புலனாய்வு அறிக்கையிடல் என்பது பத்திரிகையின் ஒரு வடிவமாகும், இது மறைந்திருக்கும் தகவல்களை வெளிக்கொணர, ஊழலை அம்பலப்படுத்த மற்றும் தவறான செயல்களை வெளிப்படுத்த ஆழமான ஆராய்ச்சி, பகுப்பாய்வு மற்றும் உண்மையைக் கண்டறிதல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. இது மேற்பரப்பு-நிலை அறிக்கையிடலுக்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் தனிநபர்கள், நிறுவனங்கள் அல்லது அரசாங்கங்களுக்கு பொறுப்புக்கூறலைக் கொண்டுவருவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. புலனாய்வு நிருபர்கள் பெரும்பாலும் விரிவான ஆராய்ச்சி, நேர்காணல்கள், தரவு பகுப்பாய்வு மற்றும் ஆவணப் பரிசோதனை ஆகியவற்றை ஆதாரங்களைச் சேகரித்து

அவர்களின் கூற்றுக்களை ஆதரிக்கின்றனர். புலனாய்வு அறிக்கையிடலின் நோக்கம் உண்மைகளை வெளிப்படுத்துதல், அதிகாரத்திற்கு சவால் விடுதல், வெளிப்படைத்தன்மையை ஊக்குவிப்பது மற்றும் அதிகாரத்தை பொறுப்புக்கூற வைப்பதாகும். இது சட்ட, அரசியல் மற்றும் சமூகத் துறைகளில் நேரடியான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது மற்றும் அடிக்கடி சட்ட நடவடிக்கை, கொள்கை மாற்றங்கள் மற்றும் சீர்திருத்தங்களுக்கு வழிவகுக்கிறது.

விளக்கமளிக்கும் அறிக்கை

விளக்க அறிக்கையிடல் என்பது சிக்கலான சிக்கல்கள் அல்லது நிகழ்வுகள் பற்றிய சூழல், பகுப்பாய்வு மற்றும் நுண்ணறிவை வழங்கும் பத்திரிகையின் ஒரு வடிவமாகும். இது உண்மைகளைப் புகாரளிப்பதற்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் பொருளின் முக்கியத்துவம், தாக்கங்கள் மற்றும் பரந்த முன்னோக்குகளைப் புரிந்துகொள்ள பார்வையாளர்களுக்கு உதவுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. விளக்கமளிக்கும் நிருபர்கள் நிபுணர்களுடனான ஆழமான நேர்காணல்கள், வரலாற்று முன்னுதாரணங்கள் பற்றிய ஆராய்ச்சி மற்றும் தலைப்பைப் பற்றிய ஆழமான புரிதலை வழங்க தரவு மற்றும் போக்குகளின் பகுப்பாய்வு ஆகியவற்றை நம்பியுள்ளனர். சிக்கலான தகவல்களை எளிதில் புரிந்துகொள்ளக்கூடிய கதைகளாக வடிகட்டுவதற்கு அவர்கள் பெரும்பாலும் கதைசொல்லல் நுட்பங்களை இணைத்துக்கொள்கிறார்கள். விளக்க அறிக்கையிடலின் நோக்கம் ஆழமான புரிதலை வழங்குதல், விமர்சன சிந்தனையை ஊக்குவித்தல், பொதுக் கருத்தை வடிவமைத்தல் மற்றும் தகவலறிந்த விவாதங்களை ஊக்குவிப்பதாகும். இது பொது சொற்பொழிவில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது, அனுமானங்களை சவால் செய்கிறது, மேலும் தகவலறிந்த மற்றும் ஈடுபாடுள்ள சமூகத்திற்கு பங்களிக்கிறது. விசாரணை மற்றும் விளக்க அறிக்கையின் தாக்கம் புலனாய்வு அறிக்கை மற்றும் விளக்க அறிக்கையிடல் சமூகம், ஜனநாயகம் மற்றும் பொது உரையாடல் ஆகியவற்றில் ஆழமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளது. அவை பின்வருமாறு:

கணக்கில் அதிகாரத்தை வைத்திருத்தல்

புலனாய்வு அறிக்கையானது தவறுகளை வெளிக்கொணரும், ஊழலை அம்பலப்படுத்துகிறது மற்றும் அதிகாரத்தில் இருப்பவர்களை பொறுப்புக்கூற வைக்கிறது. உண்மையை வெளிப்படுத்துவதன் மூலம், செயல்படும் ஜனநாயகத்திற்கு தேவையான காசோலைகள் மற்றும் சமநிலைகளை பராமரிக்க பத்திரிகையாளர்கள் உதவுகிறார்கள்.

விழிப்புணர்வை உருவாக்குதல்

புலனாய்வு மற்றும் விளக்கமளிக்கும் இதழியல் சமூகப் பிரச்சினைகள் மற்றும் நெருக்கடிகள் மீது வெளிச்சம் போடுகிறது. இது ஓரங்கட்டப்பட்ட குரல்களுக்கு கவனம் செலுத்துகிறது, அமைப்பு ரீதியான பிரச்சனைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகிறது மற்றும் மாற்றத்திற்கான பொது நடவடிக்கையை அணிதிரட்டுகிறது. வெளிப்படைத்தன்மையை வளர்ப்பது, புலனாய்வு அறிக்கையானது பொது மற்றும் தனியார் துறைகளில் வெளிப்படைத்தன்மை மற்றும் பொறுப்புணர்வைத் தூண்டுகிறது. முறைகேடுகள் மற்றும் மறைக்கப்பட்ட நிகழ்ச்சி நிரல்களை அம்பலப்படுத்துவதன் மூலம், பத்திரிகையாளர்கள் மிகவும் வெளிப்படையான மற்றும் நெறிமுறை சமூகத்திற்கு பங்களிக்கின்றனர்

கொள்கை மற்றும் சட்டத்தை பாதிக்கும்

புலனாய்வு அறிக்கைகள் பெரும்பாலும் கொள்கை மாற்றங்கள், சட்டமன்ற சீர்திருத்தங்கள் மற்றும் சட்ட நடவடிக்கைகளுக்கு வழிவகுக்கும். அவை மாற்றத்திற்கான ஊக்கியாக செயல்படுகின்றன மற்றும் புதிய விதிமுறைகள் மற்றும் சட்டங்களை வடிவமைக்கக்கூடிய ஆதாரங்களை வழங்குகின்றன.

மாற்றத்தை தூண்டும்

ஆழமான பகுப்பாய்வு மற்றும் நுண்ணறிவு விவரிப்புகளை வழங்குவதில், விளக்கமளிக்கும் அறிக்கையானது விமர்சன சிந்தனையைத் தூண்டுகிறது மற்றும் வாசகர்களை அனுமானங்களை

கேள்வி கேட்கவும், சார்புகளை சவால் செய்யவும் மற்றும் தகவலறிந்த உரையாடலில் ஈடுபடவும் ஊக்குவிக்கிறது. இது பார்வையாளர்களுக்கு சிக்கலான சிக்கல்களைப் புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது மற்றும் மேலும் தகவலறிந்த சமூகத்திற்கு பங்களிக்கிறது. புலனாய்வு மற்றும் விளக்க அறிக்கையிடலுக்கு இடையிலான வேறுபாடுகள்

புலனாய்வு மற்றும் விளக்க அறிக்கையிடல் தொடர்பான முக்கிய அம்சங்களை எடுத்துக்காட்டும் ஒப்பீட்டு **விளக்கப்படம்:**

அம்சங்கள் புலனாய்வு அறிக்கை விளக்க அறிக்கை

ஃபோகஸ் இன்வெஸ்டிகேட்டிவ் ரிப்போர்டிங் என்பது மறைக்கப்பட்ட தகவல்களை வெளிக்கொணருதல், ஊழலை அம்பலப்படுத்துதல் மற்றும் தவறுகளை வெளிப்படுத்துதல் ஆகியவற்றில் முதன்மையாக கவனம் செலுத்துகிறது.

இது தனிநபர்கள், நிறுவனங்கள் அல்லது அரசாங்கங்களுக்கு பொறுப்புக்கூறலைக் கொண்டுவருவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

விளக்கமளிக்கும் அறிக்கையானது சிக்கலான சிக்கல்களில் சூழல், பகுப்பாய்வு மற்றும் நுண்ணறிவை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

இது மேற்பரப்பு-நிலை உண்மைகளுக்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் நிகழ்வுகளின் முக்கியத்துவம், தாக்கங்கள் மற்றும் பரந்த கண்ணோட்டங்களை பார்வையாளர்கள் புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது.

முறையியல் புலனாய்வு நிருபர்கள் ஆழமான ஆராய்ச்சி, நேர்காணல்கள், தரவு பகுப்பாய்வு மற்றும் ஆவணப் பரிசோதனை ஆகியவற்றை ஆதாரங்களைச் சேகரித்து அவர்களின் கோரிக்கைகளை ஆதரிக்கின்றனர்.

அவர்கள் பெரும்பாலும் ரகசிய ஆதாரங்கள், கசிந்த ஆவணங்கள் மற்றும் உண்மையை வெளிக்கொணர இரகசிய நடவடிக்கைகளை நம்பியிருக்கிறார்கள்.

விளக்கமளிக்கும் நிருபர்கள் நிபுணர்களுடனான ஆழமான நேர்காணல்கள், வரலாற்று முன்னுதாரணங்கள் பற்றிய ஆராய்ச்சி மற்றும் தரவு மற்றும் போக்குகளின் பகுப்பாய்வு ஆகியவற்றை நம்பியுள்ளனர். அவை சிக்கலான தகவல்களை எளிதில் புரிந்துகொள்ளக்கூடிய கதைகளாக வடிக்கின்றன, பெரும்பாலும் கதை சொல்லும் நுட்பங்களை உள்ளடக்குகின்றன.

குறிக்கோள் புலனாய்வு அறிக்கையிடலின் நோக்கம் உண்மைகளை வெளிப்படுத்துதல், தவறான நடத்தைகளை அம்பலப்படுத்துதல் மற்றும் சமூக மாற்றத்தை ஏற்படுத்துதல் ஆகும்.

இது அதிகாரத்தை சவால் செய்ய முயல்கிறது, வெளிப்படைத்தன்மையை மேம்படுத்துகிறது மற்றும் அதிகாரத்தை பொறுப்புக்கூற வைக்கிறது.

விளக்க அறிக்கையிடலின் நோக்கம் சிக்கலான சிக்கல்களைப் பற்றிய ஆழமான புரிதலை வழங்குதல், விமர்சன சிந்தனையை ஊக்குவித்தல் மற்றும் பொதுக் கருத்தை வடிவமைத்தல். இது வாசகர்களுக்கு நிகழ்வுகளைப் புரிந்துகொள்ளவும், புள்ளிகளை இணைக்கவும், தகவலறிந்த விவாதங்களை ஊக்குவிக்கவும் உதவுகிறது.

தாக்கம் புலனாய்வு அறிக்கையிடல் சட்ட, அரசியல் மற்றும் சமூகத் துறைகளில் நேரடி தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. இது பெரும்பாலும் சட்ட நடவடிக்கை, கொள்கை மாற்றங்கள் மற்றும் சீர்திருத்தங்களுக்கு வழிவகுக்கிறது. இது ஊழல், அநீதிகள் மற்றும் முறையான சிக்கல்களை அம்பலப்படுத்துகிறது, பொதுமக்களின் கருத்தை பாதிக்கிறது மற்றும் மிகவும் வெளிப்படையான சமூகத்தை வளர்க்கிறது. விளக்க அறிக்கையிடல் பொது உரையாடலை பாதிக்கிறது மற்றும் பகுப்பாய்வு மற்றும் நுண்ணறிவுகளை வழங்குவதன் மூலம் முன்னோக்குகளை வடிவமைக்கிறது. இது தகவலறிந்த முடிவெடுப்பதற்கு பங்களிக்கிறது, அனுமானங்களை சவால் செய்கிறது மற்றும் உரையாடலில் ஈடுபட வாசகர்களை ஊக்குவிக்கிறது. இது நேரடியாக சட்ட நடவடிக்கைக்கு

வழிவகுக்கவில்லை என்றாலும், இது மிகவும் தகவலறிந்த மற்றும் ஈடுபாடுள்ள சமூகத்தை வளர்க்கிறது.

புலனாய்வு அறிக்கையின் ஐந்து கூறுகள் உள்ளன.

புலனாய்வு அறிக்கை மற்றும் பத்திரிகையின் ஐந்து முக்கிய கூறுகள்:

1. ஆராய்ச்சி மற்றும் உண்மை கண்டறிதல்:

புலனாய்வு அறிக்கையிடல் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட பிரச்சினை அல்லது தலைப்பைப் பற்றிய தகவல்களையும் உண்மைகளையும் சேகரிக்க முழுமையான ஆராய்ச்சியை உள்ளடக்கியது. ஆவணங்கள், பொதுப் பதிவுகள், தரவுத்தளங்கள், நேர்காணல்கள் மற்றும் விசில்ப்ளோயர்கள் போன்ற பல்வேறு ஆதாரங்களை ஆய்வு செய்ய இது பெரும்பாலும் புலனாய்வுப் பத்திரிகையாளர்களுக்குத் தேவைப்படுகிறது. மறைக்கப்பட்ட அல்லது வெளிப்படுத்தப்படாத தகவல்களை வெளிக்கொணர் ஆராய்ச்சிக் கூறு முக்கியமானது.

2. சரிபார்ப்பு மற்றும் நம்பகத்தன்மை:

புலனாய்வு நிருபர்கள் தாங்கள் சேகரிக்கும் தகவல்களின் துல்லியம் மற்றும் நம்பகத்தன்மையை கவனமாக சரிபார்க்க வேண்டும். இதில் உண்மைகளைச் சரிபார்த்தல், பல ஆதாரங்களைத் தேடுதல் மற்றும் புகாரளிக்கப்படும் தகவலின் நம்பகத்தன்மையை உறுதிப்படுத்த ஆதாரங்களை உறுதிப்படுத்துதல் ஆகியவை அடங்கும். புலனாய்வுப் பத்திரிகையின் நேர்மை மற்றும் நம்பகத்தன்மையைப் பேணுவதற்கு சரிபார்ப்பு அவசியம்.

3. பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம்:

புலனாய்வு அறிக்கையானது மூல உண்மைகள் மற்றும் தகவல்களை வழங்குவதைத் தாண்டியது. விசாரணையின் போது சேகரிக்கப்பட்ட தரவு, ஆவணங்கள் மற்றும் ஆதாரங்களை பகுப்பாய்வு செய்து விளக்குவது இதில் அடங்கும். இது பத்திரிகையாளர்களுக்கு, விசாரணை செய்யப்படும் சிக்கலைப் பற்றிய ஆழமான புரிதலை

வழங்கும் வடிவங்கள், இணைப்புகள் மற்றும் தாக்கங்களை கண்டறிய உதவுகிறது.

4. தவறு அல்லது தவறான நடத்தையை வெளிப்படுத்துதல்:

புலனாய்வு அறிக்கையின் முக்கிய நோக்கம் பொது நலன் சார்ந்த தவறுகள், ஊழல்கள் அல்லது தவறான நடத்தைகளை அம்பலப்படுத்துவதாகும். இந்த கூறு ஆதாரங்கள் மற்றும் கண்டுபிடிப்புகளை உறுதியான மற்றும் தெளிவான முறையில் முன்வைப்பதை உள்ளடக்குகிறது, பெரும்பாலும் விரிவான கதைகள், விசாரணை அறிக்கைகள் அல்லது அம்பலப்படுத்துதல்கள் மூலம். தனிநபர்கள், நிறுவனங்கள் அல்லது நிறுவனங்களை அவர்களின் செயல்களுக்கு பொறுப்பாக்குவதை இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

5. தாக்கம் மற்றும் பொது நலன்:

புலனாய்வு அறிக்கை சமூகத்தில் உறுதியான தாக்கத்தை ஏற்படுத்த முயல்கிறது. இது பொதுமக்களுக்குத் தெரிவிக்கவும், முக்கியமான பிரச்சினைகள் குறித்த விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தவும், பொது விவாதம் அல்லது நடவடிக்கையைத் தூண்டுவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. புலனாய்வு அறிக்கையின் தாக்கக் கூறு கொள்கைகள், விசாரணைகள், சட்ட நடவடிக்கைகள், பொதுக் கருத்து அல்லது சீர்திருத்தங்களில் மாற்றங்களுக்கு வழிவகுக்கும்.

ஒரு அம்சத்தை எழுதுதல்

ஒரு அம்சம் என்பது ஒரு செய்தியை விட நீண்ட எழுத்து. அம்சங்கள் பல்வேறு வகைகளில் வருகின்றன, மேலும் அவை பத்திரிகைகள், செய்தித்தாள்கள் மற்றும் ஆன்லைனில் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஒரு அம்சம் பெரும்பாலும் ஒரு செய்தியை விட அதிக ஆழத்தில் ஒரு சிக்கலை உள்ளடக்கும், அல்லது அது நடந்துகொண்டிருக்கும் கதையை வேறு கோணத்தில் பார்க்கக்கூடும்.

நியூஸ் ஸ்டோரி எதிராக அம்சம்

இந்த அட்டவணை செய்திகள் மற்றும் அம்சங்களின் சில பண்புகளை ஒப்பிடுகிறது. இவை கடினமான மற்றும் வேகமான விதிகள் அல்ல என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். இரண்டு வகைகளுக்கு இடையே ஒன்றுடன் ஒன்று இருக்கலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக, சமீபத்திய செய்தியை செய்தி அம்சத்தில் உள்ளடக்கலாம். அல்லது ஒரு செய்திக் கட்டுரையானது தலைகீழ் பிரமிடு கட்டமைப்பைக் கைவிடலாம், மேலும் விவரங்கள் மற்றும் உணர்ச்சிகளைப் பயன்படுத்தி மனித ஆர்வக் கதையை மறைக்கலாம். விமர்சனம் எழுதுவது விமர்சனங்கள் பத்திரிகையின் முக்கிய அம்சமாகும். ஏறக்குறைய எதையும் மதிப்பாய்வு செய்யலாம்: இசை நிகழ்ச்சிகள், திரைப்படங்கள், வீடியோ கேம்கள், தயாரிப்புகள், புத்தகங்கள் அல்லது உணவகங்கள். மதிப்பாய்வில் உள்ள பொருளின் நேர்மையான விமர்சனத்தை வழங்குவதும் உங்கள் பார்வையாளர்களுக்கு பரிந்துரை செய்வதும் இதன் நோக்கமாகும். விமர்சனம் எழுதுவது ஒரு செய்தியை எழுதுவதில் இருந்து வேறுபட்ட திறமையைக் கோருகிறது. ஒரு செய்தியில், நீங்கள் புறநிலை மற்றும் சமநிலையுடன் இருக்க வேண்டும், ஒரு மதிப்பாய்வில், உங்கள் கருத்தை தெரிவிக்கும் வகையில் நீங்கள் அகநிலையாக இருக்க முடியும். நீங்கள் மிகவும் தனிப்பட்ட மற்றும் முறைசாரா தொனியில் இருக்கலாம்; நீங்கள் பார்வையாளர்களுடன் ஒரு நல்லுறவை உருவாக்க விரும்புகிறீர்கள்.

ஒரு விமர்சகராக உங்கள் பங்கு

- தகவல்
- விவரிக்க
- பகுப்பாய்வு
- ஆலோசனை

மதிப்புரைகள் நேர்மறையாகவோ அல்லது எதிர்மறையாகவோ இருக்கலாம், ஆனால் உங்கள் கருத்துக்களை ஆதாரங்களுடன் காப்புப் பிரதி எடுப்பது முக்கியம். இந்த வீடியோவில், மார்க் கெர்மோட் ராட்செட் மற்றும் கிளாங்க் திரைப்படத்தை மதிப்பாய்வு செய்கிறார்.

ஒரு திரைப்படத்தை மதிப்பாய்வு செய்வதற்கான உதவிக்குறிப்புகள்

- ❖ ஒரு திரைப்படத்தை விமர்சனம் செய்யும்போது, அதைப் பார்க்கச் செல்வது மதிப்புள்ளதா அல்லது அவர்களின் வாழ்நாளில் இரண்டு மணிநேரம் அதைப் பார்ப்பதற்கு மதிப்புள்ளதா என்று பார்வையாளர்களுக்கு அறிவுறுத்துகிறீர்கள். உறுதி செய்து கொள்ளுங்கள் :
- ❖ படத்தின் தலைப்பு, இயக்குனர், முன்னணி நடிகர்கள் மற்றும் வெளியீட்டு தேதி போன்ற அனைத்து தொடர்புடைய விவரங்களையும் சேர்க்கவும்.
- ❖ ஸ்பாய்லர்கள் மற்றும் சதித் திருப்பங்களைத் தவிர்த்து, சதித்திட்டத்தை சுருக்கமாகச் சுருக்கவும். முடிவைக் கொடுக்காதே!
- ❖ திரைப்படத்தில் உங்களை அதிகம் தாக்கியதை விளக்குவதற்கு, சுருக்கமான சாறுகள் அல்லது எடுத்துக்காட்டுகளைத் தேர்ந்தெடுத்து பயன்படுத்தவும். ஒரு குறிப்பிட்ட காட்சி குறிப்பாக வேடிக்கையானதா அல்லது மனதைக் கவரும்தா? நல்ல (அல்லது கெட்ட) நடப்புக்கு உதாரணம் கொடுங்கள்.
- ❖ பிற அம்சங்கள், எடுத்துக்காட்டாக, இசை அல்லது ஸ்பெஷல் எஃபெக்ட்களில் கருத்துத் தெரிவிக்கத் தகுந்ததாக இருக்கலாம்.
- ❖ உங்கள் கருத்தைத் தெரிவிக்கவும், ஆனால் எப்போதும் ஆதாரத்துடன் அதை ஆதரிக்கவும். நியாயமாக இரு; ஒரு நடிகரை பிடிக்கவில்லை என்பதற்காக முழு படத்தையும் எழுதிவிடாதீர்கள்.

- ❖ இறுதித் தீர்ப்பை எடுங்கள்; உதாரணமாக, நீங்கள் அதை ஐந்து நட்சத்திரங்களுக்கு வெளியே மதிப்பிடலாம்.
- ❖ பயணக்கட்டுரை வலை எழுதுதல்
- ❖ ஒரு பயணக்கட்டுரை என்பது ஒரு பயணக் கட்டுரையாகும், இது வாசகர்களுக்கு ஈர்க்கக்கூடிய, தனித்துவமான, நம்பிக்கைக்குரிய நகைச்சுவை மற்றும் சிறந்த ஊக்கமளிக்கும் வகையில் ஒரு இட உணர்வைக் கொடுப்பதாகும். உங்களின் சொந்த நினைவுகளுக்காக அல்லது மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ள உங்கள் சொந்த பயணங்களின் விவரங்களையும் அவதானிப்புகளையும் படம்பிடிக்க இது ஒரு பயனுள்ள வழியாகும். ஒரு பயணக் குறிப்பு ஒரு புத்தகம், ஒரு வலைப்பதிவு, ஒரு நாட்குறிப்பு அல்லது பத்திரிகை, ஒரு கட்டுரை அல்லது கட்டுரை, ஒரு போட்காஸ்ட், ஒரு விரிவுரை, ஒரு விவரிக்கப்பட்ட ஸ்லைடு ஷோ அல்லது கிட்டத்தட்ட ஒவ்வொரு எழுதப்பட்ட அல்லது பேச்சு வடிவத்திலும் இருக்கலாம். " பயண வலைப்பதிவுகள்" வடிவத்தில் ஆன்லைனில் பயணக் குறிப்புகளின் பல எடுத்துக்காட்டுகள் உள்ளன.
- ❖ பயணக் குறிப்பு என்பது ஒரு தனிநபரின் பயண அனுபவங்களின் உண்மைக் கணக்காகும், இது பொதுவாக கடந்த காலத்திலும் முதல் நபரிடமும் சொல்லப்படுகிறது.
- ❖ பயணக்குறிப்பு என்ற சொல் பயணம் மற்றும் மோனோலாக் ஆகிய இரண்டு சொற்களின் கலவையிலிருந்து வந்ததாகக் கூறப்படுகிறது. இதையொட்டி, மோனோலாக் என்ற வார்த்தை கிரேக்க வார்த்தைகளான மோனோஸ் (தனியாக) மற்றும் லோகோஸ் (பேச்சு, சொல்) ஆகியவற்றிலிருந்து வந்தது. ஒரு பயணக் குறிப்பு, அதன் மிக அடிப்படையான வடிவத்தில், ஒரு தனிநபரின் பயண அனுபவங்களின் பேச்சு அல்லது எழுதப்பட்ட கணக்கு ஆகும், இது வழக்கமாக கடந்த காலத்திலும், முதல் நபரிலும் மற்றும் சில உண்மைத்தன்மையுடன் தோன்றும்.
- ❖ பயணக்கட்டுரையானது ஒரு தனிநபரின் பயண அனுபவங்களின் உண்மைக் கணக்காக இருக்க வேண்டும் என்பதால், பயணி

பயணத்தின் போது வெளி உலகில் என்ன பார்க்கிறார், கேட்கிறார், சுவைக்கிறார், வாசனை மற்றும் உணர்கிறார் என்பதற்கான விளக்கங்கள் இன்றியமையாத கூறுகளாகும்.

- ❖ நிச்சயமாக, எண்ணங்கள், உணர்வுகள் மற்றும் பிரதிபலிப்புகள் நமது பயண அனுபவத்தின் முக்கிய பகுதிகளாகும். எனவே, ஒரு பயணியின் உள் உலகத்தின் விளக்கங்கள் பயணக் குறிப்புகளில் இடம் பெறவில்லை.
- ❖ அதேபோல், வரலாறு, சமூகம் மற்றும் கலாச்சாரம் பற்றிய குறிப்புகள் மற்றும் அவதானிப்புகளும் பயணக் குறிப்புகளின் பொதுவான அம்சங்களாகும், ஏனெனில் நாம் பயணம் செய்யும் போது நிச்சயமாக உலகத்தைப் பற்றி அறிந்து கொள்கிறோம்.
- ❖ நீங்கள் சிறந்த பயணக் கதைகளை எழுத விரும்பினால், சிறந்த பயணக் குறிப்புகளை எழுதுவதற்கான எங்கள் உதவிக்குறிப்புகளைப் பாருங்கள்.
- ❖ புத்தகம், வலைப்பதிவு, நாட்குறிப்பு அல்லது இதழ், கட்டுரை அல்லது கட்டுரை, போட்காஸ்ட், விரிவுரை, விவரிக்கப்பட்ட ஸ்லைடு ஷோ அல்லது கிட்டத்தட்ட ஒவ்வொரு எழுதப்பட்ட அல்லது பேச்சு வடிவத்திலும் ஒரு பயணக் குறிப்பு இருக்கலாம்.
- ❖ "பயண வலைப்பதிவுகள்" வடிவத்தில் ஆன்லைனில் பயணக் குறிப்புகளின் பல எடுத்துக்காட்டுகள் உள்ளன.
- ❖ இருப்பினும், அனைத்து பயண வலைப்பதிவுகளும் இந்த வார்த்தையின் தூய அர்த்தத்தில் பயணக் குறிப்புகள் அல்ல, ஏனெனில் அவற்றின் ஆசிரியர்கள் சிலர் பயணத்தைப் பற்றிய உதவிக்குறிப்புகள், ஆலோசனைகள் அல்லது நடைமுறைத் தகவலை வழங்குவதன் மூலம் இணைய தேடல் போக்குவரத்தைப் பெறுவதை விட, பயண அனுபவங்களின் தனிப்பட்ட கணக்குகளை வழங்குவதில் அக்கறை காட்டவில்லை.

எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்திற்கு " நான் என்ன செய்தேன்" என்பதற்குப் பதிலாக " செய்ய வேண்டிய சிறந்த விஷயங்களை" வழங்குவதாக அவர்கள் கூறுகின்றனர். சில பயண வலைப்பதிவுகள் தங்கள் பயணச் சேவைகளை சந்தைப்படுத்துவதற்காக

குறிப்புகள் மற்றும் ஆலோசனைகளை வழங்கும் கலப்பின பயணக் குறிப்புகளை வெளியிடுகின்றன. ஆனால் நவீன பயண புத்தகம் ஒரு வித்தியாசமான மிருகம். மற்ற முக்கிய வேறுபாடுகளில், நவீன பயண புத்தகங்கள் மற்றும் நவீன பயணக் குறிப்புகள் கதைகள், கதைக்களம் மற்றும் வரிகள் மூலம் உள்ளன. ஒரு பணி, தேடுதல் அல்லது பயணம் என்பது ஒரு கதை அல்ல.

ஒரு பயணக் குறிப்புக்கும் நவீன பயணப் புத்தகத்திற்கும் இடையில் வேறுபாட்டைக் காண்பது ஒரு உயரடுக்கு அல்லது கல்வி நடவடிக்கையாக இருக்கலாம். ஆனால் ஒரு நவீன நாவல் ஒரு குறிப்பிட்ட வடிவத்தையும் பாணியையும் அதன் முந்தைய மறு செய்கைகளிலிருந்து வேறுபட்டதாகக் கூறுவதைக் காட்டிலும் இதைச் சொல்வது ஆடம்பரமானது அல்ல.

பஸ்ஸல் குறிப்பிடுவது போல பயணப் புத்தகம் "நினைவின் துணை இனமா"? பயணம் எழுதுவது கூட ஒரு வகையா? பயணக்கட்டுரைகள் பயண எழுத்து நிலப்பரப்பில் எவ்வாறு பொருந்துகின்றன அவர்கள் ஒப்புக் கொள்ளும் ஒரு விஷயம் என்னவென்றால், வரையறையில் ஒருமித்த கருத்து இல்லை. அந்த கட்டத்தில், தாம்சன் எழுதுகிறார், "பயண எழுதும் வகையின் எல்லைகள் தெளிவற்றவை, மேலும் அவற்றைக் கடுமையாகக் கண்காணிப்பதில் சிறிதும் இல்லை."

கேள்விகள்

1. பத்திரிகைக்கான நேர்காணல் கேள்விகளை நான் எப்படி எழுதுவது?
2. இதழியலில் விளக்க அறிக்கையிடல் என்றால் என்ன?
3. புலனாய்வுப் பத்திரிகையின் ஐந்து கூறுகள் யாவை?
4. புலனாய்வு மற்றும் விளக்க அறிக்கைகளுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் என்ன?
5. இவற்றில் எந்த அம்சத்தை நீங்கள் எதிர்பார்க்க மாட்டீர்கள்?

எட்டரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள் - தலைப்புச் செய்திகள் - தளவமைப்பு - புகைப்படங்கள் இடம் தலைப்பு எழுதுதல் - தகவல் வரைகலை

- ❖ ஒரு நிருபரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய
- ❖ மாணவர்கள் அறிந்துகொள்வது.
- ❖ ஆசிரியரின் பங்கு, குணங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் பற்றிய புரிதல் வேண்டும்.
- ❖ நிறுவனத்தின் தரத்திற்கு ஏற்ப உள்ளடக்கம் நன்கு எழுதப்பட்டிருப்பதை உறுதிசெய்யும் பொறுப்பு எட்டருக்கு உண்டு என்பதை மாணவர்கள் அறிந்து வேண்டும்.
- ❖ வாசகரை முடிந்தவரை தெளிவாகத் திருத்துவதன் நோக்கத்தைப் பற்றி அறிந்துகொள்ளும் திறன் மாணவர்களுக்கு உண்டு.
- ❖ போட்டோ ஜர்னலிசத்தில் தலைமுறை பேசும் புகைப்படங்கள் இடம்பெற வேண்டும் என்பதை மாணவர்கள் அறிவார்கள்.
- ❖ மாணவர்கள் புகைப்படங்கள், தலைப்பு எழுதுதல் மற்றும் தகவல் வரைகலை ஆகியவற்றைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும்.

அறிமுகம்

எட்டரிங் என்பது பத்திரிகையின் மிகவும் சவாலான அம்சம். ஒரு நல்ல எட்டருக்கு படைப்பாற்றல், மொழியின் மீதான கட்டுப்பாடு, நகலை மேம்படுத்துவதற்கான யோசனைகள் மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட செய்திக்கு எவ்வளவு முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்பட வேண்டும் என்பது பற்றிய சரியான தீர்ப்பு ஆகியவை தேவை.

அமைப்பின் கட்டமைப்பு மற்றும் செயல்பாடு

தலைமை ஆசிரியர்:

- ஆசிரியர் குழுவில் இது உயர் பதவி.
- அவர் ஒரு நாளிதழின் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடவில்லை, இருப்பினும் அவர் செய்தித்தாளைக் கட்டுப்படுத்துகிறார்.
- அவர் வேலைக்கு சரியான நபரை நியமிக்கிறார்.
- ஒரு நல்ல தலைமையாசிரியர், தனது அதிகாரத்தையும் செல்வாக்கையும் வெளியீட்டின் மேம்பாட்டிற்காகவும், அதன் மேம்பாட்டிற்காகவும் எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்பதை அறிந்திருப்பார்.
- மனிதாபிமானப் பிரச்சினைகளில் கவனத்தை ஈர்க்கவும், ஒடுக்கப்பட்டோர் மற்றும் பலவீனமானவர்களுக்காகப் போராடவும் அவர் தனது அலுவலகத்தைப் பயன்படுத்துவார்.
- செய்தித்தாளின் ஆன்மா தலைமையாசிரியர்.

குடியுரிமை ஆசிரியர்

- செய்தித்தாளின் ஒரு குறிப்பிட்ட பதிப்பிற்கு குடியுரிமை ஆசிரியர் தலைமை தாங்குகிறார், மேலும் தலைமை ஆசிரியரைப் போலவே, பதிப்பின் முழு உள்ளடக்கத்திற்கும் அவர் முழுப் பொறுப்பு.
- அவருடைய செய்தித்தாளின் பதிப்பில் வரும் அனைத்திற்கும் அவருக்கு சட்ட மற்றும் தார்மீக பொறுப்பு உள்ளது.
- குடியுரிமை ஆசிரியர் தனது அலுவலகத்தின் கொள்கைகளை அமைக்கிறார், மேலும் அவரது பணி அவரது பதிப்பின் வளர்ச்சிக்கான திட்டத்தை உருவாக்குவதாகும்.

செய்தி ஆசிரியர்

- அவர் செய்தி மேசையின் தலைவர்.

- அவரது குழுவில் ஒரு துணை செய்தி ஆசிரியர், ஒரு தலைமை துணை ஆசிரியர் மற்றும் ஒரு பயிற்சி துணை ஆசிரியர் உள்ளனர்.
- மேசையின் தலைவராக, செய்தி ஆசிரியர் செய்தித்தாள் அமைப்பில் மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார்.
- ஒரு செய்தித் தாளின் தினசரி இயங்குதலுக்கு அவர் பொறுப்பு.
- செய்தித்தாள் பதிப்பின் அமைப்பை அவர் திட்டமிடுகிறார்.
- விளம்பரத்தால் ஆக்கிரமிக்கப்பட்ட நெடுவரிசைகளைக் குறிக்க குறிக்கப்பட்ட செய்தி நகல், புகைப்படங்கள் மற்றும் போலி பக்க தளவமைப்புகளைப் பெறுகிறது. செய்திகளை உருவாக்குவது குறித்து நிர்வாகம் மற்றும் தலையங்கப் பணியாளர்களுடன் கலந்துரையாடுகிறது.

நகல் எடிட்டர்:

- புத்தக ஆசிரியர் (சில நேரங்களில் நகல் எடிட்டர் அல்லது லைன் எடிட்டர் என அறியப்படுகிறார்) பிரசுரத்திற்காக கையெழுத்துப் பிரதிகளைத் தயாரிக்கிறார்.
- அவர்கள் கையெழுத்துப் பிரதிகளை சரிபார்த்து, கையெழுத்துப் பிரதியை வெளியிடுவதற்கு ஏற்றதா என்பதை உறுதிப்படுத்த ஆசிரியர்களுடன் இணைந்து பணியாற்றலாம்.
- தலைமை துணை ஆசிரியர்:
- ஒரு தலைமை துணை ஆசிரியர் ஒரு வெளியீட்டின் பக்கங்களைக் கண்காணித்து, கட்டுரைகளின் மூலம் சேர்க்கப்பட வேண்டியவற்றைத் தீர்மானிக்கிறார்.

ஆதாரம் வாசிப்பவர்:

ஒரு வெளியீட்டின் இறுதி அச்சிடலுக்கு முன் தட்டச்சு அமைப்பில் அல்லது கீபோர்டிங்கில் உள்ள பிழைகளைக் கண்டறிய தட்டச்சுச் சான்றுகள் மற்றும்/அல்லது கணினி அச்சப்பொறிகளை சரிபார்ப்பவர் சரிபார்க்கிறார்.

ஆசிரியர் பாத்திரங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள்

அறிவியல் இதழ்களின் ஆசிரியர்கள், இதழ்களின் உள்ளடக்கத்தை வழங்கும் ஆசிரியர்கள், கையெழுத்துப் பிரதிகளை வெளியிடுவதற்கு ஏற்றதாகக் கருத்து தெரிவிக்கும் சக மதிப்பாய்வாளர்கள், இதழின் வாசகர்கள் மற்றும் அறிவியல் சமூகம், பத்திரிகைகளின் உரிமையாளர்கள் மற்றும் வெளியீட்டாளர்கள் மற்றும் பொதுமக்களுக்கு பொறுப்புகள் உள்ளன. முழுவதும் கையெழுத்துப் பிரதிகளைத் தயாரித்து சமர்ப்பிப்பதற்கான வழிகாட்டுதல்களை ஆசிரியர்களுக்கு வழங்குதல்

- ❖ படைப்புரிமை அளவுகோல்களில் பத்திரிகையின் கொள்கைகளின் தெளிவான அறிக்கையை வழங்குதல்
- ❖ அனைத்து ஆசிரியர்களையும் நேர்மை, மரியாதை, புறநிலை, நேர்மை மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மையுடன் நடத்துதல்
- ❖ பதிப்பாளர்கள், பணியாளர்கள் (எ.கா. தலையங்கம் மற்றும் விற்பனை), ஆசிரியர்கள் மற்றும் மதிப்பாய்வாளர்கள் உட்பட, வெளியீட்டுச் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள அனைவருக்குமான முரண்பாடுகள் குறித்த கொள்கைகளை நிறுவுதல் மற்றும் வரையறுத்தல்
- ❖ ஒவ்வொரு ஆசிரியரின் படைப்புகளின் இரகசியத்தன்மையைப் பாதுகாத்தல்
- ❖ பயனுள்ள மற்றும் விரைவான சக மதிப்பாய்வுக்கான அமைப்பை நிறுவுதல்
- ❖ நியாயமான வேகத்துடன் தலையங்க முடிவுகளை எடுத்தல் மற்றும் அவற்றை தெளிவான மற்றும் ஆக்கபூர்வமான முறையில் தொடர்புபடுத்துதல்
- ❖ விழிப்புடன் இருப்பது என்பது சந்தேகத்திற்குரிய காரணங்களுக்காக ஒரு கையெழுத்துப் பிரதியை தாமதப்படுத்தும் ஆசிரியர்கள் மற்றும்/அல்லது நடுவர்கள் வாய்ப்பைத் தவிர்ப்பதாகும்.

- ❖ சோதனைப் பொருட்கள் மற்றும் தகவல்களைப் பகிர்வதற்கான ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய நடைமுறைகள் குறித்து ஆசிரியர்களுக்கு தெளிவான வழிகாட்டுதல்களை நிறுவுதல்
- ❖ தலையங்க முடிவுகளை மறுபரிசீலனை செய்வதற்கான நடைமுறையை நிறுவுதல்
- ❖ ஆசிரியர்கள் மற்றும் சக மதிப்பாய்வு செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள எவராலும் நெறிமுறை சிக்கல்கள் மற்றும் குற்றச்சாட்டுகள் அல்லது தவறான நடத்தை கண்டுபிடிப்புகளைக் கையாள்வதற்கான கொள்கைகளை விவரித்தல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் தொடர்ந்து மதிப்பாய்வு செய்தல்
- ❖ கோரப்பட்ட கையெழுத்துப் பிரதிகளின் ஆசிரியர்களுக்கு, சமர்ப்பிப்பு பத்திரிகையின் நிலையான நடைமுறைகளின்படி மதிப்பிடப்படும் அல்லது அந்த நடைமுறைகளிலிருந்து வேறுபட்டால் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையை கோடிட்டுக் காட்டுதல்
- ❖ ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட கையெழுத்துப் பிரதிகளை சரியான நேரத்தில் வெளியிடுவதை உறுதி செய்வதற்காக, வெளியீட்டாளரின் ஒத்துழைப்புடன் வழிமுறைகளை உருவாக்குதல் மற்ற தலையங்கக் கொள்கைகள் மற்றும் தரநிலைகள் அனைத்தையும் தெளிவாகத் தொடர்புகொள்ளுதல்

எடிட்டரின் குணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகள்

- ❖ எடிட்டர் என்பது ஒரு பத்திரிகையாளருக்கான சிறப்புப் பதவி.
- ❖ கதையின் நகலைத் திருத்துபவர் எடிட்டர் என்று அழைக்கப்படுகிறார்.
- ❖ ஒரு ஆசிரியர் நிருபர்களை மேற்பார்வையிடுகிறார் மற்றும் அவர்களின் அறிக்கைகளை வெளியிடுவதற்காக மேம்படுத்துகிறார்.
- ❖ ஒரு எடிட்டர் எதைப் புகாரளிக்க வேண்டும், அதை எப்படி மறைக்க வேண்டும் மற்றும் ஒவ்வொரு கதைக்கும் கொடுக்கப்பட வேண்டிய முக்கியத்துவத்தையும் திட்டமிடுகிறார்.

- ❖ ஒவ்வொரு நாளிதழிலும் நிருபர்களைப் போல ஒரு தொகுப்பாசிரியர்கள் இருப்பார்கள். எல்லா ஆசிரியர்களும் ஒரே வகையைச் சேர்ந்தவர்கள் அல்ல.
- ❖ ஒரு நாளிதழில், தலைமை ஆசிரியர் பதவி.
- ❖ நவீன செய்தித்தாள்கள் ஒவ்வொரு பிரிவுக்கும் ஆசிரியர்களைக் கொண்டிருக்கின்றன.
- ❖ விளையாட்டு ஆசிரியர் விளையாட்டு செய்திகளை கவனிக்கிறார்.
- ❖ அம்சத் தொகுப்பாளர் அம்சங்கள் பிரிவைக் கவனிக்கிறார்.
- ❖ படத் தொகுப்பாளர்கள் புகைப்படக் கலைஞர்களின் பொறுப்பில் உள்ளனர்.
- ❖ அதைப் போலவே, வணிகச் செய்திகள் போன்றவற்றை வணிக ஆசிரியர்கள் கவனிக்கிறார்கள்.

துணை ஆசிரியர்

- ❖ சப்-எடிட்டர் என்பது நிருபர்களிடம் இருந்து அறிக்கைகளை சேகரித்து, வெளியிட அல்லது ஒளிபரப்ப அறிக்கையை தயார் செய்பவர்.
- ❖ செய்தித்தாளில் உள்ள கட்டுரைகள் அச்சிடப்படுவதற்கு முன்பு அவற்றை சரிசெய்து சரிபார்ப்பார்.
- ❖ ஒரு பெரிய செய்தித்தாள் அல்லது பத்திரிகை துல்லியம், உள்ளடக்கம், இலக்கணம் மற்றும் பாணிக்காக நிருபரின் பொருளைத் திருத்துவதற்கும் வேலையை ஒதுக்குவதற்கும் பல செய்திகள், அம்சம் அல்லது விளையாட்டு ஆசிரியர்களைப் பயன்படுத்தும்.

துணை ஆசிரியரின் குணங்கள்

ஒரு துணைத் தொகுப்பாளரின் விரும்பிய குணங்களைத் தனித்தனியாக விவரிப்பது வழக்கம். ஒரு நல்ல துணைத் தொகுப்பாளராக இருக்க, ஒருவர் ஆல்-ரவுண்டராக இருக்க வேண்டும்.

செய்தி உணர்வு

நியூஸ் சென்ஸ் என்பது செய்தியாளர்களின் அடிப்படைத் தரம். ஒரு துணை ஆசிரியருக்கு செய்தி உணர்வு அவசியம்.

- ❖ செய்தி அல்லாத செய்திகளை வேறுபடுத்தி அறிய அவருக்கு செய்தி உணர்வு அல்லது மூக்கு இருக்க வேண்டும்.
- ❖ ஒரு நிருபரின் பிரதியை முதலில் படிப்பவர் அவர்தான், நிருபர் தவறு செய்திருந்தால், அவர் அதைத் திருத்த வேண்டும்.
- ❖ தெளிவு
- ❖ ஒரு துணை ஆசிரியருக்கு மனம் மற்றும் வெளிப்பாட்டின் தெளிவு இருக்க வேண்டும்.
- ❖ குழப்பத்தில் இருப்பவர் மற்றவர்களிடம் கதை சொல்ல முடியாது.
- ❖ வெளிப்பாட்டின் தெளிவுடன் இருந்தாலொழிய மனத் தெளிவு மட்டும் போதாது.
- ❖ வெளிப்பாட்டின் தெளிவு இல்லாமல், மனதில் தெளிவுக்கு அர்த்தம் இல்லை.
- ❖ தெளிவில்லாத, எளிய மொழியில் எழுதாத நிருபரின் வாழ்க்கையை அவலமாக்க அவருக்கு முழு உரிமை உண்டு.

எச்சரிக்கை

- ❖ ஒரு துணை ஆசிரியர் தனது பாடங்களைக் கையாளும் போது எப்போதும் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும்.
- ❖ நிருபர்களின் விழிப்புணர்வின் காரணமாக கடந்த காலங்களில் பல முக்கிய செய்தி இடைவெளிகள் சாத்தியமாகின.

- ❖ செய்தி மேசையில் பணிபுரியும் போது துணை ஆசிரியர் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும்.
- ❖ சப்-எடிட்டரின் விழிப்புணர்வின் குறைபாட்டை காலையில் வாசகர்கள் பார்க்க முடியும், ஏனென்றால் அவர் அனைவரும் பார்க்கும்படி தவறுகளை விட்டுவிடுவார் அல்லது அறிமுகப்படுத்துவார்.

வேகம்

- ❖ வேகமாக வேலை செய்ய முடியாத ஒருவர் நல்ல துணை ஆசிரியராக இருக்க முடியாது.
- ❖ ஒரு துணை ஆசிரியர் வேகத்துடன் வேலை செய்ய வேண்டும்.
- ❖ அவர் ஒரு பிரதியுடன் நீண்ட நேரம் உட்கார முடியாது.
- ❖ இன்னும் நிறைய பிரதிகள் அவருக்காகக் காத்திருப்பதால், அவருக்குத் தேவையான அனைத்தையும் அவர் விரைவாகச் செய்ய வேண்டும்.
- ❖ அவர் காலக்கெடுவைச் சந்திக்க வேண்டும் அல்லது வேறொரு பணிக்குச் செல்ல வேண்டியிருக்கும் என்பதால், அவர் வேகமாகச் சிந்தித்து, வேகமாகத் தீர்மானித்து, வேகமாக எழுத வேண்டும் அல்லது தட்டச்சு செய்ய வேண்டும்.

ஆர்வம்

- ❖ துணை ஆசிரியர்களுக்கு அடங்காத ஆர்வம் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ இந்தப் பண்பு ஒரு துணை ஆசிரியரை மேம்படுத்திக் கொண்டே இருக்கும், ஏனெனில் ஒவ்வொரு நாளும், ஆர்வமுள்ள துணை ஆசிரியர் அடுத்த நாள் தனது வேலையைச் செய்வதற்கு சிறந்த பின்னணியைக் கொண்டிருப்பார்.
- ❖ நிருபர்கள் மற்றும் துணை ஆசிரியர்கள் தங்கள் விழிப்புணர்வை தொடர்ந்து மேம்படுத்த முடிந்தவரை படிக்க வேண்டும்.

- ❖ இரு குவிய எண்ணம்
- ❖ சப்-எட்டருக்கு இரு மையப்புள்ளி இருக்க வேண்டும்.
- ❖ பை-ஃபோகல் மைண்ட் மூலம், ஒரு நபர் ஒரு உண்மையை இரண்டு வழிகளில் கவனிக்கிறார்: ஒன்று மிக அருகில் இருந்து மற்றொன்று தொலைவில் இருந்து.
- ❖ ஒரு கதையில் எந்தத் தவறையும் பிடிக்கும் திறன் சப்-எட்டருக்கு இருக்க வேண்டும் என்று அர்த்தம்.

சந்தேகம்

- ❖ ஒரு துணைத் தொகுப்பாளர் வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டிய மற்றொரு அவசியமான குணம்.
- ❖ அவர் எதையும் சாதாரணமாக எடுத்துக் கொள்ளக்கூடாது.
- ❖ மறுக்க முடியாத ஆதாரத்தை எதிர்கொள்ளும் வரை அவர் சந்தேகத்தின் அசைக்க முடியாத தோரணையுடன் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ நிருபர்கள் மிகவும் விழிப்புடன் இருக்க வேண்டும், ஏனெனில் பல சக்திகள் தொடர்ந்து அவர்களை மற்றும் அவர்களின் ஆவணங்களைப் பயன்படுத்த முயற்சி செய்கின்றன.
- ❖ பலர் தங்கள் சொந்த நோக்கத்திற்காக தவறான கதையை நிருபர்களிடம் விதைக்க முயற்சி செய்கிறார்கள்.
- ❖ சப்-எட்டர்களும் கவனமாக இருக்க வேண்டும், ஏனெனில் சில புத்திசாலி அரசியல்வாதிகள், பொது மக்கள் தொடர்புகள் மற்றும் தயாரிப்பு விளம்பரதாரர்கள் அவர்களை சவாரிக்கு அழைத்துச் செல்ல முயற்சித்துக்கொண்டே இருக்கிறார்கள்.
- ❖ நிருபர்கள், நகல்களை கூட இது போன்ற தவறான விளையாட்டுக்காக அவர்கள் சரிபார்க்கத் தவறக்கூடாது.

புறநிலை

- ❖ ஒரு கதையைக் கையாளும் போது துணைத் தொகுப்பாளர் புறநிலையை நோக்க வேண்டும்.
- ❖ அவர்கள் தங்கள் தனிப்பட்ட சார்பு அல்லது கருத்துக்கள் ஒரு கதைக்குள் ஊடுருவ அனுமதிக்கக் கூடாது.
- ❖ அவர்கள் பக்கங்களை எடுக்காமல், கதையில் சமநிலையை அடைய அனைத்து விதமான பார்வைகளையும் மறைக்க முயற்சிக்க வேண்டும்.

துல்லியம்

- ❖ துணை ஆசிரியர் துல்லியத்திற்காக பாடுபட வேண்டும்.
- ❖ அவர் தனது உண்மைகளை சரிபார்த்து, அவை துல்லியமாக இருப்பதாக அவர் திருப்தி அடையும் வரை மீண்டும் சரிபார்க்க வேண்டும். துணை ஆசிரியரின் பணி துல்லியத்தை சரிபார்க்க வேண்டும்.
- ❖ பின்னணி சம்பந்தப்பட்டிருக்கும் போது இது மிகவும் முக்கியமானது.
- ❖ தேதிகள் மற்றும் பெயர்கள் விஷயத்தில், நிருபர் தனது நினைவகத்தை நம்பியிருக்கலாம், ஆனால் துணை ஆசிரியர் செய்தித்தாள் அலுவலகத்தில் கிடைக்கும் குறிப்புப் பொருட்களுடன் அவற்றைச் சரிபார்க்க வேண்டும்.

நேரமின்மை

- ❖ இது ஒரு நல்ல பழக்கம். தாமதமாக வந்து மற்றவர்களிடம் கேட்பதை விட, நேரத்தைக் கடைப்பிடித்து, காத்திருப்பது எப்போதும் நல்லது - ஒரு போட்டியாளர் உங்களுக்குத் தவறாகத் தெரிவிக்கலாம் அல்லது சில முக்கியமான தகவல்களை மறைக்கலாம்.

- ❖ மேசையில், அதிக நேரம் தவறாமல் செலுத்துகிறது. ஒரு சப்-எடிட்டர் நேரம் தவறாமல் இருந்தால், அவர் சக ஊழியர்களால் மரியாதையுடன் நடத்தப்படுவார்.
- ❖ அவர் தாமதமாக வந்தால், அவர் அவர்களை எரிச்சலூட்டி, வேலை செய்யும் சூழலைக் கெடுத்துவிடுவார்.
- ❖ பரந்த அறிவு
- ❖ மற்ற எல்லா விஷயங்களும் சமமாக இருப்பதால், நிருபர்கள் துறையில் சந்திக்கும் அனைத்து வகையான நபர்களையும் திறம்பட சமாளிக்க கூடுதல் குணங்கள் தேவை.
- ❖ நிருபர்கள் எழுதுவதை மேம்படுத்தும் போது துணை ஆசிரியர்கள் மொழியின் மீது சிறந்த கட்டுப்பாட்டைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- ❖ துணை ஆசிரியர்கள் உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் உள்ள புதுப்பித்த தகவல்களையும் பரந்த அறிவையும் வைத்திருக்க வேண்டும்.
- ❖ தொடர்புடைய வெளியீடுகளைப் படிப்பதன் மூலம் துறை சார்ந்த சிக்கல்களைப் புதுப்பித்த நிலையில் வைத்திருங்கள். ஒரு வெளியீட்டின் இணையதளத்திற்கு இந்தத் திறன்கள் அனைத்தையும் மாற்றியமைக்கவும்.

நம்பகத்தன்மை

- ❖ அறிக்கை நம்பகமானதாக இருக்க வேண்டும். எழுதுவதற்கு அல்லது திருத்துவதற்கு முன், துணை ஆசிரியர் உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களை குறுக்கு சரிபார்க்க வேண்டும்.
- ❖ வேலையை அவசரமாகச் செய்யும்போது தவறுகள் தவறும்.
- ❖ நகலை வெளியிடுவதற்கு அல்லது ஒளிபரப்புவதற்கு அனுப்புவதற்கு முன் அதைத் திருத்துவது எப்போதும் நல்லது.

கற்பனை

- ❖ வாசகரின் ஆர்வத்தைத் தக்கவைக்கும் சிறந்த கதைகளை எழுதுவதற்கு நிருபர்களுக்கு இந்த அடிப்படை மனப் பிரிவு உதவுகிறது.
- ❖ ஒரு துணை ஆசிரியருக்கு, இந்த படைப்பாற்றல் ஆசிரியர் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கிறது, ஏனெனில் அவர் வேறு ஒருவரின் பிரதியில் மிளிர்ச்சியைக் கூட்டி அதை கலகலப்பாக்க முடியும்.
- ❖ தவிர, கற்பனையான தலைப்புச் செய்திகள் வாசகரைக் கவர்ந்து செய்தித்தாளின் தரத்தை மேம்படுத்துகின்றன.

தந்திரம்

- ❖ ஒரு துணை ஆசிரியர் சாதூர்யமாக இருக்க வேண்டும்.
- ❖ உணர்திறன் மிக்க நபர்களையும் சூழ்நிலைகளையும் புண்படுத்தும் அல்லது கோபமான உணர்வுகளை ஏற்படுத்தாமல் அழகாக கையாளும் திறன் அவருக்கு இருக்க வேண்டும்.
- ❖ அவர் மற்றவர்களிடம் கரிசனையுடன் இருக்க வேண்டும் மேலும் அவர்களை சங்கடப்படுத்தவோ, வருத்தப்படவோ, புண்படுத்தவோ கூடாது என்பதில் கவனமாக இருக்க வேண்டும்.
- ❖ மனித நடத்தை மற்றும் உணர்ச்சிகளைப் பற்றிய புரிதல் அவருக்கு இருக்க வேண்டும்.

சுய ஒழுக்கம்

- ❖ முறையான முயற்சி மற்றும் சுயக்கட்டுப்பாடு மூலம் ஒருவர் துணை-எடிட்டிங் அல்லது அறிக்கையிடலில் ஒரு அளவிலான தேர்ச்சியை அடைய முடியும்.
- ❖ இந்த அர்த்தத்தில், சுய ஒழுக்கம் அர்ப்பணிப்பு மற்றும் உறுதியான அர்ப்பணிப்பை பரிந்துரைக்கிறது.
- ❖ இது மற்ற எந்தத் துறையிலும் இதழியலுக்கு உதவுகிறது.

அமைதி

- ❖ துணை ஆசிரியர்கள் பெரும்பாலும் கடினமான சூழ்நிலைகளில் வேலை செய்கிறார்கள்.
- ❖ அவர்கள் மிகவும் பரபரப்பான மற்றும் சோகமான சூழ்நிலைகளில் அமைதியாகவும் இசையமைப்புடனும் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ நிருபர்களும் துணை ஆசிரியர்களும் மனிதர்கள்.
- ❖ அவர்கள் உணர்ச்சிகளைக் கொண்டுள்ளனர், ஆனால் குழப்பமான தாக்கங்களின் முகத்தில் அவர்கள் அவர்களை அடக்க வேண்டும் - அவர்கள் உற்சாகத்திற்கு எதிர்ப்பை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.
- ❖ துணை ஆசிரியர்கள் காலக்கெடுவின் அழுத்தத்தின் கீழ் பணிபுரியும் மனோபாவத்தை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

பயம் மற்றும் முகம் சுளிக்கும்

- ❖ இந்தக் குணங்கள் துணை ஆசிரியர் விரும்பத்தகாத கேள்விகளைக் கேட்கவும், உண்மையைக் கண்டறிய ஆபத்துக்களை எடுக்கவும் உதவுகின்றன.
- ❖ கதையை யாரும் தட்டில் வைப்பதில்லை.
- ❖ ஒரு நல்ல கதையை எழுதுவதற்கு அவர் ஆய்வு செய்ய வேண்டும், கேள்வி கேட்க வேண்டும், அங்கீகரித்தல் வேண்டும் மற்றும் தனது கழித்தல் சக்தியைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.

விடாமுயற்சி

- ❖ துணை ஆசிரியர்கள் விடாமுயற்சியுடன் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ நகலை எழுதும் போது அல்லது திருத்தும் போது அவர்கள் மிகச் சிறந்த வேறுபாடுகளை உருவாக்க வேண்டும். ஒரு துணை ஆசிரியர் முழுமையை வலியுறுத்த வேண்டும், மேலும் அவர்

தனது வேலையை இழக்க வேண்டும், ஏனெனில் அவர் செய்தித்தாளை உருவாக்கலாம் அல்லது சேதப்படுத்தலாம்.

- ❖ இந்த குணங்கள் அடிப்படையில் நல்ல மற்றும் திறமையான மனிதர்களின் குணங்களாகும்.
- ❖ ஒரு நல்ல மற்றும் திறமையான மனிதர் நல்ல மற்றும் திறமையான துணை ஆசிரியர்கள் மற்றும் நிருபர்களை உருவாக்குகிறார்.

நேர்மை

- ❖ இது ஒரு நல்லொழுக்கம் மற்றும் மாறாத நேர்மை மற்றும் கடுமையான நெறிமுறைகளை கண்டிப்பாக கடைபிடிப்பதைக் குறிக்கிறது.
- ❖ ஊடகவியலாளர்களுக்கு இந்த மனிதப் பண்பு முக்கியமானது.
- ❖ நிருபர்களுக்கு இது மிகவும் முக்கியமானது, ஏனெனில் அவர்கள் துணை ஆசிரியர்களுடன் ஒப்பிடும்போது சோதனைக்கு ஆளாகிறார்கள்.

துணை ஆசிரியரின் செயல்பாடுகள்

- ❖ துணைத் தொகுத்தல் என்பது ஒரு கட்டுரையில் ஏதேனும் தவறுகளைச் சரிசெய்து செயல்திறனைச் செயல்படுத்துவதை உள்ளடக்கிய ஒரு நடைமுறையாகும்.
- ❖ மற்ற பத்திரிக்கைப் பாத்திரங்களைப் போலவே, துணைத் திருத்தம் தேவைப்படுகிறது மற்றும் வேகமான பணிச்சூழலில் விவரங்களுக்கு தொடர்ந்து கவனம் தேவை.
- ❖ துணை ஆசிரியர்கள் தேசிய மற்றும் உள்ளூர் செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள் மற்றும் ஆன்லைன் வெளியீடுகளில் பணிபுரிகின்றனர்.
- ❖ நகலெடு திருத்து மற்றும் மேம்பாடு
- ❖ எழுத்துப் பிழைகள் மற்றும் இலக்கணப் பிழைகளை நீக்குவதற்கு நிருபர்கள் அல்லது சிறப்பு எழுத்தாளர்களால் எழுதப்பட்ட நகலை

ஒரு துணை ஆசிரியர் திருத்துகிறார், பின்னர் ஒரு கதையை உருவாக்குகிறார்.

- ❖ நிருபரின் வேலை, அனைத்து உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களுடன் கூடிய விரைவில் கதையை எழுதுவது.
- ❖ எழுத்துப் பிழைகள், வாக்கியக் கட்டமைப்பில் தவறுகள், இலக்கணப் பிழைகள் மற்றும் உண்மைத் தவறுகள் இருக்கலாம்.
- ❖ அறிக்கையின் ஒரு பகுதி தெளிவற்றதாகவோ, தவறானதாகவோ அல்லது சந்தேகத்திற்குரியதாகவோ துணைத் தொகுப்பாளர் கண்டால், அவர் அதை நிருபரிடம் குறுக்கு சோதனை செய்ய வேண்டும்.
- ❖ அறிக்கைகள் மற்றும் செய்தி வெளியீடுகளைத் திருத்தவும்.
- ❖ ஒரு தலைப்பை எழுதுங்கள்.
- ❖ சப்எடிட்டர் கதைக்கு ஒரு நல்ல தலைப்பைக் கண்டுபிடித்து, கதையின் சாராம்சத்தைப் பிடிக்கும் அல்லது புத்திசாலித்தனமான அல்லது வேடிக்கையான தலைப்புகளை எழுத வேண்டும்.
- ❖ தலைப்பு கூர்மையாகவும், கவர்ச்சியாகவும், மிருதுவாகவும் கதையின் உணர்வை வெளிப்படுத்துவதாகவும் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ தலைப்பு வாசகரை நிறுத்தி முழுக்கதையையும் படிக்கும்படி கட்டாயப்படுத்த வேண்டும்.
- ❖ ஹவுஸ் பாலிசியில் பின்பற்ற வேண்டும்
- ❖ செய்தித்தாள் மற்றும் பத்திரிக்கை கட்டுரைகளின் உள்ளடக்கம், துல்லியம், தளவமைப்பு மற்றும் வடிவமைப்பு ஆகியவற்றை மேற்பார்வையிடுவதற்கும், அவை வீட்டின் பாணிக்கு ஏற்றவாறு இருப்பதை உறுதி செய்வதற்கும் துணை ஆசிரியர்கள் பொறுப்பு.
- ❖ ஒவ்வொரு ஊடக நிறுவனத்திற்கும் அதன் சொந்த கொள்கை மற்றும் நெறிமுறைகள் உள்ளன.
- ❖ மீடியா ஹவுஸ் அதன் சொந்த இலக்குகள், விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் பராமரிக்கிறது.
- ❖ ஒவ்வொரு ஊடகமும் அதன் சொந்த செய்தி, விளம்பரம் மற்றும் பக்க ஒப்பனைக் கொள்கையைப் பின்பற்றுகிறது.

- ❖ பக்க ஒப்பனை/பக்கங்களின் தளவமைப்பு
- ❖ பக்க அமைப்பு, அல்லது பக்க அலங்காரம், ஒரு கலை.
- ❖ ஒவ்வொரு செய்தித்தாளும் ஒவ்வொரு பக்கத்திலும் எட்டு நெடுவரிசைகளைக் கொண்டிருந்தாலும், வெவ்வேறு தளவமைப்புகளைக் கொண்டுள்ளது.
- ❖ செய்தித்தாள்கள் பயன்படுத்தும் வகைகள் அல்லது எழுத்துருக்கள் காகிதத்திற்கு காகிதம் வேறுபடும்.
- ❖ ஒவ்வொரு துணைத் தொகுப்பாளரும் தாளில் கிடைக்கும் எழுத்துருக்களையும், ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட தளவமைப்பு வடிவத்தையும் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.
- ❖ செய்தித்தாளின் பக்கத்தைத் தயாரிப்பது பக்க உருவாக்கம் எனப்படும்.
- ❖ படத்தைத் திருத்துதல் என்பது படத்தைப் பக்கத்தில் சரியான நிலையில் வைப்பதும் அடங்கும். இது பக்க தளவமைப்பின் ஒரு பகுதியாகும்.
- ❖ பொதுவாக, முதல் பக்கத்தில், மிக முக்கியமான செய்தி படங்கள் மட்டுமே இடம் பிடிக்கும்.
- ❖ பட புகைப்படம் அல்லது வரைபடத்தைப் பயன்படுத்தவும்
- ❖ சப்ளடிட்டர் இப்போது செய்தியுடன் புகைப்படங்களையும் சேர்க்க வாய்ப்பு உள்ளதா என்று பார்க்க வேண்டும்.
- ❖ படங்கள் அல்லது வரைபடங்கள் அறிக்கையின் காட்சி தரத்தை மேம்படுத்தலாம்.
- ❖ புகைப்படம் எடுத்தல் என்பது ஊடகத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.
- ❖ செய்தித்தாள், செய்தி வார இதழ், செய்தி சேனல் அல்லது செய்தி போர்டல் எதுவாக இருந்தாலும், அதற்கு காட்சி தாக்கம், விளைவு மற்றும் நம்பகத்தன்மையை வழங்க புகைப்படம் எடுத்தல் அவசியம்.
- ❖ தலைப்பை எழுதுங்கள்
- ❖ செய்தித்தாளில் ஒரு புகைப்படத்தைப் பார்க்கும்போது, அதன் கீழ் என்ன எழுதப்பட்டுள்ளது என்பதை நீங்கள் தேடுகிறீர்கள்.

- ❖ ஒரு புகைப்படத்தின் கீழ் இந்த எழுதுதல் கேட்ச்வேர்ட் அல்லது கேப்ஷன் என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- ❖ புகைப்படக் கலைஞர்கள் புகைப்படங்களைத் தாக்கல் செய்யும் போது, பொருத்தமான தலைப்பை எழுதுவது துணைத் தொகுப்பாளரின் வேலை.
- ❖ புகைப்படங்களை செதுக்குதல், சிறந்த விளைவுக்காக அவற்றை எங்கு பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதைத் தீர்மானித்தல் மற்றும் படத் தலைப்புகளை எழுதுதல்.
- ❖ ஒரு நல்ல தலைப்பு படத்தின் தாக்கத்தை மேம்படுத்தும்.
- ❖ செய்தி கதையை மீண்டும் எழுதவும்
- ❖ மீள்எழுத்து பொருள் ஓட்டம் அல்லது நன்றாக படிக்க வேண்டும் மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட வெளியீட்டின் பாணியை கடைபிடிக்க வேண்டும்.
- ❖ தேவைக்கேற்ப பொருட்களை வெட்டுவதன் மூலம் அல்லது விரிவுபடுத்துவதன் மூலம் ஒரு கதை ஒரு குறிப்பிட்ட வார்த்தை எண்ணிக்கைக்கு பொருந்துகிறது என்பதை உறுதிப்படுத்தவும்.
- ❖ உண்மைகள் மற்றும் கதைகள் துல்லியமானவை, பதிப்புரிமைச் சட்டங்களுக்கு இணங்க, அவதூறானவை அல்ல அல்லது வெளியீட்டின் கொள்கைக்கு எதிரானவை என்பதை உறுதிப்படுத்த அவற்றைச் சரிபார்த்தல்.
- ❖ ஒரு பக்கத்தில் பணிபுரியும் போது, ஒவ்வொரு பக்கத்திலும் சரியான செய்திகள் சரியான இடத்தில் இருப்பதை உறுதிசெய்ய திட்டமிடவும்.

மதிப்பு கூட்டப்பட்ட

- ❖ சப்ளடிட்டரின் அடுத்த வேலை, அறிக்கையின் மதிப்பைச் சேர்ப்பதாகும்.
- ❖ சில பின்னணிப் பொருட்களைச் சேர்க்க வேண்டியிருந்தால், அதை நூலகத்தில் இருந்து சேகரித்து கதையை மேம்படுத்த வேண்டும்.

சமீபத்தில் நடந்த மற்ற பெரிய ரயில் விபத்துகள் பற்றிய தகவல்களை சேகரிப்பதன் மூலம் கதையை மேம்படுத்தவும்.

ஒரு பைலைன் கொடுங்கள்

ஒரு எடிட்டர் எடுக்க வேண்டிய மற்றொரு முக்கியமான முடிவு, கதைக்கு பைலைன் அல்லது கிரெடிட் கொடுப்பது.

பொதுவாக, குறிப்பிட்ட கதைகளுக்கு பைலைன்கள் வழங்கப்படுவதில்லை. ஆனால் ஒரு நிருபர் ஒரு பிரத்தியேகக் கதையை தாக்கல் செய்தால், அது அவரது பைலைன் அல்லது பெயருடன் தோன்ற வேண்டும், இதனால் அவர் கதைக்கான தனிப்பட்ட கிரெடிட்டைப் பெறுவார்.

- ❖ ஒரு குறிப்பிட்ட செய்திக்கு ஒரு நிருபருக்கு பைலைன் வழங்குவதற்கான முடிவு செய்தி ஆசிரியரால் எடுக்கப்படுகிறது.
- ❖ ஆனால் கதையைத் திருத்தும் துணைத் தொகுப்பாளர், அந்தக் கதைக்கு ஒரு பைலைனை வழங்குவது குறித்து செய்தி ஆசிரியருக்கு எப்போதும் பரிந்துரைக்கலாம்.

ஆதாரம் படித்தல்

முக்கிய அடிப்படைச் சரிபார்ப்பு சின்னங்களைப் பயன்படுத்தி பிற துணை ஆசிரியர்களால் தயாரிக்கப்பட்ட முழுமையான பக்கங்களைச் சரிபார்த்தல்.

- ❖ உண்மைகள் மற்றும் கதைகள் துல்லியமானவை, பதிப்புரிமைச் சட்டங்களுக்கு இணங்க, அவதூறானவை அல்ல அல்லது வெளியீட்டின் கொள்கைக்கு எதிரானவை என்பதை உறுதிப்படுத்த அவற்றைச் சரிபார்த்தல்.
- ❖ செய்தி வெளியிடத் தயாராக இருக்கும்போது, எழுத்துப்பிழை, இலக்கணம், நிறுத்தற்குறிகள் மற்றும் பலவற்றை துணை ஆசிரியர் சரிபார்க்க வேண்டும்.

கதையை மொழிபெயர்க்கவும்

- ❖ ஒரு பிரதியை மொழிபெயர்ப்பது துணை ஆசிரியருக்கு முக்கியமான பணியாகும்.
- ❖ செய்தியை மொழிபெயர்ப்பது ஒரு துணை ஆசிரியரின் குறிப்பிடத்தக்க செயல்பாடாகும்.
- ❖ உலகெங்கிலும் பல செய்தி ஆதாரங்கள், செய்தி நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் உள்ளன, அதில் இருந்து செய்தி ஊடகங்கள் தகவல்களை வெளியிட அல்லது ஒளிபரப்புவதற்கு சேகரிக்கின்றன.
- ❖ இந்த வகையான தகவல்கள் பொதுவாக ஆங்கிலத்தில் எழுதப்படும்.
- ❖ இது தவிர, பத்திரிகைக் குறிப்புகள் மற்றும் செய்திக்குறிப்புகள் எப்போதும் ஆங்கிலத்தில் வெளியிடப்படுகின்றன.
- ❖ வாசகர்களின் நலனுக்காக துணை ஆசிரியர் இந்த வகையான தகவல்களை மொழிபெயர்க்க வேண்டும்.

பல்வேறு வகையான எடிட்டர்கள்

உங்கள் திட்டத்திற்கான சரியான எடிட்டரைத் தேர்ந்தெடுப்பது உங்கள் தேவைகள் மற்றும் சில நேரங்களில் உங்கள் பட்ஜெட்டைப் பொறுத்தது. எடிட்டர்கள் செய்யக்கூடிய வெவ்வேறு பாத்திரங்களைப் பற்றி நீங்கள் தெரிந்துகொள்ள விரும்புவீர்கள் ஒரு கட்டுரை அல்லது புத்தகத்தை வெளியிடுவதில் விளையாடுங்கள்.

1. பீட்டாரீடர்

பீட்டா வாசகர்கள் பொதுவாக உங்கள் கருத்தைப் பெற உங்கள் எழுத்தைப் பார்க்க அனுமதிப்பவர்கள். பல ஆசிரியர்கள் பீட்டா வாசகர்களைக் கேட்கலாம் மற்றும் வாசகர்களுக்கு ஒரு கேள்வித்தாளை உருவாக்கலாம்.

எடுத்துக்காட்டாக, பத்து பேரைக் கொன்ற ரயில் விபத்து குறித்து அறிக்கை தாக்கல் செய்யப்பட்டால், துணைத் தொகுப்பாளரால் முடியும்

ஒரு கதையின் ஆரம்ப பின்னூட்டம். நீங்கள் ஒரு ஆசிரியராக இருந்தால், உங்கள் படைப்புகள் குறித்த பொது மக்களிடமிருந்து கருத்துகளைத் தேடும் பீட்டா வாசகர்களைக் கண்டறிய வேண்டும்.

2. சரிபார்ப்பவர்

சரிபார்ப்பவர்கள் உள்ளடக்கத்தை எடிட்டிங் செய்வதன் மற்ற நிலைகளைக் கடந்த பிறகு பார்க்கிறார்கள். ப்ரூஃப் ரீடர்கள் பெரும்பாலும் இலக்கணம் மற்றும் நிறுத்தற்குறிகளில் வெளிப்படையான தவறுகளை மட்டுமே பார்க்கிறார்கள், மேலும் அவர்கள் தரம் அல்லது உள்ளடக்க மேம்பாடு குறித்து சிறிய கருத்துக்களை வழங்கலாம். கட்டுரைகள் அல்லது ரெஸ்யூம்கள் போன்ற எழுத்துப்பிழை, நிறுத்தற்குறிகள் அல்லது இலக்கணப் பிழைகள் குறித்து நீங்கள் கவலைப்பட்டால் சரிபார்ப்பவரை நியமிக்க வேண்டும்.

3. ஆன்லைன் எடிட்டர்

"ஆன்லைன் எடிட்டர்" என்ற சொல் உங்கள் உள்ளடக்கத்தைப் பார்க்க ஆன்லைனில் காணக்கூடிய எவரையும் உள்ளடக்கியது. இந்த எடிட்டர்கள் பெரும்பாலும் ஃப்ரீலான்ஸர்களாக இருக்கலாம், மேலும் அவர்களின் திறன் தொகுப்புகள் மாறுபடலாம். நீங்கள் ஒரு ஆன்லைன் எடிட்டரை பணியமர்த்த திட்டமிட்டால், முதலில் அவர் அல்லது அவள் நீங்கள் தேடும் எடிட்டிங் வகையை நன்கு அறிந்தவர் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள்.

4. விமர்சன பங்குதாரர்

ஒரு விமர்சனக் கூட்டாளி ஒரு எழுத்தாளர் அல்லது வெளியிடப்பட்ட எழுத்தாளராக இருக்க முனைகிறார், அவர் ஒரு கதையைப் பார்த்து, மற்றொரு எழுத்தாளர் அல்லது ஆர்வமுள்ள எழுத்தாளருக்கு தனது

படைப்பின் தரத்தை உயர்த்த உதவுகிறார். ஒரு சிபி ஒரு எடிட்டரை விட பயிற்சியாளராக செயல்படலாம். வெளியீட்டிற்காக ஒரு கதையை உருவாக்க உங்களுக்கு வழிகாட்டுதல் தேவைப்படும்போது நீங்கள் விமர்சனக் கூட்டாளியை விரும்புகிறீர்கள்.

ஆணையிடும் ஆசிரியர்

கையகப்படுத்தல் ஆசிரியர் என்றும் அழைக்கப்படும், கமிஷன் எடிட்டர் என்பது புத்தகங்கள் அல்லது கட்டுரைகளை வெளியிடுவதற்காக தேடுபவர். நீங்கள் ஒரு புத்தகத்தை வெளியிட விரும்புகிறீர்களா அல்லது நீங்கள் ஒரு ஃப்ரீலான்ஸ் எழுத்தாளர் மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட தளம் அல்லது நிறுவனத்திற்குச் செல்ல விரும்பினால், இவர்தான் பேச வேண்டிய நபர்.

6. வளர்ச்சி ஆசிரியர்

ஒரு கதையை வெளியிடுவதற்குத் தயார்படுத்துவதற்கு எழுத்தாளர்களுக்குப் பயிற்சியாளர்களாக வளர்ச்சி ஆசிரியர்கள் செயல்படுகின்றனர். உங்கள் கதையை முன்னோக்கி நகர்த்துவதற்கு உங்களுக்கு வழிகாட்டுதல் தேவைப்படும்போது, மேம்பாட்டு ஆசிரியர்கள் உதவ முடியும். அவர்கள் தங்கள் நேரத்தை பேய் எழுதுவதற்கும் செலவிடலாம்.

7. உள்ளடக்க ஆசிரியர்

உள்ளடக்க எடிட்டர்கள் எழுத்து உள்ளடக்கிய அனைத்தையும் பார்க்கிறார்கள். புத்தகங்கள் மூலம், அவர்கள் கதையைப் பார்த்து, கதைக்களம், கதாபாத்திரங்கள், அமைப்பு மற்றும் பலவற்றில் தேவையான மாற்றங்களைச் செய்கிறார்கள். இதழியல் அல்லது ஆன்லைன் வெளியீடுகளில், ஒரு உள்ளடக்க ஆசிரியர் கட்டுரையின் நோக்கம் அதன் பார்வையாளர்களுக்கும் பொருளுக்கும் துல்லியமாக இருப்பதை உறுதிசெய்கிறார்.

8. நகல் எடிட்டர்

நகல் எடிட்டர்கள், வரி எடிட்டர்கள் என்றும் சில சமயங்களில் உள்ளடக்க எடிட்டர்கள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன, பொதுவாக உண்மைகள் முதல் இலக்கணம் மற்றும் வடிவமைப்பு வரை அனைத்தையும் பார்க்கிறார்கள். இந்த எடிட்டர்கள் அனைத்தையும் செய்ய முடியும்.

9. இணை ஆசிரியர்

அசோசியேட் எடிட்டர்கள் பெரும்பாலும் செய்தித்தாள்கள் அல்லது பத்திரிகைகளில் வேலை செய்கிறார்கள். இந்த பதவிக்கான மற்றொரு சொல் " பிரிவு ஆசிரியர்". ஒரு அசோசியேட் எடிட்டருக்கு பெரும்பாலும் கையகப்படுத்தல் எடிட்டரின் அதே பொறுப்புகள் இருக்கும்; அவர் அல்லது அவள் வெளியீட்டிற்காக கதைகள் அல்லது உள்ளடக்கத்தைத் தேடும் பொறுப்பில் உள்ளார்.

10. பங்களிப்பு ஆசிரியர்

பங்களிக்கும் ஆசிரியர்கள் ஒரு பத்திரிகை அல்லது செய்தித்தாளில் தங்கள் சேவைகளை வழங்க முனைகிறார்கள் மற்றும் ரோவிங் எடிட்டர் என்றும் குறிப்பிடப்படலாம். பத்திரிகைத் துறையில், பங்களிக்கும் ஆசிரியர் சில சமயங்களில் எடிட்டர்-அட்-லார்ஜ் என்று அழைக்கப்படுகிறார்.

11. தலைமை ஆசிரியர்

நிர்வாக ஆசிரியர் என்றும் அறியப்படுகிறார், ஒரு கட்டுரை, கதை அல்லது பிற உள்ளடக்கத்தின் ஒட்டுமொத்தப் பொறுப்பாளரே தலைமை ஆசிரியர் ஆவார். இறுதித் தயாரிப்பைப் பார்த்து, அது நிறுவனத்தின் தரங்களைச் சந்திப்பதை உறுதிசெய்து, அதை வெளியிடுவதற்கு ஒப்புதல் அளிப்பவர் தலைமை ஆசிரியர்.

12. தலைமையாசிரியர்

தலைமையாசிரியர் என்பது பொதுவாக எடிட்டிங் துறையை மேற்பார்வையிடுபவர் மற்றும் நிறுவனத்தின் மற்ற எல்லா

எட்டடர்களையும் நிர்வகிப்பவர். நிறுவனத்தின் குரலைப் பேணுவதற்கும் அதன் தத்துவம் மற்றும் பணியை நிலைநிறுத்துவதற்கும் EIC பொறுப்பாகும். வெளியீட்டு நிறுவனங்கள் சில சமயங்களில் தலைமையாசிரியர்களை பெரிய எட்டடர்கள் என்று குறிப்பிடுகின்றன, அதாவது அவர்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் எந்தத் திட்டத்திலும் வேலை செய்ய முடியும்.

செய்தி தளவமைப்பு

ஒரு செய்தித்தாளின் தளவமைப்பு வாசகர்களை ஈர்க்கவும், தகவல்களை வழங்குவதில் செய்தித்தாளின் செயல்திறனை மேம்படுத்தவும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. விதிகள் மற்றும் மரபுகள் பல ஆண்டுகளாக உருவாகியுள்ளன, மேலும் கிட்டத்தட்ட அனைத்து மேற்கத்திய செய்தித்தாள்களும் நன்கு நிறுவப்பட்ட தளவமைப்பு கொள்கைகளைப் பகிர்ந்து கொள்கின்றன. செய்தித்தாள் தளவமைப்பு கணினிகளின் உதவியுடன் தானியங்குபடுத்தப்பட்ட முதல் செய்தித்தாள் செயல்முறைகளில் ஒன்றாகும். பயன்பாடு வெளிப்படையானது மற்றும் சந்தை பெரியது. பிரச்சனை நியாயமான முறையில் கட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளது; நிரல் செய்தி கட்டுரைகள் மற்றும் விளம்பரங்களின் தொகுப்பு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. விளம்பரங்கள் ஒரு விதிகளின்படி வைக்கப்படுகின்றன, அதே நேரத்தில் செய்திக் கட்டுரைகள் மீதமுள்ள இடத்தில் ("நியூஸ்ஹால்") மற்றொரு விதிகளின்படி வைக்கப்படுகின்றன. பாரம்பரிய செய்தித்தாள் முதல் பக்கம் கட்டுரையின் முதல் பகுதியை மட்டுமே காட்டுகிறது மற்றும் கதையைத் தொடர வாசகரை உள் பக்கத்திற்குத் தாவ வைக்கிறது. இது ஐந்து வாசகர்களில் ஒருவரை இழப்பதாகக் காட்டப்பட்டுள்ளது. வெறுமனே, முழுக் கதையும் தாவல்களைத் தவிர்க்கக் காட்டப்பட வேண்டும், ஆனால் முதற்பக்கத்தில் ரியல் எஸ்டேட் விலை அதிகம், மேலும் முதற்பக்கக் கதைகளின் எண்ணிக்கை கடுமையாக மட்டுப்படுத்தப்பட்டாலொழிய கட்டுரைகளை முழுமையாகக் காட்ட போதுமான இடமில்லை. இந்தச் சிக்கல் ஆன்லைன் வெளியீட்டில் ஏற்படாது, இருப்பினும் அதிகமான வாசகர்களை ஈர்க்க கிளிக்பைட் தலைப்புச் செய்திகளின் பயன்பாடு

கணிசமாக அதிகரிக்கிறது. பார்வையாளர்களின் தேர்வுகளின் மாறும் தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு, news உள்ளடக்கத்தின் தளவமைப்பு மற்றும் விளக்கக்காட்சியில் வாழ சில விதிகள் உள்ளன.

போட்டோ ஜர்னலிசத்தில் புகைப்படங்களை வைப்பது

ஃபோட்டோ ஜர்னலிசத்தின் சுருக்கமான வரலாறு அமெரிக்க உள்நாட்டுப் போரின் தொடக்கத்திலிருந்து செய்திக் கட்டுரைகளுடன் புகைப்படங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன, இருப்பினும் அவை ஒரு பகுதியின் முக்கிய மையமாக இருப்பதை விட மேம்பாடுகளாகக் காணப்பட்டன. ஃபோட்டோ ஜர்னலிசம் ஒரு பொற்காலத்தில் நுழைந்தது மற்றும் 1920 களின் தொடக்கத்தில் 35 மிமீ லைக்கா போன்ற சிறிய கேமராக்களின் வருகையுடன் மிகவும் முக்கியத்துவம் பெற்றது, இது 1925 இல் ஜெர்மனியில் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. இந்த கேமராக்கள் எல்லா இடங்களிலும் புகைப்படக்காரர்களால் புரட்சிகரமானதாகக் காணப்பட்டன, ஏனெனில் மிகக் குறைந்த உபகரணங்கள் தேவைப்பட்டன. அவர்களின் படங்களை எடுக்கவும். புகைப்படம் எடுப்பதற்கான உலகளாவிய அணுகலை உருவாக்குவதில் லைக்கா மற்றும் கோடாக் கேமராக்களின் கண்டுபிடிப்புகள் முக்கியமானவை மட்டுமல்ல, அந்த நேரத்தில் மற்றொரு தொடர்புடைய திருப்புமுனை ஏற்பட்டது-பத்திரிக்கை இதழியல் பிரபலமடைந்தது, இந்த புதிய வகை பத்திரிகைக்கு அனுமதித்தது.

ஃபோட்டோ ஜர்னலிசம் என்பது ஒரு கதையைச் சொல்ல புகைப்படங்களைப் பயன்படுத்தும் செயல்முறையாக வரையறுக்கப்படுகிறது. வழக்கமான பத்திரிகையாளர்கள் பேனா மற்றும் காகிதத்தை (அல்லது ஒரு விசைப்பலகை) பயன்படுத்தி தங்கள் தகவல்களைப் பகிர்ந்து கொள்வார்கள், புகைப்படப் பத்திரிக்கையாளர்கள் கேமராவை தங்கள் ஊடகமாகப் பயன்படுத்துகின்றனர். ஒரு புகைப்படப் பத்திரிக்கையாளர், முழுக் கதையையும், ஆரம்பம் முதல் இறுதி வரை சொல்ல, படங்களைப் பயன்படுத்துவார், மேலும் சரியாகச் செயல்படுத்தப்பட்டால், ஒரு வாசகருக்கு வழங்கப்படும் செய்தியை முழுமையாகப் புரிந்துகொள்ள

வார்த்தைகள் கூட தேவையில்லை. டிஜிட்டல் சாதனங்கள் மூலம் ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்டுள்ள இன்றைய உலகில், சிறந்த, மிகவும் உள்ளடக்கிய மற்றும் தகவல் தரும் படங்களுக்கு, செய்தி நிறுவனங்கள் மற்றும் ஊடக நிறுவனங்கள் டாலரைச் செலுத்தும். பிரேக்கிங் செய்திகள் விரைவாக மாறக்கூடும், மேலும் நிகழ்வுகள் வெளிவரும்போது அவநம்பிக்கை மற்றும் சந்தேகம் என்பது அசாதாரணமானது அல்ல. வேர்ட் வேகமாகப் பயணிக்கிறது, மேலும் பல தகவல்களின் நம்பகமான ஆதாரங்களைத் தேடுகிறது. புகைப்பட ஜர்னலிஸ்டுகள் காட்சியில் உள்ளனர், மேலும் பாரம்பரிய பத்திரிகையாளர்களுடன்; வார்த்தைகள் இல்லாமல் பேசும் கதையை உருவாக்குவதே அவர்களின் நோக்கம்.

போட்டோ ஜர்னலிசத்தின் நோக்கம்

எளிமையாகச் சொன்னால், புகைப்படம் எடுத்தல் மூலம் ஒரு கதையை தொடர்புபடுத்துவது ஒரு புகைப்பட பத்திரிகையாளரின் பங்கு. படங்களை எடுப்பது மட்டுமல்ல, உண்மையை வெளிப்படுத்தும் முயற்சியில் படங்களை மிக உயர்ந்த பத்திரிகைத் தரத்திற்கு உயர்த்துவதும் குறிக்கோள். ஒரு புகைப்பட பத்திரிக்கையாளரின் ஒவ்வொரு படமும் தேர்வில் தேர்ச்சி பெறாது, அதே போல் ஒவ்வொரு பாரம்பரிய பத்திரிகையாளரும் ஒன்று ஏற்றுக்கொள்ளப்படுவதற்கு முன்பு பல கதைகளை எழுத வேண்டும். புகைப்படக்கலையில் பத்திரிகையைப் பயன்படுத்துவது, சராசரி மனிதனை புதிய மற்றும் வித்தியாசமான கதைகளுக்கு கைதுசெய்யும் மற்றும் ஜீரணிக்கக்கூடிய வகையில் வெளிப்படுத்தும் ஒரு வழியாகும். போட்டோ ஜர்னலிசம் என்பது காட்சி கதைசொல்லல் மற்றும் அறிக்கையிடலின் ஒரு வடிவமாகும்.

5 ::போட்டோ ஜர்னலிசத்தின் வெவ்வேறு வகைகள்

::போட்டோ ஜர்னலிசத்தில் பல வகைகள் உள்ளன; ஐந்து பிரபலமான வகைகள் அடங்கும்:

பொது செய்தி புகைப்படம்

பொதுச் செய்தி புகைப்படம் எடுத்தல் என்பது முன்கூட்டியே திட்டமிடப்பட்ட எந்த நிகழ்விற்கும் தொடர்புடையது மற்றும் முக்கிய செய்தியாக கருதப்படவில்லை. தேர்தல்கள், கிரிக்கெட் மற்றும் பிற திட்டமிடப்பட்ட நிகழ்வுகள் இந்த வகையின் கீழ் வருகின்றன. பொதுச் செய்தி புகைப்படம் எடுத்தல் ஒரு பத்திரிகையாளரை முடிவுகள் அல்லது முடிவைப் பற்றி புகாரளிப்பதற்கு முன் ஒரு கதையை முழுமையாக அறிந்துகொள்ள அனுமதிக்கிறது. குறிப்பிட்ட நிகழ்வுகள் நிகழும்போது அவற்றைப் பற்றி வாசகர்கள் மற்றும் பார்வையாளர்களுக்குக் கற்பிக்க இது ஒரு வாய்ப்பாகும். (அல் டிராகோ/தி நியூயார்க் டைம்ஸ்) ஜனாதிபதி ஜோ பிடன் 1 டிரில்லியன் டாலர் உள்கட்டமைப்பு மசோதாவில் நவம்பர் 15, 2021 அன்று வெள்ளை மாளிகையில் கையெழுத்திட்டார்.

போர்ட்ரெய்ட் போட்டோ ஜர்னலிசம்

இது வழக்கமான உருவப்படம் அல்ல. இந்த வகை போட்டோ ஜர்னலிசம் பொதுவாக அரசாங்கத்தின் அல்லது சமூகத்தின் முக்கிய உறுப்பினர்களை அவர்களின் வழக்கமான சூழலில் ஒரு இயற்கையான போஸை எடுத்துக்கொள்கிறது. போர்ட்ரெய்ட் புகைப்படம் எடுப்பதற்கு ஒரு சிறந்த உதாரணம், ஓவல் அலுவலகத்தில் பணிபுரியும் ஜனாதிபதியின் படம் அல்லது மருத்துவமனை அறுவை சிகிச்சை அறையில் அறுவை சிகிச்சை செய்யும் மருத்துவர். ([Adrienne Raquel/The New York Times](#)) ஹாலே பெர்ரி லாஸ் ஏஞ்சல்ஸில், ஆகஸ்ட் 25, 2021

இரங்கல் புகைப்படம்

இரங்கல் புகைப்படம் எடுத்தல் என்பது ஒரு தொடர்ச்சியான க்யூரேட்டட் படங்கள் மூலம் ஒரு வாழ்க்கையை காட்சிப்படுத்த முயல்கிறது. ஒரு குழு, ஒரு சமூகம் அல்லது சமூகத்தின் மீது அவர்களின் தாக்கத்தை அங்கீகரித்து, இறந்த விஷயத்தை நினைவு கூர்வதும் நினைவுகூருவதும் இதன் நோக்கமாகும். (ஆண்ட்ரூ டெஸ்டா/தி நியூயார்க் டைம்ஸ்) இளவரசர் பிலிப் இறந்த பிறகு, ஏப்ரல் 9, 2021 வெள்ளிக்கிழமை லண்டனில் பிக்காடில்லி சர்க்களில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் இளவரசர் பிலிப்பின் புகைப்படம் முந்தைய நாள் அறிவிக்கப்பட்டது.

ஃபோட்டோ ஜர்னலிசம் அம்சம்

படங்கள் மூலம் ஒரு கதையைச் சொல்ல ஒரு சரியான வழி; ஒரு சில படங்கள் ஒரு உரையை நிறைவுசெய்யும், ஆனால் ஒரு வியத்தகு படம் ஒரு தனிமனிதன், உலக நிகழ்வுகள் அல்லது கலாச்சாரம் பற்றிய தனித்த வர்ணனையை அளிக்கும். கதையை எப்படிச் சொன்னாலும், புகைப்படப் பத்திரிக்கையாளர்கள் ஒரு படிபடத்தைப் படம்பிடித்து பார்வையாளர்களை அறிவூட்ட முயல்கின்றனர்.

போட்டோ ஜர்னலிசம் மற்ற வகை புகைப்படங்களிலிருந்து வேறுபடுகிறது. யார் வேண்டுமானாலும் படம் எடுக்கலாம், ஆனால் யாரும் போட்டோ ஜர்னலிஸ்ட் ஆக முடியாது. புகைப்பட ஜர்னலிசத்தின் இரண்டு நடைமுறை தூண்கள் உள்ளன: உயர் நெறிமுறை தரநிலைகள் மற்றும் புறநிலை உண்மையைப் பின்தொடர்தல். புகைப்படம் எடுத்தல் அதன் வெவ்வேறு வடிவங்களில் சுய வெளிப்பாட்டிற்கான வழிமுறையாக இருக்கலாம்.

புகைப்பட ஜர்னலிசத்தின் முக்கியத்துவம்

அவை ஒரு குறிப்பிட்ட கதையைப் பற்றிய நுண்ணறிவை வழங்கும் தனித்து நிற்கும் படங்களாக இருக்கலாம் அல்லது கூடுதல் சூழலை வழங்க ஒரு கட்டுரையுடன் இருக்கலாம். போட்டோ ஜர்னலிசம் முக்கியமானதாக இருப்பதற்கான சில காரணங்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

படங்கள் மீதான தாக்கம்

முன்பு செய்திகளில் குறிப்பிட்டது போல, படங்களை உருவாக்கும் உந்துதல் தலைமுறை தலைமுறையாக இருந்து வருகிறது. அவை குகை ஓவியங்களாக இருந்தாலும் சரி, சிஸ்டைன் தேவாலயத்தின் கூரையாக இருந்தாலும் சரி, மனித வரலாறு முழுவதும் தகவல்களைத் தெரிவிக்க படங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன. படங்கள் பார்வையாளர்களுக்கு ஒரு பெரிய அளவிலான தகவலை ஒரே சட்டத்தில் ஜீரணிக்க எளிதாக்கும் மற்றும் நிகழ்வுகளை உயிர்ப்பிக்க உதவும். பெரும்பாலும், ஒரு பயனர் ஒரு படத்தைப் பார்க்க முடியும் மற்றும் பரந்த கதை என்ன என்பதை உடனடியாக அறிந்து கொள்ள முடியும்.

மக்கள் நினைவில் வைத்துக்கொள்ள படங்கள் எளிதாக இருக்கும். அவர்களின் இயல்பில், மனிதர்கள் அவர்கள் உரையை விட படங்களை நன்றாக அடையாளம் காண்கிறார்கள். உண்மையில், அறிவியல் ஆய்வுகள் இது உண்மை என நிரூபித்துள்ளன: யு.எஸ். நேஷனல் அகாடமி ஆஃப் சயின்ஸின் ஆய்வின்படி, பங்கேற்பாளர்கள் குறைந்தபட்சம் 90% துல்லியத்துடன் 2,000 க்கும் மேற்பட்ட படங்களை நினைவகத்தால் மட்டுமே அடையாளம் காண முடிந்தது.

புகைப்படங்கள் ஒரு கதையை இன்னும் உறுதியானதாக மாற்றும். புகைப்படங்கள் ஒரு செய்திக்கு மற்றொரு பரிமாணத்தை அல்லது அடுக்கை சேர்க்கலாம். ஒரு கட்டுரையில் படம் சேர்க்கப்படும்போது, விவாதிக்கப்படும் நிகழ்வுகளை பார்வையாளர்கள் சிறப்பாகக்

காட்சிப்படுத்துவது அல்லது புரிந்துகொள்வது சாத்தியமாகும். கதை மேலும் நிஜமாகிறது.

இந்த வகை போட்டோ ஜர்னலிசம் மேலும் ஆழமான கவரேஜை வழங்க தலைப்புக் கதை அல்லது புகைப்படத் தொடருடன் ஒரே நேரத்தில் இயங்குகிறது. ஃபீச்சர் போட்டோ ஜர்னலிசம் முக்கிய கதைக்கான சூழலைக் கொண்டுவருகிறது மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட நபர்கள் மற்றும் இடங்களைப் பற்றிய துணை விவரங்களை வழங்குகிறது, அல்லது நிகழ்வுகள் மற்றும் முக்கிய கதை ஆராயப்பட்ட சிக்கல்கள் பற்றிய கூடுதல் முன்னோக்குகளை வழங்குகிறது. (டைலர் ஹிக்ஸ்/தி நியூயார்க் டைம்ஸ்) தி நியூயார்க் டைம்ஸின் டைலர் ஹிக்ஸ், 2021 ஆம் ஆண்டுக்கான சிறப்புப் புகைப்படக்கலைக்கான புலிட்சர் பரிசுக்கு பரிந்துரைக்கப்பட்டார். அவரது புகைப்படங்கள்

பிரேசிலின் அமேசான் காடுகளில் ஆழமான COVID-19 தொற்றுநோயின் எண்ணிக்கையையும் அது அப்பகுதியின் பழங்குடி மக்களை அழித்த விதத்தையும் கைப்பற்றியது.

ஆவணப்பட புகைப்பட இதழியல் இது நீண்ட கால புகைப்படம் ஆகும், இது வெளிவரும் கதையைச் சொல்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக, நாட்கள், வாரங்கள் அல்லது ஒரு பருவத்தில் வெளிப்படும் ஒலிம்பிக் விளையாட்டுகள் அல்லது பிற விளையாட்டு நிகழ்வுகளின் கதையைச் சொல்ல புகைப்படப் பத்திரிகையாளர்கள் நியமிக்கப்படலாம்.

புகைப்பட தலைப்புகளை எழுதுதல்

புகைப்படத் தலைப்பில் என்ன தகவல் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது என்பதை நினைவில் கொள்க.

ஒரு புகைப்படத்திற்கு ஒரு புகைப்பட தலைப்பை எழுதுங்கள்.

பட்டியலிடப்பட்ட கேள்விகளுக்கு பதில் ஒரு தாளில் கருத்துகளை எழுதுங்கள்:

புகைப்படத்துடன் தனிப்பட்ட இணைப்பை உருவாக்கவும்.

புகைப்படம் மனதில் தோன்றும் ஒரு கேள்வியை எழுதுங்கள்.

இந்த புகைப்படத்தின் அசல் தலைப்பு என்ன தகவலை வழங்கியது என்பதை யூகிக்கவும்.

படத் தலைப்புகளுக்கான எழுத்து நடை

முதல் வாக்கியத்தில் நேர உறுப்பை தவறாக வைக்க வேண்டாம்; முதல் வாக்கியத்தில் நேர உறுப்பைப் பயன்படுத்தவும்; பெயரடை வடிவத்தில் நேர உறுப்பைப் பயன்படுத்தவும்.

வெளிப்படையாகக் கூறுவதைத் தவிர்க்கவும்.

"டெனிஸ் ரோட்மேன் ஒரு ஒளிபரப்பு புகைப்படக்காரரை இடுப்புப் பகுதியில் உதைக்கும்போது புன்னகைக்கிறார்." "பயனுள்ள தகவலை வழங்கவும்."

– முழுமையான வாக்கியங்களில் எழுதவும்.

– பெயர்கள், இடங்கள், பண்ணைகள் மற்றும் பண்ணைகளின் எழுத்துப்பிழையைச் சரிபார்க்கவும்.

தலைப்பு அல்லது உரையை மீண்டும் எழுதுவதைத் தவிர்க்கவும்.

யூகிக்க வேண்டாம்

தகவல் மற்றும் குறிப்பிட்டதாக இருக்க உங்கள் முயற்சியில் கேள்விகளைக் கேளுங்கள்.

தொடர்பு கொள்ளவும், பொருளைச் சேர்க்கவும் தயாராக இருங்கள்.

பெயர்களின் சரியான எழுத்துப்பிழை கேட்கவும்.

விவசாயத் தொழிலைத் தவிர்க்கும் மற்றும் நுகர்வோருக்கு இந்தியத் தன்மை கொண்ட உரையாடல் தொனியில் எழுதுங்கள்.

தலையங்கம் வேண்டாம்

கிளிஷேக்களைப் பயன்படுத்த வேண்டாம்.

உரிச்சொற்களை சிக்கனமாக பயன்படுத்தவும்; தீர்ப்புகள் வேண்டாம்.

"ஒரு மகிழ்ச்சியற்ற குடிமகன் எதிர்ப்பைப் பார்க்கிறார்."

நீங்கள் புகைப்படத்தை எவ்வாறு கையாண்டீர்கள் என்பதைக் குறிப்பிடவும் (தேவைப்பட்டால்).

விலக்க வேண்டிய கூறுகள்

விளக்கப்படம்

இன்போ கிராபிக் என்பது தகவல்களை வரைபடமாகத் தொடர்புகொள்வதற்கான ஒரு வழியாகும். அந்தத் தகவலை விரைவாகவும் தெளிவாகவும் தெரிவிக்க இது வடிவமைப்புக் கொள்கைகளைப் பயன்படுத்துகிறது. இது நிலையான கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது, பொதுவாக படங்கள், ஐகான்கள் மற்றும் தரவு பிரதிநிதித்துவங்களின் கலவையாகும். இன்போ கிராஃபிக் ஆக்சுபோர்டு ஆங்கில அகராதியின் படி, ஒரு விளக்கப்படம் (அல்லது தகவல் வரைகலை) என்பது " தகவல் அல்லது தரவின் காட்சிப் பிரதிநிதித்துவம்." ஆனால் ஒரு விளக்கப்படத்தின் பொருள் மிகவும் குறிப்பிட்ட ஒன்று. அந்த வார்த்தையே " இன்போகிராஃபிக்" என்பது ஒரு போர்ட்மேன்டோ ஆகும். வார்த்தைகள் "தகவல்" மற்றும் "கிராஃபிக்." சாராம்சத்தில், ஒரு விளக்கப்படம் என்பது கவனத்தை ஈர்க்கும் மற்றும் புரிதலை மேம்படுத்தும் ஒரு வகையான காட்சி தகவல்தொடர்பு ஆகும், இது தரவு, நகல் அல்லது இரண்டையும் காட்டும் ஒரு குறிப்பிட்ட வகை காட்சித் தொடர்புகளின் பரந்த விளக்கமாக மாறியுள்ளது.

ஒரு விளக்கப்படத்தில் ஐந்து கூறுகள் உள்ளன.

ஒரு விளக்கப்படத்தை வடிவமைப்பதில் ஐந்து முக்கிய கூறுகள்

- கண் இமைகள் மற்றும் உற்சாகத்தை ஈர்க்கும். . . .
- துல்லியமாக தொடர்பு கொள்ளவும், தகவல் தெளிவாகவும் உள்ளது.
- கரடுமுரடான மற்றும் நன்றாக நீக்கவும்; அதை எளிமையாகவும் எளிதாகவும் புரிந்துகொள்ளவும்.
- பார்வை பாய்கிறது மற்றும் நேரத்தையும் இடத்தையும் உருவாக்குகிறது.
- வார்த்தைகளை கைவிட்டு படங்களுடன் விளக்கவும்.

ஒரு விளக்கப்படத்தை வடிவமைப்பதில் ஐந்து முக்கிய கூறுகள்

ஒரு விளக்கப்படத்தை வடிவமைப்பதற்கான மிக முக்கியமான ஐந்து முக்கிய கூறுகள்.

கண் இமைகளை ஈர்க்கும் மற்றும் உற்சாகம்

தகவல் வெடித்துச் சிதறும் இக்காலத்தில், அந்தத் தகவலுக்குத் தனித்தன்மைகள் இல்லை என்றால், அது திணறிவிடும். எனவே கவர்ச்சிகரமான மற்றும் வாசகர்களை ஈர்க்கும் வகையில் படைப்புகளை வடிவமைக்க வேண்டும்.

தகவல் நம் வாழ்வில் அபாயகரமான விகிதத்தில் நிரம்பி வழிகிறது, மேலும் ஒரு புதிய செய்தி மக்களின் கவனத்தை ஈர்க்க விரும்பினால் கூட, அது மக்களை பிரகாசிக்கச் செய்ய வேண்டும், ஈர்க்கப்பட வேண்டும், அதனுடன் எதிரொலிக்க வேண்டும், மேலும் அதை தொடர்ந்து படிக்க வேண்டும். அத்தகைய விளக்கப்படத்தை உருவாக்குவதே எங்கள் குறிக்கோள். இந்த ஈர்ப்பு முக்கிய கிராபிக்ஸ் அல்லது கலவை மூலம் அடையப்படுகிறது. இந்த வடிவமைப்பு வழக்கத்திற்கு மாறானதாக இருக்கக்கூடாது, ஆனால் வாசகர்கள் தகவலின் உள்ளடக்கத்தை மிகவும் உள்ளுணர்வு வழியில் புரிந்து கொள்ள அனுமதிக்க வேண்டும்.

துல்லியமாக தொடர்பு கொள்ளுங்கள், தகவல் தெளிவாக உள்ளது. செய்தி யாருக்காக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது என்பதில் நீங்கள் தெளிவாக இருக்க வேண்டும், மேலும் நீங்கள் எதை தெரிவிக்க விரும்புகிறீர்கள் மற்றும் வாசகர்கள் எதைப் புரிந்து கொள்ள விரும்புகிறீர்கள் என்பதில் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். அடையாள அர்த்தத்தில், " நீங்கள் என்ன தெரிவிக்க விரும்புகிறீர்கள்" என்பது உங்கள் நோக்கங்கள் என்ன என்பதைக் குறிக்கிறது.

கடினமான மற்றும் நன்றாக நீக்கவும்; அதை எளிமையாகவும் எளிதாகவும் புரிந்துகொள்ளவும். பெரிய அளவிலான தகவலிலிருந்து உண்மையில் தேவையான தகவலை வடிகட்டவும். அதே நேரத்தில்,

வடிவமைப்பு முறை எளிமையாகவும் புரிந்துகொள்ளக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

வரைபடத்தில் தக்கவைக்கப்பட்ட தகவல், மிகச்சிறிய அளவில் மிகப்பெரிய விளைவை உருவாக்கக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும், இதன் மூலம் வாசகர்கள் முதல் பார்வையில் அதில் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ள நோக்கத்தை புரிந்து கொள்ள முடியும். கூடுதலாக, இது எளிமைப்படுத்தப்பட வேண்டிய தகவல் மட்டுமல்ல, வண்ணங்கள், எழுத்துருக்கள், வார்த்தைகளின் எண்ணிக்கை, வரிகள் மற்றும் தட்டச்சு அமைப்பு ஆகியவற்றையும் எளிதாக்க வேண்டும்.

பார்வை நேரத்தையும் இடத்தையும் உருவாக்குகிறது.

மக்களின் வாசிப்புப் பழக்கம் மற்றும் பார்வை இயக்கத்தின் சட்டத்தை முழுமையாகப் பயன்படுத்துதல், வடிவமைப்பின் மூலம் நேரம் மற்றும் இடத்தின் உணர்வை உருவாக்குதல் மற்றும் பார்வை இயக்கத்தின் வரிசையை அங்கீகரித்தல். எனவே, கண்காட்சி பலகைகள், சுவரொட்டிகள், பத்திரிகைகள், வலைப்பக்கங்கள் போன்றவற்றின் தளவமைப்பு வடிவமைப்பு அடிப்படையில் இந்த விதியைப் பின்பற்றுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், கண்களின் இயக்கத்தின் வரிசையை அங்கீகரிப்பதன் மூலம், தளவமைப்பில் மிகவும் கண்ணைக் கவரும் இடத்தைக் கண்டுபிடித்து, மிக முக்கியமான கிராஃபிக் பொருட்களை அங்கே வைக்கலாம். கூடுதலாக, பார்வைக் கோட்டின் இயக்கம் விண்வெளியின் இயக்கம் மட்டுமல்ல, கிராபிக்ஸ் மற்றும் உரையின் நேர மாற்றமும் ஆகும். எனவே, விளக்கப்படத்தில், நேரம் மேல் இடதுபுறத்தில் இருந்து கீழ் வலதுபுறம், மேல் இடதுபுறத்தில் உள்ள " கடந்த காலத்திலிருந்து" தொடங்கி, கீழ் வலதுபுறத்தில் " இப்போது" மற்றும் " எதிர்காலம்" வரை கூட பாய்கிறது.

வார்த்தைகளை கைவிட்டு படங்களுடன் விளக்கவும்.

விஷயங்களின் கட்டமைப்பு அல்லது ஒட்டத்தை விளக்கும் போது, வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதைத் தவிர்க்கவும், தகவலைத்

தெரிவிக்க கிராபிக்ஸ் மட்டுமே பயன்படுத்தவும். வார்த்தைகள் இல்லாமல், உள்ளடக்கத்தை முழுமையாக புரிந்து கொள்ள முடியும். இது மிகவும் சிறந்த விளக்கப்படம். எதிர்காலத்தில், இது உலகில் ஒரு பொதுவான மொழியாகவும், மக்களுக்கான புதிய தகவல் தொடர்பு கருவியாகவும் மாறலாம். சில படங்கள் வாசகர்களின் மனதில் இயல்பான நுண்ணறிவைக் கொண்டிருக்கலாம் மற்றும் அவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள முடியும். அத்தகைய படத்தை உருவாக்க, வடிவமைப்பாளர் அதை வெளிப்படுத்த ஒரு வலுவான விருப்பம் இருக்க வேண்டும்.

கேள்விகள்

- போட்டோ ஜர்னலிசம் பத்திரிகையிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?
- நல்ல போட்டோ ஜர்னலிசம் என்றால் என்ன?
- புகைப்பட பத்திரிக்கையாளரின் பங்கு என்ன?
- போட்டோ ஜர்னலிசம் ஒரு கலை வடிவமா?
- போட்டோ ஜர்னலிசம் ஒரு வகை பத்திரிக்கையா?
- போட்டோ ஜர்னலிசம், தலையங்கப் புகைப்படம் எடுத்தல் மற்றும் வணிகப் புகைப்படம் எடுத்தல் ஆகியவற்றுக்கு என்ன வித்தியாசம்?
- போட்டோ ஜர்னலிசம் ஏன் ஊடகங்களில் முக்கியமான பகுதியாக உள்ளது?

முடிவுரை

செய்தி மதிப்புகளின் கருத்து, சில நிகழ்வுகள் " நிகழ்வுகள்" என அடையாளம் காணப்படுவதற்கான வழிகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கும், அந்த " நிகழ்வுகளில்" சில " செய்திகளாக" மாற்றுவதற்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வழிகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் நமக்கு உதவும். செய்தி மதிப்புகளின் கருத்து, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட "நிகழ்வுகளின்" சில கூறுகள் வலியுறுத்தப்படும் போது மற்றவை குறைத்து மதிப்பிடப்படும் அல்லது விலக்கப்படும் வழிகளை ஆராயவும் உதவுகிறது. இந்த அர்த்தத்தில், செய்தி மதிப்புகள் பற்றிய விவாதம் சில சமயங்களில் செய்தித் தேர்வு மற்றும் செய்தி சிகிச்சைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளை மங்கலாக்குகிறது.

செய்திகளின் வரையறைகள் நிலையானவை அல்ல. செய்தி மதிப்புகளின் பல பட்டியல்கள் வரையப்பட்டுள்ளன, மேலும் செய்தி மதிப்புகள் காலப்போக்கில், இடத்திற்கு இடம் மற்றும் செய்தி ஊடகத்தின் பல்வேறு துறைகளுக்கு இடையில் மாறலாம். எடுத்துக்காட்டாக, நிகழ்வுகள் நிகழும் " அதிர்வெண்" மீது கால்டுங் மற்றும் ரூஜ் அதிக முக்கியத்துவம் கொடுத்தனர்; இருப்பினும், தொழில்நுட்பம் செய்திகளை உருவாக்கும் மற்றும் பெறுவதற்கான பல வழிகளை மாற்றுவதால், " அதிர்வெண்" போன்ற அளவுகோல்கள், ஆன்லைன் மற்றும் 24- மணிநேர செய்திகளைத் தயாரிப்பதற்குத் தேவைப்படும் தொடர்ச்சியான காலக்கெடுவின் உலகில் பெருகிய முறையில் பொருத்தமற்றதாகிவிடும். இருப்பினும், இந்தச் செய்தி ஊடகங்களுக்கு, "சமீபத்தியம்" (கோல்டிங் & எலியட், 1979) மற்றும் "போட்டி" (Gans, 1980; Bell, 1991; Allern, 2002) மேலும் மேலும் துண்டாக்கப்பட்ட செய்தி சந்தையில் " பார்வையாளர்களின் வகை" (Golding & Elliott, 1979; Gans, 1980; Allern, 2002) அதிக ஆதிக்கம் செலுத்தும் தேர்வு அளவுகோலாக இருக்கலாம். செய்தி மதிப்புகளில் இதுவும் பிற உணரப்பட்ட மாற்றங்களும் பல ஆண்டுகளாக இதழியல் அறிஞர்களுக்கு இந்த தலைப்பு பயனுள்ளதாக இருக்கும் என்று கூறுகின்றன. தொழில்நுட்பம் மற்றும் ஊடகம் எதுவாக இருந்தாலும்-பயனர் உருவாக்கிய உள்ளடக்கம்,

வலைப்பதிவுகள் மற்றும் ஆன்லைன் செய்தி சேகரிப்பாளர்களின் வளர்ச்சி இருந்தபோதிலும்—செய்தி இதழியல் செயல்முறை இன்னும் தேர்வை உள்ளடக்கியதாகவே இருக்கும். மேலும், பல ஊடகவியலாளர்கள் செய்தித் தேர்வுக்கான உள்ளூணர்வு " மூக்கு" தேவை என்பதைக் குறிப்பிட முனைந்தாலும், இந்தத் துறையில் உள்ள பெரும்பாலான கல்வியியல் ஆராய்ச்சியாளர்கள், தொழில்சார் நடைமுறைகளில் கவனம் செலுத்தாமல் அர்த்தமுள்ள வகையில் செய்தி மதிப்புகளை ஆய்வு செய்வது சாத்தியமில்லை என்று வாதிடுகின்றனர். , வரவு செலவுத் திட்டங்கள், சந்தை மற்றும் சித்தாந்தம், அத்துடன் பரந்த உலகளாவிய கலாச்சார, பொருளாதார மற்றும் அரசியல் செய்திகள்.

செய்தி மதிப்புகள் பற்றிய புரிதல் ஊடகங்களுக்கு தெளிவாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது, இது செய்தி மதிப்புகளின் புரிதலைப் பயன்படுத்தி, அத்தகைய மதிப்புகளில் மாற்றங்களைத் தூண்டுகிறது அல்லது செய்தி மதிப்புகளின் மாற்று கருத்துடன் ஊடகங்களின் மாற்று வடிவங்களை உருவாக்குவதைத் தெரிவிக்கிறது. சுற்றுச்சூழல் குழுக்கள் அல்லது தொழிற்சங்கங்கள் போன்ற முக்கிய ஊடகங்களில் தங்கள் கண்ணோட்டங்களை ஓரங்கட்டுவதைக் கண்டறியும் குழுக்கள், தங்கள் செய்திக்கான சில அணுகலைப் பெற முக்கிய செய்தி மதிப்புகளைப் புரிந்து கொள்ளலாம் (மேனிங், 2001; ஓ'நீல், 2007). மேலும், கடைசியாக ஆனால் எந்த வகையிலும் ஒரு சமூகத்தின் குடிமக்கள் ஊடக கல்வியறிவின் அதிகரிப்பிலிருந்து பயனடையலாம், இது செய்திகளைத் தேர்ந்தெடுத்து கட்டமைக்கப்படும் வழிகளை ஆராய்ந்து, தேர்வுசெய்து, விளக்குவதற்கு இதழியல் ஆய்வு அறிஞர்களின் முயற்சிகளால் சாத்தியமானதாக இருக்கலாம்.

20 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் மஞ்சள் பத்திரிகை மூலம் செய்திகளின் வணிகமயமாக்கல் தொடங்கியது. நிகழ்வுகள் ஏராளம். மேலும் நம்பிக்கையூட்டும் குறிப்பில், டிஜிட்டல் தகவல் தொடர்பு தொழில்நுட்பங்களில் ஏற்பட்ட புரட்சி, செய்தி ஊடகத்தின் பொருளாதாரம் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் படிக்க இது மிகவும் உற்சாகமான நேரமாக அமைகிறது.

குறிப்புகள்

- அலர்ன், எஸ். (2002). பத்திரிகை மற்றும் வணிகச் செய்தி மதிப்புகள்: ஒரு நிறுவனத்தின் புரவலர்களாக செய்தி நிறுவனங்கள் மற்றும் சந்தை நடிகர்கள். நார்ட்காம் விமர்சனம், 23(1-2), 137-152.
- Arant, M. D., & Anderson, J. Q. (2001). செய்தித்தாள் ஆன்லைன் ஆசிரியர்கள் பாரம்பரிய தரநிலைகளை ஆதரிக்கின்றனர். செய்தித்தாள் ஆராய்ச்சி இதழ், 22(4), 57-69.
- பெக்கர், எல்.பி., லோரே, டபிள்யூ., கிளாசன், டி.எஸ்., & ஆண்டர்சன், டபிள்யூ.பி. (2000). அடிப்பது ஏன்? செய்தி அறையில் பீட் கட்டமைப்பின் பங்கு பற்றிய ஆய்வு. செய்தித்தாள் ஆராய்ச்சி இதழ், 21, 2-16.
- பென்னட், டபிள்யூ. எல். (1996). அரசியலில் பத்திரிகை விதிமுறைகள் மற்றும் விளக்கக்காட்சிகள் பற்றிய அறிமுகம். அரசியல் தொடர்பு, 13, 373-384.
- பாண்ட், ஃபிராங்க் ஃப்ரேசர். ஜர்னலிசத்திற்கு ஒரு அறிமுகம், நியூயார்க்: தி மேக்மில்லன் நிறுவனம், கேரி, ஜே. டபிள்யூ. (1974). பத்திரிகை வரலாற்றின் சிக்கல். பத்திரிகை வரலாறு, 1(3-5), 27.
- குக், டி. இ. (1998). செய்தியுடன் ஆளும்: செய்தி ஊடகம் ஒரு அரசியல் நிறுவனமாக. சிகாகோ: சிகாகோ பல்கலைக்கழக அச்சகம்.
- டியூஸ், எம். (2005). இதழியல் என்றால் என்ன? பத்திரிகையாளர்களின் தொழில்முறை அடையாளம் மற்றும் சித்தாந்தம் மறுபரிசீலனை செய்யப்பட்டது. பத்திரிகை: கோட்பாடு, நடைமுறை மற்றும் விமர்சனம், 6(4), 442-464.

- Donohue, G. A., Olien, C. N., & Tichenor, P. J. (1989). சமூக செய்தித்தாள் கேட் கீப்பர்கள் மீதான கட்டமைப்பு மற்றும் கட்டுப்பாடுகள். ஜர்னலிசம் காலாண்டு, 66, 807-812.
- குணரத்ன, எஸ்.(1998). புதிய பாட்டிலில் பழைய மது: பொது இதழியல், வளர்ச்சிப் பத்திரிகை மற்றும் சமூகப் பொறுப்பு. M. E. Roloff (Ed.), Communication Yearbook 21 இல் (பக். 276-321).
- ஹால், எஸ். (1973). செய்தி புகைப்படங்களின் தீர்மானங்கள். எஸ். கோஹன் & ஜே. யங் (பதிப்பு.), செய்திகளின் உற்பத்தி (பக். 176-190).
- ஹால், எஸ். (1973). செய்தி புகைப்படங்களின் தீர்மானங்கள். எஸ். கோஹன் & ஜே. யங் (பதிப்பு.), செய்திகளின் உற்பத்தி: விலகல், சமூகப் பிரச்சனைகள் மற்றும் வெகுஜன ஊடகம் (பக். 226-243). லண்டன்: கான்ஸ்டபிள்.
- லாங்கே, ஜே. சி. (1984). தேசிய வளர்ச்சி மற்றும் செய்தி மதிப்புகள்: மூன்றாம் உலகம் மற்றும் மேற்கு நாடுகளில் பத்திரிகை. இன்டர்நேஷனல் கம்யூனிகேஷன் கெசட், 33, 69-86.
- மானிங், பி. (2001). செய்தி மற்றும் செய்தி ஆதாரங்கள்: ஒரு முக்கியமான அறிமுகம்.
- சி.எம். (1936). வில்லியம் ராண்டால்ஃப் ஹார்ஸ்ட், அமெரிக்கன். நியூயார்க்: ஆப்பிள்டன்-செஞ்சுரி
- போட்கர், எச். (2003). செய்தி மற்றும் அதன் தகவல்தொடர்பு தரம்: தலைகீழ் பிரமிடு: எப்போது, ஏன் தோன்றியது? ஜர்னலிசம் ஸ்டடிஸ், 4, 501-511.
- ரீஸ், எஸ்.டி. (2001). உலகளாவிய பத்திரிகையாளரைப் புரிந்துகொள்வது: ஒரு படிநிலை-இன்ஃப்ளூயன்ஸ் அணுகுமுறை. ஜர்னலிசம் ஸ்டடிஸ், 2(2), 173-187.

- சோலோஸ்கி, ஜே. (1989). உள்ளூர் செய்திகளின் ஆதாரங்கள் மற்றும் சேனல்கள். ஜர்னலிசம் காலாண்டு, 66, 864-870
- டச்மேன், ஜி. (1976). சமூகவியல் தரவுகளின் செய்தி தயாரிப்பு. அமெரிக்கன் சோஷியலாஜிக்கல் ரிவியூ, 41(6), 1065-1067.
- ஜெலிசர், பி. (1993). விளக்கமளிக்கும் சமூகங்களாக ஊடகவியலாளர்கள். வெகுஜன தகவல்தொடர்புகளில் விமர்சன ஆய்வுகள், 10(3), 219-237.
- ஜெலிசர், பி. (1993). விளக்கமளிக்கும் சமூகங்களாக ஊடகவியலாளர்கள். வெகுஜன தகவல்தொடர்புகளில் விமர்சன ஆய்வுகள், 10, 219-237
- ஜெலிசர், பி. (2004). போர் ஒரு புகைப்படமாக குறைக்கப்படும் போது. எஸ். ஆலன் & பி. ஜெலிசர் (பதிப்பு.), போர் அறிக்கை லண்டன்.
- ஞட்லெட்ஜ். ஜெலிசர், பி. (2004). பத்திரிக்கையை தீவிரமாக எடுத்துக்கொள்வது: செய்திகளும் அகாடமியும் (பக். 115-113).