

1.3 మాధ్యమాల విస్తృతి, ప్రాధాన్యత

ప్రసారాలలో జరిగిన పరిణామాలను వివరించండి?

లేదా

మాధ్యమాలు విస్తరించిన తీరు తెల్పండి?

జ॥ తెలుగులో వివిధ రకాల పత్రికల ప్రచురణ అనేది పండొమ్మిదో శతాబ్దపునాలుగో దశాబ్దంలోనే ప్రారంభమైనట్లు ఈ విషయమై జరిగిన పరిశోధనలను బట్టి - తెలుస్తోంది. అయితే అన్ని విధాలా వార్తా పత్రికలనదగ్గవి మాత్రం ఆ శతాబ్దపు చివరి దశాబ్దంలోనూ ఇరవయ్యో శతాబ్దపు తొలి. దశాబ్దంలోనూ ప్రారంభమైనాయి. (తెలుగులో ఏది తొలి పత్రిక, ఏది తొలి వార్తా పత్రిక అన్న విషయంలో వేర్వేరు పరిశోధకులు వేర్వేరు అభిప్రాయాలు వ్యక్తం చేశారు) ఇక ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల మాటకొస్తే, మన " (All India Radio) 193665 వార్తా ప్రసారాలు ప్రారంభించింది. అయితే ఈ ప్రసారాలు పరిమితంగానూ దేశంలోని కొన్ని ప్రాంతాల్లోనూ మాత్రమే జరిగేవి. (అంతకు ముందు ఔత్సాహిక రేడియో క్లబ్బుల -Amateur Radio clubs - ద్వారానూ, 'ఇండియన్ స్టేట్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ సర్వీస్' (In-dian State Broad Casting Service) మరింత పరిమిత స్థాయిలో ప్రసారాలు జరిగేవి. ప్రజా బాహుళ్య మాధ్యమాలలో (Mass Media) నిన్నమొన్నటి వరకూ అత్యంత ప్రధాన స్థానంలో వున్న రేడియో (ఆకాశవాణి) ప్రసారాలు తెలుగులో ప్రారంభమైనప్పటి నుంచీ కూడా, అప్పటికే ప్రజలకు బాగా అలవాటయిపోయి వున్న వార్తా పత్రికల భాషనే, 'శిష్ట వ్యావహారికం' అన్న పేరుతో, 'ప్రామాణిక భాష' అన్న పేరుతో పుస్తకాలలో పత్రికల్లో వాడుతున్న భాషనే ఆ ప్రసారాలలోనూ వాడుతూ వచ్చారు. ప్రారంభ దశలో కొన్ని ప్రసంగాలలో, మరికొన్ని ప్రత్యేక కార్యక్రమాలలో గ్రాంథిక భాషనూ, ఒక సామాజిక వర్గానికే పరిమితమై 'మడి' భాషనూ వినియోగించేవారు. క్రమంగా ఈ పరిస్థితి కొంత మారినప్పటికీ, వ్యావహారిక భాషా వినియోగం క్రమంగా పెరిగినప్పటికీ శ్రవ్య మాధ్యమానికి పూర్తిగా అనుకూలమైన, అవసరమైన భాషను ఇప్పటికీ 'ఆకాశవాణి' అలవర్చుకున్నదా అంటే అవునని గట్టిగా చెప్పలేం. 'ఆకాశవాణి' అవతరించిన తర్వాత దాదాపు నాలుగు దశాబ్దాలకీ అంకురించిన 'దూరదర్శన్' ఆదినించి తన ప్రసారాలకు కూడా 'ఆకాశవాణి' భాషనే అనుసరిస్తూ వచ్చింది తప్ప, దృశ్య మాధ్యమానికి అవసరమైన ప్రత్యేక భాషను

రూపొందించుకోలేకపోయింది. 'ఆకాశవాణిలో జరిగినట్టే దూరదర్శన్' లో కూడా భాషా విషయంలో క్రమానుగతంగా కొన్ని మార్పులు జరిగినప్పటికీ - ఇప్పటికీ 'దూరదర్శన్' ప్రసారాల్లో వాడుతున్న భాష పూర్తిగా దృశ్యమాధ్యమానుకూలమేనని చెప్పలేం.

ఈ నూతన మాధ్యమాల పరంపరలో వీటి పరిణామక్రమంలో ఏర్పడిన ఒక విచిత్ర విచారకర పరిస్థితి ఏమిటంటే భాషా విషయంలో వార్తా పత్రికల్ని అనుసరిస్తూ వచ్చిన 'ఆకాశవాణి' ఆయా పత్రికా భాషల్లోని అనర్థాలనూ అనుచిత ప్రయోగాలనూ స్వీకరిస్తే, 'ఆకాశవాణి'ని అనుకరిస్తూ వచ్చిన 'దూరదర్శన్' ఆ దోషాలన్నిటినీ తానూ స్వీకరించింది. రేడియో, టెలివిజన్ వంటి ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల ప్రసక్తి వచ్చినపుడు గుర్తు పెట్టుకోవలసిన ముఖ్య విషయం మరొకటుంటుంది. మన దేశంలో నిన్న మొన్నటి వరకూ ప్రధాన ప్రసార మాధ్యమాలుగా వున్న (దేశ వ్యాప్తమైన నెట్వర్క్ విషయంలో ఫ్రైవేట్ సంస్థలకంటే ఇప్పటికీ 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్' లే అగ్రస్థానంలో వున్నాయి.) "ఆకాశవాణి", 'దూరదర్శన్'లు చాలా కాలం పాటు ప్రభుత్వ యాజమాన్యంలోనూ, ప్రస్తుతం ప్రభుత్వ రంగ సంస్థలుగానూ పనిచేస్తూ వుండటంచేత మిగతా అన్ని విషయాల్లో మాదిరిగానే భాషా విషయంలో కూడా ఎంతో కొంత 'మితవాద ధోరణి'ని (Conservative Ap-proach) అనుసరిస్తూ వచ్చాయి. ఎప్పటికప్పుడు కొత్త పద్ధతులు అలవర్చుకోవడానికీ, కొత్త ప్రయోగాలు చెయ్యడానికి ఈ మితవాద ధోరణి అడ్డుతగులుతుంది. బాగా నలిగిన పాత దారినే నడిస్తే ప్రమాదం. వుండదు గదా అనే ఈ ధోరణి ప్రగతి నిరోధక మనుకున్నప్పటికీ, దీని వల్ల కొత్త తప్పులేమీ జరగవు. 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్' ప్రసారాల

1947లో దేశం స్వతంత్రమయ్యే నాటికి 'ఆకాశవాణి'కి దేశ వ్యాప్తంగా పది కేంద్రాలు మాత్రమే వుండేవి. ఇప్పుడా సంఖ్య సుమారు 250కి చేరుకుంది. ఇక టెలివిజన్ మాటకొస్తే, దేశంలో తొలి టెలివిజన్ కేంద్రం సరిగా అర్థశతాబ్దం క్రితం 1959లో ఢిల్లీలో ఏర్పాటైనప్పటికీ దాని ప్రసార పరిధి అతి స్వల్పంగా వుండేది. టెలివిజన్ కార్యక్రమ నిర్మాణ కేంద్ర మొకటి 1965లో ఢిల్లీలో నెలకొన్నప్పటికీ ఆ తర్వాత దాదాపు రెండు దశాబ్దాల వరకూ దేశ వ్యాప్తమైన టెలివిజన్ ప్రసారాలు జరగలేదు. సుమారు ఇరవయ్యేళ్ళ క్రితం దేశంలోని కొన్ని కేంద్రాలలో ఇంగ్లీషు, హిందీ భాషల్లోనూ, ఆ తర్వాత మరో రెండు మూడు సంవత్సరాలకి తెలుగులోనూ ఫ్రైవేటు సంస్థల ద్వారా టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమైనాయి. అప్పటి వరకూ మన దేశంలో 'టెలివిజన్' అంటే ప్రభుత్వ సంస్థ

'దూరదర్శన్' అనే అనుకోవాలి. రేడియో' అంటే 'ఆకాశవాణి' అనే అర్థం. ఫ్రైవేట్ టెలివిజన్ ఛానల్స్ ప్రారంభమైన తర్వాత మరికొన్ని సంవత్సరాలకి గాని ఫ్రైవేట్ రేడియో (ఎఫ్.ఎం) ఛానల్స్ ప్రారంభంకాలేదు. గతంలో ప్రభుత్వ సంస్థలుగా వున్న 'ఆకాశవాణి', 'దూరదర్శన్'లు సుమారు పదేళ్ళ క్రితం "ప్రసార భారతి" అన్న ఉమ్మడి పేరుతో స్వతంత్ర ప్రతిపత్తిగల సంస్థలుగా ఏర్పడ్డాయి. (అయినప్పటికీ ఆ సంస్థల పనితీరులో మౌలికమైన మార్పులేవీ జరగలేదు. ప్రభుత్వ నియంత్రణ అనేది ప్రత్యక్షంగా లేనప్పటికీ అవి ఇప్పటికీ ప్రభుత్వ రంగంలో పనిచేస్తున్న సంస్థలే. మిగతా ప్రభుత్వ శాఖల్లో కనిపించే 'బ్యూరోక్రసీ', నిరాసక్తత, నిర్లక్ష్యం, అసమర్థత, అలసత్వం అన్నీ ఇప్పటికీ యథాతథంగా ఈ ప్రసార సంస్థల్లోనూ వున్నాయి. భాషా విషయంలో సరిగా ఇదే జరిగింది! భాష విషయంలో ముద్రణా మాధ్యమాలలో ముఖ్యంగా వార్తా పత్రికలు చేసిన ప్రయోగాలూ, సాహసాలూ, దుస్సాహసాలూ ఆకాశవాణి, దూరదర్శన చైర్మన్లు చెయ్యలేదు. కొత్త మార్పులేవీ లేనప్పుడు కొత్త తప్పులూ వుండవుగదా!

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల రంగంలో నిన్నమొన్న ప్రవేశించిన ఫ్రైవేట్ సంస్థలు మాత్రం వచ్చీరాగానే విచ్ఛలవిడిగా ప్రసారాలు ప్రారంభించాయి. భాషా వినియోగ విషయంలోనే ఈ విచ్ఛలవిడితనం ముందుగా ప్రవేశించి, క్రమంగా పెరిగి, ఇప్పుడు అన్ని హద్దులూ మీరి పోతోంది! ప్రసారాంశాన్ని బట్టి ఈ పరిస్థితిలో మార్పులుండవచ్చుగాని, సాధారణంగా అన్ని అంశాలల్లోనూ భాషా వినియోగ విధానాలు అసంతృప్తికరంగానూ కొన్ని సందర్భాల్లో అభ్యంతరకరంగానూ వుంటున్నాయి. ముఖ్యంగా వార్తా ప్రసారాల విషయంలో ఫ్రైవేట్ టెలివిజన్ సంస్థల వారు వాడుతున్న భాష అనవసరమైన పదాలతోనూ, అత్యుత్సాహంతో అనుభవ రాహిత్యంతో జరిపే అపసవ్య ప్రయోగాలతోనూ శ్రోతల, ప్రేక్షకుల సహనాన్ని పరీక్షించేట్టుగా వుంటోంది. ఇవ్వాల ఏ ఫ్రైవేట్ టీవీ ఛానల్ చూసినా సినిమాలూ, సినిమా సంబంధమైన కార్యక్రమాలూ సీరియల్స్ ప్రధానాంశాలుగా వుంటున్నాయి. దేశంలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమై ఇన్ని దశాబ్దాలు గడిచినప్పటికీ ప్రత్యక్షంగానో పరోక్షంగానో సినిమాలపై ఆధారపడకుండా పూర్తిగా స్వతంత్రమైన, సృజనాత్మకమైన, భావుకతతో కూడిన కార్యక్రమాలు రూపొందించుకునే శక్తి ఈనాటికీ ప్రసార సంస్థలు సమకూర్చుకోలేకపోయాయి. అతి జాగ్రత్త వల్ల, మార్పులూ ప్రయోగాలూ జరపడానికి ప్రజలకు ఏదీ అవసరం, ఏదీ ఆసక్తికరం అనే ఆలోచనలేని మూస కార్యక్రమాల వల్లా దూరదర్శన్ ప్రసారాలు తమ ప్రాధాన్యతను ప్రయోజనాన్ని కోల్పోతూ వుండగా - అత్యుత్సాహం వల్లా, ఏదో విధంగా ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించి, వ్యాపార ప్రకటనలు పెంచుకుని లాభాలు

మూటగట్టుకునే ప్రయత్నంలో ఉచితానుచితాలు విస్మరించటం వల్లా, ఫ్రైవేట్ టెలివిజన్ ప్రసారాలు చెడుతున్నాయి. ఎక్కడైనా ఒకటి, రెండు కార్యక్రమాలు బాగుండవచ్చు, ఏదో ఒక ఛానల్ కాస్త మెరుగైన రీతిలో బాధ్యతాయుతమైన రీతిలో ప్రసారాలు జరపవచ్చు. అటువంటి సందర్భాలు అతి స్వల్పం.

-oOo-

2. మాధ్యమాల ఉపాధి అవకాశాలను గురించి వ్రాయండి?

భాషా విషయంలో సరిగా ఇదే జరిగింది! భాష విషయంలో ముద్రణా మాధ్యమాలలో ముఖ్యంగా వార్తా పత్రికలు చేసిన ప్రయోగాలూ, సాహసాలూ, దుస్సాహసాలూ ఆకాశవాణి, దూరదర్శనం చెయ్యలేదు. కొత్త మార్పులేవీ లేనప్పుడు కొత్త తప్పులూ వుండవుగదా!

ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాల రంగంలో నిన్నుమొన్న ప్రవేశించిన ఫ్రైవేట్ సంస్థలు మాత్రం వచ్చీరాగానే విచ్చలవిడిగా ప్రసారాలు ప్రారంభించాయి. భాషా వినియోగ విషయంలోనే ఈ విచ్చలవిడితనం ముందుగా ప్రవేశించి, క్రమంగా పెరిగి, ఇప్పుడు అన్ని హద్దులూ మీరి పోతోంది! ప్రసారాంశాన్ని బట్టి ఈ పరిస్థితిలో మార్పులుండవచ్చుగాని, సాధారణంగా అన్ని అంశాలల్లోనూ భాషా వినియోగ విధానాలు అసంతృప్తికరంగానూ కొన్ని సందర్భాల్లో అభ్యంతరకరంగానూ వుంటున్నాయి. ముఖ్యంగా వార్తా ప్రసారాల విషయంలో ఫ్రైవేట్ టెలివిజన్ సంస్థల వారు వాడుతున్న భాష అనవసరమైన పదాలతోనూ, అత్యుత్సాహంతో అనుభవ రాహిత్యంతో జరిపే అపసవ్య ప్రయోగాలతోనూ శ్రోతల, ప్రేక్షకుల సహనాన్ని పరీక్షించేట్టుగా వుంటోంది. ఇవ్వాళ ఏ ఫ్రైవేట్ టీవీ ఛానల్ చూసినా సినిమాలూ, సినిమా సంబంధమైన కార్యక్రమాలూ సీరియల్స్ ప్రధానాంశాలుగా వుంటున్నాయి. దేశంలో టెలివిజన్ ప్రసారాలు ప్రారంభమై ఇన్ని దశాబ్దాలు గడిచినప్పటికీ ప్రత్యక్షంగానో పరోక్షంగానో సినిమాలపై ఆధారపడకుండా పూర్తిగా స్వతంత్రమైన, సృజనాత్మకమైన, భావుకతతో కూడిన కార్యక్రమాలు రూపొందించుకునే శక్తి ఈనాటికీ ప్రసార సంస్థలు సమకూర్చుకోలేకపోయాయి. అతి జాగ్రత్త వల్ల, మార్పులూ ప్రయోగాలూ జరపడానికి ప్రజలకు ఏది అవసరం, ఏది ఆసక్తికరం అనే ఆలోచనలేని మూస కార్యక్రమాల వల్లా దూరదర్శన ప్రసారాలు తమ ప్రాధాన్యతను ప్రయోజనాన్ని కోల్పోతూ వుండగా - అత్యుత్సాహం వల్లా, ఏదో విధంగా ప్రేక్షకుల్ని ఆకర్షించి, వ్యాపార ప్రకటనలు పెంచుకుని లాభాలు

మూటగట్టుకునే ప్రయత్నంలో ఉచితానుచితాలు విస్మరించటం వల్లా, ప్రైవేట్ టెలివిజన్ ప్రసారాలు చెడుతున్నాయి. ఎక్కడైనా ఒకటి, రెండు కార్యక్రమాలు బాగుండవచ్చు, ఏదో ఒక ఛానల్ కాస్త మెరుగైన రీతిలో బాధ్యతాయుతమైన రీతిలో ప్రసారాలు జరపవచ్చు. అటువంటి సందర్భాలు అతి స్వల్పం.జ|| పాత్రికేయం : ప్రజా సమస్యలపై పోరాడే పాశుపతాస్త్రం. కలం కదిలించి,

అక్షర అస్త్రలను సంధించి, ప్రజలకు తోడుగా, పచ్చని కెరీర్లు నీడగా నిలిచే ప్రొఫెషన్, చేపట్టిన వృత్తి. వ్యక్తిగత వికాసానికే కాకుండా, పది మంది పురోగతికీ ఉపయోగపడాలన్న కోరిక ఉన్న వారికి సరైన కెరీర్ ఆప్షన్ డెవలప్మెంట్ జర్నలిజం. సామాజిక స్పృహ, సృజనాత్మకతకు భాషా సామర్థం, కష్టపడి పనిచేసే తత్వం తోడైతే ఉన్నత అవకాశాలకు కొదవలేని డెవలప్ మెంట్ జర్నలిజం కెరీర్స్ స్పెషల్ ఫోకస్.

ప్రసార మాధ్యమాలు : జాతి హృదయ స్పందనను వినిపించే అత్యుత్తమ సాధనాలు. సమాజానికి నిలువుటద్దంగా ఉంటూ సామాన్య ప్రజల రోజు వారీ సమస్యలకు పరిష్కారాన్ని చూపే నిజమైన వేదికలు. కేవలం సమాచారాన్ని అందించడమే కాకుండా అక్షరాలే అస్త్రలుగా, మాటలే తూటాలుగా చేసుకొని ప్రజా సమస్యలపై పోరాడటంలోనూ, వారిని చైతన్యవంతుల్ని చేయడంలోనూ మీడియా కీలకపాత్ర పోషిస్తోంది. సమాజ హితాన్ని కాంక్షిస్తూ అక్షరాలతో అందరినీ ఆలోచింపజేసే అరుదైన అవకాశం జర్నలిజంలో పనిచేసేవాళ్ళకు మాత్రమే లభిస్తుంది. ఈ కెరీర్ నిత్య నూతనం. ఈ నేపథ్యంలో యువత ముందు ఉత్తమ కెరీర్ ఆప్షన్గా ఉన్న డెవలప్మెంట్ జర్నలిజంపై స్పెషల్ ఫోకస్.

వృత్తిపరమైన సంతృప్తి : సాధారణంగా జర్నలిజం పరిధిలోకి రాజకీయ, ఆర్థిక, వాణిజ్య, వ్యాపార, సినిమా.. ఇలా అన్ని రంగాలూ వస్తాయి. కానీ, డెవలప్మెంట్ జర్నలిజంలో మాత్రం పట్టణ, గ్రామీణ ప్రాంతాల్లోని పేదరికం, పర్యావరణం, వ్యవసాయం, ఆరోగ్యం, పరిశుభ్రత, లింగ వివక్ష, మౌలిక సదుపాయాలు, రహదారుల భద్రత, విద్య, మానవ హక్కులు.. ఇలా మానవాభివృద్ధికి సంబంధించిన రంగాలు ఉంటాయి. ఆయా రంగాల్లో సమస్యలను తెరపైకి తీసుకురావడం డెవలప్మెంట్ జర్నలిస్టుల బాధ్యత. అన్ని భాషల్లో మీడియా సంస్థలు విస్తరిస్తుండడంతో పాత్రికేయులకు అవకాశాలు భారీగా పెరుగుతున్నాయి. జర్నలిస్టులకు ప్రస్తుతం పత్రికలు, వార్తా చానళ్లు, మ్యాగజైన్లు, వెబ్సైట్లలో ఉద్యోగ, ఉపాధి అవకాశాలు దక్కుతున్నాయి. డెవలప్మెంట్ జర్నలిస్టులకు మంచి డిమాండ్ ఉంది. మీడియా సంస్థల మధ్య పోటీ విపరీతంగా పెరగడంతో పాత్రికేయులకు

ఆకర్షణీయమైన వేతనాలు అందుతున్నాయి. వృత్తిలో ప్రతిభాపాటవాలు చూపితే సమాజంలో పేరుప్రఖ్యాతలు సంపాదించుకోవచ్చు. ప్రీలాన్స్ కూడా పనిచేసుకొనే అవకాశం ఉంది. ప్రభుత్వానికి, ప్రజలకు మధ్య వారధిగా పనిచేసే జర్నలిస్టులకు వృత్తిపరమైన సంతృప్తి లభిస్తుంది.

కావాల్సిన నైపుణ్యాలు : జర్నలిస్టులకు సామాజిక బాధ్యత తప్పనిసరిగా ఉండాలి. ప్రజా ప్రయోజనాలే పరమావధిగా భావించాలి. ఒత్తిళ్లకు, ప్రలోభాలకు లొంగని మనస్తత్వం అవసరం. మంచి కమ్యూనికేషన్, ఇంటర్వ్యూనల్ స్కిల్స్ ఉండాలి. వార్తలు, వార్తల్లోని జీవరేఖను గుర్తించే నేర్పు ముఖ్యం. పాత్రికేయులు నిత్య విద్యార్థిగా మారాలి. ఎప్పటికప్పుడు జనరల్ నాలెడ్జ్ పెంచుకోవాలి. ఈ వృత్తిలో డెడ్లైన్లు ఉంటాయి కాబట్టి పొరపాట్లకు తావులేకుండా వేగంగా పనిచేయగలగాలి. క్షేత్రస్థాయిలో పనిచేసే జర్నలిస్టులు ఆరోగ్యాన్ని నూటికి నూరు శాతం కాపాడుకోవాలి.

అర్హతలు: ఇంటర్మీయేట్, గ్రాడ్యుయేషన్ స్థాయిల్లో ఏ కోర్సులు చదివినా పాత్రికేయ రంగంలోకి అడుగుపెట్టొచ్చు. అకడమిక్ బ్యాక్ గ్రౌండ్ ఏదైనా జర్నలిస్టా పనిచేయొచ్చు అయితే, సోషల్ సైన్స్ కోర్సులు చదివితే ఇందులో రాణించడానికి అవకాశం ఉంటుంది. మనదేశంలో జర్నలిజం/మాస్ కమ్యూనికేషన్లో డిప్లోమా, పీజీ డిప్లోమా తదితర కోర్సులున్నాయి. ఆసక్తిని బట్టి ఇంటర్/గ్రాడ్యుయేషన్ తర్వాత వీటిలో చేరొచ్చు. మొదట మీడియా సంస్థలో ట్రైనీగా చేరి, అనుభవం, నైపుణ్యాలను పెంచుకొని పూర్తిస్థాయి జర్నలిస్టుగా కెరీర్లో నిలదొక్కుకోవచ్చు.

వేతనాలు: పని చేస్తున్న మీడియా సంస్థ (న్యూస్ చానల్, వార్తాపత్రిక, మేగజైన్) ను బట్టి వేతనం అందుతుంది. ప్రారంభంలో ఏడాదికి రూ.1.5 లక్షల నుంచి రూ.3.5 లక్షల వేతన ప్యాకేజీ పొందొచ్చు. అనుభవం, పనితీరు ఆధారంగా జీతభత్యాలు పెరుగుతాయి. వృత్తిలో ప్రతిభ చూపితే తక్కువ సమయంలో ఉన్నత హోదాలు, అధిక వేతనాలు అందుకోవచ్చు. ప్రీలాన్స్ జర్నలిస్టుగా పనిచేస్తే రాసిన కథనాలను బట్టి ఆదాయం లభిస్తుంది.

కోర్సులను అందిస్తున్న సంస్థలు :

ఉస్మానియా యూనివర్సిటీ

ఫోన్: www.osmania.ac.in/

ఇంగ్లీష్ అండ్ ఫారిన్ లాంగ్వేజెస్ యూనివర్సిటీ-హైదరాబాద్

దేద: www.efluniversity.ac.in

ఎ.పి. కాలేజీ ఆఫ్ జర్నలిజం

3దేదేద: apcj.in/

డాక్టర్ బీఆర్ అంటేద్కర్ ఓపెన్ యూనివర్సిటీ

దేద: www.braou.ac.in

ఇండియన్ ఇన్స్టిట్యూట్ ఆఫ్ మాస్ కమ్యూనికేషన్- న్యూఢిల్లీ

3దేదేద: www.iime.nic.in

ఇండియన్ ఇన్స్టిట్యూట్ ఆఫ్ జర్నలిజం అండ్ న్యూ మీడియా

3దేదేద: www.ijnm.org

-oOo-

II. వ్యాసరూప సమాధాన ప్రశ్న

1. ముద్రణా మాధ్యమం పరిధి, వికాసాలను పేర్కొనండి.

జ. ముద్రణా మాధ్యమాన్ని అచ్చు మాధ్యమం అని కూడా అంటారు. సమాచారం ఒకరి నుండి ఇంకొకరికి చేరడానికి ఈ మాధ్యమం ఉపయోగపడుతుంది.

నాగరికత పెరిగి కొనసాగుతూ ఉన్నంతవరకు భద్రపరచదగ్గ సమాచారం అంతా ముద్రణా మాధ్యమంలో క్షేమంగానే ఉంటుంది. మానవ చరిత్రలో జరిగిన అనేక సంఘటనల్లో ప్రజల జీవన సరళినే కాకుండా వారి మనసులను, హృదయాలను ప్రభావితం చేసింది ముద్రణా విధానమే.

కాగితం తయారీకి, ముద్రణా విధానం పెరగడానికి చైనా దేశం వారు కృషి చేశారు. చైనా భాషకు చెందిన సంకేతాలను కొయ్యల మీద చెక్కి వాటిపై సిరా పూసి ఒత్తడంతో వాళ్ళ ప్రయత్నాలు మొదలయ్యాయి. చైనా

లిపిలో అక్షరాలు కాక సంకేతాలుంటాయి. ఈ సంకేతాలను అచ్చులతో ముద్రించే విధానం చైనాలో 13వ శతాబ్దంలోను, కొరియాలో 14వ శతాబ్దంలోను ప్రారంభమయింది.

ఐరోపాలో మొదట్లో బొమ్మలతోనే ముద్రణ ప్రారంభమయింది. కొయ్య దిమ్మలతో చీట్లపేకలను తయారు చేశారు. తరువాత మత గురువుల బొమ్మలను ముద్రించారు. తరువాత బొమ్మలకు పదాలను చేర్చాలనుకున్నారు. కాని అది ఇబ్బందిగా ఉండేది. అప్పుడే ఐరోపాలో లోహంతో అచ్చులను తయారు చేసి ముద్రించడానికి అనుకూలంగా పదాలుగా వాక్యాలుగా చేర్చి ముద్రించారు. దీనికి కావలసిన కాగితం అరబ్బుల నుంచి చైనా నుంచి లభించేది. క్రమంగా ఈ ముద్రణ అందరికీ అందుబాటులోకి వచ్చింది.

ఆ రోజుల్లో చదవడం, రాయడం తెలిసిన వాళ్ళందరికీ పఠనాభిలాష ఉండేది. చేత్తో రాసిన పుస్తకాలు తక్కువగా ఉండేవి. అవి ఆశ్రమాల్లోని సన్యాసులకు, మతగురువులకు, చర్చి అధికారులకు ఆచార్యులకు మాత్రమే అందుబాటులో ఉండేవి. ముద్రణ వల్ల అది అందరికీ అందుబాటులోకి వచ్చింది.

ముద్రణను తొలుత ఎవరు ప్రారంభించారు? అనే విషయంలో సందిగ్ధత ఉంది. మూడు, నాలుగు దేశాల వాళ్ళు తమ దేశీయులే తొలుత ప్రారంభించారని స్మారక చిహ్నాలు ఏర్పాటు చేశారు. ఆ సమస్య ఇంకా పరిష్కారం కాలేదు. 15వ శతాబ్దంలో లారెన్స్ కాస్టర్ తొలి పుస్తకాన్ని ముద్రించాడని అనుకుంటున్నా గూటెన్బర్గ్ అనే జర్మనీ దేశస్థుడు కొత్త పద్ధతులతో ముద్రణకు వన్నెలద్దాడు. ఆయన ఒక పద్యంతో ప్రారంభించి బైబిల్ మొత్తాన్ని 1282 పేజీల్లో ముద్రించాడు. ఇది 1456లో జరిగింది. క్రమంగా ఇది ఇటలీ, ఫ్రాన్సు దేశాలకు విస్తరించింది. విలియం కాక్స్టన్ ఒక ముద్రణాలయాన్ని నెలకొల్పి ఎన్నో పుస్తకాలు ముద్రించాడు. అతడే అస్తవ్యస్తంగా ఉన్న ఇంగ్లీషు వ్యాకరణాన్ని, అక్షరాల కూర్పును ప్రామాణీకరించాడు.

వికాసం : ముద్రణా మాధ్యమం ప్రభావంతో మధ్యయుగం అంతరించింది. మానవుని మేధస్సు వికసించింది. ఛాందసత్వం, అజ్ఞానం తొలగిపోయాయి. సుదూర ప్రాంతాల ప్రజల మధ్య భావ వినిమయం సాధ్యమయింది. శాస్త్రజ్ఞులు కొత్త ఆవిష్కరణలు చేశారు. సముద్రాలకు అవతల ఉన్న దేశాల గురించి తెలిసింది. ప్రజలను పాలకులు అజ్ఞానాంధకారంలో ఉంచాలని ప్రయత్నిస్తుంటే ముద్రాక్షరాలు మెరుపు తీగలై వారికి జ్ఞాన కాంతులను అందజేశాయి. జర్మనీలో రైతాంగ విప్లవానికి మార్టిన్ లూథర్ కింగ్ రాసిన పుస్తకమే కారణమయింది. రోమన్ సామ్రాజ్యంలో సంస్కరణలు ప్రారంభమయ్యాయి.

పుస్తకాలు. వార్తాపత్రికలు నాగరికుల జీవితంలో అంతర్భాగాలు అయ్యాయి. జాతి పరిణతికి అక్షరాస్యత కొలమానం అయింది. అచ్చులను చేతితో కూర్చడం, ముద్రించడం కొన్ని శతాబ్దాల పాటు సాగింది. కాని రానురాను సమాచారాన్ని త్వరగా అందజేయవలసిన అవసరం కలిగింది. వార్తాపత్రిక వంటి దానిని 1529లో తొలిసారి ప్రచురించారు. ఒక శతాబ్దం తరువు 1622లో నెథీనియల్ బటర్ అనే ఆంగ్లేయుడు 'వీక్లీ న్యూస్' అను పత్రికను ప్రారంభించాడు. దాని తరువాత వరుసగా చాలా పత్రికలు వచ్చాయి. కాని అప్పటికి పత్రిక నెలకొల్పాలంటే ముందుగా లైసెన్స్ పొందవలసిన అవసరం ఉండేది. పత్రికల ప్రభావాన్ని గుర్తించిన పాలకులకు, పత్రికలకు మధ్య ఘర్షణలు జరిగేవి. 1702లో డెయిరీ కోరంట్ అనే దినపత్రిక ఇంగ్లండ్లో ప్రచురింపబడింది. అప్పటికి సెన్సార్షిప్ నిబంధనలు తొలగిపోయాయి. కాని ప్రభుత్వం పత్రికా పన్ను విధించింది. స్టాంపు చట్టం పేరుతో అది 1855 దాకా కొనసాగింది.

ఈ విధంగా ముద్రణా మాధ్యమం సమున్నత స్థాయికి ఎదిగి తన పరిధిని పెంచుకుంటూ వికాసం చెందింది.

—X—

II. వ్యాసరూప సమాధాన ప్రశ్నలు

1. తెలుగు భాషలో పత్రికల వర్గీకరణను రాయండి.

జ. తెలుగు భాషలో మొదటి పత్రిక ఆంధ్రపత్రిక ఇది 1908లో వార్తాపత్రికగా ప్రారంభమై 2014లో దినపత్రికగా కూడా వచ్చింది. దీనిని ప్రారంభించిన వ్యక్తి కాశీనాధుని నాగేశ్వరరావు. ఆ తరువాత తెలుగులో ఎన్నో పత్రికలు వచ్చాయి.

పత్రికలను ప్రచురించే కాలాన్ని బట్టి దిన, వార, పక్ష, మాస పత్రికలని పత్రికల్లో ప్రచురితమయ్యే అంశాలను బట్టి వార్త, సాహిత్య, ఆర్థిక, సాంకేతికాది పత్రికలను, ప్రచురించే పద్ధతిని బట్టి అచ్చు, రాత, గోడ పత్రికలని వర్గీకరణ చేసుకోవచ్చు.

కాలాన్ని అనుసరించి విభజన: పత్రికల సంచికల మధ్య ఉండే వ్యవధి ఆధారంగా వీటిని విభజిస్తారు. రోజుకొక సంచిక చొప్పున వెలువడే పత్రికలను దినపత్రికలు అంటారు. వార్తా పత్రికలు సాధారణంగా దిన పత్రికలుగానే వెలువడతాయి. ప్రస్తుతం ఈనాడు, ఆంధ్రజ్యోతి, సాక్షి, వార్త, ఆంధ్రప్రభ, విశాలాంధ్ర, ప్రజాశక్తి వంటి

పత్రికలు తెలుగులో వస్తున్నాయి. పత్రికలు ప్రారంభమైన తొలిరోజుల్లో ఆంధ్రపత్రిక, కృష్ణాపత్రిక ఉండేవి. తరువాత వచ్చిన పత్రికలు కొంతకాలం ఆగడం, మళ్ళీ ప్రారంభం కావడం అనే పరిస్థితులు ఎదుర్కొన్నాయి. సాధారణంగా దిన పత్రికలు "ఉదయమే పాఠకులను చేరుకుంటాయి."

సమాచార వ్యవస్థ వేగంగా లేని కాలంలో పత్రికలు ఆలస్యంగా వచ్చేవి. కాని ఇప్పుడు ఆధునిక సాంకేతికత మూలంగా దినపత్రికలు తెల్లవారేసరికి అందుతున్నాయి. వారానికి ఒక సంచిక చొప్పున వచ్చేవి వారపత్రికలు. స్వాతి, నవ్య మొదలయినవి తెలుగు వార పత్రికలు. నెలకొకసారి వెలువడేవి మాస పత్రికలు. ఆంధ్రభూమి, స్వాతి, తెలుగు వెలుగు, విపుల, చతుర వంటివి మాస పత్రికలు.

ప్రచురించే అంశాలను బట్టి విభజన: కొన్ని పత్రికల్లో వివిధ అంశాలకు సంబంధించిన శీర్షికలు ఉంటాయి. కాని కొన్ని పత్రికలు ఒక్క అంశానికే సంబంధించిన శీర్షికలతో వెలువడుతాయి. ఒకప్పుడు భారతి, స్రవంతి సాహిత్య పత్రికలుగా వెలువడుతుండేవి. తరువాత తెలుగు వెలుగు, విపుల, చతుర వంటి భాషా సాహిత్య సంబంధ శీర్షికలతో వెలువడ్డాయి. ఇవి సాహిత్య పత్రికలు. రచన, స్వప్న, చిత్ర, నది వంటి సాహిత్య పత్రికలు కూడా ఉన్నాయి. దర్శనమ్, సప్తగిరి, సనాతన సారథి, ఋషి పీఠం, గోవింద ప్రియ వంటి ఆధ్యాత్మిక పత్రికలు, భారతీయ ఔన్నత్యాన్ని సమాజానికి పరిచయం చేస్తూ సనాతన ధర్మపరిరక్షణకు కృషి చేస్తున్నాయి.

తెలుగులో పిల్లలకు సంబంధించిన కథలు, గేయాలు, బొమ్మలతో పిల్లల పత్రికలు 1940 ప్రాంతాల్లో మొదలయ్యాయి. న్యూపతి రాఘవరావు 'బాల' తొలి తెలుగు పిల్లల పత్రిక తరువాత చందమామ, బాలమిత్ర, బాలజ్యోతి, బాలభారతం, బాలభారతి వంటి పత్రికలు వెలువడ్డాయి.

హేతువాదానికి, హాస్యానికి, మానసిక విశ్లేషణలకు, కంప్యూటర్ విజ్ఞానానికి, వైద్యశాస్త్రానికి, వ్యవసాయానికి, శృంగార విజ్ఞానానికి, ఆరోగ్య సమస్యకు సంబంధించిన పత్రికలు ఉన్నాయి. అలాగే విద్యా ఉపాధి అవకాశాలను తెలిపే పత్రికలు కూడా వెలువడుతున్నాయి.

తెలుగు సినిమా రంగానికి చెందిన పత్రికలు అనేకం గతంలో వెలువడ్డాయి. సినిమా పత్రికల్లో మొదటిది చిత్రకళ. ఇది 1938లో వెలువడింది. తరువాత రూపవాణి, సినిమారంగం, సినిమా, మధురవాణి, చిత్రాలయ, కొరడా, చిత్ర తరంగణి వంటి పత్రికలు వచ్చాయి. సితార, జ్యోతిచిత్ర, శివరంజని, కాగడా, విజయచిత్ర వంటి పత్రికలు ఉన్నాయి.

గ్రామోద్యోగి, గ్రామోద్ధరణ అనే పత్రికలు రాజమండ్రి నుండి వెలువడితే, గ్రంథాలయాల సమాచారంతో ఆంధ్ర గ్రంథాలయం అనే పత్రిక వెలువడింది. ఇలాగే ఆయా అంశాలకు సంబంధించి అనేక పత్రికలు వచ్చాయి. వానిలో కొన్ని ఆగిపోయాయి.

సాంకేతికత ఆధారంగా వచ్చిన పత్రికలు : ఆధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని ఆధారం చేసుకొని వచ్చిన పత్రికలను ఈ విభాగం కింద చేర్చవచ్చు. అమెరికా నుండి 'నెచ్చెలి' అనే అంతర్జాల పత్రిక వెలువడుతుంది. దీనిలో స్త్రీలకు సంబంధించిన అంశాలు ఉంటాయి. సిలికానాండ్రవారు 'సుజన రంజని' అనే అంతర్జాల పత్రికను 2013 నుండి నిర్వహించి నడుపుతున్నారు. కొత్తపల్లి ఇ- పుస్తకం పిల్లల కోసం రూపొందించిన అంతర్జాల పత్రిక. ఇందులో పిల్లలకు ఒత్తిడి లేకుండా సులభంగా అర్థమయ్యే కథలు, మనోవికాసం కలిగించే విజ్ఞాన విశేషాలు ఉంటాయి. ఈ విధంగా తెలుగులో ఎన్నో విషయాల గురించి ఎన్నెన్నో పత్రికలు వెలువడుతూ పాఠకులకు విజ్ఞానాన్ని, వినోదాన్ని అందిస్తున్నాయి. పాఠకులకు రాజకీయాలు, సాహిత్యం వంటి పలు విషయాలపై చైతన్యం కలిగిస్తున్నాయి.

—X—

2. పత్రికా భాష గురించి, శైలిని గురించి తెలపండి.

జ. ప్రసార మాధ్యమాల్లో పత్రికా రంగం విశిష్టమయింది. పత్రికకు భాషతో విడదీయలేని సంబంధం ఉంటుంది. అందువలన భాషను వినియోగించే విషయంలో పత్రికలు చాలా శ్రద్ధ తీసుకుంటాయి. భాష విషయంలో ప్రామాణిక భాషను, కొన్ని సందర్భాల్లో మాండలిక భేదాలను వాడడం కనిపిస్తుంది.

పత్రికలు ప్రజల కోసం అనే విషయం మరచిపోకుండా ఉంటే పత్రికలలోని భాష స్థాయి ఎలా ఉండాలో చెప్పవలసిన పని లేదు. పత్రికల భాషలో పాండిత్యం ఉండకూడదు. భాషాశైలి పాత్రికేయునికి అదుపాజ్ఞల్లో ఉండాలి. బడిలో నేర్చుకున్న వ్యాకరణ సూత్రాలు ఇక్కడ పనిచేయవు. కాని ముద్రణకు వెళ్ళే ప్రతి విషయం దోషరహితంగా ఉండాలి. వ్యాకరణ దోషాలు, విరామ చిహ్నాలకు చెందిన దోషాలు ఉండకూడదు. పాత్రికేయుడు ప్రతి పదాన్ని అర్థం తెలుసుకునే ఉపయోగించాలి. ప్రయోగించేటప్పుడు రూఢిని గుర్తించి పదాలను వాడాలి. "నూరేండ్లు నిండు" అనే ప్రయోగంలో అర్థం వేరు, రూఢి వేరుగా ఉంటాయి అని తెలుసుకొని ప్రయోగించాలి.

పత్రికా రచనలో వాక్యాలు చిన్నవిగా ఉండాలి. మహావాక్యాలు సంక్లిష్ట వాక్యాలు ఉండకూడదు. సామాన్య వాక్యాలు అయితే వార్తారచనకు అనువుగా ఉంటాయి. వార్తారచనలో పేరాలు కూడా చిన్నవిగా ఉండాలి. 75 పదాల కన్న ఎక్కువ ఒక పేరలో ఉండకూడదు. పుస్తకాల్లో, సంచికల్లో అయితే 250 పదాల వరకు ఉండవచ్చు. పేరలోని సారాంశాన్ని మొదటి పేరలో సూచిస్తే బాగుంటుంది. పేరలో కనీసం రెండు వాక్యాలు ఉండాలి.

శైలి : పత్రికలలో ఒకే విధమైన శైలి ఉండకూడదు. సంపాదకీయాల్లో ప్రత్యేక వ్యాసాల్లో సృజనాత్మకమైన శైలి ఉండాలి. వార్తా రచనలో విషయ ప్రధానమైన శైలి ఉండాలి. వార్తలు సేకరించడం ఒక భాగం అయితే దాన్ని వార్తగా రాయడం మరొక భాగం. అందుకనే ఏది వార్త అని కాక ఎలాంటి శైలి వార్త అనే ధోరణి వ్యాప్తిలోనికి వచ్చింది. సంఘటన కాక దాన్ని రాసే పద్ధతి పత్రికకు జీవం పోస్తుంది. వార్త ఇన్ని పదాల్లోనే ఉండాలనే నియమం ఉంటుంది.

వార్తా సంఘటనలో ఉన్న సంగతుల కంటే దాన్ని రాసిన తీరును బట్టి వార్తకు విలువ ఉంటుంది. ఎత్తుగడ, అంశాలను గుదిగుచ్చే పద్ధతి, విపులీకరణ ధోరణి మొదలైనవి పత్రికా రచనకు శిల్పాల వంటివి.

పత్రికల్లో స్థానిక వార్తలు, విదేశీవార్తలు, వాణిజ్య వార్తలు, వరదలు, అగ్ని ప్రమాదాలు మొదలయిన అంశాలు వార్తలుగా ఉంటాయి. వీటిని కూర్చడంలో ప్రత్యేకమైన పద్ధతులు ఉంటాయి. కొన్ని పత్రికలు ఈ కూర్పులో కొన్ని నియమాలు పాటిస్తాయి. ఉదాహరణకు సంగ్రహ ప్రకటనలు రెండో పేజీలో, క్రీడల ప్రకటనలు చివరి పేజీలో ఉంటాయి.

పత్రికా కార్యాలయానికి వార్తల్లో హృదయ స్పందన కలిగించే వార్తలను బయటకు తీసి నాటకీయంగా వార్తా రచన చేయడం వార్తా రచనలో ఒక పద్ధతి. సాధారణంగా పత్రికల్లో అతిశయోక్తులు ప్రచురించరు. వ్యాఖ్యలు చేయరు. వ్యాఖ్యలు చేయవలసి ఉంటే వాటిని సంపాదకీయాల్లో చేస్తారు. ఒకవేళ ఒక అంశాన్ని ఎక్కువ చేసి చెప్పాలనుకుంటే మరొకరు చెప్పినట్లు రాస్తారు.

కర్త మనుష్య వాచి అయినప్పుడు ఆ వ్యక్తికి సంఘంలో ఉన్న గౌరవాన్ని బట్టి బహువచన ప్రక్రియ- అంటే వచ్చారు. చెప్పారు, వంటివి వాడతారు. అలాగే న్యాయస్థానాలను కించపరిచే వ్యాఖ్యలు, పరువు నష్టం, గౌరవ భంగం కలిగించే వార్తలు, వేర్పాటువాదాలను సమర్థించే వార్తలు ప్రచురించరు. మత కలహాలను రెచ్చగొట్టే

విధంగా రాయరు. అశ్లేల వార్తలను చెప్పరు. సందిగ్ధ భావాలను రాయరు. ఊతపదాలు, పునరుక్తులు లేకుండా చిన్న వాక్యాలతో రాస్తారు. చిన్న పేరాలుగా విభజించి వార్తను రాస్తారు. విరామ చిహ్నాలను సక్రమంగా ఉంచుతారు.

ప్రజల్లో ఉద్వేగాలను రెచ్చగొట్టే వార్తలుంటే వాటిలోని బిగువును తగ్గిస్తారు. కొన్ని వార్తా విశేషాలను కుదిస్తారు. అనవసరమైన వాక్యాలను తొలగిస్తారు. పత్రికా నీతికి భిన్నంగా ఉండే విషయాలను తొలగిస్తారు. పత్రిక అభిప్రాయాలకు అనుగుణంగా వార్తను మలుచుకుంటారు.

ఈ విధంగా పత్రికా రచన పాఠకులకు ఆసక్తిని కలిగించే విధంగా తయారవుతుంది.

—X—

II. వ్యాసరూప సమాధాన ప్రశ్నలు

1.) వార్తను నిర్వచించి, వార్త లక్షణాలను తెల్పండి.

జ. సాధారణ విషయాలు కాక అసాధారణ విషయాలను తెలిపేది వార్త అవుతుంది. వర్షాకాలంలో వానలు కురిసి పంటలు పండితే అది వార్త కాదు. కాని అకాలంలో తుఫానులు వచ్చి, దాని కారణంగా పంటలు నాశనమయితే అది వార్త అవుతుంది. అందుకే "కుక్క మనిషిని కరిస్తే అది వార్త కాదు. మనిషి కుక్కను కరిస్తే అది వార్త" అని నార్త్ క్లిప్ నిర్వచించాడు.

"తాజా సంఘటనల సమాచారం వార్త లేదా కొందరు ప్రజలకు ఆసక్తికరమైన లేదా వారు ముఖ్యమైనదిగా భావించేది ఏదో అది వార్త" అని బ్లేయర్ వార్తను నిర్వచించాడు.

ఆర్. బుష్ "అనుభవజ్ఞుడయిన సంపాదకుడు తన పత్రికలో ప్రచురించడానికి ఎంచుకున్న సమాచారం వార్త" అని నిర్వచించాడు.

వార్తను ఇంగ్లీషులో NEWS అంటారు. ఈ అక్షరాలు North, East, West, South అనే నాలుగు దిక్కులకు సంకేతాలు. ఈ నాలుగు దిక్కుల నుంచి వచ్చే సమాచారం వార్త అవుతుంది.

ప్రజల అభిరుచులు, ఆసక్తులు ఆధారంగా సమాజంలో జరిగే ఆధ్యాత్మిక, రాజకీయ, సాంస్కృతిక, సామాజిక, సాంకేతిక, క్రీడా సంబంధమైన సమాచారమంతా వార్తలు అవుతాయి. అలాగే చాలాకాలం రహస్యంగా ఉన్న విషయం ఎప్పుడు బహిరంగమై అందరికీ తెలుస్తుందో అది వార్త అవుతుంది.

వార్త - లక్షణాలు : మనుషుల అభిరుచులను బట్టి వారికి ఇష్టమైన వార్తలనే చదువుతారు. పత్రికలు కూడా పాఠకులకు ఇష్టమైన వార్తలనే ప్రచురిస్తాయి. జరిగిన సంఘటన ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి, సమాచారాన్ని బట్టి అది వార్త అవుతుందో, కాదో కొన్ని లక్షణాల ద్వారా నిర్ణయిస్తారు. ఆ లక్షణాలు ఐదు.

1. ప్రాధాన్యత : రోజూ పత్రికా కార్యాలయానికి వచ్చే వార్తల్లో ప్రాధాన్యత కలిగిన దానినే ప్రచురించాలి. వార్తను ఎంపిక చేసేటప్పుడు పత్రిక భావజాలం, లక్ష్యం, పరిమాణం ప్రధానమవుతాయి. ఏ వార్త ప్రజల జీవితాలను ప్రభావితం చేస్తుందో, ఏ వార్తను ఎక్కువ మంది ఆసక్తిగా చదువుతారో అలాంటి వార్తలను ఎంపిక చేయాలి. వార్త ప్రాధాన్యతను నిర్ణయించడానికి కొన్ని ప్రమాణాలు ఉన్నాయి.

- 1) వార్త తాజాగా జరిగినదై ఉండాలి.
- 2) అసాధారణ సంఘటన అయి ఉండాలి.
- 3) ప్రముఖుల వ్యక్తులకు సంబంధించినదై ఉండాలి.
- 4) జరిగిన ప్రదేశం ప్రముఖమైనదై ఉండాలి.

ఈ ప్రమాణాలలో ఏదయినా ఒక దానికి సంబంధించినదయితే అది వార్త అవుతుంది.

2. సంఘర్షణ : మానవ జీవితం సంఘర్షణలతో కూడి ఉంటుంది. అందుచేత పాఠకుల సంఘర్షణ ఉన్న వార్తలకు ప్రాధాన్యం ఇస్తారు. ఘర్షణలు భావోద్దేశాల మీద ఆధారపడి ఉంటాయి. కనుకనే పాఠకులు వాటిని ఇష్టపడతారు. రెండు సిద్ధాంతాల మధ్య, రెండు సమూహాల మధ్య జరిగే సంఘర్షణలకు సంబంధించిన వార్తలు పాఠకులను ప్రభావితం చేస్తాయి. రిజర్వేషన్లు కావాలని, వద్దని పోరాడే వర్గాల మధ్య, హిందూ- ముస్లిం వర్గాల మధ్య, రెండు రాజకీయ పార్టీల మధ్య జరిగే సంఘర్షణలు వార్తలు అవుతాయి.

3. సామీప్యం : దూర ప్రాంతంలో జరిగిన సంఘటన కన్న, దగ్గరగా ఉన్న ప్రాంతంలో జరిగిన సంఘటన ప్రధానమైనదిగా పాఠకులు భావిస్తారు. ఆ వార్తలను ఆసక్తిగా చదువుతారు. భౌగోళికంగా, భౌతికంగా సమీపం ఉన్నదే సామీప్యత. అమెరికాలో జరిగే అధ్యక్ష ఎన్నికల కంటే, మన గ్రామంలో జరిగే పంచాయితీ ఎన్నికలకే ప్రజలు ప్రాధాన్యం ఇస్తారు. అలాగే ఆధ్యాత్మికంగా, భావజాలపరంగా ఒకే విధంగా ఆలోచన చేసేవారు. ప్రపంచంలో ఎక్కడున్నా, సామీప్యత ఉన్న వారిగానే భావించాలి. అలాంటి వార్తలు కూడా పాఠకులకు ఇష్టమవుతాయి. వాటికన్ సిటీలో ఉండే క్రైస్తవ మత గురువు పోప్యు సంబంధించిన వార్త అయితే ప్రపంచంలోని క్రైస్తవులందరూ చదువుతారు.

4. సంచలనం: ఒక వార్త రాష్ట్ర వ్యాప్తంగా, దేశ వ్యాప్తంగా ప్రపంచ వ్యాప్తంగా సంచలనం సృష్టించేదయితే అది వార్త అవుతుంది. "ఎంసెట్ పరీక్ష లేకుండా ఇంటర్లో వచ్చిన మార్కుల ఆధారంగా మెడికల్ సీట్లు కేటాయింపు" అని ప్రభుత్వం నిర్ణయిస్తే అది సంచలన వార్త అవుతుంది. విద్యార్థులను, వారి తల్లిదండ్రులను ఆకర్షిస్తుంది. అలాగే ప్రముఖ నాయకులు, క్రీడాకారులు సినిమా నటుల జీవితాల్లో జరిగే మార్పులు సంచలన వార్తలు అవుతాయి. ప్రజలు వాటిని ఇష్టపడతారు.

5. అభివృద్ధి : ప్రభుత్వం ప్రకటించిన ప్రజా సంక్షేమానికి సంబంధించిన నిర్ణయాలు అభివృద్ధిని సూచిస్తాయి. ప్రభుత్వం ప్రకటించి అమలు చేయని నిర్ణయాలపై ప్రతిపక్షాలు, మేధావులు, ప్రజాసంఘాలు చేసే ఆందోళనలు కాని, వాటి ఫలితంగా ప్రభుత్వం తన అభిప్రాయాన్ని సానుకూలంగా మార్చుకోవడం గాని అభివృద్ధి సంకేతాలే. అలాగే ప్రాజెక్టుల నిర్మాణం వైద్యశాలల ఏర్పాటు వంటి కార్యకలాపాలు అభివృద్ధి పథకాలే. అలాంటి వార్తలను కూడా ప్రజలు తప్పకుండా చదువుతారు.

పై లక్షణాలను బట్టి ఏది వార్త అవుతుందో, ఏది కాదో ముందుగా నిర్ణయించుకోవాలి. దాని ప్రాధాన్యాన్ని గుర్తించాలి. కల్పనలకు, ఊహలకు, అంచనాలకు తావివ్వకుండా సంఘటనను ఉన్నది ఉన్నట్లుగా రాస్తే అది మంచి వార్త అవుతుంది. సమాచారాన్ని వార్తగా తయారు చేసిన తరువాత అది పాఠకుల మీద ఎంత ప్రభావాన్ని చూపిస్తుందో ఊహించగలిగిన జర్నలిస్టు ఈ రంగంలో రాణిస్తాడు.

2. వార్తా రచనను గురించి విశ్లేషణాత్మకమైన వ్యాసం రాయండి.

జ. అసాధారణమైన విషయాలను తెలిపే దానిని వార్త అంటారు. వార్తకు ప్రాధాన్యత, సంఘర్షణ, సామీప్యం, సంచలనం, అభివృద్ధి అనే లక్షణాలు ఉంటాయి. పత్రికా కార్యాలయానికి అందిన సమాచారాన్ని వార్తగా తయారుచేయడాన్ని వార్తా రచన అంటారు. ఈ వార్తారచనలో 5 అంగాలు ఉంటాయి.

1. శీర్షిక,

2. తేది,

3. లీడ్ (విషయ పరిచయం),

4. బాడీ (విషయ వివరణ)

5. ఉపశీర్షికలు

1. శీర్షిక : వార్తలోని ముఖ్యాంశాలను పాఠకులకు అందించడమే శీర్షిక ఉద్దేశం. శీర్షికలో ఒకటి రెండు వాక్యాలు ఉంటాయి. ఆ వాక్యాలు కూడా సాధారణంగా క్రియారహితాలుగా ఉంటాయి. వార్తల ప్రాముఖ్యంలోని తరతమ భేదాలు సూచించడానికి శీర్షికలు ఉపయోగపడతాయి. శీర్షికలో వ్యాఖ్యలు చొప్పించకూడదు. ఒకే సంఘటన రోజుల తరబడి ఉంటే ముందు రోజు పెట్టిన శీర్షిక తరువాత పెట్టకూడదు.

2. తేది (డేట్ లైన్): వార్తకు సంబంధించిన స్థలం, వార్త జరిగిన తేదీలు ఇందులో పేర్కొంటారు. ఉదా: అమరావతి, జూన్ 20.

3. లీడ్ (విషయ పరిచయం): వార్తా సారాంశాన్ని శీర్షికలో క్లుప్తంగా చెప్పితే,

దాన్ని కొద్దిగా వివరించి చెప్పడాన్ని లీడ్ అంటారు. వార్తా సారాంశం ఎవరు, ఏమిటి, ఎప్పుడు, ఎక్కడ, ఎలా అనే ప్రశ్నలకు సమాధానమే లీడ్ కొన్నిసార్లు కొన్ని ప్రశ్నలకు సమాధానం ఉండకపోవచ్చు. లీడ్లో అతిముఖ్యమైన విషయాలు పాఠకునికి అందిస్తారు.

4. బాడీ : వార్తలకు సంబంధించిన వివరాలన్నీ బాడీ (విషయ వివరణ) లో ఉంటాయి. ఈ బాడీలో కొన్ని రోజుల బట్టి ధారావాహికంగా వచ్చే వార్తలయితే పూర్వం జరిగిన విషయాలను సంగ్రహంగా చెప్తారు. ఒక్కో సంఘటనను

ప్రత్యక్షంగా చూసిన ఒక వ్యక్తి చెప్పుతున్నట్లు వార్తను రాస్తారు. వార్తకు సంబంధించిన వ్యక్తి ముఖ్యుడయితే అతనిని గురించి రాసేటప్పుడు ఆ వ్యక్తి వయస్సు, వృత్తి మొదలైనవి ఒక పేరలో రాస్తారు.

అ) కాల వ్యత్యయం : కొన్ని వార్తా రచనలకు కాలవ్యత్యయ పద్ధతిని పాటిస్తారు. దీనిలో ముందు జరిగిన సంఘటనను తరువాత తరువాత జరిగిన సంఘటన ముందుకు తెచ్చి రాస్తే దానిని కాల వ్యత్యయ పద్ధతి అంటారు.

ఆ) వక్ర ఉపన్యాసాలు : ఒక ఉపన్యాసంలో చాలా మంది ఉపన్యసిస్తే ముఖ్యమైన వ్యక్తి, ప్రసంగాన్ని మాత్రం వార్తగా ప్రచురిస్తారు. చివరిలో మొదలైన వారు కూడా మాట్లాడారు అని తక్కిన వారి పేర్లు రాస్తారు. ఒక వక్ర ప్రసంగంలో అనేకమైన అభిప్రాయాలుంటే దానిలో ప్రధానమైన దాన్ని శీర్షికగా ఇచ్చి, తక్కిన వానిని సంగ్రహంగా రాస్తారు. ఒక సమావేశంలో ఇద్దరివి ప్రచురింపదలిస్తే రెండు వేరు వేరు వార్తలుగా రాస్తారు. పరువు నష్టం, గౌరవ భంగం కలిగించే వార్తలయితే, వాటిని నిర్ధారించుకున్న తర్వాత ప్రచురిస్తారు.

5. ఉపశీర్షికలు : వివరిస్తున్న వార్తల్లో మార్పు ఉంటే ఉపశీర్షికలను ఇస్తారు. ఒక్కోసారి విషయం మరీ పెద్దదయినా ఉపశీర్షికలు ఇస్తారు. వీనితోపాటు వార్తలను ఒక్కోసారి సంక్షిప్తం చేస్తారు. ఒక్కోసారి విపులీకరిస్తారు. ఇది వార్తల ప్రాధాన్యాన్ని బట్టి, పత్రికల యాజమాన్య వైఖరిని బట్టి, అందుబాటులో ఉన్న ఖాళీస్థలం బట్టి ఉంటుంది. పత్రిక అచ్చుకు వెళ్ళే సమయంలో అతిముఖ్యమయిన వార్త వస్తే, దాన్ని ప్రచురించడానికి కొన్ని వార్తలను సంక్షిప్తం చేసి లోపలి పేజీల్లోకి మారుస్తారు. వార్తల ప్రాముఖ్యాన్ని బట్టి టైపు పరిమాణాలు తగ్గిస్తారు. మరీ ముఖ్యమయిన చిన్న వార్తలయితే బాక్సు పెడతారు. చిన్న సంఘటనలు వర్ణించేటప్పుడు ఊపు ఇవ్వడం కోసం ఉపోద్ఘాతంతో ప్రారంభిస్తారు. వార్తల సందర్భాలను, సాంకేతిక విషయాలకు వివరణలివ్వడం అనే పద్ధతి కూడా ఉంది.

ప్రత్యేక వ్యాసాలు : ముఖ్యమైన రంగాల్లో ప్రత్యేక విషయాలపై అధ్యయనం చేసిన నిపుణులు రాసే వ్యాసాలను ప్రత్యేక వ్యాసాలు అంటారు. ఇవి రెండు

రకాలు:

1. వార్తలకు సంబంధించినవి,

2. సామాజిక రంగాలకు సంబంధించినవి. ఈ వ్యాసాల్లో ఎత్తుగడ, విషయ వివరణ, ముగింపు లాంటి సాధారణ వ్యాసనియమాలు పాటిస్తారు.

సంపాదకీయాలు : పత్రికల్లో అతిముఖ్యమయిన వార్తాభాగం సంపాదకీయం:

ఇది పత్రికకు హృదయం వంటిది. ఇది పరిశోధన అధ్యయనంతో కూడి ఉంటుంది. ఇది సరళంగా, సూటిగా సాధికారికంగా సులభగ్రాహ్యంగా ఉంటుంది. ఇది ప్రజల అభిప్రాయాలను వ్యాఖ్యానిస్తుంది. మార్గనిర్దేశం చేస్తుంది. సమస్యలపై స్పందించేలా, నిర్మాణాత్మకంగా ఆలోచించేలా చేస్తుంది.

పుస్తక సమీక్షలు : భిన్న రంగాలకు సంబంధించి వెలువడే పుస్తకాలను సమీక్ష కోసం పత్రికా కార్యాలయానికి పంపిస్తారు. ఆయా రంగాలలో నిష్ణాతులైన విమర్శకులైన వారిచేత ఈ పుస్తకాలను సమీక్ష చేయిస్తారు. పత్రికల్లో ఈ సమీక్షలకు ప్రత్యేకంగా ఒక రోజును కేటాయిస్తారు. దీని కోసం కేటాయించే స్థలం నిడివి కూడా నిర్దిష్టంగా ఉంటుంది.

ఈ విధంగా పత్రికల్లో వార్తారచన వివిధ రూపాల్లో ఉంటుంది. నియమనిబంధనలతో కూడి ఉంటుంది. పాఠకులకు ఆసక్తిని కలిగిస్తూ, ప్రయోజనాత్మకంగా సాగుతుంది.

—X—

II. వ్యాసరూప సమాధాన ప్రశ్న

1. రేడియో ప్రసారాలు విస్తరించిన విధం రాయండి.

జ. సామ్యూల్ మోర్స్ 1844లో టెలిగ్రాఫ్ను రూపొందించాడు. సమాచారాన్ని స్వల్పకాలంలో దూరప్రాంతాలకు చేరవేయడానికి ఇది సహాయపడింది. కాలాన్ని, దూరాన్ని అధిగమించి సమాచారాన్ని తంత్రుల ద్వారా పంపే ఉపకరణాల్లో ఇది మొదటిది. ఈ ఆవిష్కరణ పలు మార్పులకు శ్రీకారం చుట్టింది. 1870లో అలెగ్జాండర్ గ్రాహంబెల్ టెలిఫోను కనిపెట్టాడు. ఇవన్నీ రేడియో ఆవిష్కరణకు ఉపయోగపడ్డాయి.

భారతదేశం 1923వ సంవత్సరంలో రేడియోకు బీజం వేసింది. 1927 నుంచి రేడియో ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. 'ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ 'కంపెనీ' రేడియో స్టేషన్ల ఏర్పాటుకు ప్రభుత్వంతో ఒప్పందం

చేసుకుంది. ఆ సంవత్సరమే జూలై, ఆగస్టులో ముంబాయి, కలకత్తాల్లో క్రమంగా రేడియో కేంద్రాలు ఏర్పాటయ్యాయి. కాని 1930లో ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీని బ్రిటిష్ ప్రభుత్వం స్వాధీనం చేసుకుని దాని పేరును 'ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ సర్వీస్' గా మార్చింది. అది 1937లో 'ఆల్ ఇండియా రేడియో'గా, 1957లో 'ఆకాశవాణి'గా, ఇప్పుడు 'ప్రసార భారతి'గా వ్యవహరింప బడుతున్నాయి.

స్వాతంత్ర్యానంతరం రేడియో దేశ ప్రగతికి విశేషంగా కృషి చేసింది. ప్రజలకు అవసరమైన సమాచారాన్ని అందించేది. 1993 నాటికి భారతదేశంలోని రేడియో వ్యవస్థ ప్రపంచంలోనే పెద్ద వ్యవస్థగా రూపొందింది. భారతదేశ జనాభాలో 96 శాతానికి రేడియో ప్రసారాలు అందుబాటులో ఉన్నాయి. రేడియో ప్రసారాల్లో ప్రసంగాలు, నాటికలు, కవిత్యం, చర్చలు మొదలైనవి ప్రజలకు అవసరమైనవి. విజ్ఞానదాయకమైనవి అయిన కార్యక్రమాలు ఎన్నో ప్రసారం చేస్తున్నారు. వీనితోపాటు ఇంకా రకరకాల వినోద కార్యక్రమాలు కూడా ప్రసారమవుతున్నాయి.

ఇక తెలుగు భాషకు సంబంధించిన కార్యక్రమాలు మొదట చెన్నైలో ప్రారంభమయ్యాయి. 1938 జూన్ 16వ తేదీన ఈ ప్రసారాలు మొదలయ్యాయి. అంతకంటే ముందు 1933లో మహబూబ్ ఆలీ అనే ఉద్యోగి హైదరాబాదులో రేడియో కార్యక్రమాలు ప్రారంభించాడు. అందులో మొదట ఉర్దూ కార్యక్రమాలకు ప్రాధాన్యం ఇచ్చేవారు. 1939లో దానిని దక్కను రేడియోగా పేరు మార్చారు. 1950లో భారత ప్రభుత్వం నైజాం నవాబు నుండి దక్కను రేడియోను స్వాధీనం చేసుకుంది.

ఆల్ ఇండియా రేడియో, సిలోన్ రేడియోల్లో మాత్రమే చాలాకాలం తెలుగు కార్యక్రమాలు ప్రసారం అయ్యేవి. కాలక్రమంలో రాష్ట్రంలోని అన్ని జిల్లాల్లో రేడియో స్టేషన్లు ఏర్పాటయ్యాయి. ఎఫ్.ఎం.రేడియో కేంద్రాలు నెలకొల్ప బడ్డాయి. కొన్ని ప్రైవేటు సంస్థలు కూడా రేడియో కేంద్రాలను నెలకొల్పాయి. కాని ప్రైవేటు రేడియో కేంద్రాలకు వార్తలను ప్రసారం చేసే హక్కు లేదు. కమ్యూనిటీ రేడియో, వెబ్ రేడియో అందుబాటులోకి రావడంతో ఇప్పుడు ప్రపంచంలోని ఏ దేశానికి సంబంధించిన కార్యక్రమాన్నైనా వినే అవకాశం సాంకేతిక పరిజ్ఞానం వలన లభించింది.

ఇప్పుడు రేడియోలను ఇంట్లోనే ఉంచుకొని వినవలసిన అవసరం లేదు. స్మార్ట్ ఫోను ద్వారా కూడా వినవచ్చు. కార్లలో కూడా రేడియో ప్రసారాలను వినే విధంగా సాంకేతిక విజ్ఞానం అభివృద్ధి చెందింది. దానితో ప్రయాణం చేస్తూ కూడా రేడియో కార్యక్రమాలను చాలామంది శ్రోతలు ఆస్వాదిస్తున్నారు.

రేడియో స్థానంలో టెలివిజన్ వచ్చాక రేడియోకి క్రమంగా ఆదరణ తగ్గింది. ఒకప్పుడు రేడియోను ప్రతిరోజు ఆలకించేవారు. ఇప్పుడు టెలివిజన్ను చూస్తున్నారు. ఒకప్పుడు రేడియో ద్వారా వార్తలు, విశేషాలు తెలుసుకునేవారు. ఇప్పుడు టెలివిజన్ వార్తా ఛానల్స్ చూస్తున్నారు. ఎంత సాంకేతికత పెరిగినా సంప్రదాయవాదులు ఇప్పటికీ రేడియోనే ఆదరిస్తున్నారు. ఆ ప్రసారాలను వింటూ ఆనందిస్తున్నారు.

ఒకప్పుడు రేడియో ద్వారా వివిధ రకాల కార్యక్రమాలను విని విజ్ఞానాన్ని, వినోదాన్ని పొందిన శ్రోతలు ఇప్పుడు ప్రధానంగా రేడియోలోని కొన్ని కార్యక్రమాలకే పరిమితమవుతున్నారు. దీనికి కారణం టెలివిజన్ అనేది దృశ్య, శ్రవణ మాధ్యమం కాగా రేడియో కేవలం శ్రవణ మాధ్యమం కావడమే.

—X—

II. వ్యాసరూప సమాధాన ప్రశ్నలు

జ. టెలివిజన్ రచనలో ఉపయోగించే భాష ఎలా ఉండాలి ?

ఆ టెలివిజన్ అనేది దృశ్య, శ్రవణ మాధ్యమం. సెకన్లలో దృశ్యం మారిపోయి మరో దృశ్యం కళ్ళముందు కనిపిస్తుంది. ఉన్న ఆ క్షణంలోనే దృశ్యాన్ని, దానికి సంబంధించిన మాటలను మనసులో ముద్రించుకోవాలి. నిరక్షరాస్యులైన వారైనా ఆకళింపు చేసుకోనేటంత సరళంగా భాష ఉంటేనే ఇది సాధ్యమవుతుంది. ఈ విషయాన్ని టెలివిజనుకు రాసేవాళ్ళు గుర్తుంచుకోవాలి. అందుకు కొన్ని ప్రాథమిక లక్షణాలున్నాయి

అవి :

1) భాష పూర్తిగా సరళంగా ఉండాలి. వేగంగా కదిలే బొమ్మలను, మాటలను వెంటనే అర్థం చేసుకోనేటంత సులభమైన భాష రచనలో ఉండాలి. రాసిన తరువాత మళ్ళీ చదువుకొని క్లిష్టమైన పదాలు ఎక్కడైనా దొర్లితే దాన్ని మార్చి సరళమైన పదాన్ని వాడాలి.

2) శైలి ధారాళంగా ఉండాలి. పదాలు, వాక్యాలు పునరుక్తి కాకుండా ఉండాలి. వాక్యానికి, తరువాతి వాక్యానికి గాఢమైన సంబంధం, అన్వయం ఉండాలి. కృతక వాక్య నిర్మాణం ఉండకూడదు.

ఉదా : "నా పేరు రమేష్, మాది హైదరాబాద్, నా వయస్సు పందొమ్మిది. మా నాన్న మోహన్. నేను హైదరాబాదులో చదువుతున్నాను" ఈ వాక్యాలు. అన్నీ బాగానే ఉన్నా సహజ సంబంధం కలిగి లేవు. కింది విధంగా ఉంటే వాక్యాల సహజ సంబంధం ఉంటుంది.

"నా పేరు రమేష్, మా నాన్న మోహన్. నా వయస్సు పందొమ్మిది, మాది హైదరాబాద్. నేను హైదరాబాద్లోనే చదువుతున్నాను".

3) ప్రారంభం, ముగింపు ఆకట్టుకొనే విధంగా ఉండాలి. ప్రేక్షకులను టి.వీ. ఆకట్టుకోవాలంటే ఆసక్తి కలిగే ప్రారంభం, గట్టి ముగింపు ఉండాలి. రచనలో కొత్తదనం కనిపించాలి. ఎత్తుగడ ఆసక్తిదాయకంగా ఉంటే ప్రేక్షకులు ముగిసే వరకు విడవకుండా చూస్తారు.

4) ఒక అంతర్జాతీయ సర్వే ప్రకారం టెలివిజన్ వార్త గరిష్టంగా రెండు నిమిషాలకు మించి ఉంటే ప్రేక్షకునికి విసుగు వస్తుందట. యాంకర్ పరిచయ వాక్యాలు, దృశ్యాలు, వాయిస్ ఓవర్లు, బైట్లు అన్ని కలిపి రెండు నిమిషాలలో ముగించే విధంగా రచన చేయాలి. రాసేటప్పుడు దీన్ని మనసులో ఉంచుకోవాలి.

5) వార్తకు సంబంధించిన పరిచయం సంక్షిప్తంగా ఉండాలి. మరీ సుదీర్ఘంగా ఉండకూడదు.

6) ఒక సంఘటన జరిగినప్పుడు టెలివిజన్ ప్రేక్షకుడు ఆ సంఘటన జరిగిన స్థలంలో తానే స్వయంగా ఉండి చూచినట్లు అనుభూతి పొందే విధంగా రచన చేయాలి. దృశ్యం కనిపిస్తూ ఉంటుంది కాబట్టి అందుకు తగిన మాటలు పేర్చుకోవాలి. కనిపిస్తున్న బొమ్మల వెంట దానికి సంబంధించిన మాటలు, ఆ విషయంపై పరిచయ వాక్యాలు, ముగింపు ఆ అనుభూతిని కలిగిస్తాయి.

7) వార్తలకయినా, కార్యక్రమానికయినా శీర్షిక ఉండాలి. అది కూడా ఆసక్తిని, ఉత్కంఠను కలిగించే విధంగా ఉండాలి.

ఉదా : "రేవంత్ సవాల్" - ఇది శీర్షిక, ఆయన మాట్లాడిన వార్త వస్తున్నంతసేపు ఇది తెరపైన కనిపిస్తూ ఉంటుంది. పత్రికలో డేట్ లైన్ ఉన్నట్టుగా, టెలివిజన్లో కూడా డేట్ లైన్ కనిపించే విధంగా ఉండాలి.

8) టెలివిజన్ స్క్రీన్ మీద కింది భాగంలో స్కోల్ వస్తూ ఉంటుంది. ఒకవైపు ఒక కార్యక్రమం ప్రసారం అవుతుండగానే క్రింద రెండు వరుసల్లో స్కోల్, ట్రేకింగ్ న్యూస్ వస్తుంటాయి. అవి రెండు గరిష్టంగా మూడు,

నాలుగు మాటలకు మించకుండా ఉండాలి. పెద్ద పెద్ద వాక్యాలు అయితే చదవడం కష్టం. అందుచేత ఈ విషయాల్లో సంక్షిప్తత చాలా అవసరం.

ఈ విధమైన నియమాలతో టెలివిజన్ కార్యక్రమాలకు రచన చేస్తే అది జనరంజకమవుతుంది.