ടെലിവിഷൻ പ്രേക്ഷകരുടെ താല്പര്യങ്ങൾ

കോന്നിയൂർ നരേന്ദ്രനാഥ്

ടെലിവിഷൻ ഏറ്റവും ശക്തമായ ഒരു ബഹുജനമാധ്യമമായി വളർന്നുകഴിഞ്ഞു. സിനിമയുടെ ദൃശ്യവൈഭവവും, റേഡിയോയുടെ അതിരുകൾ ഭേദിച്ചു കടന്നു ചെല്ലാനുള്ള കഴിവും, ഒന്നിച്ചു കൂടിയിട്ടുള്ളതാണ് ഇതിന്റെ പ്രസക്തി പെരുപ്പിക്കുന്നത്. സാധാരണക്കാരുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചുപറ്റുവാൻ ടെലിവിഷനിലൂടെ വിരുന്നുചെല്ലുന്നവർക്കു സാധിക്കുമെന്നാണ് പൊതുവെ കരുതിവരുന്നത്. പക്ഷേ ഇവിടെ ഒരു കാര്യം മറന്നുകൂടാ. എന്തൊക്കെ ആരൊക്കെ ചെയ്താലും പറഞ്ഞാലും അത് യഥാസ്ഥാനത്ത് സ്വീകരിക്കപ്പെടണമെങ്കിൽ, ''സ്വിച്ച് ഓൺ'' ചെയ്യാതെ പറ്റുകയില്ല. അത് ഓൺചെയ്യണോ വേണ്ടയോ എന്നു തീരുമാനിക്കാനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യം അതു വാങ്ങിവച്ചിട്ടുള്ള ആളിനുണ്ട്. ഇഷ്ടമില്ലെങ്കിൽ ഉടനെ അത് ഓഫ് ആക്കാനും ആരും തടസ്സമുണ്ടാക്കുകയില്ല. ടെലിവിഷനിലൂടെ പ്രേക്ഷകന്റെ സന്നിധിയിലെത്താമെന്നു കൊതിക്കുന്നവരൊക്കെ ഈ സത്യം മറക്കാതിരിക്കുന്നതു നന്ന്!

ടെലിവിഷൻ ഏറെക്കാലമായി ഉപയോഗത്തിൽ വന്നിട്ടുള്ള രാജ്യങ്ങളിലെ അനുഭവം എന്താണ്? ഈ അന്വേഷണം രസകരവും പ്രസക്തവുമായ ചില കാര്യങ്ങൾ വെളിച്ചത്തുവരുത്തുമെന്ന് തീർച്ചതന്നെ.

സോവിയറ്റുനാട്ടിലെ പൗരൻ ദിവസമൊന്നുക്ക് ശരാശരി രണ്ടരമണിക്കൂർ സമയം ടെലിവിഷൻ പരിപാടികൾ വീക്ഷിക്കുവാൻ വിനിയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. അവരെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ആധികാരികത്വവും അന്തസ്സുമുള്ള ഒരു മാധ്യമമായിട്ടാണ് അതിനെ അംഗീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. സോവിയറ്റുനാടിന്റെ 88 ശതമാനവും, അതിന്റെ പ്രസരണപരിധിയിൽ പെടുന്നതിനാൽ, ഏതാണ്ട് എല്ലായിടത്തുംതന്നെ പരിപാടികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിനു വിഷമമില്ല. മിക്കവാറും എല്ലാ കുടുംബങ്ങളിലും സെറ്റുണ്ട്. പരിപാടി വീക്ഷിക്കുന്നതുകൊണ്ട് മറ്റു വിനോദമാധ്യമങ്ങൾ വേണ്ടെന്നും വച്ചിട്ടില്ലെന്നാണ് സ്ഥിതിവിവരങ്ങൾ വ്യക്തമാക്കുന്നത്. വായിക്കുവാനുള്ള താല്പര്യത്തെയോ സിനിമാശാലയിലേക്കു പോകുവാനുള്ള കൗതുകത്തെയോ ജനങ്ങൾ അവിടെ കുറച്ചിട്ടില്ല. മറിച്ച് വായനശീലത്തെ വിപുലമാക്കുവാനാണ് ടെലിവിഷൻ പ്രേരിപ്പിച്ചിട്ടുള്ളത്. പരിപാടികൾക്ക് ആധാരമായിത്തീരാറുള്ള വിഷയങ്ങളെക്കുറിച്ച് കൂടുതലറിയുവാൻ പുസ്തകങ്ങളെയും മറ്റു പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളെയും ആളുകൾ ആശ്രയിക്കുന്നു. അതുപോലെതന്നെയാണ് സാഹിത്യകൃതികളുടെ സ്ഥിതിയും. ടെലിവിഷനിൽ അവതരിപ്പിക്കാറുള്ള കൃതികൾ വാങ്ങാൻ, ആളുകൾ പുസ്തകവില്പന കേന്ദ്രങ്ങളിൽ തടിച്ചുകൂടുന്നത് സാധാരണ കാഴ്ചയാണ്.

പ്രാദേശിക വിസ്താരത്തിന്റെ വൈപുല്യവും ഭാഷയുടേയും സംസ്കാരങ്ങളുടേയും വൈവിധ്യവും സോവിയറ്റ്യൂണിയനിലും ഭാരതത്തിലും ഏതാണ്ട് ഒരുപോലെതന്നെ. രണ്ടുരാജ്യങ്ങളിലേയും ആവശ്യങ്ങളും അനുഭവങ്ങളും സമാനങ്ങളെന്നു ചുരുക്കം. ഇവിടത്തെ സംവിധാനംപോലെതന്നെയാണ് സോവിയറ്റ്റഷ്യയിലും പരിപാടികളുടെ സജ്ജീകരണം. മോസ്കോയിൽനിന്നുള്ള കേന്ദ്രപരിപാടികളും പ്രാദേശിക നിലയങ്ങളുടെ ഇനങ്ങളും പ്രസരിപ്പിച്ചുവരുന്നു. കേന്ദ്രപരിപാടി എല്ലാ നിലയങ്ങൾക്കും നിർബന്ധിതം തന്നെ. അതാണത്രേ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ആളുകൾ വീക്ഷിക്കുന്നത്. ഇതിൽ വാർത്തയ്ക്കാണ് പ്രാമുഖ്യം. ലോക വാർത്തകൾ, ദേശീയ വാർത്തകൾ, പ്രാദേശിക വാർത്തകൾ—ഇവയൊക്കെ അതിൽ പെടും. എല്ലാ ചാനലുകളിലും അത് റിലേ ചെയ്യുന്നുമുണ്ട്. ശരാശരി 150 ദശലക്ഷം ആളുകൾ ദിവസേന അതിന്റെ പ്രേക്ഷകരാണ്! ''ഇന്നത്തെ ലോകം'' എന്ന കാലിക പ്രാധാന്യമുള്ള വിഷയങ്ങളെപ്പറ്റി നടത്തുന്ന ചർച്ചാ പരിപാടിക്ക് ശരാശരി 80–100 ദശലക്ഷം പ്രേക്ഷകരെ പ്രതീക്ഷിക്കാം. വാർത്താ വിശകലന വിദഗ്ദ്ധന്മാരുടെ വിലയിരുത്തലുകൾ പൊതുവെ സ്വീകാര്യമാകാറുണ്ടെന്നാണറിവ്. ഇത്തരം ഇനങ്ങളാണ് പൊതുജനാഭിപ്രായത്തെ കുറെയൊക്കെ സ്വാധീനിക്കുന്നത്. ചലച്ചിത്രങ്ങൾ എല്ലായിടത്തുമെന്നപോലെ, സോവിയറ്റ്യൂണിയനിലും വളരെ പ്രേക്ഷകരെ ആകർഷിക്കാറുണ്ട്.

ജപ്പാൻ, കാനഡ എന്നിവിടങ്ങളിലെയും അഞ്ചു യൂറോപ്യൻ രാജ്യങ്ങളിലെയും ടെലിവിഷൻ സദസ്സുകളെക്കുറിച്ചും അവരുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങളെപ്പറ്റിയും യുനെസ്കോയുടെ ഒരു വിദഗ്ദ്ധ പഠനം അടുത്തകാലത്തു നടന്നിട്ടുണ്ട്. പ്രേക്ഷകരുടെ സാമാന്യമായ താല്പര്യങ്ങളെ വിലയിരുത്തുന്നതിനാണ് ഇതു സംഘടിപ്പിച്ചത്. സമാനങ്ങളായ സവിശേഷതകളാണ് എല്ലായിടത്തേയും ജനങ്ങൾ പ്രകടമാക്കിയിരിക്കുന്നതെന്നു പറയാം. സങ്കല്പ കഥകളെ കേന്ദ്രമാക്കിയുള്ള വിനോദ പരിപാടികളോടാണ് പ്രേക്ഷകർക്ക് ഏറ്റവും കൂടുതൽ താല്പര്യം. ആളുകൾ കണ്ടിട്ടുള്ള പരിപാടികളിൽ പകുതിയിലേറെയും ഈ വകുപ്പിൽപ്പെടുന്നവതന്നെ, മുമ്പുപറഞ്ഞ ഏഴുരാജ്യങ്ങളിലും.

മൂന്നുവാരങ്ങളിലെ ടെലിവിഷൻ പരിപാടികൾ എന്ന പേരിലാണ് അന്വേഷണ ഫലങ്ങൾ പ്രസിദ്ധപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ളത്. സങ്കല്പ കഥകളെ കേന്ദ്രമാക്കിയുള്ള വിനോദപരിപാടികൾക്കു ലഭിച്ചിട്ടുള്ള ശതമാനം ആ രാജ്യങ്ങളിൽ ഇപ്രകാരമായിരുന്നു:- ബൽജിയം, ഫ്രാൻസ്—48 ശതമാനം, കാനഡ, ഹങ്കറി—50 ശതമാനം, ബൾഗേറിയ, ജപ്പാൻ—44 ശതമാനം, ഇറ്റലി—36.3 ശതമാനം. ഇത്തരം ഇനങ്ങൾക്കായിരുന്നു ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രേക്ഷകർ. ഇറ്റലിക്കാർ വിനോദത്തെക്കാൾ വിജ്ഞാനതല്പരരാണെന്നത്രേ ഈ സർവ്വേ വ്യക്തമാക്കുന്നത്.

പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധേയമായ മറ്റൊരു സംഗതിയും ഈ സർവ്വേയിൽനിന്നു വെളിവായിട്ടുണ്ട്. സാംസ്കാരികവിഷയങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യംകൊടുത്തു ചമയ്ക്കപ്പെടുന്ന പരിപാടികളോട് പൊതുജനങ്ങൾക്കുള്ള താല്പര്യക്കുറവാണിത്. പൊതുവെ ആളുകൾ അവ കാണാറില്ല. തികച്ചും വിമുഖതയാണവർക്കുള്ളത്. ആകെയുള്ളവരിൽ അഞ്ചുശതമാനം പോലും ഈ പരിപാടികൾ കാണാറില്ല! കാണുന്നവർ തന്നെ കാര്യമായി എടുക്കുന്നുമില്ല. ഭൂരിപക്ഷം പ്രേക്ഷകരും ഇത്തരം ഇനങ്ങൾ സ്ക്രീനിൽ തെളിയുമ്പോൾ ഒന്നുകിൽ സ്വിച്ച് ഓഫ് ചെയ്യും, അല്ലെങ്കിൽ വേറൊരു സ്റ്റേഷനിലേക്കുള്ള ചാനൽ മാറ്റും! എങ്കിലും സാംസ്കാരികസത്തയുള്ളയിനങ്ങൾ, ഫ്രാൻസിലെ ടെലിവിഷൻ പരിപാടികളുടെ 19.7 ശതമാനവും ബൽജിയത്തിൽ 14.6 ശതമാനവും ജപ്പാനിൽ 9 ശതമാനവും ഇറ്റലിയിൽ 8.6 ശതമാനവുമാണ്! പൊതുവെ ഇത്തരം ഇനങ്ങളുടെ കാര്യത്തിൽ, ഈ രാജ്യങ്ങൾ തമ്മിൽ ഗണ്യമായ ഏറ്റക്കുറച്ചിൽ കാണുന്നുണ്ട്. എങ്കിലും പ്രേക്ഷകരുടെ ഹിതാഹിതങ്ങളുടെ വിഷയത്തിൽ കാര്യമായ വ്യത്യാസം വ്യക്തമല്ല. മുകളിൽ പറഞ്ഞ രാജ്യങ്ങളിലെ സാംസ്കാരിക പരിപാടിയിൽ താല്പര്യമുള്ള പ്രേക്ഷകരുടെ ശതമാനം 4.4 മുതൽ 6.4 വരെയാണ്. ഇവിടങ്ങളിലെ ഭിന്ന രാഷ്ട്രീയ സാമൂഹ്യ സംവിധാനങ്ങളിലെ വൈവിധ്യം കണക്കിലെടുക്കുമ്പോൾ ജനങ്ങളുടെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങളിൽ കാണുന്ന ഐകരൂപ്യം പ്രത്യേകിച്ചു ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട സംഗതിതന്നെ.

ഈ സർവ്വേ നൽകുന്ന പ്രസക്തമായ നിഗമനം ഏതാണ്ട് ഇങ്ങനെ പറയാം: ടെലിവിഷനിൽ പ്രേക്ഷകർ പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത് മുഖ്യമായും വിശ്രമവിനോദമാണ്. പരിപാടിവഴിക്ക് കുറെ അറിവോ സംസ്കാരമോ അരിച്ചെടുക്കണമെന്ന വ്യാമോഹമൊന്നും അവർക്കില്ല. നല്ല വിലകൊടുത്ത് വാങ്ങിവച്ചിട്ടുള്ള ആ ഉപകരണത്തിൽ നിന്ന് പ്രതീക്ഷിച്ച ഫലം ലഭിച്ചില്ലെങ്കിൽ, സ്വാഭാവികമായും അതൊരു നഷ്ടക്കച്ചവടമായിട്ടേ അവർ പരിഗണിക്കുകയുള്ളൂ.

5–ൽ നിന്നു തുടർച്ച