

# මධ්‍යම පාන්තික පවුල් සංස්ථාව කෙරෙහි රූපවාහිනියේ බලපෑම

එම්.එන්. විනිෂියා

සමාජීය විද්‍යා අධ්‍යයනාංශය, ශ්‍රී ලංකා සබරගමුව විශ්ව විද්‍යාලය

## සාරාංශය

වර්තමාන ජනමාධ්‍ය අතර විද්‍යුත් මාධ්‍යයක් ලෙස ඉහළ ශක්‍යතාවක් හිමි සහ වඩාත් ජනප්‍රිය මාධ්‍ය වන්නේ රූපවාහිනිය යි. එය වඩාත් ජනප්‍රිය සහ ප්‍රබල මාධ්‍යයක් බවට පත්වීමට හේතුව එය එකවර ශ්‍රව්‍ය හා දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් වීම යි. ඩෙනිස් (1991:209) දක්වන ආකාරයට ගෝලීය රූපවාහිනී කර්මාන්තය හා අද්‍යතනයෙහි එය පාඨනය කරන අන්තර්ගතය ග්‍රාහක සමාජය කෙරෙහි කවර බලපෑමක් කෙසේ ඇති කරන්නේ ද යන්න බොහෝ පර්යේෂණවලට වස්තු විෂය විය. 1940, 50 දශකයන්හී රූපවාහිනියේ ස්වර්ණ යුගයේ ආරම්භය වේ. එවකට රූපවාහිනී අන්තර්ගතය තුළ සෝප්, ඔපෙරා වැනි ජනප්‍රිය ආබ්‍යානයන් හා දැවැන්ත ප්‍රචාරණයට අවශ්‍ය මුල් හැඩතල බිහි වීම සිදු විය. ඒ හා සමඟ ඒවායෙහි අයහපත් බලපෑම පිළිබඳ ව කතිකාවන් ගොඩනැගුණි. එම පර්යේෂණයන් හුදෙක් සමාජ සංස්ථාවන් කෙරෙහි වන බලපෑම පිළිබඳ සෙවීමකට වඩා පුද්ගල බලපෑම ඉලක්ක විය. න්‍යායාත්මකය ව මධ්‍යම පාන්තික පවුල් සංස්ථාවෙහි කෘත්‍යයන් කෙරෙහි වන රූපවාහිනී අන්තර්ගතයන් හි බලපෑම සොයා බැලීම මෙහි ප්‍රධාන අරමුණ විය. අම්පාර දිස්ත්‍රික්කයේ අම්පාර ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාසයට අයත් ග්‍රාම නිලධාරී කොට්ඨාසයක පවුල් 45ක් පාදක අධ්‍යයන සඳහා යොදා ගත් අතර සම්මුඛ සාකච්ඡා, ප්‍රශ්නාවලි සහ නිරීක්ෂණය දත්ත රැස් කිරීම සඳහා භාවිත කෙරුණු අතර ප්‍රමාණාත්මක හා ගුණාත්මක මිණුම් ආශ්‍රයෙන් විග්‍රහ කිරීම් ඉදිරිපත් කර ඇත. මධ්‍යම පාන්තික පවුල් සංස්ථාව කෙරෙහි වන රූපවාහිනී අද්‍යතන පාඨනයන්ගේ බලපෑම ධනාත්මක හා සෘණාත්මක අගයන්ගෙන් සමන්විත වන වරණීය බලපෑමක් වන බව පර්යේෂණ නිගමනයන් මගින් පැහැදිලි වේ.

කේන්ද්‍රීය වචන - රූපවාහිනිය, පවුල, මධ්‍යම පන්තිය, විද්‍යුත් මාධ්‍යය, ආබ්‍යාන

## හැඳින්වීම

ශ්‍රී ලංකාවේ සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතික සහ සමාජ වටපිටාව කෙරෙහි ගුවන් විදුලිය හා රූපවාහිනිය නව යෙදවුමක් විය. එකල මෙය ග්‍රාමීය හෝ නාගරික වෙනසෙහි පදනමක් නොවී ය. දිසානායකට අනුව (2007:26) අද්‍යතන ලංකාවේ වැඩි පිරිසකගේ නිවෙස්වල පරිහරණය කරනු ලබන ගෘහස්ථ උපකරණයක තත්ත්වයට රූපවාහිනිය පත්ව ඇත. සෑම දිනකම පවුලේ සමාජිකයන් පැය කිහිපයක් නරඹන හෙයින් නිවාසීව වඩාත් භාවිත කරන උපකරණයක් සේ ඉදිරියට ඒමට රූපවාහිනියට අවකාශ විවර ව ඇත. එය අද්‍යතන ප්‍රේක්ෂකයාගේ යුනිකෝපියාවන් යථාර්ථවාදී ව මව්‍යාලන උපකරණයකි රූපවාහිනියේ ග්‍රාහක පරිහරණය ඉහළ ම මට්ටමක පැවතීමට හේතුවකි එය ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මේවලමක් වීම. ඒ තුළ අප හමුවේ නව ලෝකයක් මවාලීමට එය සමත් වෙයි. “ග්‍රාහකයන්ගේ මාධ්‍ය පරිශීලනය පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීමේදී දැකිය හැක්කේ මූලික සන්නිවේදන කාර්යයේදී 70% ක් පමණ අප සංවේදී වන්නේ දෘශ්‍ය සන්නිවේදනයට

බවයි” (Mandav 2005:10). එකවර ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය භාවිතයන් දෙකම හිමි වීම ගුවන්විදුලිය වැනි මාධ්‍ය පරයා ඉදිරියට ඒමේදී රූපවාහිනියට වඩාත් පිටුබලය විය. මෙලෙස ම පුවත්පත වැනි මාධ්‍යයක් පරිශීලනය කිරීමේ ශක්‍යතාව නිරීක්ෂණය කරන විට දැකිය හැක්කේ එය පරිශීලනය කිරීමට නම් සාක්ෂරතාව වැදගත් බලපෑමක් එල්ල කරන බවයි. සාක්ෂරතා ඥානය අහිමි පිරිස්වලට පුවත්පත් කියවීම කළ නොහැක්කේ වුවත් රූපවාහිනිය නැරඹීමට එය බාධාවක් නොවේ. මෙවැනි වැදගත් සන්නිවේදන කුසලතාවලින් පරිපූර්ණ රූපවාහිනිය අදවන විට බහුවිධ නාලිකාවලින් සමන්විත මාධ්‍යයකි. තොරතුරු ග්‍රහණය අධ්‍යාපනය, විනෝදාස්වාදනය, ආදර්ශ සැපයීම, වෙළඳපොළ හඳුනාගැනීම ආදී වශයෙන් ඒ ඒ ග්‍රාහකයා අපේක්ෂා කරන අපේක්ෂිතයන් සම්පාදනය කරලීමට රූපවාහනීය සමත් ය. කෙසේ වෙතත් මේ සියලු රූපවාහනී නාලිකා අන්තර්ගතයන් සම්පදානය කරලීමේ කාර්යය පසුපස වාණිජමය පරමාර්ථ ද ඇතුලත් ය. පවතින පාරිභෝගික සමාජය තුළ පාරිභෝගිකයාට හාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වාදීම සිදු කරමින් රූපවාහිනිය ද සුපිරි වෙළඳ සැලක තත්ත්වයට පත්ව ඇත (විජේසිංහ 2007:66). රූපවාහිනියේ ග්‍රාහකයන් දිනාගැනීමේ හැකියාව පිළිබඳ ස්වකීය සෝප් ඔපෙරාව පිළිබඳ රචනයක දී රංජිත් පෙරේරා මෙවැනි සඳහනක් කරයි.

“රූපවාහිනිය හුදු තාක්ෂණික පෙළහරක් පමණක් නොවන බව අවධාරණයෙන් කිව යුතුය. රූපවාහිනිය අනිවාර්යයෙන්ම සංස්කෘතික ඒජන්තවරයෙකි. හෙවත් කාරකයෙකි. එය ජනප්‍රිය සුඛ සම්පාදනය කොට ඒවා ප්‍රේක්ෂක ජනයා අතර බෙදාහරින බැවින් රූපවාහිනිය සමාජ ව්‍යුහයට නැතිවම බැරි අංගයක් බවට පත් වී ඇත්තේ ය. රූපවාහිනිය අප වසන ධනවාදී සමාජය තුළ දී අපට අවශ්‍ය අර්ථ හා සුඛ සම්පාදනය කරමින් සංස්කෘතික සම්බන්ධතාවක් ලෙස පවතින්නා සේම එය ධනවාදී සමාජයේ විනිමය හාණ්ඩයක් හැටියටත් පවතින්නේය” (පෙරේරා 2007:351-353 ).

එහි දී බහු ජාතික හාණ්ඩ හා සේවා සපයන්නන්ගේ මූල්‍ය හා ප්‍රචාරක අනුග්‍රහය රූපවාහිනියේ ලෝක ව්‍යාප්තිය සඳහා පහසුකම් සපයා ඇත. “පශ්චාත් කාර්මික සමාජයේ ලෝක වෙළඳ බලවතුන් නව වෙළඳ පොළ සොයා ගැනීම සඳහා භාවිත කළ ක්‍රමවේද ඇතුළත් ගෝලීයකරණ කාර්යයෙහි ලා ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයට හිමිවන්නේ අතිශය වැදගත් ස්ථානයකි”(Dennis 1991:19). සමාජ සංස්කෘතික හා දේශපාලනික කරුණු විසරණය කිරීමේ මාධ්‍ය ජනමාධ්‍යයි. ඒ අතර ද වැඩි ශක්‍යතාවක් හිමි ප්‍රබලතම මාධ්‍ය වන්නේ රූපවාහිනියයි. පසුගිය කාලයේ තෙවැනි ලොව. රටවල රූපවාහිනී ආයතන වෙත පහසුකම් සපයන්නාගේ භූමිකාව හිමිකරගත් ඇතැම් බටහිර රටවල රූපවාහිනී ආයතන විකාශය කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වැඩසටහන් ද සපයා දෙන අවස්ථා දක්නට ලැබුණි. ඇතැම් විටෙක සමහර රූපවාහනී ආයතන හුදු මාධ්‍ය ආයතනම නොවන අතර ඒවා සහෝදර සමාගම් ජාලයක එක් පුරුකක් පමණි. එවැනි අවස්ථාවක තම ජාලයේ අන්‍ය සමාගම් හා බද්ධ සැගවුණු ආර්ථික අරමුණු ද මේවා වෙත තිබිය හැක. සිය නාලිකාව ප්‍රවර්ධනය සඳහා සහ ග්‍රාහක පිරිස වැඩිකර ගැනීම සඳහා වන උපක්‍රම ඔවුන් අතර භාවිතයෙහි පවතී. ඒ අතර

විටෙක විනෝදාස්වාදන අවස්ථා ඔස්සේ සංස්කෘතික අල්ලස් ද ත්‍යාග පිරිනැමීමෙන් ආර්ථික අල්ලස් ද ලබාදීමට මේ සමාගම් ක්‍රියාකාරීත්වය සිටියි.

**සාහිත්‍ය විමර්ශනය**

ජෝසප් (Joseph) (1994: 540) අනුව රූපවාහිනිය හුදෙක් ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මෙවලමක් වුව ද එය නරඹන්නාගේ වර්ගය වන කෙරෙහි එල්ල කරන්නේ සැලකිය යුතු බලපෑමකි. වර්ගය වන මාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ අධ්‍යයන සිදු කිරීම 1920 හා 30 දශකයන් හි මුල් කාලය වෙත දිව යයි. රූපවාහිනී භාවිතය සීඝ්‍රයෙන් වැඩි වත්ම 1950 කාල වකවානුවන්හි දී නැවතත් පර්යේෂණයන් කරුණ පරපුර කෙරෙහි වන බලපෑම පිළිබඳ සොයා බලන්නට විය. ඒවායින් බොහෝමයක් ප්‍රචණ්ඩකාරී වැඩසටහන් දරුවන්ට හානිකර බව සොයා ගන්නා ලදී. මේ අවධියේ පළ වූ ග්‍රන්ථයක් වන ‘Television and the Child. (1958)’ ළමයා හා රූපවාහිනිය” ළමයින් ලෝකය පිළිබඳ වන සංජානනය හා වටිනාකම් කෙරෙහි දැඩි බලපෑමක් එල්ල කරන බව දැක්වීය. එහි දෙවන ග්‍රන්ථය ද ඒ හා සමාන පර්යේෂණයන් මත පාදක වූ අතර කෙවන ග්‍රන්ථය ‘The Effects of Mass Communication. (1960)’ “ජන සන්නිවේදනයේ බලපෑම” නමින් පළ විය. එමගින් පුද්ගලයාගේ ආකල්පමය හා වර්ගාත්මක වෙනස්කම් ඇති කරලීමට ජනමාධ්‍යය ප්‍රධාන වශයෙන් බලපෑම් ඇති කරන බව සඳහන් වේ (Stanley 2004: 427).

Kate iy Moody(1975:185) දක්වන පරිදි රූපවාහිනියෙහි ප්‍රදර්ශනය කරන පවුල අප අත් දකින සැබෑ ලෝකය විශද නොකරයි. එමෙන් ම දිසානායකට අනුව (2007:38) නූතන පවුල් එහි හැම විටම ගත කරන්නේ තෘප්තිමත් ජීවිත නොවේ, අතෘප්තිකර සමාජ රටාවන්ගෙන් පෝෂිත පීඩාකාරී පවුල් ඒකකයන් හි සට්ටනය ඒ මත නිරූපණය වේ. රූපවාහිනී දැන්වීම් සහ ළමයින් පිළිබඳ කෙරුණු අධ්‍යයනයන්ගෙන් හෙලිව ඇත්තේ ළමයින් අනතුරට භාජනය විය හැකි ග්‍රහකයන් කොට්ඨාසයක් බවයි. එබැවින් ඔවුන් රූපවාහිනී දැන්වීම් වලට නිරාවරණය නොවිය යුතුය. ඔවුහු මේවායේ අන්තර්ගත විකුණුම් ප්‍රයෝග (Selling Tequnics) සත්‍ය බව විශ්වාස කිරීමට පෙළඹිය හැකි අතර අනාගතයේ දුර්වල පාරිභෝගිකයන් පිරිසක් ලෙස සමාජානුයෝජනය වීමේ අවදානමක් ද තිබේ. තවත් විචාරයකට අනුව ළමුන් විෂයයෙහි එල්ල කරන රූපවාහිනී බලපෑම අතර වැඩිපුර නරඹන දරුවන් පාසල් කාර්යයන් කෙරෙහි අතපසු කරවීමද දැක්වේ. ඔවුන් අලස නිර්මාණශීලී බව හීන තත්වයකට පත්වේ (Joseph 1994:555).

ඩෙනිස් දක්වන පරිදි (1991:256, 524) 1970 ගණන් වනවිට රූපවාහිනී ප්‍රචන්ඩත්වයේ බලපෑම පිළිබඳ අදහස් ඉදිරිපත්විය. මේ කාලයේදී ම ඇමරිකානු සර්ජන් ජෙනරල්වරයාගේ කාර්යාලය දුම්බීමට යොමුවීම කෙරෙහි රූපවාහිනී බලපෑම සඳහන් වාර්තා ද එළිදක්වා ඇත. රූපවාහිනී ප්‍රචන්ඩත්වය පිළිබඳ 1972 දී ඉදිරිපත් කෙරුණු මේ වාර්තාවෙන් කියවුණේ ප්‍රචන්ඩ දර්ශන රැගත් වැඩසටහන් වැඩිපුර නරඹන දරුවන් ඒවායේ බලපෑම නිසා දිගු කාලීන ව සහ කෙටි කාලීන ව සමාජ විරෝධී වර්ගාවන්ට අනුගත වන බවයි. කලකට ඉහත ඇමරිකානු පර්යේෂකයන් පිරිසක් සමහර මාධ්‍ය අතිශයෝක්තියෙන් සමහර

ප්‍රභව එනම් බර්මියුඩා ත්‍රිකෝණය වැනි දේ පිළිබඳව විශේෂාංග ඉදිරිපත් කරන බවට ගෙඩරල් සන්නිවේදන කොමිසම හමුවේ පැමිණිලි කළහ. විශේෂයෙන් රිඩර්ස් ඩයිජෙස්ට්, එන් බී එස් වැනි රූපවාහිනී ආයතන මේ වෝදනාවට ලක්විය. වෝදකයන් පැමිණිලි කළේ මේවායේ බලපෑම් නිසා ප්‍රේක්ෂක ජනයා තුළ අදහුතජනක අදහස් වර්ධනය වීමේ ඉඩක් ඇතිබව කියමිනි. පසුකාලීන ව සමහර රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආයතන විකාශයට පෙර ඒවායේ අන්තර්ගතය වැඩිහිටියන්ට සුදුසු නැතිනම් නැරඹීමට අසීරු දර්ශනවලින් යුක්ත බව ආරම්භයේදීම පලකිරීමට පෙලඹුනේ මෙවන් සිදුවීම් නිසාය. පුද්ගලයා සමාජයක සාමාජිකයෙකු ලෙස නිරන්තරයෙන් සිය සමාජ කණ්ඩායම හා සන්නිවේදනයේ යෙදෙයි. එහිදී ඔහු සිය අර්ථකථන වල හැඩය නිරන්තරයෙන් වෙනස්කරයි. නූතන සමාජයේදී මේ ක්‍රියාවලියේ අතිශය වැදගත් පාර්ශ්වයක් ලෙස ජනමාධ්‍ය කටයුතු කරයි. ඒ පුද්ගලයාට අර්ථකථන ගොඩනගාගැනීමට අවශ්‍ය මාර්ග දර්ශක සපයමිනි. එහිදී පුද්ගල වර්යාවන් හැඩගැස්වීමෙහිලාද රූපවාහිනිය ප්‍රමුඛ මාධ්‍ය තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් ඉටුකරයි ඇල්බට් බැන්ඩුරාට අනුව, සමාජ ඉගෙනුම් සිද්ධාන්තය අනුව ප්‍රේක්ෂකයින් පොලඹවන වර්තනීර්මාණයෙන් ද, කථාව හොඳින් ගොඩනැගීමෙන්ද ලක්ෂ සංඛ්‍යාත ප්‍රේක්ෂකයින්ට බලපෑම් කර වර්යාව වෙනස් කිරීමට මාධ්‍යයට හැකි ය. රූපවාහිනිය ඒ අතර පෙරමුණේ සිටියි. වැඩි කාලයක් රූපවාහිනිය නරඹන්නන් (Hard viewers) තුළ රූපවාහිනී අන්තර්ගතය නිසා ඒවායේ බලපෑමෙන් අදහස් හා වර්යාවන් ප්‍රරෝහණය වන බව ස්වකීය අධ්‍යයන මගින් පෙන්වා දීමට ජෝර්ජ් ගාර්බින්හර් හා පෙන්සිල්වේනියා විශ්ව විද්‍යාලයේ ඔහුගේ සගයින් සමත්වූහ. එහිදී වැඩිහිටියන්ට වඩා රූපවාහිනියේ බලපෑමට ළමයින් නතු විය හැකි බව පෙන්වාදුනි. එක්සත් ජනපදයේ රූපවාහිනී නරඹන්නන් ඇසුරෙන් කළ සිය පර්යේෂණයේදී ඔවුන් සොයාගත්තේ ඇමරිකාවේ සිදුවන අපරාධ සම්බන්ධ ව කළ විමසුමට රූපවාහිනී නරඹන්නන් දුන් පිළිතුරු රූපවාහිනියෙන් ග්‍රහණය කරන තොරතුරුවලට ඉතාමත්ම සමීප බවයි.

බොහෝවිට ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය තුළ කෙරෙන අරගලය සිදුවන්නේ මිනිසාගේ එදිනෙදා දෛනික සංස්කෘතික වටිනාකම් වෙනුවෙන්ය. ඒ අතර ආහාරපාන, විනෝදය, ඇඳුම් පැලඳුම්, හැසිරීම් රටාව, ජීවනශෛලිය හෝ ශ්‍රම ක්‍රියාකාරීත්වය අන්තර්ගත විය හැකි වේ. අතීතයේදී පවුල ප්‍රබල සමාජානුයෝජන කාරකයක් වූ නමුත් අද පවුල තුළට රූපවාහිනියේ ප්‍රවිශ්ඨය විසින් එකී ස්ථානයේ වෙනසක් සිදුකර ඇත. එසේ ම ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය සම්ප්‍රේශනය කරන රූපවාහිනිය පවුලේ සාමාජිකයන්ට එය පරිභෝජනය කිරීමේ ප්‍රස්ථාව සලසයි. “නූතන න්‍යාෂ්ඨික පවුල රූපවාහිනිය පිළිගන්වන ජනප්‍රිය සංස්කෘතික භාවිතාවන් ආ තදින් වෙලී සිටීමේ ප්‍රවණතාවක් පෙන්නුම් කෙරේ” (දිසානායක 2007:29). ජනමාධ්‍යයක් ලෙස සෙසු කවර මාධ්‍යයකටත් වඩා ග්‍රාහකයා කෙරෙහි බලපෑම් එල්ල කරන්නේ රූපවාහිනිය බව ඒ පිළිබඳව කරන ලද පර්යේෂණ මගින් පෙන්වා දී ඇත. පැවල් ගුරෙව්ව් ට අනුව 1960 දශකය වනවිට ගුවන්විදුලිය ආ පුවත්පත පරයා රූපවාහිනිය මාධ්‍යයක් ලෙස වඩාත් ඉස්මතු විය. ඒ අනුව රූපවාහිනිය ඍජුව සහවක්‍රව ග්‍රාහකයන් වෙත බලපෑම් එල්ලකරන්නට පටන්ගත්තේය. වක්‍ර බලපෑමේදී ග්‍රාහක සමාජයේ ජනමතප්‍රධානීන් හරහා ග්‍රාහකයා වෙත බලපෑම් එල්ල කරනු ලබයි.

## පර්යේෂණ ගැටලුව\*

මෙවන් පසුබිමක, ශ්‍රී ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල් ඒකකයන්හි කාර්යභාරය කෙරෙහි රූපවාහිනියේ බලපෑමක් පවතී ද? යන්න මෙම අධ්‍යයනයේ පර්යේෂණ ගැටලුව වේ.

## පර්යේෂණ අරමුණු

ප්‍රධාන අරමුණ

- සමකාලීන රූපවාහිනී පරිච්ඡේදයන් ශ්‍රී ලාංකික මධ්‍යම පාන්තික පවුල් ඒකකයන්හි කාර්යභාරයන් වෙත එල්ල කරන බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීම.

අනු අරමුණු

- වර්තමාන න්‍යායාත්මක පවුල්හි කාර්යභාරය අධ්‍යයනය කිරීම.
- සමාජ විද්‍යාත්මක ප්‍රවේශයකින් සමාජ පන්ති විභේදනය විශ්ලේෂණය කිරීම.
- ගෝලීය රූපවාහිනී ප්‍රවර්ධනයන් හමුවේ ශ්‍රී ලාංකික රූපවාහිනී කාර්යභාරයේ ඇති වී ඇති වෙනස්කම් හඳුනාගැනීම.
- මධ්‍යම පාන්තික පවුල් ඒකකයන්හි රූපවාහිනී ග්‍රහණ රටාව හඳුනාගැනීම.

## පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය

පන්තිය පිළිබඳ මූලික විමසීම වෙබ්බේරියානු විශ්ලේෂණය මත පදනම් ව ශ්‍රී ලංකා සමාජයේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල හඳුනාගැනීම අරභයා පදනම් කර ගත් අතර ගෝලීයකරණය, සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලිය හා පවුලේ කාර්යභාරය පිළිබඳ කෘත්‍යාත්මක ප්‍රවේශයකින් අධ්‍යයනය සිදුකරන ලදී. සන්නිවේදන න්‍යායන්හි එළඹුම් ද මේ හා පාදක විය. අම්පාර දිස්ත්‍රික්කයේ අම්පාර ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාසයට අයත් ග්‍රාම නිලධාරී කොට්ඨාසයක පවුල් 45ක් පාදක අධ්‍යයන සඳහා යොදා ගත් අතර සම්මුඛ සාකච්ඡා, ප්‍රශ්නාවලි සහ නිරීක්ෂණය දත්ත රැස් කිරීම සඳහා භාවිත කෙරුණු අතර ප්‍රමාණාත්මක හා ගුණාත්මක මිණුම් ආශ්‍රයෙන් විග්‍රහ කිරීම් ඉදිරිපත් කර ඇත.

## සාකච්ඡාව

### ශ්‍රී ලංකා සමාජය සහ රූපවාහිනිය

දිසානායක දක්වන පරිදි (2007: 107) ශ්‍රී ලංකා සමාජය වෙත වන රූපවාහිනියේ ආගමනයත් සමඟ ම පසු කාලීන ව මේ කෙරෙහි අධික ව නිරාවරණය වන පුද්ගලයන් හා පවුල් ආකල්පමය වර්ගාත්මක හා ආගනාකම් හි විශාල වෙනස්කම්වලට බඳුන් විය. පවුල වනාහි සමාජයේ පවතින ඉතාමත් වැදගත්

ප්‍රාරම්භක සමූහය වේ. ඒ හා සමඟ ම පවුල යන්නෙන් අර්ථ ගැන්වීම එතරම් පහසු කාර්යක් නොවේ. මන්ද එය වර්ගයන් පුරා විහිදුණු බවින් යුක්ත වීමයි. “සංඛ්‍යාත්මක වශයෙන්, විවාහය මත පදනම් වන ව්‍යුහාත්මක ස්වරූපයෙන්, ආර්ථික පදනම් අතින් පවුල විවිධාකාර වේ” (මනුරත්න 2004 :34). මර්ඩොක්ගේ විග්‍රහයට අනුව පවුල යනු

“සාපේක්ෂව ස්ථිර යැයි කිය හැකි, දෙදෙනෙකුට වැඩි ගණනක් අන්තර්ගත වූ ඒ අය එක්කෝ ලේ නැකමින්, විවාහයෙන් හෝ නීතියෙන් දරුකමට ගැනීමෙන් එකිනෙකාට සම්බන්ධ වූ එකට ජීවත් වන ආර්ථික වශයෙන් එක් වූ සමූහයකි” (මනුරත්න 2004 : 34)

එසේම ඕනෑ ම සමාජයක පවුල නමැති සමාජ සංස්ථාවට පැවරී ඇති කාර්යන් ප්‍රධාන වශයෙන් 5ක් පිළිබඳ ව මානව විද්‍යාඥයෝ කරුණු දක්වති.

1. ආර්ථික සහයෝගීතාව
2. පොදු වාසය
3. අධ්‍යාපන කාර්යය
4. ප්‍රජනන කාර්යය
5. විත්තවේගී පෝෂණය (Rao 1990:395)

මෙම අධ්‍යයනය සඳහා බදුන් වනුයේ ශ්‍රී ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල් සංස්ථාව යි. මේ සඳහා නියැදිය තෝරා ගැනෙනුයේ ලංකාවේ අගනගර ප්‍රදේශයෙන් දුරස්ථ ග්‍රාමීය හා නාගරික ලක්ෂණවලින් සම්මිශ්‍ර ප්‍රදේශයකි. මෙවන් තේරීමකට හේතු වූ කරුණු අතර එය හුදෙක් නාගරික මධ්‍යම පන්තියට වෙනස් අනන්‍ය ලක්ෂණවලින් යුක්ත වීමත් ප්‍රමාණාත්මක ව ධනපති පාන්තිකයන්ට වඩා මධ්‍යම පාන්තිකයන් බහුල වීමත් මොවුන් බොහෝමයක් නියැදුම් ප්‍රදේශයට මෑතක සංක්‍රමණය වීමෙන් ඔවුන් සාම්ප්‍රදායිකත්වයට වඩා නූතන පරම්පරාව නිරූපණය කරන බවත් නිසා ය. එසේ ම ඔවුන් රූපවාහිනියක් මිලදී ගැනීමේ ආර්ථික හැකියාවකින් යුක්ත වන බව අඩු ආදායම් ලාභීන්ට වඩා වැඩි ප්‍රවණතාවකින් යුක්ත වීමත් මේ සඳහා ප්‍රධාන ලෙස බලපාන ලදී.

අයිවන්ට අනුව (1979: 27-41) ලාංකේය සමාජ විග්‍රහය තුළ හඳුනාගන්නට හැකි වන්නේ එය තවමත් නූතනත්වයට පැමිණෙමින් පවතින ඉඳුරාම සාම්ප්‍රදායික ද නොවන සමාජයක් බවයි. එනම් සාම්ප්‍රදායික හා නූතන සමාජ සංස්කෘතික ලක්ෂණ අතර ලාංකීය සමාජය ස්ථානගත වී ඇත. මෙවැනි ගතික සමාජ සන්දර්භයක් තුළ ලාංකේය සමාජය කියවීම අසීරු වන අතර ඒ තුළ පන්ති සාධකය මත සමාජ ස්ථරායනය හඳුනා ගැනීම අසීරු ය. ලංකාවේ සමාජ ස්ථරායනය හුදෙක් පදනම් ව ඇත්තේ කුලය පසුබිම් කොට ගෙන ය. නිදහසින් පසු ශ්‍රී ලංකාවේ ඇති වූ දේශපාලනික අරගල සමහරක පසුපස වූයේ ද කුලය පදනම් කර ගත් පන්ති හැගීමක් මිස අනෙකක් නොවේ. ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල හඳුනාගැනීම අරඹයා පැන නැගෙන මූලික අවුල් සහගත තත්ත්වය මෙයයි.

සිල්වා තම ලේඛනයේ දක්වන පරිදි(2005:120) මාක්ස්වාදී න්‍යායාත්මක පසුබිමක සිට විග්‍රහ කරන පන්ති සාධකය බිහි වීමට තුඩු දෙන්නේ යුරෝපයේ පැවති වැඩිවසම් සමාජ දේහය සහ අනතුරුව කාර්මීකරණයක් සමඟ ඇතිවන නව සමාජ විභේදනයන් ය. ගොවීන් ප්‍රවේනිදාසයන්, වහලුන් ආදී වශයෙන් පෙර පැවති සමාජ ස්ථරායනය කාර්මික විප්ලවයෙන් පසු ධනේශ්වරය, සුළු ධනේශ්වරය, ශ්‍රමික පන්තිය, ධනපතිපන්තිය, මධ්‍යම පන්තිය, නිර්ධන පන්තිය ආදී වශයෙන් විභේදන හඳුනා ගැනුණි. මූලික ව ආර්ථික සාධක පදනම් කරගත් මාක්ස්වාදී විග්‍රහයක් තුළ සමාජ පන්ති විභේදනය පිළිබඳ න්‍යායාත්මක පසුබිම මෙය වුවත් පැවති යුරෝපීය සමාජයට වඩා බෙහෙවින් ලාංකේය සමාජය තුළ මෙයට අනුව ලංකාවේ සමාජ ස්ථරායනය හඳුනාගැනීම ගැටලු සහගත තත්ත්වයකි.

සිය ලේඛනයේ දී නිව්ටන් ගුණසිංහ පන්තිය නිර්වචනය කරන්නේ මාක්ස්වාදී දෘෂ්ටි කෝණයකිනි. ඒ අනුව ආර්ථික ක්‍රියාදාමයක දී ජනතාව බැ දී සිටින විවිධ නිෂ්පාදන හා හුවමාරු සබඳතා මගින් මතුවන විෂය මූල ප්‍රභවයක් ලෙස ඔහු පන්තිය දකී. කෙසේ වෙතත් මාක්ස්ගේ විග්‍රහයන් තුළ ද පන්තිය කෙරෙහි නිශ්චිත සංකල්ප දැකීම අපහසු ය. මාක්ස්ගේ ජර්මනියේ විප්ලවය හා ප්‍රතිවිප්ලවය කෘතියෙහි පන්ති අටක් දැක්වේ. ඔහුගේ ම ප්‍රංශයේ පන්ති අරගලය කෘතියෙහි පන්ති හතක් හඳුනා ගැනේ ගුණසිංහ (2006 :27). එවැනි සන්දර්භයක දී ලංකා සමාජයේ පන්ති ස්ථරායනය හඳුනා ගැනීම බෙහෙවින් අසීරු කාර්යක් වූ අතර මාක්ස්වාදී විග්‍රහයට අනුව නිෂ්පාදනය තුළ නිශ්චිත ආකාරයකින් ක්‍රියාකාරී වන පුද්ගලයා ඒ අනුව නිශ්චිත සමාජ දේශපාලන සබඳතාවන්ට ද ඇතුළත් වේ යන නිව්ටන් ගුණසිංහයන්ගේ අදහස ද පෙරදැරිව ලංකාවේ මධ්‍යම පන්තිය හඳුනා ගැනීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කෙරේ. ඒ අනුව මෙම ප්‍රදේශීය ලේකම් කොට්ඨාසයේ ආදායම් වාර්තාවන්ට අනුව මාසික ආදායම >15000 වන කුටුම්භයන් මෙකී අධ්‍යයනය සඳහා යෙදා ගැනුණි. මා හඳුනා ගැනීමට උත්සාහ කළ මධ්‍යම පන්තිය අධ්‍යයන ප්‍රදේශය තුළ ජනගහනයෙන් බහුල ම පන්තියයි (සම්පත් පැතිකඩ). ඒ අනුව මූලික වශයෙන් ආදායම් තත්ත්වය සැලකිල්ලට භාජනය කළ හෙයින් ආර්ථික සාධක මත පදනම්ව අධ්‍යයන සඳහා නියැදිය තෝරා ගැනුණි.

**මධ්‍යම පාන්තික පවුල සහ රූපවාහිනී ග්‍රහණ රටාව**

මෙම අධ්‍යයනය සඳහා වන ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ හා පර්යේෂණ විමසීමේදී පෙනී ගියේ ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල හැඳින්වීම සඳහා නිශ්චිත අර්ථකථනයක් නොවන අතර නිරීක්ෂණ ගොඩනගා ගත් බවයි. බොහෝ පර්යේෂකයන් හා සමාජ විද්‍යා ලේඛකයින් ලංකාවේ පන්ති විභේදනය හඳුනාගැනීමට උත්සාහ කිරීමේදී එකී දුෂ්කරතාවට මුහුණ දුන් වග ඉහත දී පෙන්වා දුණි. මාර්ක්ස් (Marx) දක්වන ආර්ථික සාධක මතම ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල විස්තර කිරීම අසීරු ය. කුලය ආර්ථික මට්ටම සහ වෙනත් සමාජ පාරිසරික සාධක මත ලංකාවේ සමාජ ස්ථරායනය තීන්දු වන බැවින් පන්තිය වනාහි ස්ථරායනයේ එක් අංගයක් පමණි. එහි අනෙක් පාර්ශවය ලෙස පන්තිය තීරණය වීමට ද ආර්ථිකය පමණක් ම නොසැහෙන නිසා Weber ගේ පන්ති විග්‍රහය ලංකාවේ

සමාජයට ගැලපීම සුදුසුය. “වෙබර් (Weber) ට අනුව පන්තිය තීරණය කිරීමෙහි ලා ආර්ථිකයට අමතර ධනය, ගරුත්වය හා බලය හේතු වේ” (අමරසේකර 1984:101). මෙසේ පුද්ගලයකුටගේ ජීවන විලාශයන්, පරිභෝජන රටාවන්, ඇති පිරිසගේ සමාජ මට්ටම, රැකියා, අධ්‍යාපන මට්ටම මත සමාජ ගරුත්වය ආදී සමාන තත්ත්වයන් බුක්ති විදින පිරිස් තත්ත්ව සමූහයක් වේ (සිල්වා 2005:06). ඒ අනුව ලංකාව මධ්‍යම ප්‍රාන්තික පවුල් ඒකකය ද තත්ත්ව සමූහ මත පිහිටා ඇතැයි කිය හැකි ය.

රයන් (1953:53) විග්‍රහ කළ ලංකාව නාගරික මධ්‍යම පන්තිය රජයේ හෝ පුද්ගලික අංශයේ ලිපිකාර රැකියා, ගුරු වෘත්තිය හෝ වෙනත් ව්‍යාපාරයන්හි යෙදෙන්නන්ගෙන් සමන්විතය. මේ විග්‍රහයන්ගෙන් හඳුනාගත් මධ්‍යම පාන්තික පවුල් වලට අන්‍ය යැයි කියන ලක්ෂණවලින් පෙනී යන්නේ ඒවා භූගෝලීය වශයෙන් අගනුවර හා තදාසන්න ප්‍රදේශවලට කේන්ද්‍රගත වී ඇති බවයි. අද වන විට එවැනි ප්‍රදේශවල මධ්‍යම පාන්තික පවුල්වල සමාජිකයන් ගොඩනාගෙන සිටින සංස්කෘතික රටාවන් දිවයිනේ සෙසු ප්‍රදේශවල මධ්‍යම පාන්තික ජනයාගේ සංස්කෘතික රටාවන්ට වඩා වෙනස්කම් පෙන්වන බව බැලූ බැල්මට පසක් වේ. විශේෂයෙන් ගෝලීයකරණය තුළ වඩාත් සන්නිවේදන හා සමාජ සම්බන්ධතාවන් සඳහා වන අවශේෂ ශක්‍යතාවන් බහුල එම කලාපයේ වන බැවිනි. නව සංස්කෘතික වැළඳ ගැනීම් වර්ග රටාවන් වඩාත් ඉක්මණින් පෙන්වුම් කරන්නන් එම පිරිසම ය. නූතන ගෝලීයකරණ ප්‍රවාහය තුළ ජනප්‍රිය සහ සුබාස්වාදනය සඳහා වන නව අත්පත්කර ගැනීම් සඳහා සියල්ලෝ වෙහෙසෙති. එහි දී මේ කියන නාගරික මධ්‍යම පන්තිය ද පර්යන්ත ප්‍රදේශවල මධ්‍යම පාන්තිකයන්ට වඩා අත්පත්කර ගැනීම සඳහා නිරන්තර සෝදිසියක නියුක්ත වේ. නිරීක්ෂණය කළ හැකි අන්දමට ලංකාවේ අගනුවර හා තදාසන්න ප්‍රදේශවල වෙසෙන මධ්‍යම පාන්තිකයා හැසිරීමෙන්, සංස්කෘතික භාවිතයන්ගෙන් අධ්‍යාපනයෙන් සේම කාර්ය බහුල බවින් ද සෙස්සන්ගෙන් වෙනස් වේ. ග්‍රාමීයවිගේ අදහස වන්නේ ;

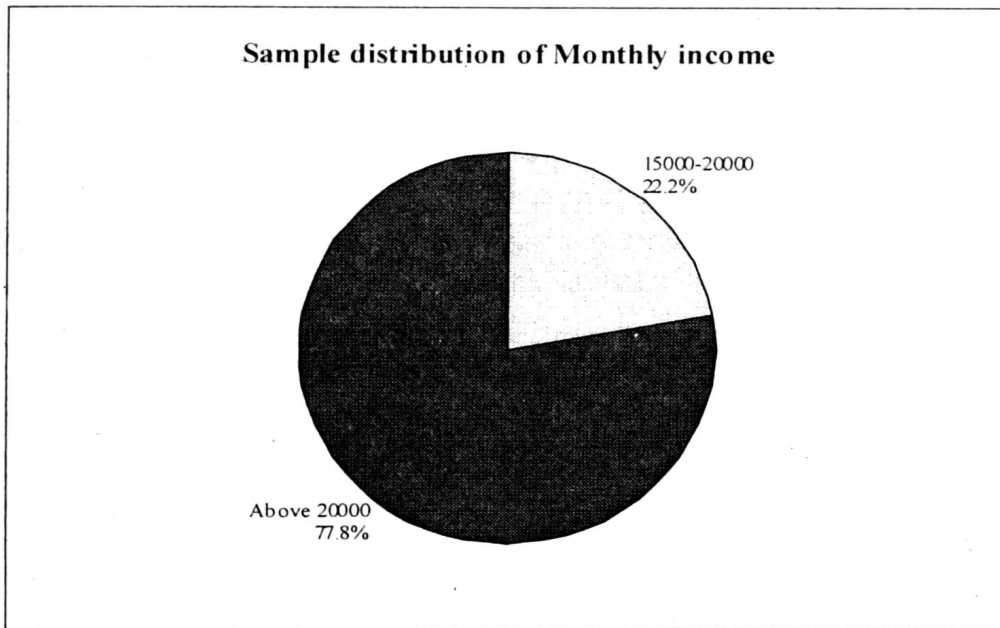
“මිනිසුන්ගේ සංස්කෘතික භාවිතයන් හුදෙක් පන්ති ප්‍රතිවිරෝධතා නියාම අනුව එනම් පාලක පාලිත පන්තීන් අතර සිදුවන ගැටුම් අනුව පමණක් විග්‍රහ කළ නොහැකි බවයි. ධනවාදී සමාජය තුළ ජීවත් වන ඉහිත පාර්ශ්ව දෙකක් තුළ ඇත්තේ හුදෙක් ආධිපත්‍ය සඳහා කෙරෙන අරගලය පමණක් නොවේ. එහි හෙජොමොනිය හෙවත් අනසක සඳහා කෙරෙන අරගලය ද ඇත. හෙජමනිය යනු හුදෙක් රාජ්‍ය බලය ලබා ගැනීම සඳහා කේන්ද්‍රීය පන්තීන් අතර සිදුවන අරගල පමණක් නොවේ. තම තමන්ගේ සදාචාර මිනුම් දඩු, සංස්කෘතික ඇගයුම් මතුකර ගැනීම සඳහා කරන අරගලය ද එයට ඇතුළත් වේ” (දිසානායක 2007: 70).

කෙසේ වෙතත් ගෝලීයකරණය හා ඒ ආශ්‍රිත මාධ්‍ය ගොඩනැගීම මත අගනුවරින් බැහැර මෙම අධ්‍යයන ප්‍රදේශයේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල ද ඉහත කී ලංකාවේ නාගරික මධ්‍යම පාන්තික සමාජයේ ලක්ෂණ අත්පතර කර ගනිමින් සිටින නමුත් අගනුවර කේන්ද්‍ර කොටගත් එකී සමාජයට වඩා නිරීක්ෂණය කළ හැකි වෙනස්කම් වලින් සමන්විත ය. අධ්‍යයන ප්‍රදේශය තුළ අප තෝරා ගත් නියැදියෙහි



ද මූලික ආර්ථික ලක්ෂණ සහ ප්‍රධාන වශයෙන් ආදායම එකී පවුල් මධ්‍යම පන්තියට අයත් වන්නේ දැයි තීරණය කිරීම සඳහා යොදා ගැනුණි.

1.1 පවුලේ මාසික ආදායම



මූලාශ්‍රය: ප්‍රාථමික දත්ත

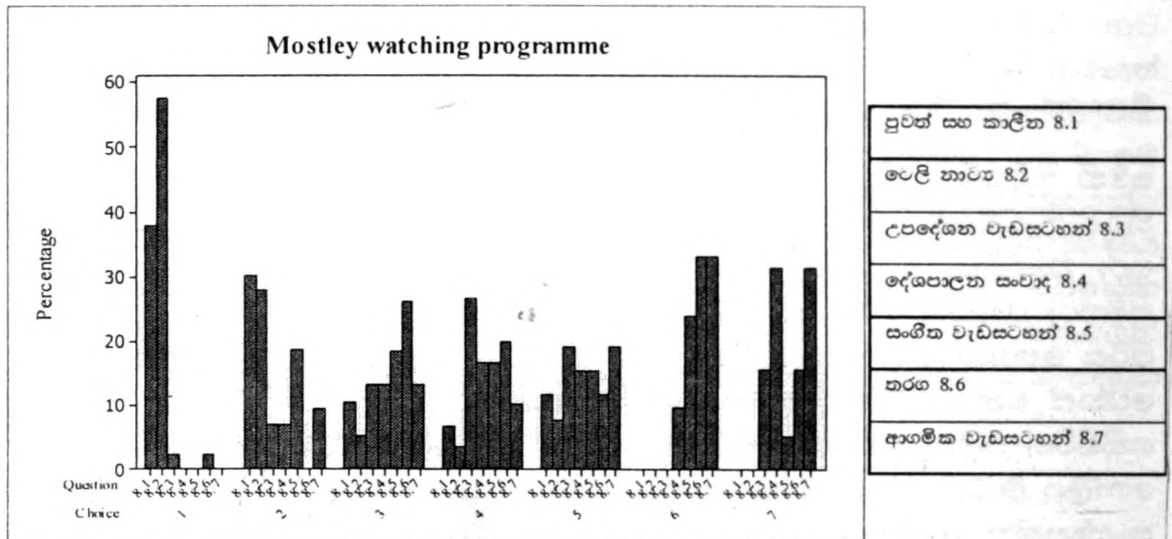
මෙකී ආර්ථික අත්පත් කර ගැනීම සඳහා ඔවුහු නිතර වන රැකියාව ද පන්තිය තීරණය කිරීමේ දී වැදගත් වේ. ඒ අය අතර ප්‍රමුඛ වශයෙන් සිටින්නේ රජයේ ගුරු වෘත්තිය, ලිපිකාර සේවය ආදියෙහි නිරතවන්නන් වීම විශේෂත්වයකි. සමහරු රැකියාවට අමතර වෙනත් ආදායම් මාර්ග ද හිමිකර ගෙන සිටිති. මේ පිරිස කොළඹ හා ආසන්න නාගරික ප්‍රදේශවල මධ්‍යම පාන්තික ජනයාගෙන් වෙනස් වන්නේ පදිංචි භූගෝලීය ප්‍රදේශය අනුව ඔවුන් සාපේක්ෂ ව ග්‍රාමීය ගතිසිරිත් වලින් සමන්විත වීම මුල් කොට ගෙනයි. සංස්කෘතික විසරණය හා ගෝලීය මාධ්‍ය ප්‍රවාහයට යම්තාක් නිරාවරණය වුව ද ග්‍රාමීය යැයි කියන හැකි සංස්කෘතික ලක්ෂණ ඔවුන් කෙරෙන් විද්‍යමාන වේ (නියැදි දත්ත). මෙම අධ්‍යයන අවශ්‍යතාව සඳහා නියැදිය තුළ රූපවාහිනී ග්‍රහණ රටාව පිළිබඳ ලබාගත් දත්ත ඉදිරිපත් කිරීම වැදගත් අවශ්‍යතාවක් ලෙස සලකමි. කිසියම් ග්‍රාහක පිරිසක් රූපවාහිනියේ සෘජු හෝ සෘජු නොවන බලපෑමට නතු වන්නේ රූපවාහිනිය ග්‍රහණ රටාවට අනුරූපීව ය.

කාර්යවසම් දක්වන පරිදි (2006:111) අද්‍යතන පරිභෝජන රටාව තීරණය වන්නේ ගෝලීයකරණයට සමරූපීව ය. ගෝලීයකරණය තුළ වන ආර්ථික ව්‍යාප්තිය හා සංස්කෘතික හුවමාරුව සෑම අංශයක ම පරිභෝජන රටාව තීරණය කිරීමේ තීරකයා වී ඇත. ශ්‍රී ලංකාවට මුල්වරට රූපවාහිනිය හඳුන්වා දෙනු ලබන්නේ ද විවෘත ආර්ථිකය මෙරටට හඳුන්වාදීමත් සමඟ ය.) ඒ අනුව බලන කල මෙරටට ආ රූපවාහිනී කර්මාන්තය ගෝලීයකරණ ක්‍රියාදාමය හා බැඳුණු ආර්ථික පසුබිම විසින් සම්පාදනය කරන ලද පරිභෝජන භාණ්ඩයකි. එසේම මේ වන විට ගෝලීයකරණ සිද්ධාන්තය තුළ වන අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් පහසුකම් සපයන්නා බවට පත්ව තිබෙන්නේ ද රූපවාහිනියයි. මෙසේ ගෝලීය

සංස්කෘතික ජාලගත වීම සඳහා රූපවාහනී ග්‍රහණ රටාව හා ග්‍රහණය කරන කාලය වැදගත් වේ.

දිසානායකට අනුව (2007:15) අද්‍යතන මාධ්‍ය කර්මාන්තය තුළ ජනප්‍රිය සුඛ්‍ය සම්පාදනය කරන්නා හැටියට රූපවාහිනියට වැදගත් ස්ථානයක් හිමිවී තිබේ. බහුල වශයෙන් එය ජනප්‍රිය සුඛ්‍ය සම්පාදනය කරන්නේ Soap opera ව හෙවත් ටෙලි නාට්‍ය මගිනි. අද වන විට ටෙලිනාට්‍ය පාරිභෝගිකයා සඳහා නිෂ්පාදනය කරන හුවමාරු වටිනාකමකින් යුක්ත භාණ්ඩයක් බවට පත්ව තිබේ. මේ සඳහා තෝරා ගනු ලබන තේමාවන් පවා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික තේමාවන් වේ. පොදුවේ ලාංකික න්‍යෂ්ටික හා විස්තෘත පවුල පුළුල් වශයෙන් මෙම ආධ්‍යාන සමඟ සම්බන්ධතාවන් ගොඩනගාගෙන තිබේ. රූපවාහිනීය ගෘහමය උපකරණයක් ලෙස සිදු වන පුළුල් ව්‍යාප්තිය තුළ යුතෝපියන් සිහිනයක් ලෙස දෘශ්‍ය යථාර්ථය ප්‍රේක්ෂකයා තුළ දිග හැරේ. අධ්‍යයනයට ලක් වූ මධ්‍යම පාන්තික පවුල ද ඉහත කී යුතෝපියාව අත් විඳින්නේ මූලික ව ටෙලිනාට්‍ය තුළ යි. මේ නියදිය තුළ වූ දත්ත සම්පිණ්ඩනය යි

1.2 වැඩිපුරම නරඹන වැඩසටහන්



මූලාශ්‍රය: ප්‍රාථමික දත්ත

අද්‍යතන මධ්‍යම පාන්තික පවුල් සංස්ථාව මත ඇති කරන රූපවාහිනියේ බලපෑම

ආරම්භයේ දී ජන සන්නිවේදනය වෙනම ම විෂයක් ලෙස හඳුනානොගත් අතර සමාජ විද්‍යාවෙහි උප විෂයක් ලෙස ජනසන්නිවේදනයේ බලපෑම අධ්‍යයනය කෙරුණේ සමාජ විද්‍යාඥයින්ගේ සහභාගිත්වයෙනි. බලපෑම පිළිබඳ ඔවුන් තුළ වූයේ දෙයාකාර වූ මතයකි. මේ බලපෑම වනාහී සීමිත වුවක් බව පිරිසක් අදහස් කළ අතර තවත් පිරිසකගේ අදහස වූයේ එය අසීමිත බව යි. “මාධ්‍ය බලපෑම ග්‍රහක සමාජයට පොදුවේ ඒකාකාරී ව හා ප්‍රබල ව දැනෙන බව Magic bullet සිද්ධාන්තය වැනි සංකල්පයන්ගෙන් පැහැදිලි කෙරුණු අතර Katz Lazarsfeld වැන්නන් Magic bullet සිද්ධාන්තයට එරෙහි Two step flow theory හා Garbner.s Cultivation Analysis මගින් මාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ වෙනස්

අදහස් ඉදිරිපත් කළහ” (Miller 2002:236,257,269). රූපවාහිනී බලපෑම පිළිබඳ මේ මතවාදයන් හා අධ්‍යයනයන් ගෝලීයකරණ ප්‍රභවයට සමගාමී ව වඩාත් විද්‍යාත්මක හා සංවිධිත වූ අතර ග්‍රාහකයා කෙරෙහි ඉහළ ම බලපෑමක් එල්ල කෙරෙන්නේ රූපවාහිනිය බව හඳුනා ගැනුණි.

Theodo Ardano ට අනුව ජනමාධ්‍ය වේදය මගින් බහුජන සංස්කෘතික හා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ඒකාකෘති ව්‍යාප්ත කිරීම මගින් පුද්ගලභාවයන් වෙනස්කරයි. විශේෂයෙන් රූපවාහිනී බලපෑම මගින් බහිර්වර්තනීය අවිචේතනකවාදී හා අවිචාරකවාදී පුද්ගලභාවයන් බිහිවන බව අවධාරණය කළේ ය (වීරසිංහ 2007 :1). පශ්චාත් නූතනවාදී සමාජ විද්‍යාත්මක අදහස්වලට අනුව රූපවාහිනිය, යථාර්ථය ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීම අතික්‍රමණය කරමින් අධි යථාර්ථයක් නිර්මාණ කරයි.

රූපවාහිනී අන්තර්ගතයන් සමාජ යථාර්ථය පිළිබඳ සංකල්ප ග්‍රාහකයා තුළ රෝපණය කිරීමට හෝ සමාජ යථාර්ථයේ හැඩය වෙනස් කිරීමට කටයුතු කරයි. “ස්වකීය ප්‍රරෝහණ න්‍යාය මගින් George Garbiner සඳහන් කරන්නේ නරඹන්නන් තුළ අදහස් හා ආකල්ප වගාකිරීමට රූපවාහිනියට එලෙස හැකිවාක් ඇති බවයි” (Baren and Davis 2000:309). මේ අනුව රූපවාහිනිය වැඩිපුර නරඹන ග්‍රාහක පිරිස් රූපවාහිනී අන්තර්ගතයේ ප්‍රරෝහණ ගොදුරු බිම් වේ. රූපවාහිනිය එය නරඹන්නාගේ වර්ගය කෙරෙහි එල්ල කරන්නේ සැලකිය යුතු තරමේ බලපෑමකි. ප්‍රචණ්ඩත්වය කෙරෙහි වන රූපවාහනී බලපෑම අධ්‍යයනය මගින් එය ළමයා කෙරෙහි දැඩි ලෙස බලපාන බව හෙළි වී ඇත. ඒ පිළිබඳ ව සඳහන් කරන Danial Andarson & Elesabeth Lorch (1994 :513) අනුව “රූපවාහිනිය කෙරෙහි වන දෘශ්‍ය අවධානය පෙර පාසල් දරුවන්ගේ ප්‍රජානන සංවර්ධනය හා බාහිර පරිසරය පිළිබඳ දැනුම සහ තේරුම් ගැනීමේ හැකියාවන් වර්ධනය කරයි. රූපවාහිනිය පවුල ඉදිරියේ සමාජානුයෝජන කාරකයෙකි. සමාජානුයෝජනය වනාහි දරුවා සිය සංස්කෘතිය අත්පත්කර ගැනීමයි. එහි දී ඔහුට රූපවාහිනිය කදිම මෙවලමක් වේ”.

අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය තුළ අප රූපවාහිනී බලපෑම අත්දකින්නේ ඉහත කී පසුබිමෙහිදී ය. මේ තුළ හිඳිමින් ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුලෙහි කාර්යභාරය හා සබඳතාව කෙරෙහි වන රූපවාහිනී බලපෑම හඳුනාගත හැක. ඒ සඳහා පවුලේ කාර්යභාරය පිළිබඳ Murdock ගේ කරුණු දැක්වීම හා මෙම අධ්‍යයනයට බඳුන් වූ පවුල්වල කාර්යභාරයන් හා සබඳතාවන් සමපාත වන්නේ කෙසේ දැයි විමසා බැලීම පූර්ව අවශ්‍යතාවකි. නියැදියේ පවුල් ඒකක සෑම එකක් ම පාහේ න්‍යෂ්ටික පවුල් වේ. බොහෝ විට දෙමව්පියන්ගේ හා දරුවන්ගෙන් සමපාත වන්නේ කෙසේ දැයි විමසා බැලීම පූර්ව අවශ්‍යතාවකි. නියැදියේ පවුල් ඒකක සෑම එකක් ම පාහේ න්‍යෂ්ටික පවුල් වේ. බොහෝ විට දෙමව්පියන්ගේ හා දරුවන්ගෙන් සමන්විත වන අතර ඇතැම් විට සමහර පවුලක් සමඟ මුත්තනු මිත්තනියෝ සහවාසය කරති. එය තහවුරු වී ඇත්තේ දෙමව්පියන් හා දරුවන් ස්වයීය වූ නිවසක කල්ගත කිරීමයි. ආර්ථික වශයෙන් පවුල රඳා පවතින්නේ බොහෝ විට පියාගේ රැකවරණය මත යි. මේ පවුල් සෑම එකක් ම පාහේ ජිනාමුලික ඒවා වූ අතර පියා කිසියම් රැකියාවක අනිවාර්යෙන් ම නිරත විය. ඒ අතර මව ද ආර්ථික උත්පාදන කාර්යෙහි නියුක්තවුණු අවස්ථා තිබුණි.

Murdock ගේ මේ සෛද්ධාන්තික කියවීම තුළ නිරූපිත අධ්‍යයන ප්‍රදේශ මධ්‍යම පාන්තික පවුලෙහි රූපවාහිනී අන්තර්ගතයන් මගින් ඇතිකරන බලපෑම අධ්‍යයන නිගමනයන් ඇසුරෙන් විමසීම වැදගත් වේ.

පවුලේ ආර්ථික සහයෝගීතාව මත ඇතිකරන රූපවාහිනියේ බලපෑම

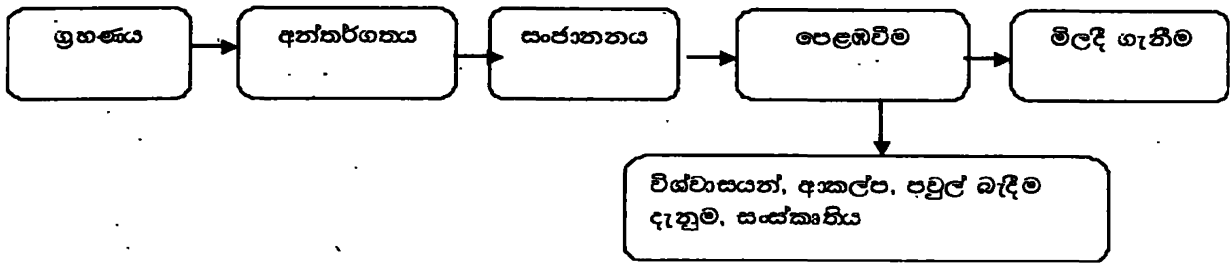
“ගෝලීයකරණ ප්‍රභවය තුළ වඩාත් ප්‍රබල හා සංවාදශීලී වෙළඳ ඒජන්තයා රූපවාහිනිය යි. එසේම ආධිපත්‍යධාරී නොවන පන්තීන්ගේ අර්ථසුඛ සම්පාදනය හෙවත් ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ප්‍රාග්ධනය බෙදා හරින්නේ ද රූපවාහිනියයි” (දිසනායක 2007:69-71).

“අපේ රටේ තක්කාලී උභන සංවර්ධිත ධනවාදී සමාජය තුළ පළමු කොටම රූපවාහිනිය හුදු හුවමාරු භාණ්ඩයක් ලෙස සැලකෙන බව ඇත්තය. එහෙත් එය එකවිටම මූල්‍ය භාණ්ඩයක් මෙන් ම සංස්කෘතික භාණ්ඩයක් බවත් අප සිහිකොට යුතුය” ( පෙරේරා 2007:351,353).

මේ අනුව තර්ක කළ හැක්කේ ගෝලීය ප්‍රචාරණයේ අනිවාර්ය වාහකයා රූපවාහනිය වන බවයි. මෙහි ලා වහනය කෙරෙන්නේ අර්ථ හා සුඛ සහිත ජනප්‍රිය සංස්කෘතික භාවිතයන් ය. වටහාගත යුතු වන්නේ ඒ පසුපස ඇති අනිවාර්ය සාධකය ආර්ථිකය බවයි. වන්දිමාට අනුව (2004:37) නූතන ගෝලීය ආර්ථික වෘද්ධිය මත බිහි වූ දැවැන්ත බහුජාතික සමාගම් හා දේශීය ව්‍යවසායකයින් මේ තත්ත්වය මනාව අවබෝධ කරගෙන ඇති හෙයින් සිය නිෂ්පාදන හා සේවා ප්‍රචාරණය සඳහා බහුල ව භාවිත කරන්නේ රූපවාහිනියයි. මේ ප්‍රචාරණය ඉලක්ක කර ගන්නේ පවුලයි. සාපේක්ෂ මිලදී ගැනීමේ හැකියාව මත පදනම් ව පවුල් ඒකක වල සාමාජිකයෝ රූපවාහිනියේ දිස්වන භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනය කරති. මූලික ව දැන්වීම් මගින් මවන ලෝකය පිළිබඳ සංජානනයක යෙදෙන ඔවුහු ඉන් ඇතිවන පෙළඹවීම මත පරිභෝජනයට හුරුවේ (ඇතුගල 2009:174).

අධ්‍යයන දත්තයන් විශ්ලේෂණයට අනුව භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා රූපවාහිනිය නැරඹීම නැමැති කාරණයට ප්‍රමුඛස්ථානය නො ලැබේ. (වගු අංක1.2) මෙහි දී ඔවුන් වැඩි වශයෙන් බලාපොරොත්තු වන්නේ වින්දනය හා විවේකය අරමුණු කොටගත් ටෙලිනාට්‍ය සංගීතමය වැඩ සටහන් නැරඹීමයි. මෙකී වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරණය වැඩි වශයෙන් සිදුවන්නේ ඉහත කී ප්‍රවර්ගයන් තුළ යි. එසේත් නොමැතිනම් Prime time හි දී යනුවෙන් වන්දිමා ද(2004:36) සිය ලේඛනයේ දක්වයි. රූපවාහිනිය නිරන්තරව මේ සම්බන්ධ අදහස් හා ආකල්ප ප්‍රරෝහණය සිදු කරයි. “මාධ්‍ය ග්‍රාහක රූපීය සන්තර්පනය කිරීමේ සිද්ධාන්තය අනුව පුද්ගලයාට තමන් කැමති දේ තෝරා ගැනීමට මාධ්‍ය අන්තර්ගතය ඉඩ සලසයි” (Miller 2002:242-246). ඒ තුළ පුද්ගලයා තුළ තව අවශ්‍යතා මතුවේ. එහිදී විශේෂයෙන් ආහාර වර්ග ඇතුළත් දැන්වීම් පොළඹවාලන සුළු බැවින් ඒවා අත්හදා බැලීමට යොමුවන බවත් අත්‍යවශ්‍ය පරිභෝජනයන් තුළ ද තෝරා ගැනීම් සඳහා දැන්වීම් උපකාර වන බවත් ය (නියැදි දත්ත). ඒ අනුව ආරම්භයේ දී පවුලේ දරුවකුගේ හෝ වෙනත් සමාජිකයන්ගේ පුද්ගලික අවශ්‍යතාවන් මත මෙවන් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමකට

පෙළඹෙන බවත් පවුලේ ස්වභාවික පවත්වාගෙන යාමට හෝ දෙමාපියන් දරුවන් වෙත වන ආදරය පදනම් කරගෙන හෝ මෙවැනි සපයාදීම් සිදුකරන බවත් ය. බොහෝ විට මේවා අත්‍යවශ්‍ය භාණ්ඩයක් නොවීම ද පැහැදිලි වන්නකි.

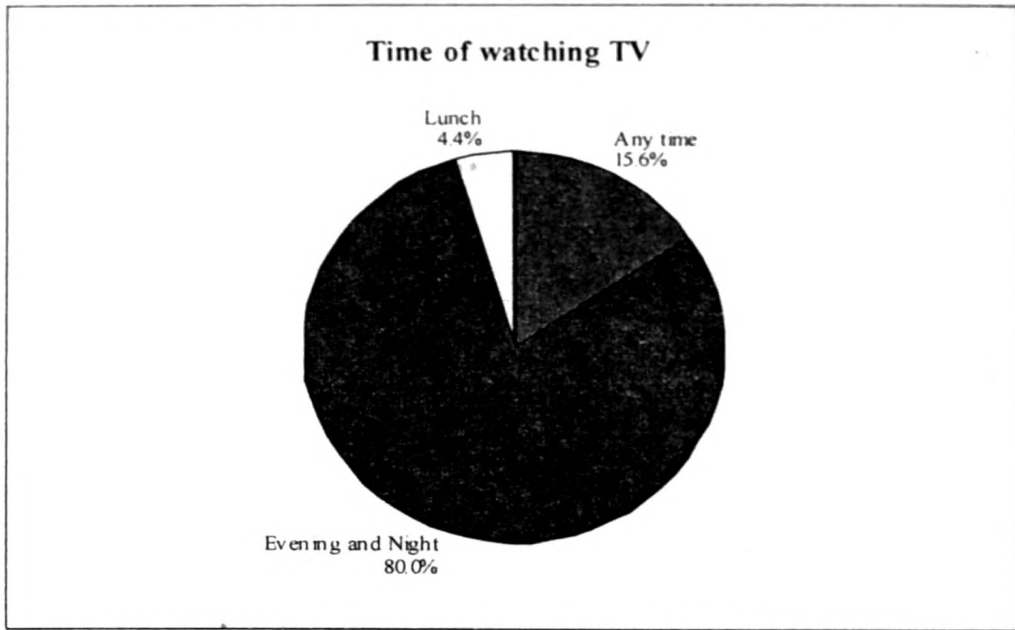


ඊට අමතර ව රූපවාහිනී අන්තර්ගතයන් විසින් ඇතැම් විටක පවුලේ ආර්ථික සවිමත් බව කෙරෙහි ධාත්තමක බලපෑම් ඇතිකරනු ලබයි. ගෙවතු වගා ක්‍රම පිළිබඳ ඥානය ලබාදීම, ගෘහ කළමනාකරණය සහ ස්වයං රැකියාවන් සඳහා ආදර්ශ සැපයීම ඒ අතර වේ. නමුත් පළමු ව විග්‍රහ කළ ආර්ථික සහයෝගීතාව කෙරෙහි වන අහිතකර බලපෑම් වලට සාපේක්ෂ ව මේ සාධනීය ලක්ෂණ අවප්‍රමාණ වී ඇති බව පෙනේ.

**පවුල තුළ පොදුවාසය හා රූපවාහිනිය**

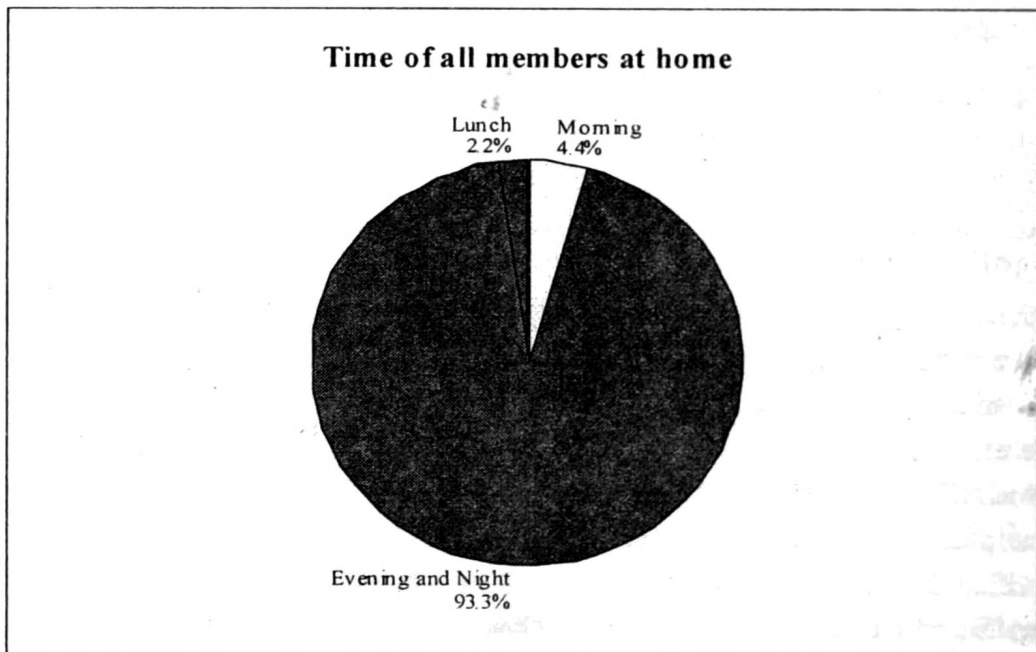
පොදු වාසය එක් අතකින් පවුලේ කාර්යක් වනවාසේ ම තවත් ලෙසකින් එය පවුලේ ඒකකය යන්න නිර්මාණය වීමට තුඩු දුන් සාධකයකි. ඉතා සමීප ලේ නෑකම මත ගොඩනැගෙන ඥාතීත්වය පොදු වාසයේ පදනම වන අතර ඉදහිට නීතිමය වශයෙන් පවුල තුළ හදාවඩා ගැනෙන දරුවන් සිටීමට ඉඩ ඇත (Rao 1990:396). අමුණුගමට අනුව (1977:55) පොදු වාසය වනාහි නිවෙස් කාමරවල එකිනෙකා වෙන්ව වාසය කිරීම නොවන අතර පවුලේ ඒ ඒ සාමාජිකයා අතර අන්තර්සබැඳියාවෙන් පවුලේ බැඳීම මත දරුවන් හා දෙමව්පියන් එක්ව විසීම බව ඔවුන්ගේ අදහස විය. ලාංකේය සමාජය විශේෂයෙන් ග්‍රාමීය පරිසරයකදී ශක්තිමත් පවුල් සබඳතා අපේක්ෂා කරයි. සාපේක්ෂව මා පිය දු දරු සහයෝගී සබඳතාවන් ඒ තුළ විද්‍යාමාන වේ. මෙකී මධ්‍යම පාන්තික පවුල් වල සමාජිකයන් රූපවාහිනිය වැඩි වශයෙන් නරඹන්නේ කිනම් කාලාන්තරයක දැයි විමසා බලන විට ඒ සැදෑ කාලය හා රාත්‍රී කාලය යි. මෙම පවුල්වල සමාජිකයන් බොහෝමයක් නිවසට පැමිණෙන වේලාව සවස 6න් පසුව වන අතර ආසන්නව රාත්‍රී 10 සිට උදෑසන 5 දක්වා වත් නින්ද සඳහා වෙන්වේ. එසේනම් නිසැකයෙන්ම පවුලේ සමාජිකයන්හට එක්ව වාසය කරන්නට වන්නේ සවස 6 සිට රාත්‍රී 10 පමණ වන තෙක් ආසන්න වශයෙන් පැය 4ක පමණ කාලයැයි නිගමනය කිරීමට සිදු වේ. එසේ නම් පවුලේ සියලු ම දෙනාට එක්ව ගතකරන්නට ලැබෙන කාලය හෝ ඉන් වැදගත් ප්‍රමාණයක් රූපවාහිනිය වටා හිඳගැනීමට වෙන් කිරීමට සිදුවී ඇත.

1.3 රූපවාහිනිය නරඹන්න වේලාව



මූලාශ්‍රය: ප්‍රාථමික දත්ත

1.4 පවුලේ සමාජිකයන් නිවසේ සිටින වේලාව



මූලාශ්‍රය: ප්‍රාථමික දත්ත

රූපවාහිනිය නරඹන අතරතුර ඔවුන් නිරත වන කාර්යයන් දෙස බැලුවහොත් ආහාර ගැනීම හා පවුලේ තොරතුරු සාකච්ඡා කිරීම යන කරුණු පිළිවෙළින් පළමු හා දෙවන ස්ථානවලට පත් වේ. මේ වනාහි පවුල තුළ පොදු වාසය යන කාර්යභාරය තහවුරු කිරීම සඳහා හේතුවිය හැකි සාධක ද්විත්වයකි. රත්නපාල (2001 :42-93) දක්වන පරිදි මානව පවුල තුළ දී ආහාර ගැනීම වනාහි හුදෙක්

කුසගිනි නිවා ගැනීම පමණක් නොවන අතර ප්‍රාථමික සමාජයේ පටන් මිනිසා සිය පවුල තුළ ආහාර ගන්නේත්, ඒ අතරතුර කතාබහ කරන්නේත්, රස විඳින්නේත් සාමූහිකව ය. ඒ සඳහා ආහාර සපයා ගැනීමේදීත් සාමූහිකත්වය මත බැඳුණු භූමිකා පවුලේ සමාජිකයන් අතර පවතී. නමුත් මෙවැනි දෑ රූපවාහිනිය නරඹන අතරතුරදී සිදුකිරීම පවුලේ පොදුවාසය පිළිබඳ වූ හැඟීම නාමමාත්‍රික කරුණක් බවට පත්වීමට ඉඩ සැලසිය හැක.

එසේම රූපවාහිනි පරිදායන් මත පදනම් ව යම් යම් දේවල් පිළිබඳ ඩෙනිස් දක්වන්නේ (1991:573) සිය ආස්ථානය හැඩගස්වා ගන්නට ප්‍රේක්ෂකයා පෙළඹිය හැකි බවයි. එනම් ඔවුන්ගේ තේරුම් ගැනීමේ රටාව රූපවාහිනියට අභිමත පරිදි විචලනය විය හැක. අධ්‍යයනයට අනුව වඩාත් ම නරඹන වැඩසහන් වර්ගය ටෙලිනාට්‍ය වන අතර (නියැදි දත්ත) ඒවා පවුල් පදනම් කර ගත් කතාන්දර විම විශේෂ ය. ඒ තුළ බොහෝ විට සාකච්ඡා කෙරෙන්නේ පවුල් අර්බුධයන් ය. රූපවාහිනියේ දිස්වෙන පවුල් තුළ පොදු වාසය අර්බුධයට පත්ව ඇත. ඒ පිළිබඳ ව දකින දෑ ප්‍රේක්ෂයා අභ්‍යන්තරීකරණය (internalization) කරගැනීමට අවකාශ ඇත. මන්ද යත් දෘශ්‍ය මාධ්‍ය මෙවලමක් වන රූපවාහිනිය සංජානන කාර්යයෙහි ලා වඩාත් ප්‍රබල මාධ්‍ය වන හෙයිනි (ඇතුලු 2002 :249).

**අධ්‍යාපනය පිළිබඳ පවුලේ කෘත්‍යය හා රූපවාහිනිය**

මනුරත්නට අනුව (2004:34) පවුලේ කාර්යභාරය පිළිබඳ විමර්ශනය කිරීමේදී ඊට පැවරුණු අධ්‍යාපන කෘත්‍යයක් ද තිබේ යන අදහස සමාජ විද්‍යාත්මකව පිළිගැනේ. පවුලේ කාර්යභාරය පිළිබඳ Murdock ගේ කෘත්‍යවාදී අදහස් ඒ සම්බන්ධ පදනම් ප්‍රකාශනයක් ලෙස සැලකිය හැකිය. අධ්‍යාපන ක්‍රියාවලිය නම් ඉගෙනුම මත පදනම් වන සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි.

“ළමා අධ්‍යාපනයේ පරමාර්ථය විය යුත්තේ ළමා වර්ධනයට අනුකූල ළමයා තුළ ඇති මූලික මානසික ශක්තීන් දියුණු කිරීම හා ශිෂ්ට සමාජයකට අවශ්‍ය පුද්ගලයන් ඇති කිරීමය..... සමාජයේ සෑම අංශයකටම අවශ්‍ය වන්නේ යුතුකම වගකීම හා දායාත්‍යකම්පාව වර්ධනය කර ජීවිතයේ පරමාදර්ශය වූ මනා හැසිරීමෙන් යුත් පුද්ගලයන් ඇති කිරීමය” (කාරියවසම් 1983:127).

ඉහත ප්‍රකාශනය අනුව අධ්‍යාපන කාර්යයේ දී පවුලට පැවරුණු වගකීම ඉතා පුළුල් වූවකි. එසේම අධ්‍යාපනය වනාහි ජනමාධ්‍යයේ එක් කාර්යක් නොමැතිනම් අධ්‍යාපනය මාධ්‍ය විසින් හැසිරිය යුතු අනිවාර්ය කාර්යකි. අධ්‍යයනයට අනුව මෙකී මධ්‍යම පාන්තික පවුල්වල සාමාජිකයන් අධ්‍යාපනය ලැබීමේ අපේක්ෂාවෙන් රූපවාහිනිය පරිහරණය කිරීම ප්‍රමුඛත්වය අනුව පත්වන්නේ හතරවැනි ස්ථානයට යි. එසේ ම ඔවුන් වැඩිපුර ම රූපවාහිනිය නරඹන කාලසීමාව මේ හා සැසඳීමේදී පෙනී යන්නේ මෙකී කාල පරාසයන් අතරතුරු විකාශය වන වැඩසටහන් අන්තර්ගතයේ අධ්‍යාපන වැඩසටහන් නොවීමයි. අදාළ කාලසීමාව තුළ සෑම රූපවාහිනි නාලිකාවක ම වැඩසටහන් සකස් වන්නේ රසවින්දනය අරමුණු කරගනිමිනි. මෙකී සාමාජිකයන් නිවසේ රැඳී සිටින කාල වේලාවන් විමසීමේදී පෙනී යන්නේ රූපවාහිනිය මගින් සම්පාදනය කරන යම් ප්‍රමාණයක හෝ

අධ්‍යාපන වැඩසටහන් විකාශය කරන කාල සීමාවන්හි දී අඩුම පිරිසක් ඒ හා රැදී සිටින බවයි. විශේෂයෙන් උදේවරුවේ නිවසේ රැදී සිටින ගෘහනියන් ඉලක්ක කරගත් නුගසෙවන වැනි වැඩසටහන් හා සති අන්ත කෘෂිකාර්මික, වෛද්‍ය වැඩසටහන් ඒ අතර විය. අත්කම් නිර්මාණ, රූපලාවන්‍ය, ආහාර තාක්ෂණය පිළිබඳ දැනුවත් බවක් ඒ සීමා සහිත වූ පිරිස ලදහ. මේ සම්බන්ධ වැඩිහිටි බොහෝමයක් පිරිසකගේ සඳහන වූයේ රූපවාහිනිය තම දරුවන්ගේ අධ්‍යාපන අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් මීට වඩා විධිමත් ලෙස ක්‍රියාත්මක වනවා නම් හොඳ බවක් බොහෝ විට එය දරුවන්ගේ අධ්‍යාපනයට බාධා පමුණන බවක් ය. බොහෝ උදාහරණ අතර වූයේ ටෙලි නාට්‍ය සහ තරු වැඩසටහන් ය.

**විත්තවේගී පෝෂණය හා රූපවාහිනිය**

පවුල් ඒකකය තුළ මව පියා සහ මුත්තනු මිත්තනියන් වෙතින් දරුවා විත්තවේගී ව පෝෂණය ලැබීම බොහෝ සෙයින් වෙනස් ව එතැනට ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මෙවලමක් ලෙස රූපවාහිනිය ආදේශ වී ඇත. පර්යේෂණ දත්තයන්ට අනුව මෙකී මධ්‍යම පාන්තික පවුල් අරඹයා පමණක් නොව සියල්ලට ම පොදු කරුණු නම් පවතින ආර්ථික තරඟකාරිත්වයට මුහුණ දීමයි. එහිදී පෙරදී මෙන් දරුවන් හා කතාබහ කරමින් ගත කරන්නට තිබෙන කාලය අඩු බවක් ඒ නිසාවෙන් රූපවාහිනිය මගින් තමා කැමති නාලිකාවක් තේරාගෙන ඒ හා රැදී සිටීමට යොමු වන බවක් දරුවන්ගේ හා දෙමපියන්ගේ අදහස් හමුවේ මතු විය. තමන්ට අනුකරණය කිරීමට සුදුසු මොඩලයන් සොයා ගැනීමද රූපවාහිනී ග්‍රාහකයන්ගේ එක් අරමුණෙකි (Baren & Devis 2000:185). මෙහි ලා මෙම මධ්‍යම පාන්තිකයන් විසින් වැඩිපුරම නරඹන වැඩසටහන් ප්‍රචර්ගය ටෙලි නාට්‍ය වන අතර ඒ තුළ නිරූපිත වර්යාවන් දරුවන් තුළද විත්තවේගී පෝෂණය සඳහා ඉවහල් වන අදහස් රෝපණය කිරීම සිදුවේ.

"අද්‍යකාලීන ශ්‍රී ලංකාව තුළ සිටින ප්‍රධානතම කතන්දරකරුවා රූපවාහිනිය' බව ඔබ පිළිගන්නවා ඇතැයි සිතමි.....නිවසේ සෑම දෙනාටම පහසු ලෙස එක් රොක් විය හැකි තැනක සිට රූපවාහිනිය අපට විවේක ඇති පරිද්දෙන් හෝ අපට රූපිය ඇති පරිද්දෙන් කතන්දර කියාදේ" (පෙරේරා 2005:312)

රූපවාහිනිය නිවෙසට තොරතුරු හා විනෝදාශ්වාදය ගෙනඑන අතරම ප්‍රචණ්ඩත්වය ද ගෙන එයි. එය ඉතා විස්මිත මුසු කිරීමකි. වැඩිහිටියන් හා දරුවන්ට සත්‍යයෙන් ප්‍රබන්ධය වෙන්කොට පැහැදිලිකොට ගැනීමට අසීරු වී තිබේ. තමන් තිරය මත දකින දේට එරෙහිව දරුවන්ට සංසන්දනයක යෙදීමට හෝ විනිශ්චය කිරීමට අවශ්‍ය වන සැබෑ ජීවිතයේ අත්දැකීම් ඔවුනට හිගය. ඔවුන්ගේ ම අගයන් හා පෞර්ෂයන් තවම වැඩෙමින් පවතී. රූපවාහිනී ප්‍රචණ්ඩත්වයේ බලපෑමට ඔවුහු ඉතා පහසුයෙන් අවනත වෙන බව නිශ්ශංක (2004 :20) දක්වයි. ඒ අතරතුර රූපවාහිනියේ හපන් පැදුර ළමා කතන්දර මුතුහර ආදී වැඩසටහන් දරුවාගේ විත්තවේගී පෝෂණයට ඉවහල් වන බව වුවත් ඒ වැනි වැඩසටහන් සඳහා වෙන්කෙරුණු ගුවන් කාලය සෙසු වැඩසටහන් හා සැසදීමේදී සාපේක්ෂව බෙහෙවින් අඩු බව සොයා ගැනුණි.



### පවුල තුළ ප්‍රජනන ක්‍රියාවලිය සහ රූපවාහිනිය

පවුලේ කාර්ය පිළිබඳ Murdock ගේ අදහසට අනුව ප්‍රජනනය ද එක් කාර්යකි. ප්‍රජනන කාර්යෙහි ලා රූපවාහිනී බලපෑම සහ ප්‍රජනනය ද එක් අරමුණක් වන පවුල තුළ වන ලිංගිකත්වය කෙරෙහි රූපවාහිනී පරිච්ඡේදයන්ගේ බලපෑම විමසා බැලීම මෙහි ලා අභිප්‍රාය වේ. මේ පිළිබඳ ව නියැදිය ඇසුරේ දත්ත රැස්කිරීම ප්‍රාථමික ක්‍රියාවලිය තුළ අසීරු වූ වග පර්යේෂණ සීමාකම් යටතේ විග්‍රහ කර ඇත. සම්මුඛ සාකච්ඡා තුළ වූ වක්‍ර විමසීම් මත දත්තයන් ලබා ගැනිණි. ඒ නයින් රූපවාහිනී අත්කරගතයන් (ප්‍රජනන සෞඛ්‍ය සම්බන්ධව) මගින් පවුල් සැලසුම පිළිබඳවත් ලිංගික ව සම්ප්‍රේෂණය වන රෝග පිළිබඳවත් දැනුමක් ලැබීමට හැකි වූ බව දැක්විය. ඒවා බොහෝමයක් සතියේ නිවාඩු දිනයන්හි විකාශයවීම පහසුවක් වූ බවත් අනාවරණය විය. විශේෂයෙන් ලාංකේය පවුල් ඒකකය තුළ ලිංගිකත්වය ඉතා සැගවුණු මාතෘකාවක් වන බව මෙහිදී වටහා ගත යුතුය. මන්ද කරුණු විමසීමේදී බහුතර වැඩිහිටියන්ගේ අදහස වූයේ එකී සඳාචාරවත් බව රැක ගැනීම පවුල තුළ වැඩිහිටියන්ගේ වගකීම බවත් මෑත කාලීන බොහෝ රූපවාහිනී අත්කරගතයන් දරුවන් සමඟ ඉඳු නැරඹීම අපහසු බව ඔවුන් පිළිගත්හ. ඒ අතර ගෞරවය දනවන ගීත ජවනිකා වික්‍රමයට හා ටෙලිනාට්‍ය කොටස් සමහර වෙළඳ දැන්වීම් ලෙස-ඔවුහු සඳහන් කලහ. නියැදියේ බහුතරයකගේ අදහස වූයේ රහස් ඇති කරගන්නා ප්‍රේම සබඳතාවන් හා තම ලිංගික අනන්‍යතාවන් ප්‍රසිද්ධව විදහා දැක්වීම් හා ඒ ආශ්‍රිත අපරාධ පෙර නොවූ ලෙස වර්තමානයේ ඉහළ ගොස් ඇති බවයි. රූපවාහිනිය ජනප්‍රිය සුබය සම්පාදනය කරන වාහකයා වෙයි. ගෝලීයකරණ ප්‍රභවය තුළ ලිංගිකත්වය වෙළඳ වටිනාකමක් ඇත්තක් බවට පත්වෙයි. එසේ වූ කල ඒ ආශ්‍රිත රූපවාහිනී අත්කරගතය ආර්ථික අරමුණු වෙනුවෙන් ක්‍රියාත්මක වීම දැකිය හැකි වේ.

"රූපවාහිනියේදී ප්‍රේක්ෂකයා සුබය ලබා ගන්නේ දර්ශනකාම හරහාය. ....Poogoda fabric විසින් නිශ්පාදිත මල්විත්ත හැඳගෙන කලවා පෙන්වමින් වෙරළ දිගේ යන නිරූපිකාවන් කීප දෙනාද පියයුරු හා කලවා වලට ලාලිත විලාසයකින් සබන් අතුල්ලන LUX ගා නෑමෙන් අත්පත් වන කායික වින්දනයන් පැහැපත් සමක් ගැන පුජාහාත් ද අමීර්කාන්ගෙන් PEPSI ඉල්ලන රූමත් දඟකාර ආශ්චර්යාරායි ද එවැනි ජනප්‍රිය සුබයන්ය" ( පෙරේරා 2005:321-322).

### නිගමනය

මෙම පර්යේෂණයෙහි විමර්ශන අභිප්‍රාය වූ පරිදීම අද්‍යයන ශ්‍රී ලංකාවේ මධ්‍යම පාන්තික පවුල් ඒකකය කෙරෙහි ප්‍රමුඛ ජනමාධ්‍ය ලෙස රූපවාහිනියේ බලපෑමක් සිදුවන බව නිගමනය කළ හැකි ය. පවුලෙහි කෘත්‍යන් කෙරෙහි වන එකී බලපෑම පවුල් පරිසරයේ ස්වභාවය රූපවාහිනිය භාවිත කිරීමේ ස්වභාවය හා අධ්‍යාපන මට්ටම වැනි සාධක කිහිපයක් ම මත දෘඩ හෝ මෘදු බලපෑමක් ලෙස විචලනය වේ. එසේම මෙම බලපෑම පවුලෙහි කෘත්‍යයන් කෙරෙහි සාධනීය හා නිශේධනීය ඇතැම් විට වක්‍ර බලපෑමක් ද වන හෙයින් එය වරණීය බලපෑමක් බව තහවුරු වේ. කෙසේ වුව ද මේ නියැදිය කෙරෙහි වූ රූපවාහිනියේ බලපෑම තුළ වඩාත් ඉස්මතු වූයේ නිශේධනාත්මක තත්ත්වයන් වේ. අධ්‍යයනයට භාජනය

වූ භූගෝලීය අවකාශය දිවයිනේ සෙසු ප්‍රදේශ කෙරෙහි වෙනස්කම් දැක්වූව ද මධ්‍යම පාන්තික පවුල නමැති ප්‍රභවයෙහි ලා සමපාත කරන කල මේ නිගමන යම් පමණකට ඒ හා සමග ගැළපෙන බව ද පෙන්වාදිය හැකි ය. .

**පරිශීලිත මූලාශ්‍රය**

අයිවන් වික්ටර් (1979) 71 කැරලිකරුවන්ගේ සමාජ පසුබිම, කොළඹ, ලදුර්ගා ප්‍රකාශකයෝ.

අමුණුගම,සරත් (1977) සංස්කෘතිය සමාජය හා සර්සරය, කර්තෘ ප්‍රකාශන.

ආරියරත්න,ඇතුගල (2002) සංජානනය හා සන්නිවේදනය, කර්තෘ ප්‍රකාශන.

කරුණානායක, නන්දන. (2007) සන්නිවේදන ප්‍රභවය හා ව්‍යාප්තිය, කොළඹ, තරංග ප්‍රකාශකයෝ.

කාරියවසම්, තිස්ස. (2006) ලංකාවට රූපවාහිනිය, මරදාන, එස් ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

කාරිවසම්, තිලෝකසුන්දරී. (1983) පියාජේගේ සංවර්ධන මනෝවිද්‍යාව, කර්තෘ ප්‍රකාශන.

දිසානායක, විජේසිංහ. (2007) රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආධිපත්‍යය, නුගේගොඩ, සරසවි ප්‍රකාශකයෝ.

නිශ්ශංක,වන්දිමා (2004: අ ) ජනමාධ්‍යය ප්‍රවණ්ඩත්වය සහ ළමා අයිතිවාසිකම්, කොළඹ, එස් ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

නිශ්ශංක,වන්දිමා (2004: ආ ) දැන්වීම්කරණය, කොළඹ, එස් ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ

පෙරේරා රංජිත් (2005)"දුදරුවෝ සෝප් ඔපෙරාව, රූපවාහිනිය, ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය හා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ප්‍රාග්ධනය". ශ්‍රී ලාංකීය සමාජය හා සංස්කෘතිය පාඨනය කිරීම තෝරාගත් නිබන්ධන.තෙවන වෙළුම 2000-කොළඹ:සමාජ සංස්කෘතික ක්‍රීඩ අධ්‍යයනය සඳහා වන කොළඹ ආයතනය.

පෙරේරා රංජිත් (2002)"දුදරුවෝ සෝප් ඔපෙරාව, රූපවාහිනිය, ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය හා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ප්‍රාග්ධනය" පුවාද 9 කලාපය. ජනවාරි-මාර්තු,කොළඹ, පුවාද ප්‍රකාශකයෝ.

මනුරත්න,එම්.පී. (2004) ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජභාවය හා පවුල, වරකාපොළ, ආරිය ප්‍රකාශකයෝ.

රත්නපාල,නන්දසේන. (2001)මානව විද්‍යාව, වරකාපොළ, ආරිය ප්‍රකාශකයෝ.

සමාජවිද්‍යාඥයින්ගේ සංගමය( 2006) නිවුටන් ගුණසිංහ ලිපිඑකතුව,මරදාන,එස් ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

සම්පත් පැතිකඩ(2008)අම්පාර,අම්පාර ප්‍රාදේශීය ලේකම් කාර්යාලය

සිල්වා,කේ.ටී. (2005) කුලය පන්තිය හා වෙනස්වන ලංකාවේ සමාජ ගැටුම්, බොරැස්ගමුව, විසිදුනු ප්‍රකාශන.

Baren and Davis (2000) *Mass Communication Theory*, Wadsworth, United States.

Bryce,Rayan (1953) *Cast in modern Ceylon*, New Jersey, Rutgers University press.

Deflure,Dennis (1991) *Understandnig Mass Communication*, Houghton Miffing ,London.

Joseph, D. R (1994) *The Dynamics of Mass Communication*, mc Graw-hill companies, New York.

Mandav,Pradeep (2005)*Visual Media Communication*, Authors press.

Miller, K. (2002) *Communication Theories*, MC Graw-hill companies, New York.

Shankar, Rao (1990) *Sociology*, Chandan Company Ltd, New Delhi.

Stanley, J. B.(2004) *Introduction to Mass Communication ; Media Literacy and Culture*, New York, Mc Graw -hill publishing.