

தகவல் பரப்புகைச் செயற்பாட்டில் தொலைக்காட்சியின் மேலாதிக்கத்தில் சிறுவர்களிற்கு ஏற்படும் தாக்க விளைவுகள்

க. ராஜ்குமார்

Media Studies, University of Jaffna, Sri Lanka
rajkumar.sudar@gmail.com

சருக்கம்: சமூக பண்பாட்டுத் தளங்களின் மேல் ஒவ்வொருநாளும் இறுகிக்கொண்டுவரும் தொலைக்காட்சி என்னும் ஊடகம் வெறும் காட்சிகளை மட்டும் காட்டி மறைந்து விடுவதில்லை. பார்வையாளர்களின் மனதில் கருத்துக்களையும் படிமங்களையும் பதிந்து விட்டு செல்கிறது. இவ் மனப்பதிவு நீண்ட காலத்திற்கு அதன் விளைவை பதிய வைக்க வல்லது. தகவல்கள், காட்சி மற்றும் ஒலி வடிவங்களினூடாகப் பகிரப்படுவதால் அதன் தாக்கம் ஏனைய ஊடகங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் மிகவும் சக்திவாய்ந்தது. தொலைக்காட்சியின் தகவல் வெளிப்பாட்டுச் செயற்பாட்டில் பார்வையாளர்களின் பால் நிலை வேறுபடும் (gender different), வயது நிலையும் முக்கியமானவையாகக் கொள்ளப்படுகின்றன. ஏனைய ஊடகங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் சிறுவர்களை தன்முன் ஈர்க்கும் அபார சக்தி தொலைக்காட்சிக்குள்ளது. குறிப்பாக ஆரம்பக் கல்வியை கற்கு முன்பே சிறுவர்கள் தொலைக்காட்சியின் முன் தமது நேரத்தை அதிகம் செலவிடுகின்றனர். இதற்கான பெரும் பொறுப்பு பெற்றோரையே சாரும். குழந்தைகளின் ஆரம்ப கல்விச் செயற்பாடுகளை உள்ளடக்கிய கல்வி முறை DVD மூலம் கிடைக்கப்பெறுவதும் இதற்கான பிரதான காரணங்களில் ஒன்றாகின்றது. இது தொலைக்காட்சியே தமது உலகம் என்னும் மனப்பாங்கை சிறுவர்களிடம் ஏற்படுத்துகின்றது. வர்த்தக ரீதியான போட்டித்தன்மை காரணமாக ஒவ்வொரு தொலைக்காட்சி நிறுவனங்களும் நிகழ்ச்சியின் தன்மையில் மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துகின்றனர். மாறாக சமூகப் பொறுப்புணர்வுடன் செயற்பட்டால் மிகச் சிறந்த பயனை மாணவர்களும், சிறுவர்களும் பெற்றுக்கொள்ள முடியும். நிகழ்ச்சிகளின் பேசு பொருளாக வன்முறைக் காட்சிகள், வன்முறைசார் உரையாடல்கள், நன்றடத்தையற்ற பழக்க வழக்கங்கள், திகிலூட்டும் சம்பவங்கள், முத்தக் காட்சிகள், பந்தக்கையறைக் காட்சிகள், இளவயதுக் காதல் போன்றவற்றை வயது வேறுபாடின்றி அனைவரும் பார்ப்பதால், நாளடைவில் மது, புகைத்தல் போன்ற பழக்கவழக்கங்களுக்கு அடிமையாகிவிடும் போக்கினை அவதானிக்க முடிகின்றது. இந்நிகழ்ச்சிகளின் இடையிடையே ஒளிபரப்பப்படும் விளம்பரங்களும் சிறுவர்கள் மத்தியில் பெரும் செல்வாக்குச் செலுத்துகின்றது. சிறுவர்களை விளம்பர மாதிரிகளாக இணைத்துக்கொள்ளும் போக்கும் குறிப்பிட்ட சில ஆண்டுகளில் அதிகரித்துள்ளமையும் இதற்கான பிரதான காரணங்களில் ஒன்றாகிறது. விளம்பர வெளிப்பாட்டுத்திறன் என்னும் விடயத்தில் மட்டுமே விளம்பர தயாரிப்பாளர்கள் கவனம் செலுத்துகின்றனர். அவ்விளம்பரங்கள் சிறுவர்கள் மத்தியில் எவ்வாறான எதிர்மறை விளைவுகளை தோற்றுவிக்கின்றன என்பதை கவனிக்கத்தவறி விடுகின்றமையை காணக்கூடியதாகவுள்ளது. இவ்வாறான ஒரு சூழ்நிலையில் இப் பாதிப்புக்களிலிருந்து சிறுவர்களைப் பாதுகாக்க வேண்டியது ஒவ்வொரு பெற்றோரின் பொறுப்பாகும். அத்துடன் நிகழ்ச்சியின் தரமறிந்து சிறுவர்களிற்கு உகந்தநிகழ்ச்சியை தமது மேற்பார்வையில் வழிநடத்த வேண்டியவர்கள் பெற்றோர்கள். பாடசாலைகளிலும் ஆசிரியர்கள் பிள்ளைகளுக்கு இவ்விடயம் குறித்த விழிப்புணர்வுகளை ஏற்படுத்த வேண்டும். ஒரு நாளில் அதிகளவான நேரத்தை தொலைக்காட்சியின் முன் சிறார்கள் செலவிடுவதால் அவர்களின் கண்களுக்கும் மூளைக்கும் பாதிப்பு ஏற்படுவதுடன், நினைவாற்றல் தன்மை குறைவடைவதுடன், மன உழைச்சலுக்கும் ஆளாகின்றனர் என குழந்தை மனநல மருத்துவ நிபுணர்கள் எச்சரிக்கின்றனர். இவ்வாய்வுக் கட்டுரையானது தொலைக்காட்சி தகவற் பரிமாற்றச் செயற்பாட்டில் சிறுவர்களை எவ்வாறான பாதிப்பிற்குள்ளாக்குகின்றது என்பதை எடுத்துரைக்கின்றது.