



දේශීය රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප

ආචාර්ය සේනානි හරිස්චන්ද්‍ර

ජ්‍යෙෂ්ඨ කලීකාචාර්ය

සිංහල හා ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය
ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය

senani@sjp.ac.lk

Abstract

The formats used in electronic media to present content are diverse. Among them, talk shows—featuring discussions and debates—have long been a prominent program type, originating in radio before transitioning to television. Over the past few decades, these programs have garnered significant global attention due to various factors. However, in the local context, scholarly and industry attention to this genre has been relatively recent. Examining the factors that contributed to this shift and assessing the current status of television talk shows locally is of academic significance. Both economic and political influences have shaped the development of local television media, leading to the expansion of political talk shows. The emergence of private channels and the diversification of programming have played a notable role in this evolution. While political talk shows have grown in number, critical perspectives on their qualitative aspects remain mixed, with concerns raised regarding issues such as bias, credibility, balance, ethical standards, and state intervention. These concerns highlight the need for increased scholarly and professional engagement with the role and impact of television political talk shows. Despite these challenges, talk shows have the potential to serve as a meaningful and socially relevant format within the television media landscape.

Keywords: *public sphere, public opinion, television talk shows*

1. හැඳින්වීම

Dictionary of Media and Communication පෙන්වා දෙන ආකාරයට ‘සංවාද මණ්ඩප’ යන්න පුද්ගලයන් සිය ජීවන දෘෂ්ටිකෝණ පිළිබඳව හෝ කාලීන වාද විෂයන් පිළිබඳව සාකච්ඡා කෙරෙන වැඩසටහන් මෙහෙයවන්නෙකු (host) සහිත ගුවන්විදුලි හෝ රූපවාහිනී වැඩසටහන් ශාන්තරයකි. රාත්‍රී සංවාද වැඩසටහන් ඇතැම් විට විනෝදාස්වාදයත්, එමෙන්ම තවත් විටෙක දේශපාලනය, මතභේදාත්මක සමාජ වාද විෂයන් හෝ සංවේදී

මාතෘකා කෙරේ අවධානය යොමු කරයි. සමහර සංවාද මණ්ඩප සිය ශ්‍රාවකයන්ට හෝ ප්‍රේක්ෂකයන්ට මාධ්‍ය ආයතනය වෙත ලබාදෙන දුරකතන ඇමතුම් මගින් ප්‍රශ්න විචාර්මට හෝ ඔවුන්ගේ මත ප්‍රකාශකිරීමට අවසර ලබා දෙයි (Danesi, 2009, p.283).

පොදුජන මතය එළිදැක්වීමට ඇති ශක්‍යතාව හේතුවෙන් සංවාද මණ්ඩපවලට ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය තුළ සුවිශේෂ ස්ථානයක් හිමිව තිබේ. එය ඇතැම් විට ජනමත සංවිධානයෙන් ඔබ්බට ගමන් කිරීමට ඉඩ ඇත. Television talk : A history of the TV talk show ග්‍රන්ථය පෙන්වා දෙන පරිදි 'සංවාද මණ්ඩපවලට විටෙක සමාජ ගැටලු කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකිය. තවද, වැරදි ක්‍රියාවන්හි යෙදෙන (දේශපාලන) අපේක්ෂකයන් නිරාවරණය කිරීමට මෙන්ම ඔවුන් සිය තනතුරුවලින් හා පුරුදු පුහුණු කරන ලද තරාතිරම හෝ කාර්යයන්ගෙන් විතැන් කිරීමටද එම වැඩසටහන් සමත් වේ (Hutchby 2006, p.2).

ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනී මාධ්‍යවලට පොදුවේ ඉහත කරුණු දැක්වීම සිදුකර ඇතත් රූපවාහිනී සංවාද ආකෘතියේ ස්වභාවය තේරුම්ගැනීමට එය ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ. විවිධ ක්ෂේත්‍රවල අත්දැකීම් සහිත ප්‍රවීණයන්, විද්වතුන්, විශේෂඥයන් මෙන්ම පොදු ජනතාවටද සහභාගී කර ගැනීමට මෙහිදී ලැබෙන අවස්ථාව නිසා මෙම වැඩසටහන් මාදිලිය කෙරේ වැඩි ප්‍රේක්ෂක අවධානයක් යොමුවීමට වැඩි ඉඩකඩක් ඇති බව පෙනේ. එපමණක් නොව රූපවාහිනී මාධ්‍ය සිය ග්‍රාහකයා මත ප්‍රබල බලපෑමක් ඇති කරන ආකාරයෙන්ම රූපවාහිනී සංවාද මණ්ඩපද තරඹන්නන්ට දැඩි බලපෑමක් ඇති කිරීමට සමත්ව ඇති බව ඇතැමෙකු කල්පනා කරනුයේ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සතු විවිධ ශක්‍යතාවන් සැලකිල්ලට ගනිමිනි. Hutchby මෙම තත්ත්වය තවදුරටත් පැහැදිලි කරයි. සංවාද මණ්ඩප, සම්මුඛ සාකච්ඡා, විවාද ආදියෙහිදී අප දකින්නේ (විද්‍යුත්) ජනමාධ්‍යවේදයට පරිබාහිර වෘත්තිකයන්; එනම් දේශපාලනඥයන්, සමාජ සංවිධාන හා ආයතනවල නියෝජිතයන්, ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකමක් සහිත අවස්ථාවන් සියැසින් දුටුවන්, ක්‍රීඩකයන්, හා පොදු ජනතාව අතර වෙසෙන සමහරවිට ඉතා කැපී පෙනෙන, සාමාන්‍ය මිනිසුන්ය. විශේෂයෙන් රූපවාහිනී සංවාද මණ්ඩප ජනතාව අතර වැඩි අවධානයක් යොමුවීමට, එවැන්නන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය ඔස්සේ ඉදිරිපත් කරන තොරතුරු වඩාත් ආකර්ෂණීය හා පැහැදිලි බවකින් යුක්තවීමද බොහෝ විට හේතු විය හැකිය (2006, p.2).

රූපවාහිනී සංවාද මණ්ඩප ආකෘතිය කැපී පෙනෙන ලෙස ව්‍යාප්ත වන්නට පටන් ගෙන ඇත්තේ 1990 දශකයේ බව විචාරක මතයයි. රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ මෙම ආකෘතියට අයත් විවිධාකාර වූ ප්‍රවර්ග දැකිය හැකිය. කීර්තිමත් පුද්ගලයන් සමඟ පවත්වන සම්මුඛ සාකච්ඡා, ප්‍රභූන් සමඟ සිදුකරන සංවාද, වටමේස කතිකාවන්, සාමාන්‍ය උදවිය සහභාගී වන සල්ලාපයන් ආදිය ඉන් සමහරකි. සාමාන්‍යයෙන් මෙම වැඩසටහන් පවත්වනු ලබන්නේ මැදිරියක් තුළයි. ඇතැමුන් පවසන ආකාරයට මෙම වැඩසටහන් මාදිලිය පිළිබඳ වැඩි අවධානයක් යොමුවීමට බලපා ඇත්තේ ඒවාට සහභාගීවන්නන්ගේ ආවේගකාරී හා ප්‍රවණිත හැසිරීම් ස්වභාවයයි. එමෙන්ම සාමාන්‍ය උදවියට පොදු ජනතාව ඉදිරියේ සිය අදහස් හා මත ඉදිරිපත් කිරීමට ලැබෙන ඉඩ ප්‍රස්තාවද ඒ කෙරේ බලපා තිබේ (Tolson, 2006, p.82).

ඉහත කරුණු සම්බන්ධයෙන් විමර්ශනාත්මකව අවධානය යොමු කරන විට 'පොදුජන අවකාශයක්' (public sphere) නිර්මාණය කිරීමේලා මෙම වැඩසටහන් ප්‍රවර්ගය සතු ගති ලක්ෂණ වඩාත් යෝග්‍ය පරිසරයක් හා පසුබිමක් සකසා දෙන බවද පැහැදිලිව පෙනී යයි. විශේෂයෙන් දේශපාලන අදහස් හා මතවාද පොදුජනයා වෙත සන්නිවේදනයට එය වඩාත් උචිත මණ්ඩපයක් වන්නේද එකී හේතු සාධක නිසාමය.

2. සාකච්ඡාව

රූපවාහිනී වැඩසටහන් ප්‍රචාරයක් ලෙස දේශපාලනික සංවාද මණ්ඩප (political talk shows) ජනමත ගොඩනැගීම කෙරේ සිදු කරන බලපෑම පිළිබඳ ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ අවධානය වැඩිමනත් යොමුවන්නට පටන් ගෙන ඇත්තේ විසිවන සියවසේ අග භාගයේදී යන්න විද්වත් මතයයි. ජාත්‍යන්තර තත්ත්වයට සාපේක්ෂව දේශීය වශයෙන් සිදුව ඇති වෙනස්කම් කවරේද යන්න විමර්ශනය කිරීමේදී මෙරට මාධ්‍ය ඉතිහාසය හා සම්බන්ධ සන්ධිස්ථාන කිහිපයක් පිළිබඳව විශේෂ අවධානය යොමුකිරීම අත්‍යවශ්‍ය සාධකයකි. එසේම ඊට සම්බන්ධ දේශීය පසුබිම යථා පරිදි අවබෝධ කරගැනීමද එය අතිශය ප්‍රයෝජනවත් වේ.

ප්‍රථම විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය වන ගුවන් විදුලිය ලොවට හඳුන්වා දුන් 1920 ගණන්වල මුල් භාගයේදීම එම මාධ්‍ය පරිභෝජනයට අවස්ථාව ශ්‍රී ලාංකිකයන්ටද හිමිවූයේ මෙරට එවකට බ්‍රිතාන්‍ය යටත්විජිතයක්ව පැවැතීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලිය දකුණු ආසියාවේ පළමු ගුවන් විදුලි සේවාව ලෙස සලකනු ලැබේ. එහෙත් රූපවාහිනී මාධ්‍ය මෙරටට හඳුන්වා දෙනු ලබන්නේ මෙම කලාපයේ රටවල් බොහොමයකට එම මාධ්‍ය හඳුන්වාදීමෙන් අනතුරුවය.

Gunasekara (1993, p.12) පවසන පරිදි ඒ වන විටත් කලාපීය වශයෙන් විද්‍යුත් මාධ්‍ය ආරම්භ කර තිබූ රටවල් බොහොමයක රජයේ ඒකාධිකාරයක් ලෙස ඒවා පවත්වාගෙන යාම මතභේදයට තුඩු දෙන කරුණක් බවට පත්ව තිබිණි. දියුණු රටවල් මගින් ලබා දෙන ලද ද්විපාර්ශ්වික ආධාර පෞද්ගලික අංශයට ලබාතොදි එවකට පැවති රජයන්ට පමණක් ලබා දීමත්, මෙම මාධ්‍ය මෙවලම්වල අධික මිල පෞද්ගලික ව්‍යවසායකයන්ට දැරිය නොහැකිවීම නිසා ඔවුන් ඊට සම්බන්ධ නොවීමත් ඉහත කී මාධ්‍ය ඒකාධිකාරයට මග පෙන්වනු ලැබීය.

ශ්‍රී ලංකාවේ තත්ත්වය මීට තරමක් වෙනස් වූවකි. පෞද්ගලික රූපවාහිනී සේවාවක් ලෙස 1979දී ආරම්භ වන 'ස්වාධීන රූපවාහිනී ජාලය' (Independent Television Network - ITN) මෙරට ප්‍රථම රූපවාහිනී නාලිකාව වන අතර එය මුහුණ පෑ විවිධ දූෂ්කරතා හේතුවෙන් ඉතා කෙටි කලකදීම රජයට පවරා ගනු ලැබීය. 1982 ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථා පනත මගින් සංස්ථාපනය කරන ලද ජාතික රූපවාහිනිය සෘජු ලෙසම රාජ්‍ය අනුග්‍රහය ඇතිව මෙරට පිහිටුවන ලද පළමු රූපවාහිනී සේවාවයි. එතැන් පටන් වර්ෂ 1992දී රජයේ අවසරය ඇතිව පෞද්ගලික රූපවාහිනී ආයතනයක් ලෙස Telshan Network (Pvt) Limited (TNL) ආරම්භ කරන තෙක්ම මෙරට පැවතියේ රජයේ රූපවාහිනී මාධ්‍ය ඒකාධිකාරයකි.

ශ්‍රී ලංකාවේ විකාශන ශ්‍රේණිගත කිරීමේ ක්‍රමය ඇගයීමේ ස්වාධීන විශේෂඥ මණ්ඩලයේ වාර්තාවට (2017, පි. 11) අනුව,

'දශක ගණනාවක් පුරා ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය භූ දර්ශනය විවිධ හා විශාල ලෙස වර්ධනයවී ඇත. 1978දී ආර්ථික ලිබරල්කරණයත් ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනී විකාශනයට පෞද්ගලික අංශයට ඉඩ දෙමින් 1992දී සිදුවූ විකාශන ක්ෂේත්‍රයේ පාර්ශ්වීය ලිබරල්කරණයත් එසේ පැමිණි ගමනේ වැදගත් සන්ධිස්ථාන දෙකකි.'

දකුණු ආසියාවේ ප්‍රථමවරට විද්‍යුත් මාධ්‍යයක් ආරම්භවූ රටෙහි කල් ගතවී නමුදු පෞද්ගලික අංශයේ එවැනිම මාධ්‍යය නාලිකාවක් ආරම්භ කිරීමට ඉඩ ප්‍රස්තාව ලැබීම සුවිශේෂ අවස්ථාවක් ලෙස සැලකිය හැකිය. ඒ කෙසේ වුවද ඉහත කී ආකාරයට ජනමාධ්‍ය හා සම්බන්ධ දේශීය වශයෙන් ඓතිහාසික වැදගත්කමකින් යුත් සන්ධිස්ථානය පසු කර දශකයක් ඉක්ම ගියද මෙරට රාජ්‍ය හෝ පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකාවක දේශපාලන කරුණු සම්බන්ධයෙන් විවෘත ලෙස සංවාද පැවැත්වීමක් දක්නට නොලැබීම කවර හේතු සාධක නිසා සිදුවී ඇති පැහැදිලි නැත. රූපවාහිනී දේශපාලනික සංවාද මණ්ඩප මාදිලියේ ලා ගිණිය හැකි කිසිදු ඉදිරිපත් කිරීමක් මෙකී

කාල වකවානුව තුළ වැඩසටහන් විකාශන මාලාවට ඇතුළත් නොවීමෙන් මෙම කරුණ වැඩිදුරටත් තහවුරු වෙයි.

TNL රූපවාහිනී ආයතනය මගින් ඉදිරිපත් කළ 'ජනහඬ' වැඩසටහන මෙහිලා විශේෂ වැදගත්කමක් දරන්නේ එය මෙරට රූපවාහිනී ක්ෂේත්‍රයේ හමුවන ප්‍රථම දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප මාදිලියට අයත් වැඩසටහන ලෙස සැලකිය හැකි හෙයිනි. ආරම්භක 'ජනහඬ' වැඩසටහන සම්මුඛ සාකච්ඡා ආකෘතියට අනුව සකස් වූවක් නොවේ. ප්‍රස්තුත මාතෘකාවට අදාළ ජනතාවගේ අදහස් හා ඊට වගකිවයුතු අයගේ මත රූපරාමු මගින් ඉදිරිපත්කිරීම එහිදී දක්නට තිබිණි. කෙසේ නමුත් 'ජන හඬ' සම්මුඛ සාකච්ඡා ආකෘතියට අනුව සකස්වී ඇත්තේ 1994 වසරේදීය. 'දේශපාලන විවාද' සංකල්පය මුලින්ම හඳුන්වාදී ඇත්තේද මෙම වැඩසටහන මගිනුයි (මුතුමණි සහ තවත් අය, 2004, pp. 598-600).

ඒ අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩපවල ආරම්භය ලෙස සැලකිය යුතු වන්නේ 1994 වසරයි. ඉන් අනතුරුව විවිධාකාර මාදිලි අනුව සකස් වූ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප රාශියක් පසුගිය කාල වකවානුව තුළ නිර්මාණයවී ඇති බව පෙනෙන්නට තිබේ. කෙසේ නමුත් දේශීය වශයෙන් මෙම වැඩසටහන්වල ප්‍රමාණාත්මක වශයෙන් කැපී පෙනෙන වර්ධනයක් 2000 වර්ෂයෙන් ආරම්භ වන දශකය තුළ පෙන්නුම්කිරීම විශේෂත්වයකි. මේ වන විට, එනම් දෙවන දශකයේ අවසානය වන විට දේශීය රූපවාහිනී ක්ෂේත්‍රයෙහි කැපී පෙනෙන වැඩසටහන් මාදිලියක් බවට දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප පත්ව තිබේ.

මුල් කාල වකවානුව තුළ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප වැඩිපුර දක්නට ලැබුණේ පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකාවල වුවද පසුව මෙම වැඩසටහන් මාදිලිය රාජ්‍ය මාධ්‍යවලද ප්‍රචලිත විය. වර්තමානයේ රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික යන දෙපාර්ශ්වයටම අයත් නාලිකාවන්හි මෙම වැඩසටහන් ප්‍රචර්ගය එකසේ ව්‍යාප්තව පැවතීමෙන් පෙනී යන්නේ ඒ පිළිබඳ සැලකිය යුතු මට්ටමක පොදුජන ආකර්ෂණයක් යොමුව ඇති බවයි. මන්ද යත් එවැනි පොදුජන ආකර්ෂණයක් නොපවතින්නේ නම් එකී මාධ්‍ය හිමිකරුවන් මෙම වැඩසටහන් කෙරේ මෙතරම් සැලකිල්ලක් යොමුකිරීමට නොපෙලඹෙන බැවිනි.

තවද සාපේක්ෂ වශයෙන් ගත් කළ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප යනු ස්වභාවයෙන්ම වැඩි විකාශන කාලයක් මිඩංගු කළ යුතු වැඩසටහන් මාදිලියකි. සාමාන්‍යයෙන් මෙවැනි එක් වැඩසටහනක් සඳහා පැය දෙකක පමණ විකාශන කාලයක් වැය කෙරේ. දීර්ඝ කාලයක් එකම වැඩසටහනක් වෙත අවධානයෙන් සිටීම අසීරු කාර්යයකි. එසේ වුවද එම කාල පරාසය තුළ ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාව අතරින් යම් පිරිසක් හෝ එම වැඩසටහන සමග රැඳී සිටී නම්, එමගින් ගම්‍ය වන්නේ ඔවුන් සිය කැමැත්තෙන්ම එකී මාධ්‍ය අන්තර්ගතය හා බද්ධවීමට රුචිකත්වයක් දක්වන බවයි. කිසියම් ආකාරයක ප්‍රතිලාභයක් හෝ තෘප්තියක් නොලැබෙන්නේ නම් දීර්ඝ විකාශන කාලයක් සහිත මෙම දේශපාලන සංවාද වැඩසටහන් මාදිලිය සමඟ දිගින් දිගටම රැඳී සිටීමට කිසිදු රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයෙක් පෙලඹෙනු ඇතැයි විශ්වාස කළ හැකි නොවේ.

ඉහත කරුණු පිළිබඳ විමසා බැලීමේදී ගම්‍ය වන්නේ දේශීය රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාව දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප කෙරේ සැලකිය යුතු අවධානයක් යොමුකිරීමට ඉදිරිපත්ව ඇති බවයි. මෙය යථා ස්වභාවය නිවැරදිව ප්‍රතිබිම්බනය කිරීමක් ලෙස සැලකිය හැකි නම් දේශීය වශයෙන් පොදුජන මතය නිර්මාණය කිරීමේ කාර්යයේදී ප්‍රබල දායකත්වයක් ලබාදීමේ හැකියාව රූපවාහිනී දේශපාලනික සංවාද මණ්ඩප සතු වන්නේ යයි අනුමාන කළ හැකිය. එහෙත් මතුපිටින් සිදු කරන මෙවන් නිරීක්ෂණයන්හි යටිපෙළ පිළිබඳ ප්‍රත්‍යක්ෂ අවබෝධයක් ලබාගැනීම සඳහා එය ප්‍රමාණවත් නොවේ. ඒ සඳහා ඊට ප්‍රස්තුත වන සාධක අතර ඇති සම්බන්ධතාවන්ගේ ස්වභාවය පිළිබඳව වඩාත් සමීප ශාස්ත්‍රීය පරීක්ෂාවක් සිදු කළ යුතු වේ. එහෙත් මේ පිළිබඳව සිදුකළ එවැනි ගැඹුරු හා විස්තීර්ණ ශාස්ත්‍රීය පර්යේෂණ පිළිබඳ තොරතුරු දේශීය ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රය තුළ හමු නොවේ. ඒ

අනුව දේශීය වශයෙන් රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප හා පොදුජන මතය ගොඩනැගීම අතර පවතින සම්බන්ධතාවේ ස්වභාවය පිළිබඳ 'දැනුමේ හිඟ' (knowledge gap) පවතින බව පෙනී යයි.

සමාජය තුළ විවිධාකාර පුද්ගලයන්, පුද්ගල සමූහයන්, ආයතන, සංවිධාන අතර මෙන්ම රජය සමඟද සබඳතා ගොඩනගමින් සමාජ අන්තර් කාර්ය (social interaction) සිදුකිරීම කෙරේ මෙම සංවාද මණ්ඩප මගින් ලබා දෙන තොරතුරුවලට ප්‍රබල දායකත්වයක් ලබා දිය හැකිය. එය පොදුජන මතය ගොඩනැගීමේ ක්‍රියාවලිය සමඟද බැඳී පවතින්නකි. එහෙත් එකී තොරතුරු ගුණාත්මකභාවයෙන් ඉහළ ප්‍රයෝජනවත් තොරතුරුද යන්න පිළිබඳ මෙහිදී විශේෂ අවධානය යොමු කළ යුතුවේ. ඒ අනුව ශ්‍රී ලාංකිකවේ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩපවලදී ඉදිරිපත් වන තොරතුරු කොතෙක් දුරට මෙම අවශ්‍යතාව සපුරාලන්නේද යන්න විමසා බැලීම අවශ්‍යය. එහෙත් ඒ පිළිබඳ නිරවද්‍ය තක්සේරුවකට එළඹීමට හැකි වනුයේ ඒ සම්බන්ධයෙන් සිදු කරන ශාස්ත්‍රීය මෙන්ම විෂයමූලික අධ්‍යයනයකින් පමණි.

මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය මගින් ඇති කරන බලපෑම දේශීය ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේදී විශේෂ අවධානයට ලක් විය යුතු කරුණකි. මාධ්‍ය ස්වාධීනත්වය කෙරේ අහිතකර ලෙස මැදිහත්වීමට හිමිකාර පාර්ශ්වයට ඇති හැකියාව රාජ්‍ය මෙන්ම පෞද්ගලික ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයටද එකසේ අදාළ වුවකි. ඇතුගල (දි.නැ. පි.7) දක්වන ආකාරයට 'මෙරට මාධ්‍ය කර්තෘත්ව නිදහසක් ඇත්තේද යන්න සැක සහිතය. මාධ්‍යකරුවන් මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වයේ වුවමනාවන් සමග තදින් බැඳී ඔවුන්ට යටහත්ව ක්‍රියා කරයි.' එවන් වාතාවරණයක් තුළ සැබෑ පොදුජන මත නිර්මාණය සඳහා අහිතකරීන්ගෙන් බැහැරව මෙරට රූපවාහිනී දේශපාලනික සංවාද මණ්ඩප මෙහෙයවනු ලැබේද යන්න විමසා බැලිය යුතුය.

එසේම 'ජනමාධ්‍යවේදය තුළ වන සාකච්ඡා, සංවාද, කතිකා සාධාරණ මෙන්ම අත්‍යවශ්‍යද වන්නේය. නමුත් එවැනි කටයුතුවල ප්‍රතිඵල වඩාත් සාර්ථක හා කාර්යක්ෂමවීමට නම් ලබාගන්නා තොරතුරු වඩාත් සප්‍රමාණික හා විශ්වසනීය විය යුතුය' (වීරසිංහ, 2005, පි.8). දේශීය ජනමාධ්‍යවල අන්තර්ගත මෙම අවශ්‍යතාව කොතෙක් දුරට පූරණය කරන්නේද යන්න පිළිබඳව සැලකිලිමත් විය යුත්තේ එහෙයිනි. ඒ අනුව මතවාද සංවිධාන කාර්යයේ නියැළී රූපවාහිනී සංවාද මණ්ඩප මගින් ඉදිරිපත් කෙරෙන තොරතුරුවල නිරවද්‍යතාව, සමතුලිතතාව, සමාජ ප්‍රගමනයට ලබා දෙන්නාවූ දායකත්වය ආදී විවිධ සාධක ගණනාවක් පිළිබඳව මෙහිදී විශේෂ අවධානය යොමු කිරීමට සිදුවේ. එම වැඩසටහන් මාදිලිය මගින් පොදුජන අවකාශය තුළ වඩාත් සඵලදායී කාර්යභාරයක් ඉටුකිරීමට හැකි වන්නේ එවිටය. ඒවා මගින් ලබා දෙන තොරතුරු කොතෙක් දුරට සප්‍රමාණික හා විශ්වසනීය බවකින් යුක්ත වන්නේද යන්න මත පොදුජන අවකාශය තුළ ඊට ලැබෙන පිළිගැනීම, ඒවා පරිභෝජනය කිරීමෙන් ග්‍රාහකයා ලබන ප්‍රතිලාභය හා තෘප්තිමත් බව තීරණය කළ යුතුය. ග්‍රාහකයාට ප්‍රයෝජනවත් හා ප්‍රායෝගික වැදගත්කමකින් යුත් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමේ අවශ්‍යතාව මෙමගින් වැඩිදුරටත් ගම්‍යවේ.

ඉහත තත්ත්වය හා සබැඳි තවත් වැදගත් කරුණක් වන්නේ මෙකී මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පිළිගත් ආචාරධර්ම පිළිවෙත් අනුගමනය කරමින් ඉදිරිපත් වන්නේද යන්නයි. මාධ්‍ය - ග්‍රාහක සබඳතාව කෙරේ අවධානය යොමු කිරීමේදී මෙහි වැදගත්කම වඩාත් කැපී පෙනේ. තොරතුරු නිරවද්‍යතාව තරමටම එය ඉදිරිපත්කිරීමේදී සදාචාරාත්මක බව පිළිබඳව අවධානය යොමු කළ යුතු වෙයි. එහෙත් මෙරට රූපවාහිනී මාධ්‍ය අන්තර්ගතය සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කරන විට පෙනී යන්නේ එය සෑහීමට පත් විය හැකි තත්ත්වයක් නොවන බවයි. රූපසිංහ (2013, පි. 25) දක්වන ආකාරයට '1982 සිට මෙරට රූපවාහිනී මාධ්‍යයට ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ අතිශය පක්ෂපාතීත්වයක් ප්‍රදර්ශනය කර තිබුණි. ප්‍රවෘත්ති වටිනාකම (news values) තීරණය වූයේ රාජ්‍යයේ බල ධුරාවලිය අනුවය.' මෙමගින් ගම්‍ය වන්නේ දේශපාලනය හා බැඳුණු තොරතුරු වාර්තාකරණයේදී ඉහත සදාචාරමය ඇගයුම් පිළිබඳ වැඩි සැලකිල්ලක් දක්වා නොමැති බවයි. ඒ අනුව රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද වැඩසටහන්වලදී මෙම තත්ත්වය කෙසේ දෘශ්‍යමාන වන්නේද යන්න පරීක්ෂාකිරීම අවශ්‍යය.

Kumar සහ Raguram (2016) දක්වන ආකාරයට බොහෝ විශ්ලේෂණයන් මගින් අනාවරණය වී ඇත්තේ ලොව පුරා ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය, විශේෂයෙන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය මැතිවරණ කාල වකවානුවලදී සමතුලිත නොවන බවයි. කෙසේ නමුත් ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය, දේශපාලන ප්‍රවර්ධනය සඳහා යොදාගන්නා බව පෙනෙන්නට තිබේ. රාජ්‍ය මාධ්‍ය නාලිකා රාජ්‍ය පාක්ෂික අපේක්ෂකයන්ට සෘජුවම සහයෝගය දක්වයි. ජනතාව මාධ්‍ය මගින් සමතුලිත ප්‍රවෘත්ති ආවරණයක් අපේක්ෂා කළද ශ්‍රී ලාංකේය සමාජයේ එවැනි තත්ත්වයක් දැකීම දුෂ්කරය. බොහෝ සංස්කාරකවරුන් සහ මාධ්‍ය අධ්‍යක්ෂකවරුන් මැතිවරණවලදී එසේ සමබර ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයක් උදෙසා සිය කණ්ඩායම් වෘත්තීය වශයෙන් මෙහෙයවීමට අපොහොසත්වී ඇත.

එසේම මෙවැනි විමර්ශනයක් සිදුකිරීම පොදුජන මතය නිර්මාණය කෙරේ ජනමාධ්‍ය ලබා දෙන සාධනීය දායකත්වය මෙන්ම එහිදී ඉස්මතු විය හැකි නිශේධනීය තත්ත්වයන්ද හඳුනාගැනීමට මග පාදනු ලබයි. නානායක්කාරට (දී.නැ., පි.46) අනුව 'පවත්නා මතය රැක ගන්නට හෝ වඩවාලන්නට මෙන්ම විනාශ කරන්නටත්, තවත් නව මතයක් ගොඩනගන්නටත් ජනමාධ්‍යයට ඉටුකර ගත හැකි සමාජ හිතකාරී ජන මෙහෙවර මෙන්ම එහි අහිතකර පක්ෂයද සලකා බැලිය යුතුය.' මෙම මාදිලියේ වැඩසටහන් හා ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රය අතර පවතින සැබෑ සම්බන්ධතාවේ ස්වභාවය අභිනතීන්ගෙන් තොරව පරීක්ෂාකිරීම සඳහා එම මගපෙන්වීම ප්‍රයෝජනවත් වේ.

දේශීය ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය සම්බන්ධයෙන් ඉදිරිපත් වන විවිධ විවේචන රූපවාහිනී දේශපාලනික සංවාද මණ්ඩප සම්බන්ධයෙන්ද සෘජු අදාළ බවක් දක්වයි. ඇතැම් විචාරකයන් දක්වන ආකාරයට,

'ජනමාධ්‍ය විසින් පවත්වාගෙන යන දේශපාලන සංවාද තිබෙන්නේ ඉතාමත් අවලස්සන තත්ත්වයකය... දේශපාලන සංවාදවලදී වැඩි කැමැත්තක් දක්වන්නේද බුද්ධිමය නිම්වලලු පුළුල් කරන දේශපාලන සංවාදයන්ට නොව ක්‍රාසය හා සරල විනෝදය ගෙන දෙන කුකුළු පොර ගණයෙහි ලා සැලකිය හැකි සංවාදයන්ටය. රටේ දැවෙන ප්‍රශ්න ගැන කෙරෙන ගැඹුරු සංවාද ඇත්තේම නැති තරම්ය' (අයිවන්, 2016, පි.157)

පොදුවේ මෙරට ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ සිදුවන දේශපාලන සංවාද සම්බන්ධයෙන් එල්ලවන මෙම නිර්දය විවේචනය රූපවාහිනී මාධ්‍ය නාලිකාවන්ටත්, ඒවායේ විකාශනය වන දේශපාලන සංවාද මණ්ඩපවලටත් එකසේ අදාළ වෙයි. එහෙත් එහි යථා ස්වභාවය පැහැදිලිව අවබෝධ කර ගත හැක්කේ ඒ සම්බන්ධයෙන් සිදු කරන විධිමත් අධ්‍යයනයකින් අනතුරුවය. ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයට සම්බන්ධ ශාස්ත්‍රාලීය විද්වත් ප්‍රජාවගේ මැදිහත්වීම කාලීන අවශ්‍යතාවක් වන්නේ එහෙයිනි.

3. සමාලෝචනය

කලාපයේ අනෙකුත් රටවල් හා සැසඳීමේදී දේශීය රූපවාහිනී මාධ්‍ය ආගමනය සිදුවන්නේ සාපේක්ෂ ප්‍රමාදයකින් පසුවය. ආරම්භයේ පැවැති රාජ්‍ය ඒකාධිකාරය තුළ දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප ස්වරූපයේ වැඩසටහන් මාදිලි පොදුවේ විද්‍යුත් මාධ්‍ය තුළ දක්නට නොලැබිණි. විසිවන සියවසේ අග භාගයේදී පෞද්ගලික නාලිකා පවත්වාගෙන යාමට ලැබුණු අවසරයත් සමග දේශීය රූපවාහිනී නාලිකාවන්හි මෙකී සංවාද මණ්ඩප මාදිලියේ ආරම්භය සනිටුහන් වෙයි. ඒ අතුරින් එකී ක්ෂේත්‍රයට පළමුව සේන්ද්‍ර වන්නේ පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකා මිස රාජ්‍ය නාලිකාවන් නොවේ. කෙසේ නමුත් ජන අවධානය යොමුවීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස පසුකාලීනව පෞද්ගලික හා රාජ්‍ය යන උභය මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයන්හි මෙම වැඩසටහන් මාදිලිය ප්‍රචලිතව තිබේ.

මෙහිදී අවධානය යොමු විය යුතු වැදගත් කරුණක් වන්නේ එකී වැඩසටහන්වල ගුණාත්මකභාවයයි. ඉහළ ප්‍රේක්ෂක අවධානයක් දිනා ඇති බව අනුමාන කළ හැකි වුවත් සැබෑ පොදුජන අවශ්‍යතාවන් මෙකී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප මගින් නියෝජනය වන්නේද යන්න මෙහිලා විමසා බැලිය යුතු වැදගත් සාධකයකි. මන්ද යත්, ඇතැම් විට මෙහි පක්ෂග්‍රාහිත්වය, විශ්වසනීයත්වය, සමතුලිතතාව, සඳාචාරාත්මක බව, රාජ්‍ය මැදිහත්වීම ආදී විවිධ කරුණු සම්බන්ධ ගැටලු පවත්නා බවට විවේචන එල්ලවීමයි. ඉහත දක්වන ලද සියලු කරුණු මගින් ගම්‍ය කෙරෙන්නේ රූපවාහිනී දේශපාලන සංවාද මණ්ඩප නමැති වැඩසටහන් මාදිලියේ දේශීය ක්‍රියාකාරීත්ව හා හැසිරීම පිළිබඳව ජනමාධ්‍ය වෘත්තිකයන්ගේ මෙන්ම ශාස්ත්‍රවන්තයන්ගේ අවධානය වඩ වඩාත් යොමුවිය යුතු බවයි.

පරිශීලිත මූලාශ්‍රය

අයිවන් වික්ටර් (2016). *අයාලේ යන ජනමාධ්‍ය*, මහරගම: රාවය ප්‍රකාශන.

ඇතුගල, ආරියරත්න (n.d.). නිදහස් මාධ්‍ය. In: පියදාස, රෝහණ ලක්ෂ්මන්. and රූපසිංහ, විජයානන්ද, eds., *නිදහස් මාධ්‍ය*, කොළඹ: රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

නානායක්කාර, සේන. (n.d.). නිදහස් චින්තනය, ජනමාධ්‍ය නිදහස සහ ජාතික නිදහස. In: ඇතුගල, ආරියරත්න., පියදාස. රෝහණ ලක්ෂ්මන්., and රූපසිංහ, විජයානන්ද. eds., *නිදහස් මාධ්‍ය*, කොළඹ: රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

මුතුමණි, එස්.එස්.එච්. පෙරේරා, ඉන්ද්‍රජිත් ශ්‍රී. ඇරැව්වල, සුජීවා. and සම්පත් රසික (2004). ලංකා රූපවාහිනී 25 වසර. කොළඹ: එස්.ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

රූපසිංහ, විජයානන්ද. (n.d.). ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති හා ආචාරධර්ම - කෙටි විමසා බැලීමක්. In: නානායක්කාරසේන, ගුණසේකර උදිත ගයාමාන and පලිහක්කාරනන්දසේන, eds., රූපවාහිනී සමීක්ෂා. බත්තරමුල්ල: සංස්කෘතික කටයුතු දෙපාර්තමේන්තුව.

වීරසිංහ, ටියුඩර්. and රංජන්ඩී, කේ.එස්. eds., (2005). ජනමාධ්‍යවේදය. හොරණ: ශ්‍රීපාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය.

ස්වාධීන විශේෂඥ මණ්ඩලය (2017). ශ්‍රී ලංකාවේ විකාශන ශ්‍රේණිගත කිරීමේ ක්‍රමය ඇගයීම. රජයේ ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*, London, England: M.E.Sharpe Armonk.

Gunasekara, H.M. (1993). *Media as Bridge Make*, Colombo: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Hutchby, I. (2006). *Media Talk*, London: McGraw-Hill Education.

Kumara, K.W.R.C.P. and Raguram, S. (2016). **The Agenda- Setting of Television Channels: 2015 Presidential Election Candidates in Prime Time News Bulletins.** *International Journal of Integrative Sciences (IJIS)*, [online] 1(1), pp.9–17. Available at: <http://www.trinco.tc.esn.ac.lk/wp-content/uploads/2017/06/Journal.pdf> [Accessed 31 Dec. 2019].

Timberg, B. and Erler, B. (2002). *Television talk : a history of the TV talk show.* Austin, Tex.: University Of Texas Press.

Tolson, A. (2006). *Media talk : spoken discourse on TV and radio*, Edinburgh: Edinburgh University Press.