<u>మాధ్యమాలకు రచన 14 A</u>

1. మాధ్యమాలు విస్తరించిన తీరుని తెల్పండి?

జ॥ మాధ్యమం అంటే తొలిదశలో ముద్రితమైన పత్రికలే – పత్రికలూ భారతదేశంలో 1780లో ప్రారంభమయ్యాయి. తెలుగులో మొదటి పత్రిక 1835లో ప్రారంభమయింది. అంతకు ముందు కేవలం సాంప్రదాయ మాధ్యమాలైన జానపద కళారూపాలు వంటివి సమాచారాన్ని ప్రజలకు అందజేసేవి. కాని ఇప్పుడు మాధ్యమాలు ప్రజల జీవితంలో పెనవేసుకొనిపోయాయి.

భాష అభివృద్ధి చెందడం, ప్రజలు మాట్లాడే వ్యావహారిక భాష అన్ని సాహిత్య ప్రక్రియల్లో ప్రవేశించడం వలన మాధ్యమాల పురోగతికి దోహద పడ్డాయ. మాధ్యమాల వలన కూడా భాష మార్పులను పోందుతూ పరిపుష్టమయింది.

తెలుగులో పత్రికల తరువాత ప్రసిద్ధి చెందిన మాధ్యమం రేడియో. ఇది శ్రవణ మాధ్యమం. రేడియో కార్యక్రమాలు కాలక్రమంలో అన్ని ప్రాంతాలకు విస్తరించాయి. రేడియో ప్రసారాలు అందరికి అందుబాటులోకి వచ్చాయి. ఒకచోట స్దిరంగా కూర్చోకుండా ప్రయాణం చేస్తూనే రేడియో ప్రసారాలు వినే అవకాశం కలిగింది.

ఆ తరువాత వచ్చిన మాధ్యమం టెలివిజన్. ఇది ద్రుశ్య, శ్రవణ మాధ్యమం. ఇది విజ్ఞానాన్ని, వినోదాన్ని అందించే మాధ్యమం.

ఇప్పుడు తెలుగులో 60 లక్షలు పత్రికలు అమ్ముడవుతున్నట్లు ఒక అంచనా. అలాగే 90 శాతం కుటుంబాలకు టెలివిజన్లు అందుబాటులో ఉన్నట్లు మరొక అంచనా. ఈ విధంగా పత్రికలు, రేడియో, టెలివిజన్ ప్రజల జీవితంలో విడదీయలేని బంధాన్ని ఏర్పరచుకున్నయి.

తరువాతి కాలంలో ఇంటర్నెట్ ప్రజలందారికి అందుబాటులోనికి వచ్చింది. దానిలో ఇంటర్నెట్ ఆధారిత సామాజిక మాధ్యమాలను ప్రబలాయి. ఇంటర్నెట్ ను ఆధారంగా చేసుకుని పనిచేసే మాధ్యమాలను గురించి తెలుసుకుందాం.

1. **<u>వెబ్ సైట్:-</u>** ఇంటర్నెట్ అందుబాటులోనికి వచ్చిన తరువాత అన్ని భాషలలోని పత్రికలు వెబ్ ఎడిషన్లును ప్రారంభించాయి. వివిధ సంస్థలు తమ హౌస్ మ్యాగజైన్లును వెబ్ సైట్లో అప్లోడ్ చేస్తున్నాయి. చాలామంది వెబ్ సైట్ ద్వారా పత్రికలు చదువుతూ సమాచారం తెలుసుకుంటున్నారు. దీనితో వెబ్ సైట్ సమాచారాన్ని, సేవలను విస్తృతంగా ప్రచారం చేసుకుంటున్నాయి.
2. **<u>ఫేస్ బుక్:-</u>** ఇంటర్నెట్ ఆధారంగా పనిచేసే సామాజిక మాధ్యమం పేస్ బుక్. దీన్ని ఉపయోగించుకోవాలంటే ముందుగా రిజిస్టర్ చేసుకోవాలి. పేస్ బుక్ లో సమాచారాన్ని రాసి అప్ లోడ్ చేస్తూ దానితో పాటు ఫోటోలు, వీడియోలు పంపవచ్చు. వీటిని పేస్ బుక్ లో రిజిస్టర్ అయిన మిత్రుడు, పరిచయం ఉన్నవారు, బంధువులు తదితరులు చూడవచ్చు.
3. **<u>యూట్యూబ్ :-</u>** ఇది ఒక మెగా మద్యమం. ఇది దృశ్య, శ్రవణ మద్యమం. వివిధ టెలివిజన్ చానల్స్ తమ కార్యక్రమాలను ప్రతీ రోజు యూట్యూబ్ లో అప్ లోడ్ చేస్తున్నాయి. వీనితో పాటు ఇతరులు కూడా వివిధ అంశాలకు సంబంధించిన వీడియోలు దీనిలో అప్ లోడ్ చేస్తున్నారు. దీనిలో అపరిమితమైన సమాచారం వీడియోల రూపంలో ఉంటుంది.
4. **<u>ట్విట్టర్:-</u>** సంక్లిప్త సందేశాలు పంపడానికి ఇది అనువుగా ఉంటుంది. వంద అక్షరాలకు మించకుండాదీనిలో సందేశాన్ని పంపవచ్చు. ట్విట్టర్ లో అకౌంటు కోసం వివరాలు పొందుపరచి రిజిస్టర్ చేసుకోవాలి. దీనిని రాజకీయ నాయకులు, ఇతర ప్రముఖులు వినియోగిస్తున్నారు. ఇందులో ప్రముఖులు చెప్పిన అభిప్రాయానలు, ఇతర సామజిక మాధ్యమాల్లో, పత్రికల్లో వార్తలుగా చలామణి అవుతున్నాయి.
5. **<u>వాట్సఅప్:-</u>** స్మార్ట్ ఫోనులో వాట్సఅప్ డౌన్లోడ్ చేసుకుని వివరాలు అప్ లోడ్ చేస్తే అకౌంట్ తయారువుతుంది. దీనిలో సందేశాలు, ఫోటోలో, వీడియోలు పంపవచ్చు. అవతలి వారికీ అకౌంట్ ఉంటె వీటిని చెదివే అవకాసం ఉంటుంది. దీనిని ఫోనుగా కూడా ఉపయోగించవచ్చు. దీనిని ఉపయోగించి మిత్రులతో, బంధువులతో పరిచయం ఉన్న వారితో అభిప్రాయాలు పంచుకోవచ్చు. దీనిలో ఒకసారి ఐదుగురికి మాత్రమే సందేశం పంపగలం.
6. **<u>బ్లాగ్:-</u>** వ్యక్తులు, సంస్థలు బ్లాగ్ లను నిర్వహించవచ్చు. బ్లాగ్ అంటే సొంత ఆలోచనలను, సమాచారాన్ని దీర్ఘకాలం వెబలో తరుచు నవీకరణ చేస్తుపోవడం. మొదటి వీనిని వెబ్ డైరీలు అనే వారు ఇవి కూడా

ఒక రకంగా వెబ్ సైట్ ఏదైన అంశం మీద వ్యాఖ్యానాలు, వివరణలు, కార్యక్రమ వివరాలు, దానికి సంబంధించిన చిత్రాలు, వీడియోలు దీనిలో పొందుపరుస్తారు. వ్యక్తిగత అభిరుచులు, అవసరాలు, సమాచార సేవలు కోసం వినియోగించే బ్లాగులు కూడా ఉంటాయి. ఇది కూడా ప్రసరణ మధ్యమంగా, సమాచార మధ్యమంగా ప్రసిద్ధి పోందింది. అర్థవంతమైన సమాచారాన్ని పరస్పరం పంచుకోడానికి ఉపయోగపడే బ్లాగులను కొంతమంది బావ ప్రకటన స్వేచ్చాతో దుర్వినియోగం చేయడం బాధాకరం.

ఈ విధంగా మాధ్యమాలు విస్రుతి చెంది బావ వినియోగానికి సమాచారాన్ని పంచుకోడానికి ఎంతో ఉపయోగపడుతున్నాయి.

-oOo-

2. మాధ్యమాల రకాలును తెలియచేయండి?

A. మాధ్యమాలు (Media) అనగా సమాచారం, వార్తలు, అభిప్రాయాలు, వినోదం, విద్య వంటి విషయాలను ఒక వ్యక్తి నుండి మరొక వ్యక్తికి లేదా సమాజానికి చేరవేసే సాధనాలను మాధ్యమాలు అంటారు.

మాధ్యమాలు – రెండు ప్రధాన రకాలు

1. ప్రజా మాధ్యమం/జన మాధ్యమం (Mass Media)

2. సామాజిక మాధ్యమం (Social media)

ప్రజా మాధ్యమం (Mass Media):-

నిర్వచనం:-

ఒకే సమాచారాన్ని ఒకేసారి పెద్ద సంఖ్యలో ప్రజలకు చేరవేసే సమాచార ప్రసార వ్యవస్థను **ప్రజా మాధ్యమం** అంటారు. ఇందులో సమాచారాన్ని ప్రధానంగా సంస్థలు లేదా మీడియా సంస్థలు తయారు చేసి ప్రజలకు అందిస్తాయి.

ప్రజా మాధ్యమాల లక్షణాలు:-

- ఒకేసారి లక్షలాది మంది ప్రజలకు సమాచారం చేరుతుంది.
- వార్తలు, విద్య, వినోదం, ప్రకటనలు ప్రసారం చేస్తాయి.
- సమాచారాన్ని నిపుణులు లేదా మీడియా సంస్థలు సిద్ధం చేస్తాయి.
- సమాజంలో ప్రజాభిప్రాయాన్ని ప్రభావితం చేసే శక్తి కలిగి ఉంటాయి.
- విస్తృత ప్రాంతాలకు సమాచారాన్ని చేరవేస్తాయి.

<u>ప్రజా మాధ్యమాల ఉదాహరణలు:-</u>

- వార్తాపత్రికలు
- టెలివిజన్
- రేడియో
- పత్రికలు
- సినిమాలు
- ప్రభుత్వ సమాచార ప్రసారాలు

<u>ప్రజా మాధ్యమాల ఉపయోగాలు:-</u>

- దేశ, విదేశీ వార్తలను అందించడం.
- ప్రజల్లో విద్యా అవగాహన పెంచడం.
- ఆరోగ్యం, పర్యావరణం, పరిశుభ్రత వంటి అంశాలపై చైతన్యం కల్పించడం.
- ప్రభుత్వ పథకాలను ప్రజలకు తెలియజేయడం.
- వినోద కార్యక్రమాలను అందించడం.
- ప్రకటనల ద్వారా వ్యాపార అభివృద్ధికి సహకరించడం.

<u>ప్రజా మాధ్యమాల ప్రయోజనాలు:-</u>

- వేగంగా సమాచారాన్ని అందిస్తాయి.
- విశ్వసనీయ సమాచారం లభించే అవకాశం ఎక్కువ.
- విద్య మరియు అవగాహన పెరుగుతుంది.
- సమాజ అభివృద్ధికి దోహదపడతాయి.
- విపత్తుల సమయంలో అత్యవసర సమాచారాన్ని త్వరగా చేరవేస్తాయి.

<u>ప్రజా మాధ్యమాల నష్టాలు:-</u>

- ప్రజలు నేరుగా స్పందించే అవకాశం తక్కువ.
- కొన్నిసార్లు సమాచారంలో పాక్షికత ఉండవచ్చు.
- ప్రచార వ్యయం ఎక్కువగా ఉంటుంది.
- ప్రసార సమయాలకు పరిమితం కావచ్చు.

సామాజిక మాధ్యమం (Social Media):-

నిర్వచనం:-

ఇంటర్నెట్ ద్వారా వ్యక్తులు పరస్పరం సమాచారం, చిత్రాలు, వీడియోలు, అభిప్రాయాలు మరియు సందేశాలను పంచుకునే డిజిటల్ వేదికలను **సామాజిక మాధ్యమం** అంటారు.

సామాజిక మాధ్యమాల లక్షణాలు:-

- ప్రతి వినియోగదారుడు సమాచారాన్ని సృష్టించి పంచుకోవచ్చు.
- వెంటనే స్పందించే అవకాశం ఉంటుంది.
- ప్రపంచవ్యాప్తంగా ఉన్న వ్యక్తులతో అనుసంధానం కల్పిస్తుంది.
- మొబైల్ ఫోన్ లేదా కంప్యూటర్ ద్వారా ఎప్పుడైనా ఉపయోగించవచ్చు.
- సమాచార మార్పిడి చాలా వేగంగా జరుగుతుంది.

సామాజిక మాధ్యమాల ఉదాహరణలు:-

- ఫేస్‌బుక్
- వాట్సాప్
- ఇన్‌స్టాగ్రామ్
- యూట్యూబ్
- ఎక్స్ (ట్విట్టర్)
- టెలిగ్రామ్
- లింక్డ్‌ఇన్

సామాజిక మాధ్యమాల ఉపయోగాలు:-

- స్నేహితులు, బంధువులతో సంబంధాలు కొనసాగించడం.
- విద్యా విషయాలు నేర్చుకోవడం.
- వ్యాపార ప్రచారం చేయడం.
- ఉద్యోగ సమాచారం తెలుసుకోవడం.
- వార్తలు మరియు ప్రత్యక్ష ప్రసారాలు చూడడం.
- కళలు, ప్రతిభను ప్రపంచానికి పరిచయం చేయడం.

సామాజిక మాధ్యమాల ప్రయోజనాలు:-

- తక్కువ ఖర్చుతో ప్రపంచవ్యాప్తంగా సమాచారాన్ని పంచుకోవచ్చు.
- వెంటనే సమాచార మార్పిడి జరుగుతుంది.

- విద్య, వ్యాపారం, ఉపాధికి ఉపయోగపడుతుంది.
- ప్రజల అభిప్రాయాలను తెలుసుకోవచ్చు.
- అత్యవసర పరిస్థితుల్లో వేగంగా సమాచారం అందించవచ్చు.

<u>సామాజిక మాధ్యమాల నష్టాలు:-</u>

- తప్పుడు వార్తలు (Fake News) వేగంగా వ్యాపిస్తాయి.
- గోప్యత (Privacy) సమస్యలు రావచ్చు.
- సైబర్ నేరాల ప్రమాదం ఉంటుంది.
- అధిక వినియోగం వల్ల సమయం వృథా కావచ్చు.
- మానసిక ఒత్తిడి లేదా వ్యసనం కలిగే అవకాశం ఉంది.

<u>ప్రజా మాధ్యమం మరియు సామాజిక మాధ్యమం మధ్య తేడాలు:-</u>

అంశం	ప్రజా మాధ్యమం	సామాజిక మాధ్యమం
సమాచారం అందించే వారు	మీడియా సంస్థలు	ప్రతి వినియోగదారుడు
సమాచార ప్రవాహం	ఒకరి నుండి అనేక మందికి	ప్రతి ఒక్కరి నుండి ప్రతి ఒక్కరికీ
స్పందన	పరిమితంగా ఉంటుంది	వెంటనే స్పందించవచ్చు
ఉదాహరణలు	టీవీ, రేడియో, వార్తాపత్రిక	ఫేస్‌బుక్, వాట్సాప్, యూట్యూబ్, ఇన్‌స్టాగ్రామ్
వేగం	ప్రసార సమయంపై ఆధారపడి ఉంటుంది	తక్షణం సమాచారం చేరుతుంది
ప్రధాన ఉద్దేశ్యం	సమాచారం, విద్య, వినోదం	పరస్పర సంభాషణ, సమాచారం పంచుకోవడం, నెట్‌వర్కింగ్

<u>ముగింపు:-</u>

ప్రజా మాధ్యమం సమాజంలోని పెద్ద సంఖ్యలో ప్రజలకు సమాచారం, విద్య, వినోదాన్ని అందించే సంప్రదాయ మరియు సంస్థాగత సమాచార వ్యవస్థ. **సామాజిక మాధ్యమం** వ్యక్తులు పరస్పరం సమాచారాన్ని పంచుకునే ఆధునిక డిజిటల్ వేదిక. ఈ రెండు మాధ్యమాలు సమాజంలో అవగాహన పెంపొందించడంలో, విద్యను విస్తరించడంలో, ప్రజలను అనుసంధానించడంలో మరియు అభివృద్ధికి తోడ్పడడంలో ముఖ్యమైన పాత్ర పోషిస్తున్నాయి. అయితే, ముఖ్యంగా సామాజిక మాధ్యమాలను బాధ్యతాయుతంగా ఉపయోగించడం ద్వారా మాత్రమే వాటి ప్రయోజనాలను పూర్తిగా పొందవచ్చు.

-oOo-

3. మాధ్యమాల ఉపాధి అవకాశాలను గురించి వ్రాయండి?

పరిచయం:- సమాచార విప్లవం, శాస్త్ర–సాంకేతిక అభివృద్ధి కారణంగా మాధ్యమాల రంగం ప్రపంచవ్యాప్తంగా వేగంగా అభివృద్ధి చెందుతోంది. ఒకప్పుడు వార్తల ప్రసారానికే పరిమితమైన ఈ రంగం నేడు విద్య, వినోదం, ప్రకటనలు, డిజిటల్ కమ్యూనికేషన్, ప్రజాసంబంధాలు, సామాజిక మాధ్యమాలు వంటి అనేక రంగాలకు విస్తరించింది. ఫలితంగా మాధ్యమాల రంగంలో ఉపాధి అవకాశాలు కూడా గణనీయంగా పెరిగాయి.

మాధ్యమాల రంగంలో ఉపాధి అవకాశాలు:-

1. **ముద్రణ మాధ్యమాలలో**

దినపత్రికలు, వారపత్రికలు, మాసపత్రికలు, ప్రచురణ సంస్థల్లో అనేక ఉద్యోగ అవకాశాలు ఉన్నాయి.

విలేకరి (Reporter)

ఉపసంపాదకుడు (Sub-editor)

సంపాదకుడు (Editor)

ఫీచర్ రచయిత

కాలమిస్టు

ప్రూఫ్ రీడర్

ఫోటో జర్నలిస్ట్

పేజీ రూపకల్పన నిపుణుడు (Page Designer)

2. **ఎలక్ట్రానిక్ మాధ్యమాలలో**

రేడియో, టెలివిజన్, ఎఫ్.ఎమ్. ఛానళ్లలో వివిధ ఉద్యోగాలు లభిస్తున్నాయి.

వార్తా వాచకుడు

న్యూస్ యాంకర్

రేడియో జాకీ (RJ)

వీడియో జర్నలిస్ట్

కెమెరామెన్

వీడియో ఎడిటర్

కార్యక్రమ నిర్మాత (Producer)

దర్శకుడు

సౌండ్ ఇంజనీర్

3. **<u>డిజిటల్ మాధ్యమాలలో</u>**

ఇంటర్నెట్ విస్తరణతో డిజిటల్ మీడియా రంగంలో ఉపాధి అవకాశాలు అత్యధికంగా పెరిగాయి.

డిజిటల్ జర్నలిస్ట్

కంటెంట్ రైటర్

వెబ్ ఎడిటర్

సోషల్ మీడియా మేనేజర్

బ్లాగర్

యూట్యూబ్ కంటెంట్ క్రియేటర్

పోడ్‌కాస్ట్ నిర్మాత

డిజిటల్ మార్కెటింగ్ నిపుణుడు

<u>4. ప్రకటనలు మరియు ప్రజాసంబంధాల రంగంలో</u>

సంస్థలు, పరిశ్రమలు, ప్రభుత్వ శాఖలు, స్వచ్ఛంద సంస్థల్లో ప్రజాసంబంధాల నిపుణులకు మంచి అవకాశాలు ఉన్నాయి.

ప్రజాసంబంధాల అధికారి (PRO)

ప్రకటనల రచయిత (Copy Writer)

బ్రాండ్ కమ్యూనికేషన్ నిపుణుడు

మీడియా సమన్వయకర్త

5. సినీ, వినోద రంగంలో

మాధ్యమాల పరిజ్ఞానం ఉన్నవారికి సినీ, టెలివిజన్, ఓటీటీ రంగాల్లో కూడా అవకాశాలు ఉన్నాయి.

స్క్రిప్ట్ రచయిత

సంభాషణల రచయిత

కార్యక్రమ సమన్వయకర్త

వీడియో నిర్మాత

డబ్బింగ్ కళాకారుడు

మాధ్యమాల రంగంలో అవసరమైన నైపుణ్యాలు

మాధ్యమాల రంగంలో రాణించాలంటే కొన్ని ముఖ్యమైన నైపుణ్యాలు అవసరం.

భాషపై మంచి పట్టు

స్పష్టమైన భావవ్యక్తీకరణ

రచనా నైపుణ్యం

సృజనాత్మకత

కంప్యూటర్, డిజిటల్ సాంకేతిక పరిజ్ఞానం

సమయపాలన

సామాజిక అవగాహన

కమ్యూనికేషన్ నైపుణ్యాలు

మాధ్యమాల రంగం ప్రాధాన్యం

ప్రస్తుత కాలంలో ప్రభుత్వ, ప్రైవేటు, కార్పొరేట్, విద్యా, వినోద, డిజిటల్ రంగాల్లో మాధ్యమాల పాత్ర రోజురోజుకూ పెరుగుతోంది. దీంతో ఈ రంగంలో శిక్షణ పొందిన వారికి దేశంలోనే కాక విదేశాల్లో కూడా ఉపాధి అవకాశాలు లభిస్తున్నాయి. స్వయం ఉపాధి అవకాశాలుగా యూట్యూబ్ ఛానల్, బ్లాగింగ్, ఫ్రీలాన్స్ రచన, డిజిటల్ కంటెంట్ తయారీ వంటి మార్గాలు కూడా అందుబాటులో ఉన్నాయి.

<u>ముగింపు</u>

మాధ్యమాల రంగం నేడు అత్యంత వేగంగా అభివృద్ధి చెందుతున్న ఉపాధి రంగాలలో ఒకటి. ముద్రణ, ఎలక్ట్రానిక్, డిజిటల్ మాధ్యమాలలో విస్తృత అవకాశాలు అందుబాటులో ఉన్నాయి. సరైన విద్య, శిక్షణ, నైపుణ్యాలు కలిగి ఉంటే ఈ రంగంలో స్థిరమైన ఉద్యోగంతో పాటు స్వయం ఉపాధి అవకాశాలను కూడా సద్వినియోగం చేసుకోవచ్చు. అందువల్ల మాధ్యమాల రంగం యువతకు ఉజ్వలమైన భవిష్యత్తును అందించే రంగంగా నిలుస్తోంది

-oOo-

4. 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 సెథీనియల్ 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—

5.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.

<u>**కాలాన్ని అనుసరించి విభజన:-**</u> 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. న్యాపతి 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.

<u>**సాంకేతికత ఆధారంగా వచ్చిన పత్రికలు :-**</u> ఆధునిక సాంకేతిక పరిజ్ఞానాన్ని ఆధారం చేసుకొని వచ్చిన పత్రికలను ఈ విభాగం కింద చేర్చవచ్చు. అమెరికా నుండి 'సెచ్చెలి' అనే అంతర్జాల పత్రిక వెలువడుతుంది. దీనిలో స్త్రీలకు సంబంధించిన అంశాలు ఉంటాయి. సిలికానాంధ్రవారు 'సుజన రంజని' అనే అంతర్జాల పత్రికను 2013 నుండి నిర్విరామంగా 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—

6. 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 పేరాలో ఉండకూడదు. పుస్తకాల్లో, సంచికల్లో అయితే 250 పదాల వరకు ఉండవచ్చు. పేరాలోని సారాంశాన్ని మొదటి పేరాలో సూచిస్తే బాగుంటుంది. పేరాలో కనీసం రెండు వాక్యాలు ఉండాలి.

<u>శైలి :</u>- 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 మరోభాగం. 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. అశ్లీల 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—

7. వార్తను నిర్వచించి, వార్త లక్షణాలను తెల్పండి.

జ. **<u>వార్తను నిర్వచనలు :-</u>** 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 క్లిఫ్ 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 :- రోజు 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 భావోద్రేకాల 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 కన్నా, 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 పోప్కు 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.

—X—

8. 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. <u>శీర్షిక :-</u> 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. <u>తేది (డేట్ లైన్):-</u> వార్తకు సంబంధించిన స్థలం, వార్త జరిగిన తేదీలు ఇందులో పేర్కొంటారు. ఉదా: అమరావతి, జూన్ 20.

3. <u>లీడ్ (విషయ పరిచయం):-</u> వార్తా సారాంశాన్ని శీర్షికలో క్లుప్తంగా చెపితే, 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.<u>బాడీ :-</u> 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 పేరాలో రాస్తారు.

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

ఆ) <u>వక్తల ఉపన్యాసాలు :-</u> ఒక ఉపన్యాసంలో చాలా మంది ఉపన్యసిస్తే ముఖ్యమైన వ్యక్తి, ప్రసంగాన్ని మాత్రం వార్తగా ప్రచురిస్తారు. చివరిలో మొదలైన వారు కూడా మాట్లాడారు అని తక్కిన వారి పేర్లు రాస్తారు. ఒక వక్త 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. <u>ఉపశీర్షికలు :-</u> 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.

<u>ప్రత్యేక వ్యాసాలు :-</u> ముఖ్యమైన రంగాల్లో ప్రత్యేక విషయాలపై అధ్యయనం చేసిన నిపుణులు రాసే వ్యాసాలను ప్రత్యేక వ్యాసాలు అంటారు. ఇవి రెండు

<u>రకాలు:-</u>

1. వార్తలకు సంబంధించినవి,

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

<u>**సంపాదకీయాలు :-**</u> 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.

<u>**పుస్తక సమీక్షలు :-**</u> 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—

9. 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 జులై, ఆగస్టులో ముంబాయి, కలకత్తాల్లో క్రమంగా రేడియో కేంద్రాలు ఏర్పాటయ్యాయి. కాని 1930లో ఇండియన్ బ్రాడ్ కాస్టింగ్ కంపెనీని బ్రిటిష్ ప్రభుత్వం స్వాధీనం చేసుకుని దాని

పేరును 'ఇండియన్‌స్టేట్ 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, కవిత్వం, 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. కమ్యూనిటి 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 ఛానల్సు 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—

10. టెలివిజన్ రచనలో ఉపయోగించే భాష ఎలా ఉండాలి ?

జ. 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 చేసుకొనేటంత సరళంగా భాష ఉంటేనే ఇది సాధ్యమవు తుంది. ఈ విషయాన్ని టెలివిజనుకు రాసేవాళ్ళు గుర్తుంచు కోవాలి. అందుకు కొన్ని ప్రాథమిక లక్షణాలున్నాయి

అవి :-

1) **భాష పూర్తిగా సరళంగా ఉండాలి**. వేగంగా కదిలే బొమ్మలను, మాటలను వెంటనే అర్థం చేసుకొనేటంత 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) <u>**ప్రారంభం, ముగింపు ఆకట్టుకొనే విధంగా ఉండాలి**</u>. 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.

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

8) టెలివిజన్ స్క్రీన్ మీద కింది భాగంలో స్క్రోల్ వస్తూ ఉంటుంది. ఒకవైపు ఒక కార్యక్రమం ప్రసారం అవుతుండగానే క్రింద రెండు వరుసల్లో స్క్రోల్, బ్రేకింగ్ 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.