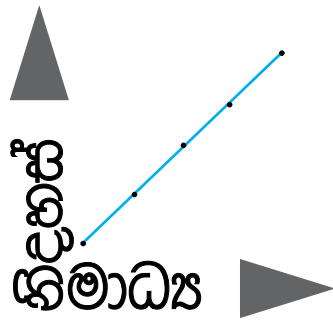




නිදහස් මාධ්‍ය

නිදහස් නිවහල් දේශයක් උදෙසා





© රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව

ISBN 978-955-9073-20-8

ප්‍රධාන සංස්කාරක
මහාචාර්ය ආර්යරත්න ඇතුගල

සංස්කරණය
මහාචාර්ය රෝහණ ලක්ෂ්මන් පියදාස
ජ්‍යෙෂ්ඨ කවිකාචාර්ය විජයානන්ද රූපසිංහ

නිර්මාණ සැලසුම
අනුහස් මහවලගේ

මුද්‍රණය
රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව



ප්‍රකාශනය
රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව



2013



2013 මැයි 03 දිනට යෙදෙන
ලෝක නිදහස් මාධ්‍ය දිනය සැමරුමේ
විසි වැනි සංවත්සරය වෙනුවෙන් ද,
කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශයට
හතළිස් වසරක් පිරීම හා
දෙසතිය සඟරාවට තිස්පස් වසරක් පිරීම ද සමරමින්
ජනමාධ්‍ය හා තොරතුරු අමාත්‍යාංශයේ අනුග්‍රහයෙන්
'2010 ජාතික ජනමාධ්‍ය සමුළුවේ දී' පිහිටුවා ගත්
විශ්වවිද්‍යාල ජනසන්නිවේදනය පිළිබඳ
ආචාර්යවරුන්ගේ සංගමයේ ශාස්ත්‍රීය දායකත්වයෙන්
මෙම කෘතිය විලිපුක වේ.



எஸ். சிவபிரியா
விரிவுரையாளர்
மொழிகள் மற்றும் தொடர்பாடல் கற்கைகள் திணைக்களம்
திருகோணமலை வளாகம்
கிழக்கு பல்கலைக்கழகம்



MEDIA AND DEMOCRACY

எதிர் வரும் மே மாதம் 3ஆம் நாள் கொண்டாடப்படவுள்ள பத்திரிகைச் சுதந்திர தினத்தை முன்னிட்டு எழுதப்பட்ட ஓர் ஆக்கமாகும்.

நாம் வாழும் இந் நவீன உலகின் இயக்கத்திற்குக் காரணமாக அமைவது ஊடகமேயாகும். மனிதன் சமூகத்தின் ஓர் அங்கமாகச் செயற்படுவதற்கும், தான் சார்ந்த சமூகத்தினரோடு மட்டுமல்லாது ஏனைய சமூகத்தினரோடும் தொடர்புகளை ஏற்படுத்திக் கொள்வதற்கும் இவ் ஊடகமே துணைபுரிகிறது.

“ஜனநாயகம்” (Democracy) என்பது மக்களால் மக்களுக்கான நாயகர்களை தேர்வுசெய்வதாகும். மக்களால் மக்களுக்காக நடைபெறும் ஆட்சி ஜனநாயக ஆட்சியாகும். இத்தகைய ஜனநாயகம் நிலவும் நாடொன்றிலே ஊடகமானது பொதுசனநலனைக் கருத்திற்கொண்டு செயற்படவேண்டும். ஊடகவியலாளர்கள் ஜனநாயகத்தின் பாதுகாவலர்களாகத் தொழிற்படவேண்டும்.

ஊடகம் (Media) எனும் போது நாம் பொதுவாக “வெகுசன” அல்லது “பொதுசன” (ஆயுள்ள) ஊடகம் என்றே அழைக்கின்றோம். அதாவது ஊடகங்களின் பிரதானபணி மக்களுக்குச் சேவையாற்றுவதாகும். ஆனால் இன்றைய காலகட்டத்திலே இவ்ஊடகங்கள் தமக்கான பணியை எவ்வளவு தூரம் சரிவரச் செய்கின்றதென்பது தர்கத்திற்குரிய ஒன்றாகும்.

ஊடகங்களினதும், ஊடகவியலாளர்களினதும் இருப்பினை அவர்கள் மீதான நம்பகத்தன்மையே (credibility) தீர்மானிக்கிறது. ஊடகங்களின் நம்பகத்தன்மை தொடர்பாக மேற்கத்தேயர்கள் வகுத்த சூத்திரதிர்ணங்க, நம்பகத்தன்மையானது, துல்லியத்தன்மை மற்றும் சிறந்ததரம் ஆகிய இரண்டும் ஒன்றினையும்போதே வெளிப்படுகிறது. அதாவது

$$a+b=c$$

a= accuracy (துல்லியத்தன்மை)

b= best quality (சிறந்ததரம்)

c= credibility (நம்பகத்தன்மை)

ஊடகங்கள் இருவேறுபட்ட நோக்கங்களைக் கொண்டுள்ளன. ஒன்று தொழில் சார்ந்தநோக்கு(Professional Perspective) மற்றையது பொருளாதாரநோக்கு (Marketing Perspective)

தொழிற்சார் நோக்கத்திற்கிணங்க ஊடகங்கள்,

- மக்களுக்குத் தேவையான தகவலை துல்லியமான முறையில் தெளிவாக, நிறைவாக, பக்கச்சார்பில்லாது குறித்த, உரியநேரத்தில் வழங்கவேண்டும்.
- மக்களுக்கு அறிவூட்டவேண்டும்.
- சிக்கலான தருணங்களிலே மக்கள் நியாயமான தீர்மானங்களை எடுப்பதற்குத் தேவையான தரவுகளை வழங்கவேண்டும்.
- மக்களது வாழ்க்கைப்போக்கிலே மாற்றத்தை ஏற்படுத்தவும் புதிய கருத்தொன்றை ஏற்றுக்கொள்ளச் செய்வதற்கும் தேவையான தூண்டலை ஏற்படுத்தவேண்டும்.
- பல்லினமக்கள் வாழும் ஓர் சமூகத்திலே மக்கள் மத்தியில் பரஸ்பர தொடர்பாடலை ஊக்குவிக்கவேண்டும்.
- முரண்பாடுகள் ஏற்படும் தருணங்களிலே வினைத்திறன் மிக்க முறையில் சமூகத் தொடர்பாடலை நெறிப்படுத்தவேண்டும்.
- மக்கள் மத்தியில் நம்பிக்கையைக் கட்டியெழுப்பவேண்டும்.
- வேற்று இன, மதத்தினர் தொடர்பாக உள்ள தவறான மனப்பதிவுகளைத் திருத்தவேண்டும்.
- அனைத்து மக்களையும் சமமான முறையிலே பிரதிநிதித்துவப்படுத்தவேண்டும்.
- மக்களது அடிப்படை பிரச்சினைகளை இனங்கண்டு அவற்றுக்கான தீர்வுகளை எடுப்பதற்கு உதவவேண்டும்.

பொருளாதார நோக்கம் என்பது வணிகலாபம் ஈட்டும் நோக்கிலே அதிகளவிலான வாசகர்களை (audience) திரட்டுமுகமாக பொழுதுபோக்கு(Entertainment) அம்சங்களை அதிகரித்து ரசனை வழங்குவதை மட்டுமே கருத்திற்கொண்டு செயற்படுதலாகும். வாசகர்களது எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும்போது ஊடகங்கள் அவர்களை விளம்பரதாரர்களுக்கு அறிமுகம் செய்கின்றன. இதன் மூலமாக ஊடகங்கள் அதிக வருவாய் (income) ஈட்டுகின்றன.

உண்மைச் சம்பவத்தை அப்படியே கூறவேண்டும் என்ற நிலைமை மாறி தற்போது ஊடகங்கள் மக்களை கவர்ச்சுடிய செய்திகளை உருவாக்கிவருகின்றன. மக்களுக்குஅறிவூட்டும் ஓர் அம்சமாகத் திகழும் செய்திகளிலும் கூட தற்போது வணிகமயத்தின் ஆதிக்கம் வெளிப்படுகிறது.

செய்திவாசிக்கும்முறை (News presentation), செய்திகளின்தன்மை (News type)இ செய்திவாசிப்பவர்களது ஆடை அலங்காரம் (Make-up) மற்றும் செய்தியறை வடிவமைப்பு (News room) முதலான விடயங்களிலே பொதுசன நலனல்லாது வணிகநலனே (Commercialism) தலைதூக்கிநிற்கிறது.

ஊடகத்துறையின் முக்கிய அம்சமாக இருப்பது அது மக்கள் சமூகத்தின் ஜனநாயக இருப்பிற்கு அத்தியாவசியமாக இருப்பதுவேயாகும். இன்று ஊடகம் ஜனநாயகத்தை ஊக்குவிக்காது பொருளாதாரவழியிலே செல்கின்றது. மறைமுகமாக முதலாளித்துவக் கருத்துக்களையே (bourgeois ideologies) அமோதிக்கின்றன.

ஊடகங்களின் இந் நிலைமைக்கு வேறுசில புறக்காரணிகளும் (External Factors) செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. அவையே ஊடகங்களின் நிகழ்ச்சிநிரலைத் தீர்மானிப்பதோடு ஜனநாயகத்தை ஊக்குவிக்கவேண்டிய ஊடகங்களை முதலாளித்துவ பொருளாதாரத்தை ஏற்றுக் கொள்ளச் செய்கின்றன. அவையாவன,

- ஊடகஉரித்துரிமை-Media ownership
- நிறுவனங்கள் - Media institutions
- அரசாங்கம் மற்றும் சட்டம் - The State and the law
- சுயதணிக்கைமுறை- Self regulation
- விளம்பரதாரர்கள் - Advertisers
- வாசகர்கள்- Audience

டிபாண்டகமும்
ஜனநாயகமும்

- தொழில்சார்நிபுணர்கள்;- Media Personnel
- தகவல் மூலங்கள்;- Sources

ஊடகத்தின் போக்கைத் தீர்மானிப்பதில் ஊடக உரித்துரிமை பெரும்பங்கு வகிக்கிறது. பொதுவாக ஊடகங்களின் நிகழ்ச்சிநிரலை (Agenda) அதன் உரிமையாளர்களே வடிவமைக்கின்றனர். தனியார் ஊடகங்களிலே தனியாரின் செல்வாக்கும் அரசுஊடகங்களில் அரசின் செல்வாக்கும் காணப்படும்.

ஊடகங்கள் அரசு (State owned) மற்றும் தனியார் (Private) என்ற ரீதியிலே ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளது. அரசு ஊடகங்களின் அன்றாட நிகழ்வுகளை அரசாங்கமே தீர்மானிக்கிறது. அரசு கொள்கைகளை பரப்புவதையே அவ்வூடகங்கள் மேற்கொள்கின்றன.

தனியார் ஊடகங்கள் பெரும்பாலும் வர்த்தக சந்தையாலே வழிநடத்தப்படுகின்றன. அவை பொருளாதார நோக்கிலேயே செயற்படுகின்றன.

ஊடக சுதந்திரத்திற்கு (Media freedom) பிரதான எதிரியாக அமைவது அரசும், அரசு சட்டங்களுமேயாகும். ஊடகங்கள் அரசுகொள்கைகளையும் ஒழுங்குமுறைகளையும் மதித்து அதற்குத்தக்கவாறு நிகழ்ச்சிகளை நெறிப்படுத்தவேண்டும். மீறும்படி ஊடகங்கள் தணிக்கை(banned) செய்யப்படுகின்றன.

ஊடகங்களுக்கான ஒழுக்கக்கோவைகள் (Code of ethics) ஊடகங்களின் தொழிற்பாட்டைத் தீர்மானிக்கின்றன. ஊடகவியலாளர்கள் ஒழுக்கக்கோவைக்கு சார்பான முறையிலே தம் கருத்துக்களை தெரிவிக்கவேண்டும். அனைத்து ஊடகவியலாளர்களுக்கும் பொதுவான ஒழுக்கக் கோவைகள் இருப்பதோடு ஒவ்வொரு நிறுவனங்களுக்கும் தனித்துவமான சுயதணிக்கை முறைமைகளும் உண்டு.

ஊடகங்களின் இருப்பிற்கான பிரதான காரணம் விளம்பரதாரர்களும் நிதி நிறுவனங்களுமேயாகும். அவை வழங்கும் நிதியினாலேயே ஊடகங்கள் தங்குதடையின்றி இயங்குகின்றன. ஊடகங்கள் தமது விளம்பரதாரர்கள் பற்றிய தவறான கருத்துக்களை வெளியிடுமாயின் பின் அவ்வூடகத்தின் இருப்பு கேள்விக்குறியாகிவிடும்.

ஒவ்வொரு மனிதனுக்கும் தனக்கென்ற விருப்புத் தெரிவுகள் இருப்பதால் ஊடகங்கள் அனைத்து வாசகர்களினதும் தேவையை பூர்த்திசெய்யும் கடப்பாட்டில் உள்ளன. பெரும்பாலான வாசகர்கள் ஊடகத்தை பொழுதுபோக்கு

சாதனமாக எண்ணுவதால் ஊடகங்களும் மக்களை அவ்வாறே மதிப்பிடுகின்றன. சில சமயங்களிலே தவறான மதிப்பிடல்களையும் புரிகின்றன. அதன் விளைவாக அறிவூட்டும் செய்திகளை விடுத்து (informative news) பரபரப்பான செய்திகளை (Sensational news) வெளியிடுகின்றன.

ஒவ்வொரு துறையிலும் நிபுணத்துவம் பெற்ற ஒரு சிலர் உள்ளனர். அதேபோல் ஊடகத்துறையிலே நிபுணத்துவம் பெற்றவர்கள் தமக்கென ஓர் இடத்தை அமைத்து தமக்கேயுரிய பாணியில் கட்டுரைகளையும், செய்திகளையும் வடிவமைத்து மக்கள் மத்தியில் நன்மதிப்பைப் பெற்றுள்ளனர். எனவே புதிய ஊடகவியலாளர்கள் புதியபாணியில் கருத்துக்களை வெளிப்படுத்த எண்ணும்போது அவை மக்கள் மத்தியில் பிரபல்யம் அடையத் தாமதமாகும். எனவே தொழில்சார் நிபுணர்களும் ஊடகத்தின் போக்கைத் தீர்மானிக்கின்றனர். இன்றைய காலகட்டத்திலே ஊடகங்களின் போக்கைத் தகவல் மூலாதாரங்களும் தீர்மானிக்கின்றன. தகவல் மூலம் (Source) என்பது ஊடகங்கள் தகவலைப் பெறும் முகமாக அணுகுகின்ற நபர்கள் மற்றும் இடங்களைக் குறிக்கும். பொதுவாக ஊடகவியலாளர்கள் தகவல் மூலங்களிடமிருந்து துல்லியமான, தெளிவான தகவலையே பெற எத்தனிக்கின்றனர். ஆனால் எல்லா சந்தர்ப்பங்களிலும் அவை சாத்தியமாகாது.

சில சந்தர்ப்பங்களிலே தகவல் மூலங்களை இனங்காண்பது கடினமாயிருக்கும், அப்படியே கிடைத்தாலும் சிலநேரங்களிலே அவர்கள் உண்மைச் சம்பவத்தை வெளியிட விரும்பாமல் இருப்பார்கள், மற்றும் சிலர் பொய்யான தகவல்களை வெளியிடுவர்.

ஜனநாயக நாட்டிலே அதிகாரத்தைப் பயன்படுத்தி தகவலை பெறும் உரிமை ஊடகங்களுக்கு இல்லை என்பதால், தகவல் மூலங்கள் கூறும் தகவலையே உண்மையென ஏற்று ஊடகங்கள் வெளியிடுகின்றன.

ஊடகத்தின் போக்கைத் தீர்மானிக்கும் இக்காரணிகளே ஊடகங்களை ஜனநாயகத்தின் பாதுகாவலர்களாகச் செயற்படவிடாது முதலாளித்துவ பொருளாதாரத்தை ஏற்றுக்கொள்ளத் தூண்டுகின்றன. ஊடகசுதந்திரத்திற்கு எதிராக இருப்பதும் இக்காரணிகளேயாகும்.

எவ்வாறாயினும் இந்நிலைமை மாறவேண்டும். துல்லியமான தகவலை வழங்குவது மட்டுமல்லாது தேவையான தருணத்திலே அவசியமான தகவலை வழங்குவதும் ஊடகவியலாளர்களது கடமையாகும். ஊடகங்கள் பொதுமக்களது

டிபாஊடகமும்
ஐனநாயகமும்

விருப்புக்களை, தேவையை சரிவர இணங்கண்டு பக்கச்சார்பற்றமுறையில் அவற்றை பூர்த்திசெய்யவேண்டும். பொருளாதார நோக்கிலிருந்து விலகி தொழில் சார் குறிக்கோளை அடைய முயல வேண்டும். இவையனைத்தும் நிகழும்போது ஊடகங்களும் ஊடகவியலாளர்களும் ஐனநாயகத்தின் பாதுகாவலர்களாகத் திகழ்வர்.

உசாத்துணை-

- ஊடக நோக்குஇ இதழ்- 06
- Baran S.J, Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture, McGraw- Hill Publishers, 2005.
- SPJ Code of Ethics, <http://www.spj.org/ethicscode.asp>, accessed on 19.04.2013
- Alvin Day, 2003, Ethics in Communication; Cases and Controversies, 4th Edition
- Kamath M. V, 1983, Journalist's Handbook, Vikas Publishing House, NewDelhi.