RARE

දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය හා යථාර්ථය

(රූපවාහිනී රියැලිටි වැඩසටහන්වලට විශේෂිතව කරනු ලබන අධ්‍යයනයක්)

ඩී. සඳුන් නිසන්ත ද සිල්වා

FGS/M/MSSc/2005/04

සමාජීය විද්‍යාපති උපාධිය (MSSC)

සමාජීය විද්‍යාපති - ජනසන්නිවේදනය

කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රී ලංකාව

ප්‍රවේශ අංකය: 1282
වර්ග අංකය:

මාර්තු 2015

සංක්ෂේපය

රූපවාහිනී මාධ්‍ය ගෝලීය සමාජය තුළ එයටම අනන්‍ය වූ බලපෑමක් කරනු ලබන සම්ප්‍රදායික දෘශ්‍ය මාධ්‍යය කි. අද්‍යතන සමාජ දේශපාලන සංස්කෘතික සමාජ වපසරිය තුළ සමස්ත බලය රූපවාහිනිය විසින් සංකේන්ද්‍රණය කරගෙන ඇත. ඒ මාධ්‍යකරුවන් විසින් රූපවාහිනියට ආවේනික ශක්‍යතා භාවිතා කරමින් ප්‍රේක්ෂකයා මත ප්‍රබල බලපෑමක් සිදුකරන නිසා ය. රූපවාහිනී මාධ්‍ය මඟින් ප්‍රතිනිර්මාණය කරනු ලබන දෘශ්‍ය සංරචනයන් තාක්ෂණිකව හා මතවාදීව සකසන ලද ව්‍යාජ රූප වන අතර ඉන් ප්‍රේක්ෂකයා කොන්දේසි විරහිතව මෙහෙයවනු ලබයි. ඒ සඳහා මාධ්‍යකරුවන් විසින් රූපවාහිනී මාධ්‍යයට අනන්‍ය වූ නෛයිසර්ගික ගුණයන් සැළසුම් සහගතව කළමණාකරනය කරනු ලබයි. එ නිසා සන්නිවේදනයත්, යථාර්ථයත් අතර පරතරයක් නිර්මාණය වේ. ඒ වෙනස ඇති වන්නේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී අදාළ ප්‍රතිනිර්මාණය අර්ථකථන සහිතව ඉදිරිපත්වීම නිසයි. නිරූපණය හා යථාර්ථය අතර වෙනස උච්ච වූ කල්හි බිහිවන්නේ ව්‍යාජය කි. එනම් සමකාලීන රූපවාහිනිය මඟින් ඉදිරිපත්වන්නේ තාක්ෂණිකව හා මතවාදීව සකසන ලද ව්‍යාජ රූපය කි. එය රූපවාහිනිය මඟින් යථාර්ථය කෙතෙක් දුරට පරාවර්තනය කරනවාද යන ගැටලුව ඇති කරයි.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ක්‍රියාත්මක වන ජනමාධ්‍ය අතරින් රූපවාහිනී මාධ්‍ය යේ ක්‍රියාකාරීත්වය සහ එමඟින් සිදුකරනු ලබන ප්‍රතිනිර්මාණය යථාර්ථයට දක්වන සම්බන්ධතාවයේ ස්වරූපය කුමන ආකාරද යන්න අධ්‍යයනය කළයුතු වේ. ඒ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සන්නිවේදනය සහ යථාර්ථය අතර පරතරයක් පවතින බව පෙනීයන බැවිනි. එම පරතරය විසින් සමාජය තුළ නිර්මාණය කරන්නේ ව්‍යාකූල තත්ත්වය කි. නමුත් සමාජ මානවයා ඉතාම සියුම් ලෙස මේ මාධ්‍යයන්ගේ මෙහෙයවීමට ලක්වී ඇති බැව් පෙනේ. ස්වභාවයෙන්ම මානවයා රූපයට ඇලුම්කරයි. ඒ නිසාම රූපවාහිනී මාධ්‍යයට ප්‍රේක්ෂකයා මෙහෙයවීම පහසු වී ඇත.

ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය හැරුණු විට ශ්‍රී ලාංකීය රූපවාහිනී ෂේත්‍රයේ වඩා වැඩි ප්‍රෙක්ෂක ආකර්ෂණයක් ඇති වැඩසටහන් ආකෘතියක් වන්නේ රූපවාහිනී රියැලිටි වැඩසටහන් ය. යථාර්ථවාදී වැඩසටහන් ලෙස හඳුන්වනු ලබන මෙම වැඩසටහන් විශේෂය නියැදිය ලෙස ගෙන ශ්‍රී ලාංකීය රූපවාහිනි සන්නිවේදනය මඟින් යථාර්ථය ප්‍රතිනිර්මාණය කරනවාද යන්න සහ රූප මාධ්‍යයට අදාළ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ශ්‍රී ලාංකීය ප්‍රේක්ෂකයා සතුව පවතින්නේද යන්න මේ පර්ෂණය මඟින් සොයා බැලුවෙමි. එහිදී රූපවාහිනී මාධ්‍යය ට අනන්‍ය වූ රූපය ප්‍රතිනිර්මාණයට අදාළ තාක්ෂණික හා මතවාදී ප්‍රවේශයන් පිළිබඳ සළකා බැලුවෙමි.

<u>මුඛ්‍ය පද - :</u> "රූපවාහිනිය", "දෘශ්‍ය මාධ්‍ය", "ප්‍රතිනිර්මාණය", "ව්‍යාජ රූපය", "යථාර්ථය"

Abstract

Television is a traditional visual media that makes a unique influence in global society. The television has centred the overall authority in modern social, political and cultural atmosphere as journalists make a vast impact on spectators using the unique capabilities of the medium. Visual components created by television medium are simulacrums created technically and ideologically and spectator is unconditionally manipulated by them. Journalists manage unique intrinsic qualities of television with the objective of manipulating the spectator. That creates a space between communication and reality because the representation in the communication process is done with interpretations. When the space between demonstration and reality is wider it creates a simulacrum. Hence, contemporary television demonstrates a technically and ideologically created simulacrum. It raises the issue "to what extent the television reflects reality".

Nature of the behaviour of television among mass media in Sri Lanka and the relationship between its representations and reality should be studied as a space between television communication and reality is observed. That space creates a complicated situation in the society. However, it seems that social human is sharply manipulated by these media. Humans are naturally attracted to images, hence, it is easy for television medium to manipulate the spectator.

Apart from news reporting television reality shows attract more spectators in Sri Lanka. Taking these programmes, which are deemed to be realistic programmes, as a sample I have studied whether Sri Lankan television communication represents reality and whether Sri Lankan spectators have a media literacy related to visual media. Technical and Ideological approaches on representation of image, which is unique to television medium, were considered in this regard.

Key words: "Television", "Visual media", "Representation", "Simulacrum", "Reality"