

ORIGINAL ARTICLE



சிற்றிதழ் எனும் மாற்று ஊடக வடிவம் உற்பத்தியை
மையமாகக் கொண்ட போக்கு ஓர் ஆய்வு
[CIRRITAL ENUM MĀRRU ŪṬAKA VAṬIVAM
URPATTIYAI MAIYAMĀKAK KOṆṬA PŌKKU ŌR
ĀYVU]

LITTLE MAGAZINE AS AN ALTERNATIVE MEDIA : RESEARCH ON PRODUCTION-CENTERED TREND

விஜயலட்சுமி மதுரைவீரன் / Vijayalatchumy Maruthaveeran*¹
இராசேந்திரன் முனியாண்டி / Rajantheran Muniandy ²

¹ Department of Indian Studies, Faculty of Arts & Social Sciences, University Malaya, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia. Email: vijjay@um.edu.my

² Department of Indian Studies, Faculty of Arts & Social Sciences, University Malaya, 50603 Kuala Lumpur, Malaysia. Email: rajantheran@um.edu.my

*Corresponding author

DOI: <https://doi.org/10.33306/mjssh/225>

Abstract

Writing and reading style for different reading levels was developed throughout the decade, resulting in two different types of publications in the media industry, the Popular Magazine and Radical Magazine. One of the many forms of radical magazine, is the little magazine, which bases its emphasis on the subject of literature. Little magazine has four distinct, yet interconnected archetype: *Content, Production, Readership Use and Interaction* and *Intersection with Mainstream Media*. The relative distinction of little magazine resides in its production, within which the uniqueness namely exist in content production, sales and distribution cycle. In turn, it is possible to identify that the production method of little magazine and the production method of alternative media to be compatible in many aspects. In line to this, this particular study aims to juxtapose the production method of little magazine and the production-centered trend of alternative media as typified by Atkinson (2017). General process of media production is used as a basic framework to best illustrate the little magazine's production structure. Descriptive content analysis method has been used in this study as it examines three different concepts; media, alternative media and little magazine. The study established that little magazine resonates with the characteristics of alternative media and also depicts the differences to that of general media production.

Keywords : Media, Alternative Media, Little Magazine, Production-centered Trend

ஆய்வுச் சாரம்

வேறுபடும் வாசக மட்டங்களுக்கான எழுத்துமுறை மற்றும் வாசிப்பு முறையின் அடிப்படையில் வெகுசன இதழ், தீவிர இதழ் என இருவேறு இதழியல் முறைகள் ஊடகத் துறையில்

இயங்கிவருகின்றன. இவற்றில் இலக்கியத்தைத் தனது பாடுபொருளாகக் கொண்டு உருவாகிய தீவிர இதழ் வடிவமான சிற்றிதழ்கள் உள்ளடக்கம், உற்பத்தி, வாசகர், பயன்பாடு மற்றும் தொடர்பு, முதன்மை ஊடகங்களுடனான ஊடறுப்பு ஆகிய நான்கு முதன்மை போக்குகளைக் கொண்டது. இவற்றில் ஊடகங்களின் உற்பத்தி செயல்முறையில் காணப்படும் உள்ளடக்க தயாரிப்பு, விற்பனை மற்றும் விநியோக சூழ்சி ஆகியவை சிற்றிதழ் சூழலில் தனித்தன்மை கொண்டவை. மறுநிலையில், சிற்றிதழின் உற்பத்தி முறையும் மாற்று ஊடகங்களின் உற்பத்தி முறையும் பல தளங்களில் பொருந்திப்போவதை அடையாளமாகாண முடிகிறது. அதன் அடிப்படையில் ஊடக உற்பத்தியின் பொதுவான செயல்முறைகளை வகைமாதிரியாகக் கொண்டு Atkinson (2017) குறிப்பிடும் மாற்று ஊடகத்தின் உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்குடன் சிற்றிதழ்களின் உற்பத்தி முறை பொருத்திப்பார்க்க இவ்வாய்வு முனைந்துள்ளது. ஊடகம், மாற்று ஊடகம், சிற்றிதழ் ஆகிய மூன்று வெவ்வேறு கருத்தாக்கங்களை ஆய்வுக்குட்படுத்துவதால் உய்த்தறிதற்குரிய உள்ளடக்க பகுப்பாய்வு முறை இவ்வாய்வில் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இதன்வழி சிற்றிதழ்கள் மாற்று ஊடகங்களின் தன்மைகளைக் கொண்டிருப்பதை நிறுவுவதுடன் பொதுவான ஊடக உற்பத்தியிலிருந்து சிற்றிதழ் மாறுபட்டிருக்கும் தனித்தன்மைகளையும் இந்த ஆய்வு கண்டடைவாக முன்வைக்கிறது.

கருச்சொற்கள்: சிற்றிதழ், மாற்று ஊடகம், ஊடகம், ஊடக உற்பத்தி செயல்முறை

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License



Received 4th August 2022, revised 26th September 2022, accepted 11th October 2022

முன்னுரை

வேறுபடும் வாசக மட்டங்களுக்கான எழுத்துமுறை மற்றும் வாசிப்பு முறையின் அடிப்படையில் வெகுசன இதழ், தீவிர இதழ் என இருவேறு இதழியல் முறைகள் உருவானது. இது எழுத்தறிவின் காரணமாக ஏற்பட்டது. எழுத்தறிவு வளர்ச்சியுடன் இதழியல் வாசிப்பு முறையைப் பொருத்திப் பார்க்கும்போது வாசிப்பில் இருவேறு மட்டங்கள் துல்லியமாகின்றன. ஒன்று, காத்திரமான வாசிப்பு நிலை. இரண்டு, ஜனரஞ்சக வாசிப்பு நிலை. எழுத்தறிவுடன் சேர்த்து சனநாயகமயமாக்கல் துறைசார் தனித்த இதழ்கள் உருவாகக் காரணமாயின. அதாவது தொடக்கக் காலத்தில் அரசியல், சமூகம், அறிவியல், பண்பாடு இலக்கியம் என்பவற்றைத் தொகுத்துத் தருகின்ற மரபைக் கொண்டிருந்த இதழ்கள் படிப்படியாக ஒவ்வொரு துறைக்கும் உரியனவாக தனித்து வெளிவரத் துவங்கின (கார்த்திகேசு சிவதம்பி, 2004)¹. இதுவே, இலக்கிய இதழ் என்பதான தனித்த வடிவம் உருபெறவும் வழிசெய்தது. இவ்வாறு இலக்கியத்தைத் தனது பாடுபொருளாகக் கொண்டு உருவாகிய இலக்கிய இதழ்களில் சில மட்டும் அடிப்படையில் இன்றைத்துவம் அல்லது சமகாலத்துவம் (Contemporaneity) மற்றும் அதன் சூழமைவாகிய நவீனத்துவம் (Modernism) ஆகியவற்றுடன் நேரடியாக தொடர்புகொண்டிருந்தன. மற்றவை பொதுவாக இலக்கியத்தை, இலக்கியவாதிகளை முன்னெடுப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டிருந்தன. இவ்வாறு இலக்கியம் தொட்டு இன்னும் பிற துறைகளில் காத்திரமான வாசிப்பு, சிந்தனை, செயல்பாட்டை சாத்தியப்படுத்திய இதழ்கள் சிறுபத்திரிகை அல்லது சிற்றிதழ் என்பதாக அடையாளம் பெறுகின்றன.

சிற்பிதழ் ஊடகம் சமூக இயங்கியலோடு நேரடியாக தொடர்புகொண்டது என்று குறிப்பிடும் அரசு (2006)², 'சமூகத்தில் நம்பிக்கை சார்ந்து நிகழும் சடங்குகள், அவைகளின்வழி உருபெறும் விழுமியங்களை வெகுசன ஊடகங்கள் கேள்விகளின்றி ஏற்றுக்கொள்ளும் சூழலில் சிறுபத்திரிகை ஊடகம் இதனைக் கேள்விக்குள்ளாக்குகிறது' என்கிறார். புதிய சிந்தனைகளை விவாதிக்கும் களம், வெகுசன நுகர்வுக்கு மாற்று, சிறுகுழு நிலையில் விவாதிக்கப்படும் கருத்துநிலை என்பதாக சமூக இயங்கியலுடன் தொடர்புபடுத்தி சிற்பிதழ்க்கான வரையறையையும் முன்வைக்கிறார். மறுநிலையில் 'அரசியல், இடதுசாரி கருத்தியல் தளத்தில் சிற்பிதழ் ஊடகம் என்பது எளிய மக்களுக்கான குரலாக, குரல் நசுக்கப்பட்டவர்கள் தங்கள் குரலை வெளிப்படுத்தும் தளமாக இயங்கியுள்ளது' என குறிப்பிடுகிறார். அதுபோல, மாற்று ஊடகத்தில் அடிப்படைத் தன்மைகளும் 'அதிகாரம் சார்ந்த கொள்கைக்கு எதிராக அல்லது மாறுபட்ட கருத்து', 'வழக்கமான பத்திரிகைகளில் இருந்து வேறுபடுகின்ற கருத்து' என சிற்பிதழ்முன் பொருந்திப்போவதாக உள்ளது (Streitmatter, 2001)³. உள்ளடக்க பொருண்மைகளுக்கு அப்பால் சிற்பிதழ் ஊடகம், மாற்று ஊடகம் ஆகிய இவ்விரு ஊடக கருத்தாக்கங்களும் உற்பத்தி முறையில் வெகுசன ஊடகத்திலிருந்து முற்றிலும் வேறுபடுவதை அவதானிக்க முடிகிறது. கூடுதலாக, சிற்பிதழ், மாற்று ஊடகம் எனும் இவ்விரு கருத்தாங்களில் இளையோடியிருக்கும் பொருத்தப்பாடுகளை ஆய்வுக்குட்படுத்தும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படவில்லை. அவ்வாறு செய்வதன்வழி சிற்பிதழ்கள் மாற்று ஊடகங்களின் தன்மைகளைக் கொண்டிருப்பதை நிறுவ முடிவதுடன் பொதுவான ஊடக உற்பத்தியிலிருந்து சிற்பிதழ் மாறுபட்டிருக்கும் தனித்தன்மைகளையும் அடையாளம் காண முடியும்.

ஆய்வு வரையறை

சாதிமத எதிர்ப்பு, சமூகநீதி, சமூக சீர்திருத்தம் என சமயம், முதலாளியம் உள்ளிட்ட பிறநிகழ்வுகளுக்கு எதிரான செயல்பாட்டை முன்னிறுத்தி 1800கள் முதலே தமிழில் சிற்பிதழ் முயற்சிகள் நடைபெற்றுள்ளன. ஆயினும், வரையறை கருதி தமிழில் 1959ஆம் ஆண்டு உருவான எழுத்து இதழ் தொடங்கி அதற்கு பின்பான இலக்கியச் சிற்பிதழ்கள், 1800களின் பிற்பகுதியில் ஐரோப்பிய, அமெரிக்க சூழலில் உருவான இலக்கிய சிற்பிதழ்கள் ஆகியவற்றை முன்மாதிரியாகக் கொண்டு அவை வெளிபடுத்தும் மாற்று ஊடகத்தின் தன்மைகளை அடையாளம்காண இவ்வாய்வு முயன்றுள்ளது. அதன் அடிப்படையில் ஊடக உற்பத்தியின் பொதுவான செயல்முறைகளை வகைமாதிரியாகக் கொண்டு Atkinson (2017)⁴, குறிப்பிடும் மாற்று ஊடகத்தின் உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்குடன் சிற்பிதழ்களின் உற்பத்தி முறை பொருத்திப்பார்க்க இவ்வாய்வு முனைந்துள்ளது. சமூகம், அரசியல் தளங்களில் எதிர் மனநிலையுடன் வெகுசன நுகர்வுக்கு மாற்றான ஒன்றாக தன்னை வெளிபடுத்தும் ஊடகமாக சிற்பிதழ்கள் இயங்குவதால் அதன் உற்பத்தி முறை பொதுவான ஊடக உற்பத்தி செயல்முறைலிருந்து மாறுபடும்; மாற்று ஊடக உற்பத்தி செயல்முறையுடன் பொருந்திப்போகும் எனும் இரு கருதுகோள்களைச் சாரமாகக் கொண்டு இவ்வாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

மாற்று ஊடக கருத்தாக்கம்

சிறுபத்திரிகை அல்லது சிற்பிதழை இலக்கியத் துறைக்கான மாற்று ஊடகமாக பொருத்திப்பார்க்கும் முன், மாற்று ஊடக கருத்தாக்கத்தை முழுமையாக புரிந்து கொள்வதும் அதன் கருத்துருவாக்கம் பற்றிய தெளிவான வரையறைகளை விளங்கிக்கொள்வதும் அவசியம்.

ஊடகவியல் துறையில் மாற்று ஊடகம் மீதான பார்வையும் கவனமும் Armstrong (1981)⁵, என்பவர் அமெரிக்காவின் மக்காளாட்சி தொடங்கப்பட்ட காலங்களில் சமூக இயக்க செயற்பாட்டாளர்கள் முன்னெடுத்த தீவிர ஊடக (Radical media) பதிப்பு முயற்சிகளை விளக்க ஆய்வுக்குட்படுத்தியபோது துவங்கியது. தொடக்கம் முதலே மாற்று ஊடகத்திற்கான கருத்துருவாக்கமும் (Conceptualizing) வகைப்படுத்துதலும் (Classifying) ஆய்வுலகில் மிகுந்த சிக்கலுக்குரியதாகவே இருந்துள்ளது. பொதுவாக, ஒரு ஊடகத்தை அதன் சாராம்சத்தின் அடிப்படையில் பகுத்துப்பார்த்து மாற்று ஊடகம் என்று சொல்வது வழக்கம். அதற்கடுத்த நிலையில், அளவீடுகளை (Parameters) உருவாக்கி அதன் துணைகொண்டு மாற்று ஊடகங்களை வரையறுக்கும் முயற்சிகளைப் பலரும் மேற்கொண்டனர்.

ஒருபக்கம் அளவீடுகளை உருவாக்கும் வகைமையிலான ஆய்வுகள் நடந்து கொண்டிருக்க மற்றொரு பக்கம் எதிர்விமர்சனங்களும் எழுந்தன. அவற்றுள் முதன்மையானது Downing (2001)⁶, முன்வைத்த வாதம். இவ்வுலகில் தோன்றும் அனைத்துமே ஒன்றுக்கு இன்னொன்று மாற்றாக இருக்கும் எனும்போது 'மாற்று ஊடகம்' எனும் சொற்றொடர் கொண்டு சில பதிப்பு முயற்சிகளை வகைபிரிப்பது முரண்பாடானது என்றார் Downing. மாற்று என்று சொல்வதன்வழி முதன்மை ஊடகம் எனும் வரிசையில் வைக்கப்படும் ஊடகங்களுக்கு நேரடியாக ஒரு உயரிய இடத்தையும் கூடுதலான முக்கியத்துவத்தையும் கொடுக்கும் தோரணை இயல்பாக ஏற்பட்டுவிடுவதாகவும் கூட விவாதங்கள் எழுந்தன. இதனுடன், மாற்று ஊடகம் என்ற சொற்றொடருக்கு ஈடாக 'சுதந்திர' ஊடகம், 'தீவிர' ஊடகம், 'செயல்பாட்டு' ஊடகம், 'குடிமகன்' ஊடகம், 'தந்திர' அல்லது 'தன்னாட்சி' ஊடகம், 'பங்கேற்பு' அல்லது 'சமூக' ஊடகம் என பல பெயர்களில் வெவ்வேறு கருத்தாங்களில் ஊடகங்கள் அடையாளப்படுத்தப்பட தொடங்கின (Downing, 2001)⁶. இந்தக் கருத்தாக்கங்கள் ஒவ்வொன்றும் பெருநிறுவனங்களுக்கு வெளியே இயங்கும் ஊடகத்தின் தனித்தன்மையைப் படம்பிடிக்க முயலும் போக்கில் ஒரு ஒற்றைத் தன்மைக்குள் இணைந்தன. அதே சமயம், ஒவ்வொன்றும் மாற்று ஊடகத்தின் வெவ்வேறு அம்சங்களுக்குத் தனித்த முக்கியத்துவம் கொடுப்பதால் அதன் போக்குகளில் வேற்றுத்தன்மை கொண்டிருந்தன.

மாற்று ஊடகத்தின் கோட்பாட்டு உருவாக்கம்

ஊடக ஆய்வு மரபில் மாற்று ஊடகத்திற்கான கருத்துருவாக்கம் அல்லது கோட்பாட்டு உருவாக்கம் தொடர்பான முன்னெடுப்புகள் மிக அரிதாக வேற்கொள்ளப்பட்டு வந்துள்ளன (Atton, 2001)⁷. அங்கொன்றும் இங்கொன்றுமாய் முன்மொழியப்பட்ட சில கருத்துருவாக்கங்களும் கூட மாற்று ஊடகத்தில் தன்மைகளை முழுமையாக விளக்க முடியாமல் நிறைய இடைவெளிகளைக் கொண்டிருந்தன. இக்குறைபாடுகளுக்கு மத்தியில் பரவலான கவனம் பெற்ற கருத்துருவாக்கங்கள் சிலவும் இருக்கவே செய்கின்றன. அவற்றில் முதலாவதாக, சில வகை ஊடகங்களில் காணப்படும் அரசியல் விடுதலை குறித்து ஆய்வுசெய்த Enzensberger (1976)⁸, அவை முறையே வாசகருக்கும் படைப்பாளருக்கும் இடையேயான ஊடாட்டம், கூட்டு உற்பத்தி முறை, வெகுமக்களின் அன்றாட வாழ்வு, தேவை குறித்த அக்கறை எனும் மூன்று முக்கிய வகைமைக்குள் அமைந்திருப்பதைக் குறிப்பிடுகிறார்.

அடுத்து, ஐக்கிய பேரரசின் பத்திரிகைக்கான 3வது ராயல் கமிஷன் (Royal Commission on the Press (1977)⁹, மாற்று பத்திரிகையின் வரையறை ஒன்றை முன்மொழிந்ததும் கவனத்திற்குரியது. அதில் மாற்று பத்திரிகை (*Alternative press*) என்பதற்கான வரையறைகளை

(1) மாற்று பதிப்புகள் சிறுபான்மையினரின் கருத்துக்களைக் கையாள்பவை; (2) பரந்துபட்ட நம்பிக்கைகளுக்கு விரோதமான அணுகுமுறைகளை வெளிப்படுத்துபவை; (3) பொதுவாக செய்தி முகவர்களிடமிருந்து கிடைக்கப்பெறும் வழக்கமான செய்திகளாக அல்லாமல் வேறான பார்வை, பொருண்மைகளை வரவேற்பவை என குறிப்பிட்டுள்ளது. தொடர்ந்து இதேபோல் பலவகை மாற்று பதிப்புகள் உருவாவதற்கான சாத்தியங்களையும் அவற்றின் மாறுபட்ட தரத்தையும் இந்த கமிஷன் அவதானித்து வலியுறுத்தியுள்ளது. அதே சமயம், சிறுபான்மையினரின் கருத்துக்களுக்கு இடம் வழங்குவதில் பிரதான பதிப்புகள் (Mainstream publications) காட்டும் விருப்பமின்மையையும் இயலாமையையும் இவ்வரையறை விளக்கப்படுத்தியுள்ளது.

புத்தக விவரணப் பட்டியலில் பதிவுசெய்வதற்குத் தகுதியான பதிப்பாளர்களைச் தேர்வு செய்யும் நடைமுறையில் 'Alternatives in Print' எனும் மாற்று ஊடகவியல் துறைக்கான நூற்பட்டியல் உருவாக்கக் குழுவின் பதிப்பாசிரியர்கள் மாற்று ஊடகத்திற்கான மூன்று வெளிப்படையான எளிய அளவுகோல்களை முன்வைத்துள்ளனர். அவை; (1) பதிப்பாளர்கள் வணிக நோக்கம் இல்லாதவராக இருக்க வேண்டும், இலாபத்தைமீது கவனம் செலுத்தாமல் சிந்தனையை வெளியீட்டிற்கான உந்துதலாக கொண்டிருக்க வேண்டும்; (2) வெளியீடுகளின் நோக்கம் - சமூகப் பொறுப்பு, ஆக்கப்பூர்வமான வெளிப்பாடு அல்லது பொதுவாக இவ்விரண்டின் கலவையாக இருக்க வேண்டும்; (3) பதிப்பாளர்கள் தங்களை மாற்று பதிப்பாளர்களாக வரையறுத்துக் கொள்வதும் போதுமானது (Alternatives in Print, 1980)¹⁰. இதுபோல, இதற்கு பின்னர் முன்மொழியப்பட்ட வரையறைகள், அளவுகோல்கள் அனைத்தும் மாற்று ஊடகத்திற்கான எல்லைகளைத் தொடர்ந்து விரிவுபடுத்திக்கொண்டே இருந்தன. முன்குறிப்பிட்டது போல், இவற்றை தொகுத்து கோட்பாட்டுக்குரிய கட்டுமானத்துடன் விளக்கும் முயற்சிகள் மிக அரிதாகவே நிகழ்ந்துள்ளன.

அவ்வகையில் Atton (2001)⁷, என்பவரின் 'Approaching Alternative Media: Theory and Methodology' எனும் ஆய்வு முக்கியமானது. அவர் Downing's theory of radical media (1984)¹¹, A study of British 'cultural alternatives' by Dickinson (1997)¹², Study of American zines by Duncombe (1996)¹³, ஆகியோரின் மாற்று ஊடக கோட்பாட்டு வரைபடங்களையும் கலாச்சார கோட்பாட்டின் அம்சங்களையும் (Bourdieu, 1984; 1993 & 1997) இணைத்து தனது ஆய்வை மேலும் ஆழப்படுத்தினார். இதில் அவரது கவனம் மாற்று ஊடகங்களின் செயல்முறைகள் (Process), சமூக தொடர்பாடல்கள்மீது (Community relation) குவிமயமானது. ஆயினும், முந்தைய ஆய்வுகளில் கவனப்படுத்தப்பட்ட முக்கியமான பல கூறுகள் Atton (2001)⁷, முன்வைத்த மாற்று ஊடக கோட்பாட்டில் விடுபட்டிருப்பதைக் காண முடிகிறது.

இவ்வரிசையில், மாற்று ஊடகம் இதர ஊடகங்களைப் போலவே உள்ளடக்கம், உற்பத்தி, வாசகர், எதிர்வினை என பல்பட்டிக்கு (Multilevel) தன்மை கொண்டது என்றும் அவற்றை தனித்தனியாக பகுத்து வகைப்படுத்துவதைவிடவும் Pan and McLeod (1991)¹⁴, ஆகியோரின் பலநிலை பகுப்பாய்வு முறையின் உதவியுடன் ஆராய்வதை வழியுறுத்தியவர் அட்கின்சன். மாற்று ஊடகம் தொடர்பான ஆய்வுகள் பலவற்றின் கண்டடைவுகளை முன்வைத்து மாற்று ஊடகங்கள் என்பன நான்கு முதன்மையான போக்குகள் மூலம் வளர்ந்துள்ளதாக Atkinson (2017)³ குறிப்பிடுகிறார். அவற்றை முறையே உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்கு (Production-centered trend), உள்ளடக்கத்தை மையமாகக் கொண்ட போக்கு (Content-centered trend), வாசகர்களை மையமாகக் கொண்ட போக்கு (Audience-centered trend), பிரதான ஊடகங்களுடனான ஊடறுப்பு போக்கு (Intersection with mainstream media) என்றும்

குறிப்பிடுகிறார். கூடுதலாக Pan and McLeod (1991)¹⁴, ஆகியோரது பலநிலை பகுப்பாய்வு முறையைப் பின்பற்றி மாற்று ஊடக ஆய்வுக்கான கட்டமைப்பையும் உருவாக்கியுள்ளார்.

அட்கின்சனின் உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்கு

ஒரு ஊடகம் அது உற்பத்தி செய்யப்படும் முறையால் மாற்றுத்தன்மை பெறுகிறது. முதன்மை ஊடகங்கள் உற்பத்திக்குத் தேவையான அனைத்து வளங்களையும் தனதுடைமையாக்கிக் கொள்வதாலும் பரவலான பொது கட்டமைப்பு, வெகுசன தளத்திலிருந்து (Public sphere) வலுக்கட்டாயமாக ஒதுக்கி வைக்கப்படுவதாலும் மாற்று ஊடகங்கள் பல நெருக்கடிகளுக்கும் சிறுபான்மை எனும் தரத்திற்கு கீழ்தள்ளப்படுகின்றன. இவ்வாறு மாற்று ஊடகத்தை வெகுசன தளத்திலிருந்து மதிப்பிழப்பு செய்யும் தன்மையை 'Ghetto sphere' எனும் சொற்றொடர்வழி விளக்கப்படுத்துவது பொருந்தும் (Atton, 2002; 2004)^{15,16}. போதுமான வளங்கள் இல்லாததால் மாற்று ஊடகங்களை முன்னெடுப்பவர்கள் தங்கள் உள்ளடக்கத்தைத் தயாரித்து பரப்புவதற்கு புதுமையான முறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டியிருக்கிறது. பதிப்புக்குத் தேவையான உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவதில் பின்பற்றப்படும் மிக முக்கியமான உத்தியாக வாசகர்களையே படைப்பாளர்களாக செயல்பட அழைப்பு விடுப்பதையும் ஊக்குவிப்பதையும் கூறலாம். இந்த வகை தன்னார்வத் தொண்டுவழி பெறப்படும் உள்ளடக்கங்களுக்கு உற்பத்தியாளர்கள் எவ்வித கட்டணமும் செலுத்த கடப்பாடு கொண்டிருப்பதில்லை. அவை இலவசமாக வந்து சேர்கின்றன, கேட்டுப் பெறப்படுகின்றன. மேலும், பொதுவெளியில் மாறுபட்ட, புதிய பார்வையை, அரசியலை வெளிப்படுத்தவும் தங்களுக்கான அடையாளத்தை நிறுவிக்கொள்ளவும் முனைந்தவர்கள் (தனிமனிதர்கள்; ஒற்றைக் கருத்துடையவர்கள்; ஒரு குழு) மாற்று ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துக் கொள்கின்றன (Meikle, 2002)¹⁷. மாற்று ஊடகங்களுக்கு எழுதுவது விமர்சனப்பூர்வமான உலகக் கண்ணோட்டங்களைச் சாத்தியப்படுத்துவதுடன் எழுதுபவருக்குப் புதிய அரசியல் அடையாளங்களையும் உறுதிப்படுத்த உதவுகிறது. இவ்வாறு தயாராகும் மாற்று ஊடகங்களின் விற்பனை, விநியோக சுழற்சி மற்றும் அதன் வாசிப்பு, பயன்பாட்டு தளமானது இவ்வூடகங்களை முக்கியமென கருதும், அதனுடன் ஒத்த கருத்துடன் இருக்கும், மாற்று சிந்தனை அவசியமாயிருக்கும் தரப்புக்குப் பகிரப்படுகிறது (Redden, Caldwell, & Nguyen, 2003)¹⁸. சுறுங்கக்கூறின், (1) வாசகர்களே படைப்பாளர்களாக செயல்படுவது; (2) கட்டணம் வழங்கப்படாமை; (3) தனிமனித அல்லது ஒரு தரப்பின் கருத்தியல் அடையாளத்தை நிறுவுதல்; (4) ஒத்த கருத்துடையவர்கள் மத்தியில் விற்பனை, விநியோகம், வாசிப்பு, பயன்பாடு எனும் இந்நான்கினை Atkinson (2017)⁴, 'உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்கு' என்பதாக விளக்குகிறார். இவற்றுடன் கூடுதலாக, 'யாரெல்லாம் படைப்பைக் கொடுக்கிறார்கள், யாருடைய கருத்துகள் விமர்சனங்கள் படைப்பாக பயன்படுத்தப்படுகிறது, படைப்பை செறிவு செய்வதில் ஏதேனும் அடக்குமுறைகள் இருக்கிறதா, செறிவாக்கம் செய்வதில் என்ன மாதிரியான வழிமுறைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன, (உள்நாடு, வெளிநாடு) எந்தப் பகுதி படைப்புகள் அதிகம் ஏற்கப்படுகிறது, எழுத்தாளர்கள் பிற மாற்று ஊடகத்துடன் தொடர்புடையவரா, தயாரிப்பில் என்னென்ன பொருளாதார நெருக்கடிகள் உருவாகின்றன, எப்படி எதிர்கொள்ளப்படுகிறது, வாசகர்-படைப்பாளர் ஆவது பற்றிய ஏற்பு நிலை என்ன' என்பதான கேள்விகளும் ஊடக உற்பத்தியின் செயல்முறையை துள்ளியமாக அளவிட வழிவகுக்கும் என Atkinson (2017)⁴, ஆய்வு கோடிக்காட்டுகிறது.

பகுப்பாய்வு

ஒரு பத்திரிகையின் தயாரிப்பு அல்லது உற்பத்தி செயல்முறையானது ஆசிரியர் குழு, உள்ளடக்க சேகரிப்பு மற்றும் அதன் கோப்பு முறை, விளம்பரம், அச்சு, விநியோகம் என ஒரு பத்திரிகை அதன் இறுதி வடிவத்தை பெறும்வரை பங்களிக்கும் அனைத்து அம்சங்களையும் உள்ளடக்கியது. இது ஒரே நேரத்தில் மேற்கொள்ளப்படும் பல படிநிலைகளை உள்ளடக்கியது. ஒவ்வொரு பத்திரிகையும் இந்த தயாரிப்பு செயல்முறையில் மாறுபடலாம். ஆனால், அனைத்து வகை பத்திரிகை தயாரிப்புகளுக்கும் பொருந்திப்போகும் அடிப்படை சூத்திரம் என்ற ஒன்று இருக்கவே செய்கிறது. அவற்றை முறையே (1) உள்ளடக்கத்தைத் திட்டமிடுதல் மற்றும் தயாரித்தல்; (2) உற்பத்தி, அச்சிடுதல் மற்றும் விநியோகம்; (3) பத்திரிகை உள்ளடக்கம் மீதான அணுகுமுறை, கருத்துகளில் தொடர்ந்து கவனத்தை தக்கவைத்தல்; (4) தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் என வகைப்படுத்தலாம் (கலைக்களஞ்சியம்). இவற்றில் சிற்றிதழ்கள் அடைந்துள்ள தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி குறித்து இதுவரையிலும் விரிவான ஆய்வுகள் மேற்கொள்ளப்படாத நிலையில் வரையறை கருதி அதனை இவ்வாய்வு தவிர்த்துள்ளது. இனி, பத்திரிகை தயாரிப்பில் மேற்கொள்ளப்படும் அடிப்படையான முதல் மூன்று செயல்முறைகளை வகைமாதிரியாகக் கொண்டு Atkinson (2017)⁴, குறிப்பிடும் மாற்று ஊடகத்தின் உற்பத்தியை மையமாகக் கொண்ட போக்குடன் சிற்றிதழ்களின் உற்பத்தி முறையைப் பொருந்திப் பார்க்கலாம்.

(1) உள்ளடக்கத்தைத் திட்டமிடுதல் மற்றும் தயாரித்தல்

ஒரு பத்திரிகை அல்லது இதழ் உருவாவதற்கு அடிநாதமாய் இருப்பது பதிப்பாசிரியர், வெளியீட்டகம் இரண்டும். இங்கிருந்தே ஒரு இதழின் தன்மையை ஓரளவு ஊகித்துவிட முடியும். இதை Atkinson (2017)⁴, ஊடகத்தின் அரசியல் அடையாளம் என்பதாகக் குறிப்பிடுகிறார். பதிப்பாசிரியர் அல்லது வெளியீட்டகம் கொண்டிருக்கும் அரசியல் நிலைபாடுதான் அவ்விதழின் ஒட்டுமொத்த அரசியல் வெளிப்பாடாகவும் இருக்கும். சிற்றிதழ் சூழலில் பதிப்புக்கு பொறுப்பேற்கும் ஆசிரியர் தனது அரசியல் நிலைப்பாட்டைத் தலையங்கத்தில் பிரகடனப்படுத்திக் கொள்ளும் போக்கு பெரும்பாலான இதழ்களில் காண முடிகிறது.

உதாரணமாக, எழுத்து இதழ் அதன் முதல் பதிப்பில் 'புதுமை இலக்கிய மாத ஏடு' என்பதாக இலக்கியத்தில் தனது மாறுபட்ட அரசியல் அடையாளத்தை வெளிப்படுத்துகிறது. பின்னர், 'இலக்கிய விமர்சனக் குரல்', 'இலக்கிய விமர்சனம், படைப்புத் துறையில் சோதனைகள் இவற்றில் அக்கறை கொண்ட மாதப்பத்திரிகை' என தலையங்கம் தொடங்கி அதன் பல்வேறு பகுதிகளில் புதுமை, புதிய பார்வை, புதிய நோக்கம், புதிய தடம் என்ற சொற்றொடர்களைப் பயன்படுத்தியுள்ளது (நடராசன், 2004)¹⁹. இதேபோல, 'இன்றைய படைப்புகளிலும் அவற்றை தாங்கி வருகிற பத்திரிகைகளிலும் தீவிர அதிருப்தியும் அதனால் கோபமும் உடைய இளம் எழுத்தாளர்கள், திறனாய்வாளர்களின் பொதுமேடைதான் கசடதபற' எனும் அறிக்கையை கசடதபற இதழ் தனது முதல் பிரசுரத்தில் வெளியிட்டுள்ளது (நஜ்மா, 2012)²⁰. இதனை Ransom (1946)²¹ பின்வருமாறு குறிப்பிடுகிறார்.

'The editorial impulse of the little magazine arises from its location whether geographical or intellectual where there is a cluster of creative ideas to radiate outwards; the magazine become the medium of this radiation.'

அடுத்து, சிற்றிதழ் சூழலில் இயங்கியவர்கள் அடுத்தடுத்து இதழ்களைத் தனியாகத் தொடங்கும்போது அங்கும் அவ்வரசியலை உடன் கொண்டு செல்கிறார்கள். மணிக்கொடி பத்திரிகையில் 'புதிய எழுத்துமுறை, தரமான சிந்தனை' இரண்டையும் உள்வாங்கிக்கொண்ட மணிக்கொடி எழுத்தாளர்களான கு.ஸ்ரீநிவாசன், வ.ரா., பி.எஸ். ராமையா, டி.எஸ். சொக்கலிங்கம், புதுமைபித்தன், கு.ப.ரா., ந.பிச்சமுர்த்தி, சி.ச.செல்லப்பா, க.நா.சுப்பிரமணியம் முதலானோர் மணிக்கொடிக்குப் பின் தனியாக சிற்றிதழ் தொடங்கியும், வேறு சிற்றிதழ்களுடன் இணைந்தும் செயல்பட்டுள்ளார்கள். கருத்து வேறுபாடுகளால் எழுத்து இதழிலிருந்து பிரிந்து சென்ற க.நா.சுப்பிரமணியம் இலக்கிய வட்டம் எனும் சிற்றிதழைத் தொடங்கி நடத்தியுள்ளார் (தனஞ்செயன், 2012)²². இவ்வாறு, எழுத்தின் அடுத்தக்கட்ட வளர்ச்சியாக நடை, கசடதபற, யாத்ரா, கொல்லிப்பாவை, வைகை, சுந்தராமசாமி நடத்திய காலச்சுவடு ஆகிய சிற்றிதழ்கள் இருக்கின்றன (அரசு, 2006)². தனி நபர்களைப் பிரதிநிதித்து செயல்படுவதுபோல ஆசிரியர் குழு என கூட்டுமுறையிலும் சிற்றிதழ்கள் செயல்பட்டுள்ளன. ஒரே கருத்துநிலை சார்ந்து இயங்குபவர்களுக்குத் தங்களை வெளிப்படுத்திக் கொள்வதற்கான தளமாக சிற்றிதழ் இயங்க முடிவதால் இது சாத்தியமாகிறது (சிற்றிதழ்கள், 2012)²³. Atkinson (2017)⁴, இதனை 'மாறுபட்ட, புதிய பார்வையை, அரசியலை வெளிப்படுத்தவும் தங்களுக்கான அடையாளத்தை நிறுவிக்கொள்ளவும் முனைந்தவர்கள் (தனிமனிதர்கள்; ஒற்றைக் கருத்துடையவர்கள் ஒரு குழு) மாற்று ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துக் கொள்கின்றனர்' என்கிறார் (Meikle, 2002)¹⁷. இவ்வாறு தனி நபர்களை ஆசிரியராக கொண்டு ஒரே கருத்துடையவர்களால் அவருக்கு உறுதுணையாக ஒரு குழு உருவாவது, அல்லது முழுவதும் கூட்டு முயற்சியால்கூட சிற்றிதழ்கள் நடத்தப்படுகின்றன (சிவகுமார், 2012; தனஞ்செயன், 2012; உமாதேவி, 2012)^{24,22,25}. யாத்ரா இதழ் தனித்து இதழாசிரியராக என எவர் பெயரும் இல்லாமல் பலரது கூட்டுப்பொறுப்பில் வெளிவந்துள்ளது. மா.அரங்கநாதனை ஆசிரியராகவும், சிறப்பாசிரியர்களாக க.நா.சுப்பிரமணியம், அசோகமித்திரன் இருவரையும் கொண்டு முன்றில் இதழ் வெளிவந்துள்ளது. கொள்ளிப்பாவையின் முதல் 12 இதழ்களுக்கு ஆர்.ராஜமார்த்தான்டன்; பின் 8 இதழ்களுக்கு ஆர்.கே.ராஜகோபாலன் ஆசிரியராக இருந்துள்ளனர். ஒரு இதழில் நிகழும் மாற்றங்களைப் பின்னொற்றி இன்னொரு இதழ் தனது செயல்பாட்டு அரசியலை, கருத்தியலை அடுத்தக்கட்டத்துக்கு எடுத்துச் செல்லும் போக்கும் சிற்றிதழ் சூழலில் இருந்துள்ளது. கலாமோகினி இதழின் தீவிர மறுமலர்ச்சிக்கான இயக்கப்பாடால் தூண்டுதல் பெற்ற அ.வெ.ர.கி (நிர்வாக ஆசிரியர்), சீதாராம் (ஆசிரியர்) இருவரும் அதுவரை அரசியல் இதழாக இருந்த கிராம ஊழியன் இதழை தீவிர இலக்கிய இதழாக மாற்றியமைத்தனர். 'கௌரவ ஆசிரியர்' எனும் பீடம் அமைத்து கு.ப.ராஜகோபாலனை நியமித்தார்கள்.

தொடர்ந்து, பத்திரிகையின் தயாரிப்பு அல்லது உற்பத்தி செயல்முறையில் அடுத்தக்கட்டமாக வருவது உள்ளடக்க சேகரிப்பு மற்றும் அதன் கோப்பு முறை. பதிப்பாசிரியர், வெளியீட்டகம் ஆகியவற்றின் அரசியல் அல்லது உள்ளடக்கப் பொருண்மைசார் கருத்தியலுடன் தொடர்புடைய படைப்புகளை அச்சேற்றுவது மாற்று ஊடகங்களின் வழக்கம். உள்ளடக்கம் பெறப்படும் முறையை Atkinson (2017)⁴, இலவசமாக வந்து சேர்வது, கேட்டுப் பெறப்படுவது என்று இரு வகையாக பகுக்கிறார். மாற்று ஊடகச் சூழலில் இவ்விரண்டுமே தன்னார்வத் தொண்டுவழி கிடைப்பதால் இவற்றுக்கு கட்டணங்கள் ஏதும் கொடுக்கப்படுவதில்லை. சிற்றிதழ் சூழலில் இவை இரண்டுடன் சேர்த்து கூடுதலாக முன்பதிப்பிக்கப்பட்ட ஆக்கங்களை மீள்பிரசுரம் செய்யும் போக்கும் இருந்துள்ளது. இவ்வாறு மீள்பிரசுரம் செய்யப்படும் ஆக்கங்களுக்கும் பணம் செலுத்தப்படுவதில்லை என்பதோடு எழுத்தாளரின் காப்புரிமை பெறுவும் சிற்றிதழ்கள் கடப்பாடு கொண்டிருப்பதில்லை. சான்றாக, எழுத்து, கசடதபற, மேலும் போன்றவை தங்களது

கருத்தியலுக்குத் தொடர்பான மேலை நாட்டவர் கருத்தியல், விளக்கங்களைத் திரட்டி பிரசுரித்துள்ளதைக் குறிப்பிடலாம்.

சிற்பிதழ்கள் ஒத்த கருத்துடையவர்களை உள்ளீர்த்துக் கொள்வது போல (சிவகுமார், 2012) புதியவர்கள், இளம் எழுத்தாளர்கள், கவிஞர்கள், ஓவியர்கள், திறனாய்வாளர்கள், பல்புறசார் கலைஞர்களின் படைப்புகளையே அதிகம் பிரசுரித்தது (நடராசன், 2004; நஜ்மா, 2012)^{19,20}. வெகுசன ஊடகங்கள் அனுபவம், புகழ், விற்பனையாகக்கூடிய எழுத்தாளர்களின் படைப்புகளுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுப்பது அதன் வணிகத் தேவையைப் புலப்படுத்தும் (Frederick, 1966)²⁶. அதற்கு மாற்றாக, பிரபலமில்லாத, பொதுவெளியில் அறியப்படாத திறன்மிக்க எழுத்தாளர்கள்தான் சிற்பிதழ்களின் தேர்வாக இருந்துள்ளது (Pondrom, 1965; நஜ்மா, 2012)^{27,20}. இதனால்தான் சிற்பிதழ்வழி வந்த எழுத்தாளர் என்று பலர் அடையாளப்படுத்தப்படுகிறார்கள் (Allen, 1972)²⁸. நவீன கவிதைகளுக்குத் தளம் அமைத்துக்கொடுத்த எழுத்து இதழ் புதியதாக எழுதிய புதுக்கவிதையாளர்களை வரவேற்று அவர்களது படைப்புகளைப் பிரசுரித்தது. Swallow (1949)²⁹, போர்காலத்திற்கு பின்பான சிற்பிதழ் முயற்சிகளை ஆய்வு செய்ததில் ஐரோப்பிய, அமெரிக்க சிற்பிதழ்கள் ஒற்றிசைவாக புதிய ஆக்கங்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுத்துள்ளதை 'The discovery of new talent and of unexpectedly valid writing' என்பதாகக் குறிப்பிடுகிறார். இலக்கியத் துறைக்குச் சிற்பிதழ்களின் பங்களிப்பாக 'புதிய எழுத்தாளர்களையும் கலைஞர்களையும் தோன்ற காரணமானது' என Knight (1996)³⁰ குறிப்பிடுகிறார். மேலும், அறியப்பட்டவர்களின் படைப்புகள், புதுமை சிந்தனைகள், கவனப்படுத்தப்படாத படைப்புகளை மீள்பிரசுரம் செய்வதும் சிற்பிதழின் பணியாக இருந்துள்ளது (Swallow, 1966; நடராசன், 2004)^{31,19}. எழுத்து இதழ் தொடர்ச்சியாக தங்களது கருத்தியலுக்குத் தொடர்பான மேலை நாட்டவர் கருத்தியல், விளக்கங்களைத் திரட்டி பிரசுரித்தது. கொல்லிப்பாவை இதழ் புதுமைப்பித்தனின் தொகுக்கப்படாத 'ஆற்றங்கரை பிள்ளையார்' எனும் சிறுகதையைக் கண்டெடுத்து பிரசுரித்தது (செல்வன், 2012)³². பிரபலமான பெயர்கள், விருதுகள் கண்ட படைப்பாளர்கள் அல்லாமல் முழுவதும் வாசகர்கள், எழுத்தாளர்களை நம்பி வாசகர்களை எழுத்தாளர்களாக ஏற்கும் வேலையையும் சிற்பிதழ்கள் செய்துள்ளன (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³.

வாசகர்-எழுத்தாளர் தன்மையைச் சிற்பிதழ்கள் ஏற்றுக்கொண்டதையும் வரவேற்பதையும் Ransom (1946)²¹, 'Sometimes, the reader are the contributors' என்று குறிப்பிடுவதோடு இதழாசிரியர்கள் மற்றும் எழுத்தாளர்கள் போன்றே சிற்பிதழ் வாசகர்களும் தீவிர நுண்ணறிவு கொண்டவர்களாக இருக்க வேண்டிய தேவை உள்ளது என்கிறார். இதன் நோக்கில்தான் தனக்கென எழுத்தாளர், வாசக வட்டத்தை உருவாக்கி ஒருங்கிணைத்து அதன்மூலம் படைப்புகளைப் பெறுவதை சிற்பிதழ்கள் மேற்கொண்டன (Bennett & Johnson, 1973)³⁴. கேலிக்கை, பொழுதுபோக்கை முன்னிறுத்தாமல் முழுக்க இலக்கிய மறுமலர்ச்சியில் கவனம் செலுத்தியதால் இந்த முறை சிற்பிதழ்களுக்கு சாத்தியமானது (Basu, 1953)³⁵. வாசகர்கள் எழுதி அனுப்பும் கடிதங்கள், கருத்துகளுடன் (அமரசன், 2012)³⁶, சிற்பிதழ்களே வாசகர்களின் அபிப்பிராயங்களைத் திரட்டி பிரசுரித்துள்ளன (நடராசன், 2004)¹⁹.

சிற்பிதழ்கள் உருவாகிய பின் எழுதலாம் என்பதாக அல்லாமல் மறுமலர்ச்சி எண்ணம் கொண்ட எழுத்தாளர்களே இதழ்களைத் தொடங்குவதும், பின்னர் அவர்களைச் சுற்றி ஒரு வாசக, எழுத்தாளர் வட்டம் அமைவதும் சிற்பிதழ் சூழலில் சாத்தியப்பட்டுள்ளது. மணிக்கொடி இதழில் எழுதி, அதன்மூலம் மறுமலர்ச்சி இலக்கிய வேகம் கொண்ட இளைய தலைமுறையினர் மணிக்கொடி ரீதியில் மறுமலர்ச்சி இலக்கியப் பத்திரிகையை எதிர்பார்த்தும், பின் மணிக்கொடி

எழுத்தாளர்களில் ஒருவரான சி.சு. செல்லப்பா எழுத்து இதழை தொடங்கியதும் இதற்கு சான்று. சிற்றிதழ்களுக்கு எழுதுவது எப்போதும் தன்னார்வ செயலாகவும், அது தாராள மனப்பான்மையின் தூண்டுதலால் மட்டுமே சாத்தியப்படுவதாகவும் இருந்துள்ளது (D., 1947)³⁷. இதனை Atkinson (2017)⁴, தன்னார்வத் தொண்டுவழி பெறப்படும் உள்ளடக்கங்களுக்கு உற்பத்தியாளர்கள் எவ்வித கட்டணமும் செலுத்த கட்டப்பாடு கொண்டிருப்பதில்லை எனக் குறிப்பிடுகிறார். கலாமோகினியின் நாற்பத்து ஐந்தாவது இதழில் வெளிவந்த அறிவிப்பை இதற்கு உதாரணமாகச் சொல்லலாம்.

'லாப நஷ்டமும் இந்த இலக்கிய முன்னணியின் இறுதி லட்சியமல்ல. இதில் எழுதுபவர் எவருக்கும் எழுத்து ஒரு வியாபாரமோ, தொழிலோ, பொழுதுபோக்கோ அல்ல. இலக்கியத்தை வாழ்வாகக் கொண்டவர்கள். தமிழுக்கு நித்தியமான அழகை அளிக்கச் செய்யும் முயற்சிகளே கலாமோகினி இதழ்கள்.'

(வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³,

சிற்றிதழ்கள் படைப்பின் தரத்தை முன்னிலைப்படுத்துவதால் ஒவ்வொரு படைப்பையும் தேர்ந்தெடுத்தல், நிராகரித்தல், செறிவாக்கம் செய்தல் ஆகிய பணிகளை இதழாசிரியர்கள் மிகுந்து கவனத்துடனேயே மேற்கொண்டுள்ளனர். புதிய படைப்பாளர்களை வரவேற்ற கசடதபற இதழ் 'எதையும் செய்யுங்கள் ஆனால் இலக்கியமாகச் செய்யுங்கள்' என்று அதன் முதல் பதிப்பிலேயே கூறியிருப்பது தரத்திற்கு சிற்றிதழ்கள் கொடுக்கும் முக்கியத்துவத்தைக் காட்டுகிறது (நஜ்மா, 2012)²⁰. அதுபோல கிராம ஊழியன் இதழும் ஒவ்வொரு முறையும் கதைகள், கவிதைகள், கட்டுரைகளைத் தேர்ந்தெடுத்து செறிவாக்கம் செய்தபின்பே பதிப்பித்துள்ளது (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³. உள்ளடங்களை வரிசைப்படுத்துதல், தலைப்பிடுதல் சிற்றிதழில் ஒவ்வொரு சிறுசிறு அம்சமும் அதனை வெகுசன ஊடகங்களிலிருந்து வித்தியாசப்படுத்துபவையாகவே இருந்துள்ளன (Elizabeth, 1997)³⁸.

(2) உற்பத்தி, அச்சிடுதல் மற்றும் விநியோகம்

மாற்று ஊடக உற்பத்தி பற்றிய ஆய்வில் உற்பத்தி நடைபெறும் வழிகளை ஆராய்வது இன்றியமையாதது. உற்பத்தி நடைபெறும் வழிகளை ஆராய்வது என்பது உள்ளடக்கம் உருவாக்கம்பெறும் கலாச்சாரப் பின்னணியை மற்றும் நிறுவன நடைமுறைகளை விளக்குவதாகும். இதுவும்கூட இதழின், அதை நடத்துபவர்களின் அரசியலை எளிதில் அடையாளப்படுத்திவிடும் தன்மை கொண்டது. ஒரு அச்சப் பிரதியின் ஒட்டுமொத்த வடிவத்தை, அதன் உள், வெளி கட்டுமானத்தை இவ்விடம் உற்பத்தி என்று பார்க்க வேண்டும். பொதுவாக, வெகுசன இதழ்கள் அச்சிடப்படும் நாளையும் பிரதிகளின் பக்க வரையறை, அளவு, எண்ணிக்கையை முன்னதாகவே திட்டமிடுகின்றன. அதற்குரிய ஏற்பாடுகளை (அச்சுக்கு வேண்டிய தாள்கள், இயந்திர தயார்நிலை, பணியாளர்கள்) அச்சப்பிரிவு செய்யத் துவங்கிவிடுகிறது. மறுநிலையில் பக்க வடிவமைப்புக்காக படைப்பு, விளம்பரம் எனும் இருபகுதிகளாக ஒவ்வொரு பக்கத்திலும் என்னென்ன படைப்புகள், விளம்பரங்கள் வரவேண்டும் என்பதை வடிவமைக்கின்றன. இவை பின்னர் திருத்தங்களுக்கு உட்படுத்தப்படுவதோடு மாற்றங்களுக்கும் இடமளிக்கின்றன. பல பதிப்பு நிறுவனங்கள் தங்கள் விளம்பர உற்பத்திக்கென்று தனித்த விளம்பர நிறுவனங்களின் சேவையை நாடுவதும் உண்டு. பக்க வடிவமைப்புகள் முடிந்து அச்சுக்கு செல்லும் இதழ்களின் நிறம், படங்களின் தெளிவு உள்ளிட்டவைகள் மீழ்பரிசீலனை செய்யப்பட்டு அச்சிடப்படுகின்றன. இறுதியாக, விநியோக நிலையில் பெருவணிக இதழ்கள், விநியோகத்திற்கான கட்டமைப்பைக் கொண்டிருக்கும் சூழலில் தனது சந்தாதாரர்களுக்கு நேரடியாக இதழ்களை விநியோகிக்கின்றன. அல்லது,

நாடுதழுவி அளவில் விநியோகங்களை மேற்கொள்ளும் நிறுவனங்களையும் சில்லறை விற்பனையாளர்களையும் இவை நாடுகின்றன. இவை அனைத்திலிருந்தும் முற்றிலும் வேறுபட்ட தன்மைகளைக் கொண்டது சிற்றதழுக்கான உற்பத்தி, அச்சு, விநியோக செயல்பாடுகள். இயல்பாகவே, வெகுசன இதழ்களின் உள்ளடக்கம், விளம்பரம் இரண்டுக்கும் நெருங்கிய தொடர்பு இருப்பதாகக் கூறும் Hamilton (2000)³⁹, 'வணிக இதழ்கள் பெருதிரள் வாடிக்கையாளர்களை வாசகர்களாக கொண்டிருப்பதால் அவர்களுடன் தொடர்புடைய விளம்பரங்களை அடையாளம் கண்டு வணிக உற்பத்திக்கான தரநிலையையும் செயல்முறையையும் உற்பத்தி செயல்முறையில் பின்பற்றுகின்றன' என்கிறார். இதனாலேயே வெகுசன இதழ்களுக்குத் தனித்த அரசியல் அடையாளங்கள் அவசியமற்றதாக இருக்கின்றன. அல்லது அவற்றின் அரசியல் என்பது வணிகம் சார்ந்ததென நிறுவலாம்.

புத்தகங்களைப் போல் அல்லாமல் இதழ்கள் அடிக்கடி வெளிவருபவை என்பதால் அவற்றின் பதிப்புத் தொடர்ச்சியை உறுதிசெய்ய விளம்பரம் மூலம் கிடைக்கப்பெறும் வருவாய் முக்கியமானதுதான். ஆனாலுமே, மாற்று ஊடகங்கள் வணிக நோக்கமற்ற அணுகுமுறையைப் பின்பற்றுகின்றன (Adhikary, 2016)⁴⁰. இதே அணுகுமுறையைப் பின்பற்றும் சிற்றிதழ்கள் (Swallow, 1949; Evans, 2010)²⁹, விளம்பரம்வழி உருபெற்றிருக்கும் அச்சுத் தொழில் மரபை ஏற்பதில்லை (சிற்றிதழ்கள், 2012)²³. விளம்பரங்களிலிருந்து வரும் வருமானத்தைச் சார்ந்திருக்குமெனில் அவை சிற்றிதழ்களே அல்ல எனும் பிடிப்பை அவை கொண்டிருந்தன (Ray, 1988)⁴². விளம்பரத்திற்காக தங்களது கருத்தியல்களை விட்டுக்கொடுக்க, தளர்த்த நேரிடும் அல்லது இயல்பாக சிற்றிதழ்களுக்கிருக்கும் வணிக நோக்கமின்மை இண்டையும் இதற்கான காரணமாகப் பார்க்கலாம். பதிப்பில் சமரசமின்மையைக் குறிப்பிடும் Churchill (1998)⁴³, வணிக தேவைக்கு இடம்கொடுத்தால் அது இதழ்தூய்மையை மாசுப்படுத்திவிடும் என்கிறார். சான்றாக Poetry இதழைக் குறிப்பிடலாம். பெரிய இதழ்கள் கொண்டுள்ள கட்டுப்பாடுகளைத் தாண்டி, பொதுபுத்திக்கு மாற்றான சிந்தனையைக் கொண்ட படைப்பிலக்கியங்களைப் பிரசுரித்த Poetry சிற்றிதழ் காலப்போக்கில் விளம்பரங்களுக்கு இடமளித்து தன் சிற்றிதழ் போக்கைக் கெடுத்துக் கொண்டுள்ளது (Ezra Pound, 1930; Scholes & Wulfman, 2010)^{44,45}.

இது ஒருபுறமிருக்க, சினிமா இயக்குனர்களையோ, தமிழார்வமுள்ள மாவட்ட ஆட்சியரையோ, வெகுசன கட்சிகளில் முக்கிய பங்கு வகிப்பவர்களை அழைத்து வெளியீடு செய்வது போன்ற வெகுஜன, இடைநிலை இதழ்களின் வணிக உத்தியையும் சிற்றிதழ் மரபு ஏற்பதில்லை. பெரும்பணம் சேர்ப்பதோ லாபம் நஷ்ட கணக்குப்போடுவதோ சிற்றிதழ்சார் இலக்கிய முன்னணியின் இறுதி லட்சியமாக இருந்ததில்லை (D., 1947; வல்லிக்கண்ணன், 2004)^{37,33}. வணிக நோக்கமல்லாத இவ்வூடகங்கள் மேற்குறிப்பிட்ட கொள்கைப் பிடிப்புகளாலேயே குறிப்பிட்ட நேரத்தில் வெளிவரவும் பரந்த பொதுதளத்தைச் சென்றடையவும் சிரமத்தை எதிர்நோக்குகின்றன. இவ்வாறு பொதுப்பார்வையிலிருந்து ஓரங்கட்டப்படுவதற்கு உற்பத்தி கட்டமைப்பு போதாமையும் காரணமாக முன்வைக்கப்படுகின்றது (Comedia, 1984)⁴⁶. பெருவணிக இதழ்களைப் போல உற்பத்தி, அச்சு, விநியோகம் என தனித்தனியாக நிறுவனமய கட்டமைப்பைக் கொண்டிராத சூழலில் சிற்றிதழ்கள் அச்சேறுவதற்கு கால விரயமாவதுடன், தனது வாசகப் பரப்பை சென்றடையவும் தாமதமாகிறது; மீண்டும் தனது சிறுபான்மை வாசக மட்டத்துக்குள் சிக்கிக்கொள்கிறது. இதனை Knoche (2003)⁴⁷, வாதிடுகையில், மாற்று ஊடகங்கள் அரசு அல்லது ஆதிக்க சார்புநிலை, விற்பனை சந்தைகள் மற்றும் மூலதனத்திலிருந்து விடுபட்டு சுயாதீனமாக இருப்பதே சிற்றிதழ்களின் நோக்கம் என்கிறார். எவ்வித அரசியலையும் முதன்மைப்படுத்தாமல் இலக்கிய நோக்கம் மட்டுமே கொண்டு நுண்

அரசியல் சார்ந்த பண்பாட்டு நடவடிக்கைகளை மையமாக வைத்து செயல்பட்ட இதழ்களும் (யாத்ரா, கொல்லிப்பாவை, வைகை உள்ளிட்டவை) சுய பதிப்பு, சுய வெளியீடு எனும் இதே சூழலைத்தான் எதிர்கொண்டுள்ளன (அரசு, 2006)². ஆயினும், நடைமுறை சூழலைக் காணும்போது உற்பத்தி, அச்சு செயல்முறைகளில் தரத்தை சமரசம் செய்துகொள்ளும் சிற்றிதழ்களுக்கு விளம்பரதாரர்கள் இருப்பதற்கான சாத்தியங்களையும் காணமுடிகிறது. Hamilton (2000)³⁹, இவ்வகை விளம்பரதாரர்களை 'well-heeled' என்று குறிப்பிடுகிறார். சான்றாக, தமிழ் இலக்கியத்தை நவீன பார்வையுடன் கொண்டு சென்று சுத்த இலக்கியத்தை முன்னெடுத்த எழுத்து இதழின் முதல் பிரசுரத்தில் சினிமா விளம்பரம் இடம்பெற்றுள்ளது Hamilton கூற்றுடன் பொறுத்திப்பார்க்கத் தக்கது.

விளம்பரங்கள்வழி கிடைக்கப்பெறும் பணவரவு ஒருபுறமிருக்க, அரசாங்க, தனியார், தனிநபர் முதலீடுகள் வாயிலாக இதழ்கள் வெளிவரும் தன்மையும் உள்ளதை மறுக்கவியலாது. உதாரணமாக, கசடதபற இதழ் பதிப்பு குறித்து குறிப்பிடும் நஜ்மா (2012)²⁰, 'சொந்த அல்லது வேற்றரசாங்கத்தின் பணம் ஏதும் கொல்லைப்புறமாக இவர்களுக்கு வந்திருக்கவில்லை. அல்லது பை கொழுத்துப்போன ஒருவருடைய இறுதி காலத்தியதே போன்ற ஆவலை நிறைவேற்றவோ... கசடதபற வந்திருக்கவில்லை' என்கிறார். பொருளாதார உதவியின்மையைச் சிற்றிதழ்கள் தங்களுக்கான அரசியல் நிலைபாடுகளைத் தக்கவைத்துக்கொள்ளும் பொருட்டு ஏற்பதைப் போலவே ஒவ்வொரு இதழுக்கும் விலை நிர்ணயம் செய்யும் போக்கையும் மேற்கொள்ளத் தவிர்த்துள்ளன. சந்தா அடிப்படையில் செயல்பட்ட சில இதழ்களுமே கூட செலவுகளைக் கணக்கெடுத்து அதன்மூலம் இதழுக்குரிய விலை என்பதாக இல்லாமல் பொதுவான விலை 'Fairly typical price for the day' ஒன்றை வைத்துள்ளன (Darling, 2012)⁴⁸. பொருளாதார நெருக்கடிகளை ஈடுகட்ட முயன்ற ஒருசில சிற்றிதழ்களில் கலாமோகினியின் முயற்சிகள் கவனத்திற்குரியவை. இதழ் காலம் தவறாமல் வருவதை உறுதி செய்யவும் இதழ் பதிப்பில் நிலவிவரும் பொருளாதார பலத்தை உத்தேசித்தும் கலாமோகினி இதழாசிரியர் லிமிடெட் கம்பெனி முறையை பரிசோதனை முயற்சியாக மேற்கொண்டார்; அது வெற்றிப்பெறவில்லை என்பது வேறு செய்தி (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³. பிரிதொரு சூழலில், தனித்தனியாக சிற்றிதழ்கள் செயல்படும்போது ஏற்படும் பொருளாதார சிக்கலுக்கு தீர்வாக அனைத்து இதழ்களையும் ஒருமுகப்படுத்தி அதன் நிலைப்பேற்றை உறுதிசெய்ய முடியுமா எனும் விவாதம்கூட மேலும் இதழ்வழி மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. ஆயினும் ஒவ்வொரு சிற்றிதழும் தனி உள்ளடக்கமும் சோதனையும் கொண்டிருப்பதால் அவை இணைவதென்பது சாத்தியமில்லை என்றானது (சிவகுமார், 2012)²⁴.

பொருளாதார உதவின்மையோடு நேரடி தொடர்புகொண்டவை அச்சு மற்றும் விநியோகமாகும். கிராம ஊழியன் இதழ் கிராம ஊழியன் பிரஸ் லிமிடெட் எனும் தனி அச்சகம் வைத்திருந்தது குறிப்பிடத்தக்கது (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³. கிராம ஊழியன் போல எல்லா சிற்றிதழ்களாலும் தனித்த அச்சகத்தைக் கொண்டிருக்க முடியாது என்பதே மாற்று ஊடக சூழலின் நிதர்சனம். சுய அச்சகம் கொண்டிருக்காவிடிலும் புகழ், வெளியீட்டகங்களிடம் செல்வாக்கு பெருவதற்கான எவ்வித முயற்சிகளையும் சிற்றிதழ்கள் மேற்கொல்வதில்லை (Bennett, & Johnson, 1973)³⁴. சுதந்திரமாக இயங்கத் தடையாக இருக்கும், தணிக்கை கெடுபிடிகள் அதிகரிக்கும் போன்ற காரணங்களால் சிற்றிதழ்கள் வெளி அச்சகங்களையோ வெளியீட்டகங்களையோ நாடுவதில்லை (Evans, 2010)⁴¹. மறுநிலையில், முற்போக்கான வெளியீட்டகங்கள் அடையாளம் காணப்படும்போது அவற்றில் சிற்றிதழ்கள் தங்கள் இதழ்களைப் பிரசுரிக்க முயன்றுள்ளன (Darling, 2012)⁴⁸. இதழாசிரியர்களே சுயமாக பதிப்பு

வேலைகளையும் வெளியீட்டகம் செய்ய வேண்டிய பணிகளையும் சேர்த்தே செய்வது சிற்றிதழ் சூழலில் இருந்துள்ளது.

பதிப்பு வேலைகளில் குறிப்பாக வடிவமைப்பு, தாளின் தரம் ஆகியவைகளில் சமரசம் செய்துகொள்ளும் நிலையை அதிகமான சிற்றிதழ்கள் எதிர்கொண்டுள்ளன. இருக்கும் பொருளாதார வசதிக்குட்பட்டு சிற்றிதழ்கள் எளிய தாள்களில் (Thin as an average trade paperback) (Birkerts, 2015)⁴⁹ கவரும் தன்மையிலான படங்கள், வரைகலைகள் இல்லாமல் (Not handsomely printed and illustrated) (Allen, 1972)²⁸ அச்சிடப்பட்டன. எழுத்து, அஃக் போன்ற இதழ்கள் நேரத்தியான, குறிப்பிடத்தக்க வடிவங்களில் வெளிவந்துள்ளதும் கவனித்தில்கொள்ள தகுந்தது. அடுத்ததாக, விநியோகத்தைப் பொருத்தமட்டில் 'பரவலாக சென்றடைதல், வெகுசன நுகர்வுமிக்க சூழலில் சாத்தியமில்லை' என்பதான ஏற்புநிலை சிற்றிதழாளர்களிடம் இருந்துள்ளதைக் காண முடிகிறது. எங்கெல்லாம் சென்றடைய வேண்டுமோ அங்குக் கொண்டு செல்லும் தன்மையைச் சிற்றிதழ்கள் கொண்டிருப்பதாக விளக்கப்படுத்தப்படுகிறது (சிற்றிதழ்கள், 2012)²³. Bennett மற்றும் Johnson (1973)³⁴ கூற்றுப்படி பெரிய வெளியீட்டாளர்கள், விநியோகப் பிரமுகர்களிடம் செல்வாக்குப் பெற சாத்தியமற்ற நிலையில் தாங்கள் கொண்டிருக்கும் அரசியல் நிலைபாட்டுடன் ஒரே திசையில் பயணிக்கும் தரப்பினரை அடையாளம் காண வேண்டிய அவசியமும் சிற்றிதழ் விநியோகச் சூழலில் இன்றியமையாததாக இருந்துள்ளது. அவ்வகையில், தடை செய்யப்பட்ட அச்சுப்பிரதிகளை விநியோகிக்கும், விற்பனை செய்யும் black bookstores (Allen, 1972)²⁸; மற்றும் முற்போக்கு சிந்தனைகொண்ட விற்பனையாளர்கள் மூலம் சிற்றிதழ் பரவலாக்கம் ஓரளவு சாத்தியப்பட்டுள்ளது (Darling, 2012)⁴⁸. சில சிற்றிதழ்கள் குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையில், குறிப்பிட்ட நிலபரப்புக்குட்பட்டு நிலையான வாசகர்களை, உருவாக்கி அவ்வட்டத்திற்குள் இயங்கும் நிலையும் இருந்துள்ளது (Ransom, 1946)²¹. கூடுதலாக, அதிகார வர்க்கம் நோக்கி குரல் எழுப்புவதால் சிற்றிதழ்கள் தடை உத்தரவுகளைச் சந்திக்கும் நிலை இருந்துள்ளதால் பெருதிரள் பரப்புக்குச் செல்லும் சாத்தியங்களை இழப்பதையும் கவனிக்க வேண்டும். இவ்வாறான சூழல்களில் சிற்றிதழ்கள் அச்சு முறையிலிருந்து விலகி, கையெழுத்துப் பிரதிகளாக, ஒருவர் வாசித்து பின்னவருக்கு பகிரும் முறைகளும் பின்பற்றப்பட்டுள்ளன (Bennett & Johnson, 1973)³⁴.

சிற்றிதழ்கள் வெளியிடப்படுவதில் காணப்படும் தொடர்ச்சியின்மையை இதன் நீட்சியிலிருந்து அவதானிக்க முடியும். சிற்றிதழ்கள் என்றாலே அவை குறுகிய காலம் வெளிவருபவை (தனஞ்செயன், 2012)²², என்கிற கற்பித்ததோடு, குறித்த தேதியில் வெளிவராமை, இடையிடையே ஒரு இதழ் வராமல் போவது போன்ற குழப்பங்கள் சிக்கல்கள் (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³ இருக்கும் சூழலே இருந்துள்ளது. இது தமிழ் சிற்றிதழ் நிகழ்வாக மட்டும் அளவிட முடியாது. 1945 முதல் 1970 வரை அமெரிக்க நிலபரப்பில் முன்னெடுக்கப்பட்ட சிற்றிதழ் முயற்சிகளை ஆய்வுக்குட்படுத்திய Allen (1972)²⁸, பொருளாதார சிக்கல்களோடு அரசாங்கம், வெகுஜன மனநிலை கொண்ட எதிர்தரப்பின் அவதூறு, தணிக்கை, ஒடுக்கப்படுதல் போன்ற தாக்குதல்களுக்கு உட்பட்ட சிற்றிதழ்கள் பதிப்பில் தொடர்ச்சியின்மையைக் கொண்டிருப்பதாக விளக்குகிறார். சில சிற்றிதழ்கள் மட்டும் கள்ள சந்தைகள், தனிநபர்களின் கைவழி பரிமாற்றத்தின் வாயிலாக ஓரளவு தொடர்ச்சியை உறுதி செய்துள்ளன. வேறொரு சூழலில், இதழ்கள் வெளிவருவதில் காணப்படும் தொடர்ச்சியின்மைக்கு வாசகர் குறைவு (சிவகுமார், 2012)²⁴, என்று சொல்லப்படும் காரணம் அவ்விதழுக்குப் பொதுவெளியில் சென்றடைவதற்கு சாத்தியமான இதழ் விளம்பரம் இல்லாமையையும் கூறலாம். அச்சு உள்ளிட்ட செலவுகளை ஈடுகட்டவே சிக்கல்களை எதிர்கொள்ளும் இதழ்கள் கூடுதலாக இதழை விளம்பரம் செய்வதில் பணத்தை இழக்க சாத்தியப்படாமல் போவது இயல்பே. ஆயினும் ஒரே

காலப்பகுதியில் இயங்கிய சிற்றிதழ்கள் ஒன்றையொன்று விமர்சன ரீதியாக அணுகுவதும் (எழுத்து, கசடதபற போன்றவை), மற்ற சிறுபத்திரிக்கைகள், எழுத்தாளர்களை விமர்சிக்கும் போக்கும் (அஃக்) ஓரளவு சிற்றிதழ்களுக்குக் கிடைக்கும் பிரதி வெளிச்சமாக இலவச விளம்பரமாகவும் பார்க்க முடியும். மேலும் இதழில் பிரசுரமான தலையங்கம் ஒன்றில் சமகாலத்தில் பயணித்த சக இதழ்கள் குறித்து நேர்மறையான கருத்துகள் பகிரப்பட்டுள்ளது. அதில், 'நிறப்பிரிகை, நிகழ், வெளி, விருட்சம் இப்படி பல உருப்படியான சிறுபத்திரிகைகள் உலா தமிழுக்கு வலு சேர்க்கும்' (சிவகுமார், 2012)²⁴ என குறிப்பிட்டிருப்பது பொதுவெளியில் வாசகருக்கு அவ்விதழ்களை அறிமுகம் செய்யும்படியான எளிய விளம்பரமாக பார்க்க முடியும்.

சிற்றிதழ் பதிப்பு என்பதை வெறுமனே இதழியல் பதிப்பு என்பதாக அணுகுவதைவிட குறிப்பிட்ட கருத்தியல் சார்ந்த செயல்பாட்டு இயக்கமாக வகைமைப்படுத்துவதே பொருந்தும். சிற்றிதழ்கள் குறிப்பிட்ட குழு அல்லது தனிநபரின் கருத்துநிலையின் வெளிப்பாடாக அமைகின்றன. அவை இறுதிவரை ஏற்றுக்கொண்ட கருத்துநிலையில் சமரசம் செய்துகொள்வதை ஏற்பதில்லை (சிற்றிதழ்கள், 2012)²³. இவ்வாறு கருத்தியல் சார்ந்து இயங்குவதால் சிற்றிதழ்கள் முற்றிலுமாக சுயசார்பு தன்மையிலான பொருளாதார கட்டமைப்பைக் கொண்டிருக்கின்றன. பெருவணிக இதழ்களைப்போல் ஒவ்வொரு துறைக்கும் தனித்தனியாக பொறுப்பாளர்கள் என்பதில்லாமல் படைப்பாக்கம், அச்சு, பகிர்வு என அனைத்துக்கும் இக்குழுவினரே பொறுப்பேற்பது நிகழ்கிறது. கருத்தியல் நிலைபாடு ஒருபுறமிருக்க, பணியாளர்களை வைத்துக்கொள்ளும் பொருளாதார வசதியின்மையும் இச்சூழலுக்கான காரணியாகப் பார்க்க வேண்டும். இதனை சிவகுமார் (2012)²⁴, 'தனிமனிதர்களின் சொந்த முயற்சியில் / கூட்டுழைப்பில் தோன்றி அடிக்கடி நின்றுவிடுகின்றன' என்பதாக விளக்குகிறார். காலப்போக்கில் இவ்விதழாளர்களுக்கு உறுதுணையாக குழு ஒன்று உருவாகி (தனஞ்செயன், 2012)²², கருத்தியல் சார்ந்து ஆழமான பதிவுகளைச் செய்து சமூகத்தில் அதிர்வுகளை உருவாக்குகின்றன. சிற்றிதழ்களுக்கு வழங்கத்தக்க நிலையான புகழ், பாராட்டு என்பது அதில் இயங்குபவர்கள் தங்கல் கருத்தியல்பால் கொண்டிருக்கும் நம்பிக்கையும் லாபம் மீதான எதிர்பார்ப்பின்மை இருண்டும்தான். இதனை, பிரஞ்சு சிற்றிதழ்கள்வழி ஆய்வுக்குட்படுத்தியிருக்கும் Weiner (1956)⁵⁰,

'It is to the abiding credit of the little magazine that it has invested in works for the sole reason that the editorial staff believed in them, without expectation of financial return. ... to see the triumph of faith, enthusiasm, and sacrifices over practical necessities.'

எனக் குறிப்பிடுகிறார்.

(3) இதழின் நோக்கத்தில் கவனத்தைத் தக்கவைத்தல்

வெகுசன இதழ்களின் நோக்கம் அல்லது கவனம் என்பது விற்பனை, சந்தாதாரர்களின் எண்ணிக்கையில் காணப்படும் முன்னேற்றம் ஆகியவற்றைக் கண்காணிப்பதன் மூலம் அளவிடப்படுகிறது. உற்பத்தி செயல்முறைகள் முழுவதும் இந்நோக்கத்தை மையமாகக் கொண்டு நகரும். அடுத்து, ஒரு இதழின் தன்மை, உற்பத்திச் செயல்பாட்டில் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய மற்றுமொரு முக்கிய அம்சமாகும். காரணம், இதழின் தன்மையைப் பொறுத்துதான் உள்ளடக்கங்கள் குறித்தான தெளிவான திட்டமிடல் சாத்தியமாகிறது. வெகுசன இதழ்களின் தன்மை பரபரப்பு, கேளிக்கை, அதிகார வர்க்கம் மீதான சார்பு அல்லது எதிர்ப்பின்மை என்பதாக லாப, நட்புத்தைச் சார்ந்து வணிக நோக்கம் கொண்டது என்பது தெளிவு. எனவே, உள்ளடக்க திட்டமிடல் என்பது இதழின் நோக்கம், தன்மை சார்ந்து

காலந்தோறும் மாறிக்கொண்டே செய்வதாகிறது. மறுநிலையில் மாற்று ஊடக வடிவமான சிற்றிதழ்களுக்கென்று ஒரு சில நோக்கங்களை வரையறுக்கலாம். அவற்றை முறையே புதிய எழுத்தாளர்களை அடையாளப்படுத்துதலும் வளர்த்தெடுத்தலும், தரமான சிந்தனையாளர்களையும் ஆளுமைகளையும் அடையாளப்படுத்துதல், இலக்கியம் கலைகள் சார்ந்து தனித்த கருத்தியலையும் பார்வையையும் முன்வைத்தல், விமர்சன மரபை மீட்டெடுத்தல் அல்லது மேலெடுத்தல், மொழிபெயர்ப்பு இலக்கியங்களுக்கு முக்கியத்துவம் கொடுத்து உலக இலக்கியங்களை அறிமுகம் செய்தல், மாற்று சிந்தனை/நவீன சிந்தனைக்கு களம் அமைத்தல், நவீன இலக்கிய கோட்பாடுகளையும் அழகியலையும் புகுத்துதல், சமகால சிக்கல்களை பேசுதல், அதிகாரவர்க்கத்தின் எதிர்குரலாக குரல் அற்றவர்களை பாடுபொருள் அல்லது விவாதப்பொருள் ஆக்குவது, படைப்பிலக்கியங்களுடன் சேர்த்து நாடகம், திரைப்படம், ஓவியம் என பல பொருண்மைகளை விவாதத்திற்கு உட்படுத்துதல், பரிசோதனை முயற்சிகளை மேற்கொள்ளுதல், சமூகத்தில் அதிர்வினையும் புரட்சியையும் ஏற்படுத்தும் தோற்றுவாயாக படைப்பிலக்கியத்தை முன்னிறுத்துதல் எனப் பகுக்க முடியும். இவையனைத்து ஒவ்வொரு இதழுக்கும் கூடுதல் குறைவுடனே அவ்வந்த சிற்றிதழ்களின் நோக்கம் சார்ந்து கையாளப்பட்டுள்ளன. வெவ்வேறு நோக்கங்களை முன்னிறுத்தி தனக்கென ஒருவகையான தனிப்பட்ட சுய அடையாளத்துடன் சிறுபத்திரிக்கை மரபு இயங்குகிறது.

சிற்றிதழ்களின் பொதுவான நோக்கமாக 'குறிப்பிட்ட குழு அல்லது தனிநபரின் கருத்துநிலையின் வெளிப்பாடாக அமைவது ஏற்றுக்கொண்ட கருத்துநிலையில் சமரசம் செய்து கொள்வதை ஏற்பதில்லை' என்பதாகக் கொள்ளலாம் (சிற்றிதழ்கள், 2012)²³. பிரிதொரு நிலையில், இதழ்களின் திட்டமிலானது தனித்த உள்ளடக்கமும் சோதனையும் கொண்டு பல தன்மையதாய் உள்ளன. உதாரணமாக, எழுத்து இதழ்விழி சி.சு. செல்லப்பா விமர்சன முறையியலை வளர்த்தெடுக்க வேண்டும் என்று செயல்பட்டார். இதன்வாயிலாக, விமர்சனம் தமிழில் வடிவம் பெறுவதற்கு எழுத்து இதழ் களம் அமைத்து தந்தது (அரசு, 2006)². இதைப்போலவே, முழுக்க முழுக்க இலக்கிய படைப்புகளையும் விமர்சனங்களையும் பதிவு செய்யும் முறையை இலக்கிய வட்டம் இதழும் பின்பற்றியுள்ளது (தனஞ்செயன், 2012)²². இவ்வாறு ஒரு கருத்தியல் சார்ந்தோ கலைமுயற்சி சார்ந்தோ தன்னை அற்பணித்துக்கொள்ள முயலும் சிற்றிதழ்களுக்கு மத்தியில் கசடதபற, கொல்லிப்பாவை போன்ற இதழ்கள் வெவ்வேறு பார்வை கொண்டவர்களை ஒருங்கிணைக்கும் பணியையும் செய்துள்ளன. அதிலும் குறிப்பாக, கொல்லிப்பாவை இதழ், ஓரளவுக்கு வலதுசாரி பார்வைகொண்ட ஆக்கங்களையும் அதை அதே இதழில் மறுக்கும் பிற படைப்புகளையும் ஒருசேர பதிப்பித்து பன்முகத்தன்மையைக் காட்டுகிறது (செல்வன், 2012)³².

வெகுசன இதழ்களின் வணிக நோக்கிலான வெளிப்பாடுகள், ஆளும் வர்க்கத்தின் கருத்தியல் நிலைப்பாடுகளையும் பழம் மரபுகளையுமே உயர்த்திப் பிடித்தல் போன்றவற்றுக்கு எதிரான நோக்கம் கொண்டதாக சிற்றிதழ்களின் நோக்கம் ஒரு புள்ளியில் குவிமயமாவதைப்போல் இதழுக்குள் செயல்படுவர்களுக்குள்ளாகவே மாற்று சிந்தனை உதயமாகும்போது அதற்கு முற்றிலும் சமரசம் செய்துகொள்ளாமல் இயங்குவது சிற்றிதழின் தன்மையாகிறது. உதாரணமாக, க.நா.சுப்ரமணியன் எழுத்து இதழில் சி.சு.செல்லப்பாவுடன் ஏற்பட்ட கருத்துமோதல் காரணமாக இலக்கிய வட்டம் இதழ் தொடங்கியதைக் கூறலாம் (வல்லிக்கண்ணன், 2004)³³. இதுபோல நீண்டகால திட்டமிடல்கள் ஒருபுறமிருக்க இதழுக்கு இதழ் புதுப்புது அம்சங்களை பிரசுரித்த சிற்றிதழ்களே அதிகம். உதாரணமாக, பட்டிகள் இதழ் ஒரு குறிப்பிட்ட கருப்பொருள் சார்ந்த கூட்டு விவாதத்தை நடத்தி, அதைப் பதிவு செய்வதாக செயல்பட்டுள்ளது. Atkinson (2017)⁴, மாற்று ஊடகச் சூழலில் இதனை 'the moderator raised

topics and encouraged the group to carry on the discussion' என்பதாக அடையாளம் காண்கிறார். இவ்வாறு சேகரிக்கப்படும் கருத்துகள் இதழ்களில் பிரசுரம் காண்பது மாற்றஊடக செயல்பாடுகளில் ஒன்றாகவே இருந்துள்ளது. வாசகர்களை படைப்பாளர்களாக பயன்படுத்தும் பாங்கில் இதுவும் ஒன்றென அளவிட வேண்டும். இதேபோல, உலக இலக்கியத்தின் தரத்திற்கு தமிழின் தரம் உயர வேண்டும் என்ற நோக்கில் ஐரோப்பிய இலக்கிய உலகில் அறியப்பட்ட படைப்பாளிகளின் படைப்புகள் இலக்கிய வட்டத்தில் மொழிபெயர்க்கப்பட்டன. அஃக் இதழில் அரசியல், சமூகவியல், நவீன சித்தாந்தங்கள் பற்றி மொழிபெயர்ப்புகள் பரவலாக இடம்பெற்றிருப்பதும் கூட கவனிக்கத்தக்கது. இவையனைத்தும் அந்தந்த சிற்றிதழ்களின் நோக்கத்துடன், தன்மையுடனும் நேரடி தொடர்பு கொண்டவை என தெளியலாம்.

முடிவுரை

வணிக நோக்கிலான செயல்பாடுகள், பழம் மரபைக் கொண்டாடுதல், ஆளும் வர்க்க கருத்தியல் நிலைபாடுகளுடன் சமரசம் செய்து கொள்ளுதல் என வெகுசன இதழ்கள் வெளிவந்து கொண்டிருந்த காலங்களில் சமூக அரசியல் தளங்களில் நிகழ்ந்த பல்வேறு பண்பாட்டு நிகழ்வுகளில் மாற்றங்கள் வேண்டி, அவை குறித்தான அக்கறையோடு செயல்பட்ட இயக்கமாக சிறுபத்திரிகைகளை அடையாளப்படுத்த முடியும். தமிழ் சமூகத்தில் வெகுசன இதழ்களுக்கு மாற்றான இயங்கியல் தன்மை கொண்டதாய் தனக்கென ஒருவகையான தனித்த சுய அடையாளத்தை நிருவி சிற்றிதழ் மரபு செயல்பட்டுள்ளது. சிற்றிதழ்கள் பெருமளவு உள்ளடக்க பொருண்மை அடிப்படையில் அனைத்தையும் குறிப்பாக மரபை கேள்விக்குட்படுத்தும், நவீனத்துவத்தை முன்னெடுக்கும், மாற்று சிந்தனைக்கு வழிகோளும், பரிசோதனை மற்றும் புதிய படைப்பாக்க முயற்சிகள் நிகழ்த்தப்பெறுவதற்கு இடமளிக்கும் என்பதாக கருதும் போக்குதான் சிற்றிதழ் மரபை ஓர் இயக்கச் செயல்பாடாக அடையாளப்படுத்தத் தடையாக இருக்கிறது. இயல்பான இதழியல் உற்பத்தி செயல்முறையுடன் பொறுத்திப் பார்க்கும்போது முழுக்கவே சிற்றிதழ்களின் இயக்கபாடுகளையும் அவற்றின் தனித்த சுய அடையாளங்களையும் வெளிபடுத்த முடிவதை இவ்வாய்வு கண்டடைவாக முன்வைக்கிறது. அடுத்து, அட்கின்சன் வரையறுத்திருக்கும் மாற்று ஊடகங்களின் தன்மைகளில் மூன்றை சிற்றிதழ்கள் கொண்டிருப்பதையும் இவ்வாய்வு வெளிபடுத்தி காட்டியுள்ளது. கூடுதலாக, இயல்பான இதழியல் உற்பத்தி செயல்முறையில் காணப்படும் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் குறித்து சிற்றிதழ்கள் கவனம் செலுத்தும் நிலையில் அச்சுபிரதியில் பல காத்திரமான மென்னெடுப்புகளைச் செய்தது போல இணையவெளியிலும் செயல்பட வழியுள்ளதைக் காண முடிகிறது. அதேசமயம், விளம்பரங்கள் குறித்து சிற்றிதழ் சூழலில் நிழலிவரும் கருத்தாக்கங்கள் பரிசீலனைக்கு உட்படுத்தப்பட வேண்டியுள்ளதையும் இவ்வாய்வு பரிந்துரை செய்கிறது.

References:

1. Sivathambi, K. (2004). Journals in Tamil Literary History – Some Preludes for a Comprehensive Study. Sundaramurthy, E., & Govt., Ma. Ra. (T.A.). Literary Journals (pp. 1-18). Chennai: World Tamil Research Institute.
2. Arassu, V. (2006). Cirupattirikka aracyal [Tabloid politics]. Chennai: Parisil.
3. Streitmatter, R. (2001). Voices of Revolution: The Dissident Press in America. New York: Columbia UP.

4. Atkinson, J. (2017). Alternative Media. In *Journey into Social Activism: Qualitative Approaches* (pp. 173-196). NEW YORK: Fordham University. Retrieved from <http://www.jstor.org.ezproxy.um.edu.my/stable/j.ctt1hfr0rk.11>
5. Armstrong, D. (1981). *A trumpet to arms: Alternative media in America*. Boston: South End.
6. Downing, J. D. H. (2001). *Radical Media: Rebellious Communication and Social Movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
7. Atton, C. (2001). The Mundane and its Reproduction in Alternative Media. *Journal of Mundane Behavior*, 2(1) (Special Issue: Media/Mundania) February. Retrieved from <http://www.mundanebehavior.org/index.htm>
8. Enzensberger, H. M. (1976). *Constituents of a Theory of the Media*. In *Raids and Reconstructions: Essays on Politics, Crime and Culture*. London: Pluto Press.
9. Royal Commission on the Press. (1977). *Periodicals and the Alternative Press*. London: HMSO.
10. *Alternatives in print: An international catalog of books, pamphlets, periodicals and audiovisual materials* (6th ed.). (1980). New York: Neal-Schuman.
11. Downing, J. (1984). *Radical Media: The political experience of Alternative Media*. Boston: South End.
12. Dickinson, R. (1997). *Imprinting the Sticks: The Alternative Press Outside*. London, Aldershot: Arena.
13. Duncombe, S. (1996). Notes from Underground: Zines and the Politics of Underground Culture. In Sanford Berman and James P. Danky (eds.). *Alternative Library Literature: 1994-1995*. Jefferson, N.C.: McFarland, 1996: 312-319.
14. Pan, Z., & McLeod, J. M. (1991). Multilevel analysis in mass communication research. *Communication Research*, 18(2), 140–173. <https://doi.org/10.1177/009365091018002002>
15. Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: Sage.
16. Atton, C. (2004). *An alternative internet*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
17. Meikle, G. (2002). *Future active. Media activism and the internet*. New York: Routledge.
18. Redden, G., Caldwell, N., & Nguyen, A. (2003). Warblogging as critical social practice. *Southern Review*, 36, 68–79. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.810595241583113>
19. Nadarasan, T.S. (2004). Eluttu. *Tiruñanacampantam* [Letter]. P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Study-Documnt* (pp. 239-253). Chennai: Parisal Bookstore.
20. Najma, M. (2012). *Kacatara Tiruñnaacampantam* [slurp], P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Study-Documnt* (pp. 43-56). Chennai: Parisal Bookstore.
21. Ransom, J. C. (1946). *These Little Magazines*. *The American Scholar*, 15(4), 550–551. <http://www.jstor.org/stable/41204851>
22. Dhanancheyan, T. (2012). *Ilakkiya vattam. Tiruñnanacampantam* [Literary circle], P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (ed.). *Vanji Magazine Collections: A Case Study* (pp. 23-30). Chennai: Parisal Bookstore.
23. *Newspapers*. (2012). *Tiruñnanacampantam*, P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Case Study* (pp. 21). Chennai: Parisal Bookstore.
24. Sivakumar, J. (2012). *Melum Tiruñnanacampantam*, P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Case Study* (pp. 105-120). Chennai: Parisal Bookstore.

25. Umadevi, C. (2012). *Natai Tiruñanacampantam*[Style], P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Case Study* (pp. 31-42). Chennai: Parisal Bookstore.
26. Frederick, J. H. (1966). *Little Magazines*. *Encyclopaedia Britannica* (XIV).
27. Pondrom, C. N. (1965). *English Literary Periodicals: 1858-1918* (Unpublished doctoral dissertation). Columbia University.
28. Allen, C. (1972). *The Little Magazine in America: 1945-70*. *American Libraries*, 3(9), 964–971. <http://www.jstor.org/stable/25619018>
29. SWALLOW, A. (1949). *Postwar Little Magazines*. *Prairie Schooner*, 23(2), 152–157. <http://www.jstor.org/stable/40624095>
30. Knight, M. (1996). *Little Magazines and the Emergence of Modernism in the "Fin de Siècle"*. *American Periodicals*, 6, 29-45. Retrieved March 24, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20771084>
31. Swallow, A. (1966). *Why the little magazines*. *Gato*, 1(1), 7-8.
32. Selvan, Ira. (2012). *Kollippavai. Tiruñanacampantam [killer doll Thirunnasambandham]*, P., Sivakumar, J., Sivaganesh, D., & Devaraj, M. (Eds.). *Vanji Magazine Collections: A Study-Document* (pp. 69-). Chennai: Parisal Bookstore.
33. Vallikannan. (2004). *Tabloids in Tamil*. Chennai: Manivaskar Publishing House.
34. Bennett, J., & Johnson, C. (1973). *The Chicago Review Little Magazine Symposium*. *Chicago Review*, 24(4), 36–48. <https://doi.org/10.2307/25294759>
35. Basu, B. (1953). *Sahityapatra*. *Desh*, 53.
36. Amaresan, K. (2012). *Ac. Thirunnasambandham, P., Sivakumar, J., Sivaganesh, T., & Devaraj, M. (Eds.). Vanji Magazine Collections: A Study-Document* (pp. 57-68). Chennai: Parisal Bookstore.
37. D., G. (1947). *The “Little Magazine” Gimmick*. *Poetry*, 71(1), 41–44. <http://www.jstor.org/stable/20590252>
38. Elizabeth, D. (1997). *A Little Magazine and Architectural Modernism in 1930s Britain*. *The Journal of Modern Periodical Studies*, 3(1), 39–63. <https://doi.org/10.5325/jmodeperistud.3.1.0039>
39. Hamilton, J. (2000). *Alternative Media: Conceptual Difficulties, Critical Possibilities*. *Journal of Communication Inquiry*, 24(4), 357-378.
40. Adhikary, B. (2016). *Little Magazine: The Prime Space for Study of Sociology, Anthropology and Folklore of Rural Bengal*. *Anudhyan: An International Journal of Social Sciences (AIJSS)*, 1, 40-50. Retrieved on 10th Feb, 2022 from <https://www.rnlkwc.ac.in/pdf/anudhyan/volume1/Little-Magazine-The-Prime-Space-for-Study-of-Sociology-Anthropology-and-Folklore-of-Rural-Bengal-Biswajit-Adhikary.pdf>
41. Evans, B. (2010, September 25). *Vogue and Ephemera: The Little Magazines of the 1890s*. Retrieved from [http:// dl.lib. brown.edu/mjp/pdf/vogueandephemera.pdf](http://dl.lib.brown.edu/mjp/pdf/vogueandephemera.pdf).
42. Ray, S. (1988, July). *Abhijatri sahityapatra*. *Kourab*, 9.
43. Churchill, S. W. (1998). *Making space for Others: A history of a modernist little magazine*. *Journal of Modern Literature*, 22(1), 47. Retrieved March 24, 2021, from <https://search-ebshost-com.ezproxy.um.edu.my/login.aspx?direct=true&db=afh&AN=2248537&site=ehost-live>.
44. Ezra Pound. (1930). *Small Magazines*. *The English Journal*, XIX(9). Retrieved from https://monoskop.org/File:Pound_Ezra_1930_Small_Magazines.pdf
45. Scholes, R., & Wulfman, C. (2010). *Modernism in the Magazines: An Introduction*. New Haven: Yale University Press.

46. Comedia. (1984). *The Alternative Press: The Development of Underdevelopment. , Media, Culture and Society.* 6, 95-102.
47. Knoche, M. (2003). *Freie Radios – frei von Staat, Markt und Kapital(ismus)?.* *Medien Journal*, 27(4), 4-19.
48. Darling, E. (2012). *A Little Magazine and Architectural Modernism in 1930s Britain.* *The Journal of Modern Periodical Studies*, 3(1), 39–63. <https://doi.org/10.5325/jmodeperistud.3.1.0039>
49. BIRKERTS, S. (2015). *THE LITTLE MAGAZINE IN THE WORLD OF BIG DATA.* *The Sewanee Review*, 123(2), 224–231. <http://www.jstor.org/stable/43663039>Bixler, 1992).
50. Weiner, S. S. (1956). *Reflections on the French Little Magazine.* *The French Review*, 30(2), 126–130. <http://www.jstor.org/stable/382386>