

'കാഴ്ച'യുടെ കാണാപ്പുറങ്ങൾ

മീഡിയ • നാജിദാ ബാനു ആദിരാജ

കണ്ടറിവിനാണ് വിശ്വാസ്യത കൂടുതൽ. നേർകാഴ്ചയിൽ കാര്യങ്ങൾ തിരിച്ചറിയാൻ ശ്രദ്ധയുടെ കൂട്ടുവേണ്ട. ദൃശ്യവും ശ്രാവ്യവും ഒന്നാകുമ്പോൾ ശ്രാവ്യത്തിന് കാതോർക്കുന്നത് അതിനാലാണ്. ആയാസരഹിതമായി കാര്യങ്ങൾ ഗ്രഹിപ്പിക്കാൻ ദൃശ്യവൽക്കരണത്തിന് കഴിയും. പത്രങ്ങൾ 'നോക്കി വായിക്കലും' ടി.വി. 'കാണലും'മാകുന്നത് അങ്ങനെയാണ്. നോട്ടത്തിൽ ശ്രദ്ധയുണ്ട്, കാണലിൽ അതില്ല. ദൃഷ്ടിയിൽ വരുന്നതെല്ലാം കേവല ബിംബങ്ങളാണ്. നോക്കിലാകുമ്പോൾ അവയുടെ വൈരുദ്ധ്യവും സൗന്ദര്യവും പുറത്തുവരും. അതുകൊണ്ടാണ് ഒരു നിരൂപകൻ കാണുന്നത് ഒരു സാധാരണ പ്രേക്ഷകന് കാണാനാകാത്തത്. നിരൂപകന്റെ നോക്കിക്കാണൽ പ്രേക്ഷകന്റെ കാണൽ മാത്രമാകുന്നതിലാണ് പ്രശ്നമിരിക്കുന്നത്. വായനയിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന അറിവും കാഴ്ചയിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന അറിവും രണ്ടുതരത്തിൽ സ്വാധീനിക്കുതിന്റെ രഹസ്യവുമതാണ്. അദ്വൈതം ബുദ്ധിപരവും രണ്ടാമത്തേത് വികാരപരവുമാണ്. ബുദ്ധി വിവേകത്തിലേക്കും വികാരം അവിവേകത്തിലേക്കും നയിക്കും. ഈയൊരു അടിസ്ഥാന തത്ത്വം നന്നായി ഉൾക്കൊണ്ടവരാണ് വിഷയ മീഡിയം തന്ത്രക്കാരർ. വിവേകിയെ ചൂഷണം ചെയ്യുക എളുപ്പമല്ല. വൈകാരികമായാൽ അത് നിസാരമാണ്. റിയാലിറ്റി ഷോവിലൂടെ മുതലാളിമാർ ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നതും അതാണ്.

വിഷയ മീഡിയ റിയാലിറ്റി ഷോയുടെ കളിയാരങ്ങായി മാറിയിട്ട് ദശകങ്ങളായി. പാട്ട്, നൃത്തം, കിസ്, മിമിക്രി, മാപ്പിളപ്പാട്ട്, മൈമിംഗ്, പാചകം, കഥാപ്രസംഗം, നാടോടി കലകൾ, ഗ്രാമീണ കായിക മത്സരങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ അതിലെ മത്സര ഇനങ്ങളാണ്. ഇതിൽ തന്നെ വിഭിന്ന പ്രായക്കാരരുടെ ഇനം തിരിച്ചുള്ള മത്സരവുമുണ്ട്. ലോകത്ത് പതിനായിരക്കണക്കിന് ടി.വി ചാനലുകളുണ്ട്. മലയാളത്തിൽ മാത്രം പ്രാദേശിക നെറ്റ്വർക്കുകൾ ഉൾപ്പെടെ 20-ൽപരം ചാനലുകൾ ഉള്ളപ്പോൾ അവയുടെ അളവ് ഉഹരിക്കാവുന്നതാണ്. വിഷയ മീഡിയയുടെ വരവോടെ അസ്തമിച്ചുവെന്ന് കരുതിയ എഫ്.എം. റേഡിയോവും സർവ്വ പ്രതാപത്തോടെ തിരിച്ചെത്തിയതാണ് അതിലേറെ കൗതുകകരം. ഒരു പോയന്റിലുള്ള നോട്ടമാവശ്യമില്ല എന്നതാണ് ടി.വിയെ മറികടക്കാൻ റേഡിയോയെ പ്രാപ്തമാക്കുന്നത്. ഇന്ത്യാ ഗവൺമെന്റ് വാർത്താ സംപ്രേഷണാധികാരമില്ലാതെ കേവല റിനോവേഷനായി നൽകി എന്നതാണ് അതിലേറെ അപകടകരം.

പത്തിൽപരം എഫ്.എം റേഡിയോ സംപ്രേഷണാനുമതി കേരളത്തിൽ മാത്രം പലരും നേടിയിട്ടുണ്ട്. എല്ലാ ജില്ലകളിലുമായി അഞ്ചോളം കമ്പനികൾ ഇതിനകം സംപ്രേഷണം തുടങ്ങിക്കഴിഞ്ഞു. വീട്, ബസ്സ്, ഓട്ടോ, ടാക്സി, ബാർബർ ഷോപ്പ്, മുറുക്കാൻ കട തുടങ്ങി ഷോപ്പിംഗ് മാൾ, മൊബൈൽ ഫോൺ വരെ അതിന്റെ ആസ്വാദന സാധ്യതകൾ വ്യാപിച്ചുകിടക്കുന്നു. ദശകണക്കിന് ഹാസ്യവുമായി, 'ധൂം ധൂം ദുലാലയായി', 'കേൾക്കൂ കേൾക്കൂ കേട്ടുകൊണ്ടിരിക്കുവായ്', 'നാട്ടിലെങ്ങും പാട്ടായി' അവർ കേരളീയനെ മയക്കിക്കിടത്തുന്നു. മയക്കമൊരു മടുപ്പായി മാറ്റുന്ന രണ്ടു യുവകോമളന്മാരുടെ നർമസല്ലാപം യുവതലമുറക്ക് തെറ്റായ ദിശ ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു. മഹത്തായ ഭാരതീയ പാരമ്പര്യം വിളമ്പുന്നവരാണ് സായം പരസ്യം ചെയ്യുന്ന പത്ര മുതലാളിയുടെ എഫ്.എം ചാനലാണ് ഏറ്റവും ആഭാസകരം. നമ്മുടെ വീട്ടമ്മമാരുടെയും മക്കളുടെയും ഫോണിംഗ് സല്ലാപവും കിസ് മത്സരവും വാചകമത്സരവും നമ്മുടെ പോക്കറ്റ് ചോർത്തുന്നുവെന്ന് മിക്ക കുടുംബനികൾക്കും

മറിയില്ല. വിളിക്കുന്ന കോളിന് മിനിറ്റിന് 6 രൂപയോളം ചാർജ്ജ് ചെയ്യപ്പെടുന്നുണ്ട്. അമ്മായിയമ്മ മരുമകളെ വിളിച്ച പ്രതീതിയാണ് ഓരോ സൗഖ്യോന്മേഷണത്തിലും നാം കേൾക്കുക. എസ്.എം.എസ്സിനും മൊബൈൽ കമ്പനികൾ അതേ ചാർജ്ജ് ഈടാക്കുന്നുണ്ട്. എസ്.എം.എസ് ചോദ്യമാകട്ടെ 'മമ്മൂട്ടി ഏതു കലയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടതാണ്' എന്ന രൂപത്തിലുള്ളവയാണ്. ഉത്തരമറിയുന്ന ആപ്ലോദത്തിൽ എസ്.എം.എസ് പ്രവഹിക്കുകയായി. നേരത്തെ പണം കൊടുത്ത് ചാർജ്ജ് ചെയ്ത മൊബൈലിലെ കാൾ വിളിക്കുന്നതിലൂടെയും എസ്.എം.എസ്സിലൂടെയും നഷ്ടപ്പെടുമ്പോൾ കൈയിൽ നിന്ന് കാൾ എണ്ണിക്കൊടുക്കുന്ന ഫീലിംഗുണ്ടാവുന്നില്ല എന്നതാണ് മറ്റൊരു ദുരന്തം. വൈകിട്ടോടെ അറിയിപ്പ് പുറത്തുവരും. പഴയങ്ങാടിയിലെ രമേഷ് വിജയിച്ചിരിക്കുന്നു. ഏത് രമേഷ്? സമ്മാനം എപ്പോൾ കൊടുത്തു? ഇതൊന്നുമറിയാൻ വഴിയില്ല. കഥയിൽ എന്തു ചോദ്യമിരിക്കുന്നു. ജനം വീണ്ടും വീണ്ടും രമേഷുമാരായി മാറാൻ എസ്.എം.എസ് അയച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ഇതേ തട്ടിപ്പ് ലൈവ് ഫോണിംഗ് പരിപാടിയിലൂടെ ടി.വി.ക്കാരും നടത്തിയിരുന്നു. സമ്മാനം കിട്ടാത്ത പരാതിയുമായി വിജയിച്ചവർ വീണ്ടും വിളിക്കുമ്പോഴാണ് ജനം അറിയുക വാഗ്ദാനങ്ങൾ മാത്രമായിരുന്നു അതെന്ന്. നേരിട്ടായതിനാൽ ടി.വി.ക്കാരന് വെട്ടിമാറ്റാൻ പഴുതില്ല. ലോട്ടറിയിലൂടെ കുത്തുപാളയെടുക്കുന്ന ജനത്തിന് അത് വിറ്റ് ജീവിക്കുന്നവരെ ഓർത്ത് സമാധാനിക്കാം. ഇവിടെ മുതലാളി മാത്രം ജീവിക്കുന്നു. 'രാജാവ് കട്ടാൽ തനിക്കെന്ത് ചേതാ'.

റിയാലിറ്റി ഷോയും കേരളവും

ഇംഗ്ലീഷ് ചാനലുകളെ ഹിന്ദി ചാനലുകളും അവയെ പിൻതുടർന്ന് മലയാള ചാനലുകളും ചാണിന് ചാണായി റിയാലിറ്റി ഷോകൾ അനുകരിച്ച് റിയാലിറ്റിയാക്കി. വെള്ളിത്തിരയിലെ തിരക്കു കുറഞ്ഞ പല താരങ്ങളുടെയും തിരിച്ചുവരവിനെ സഹായിച്ചതും അണിയറയിൽ ഒളിഞ്ഞിരുന്ന സംഗീതജ്ഞരെയും ഗായകരെയും തിരിച്ചറിയപ്പെടുന്ന ഫിഗറുകളാക്കി തീർത്തതും റിയാലിറ്റി ഷോകൾ തന്നെ.

റിയാലിറ്റി ടെലിവിഷൻ, ജയിച്ചു ജയിച്ചില്ല എന്ന ഉദ്ദേശജനകമായ ഭാവമാണ് മത്സരാർഥി കൾക്കും കാണികൾക്കും സമ്മാനിക്കുന്നത്. ഉയർന്ന വ്യൂവേർഷിപ്പ് നേടാൻ ഇതിലൂടെ ചാനലുകൾക്ക് കഴിയുന്നു. മുൻ സീരിയലുകളിലൂടെ അവർ പ്രയോഗിച്ചതും ഇതുതന്നെയാണ്. റിയാലിറ്റി ഷോ ഒരു വിവാദ വിഷയമാണ് എന്നതിലേറെ, മാറ്റുരുച്ച് സിദ്ധിതെളിയിക്കുകയും പ്രസിദ്ധിനേടുകയും ചെയ്യുന്നതിലൂടെ ഒരുപാട് കലാകാരന്മാരെ അത് വളർത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു എന്നതും സത്യമാണ്. പഴയ തലമുറ ഒരു പുരുഷായുസ്സ് ചെലവഴിച്ചു നേടിയത് ഒരു സീസണിലൂടെ അവർ നേടുന്നു. പ്രസിദ്ധിയുടെ ഈ കുറുക്കുവഴി പുതുതലമുറക്ക് കുഞ്ഞുനാളിലെ സ്വകുടുംബത്തിൽ നിന്നു തന്നെ സമ്മർദ്ദങ്ങൾ ഏറ്റുവാങ്ങാൻ കാരണമാകുന്നുണ്ട്.

ജനപ്രിയ റിയാലിറ്റികളിൽ പലതും മനുഷ്യന്റെ നിത്യജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. വീട്ടുപലഹാരങ്ങൾ മുതൽ നാം ഒരുക്കിയ ഇന്റീരിയർ ഡെക്കറേഷൻ വരെ മത്സര ഇനങ്ങളാണ്. ഭാര്യ-ഭർതൃബന്ധം, ജീവിതരീതികൾ, അഭിരുചികൾ, കൊച്ചുകൊച്ചു ദുഃഖങ്ങൾവരെ മത്സര വിഷയങ്ങളാണ്. നമ്മുടെ കുടുംബങ്ങളെ ടി.വിയുടെ മുനിലിരുത്തിക്കാൻ ഇത് സഹായിക്കുന്നു.

യഥാർഥ ചിത്രീകരണത്തിന് പിന്നിൽ ഒരുപാട് അയഥാർഥ നാട്യങ്ങളും നാടകങ്ങളുമുണ്ട്. സമർഥമായി അവ മറച്ചിരിക്കുമെങ്കിലും എല്ലാം അങ്ങാടി പര്യന്ത്യമാണിത്. മെഗാ സീരിയലിലൂടെ കുടുംബിനികളെ കണ്ണീരിലാഴ്ത്തിയ പൈങ്കിളി, റിയാലിറ്റിയുടെ പുതുരൂപം പുണ്ടിരിക്കുന്നു. സിനിമയിൽ കഥാസന്ദർഭത്തിനനുസരിച്ച് ചിത്രീകരിച്ച ഗാനരംഗങ്ങൾ കണ്ട് കരയാത്ത പ്രേക്ഷകൻ അതേ പാട്ട് മത്സരാർഥിയിലൂടെ പശ്ചാത്തലമൊരുക്കി രംഗത്ത് വരുമ്പോൾ കരഞ്ഞുതുടങ്ങുന്നു.

എസ്.എം.എസ്സുകളും റിയാലിറ്റി ഷോ ബിസിനസ്സും

പരസ്യങ്ങൾക്ക് പുറമെ റേഡിയോ-ടെലിവിഷൻ ചാനലുകളുടെ മുഖ്യവരുമാനം മൊബൈൽ ഫോൺ എസ്.എം.എസ്സുകളാണ്. ചാനലുകളുടെയും മൊബൈൽ കമ്പനികളുടെയും മധ്യവർത്തികളാവട്ടെ റിയൽ എസ്റ്റേറ്റ് മാഫിയകളും. ലഭിക്കുന്ന വരുമാനം മൂന്നായി ഭാഗിക്കുന്നതിൽ മൊബൈൽ കമ്പനികൾ നോർമൽ ചാർജ്ജ് ഈടാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇത്തരം മത്സരങ്ങൾക്ക് അയക്കുന്ന ഓരോ എസ്.എം.എസ്സിനും ആറു രൂപയോളം ഈടാക്കുന്നുണ്ട്. ഉദ്ദേശം എട്ട് ബിലിയൻ ടെക്സ്റ്റ് മെസേജുകൾ ഒരു ദിവസം അയക്കപ്പെടുന്നതായാണ് കണക്ക്. സെക്കന്റിൽ 9200-ഓളം എസ്.എം.എസ് പ്രവഹിക്കുന്നുണ്ട്. 2008-ൽ 50 ശതമാനം വളർച്ച എസ്.എം.എസ് രംഗത്ത് മാത്രമുണ്ടായിട്ടുണ്ട്. കഴി

ഞതവർഷം നൂറ് ബില്യൻ ഡോളറിന്റെ റവന്യൂ വരുമാനം എസ്.എം.എസ് നേടുകയുണ്ടായി. 1994-ൽ ഫിൻലാന്റിലാണ് ആദ്യമായി ഒരാൾ മറ്റൊരാൾക്ക് എസ്.എം.എസ് അയക്കുന്നത്. പതിനാല് കൊല്ലം കഴിയുമ്പോഴേക്കും 100 ബില്യൻ വാർഷിക വരുമാനമുള്ള വ്യവസായമായി അത് മാറി. ഹോളി വുഡ് സിനിമയുടെ വരുമാനവും ലോകത്തുള്ള ആകെ സംഗീത, വീഡിയോ ഗെയ്മുകളുടെ ലാഭവും കൂട്ടിയാൽ 100 ബില്യൻ തികയില്ലെന്നറിയുമ്പോഴാണ് അതിന്റെ വലുപ്പം നമ്മെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തുക. ഹോൺ കാൾ താരിഫ് മത്സരാടിസ്ഥാനത്തിൽ കമ്പനികൾ കുറക്കാൻ നിർബന്ധിതമായപ്പോൾ സ്വാഭാവികമായും എസ്.എം.എസ് ഉപയോഗം കുറയേണ്ടതായിരുന്നു. അവിടെയാണ് റിയാലിറ്റി ഷോകളും എസ്.എം.എസ് ചൂഷണവും വ്യവസായത്തിന് മുതൽ കൂട്ടായത്.

2009-ൽ ഏപ്രിൽ അവസാനത്തിൽ എട്ടോളം യുവതീ യുവാക്കൾ എറണാകുളത്ത് ഒരു പത്രസമ്മേളനം വിളിച്ചു. പത്തോളം ഫൈനൽ റൗണ്ട് മത്സരാർഥികളിൽ നിന്നുള്ളവരായിരുന്നു അവർ. മൂന്നാം സ്ഥാനം നേടിയ ലക്ഷ്മിയുടെ പേരിൽ ആഴ്ചകൾക്ക് മുമ്പേ വിധി നിർണ്ണയം കഴിഞ്ഞ പ്രോഗ്രാമിന് ജയിപ്പിക്കാൻ എസ്.എം.എസ് വോട്ട് അഭ്യർഥന നടത്തിയതിന്റെ കളങ്കളി പറഞ്ഞു കൊണ്ടായിരുന്നു പത്രസമ്മേളനം. കാമറക്ക് മുന്നിൽ അവർ നൽകിയ ഡിവിഡി പ്ലെയർ പോലും കാലി ബോക്സായിരുന്നുവത്രേ. പരിപാടി കൊഴിപ്പിക്കാൻ ഒരുക്കിയ കോസ്റ്റുമിന്റെ കാൾ നൽകു മെന്ന വാഗ്ദാനവും ലംഘിക്കപ്പെട്ടു. മിക്കവരോടും എൻട്രിടെയിൽ കരാർ എഴുതി വാങ്ങുന്നതി നാൽ പരാതിപ്പെടാൻ അവസരം നഷ്ടപ്പെടുന്നു. ഇതിലൂടെ വിജയികൾക്ക് തന്റെ മാർക്കറ്റ് കുറ യുന്നതിന് മുമ്പ് മുമ്പ് കൊല്ലത്തിനിടയിൽ മറ്റു രംഗത്ത് പ്രത്യക്ഷപ്പെടാനുള്ള അവകാശവും നിഷേ ഷിക്കപ്പെടുന്നു.

ജാതി, മതം, വൈകല്യം, വർണം, സൗന്ദര്യം, നാട്, പ്രദേശം തുടങ്ങി ചൂഷണം ചെയ്യാൻ സാധ്യതകളുള്ള എല്ലാ വൈകാരികാവസ്ഥകളും ഇവിടെ ചൂഷണം ചെയ്യപ്പെടുന്നു. അവസാന റൗണ്ട് വരെ അവരെ വലിച്ചു നീട്ടുന്നതും ഒരു റിയാലിറ്റിയാണ്. ഇത് തിരിച്ചറിഞ്ഞാണ് 'സരിഗമ' എന്ന റിയാലിറ്റി ഷോയുടെ അവതാരകനും പ്രശസ്ത ഗായകനുമായ സോനു നീഗം പോലും നവ റിയാ ലിറ്റിയുടെ ആത്മാർത്ഥതയെ ചോദ്യം ചെയ്യുന്നത്. മണിചെയ്ൻ, നെറ്റ്വർക്ക് മാർക്കറ്റിംഗ് തട്ടിപ്പു കളെ ക്രിയാത്മകമായി നേരിട്ട ഇസ്ലാമിക പ്രസ്ഥാനത്തിന് ലോകസമൂഹത്തെ ഒന്നായി കൊള്ളയ ടിക്കുന്ന നവ ഇലക്ട്രോണിക് മീഡിയ മുതലാളിത്തം, സാംസ്കാരിക അധിനിവേശവും പണച്ചൂ ഷണവും നടത്തുന്നത് കണ്ടില്ലെന്ന് നടിക്കാനാവില്ല. മീഡിയ മുതലാളിത്തം പച്ചയായി മനുഷ്യരെ പകൽകൊള്ള നടത്തുമ്പോൾ നമ്മുടെ അടുക്കളയിലെ പെണ്ണുങ്ങളും നമ്മെ തീറ്റിപ്പോറ്റുന്ന ഗൾഫ് മലയാളികളുമാണ് ഇതിലെ ഇരകൾ എന്നത് നമ്മെ നടുക്കേണ്ടതാണ്.

റിയാലിറ്റി ടെലിവിഷൻ തുടക്കവും വർത്തമാനവും

മൂന്നാസ്യത്രണമില്ലാത്ത പ്രത്യേക ഘടനയോട് കൂടിയ, നാടകീയ മുഹൂർത്തങ്ങളൊരുക്കി നർമ്മവും ജിജ്ഞാസയും ഉൽപാദിപ്പിച്ച് ജനപങ്കാളിത്തത്തോടെസംഭവ മുഹൂർത്തങ്ങൾ കൂട്ടിയിണക്കി 2000-മുതൽ രൂപപ്പെടുവന്ന ഒരു ടെലിവിഷൻ പ്രോഗ്രാമാണ് റിയാലിറ്റി ഷോ. സ്പോർട്സ്, ന്യൂസ് തുടങ്ങിയ അകൽപിത രൂപങ്ങൾ ഇതിൽപെടില്ല.

1947-ൽ അലൻ ഫെറ്റ്, കാൻഡിഡ് മൈക്രോഫോൺ (Candid Microphone) എന്ന റേഡിയോ ഷോ ജനങ്ങളുടെ ഇടയിൽ ചെന്ന് റിക്കോർഡ് ചെയ്തെടുത്ത് സംപ്രേഷണം ചെയ്തു. 1948-ൽ അദ്ദേഹം തന്നെ അതേ ചുവട് പിടിച്ച് ജനങ്ങളുടെ അപ്രതീക്ഷിത ഭാവങ്ങളും ചെയ്തികളും കാമ റയിൽ പകർത്തി കാൻഡിഡ് കാമറ (Candid Camera) എന്ന പേരിൽ ടെലിവിഷൻ പരിപാടിയായി അവതരിപ്പിച്ചു. ഇവ റിയാലിറ്റി ഷോയുടെ തുടക്കമായി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. അതല്ല 1930-ൽ സോപ്പ് ഒപ്പേറാ (Soap Opera) എന്ന 15 മിനിറ്റ് റേഡിയോ ഷോയാണ് ആദ്യത്തേത് എന്നും വാദമുണ്ട്. മധ്യ വർഗ കുടുംബമായിരുന്നു ഇതിൽ ലക്ഷ്യമിട്ടിരുന്നത്. സോപ്പ് കമ്പനിയായിരുന്നു അതിന്റെ പ്രായോ ജകർ.

റിയാലിറ്റി ഷോ ഇന്ത്യയിൽ ആവേശമാകുന്നത് 'ചാനൽ വി'യുടെ അഞ്ച് ചെറുഗായകരുടെ സമ്മേളനം കൊണ്ടാണ്. അവരുടെ വിജയ-പരാജയങ്ങൾ ആസ്റ്റോദവും കൂട്ടകരച്ചിലും സൃഷ്ടിച്ചു. ഷോയാകട്ടെ വൻ വിജയമായി. ചാനൽ മുതലാളിമാർ ഒളിഞ്ഞിരിക്കുന്ന വ്യാപാര സാധ്യത തിരിച്ച റിയാൻ താമസിച്ചില്ല. തുടർന്ന് സൂപ്പർ സ്റ്റാർ അമിതാബച്ചൻ അവതരിപ്പിച്ച 'കോൻ ബനേഗാ ക്രോർപതി' എന്ന കിസ് മത്സരം വൻ വിജയമായി. Who Want To be A Millionaire എന്നതിന്റെ

കോപ്പിയടിയായിരുന്നു അത്. സിനിമയിലും വ്യാപാരത്തിലും തകർന്നു കഴിയുകയായിരുന്ന ബച്ചന്റെ റിയാലിറ്റി ഷോകളുടെ ഉയർത്തപ്പെടുന്നതാണ് പിന്നീട് സംഭവിക്കുന്നത്. റിയാലിറ്റി ഷോകൾ ലോകത്താകെ ടെലിവിഷൻ കമ്പനികളുടെ രൂപവും ഘടനയും മാറ്റിമറിച്ചു. കൂടെ ജനങ്ങളുടെ അഭിരുചികളും. കണ്ണൂരിൽ സിരിയലുകൾ അപ്രസക്ത സമയങ്ങളിലേക്ക് മാറ്റപ്പെട്ടു. ഹിന്ദിയിൽ കുനൻ ഗഞ്ചാവല, സുനിധി ചൗഹാൻ, ശ്രേയ ഗോസായി, അനുഷ്ക തുടങ്ങിയവർ പ്രസിദ്ധരായി.

റിയാലിറ്റി ഷോയും മിഡിലീസ്റ്റ് സംഭവങ്ങളും

ഇറാഖ് കലാപത്തിന്റെ തുടക്കം, ഈജിപ്തിലെ ഇലക്ഷൻ, കുവൈത്തിലെ രാഷ്ട്രീയ സ്ത്രീശാക്തീകരണം, ലബനാനിലെ രാഷ്ട്രീയ കൊലപാതകവും അറബ്-ഇസ്രയേൽ പോരാട്ടവും തുടങ്ങി ഏറെ രാഷ്ട്രീയ ബഹളമയമായ കാലഘട്ടത്തിലെ പാൻ-അറേബ്യൻ ജനസമൂഹത്തെ റിയാലിറ്റി ഷോ അധിനിവേശിക്കുന്നു. അറബ്-യൂറോപ്യൻ ബന്ധവും രാഷ്ട്രീയ-സാമൂഹിക ചുറ്റുപാടുകളും പ്രശ്നപങ്കിലമാക്കിക്കൊണ്ടും മതപരവും സാംസ്കാരികവും ധാർമികവുമായ മൂല്യങ്ങളെ ബലി കഴിച്ചുകൊണ്ടും അറബികൾക്കിടയിൽ റിയാലിറ്റി ഷോ കാലുറപ്പിച്ചു.

സൂപ്പർ സ്റ്റാർ അൽ-റായിസ് (Al-Ra'is), Star Academy തുടങ്ങിയ വിവാദ റിയാലിറ്റി ഷോകൾ 2004-'05 കാലഘട്ടത്തിലാണ് ആരംഭിക്കുന്നത്. American Idol ന്റെയോ Pop Idolന്റേയോ മറപിടിച്ച് സൂപ്പർ സ്റ്റാറും Fame Academy അനുകരിച്ച് Star Academy യും Big Brother മോഡലാക്കി അൽ-റായിസും രംഗത്തെത്തി. പരിപാടികൾ വൻ ഹിറ്റായി. ബഹ്റൈനിലെ തെരുവിൽ വെച്ച് രണ്ടു യുവതീ യുവാക്കളുടെ ചുംബന രംഗം ചിത്രീകരിച്ചുവന്ന അൽ-റായിസാകട്ടെ ശക്തമായ എതിർപ്പിനെ തുടർന്ന് രണ്ടാഴ്ച കൊണ്ട് നിർത്തിവെക്കേണ്ടിവന്നു. ഏറ്റവും രസകരമായ വസ്തുത എസ്.എം. എസ് വോട്ടിംഗിലൂടെയുള്ള തെരഞ്ഞെടുപ്പ് അറബികളുടെ രാജവാഴ്ചക്കെതിരെയുള്ള പരിഹാസമായി വ്യാഖ്യാനിക്കപ്പെട്ടു എന്നതാണ്. ജനാധിപത്യ രീതിയെന്തെന്നറിയാത്ത അറബ് സമൂഹത്തെ വോട്ടിംഗ് പഠിപ്പിക്കുകയാണത്രെ ഇതിലൂടെ സായിപ്പ് ചെയ്തത്. തുടർന്നുള്ള സംഭവങ്ങളാകട്ടെ അറബികളുടെ അനൈക്യത്തിന് വിത്ത് പാകുകയായിരുന്നു. അവസാന റൗണ്ട് മത്സരാർഥികൾ മൂന്ന് പേർ. ഒരു ജോർദാനിയൻ യുവതിയും ഒരു ലബനാൻകാരനും സിറിയക്കാരനും. ലബനാനി പുറത്തായപ്പോൾ ബൈറൂത്തിൽ പ്രതിഷേധം കൊടുങ്കാറ്റായി, സിറിയയുടെ രാഷ്ട്രീയ ഇടപെടലായി ആരോപിക്കപ്പെട്ടു. പരസ്പരമുള്ള കുറ്റപ്പെടുത്തലുകളുടെ പെരുമഴ. ആരോഗ്യകരമായ സഹകരണ ഉടമ്പടിയുള്ള ഗൾഫ് കൗൺസിൽ അംഗരാഷ്ട്രങ്ങളായ ബഹ്റൈൻ, കുവൈത്ത്, ഒമാൻ, ഖത്തർ, സുൽതാനി അറേബ്യ, യു.എ.ഇ തുടങ്ങിയ നാടുകളിൽ അസ്വാഭാവികങ്ങളായി. അവശേഷിക്കുന്ന നാടുകളിലെ മത്സരാർഥികൾ അവരുടെ ദേശീയ വികാരമായി, രാജ്യസന്ദേശവും വംശീയതയും രക്തയമനികളിൽ ആവേശം നിറച്ചു. ചാനലുകാരൻ മില്യൂണുകൾ വാരിക്കൂട്ടി. ഉദ്ദേശം 30 മില്യൻ പേർ പരിപാടി കണ്ടതായി കണക്കാക്കപ്പെടുന്നു. 4.8 മില്യൻ എസ്.എം.എസ് വോട്ടുകൾ പ്രവഹിച്ചു. അധിനിവേശ സേന ഇറാഖിലും അഫ്ഗാനിസ്ഥാനിലും മുസ്ലിംകളെ വേട്ടയാടുമ്പോഴാണ് വീണവായന എന്നോർക്കുക. 52 ശതമാനം വോട്ടോടെ ജോർദാൻകാരി ഡയാന കാരസോൻ (Diana Carozon) വിജയിച്ചു. ജോർദാനിലെ ഇസ്ലാമിക് ബ്രദർഹുഡ് നേതൃത്വത്തിലുള്ള ആക്ഷൻ ഫ്രണ്ട് ഇതിൽ ശക്തമായി പ്രതികരിച്ചു.

വിധി വൈപരീത്യമെന്ന് പറയട്ടെ സൂപ്പർ സ്റ്റാർ11-ൽ സൽഫിത്ത് അമ്മാർ ഹസ്സനാണ് വിജയിച്ചത്. ഫലസ്തീനികളോടുള്ള അറബികളുടെ പൊതുവികാരത്തെ ഇത് സൂചിപ്പിക്കുന്നു. ഹമാസ് ഈ വിജയത്തോട് പ്രതികരിച്ചതാകട്ടെ ഇങ്ങനെയാണ്: “നമ്മുടെ ജനതക്ക് പ്രതിരോധം തീർക്കുന്ന പോരാളിയെയാണ് ആവശ്യം. രാഷ്ട്രത്തെ കെട്ടിപ്പടുക്കുന്നവരെയും, അല്ലാതെ പാട്ടുകാരെയും അഴിമതി കച്ചവടക്കാരെയും അധാർമികതയുടെ വക്കീലിനെ യുമല്ല.”

മീഡിയ സാധീനവും പ്രതിവിധിയും

ഏറെ വിദ്യാഭ്യാസമില്ലാത്ത പരയപ്പെടുന്ന സമൂഹം പോലും മീഡിയ വളർത്തുന്ന വൈകാരിക സാധീനത്തിനടിപ്പെടുന്നുവെന്നത് ലോകത്തിന്റെ രാഷ്ട്രീയ സാംസ്കാരിക രംഗം സൂക്ഷ്മമായി പഠിച്ചാൽ തിരിച്ചറിയാൻ എളുപ്പമാണ്. ലോക റെസ്പോൺസ് ഫെഡറേഷൻ പൂർവ്വ ചാവ്യൻ ജെസ്സി വെന്റൂരോ രണ്ടു മുഖ്യധാര പാർട്ടികളുടെ പ്രമുഖരെ അട്ടിമറിച്ചാണ് മിസോട്ട ഗവർണ്ണറായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ടത്. 2001-ലെ ഭീകരാക്രമണത്തിന്റെ ഭീതിയിൽ കഴിയുന്ന അമേരിക്കൻ ജനത

കാലിഫോർണിയാ ഗവർണ്ണറായി തിരഞ്ഞെടുത്തത് ഹോളിവുഡ് ആക്ടർ ഹീറോയും മിസ്റ്റർ യൂനിവേഴ്സ് ചാമ്പ്യനും ആസ്ക്രിയൻ വംശജനുമായ Arnold Schwarzenegger റെയായിരുന്നു.

പിന്നെ ഇന്ത്യ പോലുള്ള വൈകാരിക മനസ്സ് പൈതൃകമായുള്ള സമൂഹത്തിന്റെ അവസ്ഥ പറയേണ്ടതില്ലല്ലോ. കേവലം രണ്ട് എം.പിമാരുമായി കഴിഞ്ഞ ഇന്ത്യയിലെ സംഘ് പരിവാർ അധികാരത്തിന്റെ രൂപീകൃതത്ത് 'രാമായണം-മഹാഭാരതം' സീരിയലുകളുണ്ടാക്കിയ ഹിന്ദുത്വബോധം വഴിയായിരുന്നു. കാക്കത്തൊള്ളായിരം ദൈവങ്ങളും ജാതി ഉപജാതികളും അയിത്തവും തീണ്ടലുകളുമായി വിഭിന്ന ഭാഷ-ദേശാ വിഭാഗമായി കഴിഞ്ഞിരുന്ന ഒരു സമൂഹത്തിലാണ് ഇത് സംഭവിച്ചതെന്ന് ഓർക്കുക. ■

najidaadlraja@gmail.com