(INTERV

செய்திக்கு மூலமாக இருப்பவரை, அல்லது தானே செய்தியாகும் ஒருவரைப் பேட்டி காண்பது, செய்தி திரட்டுவதில் சிறந்த இடத்தைப் பெறுகின்றது. சில வேளைகளில் சிறப்புக் கட்டுரைகள் எழுதுவதற்குப் பேட்டி ஒரு நல்ல முறையாக அமைகின்றது. ஆதலால் செய்தியாளர்கள் பேட்டி நடத்தும் கலையைக் கற்றிருப்பது தேவையாகும்.

செய்தியாளரின் பணிகளில் மிகவும் சுவையானது பேட்டி நடத்துவதாகும். இதழியலாளருக்கு உற்சாக மூட்டுவதாகவும் பலவற்றை அறிந்து கொள்ளும் வழிமுறையாகவும் பேட்டி விளங்குகின்றது.

"பேட்டி இல்லையேல் செய்திகள் இல்லை"; "செய்தி மூலங்களில் முதன்மையானது பேட்டி"; "பேட்டி நடத்தத் தெரியாதவர் செய்தியாளராக முடியாது", என்று பலவகையாகக் கூறி பேட்டியின் சிறப்பை வலியுறுத்துகின்றனர்.

"பேட்டி ஒரு கலை. அதற்கு அறிவும் அனுபவமும் வேண்டும்",[1] என்று ஆர்.இராமச்சந்திர ஐயர் கூறுகின்றார்.

நேர்காணும் கலையாக விளங்குகின்ற பேட்டி முறை செய்திகளைச் சேகரிக்க ஒரு நெகிழ்வான முறையாகும். பொதுவாகப் பேட்டி என்பது பேட்டி தருபவருக்கும் விளம்பரமாவதால் பெரும்பாலானவர்கள் பேட்டியை விரும்பி வரவேற்கின்றனர். ஒரு சிலர் பேட்டி தரத் தயங்கவோ, தவிர்க்கவோ நினைக்கின்றனர்.

I. பேட்டி-விளக்கமும் நோக்கமும்

ஒருவரோடு தொடர்பு கொண்டு (நேரிலோ, தொலைபேசி மூலமோ, கடிதம்-வாயிலாகவோ) விவரங்களைக் கேட்டு அறிவதைப் பேட்டி என்கின்றோம்.

பேட்டி நடத்த குறைந்தது இருவர் வேண்டும். ஒருவரைப் பலரோ (தலைவர்கள் செய்தியாளர்களுக்குப் பேட்டியளித்தல்) பலரை ஒருவரோ (செய்தியாளர் கூட்டமாக இருப்பவர்களிடம் தகவலைக் கேட்டறிதல்) நடத்துகின்ற பேட்டிகளும் இருக்கலாம்.

விளக்கம் : ஆக்ஸ்போர்டு ஆங்கில அகராதி (Concise Oxford English Dictionary) பேட்டி (Interview) என்ற சொல்லுக்கு "மனிதர்கள் நேருக்கு நேராகச் சந்தித்தல்; அதாவது கூட்டம் நடத்தக் கலந்துரையாடுதல், செய்தித்தாளில் பணியாற்றுகின்ற ஒருவரும் வெளியிடுவதற்காகத் தகவல்களைத்தர அவர்தேடும் ஒருவரும் கூடிப் பேசுதல்", என்று பொருள் தருகின்றது.

இருவரோ சிலரோ பலரோ கூடி உரையாடுவது பேட்டியாகாது. வெளியிடும் நோக்கத்தில் கேள்விகள் கேட்க, அதற்குத் தக்க விடைகள் கிடைக்கும் பொழுது அது பேட்டியாகின்றது.

பேட்டியில் கேட்கப் பெறுகின்ற கேள்விகள் தகவல்களைப் பெறுவதற்காகக் கேட்கப் பெறுபவை, நீதிமன்றத்தில் குறுக்கு விசாரணையில் கேட்கின்ற கேள்விகள் போன்றவை அல்ல இவை. மேலும், பேட்டி இயல்பாக, இறுக்கமற்ற சூழலில் அமையவேண்டும். கட்டுப்பாடோ, நெருக்கடியோ அச்சுறுத்தலோ பேட்டியில் இருக்கக்கூடாது.

நோக்கங்கள் : ஒவ்வொரு பேட்டியும் ஏதாவது ஒரு நோக்கத்தோடு நடத்தப் பெறுகின்றது. நோக்கமற்ற நேர்காணலும் உரையாடலும் நண்பர்களின் பொழுது போக்குப் பேச்சாக இருக்குமே தவிர பேட்டியாகாது. ஆதலால் பேட்டி நடத்துபவர் பேட்டியின் நோக்கம் பற்றித் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். பொதுவாக பேட்டி நடத்துவதற்கான நோக்கங்களைச் சுட்டிக் காட்டலாம்.

1. ***நடப்பினை அறிய :*** நடந்து கொண்டிருக்கின்ற சில சுவையான நிகழ்ச்சிகளைப் பற்றிய விவரங்களையும், கருத்துக்களையும் அறிய தொடர்புடையவர்களைப் பேட்டி காணலாம். எடுத்துக்காட்டாக, ஓர் அரசியல் கட்சி உடைகின்ற பொழுது வெவ்வேறு அணிகளின் தலைவர்களைப் பேட்டி காணலைக் கூறலாம்.

2. **நிகழ்ச்சியின் விவரங்களை வெளிக்கொணர :** நடைபெறப் போகும் ஒரு நிகழ்ச்சியின் விவரங்களை அறிந்து வெளியிடப் பேட்டி நடத்தலாம். ஒரு மாநாடு நடைபெறுவதற்கு முன்னால் அதன் அமைப்பாளரோடு பேட்டி கண்டு, நிகழ்ச்சியின் விவரங்களை அறிந்து வெளியிடப் பேட்டியைப் பயன்படுத்தலாம்.

3. **கண்ணோட்டத்தை வெளிப்படுத்த:** தலைவர்கள், சிந்தனையாளர்கள், கலைஞர்கள் போன்றோரின் ஆளுமை, தனித்தன்மை ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்தவோ, அவர்களது கண்ணோட்டத்தை, கருத்தை வெளிப்படுத்தவோ பேட்டி நடத்தலாம். முதுபெரும் நடிகரான

நடிகர் இசைக் குழு கலைஞர்களையோ, புகழ்பெற்ற எழுத்தாளர்களையோ அறிஞர்களையோ பேட்டி காணுதல் - இப்படிப்பட்ட நோக்கத்திலமையும்.

பயன்கள்: ஒரு பேட்டியினால் பல நன்மைகள் கிடைக்கின்றன. இவற்றை 'பேட்டியின் பயன்கள்' (Functions of Interview) என்றும் கூறுவார்கள். முக்கியமான பயன்களைத் தொகுத்துக் கூறலாம்.

1. செய்திகளை உருவாக்குதல்: தலைவர்களை, ஆட்சியாளர்களைப் பேட்டி கண்டு வெளியிடுகின்ற பொழுது புதிய செய்திகள் உருவாகின்றன. அவர்கள் தங்களது கொள்கைகளையோ செயல் திட்டங்களையோ விளக்கும் பொழுது அவற்றிலிருந்து செய்திகள் பிறக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, கல்வியமைச்சர் தாய்மொழி மூலம் கல்வி கற்க எடுக்கும் நடவடிக்கைகளை பேட்டியில் விளக்கினால், அது நாட்டிற்குப் புதிய செய்தியாகின்றது.

2. வேறுபாடுகளை வெளிக் கொணர்தல்: சில குறிப்பிட்ட தலைவர்களுக்கிடையில் கருத்துக்களில் வேறுபாடுகள் இருக்கலாம். அவற்றை மக்கள் இனங்காணப் பேட்டிக் கட்டுரைகள் துணை செய்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, சாதி அடிப்படையில் இட ஒதுக்கீடு பற்றி மாறுபட்ட கருத்துடைய பலர்களைக் கூறலாம்.

3. பொது மக்கள் கருத்து உருவாக்குதல்: ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் பற்றி மக்கள் கருத்துக்களைப் பேட்டி கண்டு அறிந்து வெளியிடும் பொழுது ஒரு பொதுக் கருத்து உருவாக வழி பிறக்கின்றது. வரதட்சணை பற்றிய பேட்டிக் கட்டுரைகள் வரதட்சணைக்கு எதிராக மக்கள் கருத்தை உருவாக்க துணை செய்யும்.

4. அதிகாரபூர்வமான விளக்கங்களை அறியத் துணை செய்தல்: சில வேளைகளில் அரசு அறிவித்த கொள்கை, அல்லது செயல்திட்டம் தெளிவில்லாமல் இருக்கலாம். அதனைப்பற்றிய அதிகாரபூர்வமான விளக்கத்தைத் தக்கவர்களிடமிருந்து தெரிந்து கொள்ள பேட்டி துணை செய்கின்றது. எடுத்துக்காட்டாக, புதிய கல்வி கொள்கை பற்றி கல்வியமைச்சர் வழங்கும் பேட்டியைக் கூறலாம்.

5. கண்டுபிடிப்புகள், திட்டங்கள் - விளக்குதல்: நாட்டிற்குப் பயன்படக் கூடிய கண்டுபிடிப்புகள் பற்றி விளக்கமாய் அறியப் பேட்டி துணை செய்கின்றது. கண்டுபிடித்தவரை பேட்டி கண்டு எழுதினால் பல விளக்கங்கள் கிடைக்கும். சில வெற்றிகரமாக நடந்தும் சில திட்டங்களின் விவரங்களையும் பொது மக்கள் அறிந்து கொள்ள அவர்களைப் பேட்டி கண்டு எழுதுதல் உதவுகின்றது.

6. பாலமாக அமைதல்: சமுதாயத்தில் புகழ் பெற்று விளங்குகின்றவர்களுக்கும், வாசகர்களுக்கும் இடையில் ஓர் இணைப்பை ஏற்படுத்தும் ஆற்றல் மிக்க வழிமுறையாக பேட்டி இருக்கின்றது. எடுத்துக்காட்டாக, புகழ்பெற்ற கிரிக்கெட் ஆட்டக்காரர் கபில்தேவை பேட்டி கண்டு ஒரு கட்டுரை வெளிவரும் பொழுது, படிக்கின்றவர் தானே நேரில் கபில்தேவை பார்த்து பேசிய மகிழ்ச்சியை பெறுகின்றார்.

7. பல்வேறு கருத்துக்கள் வெளிவர வாய்ப்பு: ஒருவரது பேட்டி கட்டுரை வெளிவரும் பொழுது, அவர் கூறும் கருத்துக்களை ஆதரித்தும் எதிர்த்தும் பல கருத்துக்கள் வெளிவரக் காணலாம்.

8. சுவையான கட்டுரை கிடைத்தல்: பேட்டிக் கட்டுரைகள் படிக்கச் சுவையானவைகளாக அமையும். பேட்டியாளரின் சொற்களையும், செய்கைகளையும் புகைப்படங்கள் துணையோடு உயிரோட்டமாக விளக்க இயலும்.

II. பேட்டியின் வகைகள்
(Types of Interviews).

பேட்டிகள் பேட்டி நடத்துகின்றவரின் திறமையையும் அணுகுமுறையையும் ஒட்டிப் பலவகைகளாக அமைகின்றன. ஒவ்வொரு பேட்டியாளருக்கும் ஏற்ப பேட்டி முறை மாறலாம். ஜான் ஹோஹன்பர்க் (John Hohenberg), "வியத்தகு விளைவுகளைத் தருகின்ற பேட்டிகள் பெரும்பாலும் எதிர்பாராத நிகழ்ச்சிகளைக் கொண்டிருக்கும். பேட்டி தருகின்ற மனிதர்களின் வண்ணங்களுக்கேற்ப அவை பல வகைகளாக அமையும். அவற்றை நடத்துகின்றவரின் இதழியல் ஆற்றலுக்கேற்ப அவற்றின் விளைவு இருக்கும்."[1] என்று கூறுகின்றார். பொதுவாகப் பேட்டிகளை கீழ்க்கண்ட வகைகளாகப் பகுத்து விளக்கலாம்.

(1) தெருவில் காண்பவர் பேட்டி (Man in The Street Interview) தெருவில் காண்கின்ற ஒருவரை நிறுத்தி, எதனைப் பற்றியாவது கருத்துக்களை அறியப் பேட்டி நடத்தலாம். எடுத்துக்காட்டாக, தேர்தல் காலங்களில், போட்டி இடுபவர்களின் வெற்றி வாய்ப்புக்களை அறிய, வழியில் சந்திக்கும் வாக்காளர்களைக் கண்டு பேட்டி நடத்துதல் துணை செய்யும்.

---

1 John Hohenberg, 'The Professional Journalist,' Holt, Rinehart, And Winston, New York, 1961 P. 262.

இந்த வகையான பேட்டி மிகவும் எளிதானது. யாரோடும் முன்கூட்டி பேட்டிக்கு ஏற்பாடு செய்து கொள்ள வேண்டிய தேவையில்லை. எதிரில் வருகின்றவரை நிறுத்தி வைத்துப்பேட்டியை நடத்தி முடிக்கலாம்.

தெருவில் சந்திக்கின்றவரிடம் பேட்டியைப் பெறுதல் சில வேளைகளில் மிகவும் கடினமான பணியாகலாம். ஏனெனில் பேட்டி தருபவரிடம் ஒரு நம்பிக்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும். மேலும் அவரது பதில்கள் நேரடியாக இல்லாமல் சுற்றி வளைத்து அமையலாம். ஆதலால் பொறுமையாக முயன்று தான் இத்தகைய பேட்டிகளில் உண்மையைப் பெற இயலும்.

(ii)**தற்செயல் பேட்டி** (The Casual Interview): முன் கூட்டித் திட்டமிடாமல், எதிர்பாராமல் செய்தியாளர் சில குறிப்பிடத் தக்கவர்களைச் சந்திக்க நேரலாம். எங்காவது விருந்திலோ, சிற்றுண்டிச் சாலையிலோ, பொது இடங்களிலோ தற்செயலாகச் சந்தித்து எந்தவித நோக்கமுமின்றி பேசத் தொடங்கலாம். பேச்சின் போக்கில் ஏதாவது ஒரு செய்தியின் நுனி அகப்படும். அதனை மேலும் மேலும் தோண்ட ஒரு பெரிய செய்தி கிடைக்கலாம்.

உலகப்புகழ்பெற்ற ஒரு பெரிய பேட்டி இப்படித்தற்செயலாக அமைந்ததாகும். 'நியூயார்க் டைம்ஸ்' (New York Times) இதழின் வாஷிங்டனின் தலைமை செய்தியாளரான ஆர்தர் கிராக் (Arthur Krock) என்பவர் 1950இல் அமெரிக்கத் தலைமை நீதிபதி பிரட் வின்சன் (Fred Vinson) அளித்த விருந்திற்கு அமெரிக்கக் குடியரசுத் தலைவர் ட்ருமனைச் (Truman) சந்தித்துப் பேட்டி கண்டார். இந்தப் பேட்டி ஆர்தர் கிராக்கிற்கு சிறந்த இதழியலாளருக்கான 'புலிட்ஜர் விருதினைப்' (Pulitzer Prize) பெற்றுத் தந்தது.

(iii) **ஆளுமை விளக்கப் பேட்டி** (The Personality Interview): புகழ்பெற்ற ஒருவரையோ, புகழ்பெறாவிட்டாலும் சோதனை முயற்சியில் சாதனையாளராக இருக்கும் ஒருவரையோ அவரது ஆளுமைத்தன்மையை வெளிக்கொணரும் வகையில் பேட்டி கண்டு சிறப்புக் கட்டுரை வரையலாம். நடிகர்கள், அரசியல் தலைவர்கள், முதலமைச்சர், விளையாட்டு வீரர் போன்றவர்களின் பேட்டி புகழ் பெற்றவர்களின் பேட்டி வகையைச் சேர்ந்ததாகும். பாம்புப் பண்ணை வைத்து, பாம்புகளோடு நெருங்கிப் பழகும் ஒருவரைப் பேட்டி கண்டு சிறப்புக் கட்டுரை எழுதுவது புகழ்பெற்றவரின் ஆளுமை விளக்கப் பேட்டியாகும்.

(iv) **செய்திப் பேட்டி** (News Interview): செய்தியைப் பெறும் நோக்கில் ஒரு செய்தியாளர் செய்திதரும் ஒருவரைப் பேட்டி

காண்பது செய்திப் பேட்டியாகும். இந்தப் பேட்டியில் செய்தியினைப் பெறுவது ஒன்றுதான் நோக்கமாக இருக்கும். அதற்காகத் தயாரித்து வைத்திருக்கும் கேள்விகளைப் பேட்டியில் கேட்பார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, ஒருவர் உண்ணாவிரதம் இருந்தால், அதற்கான காரணங்களை அறிந்து வெளியிட பேட்டி காண்பதை கூறலாம்.

(v) செய்திக் கூட்டம் (News Conference): செய்தி தருகின்றவர் செய்தியாளர்களை மொத்தமாக அழைத்து செய்தியை வழங்க கூட்டம் நடத்தலாம். அந்தக் கூட்டம் ஒருவகைப் பேட்டியாக அமையும். செய்தியாளர்கள் செய்தி தருகின்றவரிடம் கேள்விகள் கேட்டு விளக்கம் பெறலாம். தனது கருத்தைப் பரப்பிப் பெயர் பெறும் நோக்கில் ஒருவர் செய்திக் கூட்டம் நடத்தலாம். உயர்நிலைப் பொறுப்பில் உள்ளவர்களும் செய்திக் கூட்டம் நடத்தலாம். இப்படிப்பட்ட கூட்டங்களில் ஒரு செய்தியாளரே தொடர்ந்து கேள்விகள் கேட்கக் கூடாது. "கேட்கின்ற கேள்வி சிறியதாக, இனியதாக, உடன்பாட்டுத்தன்மையானதாக இருக்க வேண்டும். அது தகவலைப் பெறுவதாக இருக்க வேண்டும். கேள்வி கேட்பவரின் கருத்துக்களை உறுதிப்படுத்துவதாக மட்டும் இருக்கக் கூடாது. செய்தி தருகின்றவர் தான் பேசிக் கொண்டிருக்க வேண்டுமே தவிர செய்தியாளர் பேசிக் கொண்டிருக்கக் கூடாது."[2] என்று எம்.வி. காமத் குறிப்பிடுகின்றார்.

(vi) செய்திச் சுருக்கம் (Briefing) தருதல்: செய்திகளைத் தருவதில் புதிய முறையாக செய்திச் சுருக்கம் தருதல் அமைந்துள்ளது. ஓர் அமைச்சரகத்தின் சார்பில் செய்திகளைத் தருகின்றவர் செய்தியாளர்களை அழைத்து தயாரித்து வைத்திருக்கும் செய்திக் குறிப்பினை வழங்குவார். இப்படி அமைச்சரகத்தின் சார்பில் பேசுபவர் பொதுவாக செய்தியாளர்களோடு நெருங்கிய தொடர்பு கொண்டிருப்பார். நேர் விருந்தோடு செய்திகளை வழங்குவார். இதில் மிகுதியாகக் கேள்விகள் கேட்க வேண்டிய தேவை இருக்காது.

(vii) காலைச் சிற்றுண்டி கூட்டம் (The Breakfast Meeting): குறிப்பிடத்தக்க பன்னாட்டுத் தலைநகரங்களில் செய்திச் சுருக்கம் தரப் புதியமுறை ஒன்றைப் பின்பற்றுகின்றனர். செய்தியின் முக்கியத்துவத்தை ஒட்டி தெரிந்தெடுத்த செய்தியாளர்களை சிற்றுண்டிக்கு அழைப்பார்கள். மிகவும் நெருக்கமான முறையில் சிற்றுண்டியைச் சாப்பிட்டுக் கொண்டே செய்திகளை பரிமாறிக் கொள்வார்கள்.

---

2 M.V. Kamath 'Professional, Journalism' Vikas Publishing House PVT LTD., New Delhi, 1981, p. 115

21. பல்வேறு வகையான செய்திகள்

ஒரு செய்தியாளரின் செய்தி திரட்டும் பணிகள் பரந்து விரிந்துள்ளன. பல்வேறு வகையான செய்திகளை அவர் திரட்ட வேண்டியுள்ளது. செய்தியைத் திரட்டும் முறையும், எழுதும் வகையும் செய்தியின் இயல்புக்கும் முக்கியத்துவத்திற்கும் ஏற்ப மாறுபடுகின்றன. இங்கு, சில குறிப்பிடத்தக்க செய்தி வகைகளை எப்படிச் செய்தியாளர் திரட்டி எழுதுகின்றார் என்பதை விளக்கலாம்.

I. அரசுச் செய்திகள்
(Government News)

செய்திகளின் மூலமாக நாட்டிலுள்ள ஆட்சி அமைப்புக்களும் அரசின் துறைகளும் இருக்கின்றன. நமது நாட்டில் ஊராட்சிகள், பேரூராட்சிகள், நகர மன்றங்கள், மாவட்ட ஆட்சி, மாநில அரசுகள், மத்திய அரசு என்று ஆட்சி அமைப்பு முறை உள்ளது. இவற்றின் கொள்கைகளும், நடைமுறைகளும், செயல்திட்டங்களும் மக்களின் வாழ்க்கையில் விளைவுகளை ஏற்படுத்துகின்றன. ஆதலால் அவற்றோடு தொடர்புடைய செய்திகளைத் திரட்டி வெளியிடுவது தேவையாகின்றது.

மாநில அரசு: பெரும்பாலும் அனுபவமிக்க செய்தியாளர்கள் அரசின் செய்திகளைத் திரட்ட அரசின் மைய அலுவலகத்திற்குச் செல்கின்றனர். அங்கு செய்தியாளர்களுக்கென தனி அறை இருக்கின்றது. முதலில் செய்தியாளர் அறைக்குச் சென்று கிடைக்கும் செய்திகளைப் பெற்றுக் கொண்ட பின்னர், இருக்கின்ற அமைச்சர்கள், உயர் அலுவலர்களைக் கண்டு பேசி செய்திகளைத் திரட்டுவார்கள்.

பொதுவாக, தகவல், மக்கள் தொடர்புத்துறை, அமைச்சகங்களின் செய்திக் கூட்டங்கள், செயலாளர்கள், துறைத்தலைவர்கள் வழங்கும் பேட்டிகள், அரசு நடத்தும் இதழ்கள், அரசுக்குச் செல்லும் தூதுக்குழுக்கள், செய்திக் கசிவுகள் (Leakage) ஆகியவற்றின் மூலம் செய்திகள் கிடைக்கின்றன.

மத்திய அரசு: மத்திய அரசில் செய்திகளைப் பெறும் முறை சிறிது வேறுபடுகின்றது. ஒவ்வொரு அமைச்சரகத்துக்கும் தனித்தனிச் செய்தியாளர் சென்று செய்திகளைச் சேகரிக்கின்றார். அரசின் தகவல், மக்கள் தொடர்புத்துறை அரசு சார்பில் செய்திகளை வழங்குகின்றது.

ஒவ்வொரு அமைச்சகமும் தேவையை ஒட்டி செய்தியாளர் கூட்டங்களை நடத்தி, தங்களது கொள்கைகளை அறிவிக்கின்றன. தலைமை

அமைச்சரும், அமைச்சர்களும் அ
அழைத்துச் செய்திகள் தருகின்றனர்.

வழி முறைகள் : பொதுவாக அரசு செய்திகளை வழங்க மூன்று முறைகளைப் பின்பற்றுகின்றது. முதலாவதாக, 'பத்திரிகை கடிதம்' (Press Communique) அளிக்கின்றது. இது மிகவும் முக்கியமானதாகும். அரசின் முக்கியமான கொள்கைத் தீர்மானங்களை மட்டுமே இந்த முறையில் செய்தித்தாட்களுக்குத் தெரிவிப்பார்கள்.

இரண்டாவதாக, அரசு 'பத்திரிகைக் குறிப்பின்' (Press Note) மூலம் அரசுத் துறைகளின் தீர்மானங்கள், சில குறிப்பிட்ட விவகாரங்கள் பற்றிய அரசின் நிலை ஆகியவற்றை விளக்குகின்றது.

மூன்றாவதாக, 'பத்திரிகை வெளியீடு' (Press Release) மூலம் அன்றாட நிர்வாகச் செய்திகளையும், அமைச்சகங்களின் நடவடிக்கைகளையும் அறிவிக்கின்றனர். நாள்தோறும் பத்திரிகை வெளியீடுகளை அரசு செய்தித்தாட்களுக்குத் தருகின்றது.

II. நீதிமன்ற செய்திகள்
(Court News)

நீதிமன்றங்களில் வருகின்ற வழக்குகளில் சில மனித ஆர்வத்தைத் (Human Interest) தூண்டுபவை. அப்படிப்பட்ட வழக்கு விவரங்களையும் தீர்ப்புக்களையும் அறிவதில் மக்கள் மிகவும் ஈடுபாடு கொண்டுள்ளனர். ஆதலால் அவற்றைச் செய்தித்தாட்கள் வெளியிடுகின்றன. மேலும், சுவையான வழக்குகள் நல்ல வர்ணனையான கட்டுரைகள் எழுத வாய்ப்புத் தருகின்றன.

நீதிமன்றச் செய்திகளைத் திரட்டுகின்ற செய்தியாளருக்கு நாட்டின் நீதிமன்ற அமைப்பு முறை, சட்டத்தின் அடிப்படைகள், நீதிமன்றத்தில் பயன்படுத்தும் சொற்களுக்கான பொருள் ஆகியவற்றை அறிந்திருப்பது நல்லது. சட்டத்தில் பட்டம் பெற்றிருக்க வேண்டுமென்பதில்லை; ஆனால் சட்டம் பற்றிய அறிவு தேவையாகும்.

கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியவை : நீதிமன்ற வழக்குகளைப் பற்றிச் செய்திததாளில் எழுதுகின்ற பொழுது மிகவும் கவனம் தேவை. நீதிமன்றங்களை அவமதித்தலுக்கு (Contempt of the Court) ஆளாகாமலும், வழக்கின் போக்கையோ வழக்கோடு தொடர்பு கொண்டவர்களையோ எந்த வகையிலும் பாதிக்காமலும் செய்திகளை எழுத வேண்டும்.

சட்டக் கலைச் சொற்களை அப்படியே பயன்படுத்தக் கூடாது. வேண்டிய விளக்கங்களுடன், சாதாரண மக்களும் புரிந்து கொள்ளக் கூடிய சொற்களை பயன்படுத்தி வழக்குச் செய்தியினை எழுத வேண்டும்.

வழக்கின் நடைமுறை பற்றி செய்தியாளர் தனது கருத்துக்களைக் கூறக்கூடாது. வழக்கு நடந்த முறையை நடுநிலையில் நின்று விளக்க வேண்டும். மனித ஆர்வத்தைத் தூண்டும் நீதிமன்றக் காட்சிகளை சுவைபட வர்ணிக்கலாம். ஆனால் நீதிபதி வெளியிடக் கூடாதெனக் குறிப்பிட்டவற்றைச் செய்தியில் சேர்க்கக் கூடாது.

செய்தியை எழுதுகின்ற பொழுது, 'தலைகீழ் கோபுர' முறையைப் (Inverted Pyramid) பின்பற்றலாம். முதலில் வழக்கின் தீர்ப்பினைக் குறிப்பிட்டு விட்டு, பின்னர் வழக்கு விபரத்தைப் படிப்படியாக விளக்கலாம்.

வழக்கு விவரங்களைச் சரியாக, துல்லியமாக வெளியிட வேண்டும். தவறாகச் செய்தியை வெளியிட்டால் சட்டபடி தண்டனைக்கு ஆளாக நேரிடும். நீதிமன்ற விசாரணையில் உள்ள வழக்கு 'இப்படித்தான்' முடியுமென்று கூறக்கூடாது. நீதிபதியைப் பற்றிக் கருத்து எதுவும் எழுதக் கூடாது.

அறம்: சில நீதிமன்ற வழக்குகள் மிகவும் சுவையாக இருக்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக கணவன்–மனைவி விவாக விலக்கு வழக்கு, கற்பழிப்பு வழக்கு, வழுக்கி விழுந்த பெண்களின் வழக்கு போன்றவற்றைக் கூறலாம். ஆனால் அவற்றை அப்படியே வெளியிட்டால் சமுதாயப் பண்பாடு கெடும். இதழ்களின் அறவிதி, அப்படிப்பட்ட வழக்குகளை வெளியிடுவதைத் தடுக்கின்றது.

III. சட்டப் பேரவை, நாடாளுமன்றச் செய்திகள்

மக்களாட்சி செவ்வனே நடைபெற, சட்டப் பேரவையிலும் நாடாளுமன்றத்திலும் என்ன நடைபெறுகின்றதென்பதை மக்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஆதலால், இவற்றின் செய்திகளை வெளியிடுவது இதழ்களின் கடமையாகின்றது.

அமைப்பு முறை: சட்டப்பேரவை, நாடாளுமன்றச் செய்திகளைத் திரட்டுகின்ற செய்தியாளர்கள் அவற்றின் அமைப்பு முறைகளையும், நடைமுறைகளையும் நன்கு தெரிந்திருக்க வேண்டும். நமது அரசியல் நிர்ணயச் சட்டத்தின் 168ஆம் விதியின்படி (Article) சில மாநிலங்களில் இரு அவைகளும் சட்டப் பேரவை [Legislative Assembly]; சட்டமன்றம் (Legislative Council) இருக்கின்றன; சில மாநிலங்களில் சட்டப் பேரவை மட்டும் இருக்கின்றது.

அவை அவருக்குப் பெரும்புகழைத் தேடித்தந்தன. அவை ஒரு கோணத்தில் ஆழ்நிலைச் செய்தியாகவும், இன்னொரு கோணத்தில் புலனாய்வுச் செய்தி போலவும் பிறிதொரு கோணத்தில் செய்திச் சிறப்புக் கட்டுரை போன்றும் தோன்றியதென்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

II. புலனாய்வுச் செய்தியளித்தல் (Investigative Reporting)

செய்தித்தாட்கள் தொடக்க காலத்திலிருந்தே சிறை மறைக்கப்பட்ட, பொது மக்களோடு தொடர்புடைய உண்மைகளை வெளிக்கொணர்ந்து தக்க ஆதாரங்களுடன் உறுதிப்படுத்துகின்ற பணியினைச் செய்து வருகின்றன. இது புலனாய்வுச் செய்திப் பணியாக முதன் முதலில் சிறப்பும் பெருமையும் முக்கியத்துவமும் பெற்றது, அமெரிக்காவிலாகும். அங்கு 'வாஷிங்டன் போஸ்ட்' (Washington Post) என்ற இதழில் பணியாற்றும் உட்வார்டு (Wood Ward), பெர்ன்ஸ்டெய்ன் (Bernstien) என்பவர்கள் அமெரிக்கத் தலைவராயிருந்த நிக்சனின் (Nixon) நிர்வாகத்தின் ஊழல்களை 'வாட்டர்கேட் செய்தியாக (Watergate Story) வெளியிட்டு அமெரிக்காவையே ஒரு கலக்கு கலக்கினர். அமெரிக்க குடியரசுத் தலைவர் பதவி விலக வேண்டிய நிலை, அந்தச் செய்தி வெளிவந்ததன் மூலமே ஏற்பட்டது. அதன் பின்பு புலனாய்வுச் செய்தியளித்தல் தனிவகைச் செய்திப் பணியாக உலகெங்கும் வளர்ந்து வருகின்றது.

விளக்கம் : சில மேல்மட்ட ரகசியங்கள் கசிவாக (Leakage) வெளிவருவதை ஒட்டி புலனாய்வுச் செய்தி உருவாகின்றது. சிறப்பான முறையில், புலனாய்வுச் செய்தியளிப்பு என்பது மிகப்பெரிய துப்பறியும் பணியாகும். ஆழ்ந்த செய்தி வழங்குபவரின் கருவியாக இந்தவகைச் செய்தியளிப்பு அமைகின்றது. நிகழ்ச்சிகள் இதில் உள்ளடங்கி இருந்த போதிலும் இது நிகழ்ச்சிச் செய்தியளிப்பதாக (Event Reporting) சூழ்நிலையை விளக்குவதாக (Situation Reporting) விளங்குகின்றது"[2] என்று எம்.வி.காமத் கூறுகின்றார்.

புலனாய்வுச் செய்தி திரட்டுதலின் தொடக்கம் வதந்தியாகவோ, ஐயமாகவோ இருக்கலாம். கண்ணுக்குத் தெரியாதவற்றை வெளிக்கொணர, இடர்ப்பாடுகளையும், தொல்லைகளையும் ஏற்றுக் கொண்டு உழைக்கும் பொழுது புலனாய்வுச் செய்தி உருவாகின்றது.

கவனிக்க வேண்டியவை : புலனாய்வுச் செய்திகளைத் திரட்டுகின்ற செய்தியாளர் சிலவற்றைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

இன்றைய இதழ்களில் வெற்றிக்குப் படங்கள் பொறுத்தமானவை [illegible] “படங்கள் இல்லாப் பத்திரிகை பாழ்”, என்று கூறுமளவிற்கு, படங்களின் முக்கியத்துவம் கூடியுள்ளது. ஆதலால் இதழ்களில் வெளியாகும் பல்வேறு வகையான படங்களையும் பற்றி அறிந்து கொள்ளலாம்.

I. புகைப்படங்கள் (Photographs)

இந்தியச் செய்தித்தாட்களில் புகைப்படங்களின் பங்கு இப்பொழுது கூடி வருகின்றது. நாளிதழ்களில் இப்பொழுது திரைப் படங்களை வெளியிடுகின்றனர். நாளிதழ்களில் வெளியிடும் வார மலர்களிலும், வார மாத இதழ்களிலும் வண்ணப் புகைப்படங்கள் சிறப்பிடம் பெற்றுத் திகழ்கின்றன.

ஆயிரம் சொற்கள் சொல்ல முடியாதவற்றை ஓர் அருமையான அழகுப் புகைப்படம் கூறிவிடுகின்றது. கற்றோரையும் கல்லாதவரையும், வயது முதிர்ந்தவர்களையும் சின்னஞ்சிறுவர்களையும் பார்க்கவும், ரசிக்கவும், புரிந்து கொள்ளவும் தூண்டுகின்ற ஆற்றல் புகைப்படங்களுக்கு இருக்கின்றது. ஆதலால் தான் செய்திகளின் வெளியீட்டில் புகைப்படங்கள் பெரும் பங்கு பெறுகின்றன.

மூலங்கள் : பெரிய செய்தித்தாட்கள் தங்களது பணியாளர் குழுவில் புகைப்படக்காரர்களை வைத்திருக்கின்றனர். அவர்களைப் 'பார்வைச் செய்தியாளர்கள்' (Visual Reporters) என்று கூறலாம். அவர்கள் தனியாகவோ செய்தியாளர்களோடு சேர்ந்தோ செய்திகளுக்கேற்ற புகைப்படங்களை எடுக்கின்றனர். அவர்கள் எவற்றைப் படமெடுக்க வேண்டுமென்று செய்தியாசிரியர் குறிப்பிட்டிருப்பார். அவற்றோடு கூட எதிர்ப்படும் செய்தியாகும் காட்சிகளையும் படமெடுத்துத் தருவார்கள்.

சில செய்தியாளர்கள் செய்திகளைத் திரட்டும்பொழுது அவற்றோடு தொடர்புடைய புகைப்படங்களையும் எடுக்கின்றனர். புகைப்படக் கலையை அறிந்திருக்கும் செய்தியாளருக்கு புகைப்படக் கருவி ஓர் ஆற்றல் மிக்க ஆயுதமாகத் துணை செய்கின்றது.

வளர்ந்து வருகின்ற நாடுகளில் செய்தி நிறுவனங்கள் செய்திகளை வழங்குவதோடு புகைப்படங்களையும் வழங்குகின்றன. இப்பொழுது புகைப்படங்களை திறமையாக எடுத்துத் தருகின்ற புகைப்படச் சேவை நிறுவனங்கள் வளரத் தொடங்கியுள்ளன.

இப்பொழுது சில தனிப்பட்ட புகைப்படக்காரர்களும் தாங்களே புகைப்படங்களை எடுத்து (வெளியிட) இதழ்களுக்கு அனுப்புகின்றனர். இவர்கள் இதழ்களில் எழுதுகின்ற தனிப்பட்ட எழுத்தாளர்கள் போன்றவர்கள். இவர்கள் எடுத்த படங்களை வெளியிட்டால், இதழ்கள் இவர்களுக்குப் பணம் தருகின்றன.

விளக்கம்: எல்லாப் புகைப்படங்களும் இதழ்களில் வெளியிடும் தகுதி பெறுவதில்லை. செய்தித்தாட்களில் இடம் பெறும் புகைப்படங்களில் சில இயல்புகள் இருக்க வேண்டும்.

ரெங்கசாமி பார்த்தசாரதி, "ஒரு படம் சொற்களால் சொல்ல முடியாத செய்தியினைச் சொல்ல வேண்டும். எழுத்தறிவற்ற ஓர் ஆணோ, பெண்ணோ, குழந்தையோ ஒரு படத்தை "வாசிக்க" இயல வேண்டும்.... ஒரு நல்ல படம் வாழ்க்கையின் செய்தியைக் கூறுகின்றது. அது நகைச்சுவையை, பாவங்களை, துன்பத்தை, ஆழ்ந்த உணர்வினை, சொற்களை விட மிகுந்த ஆற்றலுடன் கூறுகின்றது."[1] என்கின்றார்.

நல்ல செய்தித்தாள் படங்களின் இயல்புகள் பற்றிக் கூறுகையில், "நல்ல செய்தித்தாள் படங்கள் உடனடியாகக் கவனத்தை ஈர்க்க வேண்டும். வாசகர்களின் மீது அவை ஏற்படுத்துகின்ற உணர்வின் தாக்கத்தை வைத்துதான், அவற்றின் தரத்தை நிர்ணயிக்க வேண்டும்... நல்ல செய்தித்தாளின் படங்கள் உண்மையை கூறுகின்றன. மேலும், மிகவும் முக்கியமாக, நல்ல செய்தித்தாள் படங்கள் ஒரு செய்தியைக் கூற வேண்டும்"[2], என்று கென்னத் பிளம் குறிப்பிடுகின்றார்.

சிறப்புக்கள்: சொற்களில் ஒன்றை கூறுவதைவிட புகைப்படங்களின் மூலம் ஒன்றை விளக்குவதில் சில நன்மைகள் உள்ளன.

சொற்களால் உணர்த்த முடியாதவற்றை பார்க்கக் கூடிய படங்கள் வெளிக்கொணர்ந்து விடுகின்றன. செய்திகளின் முழுமையை விளக்க அவை பெரிதும் உதவுகின்றன. விரைந்து படிக்கின்ற வாசகர் செய்தியின் ஏதாவது ஒரு பகுதியை மனங் கொள்ளாமல் போகலாம். ஆனால் படத்தையாரும் பார்க்காமலோ அவற்றின் உட்பொருளை உணராமலோ, இருப்பதில்லை.

வெளிநாடுகளில் நகைச்சுவைகளை வெளியிடுவதற்காகவே, 'ஹியூமரிஸ்ட்' (Humarist), 'டிட் பிட்ஸ்' (Tit-Bits) என்னும் இதழ்கள் வெளிவந்தன. தமிழில் நகைச்சுவைக்கு முதலிடம் கொடுத்து வெளிவந்த முதல் இதழ் 'ஆனந்த விகடன்.'

நகைச்சுவைக்கு அணி சேர்ப்பது படம். சில படங்களைப் பார்த்தவுடனே நமக்குச் சிரிக்கத் தோன்றும். படங்கள் இல்லாத நகைச்சுவைத் துணுக்குகள் ஒப்பனை செய்து கொள்ளாத பெண்களைப் போன்றவை.

III. படத்துணுக்குகள் ; தொடர்கள்

வார, மாத இதழ்களில் சிறுகதைகளுக்கும் தொடர்கதைகளுக்கும் அணி சேர்க்கும் வகையில் ஓவியங்களை வெளியிடுகின்றனர். இவற்றில் படங்கள் உரைநடைக்குத் துணை போகின்றன. படங்களே கருத்துக்களையும், செய்திகளையும், கதைகளையும் கூறும் வகையில் வெளியிடுகின்றனர்.

தினத்தந்தியில் 'ஆண்டிப்பண்டாரம்', 'குரங்கு குசேலா' வாராந்தரி 'ராணி' யில் ஆகியவை துணுக்குப்படங்களாக, கருத்துக்களைக் கூறும் வகையில் வெளி வருகின்றன.

சிறுவர் இதழ்களில் படங்கள் பெரும்பங்கு பெறுகின்றன. சிறுவர்கள் பெரிதும் படங்களை வரவேற்கின்றனர். பெரியவர்களும் படங்களைப் பார்ப்பதை விரும்புகின்றனர்.

வகைகள் : இதழ்களில் வெளிவரும் படங்களை மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

(i) **பேச்சு மொழியற்றவை (Gag) :** படங்களோடு எந்த வாசகமும் வெளியிடாமல் கதையை, கருத்தை வெளியிடலாம். இதில் கதாபாத்திரங்கள் பேசும் முறையில் இல்லாமல், படங்களே தன்னிலை விளக்கங்களாக அமையும்.

(ii) **படக்கதை :** படங்களின் மூலமே ஒரு கதையைக் கூறலாம். இப்பொழுது வார இதழ்களில் இத்தகைய கதைகள் இடம் பெறுகின்றன. இவை ஒரே இதழில் நிறைவு பெறும் தனிப்படக்கதையாகவோ, தொடர்ந்து வெளிவரும் தொடர்படக் கதையாகவோ இருக்கலாம்.

(iii) **கருத்துப் படங்கள் :** ஏதாவது ஒரு கருத்தை விளக்கும் வகையில் படம் அமையலாம். அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட படப்பாத்திரம்