පළමුවන පරිච්ඡේදය

මෙම පරිච්ඡේදය තුළ සමීක්ෂණයේ මාතෘකාව පිළිබඳ දළ විස්තරයක් මෙන්ම පර්යේෂණ ගැටලුව, උපන්‍යාසය, අරමුණු, අභිමතාර්ථ, අධ්‍යයනයේ සීමා, භූගෝලීය සීමා පිළිබඳව කරුණු දැක්වීමක් සිදු කරයි.

1.1 හැඳින්වීම

1977 ඇති වූ විවෘත ආර්ථික ප්‍රතිපත්තියත් සමග මෙරට සමාජීය ජීවිතයේ වෙනස්කම් රැසක් සිදු විය. විවෘත ආර්ථිකයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස රූපවාහිනිය මෙරටට පැමිණ තිබේ. වර්තමාන ලාංකේය සමාජය තුළ රූපවාහිනී මාධ්‍ය අන් මාධ්‍යයන්ට වඩා ප්‍රබල මාධ්‍යයක් බවට පත්ව තිබේ. රූපවාහිනී මාධ්‍ය හේතුවෙන් සන්නිවේදන ඉතිහාසයේ නව පරිච්ඡේදයක් නිර්මාණය වී ඇත්තේ රූපවාහිනිය සමාජ විපර්යාසයක් ලෙස අති බලවත් ස්වභාවය නිසාය. හර්බට් ෂිලර් (Herbert Schiller) පවසන පරිදි "**රූපවාහිනිය යනු මිනිස මනස මෙහෙයවන්නා හෙවත් කළමනාකරු** ලෙස හඳුන්වයි (ඇතුළුගල, 2004 : පි. 91).

වෝල්ටර් ලිප්මන් (Wolter Lippman) ට අනුව "මාධ්‍යකරුවන් අප ජීවත් වන අයුරු, අප කැමති දේ, අභිමානවත් වන ආකාරය, දියුණු වන ආකාරය, තෝරා ගැනීම් කරන ආකාරය ආදරය කරන ආකාරය, ආදී බොහෝ දේ උගන්වන බවයි. අපගේ රූපවාහිනියෙන් ජනතාව බොහෝ දේ උගන්වයි. එමනිසා ඔවුන් මාධ්‍යකරුවන් නොව මනස් කළමණාකරුවන්ය (ඇතුළුගල, 2004 : පි. 23).

1971 දී විම්බගත් නැමති ප්‍රංශ ජාතික සමාජ විද්‍යාඥයා විසින් කරන ලද රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂක ප්‍රතිචාර සමීක්ෂණයට අනුව 12% ක් තරම් කණ්ඩායම් 85% ක් සාමූහික වශයෙන් රූපවාහිනිය නරඹන බවයි. ඔහුගේ නිගමනයට අනුව රූපවාහිනී නොමැතිව නවීන සමාජ වල සිතන්නට බවා නොහැකි වෙයි (ඇතුළුගල, 2004 : පි. 50). තාක්ෂණික වශයෙන් රූප මාධ්‍ය දියුණුවීමෙන් පසු ප්‍රතිඵල ඒය විකාශන විශේෂ මහජන සේවා මාධ්‍ය (Public Service Media) ලෙසින්. විශේෂයෙන්ම දෙවන ලෝක යුද්ධයත් සමග ජනතාව වෙත රූපමාධ්‍ය අභිගය සමීප විය. "එකල පැවති තොරතුරු දැන ගැනීමේ අවශ්‍යතාවය හා සීතල යුද්ධය නිසා ඇති වූ සමාජීය ක්‍රියාකාරීත්වය මඟින් රූප මාධ්‍ය පවුලට නැතිවම බැරි ගෘහීය (**Domestic**) උපකරණයක් බවට පත් විය

(දිසානායක, 2007 : පි. 7). රූපවාහිනී මාධ්‍ය හුදකලාව වර්ධනය වූවක් නොවේ. එය ඊට පෙර පැවති ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය, නිශ්චල ඡායාරූපය, සිනමාව වැනි මාධ්‍යයන් ඇසුරු කර ගෙන වර්ධනය වූවකි. එහෙත් ජනමාධ්‍ය අතර සුවිශේෂී ස්ථානයක් දිනා ගැනීමට රූප මාධ්‍යයට හැකි වී තිබේ.

ජනමාධ්‍යයක් මගින් ඉටු විය යුතු සුවිශේෂී කාර්ය කිහිපයකි. එහිදී අධ්‍යාපනය, **විනෝදාස්වාදය, තොරතුරු ලබා දීම, පෙළඹවීම** යන අංග ප්‍රධාන වෙයි. රූපවාහිනී මාධ්‍යය ද ජනමාධ්‍යයක් වන හෙයින් මෙම කාර්යභාරය රූප මාධ්‍යයට ද අදාළ වෙයි. රූපවාහිනිය මෙරටට හඳුන්වා දෙන්නේ ද අධ්‍යාපනික හා සංවර්ධන අරමුණු පෙරදැරි කර ගත් සන්නිවේදන ප්‍රවේශයක් වශයෙනි. නමුත් අද්‍යතන රූප මාධ්‍ය පිළිබඳ විමර්ශනාත්මකව විමසන කළ පෙනී යන්නේ එකී අරමුණු ක්‍රමයෙන් සෝදා පාලුවට ලක්ව **"විනෝදාස්වාදය"** ග්‍රාහක ගත කරන ප්‍රධාන සංකල්පය බවට පත්ව ඇති බවයි. විනෝදාස්වාදය ලබා දීම තුළින් ග්‍රාහක ආකර්ශනය පහසුවෙන් ලබා ගත හැකි බැවින් රූප මාධ්‍ය තුළ විනෝදාස්වාදය සැපයීම සඳහා විවිධ අත්හදා බැලීම් සිදු කරනු ලබයි. එම අත්හදා බැලීම් වල ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විනෝදාස්වාදය සපයන අංග අතර සුවිශේෂී ස්ථානයක් ගැනීමට **"රූපවාහිනී ටෙලි නාට්‍ය"** වලට හැකියාවක් ලැබී තිබේ. නාට්‍ය යන සංකල්පය සාමාන්‍ය ජනයාට පවා නුපුරුදු සංකල්පයක් නොවේ. සාම්ප්‍රදායික සමාජයක් තුළ පවා ගැමි ජනතාව විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම සඳහා විවිධ සන්නිවේදන ක්‍රම භාවිතා කර තිබේ. ඒ අතුරින් කෝලම්, සොකරි, නාඩගම් වැනි නාට්‍යවලට සුවිශේෂී ස්ථානයක් හිමිවෙයි.

1930 දශකයේදී ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් වශයෙන් වඩාත් ආකර්ෂණශීලී ප්‍රබලත්වයක් විද්‍යමාන කරමින් ඇරඹි රූපවාහිනී තාක්‍ෂණය අද වන විට අන් සියලු මාධ්‍ය අතික්‍රමණය කිරීමට සමත් වී ඇත. මෙසේ රූප මාධ්‍ය වඩ වඩාත් ජනයාට ආකර්ෂණය වීමට බලපෑවේ රූපවාහිනිය හඳුන්වා දී දශකයක් ගත වූ විට රූපවාහිනිය සඳහා නිර්මාණය වූ නාට්‍ය විශේෂ හේතුවක් විය. රූපවාහිනිය ආරම්භ වූ මුල් කාලයේ ගුවන් විදුලිය තුළ ජනප්‍රියව තිබුණේ ද **"රේඩියෝ සෝප් ඔපෙරා"** නැතහොත් ගුවන්විදුලි නාට්‍යයි. මෙකී නාට්‍ය පසුව රූපවාහිනියට හැඳෙන්නේ ද **"සෝප් ඔපෙරා"** නමින්මය. මෙම නාට්‍යවලට සෝප් ඔපෙරා යන නාමය ලැබී ඇත්තේ එම නාට්‍ය වලට අනුග්‍රාහකත්වය ලබා දී ඇත්තේ **"සබන් නිෂ්පාදකයන් වීම"** නිසාය.

මෙසේ ආරම්භ වූ රූපවාහිනී නාට්‍ය යන සංකල්පය අද්‍යතනය වන විට නව අංගයන් එකතු වෙමින් දිනෙන් දින වෙනස් වෙමින් විකාශනය විය. එසේ එකතු වූ නව අංගයක් ලෙස කොටස් වශයෙන් දිගු (මෙගා) නාට්‍ය සංකල්පය දැක්විය හැකිය. **"අද වන විට රූපවාහිනී නාට්‍ය**

පරිභෝජනයා සඳහා නිෂ්පාදනය කරන හුවමාරු වටිනාකමකින් යුක්ත (Exchange Value) පූර්ණ භාණ්ඩයක් බවට පත්ව තිබේ. මේ සඳහා තෝරා ගනු ලබන මාතෘකාවක් පවා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික තේමාවන් බවට පත්ව ඇත (දිසානායක, 2007 - පි. 7).

ටෙලි නාට්‍ය සංකල්පය ලංකාවට ආගන්තුක කලාංගයක් නොවන නිසා ශ්‍රී ලාංකේය නාට්‍ය තවමත් ප්‍රාථමික තත්ත්වයක පවතී. මෙවන් වපසරියක වෙනත් රටවලින් ටෙලි නාට්‍ය ආනයනය කිරීමට මෙරට සමහර නාලිකා පෙළඹුණි. අතීතයේ පටන් **"මල්ලුව් දවස්"**, **"ඔෂින්"** වැනි ආනයනික ටෙලි නාට්‍ය විකාශය වුව ද **එම්.ටී.වී.** මාධ්‍ය ජාලය සිරස නාලිකාව ඔස්සේ සතියේ දින පහ පුරාම විකාශය වන කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍යයක් වන **"ශාන්ති"** ටෙලි නාට්‍ය විකාශය ආරම්භ කිරීමත් සමග ඒ පිළිබඳ පුළුල් ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණයක් මෙන්ම ශ්‍රී ලාංකික සමාජය තුළ ප්‍රබල කතිකාවක් ද ඇති විය. පසු කාලයේ බොහෝ පෞද්ගලික නාලිකා වල විටින් විට ගෙන්වන කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය විකාශය ආරම්භ කිරීමත් සමග මෙරට ආනයනික කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය පිළිබඳ උන්මාදයක් ඇති විය. එය ශ්‍රී ලාංකේය සංස්කෘතියට විල්ල වන තරම් යැයි සලකමින් **2004 මුදල් පනතක් සම්මත කිරීම මගින් වෙනත් රටවලින් ගෙන්වා විකාශය කරන ටෙලි නාට්‍ය සඳහා බද්දක් පැනවිය.** ටෙලි නාට්‍ය බද්ද පැනවීමෙන් අනතුරුව සමහර නාලිකාවල වෙනත් රටවලින් ගෙන්වා විකාශනය වන කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය ප්‍රදර්ශනය නොරුණත් ජනතාව තව දුරටත් ඒවාට රුචිකත්වයක් දක්වන නිසා ඔව සිසිය ඇති.

බද්ද පැනවීමෙන් පසු තරමක් දුරට ආනයනික කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය විකාශය සීමා වීමට පුරයේ අධික බදු බර හේතුකොටගෙන ය. එහෙත් කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය වලට ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය වැඩි නිසා ඊට විකල්පයක් ලෙස ඉන්දීය ටෙලි නාට්‍ය පිටපත් මෙරටට ගෙනවිත් දේශීය නළු නිළියන් යොදා කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය මෙරට නිෂ්පාදනය කළ අතර, බොහෝ විට අධ්‍යක්ෂකවරු හා කැමරා අධ්‍යක්ෂකවරයා ඉන්දීයාව නියෝජනය කළේය. උදාහරණයක් ලෙස සිරස නාලිකාව ඔස්සේ විකාශය වූ වසුදා, කාව්‍යා වැනි නාට්‍ය, ස්වර්ණවාහිනී නාලිකාවේ Friends වැනි නාට්‍ය.

මෙසේ රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයන් දැඩිව කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය වැළඳ ගන්නා කළ දේශීය නිෂ්පාදකවරු මෙන්ම අධ්‍යක්ෂකවරු ද කොටස් වශයෙන් දිගු නාට්‍ය නිර්මාණය ආරම්භ කරයි. ඒ ස්වර්ණවාහිනී නාලිකාව **"ජීවිතය ලස්සනයි"** නාට්‍ය නිර්මාණය කිරීමත් සමගයි. ඒ