

പൂർണ്ണമായും കോർപ്പറേറ്റ് വൽകരിക്കപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുന്ന ഇന്ത്യൻ മാധ്യമരംഗത്തെ അശുഭപ്രവണതകളെക്കുറിച്ച് സംസാരിക്കുന്നു
പി. സായിനാഥ് / കേരളീയം

മാധ്യമങ്ങളുടെ കോർപ്പറേറ്റ് പരിണാമം

മനുഷ്യസമൂഹത്തെ ബാധിക്കുന്ന അടിസ്ഥാന പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നും മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ തുടർച്ചയായി അകന്നുകൊണ്ടിരിക്കുകയും ജനവിരുദ്ധവും അപ്രധാനവുമായ വിഷയങ്ങളെ അമിതപ്രാധാന്യമുള്ളവയായി അവതരിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന സമകാലിക സാഹചര്യത്തിൽ നീതിക്ക് വേണ്ടി നിലകൊള്ളണം എന്ന് ആഗ്രഹിക്കുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്ക് എന്താണ് ചെയ്യാൻ കഴിയുന്നത്?

കോർപ്പറേറ്റുകൾ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ഇന്ത്യൻ മാധ്യമരംഗത്തെ ഒരു വരുമാന സ്രോതസ്സായാണ് മാധ്യമ മുതലാളിമാർ പരിഗണിക്കുന്നത്. വാർത്തയുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശമുള്ളവർ വിൽപ്പനച്ചരക്ക് എന്ന പോലെ അത് വിറ്റഴിക്കുന്നു. പെയ്ഡ് ന്യൂസ് പോലെയുള്ള പ്രതിഭാസങ്ങളുണ്ടാകാനുള്ള കാരണം അതാണ്. രണ്ട് മാസങ്ങൾക്ക് മുമ്പ് ഇന്ത്യയുടെ ചരിത്രത്തിലെ അത്യന്തം ശ്രദ്ധേയമായ ഒരു മാധ്യമ ഇടപാട് നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് നടന്നു. മുകേഷ് അംബാനിയുടെ റിലയൻസ് കമ്പനി നെറ്റ്വർക്ക് 18 എന്ന മാധ്യമ സ്ഥാപനത്തെ വിലയ്ക്കെടുത്തിരിക്കുന്നു. സി.എൻ.എൻ - ഐ.ബി.എൻ, ഇ-ടി.വി തുടങ്ങിയ നിരവധി മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ സമുച്ചയമായ നെറ്റ്വർക്ക് 18 വിലയ്ക്കെടുത്തതോടെ റിലയൻസ് ഇന്ത്യയിലെ ബൃഹത്തായ മാധ്യമ ശൃംഖലയുടെ അധിപനായി മാറിയിരിക്കുന്നു. ഈനാട് മാധ്യമ ശൃംഖലിൽ നിന്നും 24 ചാനലുകൾ നെറ്റ്വർക്ക് 18 വിലയ്ക്കെടുത്തതിന് തൊട്ടുപിന്നാലെയാണ് റിലയൻസ് നെറ്റ്വർക്ക് 18 വിലയ്ക്കെടുത്തത്. റിലയൻസിന് വേണ്ടി നെറ്റ്വർക്ക് 18 മധ്യസ്ഥനായി പ്രവർത്തിക്കുകയായിരുന്നോ എന്ന സംശയമുളവാക്കുന്ന തരത്തിലുള്ള ഇടപാടുകളാണ് നടന്നത്.

എന്തായാലും ഈ സ്ഥിതി തുടർന്നാൽ 10 വർഷം പിന്നിടുമ്പോഴേക്കും ഇന്ത്യയിലെ മാധ്യമങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ശൃംഖലകളുടെ എണ്ണം നാലോ അഞ്ചോ ആയി ചുരുങ്ങും. കോർപ്പറേറ്റ് മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ വാർത്തകളുടെ അധിപരായിത്തീരും. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾക്കും വാർത്തകൾക്കും വൈവിധ്യം നഷ്ടമായിത്തീരും. സമൂഹത്തിലെ പല ജനവിഭാഗങ്ങളുടെയും ശബ്ദങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കുന്ന ഇടം ക്രമേണ കുറയും. പത്രങ്ങളുടെയും ചാനലുകളുടെയും എണ്ണം കുടുമെങ്കിലും അവ പ്രതിഫലിപ്പിക്കുന്ന ശബ്ദങ്ങളുടെ വൈവിധ്യം കുറയും. മാധ്യമ കേന്ദ്രീകരണം

വരും നാളുകളിൽ കൂടും. മറ്റനവധി ബിസിനസ്സുകളുള്ള കമ്പനികൾ മാധ്യമരംഗത്തും നിക്ഷേപം നടത്തും. നിക്ഷിപ്തതാത്പര്യങ്ങളുള്ള അത്തരം ബിസിനസ്സ് ഗ്രൂപ്പുകൾ മാധ്യമത്തെയും മറ്റ് വ്യവസായങ്ങളുടെ കൂട്ടത്തിൽ ഒന്നായി മാത്രമെ പരിഗണിക്കുകയുള്ളൂ. പത്രപ്രവർത്തനത്തിനോട് നീതി പുലർത്താൻ അവർക്ക് കഴിയില്ല. കാരണം ബിസിനസ്സ് രംഗത്തെ അവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ മിക്കതും അധാർമ്മികമാണ്.

ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ കുറച്ച് വർഷങ്ങൾക്ക് മുമ്പ് ആരംഭിച്ച രണ്ട് പ്രയോഗങ്ങൾ വാർത്തകൾ വ്യാപകമായി ചരക്കുവൽക്കരിക്കപ്പെടുന്നതിന് കാരണമായിത്തീർന്നു. ഒന്ന്, മീഡിയനെറ്റ് എന്ന പരിപാടിയാണ്. മീഡിയനെറ്റ് ഗ്രൂപ്പുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാൽ പത്രങ്ങളിലെ വാർത്തകൾക്കുള്ള ഇടം നിങ്ങൾക്ക് വാങ്ങാൻ കഴിയും. അങ്ങനെ വാങ്ങുന്ന സ്ഥലത്ത് ഇഷ്ടമുള്ള വാർത്ത നിങ്ങൾക്ക് പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ കഴിയും. സ്വകാര്യ ഉടമ്പടി (Private Treaty) യാണ് മറ്റൊന്ന്. പത്രസ്ഥാപനവും കോർപ്പറേറ്റ് സ്ഥാപനവും തമ്മിലുണ്ടാക്കുന്ന ഉടമ്പടിയാണിത്. ഈ ഉടമ്പടി പ്രകാരം കോർപ്പറേറ്റ് കമ്പനികൾ പത്രത്തിന്റെ 10 ശതമാനം ഓഹരി വാങ്ങുകയും ആ തുകയ്ക്കനുസരിച്ച് പരസ്യം നൽകുന്നതിനുള്ള ഇടം മാധ്യമസ്ഥാപനം കോർപ്പറേറ്റ് ഗ്രൂപ്പിന് അനുവദിച്ചു നൽകുകയും ചെയ്യുന്നു. മാധ്യമത്തിൽ നിക്ഷേപം നടത്തിയതിലൂടെ അവർക്ക് വിപണിയിൽ പിടിച്ചുനിൽക്കാനുള്ള സാധ്യതകൾ മാധ്യമത്തിലൂടെ തുറന്ന് കിട്ടുന്നു. ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ നിരവധി വൻ ബിസിനസ്സ് ഗ്രൂപ്പുകൾക്ക് ഇത്തരത്തിൽ അവസരമൊരുക്കിയിട്ടുണ്ട്.

കുത്തകവൽരണം മാധ്യമരംഗത്തെ കീഴ്പ്പെടുത്തുന്നു. നെറ്റ്വർക്ക് 18 പോലെയുള്ള വലിയൊരു മാധ്യമസംരംഭം വിലയ്ക്കെടുത്ത മുകേഷ് അംബാനിയുടെ പ്രധാന ബിസിനസ്സ് മാധ്യമരംഗമല്ല. അദ്ദേഹത്തിന്റെ വലിയ വ്യാവസായിക ലോകത്തിലെ ചെറിയൊരു കണ്ണി മാത്രമാണ് മാധ്യമവ്യവസായം. അത്രയും അപകടകരമായ ഒരു മാധ്യമപരിസരത്തിലാണ് ഇന്ന് നാമുള്ളത്. എല്ലാ മാധ്യമഗ്രൂപ്പുകൾക്കും മറ്റ് വ്യവസായങ്ങളുണ്ട്. ദൈനികജാഗരണിന് റിയൽ എസ്റ്റേറ്റും പഞ്ചസാര വ്യവസായവുമുണ്ട്. മലയാള മനോരമയ്ക്ക് റബ്ബറിലും വാനിലയിലുമുള്ള താത്പര്യം നിങ്ങൾക്കറിയാം. ശരത് പവാറിന്റെ കുടുംബമാണ് സകാൽ എന്ന പത്രത്തിന്റെ ഉടമസ്ഥർ. സ്വാതന്ത്ര്യസമര സേനാനികൾ തുടങ്ങിയ പത്രം പവാർ കുടുംബം കുതന്ത്രങ്ങളിലൂടെ കൈവശപ്പെടുത്തുകയായിരുന്നു. രാഷ്ട്രീയത്തിലും ബിസിനസ്സിലും മാധ്യമരംഗത്തും ഇപ്പോൾ പവാർ കുടുംബം ഒരുപോലെ കരുത്തരായിത്തീർന്നിരിക്കുന്നു. രാഷ്ട്രീയവും ബിസിനസ്സുമെല്ലാം മാധ്യമരംഗവുമായി കൂടിച്ചേരുന്ന ഈ ഇടപാടുകളെ നവകേന്ദ്രീകരണം (new convergence) എന്ന് വിളിക്കാം. ഈ നവകേന്ദ്രീകരണത്തിൽ കോർപ്പറേറ്റ് ലോകവും ബിസിനസ്സ് സംഘങ്ങളും രാഷ്ട്രീയ കൂടുംബങ്ങളും കൈകോർക്കുന്നു. തമിഴ്നാട്ടിലെ മാർൻ കുടുംബമാണ് പ്രധാന ഉദാഹരണം. കോടികൾ മാർൻ കുടുംബത്തിന് കോഴനൽകാതെ നിങ്ങളുടെ ചാനൽ തമിഴ്നാ

ട്ടിലെ കേബിൾ ടെലിവിഷൻ നെറ്റ്വർക്കുകളിലൂടെ സംഭവക്ഷണം ചെയ്യപ്പെടുകയില്ല. തമിഴ്നാട് കേബിൾ നെറ്റ്വർക്കുകളുടെ 70 ശതമാനവും നിയന്ത്രിക്കുന്നത് മാർൻ കുടുംബമാണ്. രാഷ്ട്രീയ കൂടുംബത്തിൽ നിന്നാണ് അവർ വരുന്നത്. മുരളിമന്ദിര മാർൻ രാഷ്ട്രീയ നേതാവും എഡിറ്ററുമാണ്. ഒപ്പം വ്യവസായിയുമാണ്. ആ സമവാക്യമാണ് ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയിലെ മിക്ക മാധ്യമഗ്രൂപ്പുകളെയും നിയന്ത്രിക്കുന്നത്. പഞ്ചാബ് ടെലിവിഷന്റെ ഉടമസ്ഥരായ ബാദൽ കുടുംബവും ആന്ധ്രയിലെ സാക്ഷി ടെലിവിഷന്റെ ഉടമസ്ഥനായ ജഗമോഹൻ റെഡിയും എല്ലാം ഈ സമവാക്യമാണ് പിന്തുടരുന്നത്.

മാധ്യമരംഗത്തെ ഈ കോർപ്പറേറ്റ്വൽക്കരണത്തെ നിങ്ങൾ തിരിച്ചറിയണം. അടിസ്ഥാന പ്രശ്നങ്ങളിൽ നിന്നും മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ അകന്നുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതിന് കാരണം അതാണ്. ബിസിനസ്സായി പരിണമിച്ചുകഴിഞ്ഞിരിക്കുന്ന മാധ്യമരംഗത്ത് നീതിയുടെ പക്ഷത്ത് നിൽക്കുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തനം സാധ്യമല്ല.

മാധ്യമരംഗത്തെ ഈ നവകേന്ദ്രീകരണത്തെ എങ്ങനെയാണ് നേരിടാൻ കഴിയുന്നത്? മാധ്യമങ്ങളെ കോർപ്പറേറ്റുകൾ മാത്രം നിയന്ത്രിക്കുന്ന അവസ്ഥ സംജാതമായാൽ കോർപ്പറേറ്റ് വികസനത്തിന്റെ കൊള്ളരുതായ്മകളെ തുറന്നുകാണിക്കാനും ബദൽ സാധ്യതകൾ അവതരിപ്പിക്കുന്നതിനും ഇടമുണ്ടാകുമോ?

ഈ മാധ്യമ - കോർപ്പറേറ്റ് ബന്ധത്തെ ഒറ്റ രാത്രികൊണ്ട് നിങ്ങൾക്ക് തകർക്കാൻ കഴിയില്ല. നിലവിലുള്ള മാധ്യമങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചുകൊണ്ടും പൊളിച്ചെഴുത്ത് സാധ്യമല്ല. പൗരൻ എന്ന നിലയിലും മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ എന്ന നിലയിലുമുള്ള കടമകൾ ഒരേപോലെ നിർവ്വഹിക്കാൻ തയ്യാറായാൽ സാധ്യതകളുണ്ട്. ചെറുമാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രസക്തി അവിടെയാണ്. സർക്കുലേഷൻ പരിമിതികളുണ്ടെങ്കിലും ചെറുമാധ്യമങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്ന പ്രതിഫലനങ്ങൾ വളരെ വലുതായിരിക്കും. ഉത്തരവാദിത്തത്തിന്റെയും വിശ്വാസ്യതയുടെയും ഫലത്തിന്റെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ചെറുമാധ്യമങ്ങൾ ഏറെ വലുതായിത്തീരുന്നു. ഇക്കണോമിക് ആന്റ് പൊളിറ്റിക്കൽ വീക്കി

ലിയാണ് ഇന്ത്യയിലെ മികച്ച ഉദാഹരണം. ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യയ്ക്കുള്ള സർക്കുലേഷൻ അവർക്കില്ല. പക്ഷെ ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ കരുത്തിലൂടെ അവർ സൃഷ്ടിച്ചെടുത്ത വ്യാപ്തി അളക്കാൻ കഴിയുന്നതിനുമപ്പുറമാണ്. ഇന്ത്യ ഇതുവരെ കണ്ടിട്ടുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ മഹാത്മാ ഗാന്ധിയാണ്. മൂന്ന് പത്രങ്ങൾ നടത്തിയ അദ്ദേഹം ഏറെക്കാലം പത്രപ്രവർത്തകനായിരുന്നു. ഉയർന്ന രീതിയിലുള്ള ധനസമ്പാദനം സാധ്യമായിരുന്ന ബാരിസ്റ്റർ പണി ഉപേക്ഷിച്ച് അദ്ദേഹം ജീവിതമാർഗ്ഗമായി സ്വീകരിച്ചത് പത്രപ്രവർത്തനമാണ്. ബ്രിട്ടീഷുകാർ പലപ്പോഴും തടസ്സപ്പെടുത്തിയിട്ടും



പി. സായിനാഥ്

വ്യത്യസ്ത സാഹചര്യങ്ങളിൽ, കടുത്തപ്രതിസന്ധികളെ തരണം ചെയ്തും അദ്ദേഹം അത് തുടർന്നു. എന്നാൽ 3000 നും 5000 നും ഇടയിൽ കോപ്പികൾ മാത്രമായിരുന്നു എല്ലാ കാലത്തും അദ്ദേഹത്തിന്റെ സർക്കുലേഷൻ. എന്നിട്ടും ഗാന്ധിയുടെ മാധ്യമങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചത്രയും പ്രതിഫലനങ്ങൾ അക്കാലത്ത് അതിലേറെ സർക്കുലേഷനുള്ള മാധ്യമങ്ങൾക്കൊന്നും സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല.

ചെറുമാധ്യമങ്ങൾക്കും വലിയ സാധ്യതകളുണ്ടെന്ന് തെളിയിച്ച നാടാണ് നമ്മുടെ. പൊതുസമൂഹം അത്തരം മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉള്ളടക്കത്തെ സ്വീകരിക്കാൻ തയ്യാറായിരിക്കുന്നിടത്തോളം കാലം ചെറുമാധ്യമങ്ങൾക്ക് സാധ്യതകളുണ്ട്. താല്പര്യമുള്ളവരെ കണ്ടെത്തുകയും അവരിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് നിങ്ങളുടെ മുന്നിലുള്ള വെല്ലുവിളി. കോർപ്പറേറ്റ് മാധ്യമങ്ങളെ നേരിടാനുള്ള വഴി അതുമാത്രമാണ്.

താങ്കളുടെ അനുഭവത്തിൽ അത്തരം ഉദാഹരണങ്ങൾ?

എനിക്കുതന്നെയുണ്ട് അത്തരമൊരു അനുഭവം. കൗണ്ടർമീഡിയ എന്നൊരു മാസിക 1986ൽ ഞാൻ മുറിയെഴുതിയിൽ നിന്നും ഇറക്കിയിരുന്നു. മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ അവഗണിക്കുന്ന ഉള്ളടക്കങ്ങൾക്ക് ഇടം നൽകുകയായിരുന്നു കൗണ്ടർമീഡിയയുടെ ലക്ഷ്യം. മാസിക വിജയമായിരുന്നെങ്കിലും എന്റെ ബാങ്ക് ബാലൻസ് ശൂന്യമായി. ഓരോ കോപ്പിക്കും 10 രൂപയായിരുന്നു നഷ്ടം. മാസിക പ്രിന്റ് ചെയ്തിരുന്നില്ല എന്നതുകൊണ്ടാണ് നഷ്ടം കുറഞ്ഞത്. ഓഫ്സെറ്റ് സെറോക്സ് കോപ്പിയാണ് ഞങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ചത്. പ്രിന്റ് ചെയ്യുന്നതിന്റെ അതേ ഗുണമേന്മ ഓഫ്സെറ്റ് സെറോക്സ് കോപ്പിക്കുണ്ട്. അന്ന് അതൊരു പുതിയ ടെക്നോളജിയായിരുന്നു. ഇലക്ട്രോണിക് ടൈപ്പറൈറ്റിൽ ടൈപ്പ് ചെയ്തെടുത്താണ് ഞങ്ങൾ ഓഫ്സെറ്റ് സെറോക്സ് കോപ്പി എടുക്കാനുള്ളത്. പ്രിന്റ് ചെയ്തതല്ല എന്ന് ഞങ്ങളുടെ മിക്ക വായനക്കാരും തിരി

ആദ്യം തുടങ്ങുന്ന മാസിക ഞങ്ങളുടേതായിരുന്നു. മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളുടെ കൊള്ളരുതായ്മകളെ ഞങ്ങൾ ആപംകതിയിലൂടെ രൂക്ഷമായി വിമർശിച്ചു. വായനക്കാരെ ഏറെ ആകർഷിച്ച പംകതിയായിരുന്നു അത്. ആ പംകതി ഭീഷണിയാകുമെന്ന് തിരിച്ചറിഞ്ഞ ശേഷമാണ് പല മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളും മാധ്യമവിമർശന പംകതി ആരംഭിക്കുന്നത്. എം.വി. കമ്മത്തല്ലാം മാധ്യമവിമർശനം മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളിൽ എഴുതി തുടങ്ങുന്നത് ഞങ്ങൾക്ക് ശേഷമാണ്.

ചെറുമാധ്യമങ്ങളുടെ മറ്റൊരു പ്രധാന റോൾ അതാണ്. അവർ മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് മാതൃക സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ചെറുമാസികകളിൽ നിന്നാണ് മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ പലപ്പോഴും വിഷയങ്ങൾ സ്വീകരിക്കാനുള്ളത്. ചെറുമാസികകൾ കാണിച്ചുകൊടുക്കുന്ന വഴിയിലൂടെയാണ് മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ പിന്നീട് അവരുടെ സാധ്യതകൾക്കനുസരിച്ച് ഏറെ മുന്നോട്ട് പോകുന്നത്.

നവമാധ്യമങ്ങളുടെ (New Media) വ്യാപനവും വാർത്തകൾ അറിയാനുള്ള സ്രോതസ്സുകളുടെ ബാഹുല്യവും എന്ത് മാറ്റമാണ് മാധ്യമരംഗത്ത്



കാർട്ടൂൺ(കടപ്പാട്): നിത്യപർണ്ണ രജ്ബോംഗ്ഷി

ചെറുമാധ്യമങ്ങൾക്കും വലിയ സാധ്യതകളുണ്ടെന്ന് തെളിയിച്ച നാടാണ് നമ്മുടെ. പൊതുസമൂഹം അത്തരം മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉള്ളടക്കത്തെ സ്വീകരിക്കാൻ തയ്യാറായിരിക്കുന്നിടത്തോളം കാലം ചെറുമാധ്യമങ്ങൾക്ക് സാധ്യതകളുണ്ട്. താല്പര്യമുള്ളവരെ കണ്ടെത്തുകയും അവരിലേക്ക് എത്തിച്ചേരുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് നിങ്ങളുടെ മുന്നിലുള്ള വെല്ലുവിളി. കോർപ്പറേറ്റ് മാധ്യമങ്ങളെ നേരിടാനുള്ള വഴി അതുമാത്രമാണ്

കൊണ്ടുവന്നിട്ടുള്ളത്. വാർത്തകളുടെ ഉള്ളടക്കത്തിൽ ഗുണപരമായ മാറ്റമുണ്ടാകുന്നുണ്ടോ?

സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ വികാസം വാർത്താവിനിമയത്തെ സുഗമമാക്കുക (facilitate) മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത്. വാർത്തകൾ മാറുന്നില്ല. നവമാധ്യമങ്ങളുടെ വികാസം ഇന്ത്യയിൽ വലിയ മാറ്റങ്ങളൊന്നുമുണ്ടാക്കിയിട്ടില്ല. എന്നാൽ യു.എസ്സിൽ ബ്രോഡ്ബാൻഡ് മീഡിയയുടെ വ്യാപനം കാരണം നിരവധി പരമ്പരാഗത പത്രങ്ങൾക്ക് തകർച്ച നേരിടേണ്ടതായി വന്നു. ബ്രോഡ്ബാൻഡ് ഇന്റർനെറ്റ് കണക്ഷൻ വികാസമുണ്ടായ പശ്ചാത്യ രാജ്യങ്ങളിലെല്ലാം പത്രങ്ങളുടെ സർക്കുലേഷൻ ഭീമമായി ഇടിഞ്ഞു. പക്ഷെ ഇന്ത്യയിൽ ബ്രോഡ്ബാൻഡ് അത്രത്തോളം വ്യാപിച്ചിട്ടില്ല. എന്നാൽ മുറിയെഴുതി നഗരത്തിൽ ഹിന്ദു പത്രത്തിന് ഓൺലൈൻ വായ

ച്ചറിഞ്ഞിരുന്നില്ല. ചിലവ് കുറയ്ക്കാൻ കഴിയുന്ന രീതികൾ പരീക്ഷിച്ചുകൊണ്ട് മാത്രമെ ചെറുമാധ്യമങ്ങൾക്ക് പിടിച്ചുനിൽക്കാൻ കഴിയുന്നുള്ളൂ. എന്നിട്ടും കൗണ്ടർമീഡിയ നിലച്ചു. പക്ഷെ ഗുണപരമായ പല മാറ്റങ്ങളും ഞങ്ങൾക്ക് കൊണ്ടുവരാൻ കഴിഞ്ഞു. മാധ്യമവിമർശനത്തിന്റെ കോളം

നക്കാറാണ് കൂടുതലുള്ളത്. വേഗതയുള്ള ഇന്റർനെറ്റ് കണക്ഷനുള്ളവർ മുൻപേയിൽ കൂടുതലാണ് എന്നതാണ് അതിന് കാരണം. കേരളവും അത്തരത്തിലുള്ള ഒരു പ്രദേശമാണ്. ടെലിവിഷന്റെയും ഇന്റർനെറ്റിന്റെയും വ്യാപനമാണ് കേരളത്തിൽ പത്രങ്ങളുടെ സർക്കുലേഷൻ കുറയാനുള്ള ഒരു കാരണം. എന്നാൽ ഇന്റർനെറ്റ് മാധ്യമങ്ങൾ വർദ്ധിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിലും ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ കാര്യമായ വ്യത്യാസങ്ങളുണ്ടാകുന്നില്ല. കൃത്രിമത്വമുണ്ടാകാനുള്ള സാധ്യത ഇന്റർനെറ്റിൽ വളരെ കൂടുതലാണ്. ആർക്കും എന്തും എഴുതാനുള്ള അവസരമുണ്ട്. രാജീവ്ഗാന്ധിയുടെ കൊലപാതകത്തിന് പിന്നിൽ സോണിയ ഗാന്ധിക്ക് പങ്കുണ്ട് എന്നെഴുതിയ വെബ്സൈറ്റുകളുണ്ട്. അതേ വെബ്സൈറ്റ് തന്നെ 2 ജി സ്കാമിന്റെ കാര്യത്തിൽ സുപ്രധാന പങ്ക് വഹിച്ചിട്ടുണ്ട്. ഒരുവശത്ത് സുബോധമില്ലാത്തതും മറുവശത്ത് വിവേകമുള്ളതുമായ ഇടപെടലുകൾ നടത്തുന്നു എന്ന പരിമിതി ഇന്റർനെറ്റ് മാധ്യമങ്ങൾക്ക് നിലവിലുണ്ട്. എന്താണ് അസംബന്ധം എന്ന് തിരിച്ചറിയാൻ വായനക്കാർക്ക് കഴിയാത്ത അവസ്ഥ നിലനിൽക്കുന്നു.

ഉള്ളടക്കത്തേക്കാൾ പ്രാധാന്യം രൂപകല്പനയ്ക്ക് ഇന്ന് ലഭിക്കുന്നുണ്ടോ? വായനയെ സ്വാധീനിക്കുന്നതിൽ രൂപകല്പനയ്ക്ക് എത്രത്തോളം പങ്കുണ്ട്?

രൂപകല്പന എന്നതും ആശയവിനിമയത്തിലെ ഒരു പ്രധാനഘടകമാണ്. രണ്ടിനെയും വേർതിരിച്ച് കാണുക പ്രയാസമാണ്. എന്നിരുന്നാലും മാധ്യമങ്ങളിൽ ഉള്ളടക്കത്തിന് തന്നെയാണ് പ്രാധാന്യം. ഉള്ളടക്കമെന്താണ് എന്ന് നിശ്ചയിച്ച ശേഷം ആ ഉള്ളടക്കമാണ് രൂപത്തെ നിശ്ചയിക്കേണ്ടത്. മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ അവഗണിക്കുന്ന കാര്യങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുകയാണ് ബദൽ മാധ്യമങ്ങൾ ചെയ്യേണ്ട പ്രധാനകാര്യം. ഉള്ളടക്കത്തേക്കാൾ അവർ പ്രാധാന്യം നൽകേണ്ടത് അതിനാണ്. വികിലീക്സ് ഒരു മികച്ച ഉദാഹരണമാണ്. അവർ പുറത്തുവിട്ട വസ്തുതകൾ ലോകത്തെയാകെ ഇളക്കിമറിച്ചു. അതിനുവേണ്ടി തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ മാർഗ്ഗമാണ് അവർ അവലംബിച്ചത്. അത്തരത്തിൽ നൂതനമായ മാർഗ്ഗങ്ങളിലൂടെ ശക്തമായ ഉള്ളടക്കം സമൂഹത്തിൽ അവതരിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ബദൽ മാധ്യമങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച് എപ്പോഴും പ്രധാനം.

മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് എന്തെങ്കിലും ഭാവി സാധ്യതകൾ? മുഖ്യധാരാ മാധ്യമ രംഗത്ത് പൊതു സമൂഹത്തിന് നടത്താൻ കഴിയുന്ന ഇടപെടലുകൾ?
 മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾക്കുള്ളിൽ നിൽക്കുന്ന ഒരു മാധ്യമ പ്രവർത്തകന് ഇന്ന് വലിയ സാധ്യതകളില്ല. മാധ്യമരംഗത്തെ കുത്തകവൽക്കരണത്തെ തകർക്കാതെ സാധ്യതകളൊന്നും ഞാൻ കാണുന്നില്ല. മാധ്യമരംഗത്തെ കുത്തകവൽക്കരണത്തെ എതിർക്കുകയാണ് പ്രധാനമായും ചെയ്യേണ്ടത്. ബഹുവിധ മാധ്യമങ്ങൾ (cross media) ഒരുമിച്ച് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിന് യു.എസ്സിലും യൂറോപ്പിലുമെല്ലാം നിയന്ത്രണങ്ങളുണ്ട്. പക്ഷെ ഇന്ത്യയിൽ അതിന് നിയന്ത്രണങ്ങളൊന്നുമില്ല. ഒരേ വ്യക്തിക്ക് തന്നെ റേഡിയോയും പത്രവും ടെലിവിഷനും തന്റെ ഉടമസ്ഥതയിൽ പ്രവർത്തിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. കുത്തകവൽക്കരണം കൂടുന്നതിന് അത് കാരണമായിത്തീരുന്നു. അത് എതിർക്കപ്പെടണം. മാധ്യമ പ്രതിനിധാനങ്ങളിലെ വൈവിധ്യം സംരക്ഷിക്കുന്നതിനൊപ്പം പബ്ലിക് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് സംവി

കേരളീയം

ബിജു.എസ്.ബാലൻ അനുസ്മരണ പരിസ്ഥിതി മാധ്യമ ഫെല്ലോഷിപ്പ്



കേരളീയം മാസിക 2009 മുതൽ നൽകുന്ന ബിജു. എസ്. ബാലൻ അനുസ്മരണ പരിസ്ഥിതി മാധ്യമ ഫെല്ലോഷിപ്പിലേക്ക് അപേക്ഷ ക്ഷണിക്കുന്നു. മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിൽ താല്പര്യമുള്ള 35 വയസ്സിൽ താഴെ പ്രായമുള്ള യുവതീ/യുവാക്കൾക്കും അപേക്ഷിക്കാം. താല്പര്യമുള്ളവർ ഈ വർഷം ഫെല്ലോഷിപ്പിനായി നിശ്ചയിച്ച 'കേരളത്തിലെ വനങ്ങൾ നേരിടുന്ന ഭീഷണികൾ' എന്ന വിഷയത്തെ ആസ്പദമാക്കി നിങ്ങൾക്ക് ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന റിപ്പോർട്ടിന്റെ രൂപരേഖയും പ്രവർത്തന പദ്ധതിയും അയച്ചുതരിക. ഒപ്പം നിങ്ങൾക്ക് പരിചിതമായ ഏതെങ്കിലും ഒരു പരിസ്ഥിതി പ്രശ്നത്തെ/വിഷയത്തെക്കുറിച്ച് തയ്യാറാക്കിയ റിപ്പോർട്ടും (10 പേജിൽ കുറയാതെ) ബയോഡാറ്റ സഹിതം താഴെപ്പറയുന്ന വിലാസത്തിൽ 2012 മെയ് 20നുള്ളിൽ ലഭിക്കുന്ന രീതിയിൽ അയയ്ക്കുക. ഈ റിപ്പോർട്ടിന്റെയും കുടിപ്പാർപ്പായുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ പരിസ്ഥിതി-മാധ്യമ വിദഗ്ധർ അടങ്ങുന്ന ജൂറി തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന ഒരാൾക്ക് ബിജുവിന്റെ ചരമദിനമായ ജൂൺ 28ന് തൃശൂരിൽ വച്ച് 10,002 രൂപയുടെ ഫെല്ലോഷിപ്പ് നൽകും.
വിലാസം: ദി എഡിറ്റർ, കേരളീയം ഫെല്ലോഷിപ്പ്, കേരളീയം, കൊക്കാല, തൃശൂർ-21.
ഫോൺ : 9446576943, 0487 2421385

അടുത്തലക്കത്തിൽ

പെരിയാർ മലിനീകരണവും മലിനീകരണ വിരുദ്ധ സമിതിയും: ചില യാഥാർത്ഥ്യങ്ങൾ
 അഡ്വ. പ്രശാന്ത് ഭൂഷൺ, ഡോ.പി.കെ. മൈക്കിൾ തരകൻ, എൻ.എ. നസീർ, സോമൻ കടലൂർ...

ധാനത്തെ ശക്തിപ്പെടുത്താനും ശ്രമിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഉദാഹരണമായി ലോകസഭാ, രാജ്യസഭാ ചാനലുകളുടെ കാര്യമെടുക്കാം. പരന്ദോയ് ഗുഹാ താക്കൂർത്തയുടെയും ഊർമ്മിളേഷിന്റെയും ആഭിമുഖ്യത്തിൽ യഥാക്രമം ലോകസഭാ, രാജ്യസഭാ ചാനലുകളിൽ നടക്കുന്ന രാഷ്ട്രീയ സംവാദങ്ങളാണ് ഇന്ത്യയിലെ മറ്റേത് ചാനലുകളേക്കാൾ മികച്ചുനിൽക്കുന്നത്. ഇരുസഭകളും നേരിട്ട് നടത്തുന്ന ഈ ചാനലുകൾ പരസ്യമുതലാളിമാരെ ആശ്രയിച്ചല്ല നിൽക്കുന്നത് എന്നതാണ് അവരുടെ ഗുണമേന്മ വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നത്.
 പബ്ലിക് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് സംവിധാനത്തെ നശിപ്പിക്കാനുള്ള ബോധപൂർവ്വമുള്ള ഇടപെടലുകൾ കോർപ്പറേറ്റ് മാധ്യമങ്ങൾ ലോകമെമ്പാടും നടത്തുന്നുണ്ട്. ബി.ബി.സി.യെ തകർക്കാൻ മർഡോക്ക് നടത്തിയ ഇടപെടലുകൾ ഓർക്കുമല്ലോ. അത്തരം ഇടപെടലുകൾ തിരിച്ചറിയുകയും ചെറുക്കുകയും വേണം. കോർപ്പറേറ്റ് മാധ്യമ ബന്ധങ്ങളെ ചെറുക്കുക എന്നതുതന്നെയാണ് നമുക്ക് മുന്നിലുള്ള വഴി.