



- 30 -

## மக்களை அணுகுதல் : வெகுசன ஊடகங்களின் நிகழ்ச்சிநிரல் மீதான ஓர் விமர்சனப் பார்வை

கலாநிதி. சி. ரகுராம்,

சிரேஷ்ட விரிவுரையாளர், ஊடகக் கற்கைகள்,  
யாழ்ப்பாணப் பல்கலைக்கழகம்  
ragunadu2003@yahoo.com

ஆய்வுச் சுருக்கம்

இன்றைய வெகுசன ஊடகங்கள் தொடர்பில் மிக அபரிதமான எதிர்பார்ப்புக்கள் மக்கள் மத்தியில் நிலவிவருகின்ற காலச்சூழலில் அந்த ஊடகங்கள் கொண்டிருக்கக்கூடிய மக்களை அணுகும் தன்மை பற்றி விமர்சன ரீதியான பார்வைகள் முக்கியத்துவம் பெற்று வருகின்றன. குறிப்பாக, தகவல் ஏற்பும் நிராகரிப்பும் தொடர்பில் மக்கள் கொண்டிருக்கக்கூடிய அதிகாரம், மக்களைப் புரிந்து கொள்வதில் காணப்படும் பின்னடைவு, மக்களைச் சென்றடையக்கூடிய ஊடக மொழியின் பயன்பாடு, ஊடகம் மீது மக்கள் கொண்டிருக்கக்கூடிய நம்பிக்கை, ஊடகங்களை உரிமையாண்மை கொண்டிருப்போர் அவற்றின்மீது கொண்டிருக்கும் செல்வாக்கு ஆகியன வெகுசன ஊடகங்கள் மீது விமர்சன பார்வைகளை முன்வைக்க முக்கிய தளங்களாகின்றன. அதேவேளை, வெகுசன ஊடகங்கள் கொண்டிருக்கும் மேலாதிக்கமும் ஒருவழித்தொடர்பும், அவை கொண்டிருக்கும் வணிக நோக்கத்திற்கான முதன்மை, தகவல்களை சொந்த ஆதாயங்களுக்காக கையாள்வதில் அவை காட்டும் முனைப்பு, பன்முக அடையாள மறுப்பும் ஒற்றை அடையாள உருவாக்க முயற்சியுமே பல்வேறு முனைகளில் வெகுசன ஊடகங்கள் பொதுமக்களை அணுகுவதில் கொண்டிருக்கக்கூடிய தடைகளையும் பின்னடைவுகளையும் ஆழமாகக் கருத்தாற்றி அவதானிப்பதுடன் மாற்றுத் தொடர்பாடலுக்கான களத்தை வலுவாக்குவது தொடர்பில் இப்புள்ளிகளிலிருந்து மிகுந்த கரிசனை கொள்ளவேண்டியிருக்கின்றது.

திறவுச் சொற்கள் : வெகுசன ஊடகங்கள், பெறுநர்கள், ஊடகப் பண்பாடு, தொடர்பாடல்

### அறிமுகம்

வெகுசன ஊடகங்கள் மக்கள் மத்தியில் கொண்டுள்ள செல்வாக்கு குறித்த ஆழமான அவதானமே - அந்தச் செல்வாக்கிலிருந்து மீண்டு, வெகுசன ஊடகங்களின் செயற்பாடுகளை விமர்சனரீதியாக வாதிட்டுக்கொள்ள வாய்ப்புக்களைத் தரக்கூடும்.

இந்த நிலையில் சமூக, அரசியல், பண்பாட்டுத் தளங்களிலான வெகுசன ஊடகங்களின் ஊடுருவலை அறிந்துகொள்வதன் முதற்படியாக - தனியாள் மற்றும் கூட்டு நிலையில் வெகுசன ஊடகங்கள், எந்த வகையான உளவியல் பாதிப்புக்களை, ஊடகப் பண்பாட்டை (Media Culture) மக்கள் மத்தியில் விதைத்துச் செல்கின்றன என்பதை அறிவது முதற்பணியாக வேண்டியதாகிறது.

### ஊடகங்களினால் பயன்களும் மனநிறைவும்

ஊடகங்கள் தரக்கூடிய 'பயன்களும் மனநிறைவும்' (Uses and Gratifications) தொடர்பாக எலிகு காந்ஸ் (Elihu Katz) மற்றும் ஜாய் புளுமலர் (Jay Blumler), மைக்கல் குரேவிட்ச் (Michael Gurevitch) ஆகியோர் முன்வைத்த கோட்பாடு, ஊடகங்கள் மக்கள் மத்தியில் செலுத்தக்கூடிய செல்வாக்கை எடுத்துக்காட்டுகிறது.

தகவல், தனக்கான அடையாளம், சமூகத்துடனான ஒன்றிப்பு, பொழுதுபோக்கு எனப் பரந்த 'பயன்களும் மனநிறைவும்' பட்டியலொன்றை இக்கோட்பாடு முன்வைக்கின்றது.

களிப்படைவதற்கு, அதிகாரம் மிக்கவர்கள் தாக்கப்படுவதை - தோல்வியடைவதைக் காண்பதற்கு, அழகின் அனுபவத்தைப் பெறுவதற்கு, மற்றவர்களுடன் அனுபவத்தைப் பகிர்ந்துகொள்வதற்கு, அறிவை அறிந்து கொள்வதற்கும், தெய்வீக அனுபவத்தைப் பெறுவதற்கு, அனுதாபத்தின் அனுபவத்தைப் பகிர்ந்துகொள்ள, உச்ச உணர்வு நிரம்பிய சூழல்களை - குற்ற மனப்பாங்கற்ற சூழல்களில் கண்டுகொள்ள, மாதிரிகளை அடையாளம் காண்பதற்கு, தனக்கான அடையாளத்தைத் தேடுவதற்கு, உலகைப் பற்றிய செய்திகளைப் பெற, நீதியின்பாலான நம்பிக்கையை தனக்குள் மீள்வலியுறுத்திக்கொள்ள, காதலுணர்வின் நம்பிக்கையைப் பெற்றுக்கொள்ள, தனக்கும் மேலான மீள்நம்பிக்கைகள், மாந்திரீகம், அற்புதங்களில் நம்பிக்கை பெற, அடுத்தவர்களும் தவறிழைப்பதைக் காண்பதற்கு, உலகின் மீதான கட்டுப்பாடுகளைப் புரிந்துகொள்ள, வரலாற்று நிகழ்ச்சிகளைக் காண்பதன் மூலம் தானும் வரலாற்றின் பங்குதாரராக,

மகிழ்ச்சி தராத - உவகையற்ற உணர்வுகளைப் புனிதப்படுத்திக்கொள்ள, பாலியல் தேவைகளின் வடிவங்களை குற்ற மனப்பாங்கற்ற சூழல்களில் அடைந்துகொள்ள, விலக்கப்பெற்ற விஷயங்களைத் தண்டனைகளுக்கப்பால் அறிந்துகொள்ள என அந்தப் பட்டியல் நீள்கிறது.

இந்த அணுகுமுறை - தனியாட்களைப் பற்றியே பேசுவது ஒரு குறைபாடென்றாலும், வெகுசன ஊடகங்கள் மனிதர்களை சமூக ஒன்றிப்பிலிருந்தும் பிரித்தெடுத்த, தனித்தனித் தீவுகளாக்கிவரும் இன்றைய காலகட்டத்தில் - மனிதர்களும் தமக்கான வெகுசன ஊடக நுகர்வைத் தாமே தனித்து அனுபவிக்கும் உட்பாங்கு பெருகிவரும் சூழலில் - காரியங்களை அறிந்து காரணங்களைத் தேடும் ஆய்வுப்போக்கிற்கு - இந்த அணுகுமுறை ஒரு முன்னோடி என்பதில் இருவேறு கருத்துக்களிருக்க முடியாது.

### தகவல் ஏற்பும் நிராகரிப்பும்

இந்தவகையில், தொடர்பாடல் மக்களுக்கானதாக இருந்தாலும் - அந்தத் தொடர்பாடலை எதிர்கொள்ளும் தன்மையை அந்த மக்களின் சமூக, பொருளாதார, அரசியல், பண்பாட்டுச் செல்வாக்குகளே பெருமளவில் தீர்மானித்துக் கொள்கின்றன.

இது ஒருவகையில், தொடர்பாடலின் அல்லது ஊடகங்களின் வீச்சை, மக்கள் மத்தியிலிருந்து தடுத்துக்கொள்ளும் இயல்பான தற்காப்புப் பொறிமுறையாகவும் (Defensive mechanism) கருதமுடியும். அதாவது - ஊடகங்களின் சராமாரியான தாக்குதல்களிலிருந்து தப்புவது என்பது, அவற்றைக் கண்முடித்தனமாக எதிர்த்து நிற்பதாகக் கருதப்படாது, தேவையற்ற ஊடுவல்களை, அநாவசியமான சிதைவுகளைத் தடுத்துக்கொள்ளும் தற்காப்புக்கு ஒப்பானதாக எடுத்துக்கொள்வதே ஆரோக்கியமானதாயிருக்கும்.

வெகுசன ஊடகங்களிலிருந்து பெறப்படும் செய்திகளை அப்படியே தமக்குள் உள்வாங்குபவர்களாக மக்கள் எப்போதுமே இருந்ததில்லை. ஊடகங்கள் சொல்வது எதுவாயினும், அது மக்கள் சார்ந்துள்ள பண்பாடு, வர்க்கம், இனம், பாலினம் அடிப்படையிலேயே - மக்கள் வசம் அவை உள்ளீர்த்துக் கொள்ளப்படும். திட்டமிடப்பட்டு அர்த்தம் கொள்ளும் வகையில் உருவாக்கப்படும் எந்தச் செய்தியும் - பகுதியாக ஏற்றுக்கொள்ளப்படுதல், தமக்கேற்ற வகையில் உருவகித்துக் கொள்ளப்படுதல், நிராகரிக்கப்படல் என்ற நிலைப்பாடுகளைச் சந்திக்கவே வேண்டிவரும்.

### மக்களைப் புரிந்துகொள்ளல்

வெகுசனத் தொடர்பாடலை வெறுமனே ஒற்றை வழிமுறையாகக் கொள்வது என்பது பொருத்தமற்றது என்பதுடன் - அதனை ஆழமாகப் பின்புலங்களுடன் அணுகுவதே உள்ளீர்த்தமுடையதாயிருக்கும். வெகுசனத் தொடர்பாடலின் ஒவ்வொரு காரணிகளும் அவற்றவற்றுக்கே உரிய முக்கியத்துவத்தை எப்போதும் இழந்துவிடுவதுமில்லை. செய்திகளைத் தயாரிப்பவர், உள்ளடக்கம், ஊடகம், பெறுநர், சூழல் ஆகியவற்றைப் புறந்தள்ளி மேற்கொள்ளப்படும் எந்தவொரு தொடர்பாடலும் வெற்றிபெறுவதுமில்லை.

இதையே - 'தொடர்பாடல், ஒவ்வொரு இடத்துக்குமான தன்மையுடன் தொடர்புடைய செயற்பாடு என்பதோடு, அது உணர்வுமயமானது, பண்பாட்டு மாறிகளின் செல்வாக்குக்கும் ஆட்பட்டது. எனவேதான், வலுவான தொடர்பாடலுக்கு - குறித்த பகுதி அல்லது பிராந்திய மக்களைப் பற்றிய தகவலவறிவு தொடர்பியலாளருக்கு அவசியமாயுள்ளது' என்று வலியுறுத்துகிறார் ஜே.எல்.சிங்.

தேர்ந்த தொடர்பியல் அறிஞரான வில்பர் ஷ்ராமும், இக்கருத்துடன் உடன்படுகிறார். அடித்தள மக்கள் மத்தியில் வெகுசன ஊடகங்கள் செல்வாக்குப் பெறாத நிலை ஏற்படுமாயின், அதற்கு - அந்த மக்களின் பண்பாடு தொடர்பான போதிய அறிவின்மை, மக்களிடமிருந்தான பின்னூட்டமின்மை, உள்ளூர் சூழல் தொடர்பில் தப்பிப்பிராயம் அல்லது தவறான புரிதலைக் கொண்டிருத்தல் என்பன காரணங்களாகலாம் என்கிறார் ஷ்ராம்.

தொடர்பாடலில் பங்கேற்கும் மக்கள் தொடர்பான அல்லது இலக்குவைக்கப்படும் மக்கள் (Target audience) பற்றிய புரிதல்கள், அனைத்துத் தளங்களிலும் உருவாகும்போதே - அங்கு வெற்றிகரமான தொடர்பாடலுக்கு வாய்ப்புள்ளது.

தொடர்பாடல் சார்ந்த 'நிகழ்த்துதலின் வெற்றி' என்பது, ஒரு கருத்து சரியான முறையில் பெறுபரைச் சென்றடைதல் என்பதைக் குறிக்கிறது. ஒரு கருத்து பெறுபவரிடம் சேர வேண்டுமென்றால் அதைச் சொல்லும் விதம், பெறுபவரின் தளத்துக்கு எட்டக்கூடியதாகவும், அவர்களால் புரிந்துகொள்ளப்படக்கூடிய குறியீடுகளை உடையதாகவும், அவர்களுக்குச் சோர்வூட்டும் எதிரிடையான அம்சங்களைக் களையக்கூடியதாகவும் இருக்கவேண்டும். இப்படிக் கூறும்போது, நிகழ்த்துதலின் வெற்றிக்குப் பெறுபரை விட, நிகழ்த்துவோருடைய பொறுப்பே பன்மடங்காக உள்ளது என்பது

தெளிவாகிறது.

அதற்கு, இந்தப் பொறுப்பைச் சுமக்கும் நிகழ்த்துவோராகிய தொடர்பியலாளர், பெறுநர் தரப்பிலிருந்து தொடர்பாடலை நோக்கும் திறனைத் தம் கைவரப்பெற்றிருக்க வேண்டும் என்பதுடன் அவர்களையும் அறிந்திருக்க வேண்டும்.

- ஊடகமொழியும் மக்களும் : பயன்படுத்தும் ஊடகத்தின் மொழியைப் புரிந்துகொள்பவர்களாகப் பெறுநர்கள் இருக்கவேண்டும் அல்லது அவர்களுக்கேற்ற, பொருத்தமான ஊடகத்தைத் தெரிய வேண்டும்.
- ஊடகம் மீதான நம்பிக்கை : ஊடகத்தை நம்புவவர்களே, அதனுடகச் சொல்லப்படும் செய்திகளையும் நம்பத் தலைப்படுவர். வெகுசன ஊடகங்கள் தொடர்பில் - மக்களுக்கு இருக்கக்கூடிய அந்நியத்தன்மை, அவற்றின் உரிமையாளர்கள் தொடர்பில் எழும் சந்தேகங்கள் ஆகியவை இந்த வகையில் குறிப்பிடத்தக்கவை.

தாம் ஆர்வத்துடன் செயற்பட ஆரம்பிப்பதற்கு வேண்டிய செய்திகள் வெளியிலிருந்து கிடைப்பதற்காகவே, வெகுசனத்தினர் ஆர்வத்துடன் காத்திருக்கின்றனர் என எவ்வாறு கருதுவாராக இருந்தால், அது மிகத் தவறானதாகும். உண்மையில் - தகவல் மூலத்தினதும் (Source of information), ஊடகத்தினதும் நம்பகத்தன்மையே முதலில் மக்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டாக வேண்டும்.

- ஊடகத்தைக் கட்டுப்படுத்துவோரின் ஆதாயங்கள் - நலன்கள், குறுகிய நோக்கங்களுக்காகத் தம்மைப் பயன்படுத்துவதனுடாக நிறைவேற்றப்படுவதாக ஒருவர் சந்தேகப்படுவாராக இருந்தால், அதனைத் தவறெனக் கூறமுடியாது என்கிறார் துர்க்காதாஸ் முகோத்பாயா.
- மக்களின் உளவியல் : மக்களுக்கு அளிக்கப்படும் செய்திகள் நல்ல செய்திகளாக மாத்திரம் இருந்தால், அது நல்லதொரு தொடர்பாடலாகி விடும் என்றே சமூகச் செயற்பாட்டாளர்கள் சிலர் கருதுகின்றனர். அவ்வாறான சந்தர்ப்பத்தில், பல முக்கிய விடயங்கள் அலட்சியப்படுத்தப்படுகின்றன. செய்திகள் யாருக்காகச் சொல்லப்படுகிறதோ, அந்த மக்களின் சொல்லப்படும் செய்தி சார்ந்த பின்னணியும், மனநிலையும் புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. அவர்கள் எவ்வாறு அந்தச் செய்தியை எடுத்துக்கொள்வார்கள் என்பது குறித்துக் கவலை கொள்ளப்படுவதில்லை. மக்களின் நிலை பற்றி அறிந்திராத தன்மையும், சொல்லப்படும் செய்தி குறித்த அந்த மக்களின் உள்பாங்கு அறியப்படாததும் அச்செய்தியின் ஏற்புடமை, நிராகரிப்பு தொடர்பாக எதிர்வுகூறமுடியாத இக்கட்டை உருவாக்கிவிடுகிறது.

அடித்தட்டு மக்கள், தமது பிரச்சனைகள் பற்றியும் தடைகள் குறித்தும் போதுமானளவு விழிப்புணர்வைப் பெற்றேயுள்ளனர். தாம் தாமாக இருப்பதை விரும்பும் அதே மக்கள், தம்மை - தமது சூழலை குழப்ப முனைவதாகத் தாம் நம்பும் எவரையும், உள்நுழைய அனுமதிப்பதில்லை. இந்த உளவியல், இந்த மக்களிடையே பணியாற்றப் புகும் எவருக்கும் தெரிந்திருக்க வேண்டும். இவ்வாறான மனநிலையிலுள்ள மக்களிடம் கொண்டுசெல்லப்படும் செய்திகள் எதுவாகினும், அவை தமக்கு தற்போதைய வாழ்க்கை முறையிலிருந்தும் அதிக முன்னேற்றம் தரும் என நம்பப்படுமிடத்திலேயே, அச்செய்தி அம்மக்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்படக்கூடியதாக இருக்கும்.

- ஏலவே இருக்கும் அறிவு : ஏற்கனவே மக்களிடம் தனிப்பட்ட நிலையிலும் குழு நிலையிலும் குறித்த சில விஷயங்கள் தொடர்பில் இருக்கக்கூடிய பார்வைகள், விமர்சனங்கள் - அந்த விஷயம் பற்றிய செய்திகளை உள்வாங்குவதிலும் செல்வாக்குச் செலுத்தும். மக்களிடம் இருக்கக்கூடிய கருத்தியல்கள், அனுபவங்கள், அரசியல் - பண்பாடு - இனம் - பொருளாதாரம் - பிராந்தியம் சார்ந்த செல்வாக்குகள் இதற்குக் காரணங்களாகலாம்.
- மக்களின் சமூக, பொருளாதார நிலை : செய்தியைப் பெறுபவரின் சமூக, பொருளாதார நிலைமை - அவை குறித்து குறித்த நபர்கள் கொண்டுள்ள முக்கியத்துவம் சார்ந்து, செய்தியும் அவர்களால் அதனடிப்படையிலேயே உள்ளீர்க்கப்படும்.
- பாலின வேறுபாடு : ஆண் மேலாதிக்கம் நிலவுகின்ற பெரும்பாலான சமூகங்களில், பெண்கள் செய்தியை உள்வாங்கும் அல்லது அதனை ஏற்றுக்கொள்ளும் தன்மைகள் வேறுபடும். அதேபோல், ஆண்கள் தரப்பில் பெண்கள் குறித்த செய்திகளை ஏற்றுக்கொள்வதிலும், இந்த ஆணாதிக்க நிலை செல்வாக்குச் செலுத்தும்.

## வெகுசன ஊடகங்கள் மீது மக்கள் தரப்பிலிருந்தான விமர்சனங்கள்

வளர்ந்துவிட்ட மேற்குலகினால் ஏற்படுத்தப்பட்டதாகக் கூறப்படும் 'தொடர்பாடல் புரட்சி', வளர்ந்துவரும் நாடுகளுக்கு எதைப் பெற்றுக்கொடுத்திருக்கிறது என்பது இன்றைய வெகுசனத் தொடர்பாடலைப் பொறுத்தளவில் முக்கியமான வினாவாகும்.

வெகுசனத் தொடர்பாடல் துறையில் ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ள புதிய தொழினுட்ப முன்னேற்றங்கள், பல நூற்றாண்டுகளாக வளர்ச்சியில் சுரண்டப்பட்டும் பின்தள்ளப்பட்டும் இருக்கின்ற வளர்ந்துவரும் தேசங்களை - ஒரு நீண்ட பாய்ச்சலுக்குத் தயார்படுத்திவிடும் எனக் கூறப்பட்டு வந்தாலும், உண்மையில் நடந்தது, மேற்குலகின் நுகர்வுச் சந்தைகளாக வளர்ந்துவரும் நாடுகள் மாற்றப்பட்டதே. இதற்கு, தொடர்பாடலின் புதிய தொழினுட்பங்கள் அசாத்தியமான பங்காற்றுவதை மிக எளிமையாகச் செய்து முடித்திருக்கின்றன.

ஊடகங்களில் செயற்பாடுகளை, கருத்தியலை, செல்நெறியை - தீர்மானிக்கும், வரையறுத்துக் கொள்ளும், கட்டுப்படுத்தும், செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள் - தொடர்பாடலில் மிகுந்த முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன. தொடர்பாடலின் வீச்சையும் சுயாதீனத்தையும்- நேரடியாகப் பாதிப்பனவாக அவை அமைகின்றன.

குறிப்பாக, வெகுசன ஊடகங்களில் இந்தச் சக்திகளின் ஆதிக்கமே - அவற்றின் போக்குகளை முற்றாகத் தீர்மானிக்கின்றன. ஊடகங்கள், மக்கள் மத்தியில் கொண்டுள்ள செல்வாக்கு - யதார்த்தத்தில் இத்தகைய ஆதிக்கச் சக்திகளின் கடிவாளத்திலேயே தங்கியிருப்பதும், இவ்வாறான மறைமுகமான கட்டுப்பாட்டு அதிகாரம் - கருத்தியல் தளத்தில் மக்களை, அவர்தம் சுதந்திரத்தைக் கையாளும் அதிகாரமாக வியாபித்து நிற்பதுவும் - மிகுந்த எச்சரிக்கையுடனான விமர்சனப் பார்வைகளைச் இச்சக்திகள் மீது செலுத்தக் காரணமாகின்றன.

வளர்ச்சியடைந்த நாடுகளின் அருப கரங்கள், வளர்ந்துவரும் நாடுகளை இன்னமும் தம் கைப்பிடிக்குள் வைத்திருக்க முயற்சிப்பதற்கு, அதிகம் துணையாகுவையும் வெகுசன ஊடகங்களே. 'தகவலளித்தல்' என்ற பொறிமுறையின் கட்டுப்பாட்டுப் கருவிகள் அவையே. எனவே, தொடர்பாடலை விமர்சன ரீதியாக அறிந்துகொள்வதற்கு வெகுசன ஊடகங்களின் செயற்பாடுகளையும் அதிகம் புரிந்துகொள்ளவேண்டியிருக்கிறது; அதிகம் ஆராயவேண்டியிருக்கிறது.

வெகுசன ஊடகங்கள் - பரந்த மக்கள் திரளுக்கு, வேகமாகத் தகவல்களை அளிக்கவல்லனவாக இருந்தாலும் - திறனுடைய, அடித்தள மக்களுக்கான தொடர்பாடல் என வருகையில் அவை பலவினமான பக்கங்களையும் கொண்டேயுள்ளன.

- மேலாதிக்கமும், ஒருவழித் தகவல் தொடர்பும்

மிகப் பெரும்பாலான வெகுசன ஊடகங்கள் அமைப்பு ரீதியாக மட்டுமல்லாது, தொடர்பாடல் முறையிலும் நிலைக்கோட்டுத்தன்மையையே கொண்டுள்ளன. மேலிருந்து கீழாக, மேலாதிக்கத்தின் போக்கில் செலுத்தப்படும் செய்திகள், மக்களுக்கு அள்ளி வீசப்படுகின்றன. இங்கு, மக்களின் தேவைகள் குறித்துக் கவனம் செலுத்தப்படுவதில்லை; அடித்தட்டு மக்களின் பங்களிப்பு இருப்பதில்லை; சுதந்திரமான தகவல் செலுத்துகை என்பது ஒரு திசையில் மட்டுமே நடைபெறுகிறது. இச்செயல் ஜனநாயக முரண் தன்மையையே எடுத்துக்காட்டுகிறது. வெறுமனே சடங்களாக வெகுசன ஊடகத் தயாரிப்புக்களை நுகரும் மக்கள், அவற்றினால் மிக இலகுவில் முளைச்சலவையும் செய்யப்படுகின்றனர்.

- வணிக நோக்கமே முதன்மை

வெகுசன ஊடகங்களின்பாலான தகவல் வழங்கலும் தொடர்பாடலும் இன்று வணிகமயப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இவற்றின் நோக்கம் அறிவை வழங்குவதுடன் மட்டுமல்லாது, அதனை விற்பனை செய்வதையுமே குறியாகக் கொண்டுள்ளது. இன்று ஊடக நிறுவனங்கள் அதிகரித்துவருகின்ற நிலையில், ஊடகச் சொத்துடமையாளர்களோ குறைந்துவருகின்றனர். இது, ஒருவரே பல ஊடக நிறுவனங்களை தன் கையில் வைத்திருக்கும் ஊடகத் தன்மேலாதிக்கத்தை (Media monopoly) எடுத்துக்காட்டுகிறது.

இவ்வாறு - ஊடகங்கள் பொருட் பெறுமதி வாய்ந்தவையாகவும், சொத்துடமை வர்க்கத்தினால் கட்டுப்படுத்தப்படுவையாகவும் உருவாகியுள்ளதால் - தகவல் மற்றும் பொழுதுபோக்கு ஊடகங்கள் என அவை இரண்டுமே சொத்துடமை வர்க்கத்தின் நலன்களுக்காகக் கையாளப்படுவதுடன், அவை சமூக மாற்றத்தைக் கொண்டுவரும் பணியில் செயலாற்றும் என நாம் எதிர்பார்க்கவும்



முடியாதுள்ளது.

வெகுசன ஊடகங்கள், மக்கள் பிரச்சினைகளில் ஈடுபாடு காட்டுவதைவிட, தமது வருமானத்திற்கு வழிசெய்யும் விளம்பரங்கள் அல்லது சுற்றோட்ட அதிகரிப்புக்கு உதவக்கூடிய 'கிளர்ச்சியூட்டும்' செய்திகளுக்கே அதிக முக்கியத்துவம் தருகின்றன.

- கையாளப்படும் தகவல்கள்

தகவல்கள் - அதிகாரம், பொருளியல், அரசியல் பரிமாணங்களைக் கொண்டவை. தகவலைக் கட்டுப்படுத்தக்கூடிய சக்தி என்பது - அதிகாரம், பொருளியல், அரசியல் தளங்களையும் கட்டுக்குள் வைத்திருக்கும் என்பது இன்று வெகுசன ஊடகங்களால் நிரூபிக்கப்பட்டிருக்கிறது.

உலக அளவில் தகவல் வீச்சைக் (Information flow) கட்டுப்படுத்துவது என்பது, வளர்ந்துவரும் நாடுகளின் தன்னிகாரத்தையும், அரசியல் சுயத்தையும், பொருளாதார சுதந்திரத்தையும் கட்டுப்படுத்துவது என்பதே அர்த்தமாகும். 'தகவல் உலகக் கிராமம்' (Information Global Village), 'தகவல் ஒழுங்குமுறை' (Information order) இவையெல்லாம் இந்த மேலாதிக்கத்தின் கருத்தியற் குழந்தைகளே.

அதேவேளை, இந்தப் போக்கு, தனியே, சர்வதேச மட்டத்தில் வளர்ந்துவரும் நாடுகளை நோக்கியது என்றும்புமல்லாது, ஒவ்வொரு நாட்டினதும் அதிகாரம் மிக்க அரசியல்வாதிகளாலும் சொத்துடமைச் சக்திகளாலும் அடித்தள மக்களைக் குறிவைத்தும் நிகழ்த்தப்படுகிறது.

வெகுசன ஊடகங்களால் மக்களின் தேவைகள் தெரியாமல், புரியாமல் கொட்டிவிடப்படும் தகவல்கள் ('Bombardment of information') எவ்வித பிரயோசனமும் அற்றுப் போவதுடன் - மக்களின் அறிவுவழியான விழிப்புணர்விற்கும் தடையாக மாறிவிடுகின்றன.

இந்தப் போக்கிற்கு மறுதலையாக - மக்களுக்குக் கிடைக்கவேண்டிய தகவல்களை தமது கருத்தியல்களின் அடிப்படையில் தடுப்பது தொடர்பிலும், வெகுசன ஊடகங்களின் செயற்பாடுகள் கண்டனத்திற்குள்ளாகின்றன. வெகுசன ஊடகங்களின் இந்தச் செயற்பாட்டை 'வாயிற் காப்பாளர்' (Gate keepers) என்ற கோட்பாட்டின் பேரில் விளக்குகிறார் கேர்ட் லெவின் (Kurt Lewin) என்ற உள்பகுப்பாய்வாளர். மக்களுக்கான தகவல்களைத் தடுத்து நிறுத்தி, தாம் விரும்புவற்றை மாத்திரம் அனுமதிக்கும் வாயிற்காப்பாளன் வேலையை ஊடகங்கள் ஆற்றுவதாக அவர் அதனை விமர்சிக்கிறார்.

தகவல்கள் மக்களைச் சென்றடைவதைத் தீர்மானிக்கும் இத்தகைய நிலை - சுயாதீனமான தகவல்களைப் பெறும் வழிமுறைக்கு முற்றிலும் தடையாக, எதிரானதாக இருப்பது கண்கூடு. குறிப்பாக, அன்றிலிருந்து இன்றுவரை - வெகுசன ஊடகங்களின் செயற்பாடுகள் - தாம் தீர்மானிக்கும் செய்திகளைத்தான் மக்கள் பார்வைக்குக் கொண்டுசெல்லமுடியும் என்ற நடைமுறைக்குள் இருப்பதையும், அவ்வாறு செய்திகளை அனுமதிக்கும்போதும், தமக்கான பார்வைகளுடன் சுயதணிக்கைகளுக்கும், கையாளல்களுக்கும் உட்படுத்தியே அவற்றை அனுமதிப்பதும் இங்கு கவனிக்கத்தக்கது.

வெகுசன ஊடகங்கள் தமக்கான தகவலளித்தல் பணியின் குறிப்பிட்ட ஒரு சதவீதத்தையையினும் நியாயபூர்வமாகப் பூர்த்திசெய்ய முயற்சித்திருந்தால், அடித்தள மக்களின் சமூக, அரசியல், பொருளாதார அடிப்படைத் தேவைகள் ஓரளவேனும் தீர்க்கப்பட்டிருக்கும். சமத்துவ சமுதாயத்துக்கான கால்கோள்கள் இடப்பட்டிருக்கும். ஆனால், அது நடைபெறவில்லை.

வெகுசன ஊடகங்கள், தம்மை உருவாக்கிய அரசாங்கங்களினதும் பெரு முதலாளிகளதும் ஆதாயங்களுக்காகவே தமது அளப்பரிய பலத்தை இன்றுவரை செலவழித்து நிற்கின்றன.

- மக்கள் கரிசனையற்ற உள்ளடக்கங்கள்

வெகுசன ஊடகங்களின் செயற்பாடுகள் - பத்திரிகைகளாக இருந்தால் அவற்றின் சுற்றோட்டத்தைப் (Circulation) பெருக்குவதிலும், தொலைக்காட்சியாக இருந்தால் நிகழ்ச்சிகள் 'நேயர் விருப்பத் தகுதிவரிசையில்' (Programme rating) இடம்பிடிக்கவும், திரைப்படமாக இருந்தால் வர்த்தகரீதியில் வெற்றியைப் (Box-office Hit) பெறவும் - அவற்றுக்கேற்ற வகையில் - உள்ளடக்கங்களை அமைத்துக் கொள்வதிலுமே ஆர்வம் காட்டப்படுகிறது. இவற்றை விடுத்து, மக்களுக்கான சேவை என்பது, இன்று இரண்டாம் பட்சமாகிவிட்டது.

- பன்முக அடையாள மறுப்பும் ஒற்றை அடையாள உருவாக்க முயற்சியும்

வெகுசன ஊடகங்களின்பால் சுமத்தப்படும் இன்னுமொரு குற்றச்சாட்டு - அது, சமூகத்தின் பன்முகத்தன்மையை மறுதலித்து ஒற்றைப்படுத்தும் பணியை வேகமாகச் செய்வதாகும்.

பரந்து, விரிந்திருக்கும் வாசகர்கள், நேயர்கள், பார்வையாளர்களிடையே காணப்படக்கூடிய, இன, மொழி, மத, பண்பாட்டு தனித்த அடையாளங்கள் புறந்தள்ளப்பட்டு, வெகுசன ஊடகங்கள் தாமாக உருவாக்கிக்கொள்ளும், ஒற்றை அடையாளத்தை அனைவருக்கும் சுமத்துகின்றன. இந்த ஒற்றை அடையாளத்தின் பின்னாலுள்ள மேலாதிக்க அரசியலும், வணிக நோக்கமும் - சமூகத்தின் பன்முகத்தன்மையை, அதன் செழுமையைத் திட்டமிட்டே சீரழிக்கின்றன.

மனிதனின் ஒட்டுமொத்தமான வாழ்க்கையை பண்பாடு பிரதிபலிக்கிறது. ஒரு சமூகத்தின் மொழி, ஒழுங்கியல், கலைகள், தொன்மக் கதைகள், மதங்கள், அறிவியல், தத்துவம், கோட்பாடுகள், பழக்க வழக்கங்கள், சடங்குகள், விழாக்கள் போன்றவற்றின் வழியாகப் புலப்படும் ஒட்டுமொத்தமான சமூக உணர்வுகள், சமூக மனநிலை (Social consciousness) தான் பண்பாடு எனலாம்.

இவ்வாறான தனித்த அடையாளம் தரவல்ல - பண்பாட்டு யதார்த்தம் மறைக்கப்பட்டு ஒரு மதம், ஒரு மொழி, ஒரு பண்பாடு என்றவொரு நிலை உருவாக்கிக்கொண்டிருக்கிறது.

இவ்வாறான செழுமையை, ஒவ்வொரு சமூகமும் கொண்டுள்ள தனித்த அடையாளத்தைச் சிதைத்து அல்லது மறைத்து - ஒற்றைத் தன்மைக்குள், ஒற்றைப் பண்பாட்டுக்குள் அனைவரையும் வலிந்திழுக்கும் முயற்சி - ஒரு மேலாதிக்கக் கபளீகரமேயன்றி வேறல்ல.

உலகளாவிய ஒற்றைப் பண்பாட்டுக் (Global culture) கருத்தாக்கத்தில் உலகின் சிறுபான்மைக் குழுக்களதும், ஒடுக்கப்படும் மக்களதும், பழங்குடியினரதும் - அருகிவரும், எஞ்சியிருக்கும் பண்பாட்டுப் பெறுதிகள் கூட - ஆழிப் பேரலையில் துரும்பாக அடித்துச் செல்லப்படுகின்றன.

### மக்கள் தொடர்பாடலுக்கான வாய்ப்புக்கள்

இவ்வாறெல்லாம் குற்றச்சாட்டுக்கள் முன்வைக்கப்படும் நிலையில் மக்களுக்கான தொடர்பாடலுக்கான வாய்ப்புக்கள் தொடர்பிலும் சிந்திக்கவே வேண்டியுள்ளது. அதற்கு, இரு வழிகள் காணப்படுவதாகக் கொள்ளலாம்.

ஒன்று - தற்போதுள்ள ஊடகங்கள் அடித்தட்டு மக்களால் 'கைப்பற்றப்படுதல்', இரண்டு - தற்போதுள்ள ஒழுங்குக்கு மாற்றாகவும் எதிராகவும் (Alternative and counter to the existing system) மற்றுமொரு தொடர்பாடல் ஒழுங்குமுறையை இனங்காணுதல் அல்லது கண்டுபிடித்தல்.

இவற்றில் - வெகுசன ஊடகங்கள் மிகப் பெரும்பாலும் அரசியல் அதிகாரசக்திகளாலும், சொத்துடமையாளர்களாலும் ஆக்கிரமிக்கப்பட்டுள்ள நிலையில் - அவற்றை அடித்தள மக்கள் கைப்பற்றுவது என்பது யதார்த்தத்தில் நடைபெறும் வாய்ப்பற்றது என்ற உண்மையை ஒத்துக்கொண்டு - மாற்று வெகுசனத் தொடர்பாடல் வழிமுறைகளை நாடுவதே, உருவாக்குவதே காலப்பொருத்தமானதாக அமைய முடியும்.

### உசாத்துணை:

- Mody, Bella. (1991) Designing Messages for Development Communication : An Audience Participation Based Approach, Sage Publications, New Delhi, India
- Schramm, Wilbur. (1964) Mass Media and National Development: The Role of Information in the Developing Countries, Stanford University Press, Stanford, California and UNESCO, Paris
- Abreo, Desmond A. D'. (1990) Voice to the People: Communication for Social Change, Culture and Communication, Loyola College, Chennai, India
- Appavoo, James Theophilus. (1986) Folklore for Change, TTS Publications, Tamil Nadu Theological Seminary, Madurai, India
- Mukhopadhyay, Durga Das. (1994) Folklore and Social Communication, Publications Division, Ministry of Broadcasting and Information, Government of India, New Delhi, India
- Singh, J. L. (2000) Media, Communication and Development : An overview, Communication and Social Transformation – Indian Experience, Editors: J.L. Singh, KD Gaur, Ravi Kumar Pandey, Manak Publications, New Delhi, India