

1.0 හැඳින්වීම

අද්‍යයන ගෝලීය සමාජ සන්දර්භය තුළ ක්‍රියාකාරී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මෙතරම් විශාල වෙනසකට බඳුන් කිරීමේ ප්‍රමුඛයා වන්නේ රූපවාහිනී මාධ්‍යයයි. මෙම මාධ්‍යය සතු ශ්‍රව්‍ය හා දෘශ්‍යමය ශක්‍යතාවය නිසා අන් මාධ්‍යයන් අභිබවමින් මිනිස් විඥානය ස්පර්ශ කොට ඔහු සුබයේ ඇඳ බැඳ තබා ගැනීමට තරම් බලවත් වන්නේය.

"රූපවාහිනිය පොදු මිනිසාගේ සිහිනයකි." යැයි පීටර් එච්. වුඩ් (Perter H. Wood) පවසන්නේ එහෙයිනි. එම සිහිනය නිතර නිතර විඳීමට මිනිසුන් එක් රොක් වන්නේ රොනට් ඇදෙන මත් බිඹරුන් විලසිනි. "පුද්ගලයෙකුගේ අභ්‍යන්තරික අවකාශය (Inner Space) රූපවාහිනී සිහිනයන්ගෙන් පිරී පවතී." සමකාලීන ලෝකය තුළ රූපවාහිනිය මිනිසුන්ගේ පුරුෂාර්ථ හර පද්ධති, ආචාරධර්ම, සිතීමේ ශෛලීන්, සදාචාරය, වර්ග පද්ධති, බුද්ධිය ආදී මානව ජීවිතයේ මූලික සංරචකයන් කෙරෙහි බලපානවා පමණක් නොව ඒවා ඔවුන්ගේ මානසික ආධිපත්‍යය පවත්වා ගෙන යමින් මානව පැවැත්ම හැසිර විය හැකි මාධ්‍යයක් ලෙස රූපවාහිනිය හඳුනා ගැනුණි. මෙහිදී දෘශ්‍යමය ලෙස මනෝ රූප ගොඩ නංවන රූපවාහිනිය ස්පර්ශය සඳහා මෙහිදී මිනිස් මනස මෙහෙයවයි.

"ජනමාධ්‍ය යනු දශලක්ෂ සංඛ්‍යාත මිනිසුන්ගේ විඥානය, මනස, සංවේදී බව, හැඟීම්, රසාස්වාදනය, පරිකල්පනය, හැඩ ගැන්වීමේ ප්‍රබල මෙවලමක් වන අතර එය මිනිසුන් හෝ මේ ප්‍රවණතාව ඔස්සේ මෙහෙය වීමට, බලපෑම් කිරීමට සමත් සුවිශේෂී බලයයි."

(ජීර්සියා ටී. : 2000 : පි. 139)

ආරම්භයේදී ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රධාන කාර්යභාරය ලෙස හැඳින්වූ,

- ♦ සෘජු සංවිධානාත්මක කාර්ය
- ♦ මතවාදී කාර්ය
- ♦ සංස්කෘතික අධ්‍යාපනික කාර්ය
- ♦ ප්‍රතිශ්ඨාපන කාර්ය

යන සිව් කාර්යයන් අතරින් සෘජු සංවිධානාත්මක කාර්ය

හා සංස්කෘතික අධ්‍යාපනික කාර්ය අභිබවමින් මතවාදී කාර්යය හා ප්‍රතිශ්ඨාපන කාර්ය යන ද්වි කාර්යයන් කෙරෙහි අද්‍යයන රූපවාහිනී මාධ්‍ය දැඩි නැඹුරුතාවක් දක්වන බව පෙනේ.

ලෝක මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ රූපවාහිනී ක්‍රියාකාරීත්වයේ කැපී පෙනෙන මෙම ලක්ෂණය ගෝලීය සමාජ සන්දර්භය තුළ බලපා ඇති බව පෙනේ. මෙහිදී,

"අද්‍යතන රූපවාහිනී බහුවිධ නාලිකා (Multi Channel) වලින් යුක්ත වෙයි. සියලු නාලිකා වාණිජ්‍යය අවශ්‍යතා සඳහා ක්‍රියාත්මක වන්නේය. නරඹන්නා පාරිභෝගිකයෙක් (Consumer) බවට පත් කර සුපිරි වෙළඳසැලක් (Super Market) වශයෙන් ගෝලීය රූපවාහිනී ක්‍රියා කරයි."

(හෝලන්ඩ් ආර්. 1997 : Pg.)

උෟෂ් සංවර්ධිත රටක් වශයෙන් විශාල වශයෙන් ලංකාවට මෙය ඉමහත් බලපෑමක් සිදු කර ඇති බව විචාරක මතයයි.

"ශ්‍රී ලංකාවේ තරම් ගෘහ අවකාශය තුළ බරපතල ලෙස රූපවාහිනී ස්ථාපිත වී ඇති රටක් නැති තරම්ය. දියුණු රටවල් සමඟ සන්සන්දනය කරන විට මෙම අවකාශීය සහ එය යථාර්ථයක් බවට පරිවර්තනය පාරභෞතික (Metaphysics) පුදුම එලවන සුළුය. රූපවාහිනියක් ක්‍රියා විරහිත වීම නිවසක සාමාජිකයකු බරපතල ලෙස රෝගාතුර වී රෝහල් ගත කිරීම හා සමානය. රූපවාහිනී අවකාශීය කේන්ද්‍රීය පවතින්නේ ලාංකේය පවුල තුළටය."

(ඉලයස්ආරච්චි, ඒ. : විසමන වෑයම)

මේ නිසා අද්‍යතන ප්‍රේක්ෂකයෝ සමස්තයක් වශයෙන් රූපවාහිනිය තම ගුවන් කාලයෙන් ලබාදෙන ජනප්‍රිය සංස්කෘතික විචිතාකම් පාරිභෝජනයට පෙළඹී තිබේ. ජනප්‍රිය සංස්කෘතියෙහි ස්වභාවය තුළම එහි අවධානය යොමුවන්නේ ඒ තුළ ඇති සිරස් හා තිරස් ව්‍යාප්තිය සහ මතුපිටින් ලිස්සා යාම කෙරෙහිය. අද්‍යතන ප්‍රේක්ෂකයා ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය කෙරෙහි දක්වන ලැදියාව අද්‍යතන රූපවාහිනී මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් තොරතුරු කේන්ද්‍රීය ව ක්‍රියාත්මක වූ රූපවාහිනී මාධ්‍ය අන්තර් ක්‍රියාකාරී මාධ්‍යයක් (Interactive Media) වශයෙන් තම ස්වරූපය වෙනස් කරමින් සිටී.

එක් පරිවර්තනයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් එතෙක් භාවිත කළ රූපවාහිනී වැඩසටහන් වල ස්වරූපය හා ආකෘතීන් වඩාත් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ස්වරූපයක් ගන්නා ලදී. මේ හේතුවෙන් ප්‍රේක්ෂකාගාරය තුළ වඩාත් සෞන්දර්යාත්මක ප්‍රජාතාන්ත්‍රිකමය ආකර්ෂණයක් වර්ධනය වී තිබේ.