60. ടെലിവിഷൻ സംസ്കാരം

കേന്ദ്രഗവണ്മെന്റിന്റെ വാർത്താവിതരണ—പ്രക്ഷേപണവിഭാഗം ഏഴാം പഞ്ചവത്സരപദ്ധതിക്കാലത്തു് ആയിരത്തഞ്ഞൂറ്റുപത്തൊമ്പതു കോടി നാല്പത്തൊന്നുലക്ഷം (1569,41,00,000) രൂപ ചെലവഴിക്കുന്നതാണു്. ആറാം പഞ്ചവത്സരപദ്ധതിയിൽ ഈ വിഭാഗത്തിനു നീക്കിവെച്ചിരുന്നതു് ഇരുനൂറ്റെഴുപത്തിരണ്ടു കോടി മുപ്പത്തിനാലുലക്ഷം (272,34,00,000) രൂപ മാത്രമായിരുന്നു. ഇതിന്നർത്ഥം, ഇക്കഴിഞ്ഞ അഞ്ചു വർഷങ്ങളിൽ ചെലവഴിച്ചതിന്റെ നാലേമുക്കാൽ ഇരട്ടിയിലേറെ പണം വരുന്ന അഞ്ചുവർഷങ്ങളിൽ വാർത്താവിതരണ—പ്രക്ഷേപണവകുപ്പു ചെലവഴിക്കുമെന്നാണു്.

ഈ പണത്തിൽ, എഴുനൂറുകോടി (700,00,00,000) രൂപ വീതം ചെലവഴിക്കുക ആകാശവാണിയും (റേഡിയോവും) ദൂരദർശനും (ടെലിവിഷനും) വികസിപ്പിക്കുന്നതിനാണു്. ആകാശവാണിക്കുവേണ്ടി അടുത്ത പഞ്ചവത്സരപദ്ധതിയിലെ ചെലവു്, നടപ്പുപദ്ധതിയിലെ ചെലവിനെ അപേക്ഷിച്ചു് നാനൂറ്റെഴുപത്തിരണ്ടു ശതമാനം കൂടുതലായിരിക്കും—അതായതു നാലേമുക്കാൽ ഇരട്ടി. ദൂരദർശനുവേണ്ടിയുള്ള ചെലവിൽ നിർദ്ദിഷ്ടമായ വർധന ഇരുനൂറ്റി മുപ്പത്താറു ശതമാനത്തോളം (രണ്ടര ഇരട്ടിയിൽത്താഴെ) ആണു്. ആറാം പദ്ധതിയിൽ ദൂരദർശനു് നീക്കിവെച്ചിരുന്നതു് എൺപത്താറുകോടി തൊണ്ണൂറ്റഞ്ചുലക്ഷം (86,95,00,000) രൂപ മാത്രമായിരുന്നു. ഇതു പിന്നീടു് ഇരുനൂറ്റെട്ടുകോടി മുപ്പത്തൊമ്പതു ലക്ഷം (208,39,00,000) രൂപയായി വർധിപ്പിക്കുകയുണ്ടായി. ഈ വർധനയുടെ ഫലമാണു കഴിഞ്ഞ ആണ്ടിലുണ്ടായ, ത്വരിതമായ, ദൂരദർശനവികസനം. അടുത്ത അഞ്ചു വർഷങ്ങളിൽ ഈ സ്ഥാനത്തു് എഴുനൂറുകോടി രൂപ ചെലവഴിക്കുമ്പോൾ ദൂരദർശനു വന്നുചേരുന്ന വികസനത്തെപ്പറ്റി ഒട്ടൊക്കെ ഊഹിക്കാവുന്നതേയുള്ളു.

ജനങ്ങളുടെ സാമ്പത്തികവികസനത്തിനുള്ള ഒരു ഉപാധി എന്ന നിലയിലാണു വാർത്താ വിതരണരംഗത്തിലെ ഈ വികസനം വിഭാവനം ചെയ്യപ്പെട്ടിട്ടുള്ളതു്. ഗ്രാമങ്ങളിലെ ജനങ്ങളുടെയും, അവശവിഭാഗങ്ങളുടെയും, താത്പര്യങ്ങൾക്കായിരിക്കും ഈ രംഗത്തിൽ മുൻഗണന നൽകുക എന്നും പറയപ്പെട്ടിട്ടുണ്ടു്. ബഹുജനങ്ങളുടെ ബോധവത്ക്കരണമായിരിക്കും റേഡിയോവിന്റെയും ടെലിവിഷന്റെയും മുഖ്യലക്ഷ്യം. ബഹുജനങ്ങളുടെ സംസ്കാരത്തെയും സാമൂഹ്യ ജീവിതത്തെയും കൂടുതൽ സമ്പന്നമാക്കുന്നതിനും, പൗരന്മാരെന്ന നിലയിൽ അവരുടെ അറിവു വർധിപ്പിക്കുന്നതിനും, ഈ മാധ്യമങ്ങളെ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തും. ബഹുജനവിദ്യാഭ്യാസത്തിനുവേണ്ടിയും ആകാശവാണിയെയും ദൂരദർശനെയും ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നതാണു്.

ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയിലെ ജനങ്ങളിൽ തൊണ്ണൂറ്റഞ്ചു ശതമാനത്തിനും, വേണമെങ്കിൽ, റേഡിയോ കേൾക്കാൻ കഴിയുമെന്നാണു പറയപ്പെടുന്നതു്. കൂടുതൽ ശക്തിയുള്ള ഏതാനും പ്രക്ഷേപണകേന്ദ്രങ്ങളും, ഇപ്പോൾ റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾ ഇല്ലാത്ത ചില സ്ഥലങ്ങളിൽ റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകളും സ്ഥാപിച്ചു്, അടുത്ത അഞ്ചുവർഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ഇന്ത്യയിലെല്ലായിടത്തും, എല്ലാ സമയത്തും, നൂറുശതമാനം ആളുകൾക്കും റേഡിയോ കേൾക്കുന്നതു സാധ്യമാക്കുകയാണു് റേഡിയോ രംഗത്തുള്ള വികസ

നത്തിന്റെ ഉദ്ദേശ്യം. റേഡിയോ സെററുകൾക്ക ലൈസൻസ് വേണമെന്ന വ്യവസ്ഥ ഈയാണ്ടു മുതൽ ഉപേക്ഷിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയിൽ നാലുകോടി റേഡിയോ സെററുകൾ ഉണ്ടെന്നാണ് ഒരു മതിപ്പുകണക്ക്. ഇതിന്നർത്ഥം ഇന്ത്യയിൽ ശരാശരി ഇരുപതു പേർക്ക് ഒരു റേഡിയോ സെററ ഉള്ളൂ എന്നാണ്. ഇതു തുലോം അപര്യാപ്തമാണെന്നു പറയേണ്ടതില്ല. ട്രാൻസിസ്റ്റർ കണ്ടുപിടിക്കപ്പെട്ടതോടെ, റിസ്റ്റ്‌വാച്ചുപോലെ ഓരോ ആൾക്കും ഓരോ റേഡിയോ സെററ് അനുപേക്ഷണീയമാണെന്ന നില വന്നിട്ടുണ്ട്. ഇന്ത്യയിലെ ചില പ്രദേശങ്ങളിൽ ഇപ്പോഴും ഒരൊററ റേഡിയോ സെററുപോലും ഇല്ലാത്ത ഗ്രാമങ്ങളുമുണ്ട്. അതിനാൽ, നല്ല ട്രാൻസിസ്റ്റർ റേഡിയോ സെററുകൾ വളരെ ചുരുങ്ങിയ വിലയ്ക്കു ധാരാളമായി കിട്ടാനുള്ള ഏർപ്പാടുകൾ ഉണ്ടാക്കേണ്ടതാണ്. അതോടൊപ്പം, ആകാശവാണിയിലെ വാർത്തകളുടെ വ്യാപ്തിയും വിശ്വാസ്യതയും വർധിപ്പിക്കുകയും, ജനങ്ങളുടെ അറിവു വളർത്തുന്നതിനുതകുന്ന റേഡിയോ പ്രക്ഷേപണപരിപാടികൾ കൂടുതലായി ആസൂത്രണംചെയ്യുകയും വേണം.

ദൂരദർശനെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം, പരിപാടികൾ മെച്ചപ്പെടുത്തുന്നതിലേറെ പ്രക്ഷേപണസൗകര്യങ്ങൾ വർധിപ്പിക്കുന്നതിലാണ് ഇക്കഴിഞ്ഞ വർഷങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധചെലുത്തപ്പെട്ടത്. അടുത്ത അഞ്ചു വർഷക്കാലത്തും സ്ഥിതി വ്യത്യസ്തമാകാൻ വഴിയില്ല. അതാതിടത്തെ പ്രാദേശികഭാഷകളിൽ പ്രക്ഷേപണംനടത്തുന്ന ദൂരദർശൻ കേന്ദ്രങ്ങൾ ഓരോ സംസ്ഥാനത്തിലും സ്ഥാപിക്കുന്നതിനു മുൻഗണന നൽകുമെന്നു പറയപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. പ്രക്ഷേപിക്കപ്പെടുന്ന പരിപാടികൾ സ്റ്റേററുകളുടെ എല്ലാ ഭാഗങ്ങളിലും എത്തിക്കാനുള്ള സംവിധാനങ്ങളും ഉണ്ടാക്കുമത്രേ. പ്രചാരണത്തിനുള്ള ശക്തിയേറിയ ഒരു മാധ്യമമാണ് ദൂരദർശൻ. അതിനാൽ, സ്റ്റേററുകളിലെ ദൂരദർശൻ പരിപാടികളിൽ അതായതു് സ്റ്റേററ് ഗവണ്മെൻറുകൾക്കു കൂടുതൽ നിയന്ത്രണം ഉണ്ടായിരിക്കണമെന്ന ആവശ്യം ഇപ്പോൾത്തന്നെ ഉയർത്തപ്പെട്ടിട്ടുണ്ട്. ഭരണകക്ഷിക്കെന്നപോലെ എതിർകക്ഷികൾക്കും ദൂരദർശൻപ്രക്ഷേപണങ്ങളിൽ പങ്കാളിത്തം നൽകാൻ കൂടുതൽ സമ്മർദം ചെലുത്തപ്പെടും എന്നതിൽ യാതൊരു സംശയവുമില്ല.

ടെലിവിഷൻപരിപാടികൾ എല്ലാ ജനങ്ങൾക്കും ലഭ്യമാക്കുകയെന്നതു് എളുപ്പമല്ല. ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയിലാകെ എഴുപതുലക്ഷത്തോളം ടെലിവിഷൻസെററുകൾ ആണത്രേ ഉള്ളതു്. ഇവയിലധികവും സമ്പന്നരായ നഗരവാസികളുടെ ഇരുപ്പുമുറികളെ അലങ്കരിക്കുന്നവയാണ്. ഗ്രാമങ്ങളിൽ എത്തിച്ചേർന്നിട്ടുള്ളതു് ഏതാനും ആയിരം സെററുകൾ മാത്രമാകുന്നു. ഒരു ടെലിവിഷൻസെററു സ്ഥാപിക്കാൻ ഏതാണ്ട് പതിനായിരം രൂപ ഇപ്പോൾ ചെലവു വരുന്നുണ്ട്. വിദ്യുച്ഛക്തി ഇല്ലെന്നതാണ്, പല ഗ്രാമങ്ങളിലും ടെലിവിഷൻസെററുകൾ സ്ഥാപിക്കുന്നതിനുള്ള മറെറാരു പ്രതിബന്ധം.

ഒരു ദൃശ്യ—ശ്രവ്യമാധ്യമമെന്ന നിലയിൽ ടെലിവിഷനു പല പരിമിതികളുമുണ്ട്. വിനോദത്തിനു ടെലിവിഷൻ കൊള്ളാം; വിജ്ഞാനവിതരണത്തിന് അത്ര പററുകയില്ല. വളരെ ചെലവുള്ള ഒരേർപ്പാടാകയാൽ, ചില പ്രത്യേകവിഭാഗങ്ങൾക്കുമാത്രമായി ദൂരദർശൻപ്രക്ഷേപണം ഏർപ്പെടുത്തുക പ്രയാസമായിരിക്കും. ഉദാഹരണത്തിന്, കാലിവളർത്തലിന്റെ പ്രശ്നങ്ങൾ സംബന്ധിച്ച വിശദാംശങ്ങൾ അടങ്ങിയ ദൂരദർശൻ പ്രക്ഷേപണം രാഷ്ട്രവ്യാപകമായോ, സ്റ്റേററ്തലത്തിലോ, നിരന്തരമായി നടത്തുക സാധ്യമാണോ? വിദ്യാഭ്യാസമാധ്യമമെന്നനില

യിൽ പ്രയോജനകരമാകണമെങ്കിൽ, ഇത്തരം പ്രക്ഷേപണങ്ങൾ ചെറിയ ഗ്രൂപ്പുകളെ ഉദ്ദേശിച്ചുള്ളവയാകണം; വിശദാംശങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളുന്നവയാവണം, നിരന്തരമായി നടക്കുകയും വേണം. വിദ്യാഭ്യാസപ്രക്ഷേപണങ്ങൾ മിക്കപ്പോഴും വളരെ സീമിതമായ ഒരു പ്രേക്ഷകവൃന്ദത്തെ ലക്ഷ്യമാക്കിയുള്ളവയായിരിക്കാനേ തരമുള്ളു. ഇത്തരം സങ്കചിതവൃത്തങ്ങളെ സമീപിക്കാൻ വീഡിയോ കാസ്സെററുകൾ ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗപ്പെടുത്താം; പക്ഷേ, പൊതു ദൂരദർശൻപ്രക്ഷേപണത്തിൽ ഇത്തരം പരിപാടികൾക്കു സ്ഥാനം കുറവായിരിക്കും.

വിനോദത്തിനുള്ള മാധ്യമമെന്ന നിലയിൽ ദൂരദർശൻ എങ്ങനെ ദുരുപയോഗപ്പെട്ടുപോകുന്നു എന്നതിനു മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ് ഇപ്പോൾ നമുക്കു കിട്ടുന്ന പല ടെലിവിഷൻ പരിപാടികളും. ബോംബേ സിനിമകളിലെ ഏററവും കൂടുതൽ ലൈംഗികോത്തേജനം നൽകുന്നവയോ, ഏററവുമധികം ക്രൂരത പ്രദർശിപ്പിക്കുന്നവയോ, അങ്ങേയററം ഭ്രമാത്മകങ്ങളോ, ആയ ഭാഗങ്ങൾ കോർത്തിണക്കി രചിച്ച പരിപാടികളാണല്ലോ പരമാവധി ജനപ്രീതി നേടിയിട്ടുള്ളതും, പ്രധാന സമയങ്ങളിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കപ്പെടുന്നതും. സാംസ്കാരികമായി ഉയർന്നവയെന്നു പറയാവുന്ന മിക്ക പരിപാടികളും, രാത്രി പത്തുമണിക്കുശേഷമാണ് പ്രക്ഷേപണംചെയ്തു വരുന്നത്. ഈ സ്ഥിതിക്കു വലിയ മാററമൊന്നും എന്നെങ്കിലും ഉണ്ടാവുമെന്നു തോന്നുന്നില്ല.

'കൺസ്യൂമറിസം' എന്ന പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്ന സുഖഭോഗസംസ്കാരത്തിന്റെ വളർച്ചയെ ടെലിവിഷൻ വളരെയേറെ സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. നിത്യജീവിതത്തിൽ അത്രയൊന്നും അത്യാവശ്യമല്ലാത്ത എത്രയേറെ വസ്തുക്കളാണ് ടെലിവിഷനിലെ ആകർഷകങ്ങളായ പരസ്യങ്ങളുടെ ഫലമായി, പരിഷ്കൃതജീവിതത്തിന്റെ അനുപേക്ഷണീയഘടകങ്ങളായി മാറുന്നത്! അതും എത്രവേഗത്തിൽ! കാഴ്ചക്കാരിൽനിന്ന് ബുദ്ധിപരമായ യാതൊരു പരിശ്രമവും ആവശ്യപ്പെടുന്നില്ല എന്നതാണ് ടെലിവിഷൻ മാധ്യമത്തിന്റെ മുഖ്യദോഷം. അതൊരു ദ്വിമുഖപ്രവർത്തനമല്ല; വാങ്ങലല്ലാതെ അതിൽ കൊടുക്കലില്ല. അറിവ് എന്ന വസ്തുവാകട്ടെ കൊടുക്കുന്നതിലൂടെ മാത്രമേ വ്യക്തതയും വളർച്ചയും നേടുകയുള്ളു. ശ്രദ്ധിക്കാതെ എത്രനേരവും നോക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കാമെന്ന വസ്തുതയാണ് ടെലിവിഷൻ സെററിനെ 'വിഡ്ഢിപ്പെട്ടി' (ഇഡിയററ് ബോക്സ്) ആക്കിത്തീർക്കുന്നത്. കഴിവുള്ളവർക്കു ബുദ്ധി ഉപയോഗിച്ചും ടെലിവിഷൻപരിപാടികൾ കാണാമെന്നതു ശരിതന്നെ. പക്ഷേ, അതിനു പ്രത്യേകം പരിശീലനം ആവശ്യമാണ്. ഈ പരിശീലനം ലഭിക്കാത്ത പ്രേക്ഷകരെസ്സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം, മയക്കുമരുന്നിന്റെ പ്രയോജനമേ ടെലിവിഷൻ ചെയ്യുന്നുള്ളൂ.

വായനയ്ക്കു വലിയ തടസ്സമാണ് ടെലിവിഷൻ. ടെലിവിഷൻ സാർവത്രികമാകുന്നതോടെ പുസ്തകങ്ങളുടെ നിർമാണവും പ്രചാരവും വളരെയേറെ കുറയാനിടയുണ്ട്. പത്രങ്ങളുടെ പരസ്യവരുമാനത്തിലേക്കു ടെലിവിഷൻ മാരകമായ ആക്രമണങ്ങൾ നടത്തിയേക്കാമെന്ന ഭയം അസ്ഥാനത്തിലല്ല. ടെലിവിഷന്റെയും വീഡിയോവിന്റെയും ജനപ്രിയം വർധിക്കുന്ന തോതിനു സിനിമാത്തിയേററുകളിലെ ആൾത്തിരക്കു കുറയാനും സാധ്യതയുണ്ട്; പല തിയേററുകളും പൂട്ടിപ്പോയ്ക്കൂടെന്നുമില്ല.

ടെലിവിഷൻ പരിപാടികൾ കൂടുതലും രാത്രിയിലാണല്ലോ. രാത്രി വളരെ വൈകുന്നതുവരെ ടെലിവിഷൻപെട്ടിക്കു മുമ്പിൽ കണ്ണുംനട്ട്

ഇരിക്കുന്നവർക്കു രാവിലെ നേരത്തെ കിടക്കവിട്ടെഴുന്നേൽക്കാൻ പ്രയാസം കാണും. തണുപ്പുരാജ്യങ്ങളിൽ ഇതുകൊണ്ടു കുഴപ്പമില്ലായിരിക്കാം. എന്നാൽ, ഇന്ത്യയെപ്പോലുള്ള ഉഷ്ണരാജ്യങ്ങളിൽ, പുലർച്ചയ്ക്കു മുമ്പുള്ള ഏതാനും മണിക്കൂറുകളാണു് ബുദ്ധിപരമായ പ്രവർത്തനത്തിനു് ഏറ്റവും പറ്റിയ സമയം. നേരത്തെ കിടന്നു നേരത്തേ എഴുന്നേല്ക്കുകയെന്ന ഗ്രാമീണപാരമ്പര്യം ടെലിവിഷൻമൂലം നമുക്കു് എന്നെന്നേക്കുമായി നഷ്ടപ്പെടുകയാണെങ്കിൽ, അതൊരു ഗൗരവാവഹമായ സാംസ്കാരിക നഷ്ടംതന്നെയായിരിക്കും.

24 മാർച്ച്, 1986