

1.0 හැඳින්වීම.

සන්නිවේදනය යන්නට විවිධ ශාස්ත්‍රදෙසින් විවිධ නිර්වචන දී ඇත. මිනිස් සමාජය තුළ ඔවුනොවුන් අතරේ අදහස්, තොරතුරු, හුවමාරු කර ගැනීම සන්නිවේදනයයි. අදහස්, තොරතුරු, දැනුම, අත්දැකීම්, හැඟීම්, ආකල්ප, විකල්ප ආදී දේ මිනිසුන් අතරේ සංක්‍රමණය වීම හෙවත් එනා මෙහා යෑම මෙම සන්නිවේදනය යන වදන තුළින් ගම්‍ය වේ. එසේ තොරතුරු සන්නිවේදනය කරන ප්‍රධාන වීද්‍යුත් මාධ්‍යයක් වශයෙන් රූපවාහිනී මාධ්‍යය හඳුන්වා දිය හැක.

රූපවාහිනිය ඉවස-දෘශ්‍ය මාධ්‍යයකි. ඒ කෙරෙහි ජනතාව අද විශාල වශයෙන් රැඳී සිටියි. නැතිවම බැරි මාධ්‍යයක් බවට පත්ව ඇත්තේ රූපවාහිනී මාධ්‍යයයි. ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී මාධ්‍යය රජයේ රූපවාහිනී මාධ්‍යය සහ පෞද්ගලික රූපවාහිනී මාධ්‍යය ලෙස කොටස් දෙකකට දැක්විය හැකියි. රජයේ රූපවාහිනී මාධ්‍යය ලෙස ජාතික රූපවාහිනිය සහ ස්වාධීන රූපවාහිනිය දැක්විය හැකි අතර පෞද්ගලික රූපවාහිනී මාධ්‍යය ලෙස සිරස ටී.වී, දෙරණ ටී.වී, ස්වර්ණවාහිනී, TNL, ඩයිනවිෂන්, MTV, ආදිය පෙන්වා දිය හැක.

සංවාද වැඩසටහන් ද දේශපාලන, ආර්ථික, අධ්‍යාපන, සමාජීය, ආගමික යන විවිධ ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ සිදු වේ.

මෙම සමස්ත මාධ්‍යය වල ඉහත කී අංශයන් සන්නිවේදනය කරන්නා වූ ප්‍රධාන අංශයක් වන්නේ ඒ ඒ රූපවාහිනී නාලිකා වල විකාශනය වන සංවාද වැඩසටහන්ය. ජාතික සංවර්ධනය අත්‍යවශ්‍ය යුගයක ශ්‍රී ලංකාව තුළ ජනතාවට වඩාත් ප්‍රබලව එකී සංවාද වැඩසටහන්හි අවශ්‍යතාවය දැනෙයි. මිනිසුන් සංවාද වැඩසටහන් බලන්නේ තමන් තුළ පවතින කුහුල සන්සිදුවා ගන්නයි. ඒ වගේම ඔවුන් නිරන්තරව අවධානය යොමු කරන්නේ රටේ කුමක් සිදුවෙමින් පවතින්නේ ද ? යන්න පිළිබඳව යි.

සංවාද වැඩසටහන් පිළිබඳව මිනිසා මෙතරම් උනන්දුවක් දක්වන තවත් හේතුවක් වන්නේ ඒවායේ අන්තර්ගතය ඔවුන්ගේ ජීවිත වලට විවිධාකාරයෙන් බලපෑම් ඇති කරන හිසයි.

මෙහිදී මාධ්‍යවේදියාගේ භූමිකාවට හිමි වන්නේ සුවිශේෂී ස්ථානයකි.

ජනමාධ්‍යවේදියා යනු කවරෙක් ද? පොදුවේ ගත් කළ ජනමාධ්‍යවේදියා යනු ජනමාධ්‍යය භාවිතා කර පොදු ජන තොරතුරු සන්නිවේදනය කරන්නා වශයෙන් කඳුනාගත හැකි වේ.

සංවාද වැඩසටහන් මෙහෙය වන්නා වූ ජනමාධ්‍යවේදියා ද ඉහත සඳහන් ආකාරයේ ජනමාධ්‍යවේදියෙක් විය යුතුය. ඔහුගේ භූමිකාව දැනුම, අත්දැකීම්, බුද්ධිය, අවබෝධය, අපක්‍ෂ්‍යාතිත්වය යන සකලවිධ අංශයන්ගෙන් සමන්විත විය යුතුය.

හමුත් වර්තමාන මාධ්‍යවේදියා තුළ ඉහත කී ගුණාංග තිබේද යන්න හැටළුවකි.

ජනමාධ්‍යකට හසු වීම සවිඥාණික ක්‍රියාදාමයක් විය යුතුය. ඉන් අදහස් කරන්නේ ජනමාධ්‍ය සිය ග්‍රාහකයා තුළට නිර්වින්දනයක් වෙනුවට සවිඥාණික වින්දනයක් ජනනය කරන බවයි. එහෙත් මෙකල බොහෝ රූපවාහිනී නිවේදකයින්ගේ විශ්වාසය වී ඇත්තේ කෙසේ හෝ තම ප්‍රේක්ෂක ජනයා තමන්ගේ සන්දේශය මඟින් නිර්වින්දනාත්මක මාර්ගයකට හසු කළ යුතුය කියාය.

මේ තත්වය පෝර්ජ් ගාබ්නර්, මාර්ෂල් මැක්ලන් විැති ජනමාධ්‍ය විශාරදයින් පෙන්වා දෙන්නේ මෙම මාධ්‍යකරුවා මානව හිතවාදියෙකු වීම වෙනුවට මායාකාරි ඉගැන්වීමකයෙකු වන බවයි.

ජනමාධ්‍යවේදියාගේ භූමිකාව පිළිබඳව ඇතුළත් කෘති සිපයක්ම දක්නට ලැබේ. නමුත් ඔහුගේ භූමිකාව සංවාද වැඩසටහන් තුළින් නිරූපණය වන්නේ කෙසේ ද? යන්න මෙතෙක් කළ කෘති තුළින් හෙළි වී නොමැත. සංවාද වැඩසටහන් තුළින් හෙළිවන්නා වූ ජනමාධ්‍යවේදියාගේ භූමිකාව පිළිබඳව විමසීම කාලීන අවශ්‍යතාවයක් ලෙස මම දකිමි. එම නිසා මෙවන් පර්යේෂණ නිබන්ධනයක් කිරීමට බලාපොරොත්තු වෙමි.

### 1.1 පර්යේෂණ ගැටළුව හා උපන්‍යාසය

#### පර්යේෂණ ගැටළුව

අද්‍යයන රූපවාහිනී නාලිකා තුළ විකාශනය වන සංවාද වැඩසටහන් තුළින් නිරූපණය වන්නේ ජනමාධ්‍යවේදියාගේ සැබෑ භූමිකාවද ?

#### උපන්‍යාසය

අද්‍යයන රූපවාහිනී නාලිකා තුළ විකාශනය වන සංවාද වැඩසටහන් තුළින් නිරූපණය වන්නේ ජනමාධ්‍යවේදියාගේ සැබෑ භූමිකාව නොවේ.

### 1.2 අරමුණ හා අභිමතාර්ථ

#### අරමුණ

අද්‍යයන රූපවාහිනී නාලිකා වල විකාශනය වන සංවාද වැඩසටහන් තුළින් ජනමාධ්‍යවේදියාගේ සැබෑ භූමිකාව නිරූපණයවේදැයි අධ්‍යයනය කිරීම.

#### අභිමතාර්ථ

- ජනමාධ්‍යවේදියාගේ භූමිකාව විමසීම
- ශ්‍රී ලංකාවේ තෝරාගත් රූපවාහිනී නාලිකා වල විකාශනය වන සංවාද වැඩසටහන්හි අන්තර්ගතය අධ්‍යයනය කිරීම.