

---

# பாடப்பிரிவு 17 மாற்று

## ஊடகங்கள்

---

### பாடத் திட்ட அமைப்பு

- 17.0 பாட முன்னுரை
- 17.1 படிப்பு நோக்கம்
- 17.2 மாற்று ஊடகம் என்றால் என்ன?
- 17.3 பிரதான ஊடகங்கள்
- 17.4 இந்தியாவில் மாற்று ஊடகம்
  - 17.4.1 நாட்டுப்புற ஊடகங்கள்
  - 17.4.2 சிறிய அளவிலான செய்தித்தாள்கள்
  - 17.4.3 சமூக வீடியோ
  - 17.4.4 சமூக வானொலி
  - 17.4.5 குடிமக்கள் இதழியல்
- 17.5 புதிய ஊடகம் மற்றும் மாற்று ஊடகம்
  - 17.5.1 சுயாதீனமான புதிய செய்தி இணையதளங்கள்
  - 17.5.2 மாற்று ஊடகமாக சமூக ஊடகங்கள்
- 17.6 மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலம்
- 17.7 பாடத் தொகுப்புரை
- 17.8 தொடர்ந்து படித்தற்குரிய நூல்கள்
- 17.9 தன் மதிப்பீடு விடைகள்

---

### 17.0 பாட முன்னுரை

---

இது ஊடகம் மற்றும் சமூகம் என்ற பாடத்திட்டத்தின் கடைசி அலகு ஆகும். இதில் மாற்று ஊடகம் என்ற கருத்தாக்கத்தை நாம் விவாதிப்போம். மேலும் அது பிரதான ஊடகங்களிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது என்பதை விளக்குவோம். நாட்டுப்புற ஊடகங்கள், சிறிய அளவிலான செய்தித்தாள்கள், சமூக வானொலி, சமூக வீடியோ மற்றும் குடிமக்கள் இதழியல் போன்ற மாற்று ஊடகங்களின் பல்வேறு வடிவங்களையும், நிகழ்காலத்தில் அவற்றின் முக்கியத்துவத்தையும் நாம் ஆராய்வோம். புதிய ஊடகங்கள் மற்றும் சமூக ஊடகங்களை மாற்று தளங்களாகப் பார்ப்போம், மேலும் சமூக ஊடகங்களில் உள்ளடக்கத்தின் நம்பகத்தன்மை தொடர்பான சிக்கல்களை ஆராய்வோம். மாற்று ஊடகத்தின் எதிர்காலம் குறித்த பிரிவு, தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களின் பயன்பாடு குறித்து வெளிச்சம் போட்டுக் காட்டுகிறது. இது

மாற்று ஊடக உரையாடலை மாற்றி, சம்பந்தப்பட்ட அதிகாரிகளால் பொருத்தமான நடவடிக்கைக்கு வழிவகுக்கும்.

மாற்று ஊடகங்கள்

## 17.1 படிப்பு நோக்கம்

இந்த பாடப்பிரிவை படித்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றைச் செய்ய முடியும்:

- மாற்று ஊடகத்தை வரையறுக்கவும்;
- மாற்று ஊடகத்துடன் பிரதான ஊடகங்களின் வணிக மாதிரியை ஒப்பிடவும்;
- மாற்று ஊடகத்தின் பல்வேறு வடிவங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்;
- புதிய ஊடகங்களுக்கும் மாற்று ஊடகங்களுக்கும் இடையிலான உறவை விவரிக்கவும்;
- இந்தியாவில் மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலம் பற்றி விவாதிக்கவும்.

## 17.2 மாற்று ஊடகம் என்றால் என்ன?

முதலில் 'மாற்று' என்ற வார்த்தையின் அர்த்தத்தைப் புரிந்து கொள்ள முயற்சிப்போம். ஆக்ஸ்போர்டு ஆங்கில அகராதியின் படி (இந்த சூழலில்) மாற்று என்பது வழக்கமான அல்லது பாரம்பரியத்திலிருந்து மற்றொரு சாத்தியமாகவோ அல்லது வித்தியாசமாகவோ கிடைக்கிறது என்பதாகும். நம் வாழ்க்கையில் மாற்று வழிகளை நாம் எப்போது தேடுகிறோம்? நமக்குக் கிடைக்கும் தற்போதைய விருப்பத்தேர்வில் நாம் திருப்தியடையாதபோது, நாம் பொதுவாக நம் வாழ்க்கையில் மாற்று வழிகளைத் தேடுகிறோம். எடுத்துக்காட்டாக, உங்கள் மொபைல் ஃபோனின் செயல்திறனில் நீங்கள் ஏமாற்றம் அடைந்தால்; மாற்று மொபைல் போன் அல்லது உங்கள் மொபைல் ஃபோனின் செயல்திறனை அதிகரிக்கக்கூடிய வேறு எந்த மாற்று ஏற்பாட்டையும் நீங்கள் தேடத் தொடங்குகிறீர்கள்.

இதேபோல், மாற்று ஊடகமும் "பிரதான ஊடகங்களுக்கு மற்றொரு சாத்தியம்" ஆகும். செய்தித்தாள், இதழ், செய்திமடல், வானொலி, தொலைக்காட்சி, திரைப்படங்கள், புதிய ஊடகம், சுவர் ஓவியங்கள், கிராஃபிட்டி, தெருக்கூத்து போன்ற எந்த ஊடகமாகவும் மாற்று ஊடகம் இருக்கலாம். இது பிரதான ஊடகங்களுக்கு மாற்றாக வழங்குகிறது. வேறு

வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பிரதான ஊடகங்கள் அதிருப்தியையு உருவாக்கும் போது நாம் சொல்லலாம்; பார்வையாளர்கள் தகவல்களின் மாற்று ஆதாரங்களை (ஊடகங்கள்) தேடுகிறார்கள். இது அவர்களுக்கு பொருத்தமான தகவல்களையும் வெவ்வேறு விளக்கங்களையும் வழங்குகிறது. அவர்கள் ஒன்று மாற்று ஊடகத்தின் தயாரிப்பாளராகவோ அல்லது நுகர்வோராகவோ ஆகிறார்கள்.

"உற்பத்தி ஒப்புதல்" ஹெர்மன் மற்றும் சோம்ஸ்கி (1998) என்ற புத்தகத்தில், கிரேட் பிரிட்டனில் பத்தொன்பதாம் நூற்றாண்டின் முதல் பாதியில் தீவிர பத்திரிகைகளின் பரிணாம வளர்ச்சியைக் குறிப்பிட்டுள்ளனர். "இந்த மாற்று பத்திரிகை வர்க்க நனவை வலுப்படுத்துவதில் பயனுள்ளதாக இருந்தது; அது தொழிலாளர்களை ஐக்கியப்படுத்தியது ஏனெனில் அது ஒரு மாற்று மதிப்பு முறையையும், உலகைப் பார்ப்பதற்கான கட்டமைப்பையும் வளர்த்தது; அது அவர்களை கூட்டு நடவடிக்கைக்கு ஊக்குவித்தது. ஒரு காலத்தில் இந்த தீவிரவாத பத்திரிகைகள் பிரதான ஊடகங்களுக்கும் சட்டமன்றத்திற்கும் அச்சுறுத்தலாக மாறியது. மாற்று ஊடகம் முக்கிய ஊடகங்களிலிருந்து உள்ளடக்கம், உற்பத்தி மற்றும் விநியோகத்தில் வேறுபடுகிறது. மாற்று ஊடகத்தை பிரதான நீரோட்டத்திற்கு எதிர்மாறாகப் பார்க்காமல், அனைத்து வண்ணங்களின் கருத்துகள் மற்றும் பன்முகக் கண்ணோட்டங்கள் உள்ள ஒரு தளமாக கருதப்பட வேண்டும் என்பதை இங்கே கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். பிரதான ஊடகங்களின் வெகுஜன அல்லது பாதகமான கருத்தை மட்டும் கூறுவதற்குப் பதிலாக வெவ்வேறு கருத்துகளைக் கூறுவதே மாற்று ஊடகத்தின் நோக்கமாகும்.

முந்தைய அலகுகளில் 'வாயிற்காவலர்கள்' என்ற கருத்தாக்கத்தைப் பற்றி விவாதிக்கும் போது, பிரதான ஊடகங்களில் உள்ள வாயிற்காவலர்களுக்கு அவற்றின் வரம்புகளும், குறிப்பிட்டவற்றை முன்னிலைப் படுத்துவதற்கும், விளையாடுவதைக் குறைப்பதற்கும் அல்லது புறக்கணிப்பதற்கும் கூட அவர்களின் வரம்புகளும் உள்ளன என்பதை நீங்கள் படித்திருப்பீர்கள். இதற்கு மாறாக, மாற்று ஊடகம், பிரதான ஊடகங்களால் நிராகரிக்கப்படும் அல்லது கீழறுக்கப்பட்ட பல்வேறு கருத்துகளைக் கூறுவதற்கான சுதந்திரத்தை வழங்குகிறது.

ஜேர்மனிய தத்துவவாதியும் சமூகவியலாளருமான Jurgen Habermas, 'பொதுத் துறை' என்ற கருத்தாக்கத்தை கோடிட்டுக்

காட்டினார். இது பல்வேறு கருத்துகள் வெளிப்படுத்தப்படும், பொதுப் பிரச்சினைகள் விவாதிக்கப்பட்டு, கூட்டுத் தீர்வுகள் அபிவிருத்தி செய்யப்படும் ஒரு சமூக வெளியாகக் கருதப்படுகிறது. அது அரசியல் நடவடிக்கையில் கூட தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடும். ஒரு துடிப்பான பொதுத் துறை சமூகத் தகவல் தொடர்புக்கான மையக் களமாகும். இருப்பினும், சொற்பொழிவுகள் என்ன, பொது அரங்கில் தங்கள் கருத்துகளைப் பங்கெடுத்துக் கொள்பவர்கள் யார் குரல் கொடுக்கிறார்கள் என்பது ஒரு முக்கிய பிரச்சினையாகும். ஹேபர்மாஸின் பொதுத் துறை மெய்நிகர் உலகத்தால் பதிலீடு செய்யப்பட்டுள்ளது. இதில் ஏராளமான விவாதங்களும் அரசியல் நடவடிக்கைகளில் செல்வாக்குச் செலுத்தியுள்ளன. சமீபத்தில், ஊழலுக்கு எதிரான இந்தியா, நிர்பயா இயக்கம் ஆகியவை அரசியல் நடவடிக்கைக்கு வழிவகுக்கும் பொது விவாதம் மற்றும் விவாதத்திற்கான சில சிறந்த எடுத்துக்காட்டுகளாகும். அமைச்சர்களுக்கு தனிப்பட்ட டீவீக்கள் கூட அரசியல் நடவடிக்கை மற்றும் பின்தொடர்தலுக்கு வழிவகுக்கிறது.

மாவோயிஸ்டுகள் மற்றும் நக்சலைட்டுகளின் சில தீவிரவாத குழுக்கள் தங்கள் செய்தித்தாளை வெளியிட்டு சமூகத்தில் அதிருப்தியை வெளிப்படுத்துகின்றன; யுங் என்று அழைக்கப்படும் அவாமி ஜங், இந்தியாவில் மாவோயிசக் கட்சியின் அத்தகைய உள் பத்திரிகைகளில் ஒன்றாகும். பல்கலைக்கழக அல்லது கல்லூரி மட்டத்தில் உள்ள சில மாணவர் குழுக்கள் / தொழிற்சங்கங்களும் இந்த அமைப்பில் தங்கள் கருத்துகளையும், அதிருப்தியையும் வெளிப்படுத்துவதற்கு மாற்று ஊடகங்களின் பல்வேறு வடிவங்களைப் பயன்படுத்துகின்றன. இந்திய மாணவர் கூட்டமைப்பு மாதந்தோறும் ஆங்கிலத்தில் 'மாணவர் போராட்டம்' மற்றும் இந்தியில் 'சத்ரா சங்கராஷ்' மற்றும் பிராந்திய மொழிகளில் பலவற்றை வெளியிட்டு தங்கள் குரலைப் பரப்பி ஒன்றிணைக்கிறது. சமூக மாற்றத்திற்கான மாணவர்கள். சர்வதேச அளவில், ஜூலியன் அசான்ஜின் விக்கி லீக்ஸ் பல்வேறு அரசாங்கங்கள் மற்றும் பெருநிறுவனத் துறையின் தவறான செயல்களை அம்பலப்படுத்துவதற்கான ஒரு பிரபலமான எடுத்துக்காட்டு ஆகும். *ஜனநாயகம் இப்போது!* இது அமெரிக்காவில் பத்திரிகையாளர்கள் ஆமி குட்மேன் மற்றும் ஜுவான் கோன்சாலஸ் ஆகியோரால் நடத்தப்பட்ட சுயாதீன விருது வென்ற செய்தி நிகழ்ச்சியாகும். இது ஒரு தேசிய திட்டமாகும். இது பல்வேறு ஆன்லைன்

மற்றும் ஆஃப்லைன் ஊடக தளங்கள் மூலம்  
விநியோகிக்கப்படுகிறது (மேலும் தகவலுக்கு  
<http://www.democracynow.org> பார்க்கவும்).

சீமா முஸ்தபா: மூத்த பத்திரிகையாளரும் அரசியல்  
விமர்சகருமான சீமா முஸ்தபா, பிரதான ஊடகங்களுடன்  
ஒப்பிடும்போது மாற்று ஊடகம் சிறியது, ஆனால் "அது  
கிராமப்புறங்களுடன் இணைக்க முடியும், ஏழைகள் மற்றும்  
ஒடுக்கப்பட்டவர்களுக்கு அர்ப்பணிப்புடன் உள்ளது மற்றும்  
உண்மையை தெரிவிக்கிறது" என்று கருதுகிறார். கடந்த கால்  
நூற்றாண்டில் செய்தி ஊடகம் மிகப்பெரிய மாற்றங்களுக்கு  
உள்ளாகியிருப்பதாகவும், "பெருநிறுவனங்களின்  
கையகப்படுத்தல் உண்மையானதை முற்றிலுமாக  
துண்டிப்பதற்கு வழிவகுத்துள்ளது" என்றும் அவர் நம்புகிறார்.  
எனவே மாற்று ஊடகங்களின் தேவையாக உள்ளது.

பெர்ரிகன் (1979) மாற்று ஊடகத்தின் இரண்டு முக்கியமான  
கருத்துகளை அடையாளம் காண்கிறது: அணுகல் மற்றும்  
பங்கேற்பு. அணுகல் என்பது புவியியல், வர்க்கம், இனம்  
அல்லது பாலினம் ஆகியவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல்,  
உள்ளூர் சமூக உறுப்பினர்கள் கூட்டாகவோ அல்லது  
தனித்தனியாகவோ தங்களை வெளிப்படுத்துவதற்கான  
தகவல்தொடர்பு கருவிகள் மற்றும் வளங்கள் கிடைப்பதைக்  
குறிக்கிறது. மறுபுறம் பங்கேற்பு இரண்டு அம்சங்களில்  
கவனம் செலுத்துகிறது - வடிவமைப்பு, உற்பத்தி மற்றும்  
செயல்படுத்தல் ஆகியவற்றின் ஊடக நிகழ்முறைகளில்  
சமூகத்தின் ஈடுபாடு மற்றும் நிலை டோக்கனிசத்திலிருந்து  
மற்ற செயல்முறைகளின் முழு உரிமை வரை மக்கள்  
ஈடுபாடு (ஃபேர்பைரன் 2009; பெர்ரிகன் 1979). பல அறிஞர்கள்  
சமூக ஊடகத்தின் உள்ளூர் மற்றும் கலாச்சார ரீதியாக  
தொடர்புடைய உள்ளடக்கத்தை அதன் வரையறுக்கும்  
அம்சமாக சுட்டிக்காட்டுகின்றனர்.

சமூக ஊடகங்களின் உள்ளூர் உள்ளடக்கத்தின்  
தயாரிப்பாளர்களுடன் பார்வையாளர்களின் அடையாளம்  
உள்ளடக்கத்தின் நம்பிக்கையையும் நம்பகத்தன்மையையும்  
உருவாக்குகிறது.

கார்பெண்டியர், லீ மற்றும் செர்வேஸ் ஆகியவை முக்கிய  
ஊடகங்களைக் குறிப்பிட்டு மாற்று ஊடகங்களின் பின்வரும்  
பண்புகளை அடையாளம் காண்கின்றன:

- சிறிய அளவிலான மற்றும் குறிப்பிட்ட சமூகங்கள்

நோக்கி நோக்குநிலை, சாத்தியமான பின்தங்கிய குழுக்கள், தங்கள் பன்முகத்தன்மையை மதிக்கும்;

- அரசு மற்றும் சந்தையிலிருந்து சுயாதீனமான ;
- கிடைமட்டமாக கட்டமைக்கப்பட்டு, ஜனநாயகமயமாக்கல் மற்றும் பன்முகத்தன்மையின் சட்டகத்திற்குள் பார்வையாளர் அணுகல் மற்றும் பங்கேற்பை எளிதாக்க அனுமதிக்கிறது;
- சுய பிரதிநிதித்துவத்தின் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்தும் ஆதிக்கமற்ற சொற்பொழிவுகள் மற்றும் பிரதிநிதித்துவங்களின் கேரியர்கள்.

அவர்கள் மேலும் சமூகம் / மாற்று ஊடகம் பற்றிய ஒரு ரைசோமாடிக் கண்ணோட்டத்தை பரிந்துரைக்கின்றனர். ஏனெனில் இது எல்லைகளைக் கடந்து சிவில் சமூகம், பிற சமூக ஊடகங்கள், அரசு மற்றும் சந்தை ஆகியவற்றுக்கு இடையே இணைப்புகளை கட்டமைக்க முனைகிறது. இது அவர்களின் நலனுக்கு சேவை செய்கிறது. அவர்கள் தங்கள் அடையாளத்தை இழக்காமல் சேவை செய்யும் சமூகம் மற்றும் பொது மற்றும் வணிக ஊடக நிறுவனங்களின் விறைப்புத்தன்மை மற்றும் உறுதிப்பாடுகளை குறைத்து, சமூக ஊடக நிறுவனங்களின் திரவத்தன்மை மற்றும் தற்செயல் தன்மையை உயர்த்திக் காட்டுகிறது.

#### செயல்பாடு -1

சில மாற்று ஊடக தளங்கள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன. அவர்களின் செயல்பாடுகள் மற்றும் செயல்பாடுகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்ள அவர்களின் வலைதளங்களை நீங்கள் உலாவலாம் :

- பெண்கள் சமூக வானொலி
- உலக துடிப்பு இதழ்
- கம்கோட்ராப்
- NYC அடிமட்ட ஊடக கூட்டணி
- பிளாக் மியூசிக் ரேடியோ அல்லது பைரேட் ரேடியோ
- இண்டி மீடியா
- OneWorld.net
- ஜே'ஸ் இடதுசாரி & "முற்போக்கு
- சமூக ஒளிபரப்பு ஆன்லைன்
- அவுஸ்திரேலிய சமூக வானொலி மற்றும் தொலைக்காட்சி
- மாற்று வானொலி

- பொது கனவுகள் செய்தி மையம்
- ZNet மற்றும் மாற்று பத்திரிகை விமர்சனம்
- உலகளாவிய குரல்கள் ஆன்லைன்
- நல்ல செய்தி நிறுவனம்

மேற்கண்ட விவாதத்தின் வெளிச்சத்தில், மாற்று ஊடகங்களை நாம் "சமூகத்தின் விளிம்புநிலைப் பிரிவினரை முன்னிலைப்படுத்த மாற்றுச் சொற்பொழிவை ஊக்குவிக்கும் ஒரு சிறிய அளவிலான, சுயாதீனமான, அடிமட்ட ஊடகம்" என்று வரையறுக்கலாம். மக்கள் ஊடகங்கள்தான் பெரும்பாலும் தங்கள் சொந்த சமூகத்தின் நலனுக்காக சமூகத்தால் நடத்தப்படுகின்றன. இவ்வாறாக, மாற்று ஊடகம் மக்களால், மக்களுக்காக, மக்களால் ஆனது.

### 17.3 பிரதான ஊடகங்கள்

ஹெர்மனும் சோம்ஸ்கியும் (1997) பிரதான ஊடகங்களை உயரடுக்கு ஊடகங்களுடன் ஒப்பிட்டுள்ளனர். "சில நேரங்களில் நிகழ்ச்சி நிரல்-அமைக்கும் ஊடகம் என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள், ஏனென்றால் அவை பெரிய வளங்களைக் கொண்டவை, அவை எல்லோரும் செயல்படும் கட்டமைப்பை அமைக்கின்றன". அவர்கள் பிரச்சார மாதிரியின் ஐந்து வடிகட்டிகளை வலியுறுத்தினர். அவை செய்தி ஊடக வல்லுநர்களை மிகவும் சிக்கவைத்துள்ளன. இதனால் அறிக்கைகளில் உள்ள பாரபட்சத்தை யாரும் பார்க்க முடியாது. இந்த வடிகட்டிகள் பின்வருமாறு:

- உரிமையாளர் முறை: ஊடகம், அதன் அளவு, உரிமையின் வகை, சம்பந்தப்பட்ட செல்வம் மற்றும் இலாபம் ஈட்டுதல் ஆகியவற்றை வைத்திருப்பவர்;
- விளம்பர வருவாயில் பிரதான ஊடகங்களின் சார்பு;
- அரசாங்கம், வணிகம் மற்றும் முக்கிய ஊடகங்களால் நிபுணர்களால் வழங்கப்பட்ட தகவல்களை நம்பியிருத்தல் (சில நேரங்களில் அவர்களால் நிதியளிக்கப்பட்டு அங்கீகரிக்கப்பட்டது);
- ஃப்ளாக் மற்றும் அமலாக்குபவர்கள்;
- கட்டுப்பாட்டு பொறிமுறையாக கம்யூனிச எதிர்ப்பு.

பிரதான ஊடகத்தின் உரிமை முறை, அதன் உள்ளடக்கத்தை வரையறுப்பதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இது அமைப்பின் மேலாதிக்க சித்தாந்தத்தின் நலனுக்கு சேவை செய்கிறது.

பிரதான ஊடகங்கள் பெரிய ஊடகங்கள் மற்றும் பெரு நிறுவனங்கள் பூர்த்தி செய்ய சிறந்த இடத்தில் வைக்கப்படும் பெரிய வளங்களைக் கோருகின்றன. பொதுவாக, கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள் பிரதான ஊடகங்களை நடத்துகின்றன. ஆனால் நம் நாட்டில் சில விதிவிலக்குகள் உள்ளன. அங்கு முக்கிய ஊடகங்கள் குடும்பங்கள் மற்றும் அரசியல்வாதி மற்றும் அரசியல் கட்சிகளால் கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன. பிரதான செய்தி ஊடகம் ஒரு வணிக மாதிரியில் இயங்குகிறது மற்றும் சமீபத்திய போக்குகள் இலாபத்தை அதிகரிப்பதற்கான வளர்ந்து வரும் போக்கை பிரதிபலிக்கின்றன. பெருநிறுவனக் கலாச்சாரத்தின் தலையீட்டால் செய்திகள் ஒரு பண்டமாக மாற்றப்பட்டுள்ளன. இது சந்தையில் உள்ள மற்ற தயாரிப்புகளைப் போலவே சந்தைப்படுத்தப்பட வேண்டும், தொகுக்கப்பட வேண்டும் மற்றும் பார்வையாளர்களுக்கு பிரகாசமான முறையில் வழங்கப்பட வேண்டும். செய்திகளின் இந்த கமோடிஃபிகேஷன் பெரும்பாலும் பிரதான நேர தொலைக்காட்சி செய்தி தொகுப்பாளர்களின் தனிப்பட்ட கருத்துகளை மையமாகக் கொண்டுள்ளது. இந்தப் போக்கு, மாற்றுக் கருத்துகளையும், மாற்றுக் குரல்களையும் வெளிப்படுத்துவதில் பிரதான ஊடகங்களின் பங்கை மேலும் அரித்துவிட்டது.

மூத்த பத்திரிகையாளர் பி.சாய்நாத் வாதிடுகையில், "இது ஊடகங்கள் தங்கள் சமூக பங்கு என்று கருதுவதைப் பொறுத்தது. எடுத்துக்காட்டாக, இன்று, ஊடகங்கள் தங்கள் பங்கை பெருநிறுவன உலகின் பிரதிநிதித்துவமாக அதன் சித்தாந்தத்தில் நம்புவதால் பார்க்கின்றன. வேறொரு காலத்தில், வேறொரு காலக்கட்டத்தில், இந்திய இதழியல் சுதந்திரப் போராட்டத்தின் ஒரு குழந்தையாக இருந்தது". "பெருகிய முறையில் ஊடகங்கள் இப்போது சக்திவாய்ந்தவர்களுக்கு சுருக்கெழுத்தாளர்களாக செயல்படுகின்றன" என்றும் அவர் சுட்டிக்காட்டுகிறார். அவரைப் பொறுத்தவரை இந்திய ஊடகங்கள் அரசியல்ரீதியாக சுதந்திரமானவை, ஆனால் அவை இலாபம் ஈட்டுவதில் மூழ்கியுள்ளன. இன்னும் உயரடுக்கு சித்தாந்தங்களால் ஆளப்படுகின்றன.

இப்பகுதியில் பணிபுரியும் அறிஞர்கள் மாற்று ஊடக உள்ளடக்கத்தை மட்டுமல்ல, மாற்று கார்ப்பரேட் கட்டமைப்பு அல்லது மாற்று ஊடகத்தின் நோக்கத்தை ஆதரிக்கும் மற்றும் நீர்த்துப்போகச் செய்யாத ஒரு மாற்று வணிக மாதிரியையும் வலியுறுத்துகின்றனர். உள்ளடக்கம் மற்றும் தகவல் வணிக



மாதிரி இலாபத்தை மையமாகக் கொண்டிருக்கக் கூடாது. மாறாக சமூக மாற்றம் மற்றும் வளர்ச்சியில் கவனம் செலுத்த வேண்டும் என்று அவர்கள் வாதிடுகின்றனர்.

எனவே, பிரதான ஊடகங்கள் தற்போதைய நிலையைக் குறிக்கின்றன என்றும், மாற்றத்துக்கான மாற்று ஊடக வேர்கள் என்றும் வாதிடலாம். பிரதான ஊடகங்கள் அதன் பொறுப்புகளை நிறைவேற்றத் தவறும்போது, சமூகத்தில் ஒரு வெற்றிடம் உருவாகிறது. அங்கு மக்கள் ஊடக நிறுவனத்தின் பாரபட்சங்கள் இல்லாமல் உண்மையான தகவல்களுக்காக ஏங்குகிறார்கள். மாற்று ஊடகம் பார்வையாளர்களின் தகவல் தேவைகளை நிவர்த்தி செய்வதையும், மாற்று கருத்து மற்றும் முன்னோக்குகளைப் பிரதிபலிக்கும் தகவல்களை அவர்களுக்கு வழங்குவதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

### தன் மதிப்பீடு 1

குறிப்பு: 1) உங்கள் பதில்களுக்கு கீழே உள்ள இடத்தைப் பயன்படுத்தவும்.

2) இந்த பாடப்பிரிவின் முடிவில் கொடுக்கப்பட்ட பதில்களுடன் உங்கள் பதில்களை ஒப்பிடுக.

1) மாற்று ஊடகத்தை வரையறு.

.....

.....

.....

.....

2) ஏன் பிரதான ஊடகம் உயரடுக்கு ஊடகம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது?

.....

.....

.....

.....

3) மாற்று மற்றும் பிரதான ஊடகங்கள் பெரும்பாலும் வேறுபடும் ஐந்து துறைகளைப் பட்டியலிடுங்கள்.

.....

## 17.4 இந்தியாவில் மாற்று ஊடகம்

இந்தியாவில், மாற்று ஊடகம் என்ற கருத்தாக்கம் இன்னும் வளர்ந்து வருகிறது. மேலும் இது ஒரு ஸ்தாபக எதிர்ப்பு மற்றும் தீவிர ஊடகமாக பார்க்கப்படுகிறது. இருப்பினும், இந்தியாவில் மாற்று ஊடகங்கள் இருப்பதை, ஆளும் பிரிட்டிஷ் ஊடகங்களுக்கு மாற்று ஊடகமாக இந்திய ஊடகங்கள் செயல்பட்ட சுதந்திரத்திற்கு முந்தைய நாட்களில் இருந்து கண்டுபிடிக்க முடியும் என்று சாய்நாத் வாதிடுகிறார். அச்சமயத்தில், பல அச்சகங்களும், வானொலி நிலையங்களும் இயங்கின; பிரிட்டிஷ் ஆட்சியைக் கவிழ்க்க தேசியவாத இயக்கத்திற்கு ஆதரவாக பல சிறிய பிராந்திய மொழிப் பத்திரிகைகள் தொடர்ந்து வெளியிடப்பட்டன. கேரளா போன்ற அதிக கல்வியறிவு விகிதங்களைக் கொண்ட மாநிலங்கள் பிராந்திய செய்தித்தாள்கள் மற்றும் அச்சகங்களை நிறுவ முடிந்தது, அவை தேசிய விழிப்புணர்வுக்கு பங்களித்தன.

இந்த பகுதியில், நாட்டுப்புற ஊடகங்கள், தெரு நாடகங்கள், சிறிய செய்தித்தாள்கள், சமூக விடியோ மற்றும் வானொலி போன்ற இந்தியாவின் சில மாற்று ஊடக வடிவங்களைப் பார்ப்போம்.

### 17.4.1 நாட்டுப்புற ஊடகம்

நாட்டுப்புற ஊடகங்கள் கிராமப்புற இந்தியாவில் மிக முக்கியமான மாற்று ஊடகமாக கருதப்படுகின்றன. இது நமது நாட்டின் பொழுதுபோக்கு மற்றும் தகவல்களின் பழமையான வடிவமாகும். நாட்டுப்புற ஊடகங்கள் ஒரு பிராந்தியத்தின் கலாச்சாரத்திற்கு ஏற்ப அதன் வடிவத்தையும் எடுத்தன. உதாரணமாக, உ.பி.யைச் சேர்ந்த நௌடாங்கி, குஜராத்தின் பாவாய், மகாராஷ்டிராவின் தமாஷா, மேற்கு வங்கத்தைச் சேர்ந்த ஜாத்ரா, ராஜஸ்தானின் புகழ்பெற்ற பொம்மலாட்ட நிகழ்ச்சி, ராம்லீலா மற்றும் ரஸ்லீலா ஆகியவை பல்வேறு மாநிலங்களில் நிகழ்த்தப்படுகின்றன. நவீன இந்தியாவில் பல்வேறு நகரங்களிலும், கல்லூரிகளிலும் நுக்கத் நாடகம் அல்லது ஸ்ட்ரீட் ப்ளே ஆகியவை சமூகச் செய்திகளைக்

கொண்ட மக்களைச் சென்றடைவதற்கான முக்கிய நாட்டுப்புற ஊடகமாக மாறியது.

தெரு நாடகங்கள் கடந்த மூன்று தசாப்தங்களாக நிறைய பரிணாம வளர்ச்சியடைந்து பல்வேறு தீவிரவாத குழுக்களின் குரலாக மாறியுள்ளன. 1940-களில், இந்திய கம்யூனிஸ்ட் கட்சியால் இந்திய மக்கள் நாடக சங்கம் (ஐபிடிஏ) வடிவத்தில் அதன் வகையான மாற்று ஊடகத்தில் ஒன்று தொடங்கப்பட்டது, அது இன்னும் உள்ளது. சமூக சீர்திருத்தங்களை கொண்டு வருவதும், பிரிட்டிஷ் அடக்குமுறைக்கு எதிராக செயல்படுவதும் தான் இப்போதின் முதன்மை நோக்கமாக இருந்தது. அவர்கள் நாடக ஊடகம் மூலம் தங்கள் செய்திகளைப் பரப்பி, தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளைப் பற்றி மக்களுக்கு விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தினார்கள். சுதந்திரப் போராட்டத்தை அடுத்து தேசிய ஊடகங்களால் புறக்கணிக்கப்பட்ட பிரச்சினைகளை இப்போது வெளிச்சம் போட்டுக் காட்டியது. கே.ஏ.அப்பாஸ், டாக்டர் ஹோமி பாபா, இஸ்மத் சுத்தாய், சாஹிர் லூதியான்வி மற்றும் பலர் உட்பட பல பிரபலமான பெயர்கள் இப்போதின் உறுப்பினர்களாக இருந்தன, மேலும் அவர்கள் மாற்றத்தைக் கொண்டுவர சாதாரண மக்களுடன் கைகோர்த்து உழைத்தனர். சுதந்திரத்திற்குப் பிறகு இந்திய அரசு நாட்டுப்புற / பாரம்பரிய ஊடகங்களின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து, பாடல் மற்றும் நாடகப் பிரிவை நிறுவினது. இப்பிரிவானது அடிமட்ட மட்டத்தில் செயற்பட்டு, நேரடி மற்றும் நேரடியான கிராமிய நிகழ்ச்சிகள் மூலம் அரசாங்கத் திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளை ஊக்குவித்து வருகின்றது.

பெண்ணிய எழுத்தாளர் ஊர்வசி புட்டாலியா (1993) தனது வழக்கு ஆய்வில், "பெண்கள் மற்றும் மாற்று ஊடகம் (இந்தியா) இந்தியாவில் பெண்களுக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு மாற்று தளங்களைப் பற்றி விவாதித்தார். கேரள சாஸ்த்ர சாகித்ய பரிஷத் (கே.எஸ்.எஸ்.பி) எவ்வாறு பொது பேச்சு, பொம்மலாட்டம், பாடல்கள், நாடகங்கள், சுவரொட்டிகள் போன்ற பல்வேறு கருவிகளைப் பயன்படுத்தி பார்வையாளர்களை ஈர்ப்பதற்கான ஒரு அணுகல் கருவியாக யாத்திரையைப் பயன்படுத்தியதை அவர் எடுத்துக்காட்டினார். "நர்மதா யாத்திரையைக் காப்பாற்று" என்பது மத்திய இந்தியாவில் நர்மதா மற்றும் சாரதர் சரோவர் அணை கட்டுவதற்கு எதிரான இதே போன்ற வழிகளில் ஒரு பிரச்சாரமாகும். மற்றொரு ஊடகம் ஸ்டீட் தியேட்டர், ஒரு நாடகம் - டெல்லியைச் சேர்ந்த பெண்கள் குழு 'ஸ்டீட் சக்தி'

வரதட்சணைக்கு எதிராக 'ஓம் ஸ்வாஸ்' என்ற பெண் குழுவால் போதுமான வரதட்சணை கொண்டு வர முடியாத பெண்களின் அவலநிலையை எடுத்துக்காட்டுகிறது.

### செயல்பாடு-2

உங்கள் பிராந்தியத்தின் ஒரு நாட்டுப்புற ஊடகத்தை அடையாளம் கண்டு, அது ஒரு மாற்று ஊடகமாக எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை விளக்குங்கள்.

### 17.4.2 சிறிய அளவிலான செய்தித்தாள்கள்

ஆரம்பத்தில், இந்தியாவில் மாற்று ஊடகங்கள் பெரும்பாலும் சில தீவிரவாதக் குழுக்களால் பரப்பப்படும் சிறிய செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளுடன் மட்டுப்படுத்தப்பட்டிருந்தன. கபர் லஹாரியா என்பது 2002 ஆம் ஆண்டில் டெல்லியைச் சேர்ந்த "நிராந்தர்" என்ற தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனத்தால் தொடங்கப்பட்ட செய்தித்தாள்களில் ஒன்றாகும். இது உத்தரப்பிரதேசம் மற்றும் பீகாரில் இருந்து பல உள்ளூர் கிளைமொழிகளில் எழுதப்பட்ட எட்டு பக்க வாராந்திர வெளியீடாகும். இது பஞ்சாயத்துகள், அரசாங்கம், பள்ளிகள், மருத்துவமனைகள் ஆகியவற்றின் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. சமூகத்தின் விளிம்புநிலைப் பிரிவினரைச் சேர்ந்த பெண்களுக்கு முறையான கல்வி குறைவாகவோ அல்லது முறையான கல்வி இல்லாமலோ, செய்தித்தாள்களுக்கு அறிக்கையிடவும், திருத்தவும், வடிவமைக்கவும், விளக்கவும், புகைப்படம் எடுக்கவும் பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது. அவர்கள் சிறிய கடைகள், தேநீர் கடைகள் மற்றும் வட்டார தலைமையகங்கள் வழியாக செய்தித்தாள்களை விநியோகிக்கின்றனர். khabarlahariya.org கூற்றுப்படி, "இது 40 உறுப்பினர்களைக் கொண்டுள்ளது, கபர் லஹாரியா குழு உத்தரப்பிரதேசம் மற்றும் பீகாரில் உள்ள 600 கிராமங்களில் 6000 பிரதிகளை வாரத்திற்கு 80,000 வாசகர்களுக்கு விற்கிறது. கபர் லஹாரியா இந்தியாவின் ஒரே புந்தேலி பத்திரிகையாகத் தொடங்கி இப்போது போஜ்புரி, ஆவாதி, இந்துஸ்தானி மற்றும் பஜ்ஜிகா ஆகிய மொழிகளில் பதிப்புகளைக் கொண்டுள்ளது.

### 17.4.3 சமூக வீடியோ

இதேபோல், 2007 ஆம் ஆண்டில் அப்பன் சமாச்சார், பீகாரின் முசாஃபர்பூரில் உள்ள ராம்லீலா கச்சியில் திரு. சந்தோஷ் சாரங் அவர்களால் ஒரு அனைத்து மகளிர் சமூக செய்தி சேனலைத் தொடங்கினார். கிராமத்துப் பெண்கள்

தாங்களாகவே செய்தி உற்பத்தி தொடர்பான பல்வேறு நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள பயிற்சி பெற்றனர். 25 நிமிட செய்தி காப்ஸ்யூல் புரொஜக்டரைப் பயன்படுத்தி ஹூட்ஸில் காட்சிப்படுத்தப்பட்டது. ஊர்வசி புட்டாலியா (1993) அகமதாபாத்தைத் தளமாகக் கொண்ட ஒரு மகளிர் குழுவான டெல்லியைச் சேர்ந்த ஒரு குழு மற்றும் சுயதொழில் புரியும் பெண்கள் சங்கம் (சேவா) ஆகியவற்றின் பங்களிப்பை உயர்த்திக் காட்டினார். செண்டிட் ஒருபுறம் கதை சொல்லும் (ஸ்வாங்) வழியை வைத்திருக்கும் பெண்களுக்கு வீடியோக்களை உருவாக்கி, வீடியோவில் அவர்களை மாடலிங் செய்து கொண்டிருந்தார். இதனால் வீடியோ அவர்களுக்கு அந்நியமாக இல்லை. மறுபுறம், குஜராத்தில் முறைசாரா துறையில் பெண் தொழிலாளர்களைக் கொண்ட ஒரு பெரிய தொழிற்சங்கமான சேவாவுக்கு வீடியோ தயாரிப்பு பயிற்சி அளிக்கப்பட்டது. இது அவர்களின் வழக்கமான பிரச்சினைகளை படமாக்கவும் அவற்றை காட்சிப்படுத்தவும் அவர்களுக்கு அதிகாரம் அளித்தது.

சமூக பிரச்சார வீடியோக்கள் இன்னும் திரையரங்குகளிலும், தொலைக்காட்சிகளிலும் காட்டப்படுகின்றன. ஆனால் டிஜிட்டல் ஊடகங்கள் அதற்கு ஒரு புதிய உத்வேகத்தை அளித்துள்ளன.

#### 17.4.4 சமூக வானொலி

அகில இந்திய வானொலி நாட்டின் நகர்ப்புற மற்றும் கிராமப்புறங்களை இணைக்கும் பரந்த அளவிலான வானொலி நிலையங்களைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு பொது சேவை ஒளிபரப்பாளராக இருப்பதால் இது பிராந்திய மற்றும் மக்களை மையமாகக் கொண்ட நிரலாக்கத்தை உள்ளடக்கியது. தனியார் வானொலி நிலையங்கள் முற்றிலும் பொழுதுபோக்கிற்காக அர்ப்பணிக்கப்பட்டுள்ளன. சமூக வானொலி நிலையங்கள் (சி.ஆர்.எஸ்) பொது மற்றும் தனியார் வானொலி நிலையங்களால் உருவாக்கப்பட்ட இந்த இடைவெளியை நிரப்புகின்றன மற்றும் ஒரு பயனுள்ள மாற்று ஒளிபரப்பு ஊடகமாக வெளிப்படுகின்றன. மேலும் பெயர் குறிப்பிடுவது போல, சி.ஆர்.எஸ் ஒரு குறிப்பிட்ட சமூகத்திற்கு சேவை செய்கிறது.

சி.ஆர்.எஸ் 5-10 கி.மீ சுற்றளவில் செயல்படுகிறது மற்றும் தகவல்களை ஜனநாயகப்படுத்துவதன் மூலம் சமூகத்தின் மேம்பாட்டிற்காக செயல்படுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. சி.ஆர்.எஸ் பெரும்பாலும்

பல்கலைக்கழகங்கள், என்.ஜி.ஓ.க்கள், சுயாதீன ஊடக பயிற்சியாளர்கள் மற்றும் ஊடகக் குழுக்கள் (இவை எந்தவொரு பெரிய கார்ப்பரேட்டின் ஒரு பகுதியாகவும் இல்லை) சொந்தமானவை மற்றும் இயக்கப்படுகின்றன. அவர்கள் அந்த சமூகத்தில் வசிக்கும் மக்களுக்கு பயனுள்ள உள்ளடக்கத்தை ஒளிபரப்புகிறார்கள் மற்றும் முக்கிய வானொலி நிலையங்களால் புறக்கணிக்கப்பட்ட சமூக பிரச்சினைகளை முன்னிலைப்படுத்துகிறார்கள். சமூக வானொலி நிரலாக்கம் என்பது அந்தப் பகுதியின் சமூகத்தின் தகவல் தேவைகளை மனதில் கொண்டு சமூக வளர்ச்சியை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

சமூக வானொலி வழிகாட்டுதல்கள் 2006 " சமூக வானொலியின் நிகழ்ச்சிகள் சமூகத்திற்கு உடனடியாக பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் கல்வி, சுகாதாரம், சுற்றுச்சூழல் மற்றும் விவசாயம் மற்றும் கிராமப்புறம் தொடர்பான பிரச்சினைகளில் கவனம் செலுத்த வேண்டும் மற்றும் சமூக அபிவிருத்தி. மேலும் ஐம்பது சதவீத உள்ளடக்கம் உள்ளூர் மொழி மற்றும் பேச்சுவழக்கில் சமூகத்தில் உள்ளூர் மக்களின் பங்கேற்பால் உருவாக்கப்பட வேண்டும்". உதாரணமாக, ஸ்டூடியோவில் விவாதங்கள் மற்றும் விவாதங்கள், தொலைபேசி நிகழ்ச்சிகள், பாரம்பரிய இசை ஊக்குவிப்பு போன்றவை. அத்தகைய மக்கள் உருவாக்கிய உள்ளடக்கத்தின் சாராம்சம் என்னவென்றால், அவர்கள் பார்வையாளர்களின் துடிப்பை அறிந்திருக்கிறார்கள் மற்றும் உள்ளடக்கம் நிறைந்த திட்டத்தை உருவாக்குவதில் பங்களிக்க முடியும். மேலே விவாதிக்கப்பட்ட அனைத்து ஊடகத் தளங்களிலும் தயாரிக்கப்பட்ட உள்ளடக்கம் அமெச்சூர்த்தனமாக இருந்தாலும், மாற்று ஊடகங்களின் உணர்வை வெளிப்படுத்துகிறது. எனவே, சமூக வானொலியை மக்கள் ஊடகம் என்று அழைக்கலாம். இது மக்களால் மற்றும் மக்களால் மக்களுக்கானது.

1998 ஆம் ஆண்டில், ஆந்திரப் பிரதேசத்தின் மேடக் மாவட்டத்தின் ஜஹீராபாத் பகுதியில் ஏழை, கிராமப்புற, தலித் பெண்களுடன் பணிபுரியும் டெக்கான் டெவலப்மென்ட் சொசைட்டி (டி.டி.எஸ்) என்ற தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனம் சிஆர்எஸ் ஒன்றை நிறுவியது. யுனெஸ்கோவின் உதவி. குர்கான் கி ஆவாஸ் சமுதாயிக் வானொலி நிலையம் என்பது குர்கானில் (டெல்லி என்.சி.ஆர்) உள்ள மற்றொரு சி.ஆர்.எஸ் ஆகும். இது விளிம்புநிலை பிரிவினர், பல்வேறு மாநிலங்களைச் சேர்ந்த புலம்பெயர்ந்த தொழிலாளர்கள்

மற்றும் கார்ப்பரேட் மையமான குர்கானில் உள்ள கிராமவாசிகளுக்கு உதவுகிறது. இந்தி, ஹரியான்வி மற்றும் போஜ்புரி போன்ற பிரபலமான மொழிகள் மற்றும் கிளைமொழிகளில் உள்ள கிராமவாசிகளால் உள்ளடக்கம் தயாரிக்கப்படுகிறது. விளிம்புநிலைப் பிரிவினரின் தேவைகள் மற்றும் புரிதலை மனதில் கொண்டு, பரந்த அளவிலான இசை நிகழ்ச்சிகள் இசை முதல் விவாதம் மற்றும் விவாதங்கள் வரை செளபால் பாணியில் ஒளிபரப்பப்படுகின்றன.

#### 17.4.5 குடிமக்கள் இதழியல்

இந்திய ஒளிபரப்புத் துறையில் இப்போது தனியார் நிறுவனங்கள் மற்றும் கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள் ஆதிக்கம் செலுத்துகின்றன. கடந்த சில தசாப்தங்களில் 24 மணி நேரமும் தொலைக்காட்சி செய்தி சேனல்களின் எண்ணிக்கை அதிகரித்துள்ள நிலையில் அரசின் கட்டுப்பாடு குறைந்து விட்டது. ஆனால் இந்த தனியார் ஒளிபரப்பாளர்களும் மாற்றுக் குரல்களை ஒடுக்குகின்றனர். மாறாக அவற்றை வெளிப்படுத்துவதற்கு பதிலாக, தாசு கிருஷ்ணமூர்த்தி, முன்னாள் பத்திரிகையாளர் மற்றும் கல்வியாளர் (2003) ஒரு இடுகையில் - "இந்திய சூழலில் மாற்று ஊடகங்களை வரையறுத்தல்" வெகுஜன தகவல்தொடர்பு பாத்திரத்தை நிறைவேற்றாத பிரதான ஊடகங்களின் பலவீனத்தை வலியுறுத்தினார். சமூகத்திற்கு தகவல், அரசாங்க மற்றும் பிரதான ஊடகங்கள் இரண்டுமே பொதுக்கருத்திற்கு அதிக கவனம் செலுத்துவதில்லை என்றும், மாற்று ஊடகங்கள் அரசாங்கத்தை விட பிரதான ஊடகங்களுக்கு எதிராக அதன் மனித சக்திக்கு பயிற்சி அளிக்க வேண்டும் என்றும் அவர் கூறினார்.

தனியார் தேசிய செய்தி சேனலில் ஒளிபரப்பப்படும் குடிமக்கள் பத்திரிகை தொடர்பான வீடியோக்களையும் மாற்று ஊடகமாகக் கருதலாம். சி.என்.என்-ஐ.பி.என் சிட்டிசன் ஜர்னலிஸ்ட் என்ற சிறப்பு நிகழ்ச்சியை ஒளிபரப்புகிறது. அதில் எந்தவொரு சமூகப் பிரச்சினை அல்லது மனித உரிமை மீறல் போன்றவற்றிலும் நாட்டின் சாதாரண குடிமக்களால் எடுக்கப்பட்ட வீடியோ பொருத்தமானதாகக் காணப்பட்டால், அதை ஒளிபரப்பக்கூடிய தொலைக்காட்சி நிலையத்திற்கு அனுப்பலாம். குடிமக்களால் எடுத்துக் கொள்ளப்பட்ட பிரச்சினைகள் பொதுவாக அவர்களின் அண்டை நாடுகளுடன் தொடர்புடையவை. ஆனால் சமூகத்தின் பிற பிரிவுகளுக்கும் பொருந்தும். இந்நாட்களில் பல செய்தித்தாள்கள் பிரஜைகளின்

ஊடகவியலாளர்களின் பங்களிப்பில் ஒரு கட்டுரையையும் வெளியிடுகின்றன. இந்த முன்முயற்சிகள் அனைத்தும் மாற்று ஊடகங்களாகக் கருதப்படலாம்.

### செயல்பாடு - 3

ஒரு வாரத்திற்கு உங்கள் பகுதியில் சமூக வானொலி ஒலிபரப்பைக் கேட்டு, அதன் உள்ளடக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள். உங்கள் கருத்துப்படி, மேலே விவாதிக்கப்பட்ட புள்ளிகளைக் கருத்தில் கொண்டு சமூக வானொலி ஒரு மாற்று தகவல் ஊடகமா?

### தன் மதிப்பீடு 2

குறிப்பு: 1) உங்கள் பதில்களுக்கு கீழே உள்ள இடத்தைப் பயன்படுத்தவும்.

2) இந்த பாடப்பிரிவின் முடிவில் கொடுக்கப்பட்ட பதில்களுடன் உங்கள் பதில்களை ஒப்பிடுக.

1) குடிமக்கள் இதழியலை வரையறுக்கவும்.

.....

.....

.....

.....

2) சமூக வானொலி நிலையம் பிரதான வானொலி நிலையத்திலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?

.....

.....

.....

.....

## 17.5 புதிய ஊடகம் மற்றும் மாற்று ஊடகம்

புதிய ஊடகத்தின் வருகையுடன், வெகுஜன ஊடகங்கள், தனிப்பட்ட ஊடகங்கள் மற்றும் மாற்று ஊடகங்களுக்கு இடையிலான வேறுபாடு மங்கலாகிவிட்டது. புதிய ஊடகங்களை வெகுஜன ஊடகமாகவும் தனிப்பட்ட ஊடகமாகவும் கருதலாம்; எவ்வாறெனினும், மாற்று ஊடகத்தின் ஆதரவாளர்கள் புதிய ஊடகங்களை ஒரு முக்கியமான மாற்று ஊடகமாக கருதுகின்றனர். இது மக்கள்



தங்கள் கருத்துகளை வெளிப்படுத்த அனுமதிக்கிறது. சமூக ஊடகங்களின் வருகையுடன்; Web 2.0 என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது பயனர்கள் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கவும் பகிரவும் உதவும் வலைதளங்களை உள்ளடக்கியது. மாறுபட்ட குரல்கள் ஒரு புதிய தளத்தைப் பெற்றுள்ளன. இது மிகவும் மாற்றத்தைக் கொண்டு வருகிறது. இப்போது ஒரு தீவிர குழு அல்லது எந்த மாணவர் ஒன்றியத்தின் ஒரு பகுதியாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை, ஒரு சாமானியராகவும் நீங்கள் வலைப்பதிவுகள், சமூக வலைப்பின்னல் தளங்கள், மைக்ரோ பிளாக்கிங் தளங்கள் போன்றவற்றின் மூலம் கணினியுடன் உங்கள் வேறுபாடுகளைக் குரல் கொடுக்கலாம்.

மாற்று ஊடகம் மிகவும் பல்வேறு வெகுஜன ஊடக வடிவங்களை உள்ளடக்கியது; இது வெகுஜனங்களை அடைந்து சமச்சீரற்ற இடைவினையை உருவாக்குகிறது. அதேசமயம் மாற்று ஊடகத்தின் உள்ளடக்கம் 'டி-புரொஃபஷனல்' ஆகும்; இது வெகுஜன ஊடகங்களில் இருப்பதைப் போல தொழில் ரீதியாக முன்வைக்கப்படவில்லை. நீங்கள் அறிந்திருப்பதைப் போல, பிரதான ஊடகங்கள் மிகவும் திறமையான நிபுணர்களால் இயக்கப்படுகின்றன. அதே நேரத்தில் மாற்று ஊடகங்கள் திறமையான தொழில் வல்லுநர்களைக் கொண்டிருக்கவில்லை. எனவே, உள்ளடக்கம் டி-புரொஃபஷனல் மற்றும் உள்ளடக்கத்தின் வழங்கல் தரநிலைக்கு ஏற்ப இல்லாமல் இருக்கலாம். இது மாற்று ஊடகத்தின் மிகப் பெரிய பலவீனங்களுள் ஒன்றாகக் கருதப்படுகிறது. ஆனால் இது மேலாதிக்க சித்தாந்தம் மற்றும் சக்திவாய்ந்த நலன் குழுக்களின் பிட்யில் இருந்து அதை வெளியே தள்ளுகிறது. கார்ப்பரேட் துறைகள் மற்றும் அழுத்தக் குழுக்களின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களுக்கு சேவை செய்வதன் மூலம் அல்லாமல், வெகுஜனங்களுக்கு தகவல் தெரிவிப்பதன் மூலமும் கல்வியூட்டுவதன் மூலமும் மாற்றுக் கருத்துகளை வழங்குவதையும் சமூகத்திற்கு சேவை செய்வதையும் மாற்று ஊடகங்கள் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. இது வெகுஜன ஊடகங்களால் பரப்பப்படும் வெகுஜன கலாச்சாரத்திற்கு முரணாக உள்ளது. மற்றும் டி-புரொஃபஷனல் உள்ளடக்கத்திற்கு கூடுதலாக, மாற்று ஊடகமும் பின்வருவனவற்றுடன் ஒப்பிடும்போது குறைந்த வரவுசெலவுத் திட்டங்கள் மற்றும் செயல்பாட்டு செலவுகளைக் கொண்டுள்ளது.

### 17.5.1 சுயாதீன புதிய செய்தி இணைய தளங்கள்

மாற்று ஊடகமாக புதிய ஊடகங்கள் கடந்த தசாப்தத்தில் குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சியைப் பதிவு செய்துள்ளன. இதற்குப் பின்னால் உள்ள காரணம், இந்த ஊடகத்தில் இறங்குவதில் ஈடுபட்டுள்ள குறைந்த நிலையான செலவு ஆகும். இது இளம் தொழில் முனைவோர் தங்கள் சொந்த ஊடகக் கடைகளைத் தொடங்குவதற்கான நுழைவுத் தடையைக் குறைத்துள்ளது. மேலும், இது அச்சு (உரை, படங்கள்), ரேடியோ (ஆடியோ) மற்றும் டிவி (வீடியோ) ஆகியவற்றை ஒருங்கிணைக்கும் அனைத்து ஊடகங்களின் குவிப்பு புள்ளியாகும், இது மிகவும் ஊடாடும். புதிய ஊடகங்களின் உடனடி இயல்பு மற்ற வெகுஜன ஊடகங்களின் தாமதமான பின்னூட்ட இயல்பை நீர்த்துப்போகச் செய்துள்ளது. பல ஃப்ரீலான்ஸ் பத்திரிகையாளர்கள் தங்கள் சொந்த வலைதளங்களைத் தொடங்கியுள்ளனர். அவை பிரதான ஊடகங்களுக்கு மாற்றாக செயல்படுகின்றன. அத்தகைய சில வலைதளங்கள் goodnewsindia.com, infochangeindia.com மற்றும் லோக்மஞ்ச் ஆகியவை ஆளும் வர்க்கத்திற்கு எதிராக எதிர்ப்பை வெளிப்படுத்தும் ஒரு இந்தி மொழி வலைதளமாகும். கபர் லஹ்ரியா கூட <http://khabarlahariya.org> அதன் வலைதளத்தைத் தொடங்கியிருந்தார், அங்கு அவர்கள் தங்கள் செய்தி அறிக்கைகள் தொடர்பான வீடியோக்கள், ஆடியோக்கள் மற்றும் படங்களையும் பதிவேற்றம் செய்தனர். Merinews.com, 2006 ஆம் ஆண்டில் தொடங்கப்பட்ட இந்தியாவின் மிகப்பெரிய குடிமக்கள் அடிப்படையிலான செய்தி போர்ட்டலாகும், இது குடிமக்கள் எந்தவொரு தலைப்பிலும் தங்கள் கருத்துகளை வெளிப்படுத்த அனுமதிக்கிறது. அதன் ஆசிரியர் குழு குடிமக்கள் சமர்ப்பித்த அறிக்கைகளை மேலும் ஆராய்ந்து, குறிப்பிட்ட பத்திரிகையில் வெளியிடத் தொடங்கியுள்ளது.

#### செயல்பாடு - 4

பின்வரும் அளவுருக்களில் ஒரு மாற்று ஊடக வலைதளம் மற்றும் ஒரு முக்கிய ஸ்ட்ரீம் மீடியா வலைதளத்தில் ஒரு நாளைக்கு கட்டுரைகளின் எண்ணிக்கையை ஒப்பிடுக:

அளவுருக்களின்	மாற்று ஊடக வலைதளம்	பிரதான ஊடக இணைய தளம்
---------------	--------------------	----------------------

கல்விப்பயிற்சிய ளித்தல்		
உடல்நலம்		
மனித உரிமைகள்		
சொல்லின் பால்வகை		

### 17.5.2 மாற்று ஊடகமாக சமூக ஊடகங்கள்

சமகால விவாதங்கள் மற்றும் விவாதங்களில் பங்கேற்க தனிப்பட்ட குடிமக்களுக்கு சமூக ஊடகங்கள் தளத்தை வழங்கியுள்ளன. மக்கள் இப்போது செய்தி சேனல்களை விட பிரேக்கிங் செய்திகளுக்கு ட்விட்டரை நம்பியுள்ளனர். அவர்களைப் பொறுத்தவரை, ட்விட்டர் என்பது ஆதிக்கம் செலுத்தும் பிரதான ஊடகங்களில் ஒரு இடத்தைக் கண்டுபிடிக்காத வேறுபட்ட கருத்தைப் பெறும் இடமாகும். அரை தசாப்தத்திற்கு முன்பு பல முக்கியமான, சர்ச்சைக்குரிய கதைகள் பிரதான ஊடகங்களால் புதைக்கப்பட்டிருக்கும். ஆனால் இப்போது சமூக ஊடகங்களின் சக்தியுடன் அது எளிதானது அல்ல.

சமூக ஊடகங்கள் குடிமக்களுக்கு அவர்களின் வலைப்பதிவுகள், ட்வீட்கள், நிலை புதுப்பிப்புகள், கட்டுரைகள் போன்றவற்றின் மூலம் தயாரிப்பாளராக மாறுவதற்கான தளத்தை வழங்குகின்றன. முன்னதாக, அதிக நிலையான செலவுகள் காரணமாக ஒருவரின் சொந்த செய்தித்தாள் அல்லது தொலைக்காட்சி சேனலை சொந்தமாக வைத்திருப்பது பற்றி சிந்திப்பது கடினமாக இருந்தது. ஆனால் இப்போது புதிய ஊடகங்கள் மற்றும் குறிப்பாக சமூக ஊடகங்கள் இளம் பத்திரிகையாளர்கள் தொழில்முனைவோராக மாறுவதை எளிதாக்கியுள்ளன.

நீங்கள் கேள்விகளைக் கேட்கலாம் - எத்தனை பேர் சமூக ஊடகங்களை அணுகுகிறார்கள்? இது இன்னும் ஒரு நகர்ப்புற மற்றும் மேட்டுக்குடியை மையமாகக் கொண்ட ஊடகம் இல்லையா? எந்த ஒரு கிராமப்புற மையப் பிரச்சினையும் எத்தனை முறை சமூக ஊடகங்களில் மிகவும் விவாதத்திற்குரிய பிரச்சினையாக மாறியுள்ளது? இது சமீபத்தில் ஒரு விளம்பர கருவியாக மாறிவிட்டதா? இந்த கேள்விகள் அனைத்தும் பொருத்தமானவை மற்றும் சில நேரங்களில் சமூக ஊடகங்கள் விவாதம் மற்றும்

விவாதங்களுக்கான தளமாக இருப்பதை விட ஒரு விளம்பர கருவியாக முடிவடைகின்றன. சமூக ஊடக வலைதளங்களில் உள்ள உள்ளடக்கத்தின் நம்பகத்தன்மை மற்றும் நம்பகத்தன்மையும் கேள்விக்குறியாக உள்ளது. சில நேரங்களில், அவசரமாக பதிவேற்றப்படும் தகவல்கள் கடுமையான விளைவுகளுக்கு வழிவகுக்கிறது. உண்மைகளை முழுமையாக நம்புவதற்கு முன்பு அவற்றை குறுக்கு சரிபார்க்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. ஒரு நபர் சமூக ஊடகங்களில் எதையாவது பதிவேற்றினாலும், தயாரிப்பாளர் சமூக பொறுப்புடனும் உணர்திறனுடனும் இருப்பது மிகவும் முக்கியம்.

எகிப்தியப் புரட்சி சமூக ஊடகங்களால் தூண்டிவிடப்பட்ட வெகுஜன இயக்கங்களுள் ஒன்று என்று கூறப்படுகிறது. 2011-ல், எகிப்தில், சமூக-அரசியல்-பொருளாதார நிலைமை மிகவும் மனச்சோர்வை ஏற்படுத்தியது. சமூக ஊடகங்களின் உதவியுடன் பொது மக்கள் அதிகாரத்தில் இருந்த அரசாங்கத்தை உலுக்கினர். எகிப்தின் பிரதான செய்தி ஊடகம் அரசின் கட்டுப்பாட்டின் கீழ் இருந்தது. மக்கள் சமூக ஊடகங்கள் மூலம் தங்கள் எதிர்ப்பை வெளிப்படுத்த தேர்வு செய்தனர்; ட்விட்டரும் ஃபேஸ்புக்கும் தவிர சதுக்கத்தில் அரசாங்கத்திற்கு எதிரான வெகுஜன போராட்டங்கள் மற்றும் ஆர்ப்பாட்டங்களை ஒழுங்கமைக்க கடுமையாகப் பயன்படுத்தப்பட்டன. இதன் விளைவாக ஜனாதிபதி பதவியில் இருந்து ஹொசினி முபாரக் இராஜினாமா செய்தார், எகிப்தின் ஆயுதப் படை அதிகாரங்கள் மாற்றப்பட்டன. பின்னர், எகிப்திய புரட்சி-2011 இன் முதல் ஆறு நாட்களில் கொலைகளை நிறுத்தத் தவறியதற்காக உச்ச நீதிமன்றம் அவருக்கு ஆயுள் தண்டனை விதித்தது.

2011 ஆம் ஆண்டின் அண்ணா இயக்கம் அல்லது ஊழலுக்கு எதிரான இந்தியா (ஐ.ஏ.சி), ஆரம்பத்தில் இந்தியாவின் சமூக ஊடகங்களால் வடிவமைக்கப்பட்ட ஒரு வெகுஜன இயக்கம் என்று போற்றப்படுகிறது. பின்னர் பிரதான ஊடகங்களுடன் இணைந்தது மற்றும் வரவிருக்கும் மாதங்களுக்கான நிகழ்ச்சி நிரலை அமைக்கவும். 2012 டிசம்பரில், ஒரு பேருந்தில் இழிபுகழ்பெற்ற டெல்லி கும்பல் கற்பழிப்பு ஊடக சலசலப்புக்கு வழிவகுத்தது. மேலும் சமூக ஊடகங்கள் மீண்டும் நிர்ப்பயா இயக்கத்திற்காக மக்களை ஒன்றிணைக்க ஒரு கருவியாக மாறியது. இது நாட்டின் கற்பழிப்பு சட்டத்தை திருத்த சட்டமன்றத்திற்கு அழுத்தம் கொடுத்தது. சமூக ஊடக நிகழ்வுகளின் மற்றொரு எடுத்துக்காட்டு, 2017 ஜனவரியில்

தமிழ்நாட்டில் ஜல்லிக்கட்டுக்கு ஆதரவு அளித்தது. அங்கு ஏராளமான தமிழ் ஆதரவாளர்கள் சென்னையின் புகழ்பெற்ற மெரினா கடற்கரையில் கூடி தங்கள் ஆதரவை அளித்தனர். தங்கள் பாரம்பரியம் மற்றும் கலாச்சாரம் காப்பாற்ற. ஜல்லிக்கட்டு என்பது பொங்கலின் போது நடைபெறும் காளைகளை அடக்கும் விளையாட்டாகும், இது உச்ச நீதிமன்றத்தால் தடை செய்யப்பட்டது. இந்த இயக்கத்தின் பெரும் பகுதி சமூக ஊடகங்கள் மற்றும் மொபைல் செய்தியிடல் பயன்பாடுகளுக்கு செல்கிறது.

### தன் மதிப்பீடு 3

குறிப்பு: 1) உங்கள் பதில்களுக்கு கீழே உள்ள இடத்தைப் பயன்படுத்தவும்.

2) இந்த பாடப்பிரிவின் முடிவில் கொடுக்கப்பட்ட பதில்களுடன் உங்கள் பதில்களை ஒப்பிடுக.

1) சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துவதில் உள்ள சில சிக்கல்களை பட்டியலிடுங்கள்.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) சுயாதீன செய்தி வலைத்தளங்களுக்கும் சமூக ஊடகங்களுக்கும் இடையிலான வேறுபாடு என்ன?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### செயல்பாடு-5

Facebook பக்கத்தை உங்கள் 'அண்டை மாற்று ஊடகமாக' உருவாக்குங்கள். சுயவிவரப் படமாக லோகோவுடன் பக்கத்திற்கு பொருத்தமான பெயரைக் கொடுங்கள் மற்றும் கவர் படத்தை நிரப்பவும். பொதுவாக பிரதான ஊடகங்களால் புறக்கணிக்கப்படும் உங்கள் சுற்றுப்புறத்தைப் பற்றிய புறக்கணிக்கப்பட்ட ஆனால் முக்கியமான பிரச்சினைகளைப் பற்றி எழுதுங்கள். பொருத்தமான படங்கள் மற்றும் வீடியோக்களுடன் கட்டுரைகளை தவறாமல் இடுகையிடவும். உங்கள் அண்டை வீட்டார் மற்றும் Facebook நண்பர்களைப் படிக்கவும் பங்கேற்கவும் நீங்கள் கேட்கலாம்.

## 17.6 மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலம்

மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலம் நம் ஒவ்வொருவரையும் சார்ந்திருக்கிறது - பயனர்கள், பத்திரிகையாளர்கள் மற்றும் ஊடக சேனல்கள். இதழியல் எழுத்துகள் மூலம் சமூகத்திற்கும் மக்களுக்கும் சேவை செய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டதா அல்லது கார்ப்பரேட் நிறுவனங்களின் நலன்களா என்பதை பகுப்பாய்வு செய்ய வேண்டும். பி.சாய்நாத் முக்கிய ஊடகங்களில் பங்கேற்று, கார்ப்பரேட்டுக்கு அதை எளிதாக்க விரும்பவில்லை என்பதால் பொருத்தமான பிரச்சினைகளை எழுப்புவேன் என்று கூறுகிறார் மற்றும் மாற்று செய்தி ஊடகத்திற்கான தனது ஆதரவைத் தொடரும். ஊடகவியலாளர்கள் ஊடகங்களின் பாத்திரங்களையும் நோக்கங்களையும் புரிந்து கொண்டு அபிவிருத்தி மற்றும் மனித உரிமைகள் பிரச்சினைகளில் கவனம் செலுத்துவது முக்கியமானதாகும்.

ஊடகவியலாளர்களின் கடமையைத் தவிர, மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலமும் எதிர்காலத்தில் தகவல் தொடர்பு ஊடகங்களில் உள்ளது. கடந்த ஒரு தசாப்தத்தில் புதிய ஊடகங்கள் நாம் தொடர்புகொள்ளும் விதத்தை முற்றிலுமாக மாற்றியுள்ளன. இப்போது பத்திரிகையாளர்கள் மட்டுமல்ல, சாமானிய மக்களும் தங்கள் எதிர்ப்பை வெளிப்படுத்த ஒரு கட்டாய கருவியைப் பெற்றுள்ளனர். முந்தைய பிரிவில் விவாதித்தபடி, புதிய ஊடகங்கள் வலைதளங்கள், வலைப்பதிவுகள், மைக்ரோ வலைப்பதிவுகள், சமூக வலைப்பின்னல் தளங்கள் போன்ற மிகவும் மலிவு ஊடகத்தை வழங்கியுள்ளது, அவை விளம்பரத்தின் ஆதரவு இல்லாமல்

கூட செயல்பட முடியும். புதிய ஊடகங்கள் நெட்டிசன்களால் பயன்படுத்தப்படும் விதம் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தின் போக்கு இங்கிருந்து எவ்வாறு மாறுகிறது என்பதில் மாற்று ஊடகங்களின் எதிர்காலம் உள்ளது. பாக்கெட் இணையம் மற்றும் ஐபாட்கள் மூலம் மக்கள் இப்போது முன்பு எப்போதும் இல்லாத அளவுக்கு வலையைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். இருப்பினும் அது இன்னும் நகர்ப்புற வர்க்கத்தால் அணுகப்படுகிறது. மேலும் கிராமப்புற மக்களை சென்றடைய ஒரு வலுவான தேவை உள்ளது.

அத்தகைய ஒரு எடுத்துக்காட்டு 2008 ஆம் ஆண்டில் நிறுவப்பட்ட சிஜிநெட் ஸ்வரா ஆகும். இது தொழில்நுட்பத்தை புத்திசாலித்தனமாகப் பயன்படுத்துகிறது மற்றும் தகவல்தொடர்புக்கான ஒரு முக்கியமான மாற்று ஊடகமாக உருவெடுத்துள்ளது. சிஜிநெட் என்பது சென்ட்ரல் கோண்ட்வானா நெட் என்பதைக் குறிக்கிறது. மேலும் ஸ்வரா என்றால் சமஸ்கிருதத்தில் "குரல்" என்று பொருள். அதன் வலைதளத்தின்படி- "இது ஒரு குரல் அடிப்படையிலான போர்டல் ஆகும், இது மொபைல் போன் வழியாக சுதந்திரமாக அணுகக்கூடியது, இது உள்ளூர் ஆர்வமுள்ள கதைகளைப் புகாரளிக்கவும் கேட்கவும் யாரையும் அனுமதிக்கிறது. அறிக்கையிடப்பட்ட கதைகள் பத்திரிகையாளர்களால் மிகைப்படுத்தப்படுகின்றன. மேலும் ஆன்லைன் மற்றும் தொலைபேசி மூலம் பின்னணிக்கு கிடைக்கின்றன". சி.ஜி.நெட் ஸ்வரா மத்திய கோண்டுவானா பிராந்தியத்தில் உள்ள பழங்குடி சமூகம் தொடர்பான பிரச்சினைகளை விவாதிக்கிறது, இது பிரதான ஊடகங்களால் புறக்கணிக்கப்படுகிறது.

livemint.com ஒரு அறிக்கையின்படி "போர்டல் நான்கு கூறுகளைக் கொண்டுள்ளது: அழைப்பாளர்கள், போர்ட்டல் தொலைபேசி எண்ணுக்கு தவறான அழைப்புகளை வழங்குகிறார்கள் அல்லது செய்திகளைக் கேட்கலாம்; அழைப்பைத் திருப்பியளித்து ஆடியோ பைட்டுகளைச் சேகரித்துக் கதை சொல்லும் ஒரு சேவையகம்; வலைதளத்தில் பைட்டை வெளியிடும் மதிப்பீட்டாளர்கள்; மற்றும் வலைதள பார்வையாளர்கள், ஒரு குறிப்பிட்ட கதையை மறைக்க விரும்பும் முக்கிய ஊடகங்களிலிருந்து பத்திரிகையாளர்களாக இருக்கக்கூடிய வலைதள பார்வையாளர்கள், ஆதரவை நீட்டிக்க விரும்பும் அரசு சாரா நிறுவனங்கள், நகர்ப்புற புகாரளிக்கப்பட்ட கதைகளைப் பின்பற்றும் ஆர்வலர்கள், அல்லது குறைகளை நிவர்த்தி

செய்ய விரும்பும் உள்ளூர் அதிகாரிகள்". இந்த மாற்று ஊடகத்தின் தாக்கம் அடிமட்டத்திலும் காணப்படுகிறது; குடிமக்களால் முன்னிலைப்படுத்தப்பட்டவுடன், நிர்வாகம் இந்த விஷயத்தை கவனிக்க வேண்டிய கட்டாயத்தில் இருப்பதால், அழைப்பாளர்களின் பல பிரச்சினைகள் தீர்க்கப்படுகின்றன.

ரேடியோ பிடாரா, 2016 ஆம் ஆண்டில் நிறுவப்பட்ட ஒரு தொடக்க நிறுவனம், கிராமப்புற தகவல்தொடர்புக்கு தகவல் தொடர்பு தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகிறது. இது ஒரு இலவச சேவையாகும், இதில் ஒரு நபர் தனது மொபைல் எண்ணிலிருந்து ஒரு கட்டணமில்லா எண்ணுக்கு ஒரு மிஸ்டு கால் கொடுக்க வேண்டும், அதற்கு பதிலாக, அவர்கள் பெறுகிறார்கள் ஒரு அழைப்பு மீண்டும் மற்றும் தகவல் மற்றும் பொழுதுபோக்கு அடிப்படையிலான உள்ளடக்கம் இயக்கப்படுகிறது.

#### செயல்பாடு - 4

மேற்குறிப்பிட்ட நிறுவனங்களின் இணைய தளங்களுக்குச் சென்று அவற்றின் செயல்பாடுகளை மாற்று ஊடகங்களின் கண்ணோட்டத்தில் பகுப்பாய்வு செய்தல்.

### 17.7 பாடத் தொகுப்புரை

இந்த அலகில் நாம் மாற்று ஊடகம் என்ற வார்த்தையை "விளிம்புநிலைப் பிரிவினரைப் பற்றிய பிரச்சினைகளை முன்னிலைப்படுத்த மாற்றுச் சொற்பொழிவை ஊக்குவிக்கும் ஒரு சிறிய அளவிலான, சுயாதீனமான, அடிமட்ட ஊடகம்" என்று வரையறுத்தோம். பிரதான ஊடகங்களை அணுகாத அல்லது அதனுடன் தொடர்புபடுத்த முடியாத மக்களின் தகவல் தேவைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக அடிமட்டத்தில் கிடைக்கக்கூடிய மாற்று ஊடகங்களின் பல்வேறு வடிவங்களை நாங்கள் ஆராய்ந்தோம். merinews.com, khabarlahriya.org, cgnetswara.org மற்றும் சமூக ஊடக தளங்கள் போன்ற சில புதிய ஊடக தளங்களையும் நாங்கள் பார்த்தோம்: ட்விட்டர் மற்றும் பேஸ்புக் போன்ற சமூக ஊடக தளங்கள் வெவ்வேறு புள்ளிகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

இந்த விவாதத்திலிருந்து, அடிமட்ட இதழியலுக்கு உத்வேகம் அளிப்பதற்கும், விளிம்புநிலைப் பிரிவினரின் பிரச்சினைகளை முன்னிலைப்படுத்துவதற்கும் மாற்று ஊடகங்களுக்கான வலுவான தேவை கண்டறியப்பட்டது. அபிவிருத்திக்கு



வசதியளித்தல் மற்றும் பன்முகத்தன்மை கொண்ட சமூகமாக இருப்பதை இலக்காகக் கொள்ளுதல்; இது போன்ற மேலும் பல தளங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டியது அவசியம். பிரதான ஊடகங்களும் இதுபோன்ற பிரச்சினைகளில் கவனம் செலுத்த வேண்டும் மற்றும் கார்ப்பரேட் நிறுவனங்கள், அரசியல் கட்சிகளின் அழுத்தங்களை எதிர்க்க வேண்டும் மற்றும் டி.ஆர்.பி மற்றும் விளம்பரங்களுக்கு அப்பால் சிந்திக்க வேண்டும். மாற்று ஊடகம் ஒரு பரந்த பார்வையாளர்களை அடையும் மற்றும் பொருத்தமானதாக மற்றும் சுயாதீனமாக உள்ளது. உள்ளடக்கத்தை உருவாக்கம் மற்றும் விநியோகம், தொழில்நுட்பம் போன்ற வழிகளை கண்டுபிடிக்க வேண்டும். மாற்று ஊடகத்தின் தடியை முன்னோக்கி எடுத்துச் செல்ல அதிக தாராளவாத மற்றும் சமூக சிந்தனையாளர்கள் தேவை.

## 17.8 தொடர்ந்து படித்தற்குரிய நூல்கள்

1. Atton, C. (2015), The Routledge Companion to Alternative and Community Media, Routledge
2. Carpentier, N, Lie, R. & Servaes J. (2007), Making Community Media a Work in Jan Servaes Edited Communication for Social Change, Sage Publications: New Delhi
3. Chomsky Noam, Herman S. Edward (2002), Manufacturing Consent. Pantheon Books
4. Denis McQuail (2011), Mass Communication Theory, Sage Publications, New Delhi
5. Howley, K. (ed) (2010), Understanding Community Media, Sage Publications: Thousand Oaks.

## 17.9 தன் மதிப்பீடு விடைகள்

### தன் மதிப்பீடு 1

- 1) மாற்று ஊடகம் என்பது மக்களுக்காகவும், மக்களால் நடத்தப்படும் எந்தவொரு ஊடக தளமாகவும் வரையறுக்கப்படலாம்.
- 2) பிரதான செய்தி ஊடகம் உயரடுக்கு ஊடகம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. ஏனெனில் இது சக்திவாய்ந்த பெருநிறுவனங்களுக்கு சொந்தமானது. இது பெரும்பாலும் உயரடுக்கு வர்க்கத்தின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்கிறது.
- 3) மாற்று மற்றும் பிரதான ஊடகங்கள் முக்கியமாக பின்வரும் பகுதிகளில் வேறுபடுகின்றன:
  - a) தூதுக்குழு
  - b) உள்ளடக்க உருவாக்கம்

- c) உள்ளடக்க விநியோகம்
- d) வரவு செலவுத் திட்டம் மற்றும் செயற்பாட்டுச் செலவு (விளம்பரங்கள், சந்தாச் செலவு)
- e) சமூக நன்மைக்கு எதிராக பண்டமாக செய்திகள்
- f) கேட் கீப்பர்களின் பங்கு

**தன் மதிப்பீடு 2**

- 1) சிட்டிசன் ஜர்னலிசம் என்பது தனியார் தொலைக்காட்சி செய்தி சேனல்கள் மற்றும் செய்தித்தாள்களால் ஊக்குவிக்கப்படும் ஒரு தளமாகும். இதில் குடிமக்கள் தங்கள் சுற்றுப்புறத்தில் எந்தவொரு சம்பவத்தை பற்றியும் ஒரு வீடியோ காட்சிகள் அல்லது புகைப்படத்துடன் ஒரு சிறிய எழுத்துடன் அறிக்கை செய்கிறார்கள். இந்த தளம் புதிய ஊடகங்களாலும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.
- 2) சமூக வானொலி நிலையங்கள் முக்கியமாக பின்வரும் அளவுருக்களில் வேறுபடுகின்றன:

அளவுருக்களின்	சமூக வானொலி நிலையம்	பிரதான வானொலி நிலையம்
முழுக்கவிவளவு	5-10 கி.மீ	மிகவும் அகலமானது
உடைமை	அரச சார்பற்ற நிறுவனம் / பல்கலைக்கழகம் / தனிநபர்கள் / குழு	கூட்டுத்தாபனம் / அரசாங்கம்
உட்பொருள்	சமூகம் சார்ந்தது, உள்நாட்டில் தயாரிக்கப்பட்டது, இன்ஃபோடெயின்மெண்ட்டில் கவனம் செலுத்துங்கள்	பொழுதுபோக்கு அடிப்படையிலான (தனியார் வானொலி); இன்ஃபோடெயின்மென்ட் (பொது வானொலி)
இலக்கு குழு	பொதுச் சொத்துரிமை	வெகுஜனங்கள்
விளம்பரங்கள்	புறக்கணிக்கத்தக்க	பெரும்பாலும் விளம்பர வருவாயில் இயங்குகிறது
பருமன்	சிறிய குழு	பெரிய நிறுவனங்கள்

### தன் மதிப்பீடு 3

- 1) வரையறுக்கப்பட்ட அணுகல், பெரும்பாலும் நகர்ப்புற மற்றும் உயரடுக்குகளை மையமாகக் கொண்டது. விளம்பரக் கருவியாகப் பயன்படுத்துதல், நம்பகத்தன்மை மற்றும் உள்ளடக்கத்தின் நம்பகத்தன்மை ஆகியவை சமூக ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துவதில் ஈடுபட்டுள்ள சில சிக்கல்களாகும்.
- 2) சுயாதீன செய்தி வலைதளத்திற்கும் சமூக ஊடகங்களுக்கும் இடையிலான சில வேறுபாடுகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன :

அளவுருக்களின்	சுயாதீன செய்தி இணைய தளங்கள்	சமூக ஊடகங்கள்
உடைமை	தனிப்பட்ட / சிறிய குழுக்கள்	பெரிய குழுக்கள் / நிறுவனங்களுக்கு சொந்தமானது
உட்பொருள்	செய்திகள் (பிரதான ஊடகங்களால் வடிகட்டப்பட்ட செய்திகளில் கவனம் செலுத்துங்கள்)	எதையும் பற்றி இருக்க முடியும்

அடை	வெகுஜனங்கள்	பின்தொடர்பவர்கள் / நெட்வொர்க்கிற்கு வரையறுக்கப்பட்டது
உள்ளடக்க தயாரிப்பாளர்	வல்லுநர்கள்	பயனர்கள்
பயன்	தகவல், கல்வி	தகவல், பொழுதுபோக்கு, கல்வி, ஊக்குவிப்பு
நிச்சயதார்த்த நிலை	தாழ்வானது	உயரிடம்