

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සහ රූප භාෂාව

මධුරානි අත්තනායක

සහකාර කලීකාලාරිනී, ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය

madhuaththanayaka@gmail.com

සංකේෂපය

මාධ්‍ය මගින් සන්නිවේදනය කරන්නේ හුදෙක් තොරතුරු ලබාදීම, විනෝදාස්වාදය, අධ්‍යාපනය යනාදී කරුණු පමණක් නොවේ. මාධ්‍ය මගින් ඉතා සියුම් ලෙස මානව සමාජයට බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව පවතී. මාධ්‍යයේ මෙම ක්‍රියාකාරිත්වය විවාරශීලීව හඳුනා ගැනීම සහ එයින් වන බලපෑම විග්‍රහ කරීමට, විවේචනය කිරීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැදගත් වේ. ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනයේදී පුද්ගලයා සතුව දෘෂ්‍ය භාෂාව පිළිබඳ අවබෝධයක් තිබිය යුතුය. රූපයක පෙළ කියවීමට, රූප සංජානනය සඳහා දෘෂ්‍ය සාක්ෂරතාව වැදගත් වේ. පුවත්පත, රූපවාහිනිය, සිනමාව තුළ රූපයේ සන්නිවේදන පණිවුඩය විවිධ විය හැකිය. මේ නිසා රූප භාෂාවේ සන්නිවේදනාත්මක පසුබිම අධ්‍යයනය කිරීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ඉවහල් වන අයුරු පුවත්පත, රූපවාහිනිය, සිනමාව හා වෙළඳ දැන්වීම් ඇසුරෙන් මෙහිදී අධ්‍යයනය කර ඇත.

ජනමාධ්‍ය මගින් සන්නිවේදනය කරන්නේ හුදෙක් තොරතුරු අධ්‍යාපනය සහ විනෝදාස්වාදය පමණක් නොවේ. එය විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍ර කිහිපයක එකතුවකි. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යන්නට ඒ ඇසුරින් ගොඩනැගුණු විවිධ නිර්වචන පවතී.

ඇලන් රූබින්

- "සංදේශ ලබා ගැනීමේත් විශ්ලේෂණය කිරීමේත් විනිශ්චය කිරීමේත් ඇති හැකියාව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයයි"

විශාරද පෝල් මැසාරිස්

- "මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු සමාජයේ මාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය කෙසේද යන්න පිළිබඳ ඇති දැනුමයි"

සරළව ගත් විට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු "යම් සංදේශයක අඩංගු වී ඇති පණිවිඩය නිවැරදිව අර්ථ දැක්වීම හා එහි බලපෑම නිවැරදිව හඳුනාගැනීමට ඇති හැකියාවයි" යනුවෙන් හඳුන්වාදිය හැකිය.

දෘශ්‍ය භාෂාව හෙවත් රූප භාෂාව මානව ඉතිහාසයේ ආරම්භය දක්වා දිව යන්නකි. අතීතයේ මානවයා රේඛා, වර්ණ, හැඩතල ඔස්සේ විවිධ කියවීම් වල යෙදුනි. මිනිසාගේ අදහස් ප්‍රකාශන මාධ්‍යයක් ලෙස චිත්‍ර සිතුවම් භාවිත කළේය. ස්වභාදහම තුළින් සොයාගත් මැටි වර්ග, ගස් වල පොතු, ගස් පතුරු, ආදිය යොදා ගනිමින් රූප නිර්මාණය කර ඇත. පැරණි ලෙන් සිතුවම් ඊට නිදසුන් සපයයි. (ඇතුගල, 28 පිටුව) දැනට මධ්‍යධරණී මුහුද අසල පිහිටි ප්‍රංශයේ ලැස්කෝ සහ අල්ටේරා ගුහා වලින් මානව සන්නිවේදන ඉතිහාසයේ සොයාගෙන ඇති පැරණිම දෘෂ්‍ය රූප සටහන් හමු වී ඇත. දෘශ්‍ය සාක්ෂරතාව දැකීම මුල් කර ගනිමින් ඇති වන්නකි. ආදි මානවයා සන්නිවේදන කටයුතු සිදු කළේ නිර්වාචික සන්නිවේදනය ඇසුරිනි. ඒ සඳහා රූප භාෂාවද මූලික විය. විවිධ ගෝත්‍රිකයන් අතර අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමේදී භාෂාවේ වර්ධනයත් සමග නිර්වාචික සන්නිවේදන ක්‍රම වලට අමතරව එතැනින් ඔබ්බට යාමට නව මාධ්‍ය හා සංකේත සොයා ගැනීමට පෙළඹුණි.

මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ රූප භාෂාව

මුද්‍රිත මාධ්‍ය වලදී ප්‍රයෝජනයට ගන්නේ ලිඛිත අක්ෂර රටා, වාක්‍ය සංයෝජන ආදියයි. මේ නිසා පුවත්පතෙහි ඇති භාෂා ලක්ෂණ විමර්ශනය කරන විට පුවත්පතේ ඇති විවිධ ලිපි ලේඛණ අනුව

ඒවා වර්ගීකරණය කොට විග්‍රහ කිරීමට සිදු වේ. ලේඛණ භාෂාව ගත් විට කොටස් දෙකකට බෙදිය හැකිය. එනම් නිර්මාණාත්මක බස සහ වාර්තාකරණ බසයි. පුවත්පතක් තුළ වාර්තාකරණ භාෂාවට මුල් තැන ලැබෙන අතර එහිදී හැඟීම් වලට වඩා අදහස් ප්‍රකාශනයට මුල් තැන ලැබේ.

පුවත්පත් කාටුන් යනු අවම වචන භාවිතයක් සහිත රූපය මුල් කරගත් දෘශ්‍ය මාධ්‍යයකි. එමෙන්ම පුවත්පත් ඡායාරූප සහ පුවත්පත් දැන්වීම් ආදිය පිළිබඳ අවබෝධ කර ගැනීමට සහ අධ්‍යයනය කිරීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැදගත් වන්නේය. කාටුන් වල සන්නිවේදන ලක්ෂණ බොහෝ දක්නට ඇත. කාටුන් මගින් ප්‍රකාශිත අදහස වටහා ගැනීමට සාක්ෂරතාව අවශ්‍ය වේ. එකම රූපය විවිධ පාඨකයන් තම සාක්ෂරතා මට්ටම අනුව හඳුනා ගනී.

කාටුන් ශිල්පියා පොදු ජනතාව නිරූපනය කිරීමට ‘common man’ වර්තය භාවිත කරයි. විවිධ කාටුන් ශිල්පීන් මෙම වර්තය විවිධ නම් වලින් හඳුන්වනු ලැබේ. නිදසුන් ලෙස ඩබ්ලිව්.ආර් විජේසෝම ගේ ‘පුංචිසිංකෝ’ වර්තය, එම්.ඩී විරරත්නගේ ‘මරිසිපාල’ වර්තය ආදී වශයෙන් හඳුනාගත හැකිය. මෙම කාටුන් වර්ත හඳුන්වාදීමට විවිධ සංකේත භාවිත කරනු ලැබේ. බියවී ඇඟ සලිත වන බව පෙන්වන්නට සිරුර වටා රැළි ඇඳ පෙන්වයි. දේශපාලකයා නිරූපණය කරන්නේ කඳ බඩ මහත ජාතික ඇඳුම ඇඳි පුද්ගලයෙක් ලෙසයි. බොහෝ විට සාක්කුවේ “කතිරය” සලකුණු කළ කොලයක් ඇත. කොටියාගෙන් නිරූපණය වන්නේ එල්.ටී.ටී සංවිධානයයි. මේ අයුරින් විවිධ කාටුන් ශිල්පීන් තමන්ට අනන්‍ය කාටුන් සංකේත භාවිත කරන අයුරු දැකගත හැකිය.

මේ අනුව සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන පරමාර්ථ වූ තොරතුරු සම්පාදනය, මතවාද ගොඩනැගීම, විනෝදාස්වාදය, අධ්‍යාපනය යන සන්නිවේදන අරමුණු කාටුන් කලාව තුළින් ඉටු වන බව කිව හැකිය. මෙහිදී බහුතරයකගේ චින්තනය වෙනස් කළ නොහැකි වුවත් යම් ප්‍රශ්නයක් පිළිබඳව බහුතරයකගේ අවධානය යොමු කර ඔවුන්ගේ සිතුවිලි වල වෙනසක් ඇති කිරීමේ හැකියාවක් කාටුන් වල දක්නට ලැබේ. කාටුන් මගින් ජන විඥානයට බලපෑමක් ඇති කළ හැකිය.

ලිවීම කියවීම තුළින් පමණක් නොව වචන භාවිතයෙන් තොරව ද තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමේ හැකියාවක් පවතී. මිනිසුන් ඒ සඳහා රූප, වගු, චිත්‍ර සටහන් ආදිය භාවිත කරයි. මෙය දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය ලෙස සරළව හැඳින්විය හැකිය. ලිවීම හා කියවීම පිළිබඳ සාක්ෂරතාව ඇති කිරීමේදී රූප භාෂාව මුල් කොට ගනී.(මෙමනී, 17 පිටුව) නිදසුන් ලෙස කුඩා දරුවන්ගේ පොත්, පුවත්පත් වල රූපයට මුල් තැන ලබා දී ඇත. මාධ්‍ය තුළද යම් පණිවිඩයක් සන්නිවේදනය කිරීමේදී පාඨකයා හෝ ප්‍රේක්ෂකයා වෙත ඒත්තු ගැන්වීම සඳහා රූප භාෂාව බහුලව යොදා ගනී. මිනිසාට අක්ෂර වලට වඩා රූපය පිළිබඳ මතක ශක්තිය වැඩිය.

රූපවාහිනිය සහ රූප භාෂාව

රූප භාෂාවේදී රූපය යනු සරල වශයෙන් ඇසින් දකින දේ පමණක් ලෙස නොසැලකිය යුතුය. මන්දයත් එහි ප්‍රබල ප්‍රකාශන ශක්තීන් අන්තර්ගතව පවතී. රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළද රූප භාෂාව පිළිබඳ සාක්ෂරතාවය ඉතා වැදගත් වේ. රූපවාහිනියේ ආගමනයත් සමග එය හඳුන්වා ඇත්තේ ‘යකාගේ පෙට්ටිය’ යන අන්වර්ත නාමයෙනි. රූපවාහිනිය පැමිණීමත් සමග මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳ අවශ්‍යතාවයද වර්ධනය විය. රූපවාහිනියේ රූපයේ බලය 60% ක් පමණ ද ශබ්දයේ බලය 40% පමණද වේ. එමෙන්ම ශබ්දය, රූපයේ බලය පෝෂණය කිරීමට ඉවහල් වේ.

රූපවාහිනිය යනු නරඹන මාධ්‍යයකට වඩා කියවන මාධ්‍යයකි. රූපවාහිනිය කියවීමට අප සතුව ප්‍රමාණවත් භාෂාවක් නැත. මෙම මාධ්‍ය කියවීමට සාක්ෂරතාව තිබිය යුතුය. සාක්ෂරතා පෙළ (Literacy Tex) කියවීමට හුරු කිරීම මගින් රූපවාහිනියේ බොහෝ දෑ වඩාත් සුක්ෂම ලෙස වටහා ගැනීමට අපට අවකාශය ලැබේ. (ඇතුගල, 22 පිටුව) .

රූපය යන්න ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් Image, Picture, Illustration, Shot යන නම් වලින් හැඳින්වේ. භාවිත මාධ්‍ය අනුව මෙසේ එක් එක් නම් වලින් හඳුන්වන අතර ඡායාරූපකරණයේදී Image යනුවෙන් ද පරිගණක ග්‍රැෆික් නිර්මාණයේදී Picture යනුවෙන් ද චිත්‍ර කලාවේදී Illustration යනුවෙන්ද සජීවී රූප මාධ්‍යයන් වලදී Shot යනුවෙන්ද රූපය විග්‍රහ කළ හැකිය. රූපය කුමන

නමකින් හැඳින්වූවද මේවායෙහි පොදු ලක්ෂණ කිහිපයක් දැකගත හැකිය. වර්ණ, රේඛා, හැඩතල, අගයන් ඒ අතර වෙයි.

ජනමාධ්‍යයෙහි භාවිත වන රූප (visual image) කිසියම් භාෂාවක් නිරූපණය කරන්නේද? රූප භාෂාව (visual language) යනුවෙන් අප හඳුන්වන්නේ කිසියම් රූපකයක් (Analogy or metaphor) පමණක්ද? යන්න හඳුනාගත යුතුය. සිවිස් ජාතික වාග් විද්‍යාඥයෙකු වූ 'ෆ්‍රීඩ්‍රික් ඩී සෝසියර්' පෙන්වා දී ඇත්තේ භාෂාව යනු කිසියම් සංඥා ක්‍රමයක් ලෙසය. සංඥා යනු සංඥා කාරකය (signifier) සහ සංඥකරය (signified) යන්නෙහි එකතුවෙන් නිර්මාණය වූවකි. (මහින්දපාල, 48පිටුව.) රූපකයක් හඳුනාගන්නට සාක්ෂරතාව අවශ්‍යය වේ. එය මනෝවිද්‍යාත්මක පසුබිමක් මත සිදු වන්නකි. සිනමා පටයක පෙළ කියවීමේදී රූප සංජානනය පිළිබඳ සාක්ෂරතාව වැදගත් වේ.

සිනමාව හා රූප භාෂාව

සිනමා මාධ්‍ය අධ්‍යයනයේදී රූප භාෂාව පිළිබඳව මනා අවබෝධයක් තිබිය යුතුය. එමෙන්ම කැමරාවක රූප රාමු කිහිපයකි. අති සමීප රූප, සමීප රූප, මධ්‍ය සමීප රූප, දුර රූප, අති දුර රූප ආදී වශයෙන් ඒවා නම් කළ හැකිය. සිනමා මාධ්‍යයේ රූප භාෂාව පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේදී සිනමා රූප හඳුනා ගැනීම වැදගත් වේ. සිනමා පටයක් ගත් විට කතන බසට අමතරව සංඥා සංකේත භාවිතය බහුලව දැකගත හැකිය. රූපයෙන් භාෂාව ඉස්මතු කිරීම තුළින් රූප භාෂාව විශ්ව භාෂාවක් බවට පත් කිරීමේ හැකියාව අධ්‍යක්ෂක වරයා සතු දක්ෂතාවයකි. රූප භාෂාව මගින් ප්‍රේක්ෂකයාගේ සාක්ෂරතාව මත තමන්ට අවැසි අයුරින් පණිවිඩය අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව පවතී.

මාධ්‍ය රූපයක් විවිධ දෘෂ්ටිකෝණ ඔස්සේ විග්‍රහ වන්නේ පුද්ගලයාගේ මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය මතය. ඡායාරූප හෝ චිත්‍ර වැනි දෙයක් දෙස දෘෂ්ටිකෝණ කිහිපයකින් බලන විට එහි පෙන්වුම් කරන සන්නිවේදන පණිවිඩය විවිධ අයුරින් වටහා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. යම් වස්තුවක් සංජානනය කිරීමේදී එම වස්තුවට පසුබිම් වූ ක්ෂේත්‍ර හා සම්බන්ධ වේ. වස්තුවේ හැඩය, සමීප බව, සිතූ ආකාරය, වර්ණ, පසුබිම ආදී සියල්ල රූප සංජානනයේදී බලපානු ඇත. රූපයක් දකින විට එය සකසා ගන්නේ ඒ පිළිබඳ අප තුළ ඇති දැනුම මතය. ඇතැම් විට රූපයේ නොමැති කොටස්ද පිරවීමට අප උත්සහ ගනී. (ඇතුගල, 85 පිටුව.)

සිනමා කරුවාට සිනමාව තුළින් පෙන්විය හැක්කේ මිනිස් චිත්ත සන්තානයේ ඇති අදෘශ්‍යමාන සංකල්ප නොව සමාජයේ පවතින යථාර්ථයයි. මේ නිසා ප්‍රකාශනයේදී රූපය ප්‍රබල සාධකයක් වනු ඇත. වර්තමාන ප්‍රබලත්වය ඉස්මතු කිරීමේ දී එහි කියවීමටද බොහෝ දේ පවතී. නිදසුන් ලෙස 'ගම්පෙරළිය' චිත්‍රපටයේ පියල්ගේ වර්තමාන තුළ සංකීර්ණ කියවීමක් දක්නට ලැබේ. මෙහි මතුපිටින් පෙනෙන වර්තමාන වඩා එහා ගිය කියවීමක් එම වර්තමානයෙහි අන්තර්ගතය. එබැවින් සිනමාවේදී වර්තමාන කියවීමට හොඳ සාක්ෂරතාවක් අවශ්‍ය වේ.

වෙළඳ දැන්වීම් සහ රූප භාෂාව

මිනිසුන් දෙදෙනෙකු එකම දෙයක් දෙස බලා සිටියද ඔවුන් දෙදෙනා එයින් ලබා ගන්නා තොරතුරු එකිනෙකට වෙනස් විය හැකිය. රූප භාෂාවක අර්ථයන් ඇත්තේ මිනිස් සිත තුළය. පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු එකම රූපය එකම අයුරකින් වටහා ගන්නේ නැත. නිදසුනක් ලෙස වෙළඳ දැන්වීමක් ගත්විට වෙළඳ දැන්වීමෙහි අර්ථය වටහා ගන්නා අයුරු පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට වෙනස් විය හැකිය. එයට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය හේතු වේ. දෘෂ්‍යකරණය යන්න එක් මාධ්‍යකට පමණක් සීමා වූ දෙයක් නොව කිසියම් අදහසක් පෙනෙන්නට සැලැස්වීමයි. එය සිනමාව තුළින් හෝ වෙළඳ දැන්වීමක් තුළින් විය හැකිය.

වෙළඳ දැන්වීමක් තුළින් මිනිස් සිතුවිලි හැඟීම් වෙනස් කර තම නිෂ්පාදනය වෙත පාරිබෝගිකයා ආකර්ශනය කර ගැනීමේ හැකියාව පවතී. මේ සඳහා විවිධ ප්‍රචාරණ උපක්‍රම භාවිත කරයි. වෙළඳ දැන්වීමක රූපය තුළින් විශාල බලපෑමක් කළ හැකි වේ. රූප භාෂාව කථන බසට වඩා ප්‍රබල

බැවින් තම නිෂ්පාදනයේ අලෙවිය සඳහා විවිධ උපක්‍රම යොදා ගනී. බොහෝ විට කාන්තාව වෙළඳ දැන්වීම් තුළ භාවිත කරන්නේ ලිංගිකත්වය ඉස්මතු කරමිනි. එමෙන්ම වර්ණ සහ හැඩතල භාවිතයද සැලසුම් සහගත ලෙස සිදු කරයි. ඒ සඳහා විද්‍යාත්මක හේතු කාරණාද බලපානු ලැබේ. නිදසුන් ලෙස සිසිලස පෙන්වීමට නිල් හෝ කොළ වර්ණය භාවිත කරයි. සරාභී බව උණුසුම් බව පෙන්වීමට රතු වර්ණය භාවිත කරයි. වෙළඳ භාණ්ඩයේ ඇසුරුමෙහි වර්ණය වෙළඳ දැන්වීම පුරා භාවිත කරයි. මේ අයුරින් මිනිස් සිතුවිලි වෙනස් කිරීමට සහ නිෂ්පාදනය මතකයේ රැඳවීමට රූපය තුළින් ප්‍රබල සන්නිවේදනයක් සිදු කරනු ඇත.

සාරාංශය

රූප භාෂාව හෙවත් දෘෂ්‍ය භාෂාව පිළිබඳ අධ්‍යයනයේදී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව අත්‍යවශ්‍ය සාදකයක් බවට පත් වේ. රූප මාධ්‍ය තුළ නිරූපිත යතාර්ථය හඳුනාගත යුතුය. රූප භාෂාව තුළ පවත්නා විවිධ සංකේත, වර්ණ, හැඩතල නිවැරදිව හඳුනාගැනීම තුළින් රූපයේ පෙළ කියවීම පහසු වේ. රූපවාහිනියේ රූප භාෂාවෙන් සන්නිවේදනය වන පණිවුඩය සිතමාව තුළදී වෙනස් විය හැකිය. එයට පුද්ගල මනෝභාවයන් මෙන්ම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවද වැදගත් වේ. ඉහත අධ්‍යයනයට අනුව සිතමාවේදී පමණක් නොව පුළුල්ව පවතින රූපය හඳුනා ගැනීමට සහ කියැවීමට, රූපවාහිනියේ රූපය කියවීමට ඔබන්ත වෙළඳ දැන්වීමක පෙළ කියවීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැදගත් වේ. පුද්ගලයාගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතා මට්ටම අනුව රූපයේ කියැවීම වෙනස් විය හැකිය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

ඇතුලල, ආරියරත්න. (2005) මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව, මාධ්‍ය විමර්ශ 04, ICS ක්‍රියේෂන්, මාකොළ

ඇතුලල, ආරියරත්න. (1998) සංජානනය හා සන්නිවේදනය. ගුණසේන සමාගම, කොළඹ 11

ඇතුලල, ආරියරත්න. (2005) සමීප රූප රූපවාහිනී නාට්‍ය කලාව. රත්න පොත් ප්‍රකාශකයෝ, කොළඹ 10

ජයසේකර, දිනිති. (2014) මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව, මාධ්‍ය විමර්ශ 08, නිහාල් ප්‍රින්ටර්ස් ,කුරුණෑගල

ජනදාස, මනෝජී පුෂ්ප කුමාර (2011) සන්නිවේදන මූලධර්ම හා විවාර අධ්‍යයනය. ජයවි ප්‍රින්ට්ස්, කඩවත

ඩයස්, සිචිති මාකස් (2010) සන්නිවේදනය සහ මාධ්‍ය අධ්‍යයනය 2. තෝතැන්න පබ්ලිෂිං හවුස්, ආණමඩුව

පල්ලියගුරු, වන්දසිරි (2005) රූපණය, නිරූපණය සහ සිතමාව. ඇස් ගෝඩගේ සහෝදරයෝ, කොළඹ 10

මහින්දපාල එම්.ඩී. (2011) සිතමාව, මාධ්‍ය හා කලාව. සරසවි ප්‍රකාශකයෝ, නුගේගොඩ

හේරත්, වාසනා මෙහ්‍රී . (2004) දෘශ්‍ය සාක්ෂරතාව සහ සංවර්ධන සන්නිවේදනය. සමයවර්ධන පොත්හල(පෞද්ගලික) සමාගම, කොළඹ 10