

Written by தமிழ்நாடு
Friday, 23 December 2011 22:00 -

யாருடைய பார்வை என்பதும் முக்கியமில்லை. பொருளாதார படிக் கட்பில் எந்த இடத்தில் நிறுத்தப்பட்டிருக்கிறார்கள் என்பதும் அவசியமில்லை. பார்வை அல்லது பார்வைகள் தான் முக்கியம். பார்வை படும் இடத்தில் தொலகை காட்சிப் பெட்டி இருப்பதுதான் அவசியம். அந்தப் பெட்டி இருந்துவிட்டால் போதும். அதன் வழியே நிகழ்ச்சிகளைக் கண்டுகளித்தால் போதும். அனாதைத் துறைக்கங்களைச் சேர்ந்த பார்வைகளின் மதிப்பும் ஒன்றுதான். என்ன, பார்வையும் தொலகை காட்சி நிறுவனத்தின் நிகழ்ச்சியைப் பொறுத்து அந்த மதிப்பு புத்து விநாடிகளுக்கு ரூபாய் ஐயாயிரம் முதல் ரூபாய் இருபதாயிரம் வரை வேறுபடும் என்பது மட்டுமே வித்தியாசம்.

...
எத்தனை குடும்பங்களில் இன்று தொலகை காட்சிப் பெட்டி இருக்கிறது என்ற கேள்வி அவசியமேயில்லை. காரணம், அமெரிக்க மக்கள் தொகைக்குச் சமமாக இன்று இந்திய நடுத்தர மக்களின் தொகை இருக்கிறது என்ற புள்ளிவிபரமே பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்க்குப் போதுமானதாக இருக்கிறது. கிராமங்களால் நிரம்பிய இந்தியாவில் ஒப்பீட்டளவில் இந்த நடுத்தர வர்க்கம் சிறுபான்மையினர்தான். ஆனால் நகரமயமாகி வரும் இந்தியாவில், வாழ்க்கைத் தரத்தில் ஏழை எளியவர்களாகவும், சிந்தனையில் மட்டே குடியினராகவும் இருக்கும் இந்த நடுத்தர வர்க்கமே பெரும்பான்மையினர். எனவே இந்த வர்க்கத்ததைத் தங்கள் சந்தகைகான சரக்காக மாற்றுவதன் மூலம் கிராமங்கள் நிறைந்த இந்தியாவை பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் சூரணத்தூடிக் கிறார்கள். அதாவது, சின்ன மீனகை காண்பித்து பெரிய மீனைப் பிடிப்பது போல. இதற்காகவே இன்று இந்தக் காட்சி ஊடகத்தலை இரண்டாக தரகு முதலாளிகள் பிரித்திருக்கிறார்கள். ஒன்று இருபத்து நான்கு மணிநேர சய்தி ஊடகம். இன்னொன்று இருபத்து நான்கு மணி நேர பொழுதுபோக்கு ஊடகம். ஊடகத்தின் இந்த இரு பிரிவுகளும் எந்தத் தரகு முதலாளியின் கட்டுப்பாட்டில் இருக்கின்றன என்பது முக்கியமில்லை. அனாதைத் துறை ஊடக நிறுவனங்களிலும் சட்டப்பிரவாக பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பங்குதாரர்களாக இருக்கிறார்கள் என்பதுதான் கவனிக்க வேண்டிய விஷயம்.

தனிப்பட்ட வாடிக் கையாளர் ஒப்பந்தங்கள் இதன் பொருட்டுத் தான் போடப்படுகின்றன. ஒரு நாளகைக்கு இத்தனை மணி நேரங்கள் என்ற அடிப்படையில் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தங்கள் பொருட்களின் விளம்பரங்களை எத்தனை காட்சி ஊடகங்கள் இருக்கிறதோ அதனையிலும் ஒளிபரப்புகின்றன. அந்தந்த காட்சி ஊடகத்துக்கு இருக்கும் பார்வையாளர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்து ஒரு தொகையைத் தருகின்றன. இதன் மூலம் மாதம் ஒன்றுக்கு பல கோடி ரூபாய்கள் ஒவ்வொரு காட்சி ஊடக நிறுவனங்கள்க்கும் வருவாயாகக் கிடைக்கின்றன.

இந்தக் கொள்ளை தொடர் வேண்டாமானால், மக்களுக்கு தொடர்ந்து கிள்கிளப்பும் கிச்சு கிச்சுவும் மட்ட வேண்டும். விழிப்புணர்வுக்கு என்று நடத்தப்படும்

Written by தமிழ்நாடு
Friday, 23 December 2011 22:00 -

ஊடகங்கள் மாற்றி விடும். பிறகு அவர்கள் சிறுநீர் கழித்தாலும் அது ஸ்கப்பி நியூஸ்.

காஷ்மீரிலும், வடகிழக்கு மாநிலங்களிலும் இராணுவத்தினரும், துணை இராணுவத்தினரும் நடத்தும் பாலியல் வன்முறைகள் இயல்பானது. பொங்கி எழுந்து மக்கள் அவர்களையே நோக்கிக் கற்களை வீசினால் அது பயங்கரவாதம். சயெத்தியை எப்படி வழங்க வேண்டும் என்பதை இப்படித்தான் இருபத்து நான்கு மணிநேர சயெத்தி ஊடகங்கள் கற்றுத் தருகின்றன.

காலையில் தயைவ வழிபாட்டுடன் தான் பெரும்பாலான பொழுதுபோக்குக் காட்சி ஊடகங்கள் கண் விழிக்கின்றன. சூப்பரபாதமும், கந்த சஷ்டி கவசமும், தவேரமும் தினமும் ஒ(லி)ளிபரப்பப்படுகின்றன. அதன் பிறகு உடற்பயிற்சி, யோகா, நாள்பலன். பின்னர் சயெத்திகள். தொடர்ந்து ஏதேனும் ஒரு துறை வல்லுநருடன் நேர்காணல். இதனையடுத்து நகைச்சுவை நேரம் என்கிற பெயரில் திரைப்படத் துணுக்குகள் அல்லது திரைப்படப் பாடல். பின்னர் முப்பது முப்பது நிமிடங்களாக இரவுபத்து மணிவரை சின்னத்திரை நாடகங்கள். நடுவில் ஒரு திரைப்படம். இதுதான் வார நாட்களில் தொலைக்காட்சியின் 'மெனு'. அதாவேவார இறுதி என்றால், ஒரு நாள்கைக்கு இரண்டு அல்லது மூன்று திரைப்படங்கள்.

ஒரு 30 ஆண்டுகளுக்கு முன்புவரையிலும் கட்ட, 'உருப்படாத மாணவர்களும்', 'குடும்பப் பொறுப்பில்லாத பெண்களும்' வாரம் இரண்டு, மூன்று திரைப்படங்கள்தான் தாண்டி பார்த்திருப்பார்கள் என்பது சந்தேகம்தான். ஆனால் அடித்தட்டு, நடுத்தர வர்க்க மக்கள் வரை அனைவரது வீட்டிலும் ஊடகவழிவிட்ட தொலைக்காட்சிப் பெட்டியின் மூலமாக இன்று ஒட்டுமொத்தக் குடும்பமும் அமர்ந்து தினமும் திரைப்படங்களைப் பார்க்கிறது; ரசிக்கிறது. அதா

வது இன்று வாழ்க்கையில் உருப்பட, ஒருநாள்கைக்கு மூன்று திரைப்படங்கள் வரை பார்க்க வேண்டும் என்பதான புரிதலுக்கு மக்கள் வரவழிகை கப்பட்டிருக்கிறார்கள்.

தயைவ வழிபாட்டுடன் தொடங்கும் அன்றைய பொழுது, "குற்றம் நடந்தது என்ன" என்பதை அறிந்து கொள்வதுடன் முற்றுப்பெறும். இதன் ஊடாகத் தான் பார்ப்பனக் கருத்துக்கள் பரப்பப்படுகின்றன. 'தயைவ தரிசனம்' பார்ப்பன கடவுள்களின் அருமனை பெருமனைகளைப் பட்டியலிடுகிறது என்றால், 'நிஜம்' நிகழ்ச்சி சிறுதயைவ வழிபாடுகளை ஏதோ காட்டுமிராண்டித்தனமான சயெல் என்பது போல் சித்தரிக்கிறது.

Written by தமிழ்நாடு
Friday, 23 December 2011 22:00 -

பேசுவோம், ஜெட்டிக்ஸும் அவர்களது ஓய்வூதியைப் பந்தாட்கின்றன. இதில்லாமல்
எங்களுக்கு நன்றாகத் தெரியும். தொல்கை காட்சி நிகழ்ச்சிகளைப் பார்ப்பது 'வறும்
டமை பாஸ்' க்குத் தான் என்று சொல்ல முடியாது. பன்னாட்டு மூலாளிகளுக்கு
வணை மூலாளி இது பொருந்தலாம். ஆனால், உழைக்கும் மக்களுக்கு பொருந்தாது.
ஏனெனில் உழைப்பைத் திருடவது நிகழ்காலத்ததைத் திருடவது என்றால்,
ஓய்வூதியைக் கொள்ளையடிப்பது எதிர்காலத்ததைத் திருடவதற்கு சமமானது.

நாற்பதுக்கும் மறைபட்ட சரமசோப்புகளுக்கும், முப்பதுக்கும் மறைபட்ட
துணிக் கடவை விளம்பரங்களுக்கும், இருபதுக்கும் மறைபட்ட வாஷிங்
சோப்புகளுக்கும், பத்துக்கும் மறைபட்ட ஷாம்புகளுக்கும், ஐந்துக்கும் மறைபட்ட
பற்பசைகளுக்கும் இடையில் உங்கள் ஓய்வூதியைப் பொழுதுபோக்கை இன்பமாக
அனுபவிக்கும் மதிப்புக்கூரிய நடத்தற் மக்களே...

உங்கள் சரம பளபளப்புகும், புறங்கள் மின்னவும், தலமைபி காற்றில் புறக்காமல்
இருக்கவும் எந்த நிறுவனத் தயாரிப்பை பயன்படுத்துகிறீர்கள்? எது சட்டென்று
உங்கள் நினைவுக்கு வருகிறது? மாதாந்திர மளிகைப் பொருட்கள் லிஸ்டில் நுகர்வுப்
பொருட்களுக்காக எவ்வளவு ஒதுக்கீடுகள்..? மற்றவர்கள் 'பார்வையில' அழகாகத்
தென்படவணைமும் என்று மனக்கடும் நீங்கள், உங்கள் 'பார்வையால் துணிக் கடவை
மூலாளிகள் அடுத்தடுத்த ஊர்களில் கிளைகளை திறக்க மாதந்தோறும் எத்தனை கோடி
ரூபாய்களை 'நன்கொடை' வழங்குகிறீர்கள் என்பதைப் பத்து விநாடிகள் யோசித்து
விட்டுச் சொல்லுங்கள்.

கேபிள் டிவியில் ஏகபோகமாக ஒரு குடும்பம் மட்டுமே ஆட்சி செலுத்துவதும், பகல்
கொள்ளைக்கு சமமாக மக்களிடமிருந்து மாதந்தோறும் நபற்றி ஐம்பது ரூபாய் வரை
வசூலிப்பதும் மட்டும் தான் பிரச்சனையா?

• அறிவுச் சலவன்