

විද්‍යාත්මක රූපවාහිනීවේදයක් කරා

ආචාර්ය එල්. ටීයුඩර් විරසිංහ

රූපවාහිනීවේදය සමාජීය ක්‍ෂේත්‍රයට සම්බන්ධ සංවර්ධනය වෙමින් පවතින විෂයයකි. ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනීවේදයේ මූලික නියාමයන් අධ්‍යයනය කිරීම ජනමාධ්‍යවේදී ය හා සමාජවිද්‍යා ක්‍ෂේත්‍රයේ වැදගත් ප්‍රවණතාවක් නියෝජනය කරන්නේ ය. රූපවාහිනිය යනු ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය තුළ වඩාත් බලපෑම සහිත ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයක් පමණක් නොව, සැලකිය යුතු කලාත්මක හා සෞන්දර්යාත්මක ප්‍රසාංගික මාධ්‍යයකි. එම නිසා එය සමාජීය බලපෑම පුළුල් පරාසයක් පුරා පැතිර යන්නේ ය. රූපවාහිනී න්‍යායයේ හා භාවිතයේ ඉදිරි වර්ධනය රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ස්වභාවය හා එහි ගතික ශක්තාවන් විද්‍යාත්මක ව අධ්‍යයනය සමඟ අවියෝජනය ව සම්බන්ධ ය. තොරතුරු බහුලීකරණයේ හා ව්‍යාප්තකරණයේ මාධ්‍යයක් ලෙස රූපවාහිනිය අනාගත වර්ධනය එහි තොරතුරුමය ස්වභාවය අධ්‍යයනය කිරීම මත තීරණය වන්නේ ය.

රූපවාහිනිය මාධ්‍ය සතු සංවර්ධනාත්මක ගතික හා විභවයන් අධ්‍යයනය නොකර සමාජීය භාවිතයට ගැනීම සමාජය තුළ ප්‍රබල ගැටලු මතු කරන්නේ ය.

සමකාලීන ජනමාධ්‍යවේදයේ න්‍යායාචාරීන් හා වෘත්තිකයින් සමාජීය විද්‍යාවන් අතර සුවිශේෂ වූ ස්වාධීන ගවේෂණ ක්‍ෂේත්‍රයක් වශයෙනි රූපවාහිනීවේදය අධ්‍යයනය කළ යුතු බවට පොදු එකඟතාවකට පැමිණෙන්නේ. සංශ්ලේෂීය විෂයයන් ලෙස හැඳින්විය හැකි සමාජ විද්‍යාව, සමාජ මතෝ විද්‍යාව දෘෂ්ටිවේදය තුළ ප්‍රබල භූමිකාවක් ඉටු කළ රූපවාහිනිය මේ වන විට එම ශික්‍ෂණ මාර්ග අතර ස්වාධීන, න්‍යායාධික හා ව්‍යවහාරික පදනමක් නියෝජනය කරන තාක්‍ෂණවේදයක් බවට පත්වී ඇත.

රූපවාහිනීවේදීය න්‍යාය මූලික මාධ්‍යයේ, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ හා රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ මූලික සබඳතා නිරූපණය කරන්නා වූ නියමානුකූලතාවන්ගෙන් නිර්මිත සමස්ත ආකල්පයක් දනවන විද්‍යාත්මක දැනුමේ ස්වරූපයක් ලෙස සැලකිය හැකි ය.

විද්‍යාවේ ක්‍රමවේදයේ සමකාලීන මට්ටම හේතු කොටගෙන විද්‍යාවේ ඵලය හා අධ්‍යයන විෂය වස්තුව පැහැදිලි ව වෙන් වෙන් වශයෙන් හඳුනා ගැනීමට හැකි ය. නිදර්ශනයක් ලෙස රූපවාහිනිය නමැති විෂය වස්තුව විවිධ විද්‍යාවන් මගින් අධ්‍යයනය කළ හැකි ය. රූපවාහිනිය ජනමාධ්‍යවේදය යන සමාජීය විද්‍යාව මගින් මෙන් ම තාක්‍ෂණික විද්‍යාවන් මගින් ද අධ්‍යයනය කෙරේ. එහෙත් රූපවාහිනිය විද්‍යාවේ විෂයක් වශයෙන් එක ම න්‍යායායික පරිගනයක් තුළ අධ්‍යයනය කළ යුතු වේ.

රූපවාහිනිවේදය පිළිබඳ පොදු හා විශේෂ නියමානුකූලතාවන් හා මූලධර්ම අධ්‍යයනය කිරීම හා ග්‍රාහකයන්ගේ විවිධ කොටස් අතර අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය ගවේෂණය කිරීම රූපවාහිනිවේදයේ විෂය ක්‍ෂේත්‍රය වන්නේ ය. ජනමාධ්‍යවේදයේ විෂය ලෙස ජනමාධ්‍යවේදියාගේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිහිටා ඇති අතර රූපවාහිනිවේදයේ විෂය වන්නේ රූපවාහිනී විකාශන පද්ධතියේ ක්‍රියාකාරීත්වය අධ්‍යයනය කිරීමයි. ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනී පද්ධතිය එක ම ආකාරයකට එක ම කොන්දේසි යටතේ වර්ධනය වූවක් හෝ ස්ථාපිත වූවක් නොවේ. ආරම්භයේ දී ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනිය තුළ පෞද්ගලික ප්‍රාග්ධනයේ ක්‍රියාකාරීත්වය සනිටුහන් කළ ද එය ඉතා ඉක්මනින් ආණ්ඩුවේ ආයතනය යටතට ගමන් කළේ ය. 1990 දශකයේ සිට ශ්‍රී ලාංකේය විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය ක්‍ෂේත්‍රයට පෞද්ගලික හා ව්‍යාපාරික ප්‍රාග්ධනයේ ප්‍රවේශය ආරම්භ ව එය වඩාත් වේගයෙන් ක්‍ෂේත්‍රය තුළ ස්ථාපිත ව වර්ධනය වන්නට විය. වර්තමානය වන විට රාජ්‍ය මාධ්‍ය අවකාශයට හා කාලයට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් පෞද්ගලික මාධ්‍ය අවකාශයට හා කාලයට යටත් ව තිබේ.

රාජ්‍ය මාධ්‍ය හා පෞද්ගලික මාධ්‍ය භාවිතය ක්‍රියාකාරීත්වය හා මෙහෙයවීම පිළිබඳ ව මතුවිටින් පෙනෙන ජනප්‍රිය වෙනසට වඩා ඇත්තේ සඳාශ්‍යතාවකි. විද්‍යාත්මක දෘෂ්ටිකෝණයකින් ජනමාධ්‍යවේදයේ භාවිතය හා ක්‍රියාකාරීත්වය දෙස බැලීමේ දී එහි හිමිකාරීත්වය පිළිබඳ ගැටලුව, අදාළ ජනමාධ්‍ය ස්වරූපයේ ස්වභාවය නිර්ණය කිරීම සම්බන්ධව අප්‍රධාන වන්නේ ය.

නිරන්තරව ම ජනමාධ්‍ය ආයතනය එක් අතකින් ග්‍රාහකත්වයේ අවශ්‍යතා හා වුවමනාවන් සැලකිල්ලට ගතයුතු අතර, අනෙක් අතින් මාධ්‍ය ආයතනයේ අරමුණු පිළිබඳ ව සැලකිලිමත් විය යුතු වේ. එසේ ම ජනමාධ්‍ය ආයතනයක වැඩ කරන, ජනමාධ්‍යවේදියාගේ භූමිකාව ද ඊට වෙනස් නොවේ. එක් අතකින් ජනමාධ්‍යවේදියා සිය ග්‍රාහකත්වයේ අවශ්‍යතා හා වුවමනාවන් පිළිබඳ සවිඥානක විය යුතු අතර, අනෙක් අතින් සිය ජනමාධ්‍ය ආයතනයේ අරමුණු පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කළ යුතු වේ. මෙය ලෝකයේ ඕනෑ ම ජනමාධ්‍යවේදියකුට මුහුණ පාන්නට සිදුවන හා තමා විසින් ම නිරාකරණය කරගත යුතු ගැටලුවකි. ජනමාධ්‍ය සහ සමාජය අතර ඇත්තේ අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් එකිනෙකා ආකල්පනය කිරීමේ සම්බන්ධතාවකි. ඒ අන්තර් සම්බන්ධතාවේ හා අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයේ සංශ්ලේෂණාත්මක සන්තුලනයේ ප්‍රතිඵලය වන්නේ අදාළ සමාජයේ ජනමාධ්‍ය මුහුණුවර නිර්ණය වීමයි. ජනමාධ්‍යයේ අයිතිය පිළිබඳ ප්‍රශ්නය උපරිමයුහිය සම්බන්ධතාවක් දරන ප්‍රශ්නයක් මිස අධෝව්‍යුහීය සම්බන්ධතාවක් දරන ප්‍රශ්නයක් නොවේ.

රූපවාහිනිය සමාජය අතර පවතින සම්බන්ධතාව සංකීර්ණ හා සමහර විට ප්‍රතිවිරෝධී ස්වරූපයක් ගන්නේ ය. රූපවාහිනියට යම් ප්‍රමාණයකට තාක්‍ෂණික හා කලාත්මක මුහුණුවරක් තිබුණත්, ඒ සැමට ම වඩා රූපවාහිනියේ සමාජීය මුහුණුවර ප්‍රබලය. අදාළ සමාජයේ සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලනික මතවාදය හා සංස්කෘතික ආධ්‍යාත්මික ගතිලක්‍ෂණවලින් විනිර්මුක්ත ව සමාජීය ආයතනයක් වශයෙන් රූපවාහිනියට ක්‍රියාත්මක විය නොහැකි ය.

දීර්ඝ කාලයක් වාණිජ්‍ය රූපවාහිනිය සම්ප්‍රදායක් වශයෙන් පැවතුණ රටවල විකාශන හිමිකාරීත්වය වෙත ප්‍රබල නියාමන කොන්දේසි පනවා තිබුණත්, සමහර විට එම නියාමන කොන්දේසි රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල අන්තර්ගතය දක්වාම බලපෑහැකි වුවත්, ඒ රටවල රූපවාහිනී සංස්කෘතියේ ප්‍රබල විපර්යාසයක් හෝ වැඩසටහන්වල ගුණාත්මක වර්ධනයක් ඇති කිරීමෙහිලා ඒවා සමත් වී නැත.

සමකාලීන ලෝකයේ ක්‍රියාත්මක වන ජාතික රූපවාහිනී පද්ධතිය ද එසේ ම ගෝලීය රූපවාහිනී පද්ධති ද මූලික අරමුණු දෙකක් පාදක කොටගෙන ක්‍රියාත්මක වනු පෙනේ. ඉන් එක් අරමුණක් වන්නේ දේශපාලන බල ආධිපත්‍යවාදය පවත්වාගෙන යාම හා අනෙක් අරමුණ වන්නේ වාණිජ පාරිභෝජවාදී ආධිපත්‍යවාදය පවත්වාගෙන යාමයි. මෙහි දී අදාළ මාධ්‍ය විකාශන පද්ධතිවල හිමිකාරිත්වය පිළිබඳ ප්‍රශ්නය වැදගත් නොවන අතර, වැදගත් වන්නේ එහි හිමිකාරිත්ව ස්වරූපය නොහකා එය සමාජයට සිදුකරනු ලබන බලපෑම හා මැදිහත් වීමයි.

රූපවාහිනී මාධ්‍යවේදය තුළ ප්‍රචලිත ව පවතින විනෝදන අංශය සහ ප්‍රජානන අංශය ක්‍රියාත්මක වන්නේ අප ඉහත ගෙනහැර දක්වන ලද අරමුණු දෙක සාධනය කරගැනීම සඳහා බව අවසාන විග්‍රහයේ දී ප්‍රත්‍යක්‍ෂ වන්නේ ය.

ජනමාධ්‍ය බහුජනතාවට සෘජුව ම ආමන්ත්‍රණය කරන නිසා ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ බොහෝ විශේෂඥයෝ එය වඩාත් ප්‍රජාතන්ත්‍රික වූ ද, ජනහිතවාදී වූ ද, ආයතනයක් ලෙස හැඳින්වූහ. එහෙත් එම අදහස එතරම් ප්‍රායෝගික ව ක්‍රියාත්මක නොවේ. යම්කිසි සමාජයක් ආර්ථික හා සමාජීය වශයෙන් වර්ධනයේ යම් නිශ්චිත තලයක දී පොදු තොරතුරු ක්‍රියාවලියෙන් බහුජන තොරතුරු ක්‍රියාත්මක වන්නේ ය. පුවත්පත්, සඟරා, ගුවන්විදුලි, රූපවාහිනී මාධ්‍ය සන්දේශයන්හි බහු ජනීයත්වයේ අර්ථය වන්නේ එය සුළු සංඛ්‍යාත්මක කණ්ඩායම්වලට යොමුවීම තුළ නොව දශලක්‍ෂ සංඛ්‍යාත පාඨකයින්ට, ශ්‍රාවකයින්ට හා ප්‍රේක්‍ෂකයින්ට යොමුවීම තුළ ය.

රූපවාහිනියේ බිහිවීමත් සමඟ ම ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය තුළ නව ආකාරයක සබඳතා වර්ධනය වන්නට විය. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ජනමාධ්‍යයක් වශයෙන් රූපවාහිනියේ බලපෑම අති විශාල ලෙස වර්ධනය වූ අතර, එය සමාජ සංවර්ධනයේ තීරණාත්මක සාධකයක් බවට පත්විය. ජනමාධ්‍ය පද්ධතියේ කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය විය.

බහුජන තොරතුරු මාධ්‍යයන්ගේ තාක්‍ෂණික වර්ධනය වත්, තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ උපාංගයන්ගේ ප්‍රමාණාත්මක වර්ධනය වත්, ජනමාධ්‍යවේදීය පද්ධතිය මූල මණ්ඩලගත ව ඇති පදනම වෙනස් කිරීමට සමත් වී නොමැත. ජනමාධ්‍ය පද්ධතිවල ජීවිතයත්වය සංයුක්ත කරන එහි මූලධර්ම හා කාර්යයන් රූපවාහිනී ආයතනවල ක්‍රියාකාරිත්වයේ ජීවය හා නම්‍යශීලිතාව සහතික කරන්නේ ය.

රූපවාහිනීවේදීය න්‍යාය නව විද්‍යාවකි. ඕනෑම නව විද්‍යාවක් ස්වාධීනත්වයට පත්වීමට නම් එයට තල ක්‍රීත්වයක් ඔස්සේ පර්යේෂණ කිරීමේ හැකියාව තිබිය යුතු ය. ඉන් ප්‍රථම තලය සම්පර්යේෂණාත්මක අනුභවික ලෙස වන අතර, දෙවැන්න න්‍යායාත්මක තලය ද තුන්වැන්න ලෝක දෘෂ්ටිවාදී ක්‍රමවිද්‍යාත්මක තලය වන්නේ ය.

රූපවාහිනීවේදයේ දී එනම් රූපවාහිනීය පිළිබඳ විද්‍යාවේ දී සම්පර්යේෂණාත්මක ආනුභවික තලයේ දී අදහස් වන්නේ ව්‍යවහාරික ද්‍රව්‍ය සමුච්ඡත කිරීම, අත්දැකීම් අධ්‍යයනය ආදිය වන අතර, එහි න්‍යායාත්මක තලයේ දී සිදුවන්නේ ආනුභවික හා අනුභවික දත්ත හා සාධක අධ්‍යයනය පදනම් කොටගෙන රූපවාහිනියේ හරය එහි පොදු ව්‍යුහය හා රූපවාහිනීය සෙසු ජනමාධ්‍යයන් සමඟ දක්වන අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව හා ඒවා සමඟ දක්වන සංවර්ධනාත්මක නියමානුකූලතාවන් අධ්‍යයනය කරනු ලැබේ. විද්‍යාත්මක පර්යේෂණයන්හි ලෝක දෘෂ්ටිවාදී ක්‍රම විද්‍යාත්මක තලයේ දී සමාජ සබඳතා පද්ධතිය තුළ රූපවාහිනියේ භූමිකාව, එහි ස්ථානය හා ආර්ථිකයට, දේශපාලනයට, සංස්කෘතියට හා මතවාදයට රූපවාහිනීය කරනු ලබන බලපෑම අධ්‍යයනය කරයි.

රූපවාහිනීවේදීය අධ්‍යයනයේ ලෝක දෘෂ්ටිවාදී ක්‍රම විද්‍යාත්මක තලය රූපවාහිනියේ සමාජීය භූමිකාව හා එහි සමාජීය බලපෑම අවබෝධකර ගැනීමෙහිලා අතිශයින් ම වැදගත් වන්නේ ය. රූපවාහිනීවේදය අධ්‍යයනයේ ප්‍රථම තල දෙකේ ප්‍රතිඵල සංශ්ලේෂණාත්මක දාර්ශනික පර්යාවලෝකනයකට භාජනය කිරීම සඳහා ආධාරක වන්නේය. එමඟින් රූපවාහිනීය සමාජය වෙත බලපාන නව පැතිකඩ අනාවරණය කර ගැනීමට හැකිවන්නේ ය.

රූපවාහිනීවේදය න්‍යාය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ විද්‍යාත්මක දැනුම් පද්ධතියකි. එය දැනටමත් සකස් කරන ලද පර්යේෂණ ක්‍රම හා විධි නිලමත මෙන් ම ප්‍රකාශන ද්‍රව්‍යය ද ඇතුළත් වන්නේ ය. එසේ ම තොරතුරු පද්ධතිය තුළ රූපවාහිනීය ක්‍රියාත්මක වීමේ න්‍යායමය අස්ථානගත ද එම පද්ධතියට රූපවාහිනීය ඔලොෆ්මේ නියමානුකූලතාවක් ද ඊට අමතර ව පවත්නා ඕනෑම ක්‍රියාවලියට හා සමාජීය ජීවිතයේ විවිධ ක්ෂේත්‍රවලට රූපවාහිනීය සිදුකරනු ලබන ඔලොෆ්ම ද අධ්‍යයනය කිරීම රූපවාහිනීවේදීය න්‍යායට ඇතුළත් වේ.

රූපවාහිනීවේදීය න්‍යායට පහත පදනම් ක්ෂේත්‍ර නියෝජනය කරන විද්‍යාත්මක දැනුම් අංශ වේ.

1. රූපවාහිනීවේදයේ මූලධර්ම හා කාර්ය ගැන දැනුම
2. තේමාත්මක - කේතර ගැන දැනුම
3. රූපවාහිනීය විකාශනයේ ප්‍රවණතාව ගැන දැනුම
4. රූපවාහිනීය මිනිසුන්හට ඔලොෆ්මේ විශේෂතා ගැන දැනුම
5. රූපවාහිනීය සහ වෙනත් තොරතුරු මාධ්‍ය හා සංස්කෘතික ස්වරූප අතර සිදුවන අන්‍යෝන්‍ය ඔලොෆ්ම ගැන දැනුම
6. රූපවාහිනීයේ සලකාව හා කාර්යක්ෂමතාව ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ මාර්ග ගැන දැනුම
7. රූපවාහිනීය හා ප්‍රේක්ෂකයින් අතර ප්‍රතිපෝෂණ සබඳතා වර්ධනය කිරීම ගැන දැනුම

තොරතුරු ක්‍රියාවලිය පොදු ව්‍යුහය තුළ රූපවාහිනීය එම ව්‍යුහයේ කොටසක් වශයෙන් ඉදිරිපත් වනවා සේ ම එක්වර ම සමාජ දේශපාලනික, විද්‍යාත්මක කලාත්මක, සංස්කෘතික, අධ්‍යාපනික හා ආධ්‍යාත්මක, සෞන්දර්යාත්මක සංකීර්ණ තොරතුරු පද්ධතියක් ලෙස ද ක්‍රියාත්මක වේ. රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල ක්‍රියාකාරිත්වය ප්‍රාදේශීය, ජාතික කලාවිය, අන්තර්ජාතික හා ගෝලීය තල දක්වාම ක්‍රියාත්මක වේ.

විද්‍යාත්මක රූපවාහිනීවේදයක් නිර්මාණය කිරීමේ දී එහි සංකල්පීය ව්‍යුහයේ කාර්ෂිත පදනම් පිළිබඳ ව නිවැරදි වූ ද, පැහැදිලි වූ ද, අවබෝධයක් තිබීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. සම්හර දේශීය මෙන් ම බටහිර රූපවාහිනී පර්යේෂකයෝ රූපවාහිනීය 'තොරතුරු නාලිකාවක් ලෙස සලකා විවිධ අර්ථකථන ඉදිරිපත් කරති. එහෙත් රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ස්වභාවය සහ එහි ව්‍යුහය ගැනි ලක්ෂණ විශ්ලේෂණය කර බැලීමේ දී එයට තොරතුරු නාලිකාවක් යන පාරිභාෂිත සංකල්පයට වඩා යෝග්‍ය වන්නේ 'තොරතුරු මාධ්‍යයක්' යන පාරිභාෂිත සංකල්පය වන බව අපගේ හැඟීමයි. මක්නිසාද යත් රූපවාහිනීය සුදුසුම කොට ඇති තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කරනවා පමණක් නොව, එසේ ම තොරතුරු ලබා ගන්නවා පමණක් නොව, ප්‍රවෘත්ති ඉදිරිපත් කරනවා පමණක් නොව එය තොරතුරු සංස්කරණය කරන්නේය, පිළිසකර කරන්නේ ය, විශ්ලේෂණය කරන්නේ ය. එසේ ම ස්වකීය තොරතුරු නිර්මාණය ද කරන්නේ ය. එනම් රූපවාහිනීය විෂය මූලික ලෝකය පරාවර්තනය කරනවා පමණක් නොව, එය නිර්මාණය ද කරන්නේ ය. එම නිසා රූපවාහිනීය තොරතුරු නාලිකාවකට (Channel) වඩා 'තොරතුරු මාධ්‍යයක්' (Medium) වශයෙන් අවබෝධකර ගැනීම විද්‍යාත්මක වන්නේය. තොරතුරු මාධ්‍යයක් ලෙස රූපවාහිනීය අදහස් වන්නේ එහි ප්‍රතිනිෂ්පාදන හැකියාව පමණක් නොව, රූපවාහිනීයේ නිෂ්පාදන ශක්‍යතාවයි. එනම් ඊට ඇති සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ හැකියාව පමණක් නොව, ස්වකීය ම වූ දෙයක් නිර්මාණය කිරීමේ ශක්‍යතාවයි. රූපවාහිනීය සංශ්ලේෂණාත්මක නිර්මාණ සම්ප්‍රේෂණය කරනවා පමණක් නොව, එය අභික්‍රමණය කරන්නා වූ නව්‍ය නිර්මාණ නිෂ්පාදනය කරන්නේ ය.

'තොරතුරු නාලිකාව' යන පාරිභාෂිත සංකල්පය සේ ම වර්තමාන ප්‍රවත්තත්, ඉවත්වීදුලිය හා රූපවාහිනීය යන මාධ්‍ය සඳහා 'ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යය' යන පාරිභාෂිත සංකල්පය භාවිත කිරීම තුළ 'සබඳතා මාර්ග' දැනුම් දීමේ මාර්ග' යන්නට පමණ උනන්දුව වන අතර, එහි දී ජනමාධ්‍යවේදීයාගේ ශ්‍රමයේ සන්දර්භමය පාර්ශ්වය විස්ථාපනය වීමක් දක්නට ලැබේ. එහෙත් තොරතුරු ක්‍රියාවලිය තුළ දී ප්‍රමුඛ විය යන්නේ එහි අරමුණු සහගත ප්‍රවණතාව නියෝජනය කරන්නා

වූ සන්දර්භය තාවකාලිකයි. එම නිසා පුවත්පත්, දුරකථන සහ රූපවාහිනිය සංකල්පයක කළ යුත්තේ ඔහුපත් තොරතුරු මාධ්‍යයන් මිස ඔහුපත් සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් ලෙස නොවේ.

ඔහුපත් තොරතුරු ක්‍රියාවලිය පුද්ගලාත්මක සන්නිවේදන (කථු හා දුරකථන) සන්නිවේදන මූලික ලෙස වෙනස් වේ. ඔහුපත් තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ දී සන්දේශයේ මූලාශ්‍රය ජනමාධ්‍යවේදියා වඩාත් ඉහළ තලයේ පුළුල්තාවයක් වෙනුවෙන් ක්‍රියා කරන සංවිධානාත්මක සංවිධානමත් වශයෙන් සංවිධානාත්මක කරන්නේ ය. එසේ ම තොරතුරු ලබාගන්නා (ඔහුපත් ඉහතකවිය) අති විශාල කාල අවකාශීය පරාසයක් පුරා ව්‍යාප්ත ව පවතී. ඔහුපත් තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ දී තොරතුරු මූලාශ්‍රය ජනමාධ්‍යවේදියා හා ඔහුපත් ඉහතකවිය අතර තොරතුරුගෙන්ගෙන් වැඩිය සබඳතාවකි. එනම් ජනමාධ්‍යවේදියා සහ ඉහතකයා කථු සබඳතාවක නොවීම්වයි.

රූපවාහිනී සන්දේශයන්හි පුද්ගලික ස්වභාවය, පුවත්පත් නිර්මාණවලට විරුද්ධ ව ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා පදනමක් බවට පත් කරගත යුතු නොවේ. කැලඹාත්ස්ව අනුව පුවත්පත යනු සාමූහික මුද්ධියේ ආයතනයකි. පුවත්පතේ දී ලියන කාර්ය දැකිය හැකි අතර, එහෙත් එය ලියූ මුද්ධිය දැකිය නොහැකි ය.

මාක්ස්වාදී ජනමාධ්‍යවේදී ය සංකල්පයේ වැදගත් අදහසක් වන සාමූහික මුද්ධිය නමැති සංකල්පය ඉවත්වීදුලිය හා රූපවාහිනිය සඳහා ද වඩාත් ප්‍රතිඵලදායී ලෙස භාවිත කළ හැකි ය. 'අදාත බව කර්තෘගේ පමණක් නොව, ප්‍රකාශනයේ ද නිදහස කෙරේ බලපාන සාධකයකි. මේ අවස්ථාවේ දී කවුද කතා කරන්නේ යන පුද්ගලයා අප ඉදිරියේ නොදකින අතර අප දකින්නේ ඔහු කියන කාරණය පමණ ය'

එහෙත් රූපවාහිනිය අපට කාර්ය හා කාර්ය කරනු ලබන්නා දැකීමට ද හැකියාවක් ලබා දෙයි. මෙම රූපවාහිනියට ආවේණික වූ ගුණය තොරතුරු පුද්ගලාචාරයක් වශයෙන් හැඳින්විය හැකි අතර, මෙම නිර්වචනය ජනමාධ්‍යවේදියාට පමණක් සීමා වන අතර, එය තොරතුරු මූලාශ්‍රයට ආවේණික ගුණයක් වන්නන් නැත.

රූපවාහිනී මාධ්‍යයෙහි තොරතුරු පුද්ගලාචාරය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ රූපවාහිනී තිරය මත මතු වන පුද්ගලයා ඒ හෝ මේ ගැටලුව හෝ සිද්ධිය පිළිබඳ ව සිය සම්බන්ධතාව සිය දැනුම, හැඟීම් හා හැකියාව මගින් නිරූපණය කිරීමයි. තොරතුරු මූලාශ්‍රය හා ජනමාධ්‍යවේදියාගේ පුද්ගලික ආස්ථානය සමපාත වීම හෝ සමපාත නොවීම උගතතාවක් නොව, එය තොරතුරු ප්‍රචාරකය කරන්නකි. රූපවාහිනී තිරය මත පෙනී සිටීමින් ප්‍රකාශ කරනු ලබන මිනස එක් පුද්ගලයකුගේ මනසට වඩා වැඩි දෙයක් බව රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා දනී.

ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනී විකාශන පද්ධතිය ඇතුළු ලෝකයේ බොහෝ රටවල රූපවාහිනී විකාශන පද්ධති අඩුවැඩි වශයෙන් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය, ජනතාවාදය විදහාමත බව, ජනමාධ්‍යයේ හා වෙනත් මාධ්‍යය සමඟ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය ආදී මූලධර්ම පාදක කොටගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. මෙම මූලධර්ම මගින් රූපවාහිනී විකාශන පද්ධතියෙහි සන්දර්භය හා ගතිලක්ෂණ, ක්‍රම හා ස්වරූප, ව්‍යුහය හා සංවිධානය ආදී සමස්ත පද්ධතියේ ම සංයුක්ත කොටස්වල ක්‍රියාකාරීත්වය නිර්ණය කරනු ලැබේ. ශ්‍රී ලාංකීය ජාතික සංස්කෘතියේ ප්‍රභේද හා ස්වරූප මෙන්ම පොදු මානව සංහතියේ සංස්කෘතියේ මූලික විශේෂතා හා හැඩතල රූපවාහිනී විකාශනය තුළින් නිරූපණය විය යුතු ය. රූපවාහිනී විකාශනය එක් අතකින් එක් පුද්ගලයකුගේ විශ්වීය රූපිකත්ව ආකෘතිය නිරූපණය විය යුතු අතර, අනෙක් අතින් ආධ්‍යාත්මික සංස්කෘතියේ සියලු ම ස්වරූප නිරූපණය විය යුතු ය.

අද්‍යතන සමාජයෙහි තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ නියමානුකූලතාවන් විශාල ලෙස රූපවාහිනියේ බලපෑම මගින් තත්ත්වාරෝපණය වී ඇත. එම නියමානුකූලතාවන් විවිධ ප්‍රවණතා වස්තේ ක්‍රියාත්මක වේ. ඒ අතර අපට ප්‍රධාන ප්‍රවණතා හතරක් හඳුනාගත හැකි ය. සමාජයෙහි සිදුවන සකලවිට තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ ක්ෂණික භාවය හා සක්‍රීයභාවය ඉහළ යාම පුරාම ප්‍රවණතාව වන්නේ ය.

මෙහිදී සංකීර්ණභාවය සහ සක්‍රියභාවය යනු සමීප අර්ථ සහිත සංකල්ප වුවත්, සමාන අර්ථ නොවන බව සැලකිය යුතු ය. සංකීර්ණභාවය (Operative) මෙය තොරතුරු නව්‍යතාවේ ලක්ෂණයකි. සක්‍රියත්වය (Actuality) අද දවසේ වඩාත් වැදගත් වූ දැවෙන ප්‍රශ්න සමඟ සන්දේශයේ අනුරූපතාව පිළිබඳ සංකල්පයකි. දෙවන ප්‍රවණතාව වන්නේ මෑත කාල වකවානුව තුළ ලෝක රූපවාහිනී විකාශනයන්හි සමාජීය නිෂේධනාත්මක, අයහපත් ප්‍රචාරයන් හා ක්‍රියාවලීන් ඉදිරිපත් කිරීමේ වේගය වර්ධනය වී ඇති අතර, සමාජයේ අඩුපාඩුකම් පිළිබඳ විවේචනය ශක්තිමත් වී තිබේ. තුන්වැනි ප්‍රවණතාව වන්නේ ග්‍රාහක විශේෂයේ ප්‍රවණතාව උත්සන්නවීම. මින් අදහස් වන්නේ ජනගහනයේ නිශ්චිත සමාජීය කණ්ඩායම් කේන්ද්‍ර කොටගෙන ප්‍රකාශන, (ප්‍රචන්දන, සඟරා), විකාශන (ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී) වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක වීමේ නැඹුරුව වේ. සිව්වන ප්‍රවණතාව වන්නේ මිනිසාගේ බුද්ධියට පමණක් නොව, ඔහුගේ ආත්මයේ සංවේගී තලයන්ට ප්‍රවිෂ්ට විය හැකි නව මාර්ග සෙවීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සන්දේශයන්හි විත්තවේගාත්මකභාවය වර්ධනය කිරීම සමකාලීන ජනමාධ්‍යවේදාත්මක නිර්මාණ තුළ දැකිය හැකි වීමයි. විශේෂයෙන් ම මෙය වර්තමාන විද්‍යුත් මාධ්‍ය තුළ පමණක් නොව, මුද්‍රිත මාධ්‍ය තුළ ද වඩාත් ප්‍රචලිත ප්‍රවණතාවකි. සමකාලීන ලිබරල් වෙළෙඳපොළ පසුබිම මේ තත්ත්වය තවත් උත්කර්ෂණයට ලක්කරයි. නවීන සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් සමාජ විද්‍යාත්මක හා මනෝ විද්‍යාත්මක න්‍යායානුකූල සංකල්ප අනාවරණයන් පාදක කොටගෙන සමාජ අවිඥානයේ සහ දශලක්ෂ සංඛ්‍යාත මිනිසුන්ගේ පුද්ගල අවිඥානය කරා ළඟාවිය හැකි ප්‍රබල වූ ද, විවිධ වූ ද, මාධ්‍යමය ආකෘති කර්මාන්තමය හා ව්‍යාපාරිකමය වශයෙන් නිෂ්පාදනය වන්නේ ය. මෙය සමකාලීන ධනෝත්සව ලිබරල් සමාජ දේශපාලන සංකල්පයේ අවිශේෂීය කොටසකි.

අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදීය තොරතුරුවලට සෞන්දර්යාත්මක ස්වරූපයක් ලබා දීම ද දශලක්ෂ සංඛ්‍යාත ජනතාවගේ අධ්‍යයන ආකර්ෂණය ජනමාධ්‍ය වෙතට යොමුකර ගැනීමේ ප්‍රවණතාවක් වශයෙන් පෙන්වාදිය හැකි ය.

සමකාලීන බහුජන තොරතුරු මාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය විවිධ මාධ්‍යයන් අතර සිදුවන අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ වර්ධනයක් වශයෙන් ද විමර්ශනය කළ හැකි ය. එම අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය විවිධ මට්ටම් ඔස්සේ සිදුවන බව පෙනේ.

තොරතුරුවල සන්දර්භය සන්දේශවල අනුපිළිවෙළ වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කිරීමේ ස්වරූප කෙරෙහි ප්‍රචන්දනවල ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ අන්‍යෝන්‍ය බලපෑම ඉතා වැදගත් බලපෑමක් සිදුකරනු ලබන බව පැහැදිලි ය. මෙය තවදුරටත් පැහැදිලි කරන්නේ නම් මුද්‍රණ මාධ්‍යයෙහි ඉදිරිපත් කිරීමේ ආකාරය, ඒවායේ ඡේතරිය, ස්වරූපය ගුවන්විදුලිය කෙරෙහි ද ඉන් පසුව රූපවාහිනිය කෙරෙහි ද සැලකිය යුතු ලෙස බලපා තිබේ. තොරතුරු බහුජන ග්‍රාහකයාට ඉදිරිපත් කිරීමේ දී ගුවන්විදුලියට හා රූපවාහිනියට ආවේණික සංකීර්ණභාවය (Operative) ඉදිරියේ ප්‍රචන්දන පසුබා යමින්, තොරතුරු විශ්ලේෂණාත්මක ව හා විවරණාත්මක ව ඉදිරිපත් කිරීමේ දී ප්‍රචන්දන සිය ප්‍රමුඛත්වය ප්‍රදර්ශනය කරන්නේය. මෙම අන්‍යෝන්‍ය බලපෑම පිළිබිඹු කරන තවත් ප්‍රවණතාවක් වන්නේ පටු ග්‍රහකත්වයක් වෙත යොමු විශේෂීය ප්‍රචන්දන හා සඟරා වර්ධනය වීමයි. මෙය ගුවන්විදුලියේ සහ රූපවාහිනියේ බහුල වශයෙන් දැකිය හැකි ලක්ෂණයක් නොවේ. ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය සියලු ම දෙනා වෙත යොමු ව පැවැතීමත් එම වැඩසටහන්වල තිබෙන විශ්වීය ලක්ෂණයන් නිසා පටු ග්‍රහකත්වයකට ඇමතීමේ හැකියාව සීමා වන්නේය.

ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වයේ දෙවන මට්ටම වන්නේ මනෝමූලික ක්ෂේත්‍රය තුළ සිදුවන අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයයි. මාධ්‍යයන් අතර අන්‍යෝන්‍ය සහයෝගිතාව මින් අදහස් වේ. නිදර්ශන වශයෙන් ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ දෛනික ප්‍රචන්දන කථනය හා ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී වැඩසටහන් විස්තර ප්‍රචන්දනවල පළ කිරීම දැක්විය හැකිය.

ජනමාධ්‍යයන්ගේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ තෙවන මනෝමූලික ක්ෂේත්‍රය වන්නේ කලාපීය සහ ලෝකයේ විවිධ රටවල් සමඟ සිදුවන අන්‍යෝන්‍ය පෝෂණාත්මක ක්‍රියාකාරිත්වයයි.

ජනමාධ්‍යයන්ගේ ඒකීයත්වය සහ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය ද්වන්ද්‍යාත්මක ස්වභාවයක් ගන්නේ ඒවා අතර පොදු භාවයක් පැවැතීම නිසා ම නොව, ඒ ඒ මාධ්‍යයන් අතර විෂමතාවන් තිබීම නිසා ය. එය ජනමාධ්‍යයේ ප්‍රචාරණයේ හා බලපෑමේ නව පරාසයන් සහ ප්‍රවණතාවන් විවෘත කරන අතර ම අවසාන වශයෙන් සමස්ත ජනමාධ්‍ය පද්ධතියේ සපලතාව හා කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය කරන්නේ ය. මේ අනුව විවිධ ජනමාධ්‍යයන්ගේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය වඩවඩාත් සක්‍රීය එක් එක් ජනමාධ්‍යයට විශේෂිත ප්‍රබලතා හා දුර්වලතා සම්පූර්ණ වශයෙන් ගණන් ගැනීම තුළ ඒවායේ බලපෑමේ ශක්‍යතාව වර්ධනය වන්නේ ය.

ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය තුළ ඒවායේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය වර්ධනය වීම හා ශක්තිමත් වීම පොදු විෂයමූලික නියාමානුකූලතාකි. අන්‍යෝන්‍ය බලපෑම් සහයෝගිතාවේ හා සම්බන්ධීකාරක ක්‍රියාකාරිත්වය ජනමාධ්‍යයේ සපලතාව හා කාර්යක්ෂමතාව ප්‍රවර්ධනය කිරීමෙහිලා තුඩු දෙන්නේ ය.

ජනමාධ්‍ය ක්‍ෂේත්‍රය තුළ පවතින මෙම ඉහත ගෙනහැර දක්වන ලද ස්වභාවය නිසා එහි වැදගත් හා වගකීම් සහිත ගැටලු විසඳීමේ දී ගැටලුවල සමස්තීයත්වය විශ්ලේෂණය කිරීම කෙරෙහි යොමු වූ සාකච්ඡාමය හා පද්ධතිමය ප්‍රවේශයක් අනුගමනය කිරීමේ අවශ්‍යතාව අතිශයින් ම වැදගත් වන්නේ ය. පද්ධති ප්‍රවේශය හා සාකච්ඡා සංකීර්ණ ප්‍රවේශය සමීප ලෙස පෙනුණ ද රූපවාහිනීවේදය අධ්‍යයනය කිරීමේ දී මෙම ප්‍රවේශ දෙක භාවිත කිරීම තුළ එකිනෙකට වෙනස් අංශ සඳහා යොදා ගැනීම වඩාත් සුදුසු වන්නේ ය. සාකච්ඡා සංකීර්ණතා ප්‍රවේශය රූපවාහිනීවේදයේ වර්ධනයේ අභ්‍යන්තර නියමයන් එහි ක්‍රියාකාරිත්වයේ සියලු සංරචකයන් අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ඉතා වැදගත් වේ. පද්ධති ප්‍රවේශය බහුජන තොරතුරු මාධ්‍ය පද්ධතියේ සෑම තොරතුරු මාධ්‍යයක ම අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ ස්වභාවය හා සුවිශේෂතා අධ්‍යයනය කිරීම සඳහාත් රූපවාහිනීය අනෙක් ජනමාධ්‍ය ස්වරූප සමග අන්තර්ක්‍රියාකාරිත්වයේ බාහිර සබඳතා අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා ප්‍රධාන වශයෙන් යොදා ගැනේ. විශේෂයෙන්ම රූපවාහිනී මාධ්‍යය සිය ප්‍රේක්ෂකත්වය හා සෙසු සමාජීය ආයතන සමග සිදුවන අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා පද්ධති ප්‍රවේශය භාවිත වේ. පද්ධති ප්‍රවේශය සාකච්ඡා සමනිර්ණ ප්‍රවේශය ගැඹුරුකිරීම සඳහාත්, වර්ධනය කිරීම සඳහාත් පෝෂණය කිරීම සඳහාත් ඉවහල් වේ.

රූපවාහිනීවේදයේ කාර්යයන්ගේ හා කර්තව්‍යයන්ගේ සාකච්ඡා සංකීර්ණත්වය, පද්ධතිත්වය රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල සුදුසුකම් කිරීම් හා සැලැස්මකිරීම් නිශ්චිත අනුක්‍රමික සංවිධානමය තත්ත්වයක් කෙරෙහි යොමු කරන්නේ ය. රූපවාහිනී විකාශනය තුළ දේශපාලනික කලාත්මක හා විද්‍යාත්මක තොරතුරු ප්‍රසේදවල සංයුතිය අධ්‍යයනයේ දී ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා පද්ධති ප්‍රවේශය බහුල ව භාවිතයට ගැනේ.

රූපවාහිනීවේදීය න්‍යායයේ මාධ්‍ය අරමුණ වන්නේ ජනමාධ්‍යවේදාත්මක පද්ධතිය තුළ රූපවාහිනියේ ප්‍රතිඵලදායී කාර්යක්ෂමතාව ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ යථාර්ථවාදී මාර්ග ගවේෂණය කිරීම ය. විද්‍යාත්මක රූපවාහිනීවේදයේ අරමුණු, විෂය හා ක්‍රම ද්වන්ද්‍යාත්මක පරිගනයක් තුළ ඒකීය සමස්තයක් ලෙස වර්ධනය වීම රූපවාහිනියේ ජීව ශක්තිය හා එහි ගවේෂණයේ සදාතනික සක්‍රීයතාවේ තීරණාත්මක ශක්‍යතාවකි.

ශ්‍රී ලාංකේය සමාජයෙහි රූපවාහිනී තොරතුරු මාධ්‍ය පිළිබඳ ව විද්‍යාත්මක ආකල්පයක් ඇතිකර ගැනීම සඳහා විදේශීය විශේෂයන් බටහිර යුරෝපීය රූපවාහිනීය ආශ්‍රිත ව ගොඩනැගී ඇති සංකල්පීය න්‍යායයක පර්යේෂණ මෙන් ම ව්‍යවහාරික අත්දැකීම් පිළිබඳව ද අවබෝධය අතිශයින් ම අවශ්‍ය වේ. ප්‍රධානම කාර්යභාරය වන්නේ එම ලෝක රූපවාහිනියේ සංකල්පීය න්‍යායයක පර්යේෂණ දැනුම හා ව්‍යවහාරික අත්දැකීම් ශ්‍රී ලාංකේය විශේෂණ සමග ගළපා ගැනීමයි.

සමකාලීන ලෝක රූපවාහිනීවේදය එක් අතකින් විඥාපන හා කලාත්මක මාධ්‍යයක් පමණක් නොව, එය ව්‍යාපාරික හා කර්මාන්තමය ක්‍ෂේත්‍රයක් ලෙස වර්ධනය වී ඇති අතර, අනෙක් අතින්

එය සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලන, මනවාදිය හා සංස්කෘතික, ආධ්‍යාත්මික මාධ්‍යයක් වශයෙන් ක්‍රියාත්මක වේ. ඒ අනුව සමකාලීන රූපවාහිනිවේදය සංකීර්ණ සමාජීය ආයතනයකි. මෙය තාක්ෂණික හා විද්‍යුත් පද්ධතිවල නව සොයා ගැනීම් සමඟ නිරතුරුව ම වර්ධනය වන්නා වූ ද, ප්‍රේක්ෂා නිෂ්පාදනය උත්කර්ෂණය කරන්නා වූ ද, මනෝරූපණ අවකාශයක් බවට පත් වී තිබේ. එම නිසා මේ සියලු අංශයන් නියෝජනය වන්නා වූ සාකච්ඡාමය සහ පද්ධතිමය ප්‍රවේශ පාදක කොට ගෙන රූපවාහිනිය අධ්‍යයනය කිරීම මගින් විද්‍යාත්මක රූපවාහිනිවේදයක් ගොඩනැගීමේ හැකියාව පවතී.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. David Croteau and William Hoynes, Media Society Industries, Images and Audiences fine Forge Press, London 2003
2. Roberta E. Pearson and Philip Simpson, (eds) Critical Dictionary of Film and Television Theory, Routledge, London, 2001
3. Patrica Waughed Literary Theory and Criticism Oxford University Press, 2006
4. Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Mass Communication Theory Foundations, Ferment and Future. Wadsworth Us, Uk, 2000
5. Alali A.O. and Eke K.K. (eds) Media Coverage of Television Newbury Park, CA Sage, 1991
6. Hamelink, C. The Politics of Global Communication, London, Sage, 1994
7. Hetherington A. News, Newspapers and Television, London, Macmillan, 1985
8. Ishikawa S. (ed) Quality Assessment of Television, Luton, Luton University Press, 1996
9. Livingstone, S. and Lunt, P. Talk on Television Audience Participation and Public Debate, London, Routledge, 1994
10. McLuhan, M. Understanding Media, London, Routledge and Kegan Paul, 1964
11. Shea, M.C.H. Current Affairs Talkshows: Public Communication Revitalized on Television, Amsterdam: University of Amsterdam, 1991
12. Steiner G. The People Look at Television, New York, Knopf, 1963
13. Roper. B.W. Public Perceptions of Television and other Mass Media New York: Television Information office, 1984.
14. Herman, E.S. and Chomsky N. Manufacturing Consent, New York: Pantheon, 1988
15. Carey I (ed) Media mythe and Narratives: Television and the Press, Nearbury, Park. CA: Sage
16. Chris Jenks. Culture - Key Ideas Routted London, 1993