புதிய கலாச்சாரம்

வெளியீடு

BIGG BOSS

14 பிரபலங்கள், 30 கேமராக்கள், 100 நாட்கள், ஒரே வீட்டில்

ஒரு பிக் பாஸ்
ஒரு கோடி அடிமைகள்

ஒரு பிக் பாஸ்
ஒரு கோடி அடிமைகள்

புதிய
கலாச்சாரம்

வெளியீடு எண் : 27

தலைப்பு :
ஒரு பிக் பாஸ் - ஒரு கோடி அடிமைகள்

புதிய கலாச்சாரம், வினவு கட்டுரைகள்

பதிப்பு : *செப்டம்பர் 2017*

வெளியிடுவோர் :
புதிய கலாச்சாரம்,
மக்கள் கலை இலக்கியக் கழகம்,
122, நேரு பூங்கா (கு.மா.வா. குடியிருப்பு)
பூந்தமல்லி நெடுஞ்சாலை
சென்னை - 600 084.

தொலைபேசி :
99411 75876, 97100 82506

மின்னஞ்சல் :
vinavu@gmail.com
pukatn@gmail.com

இணைய தளம் : www.vinavu.com

அச்சு : *எழில் பிரிண்ட்ஸ், சென்னை - 24*

வடிவமைப்பு : *மு.துரை*

விலை ரூ. 20.00

கோபம், அன்பு, கண்ணீர், இரக்கம் - இவையெல்லாம் மனித உணர்ச்சிகள். உணர்ச்சி என்பது எந்திரங்களுக்கோ விலங்குகளுக்கோ சாத்தியமற்றது. சமூக விலங்காக மாறியதன் காரணமாக மனிதனுக்கு மட்டுமே சாத்தியமானது.

மேட்ரிக்ஸ் படத்தில் மனிதர்களின் உணர்ச்சிவயப்படுதலை முட்டாள்தனம் என்று எந்திர மனிதர்களான ரோபோக்கள் கேலி செய்யும். இன்றைக்கு நம்முடைய உணர்ச்சிகளை ஆளும் முதலாளித்துவ ஊடகங்கள், அந்த ரோபோக்களின் கூற்றை உண்மையாக்கி வருகின்றன.

ரேசன் அரிசிக்காக நடையாய் நடப்பவனை, கோடீஸ்வரன் ஆகலாம் என்று விஜய் டிவி கண் சிமிட்டி அழைக்கின்றது. பாத்ரூம் பாடகர்கள் பார் போற்றும் பாடகராகலாம் என சூப்பர் சிங்கர் நிகழ்ச்சி நம்மை நம்ப வைக்கிறது. பக்கத்து வீட்டு படுக்கையறை விவகாரங்களை எட்டிப்பார்க்க அழைக்கிறது, சொல்வதெல்லாம் உண்மை.

அமீர்கானின் சத்யமேவ ஜெயதே இந்தியாவின் மிகப்பெரிய மாற்றங்களை கொண்டு வந்த அரங்க நிகழ்வு என்று வாசகர் கடிதங்கள் குவிகின்றன. டி.வி சீரியல்களின் குடும்பச் சண்டைகளை ஆர்வத்துடன் பின்தொடரும் அனிச்சை விலங்குகளாக மக்களை மாற்றிவிட்டன தொலைக்காட்சிகள்.

அரசியலிலும் சமூகத்திலும் பல வில்லன்கள், வில்லிகள் நம்மை அழுத்திக் கொண்டிருக்கிறார்கள். பிக் பாஸ் ஜெயலலிதா செத்துப்போனதன் விளைவாக, அவரது வாரிசுகள் போடும் சண்டையில் நாடே நாறிக்கொண்டிருக்கிறது. இது நம்மைக் கொள்ளையிடும் அதிகாரத்தைப் பங்கு போட்டுக் கொள்வதற்காக அவர்கள் நடத்திக் கொண்டிருக்கும் யுத்தம்.

அரசியல் ஈடுபாடற்ற பாமரர்கள் விஜய் டிவியின் பிக் பாஸை பார்த்துக் கொண்டிருக்க, அரசியல் ஆர்வலர்கள் எல்லா சேனல்களிலும் அன்றாடம் ஒளிபரப்பாகிக் கொண்டிருக்கும் யார் எந்த அணிக்கு தாவுவார்கள் என்ற கேவலத்தில் தம்மையும் அறியாமல் மூழ்கடிக்கப்பட்டு வருகிறார்கள்.

எதார்த்தம் சார்ந்த நிகழ்ச்சிகள் என்று அழைக்கப்படும் ரியாலிட்டி ஷோ-க்கள், நம்மை மெய்யுலகில் இருந்து துண்டிக்கின்றன. மெய்யுலகில் நடைபெறும் அ.தி.மு.க கொள்ளைக்கூட்ட மோதலோ, மெல்ல மெல்ல ஒரு ரியாலிட்டி ஷோவாக மாறிவருகிறது.

நிழலை நிஜமாகக் கருதி கண்ணீர் விடுவதற்கும், நிஜத்தை நிழலெனக் கருதி சிரிப்பதற்கும் பழக்கப்படுத்தப்படுகிறோம். மெல்ல மனிதத் தன்மையை மறந்து வருகிறோம்.

ரியாலிட்டி ஷோக்களின் உளவியலை ஆய்வு செய்து மக்களை எழுப்ப முயல்கிறது இந்த வெளியீடு!

தோழமையுடன்
புதிய கலாச்சாரம்.

பொருளடக்கம்

கோடீஸ்வரன் மூளை தயார் முண்டங்கள் தயாரா?	5
ரோல்ப் ஹாரிஸ் : குழந்தைகளை சிதைத்த டிவி பிரபலம்	11
என்.டி.டிவி - ஏ.சி நீல்சன் : கல்லாப் பெட்டிச் சண்டை!	16
சத்யமேவ ஜெயதே : அமீர்கானின் SMS புரட்சி!	26
டிவி சீரியல்கள் எப்படித் தயாராகின்றன?	37
சூப்பர் சிங்கர் : தமிழகத்தின் மாபெரும் உணர்ச்சிச் சுரண்டல்	46
சொல்வதெல்லாம் பொய்! செய்வதெல்லாம் ஃபிராடு!!	56
பிக்பாஸ் வீட்டில் நீங்கள் இல்லாமலா?	64
ஓவியாதான் பத்ரி சேஷாத்ரி ! காயத்ரிதான் ஹெச்.ராஜா!!	71

கோடீஸ்வரன்:
மூளை தயார் முண்டங்கள் தயாரா?

இவை கேள்விகளே அல்ல, ''மலிவான தகவல் சரக்குகள்''. இதனுடைய பங்கேற்பாளர்களின் சமூக அக்கறை வெளிப்படும் தருணம் ஒரு ஆயுள் முழுக்க சிரிப்பதற்கு தகுதியுள்ளது.

இந்தியாவின் தனியார் தொலைக்காட்சிகள், அறியாமை அரக்கனை அழித்திட இந்த நூற்றாண்டின் மின்னணு யுகத்தில் ''அறிவு அவதாரம்'' எடுத்து ஓங்கி நிற்கின்றன. அடித்துக் கொண்டு வரும் அத்தனை அலைவரிசைகளிலும் அறிவை வளர்க்கும்(!) நோக்கமே நீக்கமற நிறைந்திருக்கிறது. மக்கள் கூட்டத்தை மேம்படுத்த மேனிகளைத்துப் பாடுபட்டவர்கள் இப்போது இறுதியாக ஓர் உத்தியைக் கண்டு பிடித்திருக்கிறார்கள்.

ஒவ்வொரு தனிமனிதனுக்கும் அறிவின்(!) அடிப்படையில் கோடிகளைக் கொட்டிக் கொடுத்து அவனை எப்படியாவது உயர் சமூகநிலைக்குக் கொண்டு வந்து விடுவது என்பதுதான் அது. ஓர் ஐந்தாண்டு திட்டத்தை விடப் பொறுப்புணர்வோடும் இலக்குத் துல்லியத்தோடும் ''அலைவரிசை முதலாளிகள்'' அறிவை சகாய விலையில் சாமானியர்களுக்கும் கிடைக்கச் செய்கிறார்கள். ஸ்டார் டிவி (குரோர் பதி), ஜி.டி.வி (சவால் தஸ் குரோர்கா), சன்டிவி (கோடீஸ்வரன்) என்பவையே அந்த அறிவின் அவதாரங்கள்.

ஏன் இந்தத் திடீர் அறிவுப் புரட்சியை தனியார் அலைவரிசைகள் பிடித்துக் கொண்டன? இதன் பின்னணி மிகவும் வஞ்சகமானதும், அதே நேரத்தில் கூர்ந்து ஆய்வு செய்யப்பட வேண்டிய அளவுக்கு அடிஆழத்தில் ஆபத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதுமாகும்.

உண்மையில் அறிவு என்பது இந்த ''கோடி ரூபாய் சூதாட்டங்கள்'' ஏற்படுத்தும் கருத்துதானா? இல்லை; அறிவின் ''நடைவண்டி நிலையோடு'' இவர்களுடைய நிகழ்ச்சிகள் ஒய்ந்து விடுகின்றன. இந்த நிகழ்ச்சிகளின் கருத்தமைவின் படி, ஒரு கேள்விக்கு சரி, தவறு என்று விடை சொல்வது அல்லது நான்கு விடைகளில் பொருத்தமான ஒன்றைப் பொறுக்கி எடுப்பது இதைத்தான் நாம் அறிவின் நடைவண்டி நிலை என்கிறோம்.

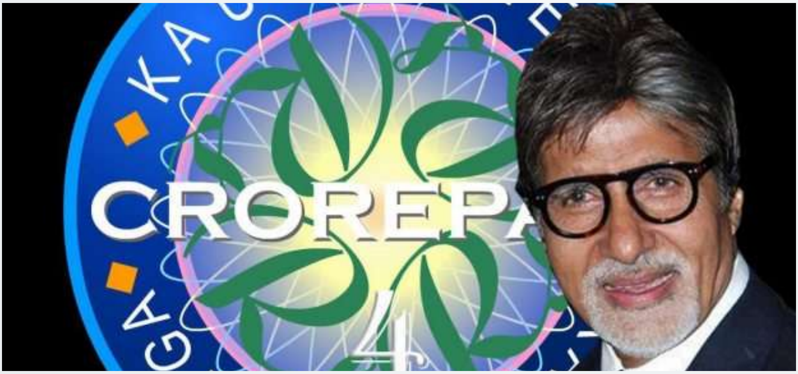
தகவல்களைப் பதிவு செய்து சேமித்து வைப்பது மூளையின் ஒரு பணி. ஆகவே அதை அப்படியே உரிய நேரத்தில் உதிர்ப்பது என்பதை ஒரு சாதாரண கணிப்பொறியே செய்து விட முடியும். மனித மூளையை இதை விட மகத்தான முறையில் வீணடிக்க முடியாது.

அறிவு என்பது ஒவ்வொரு கால கட்டத்தில் ஒவ்வொரு நாட்டுச் சூழலுக்கேற்ப ஒவ்வொரு விதமாய்க் கற்பிதம் செய்யப்பட்டு வந்திருக்கிறது. சான்றாக அரசனுக்கு போர், அரசனின் நலம் பற்றி மட்டுமே அறிவுரை வழங்கிய அதிகார மையச் சார்புடைய ஒன்றும் அறிவு என வழங்கப்பட்டிருக்கிறது. சிறந்த உள்ளர்த்தம் பொதிந்த செய்யுள்கள் (குறிப்பாக வெண்பா) இயற்றுவது என்பதும் அறிவாளியைத் தீர்மானிக்கும் அளவு கோலாக இருந்திருக்கிறது.

முகலாயப் பேரரசின் காலகட்டத்தில் சிறந்த ''சதுரங்க ஆட்டக்காரரே அறிவாளி'' என்கிற கருத்துக்கள் நிலவியதுண்டு. 15-ஆம் நூற்றாண்டுக்குப் பிறகு தமிழர் வாழும் பகுதிகளில், ''கவனகர்கள்'' (பதின், பதினெண்) மிகப்பெரிய அறிவாளிகளாக தங்கள் மனப்பாட சக்தியால் மரியாதை பெற்றதுண்டு.

வெள்ளைக்காரர்களின் காலனிய ஆட்சியில் அவர்களின் குமாஸ்தாக் கல்வியின் மனப்பாடக் கிளிகளாக விளங்கியவர்கள் மிகப்பெரிய

அமிதாப்பச்சனுக்கும் அறிவுக்கும் என்ன சம்பந்தம்?



அறிவாளிகளாகப் பட்டங்களோடு பவனி வந்திருக்கிறார்கள். சான்று ஜஸ்டிஸ், ராவ்பகதூர், திவான் பகதூர், சர் போன்றவை.

இதன் தொடர்ச்சியாக இன்று ஒரு கேள்விக்கு விரைவாக விடை சொல்லும் ஒரு நபரை அறிவாளி என மின் ஊடகங்கள் முன் மொழிய காகித ஊடகங்கள் வழிமொழிகின்றன. இன்றைய சமூகவியல் வரையறுப்பின்படி அறிவு என்பது நான்கு கூறுகளை உடையது அவை,

1. தகவல்களைப் புலன் வழி உணர்ந்து பதிவு செய்தல்

2. அவற்றை எண்ணங்களாக, சிந்தனைகளாக மாற்றுதல்

3. சிந்தனைகளின் வழி சூழலுக்குத் தகவமைதல் - தகவமைத்தல்

4. கடந்த அனுபவங்களில் இருந்து நிகழ்வுக்குப் பாடமும் எதிர்கால முன்னகர்வுக்கு தர்க்கபூர்வமான ஊகங்களை மேற்கொள்ளல். செயல்பட உந்துதல்.

ஆனால் இந்த தகவல் திமிர் பிடித்த சூதாட்டமோ இவற்றின் தொடக்க நிலைத் தகுதியான தகவல்களைப் பதிவு செய்து கொண்டு அவற்றை உதிர்ப்பது என்பதை மட்டுமே அறிவுத் திரவத்தின் உச்சபட்ச கொதிநிலை என்கிறது. அதற்கான சூதாட்டப் பரிசு பார்வையாளர்களிலோ, அல்லது பங்கேற்பாளர்களிலோ உள்ள சமூகவியல் தெளிவு உள்ளவர்களையும் ஈர்க்குச்சியைத் துடுப்பாகப் பயன்படுத்த நிர்ப்பந்திக்கிறது.

இதன் இன்னொரு சகிக்க முடியாத விளைவு சில மீடியா பண்டிதர்கள் இந்நிகழ்ச்சிகளுக்கு கேள்வி பதில் தயாரித்து தரும் சூதாட்டத் தரகர்களாக மாறியிருப்பதுதான். இந்தத் தரகு வேலைக்கு அறிவின் பேரால் கோடிகள் கொட்டிக் கொடுக்கப்படுகின்றன. (சில தினமணி, இந்து வாசகர்கள் அதிலும் காலாவதியான தகவல்களைச் சுட்டிக் காட்டி தங்கள் அறிவின் அபாரத்தை மெச்சி தங்கள் முதுகைத் தாங்களே தட்டிக்கொள்கிறார்கள்.)

கடந்த சில ஆண்டுகளாகவே அழகிப் போட்டிகளின் வருகையை உச்சி மோந்து உயிர்சிலிப்பவர்கள், அப்போட்டிகளில் அறிவுக்கும் போதுமான அளவுக்கு இடம் அளிக்கப்படுகிறது என்றார்கள் (இங்கே அறிவின் பணயமாக வக்கிரம் காப்பாற்றப்படுவதைக் கவனிக்கவும்). அந்த நான்கே நான்கு கேள்விகள் எப்படி அழகியின் அறிவைத் தீர்மானிக்கப் போதுமானவை என்ற கேள்வியை சில காகிதப் புலிகளும் (வணிகப் பத்திரிகையாளர்கள்) கேட்டிருந்தார்கள்.

ஆனால் இன்றைக்கோ அறிவின் பெயராலேயே நடத்தப்படும் இப்போட்டிகள் குறித்து கொட்டாவி விடக்கூட வாய்திறக்க

மறுக்கிறார்கள் இந்த மீடியாப் பண்டிதர்கள். ஒருவேளை வாய்திறந்தால் அதுவும் அறிவின் அவதாரம் பற்றிய கதாகாலட்சேபமாக இருக்கிறது.

இதில் சுவாரஸ்யமான இன்னொரு விஷயம் இந்நிகழ்ச்சிகளின் நடத்துநர்கள் அனைவருமே முன்னாள், இந்நாள் நட்சத்திரங்கள்.

நட்சத்திரங்களைக் காட்டி நடைபெறும் இந்தச் சூதாட்டத்திற்கான பொருளாதாரம் விளம்பர நிறுவனங்களிடம் இருந்து வசூலிக்கப் படுகின்றன. விளம்பர நிறுவனங்கள் பார்வையாளர்கள் அல்லது நுகர்வோர்களிடமிருந்து பல்முனை ஏய்ப்புகளின் மூலம் சூறையாடி விடுகிறார்கள். இந்த நிகழ்ச்சித் தயாரிப்பாளர்களையும் விளம்பர நிறுவனங்களையும் பொறுத்த வரை மக்கள் வெறும் பார்வையாளர் களும், நுகர்வோர்களும் மட்டுமே.

அவர்களுக்கென தனித்த வாழ்க்கை அலுவல், பிரச்சினைகள் என எதுவுமே இருக்காது. இருக்கவும் அனுமதியில்லை. பார்வையாளர்களின் மனத்தில் எப்போதும் ரீங்கரித்துக் கொண்டே இருக்கும் ஒரு குரல் (விளம்பரங்களில் ஒலிக்கும் கட்டையான குரல்) ‘‘மெகா சீரியல்களில் இருந்து உங்களுக்கு விடுதலை இதோ பளிச்சிடும் வெண்மையில் சூதாட்டம்’’ என்பதுதான் அது.

நட்சத்திர நடிகர்களைத் துண்டில் புழுக்களாக்கி மீன்களை (மக்களை) தங்கள் குடுவைக்குள் சேகரிக்கிறார்கள் வியாபாரிகள். மத்தியதர வர்க்க மக்களுக்குத் தெரியுமா துண்டில் புழுக்கள் மீனுக்கு இலவசம் அல்ல என்று?

நட்சத்திரங்களைக் காட்டி நடைபெறும் இந்தச் சூதாட்டத்திற்கான பொருளாதாரம் விளம்பர நிறுவனங்களிடம் இருந்து வசூலிக்கப்படுகின்றன.

இந்த நிகழ்ச்சிகளில் கேட்கப்படும் கேள்விகள் ஒரு தனிமனிதனின் மனப்பாடச் சக்தியை நினைவாற்றலைப் பரிசோதிப்பதாக மட்டுமே அமைந்து விடுகின்றன. சான்றாக கல்பனா சாவ்லா எந்த மாநிலத் தைச் சேர்ந்தவர் என்பதாகக் கேட்கப்பட்டு விடைகளில் ஒன்றை பொறுக்கி எடுக்கும் படி கேட்டுக் கொள்ளப்படுகிறார். இது தகவலா கத் தொடங்கி தகவலாக மட்டுமே முடிவடைகிறது.

இதையே இந்தியாவில் அதிகமான மக்களால் உண்ணப்படும் அரிசி, கோதுமை ரகம் எது என்று அமைப்பார்களேயானால் அதற்கான விடையைச் சொல்கிற ஒரு பங்கேற்பாளர் ஒரு கூட்டிணைவான பண் பாட்டு அம்சத்தை விளங்கிக் கொண்டவராக ஆகிறார். இதன் மூலம் அவர் அறிவும் சமூகமயப் படுத்தப்பட்டிருக்கிறது எனலாம்.

இதேபோல் தான், மக்களின் உடை ரசனை, பொழுதுபோக்கு சுற்றுலா, நிலவியல், உளவியல், வரலாறு பற்றிய சமூகமயப்படுத்தப் பட்ட கோணங்களில் கேள்விகள் இல்லை. ஆமணக்கு விதையைப் போல் மேலிருந்து தன் நிழலிலேயே விழுந்து விளையாமல் போகின் றன கேள்விகள். ஓர் இலவம் பஞ்சு போல் தனக்குரிய முளைப்பிடம் தேடிப் பறக்க வேண்டாமா? இவை கேள்விகளே அல்ல, ''மலிவான தகவல் சரக்குகள்''. இதனுடைய பங்கேற்பாளர்களின் சமூக அக்கறை வெளிப்படும் தருணம் ஒரு ஆயுள் முழுக்க சிரிப்பதற்கு தகுதியுள்ளது.

அது என்னவெனில் ஒருகோடிருபாய் பரிசு கிடைத்தால் என்ன செய் வீர்கள் என்ற கேள்விக்கு மென்பொருள் நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்து சமூக முன்னேற்றத்திற்கு வழிவகுப்பேன் என்பதும், அதே போல் யாருடன் விருந்து சாப்பிட விருப்பம் என்பதற்கு மறக்கா மல் 'கம்ப்யூட்டர் கடவுள் பில்கேட்ஸ்' என எழுத்துப் பிசகாமல் சொல்வதும், பொருளாதாரத்தில் பின் தங்கிய மாணவர்களுக்கு கல் விக்காக உதவுவது (இதில் இடஒதுக்கீடு என்பதற்கு மறைமுகமான எதிர்ப்பு பதிவு செய்யப்படுவது கவனிக்கத்தக்கது) என்பது போன்ற ''தர்மகர்த்தா சோசலிசத்தை'' அவிழ்த்து விட்டுத் தங்களின் மேட்டி மையைக் காட்டிக் கொள்கிறார்கள். இதற்கும் அழகிப் போட்டியில் அழகிகள் கூறும் விடைகளுக்கும் என்ன பெரிய வேறுபாடு உள்ளது? அது அழகின் பேரால் அபத்தம்; இது அறிவின் பேரால் அபத்தம்.

இந்த நிகழ்ச்சியை பார்வையாளனின் மனத்தில் அழுத்தம் திருத்த மாகப் பதிய வைக்கவே நட்சத்திர நடத்துநர்கள்; பிரம்மாண்டமான அரங்க அமைப்புகள்; பார்வையாளனை நிகழ்ச்சியோடு ஒன்றவைக்க பின்னணியில் இதயத் துடிப்பு இசை, போட்டியாளர் தன் உறவின ரோடு கலந்தாலோசித்து முடிவெடுக்கும் வாய்ப்பு. அரங்கத்தில் குழு மியிருக்கும் பார்வையாளரின் கூட்டிணைவான(!) உதவியைப் பெறல்

எனப் பல்வேறு ஜனரஞ்சக அம்சங்களை இணைத்து வேலிகாத்தான் முள் மரத்துக்கு வேப்பமரத்தின் ஒப்பனையைச் செய்கிறார்கள்.

இறுதியாக, இந்த நிகழ்ச்சியால் லாபம் அடைபவர்கள் தொலைக் காட்சி நிறுவனங்கள், விளம்பர நிறுவனங்கள், சில மத்தியதர வர்க்க மக்கள். இதற்கு அறிவின் பேரால் இவ்வளவு பெரிய ஆர்ப்பாட்டம். நம் விலாக்களில் இருந்தே எலும்பை உருவி நம்மில் சிலருக்கு எலும்பைப் போடுகிற முதலாளித்துவ சூட்சுமம்தான் இது.

கோடீஸ்வரன் நிகழ்ச்சியில் சரத்குமார் கூறுகிறார். ‘‘நீங்க கோடீஸ் வரன் ஆகணும். நான் ரெடி நீங்க ரெடியா’’ என்று. இந்தச் சூதாட்டக் கேவலத்தை ஒழித்துக் கட்டும் நிலை வரும் போது உங்களைப் பார்த்து நீங்க ரெடியா என்று மக்கள் கேட்க மாட்டார்கள். மேலும், அது அறிவின் மீதான பற்று காரணமாக நிகழாது. சமூகத்தின் மீதான பற்று காரணமாக நிகழும்.

● வெயில் மொழியன்,
புதிய கலாச்சாரம், ஜனவரி, 2001.

நீங்கள் கோடீசுவரனாக வேண்டுமா?

இந்த நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரித்த முதலாளிகள் தெளிவாக ஒரு விசயத்தைப் புரிந்து வைத்திருந்தார்கள் அல்லது நிகழ்ச்சி மூலம் புரிந்து கொண்டார்கள்.

எல்லோரும் பணத்தைத் தேடி ஓடுகிறார்கள் - கொஞ்சம் வரலாறு, கொஞ் சம் விளையாட்டு, கொஞ்சம் இசை கொஞ்சம் சமையல் எல்லாவற்றையும் சேர்த்து நொதிக்க வைக்கும் ஒருவித்தை மட்டும் தெரிந்தால் போதும்!

உலகம் முழுவதும் இந்த மோகம் பிடித்து ஆட்டுகிறது. கொலம்பியாவில் உள்ள மருந்துக் கம்பெனிகள், அரச குடும்பங்கள், லெபனியர்கள் என்று பலதரப்பையும் பிடித்துக் கொண்டுவிட்டது.

இந்தியாவில் பிழிந்து எடுத்து விடுகிறார்கள்; ஜப்பானில் கேள்விகள் படு சுலபம். அங்கே ரொம்பக்கஷ்டமான கேள்வி என்ன தெரியுமா? ஏப்ரல் முட் டாள் தினம் எந்த மாதத்தில் வருகிறது? ஜனவரியில், பிப்ரவரியில், மார்ச்சில் அல்லது ஏப்ரலில்.

‘‘உங்களில் யார் கோடீஸ்வரர்?’’ என்ற இந்தி நிகழ்ச்சி ஸ்டார் டிவி வலைப் பின்னல் சொந்தக்காரர் ராபர்ட் முர்டோச்சினுடையது. போட்டியில் கலந்து கொள்கிறவர்களுக்கு கோடி கிடைக்கிறதோ இல்லையோ, அமிதாப்பச்சன் போன்ற பிரபல நடிகரோடு ஒரு மாலை நேரத்தில் பொழுதைப் போக்குகிற பரவசம், ஆனந்த லகரி!

பெரியண்ணன் என்று அழைக்கப்படுகிற பச்சன் இந்த நிகழ்ச்சிக்காகவே வண்ண நூலிழைகளால் பின்னப்பட்ட கோட்டு-சூட்டுகளை மாட்டிக் கொண்டு வருகிறார். இந்தப் பிரமாண்டத்தைப் பார்த்து கலந்து கொள்ள வந்த சிலருக்கு வாய் திறந்துபேசக் கூட முடியவில்லையாம். அத்தனைப் பிரமிப்பு!

ரோல்ப் ஹாரிஸ் : குழந்தைகளை சிதைத்த டிவி பிரபலம்

ஐம்பது ஆண்டுகளுக்கும் மேலாக இங்கிலாந்து தொலைக்காட்சிகளில் பிரபலமான நிகழ்ச்சி தொகுப்பாளரான ஆஸ்திரேலியாவில் பிறந்த ரோல்ப் ஹாரிசுக்கு (வயது 84) லண்டன் நீதிமன்றம் ஐந்து ஆண்டுகள், ஒன்பது மாதங்கள் சிறைத்தண்டனை விதித்துள்ளது. தனது பிரபலத்தையும் அதிகாரத்தையும் பயன்படுத்தி சிறுமிகளையும், இளம்பெண்களையும் பாலியல் வல்லுறவுக்குள்ளாக்கியிருப்பதாக இவர் மீது 12 குற்றச்சாட்டுகள் நிரூபிக்கப்பட்டன. பாதிக்கப்பட்டவர்களில் சிலர் பின்னாட்களில் பிரபலங்களாக மாறியவர்கள் என்பதும் குறிப்பிடத்தக்கது. பன்னிரண்டு குற்றங்களில் பாதிக்கப்பட்ட ஆறில் ஒரு பங்கு, அவரது மகளின் சிநேகிதிகள் என்பதும் குறிப்பிடத்தக்கது.

ஹாரிஸ் நிகழ்த்திய பாலியல் வல்லுறவினால் எனது எட்டு வயதிலேயே அந்த வயதுக்குரிய குழந்தைத்தனத்தை இழந்து விட்டேன் என்கிறாள் ஒரு பெண்.

டிட்கெரிடோ என்ற ஆஸ்திரேலிய பழங்குடியின குழல் வாத்தியத்தை பயன்படுத்தி இசை ஆல்பங்களை வெளியிட்டுள்ள ஹாரிஸ், லண்டனில் குறிப்பாக குழந்தைகள் நிகழ்ச்சி, விலங்கு மருத்துவம் பற்றிய நிகழ்ச்சிகளை தொலைக்காட்சிகளில் வழங்கி வந்தவர். 1960-70 களில் ரோல்ப்-இன் கார்ட்டூன் கிளப், விலங்கு மருத்துவ மனை போன்ற தொடர்கள் பார்வையாளர்கள் மத்தியில் பெருத்த வரவேற்பை பெற்றது. இசையில் மட்டுமின்றி ஓவியத்திலும் மிகவும் திறமை படைத்தவர் ஹாரிஸ். அதனால் கடந்த 2005-ல் இங்கிலாந்து ராணி எலிசபெத் தனது வைரவிழா பிறந்த

நாளின் போது தனது உருவத்தை வரைவதற்கு இவரையே தேர்ந் தெடுத்து வரைய வைத்தார்.

இவரைப் போலவே தற்போது காலமாகி விட்ட பி.பி.சி சேனல் புகழ் ஜிம்மி சவிலும் சிறார்களை வன்புணர்வு செய்ததாக குற்றச்சாட்டுகள் 2012 மத்தியில் கிளம்பியது. அவர் உயிரோடிருந்த போது எழுந்த புகார்களை தனது புகழினால் காணாமல் அடித்தார். தற்போது அது பற்றிய ஆவணப்படங்கள் வெளிவந்த வண்ணம் இருக்கின்றன.

தற்போது சிறையில் அடைக்கப்பட்டுள்ள ஹாரிசின் வழக்கறிஞர்கள் ஏற்கெனவே போதுமான காலம் அவர் சிறையில் இருந்து விட்டதா கவும், தேவையான அளவுக்கு அவரது புகழுக்கு இழுக்கு ஏற்பட்டு விட்டதாகவும், எனவே தண்டனையை ரத்து செய்யும்படியும் கோரி னர். நீதிபதிகளும் கூட சிறுமிகளையும், பெண்களையும் ஹாரிஸ் வல் லுறவுக்குள்ளாக்க தனது புகழை பயன்படுத்தவில்லை என்று தீர்ப்பில் கூறியிருந்தனர்.

வழக்கின்போது, தான் 18 வயதுக்கு குறைந்த பெண்களிடம் பாலியல் உறவு கொள்ளவில்லை என்று வாதிட்டார் ஹாரிஸ். 1997-ல் ஒரு சிறுமியிடம் தவறாக நடந்து கொண்டு அதனை காதல் மற்றும் பரஸ் பர நட்பின் அடிப்படையில் நடந்த ஒன்றாக கூறி அப்பெண்ணின் தந்தைக்கு கடிதம் எழுதியிருந்தார் ஹாரிஸ். அதுவும் நீதிமன்றத்தில் சமர்ப்பிக்கப்பட்டது. 1968-ல் தென்னாப்பிரிக்காவில் தன்னிடம் ஆட் டோகிராப் கேட்ட எட்டு வயது சிறுமியிடம் பாலியல் வல்லுறவை நிகழ்த்தியிருக்கிறார் இவர். 1978-ல் ஐ-டிவியின் ஸ்டார் கேம்ஸ் நிகழ்ச்சிக்காக கேம்பிரிட்ஜ் வந்த அவர் அங்கு ஒரு 14 வயது சிறுமி யிடம் அத்துமீறி நடந்துள்ளார். விசாரணை 2014, ஜனவரி துவங்கி நடந்து வந்தது. ஜூலை 4-ம் தேதி தீர்ப்பு வெளியானது.

குழந்தை நிகழ்ச்சி நடத்தி பிரபலமான ரோல்ஃப் ஹாரிஸ்,
குழந்தைகளையே வல்லுறவு செய்த ‘கலைஞர்’!

இதுதவிர வெனசா பெல்ட்ஸ் என்ற ரேடியோ பிரபலத்திடம் பொது நிகழ்ச்சியில் தவறாக நடந்திருக்கிறார் இவர். இது அவரது மனைவி யின் கண் முன்னால் பிக் பிரேக்ஃபாஸ்ட் நிகழ்ச்சியில் 1996-ல் நடந்துள்ளது. இப்போது தீர்ப்பு வெளியான பிறகு ஸ்காட்லாண்டு யார்டிடம் இதனை ஒத்துக்கொண்டுள்ள வெனசாவுக்கு தற்போதைய வயது 52. இதுபற்றி வெனசா ட்விட்டரில் குறிப்பிட்ட உடனேயே அவர் புகழ் விரும்பி, மனநிலை பாதிக்கப்பட்டவர் என்றும், பாலி யல்ரீதியாக கொச்சைப்படுத்தியும் மூன்றாந்தர வசனங்களுடனும் ட்விட்டர்கள் நிரம்பின.

இதனை ஏன் அப்போதே சொல்லவில்லை என்று கேட்டதற்கு, அப் போது எனது திருமணத்தை முறித்துக்கொள்ள நான் விரும்பவில்லை, அதனால்தான் போலீசுக்குப் போகவில்லை என்று வெனசா தெரிவித் திருக்கிறார். ஆக இங்கிலாந்திலும் கூட இந்தியாவைப் போலவே பாலியல் வன்முறையால் பாதிக்கப்பட்ட பெண்தான் சமூகத்தை பொறுத்தவரை குற்றவாளி என்பதுதான் எதார்த்தம். இந்த இடம்தான் ரோல்ப் ஹாரிஸ் போன்ற அயோக்கியர்கள் ஒளிந்துகொள்ள கிடைத்த இடமாக போய் விடுகிறது.

இதுபோக லிண்டா நோலன் என்ற ஆஸ்திரேலிய பாடகிதான் இவர் ஆப்ரிக்காவில் வைத்து வல்லுறவுக்குள்ளாகிய 8 வயது குழந்தை என் றும் தெரிய வந்துள்ளது. தற்போது மூன்று குழந்தைகளுக்கு தாயான 55 வயது நிரம்பிய அவர், இந்த தண்டனை ரோல்ப் ஹாரிசுக்கு போதாது என்று தெரிவித்துள்ளார். இதனையே அரசு தரப்பு வழக்கறி ஞரும் கூறியிருக்கிறார். எனினும் ஹாரிசிடமிருந்து நீதிபதிகள் வழக் கிற்கான செலவை மாத்திரமே வசூலிக்க உத்திரவிட்டனர். நட்ட ஈட்டுத்தொகை பற்றி எதுவும் குறிப்பிடவில்லை.

தனது ஊடகப் புகழினால் தன் மீதான பாலியல் குற்றச்சாட்டுகளை சாகும் வரை மறைத்த ஜிம்மி சவில்.

பாதிக்கப்பட்டவர்களில் மிகவும் இளைய பெண்ணான எட்டு வயது சிறுமியின் அறிக்கை ஒன்று தீர்ப்புக்கு பிறகு வாசிக்கப்பட்டது. உலகம் முழுதும் இப்படி பொறுக்கிகளால் சீரழிக்கப்படும் குழந்தை களுக்கு பாதுகாப்பளிக்கும் வகையில் தீர்ப்பு இருக்க வேண்டும் என தான் விரும்புவதாக அதில் அந்தப் பெண் கூறியிருந்தார். ஹாரிஸ் நிகழ்த்திய பாலியல் வல்லுறவினால் எனது எட்டு வயதிலேயே அந்த வயதுக்குரிய குழந்தைத்தனத்தை இழந்து விட்டேன் என்கிறார் ஒரு பெண். அந்த நாள்தான் என் வாழ்வின் அழுக்கும், துயரமும் நிறைந்த நாள் என்று ஒரு பெண்ணும், அன்றுதான் நான் முழுதுமாக நொறுங் கிப் போனேன் என்று இன்னொரு பாதிக்கப்பட்ட பெண்ணும் கூறி யிருக்கின்றனர். அன்று முதல் என்னால் தூங்கவே முடியவில்லை, அவரால் எப்படி தினசரி வாடிக்கையாக வாழவும் இரவில் தூங்கவும் முடிகிறது என்று தெரியவில்லை என்கிறார் இன்னொரு பெண்.

ஆஸ்திரேலிய நாடகக குழுவை சேர்ந்த ஒரு பெண் 1986-ல் அவ ருக்கு பதினைந்து வயது நடந்தபோது இங்கிலாந்துக்கு வந்திருந்தார். அப்போது ஹாரிஸ் அவரை பலமுறை வல்லுறவுக்குள்ளாக்கினார். நிரந்தர பய உணர்வை அது தோற்றுவித்து விட்டதாக அவர் தெரிவித் துள்ளார். இன்னொரு பெண் அவர் தன்னை பாலியல் உறவுக்கான பொம்மையாக பாவித்ததை கண்ணீர் மல்க தெரிவித்திருக்கிறார். தற்போது அவரது பாலியல் குற்றங்கள் இன்னும் பல வெளிவந்த வண்ணம் இருக்கின்றன.

அவர் ஒரு புகழ்பெற்ற மனிதர், ஒரு பெண் குழந்தைக்கு தகப்பன், மேலும் குழந்தைகளுக்கான நிகழ்ச்சிகளை நடத்துபவர், எனவேதான் அவரை நாம் நம்புகிறோம். ஆனால் இவரே குழந்தைகளிடம் இப் படி நடந்து கொண்டால் பிறகு என்ன செய்வது என்று ஐ-டிவி செய்தி யின்போதான கேள்வி-பதில் ஒன்றுக்கு பிரிட்டிஷ் பெண்மணி ஒருவர் கருத்து தெரிவித்திருந்தார். உண்மைதான். சினிமா, டிவி, ஆன்மீகம்,

பாலியல் கிரிமினல் ரோல்ஃப் ஹாரிஸ், தனது மகள், மனைவியுடன் கோர்ட்டுக்குச் செல்லும் காட்சி.

அரசியல் என பிரபலமாக இருப்பதால் தமது பிரபலம் மற்றும் அதி காரத்தை அல்லது அதிகார தொடர்புகளை பயன்படுத்தி அனைத்து குற்றங்களையும் மறைத்துக் கொள்ளலாம் என்றுதான் இத்தகையவர் கள் எண்ணுகின்றனர். இதற்கான வாய்ப்பையும் நிலவும் சமூக அரசி யல், பொருளாதார, கலாச்சார சூழல் ஏற்படுத்தி விடுகிறது.

தற்போது கூட குற்றம் சாட்டப்பட்டிருக்கும் சில சம்பவங்கள் வெளி நாட்டில் நடந்திருப்பதால் அவை தனது விசாரணை வரம்புக்கு வெளியில் இருப்பதாக சொல்லி லண்டன் நீதிமன்றம் தட்டிக்கழித்து விட்டது. குழந்தைகளை ஒரு நாட்டில் பாலியல் வன்முறை செய்து விட்டு இன்னொரு நாட்டில் அடைக்கலம் புகலாம் என்று மனித குலத்துக்கே 'நாகரீகம்' கற்றுக் கொடுத்த பிரிட்டிஷ் சாம்ராஜ்யத்தின் நீதிமன்றமே சொல்லி விட்டது.

குற்றம் சுமத்தியவர்களில் ஒருவரான ஆஸ்திரேலிய பெண்மணி புக ழுக்காகவும், பரபரப்பு செய்திக்காகவும் 30 ஆயிரம் டாலர் பணத்துக் காகவும் ஹாரிஸ் மீது குற்றம் சுமத்தியதாக இணையத்தில் கோட்டு சூட்டு கனவான்கள் நியாயப்படுத்துகிறார்கள். எல்லாவற்றையும் விட ரோல்ஃப் ஹாரிசின் மனைவியும், மகளும் தற்போது வரை அவருக்கு ஆதரவாக இருந்து வருகின்றனர். இந்த அடிமைத்தனத்தை என்ன வார்த்தைகளால் விவரிப்பது? நம்ம ஊர் கண்ணகியெல்லாம் எந்த மூலைக்கு.

இங்கே திரையுல பிரபலங்களால் வல்லுறவுக்குள்ளாகும் துணை நடிகைகளின் புகாரை காவல்துறை பெற்றுக் கொள்ளவே முன்வராது. மனிதப் புனிதர் ஆசாராம் பாபு மீது புகார் கொடுக்க பாதிக்கப்பட்ட சிறுமி முன்வந்தபோது அவளது பெற்றோரே முதலில் நம்பவில்லை. பிறகு புகார் சென்ற பிறகு அவளுக்கு மனநிலை சரியில்லை என்று ஆசாராம் பாபு தரப்பு கதை கட்டியது. சூரியநெல்லிப் பெண் இன்ன மும் குரியனிடமிருந்து நீதி கிடைக்கும் என்று எதிர்பார்த்து காத்துக் கொண்டிருக்கிறாள். பிரபலங்களை எதிர்த்துப் போராட முன்வந்தால் அது பாலியல் வன்முறையாக இருந்தாலும் சரி, பொருளாதார, அரசி யல் வன்முறையாக இருந்தாலும் சரி அதனை எதிர்கொள்ளவும், சமூக புறக்கணிப்பினை எதிர்கொள்ளவும் திராணி இருக்க வேண்டும். அது வும் அடிமைப்படுத்தப்பட்ட பெண் பாதிக்கப்படுபவராக இருப்பின் இன்னமும் உறுதி தேவைப்படுகிறது என்பதைத்தான் ஹாரிசின் வழக் கும், சாவில்லேவின் வழக்குகளும் காட்டுகின்றன.

ஒருக்கால் அந்த உறுதி பாதிக்கப்பட்ட பெண்களிடம் இல்லை என் றால் அவர்களை அப்படி பலவீனமாக்கியது நாம்தான் இல்லையா?

● **வினவு,** ஜூலை 2014.

என்.டி.டிவி – ஏ.சி நீல்சன்: கல்லாப் பெட்டிச் சண்டை!

> ''மும்பையில் உங்கள் தொலைக்காட்சியின் டிஆர்பியை நீங்கள் விரும்பும் பிரிவினர் மத்தியில் இரண்டு அல்லது மூன்று மடங்கு அதிகமாக்க வேண்டுமானாலும் செய்து தருகிறோம். கொஞ்சம் செலவாகும்''

இந்த பிரபஞ்சத்தில் உள்ள சகலத்தைப் பற்றியும் ஏதாவது ஒரு கருத்து கொண்டிருக்கும் விநோதமான பிராணிகள்தான் செய்தி ஊடகங்கள். அதிலும் இந்தியச் செய்தி ஊடகங்கள் என்றால் இன்னும் சிறப்பு. திருட்டை ஒழிப்பது பற்றி திருடனிடமே பேசுவது, ஊழல் ஒழிப்பு பற்றி காங்கிரசிடம் பேசுவது, இறையாண்மை பற்றி பாரதிய ஜனதாவிடம் பேசுவது... என்று இந்த வரிசை நீண்டது. இந்த அக்கப்போர்களின் முன்னணியில் இருக்கும் ஊடக நிறுவனம், என்.டி.டி.வி (நியூ டெல்லி டெலிவிஷன்). இப்போது என்.டி.டி.வி நிறுவனத்திற்கே சோதனைக் காலம் வந்திருக்கிறது.

சோதனை, கற்பனை வளம் சம்பந்தப்பட்டதல்ல; கல்லாப் பெட்டி சம்பந்தப்பட்டது. 2008-ஆம் ஆண்டு ரூ. 501 ஆக இருந்த என்.டி.டி.வி.யின் பங்கு விலை 2011 இன் இறுதியில் ரூ. 26-ஐ விடக் குறைந்து விட்டது. ஜூன் 30, 2012 இல் முடிந்த காலாண்டில் அது ரூ. 22.71 கோடி நட்டமடைந்திருக்கிறது.

தனது வீழ்ச்சிக்கும், நட்டத்திற்கும் காரணம் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை மதிப்பிடும் டிஆர்பி கணக்கீட்டில் நடந்த மோசடிகள் தான் என்று பன்னாட்டு நிறுவனமான ஏ சி நீல்சன் மற்றும் அதன் கூட்டு நிறுவனங்களின் மீது நியூயார்க் நீதிமன்றத்தில் வழக்கு தொடர்ந்திருக்கிறது என்.டி.டி.வி.

ஏ சி நீல்சன் பங்குதாரராக இருந்து நடத்தும் டேம் (TAM) நிறுவனம் இந்தியாவில் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளுக்கான டிஆர்பியை வெளியிடுகிறது. பார்வையாளர் இலக்குக் குறியீட்டுப் புள்ளிகள் (Target Rating Points) என்று சொல்லப்படும் டி.ஆர்.பி ரேட்டிங்குகள்தான் ஒரு தொலைக்காட்சி நிறுவனத்துக்கு சந்தையில் உள்ள கிராக்கியை அளவிட்டுச் சொல்கிறது.

பெரு நகரங்களில் உள்ள தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட 8,000 வீடுகளின் தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளில் பீப்பிள்ஸ் மீட்டர் எனப்படும் கணக்கீட்டுக் கருவியைப் பொருத்துகிறது டேம் நிறுவனம். இந்தக் குடும்பத்தினர் எந்த சேனலைப் பார்க்கிறார்கள், எந்த நேரத்தில் எந்த நிகழ்ச்சியைப் பார்க்கிறார்கள் என்கிற விவரத்தை அந்தக் கருவி பதிவு செய்து கொள்ளும். இப்படிப் பதிவு செய்த தகவல்களை அதனோடு இணைக்கப்பட்டிருக்கும் இணைப்பு மூலமாக இணையம் வழியே டேம் நிறுவனத்துக்கு அனுப்புகிறது.

இவ்வாறு சேகரிக்கப்பட்ட தரவுகளின் அடிப்படையில் ஒவ்வொரு நகரிலும் ஒவ்வொரு பிரிவிலும் (செய்தி, கேளிக்கை, விளையாட்டு, இசை) நிகழ்ச்சிகளுக்கான டிஆர்பியை டேம் வெளியிடுகிறது. இதில் வயதுவாரியாக யார், எந்த நிகழ்ச்சியை ரசிக்கிறார்கள்? எந்த நேரத்தில், எந்த குறிப்பிட்ட நிகழ்ச்சி வரவேற்பைப் பெற்றது? என்பதைப் போன்ற தகவல்கள் இருக்கும்.

பொழுதுபோக்கு, செய்தி, விளையாட்டு, இசை என்று வெவ்வேறு வகையாக 500-க்கும் மேற்பட்ட தொலைக்காட்சி சேனல்கள் இந்தியாவில் தமது நிகழ்ச்சிகளை ஒளிபரப்புகின்றன. அவற்றில் 163 சேனல்கள் டிஆர்பி (இலக்கு அளவீட்டுப் புள்ளி) அளவீட்டு முறையில் பங்கு பெறுகின்றன. மேற்சொன்ன வழிமுறைகளில் டிஆர்பி கணக்கிடும் முறையில் மாபெரும் மோசடி நடந்துள்ளதாக குற்றம் சாட்டியுள்ள என்.டி.டி.வி, அதனால் தனக்கு ஏற்பட்ட இழப்பை ஈடுகட்ட $1.39 பில்லியன் (சுமார் ரூ. 7,500 கோடி) நட்டஈடு அளிக்க வேண்டும் என்று வழக்குத் தொடர்ந்துள்ளது.

''டிஆர்பி கணக்கிடுவதற்காக தேர்ந்தெடுக்கப்படும் குடும்பங்களின் எண்ணிக்கையை 8,000-லிருந்து 33,000-ஆக உயர்த்த வேண்டும் என்று பல முறை முறையிட்டும் டேம் நிறுவனம் அதைச் செய்யவில்லை'' என்று குற்றம் சாட்டுகிறது என்.டி.டி.வி.

''மும்பையில் உங்கள் தொலைக்காட்சியின் டிஆர்பியை நீங்கள் விரும்பும் பிரிவினர் மத்தியில் இரண்டு அல்லது மூன்று மடங்கு அதிகமாக்க வேண்டுமானாலும் செய்து தருகிறோம். கொஞ்சம்

செலவாகும்'' என டேம் நிறுவன ஊழியர்கள் பேரம் பேசியதாக என்.டி.டி.வி குற்றம் சாட்டியிருக்கிறது.

''ஒரு வீட்டுக்கு சுமார் $250 முதல் $500 வரை (சுமார் ரூ. 13,000 முதல் ரூ. 25,000 வரை) கொடுத்தால் அவர்களை நாம் சொல்லும் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சியைப் பதிவு செய்யும்படி செய்யலாம்'' என்றும், ''அந்த வீடுகளில் இரண்டாவதாக ஒரு டிவி வாங்கிக் கொடுத்து, அதில் விரும்பிய நிகழ்ச்சிகளைப் பார்த்துக் கொள்ளும்படியும், கணக்கீட்டுக் கருவி இணைக்கப்பட்ட தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளில் குறிப்பிட்ட நேரத்தில், குறிப்பிட்ட நிகழ்ச்சியை ஓட விடும்படியும் சொல்லி விடலாம்'' என்றும் அவர்கள் சொன்னதாக என்.டி.டிவி தெரிவிக்கிறது.

''20 ஆண்டுகளாகத் தனது நிகழ்ச்சிகளுக்கு நல்ல டிஆர்பி பெற்று, அதன் மூலம் விளம்பரப் பணம் சம்பாதித்த என்.டி.டி.வி, இப்போது அவர்கள் நிகழ்ச்சிகளின் டிஆர்பி குறைந்தவுடன் திடீரென்று புகார் சொல்வது ஏற்றுக்கொள்ள முடியாதது'' என்கின்றன ஏ.சி.நீல்சன் குழும நிறுவனங்கள்.

இது என்.டி.டி.வி.க்கும், ஏ சி நீல்சனுக்கும் இடையேயான கொடுக்கல் வாங்கல் தகராறு மட்டும் அல்ல. தகவல்களைத் தெரிந்து கொள்

கம்பெனி நட்டமானதும் டிஆர்பி ரேட்டிங் ஊழல் என்று கூறும் பிரனாய் ராய், கம்பெனி இலாபம் ஈட்டியிருந்தால் அதே ஊழலை கொண்டாடியிருப்பார்!

வதற்காகவும், பொழுது போக்குக்காகவும் மக்கள் கணிசமான நேரத்தைச் செலவிடும் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் எந்த அடிப்படையில் தயாரிக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பற்றிய வழக்கு இது. 'எத்தகைய நிகழ்ச்சிகள் ஒளிபரப்பாக வேண்டும்? அதை யார் தயாரிக்க வேண்டும்? எந்தத் தொலைக்காட்சி நிறுவனம் தொடர்ந்து செயல்பட வேண்டும்?' என்பன போன்ற முக்கிய முடிவுகள் எப்படி எடுக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பற்றிய வழக்கு இது.

இது மட்டுமல்லாமல், செய்தித் தொலைக்காட்சிகள் என்பவை தேசத்தின் அரசியல் அரங்கில் எந்தச் செய்திகள் விவாதத்தில் இருக்க வேண்டும், யார் எவ்வளவு நாட்களுக்கு அரசியல் வானில் நட்சத்திரமாய் இருக்க வேண்டும், எந்தக் கருத்து மக்களின் கருத்தாய் பதியப்பட வேண்டும், எது மக்களின் எதிர்ப்பாக சொல்லப் பட வேண்டும், அரச எதிர்ப்புக் கருத்து எந்த வடிவத்தில் இருக்க வேண்டும் என்பவற்றையெல்லாம் 'தீர்மானிக்கும்' செல்வாக்கைப் பெறத் துவங்கியிருக்கும் காலகட்டம் இது. எனவே இதனை என்.டி.டி.வி.க்கும், ஏசி நீல்சனுக்கும் இடையேயான சில்லறைத் தகறாராக சுருக்கிப் பார்க்க முடியாது.

2001-ஆம் ஆண்டு 'எந்தெந்த வீடுகளில் கணக்கீட்டுக் கருவிகள் பொருத்தப்படுகின்றன' என்ற ரகசியப் பட்டியல் கசிய விடப்பட்ட போது, டிஆர்பி பற்றிய விவாதம் நடந்தது. அதைப் பற்றி விசாரிக்க வழக்கம் போல மத்திய அரசு ஒரு கமிசனை நியமித்தது. அந்தக் கமிசன் என்னவானது, அதில் இருந்தவர்கள் என்னவானார்கள், அதன் முடிவு என்ன, முடிவுகள் அமுல்படுத்தப்பட்டதா இல்லையா? என்பது போன்ற எந்த விபரங்களையும் அறிந்து கொள்ள முடியவில்லை.

டிஆர்பி கணக்கீட்டுக் கருவிகள் பொதுவாக பெரு நகரங்களின் நடுத்தர மற்றும் உயர்நடுத்தர வர்க்க குடும்பங்களிலேயே பொருத்தப்படுகிறது. இதில் கணக்கெடுப்பை நடத்தும் நிறுவனம் காசு கொடுத்து தனக்கு வேண்டிய முடிவுகளைப் பெற்று விடுகிறது என்கிற உண்மை ஒருபக்கம் இருந்தாலும், இன்னொரு பக்கம் இந்தப் பிரிவினரின் ரசனையையே பொது ரசனையாகவும், இவர்களின் அரசியல் வேட்கையையே பொதுவான கோரிக்கையாகவும் நிலை நிறுத்துகிறார்கள். இந்த உறவு ஆளும் வர்க்கங்களின் விருப்பத்தை இயல்பாகவே ஈடு செய்கிறது.

இந்த வகையில் தான் பெரு நகர மேல்நடுத்தர வர்க்கத்தினரின் மனங்கவர் ஜோக்கரான அண்ணா ஹசாரே, அனைவருக்குமான மீட்பராக சில மாதங்கள் வலம் வந்தார். இது ஒரு புறமென்றால், தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை அடிப்படையாக வைத்து இயங்கும் விளம்பரக் கம்பெனிகளின் வருவாயும் டிஆர்பி ரேட்டிங்கை வைத்தே

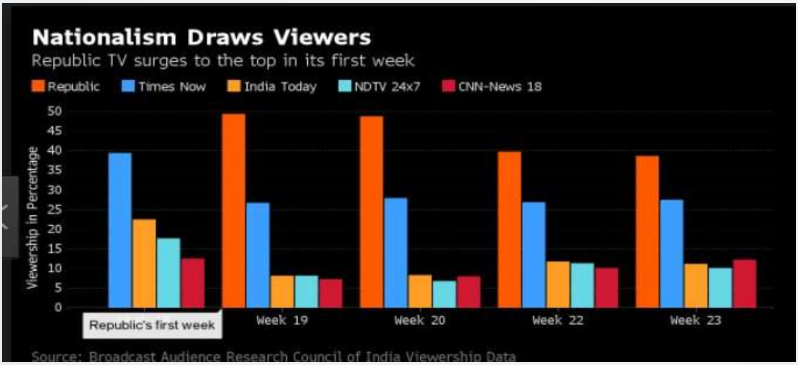
முடிவாகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட நிகழ்ச்சிக்கு டிஆர்பி ரேட்டிங் எவ்வளவு என்பதைப் பொறுத்தே அதற்கு விளம்பரத் தொகை ஒதுக்கப்படுகிறது.

இந்தியத் தொலைக்காட்சி சேனல்கள் விளம்பரங்களின் மூலம் வருடாந்திரம் சுமார் 21,300 கோடி ரூபாய் கல்லா கட்டுகின்றன. பற்பசை முதல் சோப்பு வரை, சமையல் எண்ணெய் முதல் குழம்பு மிளகாய்த் தூள் வரை, செல்போன் சேவை முதல் ரயில் பயணம் வரை என மக்கள் வாங்கும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான விலையில் கணிசமான பகுதியை முதலாளிகள் விளம்பரங்களுக்காகச் செலவிடுகின்றனர். தேவையில்லாத பொருட்களை வாங்க வைக்கவும், தேவைப்படும் பொருட்களை தேவைக்கு அதிகமாக வாங்க வைக்கவும் விளம்பரங்கள் முயற்சிக்கின்றன.

என்.டி.டி.வி போன்ற இந்தியத் தொலைக்காட்சி நிறுவனங்களின் 80% வருமானம் விளம்பரங்கள் மூலமாகவே கிடைக்கிறது. சில விநாடிகள் விளம்பரத்தைக் காட்டுவதற்கு சில நூறு ரூபாய்கள் முதல் பல லட்சம் ரூபாய்கள் வரை கட்டணங்கள் வசூலிக்கப்படுகின்றன. சன் டி.வி.யின் முக்கியமான மெகா தொடர் நடுவே வரும் 20 விநாடிகள் விளம்பரத்துக்கான கட்டணம் பல ஆயிரம் ரூபாய்களாகவும், இந்தியா விளையாடும் கிரிக்கெட் பந்தயத்தின் நடுவே அத்தகைய விளம்பரத்துக்கான கட்டணம் லட்சக் கணக்கிலும் எகிறுகிறது.

செப்டம்பர் 18 முதல் அக்டோபர் 7 வரை நடைபெற்ற டி-20 உலகக் கோப்பைப் போட்டிக்கான 10 விநாடி விளம்பர இடைவேளைகள் ஒவ்வொன்றுக்கும் ஹூண்டாய், டாடா மோட்டார், பெப்சி, நோக்கியா, டாடா டெலி சர்வீசஸ், யூனியன் பேங்க் போன்ற விளம்பரதாரர்களிடம் தலா ரூ. 3.5 லட்சம் கட்டணம் வசூலிக்கிறது, ஸ்டார் தொலைக்காட்சிக் குழுமம். இந்தப் போட்டிகளின் நடுவே ஒளிபரப்

வாரம் தோறும் இப்படி டிஆர்பி ரேட்டிங் வெளியிடப்படுகிறது.
இந்த மதிப்பீடு எப்போதும் சந்தேகத்திற்குரியது!



பப்படும் விளம்பரங்களுக்காக ஸ்டார் குழுமம் ரூ. 250 கோடி சம்பா திக்கும் என்று இத்துறையைச் சேர்ந்தவர்கள் மதிப்பிடுகின்றனர்.

ஆனால் ஆரம்பத்தில் தொலைக்காட்சிச் சேவை என்பது பண வேட்டையாடும் களமாகத் துவங்கப்படவில்லை. தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பின் ஆரம்ப காலங்களில் மைக்ரோவேவ் எனப்படும் குறுகிய தூரம் பரவும் மின்காந்த அலைகள் மூலம் நிகழ்ச்சிகள் ஒளி பரப்பப்பட்டன. அடுத்த கட்டமாக பூமிக்கு மேல் நிறுத்தப்பட்டுள்ள புவிநிலை செயற்கைக் கோள்கள் மூலம் உலகின் எந்தப் பகுதிக்கும் நிகழ்ச்சிகளை ஒளிபரப்பும் தொழில்நுட்பம் தற்போது பயன்படுத்தப் படுகிறது.

ஆரம்பத்தில் தொலைக்காட்சித் தொழில்நுட்பமும் அனைவருக்கும் பயன்படக்கூடிய, சமூகத்துக்கு உரிமையான ஒரு பொதுச் சேவையா கவே உருவாகி வளர்ந்தது. நிகழ்ச்சிகள் ஒளிபரப்பாகும் போது சிக் னல்களைப் பெற்றுக்கொள்ளும் கருவி (தொலைக்காட்சிப் பெட்டி, ஆண்டெனா, டிஷ்) வைத்திருக்கும் அனைத்து மக்களும் நிகழ்ச்சிக ளைப் பார்க்க முடியும்.

மக்கள் அனைவருக்கும் சொந்தமான தொழில்நுட்பத்தைப் பயன் படுத்தி பொதுச் சொத்தான அலைக்கற்றைகள், செயற்கைக் கோள்கள் இவற்றின் மூலம் மக்களின் அறிவையும், உணர்வையும் செறிவூட் டும் நிகழ்ச்சிகள் ஒளிபரப்பாவது இயல்பானதாக இருந்திருக்கும். அதனால்தான் ஆரம்ப கால தொலைக்காட்சிகள் அரசுகளால் லாப நோக்கமில்லாமல் நடத்தப்பட்டு வந்தன. இந்தியாவில் 1980-களின் இறுதி வரையில் அரசுத் தொலைக்காட்சி மட்டுமே இயங்கி வந்தது நினைவிருக்கலாம்.

தூர்தர்ஷன் என்ற பெயரில் ஒளிபரப்பான அரசுத் தொலைக்காட்சி யில் மத்திய அரசின் கட்டுப்பாடு, இந்தி மொழி ஆதிக்கம், பிராந்திய நிகழ்ச்சிகளுக்கு முக்கியத்துவம் இன்மை போன்ற பல முக்கியமான குறைபாடுகள் இருந்தன. தொழில் நுட்பமும், வசதிகளும் மேம்பட மேம்பட அவை நிவர்த்தி செய்யப்பட்டு வந்தன.

ஆனால் 1990-களில் ஆரம்பித்த தனியார்மயமாக்கலின் ஒரு பகுதி யாக தொலைக்காட்சி ஒளிபரப்பு, தனியார் நிறுவனங்களின் போட்டிச் சந்தைக்கு திறந்து விடப்பட்டது. 'தூர்தர்ஷன் என்றால் ஒரே வயலும், வாழ்வும் போட்டு போரடிப்பான்' என்று சலித்துக் கொண்ட நடுத்தர வர்க்கத்துக்கு நிவாரணமாக புதிய தனியார் தொலைக்காட்சி நிறு வனங்கள் நூற்றுக்கணக்கில் நமது வான்பரப்பில் இன்று கால் பரப்பி நிற்கின்றன.

பார்வையாளர்களிடமிருந்து தனித்தனியாகக் கட்டணம் வசூலிப் பது நடைமுறையில் சாத்தியமில்லாமல் இருந்த காலத்தில் தனியார் தொலைக்காட்சி நிறுவனங்கள் வருமானம் ஈட்டுவதற்காக உருவாக் கப்பட்ட உத்திதான் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளுக்கிடையே விளம் பரங்களைக் காட்டுவது.

இப்போது செட்டாப் பாக்ஸ், டி.டி.எச் போன்ற மின்னணு தொழில் நுட்பங்கள் வந்து விட்ட பிறகும் தரைவழி மற்றும் செயற்கைக்கோள் வழி ஒளிபரப்பு முறைகளில் தான் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் இந்தியாவின் பெரும்பான்மை மக்களைச் சென்றடைகின்றன. இந்தி யத் தொலைக்காட்சி நிறுவனங்கள் சந்தாத் தொகையாக ஆண்டுக்கு ரூ.11,600 கோடி வருமானத்தை ஈட்டினாலும், விளம்பரங்கள் மூல மாக ரூ. 21,300 கோடி வரை சம்பாதிக்கின்றன.

தொலைக்காட்சி சேனல்களின் டிஆர்பி வெறி ‘விளம்பரங்களுக் காகவே நிகழ்ச்சிகள்’ என்ற வகையில் விளம்பரதாரர்களின் ஆதிக் கத்தை வளர்த்திருக்கிறது. இருபதாம் நூற்றாண்டின் ஆரம்பத்தில் அமெரிக்காவில் பகல் நேரத்தில் வேலைக்குச் செல்லாத பெண்களை விளம்பரங்களைப் பார்க்கச் செய்வதற்காக ஒளிபரப்பப்பட்ட ‘சோப் ஒப்பராக்களின்’ வழித்தோன்றல்கள் தான் நமது வானலைகள் வழி வந்து வீடுகளை ஆக்கிரமிக்கும் இன்றைய மெகா தொடர்கள்.

பாஜகவின் ஊதுகுழலான அர்னாப் கோஸ்வாமியின் ரிபப்ளிக் டி.வி இப்படி விளம்பரம் போட்டு தன்னை அப்பாடக்கராக கூவுகிறது!

பிறகு சென்ற நூற்றாண்டின் இறுதியில் செய்தித் தொலைக்காட்சிகள் பிரேக்கிங் நியூஸ் என்ற பெயரில் 24 மணி நேரமும் இயங்கத் துவங்கின. இவர்களின் போட்டிதான் செய்தி தயாரிக்கும் துறையையே தலைகீழாக மாற்றிவிட்டது. செய்தியல்லாதவற்றைச் செய்தியாக்குவது, செய்தியைச் செய்தியில்லாமல் செய்வது, பிரபலங்களின் படுக்கையறையை எட்டிப் பார்ப்பது, அதையே ஆபாச ரசம் சொட்டச் சொட்ட பார்வையாளர்களுக்குப் பரிமாறுவது, துயர சம்பவங்களில் தனி நபர்களின் உணர்வுகளை கிளறி சுவாரஸ்யத்தை உருவாக்க முயற்சிப்பது, அரசியல் ரீதியில் சில முக்கியமான பிரச்சனைகளைக் கூட தொலைக்காட்சி நிலையத்துக்குள் செய்தியாளர்கள் கத்தும் கத்தலில் அதன் கேந்திரமான பகுதியை மறைத்து, வெறும் பரபரப்பை மட்டுமே நிலைநாட்டி, இறுதியில் நீர்த்துப் போக வைப்பது. சினிமா தொடர்பான செய்திகளையும் நிகழ்ச்சிகளையும் மிக மலினமாகக் காட்டுவது இப்படிப் பல்வேறு வகையில் மக்களின் ஓய்வு நேரங்களைக் கபளீகரம் செய்யும் தொலைக்காட்சி நிறுவனங்கள், அதற்கு வைத்திருக்கும் அளவுகோல் தான் டி.ஆர்.பி ரேட்டிங்.

உழைத்துக் களைத்தவர்கள் உடல் வலியை மறக்கவும், வாழ்ந்து சலித்தவர்கள் மனதை மரத்துப் போகச் செய்யவும் டாஸ்மாக் கடைகளை நாடுவது போல, அன்றாடப் பணிவாழ்வு தொடர்பான நினைவுகளிலிருந்து தப்பிக்கவும், இலக்கற்ற தமது ஓட்டத்தை நியாயப்படுத்தவும் விரும்பும் மக்களுக்கு தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகள் புகலிடமாக இருக்கின்றன.

விஜய் டிவியில் ‘நீங்களும் வெல்லலாம் ஒரு கோடி’, அதற்கு இணையாக சன் டிவியில் ‘கையில் ஒரு கோடி, ஆர் யூ ரெடி’ போன்ற கேலிக்கூத்துகள் ஒரு பக்கம் நவீன லாட்டரிகளாக சீறிப் பறந்து கொண்டிருக்க, இன்னொரு பக்கமோ சூப்பர் சிங்கர், சூப்பர் டான்சர் போன்ற நிகழ்ச்சிகள் வளரும் பருவத்திலேயே சின்னஞ் சிறுவர்களையும், சிறுமியர்களையும் குத்தாட்ட உணர்ச்சிக்கு பழக்கப்படுத்தி வருவதும் கூட டி.ஆர்.பி புள்ளிகளைப் பெற்று, விளம்பர வருவாய் மூலம் கொள்ளை லாபம் சம்பாதிக்கத்தான்.

புதிய பொருளாதாரக் கொள்கைகள் அமுலாக்கப்பட்டதைத் தொடர்ந்து, கடந்த இரு பத்தாண்டுகளில் மக்களின் பொருளாதார வாழ்க்கை மேலும் மேலும் சிக்கலாகிக் கொண்டே வருகிறது. வேலையிழப்பு, சம்பளக் குறைப்பு, சலுகைகள் வெட்டு என்பதைப் பணியிடங்களில் சந்திக்கும் மக்கள் இவற்றினூடாக பொருளீட்டியாக வேண்டும் என்பது தான் எதார்த்தம். புற உலகில் அதிகரிக்கும் தேவைகள், அதை நிறைவேற்றியாக வேண்டிய பதட்டம், அதற்காக வேகமெடுக்கும் வாழ்க்கையில் இளைப்பாறுதலையும் கொடுக்க

வேண்டிய உறவுகளுக்கும், நட்புகளுக்கும், சுற்றத்தாருக்கும் பதில் அந்த இடத்தை தொலைக்காட்சிகள் ஆக்கிரமித்துள்ளன.

செய்திச் சேனல்கள் இந்த இடைவெளிக்குள் மக்களின் மூளைகளை அரசியல் நீக்கம் செய்கிறதென்றால், பொழுது போக்குச் சேனல்கள் அந்த இடத்தை வெற்று உணர்ச்சிகளால் நிரப்புகின்றன. தமிழில் நடிகை லட்சுமி நடத்திய 'கதை அல்ல நிஜம்', தமிழ்நாட்டின் குரல் வேட்டை ஆடும் 'சூப்பர் சிங்கர்', சிறந்த நாட்டிய ஜோடியை தேர்ந் தெடுக்கும் 'மானாட மயிலாட' போன்ற நிகழ்ச்சிகளில் பங்கு பெறு பவர்களை மிகையான உணர்ச்சிகளை வெளிப்படுத்த வைப்பதன் மூலம், பார்வையாளர்களிடம் போலியான உணர்ச்சிகளைத் தூண்டி விடுகிறார்கள்.

மும்பையில் பயங்கரவாதிகள் தாக்குதல் நடந்த போது, என்.டி.டி.வி. யின் பர்கா தத் பாதுகாப்பு படையினரின் நிலைகளையும், தாக்குதல் நடத்தியவர்களையும் நேரடி ஒளிபரப்பு செய்து தனது தொலைக் காட்சிக்கு டிஆர்பி ரேட்டிங் சம்பாதித்துக் கொடுத்தார். நாடாளுமன் றத்தில் வாக்களிக்கப் பணம் கொடுத்து, கையும் களவுமாக பிடிப் பதற்கான ரகசிய திட்டத்தை செயல்படுத்தி, படம் பிடித்த சிஎன்என் ஐபிஎன் தனது ஒளிபரப்பு முடிந்ததும் சத்தம் போடாமல் அந்த டேப்பு களை நாடாளுமன்ற சபாநாயகரிடம் ஒப்படைத்து விட்டது.

அரசியல் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பல்வேறு நிகழ்வுகளை வெறும் பர பரப்பு என்கிற வட்டத்திற்குள் கொண்டுவரும் செய்திச் சேனல்கள், வேண்டிய மட்டிலும் டிஆர்பி புள்ளிகளைக் கறந்ததும், அந்நிகழ்ச்சி யையே மொத்தமாக மதிப்பிழக்கச் செய்து விடுகின்றன.

உண்மையில் விளம்பர வருமானத்துக்காகப் போட்டி போடும் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளில் எதற்கு வாய்ப்பு என்பதைத் தீர்மா னிக்கும் நாட்டாமை தான் டிஆர்பி. அதன் யோக்கியதை முதலாளி

மும்பைத் தாக்குதலின்போது பாதுகாப்புப் படையின் நிலைகளை
பிரேக்கிங் நியூசாக ஒளிபரப்பிய என்டிடிவி-யின் பர்கா தத்!

களுக்கு இடையேயான போட்டி முரண்பாடுகளால் அம்பலமாகி அவ்வப்போது பல்லிளிக்கிறது. அப்படிப்பட்ட தகராறு தான் என்.டி. டிவி.க்கும், ஏ.சி.நீல்சனுக்கும் இடையேயான இப்போதைய வழக்கு.

என்.டி.டி.வி.யைப் பொறுத்தமட்டில் இதில் பெரிதாய் நீதி, நேர்மையெல்லாம் பார்த்துக் கொண்டு களமிறங்கவில்லை. இப்போதே நீதிமன்றத்துக்கு வெளியே தனிப் பஞ்சாயத்து நடத்தி ஒரு கவுரவமான தொகையைப் பெற்று விட்டு, வழக்கை வாபஸ் பெற்று விடவும் அவர்கள் தயார் என்றே செய்திகள் வெளியாகின்றன. அல்லது அவர்களது வழக்கு புஸ்வாணமாகப் போகலாம். எனினும், டிஆர்பி மோசடியால்தான் தனது நிறுவனம் நட்டமடைந்தது என்று பங்குதாரர்களை நம்பவைப்பதற்ககாவது இந்த வழக்கு துணை புரியலாம்.

டிஆர்பி எனும் இலாபத்தை தீர்மானிக்கும் மாயமானை நோக்கி எல்லா தொலைக்காட்சிகளும் வெறி பிடித்தவாறு ஓடுகின்றன. அந்த ஓட்டமே எல்லா சானல்களையும் வேறுபாடு இன்றி ஒன்றாக வடிவமைத்து விடுகிறது. இன்று எந்தச் செய்தியும் பரபரப்பாக யார் முதலில் காட்டுகிறார்கள் என்று போவதால் எல்லா சானல்களிலும் குறிப்பிட்ட செய்தியை ஒரே மாதிரியாகத்தான் பார்க்கிறோம். ஒரு செய்தி குறித்த பின்னணி விவரங்கள், ஆழமான அலசல்கள் இன்றி அவை வெறுமனே கரைந்து போகும் அலங்கார ஐஸ்கீரிம் போல தோன்றிய வேகத்தில் மறைந்து போகிறது.

இறுதியில் சானல்களின் போட்டி என்பது இத்தகைய குத்து வெட்டுக்களில் வந்து முடிகிறது. விளம்பரங்கள் தரும் முதலாளிகளுக்கு டிஆர்பி ரேட்டிங் முக்கியம் என்றால், தொலைக்காட்சி நிறுவனங்களுக்கு விளம்பர வருவாய் முக்கியம். இவர்களுக்கிடையே நடக்கும் போட்டி, சண்டையில் யாருடைய வருமானம் குறைகிறது என்பது யாருடைய வருமானம் அதிகரிக்கிறது என்பதோடு இணைந்தது. தொலைக்காட்சி மூலம் கிடைக்கும் வருவாய் யாராவது ஒரு சிலருக்குத்தான் போக வேண்டும் என்ற ஏகபோகம் இதன் மூலம் உருவாகிறது. தமிழகத்தில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் சன் குழுமத்தையும், உலக அளவில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் முர்டோச்சின் குழுமத்தையும் இதற்கு சான்றாக கூறலாம்.

என்.டி.டி.வி அத்தகைய ஆதிக்கத்தை பெற முடியவில்லை என்பதால் இந்தப் புகார், வழக்கு. விளம்பர முதலாளிகளுக்கும், தொலைக்காட்சி முதலாளிகளுக்கும் இடையே இருக்கும் முரண்பாட்டின் வெளிப்பாடுதான் இந்த வழக்கு. மற்றபடி இந்த வழக்கில் நீதி, நேர்மை, நியாயம், அறம் என்பதெல்லாம் மாயை.

● செழியன்,
புதிய கலாச்சாரம், அக்டோபர் 2012

சத்யமேவ ஜெயதே: அமீர் கானின் SMS புரட்சி!

காமெடியனாய்ச் சீரழிந்துபோன அண்ணா ஹசாரேவின் சோக முடிவுக்குப் பின் நடுத்தர மற்றும் மேல் நடுத்தர வர்க்கத்தின் 'போராட்ட வாழ்வில்' ஏற்பட்டுள்ள இடைவெளியை நிரப்ப வந்திருக்கிறார் அமீர் கான்.

அந்த நடுத்தர வயதுப் பெண்மணி கலங்கிய கண்களோடு அமர்ந்திருக்கிறார். கேமராக்கள் அந்த முகத்தை நெருக்கத்தில் காட்டுகின்றன. எதிரே அமர்ந்திருக்கும் இந்தி நடிகர் அமீர் கான் மெல்லிய குரலில் கேட்கிறார்

''சொல்லுங்க! உங்க சோகத்தை எல்லோருக்கும் சொல்லுங்க!''

லேசான தழுதழுத்த குரலில் பேசத் துவங்கும் அப்பெண்ணின் பெயர் கவுஷால் பன்வார். ஹரியானா மாநிலத்தில் வால்மீகி சாதியைச் சேர்ந்த தலித் பெண். கடுமையான சாதி ஒடுக்குமுறைகளைத் தாண்டி துப்புரவுத் தொழிலாளியாக வேலை பார்த்துக் கொண்டே சமஸ்கிருதத்தில் டாக்டர் பட்டம் பெற்றுள்ள கவுஷால், தற்போது தில்லி ஜவஹர்லால் நேரு பல்கலைக்கழகத்தில் சமஸ்கிருத பேராசிரியையாகப் பணிபுரிவதாகச் சொல்கிறார்.

கவுஷாலின் துயரமான வாழ்க்கைப் பயணத்தைப் பற்றிய விவரணைகளால் அந்நிகழ்ச்சியின் படப்பிடிப்பு அரங்கில் பார்வையாளர்களாக அமர்ந்திருந்த பலரும் கண் கலங்குகிறார்கள். கவுஷாலின் முன்னேற்றத்தில் பெரும் அக்கறை கொண்டிருந்த அவரது தந்தை 'சித்தா'வின் பெயரைச் சொன்னதும் அமீர் பார்வையாளர்களைக் கரவொலி எழுப்பச் சொல்லிக் கேட்கிறார் அவர்களும் உற்சாகமாக கை தட்டுகிறார்கள்.

கவுஷாலைத் தொடர்ந்து ஆவணப்பட இயக்குநர் ஸ்டாலின் கே. வருகிறார். அவரது ஆவணப்படமான ''தொடப்படாத இந்தியா'' விலிருந்து (Untouched India) சில காட்சிகள் திரையிடப்படுகின்றது. அதைத் தொடர்ந்து துப்புரவுத் தொழிலாளர்கள் இயக்கத்தைச் (safai karmachari andholan) சேர்ந்த பெசவாடா வில்சன் வருகிறார். மனிதக் கழிவை மனிதனே அகற்றுவதற்கெதிரான அவரது போராட்டங்களை விவரிக்கிறார். தொடர்ந்து ஓய்வு பெற்ற நீதிபதி தர்மாதிகாரி வருகிறார். பார்ப்பனரான அவர் சாதி வேற்றுமை கொடியது, இந்த வேற்றுமையை குழந்தைகளிடம் விதைக்கும் பெற்றோர்களே அதை அகற்ற வேண்டிய கடமையையும் கொண்டிருப்பதாகச் சொல்லிச் செல்கிறார்.

இறுதியில் அமீர் கான்:

''இதற்கெல்லாம் என்ன செய்யப் போகிறோம்? எப்படித் தடுக்கப் போகிறோம்? மனிதக் கழிவை மனிதனே அகற்ற வேண்டுமா? உங்கள் பதிலை திரையில் பளிச்சிடும் இந்த எண்ணுக்கு குறுஞ்செய்திகளாக அனுப்புங்கள்... நாம் மீண்டும் அடுத்த வாரம் சந்திப்போம்''

மேலே விவரிக்கப்பட்டிருப்பது ஸ்டார் குழுமத் தொலைக்காட்சிகளில் ஒளிபரப்பான சத்யமேவ ஜெயதே நிகழ்ச்சியின் ஒரு அத்தியாயம். கடந்த 2012 மே மாதம் 6-ஆம் தேதி ஸ்டார் குழுமத்தைச் சேர்ந்த பல்வேறு மொழிச் சேனல்களிலும், தூர்தர்ஷனிலும் ஒரே நேரத்தில் ஒளிபரப்பாகத் துவங்கியது சத்யமேவ ஜெயதே. பிரதி வாரம் ஞாயிற்றுக் கிழமைகளில் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சமூகப் பிரச்சினைகளைப்

பார்வையாளர்களின் அழுகை, சிரிப்பை பதிவு செய்து
தேவைக்கேற்ப எடிட் செய்து பயன்படுத்தும் அமீர்கான்
- இதுதான் வாய்மையே வெல்லும் முழக்கத்தின் இலட்சணம்!

பற்றி அலசுவதும், அதைத் தீர்ப்பதற்கான வழிமுறைகளை முன்வைப்பதும் இந்நிகழ்ச்சியின் நோக்கமென்று கூறிக் கொள்கிறார்கள்.

முதலாளித்துவ ஊடகங்களில் எழுதும் அறிவுஜீவியினர் சிலர் இந்நிகழ்ச்சி வெறும் ரியாலிட்டி ஷோ மட்டுமல்ல, இதில் பேசப்படும் ஒவ்வொரு விசயமும் சாமானிய மக்களின் இதயங்களைத் தொடுவது போலிருப்பதாகவும், ஒரு மாற்றத்துக்கான முதல் அடியை எடுத்து வைப்பதால் இது ஒரு சமூக இயக்கம் என்றும் சொல்கிறார்கள். ஒரு சிலர் நிகழ்ச்சியைக் காணும் போதே அடக்க முடியாமல் கண்ணீர் வடித்ததாக எழுதுகிறார்கள்.

சத்யமேவ ஜெயதே இதுவரையில்லாத வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளதைப் புள்ளி விவரங்கள் தெரிவிக்கின்றன. இந்தியாவின் முக்கியமான ஆறு பெருநகரங்களில் மட்டுமே 4.74 டி.ஆர்.பி (தொலைக் காட்சி பார்வையாளர் கணக்கீட்டுப்) புள்ளிகளைப் பெற்றுள்ளது இந்நிகழ்ச்சி. இதன் இணையதளம் மே மாதத்தில் மட்டுமே சுமார் 68 ஆயிரம் வாசகர்களது மறுமொழிகளைப் பெற்றுள்ளது.

முதல் நிகழ்ச்சி நடந்த சமயத்தில், ஒரே மணி நேரத்தில் சுமார் ஒரு லட்சத்திற்கும் மேற்பட்டவர்கள் அமீர் கானைத் தொலைபேசியில் அழைக்க முற்பட்டுள்ளனர். பல லட்சம் செல்பேசி குறுந்தகவல்கள் அனுப்பப்பட்டுள்ளது. சுமார் 42 ஆயிரம் பேர் சமூக வலைத்தளமான ட்விட்டர் மூலம் இந்நிகழ்ச்சியைத் தொடர்கிறார்கள். ஐ.டி. துறையைச் சேர்ந்த இளைஞர்களின் அரட்டைகளில் சமீப காலமாக சத்யமேவ ஜெயதே கட்டாயமாக இடம் பிடித்துள்ளது.

கையிலிருக்கும் கின்லே பாட்டிலில் இருந்து தண்ணீரை அருந்தியபடியே இந்தியாவின் தண்ணீர் பஞ்சத்திற்கு தீர்வு கூறும் அமீர்கான்!

சத்யமேவ ஜெயதே பெற்றுள்ளது ஒரு பிரம்மாண்டமான வெற்றி போலத் தோன்றினாலும் அதன் பின்னே விளம்பர, ஸ்பான்சர் அளிக்கும் பெரும் நிறுவனங்கள் உள்ளன. நட்சத்திர நாயகர்கள் நடிக்கும் தமிழ் சினிமாவை முதல் வாரத்தில் பார்த்தே ஆக வேண்டுமென்று ஒரு பரபரப்பை கிளப்பி விட்டு ஆதாயம் பார்ப்பதற்கும் இந்த நிகழ்ச்சியின் வெற்றிக்கும் நிறைய தொடர்புண்டு.

உதாரணமாக, கட்டுரையின் துவக்கத்தில் விவரிக்கப்பட்டுள்ள தீண்டாமை தொடர்பான நிகழ்ச்சியை எடுத்துக் கொள்வோம். ஸ்டார் குழுமத்தின் படப்பிடிப்பு அரங்கத்தில் அமர்ந்திருந்த பார்வையாளர்களின் கண்ணீரும், சிரிப்பும், ஆத்திரமும், ஆர்வமும், பெருமிதமும் தொலைக்காட்சிப் பெட்டியின் முன் அமர்ந்திருக்கும் நேயர்களையும் பற்றிக் கொள்வதாகத் தோன்றினாலும் இது ஒரு செட்டப் என்றால் நம்புவீர்களா?

அறிவுஜீவிகள் வியந்தோதும் அமீர்கானின் இந்த மலம் அள்ளும் சாதி பிரச்சினையின் பின்னே மறைக்கப்பட்ட இரண்டு வார்த்தைகளை அநேகமானோர் கவனிக்கத் தவறியுள்ளனர் - அந்த வார்த்தைகள் அம்பேத்கர் மற்றும் இட ஒதுக்கீடு.

ஜூலை 23-ம் தேதியிட்ட அவுட்லுக் பத்திரிகையில் இது பற்றி எழுதியுள்ள ஆனந்த், தனது பத்தியில் இதை மிகச் சரியாக சுட்டிக் காட்டுகிறார். தலித்துகளின் மீதான சாதிய ஒடுக்குமுறைகளின் கொடூரங்களை விளக்கியும், அதற்கான தீர்வுகளை இலக்கில்லாமல் முன்வைத்தும் சுமார் ஒன்றரை மணி நேரங்கள் நீண்ட அந்த நிகழ்ச்சியில் அம்பேத்கர் பற்றியோ, இடஒதுக்கீடு பற்றியோ எந்த வார்த்தையும் வெளிப்படாமல் மிகக் கவனமாகத் தவிர்த்துள்ளனர்.

ஆனந்த் நிகழ்ச்சியில் பங்கேற்றவர்களிடம் விசாரித்துள்ளார். குறிப்பாக வில்சன் தனது பேட்டியின் போது இட ஒதுக்கீடு பற்றியும் அம்பேத்கர் பற்றியும் குறிப்பிட்டதாகவும், பின்னர் ஒளிபரப்பான நிகழ்ச்சியின் அது வெட்டப்பட்டு விட்டதாகவும் தெரிவித்துள்ளார். அதே போல் கவுஷால் பன்வாரும் அம்பேத்கர் பற்றி குறிப்பிட்டுள்ளார் அதுவும் வெட்டப்பட்டிருக்கிறது. அதிர்ச்சியடைந்த ஆனந்த் வேறு சிலரிடமும் பேசியிருக்கிறார். அதில் சிலருடைய வாதங்கள் மறைக்கப்பட்டிருக்கிறது சிலருடைய பதிவுகள் நிகழ்ச்சியில் வெளியிடப்படாமலேயே வெட்டியெறியப்பட்டிருக்கிறது.

மேலும், கவுஷால் பன்வார் தனது வாழ்க்கையை விவரித்தது பார்வையாளர்கள் இல்லாத ஒரு படப்பிடிப்பு அரங்கத்தில். ஆனால், நிகழ்ச்சி ஒளிபரப்பான போது அந்த அரங்கத்தில் பார்வையாளர்கள் இருந்தனர். அவர்கள் அழுதனர், சிரித்தனர், கரவொலியெழுப்பினர்,

ஆத்திரமாகவும், அசூசையுடனும் முகபாவனைகளைக் காட்டினர். இந்த 'உணர்ச்சிகளெல்லாமே' தனியே படம் பிடிக்கப்பட்டு பின்னர் சேர்க்கப்பட்டுள்ளது. அந்த உணர்ச்சிகள் ஏதேனும் ஒரு பாலிவுட் மசாலாப் படத்தைப் பார்த்து எழுந்ததாகக் கூட இருக்க வாய்ப்பிருக் கிறது ஆனால் நிச்சயம் கவுஷால் பன்வாரின் வாழ்க்கைச் சம்பவங் களின் மேல் எழுந்ததல்ல.

அமீர் கான் தனது நேயர்களை ஏமாற்றி விட்டார் என்பது மட்டும் இங்கே பிரச்சினையில்லை - இந்த போலித்தனங்களின் வெளிச் சத்தில் கேந்திரமான உண்மைகளைக் குழிதோண்டிப் புதைக்கும் அயோக்கியத்தனம்தான் நமது கவனத்திற்குரியது. சொல்லப் போனால், அமீரின் நேயர்கள் தாங்கள் ஏமாற்றப்படுவதை விரும்பு கிறார்கள் என்பதே எதார்த்தம்.

தலித் மக்களுக்காக உயிர், பொருள், குடும்பத்தைத் தியாகம் செய்து இந்நாட்டில் நடந்த போராட்டங்கள் எண்ணற்றவை அந்தப் போராட் டங்களில் எண்ணிறந்த உயிர்கள் மடிந்து போயுள்ளன. சமஸ்கிருத பண்டிதராவதற்காகப் போராடிய தலித்தின் கதையை இத்தனை மெனக்கெட்டுத் தேடியெடுத்த அமீர் கான், அதே ஹரியானாவில் மாட்டுத் தோலை உரித்த 'குற்றத்திற்காக' கொளுத்தப்பட்ட தலித் உடல்களைப் பற்றியோ, இந்த நாட்டின் குறுக்கும் நெடுக்குமாக ரத்தமும் தசையுமாக வாழும் கயர்லாஞ்சியின் போட்மாங்கேயைப் போன்றவர்களையோ சொல்லாமல் மறைப்பது தற்செயலானதல்ல.

சும்மா ஒரு எஸ்.எம்.எஸ் செய்தாலேயே நீங்களும்
ஒரு சமூகப் போராளியாகி விடலாம் என்கிற எளிய வழியைத் திறந்து விடுகிறார்.

‘‘இந்த நாட்டில் சாதி இருக்கத்தான் செய்கிறது; அது மக்களின் மூளைகளுக்குள் இருக்கிறது; நாம் தான் நமது குழந்தைகளிடம் அதை விதைத்திருக்கிறோம் எனவே நாம் தான் அதை அகற்ற வேண்டும்’’ என்றார் அந்த நிகழ்ச்சியில் கலந்து கொண்ட ஓய்வு பெற்ற பார்ப்பன நீதிபதி சந்திரசேகர தர்மாதிகாரி. அவரே மேலும், ‘‘நமது பாரதம் இன்னும் முன்னேறி பல சாதனைகள் படைக்க வேண்டுமென்றால் நாமெல்லோரும் ஒன்றாக இருக்க வேண்டியது அவசியம்’’ என் கிறார்.

இந்திய சமூகத்தின் ஆன்மாவாக இருக்கும் பார்ப்பனியத்தின் உயி ராதாரமே சாதியினுள் தான் புதையுண்டு கிடக்கிறது. ஒட்டுமொத்த இந்துப் பொதுப்புத்தியே சாதிப் படிநிலையென்கிற செங்கற்களால் தான் கட்டமைக்கப்பட்டிருக்கிறது. ஆனால், ஒரு சமூக எதார்த்தத் திற்கு தனிநபர்களைப் பொறுப்பாளிகளாக்கி கதையெழுதுகிறார் அமீர் கான். அதுவும் உழைத்து முன்னேறிய தலித்துக்கள்தான் அவரது அக்கறைக்குரியவர்களே அன்றி, வெட்டிப் புதைக்கப்பட்டவர்கள் அல்ல. இதைக் கூறினால் கொன்றவர்கள் யாரென்று குறிப்பாகப் பேச வேண்டியிருந்திருக்கும்.

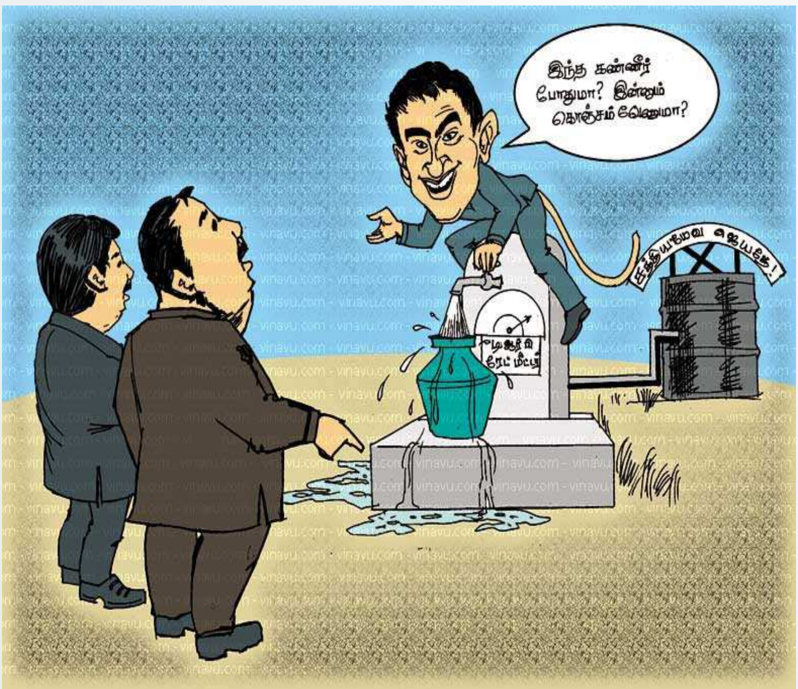
அதாவது உள்ளூர் அளவில் கயர்லாஞ்சியின் கொலைகாரர்களைப் பாதுகாத்த கட்சி எதுவென்று சொல்ல வேண்டியிருக்கும்; மாட்டுத் தோலை உரித்ததற்காக தலித்துகளைக் கொளுத்திய வெறியர்கள் புனி தப் போராளிகள் என்று ஆராதிக்கும் காவிக் கட்சிகளை அடையாளம் காட்ட வேண்டியிருக்கும். ஆனால் இத்தகைய கட்சிகள்தான் சத்ய மேவ ஜெயதே நிகழ்ச்சிக்கு காசு கொடுக்கும் புரவலர்களின் சமூக அடித்தளங்கள் மற்றும் கூட்டாளிகள்.

சல்வா ஜூடுமினுடைய நிறுவனர்களையும், ரன்பீர் சேனாவின் பிதா மகர்களையும் அமீர் எதிர்த்துப் பேசுவதை ரிலையன்சும் விரும்பாது; சத்யமேவ ஜெயதேவின் மற்ற புரவலர்களும் விரும்ப மாட்டார்கள். அது மட்டுமல்ல சத்யமேவ ஜெயதேவின் இந்தி-இந்து மாநில ரசிகர் களே கூட அதை விரும்பக் கூடியவர்களல்ல.

எனவே தான் அமீர் இருளான அந்தப் பக்கங்களுக்குள் நுழைய மறுக் கிறார். அந்த நிகழ்ச்சியில் தர்மாதிகாரி பேசியது அவரது கருத்து மட் டுமல்ல சத்யமேவ ஜெயதே நிகழ்ச்சியின் கருப்பொருளே அதுதான். மருத்துவத் துறைப் பிரச்சினைகளைப் பற்றி நடந்த முந்தைய நிகழ்ச் சியொன்றில் மருத்துவம் தனியார்மயமாகியிருப்பது, பன்னாட்டு மருந்துக் கம்பெனிகளின் இலாப வெறி, அவர்களுக்கு பாதபூசை செய்யும் இந்திய ஆளும் வர்க்கத்தின் அடிமைப் புத்தி போன்றவற் றைத் தவிர்த்து விட்டு சில மருத்துவர்களைக் குற்றவாளிக் கூண்டில் ஏற்றுகிறார்.

ஆட்டத்தின் விதிகள் இவ்வாறாகத் தீர்மானிக்கப்பட்ட பின் கோகிலா பென் அம்பானி மருத்துவமனையின் மூலம் கொள்ளையடிக்கும் ரிலையன்ஸ் சத்யமேவ ஜெயதேவின் ஆஸ்தான புரவலராக இருக்க தடையேது? அதனால் தான் சத்யமேவ ஜெயதே நிகழ்ச்சியில் அமீர்கானால் கைகாட்டப்படும் தன்னார்வ நிறுவனங்களுக்கு பொது மக்கள் வழங்கும் நன்கொடைகளுக்கு இணையான தொகையைத் தானும் வழங்க முன்வந்திருப்பதாக எந்தக் கூச்சமும் இன்றி ரிலையன் ஸால் பீற்றிக்கொள்ள முடிகிறது.

பெண் சிசுக் கொலை பற்றிப் பேசும் போது இந்தியாவில் பெண்ணடி மைத்தனத்தின் ஊற்றுமூலமான பார்ப்பன இந்து மதத்தையும். அதன் சமூக அடித்தளமான நிறுவனங்கள், கட்சிகளைப் பற்றியும் பேசாமல் இருப்பது; குடியின் தீமை பற்றிய நிகழ்ச்சியில் விஜய் மல்லையாவின் கொள்ளைகளையும், அதற்கு இசைவான முதலாளி வர்க்கத்தையும் தவிர்த்து விடுவது; விவசாயத்தில் பூச்சிக்கொல்லிகள் பற்றிப் பேசும் போது பன்னாட்டு விதைக் கம்பெனிகளான மான்சாண்டோ, கார்கில் பற்றியும், அவர்கள் தேசத்தினுள்ளே நுழைய எல்லைகளை அகலத் திறந்து விட்ட மன்மோகன் - சிதம்பரம் கும்பலைப் பற்றிப் பேசாமல் தவிர்ப்பது இது தான் சத்யமேவ ஜெயதே.



பூச்சிக்கொல்லி மருந்துகள் பயன்படுத்துவது மக்களின் ஆரோக்கியத் துக்கு எத்தகைய கேடுகளை உண்டாக்கும் என்று ஓதிய அமீர்கான், பூச்சிக்கொல்லிகளைப் பயன்படுத்துவதற்கு விவசாயிகளை மட்டும் பொறுப்பாளிகளாக்குகிறார். இங்கே முறைகேடான வழிகளில் மரபீனி விதைகளையும், வீரிய நச்சு உரங்களையும் கள்ளத்தனமாக விற்கும் கார்கில், மான்சான்டோ முதலான பன்னாட்டுக் கம்பெனி களைத் தடைசெய்து நாட்டை விட்டே விரட்ட வேண்டும் என்று கோரவில்லை. பன்னாட்டுக் கம்பெனிகளுக்குச் சாதகமான காட் ஒப் பந்தத்திலிருந்து இந்தியா விலக வேண்டுமென்று கேட்கவில்லை.

இது தான் அண்ணா ஹசாரேவின் ஊழல் ஒழிப்பு நடைமுறை என்பது. ஊழலை ஒழிக்க வேண்டும் ஆனால் அம்பானியின் ஊழ லைப் பற்றியோ, டாடாவின் திருட்டைப் பற்றியோ, மிட்டலின் கொள்ளைகள் பற்றியோ, வேதாந்தாவின் நிலப்பறிப்புகள் பற்றியோ வாயைத் திறப்பதில்லை என்பது தான் அண்ணா ஹசாரே. தாலுகா ஆபீஸ் ப்யூன் வாங்கும் பத்து ரூபாயைத் தடுக்க என்ன செய்யலாம், என்ன சட்டம் போடலாம் என்பதைப் பற்றியெல்லாம் மூளையைக் கசக்கும் ஹசாரே, பெல்லாரியின் இரும்புத் தாதுக்கள் வாரிச் செல்லப் படுவதற்கு வகை செய்யும் தனியார்மயத்தைத் தகர்த்தெறிவது பற்றிப் பேச மாட்டார்.

அதனால் தான் அவரது ஊழல் ஒழிப்புப் போருக்கு ஸ்பெக்ட்ரம் திருடர்களான ஏர் டெல்லும், ரிலையன்சும், டாடாவும் ஸ்பான்சர் செய்தார்கள் அதே காரணத்திற்காகத் தான் இன்று அமீருக்கும் இவர்கள் ஸ்பான்சர் செய்யக் காத்திருக்கிறார்கள். ‘யார்ட்ட துட்டு வாங்கினா என்னா சார், எதுனா நல்லது நடக்குதா பாருங்க சார்’ என்று ஒரு மூலையிலிருந்து கூவுகிறது அறிவாளிகளின் மனசாட்சி. ‘கோழி குருடா இருந்தாலென்ன ?! குழம்பு ருசியா இருக்கா பாரு!’ பளீ ரென்று ஒளிரும் இந்த சந்தப்பவாதத்தின் நிழலில் தான் மோடியும், மான்சான்டோவும், ரன்பீர் சேனாவும், டாடாவும், அண்ணா ஹசாரே வும், ராமகோபாலனும், ப.சிதம்பரம்-மன்மோகன் சிங்கும் சந்தித்து கைகுலுக்கிக் கொள்கிறார்கள்.

இந்தளவுக்கு நேர்மையற்றும், அயோக்கியத்தனமாகவும் வழங் கப்படும் ஒரு நிகழ்ச்சி பரவலான வரவேற்பைப் பெற்றுள்ளதை எவ்வாறு புரிந்து கொள்வது? சின்ட்ரெல்லா கதைகளைப் போல மகிழ்ச்சியான தீர்வுகளை அளித்து தமது வார இறுதிகளைக் கொண் டாட்டமாக்குவதைத் தான் இதன் நடுத்தர மற்றும் உயர்நடுத்த வர்க்க நேயர்கள் விரும்புகிறார்கள். சிக்கலான சமூகப் பிரச்சினைகளை இப்படி மொன்னையாகவும், தட்டையாகவும் ஒரு வெண்ணைக்

கட்டியை சுலபமாக அறுப்பது போலவும் ஒரு பேக்கேஜ்ஜாக வழங்கு வதைத் தான் அவர்கள் வரவேற்கிறார்கள்.

நிகழ்ச்சியின் துவக்கத்திலேயே இதை அமீர்கான் வெளிப்படையாக அறிவித்தும் விடுகிறார். முதல் வார நிகழ்ச்சியின் துவக்கத்தில் அவர் விலை உயர்ந்த கார்களிலும், பைக்குகளிலும், ட்ரெயினிலும் இந் தியாவின் பல பகுதிகளுக்கும் பயணிக்கிறார். பின்னணியில் பாடல் ஒன்று ஒலிக்கிறது. கையிலிருக்கும் கின்லே பாட்டிலில் இருந்து தண்ணீரை அருந்தியபடியே ‘உண்மையான’ இந்தியாவின் முகத்தைத் தரிசிக்கிறார். திரையில் எழுத்துக்கள் முடியும் நேரத்தில், அந்திசாயும் பொழுதில் கடற்கரையொன்றில் அமீர் இறுகிய முகத்தோடு அமர்ந் திருக்கிறார். கனமான குரலில் ஒரு சிறு உரை நிகழ்த்துகிறார். அதில்...

‘‘நான் யாரையும் குற்றம் சுமத்த வரவில்லை; யாரையும் குற்றவாளி யாக்கவில்லை; யாரையும் குற்றவாளிக் கூண்டில் நிறுத்துவதோ அல்லது புண்படுத்துவதோ என் நோக்கமல்ல. ஆனால்.... நம்மில் ஒருவர் தானே இதற்கெல்லாம் (சமூகப் பிரச்சினைகளுக்கு) காரணம்? அல்லது எல்லோருமே தானே காரணம்? வாருங்கள்! நாம் சேர்ந்து பயணிப்போம். கொஞ்சம் தேடல்.. கொஞ்சம் களைத்தல்.. கொஞ் சம் கேட்பது, கொஞ்சம் சொல்வது.. சில கஷ்டமான விஷயங்களுக்கு விடை தேடுவது. இதனூடாக கலவரம் எனது நோக்கமல்ல. சிறு மாற் றம்தான் விருப்பம்.’’ என்கிறார். நடுத்தர வர்க்கத்தின் இதயங்கள் ஏன் ‘விழுந்தன’ என்கிற கேள்விக்கான விடை இதனுள் தான் பொதிந்து கிடக்கிறது.

இந்தியாவில் நடுத்தர வர்க்கமாய் வாழ்தவதன் சிக்கல்கள் அவ்வளவு அலாதியானது. தொடர்ந்து அதிகரித்து வரும் விலைவாசி, வியர்வை வழியும் போக்குவரத்துப் பயணங்கள், நாளிதழ்களில் புரட்டப் புரட்ட முடைநாற்றமெடுக்கும் ஊழல்கள், அலுவலகத்தில் வெட்டப்படும் சலுகைகள், அதிகரித்து வரும் வீட்டுக் கடனின் மாதாந்திரத் தவணை, பெட்ரோல் காரை விட டீசல் கார் குறைந்தது ஒரு லட்சமாவது அதிக மாயிருகிறதே என்கிற எரிச்சல், இன்னுமா ஸ்மார்ட் போன் வாங்க வில்லை என்கிற துக்க விசாரிப்புகள், எப்போதாவது தென்படும் வறுமை பற்றிய செய்திகள் ‘பேசாம இராணுவ ஆட்சி வரணும் சார்’ என்று அவலை மென்று கொண்டிருந்த வாய்களில் வி.கே.சிங் என்கிற புண்ணியவான் வேறு மண்ணள்ளிப் போட்டு விட்டார் கடைசியில் இருந்த ஒரே நம்பிக்கை நட்சத்திரமான அண்ணா ஹசாரே உலக மகா காமெடியனாக சீரழிந்து விட்டார். பரிதாபமான நிலை தான்.

படித்த நடுத்தர வர்க்கத்தினர் புழங்கும் இணையம், ஆங்கிலத் தொலைக்காட்சி சேனல்கள், சமூக வலைத்தளங்களில் சமூகத்தை எதிர்நோக்கும் சவால்கள் என்பவை குறித்த மிக மேலோட்டமான,

ஆனால் உணர்ச்சியைத் தூண்டும் விதமான விவாதங்களே நிறைந் துள்ளன. இந்த அடிப்படையில் இருந்து தான் ‘எதாவது செய்யணும் பாஸ்’ என்கிற அரிப்பு தோன்றுகிறது. உண்மையில் ஊழலையோ, பிற சமூகக் கேடுகளையோ எதிர்க்க வேண்டுமென்றால் அதற்குத் தெருவிலறங்கிப் போராடியாக வேண்டும்.

ஆனால், அதற்கு லீவு போட வேண்டும்; வெயிலில் நிற்க வேண்டும்; அரசு அடக்குமுறைகளைச் சந்திக்க வேண்டும்; சம்பள இழப்பைச் சந்திக்க வேண்டும் அதிகபட்சமாக வேலையிழப்பையே கூட சந் திக்க வேண்டியிருக்கலாம் இந்த இக்கட்டான நேரத்தில் தான் அமீர் கான் ஆஜராகிறார். சும்மா ஒரு எஸ்.எம்.எஸ் செய்தாலேயே நீங்களும் ஒரு சமூகப் போராளியாகி விடலாம் என்கிற எளிய வழியைத் திறந்து விடுகிறார். நாம் யாரையும் குற்றவாளியாக்க வேண்டாமே என்கிறார்.

இந்தக் குறுஞ்செய்தி எல்லைக்குள்ளேயே பாதுகாப்பாக நின்று கொள்வதில் வேறு சில வசதிகளும் இருக்கிறது. சிக்கலான பல்வேறு அரசியல் பரிமாணங்களைக் கொண்ட பிரச்சினைகளை மிக எளி மையாகவும், தட்டையாகவும் புரிந்து கொள்ளும் சாத்தியத்தை உண் டாக்குவதோடு, எடுத்துக் கொள்ளும் பிரச்சினைகளின் ஆன்மாவாக இருக்கும் அரசியலை உருவியெடுத்து விடுகிறது. அந்த இடத்தில் சில தனிநபர்களை வில்லன்களாக நிறுத்துகிறது.

இந்த வில்லன்களைக் கூட மனுப் போடுவது மூலமோ, சட்டங்கள் மூலமோ திருத்தி விட்டால் பிரச்சினை தீர்ந்தது என்கிறார் அமீர் கான். ஒவ்வொரு நிகழ்ச்சியின் இறுதியிலும், சட்டங்கள் இயற்றச் சொல் லியோ நடவடிக்கை எடுக்கச் சொல்லியோ அரசை வலியுறுத்த நேயர் களைக் குறுஞ்செய்தி அனுப்பச் சொல்கிறார் சில நிகழ்ச்சிகளின் தொடர்ச்சியாக அரசும் அவ்வாறாக ‘நடவடிக்கை’ எடுத்திருக்கிறது.

ஒரு சமூகப் பிரச்சினையைத் தீர்க்க மனு அளிப்பது என்கிற 19-ம் நூற் றாண்டின் காங்கிரசு வழிமுறையை அன்றைய வெள்ளை அரசாங்கம் எந்தளவுக்கு ரசித்து வரவேற்றதோ அதே அளவுக்கு இன்றைய ஆளும் வர்க்கமும் விரும்பி வரவேற்கிறது. அமீர் கான் முன்னெடுத்துச் செல் லும் சமூகப் பிரச்சினைகளின் ஆயுள் ஒரு வாரம் தான் என்பதும், அதன் வரம்புகள் மனு மற்றும் குறுஞ்செய்திகள் மட்டும் தானென் பதும் ஆளும் வர்க்கத்திற்குக் கிடைத்த ஒரு வரப்பிரசாதம்.

தண்டகாரண்யாவிலோ, வடகிழக்கு மாநிலங்களிலோ, காஷ்மீரத் திலோ அல்லது வாக்காளர் அடையாள அட்டையைத் திருப்பியளித் ததன் மூலம் கூடங்குளத்திலோ இருக்கும் மக்கள் இயக்கங்களின் போராட்டமும் அமீர் கானின் ‘கடிதக் கலகமும்’ சாராம்சத்திலேயே வேறுபட்டது. முந்தையது ஆளும் வர்க்கத்தின் அதிகார அடிப்

படையையே ஆட்டம் காணச் செய்பவையாக இருக்கும்; அதே நேரம் அமீர் கானுடையது காந்தி-ஹசாரே வகைப்பட்ட தடவிக் கொடுத்தல்கள்தான்.

அதனால் தான் ஊர்வலம், சாலை மறியல், கடையடைப்பு போன்ற மக்களின் ஜனநாயகப்பூர்வமான, மிதமான எதிர்ப்புகளைக் கூட ஏதோ பயங்கரமான தீவிரவாத நடவடிக்கை போல நடத்தும் அரசுக்கு இது போன்ற 'போராட்டங்கள்' உவப்பானதாக இருக்கிறது. முதலாளியே ஏற்பாடு செய்யும் தொழிற்சங்கம் போன்றது தான் அண்ணா ஹசாரே- அமீர் கான் வகைப்பட்ட 'சமூக இயக்கங்கள்'. பாலியல் தேவைகளைத் தீர்த்துக் கொள்ள சிவப்பு விளக்குப் பகுதி இருப்பது அவசியம் என்று சில 'அறிவுஜீவிகள்' சொல்வார்களல்லவா, அது போல மக்களிடையே எழக்கூடிய நியாயமான எதிர்ப்புணர்வுகளுக்கு அண்ணா ஹசாரேவும், அமீர் கானும் வடிகால் அமைத்துக் கொடுக்கிறார்கள்.

அமைப்பாக்கப்பட்ட வகையில் ஆத்திரம் கொள்வதற்கும், அதனடிப் படையில் 'எதிர்ப்பு' நடவடிக்கையில் ஈடுபடுவதற்கும் மக்களைக் கொஞ்சம் கொஞ்சமாகப் பழக்கப்படுத்துவதே சத்யமேவ ஜெயதே நிகழ்ச்சியின் உட்கிடை. பாதுகாப்பான முறையில் எதிர்வினையாற்ற ஒரு வாய்ப்பை எதிர்பார்த்துக் கிடந்த நடுத்தர வர்க்கத்திற்கு இது கச்சிதமாகப் பொருந்திப் போனதாலேயே அவர்கள் இதைத் தலையில் தூக்கி வைத்துக் கொண்டாடுகிறார்கள்.

காமெடியனாய்ச் சீரழிந்து போன அண்ணா ஹசாரேவின் சோக முடிவுக்குப் பின் நடுத்தர மற்றும் மேல் நடுத்தர வர்க்கத்தின் 'போராட்ட வாழ்வில்' ஏற்பட்டுள்ள இடைவெளியை நிரப்ப வந்திருக்கிறார் அமீர் கான்.

ஆகவே தான் அண்ணா ஹசாரேவை ஆதரித்தது போலவே அமீர் கானையும் பெரும் கார்ப்பரேட்டுகள் முன்னின்று ஆதரிக்கின்றன. பிளாச்சிமடாவில் நிலத்தடி நீரை உறிஞ்சிக் குடித்து அந்தப் பகுதியையே பாலைவனமாக்கிய கோகோ கோலா வாய்மையே வெல்லும் (சத்யமேவ ஜெயதே) என்று சுதி சேர்க்கிறது, நாட்டையே கொள்ளையடித்த ரிலையன்ஸ் வயலின் வாசிக்கிறது; 2ஜி கொள்ளையர்களெல்லாம் கன்னக் கோல்; கொலைகார பால் தாக்ரே பின்பாட்டு; உலகவங்கி ஏஜெண்ட் மன்மோகன் சிங் தம்புரா. இந்தக் கன்றாவியை ரசித்துப் பார்க்கும் நேயர்கள் எவருக்கும் கிஞ்சித்தும் வெட்கமில்லை கச்சேரி மிகச் சிறப்பாகக் களை கட்டுகிறது.

● **தமிழரசன்,**
புதிய கலாச்சாரம், ஆகஸ்டு 2012

டி.வி. சீரியல்கள் எப்படித் தயாராகின்றன?

அரை மணி நேரத்தில் 18 நிமிடம்தான் தொடர். நடுவில் மூன்று விளம்பர இடைவேளைகள். எனவே ஒவ்வொரு 6 நிமிடத்துக்கும் ஒரு திருப்பம் கொடுக்க வேண்டும்.

தொலைக்காட்சி நெடுந்தொடர்களுக்கு (சீரியல்களுக்கு) அடிமையானவர்களை மஞ்சள் தண்ணீர் தெளிக்கப்பட்ட பலி ஆடுகளுக்கு ஒப்பிடுவதா, டாஸ்மாக் அடிமைகளுக்கு ஒப்பிடுவதா என்று தெரியவில்லை. சீரியல் நேரம் நெருங்க நெருங்க கைவேலையை முடிப்பதில் பதட்டம் காட்டும் பெண்களைப் பார்க்கும் போது, அவர்களை கட்டிங்குக்காக தவிக்கும் குடிமகனுடன் ஒப்பிடலாம் என்று தோன்றுகிறது. குடிகாரன் குடல் வெந்து சாவோம் என்று தெரிந்தேதான் குடிக்கிறான். சீரியல் அடிமைகளுக்கோ, தங்கள் சிந்தனை காவு கொடுக்கப்படுவது குறித்துத் தெரிவதில்லை. அந்த வகையில் இவர்கள் பலியாடுகளை ஒத்தவர்கள். இந்த நெடுந்தொடர்களில் வருகின்ற கதைகளும் அவை தோற்றுவிக்கும் கருத்துகளும் தனியொரு ஆய்வுக்குரியவை.

ஆனால் இத்தொடர்களின் கதைகள் எவ்வாறு தயாராகின்றன என்பதை இதனுடன் கட்டிப் போடப்பட்டுள்ள ரசிகர்கள் தெரிந்து கொள்வது அவசியம். ஒரு வளர்ப்பு நாயை விடக் கேவலமான முறையில் தாங்கள் ஆட்டிப் படைக்கப்படுவதைத் தெரிந்து கொள்வது, இந்த அடிமைத்தனத்திலிருந்து தங்களை விடுவித்துக் கொள்ள உதவும்.

•●•

தமிழகத்தில் தற்போது 49 தொலைக்காட்சி சேனல்கள் இருக்கின்றன. பொழுதுபோக்கு, செய்திகள், நகைச்சுவை, பாடல்கள், சினிமா, குழந்தைகள், மதம், விளையாட்டு... என இந்த 49-ஐப் பலவாறாகப் பிரிக்கலாம். அடுத்த மூன்று நான்கு மாதங்களில் மேலும் 13 சேனல்கள் வரவிருக்கின்றன.

இவற்றில் ஒளிபரப்பாகும் நிகழ்ச்சிகள் 'டேம்' (TAM) எனப்படும் தொலைக்காட்சி பார்வையாளர் அளவீடு (Television Audience Measurement) சொல்லும் கணக்கைச் சார்ந்தே இயங்குகின்றன; நிகழ்ச்சிகளைத் தயாரிக்கின்றன. விளம்பர வருவாய்க்கு மட்டுமல்ல, நிகழ்ச்சித் தயாரிப்புக்கும் 'டேம்' அளிக்கும் விவரங்கள் முக்கியமானவை. போட்டி ஊடகங்கள் என்ன நிகழ்ச்சியை, எந்த நேரத்தில் ஒளிபரப்புகின்றன, அவற்றுக்கு கிடைக்கும் விளம்பர வருவாய் எவ்வளவு, எத்தனை பார்வையாளர்கள் அந்த நிகழ்ச்சியைப் பார்த்தார்கள், ஏன் அதே நேரத்தில் ஒளிபரப்பான வேறொரு நிகழ்ச்சியை புறக்கணித்தார்கள்... என்பதையெல்லாம் சக நிறுவனங்கள் அறிந்து கொள்ள இந்த 'டேம்' விவரங்கள் அவசியம்.

எனவேதான் வாரம்தோறும் வெளியாகும் 'டேம்' கணக்கின் விவரங்களை அனைத்து காட்சி ஊடகங்களும் கண்கொத்திப் பாம்பாகக் கவனித்து அலசுகின்றன. இதன் பிரதிபலிப்பை தொலைக்காட்சி நெடுந்தொடர்களில் பார்க்கலாம். முன்னணி சேனலாக இருக்கும் சன் டிவியில், வார நாட்களில் நாளொன்றுக்கு 18 தொடர்கள் ஒளிப்பரப்பாகின்றன. அதாவது 24 மணி நேரங்கள் கொண்ட ஒரு நாளில் 9 மணி நேரங்களை இந்தக் கதைத் தொடர்களே ஆக்கிரமிக்கின்றன. காலை 10 மணி முதல் மதியம் 2.30 மணி வரையிலும், பிறகு மாலை 5 மணி முதல் இரவு 11 மணி வரையிலும் அரை மணி நேரத்துக்கு ஒரு தொடர் வீதம் ஒளிபரப்பாகின்றன.

ஆனால் விஜய், ஜெயா, ராஜ், ஜி தமிழ்... போன்ற மற்ற சேனல்களில் சராசரியாக நாளொன்றுக்கு 9 நெடுந்தொடர்களே ஒளிபரப்பாகின்றன. காரணம், 'டேம்' கணக்கின்படி இந்தக் காட்சி ஊடகங்களுக்கான பார்வையாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைவு. எனவே விளம்பர வருமானம் சன் டிவி அளவுக்கு இவற்றுக்கு வருவதில்லை.

சன் டிவியில் எப்படிக் கதைத் தொடர்கள் தயாராகின்றன? பகலில் ஒரு தொடரை ஒளிபரப்புவதற்கு அரை மணி நேரத்துக்கு ரூபாய் 7 முதல் 9 லட்சம் வரையில் சன் டிவி வசூலிக்கிறது என்கிறார்கள் சீரியல் தயாரிப்பாளர்கள். 'பிரைம் டைம்' என்று சொல்லப்படும் இரவு 7.30 முதல் 9.30 வரையிலான நேரத்தில் சீரியல் ஒளிபரப்பாக வேண்டுமென்றால், அரை மணி நேரத்துக்கு கட்டணம் 12 முதல் 14 லட்சம் ரூபாய். இரவு 10 மணிக்கு மேல் என்றால், கட்டணம் ரூபாய்

6 முதல் 8 லட்சம் வரை. இந்தத் தொகை திங்கள் முதல் வெள்ளி வரையிலான நாட்களுக்கு மட்டும்தான். சனி, ஞாயிறு ரேட் வேறு.

இப்படி திருவல்லிக்கேணி மேன்ஷன் அறையை வாடகைக்கு எடுப் பது போல் வாரத்தின் ஐந்து நாட்களுக்கு அரை, அரை மணி நேரமாக ஒரு சீரியல் தயாரிப்பாளர் வாடகைக்கு எடுக்கிறார். அரை மணி நேரத் தில் 18 நிமிடங்கள் தொடருக்கு ஒதுக்கி விட்டு, மீதமுள்ள 12 நிமி டங்களை விளம்பரதாரர்களுக்கு விற்பார். அதுவும் பத்துப் பத்து வினா டிகளாக. இப்படி விற்றுக் கிடைக்கும் பணத்தில் தான் அவர் அரை மணி நேரத்துக்கான வாடகையை சன் டிவிக்கு தர வேண்டும். தனது தொடரில் பணிபுரியும் நடிகர், நடிகையர், தொழில்நுட்பக் கலைஞர்கள் ஆகியோருக்கு சம்பளம் தர வேண்டும். லாபமும் பார்க்க வேண்டும்.

’டேம்’ தரும் வாராந்திர புள்ளிவிபரம் எக்குத்தப்பாக அமைந்து விட் டால், அடுத்து வரும் வாரங்களுக்கு விளம்பரங்கள் கிடைக்காது. கெஞ்சிக் கூத்தாடினால், சந்தை நிலவரத்தை விடக் குறைவான தொகைக்கு பேரம் பேசுவார்கள். அதற்கு ஒப்புக் கொண்டால்

18 நிமிடம் ஓடும் தொடரில் நடிகர்களின் குளோசப் காட்சியோடு,
திடுக்கிடும் சதியுடன் தொடரும் போட்டால் ஒரு நாள் முடிந்தது!

முதலுக்கே மோசமாகும். இன்னொரு பக்கம், பார்வையாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைந்தால் முதலில் சன் டிவி கண்டிக்கும். அடுத்த வாரம் அழுத்தம் திருத்தமாகக் கட்டளையிடும். மூன்றாவது வாரம், பாதியிலேயே தொடரை நிறுத்தி விடும். சில மாதங்களுக்கு முன்பு இரவு 10 மணிக்கு சன் டிவியில் ஒளிபரப்பான 'ஆண் பாவம்' தொடர் திடீரென்று நிறுத்தப்பட்டது. இத்தனைக்கும் அந்தத் தொடரை தயாரித்தது ஆர்.எம்.வீரப்பனின் சத்யஜோதி பிலிம்ஸ்.

மற்ற தொலைக்காட்சிகள் பின்பற்றும் வழிமுறை வேறு. அவர்கள் குறிப்பிட்ட தயாரிப்பாளரை அழைத்து ஒரு தொடர் அல்லது நிகழ்ச்சியைத் தயாரிக்கச் சொல்வார்கள். அதற்கான தொகையைத் தீர்மானித்து கொடுத்து விடுவார்கள். தயாரிப்பாளர் அந்தத் தொகைக்குள் தொடரோ, நிகழ்ச்சியோ தயாரித்துக் கொடுத்துவிட்டு, அந்த தொகைக்குள்ளேயே லாபத்தையும் பார்த்துக்கொள்ள வேண்டும். விளம்பர வருவாய் முழுவதையும் தொலைக்காட்சி நிறுவனம் எடுத்துக்கொள்ளும்.

தொலைக்காட்சி நிறுவனங்களுக்கு இந்த வழிமுறை கம்பி மேல் நடப்பது போல் தான். அதனால் தான் இரவு 9 மணிக்கு மேல் சன் டிவி தவிர மற்றவர்கள் சீரியலுக்குப் பதிலாக நிகழ்ச்சிகளை ஒளிபரப்புகின்றனர். ஒரே காரணம் செலவு குறைவு என்பதுதான். அல்லது சிக்கன நடவடிக்கையின் ஒரு பகுதியாக, இந்தி மற்றும் தெலுங்கில் ஏற்கெனவே ஒளிபரப்பாகி வெற்றி பெற்ற தொடர்களை 'ஆடித் தள்ளுபடியில்' வாங்கி தமிழில் மொழி மாற்றம் செய்து வெளியிட ஆரம்பித்திருக்கின்றன. 'சிந்து பைரவி', 'சின்ன மருமகள்', 'மறுமணம்' போன்ற தொடர்கள் இப்படி இந்தியில் இருந்து மொழி மாற்றம் செய்யப்பட்டவைதான்.

முன்னர் ஷகிலாவின் மலையாளப் படங்களுக்கு தமிழ்ப் பெயர் வைத்து ரிலீஸ் செய்ததற்கும் இதற்கும் பெரிய வேறுபாடு இல்லை. இந்த நெடுந்தொடர்களும் மொழி, பண்பாட்டு வேறுபாடுகளுக்கு அப்பாற்பட்டவையே.

ஒவ்வொரு நெடுந்தொடரின் முடிவிலும் அந்த மாபெரும் படைப்பை உருவாக்குவதில் பங்காற்றிய இயக்குநர் தொடங்கி காபி வாங்கிக் கொண்டுவரும் பையன் வரையிலான அனைவரது பெயர்களும் போடப்பட்டாலும், ஒரு தொடருக்கான கதையையும் காட்சிகளையும் கதாசிரியரோ இயக்குநரோ முடிவு செய்வதில்லை. சம்பந்தப்பட்ட தொலைக்காட்சியின் நிர்வாகிகளும், விளம்பர நிறுவனங்களும் சொல்லும் வகையிலேயே அவை உருவாகின்றன. இந்தக் கதாபாத்திரத்துக்கு முக்கியத்துவம் கொடு, இந்த நபருக்கு விபத்தை உண்டாக்கு, திருட்டுக் குற்றம் சாட்டப்பட்டு இவர் கைதாக வேண்டும்,

மருத்துவமனை காவல் நிலையங்களில் சில காட்சிகள் நகர வேண்டும்... என்றெல்லாம் விளம்பரக் கம்பெனிகளும், தொலைக்காட்சி நிர்வாகமும் கட்டளைகளை பிறப்பித்துக் கொண்டே இருக்கும். இதற்கேற்பவே காட்சிகளைக் கோர்க்க வேண்டும்.

அது மட்டுமல்ல, நட்சத்திரங்களை உருவாக்குபவர்களும் சம்பந்தப்பட்ட தொலைக்காட்சி மற்றும் விளம்பர நிறுவனங்கள்தான். இவர்கள் மனது வைத்தால் யாரை வேண்டுமானாலும் முக்கியக் கதாபாத்திரமாக்கி பிரபலப்படுத்துவார்கள். முறைத்துக் கொண்டால் சம்பந்தப்பட்ட நடிகர், நடிகைகளை அழித்து விடுவார்கள்.

அரை மணி நேரத்தில் 18 நிமிடம் தான் தொடர். நடுவில் மூன்று விளம்பர இடைவேளைகள். எனவே ஒவ்வொரு 6 நிமிடத்துக்கும் ஒரு திருப்பம் கொடுக்க வேண்டும். மறுநாள் தொடருக்காக ஏங்கும் விதத்தில், முந்தைய நாளின் இறுதிக் காட்சி அதிர்ச்சி நிரம்பியதாக அமைய வேண்டும். இதை அத்தொடரின் படத்தொகுப்பாளர் (எடிட்டர்) கவனித்துக் கொள்வார். காட்சியை முன் பின்னாக மாற்றிப் போட்டு, அன்றைய தினத்தின் இறுதிக் காட்சியை அவர் முடிவு செய்து விடுவார். இதற்காக இயக்குநர் அல்லது 'திரைக்கதை' எழுதுபவரின் அனுமதியைப் பெற வேண்டும் என்பது அவசியமில்லை. ஒரு கதாபாத்திரத்தைக் கொன்று விடுமாறு தொலைக்காட்சி நிர்வாகம் உத்தரவிட்டால் கொன்று விட்டு, மிச்சமிருப்பவர்களை வைத்து இயக்குநர் கதையை நகர்த்திச் செல்ல வேண்டும்.

இந்தக் கதைத் தொடர்கள் அனைத்திலும் ஒரு பொதுத்தன்மையைப் பார்க்க முடியும். பெண்கள் தான் முக்கியமான பார்வையாளர்கள் என்பதால், பெண் கதாபாத்திரம் தான் மையம். கண்டிப்பாக அவள் ஆளும் வர்க்கப் பண்பாட்டின் வரையறுப்புப்படி 'நல்லவளாக' இருக்க வேண்டும். அவளுக்கு ஒரு குடும்பம். அது பிறந்த வீடாக அல்லது புகுந்த வீடாக இருக்கலாம். இதைத் தீர்மானிக்க கதாசிரியருக்கு 'சுதந்திரம்' உண்டு. 'அநாதை' என்று அமைத்தால் ஏன் அநாதை ஆனாள், அவளது அப்பா அம்மா யார்... என காரணங்களை அடுக்க வேண்டும். மொத்தத்தில், மையக் கதையில் ஒரு நல்லவள்(ன்), ஒரு கெட்டவள்(ன்), ஒரு அப்பாவி நிச்சயம் இருக்க வேண்டும்.

இந்த மையக் கதைகள் ஒரு வீடு அல்லது அலுவலகம் அல்லது கோயில் ஆகிய மூன்று இடங்களிலேயே பொதுவாக நகரும். அப்போதுதான் தயாரிப்புச் செலவு குறையும். பஸ் ஸ்டாண்டு, ரயில்வே ஸ்டேசன், கடை வீதி போன்ற இடங்களுக்கு கதைக்களம் மாறினாலும், செலவு 'கட்டுபடி' ஆகாது. எனவே நல்லதோ கெட்டதோ எதுவானாலும் இந்த மூன்று இடங்களில் முடிந்தாக வேண்டும்.

மையக் கதையின் மிக முக்கியமான தகுதி என்னவென்றால், அது எத்தனை ஆண்டுகள் வேண்டுமானாலும் இழுக்கத்தக்கதாகவும், முடிவே இல்லாமல் கிளைக் கதைகளை பின்னும் வாய்ப்புள்ளதாகவும் இருக்க வேண்டும். முடிப்பதைப் பொறுத்தவரை அது எப்போதுமே இயக்குநர் கையில் இல்லை. அதை விளம்பரக் கம்பெனி அல்லது தொலைக்காட்சி நிர்வாகம் முடிவு செய்யும்.

கூட்டுக் குடும்பம் என்பதே சமூகத்தில் இன்று காலாவதியாகிவிட்ட போதும், சீரியலைப் பொறுத்தவரை அது பயனுள்ளதாகவே இருக்கிறது. பத்துப் பதினைந்து பேர் கொண்ட கூட்டுக் குடும்பத்தில் ஏழெட்டு பேருக்கு கதையில் வேலையே இல்லையென்றாலும், பின்னால் புதிய பிரச்சினைகளை உருவாக்கி கதையை இழுப்பதற்கு அவர்கள் பயன்படுவார்கள்.

துணைக் கதாபாத்திரங்களும் நல்லவன்(ள்), கெட்டவன்(ள்), அப்பாவி என்ற மூன்று பிரிவுக்குள் மட்டுமே அடங்க வேண்டும். அப்போதுதான் ஒவ்வொரு காட்சியிலும் எந்தக் கதாபாத்திரமாக இருந்தாலும் அவற்றுக்கு இடையில் 'மோதலை'க் கொண்டு வர முடியும். கதையும் 'சுவாரஸ்யமாக' நகரும்.

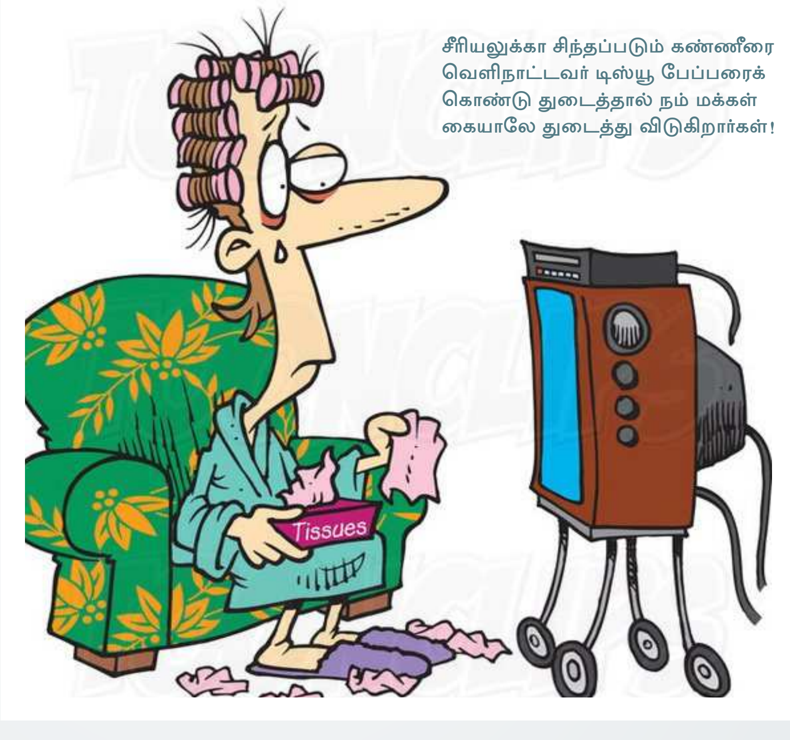
நாயகிக்கு திருமணம் செய்து வைக்க குடும்பத்தினர் முயல்கிறார்கள்... எனக் கதையைத் தொடங்கினால், தரகர் பொய் சொல்கிறாரா அல்லது 'எதிரி' தவறான மணமகனை பரிந்துரைக்கிறாரா எனச் சில நாட்களுக்கு காட்சிகளை நகர்த்தலாம். பிறகு திருமணம் ஆகுமா, ஆகாதா என்ற 'எதிர்பார்ப்பை' வைத்து பல நாட்களைக் கடத்தலாம். திருமண மண்டபத்தில் தாலி காணாமல் போவதில் ஆரம்பித்து சீர் அல்லது வரதட்சணையில் பற்றாக்குறை ஏற்படுவது வரை பிரச்சினையை 10 அல்லது 15 நாட்களுக்கு நீட்டிக்கலாம். திருமணமான பிறகு கணவனுடன் சேருவாளா அல்லது புகுந்த வீட்டில் யாராவது சேர விடாமல் தடுப்பார்களா என்ற கேள்வியை போடலாம். அது தொடர்பான காட்சிகளை நுழைக்கலாம். பிறகு கர்ப்பம். கர்ப்பப்பையில் பிரச்சினை அல்லது குழந்தையைப் பெற்றெடுப்பதில் சிக்கல் அல்லது அபார்ஷன் செய்ய யாரேனும் முயற்சி. அப்புறம் குழந்தை பிறப்பு அல்லது பிறந்த குழந்தை திருடப்படுதல். திருடப்பட்ட குழந்தை இன்னொரு இடத்தில் வளர்தல், அக்குழந்தைக்காகத் தாய் தவித்தல். குழந்தை வளர்ப்பு, நோய்வாய்ப்படுதல், தவறான தடுப்பூசியால் பாதிப்பு. பள்ளிக்கு குழந்தை செல்லும் போது கடத்தப்படுதல், பிச்சை எடுக்க வைத்தல்; வளரும் குழந்தை சிறுமியாக இருந்தால் பூப்பெய்துதல், காதலில் சிக்குதல்; சிறுவனாக இருந்தால் போதை போன்ற தீய பழக்க வழக்கங்களுக்கு அடிமையாதல்...

இப்படியாக 40 நாட்களுக்கு ஒரு கதை வீதம் மையக் கதையை நகர்த்திக் கொண்டே செல்லலாம். ஆனால், குறிப்பிட்ட கால இடை

வெளியில் தலா யாரேனும் ஒருவர் மருத்துவமனையில் உயிருக்குப் போராட வேண்டும். அவர்களைக் காப்பாற்ற நாயகி தீ மிதிக்க வேண்டும் அல்லது மண் சோறு சாப்பிட வேண்டும். இந்தப் 'பகுதி' முடிந்ததுமே காவல் நிலையம் வர வேண்டும். திருட்டுக் குற்றம் சாட்டப்பட்டு நாயகி அல்லது நாயகன் கைதாக வேண்டும். சிறையில் அவர்களைக் கொல்ல ஏற்பாடு நடக்க வேண்டும்...

இதற்காக பல பழைய புதிய திரைப்படங்கள் அல்லது பாக்கெட் நாவல்களின் கதையை, காட்சிகளை 'சுடலாம்'; சுட வேண்டும். விளம்பர நிறுவனங்களே இதைப் பரிந்துரைக்கவும் செய்கின்றன. ஒவ்வொரு வசன கர்த்தாவும் தனக்கென்று சில உதவியாளர்களை வைத்துக் கொண்டு இப்படித்தான் ஒரே நேரத்தில் மூன்று அல்லது நான்கு தொடர்களுக்கு பணியாற்றுகின்றனர். டிவி அல்லது டிவிடி யில் ஒரு படம் ஓடிக் கொண்டிருக்க, அதைப் பார்த்தபடி உதவியாளர் கள் ஆட்டுப் புழுக்கையைப் போல் வசனம் எழுதித் தள்ளுவார்கள்.

இப்படியான சூத்திரங்களுடன் தான் தமிழ் தொலைக்காட்சிகளில் ஒரு நாளைக்கு கிட்டத்தட்ட 40 நெடுந்தொடர்கள் உருவாக்கப்பட்டு



வருகின்றன. ஒவ்வொரு நாளும் படப்பிடிப்புக்கான நேரம் என்பது காலை 9 மணி முதல் இரவு 9 மணி வரை தான். சன் டிவி என்றால் அத்தொடரின் இயக்குநர் குறைந்தபட்சம் ஒரு நாளைக்கு ஒன்றரை எபிசோட் படம் பிடிக்க வேண்டும். அதாவது 18 + 9 நிமிடங்கள். மற்ற தொலைக்காட்சிகள் என்றால், ஒரு நாளைக்கு அந்த இயக்கு நர் இரண்டு முதல் மூன்று எபிசோடுக்கான காட்சிகளைச் 'சுருட்ட' வேண்டும். அதனால் தான் நடப்பது அல்லது மாடிப்படிகளில் இறங் குவது அல்லது ஆட்டோவில் பயணம் செய்வதை அதிக நேரம் காண் பிக்கிறார்கள்.

நாயகன் அல்லது நாயகி சாதாரண நடுத்தர வர்க்கமாக இருந்தா லும், அவர்களுடைய வீடு பெரிய பங்களா போலவோ அல்லது ஒரே நேரத்தில் பத்துப் பதினைந்து பேர் புழங்கக் கூடிய அளவுக்கு தாராளமாகவோ இருக்கும். ''என்னது ஆக்சிடெண்டா?'' என்று ஒரு வசனத்துக்கான முகபாவத்தை ஒவ்வொரு கதாபாத்திரமும் தனித் தனியாகக் காட்ட வேண்டும். அதற்குத் தோதாக இடைவெளி விட்டு ஆளுக்கொரு பக்கம் நிற்க வேண்டுமானால் வீடு பெரியதாக இருந் தால்தானே முடியும். அது மட்டுமல்ல, வீட்டுக்குள்ளே மாடிப்படி இருப்பதும் அவசியம்.

இதுவன்றி அவ்வப்போது கதாபாத்திரங்கள் கடுமையான அதிர்ச் சிக்கோ, ஆத்திரத்துக்கோ ஆளாக வேண்டும். அதிர்ச்சி என்றால் வசனமே பேச முடியாமல் வாயடைத்துப் போகும் அளவுக்கு கடு மையான அதிர்ச்சியாக இருக்க வேண்டும். அப்போது தான் அவர் களுடைய முகத்தை மட்டும் காட்டி, பயங்கரமான பின்னணி இசை போட்டு நேரத்தை இழுக்க முடியும்.

ஒரு நெடுந்தொடரில் 20 நடிகர்கள் இருந்தால், அந்த 20 மூஞ்சிகளின் கோபம், அதிர்ச்சி, சோகம், திகைப்பு போன்றவற்றை குளோசப் பிலும் பல கோணங்களிலும் முன்னரே எடுத்து வைத்துக் கொண் டால், தேவைப்படும் இடங்களில் எல்லாம் ஜோக்கர் கார்டு போல செருகிக் கொள்ள முடியும். இப்படியெல்லாம் 'அரும்பாடு பட்டுத் தான்' ஒரு தொடரின் இயக்குநர் 18 நிமிடக் காட்சி என்கிற ஒரு நாள் இலக்கை தினந்தோறும் எட்டுகிறார்.

பொதுவாக குறிப்பிட்ட சில நட்சத்திரங்களேதான் அதிகமான தொடர்களில் நடிக்கிறார்கள். எனவே ஒரு நாளைக்கு இரண்டு அல் லது மூன்று தொடர்களின் படப்பிடிப்பில் அவர்கள் கலந்து கொள்ள வேண்டியிருக்கும். எனவே அவர்களுடைய கால்ஷீட்டுக்கு ஏற்ப கதையைக் கொண்டு செல்வதற்கு, கிளைக் கதைகளும், துணைக் கதா பாத்திரங்களும் அவசியமாகிறார்கள்.

குறிப்பிட்ட நடிகர் அல்லது நடிகை குறிப்பிட்ட நாளில் வர முடியா மல் போகலாம். அதற்காக படப்பிடிப்பைத் தள்ளி வைக்க முடியாது. எனவே திரைக்கதை மற்றும் வசனம் எழுதுபவர்கள், இருக்கும் நட்சத் திரங்களுக்கு ஏற்ப காட்சிகளை எழுதி, அதை எப்படியாவது மையக் கதையுடன் இணைத்து விடுவார்கள்; அல்லது ஒரு கிளைக்கதையை சட்டென்று தொடங்கி விடுவார்கள். இதற்கு விளம்பர நிறுவனங்கள் அல்லது குறிப்பிட்ட தொலைக்காட்சிகளின் நிர்வாகிகள் ஒப்புதல் அளிக்க வேண்டும் என்பது மட்டும்தான் பிரச்சினை. ''என்ன ஒரே டிரையா இருக்கு... அந்த கேரக்டரை கொன்னுடு... இல்லைனா அவனை கோமாவுல படுக்க வை...'' என அவர்கள் கட்டளையிடு வார்கள். மறு பேச்சில்லாமல் அதை கடைபிடிக்க வேண்டும்.

இப்படி உருவாக்கப்படும் நெடுந்தொடர்களைத்தான் அன்றாடம் பார்வையாளர்கள் பார்க்கிறார்கள். எதைக் காட்டக் கூடாது என்பதில் அவர்கள் தெளிவாக இருக்கிறார்கள். வாழ்க்கையின் உண்மையான வேதனைகள், ஏமாற்றங்கள், பிரச்சினைகள் போன்றவற்றுக்காக அல்லாமல் செயற்கையான உணர்ச்சிகளின் சுரண்டலுக்கே மக்கள் ஆட்படுத்தப் படுகிறார்கள். உதாரணமாக தொழிற்சாலையில் இருந்து வேலை நீக்கம் செய்யப்படும் ஒரு தொழிலாளியின் பிரச்சினை, ஒட்டுமொத்தத் தொழிலாளர் சமூகம் எதிர்கொள்ளும் சிக்கலாகக் காட்டப்படுவதில்லை. தனி மனித வேதனையாக கதைத் தொடர்கள் வழியாக அவனது மனைவிக்கு வழங்கப்படுகிறது.

புற உலகின் முரண்பாடுகளை மறைத்து, நவக் கிரகங்களுக்குள் தன் எதிர்காலத்தைத் தேடுவது போல, சில நிர்ணயிக்கப்பட்ட சூத்திரங் களுக்குள் நிஜ வாழ்க்கையைப் புரிந்துகொள்ள மக்கள் பயிற்றுவிக் கப்படுகிறார்கள். மாமியார், மருமகள், பக்கத்து வீட்டுக்காரன், சக ஊழியன் என்று இத்தகைய தொடர்கள் உருவாக்கிக் காட்டும் பாத்தி ரங்களுக்குள் இவர்களுடைய பார்வையே சுருங்கி விடுகிறது.

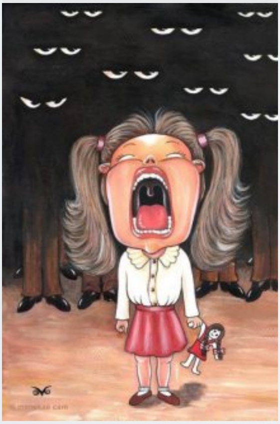
வாழ்க்கை நிலைமையால் மக்கள் வேறுபட்டாலும் அனைத்துப் பிரிவு மக்களுக்கும் ஒரே மாதிரியான தேவைகள், பிரச்சினைகள் இருப்பது போல் காட்சி ஊடகங்கள் கதைத் தொடர்கள் வழியாக ஒரு பிம்பத்தை உருவாக்குகின்றன. கதை மாந்தர்களின் பிரச்சினைகளுக் காக உருகுவது மட்டுமின்றி, அவர்களுடைய கண்ணோட்டத்தில் பார்வையாளர்கள் உலகைப் பார்க்கவும் தொடங்குகிறார்கள்.

அந்த இடத்திலிருந்து சீரியல், தொலைக்காட்சிப் பெட்டியை விட்டு இறங்கி வீட்டுக்குள் நுழைந்து விடுகிறது.

● அறிவுச்செல்வன்,
புதிய கலாச்சாரம், அக்டோபர் 2012

சூப்பர் சிங்கர்: தமிழகத்தின் மாபெரும் உணர்ச்சிச் சுரண்டல்!

குழந்தைகள், குமரிகளுக்கான விரக தாபத்துடன் பாடுகிறார்கள். முனகல்களுடன் அபிநயிக்கிறார்கள், கண்ணடிக்கிறார்கள், பெற்றோர்கள் ஆர்ப்பரிக்கிறார்கள், நடுவர்கள், ''குரல்ல ஃபீல் பத்தல'' என்று விமர்சிக்கிறார்கள்.



ஒளி வெள்ளத்தில் மூழ்கி இருக்கிறது அரங்கம். அடுத்த பாடலை பாட வருகிறார், போட்டியாளர். பின்னணியில் இசை ஒலிக்க, பாடத் துவங்குகிறார்.

''**ஆராரிரோ... நானிங்கு பாட தாயே நீ கண்ணுறங்கு...**''

அரங்கிலிருப்பவர்கள் முதல் நடுவர்கள் வரை அவரவர் அன்னையின் தியாகத்தை எண்ணி உருகியபடி இருக்கின்றனர். பாடலின் நடுவில், நடுவர்களில் ஒருவர் இடைமறிக்கிறார்.

''**ஒரு நிமிசம், இதை யாருக்கு டெடிகேட் பண்றீங்க, சந்தோஷ்**?''

''**அம்மாவுக்கு, சார்**'' போட்டியாளர்

''**உன் அம்மா எங்க**?'' - விட்டால் அழுது விடுவது போன்ற உருக்கமான குரலில் நடுவர்.

''**அம்மா வரலை, அம்மாவுக்கு உடம்பு முடியாததால, வந்து உட்கார முடியாது. அதனால வரலை.**'' -போட்டியாளர்.

''**அப்டியா**? **நிஜம்மா**?'' - போலித்தனமான இரக்க வார்த்தைகளில் நடுவர்.

''**ஆமா, நிஜமாத்தான் சார்**'' - பாடலை பாதியில் நிறுத்தச் சொன்ன கலக்கத்துடன் பதிலளிக்கிறார் போட்டியாளர்

''**இங்கே பாருங்க, ஒரு சர்ப்ரைஸ் உங்களுக்கு**'' - என்று நடுவர் சொன்னதும், அரங்கமே

திரையில் பார்க்கிறது. அங்கு, வாசலுக்கு வெளியே ஸ்ட்ரெச்சரிலிருந்து ஒரு அம்மாவை இறக்குகிறார்கள். அவரால் நடக்க முடியவில்லை. அப்படியும் விடாமல், கைத்தாங்கலாக அழைத்து வருகிறார்கள். காமிரா போட்டியாளரிடம் திரும்புகிறது. அவரோ, இதைக் காணச் சகியாமல் திரும்பிக் கொள்கிறார். அழுகிறார். உருகுகிறார். அரங்கமே எழுந்து நிற்கிறது. இதற்கேற்ப, ஒரு சோகப் பின்னணி இசை வாசிக்கப்படுகின்றது. பலரும் கைக்கொடுத்து தூக்கிவிட, அந்த அம்மா சிரமப்பட்டு படியேறுகிறார். இதைக் காண்பவர்கள், இன்னும் நெகிழ்ந்து விடுகிறார்கள். வாய் பொத்தி, ''**அய்யோ**'' என்று பதறுகிறார்கள். கண்களைத் துடைத்துக் கொள்கிறார்கள்.

மேடையில் அவர் நாற்காலியில் அமர்ந்ததும் கரவொலி. இதோடு அந்த போட்டியாளரை விட்டு விடவில்லை. ''**சரி, சந்தோஷ், ஆரம்பிக்கிறதுக்கு முன்னாடி நீங்க என்ன ஃபீல் பண்ணீங்க, இப்போ என்ன ஃபீல் பண்றீங்க? எப்படியாவது வார்த்தையில அதை கொண்டு வாங்க?**'' என்று அந்த போட்டியாளரை விடாமல் தோண்டித் துருவி செண்டிமெண்டைப் பிழிந்து எடுக்கிறார்கள்.

நடுவர்கள் கண்களை துடைத்துக் கொள்கிறார்கள். அரங்கத்திலிருப்பவர்கள், இந்தக் காட்சியை காணத் திராணியற்றவர்களாய் தங்கள் உணர்ச்சிகளைக் கட்டுப்படுத்திக் கொண்டு தலைகுனிந்து அமர்ந்திருக்கிறார்கள். அப்படியும் போட்டியாளரை நிகழ்ச்சி நடத்துபவர் விடவில்லை. விக்கித்துப் போய் இருப்பவரிடமிருந்து உணர்ச்சியை வார்த்தைகளாகக் கறந்துவிடத் துடிக்கிறார். ''**எங்க அம்மாவால நடந்து வர முடியாது, வந்தாலும் நாள் முழுக்க நாற்காலியில உட்கார்ந்து இருக்க முடியாது**'' என்று போட்டியாளர் சந்தோஷ் தடுமாறுகிறார்.

போட்டியாளரின் தாயையும், நிகழ்ச்சி நடத்துபவர் விடவில்லை. அவரும் தடுமாற்றமான குரலில் பதிலளிக்கிறார். தனக்கு இந்த

தங்கள் குழந்தையை ரேஸ் குதிரைகளாக நினைக்கும் பெற்றோரின் மனநிலையை விஜய் டிவி நன்றாகப் பயன்படுத்திக் கொள்கிறது.

ஏற்பாடு முன்பே தெரிந்திருந்தாலும், ஆச்சரியமாக இருக்கட்டுமே என்பதற்காக மகனிடம் இது குறித்துச் சொல்லவில்லை என்கிறார். இதற்கும் அரங்கம் கண்கலங்குகிறது. நெகிழ்ந்து கரவொலி எழுப்பு கிறது. சிறிது நேரத்தில் விட்ட இடத்திலிருந்து திரும்ப பாடல் தொடங்குகிறது.

ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கர் தமிழகத்தின் பிரமாண்டமான குரல் தேடல் மற்றும் தமிழகத்தின் செல்லக் குரலுக்கான தேடல் என்ற இந்த நிகழ்ச்சி தமிழகத்தின் மூலை முடுக்குகளிலெல்லாம் பிரசித்தம்.

முதலில் இந்த நிகழ்ச்சி மற்ற தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளைப் போல் அல்லாமல், உண்மை நிகழ்ச்சிகளை அடிப்படையாகக் கொண்ட ரியாலிட்டி ஷோ வகையைச் சார்ந்தது. அதாவது, பணத்துக்காக நடிக் கும் நடிகர்களை கொண்டதல்ல. நிகழ்ச்சியில் பங்கேற்பாளர்களைக் கொண்டு, அவர்களின் உணர்ச்சிகளை, வாழ்க்கையை மையமாகக் கொண்டு பணத்துக்காகவும், படோடபமான பரிசுகளுக்காகவும் முக்கியமா டி ஆர் பி ரேட்டிங்குக்காக நடத்தப்படுபவை. முன்னரே திட்டமிட்டு தயாரிக்கப்படும் நிகழ்ச்சிகளைப் பார்த்து சலித்த ரசிகர் களுக்கு உண்மையான விறுவிறுப்பு, ஆவல், த்ரில் முதலான உணர்ச் சிகளை ஊட்டி கல்லா கட்டுவதுதான் இந்த ரியாலிட்டி ஷோக்களின் நோக்கம்.

இவ்வகை நிகழ்ச்சிகள் ஆரம்பத்தில் 1970-களில் அமெரிக்காவில் பிரபலமாக இருந்தது. அமெரிக்காவில் ஓபரா வின் ஃப்ரே என்ற பெண்மணியின் இவ்வகை நிகழ்ச்சி மிகவும் புகழ்பெற்றது. எல்ல வணிக ஊடகங்களும் அமெரிக்க மாதிரியை வைத்து வளர்ந்தது போல தற்போது இந்த நிகழ்ச்சிகள் இந்தியாவுக்கும் இறக்குமதியாகி இருக்கின்றன.

கோன் பனேகா குரோர்பதி, உங்களில் யார் அடுத்த பிரபுதேவா, காபி வித் அனு, சச் கா சாம்னா, மானாட மயிலாட, சரிகமபதநி என்று இதில் அநேக ரகங்களுண்டு. இந்த ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகளில் விளை யாட்டு, காமெடி, பிரபலங்களை வைத்து, திறமைக்கான தேடல் என்றும் பல வகைகள் உண்டு. ஏ எக்ஸ் போன்ற சேனல்களில் இது போன்ற ரியாலிட்டி ஷோக்களே தனிச்சிறப்பாக நடக்கின்றன. அதில் போட்டி நிகழ்ச்சிக்காக அருவெறுப்பான உணவுகளை உண்பது, சாதா ரணமாக அன்றாட வாழ்க்கையில் செய்யாதவற்றை காமிரா முன்பு செய்வது, சமயங்களில் உயிரைக் காவு கொள்ளக்கூடிய சாகசங்கள், முன்பின் தெரியாதவர்களுடன் சில நாட்களை ஒரே வீட்டில் கழிப்பது முதலியன.

வகைவகையாக நிகழ்ச்சிகள் இருந்தாலும் அவற்றின் நோக்கம் ஒன்று தான் காண்பவரின் உணர்ச்சிகளைக் கொண்டு விளம்பரங்களின்

மூலம் காசு பார்ப்பது. அதாவது ரியாலிட்டி என்று சொல்லிக் கொண் டாலும் அதில் இயல்பு தன்மை என்பது பேச்சுக்குக் கூட இருக்காது. எல்லாவற்றிலும் ஒரு செயற்கைத்தனம் கலந்து இருக்கும். அதே நேரம் உண்மையில் நடப்பது போல தொகுத்து வழங்குவார்கள்.

ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சிகள், பார்ப்பவரை அடுத்தது என்ன என்று இத யத்துடிப்பை எகிறவைத்து, எதிர்ப்பார்ப்பை ஏற்படுத்தி ஈர்த்துப் பிடிக்கின்றன. எவ்வளவுக்கெவ்வளவு மக்களை ஈர்த்துப் பார்க்க வைக்கின்றன என்பதைப் பொறுத்து அந்த நிகழ்ச்சியின் டிஆர்பி ரேட்டிங் எகிறும். அதைப் பொறுத்து பணமும் கொழிக்கும். இதைக் கண்டுகொண்ட, டிவி நிகழ்ச்சி தயாரிப்பாளர்கள் ரியாலிட்டி நிகழ்ச் சிகளை காமதேனுவாக பார்க்கின்றனர். பொழுதுபோக்கு அம்சத்துக் காக நிகழ்ச்சிகள் காண்பிக்கப்பட்டது போக, நிஜத்தைப் போலவே காண்பிக்க வேண்டும், பார்ப்பவர்களின் உணர்ச்சிகளை கட்டிப் போட வேண்டும் என்ற உந்துதலில் நிகழ்ச்சிகளை செயற்கையாக இட்டுக்கட்டி நடத்துகின்றனர். அதற்காக எந்த எல்லைக்கும் செல்ல தயாராக இருக்கின்றன, தொலைக்காட்சி நிறுவனங்கள். ஆட்டை இழுத்து வந்து, வளர்த்து, பூஜை செய்து வெட்டுவது போலத்தான், ஆரம்பத்தில் நாம் குறிப்பிட்டிருந்த காட்சி.

ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கர் நிகழ்ச்சியின் ஒவ்வொரு எபிசோடும் உணர்ச்சிகளின் சுரண்டல் என்றால் வெற்றி பெற்றவர்களை தேர்ந்தெ டுப்பதும் மற்றொரு வகைச் சுரண்டல்தான். யார் அதிக வாக்குகளை செல்போன் குறுஞ்செய்திகள் மூலம் பெறுகிறார்களோ அவர்கள்

போட்டியில் வெற்றி பெற்ற குழந்தைகள் ஒரிரு ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு தான் ஒரு சாதாரணன்தான் என்ற உண்மை யதார்த்தத்தை உணரும் போது குறிப்பிட்ட குழந்தைகளின் ஆளுமை வெகுவாகச் சிதைக்கப்படுகின்றது.

தான் வெற்றி பெற்றதாக அறிவிக்கப்படுவார்கள். அனுப்பப்படும் ஒவ்வொரு குறுஞ்செய்திக்கும் காசு. விளம்பரங்கள் மட்டுமல்லா மல் மக்களின் குறுஞ்செய்திகளிலும் காசு வேட்டைதான், விஜய் டீவிக்கு. இப்படிக் கொள்ளையடிப்பதற்காக, மக்களின் கவனத்தைப் பெறுவதற்கு அவர்களுக்குத் தெரியாமலே வக்கிரமான ரசனைக்குக் கொண்டு சென்று செண்டிமெண்டால் தாக்குவார்கள். இதில் நிகழ்ச்சி தயாரிப்பாளர்களுடன், மேல்தட்டு நடுத்தர வர்க்கப் பெற்றோர்களும் அடக்கம்.

ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கர் சிறுவர்களுக்கான பாடல் போட்டியில் பல சுற்றுகளுண்டு. ஒவ்வொரு சுற்றிலும் சிலரைக் கழித்துக்கட்டி கொண்டே வந்து, இறுதியில் மூன்று பேரை நிறுத்துவார்கள். அதுவும் கூட இயல்பானதாக இல்லாமல், நிகழ்ச்சியின் காரசாரத்தைக் கூட்ட வேண்டி நடத்தப்பட்ட நாடகமாகவே இருக்கும். மேலும், இந்தச் சுற் றுகளில் தோல்வியடைந்தவர்கள், இறுதியாக வைல்ட் கார்ட் சுற்றில் போட்டியிடலாம். அதன்பிறகு, செல்போன்கள் மூலம் வாக்கெடுப்பு, இணையம் மூலம் வாக்கெடுப்பு என்று அவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்க பல வழிகள் உள்ளன. ஆனால், தேர்வு முறைகள் என்று சொல்லப் பட்டாலும், எப்படி தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறார்கள் என்பது விஜய் டிவிக்கே வெளிச்சம். கடந்த முறை சாய் சரண் என்பவரை வெற்றி யாளராக தேர்ந்தெடுத்தார்கள். அந்த சாய் சரண் தொடர்ந்து மூன்று முறை சூப்பர் சிங்கரில் விடாமல் கலந்துக் கொண்டார்.

ஒருமுறை ஸ்ரீகாந்த் என்ற சிறுவன் இறுதிச்சுற்றுக்கு வந்து விட்டான். அடுத்ததாக, பொது மக்களின் வாக்கு மூலம் தேர்ந்தெடுக்க வேண் டும். அவனுக்கு வாக்கு சேகரிக்க சென்னை நகரெங்கும் ப்ளெக்ஸ் பேனர்கள் வைக்கப்பட்டிருந்தன. அவனுடைய எஸ் எம் எஸ் எண், எந்த எண்ணுக்கு அனுப்ப வேண்டும், எந்த நேரத்துக்குள் அனுப்ப வேண்டும் என்பன போன்ற விவரங்களுடன். ஒரு செல்போனுக்கு எத்தனை வாக்கு வேண்டுமானாலும் அளிக்கலாமாம். அதில், அந்த சிறுவன், 10 வயது கூட நிரம்பியிராத அந்த சிறுவன் கூழை கும்பிடு போட்டுக்கொண்டு, ‘‘**என்னை வாக்களித்து ஜெயிக்க வைத்து, ஜூனி யர் 2 டைட்டிலை வின் பண்ணிக் கொடுங்க, ப்ளீஸ்**’’ என்று கெஞ்சிக் கொண்டிருந்தான். இந்த நிகழ்ச்சிகள் எந்த அளவுக்கு பெற்றோரின் மனநிலையை, குழந்தைகளின் மனநிலையைச் சீரழித்து வைத்திருக் கின்றது என்பதற்கு எடுத்துக்காட்டு இது.

இது தமிழகத்தின் செல்லக் குரலுக்கான தேடல் என்று சொல்லிக் கொண்டாலும் பெரும்பாலான தமிழக மக்கள் இன்னும் இதன் உள்ளே வரவில்லை. அவர்களெல்லாம் ஆரம்ப கட்டத்திலேயே கழித்துக் கட்டப்படுகிறார்கள். பெரும்பான்மை மக்கள் இங்கும்

மேடைக்கே வர முடியாது. அப்படியே உள்ளே வரும் ஒன்றிரண்டு பேரும், காமெடிக்காக அல்லது ஒரு உப்புக்கு சப்பாணியாகப் பயன்படுத்தப்பட்டு வெளியேற்றப்படுகின்றனர். போட்டிக்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டு உள்ளே வருவது அதிகமும் பார்ப்பன ஆதிக்க சாதிக் குழந்தைகள்தான். அவர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதும் பார்ப்பன மாமிகளும், மாமாக்களும்தான். இந்தப் போட்டிகள் ஒவ்வொரு குழந்தைகளுக்கு உள்ளும் பொதிந்திருக்கும் திறமைகளை மிளிர வைப்பதல்ல. யாரால், குழந்தைகளுக்காக செலவழிக்க முடியுமோ, அவர்களது நடை, உடை , பாவனைகளுக்காக மெனக்கெட முடியுமோ அவர்களது குழந்தைகள்தான் உள்ளே வருகிறார்கள். போட்டியாளர்களாகிறார்கள்.

பிறக்கும் போதே குழந்தை என்ன பொறியியல் படிப்பு முடிக்க வேண்டும், எத்தனை இலட்சம் சம்பளத்தில் பணியாற்ற வேண்டும், என்ன ஆய கலைகள் கற்க வேண்டும் என்பதை ஒரு பந்தயக் குதிரையை வளர்ப்பது போல 'தீனி' போட்டு வளர்க்கிறார்கள், நடுத்தர வர்க்க பெற்றோர்கள். அதுவும் அவர்கள் பார்ப்பனர்களாக இருக்கும் பட்சத்தில் அங்கே கர்நாடக சங்கீதமும், பரதமும், கணினிக் கல்வியும் கண்டிப்பாக இருக்கும். ஊடக, கலை, சினிமாத்துறைகளில் வாய்ப்பு கிடைத்தால் ஜாக்பாட்தான் என்பது நிதர்சனமாயிருப்பதால் இந்த மாயை பெருக்கெடுத்து ஓடுகின்றது. ஆயினும் ஆயிரத்தில் ஒருவர் தான் இந்தப் போட்டியில் வெற்றி பெற முடியுமென்றாலும் பெற்றோர்கள் அயர்ந்து விடுவதில்லை.

ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கர் போட்டியில் வெற்றிபெறும் குழந்தைகளுக்கு 25 லட்சத்தில் வீடு, கார் என்று பரிசுகள் வழங்கப்படுகின்றன. தங்கள் குழந்தைகள் முதலிடத்துக்கு வந்து வீட்டைப் பரிசாகத் தட்டிச்

வெளிப்படையாக வல்லுறவு செய்தால்தான் பாலியல் வன்முறை என்பதில்லை.
குழந்தைகளின் உணர்ச்சியை அளவு கடந்து தூண்டிவிடுதலும்,
குழப்புவதும் கூட பாலியல் வன்முறைதான்.

செல்ல வேண்டுமென்று ஒவ்வொரு பெற்றோரும் துடியாய்த் துடிக் கிறார்கள். அதற்காக எந்த அளவுக்கும் மெனக்கெடத் துணிகிறார்கள். லாட்டரி சீட்டு வாங்கினால் லட்சாதிபதி என்று கனவு கண்டு ஒவ் வொரு நாளும் லாட்டரி சீட்டு வாங்கி பாமரர்கள் ஏமாறுகிறார்கள், இல்லையா? அது போல, தங்கள் குழந்தையை ரேஸ் குதிரைகளாக நினைக்கும் பெற்றோரின் இந்த மனநிலையை விஜய் டிவி நன்றாகப் பயன்படுத்திக் கொள்கிறது. விஜய் டிவி ப்ளெக்ஸ் பேனர்கள் வைக் கிறது என்றால் பெற்றோர்கள் பிட் நோட்டீஸ் அடித்து விநியோகிக் கிறார்கள்.

அந்தச் சிறுவனைப் பார்த்தால் பத்து வயதுதான் இருக்கும். மாலை யில் ஐந்து மணி வாக்கில் தனது தந்தையுடன் அந்த ஸ்டூடியோ வாசலில் நின்று கொண்டிருக்கிறான். ஜிகினாக்களுடன் பளபளக்கும் உடை அணிந்திருக்கிறான். முகத்தில் மேக்கப். இருந்தும், முகம் சோர்ந்திருக்கிறது. மதியம் அவன் சாப்பிட்டிருக்கவில்லை. பசிக் கிறதென்றும், ஜுரம் வருவது போலிருக்கிறது என்றும் தந்தையிடம் முணுமுணுக்கிறான். ஆனால், அவனது தந்தையோ பதைப்பதைப்பு டன் இருக்கிறார். ஏனெனில், இந்த ஆண்டை விட்டால், தனது மகன் அதற்கான வயது வரம்பைத் தாண்டி விடுவான் என்கிறார்.

சூப்பர் சிங்கர் பாடல் போட்டிக்கான சுற்றுதான், அது. அதில் அவன் ஜெயித்துவிட்டால், அடுத்த சுற்றில் பாடத் தயாராக வேண்டும். திரும்ப இதே போல ஏழு அல்லது எட்டு மணி நேரங்கள். அந்தச் சுற்றில் நடுவர்களுக்கு முன்பு தோன்றுவதற்கேற்ப உடை அணிந் துக்கொள்ள வேண்டும். ஒருவேளை, அவன் இந்த போட்டியில் ஜெயித்து விட்டால் அவனது வாழ்க்கையே முற்றிலுமாக மாறிவிடும் என்று பலரும் சொல்லிக் கொண்டிருக்கிறார்கள். அதாவது, இதன் மூலம் சினிமாவில் பாட சான்ஸ் கிடைக்கும் என்று பரப்பப்பட்டு வருகிறது.

அதற்கேற்றாற் போல், நடுவராக வரும் ஏதாவது ஒரு இசையமைப் பாளரும் ஆசை காட்டுகிறார். ஆனால், அப்படி சினிமாவில் பாடும் வாய்ப்பு பெற்றவர்கள் மிகவும் சொற்பமே. இன்று தனித்த குரலிசை என்று ஒன்று திரையிசையில் இல்லாமல் போய்விட்ட பின்னரும் இத் தகைய ஆசைகளை அந்தப் பெற்றோர்கள் விடுவதாக இல்லை.

குழந்தைகளின் திறமையை அளக்கும் அளவுகோல் என்பது தற்போது ஆட்டமும், பாட்டமுமே. மகன்கள் தோல்வியடைந்தால் தாய்மார் கள் கண்ணீர் சிந்துகிறார்கள். மகள்கள் வெற்றி பெறவில்லையெனில் தந்தைகள் முனகுகிறார்கள். ஒருசில நிகழ்ச்சிகளில், ‘‘நல்லா பாட லைன்னா அப்பா அடிப்பார்’’ என்றே கூட குழந்தைகள் வெளிப்படை

யாகக் கதறி இருக்கின்றன. பெற்றோர்கள் இந்த நிகழ்ச்சியை ஆரோக்கியமான போட்டியாகக் கண்டிப்பாக பார்ப்பதில்லை.

ஏனெனில், அது தற்போது பரிசை நோக்கிய ஓட்டமாக மாறி விட்டது. கலந்து கொள்ளும் தங்கள் குழந்தைகள் வெற்றி பெற்றே ஆக வேண்டுமென்று அனைவரும் நினைக்கிறார்கள். எப்படியாவது பரிசுப்பொருளைக் கைப்பற்ற எண்ணுகிறார்கள். பணத்துக்காக எதை வேண்டுமானாலும் விற்கத் தயாராக இருப்பவர்கள் தங்கள் குழந்தையை விற்கத் தயாராகிவிடுகிறார்கள். அதற்காக, விஜய் டிவியிடம் முற்றுமுழுவதுமாகச் சரணடைந்து விடுகிறார்கள். தன் குழந்தை மேடையில் பாடினால், அரங்கில் அமர்ந்தபடி தந்தை நடனமாடுகிறார். பாட்டி எழுந்து குத்தாட்டம் போடுகிறார்.

ஆட்டமும், பாட்டமும் உழைக்கும் மக்களிடம் இயல்பாக இருப்பது போன்ற யதார்த்தம் நடுத்தர வர்க்கத்திடம் இல்லை. ஆனாலும் அவர்கள் ஆடுவதும், பாடுவதும் மனித உணர்ச்சிகளை இயல்பாக பண்படுத்தும் நோக்கத்திற்காக இல்லை. அது செயற்கையாக தன்னை பிறர் பார்க்க வேண்டும், அப்படி ஆடினால்தான் காமரா தன்னைப் பார்க்கும், தான் அதிகம் பார்க்கப்பட்டால்தான் தனது குழந்தையின் பிராண்ட் இமேஜ் உயரும் என்ற பச்சையான சுயநலமே இத்தகைய ஜோடனைகளைத் தோற்றுவிக்கின்றது.

குழந்தைகள் தோல்வியடைந்தால் அவர்கள் அழாவிட்டாலும் பெற்றோர்கள் அழுகிறார்கள். தோல்வியடைந்த தங்கள் குழந்தைகளைத் தேற்ற வேண்டிய பெற்றோர்களே, தேம்புவதைப் பார்த்து குழந்தைகள் திகைத்துப்போய் மிரண்டு நிற்கின்றன. சில ஆண்டுகளுக்கு முன்பு, இது போன்ற ரியாலிட்டி நிகழ்ச்சியிலிருந்து வெளியேற்றப்

ஐந்து வயது கூட நிரம்பாத குழந்தைகள், குமரிகளுக்கான விரக தாபத்துடன் ஐட்டம் பாடல்களைப் பாடுகிறார்கள். முக்கல் முனகல்களுடன் அபிநயிக்கிறார்கள். நடுவர்களை பார்த்து கண்ணடிக்கிறார்கள்.

பட்டதற்காக மனமுடைந்து கோமா நிலைக்குச் சென்ற ஒரு சிறுமியைப் பற்றி கேள்விப்பட்டிருக்கலாம்.

இதன் மறுபக்கமாக, வெற்றி பெற்ற குழந்தைகளோ மாபெரும் வீரர்களாக சித்தரிக்கப்படுகின்றனர். வழிபட வேண்டிய பிம்பமாகக் காட்டப்படுகின்றனர். சாதிக்கவே முடியாததை சாதித்துவிட்டதாக இறுமாப்புக் கொள்கின்றனர். சினிமா ஸ்டாருக்கான அந்தஸ்தைப் பெற்றுவிட்டதாக மாயையில் உழலுகின்றனர். ஆனால், தாம் இருப்பது திரிசங்கு சொர்க்கம்தான் என்பதை இறுதிவரை அவர்களால் உணர முடிவதில்லை. ஆயினும் ஒரிரு ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு தான் ஒரு சாதாரணன்தான் என்ற உண்மை யதார்த்தம் சுடும்போது குறிப்பிட்ட குழந்தைகளின் ஆளுமை வெகுவாகச் சிதைகிறது.

ஐந்து வயது கூட நிரம்பாத குழந்தைகள், குமரிகளுக்கான விரக தாபத்துடன் ஐட்டம் பாடல்களைப் பாடுகிறார்கள். முக்கல் முனகல்களுடன் அபிநயிக்கிறார்கள். நடுவர்களை பார்த்து கண்ணடிக்கிறார்கள். இடுப்பைச் சுழற்றுகிறார்கள். இதனைப் பெற்றோர்கள் பார்த்து ஆர்ப்பரிக்கிறார்கள். நடுவர்கள், "**உன் குரல்ல இன்னும் ஃபீல் பத்தல**" என்று விமர்சிக்கிறார்கள். பத்து வயதுச் சிறுவன், பாடலை அவனது கேர்ள் பிரெண்டுக்கு அர்ப்பணிக்கிறான்.

விஜய் டிவியும், பெற்றோரும் சேர்ந்து கொண்டு குழந்தைப் பருவத்தை விட்டு துரத்தி இளம் பருவத்தினராக்கி விட விரும்புகிறார்கள். குழந்தைகள், பெரியவர்கள் போல் பேசுகிறார்கள். ஜோக் அடிக்கிறார்கள். ஆனால், குழந்தைகளாக நடிக்கிறார்கள். இந்த நிகழ்ச்சிக்காக அமைக்கப்படும் சுற்றுகளும் வயதுக்கு மீறியதாகவே இருக்கிறது. அதற்கேற்ப அவர்களது நடை, உடை, பாவனைகளும் மாறுகின்றது. குழந்தை உருவத்தில், பெரியவர்களுக்கான பாடல்களை பாடுகின்றனர். அங்க அசைவுகளை வெளிப்படுத்துகிறார்கள்.

குரங்காட்டியிடம் மாட்டிய குரங்குகளுக்குக் கூட சுதந்திரமிருக்கும். ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கருக்காக விஜய் டிவியிடம் மாட்டிய குழந்தைகள் நிலை அதைவிடப் பரிதாபம்.

சின்னஞ்சிறு வயதிலேயே வயதுக்கு மீறிய உடல் மொழி, உணர்வு களை மெல்ல மெல்லக் கற்றுக் கொள்கிறார்கள்.

குழந்தைகளிடம் தாம் இப்படி, தகாத முறையில் பாலியலை அறி முகப்படுத்தியதைப் பற்றி விஜய் டிவியோ அல்லது பெற்றோர்களோ கிஞ்சித்தும் கவலைப்படுவதில்லை. வெளிப்படையாக வல்லுறவு செய்தால்தான் பாலியல் வன்முறை என்பதில்லை. குழந்தைகளின் உணர்ச்சியை அளவு கடந்து தூண்டிவிடுதலும், குழப்புவதும் கூட பாலியல் வன்முறைதான்.

சமூகச் சூழலைப் பற்றி கவனிக்காமல் அல்லது கவலைப்படாமல், சாயப்பட்டறைளிலும், பட்டாசுத் தொழிற்சாலையிலும், டீக்கடை களிலும் பணிபுரியும் குழந்தைகள் தங்கள் குழந்தைப் பருவத்தைத் தொலைத்து விடுவதாகவும், குழந்தை தொழிலாளிகளை ஒழிக்க வேண்டுமென்றும் கூச்சல் இடும் நடுத்தர வர்க்கத்தின் கண்களுக்கு, விஜய் டிவி குழந்தைகளின் உண்மையான திறமையை வெளிச்சம் போட்டுக் காட்டுவதாக தெரிவதில் என்ன வியப்பு இருக்கிறது? இந்த நிகழ்ச்சிக்கு வெளியே, சமூக அரசியல் காரணங்களால் வஞ்சிக்கப் பட்ட எண்ணற்ற குழந்தைகளின் நிலை பற்றி எண்ணுவதற்குக் கூட இவர்களுக்கு நேரமிருப்பதில்லை.

குரங்காட்டியிடம் மாட்டிய குரங்குகளுக்குக் கூட சுதந்திரமிருக்கும். ஏர்டெல் சூப்பர் சிங்கருக்காக விஜய் டிவியிடம் மாட்டிய குழந்தை கள் நிலை அதைவிடப் பரிதாபம். போட்டியாளராகிவிட்டால், பள்ளிக்கூடத்துக்கு குறைந்தது மூன்று மாதங்கள் மட்டம்தான். ஏதோ வானத்திலிருந்து குதித்தது போல, பள்ளிக்கூடங்களும் குழந்தை களுக்கு விடுமுறை கொடுத்து அனுப்பி விடுகின்றன. போட்டி முடிந்து விட்டாலோ, அடுத்த சீசன் தொடங்கி விடுகிறது. அடுத்த பலியாடு மாட்டும் வரை, விஜய் டிவி எங்கெல்லாம் நிகழ்ச்சி நடத்து கிறதோ அல்லது ஆட்டம் பாட்டம் தேவைப்படுகிறதோ அங்கெல் லாம் இந்த வெற்றியாளர்கள் சென்று நிகழ்ச்சி நடத்த வேண்டும். கிட் டத்தட்ட கொத்தடிமைகள் போலவே விஜய் டிவி இந்த வெற்றியாளர் களைத் தமது பிரச்சாரப் பீரங்கிகளாகப் பயன்படுத்திக் கொள்கின்றது. இலவசமாகக் கிடைத்த விளம்பரத்தை மனதில் கொண்டோ அல்லது விஜய் டிவிக்கு காட்ட வேண்டிய நன்றி விசுவாசத்தை நினைத்தோ, வெற்றியாளர்கள் இதனை மறுத்துப் பேசவும் முடியாது.

முதலாளித்துவ சமூகத்தில், பண்டங்களை சந்தைப்படுத்துவதற்கே ஊடகங்கள் தேவை. சந்தையில் பலியிட தங்கள் குழந்தைகள் பண் டங்களா என்பதை பெற்றோர்கள் சிந்திக்கட்டும்.

● வேல்விழி,

புதிய கலாச்சாரம், மார்ச் 2012

சொல்வதெல்லாம் பொய் !
செய்வதெல்லாம் ஃபிராடு !!

லஷ்மி ராமகிருஷ்ணன், ''இந்தப் பொண்ணு சொல்றது பொய்யா இருந்தா இந்நேரத்துக்கு எழுந்து அடிச்சிருப்பீங்க'' என அந்தப் பெண்ணின் அம்மாவை உசுப்பேற்றிவிடுகிறார். சற்றுநேரத்தில் அந்த அம்மா, செருப்பை கழற்றி மகளை அடிக்கிறார்.

'சொல்வதெல்லாம் உண்மை' - இந்த பெயரில் ஜீ (*Zee*) தமிழ் தொலைக்காட்சி யில் ஒரு நிகழ்ச்சி ஒளிபரப்பாகிக் கொண் டிருக்கிறது. தமிழ்நாட்டின் பல வீடுகளில் இரவு நேரங்களை ஆக்கிரமிக்கத் தொடங் கியிருக்கும் இந்த நிகழ்ச்சியின் உள்ளடக் கம் ஒன்றும் புதியது அல்ல. ஏற்கெனவே விஜய் டி.வி.யில் 'கதையல்ல நிஜம்' என்ற பெயரில் நடிகை லஷ்மி தொகுத்து வழங்கிய அதே அக்கப்போர்தான். அன் றாட குடும்பப் பிரச்சினைகளில், உறவுச் சிக்கல்களில் சிக்கி, மீள வழியின்றி விழி பிதுங்கி நிற்கும் மக்களை ஸ்டுடியோவுக்கு அழைத்து வந்து ஒளி வெள்ளத்தில் கேம ராவின் முன்பு நியாயம் கேட்டு குமுற வைக்கும் அதே பழைய மசாலா. கண்ணீர், கோபம், ஆவேசம், அடிதடி எல்லாம் இதி லும் உண்டு. விஜய் தொலைக்காட்சியில் லஷ்மி செய்த வேலையை ஜீ (*Zee*) தமி ழில் இப்போது நடிகை லஷ்மி ராமகிருஷ் ணன் செய்து வருகிறார். (முன்பு நிர்மலா பெரியசாமி செய்தார்). தாங்க முடியாத அருவருப்பும், ஏழை மக்களின் அந்தரங்க வாழ்கையை அம்பலமேற்றி காசு பண் ணும் வக்கிரமும் நிறைந்த இந்த நிகழ்ச்சி சமூக உளவியலில் பாரதூரமான விளைவு களை உண்டு பண்ணக்கூடியது.

அடுத்தவர்களின் அந்தரங்கத்தை தெரிந்து கொள்ளத் துடிக்கும் மனித மனதின் வக்கி ரத்தை வளர்த்தெடுப்பதுதான் இதன் முதல் அபாயம். அரசல் புரசலாகவும், தாங்கள்

ஒரு தவறிழைக்கிறோம் என்ற குற்றவுணர்வுடனும் புரணி பேசும் மக்களை, அந்த மனத் தயக்கத்தில் இருந்து இந்த நிகழ்ச்சி விடுவிக்கிறது. கள்ள உறவுகள், விடலைகளின் காதல் பஞ்சாயத்துகள், குடும்ப சிக்கல்கள்... இவற்றை தொடர்ந்து பார்க்கும் மக்களின் மனம் 'தான் மட்டும் தவறிழைக்கவில்லை; ஊரே இப்படித்தான் இருக்கிறது' என எண்ணுகிறது.

'வீட்டுக்கு வீடு வாசல்படி' என இதை எடுத்துக்கொள்வது ஒரு வகை. மாறாக, தொடர்ந்து இந்த நிகழ்ச்சியைப் பார்க்கும் மக்களின் மனம் தன் கணவனை, தன் மனைவியை, உறவுகளை, சுற்றங்களை சந்தேகிக்கிறது. புதிய குடும்பச் சிக்கல்களை உருவாக்குகிறது. இந்த இரண்டு வகைகளையும் தாண்டி, 'எல்லாரும் செய்யுறான், நாமளும் செய்வோம்' என எண்ண வைத்து ஒழுக்கக்கேட்டுக்கு ஓபன் பாஸ் கொடுக்கிறது.

முதலில் சொல்வதெல்லாம் உண்மை நிகழ்ச்சிக்கு வரும் பங்கேற்பாளர்கள் யார்? பார்வையாளர்கள் யார்? தங்கள் சொந்தக் குடும்பப் பிரச்னையை பொதுவில் வைத்துப் பேசத் தயங்காத உழைக்கும் வர்க்கத்து ஆண்களும், பெண்களும்தான் இந்த நிகழ்ச்சியின் பங்கேற்பாளர்கள். போலி கவுரவத்தை காப்பாற்றுவதையே வாழ்நாள் லட்சியமாகக் கொண்ட நடுத்தர வர்க்கத்தினர் இதன் பார்வையாளர்கள். தங்கள் வீட்டின் ரகசியங்கள் வாசல் வரையிலும் கூட சென்றுவிடக்கூடாது என அப்பார்ட்மெண்டின் கதவுகளை இறுக மூடிக்கொண்டு முடை நாற்றத்தை அடைத்துக்கொள்ளும் நடுத்தர வர்க்கத்தினர், ஏழைகளின் வாழ்க்கைச் சிக்கல்களை இரவு நேர பொழுதுபோக்காக ரசித்துப் பார்க்கிறார்கள். இந்த நிகழ்ச்சியில் தீர்ப்பு வழங்கிய; வழங்கும் லஷ்மி, நிர்மலா பெரியசாமி, லஷ்மி ராமகிருஷ்ணன் போன்றோர்... இந்த இரண்டு வர்க்கங்களை சேர்ந்தவர்களும் அல்ல. அவர்கள் அசல் மேட்டுக்குடிகள். ஏழைகளின் வாழ்க்கைச் சிக்கல்களை அனுபவத்தில் அல்ல... கேள்வி ஞானத்தில் கூட அறிந்துகொள்ள விரும்பாத இவர்கள்தான் ஏழைக் குடும்பங்களின் பிரச்னைகளுக்கு தீர்ப்பு எழுதுகிறார்கள். அதுவும் அலசி ஆராய்ந்து அளிக்கப்படும் அறிவார்ந்த தீர்ப்பு அல்ல. ஏற்கெனவே நிலவும் ஆணாதிக்க மதிப்பீடுகளை அப்படியே ஏற்றுக்கொண்டு அதன் அடிப்படையிலேயே பேசுகின்றனர். ஏழைகளின் பிரச்னைகளை நடுத்தர வர்க்கம் பார்த்து ரசிக்க, மேட்டுக்குடிகள் தொகுத்து வழங்க, முதலாளிகள் கல்லா கட்டும் இந்த நிகழ்ச்சியில் இதுவரை ஒரே ஒரு பணக்காரக் குடும்பம் கூட கலந்துகொண்டது இல்லை.

ஆனால் தங்கள் சொந்தப் பிரச்னைகளை கேமராவின் முன்பு மக்கள் எப்படி கூச்சமின்றிப் பேசுகின்றனர்? நீங்களும், நானும் பேசு

வோமா? ஆனால் இவர்கள் பேசுகிறார்களே, எப்படி? ''அவங்க காசு வாங்கியிருப்பாங்க'' என்றோ, ''எல்லாம் செட்-அப்'' என்றோ பார்ப்பவர்கள் நினைக்கிறார்கள். இதற்கு விடை காண 'சொல்வ தெல்லாம் உண்மை' எப்படி உருவாகிறது என்பதை தெரிந்துகொள்ள வேண்டும்.

சமாதானம், சண்டை, பேச்சுவார்த்தை, போலீஸ் புகார்... என பல வழிகளிலும் தங்கள் குடும்பச் சிக்கல்களுக்கு தீர்வு தேடி முயற்சித்து, எதிலும் தீர்வு கிடைக்காமல் உச்சக்கட்ட வெறுப்பில் இருக்கும் மக் கள்தான் இவர்களின் இலக்கு. 'ஏதேனும் ஒரு வழியில் பிரச்சினை தீராதா?' என ஏங்கிக் கிடப்பவர்களை அணுகி, 'உங்களுக்காக நாங்கள் இருக்கிறோம்' என ஆசைகாட்டி அழைத்து வருகிறார்கள். ஒவ்வொரு நாளும் செய்தித்தாள்களை திறந்து, தங்களுக்கு டி.ஆர்.பி. தரக்கூடிய செய்திகளை கண்டறிவதுதான் இவர்களின் அதிகப்பட்ச ஆய்வுப்பணி. அடுத்த கட்டமாக அந்தந்த ஊரில் இருக்கும் அவர் களின் நிருபர், சம்பந்தப்பட்ட குடும்பத்தினரை சந்தித்து தேன் ஒழு கப் பேசுவார். மனைவியை மடக்கிவிட்டால் போதும், கணவனை அழைத்து வருவது எளிது.

'உங்க மனைவி எங்கள் நிகழ்ச்சிக்கு வருகிறார். அவர் உங்களை பற்றி இப்படி எல்லாம் பேசுகிறார். நீங்கள் வந்து உங்கள் தரப்பு நியாயத்தை சொல்லவில்லை எனில் அவர் சொல்வது மட்டும்தான் வெளியே வரும். டி.வி. பார்ப்பவர்களுக்கு அதுதான் நியாயம் என்று தோன்றும்' என்று தர்க்கப்பூர்வமாக மடக்குவார்கள். 'எங்கள் நிகழ்ச்சியில் வந்து பேசிவிட்டால் உங்களுக்கு நீதி கிடைத்துவிடும். அதற்கு நாங்கள் உத் தரவாதம்' என்று ஆசை காட்டுவார்கள். 'படித்தவர்கள் ஏமாற்றமாட் டார்கள்' என்று நம்பி வரும் ஏழைகளை திட்டமிட்டு உணர்ச்சிவசப் படச் செய்து, அறிவின் தந்திரத்தால் அழ வைத்து... அனைத்தையும் படம் பிடிப்பார்கள். நிகழ்ச்சியின் படப்பிடிப்பு இடைவேளையில், பங்கேற்பாளர்களின் நடவடிக்கை பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு, நிகழ்ச்சித் தயாரிப்புக் குழுவினரால் உளவியல் உத்திகள் வகுக்கப் படும். குறைந்த பட்சம் கண்ணீர், அதிக பட்சம் அடிதடி... எதுவும் சிக்கவில்லையா? ஒரு சென்டிமெண்ட் டிராமாவுக்கு உத்திரவாதம் கிடைத்துவிட்டால் தயாரிப்புக் குழுவுக்கு நிம்மதி. அதன்பிறகு அந்த குடும்பம் சேர்ந்ததா, பிரிந்ததா, நடுத்தெருவில் நிற்கிறதா என்பதை பற்றி இவர்களுக்கு எந்த அக்கறையும் இல்லை.

பொதுவாக உங்கள் வீட்டில் யாராவது அடித்துக்கொண்டால் என்ன செய்வீர்கள்? உடனே ஓடிச்சென்று விலக்குவீர்கள். அதையும் மீறி சண்டை நடந்தாலும் 'நாலு பேருக்குத் தெரிந்தால் அவமானம்' என்று கண்டிப்பீர்கள். இது மனிதர்களின் பொதுப் பண்பு. ஆனால் இவர்

களை பொருத்தவரை நிகழ்ச்சிக்கு வருபவர்கள் அடித்துக்கொண்டால் உற்சாகம் அடைகிறார்கள். முடிந்தவரை அதை உசுப்பேற்றி அடுத்தக் கட்டத்துக்குக் கொண்டு செல்கிறார்கள். ஏதேனும் ஒரு வகையில் பிரச்னையை தீர்த்துக் கொள்ளலாம் என நம்பி வருபவர்கள் நிகழ்ச்சி முடியும்போது பெருத்த ஏமாற்றத்துக்கு உள்ளாகின்றனர். இங்கு வருவதால் பிரச்னை தீர்வதில்லை; அதிகமாகிறது என்பதை அவர்கள் உணரும்போது நிலைமை கைமீறிச் சென்றுவிடுகிறது. கொட்டிய வார்த்தைகளும், அழுத கண்ணீரும் நாளை தொலைகாட்சியில் வரப்போகிறது என்ற எண்ணமே அவர்களை அச்சுறுத்துகிறது. தாங்கள் ஒரு சூழ்ச்சி வலையில் சிக்கியதைப் போல உணர்கிறார்கள். ‘‘சார், டி.வி.ல போட்றாதீங்க சார். பேசுன வரைக்கும் பேசுனதா இருக்கட்டும். இப்படியே விட்ருங்க சார்’’ என்று கெஞ்சிக் கதறினால் அதையும் படம் பிடிப்பார்களேத் தவிர நீதி கிடைக்காது. மாறாக நிகழ்ச்சிக்கு அழைத்து வரும்வரை கருணை முகம் காட்டியவர்களின் உண்மை முகம் அப்போதுதான் வெளியே வரும். இதுதான் ‘‘தி மேக்கிங் ஆஃப் சொல்வதெல்லாம் உண்மை’’.

ஆனால் இவர்கள் சொல்வது எல்லாம் உண்மையா?

பஞ்சாயத்துக்கு வருகின்ற பிரச்சினைகள் ஒரே விதமாக இருந்தபோதும், பார்வையாளர்களைப் பார்க்க வைப்பது எப்படி என்பதே இவர்களது பிரச்சினை. எனவே, தனியே அழைத்துப் போய் உசுப்பேற்றிவிடுவதும், மோதலை உருவாக்குவதும் இத்தகைய நிகழ்ச்சி

இந்த மேட்டுக்குடி பாப்பாத்திகள் நடத்தும் பஞ்சாயத்தின் மூலமாக,
சாதாரண மக்கள் நெறிகெட்டவர்கள் போலவும்,
இவர்கள் ஏதோ ஒழுக்க சீலர்கள் போலவும் காட்டுகிறார்கள்.

களில் சர்வ சாதாரணமானது. இதை கேமராவுக்குப் பின்னே சென்று தெரிந்துகொள்ள வேண்டும் என்பதில்லை. நிகழ்ச்சியிலேயேப் பார்க்க முடியும். சமீபத்தில் ஒரு விடலைப் பையனும், பெண்ணும் காதல் பஞ்சாயத்துக்கு வந்திருந்தனர். பெண்ணின் அம்மா எதிரே அமர்ந்திருக்கிறார். தன் அம்மா ஒரு விபச்சாரி என்று பட்டவர்த்தனமாக அந்தப் பெண் குற்றம் சாட்டுகிறார். உடனே நிகழ்ச்சியை நடத்தும் லஷ்மி ராமகிருஷ்ணன், ''இந்தப் பொண்ணு சொல்றது பொய்யா இருந்தா இந்நேரத்துக்கு எழுந்து அடிச்சிருப்பீங்க'' என அந்தப் பெண்ணின் அம்மாவை உசுப்பேற்றிவிடுகிறார். சற்றுநேரத்தில் அந்த அம்மா, செருப்பை கழற்றி மகளை அடிக்கிறார். அனைத்தும் ஒளிபரப்பப்படுகிறது. இனி சாகும் வரையிலும் அந்த அம்மாவும், மகளும் சேரப் போவது இல்லை.

இத்தகைய நிகழ்ச்சிகளில் பங்கெடுப்பவர்களின் வாழ்க்கைச் சிக்கல்கள், டி.வி-யில் ஒளிபரப்பான பிறகு என்னவாகிறது என்பதை யாரும் பேசுவதில்லை. என்.டி.டி.வி-யில். 'ராக்கி கா இன்சாப்' என்ற பெயரில் இந்தி நடிகை ராக்கி சாவந்த் நடத்திய நிகழ்ச்சியில் ஒரு பெண், தன் கணவனை ஆண்மையற்றவன் என்று கூறியதால் பிறகு அவன் தற்கொலை செய்து கொண்டான். இதுபோன்ற உதாரணங்கள் ஏராளம்.

இன்னொரு பக்கம் இந்த மேட்டுக்குடி பாப்பாத்திகள் நடத்தும் பஞ்சாயத்தின் மூலமாக, சாதாரண மக்கள் நெறிகெட்டவர்கள் போலவும், நாட்டாமை செய்யும் வர்க்கத்தினர் பெரிய ஒழுக்க சீலர்கள் போலவும் ஒரு தோற்றம் ஏற்படுத்தப்படுகிறது. இதில் பார்வையாளர்கள் நீதிபதிகளாக செயல்படுகின்றனர். அதனால்தான் பல வீடுகளில் 'சொல்வதெல்லாம் உண்மை' நிகழ்ச்சி ஒளிபரப்பாகும்போது, அதில் கலந்துகொள்ளும் மனிதர்களுடன் மக்கள் தங்களை ஐக்கியப்படுத்திக் கொள்கின்றனர். 'அவன் மேலதான் தப்பு' என்றோ, 'ஐயோ பாவம் இந்தப் பொண்ணு' என்றோ திரையில் விரியும் காட்சிகளுக்காக உண்மையாகவே மனம் இறங்குகின்றனர். கற்பனைக் கதைகளே பார்வையாளர்களின் கருத்தையும், கண்ணோட்டத்தையும் பாதிக்கும் எனும்போது ரியாலிட்டி ஷோக்கள் பற்றி சொல்லத்தேவையில்லை.

சித்தரிக்கப்பட்ட டி.வி. சீரியல் பாத்திரங்களுக்காக பாவப்படும் மக்களின் மனம், அதை விட கூடுதலாக இந்த நிகழ்ச்சிகளோடு தன்னை இணைத்துக்கொள்கிறது. காரணம், சீரியல்களில் குடும்பத்தில் சண்டை நடக்கும். இதில் குடும்பமே நேரடியாக வந்து சண்டை போடுகிறது. தன் கண்ணீரையும், இரக்கத்தையும், ரசனையையும் கோரும் ஒரு கதை, கற்பனையாய் இருப்பதை விட, உண்மையாய் இருப்பது பார்வையாளனின் ஈகோவை கூடுதலாக திருப்திப்படுத்து

கிறது. சொல்வதெல்லாம் உண்மை மட்டுமல்ல, மானாட மயிலாட, சூப்பர் சிங்கர், உங்களில் யார் அடுத்த பிரபுதேவா என அனைத்து ரியாலிட்டி ஷோக்களும் வெற்றி பெறுவதற்கான அடிப்படை மக்களின் இந்த மனநிலைதான்.

ஆனால், உண்மையான மனிதர்கள், உண்மையான பிரச்னைகள் என்பது வரைதான் இது உண்மை. அந்த உணர்ச்சிகள் உண்மையானவை அல்ல. அது நிகழ்ச்சிக்காக திட்டமிட்டு தூண்டப்பட்டு மிகையாக சித்தரிக்கப்படுகிறது. அந்த வகையில் இது ஒரு போர்னோகிராபி. இதைப் பார்க்கும் ரசனையும் சாவித்துவாரம் வழியே பார்க்கும் அதே ரசனைதான்.

பொதுவாக இத்தகைய நிகழ்ச்சிகளில் அப்பாவி ஏழைகளின் அந்தரங்கம் மட்டுமே அலசப்படுவதாக தெரியலாம். ஆனால் ஊடக வியாபாரத்தில் பணக்காரர்களின் அந்தரங்கமும் தப்புவதில்லை. பத்திரிகைகளின் சினிமா கிசுகிசு, மேற்குலகின் டயானா விவகாரம் போன்றவை இத்தகையவைதான்.

’ராக்கியின் சுயம்வரம்’ போன்ற நிகழ்ச்சிகள் அப்பட்டமாக ஒத்திகை பார்க்கப்பட்டு, திரைக்கதை எழுதப்பட்டு ஒளிபரப்பப்படுகின்றன. பணத்துக்காக சினிமாவில் ஆடைகளை அவிழ்த்து ஆபாச நடனம் ஆடும் ராக்கி சாவந்த், தனது திருமணத் தெரிவையும் டி.வி.யில் லைவ் ஆக நடத்தினார். ‘யார் வேண்டுமானாலும் விண்ணப்பிக்கலாம்’ என்ற அறிவிப்பு பரபரப்பான செய்தியாக மாற்றப்பட்டதே தவிர அது ஒரு அப்பட்டமான விபச்சாரம் என்பதை யாரும் பேசவில்லை. சபலத்துடன் பலர் விண்ணப்பித்தார்கள். முடிவில் ராக்கி ஒரு கனடா தொழிலதிபரை தெரிவு செய்தார். திருமணம் தள்ளிப்போடப்பட்டு, கடைசியில் ‘நடிக்கக்கூடாது என்று சொன்னதால் திருமணம் ரத்து’ என்று அறிவிக்கப்பட்டது. அதற்குப்பின்னர் இது நாடகம் என்றும்,

குஷ்பு தனது சினிமாக் காதல் பிரிவுகளை அவரது நிகழ்ச்சியில்
அலசி பஞ்சாயத்து பண்ண விரும்புவாரா?

இதில் பணத்துக்காக தானும், பிரபலத்துக்காக தொழிலதிபரும் நடித்த தாகவும் ராக்கி கூறினார். கோடிக் கணக்கான ரசிகர்களை ஏமாற்றிய குற்றத்துக்கு எந்த தண்டனையும் இல்லை. இதை வைத்து இவர்கள் கொள்ளையடித்த பணத்துக்கும் கணக்கில்லை.

2009-ம் ஆண்டு இந்தியத் தொலைகாட்சிகளின் மொத்த வருமானம் சுமார் 5.5 பில்லியன் டாலர். இதில் ரியாலிட்டி ஷோக்களின் வரு மானம் கணிசமானது. இவர்களுக்கு 70 கோடி இந்திய செல்போன் வாடிக்கையாளர்கள்தான் முக்கிய இலக்கு. 'உங்கள் மனம் விரும் பிய போட்டியாளர் இவர் என்றால் ... என்று டைப் செய்து இந்த எண்ணுக்கு எஸ்.எம்.எஸ். அனுப்புங்கள்' என்ற வேண்டுகோளுக்கு செவிசாய்த்து மக்கள் அனுப்பும் எஸ்.எம்.எஸ்.ஸில் இருந்துதான் ரியாலிட்டி ஷோக்களின் 30 முதல் 40 சதவிகித வருமானம் வருகிறது. இந்த வருமானத்தின் அளவு குறைந்தால் ரியாலிட்டி ஷோக்களுக்காக இவர்கள் செய்யும் பித்தலாட்டங்களும் அதிகரிக்கும்.

இன்றைய நிலையில் தொழில்முறை ஆபாசப் படங்களைக் காட்டி லும் செல்போன்களில் எடுக்கப்பட்ட 'கேண்டிட் வீடியோக்களுக்கு தான்' மவுசு அதிகம். யூ-டியூப் உள்ளிட்ட இணையதளங்களில் இத் தகைய ஒரிஜினல் 24 கேரட் வீடியோக்களுக்கான பார்வையாளர்கள் சர்வ சாதாரணமாக லட்சங்களைத் தொடுகிறார்கள். பள்ளி மாணவர் களின் செல்போன்களில் கூட இத்தகைய கேண்டிக் கேமரா காட்சி கள் இருக்கின்றன. இதற்கும் 'ரியாலிட்டி ஷோ'க்களுக்கும் நேரடி தொடர்பு இருக்கிறது.

எப்போதுமே, நிலவும் டிரெண்டை பயன்படுத்தி கல்லா கட்டும் நிறுவனங்கள் 'உண்மையை' விரும்பும் மக்களின் மனநிலையை மட்டும் விட்டுவைக்குமா? பல தொலைக்காட்சி விளம்பரங்கள் கேண்டிட் கேமராவால் எடுக்கப்பட்டதைப் போல திட்டமிட்டு எடுக் கப்படுகின்றன. பஞ்சாராஸ் அழகு சாதனப் பொருள், இந்துலேகா எண்ணெய், ஆரோக்கியா பால் உள்பட பல விளம்பரங்கள் இப்படி ஒளிபரப்பாவதை காணலாம். இதை 'ஒரு விளம்பர யுத்தி' என்றோ, சொல்வதெல்லாம் உண்மை போன்ற நிகழ்ச்சிகளை 'ஒரு கிரியேட் டிவ் கான்செப்ட்' என்றோ சிலர் சொல்லக்கூடும். ஆனால் உண்மை வேறு. டி.வி.யை நிறுத்தியதும், அதுவரை பார்த்துக் கொண்டிருந்த நிகழ்ச்சி தோற்றுவித்த உணர்வு மறைந்துவிடுவது இல்லை. மாறாக, அது உங்களை பயிற்றுவிக்கிறது. குரூரத்தை ரசிப்பதற்கு, வக்கிரத்தை விரும்புவதற்கு கற்றுத்தருகிறது. அது உருவாக்கும் உணர்வுதான் ஒரு போரை பொழுதுபோக்காக; போலீஸ் அராஜகத்தை ஹீரோயிசமாக புரிந்துகொள்ள இட்டுச் செல்கிறது.

இவர்கள் இத்தனை தூரம் மெனக்கெட்டு செட் போட்டு, கான்செப்ட் பிடித்து ரியாலிட்டி ஷோ நடத்தத் தேவையில்லாமல் சொல்ல வேண்டிய நடைமுறை உண்மைகள் ஏராளமாக நாட்டுக்குள் இருக்கின்றன. சாதித் தீண்டாமை முதல் சில்லறை வர்த்தகத்தில் அந்நிய முதலீடு வரை 'உண்மைகளுக்கா' பஞ்சம்? இவற்றை சொல்வதற்கு எந்த ரியாலிட்டி ஷோவிலும் இடம் இல்லை. எனில் இவற்றை 'ரியாலிட்டி ஷோ' என்ற சொல்லால் அழைப்பதே தவறானது. உண்மையில் இவற்றின் ஒவ்வொரு நொடியும் முன்கூட்டியே திட்டமிடப்பட்டு திரைக்கதை எழுதப்படுகின்றன. வட இந்திய சேனல்களில் இது இன்னும் பச்சையாக நடக்கிறது.

பொதுவாக இந்த ரியாலிட்டி ஷோக்களில் சுற்றி உட்கார்ந்து கைதட்டிக்கொண்டே இருக்கிறார்களே... அவர்களை ரசிகர்கள் என்றா நினைக்கிறீர்கள்? இல்லை. அவர்கள் தினக்கூலி அடிப்படையில் ரசிகர்களாக நடிக்கிறார்கள். வியப்பதும், சிரிப்பதும், கை தட்டுவதும், பயப்படுவதும்தான் அவர்களின் வேலை. தமிழ் சேனல்களை பொருத்தவரை இந்த ரசிகர்களை பிடித்து வருவது அந்தந்த ரியாலிட்டி ஷோ புரடியூசரின் வேலை. வட இந்தியச் சேனல்களில் இத்தகைய பணி அவுட்சோர்ஸ் செய்யப்படுகிறது. அங்கு டி.வி. நிகழ்ச்சிகளுக்கான பார்வையாளர்களை சப்ளை செய்வதற்கு என்றே தனிப்பட்ட ஏஜென்ஸிகள் செயல்படுகின்றன.

இத்தகைய ஆடியன்ஸ் சப்ளை சர்வீஸில் ஆறு ஆண்டு கால அனுபவம் பெற்ற ராஜீ கபூர், ''ரசிகர்களாக வருபவர்களுக்கு ஏன் சம்பளம் கொடுக்க வேண்டும்?'' என்று பலர் என்னிடம் கேட்கிறார்கள். ஓர் அறிவிப்பு வெளியிட்டால் கூட்டம் வரும்தான். ஆனால் ரியாலிட்டி ஷோக்களின் படப்பிடிப்பு நேரம் மிக, மிக அதிகம். சாதாரண பார்வையாளர்கள் அவ்வளவு நேரம் பொறுமையாக இருக்க மாட்டார்கள். எந்த நேரமும் எழுந்து சென்றுவிடுவார்கள். அதனால்தான் இப்படி பணம் கொடுத்து அழைத்து வருகிறோம். அது மிகக் குறைந்த தொகைதான் என்றபோதிலும், சிலிர்ப்புமிக்க ரசிகராக நடிப்பதற்கு அவர்களுக்கு அந்தத் பணம் கொடுக்கப்படுவதில் என்ன தவறு?'' என்று கேட்கிறார்.

அதாவது நிகழ்ச்சியைப் பார்க்கும் ரசிகர்கள் எந்த இடத்தில் அழ வேண்டும், எங்கு சிரிக்க வேண்டும், எப்போது கை தட்ட வேண்டும் என்ற அனைத்தும் முன்கூட்டியே திட்டமிடப்படுகிறது. ஹிட்லர் காலத்தில் அவர் உரையாற்றும்போது, கூட்டத்தில் அமர்ந்திருக்கும் அவரது ஆட்கள் குறிப்பிட்ட இடத்தில் கை தட்டுவார்களாம். அதைப் பார்த்து மற்றவர்களும் தட்டவேண்டும்; தட்டுவார்கள். அதற்குப் பெயர் பாசிசம். இதற்குப் பெயர் கருத்து சுதந்திரமாம்!

● **வளவன், புதிய கலாச்சாரம்,** மார்ச் 2013

பிக்பாஸ் வீட்டில் நீங்கள் இல்லாமலா ?

பிக்பாஸ் வார நாட்களிலும், கமல் வார இறுதியிலும் வேலை செய்கிறார்கள். மக்களோ 24 X 7 என வாரம் முழுமையும் வேலை பார்க்கின்றனர்.

''பிக்பாஸ் வீட்டிலிருந்தால் ஓவியாவுக்கு விதவிதமா சமைத்துப் போட்டு அசத்தியிருப்பேன், மிஸ் பண்ணிட்டேனே'' என்று வருந்தினார் எழுத்தாளர் சாரு நிவேதிதா. அந்த நேரம் ஓவியாவுக்கு பெரும் வரவேற்பு இருக்கவில்லை. பிக்பாஸ் குடும்பத்தினர் வெளியேற்றும் பட்டியலில் ஓவியாவை முன்னிறுத்திய நாட்களில், அவர் பெற்ற மக்கள் ஆதரவு குறித்து சாரு நிவேதிதா நிச்சயம் கொண்டாடியிருப்பார்.

பிறகு சாருவும் ஓவியா - பிக்பாஸ் குறித்து நிறைய எழுதி விட்டார். ஒருவேளை தான்தான் ஓவியா குறித்த ரசனையை மக்களுக்கு கற்றுக் கொடுத்ததாகக் கூட அவர் நினைத்திருக்கலாம். மோடியை அவர் ஆதரித்தபோது சாருவின் ரசிகர் வட்டமே ஏற்கவில்லை என்பது போன்ற பிரச்சினை பிக்பாஸில் இல்லை. இது எல்லா வகையிலும் பாதுகாப்பானதோடு, பலவகைகளில் அவருக்கு ஆதாயங்களையும் தரும்.

சாருவின் சீடரான அராத்துவின் புத்தக வெளியீட்டு விழாவில் எழுத்தாளர் ஜெயமோகன் பங்கேற்று, கமலஹாசனைப் பற்றி ஒரு விசயத்தைக் கூறினார். தமிழ் சினிமா புதுமைகள் பல கமலிடமிருந்தே துவங்கினாலும் கீழே மக்கள் என்ன நினைக்கிறார்கள் என்பதை கேட்க முடியாத உயரத்தில் கமல் இருப்பதாக வருத்தப்பட்டார் ஜெயமோகன். ''பாபநாசம்'' படத்திலிருந்து அவருக்கு கமல் நெருக்க

மாகி பல 'டிஸ்கஸன்கள்' முடிந்திருந்தாலும் ஜெயமோகனால் கூட கமலின் ''நானேதான்'' பேச்சுக்குள் புகுந்து கருத்தை தெரிவிப்பது மிகுந்த சிரமம் என்றார்.

ஜெயமோகனும் கூட கழிப்பறை, தூக்கம் தவிர வருடம் முழுவதும் பேசக்கூடியவர்தான். அப்பேற்பட்டவர் கூட கமலின் சன்னிதானத்தில் பாட முடியவில்லை.

கமல் என்றில்லை தமிழ் சினிமாவில் ஒரு படம் வெற்றி பெற்றாலே அந்த இயக்குநரின் அலுவலகத்தில் உள்ள பெரிய படுக்கையறையில் விரிக்கப்பட்டிருக்கும் உரையாடல் மெத்தையின் தலைமூலையில் அவரும், படுக்கையின் பக்கவாட்டில் ஐந்து பத்து உதவி இயக்குநர்களும் அமர்ந்திருப்பார்கள். அவ்வப்போது சிற்றுண்டி எடுத்து வரும் பணியாளர்களின் பாத அதிர்வு தவிர அங்கே வேறு மனிதச் சப்தம் இருக்காது. அதாவது இயக்குநர் மட்டும் நான்ஸ்டாப்பாக ''நானே தான்'' என பேசிக் கொண்டிருப்பார்.

சினிமாவில் கலையை கட்டுப்படுத்துவது மூலதனம் என்பதால், சினிமா-மாந்தர்களை சர்வாதிகாரம் கட்டுப்படுத்தும். நாட்டாமைத் தனத்தில் நாட்களைக் கழிப்பவர்கள் முந்தைய அடிமை இன்றைய ஆண்டான் எனும் இரட்டைப் பிறவிகளைத் தாண்டி வேறு பாத்திரத்தை ஏற்பதில்லை. காயத்ரியை வெறுப்பவர்களுக்கு இது புரிந்திருக்கலாம்.

அப்பேற்பட்ட கமலை பிக்பாசின் நெறியாளராக இறக்கியிருக்கிறார்கள். அவரது பெரு ஊதியம், சபாஷ் நாயுடு, விஸ்வரூபம்-2 திரைப்படங்களை நல்ல விலைக்கு விஜய் டிவியே வாங்கும் ஒப்பந்தம் போக இமேஜும் முக்கியம். ஆரம்ப நாட்களில் அவரது கெட்டப் சோபிக்கவில்லை என்று ரசிகர்கள் வருத்தப்பட்டார்கள்.

வார நாட்களில் பிக்பாஸ் பம்பரமாக இயங்கியும் ஷோ டல்லடித்தால் வார இறுதியில் கமல் பங்கேற்பாளர்களிடம் சண்டை மூட்டுவார். அதிலும் சமூகத்திற்கு மெசேஜ் உண்டாம்!

முதல் எலிமினேசன் (நீக்கம்) நபரை அறிவிக்கும் நேரத்தில் (காதில் இருக்கும் கருவி மூலம்) ''உடனே யாரெனச் சொல்லாதீர்கள் என் கிறார்கள்'' என கமல் நகைப்புடன் சமாளித்தார். நீயா நானா-வில் கோபிநாத்தை இயக்குநர் ஆன்டனி இயக்குவது போல கமலையும் யாரோ ஒருவர் இயக்குகிறார். கௌரவமாகக் கூறுவதென்றால் யாரோ ஆலோசனை கூறுகிறார். பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சி மக்களின் பங்கேற்பு இல்லாமல் வெற்றியடையாது என்பது ஓர் அடிப்படை நிபந்தனை. ஆகவே ஆரம்பத்தில் கமல் தானே பேசும் மூடில் இருந்தாலும் பின்பு கைதட்டலுக்காக பேச வேண்டும் என்பதை உணர்ந்திருக்கிறார் அல் லது ஓதக் கேட்டு ஏற்றிருப்பார்.

பரணி வெளியேற்றப்பட்ட நாளில் அவர் கேட்ட ஒவ்வொரு கேள் விக்கும் பரணி சிக்சராக அடிக்க அடிக்க மக்கள் கைதட்டல் அலை அலையாகக் கிளம்ப சில நேரம் டியூப்லைட் போல தாமதமாகவே கைதட்டினார் கமல். பிறகு அவரது கிச்சன் கேபினட் வகுப்பெடுத் திருக்கும். பிந்தைய வாரங்களில் அவர் பொதுப்புத்தியை கைப்பற்றும் நோக்கில் முயன்றார். தான் மக்களின் பிரதிநிதி என்றும், ஓவியாவை ஆத ரிப்பதும், காயத்ரியை எதிர்ப்பதுமான பாணியில் காட்டிக் கொண்டார்.

இதன் போக்கில் இருட்டறையில் காண்பிக்கப்படும் ''ஆடியன்ஸ்'' ஒத்திகையை சரி செய்து கொண்டார்களோ என்னவோ, எப்போது கைதட்டல் வேண்டுமோ அப்போது கமல் மக்களைக் கண்ணால் பார்ப்பார், அமைதி இடைவெளி விடுவார், கையாலேயே தட்டச் சொல்வார். பிறகு டியூப்லைட் சரியான நேரத்தில் எரிய ஆரம்பித்தது.

சென்ற வாரம் காயத்ரிக்கு பெருவாரியான மக்கள் வாக்களித்து வெளி யேற்றும் நேரத்தில் வியாழக்கிழமை அன்று பிக்பாஸ் காயத்ரியை காப்பாற்றியதாக பலர் பொங்கினர். அந்த பொங்கல் தனக்கும் உண்டு எனக் கமலும் இலை-காய் மறையாக பேசி அதை பிக்பாசிடமே கேட் டார்.

விசித்தரமானது என்று நாம் உச்சரிப்பதை விஜித்திரமானது என்று யார் உச்சரிப்பார்கள்? அந்த 'ஜி'-யை உச்சரிக்கும் பிக்பாஸ் ஜி, காயத்ரியை காப்பாற்றிய கதையைச் சொன்னார். ''பிக்பாசின் விதிகள் விஜித்தர மானது, இது இன்டர்நேஷனல் ஃபார்மெட்டில் ஆடப்படும் விளை யாட்டு, பார்வையாளர்களுக்கு பல விதிகள் தெரியாது, வீட்டில் இருப்போரால் வெளியேற்றப்படும் நபரை மக்கள் காப்பாற்றுவது போல, மக்கள் வாக்களித்து வெளியேற்றும் நபர் வேறு விதிகளால் காப்பாற்றப்படலாம் திருப்பி அழைக்கப்படலாம் என்றார்.''

சரிங்க ஆபிசர், அது என்ன இன்டர்நேஷனல் ஃபார்மெட்?

கிரிக்கெட்டில் எல்.பி.டபிள்யூ, கால்பந்தில் ஆஃப்சைடு, கூடைப் பந்தில் ஐந்து ஃபவுல் போலவா அந்த விதிகள்? ஒரு வெங்காயமும்

கிடையாது. பிக்பாஸ் வீட்டில் திரும்பிய பக்கமெல்லாம் கம்பெனி விளம்பரங்கள். ஊர்க் கோவில்களில் கூட டியூப்லைட்டில் தான் எழுதியிருப்பார்கள். இங்கோ லைட்டு வெளிச்சத்தின் நிழலே விளம் பரமாக இருப்பது போல எங்கு பார்த்தாலும் ஆச்சி, ஆயுஸ், விவோ என்று ஒரே கூச்சல்.

ஐந்து நாட்களில் பிக்பாஸ் வீட்டில் இருக்கும் நபர்களின் கதையை பார்க்கும் மக்கள் வார விடுமுறை நாட்களில் ஒரு நபரின் வெளி யேற்றுப் படலத்தையும், வெளியேறும் நபரோடு கமல் உரையாடு வதையும் பார்க்கிறார்கள். இதில் எல்லா நாட்களிலும் விறுவிறுப்பு, சண்டை-சச்சரவு இருந்தாக வேண்டும். அப்படி இல்லாமல் வீடு அமைதியாக இருந்தால், டாஸ்க் என்ற பெயரில் பிக்பாசே கொளுத் திப் போடுவார். இந்த விறு விறுப்பின்றி நிகழ்ச்சியின் விளம்பரங் களும் சூடுபிடிக்காது. இதற்கு வேறு புதிய ஆட்களை கொண்டு வருவது, வெளியேறியர்களையே மீண்டும் இறக்குவது என்று என்ன வேண்டுமானலும் செய்யலாம் என்பதே பிக்பாஸ் சொல்லும் அந்த ‘‘இன்டர்நேஷனல் ஃபார்மெட்’’!

இப்படி விதிகளோ, வரம்புகளோ நடுவருக்கு அதாவது பிக்பாசுக்கு இல்லை என்பதையே விதியாக வைத்திருக்கும் இந்நிகழ்வை, விளையாட்டு - கேம் என்று சொல்வது அபத்தம். ‘‘ஜெயலலிதா இயற்கையாக மரித்தார் என்பதே என் கருத்து; ஆனாலும் மக்களின் கேள்விகளுக்கு விடை வேண்டும் என்றே விசாரணைக் கமிஷன் கோரினேன்’’ என்று ஓபிஎஸ் பேசினார் அல்லவா, அதையே இங்கு கமல் கொஞ்சம் நாடகத் தன்மையுடன் மக்களுக்காக பேசுவதாக நடிக் கிறார்.

நெதர்லாந்தில் பிக்பிரதராக இருந்து இந்தியாவில் பிக்பாசாக குதித் திருக்கும் இந்நிகழ்வின் கருவே போட்டிக்கு வருவோரிடம் நடக்கும் சண்டை, பொறாமை, சச்சரவு, கோள் மூட்டுதல், புறம் பேசுதல், வயிற்றெரிச்சல் போன்ற அற்பத்தனங்களை வைத்து சன் டிவியின் மாமியார் மருகமகள் சீரியல் போல பரபரப்பேற்றுவதுதான். இது தான் பிக்பாஸ் டீம் விஜய் டிவி பிக்பாஸ் - கமல் மற்றும் போட்டி யில் இருக்கும் நடிகர்களின் இலக்கு. இதில் முதல் இருவருக்கு விளம் பரம், பின்னிருவருக்கு ஊதியம். இந்த யதார்த்த வகை நாடகத்தின் உணர்ச்சி அலையில் தத்தளிக்கும் ஏமாளிகளாய் மக்கள்.

நன்கு கவனித்துப் பாருங்கள். பிக்பாஸ் வீட்டில் நூறு கேமராக்களும், அவற்றின் படப்பதிவை, அதாவது 100 X 24 மணிநேர பதிவுகளை ஒரு மணிநேரத்தில் எடிட் செய்து காட்டப்படுகிறது. பிறகு வார இறுதியில் கமல் வரும் போது, அந்த சண்டைகளின் தொடர்ச்சியாக

மக்கள் யாரை வெளியேற்ற வேண்டும் என்று வாக்களித்து சமூக வலைத்தளங்களில் லா பாயிண்டுகளை அடுக்கி பேசுகிறார்களோ... அதில் பெரும்பான்மைக் கருத்தை பிரதிபலிப்பது போல பேசுவார் விவாதிப்பார் கேட்பார். ஆக போட்டியாளர்களின் கோணம், பிக் பாஸின் விதிகள், மக்களின் கருத்து, கமல் அதை பிரதிபலிப்பது என இந்த தொடரில் விறுவிறுப்பு ஏற்றுகிறார்கள். ஒருக்கால் பிக்பாஸை விளையாட்டு என்றால் அதன் விதிகள் இப்படித்தான் போங்காட்டமாக இருக்கின்றன.

அடுத்து பிக்பாஸ் தொடரை வைத்து மக்கள் பேசும் நீதி நியாயங்களை பார்ப்போம்.

பிக்பாஸ் வார நாட்களிலும், கமல் வார இறுதியிலும் வேலை செய்கிறார்கள். மக்களோ 24 X 7 என வாரம் முழுவதும் வேலை பார்க்கின்றனர். அதன்படி இவர்கள் தினசரி ஒன்றரை மணிநேரம் பார்க்கும் பிக்பாஸ் தொடரை வைத்து அந்த வீட்டில் இருக்கும் 101-வது கேமராவாக மாறுகின்றனர். இதுதான் என்டமோல்ஷைன் விஜய் டிவி-யின் வெற்றி.

அடுத்தவரின் அந்தரங்கத்தை எட்டிப் பார்ப்பதிலும் நமக்கு எப்போதும் ஆர்வம் அதிகம். அதிலும் அது இரகசிய காமரா என்றால் இரட்டை மகிழ்ச்சி. பிக் பாஸ் நிகழ்ச்சியின் அடுத்தவர் அந்தரங்கம்+ இரகசிய கேமரா ஒரு காம்போ என்பதால் பார்வையாளர்களுக்கு ஒரு கிளுகிளுப்பு. போர்னோ வகை படங்களில், தொழில்முறை போர்னோ நடிகர்கள் நடிக்கும் படங்களைக் காட்டிலும், திருட்டு கேமரா வைத்து படம் பிடிக்கப்படும் தனிநபர்களின் படுக்கையறைக் காட்சிகளுக்கு கூடுதல் முக்கியத்துவமும், அதிக பார்வையாளர்களும் கிடைக்கிறார்கள். ஏனெனில் தொழில்முறை போர்னோ படங்கள் பார்வையாளனுக்கு அந்தரங்கமான உணர்வைத் தருவது இல்லை.

மாறாக இரகசிய கேமரா படங்களில், ஏதோ அவனே மறைந்திருந்து அதைப் பார்ப்பதைப் போன்ற உணர்வை அவன் பெறுகிறான். இதே அளவுகோலை பிக்பாஸுக்கும் பொருத்தலாம். இது, கூடவே உட்கார்ந்து விளக்குப் பிடித்துக்கொண்டிருக்கும் திருப்தியை நமக்கு வழங்குகிறது. அதனால்தான் காயத்ரி பேசும் கெட்டவார்த்தையின் மீது கெட்டகோபம் கொள்கிறீர்கள். ஓவியாவின் காதல் தோல்வி உங்களை மனத்தளர்ச்சி கொள்ள வைக்கிறது. பிக்பாஸ் வீட்டுக்குள் இருப்பது அந்த 10 பேர் மட்டுமல்ல... நீங்களும்தான்.

அரபு நாடுகளில் குற்றம் இழைத்தவர்களை நடு வீதியில் வைத்து கல்லால் அடித்து கொலை செய்கிறார்கள். அதை ஊரே சேர்ந்து வேடிக்கைப் பார்க்கிறது. இந்த தண்டனையில் பார்வையாளர்களின்

பாத்திரம் என்ன? கைகளால் அல்லது மனதால் அவர்களும் இரண்டு கல்லை எறிகிறார்கள். ஒரு பார்வையாளராக பிக்பாஸ் வீட்டில் நாமும் ஒரு உறுப்பினராக மாறிவிடுகிறோம்.

முதலில் இது வீடா? மூன்று வேளையும் தின்றுவிட்டு புறணி பேசிக் கொண்டு வீட்டிலேயே உட்கார்ந்திருப்பதற்குப் பெயர் வீடா? எந்த வீட்டில் இப்படி இருக்கிறார்கள்? ஒரு மேட்டுக்குடி வீட்டில் கூட இப்படி இருக்கமாட்டார்கள். முதலில் இதை வீடு என அழைப்பதே அயோக்கியத்தனமானது.

பலரும் நினைப்பது போல இந்த நிகழ்வை ஏதோ முன்கதை திரைக் கதை எழுதி நடத்த முடியாது அது தேவையும் இல்லை. ஆனால் இந்த யதார்த்தக் கதையின் பாதையையும், பல்டிகளையும் ஒரு திற மையான இயக்குநர் முன்கூட்டியே வடிவமைக்க முடியும். அதைத் தான் வார நாட்களில் பிக்பாஸ்-ஜியும், வார இறுதியில் கமல்-ஜியும் செய்கிறார்கள்.

இதை போட்டியாக எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். அதே நேரம் வாழ்க் கைக்கு தேவையான சில படிப்பினைகளையும் இதில் கற்கலாம் என்று பிக்பாஸ் தொடரை பொழுதுபோக்கு + வாழ்வியல் பாடம் என்று கமல் அடிக்கடி சூளுரைப்பதன் பின்னணியும் இதன் தீர்மானிக் கப்பட்ட பாதையை சமநிலையோடு ஏற்கச் செய்வதற்கே!

பிக்பாஸ் போட்டியாளர்களுக்காக தெரிவு செய்யப்பட்டிருக்கும் நபர் களின் வர்க்க சேர்க்கையும், ஆளுமை பின்னணியும் கூட யாரும் இயக் காமலேயே முரண்படும். சினிமா பின்புலத்திலிருந்து மார்க்கெட் இழந்தவர்களை எடுக்கும்போது அந்த முரண்பாடு வீரியமாகவும்

அவருக்கு கமல் நெருக்கமாகி பல ‘டிஸ்கஸன்கள்’ முடிந்திருந்தாலும் ஜெயமோகனால் கூட கமலின் ‘நானேதான்’ பேச்சுக்குள் புகுந்து கருத்தை தெரிவிப்பது மிகுந்த சிரமம் என்கிறார்.

இருக்கும். மற்றவர்கள் இயல்பாக சண்டை போட்டால் இவர்கள் அதை காவியச் சண்டையாக்கும் முன் அனுபவமுள்ளவர்கள். எல்லா வற்றுக்கும் மேலாக சினிமா மாந்தர்களிடையே வேர்விட்டிருக்கும் அடிமைத்தனம் கலந்த தனிநபர்வாதம் ஒன்றே ஒரு பெரும் போரை தோற்றுவிக்கும் சக்தி வாய்ந்தது.

சினிமா நடிகர்கள் என்பதால் மேக்கப், கவர்ச்சி, டயலாக், நடனம், நாடகம், நகைச்சுவை, சண்டை போக அழுகை, அமைதி, குமுறல், கோபம், சிரிப்பு, வருத்தம், கேலி என மக்களும் எல்லா உணர்ச்சி களிலும் முக்குளிக்கலாம். எல்லா 'ஜெனர்'களிலும் ரசிக்கலாம். முத்தாய்ப்பாய் வெளியேற்ற விரும்பும் நபர்களுக்கு மக்கள் வாக்க ளிக்கிறார்கள்.

இந்நிகழ்வை நான்கு கோடிப்பேர் பார்க்கிறார்கள், ஒரு கோடியே முப் பது இலட்சம் பேர் வாக்களிக்கிறார்கள் என்று கமலஹாசன் முதல் வாரத்தில் அறிவித்தார். சமூக வலைத்தளங்களிலோ ஒவ்வொருவரும் ஆளுக்கு ஐம்பது நூறு ஓட்டுப் போடுவதை பெருமையாக அறிவிக் கிறார்கள். ஐந்து லட்சம் பேர் போட்டாலே அதைக் கோடியாக காட்ட முடியும். அதே நேரம் இந்நிகழ்வை அதிகம் பேர் பார்க்கிறார்கள், வாக்களிக்காதவர்கள் கூட ஓவியா காயத்ரி என்று சார்பு எடுப்பதை நாம் மறுக்கவில்லை.

காயத்ரி காப்பாற்றப்பட்டதும் இனி ஓட்டே போட மாட்டேன் என பலரும் தேர்தல் புறக்கணிப்பு பேசுகிறார்கள். தமிழ் பிக்பாஸ் இவ் வளவு பிரபலமானதற்கு ஒரே காரணம் காயத்ரிதான். காயத்ரி இல்லா மல் மக்களின் பங்கேற்பு இந்த அளவுக்கு இருக்க முடியாது. ஆரம்பத் தில் பேசிய ''ஜல்லிக்கட்டு போராட்டம்'', ஜூலியை அழவைத்தது, பிறகு ஓவியாவை தனிமைப்படுத்தியது, தற்போது ரைசாவிற்கு டார் கெட் வைத்திருப்பது, இடையில் சேரி பிகேவியர், எச்சைங்க, மயிர் என ஐம்பது நாட்களையும் தனது தோளில் சுமந்து சென்றிருக்கிறார் இந்த அம்மணி!

எனவே காயத்ரி எனும் ''வில்லன்'' பிக்பாஸ் நிறுவனம் கமலுக்கு மட்டுமல்ல, ஓவியா ஆர்மி துவங்குமளவு ஒன்றிய ரசிகர்களுக்கும் மிக மிக அவசியம். ஒருவேளை காயத்ரி ஆரம்ப வாரத்திலேயே சென் றிருந்தால் மக்கள் ஈடுபாடு இல்லாமல் ஷோ டல்லடித்திருக்கும். காயத்திரியை காப்பாற்றியதாக பிக்பாஸ் மேல் கோபம் கொள்வதற்கு பதில் நன்றி சொல்வதே ஓவியா ரசிகர்களின் முதல் கடமை.

பிக்பாஸ் போட்டியாளர்களை அரசியல் சமூகம் ஆளுமை சார்ந்து மக்கள் பரிசீலிப்பது சரியா?

● **வினவு,** ஆகஸ்ட் 2017.

ஓவியாதான் பத்ரி சேஷாத்ரி ! காயத்ரிதான் ஹெச். ராஜா !

பிக்பாஸ் வீட்டில் நடக்கும் சீரியல் டைப் சண்டைகளின் போது ஓவியா பொய் பேசவில்லை, அவரை தனிமைப் படுத்துகிறார்கள் என்பதெல்லாம் அவரை நேசிக்க மக்களுக்கு போதுமானது என்றால், அவ்வளவு பலவீனமானவர்களா நாம்?

பிக்பாஸ் போட்டியாளர்களை அரசியல் - சமூகம் ஆளுமை சார்ந்து மக்கள் பரிசீலிப்பது சரியா?

நீயா நானா நிகழ்ச்சி மூலம் சாலமன் பாப்பையாக்களின் ஏட்டிக்குப் போட்டி பட்டிமன்றங்களை மேலும் மலிவாக்கி மக்களை பயிற்றுவித்திருக்கிறது விஜய் டி.வி. அதையே பிக்பாஸ் போட்டியிலும் மக்கள் செய்கிறார்கள். பிக்பாஸ் வீட்டில் எந்த அளவு அரசியல் சமூக கருத்துக்கள் அரட்டையில் வருகிறதோ அந்த அளவுக்கு சமூக வலைத்தளங்களில் அனல் பறக்கும். மெரினா, தலித், எச்ச, ஆணாதிக்கம் என நாளுக்கு ஒன்றாய் தமிழ் இணையம் பேசுகிறது.

இதற்காகவே அத்தகைய காட்சி நறுக்குகளை பொருத்தமான இடத்தில் எடிட் செய்து காட்டுகிறார்கள். இதுபோக போட்டியாளர்களுக்கு முதலிலேயே கவுன்சிலிங் கொடுத்து 'விளையாட்டை ஆடுவது' குறித்தும் விளக்கியிருப்பார்கள். மேலும், என்னதான் நட்சத்திர வசதி வீட்டில் இந்த சினிமா மாந்தர்களை வைத்தாலும் கூண்டில் சுற்றி வரும் நரிகள் போல வாய்ப்பிற்காக காத்திருந்து பிறாண்டி எடுத்து விடுகிறார்கள். பிறகு மக்கள் அதற்கு பொழிப்புரை வழங்குகிறார்கள்.

பிக்பாஸில் கலந்து கொண்டோரின் வர்க்கம் அரசியல் சமூகப் பார்வையில் பெரிய வேறுபாடு இல்லை. ஓவியாவும்

காயத்ரியும் கூட ஒரே வகையினத்தில்தான் வருகிறார்கள் என்றால் பலருக்கும் அதிர்ச்சியாக இருக்கலாம். அதற்கு அந்நபர்களின் தனித் தன்மையோடு கூடிய வகையினத்தை மக்களின் மதிப்பீடுகளோடு பார்க்கலாம்.

இவர்களில் பலர் நிலவுடமை அடிமைத்தனத்தையும், முதலாளித்துவ தனிநபர் விட்டேத்தித்தனத்தையும் கொண்டவர்கள். அவர்களிடம் அரசியல் ரீதியாக விசாரணை நடத்தினால் கூட மேற்கண்ட சாயல் களோடு வலதுசாரியாக விடைத்து நிற்பார்கள்.

சினேகன் இந்த உலகில் தன்னைவிட நல்லவனாக வாழ்வது யாரு மில்லை என்பதால் மற்றவர்களை அவ்வப்போது பாவிகளாக கருதி அரவணைப்போடு புத்திமதி சொல்லுபவர். அனைத்தும் அறிந்தவர் என்பதால் தமிழ்த்தாய் வாழ்த்து எழுதியவர் தாயுமானவர் என்று ஓங்கி பொய்யுரைப்பார். அன்னார் அவர்கள் கவிஞர் வைரமுத்து விடம் உதவியாளராக இருந்து தமிழ் கற்றவர். ''தனது பிறந்த நாளில் தான் தமிழ் பெருமை அடைகிறது'' என்று பேசிய வைரமுத்துவுக்கு பொருத்தமான சீடர்.

பரணி பெற்றோர், பாலாஜி சக்திவேல், சசிகுமாருக்கு அடுத்த படியாக கமலின் காலில் விழுந்ததை பெருமையாக பேசுமளவு அப்பாவி. ஆகவே அடிமை. இவரது தனித்தன்மையை சினிமா குருகுலத்தின் முனிபுங்கவர்கள் தீர்மானிக்கிறார்கள்.

கஞ்சா கருப்பு சினிமா மடத்தின் மூத்தோர்களுக்காக தெருச்சண் டைக்கு போகும் தென்மதுரை வழக்கு பேசும் அடிமை. ஆகவே ஆண்டானாய் எளியோரை இகழுவார். இகழ்வதை கடமை என்று ஆணித்தரமாக நம்புவதால் இவர் அப்பாவியா, காரியவாதியா என்று

துண்டுப் பிரசுரம் கொடுத்ததால் குண்டர் சட்டத்தில் உள்ளே தள்ளப்பட்ட வளர்மதியும், பிக்பாஸ் வீட்டுச் சிறையில் நடிக்க முயலும் ஜூலியும் ஒன்றல்ல.

பிரித்தறிய முடியாதபடிக்கு விசித்தரமானவர். ஆகவே செல்வம் வைத்திருப்போரின் எடுப்பார் கைப்பிள்ளை!

ஆர்த்தி நடிகையாக நிலைபெறுவதற்கு முன்னால் ஐ.ஏ.எஸ் கனவைக் கொண்டிருந்த சீமாட்டி. ஆகவே அற்ப விசயத்திலும் அதிகாரம் கொடிபறக்கும். ஆதரித்தால் மக்கள் கடவுள். எதிர்த்தால் கால் துரும்பு! இறுதியில் ஆர்த்தியின் தர்பாரில் பிச்சை எடுப்போரே நல்லவர்.

காயத்ரி சொன்னதைக் கேட்காத குரங்கை வெறுப்பேற்றியே வேலை செய்ய நினைப்பவர். மறுக்கும் குரங்குகளை குதறலோடு ஒதுக்கு வார். அப்படித்தான் டான்ஸ் மாஸ்டராக இன்டஸ்ட்ரியில் குப்பை கொட்ட முடியும் என்பவர். குழந்தை மனது கொண்ட தன்னை கோபாக்காரியாக மாற்றாதீர்கள் என்பதை நெற்றியிலேயே எழுதி வைத்திருப்பவர். தன்னைத் திருத்தும் அதிகாரம் தனக்கே இல்லை என ஆழ்ந்த தூக்கத்திலும் ஆணித்தரமாக எடுத்து வைப்பவர்.

ஜூலி சினிமா மடத்தில் மிக நல்ல அடிமையாக சேவித்தால் மட்டுமே வாய்ப்பு கிடைக்கும் என்பதை ஏற்று காட்சிக்கேற்ற நடனம், அழுகை, பாசம் அனைத்தையும் அள்ளி வீசுபவர்.

சக்தி சினிமா மடத்தில் பரம்பரை பாத்தியதை உள்ளவரின் செருக்கு கொண்டவர். ஆள் பார்த்து பேசுவார் அதட்டுவார். என் காலை மிதிக்கும் நீ ஏன் ''எக்ஸ்கியூஸ் மீ'' கேட்காமல் வெறுப்பேற்றுகிறாய் என்பதை முதலில் நாகரீகமாகவும் மறுத்தால் அதட்டியும் கேட்பவர்.

கணேஷ் நுனிநாக்கு ஆங்கிலத்தோடும் உடல் மொழியில் மரியாதையோடும் உடற்பயிற்சி தியானத்துடனும் இந்த உலகிலேயே மிக

இவர்கள் அனைவரும் அதிகாரத்தில் மூத்தோரை அண்டிப் பிழைப்பதும், இளைத்தோரை 'வச்சு செய்வதும்' தவிர வேறு என்ன விதத்தில் வருவார்கள்?

அதிக ஒழுங்கும் நாகரீகமும் கொண்ட கனவானாய் வாழ முடியும் என்று நம்புபவர். நல்லது கெட்டதுகளுக்கு போகாமல் கூலாக இருந்தாலே போதும், என எச்சரிக்கையுடன் வாழ்பவர்.

ஆரவ் ஜாலியும், பிரபலமும் விரும்பினாலும் அதற்கு செய்ய வேண்டிய காரியங்கள் குறித்து சற்று குழம்பினாலும், மற்றவர்களின் பலம் பலவீனத்தை எடை போட்டுப் பார்த்து, தன்னைப் பாதுகாத்துக் கொள்பவர். ஃபர்ஸ்ட் பெஞ்ச் மாணவர் அளவுக்கு ஒரு காரியவாதி.

நமீதா சினிமா மடத்தில் தன்னைப் போன்ற பரம்பரை பணக்காரர்களை மதிக்கக் கூடக் கற்றுக்கொள்ளாதவர்களுடன் வாழவேண்டியிருக்கும் துன்பத்தை தாங்கிக் கொண்டு அவர்களுக்கு சுத்தம் குறித்து சொல்லிக் கொடுப்பதை பெருந்தன்மையாக கருதுபவர். ஆகவே அவர் வைத்த சட்டத்தை மீறுவோரைப் பார்க்கும் போது எங்கே இருக்க வேண்டிய நான் இங்கேயா என்று சலிப்போ எரிச்சலோ கொள்பவர்.

ரைசா நான் நானாக இருப்பதை நாசுக்காக சொன்னால் தனக்கு ஒரு இடம் சினிமா மடத்தில் கிடைக்கும் என்று முயற்சிப்பவர். தனது முகமும் அதே நாசுக்கை கொண்டிருக்க வேண்டுமென்று 24 மணிநேரமும் மேக்கப்பும் கண்ணாடியுமாக வேலை செய்பவர். பிக்பாஸின் ஆட்ட விதிகளை அறிந்து கொண்டு அதற்கேற்ற முறையில் விளையாட முற்படும் மல்டிபிளக்ஸ் வர்க்கத்தின் லேட்டஸ்ட் வகை மாதிரி.

வையாபுரி வாழ்ந்து கெட்ட குடும்பத் தலைவரின் ஆசைகள் துன்பங்களோடு சராசரியானவர். இந்த பிக்பாஸ் வாழ்க்கை தனக்கு கொடுக்க இருக்கும் செல்வத்தை மனதில் கொண்டு அவ்வப்போது வீட்டு வாழ்க்கை குறித்து புலம்பலோடு நாட்களை ஓட்டுபவர்.

ஓவியா நான் நானாக இருப்பதை நடனத்தோடும், குளிர்ந்த மொழியோடும் சொன்னால் ஒத்துக் கொள்வார்கள் என்று நம்புபவர் நடிப்பவர். அதையே முழுநேர வேலையாக கொண்டிருப்பதால் மற்ற வீட்டு வேலைகளை செய்ய முடியாது என்பதை பணிவுடன் எடுத்துச் சொல்பவர். மறுப்போரை சிரித்து மாற்ற நினைப்பவர். முக்கியமாக இவற்றை பொய் பேசாமல் புறணி பேசாமல் சாதிக்க முடியும் என்ற சாமர்த்தியத்தைக் கொண்டிருப்பவர்.

கூட்டிக் கழித்துப் பார்த்தால் இந்த வகை மாதிரிகளில் பொய் பேச மாட்டார், புறணி பேசுவார், வேலை பார்ப்பார், தன்வேலையை மட்டும் பார்ப்பார் என்ற சில்லறை சமாச்சாரங்களைத் தவிர வேறு என்ன வேறுபாடு இருக்கிறது?

இவர்கள் அனைவரும் அதிகாரத்தில் மூத்தோரை அண்டிப் பிழைப்பதும், இளைத்தோரை ‘வச்சு செய்வதும்’ தவிர வேறு என்ன விதத்தில்

வருவார்கள்? இந்த வெட்டி ஆய்வை வெட்டிவிட்டு நேரடியாக விச யத்திற்கு வருவோம்!

ஓவியாவை ஏன் மக்கள் ஆதரிக்க வேண்டும்?
காயத்ரியை ஏன் வெறுக்க வேண்டும்?

இருவரது சித்தாந்தமும் ஒன்றேதான். நிலவுடமைப் பண்பாட்டின் வடிவத்தோடு முதலாளித்துவ தனிநபர் சித்தாந்தத்தை காயத்ரி கொண்டிருக்கிறார் என்றால், முதலாளித்துவ தனிநபர் சித்தாந்தத் தின் வடிவோடு முதாளித்துவ உலகின் கேளிக்கை வாழ்வை ஓவியா கொண்டிருக்கிறார்.

இவ்விருவரையும் ஒரு ஒப்பீட்டோடு பரிசீலித்தால் இன்னும் விளங்கும். ஓவியாவை கிழக்கு பதிப்பகம் பத்ரி சேஷாத்ரியுடனும், காயத்ரியை பாஜக-வின் எச்.ராஜாவோடும் ஒப்பிடலாம். ராஜாவின் வார்த்தைகளைக் கேட்டாலே நீங்கள் கொலை வெறி அடைவீர்கள். பத்ரியின் விளக்கத்தைப் பார்த்தால் அதை ஏற்க முடியாவிட்டாலும் அவரது ‘நாகரீகமான’ அணுகுமுறையால் படித்தவர் சொன்னால் சரி யாக இருக்குமோ என்று தயங்குவீர்கள்.

ஓவியா தன் கருத்தை எப்போதும் விட்டுக் கொடுக்க மாட்டேன் என் கிறார். அதே நேரம் அதை ஏற்காதவர்களை அவர் இகழ்வதில்லை, எரிச்சலூட்டுவதில்லை. காயத்ரியின் கருத்துக்கள் ஏற்கப்படாதபோது எச்.ராஜா போல நாடுகடத்த வேண்டும் என்று பேசுகிறார். ஒன்று

அய்யாக்கண்ணு கூட கமல் விரும்பும் ‘கண்ணியமான’ முறையில்தான் டெல்லியில் போராடுகிறார். அதனால்தான் விஷால் போன்ற ஜன்மங்கள் அந்த கண்ணியப் போராட்டத்தை ஆதரிக்கின்றன!

பா.ஜ.க-வின் கார்ப்பரேட் முகமென்றால் மற்றொன்று பா.ஜ.கவின் பார்ப்பனிய முகம்.

'நாளை என்ன நடக்கும் என தெரியாது. அதனால் இப்போது இந்த கணத்தை மகிழ்ச்சியாக வாழ வேண்டும். *Live this moment. Enjoy the life*'. இது ஓவியாக்களின் மனநிலை. லிவ் திஸ் மொமண்ட் என்ற தனிநபர்வாதத்தின் மயக்க மருந்து, இப்போது ஓவியாவின் மூலமாக மறு உலா வருகிறது. வசனம் பழசுதான். ஆனால், முன்னெப்போதையும் விட வேலை, ஊதியம், பணிச்சுமை, பொருளாதார தள்ளாட்டம், இவை உருவாக்கும் தனிவாழ்வின் சிக்கல்கள்... என வாழ்வின் நெருக்கடிகள் நாலா பக்கமும் சூழ்ந்திருக்கும் நிலையில் இந்த வசனம் மேலும் பொருத்தமுள்ளதாக மாறியுள்ளது. ஓர் இளைப்பாறும் தருணத்துக்காக ஏங்கும் மனம் *Live this moment* என்ற வசனத்தைப் பற்றிக் கொள்கிறது.

ஆனால், இந்தக் கணத்தில் மட்டும் கூட வாழ முடியாத அளவுக்கு நெருக்கடிகள் கணம் தோறும் சூழ்கின்றன. இதற்கு தன் எதிர்ப்புணர்வை வெளிப்படுத்துவதுதான் உண்மையிலேயே சுரணையுள்ள மனிதனின் இயல்பான தன்னுணர்வாக இருக்க முடியும். மாறாக சூழலின் பயங்கரத்தில் இருந்து துண்டித்துக்கொண்டு குளிரூட்டப்பட்ட மதுவிடுதியிலோ அல்லது மழை பெய்யும் அந்தி நேரத்தின் மெல்லிசையிலோ அந்த கணத்தை வாழ்ந்து தீர்ப்பது என்பது அருவெறுப்பானது.

பிக்பாஸ் வீட்டில் நடக்கும் சீரியல் டைப் சண்டைகளின் போது ஓவியா பொய் பேசவில்லை, அவரை தனிமைப்படுத்துகிறார்கள் என்பவையே அவரை நேசிக்க மக்களுக்கு போதுமானது என்றால், அவ்வளவு பலவீனமானவர்களா நாம்? சில்லறைப் பிரச்சினைகளுக்கு பொய் பேசாத ஓவியா சமூகத்தின் இதர பிரச்சினைகள் குறித்து கேட்டால் என்ன சொல்வார்?

இன்று ''லிபரல்கள்'' எனப்படுவோர் பொதுப்புத்தியை வடிவமைப்பதில் பெரிதும் செல்வாக்கு செலுத்துகிறார்கள். இவர்கள் சாதிவெறி-மதவெறி-ஆணாதிக்கம் ஆகியவற்றை குறிப்பிட்ட அளவு எதிர்ப்பவர்களாகவும் இருப்பார்கள். பா.ஜ.க -விலும் கூட இத்தகைய குரல் கொடுக்கும் சித்தாந்தவாதிகள் இருக்கிறார்கள். கட்சி சார்பற்ற இடது சாரி என்று தங்களைக் கூறிக்கொள்வோர் இன்னொரு வகையினம்.

இவர்களின் சமூகப் பார்வையை குறுக்கு விசாரணை செய்தால் அது 'நானேதான்' என இறுதியில் முடியும். கட்சிகள், இயக்கங்களை விட தனிநபர்களே மேலானவர்கள் என்ற இவர்களது கண்ணோட்டம், நிலவுகின்ற சமூக அமைப்புதான் ஜனநாயகமானது என்று கூச்சமின்றி பேசும்.

ஜூலி வெளியேற்றப்படும் போது கமல் என்ன சொன்னார்? மெரினா போராட்டத்தில் கூட முழக்கங்களை கண்ணியமாக நாகரீகமாக போட வேண்டும் என்று புத்திமதி சொன்னார். குஜராத் 2002 இனப் படுகொலையில் மோடியின் பங்கை கண்ணியமாக கண்டிப்பது எப்படி கமல் அவர்களே? கமல் விரும்பும் ஒரு போராட்டம் கூட விக்ரமன் சினிமா உணர்ச்சி போல அல்லது அவரது அன்பே சிவம் போல 100% அன்பில் திளைக்க வேண்டுமாம். இங்கே குழந்தைகள் சாவது இயற்கைதான் என்று திமிராக பேசும் உத்திரப் பிரதேச முதல்வர் யோகி ஆதித்யநாத்தை எப்படி கண்ணியமாகப் பேசுவது?

மோடியின் ரத்தக்கறை பங்கு ஜூலிக்கும் தெரியாது. மெரினா எழுச்சியில் வந்த இலட்சக்கணக்கானவர்களில் அவரும் ஒருவர். பொதுவாக மாடு, விவசாயம், அரசு அலட்சியம் தாண்டி ஜூலியின் அரசியலில் வேறு இல்லை. அவரை வீர தமிழச்சியாக அழைத்தது தவறு. துண்டுப் பிரசுரம் கொடுத்ததால் குண்டர் சட்டத்தில் உள்ளே தள்ளப்பட்ட வளர்மதியும், பிக்பாஸ் வீட்டுச் சிறையில் நடிக்க முயலும் ஜூலியும் ஒன்றல்ல. ஜூலியின் மெரினா பிரபலத்தை விஜய் டி.வி கேவலமாக பயன்படுத்திக் கொண்டது. அந்தக் கேவலத்தின் அடிப்படை மக்களின் பலவீனத்தில் உள்ளது.

அய்யாக்கண்ணு கூட கமல் விரும்பும் ‘‘கண்ணியமான’’ முறையில்தான் டெல்லியில் போராடுகிறார். தொழிலாளிகளை ஒடுக்க வேண்டும் என்று பகிரங்கமாக ஏசும் விஷால் போன்ற ஜென்மங்கள் டெல்லி சென்று அவரை ஆதரிக்கின்றன.

பத்ரி சேஷாத்ரி, பா.ஜ.கவின் கார்ப்பரேட் முகமென்றால்
ஹெச்.ராஜா, பா.ஜ.கவின் பார்ப்பனிய முகம்.

‘‘பாட்டிற்காக சிறை செல்லத் தயாராக இருந்த நான் மாட்டிற்காக சிறை செல்ல மாட்டேனா’’ என்று எதுகை மோனை எஃபெக்டில் பேசுகிறார் சிம்பு. மக்கள் கரவொலி எழுப்புகிறார்கள். பெண்களை இழிவுபடுத்தி பாட்டெழுதுவதும் ஜனநாயக உரிமை, ஜல்லிக்கட்டுக்காக போராடுவதும் ஜனநாயக உரிமை என்பதுதான் மேட்டுக்குடி குலக்கொழுந்துகளின் அரசியல்!

தமிழகத்தில் பெண்கள் டாஸ்மாக்கிற்கு எதிராக போராடினால் இத்தகைய தனிநபர் தாராளவாதிகள் குடிப்பது எமது தனியுரிமை என்று பேசுவார்கள். இந்த இடத்தில் ஓவியா(பத்ரி) ‘குடி’யுரிமையை ஆதரித்தும் காயத்ரி (எச்.ராஜா) எதிர்த்தும் பேசக்கூடும்.

பெண்களின் போராட்ட உணர்வை மதித்தாலும், குடிப்பது குடிமக்களின் அடிப்படை உரிமை என்று ஓவியா அணி நாகரீகமாக பேசும். மல்லையா முதல் மற்ற பாஜக மாநிலங்கள் வரை குடியை தொழிலாக மேற்கொண்டு வருமானம் பார்க்கும் காயத்ரி அணி இங்கே பொதுப் புத்திக்காக குடி எதிர்ப்பு பேசும்.

இன்றைய அமைப்பு முறையை அப்படியே ஏற்றுக் கொள்ளவேண்டும் என்று தாராளவாதிகளின் தீவிரவாத அணி கோருகிறது என்றால் அதை கொஞ்சம் மாற்றி ஏற்கலாமே என மிதவாத அணி கோருகிறது. மற்றபடி அடிப்படையில் இரண்டுமே சமூக மாற்றத்திற்கு எதிரானது தான்.

பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சியில் நடக்கும் சில்லறை அற்பத்தனங்களை மக்கள் தமது சமூக நடப்புக்களோடு சேர்த்து பார்க்கிறார்கள். காயத்ரி திமிர் பிடித்த பாப்பாத்தி, நமிதா திமிர் பிடித்த மேட்டுக்குடி, பரணி சாதாரண மக்கள் பிரிவு என்றெல்லாம் பார்த்து ஆதரவு அல்லது எதிர்ப்பு நிலை எடுக்கிறார்கள். ஆனால் நாயக-வில்லி பாத்திரங்களில் இருப்போர் தமது தனிப்பட்ட நடத்தைகளையே காட்டி கூட்டத்தை கவரவோ வெறுப்பேற்றவோ செய்கிறார்கள். இந்த பலவீனம் இருக்கும் வரை மோடியோ, ஜெயலலிதாவோ விஜய் டி. வி வழங்கும் பிக்பாஸின் இன்டர்நேஷனல் ஃபார்மெட்டை வைத்து நம்மை எளிதில் ஏமாற்ற முடியும். தேர்தலில் வெற்றி பெறவும் முடியும்.

உணர்ச்சிகளில் முக்குளித்து உணர்வுகளில் தோற்றுக் கொண்டிருக்கிறோம். அற்பத்தனங்களை அலசி ஆராய்ந்து அரசியலை தவிர்த்துக் கொண்டிருக்கிறோம். பொழுதுபோக்கின் பேரில் தனிநபர் அராஜகத்தை கற்றுக் கொண்டு வருகிறோம். பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சியை கேலி செய்யும் பல தனிநபர்களிடம் கூட இத்தகைய வியாதி இருக்கவே செய்கிறது.

இன்றைக்கு சமூகவலைத்தளங்களில் தனிநபராக முற்போக்கு கம்யூனிசம் தலித் பெண்ணியம் பேசும் பலரிடமும் இந்த தனிநபர் ''அராஜகவியாதி'' தொற்றுநோயாக பரவிக் கொண்டிருக்கிறது. நான்கு புத்தகங்கள் போட்டுவிட்டு இதுவரை இடதுசாரி கட்சிகள் என்ன புடுங்கிக் கொண்டிருந்தன என்று திமிராக சீறுவார்கள். இரண்டு ஆவணப்படங்களை எடுத்து விட்டு கேமராதான் உலகில் புரட்சியைக் கொண்டு வரும் என அகங்காரமாய் அறிவிப்பார்கள். பாதுகாப்பான வாழ்வை உத்திரவாதப்படுத்திக் கொண்டு, தேர்தல் புறக்கணிப்பால் என்ன சாதித்தீர்கள் என மார்க்சிய லெனினிய அமைப்புக்களை அதிகாரத்துடன் கேட்பார்கள்.

வீட்டு வேலைகளுக்கு எந்திரங்களையும் பணியாளர்களையும் போட்டுவிட்டு பெண் விடுதலைக்காக ஃபேஸ்புக்கில் கவிதை எழுதுவார்கள். பொதுவெளியில் சாதிவெறியை கண்டிக்க தைரியமற்றவர்கள் கபாலி ரஜினியை தலித் போராளியாக காட்டுவதற்கு நான்கு மாதம் எழுதுவார்கள்! சினிமாவில் பிரபலமாக வேண்டும் என்பதை இலட்சியமாக வைத்து விட்டு, ஈழத்திற்காகவும் சில சொட்டு கண்ணீரையும் வடிப்பார்கள்.

இது போக ரத்ததானம், நாய்க்குட்டி கருணை, அப்துல் கலாம் கவிதை, இயற்கை விவசாயம், பேலியோ டயட், ஆன்மீகம், மனிதாபிமானம், உலக சினிமா, உன்னத இலக்கியம் என எல்லா விதங்களிலும் மணிக்கணக்கில் பேசுவார்கள் ஆலோசனை செய்வார்கள்.

ஆனால் இவற்றையெல்லாம் இணைக்கும் அரசியல் சமூக வெளியில்தான் அடிப்படை மாற்றம் நடக்க வேண்டும். இதைப்பற்றிக் கேட்டால், எந்தக் கட்சி யோக்கியம் என்று ஒரு வரியில் முடித்து

‘நாளை என்ன நடக்கும் என தெரியாது. அதனால் இப்போது இந்த கணத்தில் மகிழ்ச்சியாக வாழ வேண்டும். Live this moment, Enjoy the life’.
- இது ஓவியாக்களின் மனநிலை.

விட்டு போய்விடுவார்கள். இந்த தனிநபர் தாராளவாதிகளின் தாக்கு தலுக்குப் பணிந்து வலது இடது கம்யூனிஸ்டுகள், தலித் இயக்கங்கள், தமிழ் அமைப்புக்கள், உள்ளிட்ட பலரும் தங்களை 'நாகரீக'மாக மாற் றிக் கொண்டு வருகிறார்கள்.

இதை 'ஓவியாமயமாக்கம்' என்றும் கூறலாம். ஆங்கிலப் பத்திரிகை களில் பலரும், தமிழ் ஊடகங்களில் சிலரும் இத்தகைய 'நாகரீக'ப் படுத்தும் பணியினை சிரமேற்கொண்டு செய்து வருகிறார்கள்.

கிருஷ்ணசாமியின் புதிய தமிழகம், தாழ்த்தப்பட்ட மக்களை சித்தாந் தத்திலும் செயலிலும் ஒடுக்கும் பாரதிய ஜனதாவோடு இணைகிறது. ராம்விலாஸ் பஸ்வான் மோடியின் நிழலில் இளைப்பாறுகிறார். தீபா வளிக்கும் திருவண்ணாமலை தீபத்திற்கும் சிறப்பிதழ் போடுகிறது சி.பி.எம்-மின் தீக்கதிர் நாளிதழ். முரசொலி விழாவில் ரஜினியை மேடையேற்றி அழகு பார்க்கிறது தி.மு.க.

சுரண்டல் லாட்டரி பில்லியனர் மார்ட்டினின் மகன் தமிழர் விடியல் கட்சி நடத்துகிறார். மோடிக்கு பாராட்டு தெரிவிக்கிறார் விடுதலை சிறுத்தைகளின் ரவிக்குமார். ஜக்கி வாசுதேவின் யோகாவைப் பாராட் டுகிறார் தலைவர் திருமாவளவன். பெண்களை போற்றுகிறது என குமுதத்திற்கு பாராட்டு தெரிவிக்கிறார் லீனா மணிமேகலை.

இறுதியில் அனைவரும் இந்த நாகரீகத்தையும், கண்ணியத்தையும், தனிநபர் சித்தாந்தத்தையும் ஏற்றுக் கொண்டு ஓவியாக்களாகவோ அல்லது தம் சொந்த இயல்பு காரணமாக காயத்ரிக்களாகவோ மாறி விடுகிறார்கள்.

சமூகக்களத்தில் போராட முன்வராத வரையில், பிக்பாஸ் எனும் மாயச்சிறையில்தான் நீங்கள் காலம் தள்ள வேண்டும். அங்கேயே ஆயுள் தண்டனையோ மரணதண்டனையோ பெற்று வாழ்வை முடித் துக் கொள்ள வேண்டியதுதான்.

ஆதார் வழக்கில் அந்தரங்கம் என்பது அடிப்படை உரிமையில் வராதென வாதிடுகிறது மத்திய அரசு. அந்தரங்கத்தின் பெயரில் குடி மக்கள் தமது நடவடிக்கைகளை மறைப்பது கள்ளத்தனம் என்கிறார் அரசு வழக்கறிஞர். அந்தரங்க உரிமையை பாதுகாப்பது திருட்டுத் தனமல்ல, அது கண்ணியத்திற்குரியது என்று வாதாடினார் எதிர்தரப்பு வழக்கறிஞர் கோபால் சுப்ரமணியம்.

பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சி நமது கண்ணோட்டத்தை கறைப்படுத்தி கண்ணி யமே தேவை இல்லை என்கிறது. இழக்கப் போகிறோமா, இயங்கப் போகிறோமா?

● **வினவு,** ஆகஸ்ட் 2017.

ஆதார் வழக்கில் அந்தரங்கம் என்பது
அடிப்படை உரிமையில் வராதென வாதிடுகிறது மத்திய அரசு.
அந்தரங்கத்தின் பெயரில் குடிமக்கள்
தமது நடவடிக்கைகளை மறைப்பது கள்ளத்தனம்
என்கிறார் அரசு வழக்கறிஞர்.
அந்தரங்க உரிமையை பாதுகாப்பது திருட்டுத்தனமல்ல,
அது கண்ணியத்திற்குரியது என்று வாதாடினார்
எதிர்தரப்பு வழக்கறிஞர் கோபால் சுப்ரமணியம்.

பிக்பாஸ் நிகழ்ச்சி நமது கண்ணோட்டத்தை கறைப்படுத்தி
கண்ணியமே தேவை இல்லை என்கிறது.

இழக்கப் போகிறோமா, இயங்கப் போகிறோமா?

புதிய
கலாச்சாரம்

ரூ. 20