# പ്രസാധകക്കുറിപ്പ്

കേരള ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്തിന്റെ ചരിത്രത്തിൽ ഒരു വഴിത്തിരിവായിരുന്നു ഗ്രാമശാസ്ത്രസമിതിയും, ഗ്രാമശാസ്ത്രജാഥയും. താഴെ തലത്തിലുള്ള അനൗപചാരിക ആസൂത്രണസമിതികളായാണ് ഗ്രാമശാസ്ത്രസമിതികളെ പരിഷത്ത് വിഭാവനം ചെയ്തിരുന്നത്. ജീവിതഗന്ധിയായ വിഷയങ്ങൾ അതിന്റെ വിശദാംശങ്ങളോടെ ജനങ്ങളുമായി നേരിൽ സംവദിക്കുന്നതിനായിരുന്നു ഗ്രാമജാഥകൾ നടത്തിയിരുന്നത്. 1970കളിലും 1980കളിലുമാണ് ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടുതൽ നടന്നത്. ഇടക്കാലത്ത് ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ നിർത്തിവച്ചപ്പോഴും ജനങ്ങളുമായി നേരിൽ സംവദിക്കുന്നതിന് പദയാത്രകൾക്കുള്ള സാധ്യതയെപ്പറ്റി പരിഷത്തിന് തികഞ്ഞ ബോധ്യമുണ്ടായിരുന്നു. അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ 2023 ജനുവരി 26 മുതൽ ഫെബ്രുവരി 28 വരെ നടന്ന കേരള പദയാത്രയുടെ അനുഭവങ്ങൾ ഏറെ ആവേശകരമായിരുന്നു. ഒരു സംസ്ഥാനജാഥയായതിനാൽ നിശ്ചിത സമയത്തിനിടയിൽ ബന്ധപ്പെടാവുന്ന ജനങ്ങൾക്കും പ്രദേശങ്ങൾക്കും പരിധിയുണ്ടായിരുന്നുതാനും.

പദയാത്ര കഴിഞ്ഞ് ഒരു വർഷത്തിനിടയിൽ തന്നെ അന്ന് ചൂണ്ടിക്കാട്ടിയ പലതും ഇന്ത്യയിൽ പുതിയ പ്രതിസന്ധികളായി മാറിയിരിക്കയാണ്. അതിൽ പ്രധാനം ശാസ്ത്രബോധത്തിന്റെയും ഇന്ത്യയിലെ ശാസ്ത്രസംവിധാനത്തിന്റെയും തകർച്ചയാണ്. സ്വതന്ത്ര ഇന്ത്യയുടെ പിൻനടത്തത്തിനാണ് ഇന്ന് വേഗത കൂടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഈ തിരിച്ചുപോക്കിനിടയിൽ നവ ലിബറലിസവും കോവിഡും തകർത്തെറിഞ്ഞ ഇന്ത്യയ്ക്ക് ബദലായൊരു ഇന്ത്യ സൃഷ്ടിക്കാൻ കഴിയില്ല. അതിനു കഴിയണമെങ്കിൽ ശാസ്ത്രബോധമടക്കമുള്ള ഭരണഘടനാമൂല്യങ്ങളെ ഇന്നത്തേതിനെക്കാൾ ആഴത്തിൽ പ്രചരിപ്പിക്കാനും ഒപ്പം ഇന്ത്യയിലെ മനുഷ്യ പ്രകൃതിവിഭവങ്ങളെ ആസൂത്രിതമാ

യി വിനിയോഗിക്കാനും കഴിയണം. അത്തരമൊരു ഇന്ത്യയുടെ ഭാഗമായി മാത്രമേ ഒരു നവകേരളസൃഷ്ടിയും സാധ്യമാകൂ എന്ന് ഞങ്ങൾ കരുതുന്നു.

ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിന്റെ ആദ്യ ദശകങ്ങളിൽ കരുത്താർജിച്ച സാമൂഹിക പരിഷ്കരണ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കേരളചരിത്രത്തിൽ ഒരു പ്രത്യേക ഘട്ടത്തെ അടയാളപ്പെടുത്തുന്നുവെങ്കിലും ആ പ്രക്രിയയിൽ ശാസ്ത്രബോധം പ്രധാന പങ്കാളിയായിരുന്നില്ല. പ്രശ്നപരിഹാരം ശാസ്ത്രത്തിന്റെ നിരീക്ഷണ പരീക്ഷണങ്ങളിൽ അധിഷ്ഠിതമാണെന്ന് പൊതുവിൽ അംഗീകരിക്കപ്പെട്ടിരുന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് ബൗദ്ധികജീവിതം നയിക്കുന്നവർ പോലും പ്രശ്നപരിഹാരത്തിനായി ഭൗതികേതരമാർഗങ്ങൾ ആരായുന്ന രീതി ശക്തിപ്പെട്ടു. അതിനാൽ പുരോഗമന ആശയങ്ങൾക്കൊപ്പം തന്നെ അന്ധവിശ്വാസങ്ങളും അനാചാരങ്ങളും കൂടി വളരുന്നതിനിടയാക്കി. ഈ സ്ഥിതി വളർന്നുവളർന്ന് ഇപ്പോൾ അന്ധവിശ്വാസവും മതവിശ്വാസവും ഈശ്വരവിശ്വാസവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം പോലും തിരിച്ചറിയാതാവുകയാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ അന്ധവിശ്വാസത്തിനെതിരായുള്ള ചെറിയൊരു വിമർശനം പോലും മത/ ഈശ്വര വിശ്വാസവിമർശനങ്ങളാക്കി പെരുപ്പിച്ച് തെരുവുകളെപ്പോലും കലാപഭൂമികളാക്കി മാറ്റുകയാണ്.

ഇക്കാര്യങ്ങളെല്ലാം ജനങ്ങൾക്കിടയിൽ ചർച്ചചെയ്യാനുള്ള ബഹുജന വിദ്യാഭ്യാസ പരിപാടിയായാണ് ഗ്രാമശാസ്ത്രജാഥ –2023 സംഘടിപ്പിക്കുന്നത്. പുത്തനിന്ത്യ പണിയുവാൻ ശാസ്ത്രബോധം വളരണം എന്നതാണ് പ്രധാന ചർച്ചാവിഷയം. ശാസ്ത്രബോധമാണ് ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ ഏറ്റവും ഉയർന്ന രാഷ്ട്രീയബോധം എന്ന തിരിച്ചറിവിലാണ് പരിഷത്ത് ഈ ഒരു വിഷയം ചർച്ചചെയ്യുന്നത്. ശാസ്ത്രബോധത്തിലധിഷ്ഠിതമായ പുതിയൊരു സംസ്കാരമാണ് ഇതിന്റെ ഉത്പന്നമായി പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്. 2023 ഡിസംബറിലാണ് ഗ്രാമശാസ്ത്രജാഥ നടക്കുന്നത്. ഒരു പദയാത്രയായി മാത്രമല്ല ജാഥ സംഘടിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്. കാലികപ്രസക്തമായ വിഷയങ്ങളെ അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ലഘുലേഖകൾ, ഗ്രന്ഥങ്ങൾ എന്നിവ ഇതോടൊപ്പം പ്രചരിപ്പിക്കും.

അതിന്റെ ഭാഗമായി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന 'മാധ്യമവിമർശനത്തിന് ഒരു രൂപരേഖ ' എന്ന വിഷയത്തിലുള്ള ലഘുലേഖയാണിത്. ഇത് പരിഷത്തിന് വേണ്ടി തയ്യാറാക്കിയത് സർക്കാർ–സ്വയംഭരണ മാധ്യമരംഗത്ത് ജോലിചെയ്തിരുന്നതും ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്ത് കേന്ദ്ര നിർവാഹക സമിതി അംഗവുമായ ജി.സാജനാണ്. അദ്ദേഹത്തോട് പരിഷത്തിന്റെ നന്ദി രേഖപ്പെടുത്തുന്നതോടൊപ്പം ഈ വിഷയം കേരളത്തിൽ ചർച്ചയ്ക്കായി സമർപ്പിക്കുകയാണ്.

**കേരള ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്ത്**

**പശ്ചാത്തലം**

ഒരു മനുഷ്യന് എത്ര ഭൂമി വേണം എന്ന പേരിൽ ടോൾസ്റ്റോയിയുടെ പ്രശസ്തമായ കഥയിൽ ചോദിക്കുന്ന ഒരു ചോദ്യം നമുക്ക് മറ്റൊരു തരത്തിൽ ചോദിക്കാം:

**മനുഷ്യർക്ക് എത്ര മാധ്യമങ്ങൾ വേണം**?

ലോകമെമ്പാടും മാധ്യമ സാന്ദ്രത ഇത്ര കൂടിയ ഒരു കാലം ഉണ്ടായിട്ടില്ല. ഇതുകൊണ്ട് ഗുണമാണോ ദോഷമാണോ? ഈ വളർച്ചയുടെ പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ എന്താണ്?

**നമുക്ക് മറ്റൊരു തരത്തിൽ ആലോചിക്കാം**

ചില സമൂഹങ്ങളിൽ ജനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമുള്ളതിനെക്കാൾ ചില ഉത്പന്നങ്ങൾ ചിലപ്പോൾ ലഭ്യമാവുന്ന അവസ്ഥ വരും.

ചില സാമ്പത്തികവിദഗ്ധർ അതിനെ വിളിക്കുന്നത് ഉപഭോക്താവിന്റെ തെരഞ്ഞെടുക്കാനുള്ള വൈവിധ്യം അഥവാ ചോയ്സ് കൂടുന്നു എന്നാണ്.

അത് ഉപഭോക്താവിന് നല്ലതാണ് എന്നാണ് വാദം. അവരുടെ ആവശ്യത്തിനനുസരിച്ച് തെരഞ്ഞെടുക്കാമല്ലോ. നമ്മുടെ മാധ്യമലോകം ഏകദേശം അങ്ങനെയൊരു അവസ്ഥയിലാണ് എന്ന് പറയാമോ?

ഇതിന് മറ്റൊരുവശം കൂടിയുണ്ട്. ഒരു ഉത്പന്നം ആവശ്യത്തിൽ കൂടുതൽ ഉപയോഗിച്ചാൽ അതിന്റെ ഉപഭോഗം കൂടുംതോറും ഉപഭോക്താവിന് ലഭ്യമാവുന്ന ഗുണം കുറഞ്ഞുവരും. ഉദാഹരണത്തിന് ഒരു ആപ്പിൾ കഴിച്ചാൽ നമുക്ക് സന്തോഷം തോന്നും. എന്നാൽ തുടർച്ചയായി ആപ്പിളുകൾ തിന്നുകൊണ്ടിരുന്നാലോ, പിന്നീട് കഴിക്കുന്ന ഓരോ ആപ്പിളിനും നമുക്ക് ലഭ്യമാവുന്ന ആസ്വാദ്യത കുറയും. സാമ്പത്തികശാസ്ത്രത്തിൽ ഇതിനെ Law of diminishing marginal utility എന്ന് വിളിക്കും. ഇതാണോ

ഇപ്പോൾ മാധ്യമവളർച്ചയിൽ നമ്മൾ കാണുന്നത്? അതായത് ലഭ്യത കൂടി, എന്നാൽ പ്രയോജനം കുറഞ്ഞു എന്ന അവസ്ഥ.

എന്നാൽ വൈരുധ്യമെന്ന് പറയട്ടെ, ഒരുഭാഗത്ത് മാധ്യമലഭ്യത കൂടുമ്പോൾ മറുവശത്ത് താനിപ്പോൾ പത്രം വായിക്കാറില്ല, ടെലിവിഷൻ കാണാറില്ല, ഒരു വാർത്തയും തന്നെ ഞെട്ടിക്കുന്നില്ല എന്ന് പറയുന്ന പ്രമുഖരായ പലരെയും പൊതുവേദിയിൽ നമ്മൾ കാണുന്നു.

അതായത്, മാധ്യമ വിശ്വാസ്യത കുറയുന്നു, മറുവശത്ത് മാധ്യമ സ്വാതന്ത്ര്യം തന്നെ ചോദ്യംചെയ്യപ്പെടുന്നു. ഇത് ഒരു നല്ല പ്രവണത ആണോ? മാധ്യമവിശ്വാസ്യത കുറയുന്നത് ജനാധിപത്യത്തിന് നല്ലതാണോ? അല്ല. വിശ്വസനീയവും സ്വതന്ത്രവുമായ മാധ്യമങ്ങൾ ജനാധിപത്യത്തിന് അനുപേക്ഷണീയമാണ് എന്നതാണ് ലോകം അംഗീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്.

**മേൽപറഞ്ഞ ആശയങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നമ്മുടെ ചുറ്റുമുള്ള മാധ്യമങ്ങളെ വിലയിരുത്തി നോക്കിയാലോ?**

ഒരു നാല്പത് വർഷം മുൻപ് കേരളത്തിലുണ്ടായിരുന്ന മാധ്യമസാന്ദ്രതയുമായി താരതമ്യം ചെയ്താൽ അദ്ഭുതപൂർവമായ വളർച്ചയാണ് ഈ രംഗത്ത് ഉണ്ടായതെന്ന് കാണാൻ പറ്റും. ഇപ്പോൾ ഒരു സമൂഹത്തിന് ആവശ്യമുള്ളതിലും എത്രയോ ഏറെയാണ് കേരളത്തിലെ മാധ്യമ ലഭ്യത. എന്നാൽ അതിന് ആനുപാതികമായി നമ്മുടെ ആശയ വിനിമയ ആവശ്യങ്ങൾ സാധിപ്പിച്ചുതരാൻ ഈ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് കഴിയുന്നുണ്ടോ? അതോ, ഈ ആധിക്യം നമ്മുടെ മാധ്യമ ഉപഭോഗരീതിയെ പ്രതികൂലമായാണോ ബാധിച്ചത്? സത്യത്തിൽ എന്തൊക്കെയാണ് ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ ആശയ വിനിമയ ആവശ്യങ്ങൾ? എത്ര വിനോദം വേണം, എത്ര അറിവ് വേണം, എത്ര വിദ്യാഭ്യാസം വേണം? ഇതൊക്കെ വച്ചാണ് നമ്മൾ മാധ്യമങ്ങളെ പണ്ട് അളന്നിരുന്നത്. അതോ ഇപ്പോൾ സംഭവിക്കുന്നത് പോലെ വാർത്തപോലും വിനോദമായി മാറുന്നത് നല്ലതാണോ?

അമിതമായി വാണിജ്യവത്കൃതമായ മാധ്യമവത്കരണം സമൂഹത്തെ കൂടുതൽ രോഗാതുരമാക്കുകയാണോ ചെയ്തിരിക്കുന്നത്?

ഈ അവസ്ഥ കേരളത്തിൽ മാത്രമാണോ? ലോകമെമ്പാടും മാധ്യമ സാന്ദ്രതയിൽ ഉണ്ടായ വളർച്ച സമൂഹങ്ങളുടെ ഗുണപരമായ മാറ്റത്തെ എങ്ങനെ സ്വാധീനിച്ചു?

ഇത്തരം അടിസ്ഥാന ചോദ്യങ്ങളിൽനിന്ന് നമുക്ക് നമ്മുടെ മാധ്യമ പഠനം ആരംഭിക്കാം.

### ജനാധിപത്യവും മാധ്യമങ്ങളും

ലോകമെമ്പാടും വലതുപക്ഷ ചിന്തകളുടെ വ്യാപകമായ വളർച്ചയുണ്ടായ ഒരു കാലഘട്ടത്തിലൂടെയാണ് നാമിപ്പോൾ കടന്നുപോകുന്ന

ത്. എന്തുകൊണ്ടാണ് ഇങ്ങനെ സംഭവിച്ചത് എന്ന് മനസ്സിലാക്കാൻ ശ്രമിക്കുമ്പോൾ പ്രധാനമായും നമ്മൾ അപഗ്രഥിക്കേണ്ടത് ആ സമൂഹങ്ങളുടെ ആശയ വിനിമയ ഘടനയാണ്.

ജനാധിപത്യത്തിന്റെ സുപ്രധാന ഭാഗമാണ് സ്വതന്ത്ര മാധ്യമങ്ങൾ. സ്വതന്ത്രമായ മാധ്യമപ്രവർത്തനമുള്ള രാജ്യങ്ങളിൽ വലിയതോതിൽ പട്ടിണിമരണങ്ങൾ ഉണ്ടാവുന്നില്ല എന്ന് അമർത്യ സെൻ തന്റെ പഠനങ്ങളിൽ സൂചിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. ജനാധിപത്യത്തിന്റെ പ്രവർത്തനരീതി പഠിക്കുമ്പോൾ മാധ്യമങ്ങളുടെ സ്വഭാവത്തിൽ വന്ന മാറ്റവും പഠനവിധേയമാകും. നീതിപൂർണമായ വിവരവിനിമയ സംവിധാനം ഉണ്ടെങ്കിലേ കൃത്യമായ വിവരങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ജനാധിപത്യസംവാദങ്ങൾ നടക്കൂ.

നിർഭാഗ്യവശാൽ ജനാധിപത്യപ്രക്രിയയെ മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകുന്നതിൽ മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങൾ വഹിക്കുന്ന പങ്ക് കുറഞ്ഞുവരുന്നതായി പല പഠനങ്ങളും ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു. മാധ്യമ സംവിധാനത്തിന്റെ ഉടമസ്ഥതയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് ഈ പ്രശ്നം ഉയർന്നു വരുന്നത്.

"A cynical , mercenary, demagogic, corrupt press will produce in time a people as base as itself" എന്നാണ Joseph Pulitzer പണ്ട് മാധ്യമങ്ങളെക്കുറിച്ച് പറഞ്ഞത് എന്ന് നമുക്കിപ്പോൾ ഓർക്കാം.

**മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനരീതിയിൽ വന്ന ഈ മാറ്റം ഇന്ത്യയിൽ എന്ന് മുതലാണ് ഉണ്ടായത്?**

തൊണ്ണൂറുകൾക്ക് ശേഷമുള്ള കാലം മാധ്യമരംഗത്തെ അനിയന്ത്രിതമായ വാണിജ്യവത്കരണത്തിന്റെയും സ്വകാര്യവത്കരണത്തിന്റെയും കാലമാണ്. സാറ്റലൈറ്റ് ടെലിവിഷന്റെ കാലത്തിന് ശേഷമാണ് ഈ മാറ്റം ഏറെ പ്രകടമാകുന്നത്. അതേവരെ പൊതുഹിത സംപ്രേഷണം അഥവാ പബ്ലിക് സർവീസ് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് ഭരണകൂടം ഒരു കർത്തവ്യമായി കരുതിയിരുന്നു. വികസനോന്മുഖം ആയിരിക്കണം മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉള്ളടക്കം എന്നൊരു പൊതുധാരണയും നിലനിന്നിരുന്നു. സർക്കാർ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള മാധ്യമങ്ങൾ– ആകാശവാണിയും ദൂരദർശനും– വലിയൊരു പരിധിവരെ ഇത്തരം ഒരു പാതയിലാണ് സഞ്ചരിച്ചത്. എന്നാൽ സ്വകാര്യ ചാനലുകളുടെ വരവ് പ്രേക്ഷകർക്ക് തുടക്കത്തിൽ നവീനമായ ഒരു ദൃശ്യഭാഷയും മെച്ചപ്പെട്ട വൈവിധ്യവും സമ്മാനിച്ചു. എന്നാൽ ഈ മത്സരത്തിനിടയിൽ സ്വന്തം സ്വത്വം നിർവ്വചിക്കുന്നതിൽ പരാജയപ്പെട്ട പബ്ലിക് ബ്രോഡ്കാസ്റ്റർ മാധ്യമരംഗത്ത് വലിയ പിന്നോട്ടടി നേരിട്ടു. ലാഭം മാത്രം മുൻനിർത്തി സ്വകാര്യ ചാനലുകൾ നടത്തിയ പ്രവർത്തനങ്ങളാവട്ടെ അതേവരെ നിലനിന്നിരുന്ന മാധ്യമ ധാർമികതയെ മുൻനിർത്തിയുള്ള ചർച്ചകളെ പിറകോട്ടടിപ്പിച്ചു.

**വാണിജ്യവത്കൃതമായ മാധ്യമങ്ങൾ സ്വതന്ത്രവും സുതാര്യവുമായ**

**ജനാധിപത്യ പ്രക്രിയയെ ദുർബലപ്പെടുത്തുകയാണ് ചെയ്യുന്നതെന്ന് ധാരാളം മാധ്യമ പണ്ഡിതർ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നുണ്ട്. എങ്ങനെയാണ് ഈ മാറ്റം ഉണ്ടായത്? സ്വകാര്യ മാധ്യമ സംവിധാനത്തെ അപഗ്രഥിച്ചുകൊണ്ട് പുലിറ്റ്സർ പുരസ്കാരജേതാവും പ്രമുഖ മാധ്യമപ്രവർത്തകനുമായ പീറ്റർ ആർ കാൻ എഴുതുന്നു:**

മാധ്യമപ്രവർത്തനവും വിനോദവുമായുള്ള അതിർരേഖകൾ മായുന്നു വാർത്തയും അഭിപ്രായവും തമ്മിലുള്ള അതിർരേഖകൾ അപ്രത്യക്ഷമാവുന്നു. വാർത്തകൾ പരസ്യങ്ങളുടെയും സ്പോൺസർഷിപ്പിന്റെയും വാണിജ്യ താത്പര്യങ്ങൾക്ക് വിധേയമാവുന്നു.

വ്യക്തി എന്ന നിലയിൽ തൊഴിൽപരമായ അന്തസ്സ് ഉയർത്തിപ്പിടിക്കുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകർ പാക്ക് ജേർണലിസത്തിന്റെ ഭാഗമായുണ്ടാവുന്ന സംഘപ്രവർത്തനങ്ങളിൽ സൂക്ഷ്മതയും ഉത്തരവാദിത്തവും നഷ്ടപ്പെട്ട രീതിയിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

അഭിപ്രായ സംഘർഷങ്ങളെ സന്ദർഭത്തിൽ നിന്ന് അടർത്തിമാറ്റി അയഥാർത്ഥമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നു.

അതിരുകടന്ന അശുഭാപ്തി വിശ്വാസം പുലർത്തുന്നു.

സംഭ്രമജനകവും വഴിവിട്ടതും ഭീതികരവുമായ കഥകളോട് കൂടുതൽ ആഭിമുഖ്യം കാട്ടുന്നു.

പല അഭിപ്രായങ്ങളെയും ചോദ്യം ചെയ്യുന്നു എന്ന തോന്നൽ സൃഷ്ടിക്കുമ്പോഴും പരമ്പരാഗത ധാരണകളിൽ നിന്ന് പുറത്തുകടക്കാൻ കഴിയാതെ വരുന്നു.

വളരെ കുറഞ്ഞ സമയത്തേക്ക് മാത്രം ഓരോ സംഭവത്തിലും ശ്രദ്ധ കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നു.

സമൂഹത്തിലെ അധികാര സമീകരണത്തിൽ അയഥാർത്ഥമാം വിധം ഉയർന്ന അധികാരം മാധ്യമങ്ങൾക്ക് കൈവന്നിരിക്കുന്നു.

### സ്വകാര്യനിയന്ത്രണം

സ്വകാര്യവത്കരണത്തിന്റെ സ്വഭാവം മനസ്സിലാക്കാൻ മാധ്യമങ്ങളും മൂലധനവും തമ്മിലുണ്ടായ ബന്ധത്തിന്റെ മാറ്റം അറിയണം. പ്രശസ്ത മാധ്യമപ്രവർത്തകനും ഗവേഷകനുമായ ബെൻ എച്ച് ബാഗ്ദിക്യൻ പറയുന്നത് ഈ മാറ്റം മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലും സ്വഭാവത്തിലും വന്ന മാറ്റവുമായി നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു എന്നാണ്. 1983 ലാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ മീഡിയ മൊണോപോളി (Media Monopoly) എന്ന പുസ്തകം ആദ്യം പുറത്തിറങ്ങുന്നത്. അന്ന് ബെൻ പറഞ്ഞത് 50 വൻ കുത്തകകൾക്കാണ് മാധ്യമരംഗത്തെ പൂർണ നിയന്ത്രണം എന്നാണ്. എന്നാൽ മുപ്പത് വർഷത്തിന് ശേഷം പുസ്തകത്തിന്റെ പുതിയ പതിപ്പ് ഇറങ്ങിയതോടെ ഇതിന്റെ എണ്ണം അഞ്ചായി കുറഞ്ഞു. അമേരിക്കയിൽ ഇപ്പോൾ അഞ്ചു ബഹുരാഷ്ട്ര കുത്തകകളാണ് മാധ്യമങ്ങളുടെ

ഭൂരിഭാഗവും നിയന്ത്രിക്കുന്നത് എന്ന് ബാഗ്ദിക്യൻ ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു.

ടൈം വാർണർ, വാൾട്ട് ഡിസ്നി, മർഡോക്കിന്റെ ന്യൂസ് കോർപ്പറേഷൻ, വയാകോം, ജർമനിയിൽ നിന്നുള്ള ബെർട്ടൽസ്മാൻ എന്നിവയാണ് ഈ അഞ്ചു മാധ്യമ കുത്തകകൾ. ഇതിന്റെ പ്രത്യേകത ഇവരാരും ഒരൊറ്റ മാധ്യമത്തിൽ മാത്രം കേന്ദ്രീകരിക്കുന്നില്ല എന്നതാണ്. പത്രം മുതൽ സിനിമ വരെ എല്ലാ മാധ്യമങ്ങളിലും ഇവർക്ക് ആധിപത്യമുണ്ട്. ഈ പുസ്തകം വന്നിട്ട് ഇപ്പോൾ 16 വർഷം വീണ്ടും കഴിഞ്ഞു. ഈ കോർപ്പറേഷനുകൾ തമ്മിൽ വീണ്ടും വീണ്ടും കൂടിച്ചേരലുകൾ (മെർജറുകൾ) ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഈയടുത്തു കണ്ട റിപ്പോർട്ടിൽ കണ്ട പേരുകൾ ഡിസ്നി ന്യൂസ് കോർപ്പറേഷൻ കോംകാസ്റ്റ് നാഷണൽ അമ്യൂസ്മെന്റ്സ്, AT & T എന്നിവയാണ്.

ലോക ചരിത്രത്തിൽ ഒരു ഏകാധിപതിക്കും ഇല്ലാതിരുന്ന അധികാരമാണ് ഈ മാധ്യമ കുത്തകകൾക്ക് ഉള്ളത് എന്ന് ബാഗ്ദിക്യൻ ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു. കുത്തകകൾക്ക് പല മേഖലകളിലും കൂടുതൽ കൂടുതൽ വാങ്ങാനും വിൽക്കാനും കഴിയും. ഈ പുസ്തകം എഴുതിത്തീരുന്ന സമയത്തു തന്നെ അവിശ്വസനീയമായ വേഗതയിലാണ് ഉടമസ്ഥതയിൽ മാറ്റങ്ങൾ ഉണ്ടായത്. മാധ്യമചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ സമാഹരണത്തിലൂടെ 182 ബില്യൺ ഡോളറിനാണ് 2000ത്തിൽ AOL ടൈം വാർണർ രൂപംകൊണ്ടത്. പിന്നീട് ഈ കുത്തക വലിയ നിയമയുദ്ധത്തിൽ പെട്ടുകയുണ്ടായി.

പുതിയ സാങ്കേതികവിദ്യകളാൽ നിയന്ത്രിക്കപ്പെടുന്ന മാധ്യമലോകം ആഗോള മൂലധനത്തിന്റെ പൂർണമായ നിയന്ത്രണത്തിലാണ്. സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥയിൽ വരേണ്ട മാറ്റങ്ങളെക്കുറിച്ചു കൃത്യമായ ധാരണയുള്ള മൾട്ടി നാഷണൽ കോർപ്പറേഷനുകൾ മാധ്യമങ്ങളുടെ പൂർണ നിയന്ത്രണം ഏറ്റെടുക്കുന്നതോടെ അവരുടെ ആവശ്യങ്ങൾക്കനുസരിച്ചുള്ള ആശയങ്ങൾക്കായിരിക്കും പ്രാമുഖ്യം കിട്ടുക.

തൊഴിലാളികളുടെയും മധ്യവർഗത്തിന്റെയും ആഗ്രഹങ്ങൾക്ക് വിരുദ്ധമായി ധനിക കോർപ്പറേഷനുകളുടെ ചിന്തകൾക്ക് സമൂഹത്തിൽ കൂടുതൽ സ്വീകാര്യത വരുന്നു.

വികസനം, പരിസ്ഥിതി, സാമൂഹിക നീതി, ജൻഡർ എന്നിങ്ങനെ ഏതു വിഷയവും സാമ്പത്തിക കുത്തകകളുടെ താത്പര്യത്തിന് അനുസരിച്ചാണ് രൂപപ്പെടുന്നതെങ്കിൽ അവിടെ നിന്നുമാണ് വലതുപക്ഷ സമൂഹങ്ങളുടെ സൃഷ്ടി.

പുരോഗമനചിന്തകളും നല്ല മാതൃകകളും പ്രധാന വാർത്തകളായല്ല മറിച്ച് പൊതുതാത്പര്യ വാർത്തകൾ ആയോ അപ്രധാന സ്ഥാനത്തോ മാത്രമേ കാണൂ.

സമൂഹത്തിന്റെ അടിസ്ഥാന പ്രശ്നങ്ങളായ ആരോഗ്യം, വിദ്യാ

ഭ്യാസം, സാമൂഹികക്ഷേമം എന്നിവ പ്രധാന ചർച്ചകളിൽ വരാതെ പോവുകയും പകരം വളരെ വൈകാരികമായ സംഭവങ്ങൾക്കു അമിതമായ പ്രാധാന്യം കിട്ടുകയും ചെയ്യുന്നു. ചർച്ച ചെയ്യപ്പെടുന്ന വിഷയങ്ങളിലൂടെ കോർപ്പറേറ്റ് മുതലാളിത്തത്തിന് അനുയോജ്യമായ വിധം പൊതുസമ്മതികൾ നിർമിക്കപ്പെടുകയും ചെയ്യുമെന്ന് Manufacuring Consent എന്ന പുസ്തകത്തിൽ നോം ചോംസ്കി കൃത്യമായി നിരീക്ഷിച്ചിട്ടുണ്ട്.

**അമേരിക്കയിൽ നിന്ന് ഒരു ഉദാഹരണം പറയാം**

ബുഷിന്റെ കാലത്താണ് റുപേർട് മർഡോക് കൺസർവേറ്റീവ് ചിന്തകൾക്കായുള്ള വീക്‌ലി സ്റ്റാൻഡേർഡ് തുടങ്ങുന്നത്. വൈറ്റ് ഹൗസിൽ പ്രധാനമായും വായിച്ചിരുന്ന പ്രസിദ്ധീകരണം ആയിരുന്നു ഇത്. ഈ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റെ എഡിറ്റർമാരെയാണ് വലതുപക്ഷ ടെലിവിഷൻചാനലുകൾ ചർച്ചയ്ക്ക് വിളിക്കുക. ഇതിന്റെ ഫലമായാണ് എൺപതുകൾ മുതൽ വലതുപക്ഷ ചിന്തകൾ അമേരിക്കൻ സമൂഹത്തിൽ വേരുപിടിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്. എന്തായിരുന്നു ഇതിന്റെ പ്രത്യാഘാതം?

ധനികരുടെ നികുതി എഴുപതുകളിൽ ഉണ്ടായിരുന്നതിന്റെ പകുതിയായി കുറഞ്ഞു. 2001ഓടെ അമേരിക്കയിലെ 15 ശതമാനം കുടുംബങ്ങൾക്ക് ബാക്കി 85 ശതമാനത്തെക്കാൾ വരുമാനമുണ്ടായി. ഈ മാറ്റങ്ങളെ വളരെ സ്വാഭാവികമായി സ്വീകരിക്കാൻ സമൂഹത്തെ പ്രേരിപ്പിച്ചത് മാസ്സ് മീഡിയയുടെ സ്വഭാവത്തിൽ വന്ന മാറ്റമാണ്. അമേരിക്കയിൽ നടന്ന ഈ മാറ്റത്തിൽ നിന്ന് നമുക്ക് ഏറെ പഠിക്കാനുണ്ട്.

**മാസ്സ് മീഡിയയുടെ വളർച്ചയും ആധുനിക സമൂഹത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയും**

യഥാർത്ഥത്തിൽ ലോക ചരിത്രത്തിൽ മാസ്സ് മീഡിയയുടെ ഉത്ഭവം ഏറെ പഴയതല്ല. 500 വർഷം മുൻപ് ഗുട്ടൻബർഗിലാണ് ഇതിന്റെ തുടക്കം എന്ന് പറയാം. ഈ കാലത്തിനുള്ളിൽ ബഹുജന മാധ്യമങ്ങളുടെ വളർച്ച, സാമൂഹിക ബന്ധങ്ങളെയും രാഷ്ട്രീയത്തെയും സാമ്പത്തികനിയമ സംവിധാനങ്ങളെയും അടിമുടി മാറ്റി. ബഹുജന മാധ്യമങ്ങൾ എന്നാൽ പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, പുസ്തകങ്ങൾ, സിനിമ, റേഡിയോ, ടെലിവിഷൻ എന്നിവയെല്ലാം വരും.

ആഗോളവത്കരണത്തിന്റെ ഭാഗമായാണ് സാറ്റലൈറ്റ് ടെലിവിഷൻ നമ്മുടെ ആശയ വിനിമയ സംവിധാനത്തെ പൂർണ നിയന്ത്രണത്തിലാക്കുന്നത്. അതേവരെ നിലനിന്നിരുന്ന കൊടുക്കൽ–വാങ്ങൽ സംവിധാനം പൂർണമായും മാറുകയും പരസ്യങ്ങളുടെ മാത്രം അടിസ്ഥാനത്തിൽ ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ പ്രവർത്തിക്കുന്ന രീതി നിലവിൽ വരികയും ചെയ്തു. മാത്രമല്ല മാധ്യമരംഗത്തെ കുത്തകവത്കരണം അവിശ്വസനീയമാംവിധം കൂട്ടുകയും ചെയ്തു.

ഇവർ നിയന്ത്രിക്കുന്ന മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയാണ് സാധാരണ മനുഷ്യർ സ്വന്തം സമൂഹത്തെക്കുറിച്ചു പഠിക്കുന്നതും നിഗമനങ്ങളിൽ എത്തു

ന്നതും. എന്നാൽ നമ്മൾ വ്യത്യസ്തം എന്ന് കരുതുമെങ്കിലും സ്വന്തം പ്രത്യയശാസ്ത്രങ്ങൾ സംരക്ഷിക്കാൻ വേണ്ടിയുള്ള സഹകരണം ഈ കുത്തകകൾ തമ്മിലുണ്ട്. ഓരോ രംഗത്തും കുത്തകവത്കരണത്തിനു എതിരായ നിയമങ്ങളുണ്ട്. എന്നാൽ ഈ നിയമങ്ങളിലെ പരിമിതികൾ ഉപയോഗിച്ചാണ് കുത്തകകൾ ഒലിഗോപോളികൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. ഇതിനു സഹായകരമായ നിയമമായിരുന്നു 1996ൽ വന്ന ടെലികമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ് ആക്ട് എന്ന് ഹൊവാഡ് സിൻ People's History of USA എന്ന പുസ്തകത്തിൽ വാദിക്കുന്നുണ്ട്. അമേരിക്കയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ 2004ൽ ആണ് ഈ പുസ്തകം എഴുതിയത്. ( ഈ പുസ്തകത്തിന്റെ മലയാള പരിഭാഷ പരിഷത്ത് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്)

**ഇന്ത്യൻ മാധ്യമ ഉടമസ്ഥത**

അസമത്വങ്ങളെപ്പറ്റി പഠിക്കുന്ന സന്നദ്ധസംഘടന ഓക്സ്ഫാമിന്റെ റിപ്പോർട്ടനുസരിച്ച് 2000ത്തിൽ ഒൻപത് ശതകോടീശ്വരൻമാരുണ്ടായിരുന്നത് 2017ൽ നൂറു ശതകോടീശ്വരൻമാരായും 2022ൽ 166 ശതകോടീശ്വരൻമാരായും വളർന്നിരിക്കുന്നു. രാജ്യത്തെ ആകെ സമ്പത്തിന്റെ 40 ശതമാനവും അതിസമ്പന്നരായ ഒരുശതമാനം പേരുടെ കൈയിലാണ്. അതേസമയം ജനസംഖ്യയുടെ താഴത്തെ 50 ശതമാനം പേർക്ക് 2012നും 2021നുമിടയിലുണ്ടായ സമ്പത്തിന്റെ വെറും മൂന്നുശതമാനം മാത്രമാണ് ലഭിച്ചതെന്ന് ഓക്സ്ഫാം റിപ്പോർട്ട് പറയുന്നു.

നമ്മുടെ ഭരണഘടന സ്ഥിതിസമത്വവും സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവുമായ നീതിയും രാജ്യത്തെ സുപ്രധാനമൂല്യമായി വിഭാവനംചെയ്യുന്നു. എന്നാൽ അങ്ങേയറ്റം അനീതിനിറഞ്ഞ, അസമമായ ഒരു വളർച്ചയും ജീവിതവുമാണ് രാജ്യത്തെന്ന് ഈ പഠനങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. വ്യാജസമ്മത നിർമിതിയാണ് മാധ്യമങ്ങളുടെ ഇക്കാലത്തെ ഒരു പൊതുലക്ഷ്യമെന്ന് നോം ചോംസ്കി പറയുന്നതുപോലെ, ഈ അസമ സാഹചര്യത്തിന് അനുഗുണമായ പൊതുബോധസൃഷ്ടിയിലാണ് ഇന്ന് ഇന്ത്യയിലും മാധ്യമങ്ങൾ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. ഉള്ളിൽനിന്നുതന്നെ ഭരണത്തെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന തരത്തിൽ ചങ്ങാത്തമുതലാളിത്തം നാടിനെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന അവസ്ഥ. ഈ മുതലാളിമാർതന്നെയാണ് നമ്മുടെ മാധ്യമങ്ങളുടെ നിയന്ത്രണവും ഇന്ന് ഏറ്റെടുത്തിരിക്കുന്നത്.

ഇന്ത്യൻ മാധ്യമ സംവിധാനത്തിന്റെ സ്ഥിതി എന്താണ്? എന്താണ് ഇന്ത്യയിലെ മാധ്യമ ഉടമസ്ഥതയുടെ അവസ്ഥ? 2019ൽ മീഡിയ ഓണർഷിപ് മോണിറ്റർ പറയുന്നത് ഹിന്ദി ബെൽറ്റിൽ വായനയുടെ 76.45 ശതമാനം നിയന്ത്രിക്കുന്നത് നാല് സ്ഥാപനങ്ങളാണെന്നാണ്. 71 ടെലിവിഷൻ ചാനലുകൾ റിലയൻസിന്റെ നിയന്ത്രണത്തിലാണ്.

സ്വാതന്ത്ര്യസമരകാലംമുതൽ ഏതാണ്ട് എൺപതുകൾ വരെ ഇത്തരത്തിലുള്ള കോർപ്പറേറ്റ് ഉടമസ്ഥത കുറവായിരുന്നുവെന്നുകാണാം.

എന്നുമാത്രവുമല്ല, സ്വാതന്ത്ര്യസമരകാലത്ത് വൈദേശികാധിപത്യത്തിനെതിരെ ഇന്ത്യൻ ജനതയുടെ വിശാലതാത്പര്യങ്ങൾക്കായി (അന്നും ബ്രിട്ടീഷുകാർക്ക് പാദസേവ നടത്തിയവരും സ്തുതിഗീതം പാടിയവരും മാപ്പുപറഞ്ഞവരുമൊക്കെ ഉണ്ടായിരുന്നു എന്നകാര്യം വിസ്മരിക്കുന്നില്ല.) മാധ്യമങ്ങൾ പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നുവെങ്കിൽ ക്രമേണ അതിൽനിന്നകലുന്ന കാഴ്ച്ച നമുക്ക് കാണാം. 2000ത്തിനുശേഷം അത്തരം അകൽച്ച അതിന്റെ പാരമ്യത്തിലെത്തിയിരിക്കുന്ന സ്ഥിതിയാണ്.

മൂന്നുപ്രവണതകളാണ് ഇതിന് ആക്കം കൂട്ടിയത്. ഒന്നാമതായി കോർപ്പറേറ്റ് ഉടമസ്ഥത. മറ്റുമേഖലകളിൽ മുതൽമുടക്കുള്ള വൻ ബിസിനസ്സുകാരും വ്യവസായികളും പൊതുബോധനിർമിതിയിൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ പങ്ക് തിരിച്ചറിഞ്ഞ് നിലവിലുള്ള മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളെ കൈയടക്കുകയോ പുതിയവ ആരംഭിക്കുകയോ ചെയ്തു. 1990കൾ മുതലുള്ള ഇന്ത്യയുടെ ആഗോളീകരണഘട്ടം അതിവേഗം വളരുന്ന ഒരു മാധ്യമ വ്യവസായത്തിനും തുടക്കമിട്ടു. 2021 21.5 ബില്യൺ ഡോളറിൽ നിന്ന് 2026ൽ 54 ബില്യൺ ഡോളറായി ഇന്ത്യയുടെ മീഡിയ മാർക്കറ്റ് വളരുമെന്ന് ചില കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ഇന്നിപ്പോൾ 1,00,000ത്തിലധികം പത്രങ്ങളും 380ലധികം ന്യൂസ് ചാനലുകളും നമ്മുടെ രാജ്യത്തുണ്ട്. ഇതോടൊപ്പമാണ് ലക്ഷക്കണക്കിന് യുട്യൂബ് ചാനലുകൾ, വാട്സാപ്പും ഫെയ്സ്ബുക്കും ട്വിറ്ററും ഇൻസ്റ്റഗ്രാമും ഉൾപ്പെടെയുള്ള സോഷ്യൽ മീഡിയ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകൾ എന്നിവയുടെ ഉദയം. എന്നാൽ ഈ മലവെള്ളപ്പാച്ചിലിലും ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട ഒന്ന് പാശ്ചാത്യരാജ്യങ്ങളിലെന്നപോലെ, ഭൂരിഭാഗം ഇന്ത്യൻ മാധ്യമങ്ങളും ഏതാനും കോർപ്പറേറ്റുകളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലാണ് എന്നതാണ്. ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ കോർപ്പറേറ്റുകളിലൊന്നായ റിലയൻസ് ഇൻഡസ്ട്രീസ് ഒരു ദശാബ്ദത്തിന് മുമ്പ് മാധ്യമമേഖലയിലേക്ക് പ്രവേശിച്ചപ്പോൾ ഇതിന്റെ മുന്നറിയിപ്പിന്റെ മണി മുഴങ്ങുകയായിരുന്നു.

2011ൽ ഇന്ത്യൻ പാർലമെന്റ് കേബിൾ ടെലിവിഷൻ നെറ്റ്വർക്കുകളുടെ (നിയന്ത്രണം) ഭേദഗതി ബിൽ പാസ്സാക്കി. ന്യൂയോർക്ക് യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിലെ മീഡിയ സ്റ്റഡീസ് പ്രൊഫസർ അരവിന്ദ് രാജഗോപാൽ ചൂണ്ടിക്കാണിച്ചതുപോലെ, "ഏറ്റവും വലിയ കേബിൾ സേവനദാതാക്കൾ ഇതിനകം ബ്രോഡ്കാസ്റ്റിംഗ് കമ്പനികളുടെ ഉടമസ്ഥതയിലായിരുന്നു" എന്നതിനാൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ കേന്ദ്രീകൃത കോർപ്പറേറ്റ് നിയന്ത്രണത്തിനും ഈ ബിൽ വഴിയൊരുക്കി.

2012 ജനുവരിയിൽ, അതിസമ്പന്നനായ മുകേഷ് അംബാനിയുടെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള റിലയൻസ്, കനത്ത കടബാധ്യതയുള്ള "നെറ്റ്വർക്ക് 18" മീഡിയഗ്രൂപ്പിൽ നിക്ഷേപിച്ചു. ഇംഗ്ലീഷിലും ഹിന്ദിയിലും നിരവധി പ്രാദേശിക ഭാഷകളിലുമുള്ള പൊതു വാർത്തകളുടെയും ബിസിനസ് ചാന

ലുകളുടെയും സമാഹാരമായ ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും വലിയ മാധ്യമ കൂട്ടായ്മയുടെ സൃഷ്ടിയായിരുന്നു ഫലം. രാജ്യത്തിന്റെ സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥയെ സ്വാധീനിക്കുന്ന തീരുമാനങ്ങളെ ഈ മാധ്യമങ്ങളുടെ കവറേജുകൾ എങ്ങനെ ബാധിച്ചുവെന്നത് പഠനവിധേയമാക്കാവുന്നതാണ്. 2014ൽ റിലയൻസ് 'നെറ്റ്‌വർക്ക് 18' ന്റെ പൂർണ്ണ നിയന്ത്രണം ഏറ്റെടുത്തു. കമ്പനിയുടെ മുൻനിര ചാനലായ CNN-IBNന്റെ എഡിറ്റർ-ഇൻ-ചീഫ് രാജ്ദീപ് സർദേശായി ഇതേത്തുടർന്ന് രാജിവച്ചു. വിടവാങ്ങൽ ഇമെയിലിൽ അദ്ദേഹം എഴുതി: "കഴിഞ്ഞ 26 വർഷമായി പത്രപ്രവർത്തനത്തോടുള്ള എന്റെ വിശ്വാസത്തിന്റെ പ്രതീകങ്ങളായിരുന്നു എഡിറ്റോറിയൽ സ്വാതന്ത്ര്യവും ധാർമികതയും. ഇപ്പോളെനിക്ക് അതിൽനിന്ന് മാറാൻ കഴിയാത്തത്ര പ്രായമുണ്ട്!"

ഇന്ന്, വൻകിട ബിസിനസ്സും രാഷ്ട്രീയവും ഇന്ത്യൻ മാധ്യമങ്ങളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം ഏതെങ്കിലും ഒരു കമ്പനിക്ക് അപ്പുറത്തേക്ക് വ്യാപിക്കുന്നു. മറ്റൊരു ടിവി നെറ്റ്‌വർക്കായ സീ മീഡിയ കോർപ്പറേഷൻ, കേന്ദ്രഭരണകക്ഷി പിന്തുണയുള്ള മുൻ രാജ്യസഭാംഗമായ സുഭാഷ് ചന്ദ്രയുടെ നേതൃത്വത്തിലുള്ള എസ്സൽ ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഭാഗമാണ്. ഏഷ്യാനെറ്റ് ന്യൂസിന്റെ ഉടമ ബിജെപി എംപിയായ രാജീവ് ചന്ദ്രശേഖർ ആണെന്നറിയാമല്ലോ.

റിപ്പോർട്ടേഴ്സ് വിത്തൗട്ട് ബോർഡേഴ്സിന്റെ 2019ലെ റിപ്പോർട്ട്, സമാനമായ മറ്റ് നിരവധി ഉദാഹരണങ്ങൾ കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്. ബിജെപി ദേശീയ വൈസ് പ്രസിഡന്റും വക്താവുമായ ബൈജയന്ത് പാണ്ഡയുടെ കുടുംബത്തിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ളതാണ് ഒഡീഷ ടിവി. ഇന്ത്യയുടെ വടക്കുകിഴക്കൻ മേഖലയിലെ ഏറ്റവും ജനപ്രിയ ടിവി ചാനലുകളിലൊന്നാണ് ന്യൂസ് ലൈവ്. അസമിലെ ബിജെപി മുഖ്യമന്ത്രി ഹിമാന്ത ബിശ്വ ശർമ്മയുടെ ഭാര്യ റിനികി ഭുയാൻ ശർമ്മയുടെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ളതാണ് ഈ ചാനൽ.

താരതമ്യേന സ്വതന്ത്രമായി മാധ്യമപ്രവർത്തനം നടത്തിയിരുന്ന എൻഡിടിവിയെ ഈയടുത്ത കാലത്ത് മറ്റൊരു പ്രമുഖ കോർപ്പറേറ്റ് ആയ അദാനി ഗ്രൂപ്പ് ഏറ്റെടുത്ത കാര്യം നമുക്കറിയാമല്ലോ. ഈ ചാനലിലുണ്ടായിരുന്ന പ്രമുഖ മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ രവീഷ് കുമാർ അതേത്തുടർന്ന് അതിൽനിന്ന് പടിയിറങ്ങി. വാർത്തയുടെയും പണത്തിന്റെയും രാഷ്ട്രീയത്തിന്റെയും അവിശുദ്ധ കൂട്ടുകെട്ടിനെ അദ്ദേഹം വിശേഷിപ്പിച്ചത് ഗോദി മീഡിയ എന്നാണ്. 2014 മുതൽ ജന്മംനൽകിയ നിരവധി എസ്റ്റാബ്ലിഷ്മെന്റ് അനുകൂല മുഖപത്രങ്ങളുടെ 'ലാപ്ഡോഗ്' സ്വഭാവത്തെയാണ് ഈ പദം സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. 2021ൽ ബിജെപിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ മുസ്ലീം പ്രവർത്തകരുടെ വീടുകൾ തകർത്തതോ കർഷക പ്രതിഷേധങ്ങളെ വിമർശിക്കുന്നതോ പോലുള്ള സംഭവങ്ങൾ മുഖ്യധാരാ ഇന്ത്യൻ മാധ്യമങ്ങൾ ആഘോഷിച്ചതെങ്ങനെയെന്ന് നോക്കു

മ്പോൾ, രവീഷ് കുമാറിന്റെ ഈ വിശേഷണം തികച്ചും സാധൂകരിക്കപ്പെടുന്നു. അങ്ങനെയല്ലാതെ മാധ്യമപ്രവർത്തനം നടത്തുന്ന ന്യൂസ് ക്ലിക്ക് പോലുള്ള മാധ്യമങ്ങൾ ഒതുക്കപ്പെടുന്നതെങ്ങനെയെന്ന് നാം കണ്ടുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണല്ലോ.

മറ്റൊരു പ്രവണത ക്രോസ് ഓണർഷിപ്പാണ്. ഒരേസമയം അച്ചടി, ദൃശ്യ, ശ്രാവ്യ, ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളെല്ലാം ചേരുന്ന മീഡിയ കൺഗ്ലോമറേറ്റുകളാണ് ഇന്ന് ഇന്ത്യയുടെ പൊതുബോധത്തെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതിൽ മുഖ്യപങ്കുവഹിക്കുന്നത്. പരസ്പരം കിടമത്സരം നടത്തുന്ന വ്യത്യസ്തമാധ്യമങ്ങളെയെല്ലാം ശ്രദ്ധിച്ചാൽ നമുക്കു ബോധ്യമാകുന്ന ഒരു സംഗതിയുണ്ട്. കിടമത്സരമൊക്കെയുണ്ടെങ്കിലും അവയിൽ മഹാഭൂരിപക്ഷത്തിലും വാർത്തകൾ ഏതാണ്ട് ഒരേ രീതിയിൽ തന്നെയാവും; അവയുടെ ഊന്നലുകളും.

ഇന്ത്യൻ മാധ്യമരംഗത്തെ മൂന്നാമത്തെ സമകാലികപ്രവണത ഭരണകൂടത്തിന്റെ വർധിച്ചുവരുന്ന സെൻസർഷിപ്പാണ്. ഇന്ത്യയിൽ മാധ്യമങ്ങൾക്ക് സവിശേഷമായ സ്വാതന്ത്ര്യം നല്കുന്ന പ്രത്യേക നിയമങ്ങളില്ല. ഭരണഘടനയിലെ ആർട്ടിക്കിൾ 19 1 (a) പ്രകാരം ഏതൊരു ഇന്ത്യൻ പൗരനും രാജ്യത്തെ പൊതുനിയമങ്ങൾക്കു വിധേയമായി അഭിപ്രായപ്രകടനത്തിനും ആശയപ്രകാശനത്തിനും ആവിഷ്കാരത്തിനുമുള്ള അവകാശം മൗലികാവകാശമാണ്. ഇതിന്റെ ഭാഗമാണ് ഇന്ത്യയിലെ മാധ്യമസ്വാതന്ത്ര്യവും. എന്നാൽ ഇന്ന് നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് സ്വതന്ത്രമാധ്യമപ്രവർത്തനമെന്നത് ഏറെ വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞ ഒന്നായി മാറിക്കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. ശാസ്ത്രപ്രചാരകൻ കൂടിയായ ന്യൂസ് ക്ലിക്കിലെ പ്രബീർ പുർകായസ്ത ഉൾപ്പെടെയുള്ളവർ രാജ്യദ്രോഹക്കുറ്റത്തിന് (!) അറസ്റ്റിലാണ്. രാജ്ദീപ് സർദേശായിയുടെയും രവീഷ് കുമാറിന്റെയും പടിയിറക്കം നേരത്തെ സൂചിപ്പിച്ചുവല്ലോ.

ആനന്ദബസാർ പത്രിക ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ടെലിഗ്രാഫ് പത്രം കഴിഞ്ഞ കുറെക്കാലമായി ഭരണകൂടത്തിന്റെ വീഴ്ച്ചകളെ അങ്ങേയറ്റം സർഗാത്മകമായ തലക്കെട്ടുകൾകൊണ്ട് ശക്തമായി വിമർശിച്ചിരുന്നു. ടെലിഗ്രാഫിന്റെ എഡിറ്റർ ആർ രാജഗോപാൽ ഇപ്പോൾ വലിയ ചുമതലകളൊന്നുമില്ലാത്ത എഡിറ്റർ അറ്റ് ലാർജ് എന്ന പദവിയിലേക്ക് ഒതുക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. അന്വേഷണാത്മക പത്രപ്രവർത്തനത്തിന് പുതിയ മാനങ്ങൾ നല്കിയ ജോസി ജോസഫിനെപ്പോലുള്ള മാധ്യമപ്രവർത്തകരും ഇത്തരത്തിലുള്ള നിരീക്ഷണങ്ങൾ നേരിടുന്നു. ഫാക്ട് ചെക്ക് ന്യൂസ്പോർട്ടലായ ആൾട്ട് ന്യൂസിന്റെ സഹസ്ഥാപകൻ മുഹമ്മദ് സുബൈറിനെപ്പോലുള്ളവർക്ക് ഏഴു കേസുകളിൽ ദീർഘകാലം ജയിലിൽ കഴിയേണ്ടിവന്നു. എന്നാൽ സുപ്രീംകോടതി ഇടപെട്ട് ഏഴു കേസുകളിലും ജാമ്യം അനുവദിച്ചിരിക്കുകയാണ്. മണിപ്പൂരിലെ മാധ്യമ

പ്രവർത്തകരായ ചവോബ, ധീരേൻ, ഹിമാചൽപ്രദേശിലെ വികാസ് ദുവ തുടങ്ങി നിരവധി മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കെതിരെ കേസുകളെടുത്തത് മറ്റുചില ഉദാഹരണങ്ങൾ.

ഇതു മാത്രവുമല്ല, സർക്കാരിന് വിരുദ്ധമായ വാർത്തകൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നതിലെ അപ്രഖ്യാപിത സെൻസർഷിപ്പ് പോലെത്തന്നെ കേന്ദ്രഭരണകക്ഷിക്കെതിരായ രാഷ്ട്രീയപ്രസ്ഥാനങ്ങൾക്കും അവരുടെ സംസ്ഥാനസർക്കാരുകൾക്കും എതിരായി വ്യാജവാർത്തകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും ആസൂത്രിതശ്രമങ്ങൾ ഇന്ത്യയിൽ നടന്നുവരുന്നു എന്നതിന് നിരവധി ഉദാഹരണങ്ങളുണ്ട്. ഇത്തരത്തിൽ വ്യാജവാർത്തകൾ പടച്ചുവിടുന്നത് മാധ്യമസ്വാതന്ത്ര്യത്തിന്റെ നൈതികതയെത്തന്നെ ബാധിക്കുന്നതിന് കേരളത്തിൽ തന്നെ നിരവധി ഉദാഹരണങ്ങളുണ്ടല്ലോ.

സോഷ്യൽ മീഡിയയിലും ഈ നിയന്ത്രണം ശക്തമാവുകയാണ്. പുതിയ സോഷ്യൽ മീഡിയ നിയമഭേദഗതിപ്രകാരം ഓരോ സർവീസ് പ്രൊവൈഡറും 'രാജ്യവിരുദ്ധമോ' 'നിയമവിരുദ്ധമോ'ആയ വാർത്തകൾ പുറത്തുവിടുന്നത് സംബന്ധിച്ച് പരിശോധിക്കാൻ ഒരു ചുമതലക്കാരനെ നിയോഗിക്കണം. സർക്കാർ ആവശ്യപ്പെട്ടാൽ ഏതു ഉള്ളടക്കവും നീക്കം ചെയ്യണം. മുൻപ് സൂചിപ്പിച്ചപോലെ ഡീപ് ഫെയ്ക്ക്, എ ഐ തുടങ്ങിയ പുതിയ സാങ്കേതിക സാധ്യതകൾ ഉപയോഗിച്ച് വ്യാജവാർത്തകളുടെ പ്രവാഹം തന്നെ ലക്ഷക്കണക്കിന് വാട്സാപ്പ് ഗ്രൂപ്പുകളും മറ്റു ഹാൻഡിലുകളുമുപയോഗിച്ച് ഇന്ത്യയിൽ നടത്തുകയാണ്.

ഇതിന്റെയെല്ലാം ഫലമായി ഇന്ത്യയിൽ സ്വതന്ത്രമാധ്യമപ്രവർത്തനവും മാധ്യമപ്രവർത്തകരും അതികഠിനമായ സാഹചര്യങ്ങളിലൂടെയാണ് കടന്നുപോകുന്നത്. മാധ്യമപ്രവർത്തകർക്കും സർക്കാർ വിമർശകർക്കും നേരെയുള്ള ആക്രമണങ്ങളുടെ തുടർച്ചയായി, ലോക മാധ്യമ സ്വാതന്ത്ര്യ സൂചികയിൽ ഇന്ത്യ 180 രാജ്യങ്ങളിൽ 2022ൽ 150–ാം സ്ഥാനത്തും 2023ൽ 161–ാം സ്ഥാനത്തുമായി കൂപ്പുകുത്തുകയാണ്.

ജനാധിപത്യത്തിൽ ഫോർത്ത് എസ്റ്റേറ്റിന്റെ ധർമം പരമപ്രധാനമാണ്. അത് നിർവഹിക്കപ്പെടാത്ത അവസ്ഥ ജനാധിപത്യത്തിന്റെ മരണമായിരിക്കും.

സാധാരണ മനുഷ്യർക്കിടയിൽ മാധ്യമ വിശ്വാസ്യത എത്രയാണ്? കർഷകസമരം റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യാൻ ചെന്ന ചില മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളെ കർഷകർ അവഹേളിച്ച് ഓടിക്കുന്ന കൗതുകകരമായ ചില ദൃശ്യങ്ങൾ നമ്മൾ കാണുകയുണ്ടായി. സാധാരണ ഗതിയിൽ തങ്ങളുടെ സമരത്തിന് കൂടുതൽ പ്രചാരം കിട്ടാൻ മാധ്യമങ്ങളെ അങ്ങോട്ട് ആശ്രയിക്കുന്ന രീതിയാണ് നാം കാണാറ്. എന്നാൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ സ്വഭാവത്തിൽ വന്ന മാറ്റവും സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളുടെ വളർച്ചയും ജനങ്ങളും മാധ്യമങ്ങളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തിൽ കാര്യമായ മാറ്റം വരുത്തിയിരിക്കുന്നു.

റോയിട്ടർ പഠനം കാണിക്കുന്നത് 42% അമേരിക്കക്കാരും 38% യൂറോപ്പിയൻസും ന്യൂസ് കാണുന്നത് ഒഴിവാക്കിയിരിക്കുന്നു എന്നാണ്. അവ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന ടോക്സിസിറ്റി ആണ് ഇതിന് കാരണമായി അവർ പറഞ്ഞത്.

കേരളത്തിൽ മാധ്യമ ഉടമസ്ഥതയുടെ പ്രശ്നം കൂടുതൽ സങ്കീർണമാണ്. അതേക്കുറിച്ച് വിശദമായ പഠനം ആവശ്യമാണ്.

എന്തായാലും ഒരു കാര്യം തീർച്ചയാണ്. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഉടമസ്ഥതയെക്കുറിച്ചു ചർച്ചചെയ്യാതെ മാധ്യമ സ്വാതന്ത്ര്യത്തെക്കുറിച്ചുള്ള ചർച്ച വിഫലമാവുകയേ ഉള്ളൂ.

**മാധ്യമങ്ങളും സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ വളർച്ചയും**

മറ്റൊരു പ്രധാനകാര്യം മാധ്യമ സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ വളർച്ചയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് മാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രവർത്തനസ്വഭാവം പഠിക്കുക എന്നതാണ്.

പ്രശസ്ത മാധ്യമ സൈദ്ധാന്തികനായ റെയ്മോൻഡ് വില്യംസ് തന്റെ പുസ്തകത്തെ വിളിച്ചത് Technology and Cultural Form എന്നാണ്. അതായത് സാങ്കേതികവിദ്യയാണ് സാംസ്കാരിക രൂപത്തെ നിർണയിക്കുക എന്നർത്ഥം. മക്‌ലൂഹന്റെ Medium is the Message എന്ന സങ്കൽപനവും ഇതോട് കൂട്ടിവായിക്കാം. അതായത് ഒരു മാധ്യമത്തിന്റെ സാങ്കേതികസ്വഭാവം അതിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തെ സ്വാധീനിക്കും എന്നർത്ഥം.

അങ്ങനെ നോക്കുമ്പോൾ ടെലിവിഷന്റെ സാങ്കേതികസ്വഭാവമാണ് അതിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തെ നിർണയിക്കുന്നത്. ഏത് സംഭവം നടന്നു കഴിഞ്ഞാലും അത് നിരീക്ഷിച്ചു പഠിച്ച് വിശകലനം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സാവകാശം ടെലിവിഷനിൽ ലഭിക്കാറില്ല. ഏറ്റവും ആദ്യം എന്നതാണ് ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളുടെ മത്സരം. ഇവിടെ നഷ്ടമാവുന്നത് വിശകലനത്തിനുള്ള സമയമാണ്. വിശകലനം സാധ്യമല്ല എന്നല്ല; എന്നാൽ കമ്പോളത്തിന്റെ മത്സരത്തിൽ ഇതൊന്നും സാധ്യമാവുന്നില്ല.

സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളുടെ വരവോടെ മാധ്യമങ്ങളും സമൂഹവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം കൂടുതൽ സങ്കീർണമായി. വിവരങ്ങളുടെ അനർഗളമായ പ്രവാഹമാണ് ഇവിടെ ഉണ്ടാകുന്നത്. ഡാറ്റയാണ് താരം എന്നാണ് പറയുന്നത്. എന്നാൽ ഈ പ്രവാഹത്തിൽ നഷ്ടപ്പെട്ടു പോകുന്ന ഒന്നുണ്ട്: ശ്രദ്ധ.

ഉത്പാദിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന വിവരങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധ പതിയുന്നില്ലെങ്കിൽ ഈ വിവരങ്ങൾകൊണ്ട് എന്ത് പ്രയോജനം? ലോകത്തു ഒരു ദിവസം ഉത്പാദിപ്പിച്ച ഓൺലൈനിൽ ലഭ്യമാവുന്ന വിവരങ്ങൾ ഒരു വ്യക്തിയുടെ ജീവിതകാലം മുഴുവൻ ശ്രമിച്ചാലും ഉപയോഗിച്ചുതീർക്കാൻ കഴിയുന്നതല്ല. അങ്ങനെ നോക്കുമ്പോൾ ഉപഭോക്താവിന്റെ ശ്രദ്ധക്ക് വേണ്ടിയുള്ള മത്സരമാണ് ഇന്നത്തെ കമ്പോളത്തിന്റെ അടിസ്ഥാന

സ്വഭാവം. ഇവർ നമ്മുടെ സ്വഭാവം നിരന്തരമായി പഠിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. അതിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നമുക്ക് വേണ്ട വിവരങ്ങൾ നമ്മുടെ മുന്നിലെത്തിക്കുന്നു. ഏതു മാർഗത്തിലും ഉപഭോക്താവിന്റെ ശ്രദ്ധ കിട്ടണം. അതിനു ന്യായാന്യായങ്ങൾ നോക്കാതെ എന്തും ചെയ്യും. ഈ രംഗത്തു പ്രവർത്തിക്കുന്നവരെ ശ്രദ്ധയുടെ കച്ചവടക്കാർ എന്നും ഈ സാമ്പത്തിക വ്യവസ്ഥയെ അറ്റെൻഷൻ എക്കണോമി എന്നുമാണ് തോമസ് ബ്രയാൻ വിളിക്കുന്നത്; Attention Economy എന്ന പുസ്തകത്തിൽ. ആരാണ് ശ്രദ്ധയുടെ ഈ വ്യാപാരികൾ? അവരുടെ പ്രവർത്തനത്തിന്റെ ദീർഘകാല പ്രത്യാഘാതങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ്?

സ്വാഭാവികമായും തങ്ങളുടെ ഉത്പന്നങ്ങൾ വിൽക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്ന ബിഗ് ബിസിനസ്സിനാണ് ഈ വ്യാപാരത്തിൽ ഏറെ താത്പര്യം. പരസ്യങ്ങൾ, ക്ലിക്ക് ബൈറ്റ്, മറ്റു പലതരം നോയ്സുകൾ ഇവയിലൂടെ നമ്മുടെ ശ്രദ്ധ കുറക്കാൻ ഇവർക്ക് കഴിയുന്നു. പൊതുവെ അലസരായ, ശ്രദ്ധ കുറവുള്ള, എളുപ്പത്തിൽ ശ്രദ്ധ തിരിക്കാവുന്ന ഒരു സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിക്കുക എന്നതാണ് ഇവരുടെ ലക്ഷ്യം. അങ്ങനെ അറ്റെൻഷൻ സ്പാൻ കുറവുള്ള ഒരു സമൂഹമായി നമ്മൾ മാറിക്കഴിഞ്ഞു എന്നാണ് പൊതുവെയുള്ള നിഗമനം.

നമ്മുടെ ഏറ്റവും വിലയേറിയ സ്വത്ത് നമ്മുടെ സമയവും ശ്രദ്ധയുമാണ് എന്നിരിക്കെ ഈ സമ്പത്തിന്റെ നഷ്ടം നമ്മുടെ വ്യക്തിത്വത്തിന്റെ തന്നെ നഷ്ടമായി മാറുന്നു. ബോറടിയും മടുപ്പുമൊക്കെ നമ്മുടെ ശ്രദ്ധയ്ക്ക് സഹായകരമായിരുന്നു എന്നാണ് ബ്രയാൻ വാദിക്കുന്നത്. എന്നാൽ സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളുടെ ആവിർഭാവത്തോടെ ബോറടിച്ചിരിക്കാൻപോലും സമയമില്ലാതായി. ബോറടി സൃഷ്ടിക്കുന്ന ശൂന്യതയിൽ നിന്നാണ് പുതിയ അറിവുകളിലേക്കു നമ്മുടെ മനസ്സ് നീങ്ങുന്നത് എന്ന് അദ്ദേഹം നിരീക്ഷിക്കുന്നു.

മാധ്യമങ്ങൾക്ക് സമൂഹത്തിലുള്ള സ്വാധീനം അളക്കാൻ എളുപ്പവഴിയൊന്നുമില്ല. എന്നാൽ ഏതു ദിശയിലാണു മാധ്യമങ്ങളുടെ മാറ്റം എന്നറിയാനുള്ള ഒരു സൂചികയായി ഓരോ വിഭാഗത്തിനും ലഭിക്കുന്ന പരസ്യ വിഹിതം നോക്കാം. ഇന്ത്യയിൽ പരസ്യത്തിനായി ചെലവഴിക്കുന്ന തുക ഒരു ലക്ഷം കോടി കഴിഞ്ഞു. അതിൽ ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ വിഹിതം 41ൽ നിന്ന് 45 ശതമാനമായി വളരുന്നു. ടെലിവിഷന്റെ വിഹിതം 42ൽ നിന്ന് 39 ശതമാനമായി കുറഞ്ഞു. ആനുപാതികമായി കുറവുണ്ടാകുന്നത് അച്ചടി മാധ്യമങ്ങളിലാണ്. അങ്ങനെ നോക്കുമ്പോൾ ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങൾ ഈ വർഷം ടെലിവിഷനെ മറികടന്നിരിക്കുന്നു. ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ വളർച്ച അറിവുകളുടെ വിതരണത്തെ എങ്ങനെയാണ് സ്വാധീനിക്കുക?

അച്ചടി മാധ്യമങ്ങളെക്കാൾ വേഗത്തിൽ പ്രേക്ഷകരുടെ പ്രതികര

ണം ലഭിക്കുന്നത് ടെലിവിഷനിലാണ് എന്നതുകൊണ്ട് കൂടുതൽ വൈകാരികമായ ഉള്ളടക്കത്തിനാണ് ചാനലുകൾ പ്രാമുഖ്യം നൽകുന്നത്. ഇത്തരം വൈകാരിക ഉള്ളടക്കം TRP (Target Rating Point) കൂട്ടുന്നതായി ചാനലുകൾ കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഈ പ്രക്രിയയിൽ തകരുന്നത് പരമ്പരാഗത മാധ്യമങ്ങളുടെ വിശ്വാസ്യതയും വിശ്വസനീയം അല്ലാത്ത സ്രോതസ്സുകളുടെ വളർച്ചയുമാണ്.

വാട്സാപ്പ് യൂണിവേഴ്സിറ്റി എന്നൊരു പ്രയോഗം നമ്മൾ കേട്ടിട്ടുണ്ടല്ലോ. എങ്ങനെയാണ് ഈ പ്രയോഗം ഉണ്ടായത് എന്ന് ആലോചിച്ചിട്ടുണ്ടോ? ഇതേക്കുറിച്ച് പ്രശസ്ത മാധ്യമപ്രവർത്തകൻ ആയ രവിഷ് കുമാർ ഒരു അഭിപ്രായം പറയുന്നുണ്ട്. ഉത്തരേന്ത്യൻ പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള ഒരു നിരീക്ഷണമാണ്. നമ്മുടെ യുവജനതയ്ക്ക് വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനങ്ങളിൽനിന്ന്, കോളേജ് ആകട്ടെ സ്കൂൾ ആകട്ടെ, യാതൊരു വിദ്യാഭ്യാസവും കിട്ടുന്നില്ല. അങ്ങനെ തികച്ചും അപകർഷതാബോധത്തോടെ ജീവിക്കുന്നവരുടെ ഇടയിലേക്കാണ് തങ്ങളുടെ കൈയിലുള്ള ചെറിയ മൊബൈൽ ഫോൺ വഴി ധാരാളം പുതുമയുള്ള വിവരങ്ങൾ കിട്ടുന്നത്. ഇതിൽ ചരിത്രമുണ്ട്, ശാസ്ത്രമുണ്ട്, രാഷ്ട്രീയമുണ്ട്. ഇതൊക്കെ ശരിയായ അറിവുകൾ ആണോ എന്ന് പരിശോധിക്കാനുള്ള ത്രാണിയൊന്നും അവർക്കില്ല. കിട്ടുന്നതെല്ലാം അവർ വിശ്വസിക്കുന്നു. പ്രചരിപ്പിക്കുന്നു. അതുണ്ടാക്കുന്ന അപകടവും അവർ മനസ്സിലാക്കുന്നില്ല.

ഏറ്റവും കൂടുതൽ വാട്സാപ്പ് സർവകലാശാല വിതരണം ചെയ്യുന്നത് ഫേക്ക് ന്യൂസ് അഥവാ കപട വാർത്തകളാണ്. സാങ്കേതികവിദ്യ വളർന്നതോടെ ഇത്തരം ഫേക്ക് ന്യൂസ് ഉണ്ടാക്കാൻ വളരെ എളുപ്പമാണ്; പ്രചരിപ്പിക്കാനും. അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റ് ഒബാമ സംസാരിക്കുന്ന ഒരു വീഡിയോ ഈ അടുത്ത കാലത്ത് വൈറൽ ആയി. എന്നാൽ പിന്നീട് ഡീപ് ഫേക്ക് എന്ന സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിച്ചാണ് ഇതുണ്ടാക്കിയതെന്ന് കണ്ടെത്തി. അപ്പോഴേക്കും അത് സൃഷ്ടിക്കുന്ന ആഘാതം ഉണ്ടായിക്കഴിഞ്ഞു. നമ്മുടെ ഇടയിലും ഇത്തരത്തിൽ ധാരാളം വാർത്തകൾ നമ്മൾ കേട്ടുതുടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. ഡീപ് ഫേക്ക് നമ്മൾ വിശദമായി പഠിക്കേണ്ട സാങ്കേതികവിദ്യയാണ്.

മറ്റൊരു പ്രശ്നം സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ നാം ധാരാളം വിവരം ആർജ്ജിക്കുന്നു എന്നും ഇങ്ങനെ കിട്ടിയ വിവരങ്ങളോട് ലോകത്തെല്ലാവരും, തനിക്ക് അറിയാവുന്ന എല്ലാവരും, യോജിക്കുന്നു എന്നുമുള്ള തോന്നൽ ഉണ്ടാവുന്നു എന്നതാണ്. ഇത് മറ്റൊരു തെറ്റിദ്ധാരണയാണ്. ഇതിനെ എക്കോ ചേംബർ എന്നാണ് വിളിക്കുക. അതായത്, നമ്മൾ സ്വയം നിർമിച്ച ഒരു ഗുഹയ്ക്കുള്ളിലാണ്. ഇവിടെ നമ്മൾ പറയുന്ന ശബ്ദങ്ങൾ മാത്രം മുഴങ്ങിക്കേൾക്കും; മാറ്റൊലി അഥവാ എക്കോ പോലെ. അതാണ് എക്കോ ചേംബർ. ഇവിടെ തെറ്റും ശരിയും കുഴ

ഞ്ഞുകിടക്കുകയാണ്. നമ്മളൊക്കെ പലപ്പോഴും ഈ എക്കോ ചേമ്പറിലാണ്, അത് തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അതിൽനിന്നു ബോധപൂർവം മോചനം നേടുന്നത് വരെ.

Infocalypse എന്നൊരു പ്രയോഗമുണ്ട്. Apocalypse എന്ന് കേട്ടിട്ടില്ലേ? ലോകത്തിന്റെ അവസാനം എന്നൊക്കെ പറയാം. ഇത് ഇനി സംഭവിക്കുക വിവരങ്ങളുടെ അഥവാ ഇൻഫർമേഷനുകളുടെ ആധിക്യംകൊണ്ടാവാം എന്ന് സൂചിപ്പിക്കുന്ന പദമാണ് ഇൻഫോകാലിപ്സ്. 2020ൽ ഓക്സ്ഫോർഡ് നടത്തിയ ഒരു പഠനം കാണിക്കുന്നത് ലോകത്തെ 81 രാജ്യങ്ങൾ അവരുടെ രാഷ്ട്രീയത്തെ സ്വാധീനിക്കാനായി ഇത്തരത്തിൽ സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതാണ്. മ്യാൻമറിൽ രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധത്തിന് ശേഷമുണ്ടായ ഏറ്റവും വലിയ വംശഹത്യ കഴിഞ്ഞ ദശകത്തിൽ നടന്നതിന് പിന്നിൽ സാമൂഹിക മാധ്യമമായ ഫേസ് ബുക്ക് ആണ് എന്ന് Chaos Machine എന്ന പുസ്തകത്തിൽ മാക്സ് ഫിഷർ പറയുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ തീവ്ര ഹിന്ദു ഗ്രൂപ്പുകൾ വളരെ ഊർജിതമായി ഈ പ്രവർത്തനം നടത്തുന്നുണ്ട്. അവർ പ്രധാനമായും ശാസ്ത്രത്തെക്കുറിച്ചുള്ള തെറ്റായ സങ്കൽപനങ്ങളും അറിവുകളും പ്രചരിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. അവരുടെ രാഷ്ട്രീയത്തെ വളർത്താൻ അത് ഏറെ സഹായകമാണ് എന്ന് അവർക്കറിയാം. ഇതിനെ എങ്ങനെ ചെറുക്കും എന്നത് വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു ദൗത്യമാണ്.

മാധ്യമങ്ങളുടെ സ്വാധീനത്തെക്കുറിച്ച് റോയിട്ടേഴ്സ് നടത്തിയ പഠനം കപട വാർത്തകളുടെ സ്വാധീനം വർധിക്കുന്ന പ്രവണത ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നു.

ഇത് ഒരു സത്യാനന്തരകാലം അഥവാ പോസ്റ്റ് ട്രൂത്ത് കാലം ആണ് എന്നാണ് പറയുക. യഥാർത്ഥ സത്യം കണ്ടെത്താൻ എളുപ്പമല്ല. വിവരങ്ങളുടെ ആധിക്യം ഉണ്ടതാനും. എന്താണ് സത്യം എന്നതിനെക്കുറിച്ചുള്ള നമ്മുടെ സങ്കൽപനങ്ങളും മാറുന്നു.

“The result of a consistent and total substitution of lies for factual truth is not that the lie will now be accepted as truth and truth be defamed as a lie, but that the sense by which we take our bearings in the real world–and the category of truth versus falsehood is among the mental means to this end–is being destroyed…” എന്ന് Hannah Arendt എഴുതിയത് 1951ലാണ്. എന്നാൽ ഈ വരികൾ ഇപ്പോൾ കൂടുതൽ പ്രസക്തമായിരിക്കുന്നു.

താൻ എഴുതാൻ ആലോചിക്കുന്ന വരികൾ കടലാസിൽ എത്തുമ്പോഴേക്കും അവ നുണയായി മാറുന്ന കാലമായത് കൊണ്ടാണ് കവിത എഴുതാൻ കഴിയാത്തത് എന്ന് കടമ്മനിട്ട പണ്ട് എഴുതിയിട്ടുണ്ട്.

എങ്കിൽ ഇത്തരമൊരു സാഹചര്യത്തിൽ ശാസ്ത്രത്തെ ജനകീയവ

ത്കരിക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്ന ഒരു സംഘടന എന്ന നിലയിൽ കേരള ശാസ്ത്ര സാഹിത്യ പരിഷത്തിന് എന്താണ് ചെയ്യാൻ കഴിയുക?

ഈ കപട വാർത്തകളുടെ വളർച്ച എങ്ങനെയാണ് ജനാധിപത്യ പ്രക്രിയയെ സ്വാധീനിക്കുന്നത്? അതാണ് നമ്മൾ പഠിക്കേണ്ടത്. അതോടൊപ്പം എങ്ങനെ പുതിയ വിജ്ഞാന–വിനിമയ സാധ്യതകൾ വിപുലപ്പെടുത്താം എന്നതും.

**നമ്മുടെ കടമകൾ**

**ദൗത്യം ഒന്ന്: പൊതുമണ്ഡലം വീണ്ടെടുക്കൽ**

കേരളത്തിൽ നഷ്ടപ്പെട്ടുപോകുന്ന പൊതുമണ്ഡലം വീണ്ടെടുക്കാനുള്ള ശ്രമം നമ്മൾ തുടർച്ചയായി നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. പ്രശസ്ത മാധ്യമ പണ്ഡിതനായ ഹ്യബർമാസ് ജനാധിപത്യ സമൂഹത്തിൽ പൊതുമണ്ഡലങ്ങൾക്കുള്ള അതായത് പബ്ലിക് സ്പേസിനുള്ള പ്രാധാന്യം പറയുന്നുണ്ട്. കേരളത്തിൽ ചരിത്രപരമായിത്തന്നെ വളരെ പ്രധാനമായിരുന്നു ഇത്തരം പൊതുമണ്ഡല സൃഷ്ടികൾ. നമ്മുടെ വായനശാലകളൊക്കെ ഇവയുടെ ഭാഗമായിരുന്നു. കേരളത്തിൽ നടന്ന സാക്ഷരതാ പ്രസ്ഥാനവും ജനകീയശാസ്ത്രപ്രസ്ഥാനവുമൊക്കെ ഇത്തരത്തിൽ പൊതുമണ്ഡല സൃഷ്ടിയ്ക്ക് സഹായകമായിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ ഇപ്പോൾ ഈ പൊതുമണ്ഡലം നഷ്ടമാകുന്നു എന്ന തോന്നലാണുള്ളത്. ഇവയെ തിരിച്ചുപിടിക്കാൻ എന്തുചെയ്യണം എന്നതാണ് നമ്മുടെ മുന്നിലുള്ള ഒരു പ്രധാന ദൗത്യം.

മാധ്യമപഠനം പ്രധാനപ്പെട്ട സാംസ്കാരിക വിമർശ മേഖല കൂടിയാണ്; പ്രത്യേകിച്ച് ദേശീയ സാംസ്കാരിക വാദവും ഭൂരിപക്ഷ മതാധിഷ്ഠിത രാഷ്ട്രീയവും ഇന്ത്യയിൽ വേരൂന്നുന്നതിന്റെ പശ്ചാത്തലത്തിൽ.

വർത്തമാനകാല സമൂഹങ്ങൾ കെട്ടുകാഴ്ചകളിൽ അഭിരമിക്കുന്നവയായി മാറിയിട്ടുണ്ട് എന്നാണ് The Society of Spectacle എന്ന പുസ്തകത്തിൽ ഗൈ ഡിബോർദ് പറയുന്നത്. നമുക്ക് ചുറ്റും നോക്കിയാൽ ഇത് കൃത്യമായി കണ്ടെത്താൻ പറ്റും. അഗാധമായ അപഗ്രഥനങ്ങൾക്ക് സമയം ഇല്ലാതെയാവുകയും പകരം നൈമിഷിക താത്പര്യം മാത്രമുള്ള ചർച്ചകൾ മാത്രം സംജാതമാവുകയും ചെയ്യുന്നു. പൊതുമണ്ഡലങ്ങളുടെ സൃഷ്ടിയിലൂടെ മാത്രമേ നമുക്കിതിനെ മറികടക്കാനാവൂ.

**ദൗത്യം രണ്ട്: മാധ്യമ വിമർശനം, മാധ്യമ സാക്ഷരത**

രണ്ടാമത്തെ ഏറ്റവും പ്രധാന ദൗത്യം മാധ്യമ വിമർശനം, മാധ്യമ സാക്ഷരത എന്നിവയ്ക്ക് പുതിയ വിനിമയരീതികൾ വികസിപ്പിച്ചെടുക്കുക എന്നതാവണം.

പരസ്യങ്ങളുടെ ഉള്ളുകള്ളികൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്ന Adbusters എന്നൊരു പ്രസ്ഥാനമുണ്ട്. ഇവരുടെ പ്രവർത്തനരീതികൾ പഠിച്ചാൽ അത് വലിയൊരു ഉപഭോക്തൃ സാക്ഷരതാപ്രസ്ഥാനമാക്കി മാറ്റാം.

https://www.adbusters.org/

പരിഷത്തിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ നടക്കുന്ന വൈദ്യശാസ്ത്രരംഗത്തെ അശാസ്ത്രീയ പ്രവണതകൾക്കെതിരെയുള്ള ക്യാപ്സ്യൂൾ വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട ഇടപെടലുകൾ നടത്തിയിട്ടുണ്ട്. അവരുമായി ഒത്തുചേർന്ന് ധാരാളം പ്രവർത്തനങ്ങൾ നടത്താൻ കഴിയും.

Countermedia, Altermedia എന്നീ പരീക്ഷണങ്ങളും പരിശോധിക്കാവുന്നതാണ്.

### ദൗത്യം മൂന്ന്: വികസനവും മാധ്യമവുമായി ബന്ധിപ്പിക്കൽ

വികസനവും മാധ്യമങ്ങളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധത്തെക്കുറിച്ചാണ് നാം മൂന്നാമതായി പഠിക്കേണ്ടത്. ഇതിനായി ഇന്ത്യയുടെ മാധ്യമ ചരിത്രത്തിലേക്ക് നമുക്കൊന്ന് തിരിഞ്ഞുനോക്കാം.

സാമൂഹിക വികസനത്തിനുള്ള ഒരു മുന്നുപാധി എന്ന നിലയിലാണ് ടെലിവിഷനടക്കമുള്ള മാധ്യമങ്ങളെ സ്വാതന്ത്ര്യാനന്തര ഇന്ത്യ കണ്ടത്. എന്നാൽ ഈ രംഗത്ത് സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ വികസനം വളരെക്കാലമെടുത്തു.

ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയോട് മഹാത്മാഗാന്ധിയുടെ കലഹം പ്രസിദ്ധമാണ്. എന്നാൽ, പാശ്ചാത്യ സംസ്കാരത്തെയും ഭാഷയെയും ശാസ്ത്രസാങ്കേതികവിദ്യകളെയും മനസ്സിലാക്കുകയും സ്നേഹിക്കുകയും ചെയ്ത ജവാഹർലാൽ നെഹ്റു ഈ മാധ്യമ സാങ്കേതികവിദ്യയോട് ഇത്രയേറെ ഉദാസീനത പുലർത്താൻ കാരണമെന്തായിരിക്കാം?

1964ൽ നെഹ്റു മരിക്കുമ്പോൾ ഇന്ത്യയിൽ ആകെ 58 ലൈസൻസ്ഡ് ടെലിവിഷൻ സെറ്റുകൾ മാത്രമേ ഉണ്ടായിരുന്നുള്ളു. ടെലിവിഷൻ സെറ്റ് ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന ആദ്യത്തെ കമ്പനി 1969ൽ കാൺപൂരിൽ തുടങ്ങിയപ്പോൾ പ്രതിവർഷ ഉത്പാദനലക്ഷ്യം 1250 സെറ്റുകൾ മാത്രമായിരുന്നു. റേഡിയോ പ്രക്ഷേപണത്തിന്റെ കാര്യത്തിലും വലിയ വളർച്ച ഉണ്ടായില്ല. സ്വാതന്ത്ര്യം ലഭിച്ച് പത്തുവർഷത്തിന് ശേഷം ജനതയുടെ 85 ശതമാനം ജീവിച്ചിരുന്ന ഗ്രാമങ്ങളിൽ അഞ്ചിൽ ഒരാൾക്ക് മാത്രമാണ് റേഡിയോ ഉണ്ടായിരുന്നത്. 1966ലെ ചന്ദാ കമ്മിറ്റി ഈ മാധ്യമ പിന്നോക്കാവസ്ഥക്ക് കാരണമായി പറഞ്ഞത് 'ടെലിവിഷനെ സമ്പന്നമായ ഒരു സമൂഹത്തിന്റെ ആഡംബരത്തിനുവേണ്ടിയുള്ള ഒരു പകരണമായി കാണുന്ന' മനഃസ്ഥിതിയെ ആണ്.

പരമ്പരാഗത മാധ്യമ സംവിധാനങ്ങളെ മറികടന്ന് നവീന ആശയവിനിമയ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ലോകവിപണിയിൽ സ്വാധീനമുറപ്പിക്കുന്നത് രണ്ടാംലോക മഹായുദ്ധത്തിന് ശേഷമാണ്. ദേശീയവികാരമുണർത്തി ജനതയെ യുദ്ധത്തിന് സജ്ജമാക്കാൻ പത്രവും റേഡിയോയും സിനിമയും ടെലിവിഷനും അടക്കമുള്ള ബഹുജനമാധ്യമങ്ങൾ സമർത്ഥമായി ഉപയോഗിക്കാമെന്ന് ലോകമെമ്പാടുമുള്ള രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കൾ കണ്ടെത്തി.

ആധുനിക വ്യവസായയുഗത്തിന്റെ ആവിർഭാവത്തിനു ഏറെ സഹാ

യിച്ചത് ഗുട്ടൻബർഗിന്റെ അച്ചടി യന്ത്രമായിരുന്നു. പതിനാറാം നൂറ്റാണ്ടിലെ യൂറോപ്പിൽ വ്യക്തിയുടെ സ്വത്വബോധവും പ്രാദേശികഭാഷയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിലുള്ള ദേശീയതയും വളർന്നത് അച്ചടിച്ച പുസ്തകങ്ങളിലൂടെ ആയിരുന്നു (മക്‌ലൂഹൻ 1969). വ്യക്തിപരതയെ മറികടന്നു സമൂഹത്തിൽ പൊതു ഇടങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നതിലും അച്ചടി പ്രധാന പങ്കു വഹിച്ചു. അച്ചടി ചെയ്തത് കൂടുതൽ ഫലപ്രദമായി, എന്നാൽ വ്യത്യസ്തമായ രീതിയിൽ റേഡിയോയും സിനിമയും ടെലിവിഷനും ചെയ്തു. യുദ്ധത്തിന് സജ്ജരാക്കാനായി നടത്തിയ പ്രഭാഷണങ്ങളിലൂടെ രാഷ്ട്രീയനേതൃത്വം സാധാരണജനങ്ങളുമായി ആത്മബന്ധം സ്ഥാപിച്ചു. സിനിമ ദൃശ്യഭാവുകത്വത്തിന്റെ പുതിയ ഭാഷയിലൂടെ മറ്റൊരു ശ്രേണിയും സൃഷ്ടിച്ചു.

ദേശ രാഷ്ട്രങ്ങളുടെ ഉദയത്തിനുശേഷം ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളെ പുരോഗതിയുടെയും വികസനത്തിന്റെയും സന്ദേശ വാഹകരാക്കാനുള്ള ദൗത്യം ഏൽപ്പിക്കാൻ ഭരണകൂടങ്ങൾ ശ്രദ്ധാലുക്കളായി.

ഇന്ത്യയുടേത് സവിശേഷ സാഹചര്യമായിരുന്നു. വിപുലവും സങ്കീർണവുമായ ഒരു രാഷ്ട്രവ്യവസ്ഥ; ജനങ്ങളിൽ ബഹുഭൂരിപക്ഷവും ദരിദ്രരും നിരക്ഷരരും പരമ്പരാഗത വിശ്വാസങ്ങളിലും മൂല്യങ്ങളിലും കുരുങ്ങിക്കിടക്കുന്നവരും. ആധുനികശാസ്ത്രവും സാങ്കേതികവിദ്യയും മാത്രം ഉപയോഗിച്ച് ഈ സമൂഹങ്ങളെ ആധുനികവ്യവസ്ഥയിലേക്കു നയിക്കാൻ കഴിയില്ല. അതിനു വിപുലമായ ബഹുജന മാധ്യമ സംവിധാനങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഈ രംഗത്തെ അപാര സാധ്യതകളെക്കുറിച്ച് ഇന്ദിരാഗാന്ധിയെ ബോധ്യപ്പെടുത്തിയത് അവരുടെ ഉറ്റ സുഹൃത്തായിരുന്ന വിക്രം സാരാഭായ് ആണ്. സാരാഭായിയുടെ ഉപദേശപ്രകാരമാണ് 1967ൽ ഫാം ടെലിവിഷന് രൂപംനൽകുന്നത്. 1975ൽ ഗുജറാത്തിലെ 2400 ഗ്രാമങ്ങളിൽ സാറ്റലൈറ്റ് ഇൻസ്ട്രക്ഷണൽ ടെലിവിഷന് (SITE) പരീക്ഷണം ആരംഭിച്ചു. ഖേഡാ പരീക്ഷണം എന്ന് പ്രശസ്തമായ ഈ പരിപാടി വികസനോന്മുഖ ആശയവിനിമയത്തിൽ നിർണായക ചുവടുവയ്പ് ആയിരുന്നു.

എന്നാൽ 1980ന്റെ മധ്യത്തിൽ വികസനോന്മുഖ ആശയവിനിമയം അഥവാ developmental communication എന്ന പ്രയോഗം തന്നെ ഏറെ തെറ്റായി മനസ്സിലാക്കപ്പെട്ടിരുന്നു. 'വികസനം' എന്ന വാക്ക് തന്നെ അതിപരിചയം സൃഷ്ടിക്കുന്ന അനാസ്ഥ (familiarity breeds contempt) മൂലമാകാം തേയ്മാനം സംഭവിച്ച ഒരു വാക്കായി മാറിക്കഴിഞ്ഞിരുന്നു. ഇതൊരു സർക്കാർ വാക്കാണ്. സർക്കാർ മാധ്യമങ്ങളിലാണ് ഈ വാക്ക് കൂടുതൽ കേൾക്കുന്നത്. വികസനത്തെക്കുറിച്ച് ഭരണകൂടത്തിന് വ്യവസ്ഥാപിതമായ ഒരു സങ്കൽപനമുണ്ട്. ലളിതവത്കൃതമായ പരിഹാര മാർഗങ്ങളുമുണ്ട്.

"വിവരങ്ങൾ പ്രദാനംചെയ്യുന്ന ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളും വിദ്യാഭ്യാസം നൽകുന്ന 'പുതിയ മാധ്യമവും' കൂടിച്ചേർന്നാലേ സാമ്പത്തിക വികസനത്തിനായുള്ള സാമൂഹിക പരിവർത്തനപ്രക്രിയയുടെ വേഗം കൂട്ടാൻ കഴിയൂ. ഈ ദേശീയ പരിശ്രമത്തിനാവശ്യമാംവിധം മനുഷ്യശേഷി സമാഹരിക്കാനും മാധ്യമങ്ങൾക്കേ കഴിയൂ" എന്ന് 1964ൽ വിൽബർ ഷ്റാം എഴുതിയിരുന്നു.

രാജ്യത്തു നടക്കുന്ന വിപുലമായ സാമ്പത്തിക പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് വികസനം എന്നതായിരുന്നു ആദ്യകാല കാഴ്ചപ്പാട്. ഇതിന്റെ ഭാഗമായാണ് നിരന്തരമായ നഗരവത്കരണം നടക്കുന്നത്. എന്നാൽ സാക്ഷരതയും ജനാധിപത്യപരമായ പങ്കാളിത്തവും ബഹുജന മാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രയോഗവും ഈ വികസനപ്രക്രിയയുടെ ഒഴിവാക്കാനാവാത്ത ഘടകങ്ങളാണ്. ഈ പരിശീലനം പുതിയ സാംസ്കാരിക കാലാവസ്ഥ സൃഷ്ടിക്കുമെന്ന് ഷ്റാം ചൂണ്ടിക്കാട്ടി. ഇത് വ്യക്തികളിലെ സർഗശേഷിയെ വിപുലമാക്കും. അങ്ങനെ സമൂഹത്തിനു മാതൃകയാക്കാവുന്ന വ്യക്തിത്വങ്ങൾ വരും. ഈ വ്യക്തി സംഘാതങ്ങളിലൂടെ ആയിരിക്കും മൂന്നാംലോകരാജ്യസമൂഹങ്ങൾ പുരോഗമിക്കുക. "പരമ്പരാഗത മൂല്യങ്ങളുടെയും കാഴ്ചപ്പാടുകളുടെയും സാങ്കേതിക പരിമിതികളുടെയും കാൽ വിലങ്ങുകൾ പൊട്ടിച്ച് ആധുനികതയിലേക്കു കുതിക്കാൻ പാരമ്പര്യ സമൂഹങ്ങളെ സജ്ജമാക്കുകയാണ് നവീന മാധ്യമ സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ദൗത്യം."

1940കളിലെ ബംഗാൾ ക്ഷാമത്തിന് ശേഷമുള്ള കാർഷികരംഗത്തിന്റെ തകർച്ചയായിരുന്നു കൊളോണിയൽ നുകത്തിൽനിന്ന് പുറത്തുവരുന്ന ഇന്ത്യയുടെ പ്രധാന വെല്ലുവിളി. ഗവേഷണത്തിലൂടെയും വിവരവിനിമയത്തിലൂടെയും രാജ്യത്തിന്റെ ഭക്ഷ്യ സ്വയംപര്യാപ്തത എന്നതായിരുന്നു കൃഷി വകുപ്പുകളുടെ ദൗത്യം. എൺപതുകളുടെ മധ്യത്തിൽ ഇന്ത്യയെമ്പാടും പ്രാദേശികഭാഷയിൽ ടെലിവിഷൻ സംപ്രേഷണം ആരംഭിച്ചതിന്റെ ഭാഗമായാണ് തിരുവനന്തപുരം ദൂരദർശൻ പിറവിയെടുക്കുന്നത്. 1985 ജനുവരി ഒന്നാംതീയതി മുതലാണ് കേരളത്തിലെ മലയാളം ടെലിവിഷന്റെ ചരിത്രം രചിക്കപ്പെടുന്നത്.

യഥാർത്ഥത്തിൽ വികസനോന്മുഖമായ ആശയ പ്രചാരണത്തിനാണ് രാജ്യമൊട്ടാകെ ഇത്ര വിപുലമായ ഒരു സംപ്രേഷണശൃംഖല രൂപംകൊണ്ടത്.

നിർഭാഗ്യവശാൽ മാധ്യമത്തിന്റെ സവിശേഷസ്വഭാവം കാരണം പ്രാഥമികമായും ഒരു വിനോദോപാധി എന്ന നിലയ്ക്കാണ് സമൂഹം ഇത് സ്വീകരിച്ചത്.

കേരളത്തിൽ വളരെ സജീവമായ വികസനോന്മുഖ ആശയവിനിമയം അമ്പതുകളിൽ തന്നെ ആരംഭിച്ചിരുന്നു. കേരളപ്പിറവിക്കൊപ്പം അഗ്രിക്കൾച്ചർ ഇൻഫർമേഷൻ യൂണിറ്റും കേരള കർഷകൻ എന്ന

മാസികയും തുടങ്ങി. സി.അച്യുതമേനോൻ ആയിരുന്നു കൃഷിവകുപ്പിന്റെ ചുമതലയുള്ള മന്ത്രി. പിൽക്കാലത്ത് എം.എൻ.ഗോവിന്ദൻനായർ മന്ത്രിയായിരിക്കുമ്പോഴാണ് ഫാം ഇൻഫർമേഷൻ ബ്യൂറോ രൂപീകരിക്കുന്നത്. ആർ ഹേലി, സീരി തുടങ്ങിയവർ കാർഷിക വിജ്ഞാനവ്യാപനത്തിന്റെ തുടക്കക്കാരായിരുന്നു.

"അതൊരു പ്രധാനപ്പെട്ട തുടക്കമായിരുന്നു" ആ ദിവസങ്ങളെക്കുറിച്ച് ആർ ഹേലി പറയുന്നു. "കൃഷിയെയും കർഷകരെയും കർഷക സാഹിത്യത്തെയും മനസ്സിലാക്കാനും ഗവേഷണഫലങ്ങൾ ലളിതമായ ഭാഷയിൽ കർഷകരിൽ എത്തിക്കാനുമാണ് ഞങ്ങൾ ശ്രമിച്ചത്. വളരെ ദുഷ്കരമെങ്കിലും തികഞ്ഞ സംതൃപ്തി തന്ന ദിവസങ്ങളായിരുന്നു അത്. ഒരുപക്ഷെ ഫാം ജേർണലിസം എന്ന ആശയം തന്നെ രൂപീകരിക്കപ്പെടുന്നത് ഈ സമയത്തായിരിക്കണം."

ഒരു വർഷം ഇത്രയേറെ പേജുകൾ കൃഷിക്ക് മാത്രമായി മാറ്റിവയ്ക്കുന്ന പ്രാദേശികഭാഷാപത്രങ്ങൾ മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ വിരളമായിരുന്നു. അതോടൊപ്പമാണ് ആകാശവാണിയുടെ വയലും വീടും കർഷകരുമായി സൃഷ്ടിച്ച ഹൃദയബന്ധം. ആകാശവാണിയും ഫാം ഇൻഫർമേഷൻ ബ്യൂറോയും ചേർന്ന് ആരംഭിച്ച കാർഷികവാർത്തകളും ഇതിന് ആക്കം പകർന്നു.

ഈ വിശാലമായ ഭൂമികയിലാണ് ദൂരദർശൻ പ്രവർത്തനം ആരംഭിക്കുന്നത്. കർഷകർക്ക് വിവരവിനിമയത്തിന്റെ വിപുലമായ സംവിധാനം നിലവിലുണ്ട്. അതിൽ വ്യത്യസ്തമായ എന്ത് പങ്കു വഹിക്കാനാണ് ദൃശ്യമാധ്യമത്തിന് സാധിക്കുക? സ്വാഭാവികമായും വിനിമയത്തിന്റെ ദൃശ്യസാധ്യതകൾ പരമാവധി ഉപയോഗപ്പെടുത്താം. അതിനപ്പുറം ഉള്ളടക്കത്തിൽ കാര്യമായ എന്ത് മാറ്റമാണ് കൊണ്ടുവരാൻ കഴിയുക?

ഭൂപരിഷ്കരണത്തിന് ശേഷം പ്രതിശീർഷ ഭൂലഭ്യത കുറഞ്ഞിരുന്നു. ഉള്ള ഭൂമി ആദായകരമായി പ്രയോജനപ്പെടുത്താനുള്ള സാമൂഹിക സംവിധാനങ്ങൾ ഉരുത്തിരിഞ്ഞിരുന്നില്ല. ഭൂമിയിൽ പണിയെടുക്കുന്ന കർഷകത്തൊഴിലാളിക്ക് ഭൂമിയിൽ ഉടമസ്ഥതയില്ല. ഭൂവുടമയുടെ അസാന്നിധ്യത്തിലാണ് കൃഷി. ഒരുതരം അബ്സെന്റീ ലാൻഡ്ലോർഡ് എന്ന അവസ്ഥ. എങ്കിൽ ആർക്കുവേണ്ടിയാണ് ഈ വിപുലമായ വിജ്ഞാനവ്യാപന സംവിധാനം? സംസ്ഥാനത്തിന്റെ മൊത്തം സാമ്പത്തികവ്യവസ്ഥയിൽ എന്ത് സംഭാവനയാണ് ഇത് നൽകുന്നത്?

നിലനിൽക്കുന്ന വിജ്ഞാനവ്യാപനവ്യവസ്ഥയെ അല്പം വിമർശനാത്മകമായി പരിശോധിച്ചാലേ ഇത് മനസ്സിലാകൂ.

മുകളിൽ നിന്ന് താഴോട്ട് വിവരങ്ങൾ പ്രവഹിക്കുന്ന ഏകമാനവും ഏകമുഖവുമായ വിവരവിനിമയ ഘടനയും സാങ്കേതിക പരിഹാരങ്ങൾ എന്ന ലളിതവത്കരണവും ഒരുപോലെ ചോദ്യം ചെയ്യപ്പെടണം.

വികസനോന്മുഖ ആശയപ്രചാരണം കൂടുതൽ ആഴത്തിൽ വിശകലനം ചെയ്യേണ്ടതുണ്ട്. ജനങ്ങളെ കർമോന്മുഖരാക്കാനും ഏകീകരിക്കാനും സാമൂഹികവത്കരണപ്രക്രിയയെ ശക്തിപ്പെടുത്താനുമൊക്കെ ഇതിലൂടെ കഴിയും. എന്നാൽ ഇത് തന്നെ കൃത്രിമമായ ഏകീകരണവുമാകാം. ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ശാസ്ത്രജ്ഞരെയും കാർഷിക വിജ്ഞാന വ്യാപനരംഗത്തെ വിദഗ്ധരെയും അലട്ടിയിരുന്ന ഒരു പ്രശ്നമായിരുന്നു ഇത്. ഇതിന്റെ തുടർച്ചയായാണ് ബ്രിട്ടനിലെ സസ്സെക്സ് സർവകലാശാല 1987ൽ Farmer First എന്ന സംവാദം സംഘടിപ്പിച്ചത്. കർഷകരുടെ പങ്കാളിത്തത്തോടെ കാർഷികഗവേഷണം എന്നതായിരുന്നു അതിന്റെ കാതൽ. നമ്മുടെ വികസന മാധ്യമ കാഴ്ചപ്പാടും ഇതിന് ആനുപാതികമാകണം.

ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്ത് ഏറ്റവും സജീവമായി ഇടപെട്ട ഒരു മേഖലയായിരുന്നു ജനകീയാസൂത്രണം. തൊണ്ണൂറുകളുടെ പകുതിയോടെ കേരളം ഇന്ത്യ കണ്ട ഏറ്റവും സജീവമായ വികേന്ദ്രീകൃത വികസന പരീക്ഷണത്തിന് സാക്ഷ്യംവഹിച്ചു. കേരളത്തിലെ കാർഷികരംഗത്തും ഇതൊരു പരീക്ഷണഘട്ടമായിരുന്നു. പഞ്ചായത്തുകളുടെ വികസന പ്രവർത്തനം പ്രധാനമായും കാർഷികമേഖലയിൽ ഊന്നിയാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ കാർഷിക വിജ്ഞാനവ്യാപനമേഖലയും കൂടുതൽ ഉണർവുള്ളതായി.

എങ്ങനെയാണ് ഇപ്പോൾ നിലനിൽക്കുന്ന മാധ്യമങ്ങളെ കൂടുതൽ വികസന പ്രക്രിയയുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തുക? ജനകീയമായ ടെലിവിഷൻ പരിപാടികളുടെ ഘടന സ്വീകരിച്ച് അത് സാമൂഹിക ആശയവിനിമയ പരിപാടിയുടെ ഉള്ളടക്കവുമായി ബന്ധിപ്പിക്കുന്നത് പണ്ടുമുതലേ ഉള്ള രീതിയാണ്. അങ്ങനെയാണ് സോപ്പ് ഓപെറകളുടെ ശൈലിയിൽ ഹം ലോഗ് പോലുള്ള പരമ്പരകൾ വരുന്നത്. എന്നാൽ പിൽക്കാലത്ത് പ്രമുഖ ടെലിവിഷൻ വാണിജ്യ ചാനലുകളെ മുൻനിരയിലേക്ക് കൊണ്ടുവന്നത് പലതരം റിയാലിറ്റിഷോകൾ ആയിരുന്നു. ഏറ്റവും നല്ല പാട്ടുകാരെയും നർത്തകരെയും പാചകക്കാരെയും കണ്ടെത്താനുള്ള റിയാലിറ്റി ഷോകൾ വന്നു. ഇതിന്റെ തുടർച്ചയായാണ് കേരളത്തിലെ ഏറ്റവും നല്ല പഞ്ചായത്തിനെ കണ്ടെത്താനുള്ള ഒരു റിയാലിറ്റിഷോ എന്ന ആശയം ഉണ്ടായത്; ഗ്രീൻ കേരള എക്സ് പ്രസ്. വികസനോന്മുഖ വിവരവിനിമയ പരിപാടിയിൽ ഇതൊരു നാഴികക്കല്ലായി മാറി.

ഇത്തരം പരീക്ഷണങ്ങളാണ് വികസനോന്മുഖ വിജ്ഞാനവിനിമയത്തിന് കൂടുതൽ ആഴവും പരപ്പും അർത്ഥവും നൽകിയത്.

### ശാസ്ത്രവിനിമയം

ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ ഇപ്പോഴുള്ള രീതികൾ നാം പഠനവിധേയമാക്കണം. ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്തിന്റെ പ്രധാന പ്രവർത്തനമേഖല

എന്ന നിലയ്ക്ക് ഈ പ്രവർത്തനത്തിന് വലിയ പ്രാധാന്യമുണ്ട്.

ശാസ്ത്രവും സാങ്കേതികവിദ്യകളും മനുഷ്യവികാസത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനചാലകങ്ങളാണ്. എന്നാൽ, ഈ ജ്ഞാനസങ്കേതങ്ങൾ, അവയുടെ ഉടമസ്ഥാവകാശത്തിലെ അസമാനതകൾ കാരണം പലപ്പോഴും മനുഷ്യപുരോഗതിക്ക് വിഘാതമാവുകയും, മനുഷ്യർക്കിടയിൽ അസമത്വങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നതിനു കാരണമാവുകയും ചെയ്യാറുണ്ട്. ശാസ്ത്ര–സാങ്കേതികവിദ്യകൾ സാമൂഹികപുരോഗതിക്കായി ഉപയോഗിക്കപ്പെടേണ്ടതുണ്ട് എന്ന കാഴ്ചപ്പാടിൽ നിന്നുകൊണ്ട്, ഈ മേഖലകളിലെ അറിവ് സമൂഹത്തിന്റെ എല്ലാ തലങ്ങളിലേക്കും നീതിപൂർവകമായി വിതരണം ചെയ്യപ്പെടുന്നതിന് ഒരു വഴികാട്ടിയാവണം.

ശാസ്ത്രവിനിമയം എന്നത് വിപുലമായ അർത്ഥതലങ്ങളുള്ള ഒരു വാക്കാണ്. ആധുനികമായ അർത്ഥത്തിൽ ശാസ്ത്രം എന്ന് വിവക്ഷിക്കപ്പെടുന്ന എല്ലാ വിഷയങ്ങളും അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട സാങ്കേതികവിദ്യകളും സമൂഹത്തിന്റെ പൊതുനന്മ ലക്ഷ്യമാക്കി വിതരണം ചെയ്യപ്പെടുക എന്നതാണ് ഈ വാക്ക് മുന്നോട്ടുവയ്ക്കുന്ന പ്രാഥമികമായ ആശയതലം. എന്നാൽ, വെറും അറിവിന്റെ (information) വിതരണം എന്നതിലുപരിയായി ശാസ്ത്രവിനിമയം എന്ന ആശയത്തിൽ മറ്റു ചില ലക്ഷ്യങ്ങൾകൂടി അടങ്ങിയിട്ടുണ്ട്. അവ താഴെ കൊടുക്കുന്നു.

* ശാസ്ത്രത്തിന്റെ രീതി പിന്തുടരുന്നതിന് വ്യക്തികളെയും സമൂഹങ്ങളെയും പരിശീലിപ്പിക്കുക
* സമൂഹത്തിൽ ശാസ്ത്രബോധം വളർത്തുക
* വ്യക്തിതലത്തിലും സാമൂഹികതലത്തിലുമുള്ള എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളിലും ശാസ്ത്രബോധത്തോടുകൂടി പ്രവർത്തിക്കാനുള്ള സാഹചര്യം സൃഷ്ടിക്കുക
* പുതിയ അറിവുകൾ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നതിനോടനുബന്ധിച്ച് പഴയതും, അപ്രസക്തവുമായ അറിവുകളെ വിശകലനം ചെയ്യാനും വേണ്ട തിരുത്തലുകൾ വരുത്താനും വ്യക്തികളെയും സമൂഹങ്ങളെയും തയ്യാറാക്കുക
* ഡാറ്റ (ദത്തങ്ങൾ), അറിവുകൾ എന്നിവയെ എങ്ങനെ വിജ്ഞാനമാക്കി മാറ്റാം എന്നതിനുള്ള സാങ്കേതിക ഉപകരണങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുക
* സ്വതന്ത്രവിജ്ഞാനത്തിനെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക
* പൊതു ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള വിജ്ഞാനശേഖരങ്ങൾ സൃഷ്ടിക്കുക
* ശാസ്ത്ര–സാങ്കേതികവിദ്യകളെ സാമൂഹികമുന്നേറ്റത്തിനുപയോഗിക്കുന്നു എന്നത് ഉറപ്പുവരുത്തുക
* ശാസ്ത്ര–സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ കുത്തകവത്കരണത്തെ ചെറുക്കുക
* ശാസ്ത്ര–സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ഉപയോഗിച്ച് നടത്തുന്ന സാമൂഹികചൂഷണങ്ങളെ മനസ്സിലാക്കുകയും അവയ്ക്കെതിരായ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഏകോപിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുക.

ഈ ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് അനുസൃതമായി വിവിധ രീതികളിൽ ശാസ്ത്ര– സാങ്കേതികമേഖലകളിലെ അറിവുകളെ സമൂഹങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ കഴിയും. ഇത്തരം വൈവിധ്യമാർന്ന ഫോർമാറ്റുകൾ ഉപയോഗിക്കേണ്ടത് ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിൽ ഉൾച്ചേർക്കൽ (inclusiveness) ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിന് അത്യാവശ്യമാണ്.

ഇത്തരം ഫോർമാറ്റുകൾ ടെക്സ്റ്റ് , ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾ, ശ്രാവ്യമാധ്യമങ്ങൾ, സ്പർശമാധ്യമങ്ങൾ, മറ്റ് ഇന്ദ്രിയാനുഭവങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കൽ, സിനിമ പോലുള്ള സമ്മിശ്ര സാങ്കേതികസാധ്യതകൾ, ആധുനിക സാങ്കേതികതകളുടെ സാധ്യതകൾ ഉപയോഗിച്ചുള്ള റോബോട്ടിക്സ്, വെർച്വൽ റിയാലിറ്റി–ഓഗ്മെന്റഡ് റിയാലിറ്റി–മെറ്റവേഴ്സ് സങ്കേതങ്ങൾ, ബ്രെയിൽ, ഡെയ്സി പോലുള്ള ഭിന്നശേഷി സൗഹൃദ വിനിമയ സാധ്യതകൾ അങ്ങനെയെന്തുമാവാം. ഈ സങ്കേതങ്ങൾക്ക് ഒന്നിനും മറ്റൊന്നിനെക്കാളും മേന്മയോ  മുൻഗണനയോ ഉണ്ടായിരിക്കേണ്ട ആവശ്യമില്ല.

ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ തലത്തിൽ നിരന്തരം പുതുക്കുന്ന ആവശ്യങ്ങളും നിരന്തരം മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന സദസ്യരും, സമൂഹവും സാങ്കേതികവിദ്യകളും സൃഷ്ടിക്കുന്ന പുതിയ വെല്ലുവിളികളും ഉണ്ടായിരിക്കാം.

അതുകൊണ്ടുതന്നെ, ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിനായി ഒരിക്കൽ ഉപയോഗിച്ച രീതികളും, വിവരങ്ങളും പൂർണമായും ഭാഗികമായും തിരുത്താനും പുതിയ സങ്കേതങ്ങൾ സ്വീകരിക്കാനും മടിക്കേണ്ടതില്ല. എന്നല്ല, അതാണ് ഉചിതം.

പുതിയ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ നിരന്തരം സൃഷ്ടിക്കുന്ന ജ്ഞാനതലത്തിലെ ഭിന്നശേഷികളുണ്ട് (ഉദാ: ഡിജിറ്റൽ ഭിന്നശേഷി). ഈ ഭിന്നശേഷികളെ അഭിസംബോധന ചെയ്യേണ്ടതും ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നവരുടെ മുൻഗണനയായിരിക്കണം.

നിരന്തരവും വിമർശനാത്മകവുമായ പഠനവും പാഠവിതരണവും ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ ലക്ഷ്യമായിരിക്കണം. ഇവയ്ക്കാവശ്യമായ ഉപകരണങ്ങളും, സംവിധാനങ്ങളും ലഭ്യമാക്കാനുള്ള പ്രായോഗികപദ്ധതികളും സൃഷ്ടിക്കപ്പെടണം.

പലതരത്തിൽ പാർശ്വവത്കരിക്കപ്പെടുന്നവർ, വിവിധ ലിംഗപദവികളിൽ പെടുന്നവർ, ദരിദ്രർ, ശാരീരിക–മാനസിക–ബൗദ്ധിക ഭിന്നശേഷികൾ ഉള്ളവർ എന്നിവർക്കൊക്കെ സവിശേഷമായ ശാസ്ത്രവിനിമയ മാർഗങ്ങൾ കണ്ടെത്തേണ്ടതുണ്ട്.

അറിവിന്റെ രാഷ്ട്രീയം തിരിച്ചറിയുക എന്നത് വളരെ പ്രധാനമാണ്. സൂക്ഷ്മതലത്തിലും സ്ഥൂലതലത്തിലും ഈ രാഷ്ട്രീയം പ്രവർത്തിക്കാം. അവയ്ക്കായി ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്ന സമ്പ്രദായങ്ങളെപ്പറ്റിയുള്ള വിവരങ്ങൾ ശാസ്ത്രപ്രചാരകർക്ക് ഉണ്ടായിരിക്കണം.

ഭാഷയുടെ പ്രയോഗം വളരെ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതാണ്. ആരെയാണോ ലക്ഷ്യമിടുന്നത് അവരുടെ ഭാഷയിലേക്ക് എത്തിച്ചേരാൻ ശാസ്ത്രവിനിമയ സംവിധാനങ്ങൾക്ക് കഴിയണം. പ്രാമാണ്യഭാഷ – മാനകഭാഷ എന്നിവ പലപ്പോഴും ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ ഉയർന്ന ലക്ഷ്യങ്ങൾക്ക് വിഘാതമായി മാറിയേക്കാം. എന്നാൽ, സമൂഹങ്ങൾക്കിടയിലെ സമ്പർക്കമുഖങ്ങളായി പ്രവർത്തിക്കേണ്ട ഭാഷാരൂപങ്ങളും വേണ്ടിവരാം.

പ്രാമാണ്യത (elitism) ശാസ്ത്രപ്രചാരകർക്ക് സംഭവിക്കാവുന്ന ഒരു വലിയ അപകടമാണ്. ഏത് തരത്തിലുള്ള പ്രാമാണ്യവാദങ്ങളെയും തിരിച്ചറിയാനും, അവയെ ഒഴിവാക്കാനുമുള്ള ശ്രമങ്ങളും ഉണ്ടാവണം.

കുയുക്തികൾ (Fallacies), ബൗദ്ധികചായ് വുകൾ (Cognitive Biases) എന്നിവ ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ പ്രധാന എതിരാളികളാണ്. ഇത്തരം പ്രശ്നങ്ങളെ ഘടനാപരമായി എതിരിടാനുള്ള രീതികൾ ശാസ്ത്രപ്രചാരകർക്ക് ഉണ്ടായിരിക്കണം.

ശാസ്ത്രവിനിമയം നിരന്തരം സംഭവിക്കേണ്ടതും, സാമൂഹികമായ മാറ്റങ്ങൾക്ക് വിത്തുപാകേണ്ടതുമാണ്. അതിനാൽ, ശാസ്ത്രത്തിന്റെയും സാങ്കേതികവിദ്യകളുടെയും പ്രയോഗരൂപങ്ങളും, ബദൽ സാധ്യതകളും സംബന്ധിച്ചുള്ള തുറന്ന അന്വേഷണം നിരന്തരം നടക്കണം.

ശാസ്ത്രവിനിമയത്തിന്റെ തുടർച്ച ഉറപ്പുവരുത്തുക എന്നതും പരമപ്രധാനമാണ്. അതിനായി പുതുതലമുറ ശാസ്ത്രപ്രചാരകരെ സൃഷ്ടിക്കുവാനുള്ള ശ്രമം എപ്പോഴും നടക്കേണ്ടതാണ്.

കേരള സമൂഹത്തിൽ ആരോടാണ് നാം ആശയവിനിമയം നടത്തേണ്ടത്?

അവർക്ക് ഉചിതമായ ഭാഷയോ പ്ലാറ്റ് ഫോമോ നമുക്കുണ്ടോ?

എന്തൊക്കെയാണ് അവരുമായി നമ്മൾ സംവദിക്കേണ്ടത്?

എന്താണ് അവരുടെ ആശയവിനിമയലോകം?

പുതിയ സാങ്കേതികവിദ്യകൾ ഏതൊക്കെ, എങ്ങനെ നമുക്ക് ഉപയോഗിക്കാം?

ഇന്ത്യയുടെ സമകാലിക രാഷ്ട്രീയാന്തരീക്ഷത്തിൽ സമൂഹത്തിൽ ശാസ്ത്രബോധം വളർത്താൻ നമുക്ക് എന്തൊക്കെയാണ് ചെയ്യാൻ കഴിയുക?

അവതരണ രീതിയിൽ എന്തൊക്കെ മാറ്റങ്ങൾ വേണം?

ഏതു ഭാഷയിലാണ് നമ്മൾ വിനിമയം നടത്തേണ്ടത്?

ഏതൊക്കെ പുതിയ പുസ്തകങ്ങൾ, സിനിമകൾ, ഡോക്യുമെന്ററികൾ?

**എന്തൊക്കെ പുതിയ പരീക്ഷണങ്ങൾ**

മാധ്യമരംഗത്ത് ഇതേപോലെ കൂടുതൽ പരീക്ഷണങ്ങൾ നടക്കണം. ഏതൊക്കെ മാധ്യമങ്ങളിൽ, എങ്ങനെ വേണം എന്നൊക്കെ നമ്മൾ കൂട്ടായി ചിന്തിക്കണം. വളരെ വ്യത്യസ്തമായ പ്രസിദ്ധീകരണ സാധ്യ

തകൾ കണ്ടെത്താനായേക്കും. ഒരു ഉദാഹരണം പറയാം.

Delayed Gratification എന്നാണ് ഈ പ്രസിദ്ധീകരണത്തിന്റെ പേര്. ലോകത്തെ ആദ്യത്തെ സ്ലോ ജേർണലിസം മാഗസിൻ എന്നാണ് ഈ പ്രസിദ്ധീകരണം സ്വയം വിശദീകരിക്കുന്നത്. ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് എന്ന സങ്കല്പത്തിന് പകരമായി സ്ലോ ഫുഡ് എന്നൊരു ആശയം പലരും മുന്നോട്ട് വയ്ക്കാറുണ്ട്, സ്ലോ ട്രാവൽ, സ്ലോ പ്രൊഫസർ എന്നിങ്ങനെ പല മേഖലയിലും വേഗത കുറയാനുള്ള പരീക്ഷണങ്ങൾ നടക്കുന്നു. എന്നാൽ ഇവിടെ സ്ലോ ജേർണലിസം എന്ന സങ്കല്പനമാണ് ഇവർ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. ഏറ്റവും അവസാനം ന്യൂസ് ബ്രേക്ക് എന്നതാണ് ഇവരുടെ ടാഗ്‌ലൈൻ. ബ്രേക്കിംഗ് ന്യൂസ് ഒരു മത്സരമായി മാറിക്കഴിഞ്ഞ ഒരു മാധ്യമലോകത്ത് ഇത്തരമൊരു പരീക്ഷണം എങ്ങനെ മുന്നോട്ടുപോകും എന്ന് അത്ഭുതപ്പെട്ടേക്കാം. എന്നാൽ 2011 മുതൽ വർഷത്തിൽ നാല് എഡിഷൻ എന്ന നിലയിൽ ഈ മാഗസിൻ സ്ഥിരമായി പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നു. കഴിഞ്ഞ മൂന്നു മാസത്തെ വാർത്തകളിൽ എന്താണോ അവശേഷിക്കുന്നത് അവ മാത്രം കണ്ടെത്തി വിശകലനം ചെയ്യുന്നു.

സ്ലോ ജേർണലിസത്തിന്റെ സാധ്യതകൾ കേരളത്തിലും പരീക്ഷിക്കാവുന്നതാണോ?

മറ്റൊരു സാധ്യത പ്രാദേശിക ജേർണലിസത്തെ പരിപോഷിപ്പിക്കുന്ന നാരോ കാസ്റ്റിംഗ് (Narrowcasting) ആണ്. വികസനത്തെ ഊന്നുന്ന ധാരാളം പ്രാദേശിക മാധ്യമ സാധ്യതകൾ നമുക്ക് വികസിപ്പിക്കാൻ കഴിയുമോ?

നമുക്ക് വലിയ തോതിൽ ഒരു ഡവലപ്മെന്റ് റിപ്പോർട്ടർ നെറ്റ് വർക്ക് ഉണ്ടാക്കാൻ പറ്റുമോ? നമ്മുടെ നാട്ടിലെ എല്ലാവിധ ചെറുതും വലുതുമായ മാറ്റങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുന്ന ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോമും

ജൻഡർ പ്രശ്നങ്ങൾ കൂടുതൽ സൂക്ഷ്മമായി പഠിക്കുന്ന പ്രത്യേക മാധ്യമ സംവിധാനങ്ങൾ

സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ക്രിയാത്മകമായ ഇടപെടൽ

ലൂക്ക പോലുള്ള ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമസംവിധാനങ്ങളെ നമ്മുടെ ദൈനംദിന പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി എങ്ങനെ ഫലപ്രദമായി കണ്ണിചേർക്കാം

ഇത്തരത്തിൽ ഇന്ത്യയിൽ മാത്രമല്ല ലോകമെമ്പാടുമുള്ള ബദൽ മാധ്യമപ്രവർത്തകരുമായി നമുക്ക് കൈകോർക്കാൻ കഴിയണം. റിപ്പോർട്ടേഴ്സ് വിതൗട് ബോർഡേഴ്സിനെ ഒക്കെ ഇതിൽ പങ്കാളികൾ ആക്കണം

ഈ വലിയ ആശയവിനിമയ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഒറ്റ കുടക്കീഴിൽ കൊണ്ടുവരാൻ കഴിയുന്ന ഒരു ജനകീയപഠന സർവകലാശാല ആയിരിക്കണം നാം ഭാവിയിൽ ലക്ഷ്യമിടേണ്ടത്.

ഇപ്പോൾ ഈ പ്രവർത്തനങ്ങൾ ഏറ്റെടുക്കുന്നതിന് മറ്റൊരു പ്രസ

ക്തി കൂടിയുണ്ട്

മാധ്യമ അവസ്ഥയെക്കുറിച്ചുള്ള Many Voices One World എന്ന MacBride റിപ്പോർട്ട് വന്നിട്ട് അര നൂറ്റാണ്ടായി. അത് ഇറങ്ങിയപ്പോൾ തന്നെ പല ശബ്ദം പല ലോകം എന്ന പേരിൽ അതിന്റെ തർജമ മലയാളത്തിൽ ഭാഷ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്നു. മാധ്യമ സാന്ദ്രീകരണം, വാണിജ്യവത്കരണം, കുത്തക, വിവരങ്ങളുടെ അസമമായ വിതരണം എന്നിവയൊക്കെയാണ് ഇതിൽ പ്രതിപാദിച്ചത്. അൻപത് വർഷത്തിന് ശേഷം ഈ റിപ്പോർട്ടിലേക്ക് തിരിച്ചുപോകാൻ കഴിഞ്ഞാൽ അത് വലിയ ഒരു നേട്ടംതന്നെ ആയിരിക്കും.

| | |
|---|---|
| മലയാളം | Malayalam |
| മാധ്യമവിമർശനത്തിന് ഒരു രൂപരേഖ | Madyamavimarsanathinu Oru rooparekha |
| ഒന്നാം പതിപ്പ്: നവംബർ 2023 | First Edition: November 2023 |
| പ്രസാധനം, വിതരണം : കേരള ശാസ്ത്രസാഹിത്യ പരിഷത്ത് തൃശ്ശൂർ – 680004 | Published & Distributed by : Kerala Sasthra Sahithya Parishath Thrissur – 680004 |
| ഇ – മെയിൽ : publicationkssp@gmail.com | E – Mail : publicationkssp@gmail.com |
| അച്ചടി : തെരേസ്സ ഓഫ്സെറ്റ് പ്രിന്റേഴ്സ്, അങ്കമാലി | Printed at : Theressa offset printers, Angamaly |

₹ 25

KSSP 2878 I E nov 2023 D 1/8 7K 2500 LL 22/23