යථාකාර රූපවාහිනිය (Reality TV) සමකාලීන ගෝලීය සංහතික මාධ්‍යයේ සහ සංස්කෘතියේ නව ස්වරූපයක් වශයෙන් එය මානව සමාජ යථාර්ථයට දක්වන සම්බන්ධතාව

ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ

වර්තමාන ලෝක සංහතික මාධ්‍ය පද්ධතිය තුළ වඩාත් සංහතික ප්‍රපංචයක් ලෙස වර්ධනය වෙමින් පවතින්නේ රූපවාහිනියයි. රූපවාහිනියේ බිහිවීමට කලින් වඩාත් සංහතික ප්‍රපංචමය ලක්ෂණ අත්පත් කරගෙන සිටියේ සිනමාවයි. රූපවාහිනිය සංහතික සන්නිවේදන පද්ධතියේ සුවිශේෂ මාධ්‍යයක් වශයෙන් බටහිර යුරෝපීය සමාජ සංස්කෘතික වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස බිහි වූ බව ප්‍රකට ය. කිසි ම සැකයකින් තොර ව රූපවාහිනිය ගෝලීය සංහතික ප්‍රපංචයක් ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. 21 වන සියවසේ දෙවන දශකයේ දී සන්නිවේදන සහ සංහතික මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ සිදු වන වෙනස්කම් ඇති දැවැන්ත පරිමාවක් මෙන් ම ව්‍යුහ විපර්යාස ගතිලක්ෂණ අත්පත් කරගෙන තිබේ. තොරතුරු (විඥාපන) විප්ලවයේ බලපෑම යටතේ සිදු වන මේ වෙනස්කම් වෙන කිසිම දෙයක් සමඟ සංසන්දනය කළ නොහැකි ය.

සන්නිවේදනය සහ සංහතික මාධ්‍ය තාක්ෂණය සහ තාක්ෂණිකවේදය ක්ෂේත්‍රයෙහි සිදුවන වර්ධනයන් පාදක කොටගෙන සමාජයෙහි දේශපාලන, ආර්ථික, සංස්කෘතික සහ පාරිභාරික ජීවන ක්ෂේත්‍රයේ තීරණාත්මක වෙනස්කම් සිදු වෙමින් පවතී. මිනිසුන් සාම්ප්‍රදායික ව ලෝකය කෙරෙහි දක්වන ලද සම්බන්ධතාව ශීඝ්‍ර ලෙස වෙනස් වෙමින් පවතී. විශේෂයෙන් ම සංස්කෘතික සහ ආධ්‍යාත්මික ක්ෂේත්‍රවල එය ප්‍රත්‍යක්ෂ ලෙස ම සිදු වන බව පෙනේ. අද්‍යතන ලෝකයේ සංස්කෘතික සහ ආධ්‍යාත්මික ගෝලීයකරණයෙහි ප්‍රධාන භූමිකාව ඉටු කරනු ලබන්නේ රූපවාහිනිය බව එය වටා ගොඩනැඟී ඇති වාද විවාද තුළින් මොනවට පැහැදිලි වේ.

රූපවාහිනිය සංහතික සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් පමණක් නොව, එය නිර්මාණාත්මක ප්‍රභේදයකි. ඕනෑ ම නිර්මාණ ප්‍රභේදයක් ඊට ම ආවේණික කලාත්මක භාෂාවක් දරන්නේ ය. රූපවාහිනිය තාක්ෂණික, කලාත්මක, විඥාපනික, සමාජ, දේශපාලනික ගතිකයන්ගේ සංශ්ලේෂීය ස්වරූපයකි. මේ සියලු

සංරචකයන්ගේ වර්ධනය සමස්තයක් වශයෙන් රූපවාහිනියේ වර්ධනයට බලපාන්නේ ය. විශේෂයෙන් ම තොරතුරු විප්ලවයේ බලපෑම නිසා මානව ක්‍රියාකාරිත්වයේ තිරස් සහ සිරස් දිශා ස්පර්ශ කරමින් ලෝකය සහ ජීවිතය පිළිබඳ මිනිසාගේ සාම්ප්‍රදායික ආකල්පය, දැක්ම විපර්යාසයට ලක් කරන්නේ ය. මේ නිසා සමකාලීන රූපවාහිනියේ තාක්ෂණික පැතිකඩ පමණක් නොව, එහි ආර්ථික, වෘත්තියමය, අවකාශීය සහ සංස්කෘතික ක්ෂේත්‍ර ද නවීකරණය වන බව පෙන්වා දිය යුතු ය. අප ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද තාක්ෂණික, ආර්ථික, වෘත්තීයමය, අවකාශීය සහ සංස්කෘතික මාන ඔස්සේ සමකාලීන රූපවාහිනියේ ක්‍රියාකාරිත්වය තේරුම් ගැනීම සඳහා ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වන බව අපගේ හැඟීමයි.

සමකාලීන ශිෂ්ටාචාරය තොරතුරු සමාජයක් දක්වා වූ වර්ධනයේ දී යථාකාර රූපවාහිනී (Reality TV) වැඩසටහන් සුවිශාල භූමිකාවක් ඉටු කරන බව අවධාරණය කළ යුතු ය. සමකාලීන රූපවාහිනී පද්ධතිය තුළ යථාකාර රූපවාහිනියේ ආස්ථානිකරණය සෘජු ලෙස ම තොරතුරු සමාජය වර්ධනයේ අනිශ්චිය සමඟ සම්බන්ධ බව පෙනේ. මේ නිසා යථාකාර රූපවාහිනියේ සමාජය සහ වාග් පරිණාමය ඉහත කී සන්දර්භය තුළ සලකා බැලිය යුතු බව අපගේ හැඟීමයි.

යථාකාර රූපවාහිනියේ ඉතිහාසය දශක දෙකකට වඩා වැඩි නොවන අතර, එහි ආරම්භය පිළිබඳ ව විවිධ මත පවතී. 1992 MTV නාළිකාව ඔස්සේ විකාශනය වූ 'The Real World' වැඩසටහන මුල් ම යථාකාරී රූපවාහිනී වැඩසටහන ලෙස සැලකිය හැකි ය.[1] Reality TV වැඩසටහන්වල මුල 1990 ගණන් දක්වා විහිදෙන බව ජෝන් හාර්ට්ලි[2] සඳහන් කරයි. තවත් සමහර පර්යේෂකයින්ගේ අදහස වන්නේ යථාකාර රූපවාහිනිය සාමාන්‍ය ලෙස 1980 අවසානයේ ආරම්භ වී එය 1990 මැද වන විට ප්‍රධාන ධාරාවේ ජනප්‍රිය වැඩසටහන් තුළ ස්ථාවර වූ බවයි.[3] වික්ටෝරියා ඔඩොන්නෙල් රූපවාහිනී විචාරවාදය නමැති කෘතිය තුළින් පෙන්වා දෙන්නේ ප්‍රථම යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන 1948 දී සැඟවූ කැමරාවකින් (Candid Camera) රූගත කළ වැඩසටහනක් බව ය.[4] ඇය මෙහි දී පෙන්වා දීමට උත්සාහ දරන්නේ වර්තමානයේ දී ශීඝ්‍රයෙන් වර්ධනය වන යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිසා බොහෝ මිනිසුන් එය අලුත් ප්‍රපංචයක් වශයෙන් සිතිය හැකි බව ය. කෙසේ වුවත් යථාකාර රූපවාහිනියේ ආරම්භක මූල 1973 දක්වා විහිදී යන බව වික්ටෝරියා ඔඩොන්නෙල් පිළිගන්නා බව පෙනේ. නමුත් යථාකාර රූපවාහිනිය සමස්ත බලපෑම් සහිත ව්‍යාපාරයක් වශයෙන් සහ නව සංහතික සහ සංස්කෘතික ප්‍රපංචයක් වශයෙන් වර්ධනය වන්නේ 20 වන සියවසේ අවසාන දශක දෙක තුළ බව පෙනේ. එම වැඩසටහන විකාශනය වූයේ පර්යේෂණාත්මක සන්දර්ශන වැඩසටහනක් ලෙසිනි. එකල යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන යන සංකල්පය වර්ධනය වී නොතිබුණත් එම වැඩසටහන වාර්තා වැඩසටහනකට වඩා වෙනස් ස්වරූපයක් ගෙන තිබූ බව ප්‍රත්‍යක්ෂ විය. 2002 වසරේ දී CBS නාළිකාව මඟින් 'Survivor' යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන විකාශනය කළ අතර, එය වාණිජමය වශයෙන් අති සාර්ථක යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහනක් වූ අතර, එතැන් සිට එවැනි වැඩසටහන්වලට Reality TV වැඩසටහන් යන නම භාවිත කරන ලදි.

නමුත් සමස්තයක් වශයෙන් සලකා බලන විට යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වල ඓතිහාසික මූලයන් බටහිර සහ ඇමෙරිකානු රූපවාහිනී ඉතිහාසය තුළට විහිදී යන්නේ ය. එසේ ම යථාකාර සන්දර්ශන වැඩසටහන් වර්ගයේ ශානර (ප්‍රභේද) ය ඇමෙරිකානු සහ බටහිර රූපවාහිනී ඉතිහාසයටත් ඔබ්බට ගමන් කරන බව පෙනේ. විශේෂයෙන් මුද්‍රිත මාධ්‍ය වාර්තාකරණ ඉතිහාසය දක්වා මෙම ශානරය විහිදී යන්නේ ය. චූල ප්‍රවෘත්තිකරණය (Tabloid Journalism) වාර්තාමය රූපවාහිනිය සහ ජනප්‍රිය විනෝදයන වැඩසටහන් ලෝක රූපවාහිනී ඉතිහාසය තුළ ජනප්‍රිය සිද්ධිවාචික රූපවාහිනිය (Populer Factual Television) ප්‍රභේදයේ වර්ධනයට පාදක වී ඇති බව පෙනේ.

"1980 ගණන්වල දී චූල ප්‍රවෘත්තිකරණය, ජනප්‍රිය විනෝදයන වැඩසටහන්වල සුවිශාල වර්ධනයක් සනිටුහන් කරන්නේ ය."[5] මෙම තත්ත්වයට මූලික වශයෙන් හේතු වී ඇත්තේ තොරතුරු සමාජය වෙතට

යොමු වූ ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ, බටහිර යුරෝපයේ සහ ඕස්ට්‍රේලියාවේ ආදී සංවර්ධිත කාර්මික රටවල සිදු වූ ලිබරල් ප්‍රතිපත්ති බව පෙනේ. විශේෂයෙන් ම එම රටවල සංහතික මාධ්‍ය කර්මාන්තය නිර්නියාමනය සහ වෙළෙඳපොළකරණයට ලක් වීම මෙවැනි වැඩසටහන්වල විශාල වර්ධනයට හේතු වී ඇත.

සන්නිවේදන සහ සංහතික මාධ්‍ය තාක්ෂණයේ සිදු වූ දැවැන්ත සංවර්ධන හේතු කොටගෙන චන්ද්‍රිකා රූපවාහිනී නාලිකා, කේබල් රූපවාහිනී නාලිකා, පරිගණක ජාල පද්ධති වර්ධනය වීම වාණිජමය මාධ්‍ය පරිසරයක් සඳහා ප්‍රශස්ත වාතාවරණයක් සහ කොන්දේසි නිර්මාණය කළේ ය. මෙම තාක්ෂණික සමාජ දේශපාලනික වර්ධනයන් රූපවාහිනී වාර්තා වැඩසටහන් සහ තවත් එවැනි වැඩසටහන්වල පැවැත්ම අභියෝගයට ලක් කළේ ය.

විශේෂයෙන් ම චූල ප්‍රවෘත්තිකරණයෙහි නිර්මාණ සාමාන්‍ය මිනිසුන් හා ප්‍රභූවරුන්, සාමාන්‍ය සිද[illegible] හා විශේෂ සිද්ධි, විනෝදයනය හා තොරතුරු අතර අන්තර් හරඹයකි. මෙම යථාකාර සන්දර්ශන ගතිලක්ෂණ අඩංගු වැඩසටහන් චූල ප්‍රවෘත්තිකරණ වැඩසටහන් ලෙස වර්ග කරන ලදී. මෙම යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් මෙන් ම චූල ප්‍රවෘත්තිකරණ වැඩසටහන් නිශ්චිත ව නිර්වචනය කිරීම දුෂ්කර බව පෙනේ. තව ම සංහතික මාධ්‍ය වර්ග දෙකෙහි ම ආකෘතියෙහි සහ අන්තර්ගතයෙහි දියාරු ගතිය සහ සංකර ගතිය දක්නට ලැබේ. එසේ ම මේ මාධ්‍ය වර්ග ද්වයට ම සංවේදනීය ලක්ෂණය ද ආවේණික වන්නේ ය.

රූපවාහිනී ඉතිහාසයේ රූපවාහිනී වාර්තා වැඩසටහන් සහ රූපවාහිනී යථාකාර වැඩසටහන් අතර පැහැදිලි සම්බන්ධතාවක් තිබෙන බව පෙනේ. "වෙනස් වර්ගයේ ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය වාර්තාකරණ වැඩසටහන්වල සන්දර්භයෙන් තොර ව අපට යථාකාර රූපවාහිනිය අවබෝධ කරගත හැකි නොවේ."[6] රූපවාහිනී වාර්තා චිත්‍රපට සෘජු ලෙස ම යථාකාර වැඩසටහන් සමඟ සම්බන්ධ ය. එසේ ම වාර්තා චිත්‍රපට ප්‍රවෘත්තිකරණ (Documentory Journalism), වාර්තා චිත්‍රපට යථාර්ථවාදය (Documentary Realism) සහ නිරීක්ෂණාත්මක වාර්තා චිත්‍රපට (Observational Documentary) යථාකාර වැඩසටහන්කරණයට (Reality Programming) අදාළ වන බව සැලකිය යුතු වේ. එසේ ම මෙහි දී අවධානයට ගත යුතු කාරණයක් වන්නේ ජනප්‍රිය සිද්ධිවාචික රූපවාහිනිය (Popular Factual Television) වාර්තා චිත්‍රපට විශේෂයෙන් ම නිරීක්ෂණාත්මක චිත්‍රපට සමඟ ගැටුම්කාරී සම්බන්ධතාවක් පෙන්වන බවයි.

ජනප්‍රිය සිද්ධිවාචික රූපවාහිනියේ තවත් අවියෝජනීය සංරචකයක් වන්නේ ජනප්‍රිය විනෝදයනයයි. සන්කතා සන්දර්ශන (Talkshows), හරඹ සන්දර්ශන (Gameshows), ක්‍රීඩා සහ විවේක වැඩසටහන් (Leisure) ආදිය ජනප්‍රිය විනෝදයන වැඩසටහන්කරණයට ඇතුළත් වන්නේ ය. මෙම වැඩසටහන් ගෘහස්ත ප්‍රේක්ෂකයින්, සෘජු සහභාගි ග්‍රාහකයින්, අන්තර්ක්‍රියාකාරී වන අතර, එසේ ම මෙම වැඩසටහන්වලට ප්‍රතිචාර, විනිශ්චය බොහෝ විට වෘත්තිය නොවූ, පුද්ගලයින්ගෙන් ලබා ගන්නා අතර, වෘත්තිය නොවන නළු-නිළියන් ප්‍රභූවරුන් ආදිය සහභාගි කර ගැනේ.

ලෝක රූපවාහිනී වැඩසටහන් සහ එහි ෂානරිය හැඩගැස්මේ ක්‍රියාවලියේ දී ලෝක සම්භාව්‍ය සිනමාවේ ආභාසය ලබා ගත් අතර, එය සම්භාව්‍ය රූපවාහිනී වැඩසටහන් සහ ෂානරිය සම්ප්‍රදායක් ගොඩනැඟීමට පාදක වූ බව පෙනේ. එය මූලික වශයෙන් නූතනවාදී ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය නියමයන්වලට සහ සම්ප්‍රදායන්වලට අනුරූප ව සිදු වූ බව පෙන්වා දිය යුතු ය.

මේ නූතන යුගයේ දී සම්භාව්‍ය සම්ප්‍රදාය තුළ ගොඩනැගෙන රූපවාහිනී වැඩසටහන් සහ එහි ෂානරිය ව්‍යුහය මූලික වශයෙන් හැඩ ගැසෙන්නේ නිශ්චිත චින්තනයකට, හර සහ පුරුෂාර්ථ මෙන් ම ආකල්ප පද්ධතියකට අනුකූල ව බව අවධාරණය කළ යුතු වේ.

නමුත් යථාකාර රූපවාහිනිය සහ එහි වැඩසටහන් සහ ශානරිය ව්‍යුහය නිර්මාණය වන්නේ පශ්චාත් නූතනවාදී සන්දර්භයක් තුළ බව ප්‍රකට ය. ඒ නිසා ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංහතික නිෂ්පාදන හැඩ ගැසීමට බලපෑ නූතනවාදී නියාමයන්ට වඩා වෙනත් නියාම පද්ධතියකට අනුව යථාකාර සන්දර්ශන ශානරීය වැඩසටහන් නිර්මාණය බිහි වේ. විශේෂයෙන් යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් කෙරෙහි පශ්චාත් නූතනවාදී චින්තනයේ, දෘෂ්ටිවාදයේ බලපෑම පුළුල් බව අවධාරණය කළ යුතු ය.

යථාකාරී ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය නිෂ්පාදනය පමණක් නොව, සම්භාව්‍ය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය නිෂ්පාදනයේ දී ද කේන්ද්‍රීය සහ වඩාත් ම විවාද සම්පන්න ගැටලුවක් වූයේ එම නිෂ්පාදන යථාර්ථයට (Reality) සහ යථාර්ථවාදයට (Realism) දක්වන සම්බන්ධතාව පිළිබඳ අනිශ්චිය (Problematic) යි. ඇත්තවශයෙන් ම යථාර්ථය පිළිබඳ ප්‍රශ්න දර්ශනවාදයේ මූලික ප්‍රශ්නයක් පමණක් නොව, එය එසේ ම සන්නිවේදන සහ සංහතික මාධ්‍යවේදයේ ම මූලික ප්‍රශ්නයකි.

නූතනවාදී යුගයේ යථාර්ථය පිළිබඳ සංකල්පය නිර්මාණය වීමෙහි ලා නූතනවාදී බටහිර දර්ශනවාදය විශේෂයෙන් ම බටහිර බුද්ධිවාදී සහ තර්කානුසාරි චින්තනය සහ විශේෂයෙන් ම එහි උච්චතම ලක්ෂ්‍යය වශයෙන් හේගේලියානු දර්ශනවාදය පදනම්කාරී කාර්යභාරයක් ඉටු කළේ ය. හේගේලියානු දර්ශනවාදයේ ඒකත්වය, සාමස්තිකභාවය, සර්වභෞමිකත්වය, පරමත්වය, සත්තාව, සත්‍ය, බුද්ධිය, වර්ධනය, එකමිතිය, ප්‍රතිවිරෝධතාව, පද්ධතිත්වය, අනුක්‍රමිකතාව ආදි පදාර්ථ පාදක කොටගෙන ලෝක ස්වභාවය සහ යථාර්ථය අවබෝධ කර ගැනීම එම නූතනවාදී සම්භාව්‍ය දර්ශනවාදයේ කේන්ද්‍රීය කාර්යභාරය විය. පශ්චාත් නූතනවාදී දාර්ශනික අදහස්වලට අනුව යථාර්ථය පිළිබඳ සම්භාව්‍ය ආස්ථානය ප්‍රතික්ෂේප කරන අතර, යථාර්ථය මානව සහ භාෂාවේ නිර්මිතයක් බව පෙන්වා දෙයි. විශේෂයෙන් අනුපිළිවෙළ පද්ධතිත්වය ප්‍රතික්ෂේප කරන පශ්චාත් නූතනවාදී චින්තකයකු වන බෝද්‍රිලාඩ් නිර්පද්ධතිත්වය ප්‍රශ්චාත් නූතනවාදයේ මුඛ්‍ය ලක්ෂණයක් බව අවධාරණය කරයි. ලෝකය සහ ජීවිතය කිසි ම න්‍යායයික, සංකල්පීය සහ දෘෂ්ටිවාදී පරිගණකයට, රාමුවකට සම්පූර්ණයෙන් ම පැහැදිලි කළ නොහැකි බව නූතනවාදී චින්තනයට එරෙහි ව ප්‍රශ්චාත් නූතනවාදී චින්තනයේ මූලික ආස්ථානයයි.

අප මේ ඉහත ගෙන හැර දැක්වූ පුළුල් දාර්ශනික පර්යාලෝකය තුළ යථාකාර රූපවාහිනිය එම යථාකාර රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකත්වය සහ යථාකාර සන්දර්ශන නිෂ්පාදන බිහි වීමේ සන්දර්භය වටහාගත යුතු බව අපගේ හැඟීමයි. මෙම පශ්චාත් නූතනවාදී දාර්ශනික ප්‍රවාදයන් ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංහතික නිෂ්පාදන තුළ නියෝජනය වේ. එනම් නියම යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් මූලධර්මමය වශයෙන් පෙර සකස් කර ගත් සැලැස්මකට, පිළිවෙළකට, අනුක්‍රමිකතාවකට, රටාවකට, පරිපාටියකට අනුකූල ව සකස් නොවීමයි. එම වැඩසටහන් තිර රචනයකින් තොර ව නිර්මාණය කෙරෙන අතර, එම නිසා ම ඒ වැඩසටහන් තුළ දියාරු, අවුල් සහගත, අමුතු, අද්විතීය ස්වරූපයක් දක්නට ලැබේ. "සෑම සතියක ම පරිණතභාවයට පත් වන යථාකාර සන්දර්ශන වැඩසටහන් සිය ප්‍රේක්ෂකයින් හට තිර රචන රහිත ව්‍යාකූලත්වයක් ප්‍රදානය කරන්නේ ය."[7] සෛද්ධාන්තික ලෙස සලකා බලන විට යථාකාර සන්දර්ශන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය වැඩසටහන් සාමාන්‍ය පාරිභාරික ජීවන චලිතයන්, අත්දැකීම්, මනෝභාවයන්, සංජානනයන්, සංවේදීතාවන් පාදක කොටගෙන ඒවා ඒ අයුරින් ම ප්‍රපංචාත්මක ව ඇති සැටියෙන් ඉදිරිපත් කෙරෙන වැඩසටහන් ප්‍රභේදයකි.

මේ අනුව 20 වන සියවසේ අග දී ම සංස්කෘතික අවකාශය තුළ බිහි වූ අලුත් ම ප්‍රපංචය වන්නේ යථාකාර සන්දර්ශන රූපවාහිනී වැඩසටහන් ය. මෙය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට ගුණාත්මක වශයෙන් අලුත් අත්දැකීමකි, අලුත් ප්‍රපංචයකි. මේ පිළිබඳ ව තව ම බටහිර හෝ පෙරදිග හෝ ලෝකය තුළ පළල් හා ගැඹුරු විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයන් සිදු වී නොමැත. මේ වන විට යථාකාර රූපවාහිනිය සහ පොදුවේ යථාකාර ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතික නිෂ්පාදන, ඒවායේ ස්වභාවය, කාර්යභාරය, විශේෂතා, එය සෙසු සංහතික, ප්‍රාසංගික සෞන්දර්ය සහ කලාත්මක ස්වරූප සහ ප්‍රභේද කෙරෙහි ඇති කරනු

ලබන බලපෑම මෙන් ම පවතින සමාජ-සංස්කෘතික ව්‍යුහයන් යථාකාර රූපවාහිනී ව්‍යුහයන් කෙරෙහි බලපාන ආකාරය ආදිය පිළිබඳ ව පර්යේෂණ ආරම්භ වෙමින් පවතී. මේ ක්ෂේත්‍රය ඔස්සේ තවදුරටත් ඉදිරියට පර්යේෂණ කටයුතු සිදු වනු පමණක් නොව, සමකාලීන සන්නිවේදන සහ සංහතික මාධ්‍යයේ තාක්ෂණික සහ තාක්ෂණිකවේදී පදනමේ සිදුවන ව්‍යුහාත්මක සංවර්ධනය නිසා ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය මාධ්‍ය මිනිසුන්, සංහතිකයින් වෙත නව තවත් බලපාන සන්නිවේදනමය, සංහතික මාධ්‍යමය ස්වරූප, ප්‍රභේද ෂානර වර්ධනය වීමේ සහ ප්‍රසාරණය වීමේ ප්‍රවණතාවක් පැහැදිලි ලෙස ම වර්ධනය වෙමින් පවතී. එන්න එන්න ම අන්තර්ක්‍රියාකාරී, යථාකාරී, සජීවී සංඛ්‍යාතම ස්වරූපයක් ව්‍යාප්ත වෙමින් මානව මනසේ, විඥානයේ සිනමාත්මක ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍යාත්මක ස්වභාවයට සමපාත වෙමින් එම ස්වභාවයට ප්‍රතිචාර දක්වමින් මනෝ-ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ඒකීය සාමස්තික සංස්කෘතික අවකාශයක් ගොඩනැඟෙමින් පවතින බව අපේ අදහසයි. වේගයෙන් ව්‍යාප්ත වන බහුලීකරණය වන යථාකාර සන්දර්ශන දෙස විමසිල්ලෙන් බලන විට සමස්ත සාම්ප්‍රදායික ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතික අවකාශය යථාකාර ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතික ස්වරූපය පාදක කරගත් නව ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතික අවකාශයකට පරිණාමය වෙමින් පවතින බව පෙනේ.

ඇත්තවශයෙන් ම වර්තමාන යථාකාර සන්දර්ශන දෙස බලන විට එය සන්නිවේදන සහ සංහතික මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට පමණක් සීමා වූ ගුණාත්මක වශයෙන් නව ප්‍රපංචයක් පමණක් නොව, එය නාට්‍ය සහ රංග කලාව, මාධ්‍ය ප්‍රාසංගිකත්වය, රූපවාහිනිය, ප්‍රචාරණය, දෘෂ්ටිවාදය, දෛනික පරිහාරික ජීවිතය, දේශපාලනය සහ සංස්කෘති යන ක්ෂේත්‍රවලට ද පැතිර පවතින නව්‍ය ස්වරූපයකි. යථාකාර සන්දර්ශන ැඩසටහන් අලුත් සංස්කෘතික සහ සංහතික මාධ්‍ය ප්‍රපංචයක් හැටියට ලෝකය සහ තමා පිළිබඳ ව මිනිසාට නව කියවීමක්, නව අවබෝධයක්, නව නියෝජනයක්, නව දැක්මක් සම්පාදනය කරන අතර, එය අවසාන වශයෙන් සංකීර්ණ සංවිධානමය සාමස්තික පැවැත්මක් වශයෙන් මිනිසාගේ වෛෂයික පැවැත්ම සහ ක්‍රියාකාරිත්වය පිළිබඳ ව නව ආකල්පයක් ඇති කරන්නේ ය.

යථාකාර සන්දර්ශන ක්‍රමානුකූල ව සමාජ සන්නිවේදනයේ සුපුරුදු රටාවන් වෙනස් කරන්නේ ය. යට නව සන්ධාරයක්, අර්ථයක්, ස්වරූපයක් එක් කරමින් සමාජ සන්නිවේදනයේ සීමා, අභ්‍යන්තර ව්‍යුහය, පුද්ගලයා සහ සමාජ සන්නිවේදනයේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ මූලධර්ම සහ පදනම පිළිබඳ කල්පය විපර්යාසට ලක් කරන්නේ ය.

යථාකාර රූපවාහිනියේ බලපෑම මානව විෂය නිර්මිත ව ඇති එක් ප්‍රබල පාර්ශ්වයක් වන නෝමූලික සංස්කෘතික අවකාශයට පමණක් සීමා නොවන අතර, එය ස්වාභාවික-සංස්කෘතික ලෝකයේ යමයන් ද සක්‍රිය ලෙස ආක්‍රමණය කරන්නේ ය.

ලෝක විද්‍යා හා දාර්ශනික ඉතිහාසය තුළ යථාර්ථය පිළිබඳ ව පැවැති පොදු වූ ද ආධිපත්‍යවාදී වූ ද කල්පය වූයේ එය වෙනස් නොවන ස්ථිරසාර එය, එය සඳහා ම පවතින, මිනිසාගේ අදහස්, සංවේදිතා, ගීම්, විඥානය ක්‍රියාකාරකම් මත රඳා නොපවතින ස්වාධීන සත්තාවක් ලෙස ය. මෙම ආකල්පය ාර්ථය පිළිබඳ පොදු සංස්කෘතික ආකල්පය විය. නමුත් 20 වන සියවසේ යථාර්ථය පිළිබඳ දීර්ඝ ලයක් පැවැති විමර්ශන ලක්ෂ්‍යය වෙනස් වීමට භාජනය විය.

යථාර්ථය පිළිබඳ පැවැති ආකල්පය 20 වන සියවසේ දී වෙනස්වීමට බලපෑ මූලික ම හේතුව යෙන් දැක්විය හැක්කේ භෞතික විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයෙහි සිදු වූ විද්‍යාත්මක-දාර්ශනික ගොඩනැඟීම් ය. ශේෂයෙන් ම ඇල්බර්ට් අයින්ස්ටයින් මිනිසාගේ සංවේදී අත්දැකීම්, සිද්ධි සහ යථාර්ථය අතර පවතින න්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව දාර්ශනික-විද්‍යාත්මක ප්‍රශ්නයක් වශයෙන් ඉදිරිපත් කළේ ය. මේ මාර්ගය ස්සේ කල්පනා කරන විට වාස්තවික ලෝකය, කාලය හා අවකාශය පවතිනවා පමණක් මිස බිහිවන්නේ හෝ සිදු වන්නේ හෝ නොවේ. මේ අදහස්වලට අනුව යථාර්ථය පිළිබඳ ව මෙතෙක් පැවැති ඒකමානික රේඛීය අවබෝධයට වඩා බහුමානික අරේඛීය අවබෝධයක් ගොඩනඟා ගත හැකි ය. මේ අනුව

යථාර්ථය පිළිබඳ ප්‍රශ්නයට වඩා යථාර්ථයේ යථාර්ථවාදීතාව පිළිබඳ ව ප්‍රශ්නය ප්‍රබල ය. ඇත්තවශයෙන් ම යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වල යථාර්ථවාදී බව පිළිබඳ ව වෙන ම කතා කළ යුතු ය.

වර්තමාන තොරතුරු අවකාශය තුළ යථාකාර සන්දර්ශන වැඩසටහන්වල භූමිකාව, බලපෑම සහ ක්‍රියාකාරිත්වය විමසීම ඉතා ම වැදගත් ය. නිශ්චිත සමාජ සංස්කෘතික පරිසරයක් හැඩ ගස්වමින් වර්තමාන තොරතුරු අවකාශය තුළ ක්‍රියාත්මක වන, ව්‍යාප්ත වන යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් වටහා ගැනීම අතිශය වැදගත් ය. එම නිසා 20 වන සියවසේ අග භාගයේ දී බිහි වී 21 වන සියවසේ මුල් දශක කීපය තුළ ශීඝ්‍ර ලෙස ගෝලීය සහ ජාතික වශයෙන් ව්‍යාප්ත වෙමින් සංහතික මාධ්‍ය, විශේෂයෙන් ම රූපවාහිනී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ විප්ලවීය විපර්යාසයන් ඇති කරමින්, මේ වන විට ලෝක රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයින්ගේ බහුතරය මේ යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් මඟින් ආකර්ෂණය කරගෙන තිබේ.

යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් පිළිබඳ ව ගැඹුරු සහ පළල් අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට නම් අප එම සංකීර්ණ සංහතික සංස්කෘතිය සහ සංහතික මාධ්‍ය ප්‍රපංචයේ විවිධ පැතිකඩ විමසා බැලිය යුතු ය. යථාකාර රූපවාහිනියේ බිහිවීම සඳහා බලපෑ සාධක සහ කොන්දේසි, එය ක්ෂණික ව ලොව පුරා ව්‍යාප්ත වී යෑමට පාදක වූ හේතු, යථාකාර රූපවාහිනී ෂානරයේ බලපෑම හා විශේෂතා, යථාකාර රූපවාහිනියේ හරයාත්මක, සංස්කෘතික වටිනාකම්වල ප්‍රවණතාව, තොරතුරු අවකාශයේ විවිධ පැතිකඩ කෙරෙහි යථාකාර රූපවාහිනී නිෂ්පාදනවල බලපෑම තක්සේරු කිරීම, යථාකාර රූපවාහිනියේ දෘෂ්ටිමය-සංකල්පීය, ෂානරීය, ශෛලීය සහ ආඛ්‍යානමය විශේෂතා සමකාලීන රූපවාහිනියට බලපාන ආකාරය විශ්ලේෂණය කිරීම ආදිය ඒ අතර වේ.

සමස්ත ලෝක රූපවාහිනී මාධ්‍ය ඉතිහාසය තුළ පමණක් නොව, සංහතික මාධ්‍ය ඉතිහාසය තුළ මේ යථාකාර රූපවාහිනී භාවිතය සලකා බැලීමේ දී යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල අන්තර්ගතයේ අදහස්මය - සාරධර්මවේදී දෘෂ්ටිකෝණයට අනුව රූපවාහිනී නිර්මාණකරණයේ නව ප්‍රවණතාවක් සනිටුහන් කරන්නේ ය.

යථාකාර රූපවාහිනියේ බිහිවීම සහ එහි පරිණාමය විද්‍යාත්මක-තාක්ෂණික ප්‍රගතිය සමඟ පමණක් නොව, එය 20 වන සියවස අවසාන භාගයේ ලෝක සමාජ-සංස්කෘතික සහ දෘෂ්ටිමය-ආධ්‍යාත්මික ගතිකයන් සමඟ ද අභේද්‍යනීය ලෙස සම්බන්ධ බව අපගේ අදහසයි. එසේ ම යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් බිහිවන්නට වූයේ සමාජ-ආර්ථික නවීකරණ ප්‍රතිසංස්කරණ ක්‍රියාවලීන් සමඟ මානව සංහතිය තොරතුරු සමාජයට අවතීරණය අවධිය තුළ දී ය. ඇත්තවශයෙන් ම එය ඉතිහාසයෙහි රූපවාහිනියේ වර්ධනයේ පරිණත අවධියයි. රූපවාහිනියේ සංවර්ධනයේ පරිණත අවධියේ දී රූපවාහිනිය යථාකාර රූපවාහිනී ස්වරූපය අත්පත් කරගත් බව ප්‍රකාශ කළ හැකි ය.

යථාකාර රූපවාහිනිය සංස්කෘතික ගෝලීයකරණයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ද විග්‍රහ කළ හැකි ය. මේ අනුව සංස්කෘතික ගෝලීයකරණයේ සාධකයක් ලෙස යථාකාර රූපවාහිනී ෂානරය බිහි වූ බව පෙනේ. මේ රූපවාහිනී භාවිතයේ නව ප්‍රපංචය රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂණයේ නව පෙරළියක් ඇති කරමින් උදාසීන රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා සක්‍රීය රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයකු බවට පත් කළේ ය. පෙර දී රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා තිරය මත සිදු වන ක්‍රියාකාරකම් දෙස නිෂ්ක්‍රීය ව බලා සිටියේ නම් දැන් යථාකාර රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂණයේ සක්‍රීය සහභාගිකයෙක් බවට පත් වන්නේ ය. සමකාලීන රූපවාහිනිය එයට ම ආවේණික ගුණාංග ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ ප්‍රසාරණය කිරීම අඛණ්ඩ ව කරගෙන යන අතර, සර්වත්‍රාසාරත්වය, අභිසාරිත්වය, අන්තර්ක්‍රියාකාරිත්වය සහ සංහතිකත්වය එම ගුණාංග අතර ප්‍රමුඛ වන බව සඳහන් කළ යුතු ය.

වර්තමාන වෙළෙඳපොළ සන්දර්භය තුළ අප ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද ගුණාංග ප්‍රවර්ධනය සහ ප්‍රසාරණය කිරීමේ දී යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදකයින්ගේ මුඛ්‍ය අරමුණු වන උපරිම ලාභ

ලැබීම සහ එම වැඩසටහන්වල, නිෂ්පාදනවල යථාකාර ස්වභාවය පිළිබඳ ප්‍රශ්නය මතු වන්නේ ය. සත්‍යය නම් සමකාලීන වෙළෙඳපොළ ආධිපත්‍ය තුළ යථාකාර රූපවාහිනිය පවත්වාගෙන යෑම ඉතා ම දුෂ්කර කටයුත්තකි. එම නිසා ම සමකාලීන යථාකාර රූපවාහිනිය කොතෙක් දුරට යථාකාර ද? යන ප්‍රශ්නය පිළිබඳ ව අප කල්පනා කළ යුතු ය. රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකාගාරයේ මට්ටම රඳා පවතින්නේ රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදකයින් හෝ බෙදා හරින්නන් හෝ සිය ප්‍රේක්ෂකයින් හට සපයන වැඩසටහන්වල ආකර්ෂණීය භාවය මත ය. සාමාන්‍ය රූපවාහිනී නිෂ්පාදනවල පමණක් නොව, යථාකාර රූපවාහිනී නිෂ්පාදනවලට ද අදාළ ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය ලබා ගැනීම සඳහා ක්‍රියාත්මක වන නියාමයන්ට යටත් වීමට සිදු වන්නේ ය. එනම් සැබෑ යථාර්ථය සංශෝධනයට ලක් කරන්නේ ය. යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන්කරණයේ දී ද මෙම නියමය ක්‍රියාත්මක වන අතර, එහි දී සැබෑ යථාර්ථය තිරයේ යථාර්ථය බවට පරිවර්තනය කරන්නේ ය. මෙම ප්‍රවණතාව ඔස්සේ සිදු වූ වඩාත් ම කැපී පෙනෙන හැසිරවීම වූයේ යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් (Reality TV Programmes), යථාකාර සන්දර්ශන (Reality Shows) බවට පරිවර්තනය වීමයි. මෙය ඇත්තවශයෙන් ම සිදු වූයේ යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදකයින්ගේ අවශ්‍යතාවට අනුව ය. මේ අනුව දෛනික පාරිභාරික ජීවිතය සහ ක්‍රියාකාරකම්, යථාකාර රූපවාහිනී තිරය මත ප්‍රක්ෂේපණය වීමේ අවකාශය එක් අතකින් සමකාලීන ලිබරල් ධනේශ්වර වෙළෙඳපොළ මඟින් අහුරා දැමේ. අනෙක් අතින් සැබෑ යථාර්ථය අතික්‍රමණය කිරීමේ මානව මනස සතු සිනමාත්මක බව නිසා සැබෑ යථාර්ථය යථාකාර ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය නිර්මාණ මඟින් අපට කිසිදාක හසු නොවේ. ඇත්තවශයෙන් ම මිනිසා යථාර්ථයට ලැදි සත්වයෙක් නොවේ.

යථාකාර රූපවාහිනී නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ සාම්ප්‍රදායික රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදන ප්‍රවේශය මුළුමනින් ම වෙනස් වන්නේ ය. නිෂ්පාදකයින් හට කිසි ම විශේෂ ආයාසයකින් තොර ව අලුත් රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදන ප්‍රවණතාවක් අත්හදා බැලීමේ හැකියාව ලැබී ඇත. සාම්ප්‍රදායික සම්භාව්‍ය රූපවාහිනී වැඩසටහන්වලට සිය ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය ලබා ගැනීමේ සහ එය පවත්වාගෙන යෑමේ අවශ්‍යතාව මත විශාල පරිශ්‍රමයක් දරමින් කලාත්මක සහ ප්‍රකාශන මාධ්‍යයන් අත්හදා බැලීමට සිදුවිය. දැන් ඒ දුෂ්කරතා සියල්ල ඉතිහාසයට එක් වී ඇත. දැන් සියල්ල පහසු ය, සරල ය. යථාකාර රූපවාහිනී යුගය ඒ සියල්ල උන්මූලමය වශයෙන් වෙනස් කළේ ය.

මේ නිසා සමකාලීන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය යථාකාර නිෂ්පාදන පෙර සේ ඉහළ වෘත්තික භාවයක්, ප්‍රවීණතාවක්, දැනුමක්, විනයක් සහ ශික්ෂණයක් ඉල්ලා සිටින්නේ නැත. වර්තමාන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය කර්මාන්තයේ දී සැබෑ ජීවන අවස්ථා නිරූපණයේ දී කලාත්මක නිර්මාණකරණයේ වැදගත්කම අවම වී තිබේ. සමහර විට එය බිංදුව මට්ටම දක්වා අවම වී ඇති මුත් රූපවාහිනී නිෂ්පාදනවල සපලතාව වර්ධනය වී ඇත. එසේ ම යථාකාර රූපවාහිනී වැඩසටහන් තිරය මත වීරයින් ප්‍රදර්ශනය නොකරන අතර, ජීවන ශෛලිය, විලාසය, නිශ්චිත තත්ත්වයන්හි දී මිනිසුන් හැසිරීම, ඒ වාගේ ම සමාජය තුළ විවිධ ජීවන තත්ත්වයන් නිරූපණය කිරීමේ හැකියාව, තීරණ ගැනීමේ දී ක්ෂණික ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ හැකියාව තහවුරු කිරීමට ප්‍රයත්න දරන්නේ ය. "යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වල සංස්කෘතික දේශගුණය සමඟ මානව වර්ගයා දැන් තමා සඳහා ම අවලෝකනයේ විෂයයක් බවට පත් ව යාන්ත්‍රික ව හැඟීම් ප්‍රතිනිෂ්පාදනය කර ගන්නේ ය."[8] බොහෝ විට යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් මඟින් ප්‍රේක්ෂකයා ප්‍රමෝදයට, උත්කර්ෂණයට, ප්‍රශංසනයට පත් වන අතර, එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ප්‍රේක්ෂකයා යථාර්ථය සහ නිර්යථාර්ථය අතර සත්‍ය සහ මිථ්‍යාව අතර වෙනස නැති කර ගන්නේ ය. මේ නිසා යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වලට වස්තුබීජ තෝරා ගැනීමේ දී සිය ප්‍රේක්ෂකයින් එවැනි තත්ත්වයකට පත් කිරීමට සමත් වස්තුබීජ කෙරෙහි නිෂ්පාදකයින්ගේ අවධානය යොමු වීම සාමාන්‍ය තත්ත්වයකි. යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වලට තෝරා ගන්නා එවැනි වස්තුබීජවල මූලික ලක්ෂණ ලෙස අනතුරුදායක බව, දැඩි අවදානම්කාරී බව, මාරාන්තික බව, ලිංගික බව, ආක්‍රමණික බව, අද්භූත බව, භීතිය දනවන බව, භාවාතිශය බව ආදිය දැක්විය හැකි ය.

ඇත්තවශයෙන් ම රූපවාහිනියට ආවේණික විශේෂත්වය අනුව රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයින් තුළ භාවතිග සංවේදිතා හැඩ නොගස්වා සිටිය නොහැකි ය. එය එහි ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ස්වභාවයේ සංයුක්ත සංරචකයකි. භාෂණයේ ගති ලක්ෂණ ශබ්ද-දෘශ්‍ය ස්වරූපයේ කොටසක් ලෙස පවතී. රූපවාහිනියට සිය ප්‍රේක්ෂකයා තුළ රූපාකාරය, ස්වරූප තහවුරු කිරීම සඳහා මනෝරූප-දර්ශනයේ ආවරණය අවශ්‍ය වේ. නමුත් රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා තුළ අර්ථවත්, සාරවත් සහ ඓන්ද්‍රිය රූපාකාරයන් හෝ ස්වරූප හෝ නිර්මාණය කිරීම සඳහා අප ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද සංරචක ද්වය පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවේ. ඒ සඳහා හැඟීම්, මනෝරූප-දර්ශන, ආවරණ අදහස් සහ අර්ථ යන චතුර්විධ සංරචකයන් අත්‍යවශ්‍ය වන්නේ ය.

නමුත් අපේ කාලයේ රූපවාහිනිය විශේෂයෙන් ම යථාකාර රූපවාහිනිය සහ යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්කරණයේ දී අදහස් සහ අර්ථ ඉවත් කරනු ලබයි. ඇත්තවශයෙන් ම සම්භාව්‍ය, සාම්ප්‍රදායික රූපවාහිනිය යථාකාර රූපවාහිනියෙන් වෙන්කොට හඳුනාගත හැකි ව්‍යුහාත්මක අනන්‍යතාව ප්‍රකට කරන ප්‍රබල සාධකයක් බව සඳහන් කළ යුතු ය. මෙය කෙළින් ම යථාකාර රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයාගේ දැනුම කෙරෙහි යොමු ව ඇති උනන්දුව වළකාලන්නේ ය. මෙය යථාකාර රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයා දැනුම, ප්‍රජානනය කෙරෙහි ඇති උත්තේජනය විනාශ කර දමන්නේ ය. ඇත්තවශයෙන් ම මෙය සමකාලීන ගෝලීය ලිබරල් ආධිපත්‍යවාදයේ සංස්කෘතික දෘෂ්ටිවාදයයි. මෙය සමකාලීන ගෝලීය ලෝකයේ සංස්කෘතික සාමස්තිකාධිපත්‍යවාදයයි.

රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකාගාරය එහි සංහතික ස්වභාවය නිසා ම විශාල විවිධත්වයක් දරන බැවින්, ඊට සමපාත ව අදහස් සහ අර්ථ හැඩ ගැස්වීම නිෂ්පාදකයන් සඳහා ඉතා සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. මේ නිසා නිෂ්පාදකයින්ගේ අවධානය යොමු ව පවතින්නේ සරල, සාමාන්‍ය, දෛනික පාරිභාරික, අවිඥානික මාදිලියේ වැටහීම් සහ ආකල්ප සංහතික විඥානය තුළ තහවුරු කිරීම සහ ඒවා නිරූපණය කිරීම කෙරෙහි ය. මක්නිසා ද යත් රූපවාහිනී නිෂ්පාදනයේ ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය රූපාකාරයන් හෝ ස්වරූප පිළිගැනීම හෝ නොපිළිගැනීම මත හෝ අදාළ රූපවාහිනී නාළිකාවේ ප්‍රේක්ෂකාගාරයේ වර්ධනය රඳා පවතින බැවිනි.

සමකාලීන ගෝලීය ආර්ථික සහ දේශපාලන අවශ්‍යතාවලට සහ වුවමනාවන්වලට වඩාත් ම ගැළපෙන රූපවාහිනී ප්‍රභේදයක් වශයෙන් යථාකාර රූපවාහිනිය හැඳින්විය හැකි ය. සමකාලීන ගෝලීය දේශපාලන දෘෂ්ටිවාදයට සහ සංස්කෘතික අධ්‍යාත්මයට යථාකාර රූපවාහිනිය තරම් ගැළපෙන තවත් සංහතික මාධ්‍යයක් පිළිබඳ ව අපට සිහිනෙන්වත් සිතාගත නොහැකි ය.

යථාකාර රූපවාහිනිය නමින් 20 වන සියවස අග දී ම ඇති වූ මේ නව්‍ය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ප්‍රපංචය ඉතා ශීඝ්‍ර ව ලොව පුරා ව්‍යාප්ත වී ගොස් අලුත් සංහතික සංස්කෘතියක් ගොඩනගා ඇති අතර, ඉන් නිදහස් ව සිටීමට ශ්‍රී ලංකාවට ද නොහැකි විය. 21 වන සියවසේ මුල දී ම යථාකාර රූපවාහිනිය ඇමෙරිකානු සහ බටහිර ආකෘතිවල නිරීක්ෂණාත්මක ආභාසය යටතේ උත්තරාරෝපණය වූ බව අපගේ හැඟීමයි. බටහිර ශිෂ්ටාචාරයෙන් අපට ලැබුණ බොහෝ දේවල් සේ ම යථාකාර රූපවාහිනිය ද අප අත්පත් කර ගත්තේ සමස්ත ප්‍රපංචයේ ස්වභාවය සංකල්පීය ව සහ න්‍යායයික ව වටහා ගැනීම තුළ නොව, එය මතු පිටින් සහ කොටස් වශයෙන් නොදියුණු ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනී සංස්කෘතියට අනුකූල ව ය. මින් අදහස් වන්නේ යථාකාර රූපවාහිනී සංකල්පය ඇමෙරිකාවේ හෝ බටහිර යුරෝපීය රටවල හෝ පරමාදර්ශී ලෙස ක්‍රියාත්මක වන්නේ ය යන්න නොවේ. යථාකාර රූපවාහිනිය ශාස්ත්‍රීය ව විද්‍යාත්මක ව අධ්‍යයනය කරන්ට ආරම්භ වී තව ම ගත වී ඇත්තේ ඉතා සුළු කාලයකි. ඒ නිසා තවම මේ නව ප්‍රපංචය සම්බන්ධ ව පොදුවේ පිළිගන්නා වූ නිර්වචනයක් පවා ගොඩනගාගෙන නොමැත. ඇත්තවශයෙන් ම යථාකාර රූපවාහිනිය සහ යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන් සත්‍ය ලෙස ම යථාර්ථවාදී වන්නේ ද යන ප්‍රශ්නය වර්තමාන ඇමෙරිකානු සහ බටහිර යුරෝපීය ශාස්ත්‍රාලයීය පර්ෂද තුළ සාකච්ඡා වෙමින් පවතී. නමුත් මෙය ඉතා ගැඹුරින් විශ්ලේෂණය කිරීමට මෙය අවස්ථාව නොවේ. ඇමෙරිකානු සහ බටහිර

යුරෝපීය යථාකාර රූපවාහිනියට සහ යථාකාර රූපවාහිනී සන්දර්ශන වැඩසටහන්වලට සාපේක්ෂ ව සලකා බැලීමේ දී ශ්‍රී ලාංකේය යථාකාර රූපවාහිනී සහ සන්දර්ශන වැඩසටහන් පවතින්නේ ප්‍රාථමික සහ ඌන සංවර්ධන මට්ටමක බව පෙන්වා දිය යුතු ය.

අවසාන වශයෙන් යථාකාර රූපවාහිනිය වන 21 වන සියවසේ නව සංහතික මාධ්‍ය සහ ගෝලීය සංස්කෘතික ප්‍රපංචය අධ්‍යයනය කිරීමට අවශ්‍ය ක්‍රමවේදය, න්‍යායයික සහ සංකල්පීය ප්‍රවේශ ප්‍රවර්ධනය කළ යුතු වන්නේ ය. මේ අලුත් ප්‍රපංචය තල ත්‍රිත්වයක් ඔස්සේ අධ්‍යයනය කළ හැකි බව අපගේ අදහසයි. නිරීක්ෂණාත්මක - අනුභූතික, න්‍යායයික සහ ලෝකදෘෂ්ටිමය-ක්‍රමවේදාත්මක යන තල ත්‍රිත්වයයි. යථාකාර රූපවාහිනිය එහි ස්වභාවය අනුව ම පද්ධති-සංකීර්ණමය විශ්ලේශණීය ප්‍රවේශයක් ඉල්ලා සිටින අතර, එය සංකීර්ණ අන්තර්විෂයික ප්‍රවේශයක් තුළ සිදු විය යුතු අතර, එයට මානවවිද්‍යාවන්ගේ සහ සමාජීය විද්‍යාවන්ගේ - සංහතික මාධ්‍යවේදය, සමාජ විද්‍යාව, මනෝවිද්‍යාව, දේශපාලන විද්‍යාව, සංඥාර්ථවේදය, මාධ්‍යවේදය, සංස්කෘතිකවේදය මෙන් ම තාක්ෂණික විද්‍යාවන්ගේ ක්‍රම යොදාගත යුතු වන්නේ ය.

1. http://www.reality-tv-online.com/articles/history-reality-tv.html
2. John Hartley, Key concepts in Communication, Cultural and Media Studies, Routledge, London, 2004, p. 197
3. Bernadette Casey, Neil Casey, Ben Calvert, Liam French and Gustin Lewis, Key concepts in Television studies, Routledge, London, 2004, p. 196
4. Victoria O,Donnell, Television Criticism, Sage publications, London, 2007, p. 127
5. Annette Hill, Reality TV, Audiences and popular factual Television, Routledge, London and New York, 2007, p. 15
6. Annette Hill, Reality TV, Audiences and popular factual Television, Routledge, London and New York, 2007, p. 19
7. Victoria O,Donnell, Television Criticism, Sage publications, London, 2007, p. 128
8. Paul A. Taylor and Gan Li, Harris, Critical Theories of mass media: Then and now, Tata McGraw Hill Education Private Limited, New Delhi, 2010, p. 37