

කවරයේ කතාව

# ඩිජිටල් ලෝකයේ පරිවර්තනයක ඇතුළත්තය

**ඩිජිටල් තාක්ෂණය දැන් ලෝක සිනමාව විසින් බඳු වැළඳගෙන හමාරය. 'ජුරාසික් පාක්', 'ඉන්ඩිපෙන්ඩන්ස් ඩේ' වැනි අපූරු චිත්‍රපට බිහිවූයේ එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙසටය. සංගීත ලෝකයේ දැවැන්තයින්හටද දැන් සිදුව ඇත්තේ, ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ නව සොයාගැනීම් සමග අත්වැල් බැඳගැනීමටය. ඒ, තම අසන්නන් හට වඩාත් 'හොඳ' ගීතමය රසයක් ලබාදෙන අතරම තම දැවැන්ත සංගීත ව්‍යාපාරවල මතු පැවැත්ම**

"සංගීතය කියන්නේ මිනිසුන්ගේ හැගීම් සමග ගනුදෙනු කරන දෙයක්. ඉතින් ඔවුන්ගේ හදිසි ආකෘති හා අත්දැකීම් වටහාගෙන ඒවාට සරිලන ආකාරයට අප සැපයුම සිදු කළ යුතුයි. කොටින්ම, ඔවුන්ට ගෙදර යන ගමන් සවන් දෙන්න අවශ්‍ය දෙය, ගෙදර ගිහින් අහන්න දිලා හරියන්නේ නැහැ."

එලෙස පවසන්නේ ලෝපතල එම් (EMI) ආයතනයේ ඩිජිටල් ප්‍රවර්ධන හා බෙදාහැරීම් ප්‍රධානී 'ටෙඩ්කොහෙන්' ය. ඉතා මෑත අතීතයේ EMI, Unversal, BMG, Sony වැනි දැවැන්තයින් තිනියේ පිහිට පවා පැතු වේ ඔවුන්ගේ බඩට ගහන Grokster හා Napster වැනි, ක්ෂේත්‍රයේ ප්‍රමාණයෙන් කුඩා ව්‍යාපාරිකයන්ට එරෙහිවය. මේ අය නොමිලයේ ලබාදුන් 'ගීත මිහිර' දැවැන්තයින් හට මරු පහරක් විය.

එහෙත්, දැන් තත්ත්වය ඊට ඉඳුරා වෙනස්ය. තම ගනුදෙනුකරුවන්ගේ තැනි-තම් අසන්නන්ගේ ඕනෑම පාකම් මතව වට-හාගත් මෙම දැවැන්තයින්, කණ්ඩායම්

හැගීමෙන් යුතුව දැන් සටනට අවතීර්ණ වී ඇත. තව හඳුන්වා-දීම මගින් තමන්ගෙන් ගිලිහී යන අසන්නන් තැවන ආකර්ෂණය කරගැනීමට ඔවුහු කටයුතු කරමින් සිටිති.

පසුගිය මාසයේ Apple හා Motorola එකතුවී තවතම හඳුන්වාදීමක් කළේය. ඒ, ගීතමය ජංගම දුරක-ඵනයකි. එපමණක් නොව, ජංගම සංගීත වෙළෙඳ පොළ ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා ඔවුහු දැවැන්ත ඇමෙරිකානු හා බ්‍රිතාන්‍ය දුරකඵල සමාගම් හා සමග අත්වැල් බැඳගත්-තෝය. මේ අතර ලන්ඩනයේ දැවැන්ත සිල්ලර වෙළෙඳ ආයතන දෙකක් වන HMV හා Virgin නිවේදනය කරනු ලැබුයේ, තමන් ඩිජිටල් සංගීත වෙළෙඳපොළ ආක්‍රමණය කරන බවය. මෙමගින් ඔවුන් දැවැන්ත පාරිභෝගික ජාලයක් එකවිට ග්‍රහණය කරගනු ඇත.

2001 වසරේ දී වූයේ මීට හාත්පසින් වෙනස් තත්ත්වයකි. ඩිජිටල් ආක්‍රමණයට හා නොම-ලයේ ලබාදෙන ගී සේවාවන්ට බියවූ දැවැන්තයෝ තම ආයතනයන්හි සේවක පිරිස අඩුකරමින්, ගායන ශිල්පීන්ගේ නම්ල-සිස්තු අලුත්කරමින් අසාර්ථක ලෙස ප්‍රශ්නයට මුහුණ දුන්හ. ඔවුන් තම පාරි-භෝගිකයාගේ අවැසිතාව මතව වටහා ගත්තේ මෑතක දී ය.

EMI ආයතනයේ ප්‍රධාන විධායක නිල-ධාරී 'ඇලේන් ලෙව්' (Alain Levy) දකින ආකාරයට ප්‍රධාන අලෙවිකරණ මොඩ-ලයන් පහක් දැනට කරලියට පැමිණ ඇත. මේවා තම්, පොද්ගලික පරිග-ණක වෙතට ඩිවුන්ලෝඩ් කිරීම, ජංගම දුරකඵලයන්ට ඩිවුන්ලෝඩ් කිරීම, සබ්ස්ක්‍රිප්ෂන්, ඊන්ග් ටෝන් (ජනප්‍රිය ගීතවල කාල) ඊන්ග් බැක් (අමතන්නාට ඇසෙන පරිදි) යන ඒවායි.

'වයිඩ් රේ (WideRay) යනු ඇලේන් ලෙව්ගේ සහවර ටෙඩ් කොහෙන් විසින් කරන ලද තවතම හඳුන්වාදීමකි. මෙය වූ කලී තම වෙළෙඳසල පසුකරමින් යන ගනුදෙනුකරුවකුගේ ජංගම දුරකඵලයට පණිවුඩ (Ping) ලබාදිය හැකි තාක්ෂණයකි. මෙම පණිවුඩය 'තවතම ගීත-යක් පිලිබඳ වියහැකි ය. කිසියම් වෙළෙඳ ආයත-නයකට ඇතුළුවන පාරිභෝගිකයා ගේ ජංගම දුරකඵලයට Ping කරමින් තවතම ගීත, 'ඊන්ග් තාද' හෝ ගායන ශිල්පියකු ගේ තවතම තොරතුරු ලබාදිය හැකිය.





මෙමගින් ප්‍රධාන වශයෙන් ඉලක්ක කොට ඇත්තේ 'නැවත මිලදීගැනීම්' කිරීමට පැමිණෙන (repeat customers) පාරිභෝගිකයන් ය.

ටෙඩ් කොහෙන් ගේ නවත් අලුත් අදහසක් වූයේ තම ගීත ප්‍රචාරය සඳහා වෙනත් අයවචන් හට 'බලපත' (Licensing) ලබාදීමය. (ලොව පුරා මෙවැනි උපක්‍රම මගින් තම අලෙවිය දෙගුණ තෙගුණ කරගැනීමට නොයෙකුත් සමාගම් සමත්ව සිටී.) කොහන්ගේ මෙම ක්‍රියාව හේතුවෙන් මෙම වසරේ ලොවපුරා EMI ආයතනයේ ඩිජිටල් සංගීත අලෙවිය 2% සිට 5% - 6% දක්වා වැඩිවී ඇත.

EMI ආයතනය වසර 2000 දී මුල්ම ඩිජිටල් ඇල්බමය හඳුන්වා දුන්නේය. ඒ ඩේවිඩ් බුව් (David Bowie) ගේ 'අවරස්' (Hours) ය. ඔවුන් එතැනින් නැවතුවේ නැත. 2001 දී පළමුවන අන්තර්ජාල විකිණීමේ ගීතය හඳුන්වා දුන්නේය. ඒ, ලෙනි ක්‍රවිට්ස් (Z) (Lenny Kravitz) ගේ 'ඩින්ඉන්'(Dig in) ය. 2002 දී ඔවුහු නවත් විකුමයක් කළේය. කිසියම් නවතම ගීතයක් ගුවන්විදුලිය තුළින් මුලින්ම ප්‍රචාරය වන විටම, උම්ටල් ක්‍රමයට ද එම ගීතය ශ්‍රාවකයන්ට ලබාදීමය ඒ. (සිතමා ලෝකයේ ද මෙම ක්‍රමය දැන් ක්‍රියාත්මක කෙරේ.)

EMI ආයතනයේ නවත් නවතම හඳුන්වාදීමක් වන්නේ 'ගොරිල්ලාස් (Z)' (Gorillaz) නම් වන කාටූන් බැන්ඩ් කණ්ඩායමයි. මෙම කණ්ඩායම ඩිජිටල් ලෝකයේ ඉතා ජනප්‍රියව ඇත. එහි ජනප්‍රියත්වය කෙසේදයත්, ඇමෙරිකානු 'වර්ජන්-මොබයිල්'(Virgin Mobile) ආයතනයේ අලෙවිකරණ ප්‍රධානි හොවර්ඩ් හැන්ඩ්ලර්

**"පාරිභෝගිකයින් නානාප්‍රකාර ආකාරයට හැසිරෙනවා. අපි කළයුත්තේ ඔවුන්ගේ දිනෙන් දින වෙනස්වන ආශාවන්ට ධනාත්මක ලෙස ප්‍රතිචාර දැක්වීමයි." ලෙව් එස් පවසයි. ඔහු තවදුරටත් පවසන්නේ මෙවැනි අන්තදාබැලීම් හේතුවෙන් දායකත්වය ලබන්නන් (Subscribers) හා ගීත ඇල්බමයන්හි අලෙවිය, කිසිදින අඩුවනු නොමැති බවයි. ඩිජිටල් ඩවුන්ලෝඩ් සේවා හේතුවෙන් ගීත සඳහා අලුත් වෙළෙඳපොළක් ඇති කර ගැනීමට හැකිවනු ඇති බව හෙතෙම ඇති බව හෙතෙම පවසයි. EMI ආයතනය පසුගිය වසරේ ලාභ ඉපැයුවේය.**

විසින් 'ගොරිල්ලාස් (Z)' කණ්ඩායම ගයන 'ඩේයා' (Dare) නමැති ගීතයේ විකිණීමේ ක්ලිපයේ සියලු ගිණිකම් පවරාගෙන ඇත. ඒ අතිවිශාල මුදලකටය.

තවත් වසර 5 ක් ඇතුළත ගෝලීය ගීත ප්‍රචාරයෙන් ලබන මුළු ආදායමෙන් 25% ක් ඩිජිටල් සංගීතය විසින් අත්පත් කරගනු ඇති බවට EMI ආයතනය දැනටමත් අනාවැකි පළකොට ඇත.

"ඔවුන් තම ශ්‍රාවකයන් වෙනුවෙන් අලුත් දේ ලබාදෙමින් පාරිභෝගිකයන් ඇද බැඳ තබාගැනීමට හරිම දක්ෂයි." EMI ආයතනය පිලිබඳ එසේ අදහස් පළකරන්නේ 'වර්ජන් මොබයිල්' අලෙවිකරණ ලෝකකා වන හොවර්ඩ් ය. මෙම වසර අග දී වෙළෙඳ-පොළට පැමිණෙන නවතම සංගීතමය ජංගම දුරකථන (Music Phones) සමග ජංගම ඩවුන්ලෝඩ්, තාද තාල (ringtones and tunes) ආදිය තව මුහුණුවරකින් පැමිණෙනු ඇති බව ද පැවසේ.

මෑතක දී කරන ලද සමීක්ෂණයකින් අපූරු දෙයක් හෙළිවී ඇත. එනම්, 'ඩන්ල-සින්' ශ්‍රාවකයින් අතරින් ගීත සොරකම් කරන්නන් ද අලෙවියට දායක වන බවය. මෙම තත්ත්වය වෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනය සඳහා යොදාගැනීමට EMI ආයතනය අපූරු දෙයක් අත්හදා බලමින් සිටී. සංයුක්ත තැටියක් වන මෙය, අයිතිකරුට තුන් වතාවක් නොමිලයේ රස විඳිය හැකිය. ඉන්පසු තවත් තුන්දෙනෙකුට විකුණා දැමිය හැකිය. EMI ලෝකකා වන ලෙව්, මෙම "බෙදහදගන්නා මොඩලයන්ට" ඉතා කැමැත්තක් දක්වයි.

"පාරිභෝගිකයින් නානාප්‍රකාර ආකාරයට හැසිරෙනවා. අපි කළයුත්තේ ඔවුන්ගේ දිනෙන් දින වෙනස්වන ආශාවන්ට ධනාත්මක ලෙස ප්‍රතිචාර දැක්වීමයි." ලෙව් එස් පවසයි. ඔහු තවදුරටත් පවසන්නේ මෙවැනි අන්තදාබැලීම් හේතුවෙන් දායකත්වය ලබන්නන් (Subscribers) හා ගීත ඇල්බමයන්හි අලෙවිය, කිසිදින අඩුවනු නොමැති බවයි.

ඩිජිටල් ඩවුන්ලෝඩ් සේවා හේතුවෙන් ගීත සඳහා අලුත් වෙළෙඳපොළක් ඇති කර ගැනීමට හැකිවනු ඇති බව හෙතෙම පවසයි. EMI ආයතනය පසුගිය වසරේ ලාභ ඉපැයුවේය. ඉවෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනයේ නියමුවා වන්නේ සුපිරි ඩිජිටල් සංගීතයයි." ලෙව් එස් පවසයි. ඔහුගේ අදහස වන්නේ පාරිභෝගිකයාගේ මිලග අවැසිතාවට සැපයුම ලබාදීම සඳහා සැම-විටම නමගැසීලූ ප්‍රතිපත්තියක පිහිටා සිටිය යුතු බවය.

### ඔන්ලයින් සංගීතයේ “රජසොඩි මොඩලය”

ඔබ දැනටමත් අන්තර්ජාලය හරහා සංගීතයට සවන්දෙනවා ද? එසේනම්, එහි ගෞරවය හිමිවිය යුත්තේ රොබ් ග්ලාසර් (Rob Glaser) ටය. 1995 දී ‘රියල් නෙට්වර්ක්ස්’ (Real Networks) නම් වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කරමින්,

මෙම සේවාව ඔහු ලොවට හඳුන්වා දුන්නේය. මෙම සේවාව මගින් සංගීතයට සවන්දීමට මෙන්ම විඩියෝපට තැරඹීමට ද ඔහු අවකාශ සලසා දුන්නේය.

දැන් වසර දහයකට පසු, ඔහුගේ මෙම සේවාවන්ට දයකත්වය ලබාගන්නා පිරිස (Subscribers) සිග්‍රයෙන් වැඩිවී ඇත. දැන් මෙම සේවාව හැඳින්වෙන්නේ ‘ජුක්-බොක්ස් ඉන්ද ස්කයි’ (Jukebox in the sky) යනුවෙනි. සියලුම ලෝක ප්‍රසිද්ධ ඇල්බමයන්ට සවන්දීමට හා ඩවුන්ලෝඩ් කිරීමට මාසික දයක මුදල වන්නේ ඩොලර් 9.99 කි. රොබ් පවසන ආකාරයට, තව වසර 10 ක් ඇතුළතදී සියලුම ඩිජිටල් ගණුදෙනු, සාමාන්‍ය ව්‍යාපාරික ගණුදෙනු තත්ත්වයටම පැමිණෙනු ඇත. රොබ්ගේ ‘රජසොඩි’ (Rhapsody) නම් වන සංගීත වෙබ් අඩවියෙහි දයකත්වය වසර දෙකක් තුළදී 20,000 සිට මිලියන 1.15 ක් දක්වා වැඩිවී ඇත. ඒ වාගේම Rhapsody ලබා දෙන ගීත ප්‍රමාණය, 400, 000 සිට ‘මිලියනයක්’ දක්වා වැඩිකර ඇත. ‘යාහු’ (Yahoo) වැනි වෙබ් අඩවි ද මේ අනුව යමින් දැන් ඔවුන්ගේ සේවාවන් තරගකාරී තත්ත්වයට ගෙනඑමින් සිටී.

මෙම ‘දයකත්ව මොඩලය’ (Subscription model) විඩියෝ ක්‍රීඩා හා සිනමාව සඳහා ද යොදාගතහැකි බව රොබ් පවසයි.

රොබ්ග්ලාසර් විසින් ‘රජසොඩි’ හඳුන්වාදෙන වකවානුවේ, ඔුන්ඩී ලේබල් සහිත තැටි වාදනය සඳහා තමා හට බලපත්‍ර ලබාදෙන මෙන් ඉල්ලා සිටින්නට ඔහු මඳක් පසුබට විය. ඒ, කොල්ලකරුවන්ට (Pirates) ඇති බිය නිසාවෙනි. වසර 2000 දී ‘මියුසික් නෙට්’ (Music Net) නම් ඩිජිටල් සංගීත සේවාව හඳුන්වාදෙන විට ඔහු හට බලපත්‍ර ලබාගත හැකි වූයේ එවක වූ ප්‍රසිද්ධ තැටි අලෙවිකරුවන් පස්-දෙනාගෙන්, තුන් ගොල්ලකරුවන් පමණි. එහෙත් දැන් තත්ත්වය එහි කණපිටය.

පසුගිය අප්‍රේල් මාසයේ ග්ලාසර් තමන් හඳුන්වාදීමක් කළේය. ඒ, නොමිලයේ ලබාදෙන ‘රජසොඩි 25’ නම් වූ සේවාවයි. මසකට ගීත 25 ක් අසන්නටත්, හුවමාරු



**සියලුම ලෝක ප්‍රසිද්ධ ඇල්බමයන්ට සවන්දීමට හා ඩවුන්ලෝඩ් කිරීමට මාසික දායක මුදල වන්නේ ඩොලර් 9.99 කි. රොබ් පවසන ආකාරයට, තව වසර 10 ක් ඇතුළතදී සියලුම ඩිජිටල් ගණුදෙනු, සාමාන්‍ය ව්‍යාපාරික ගණුදෙනු තත්ත්වයටම පැමිණෙනු ඇත. රොබ්ගේ ‘රජසොඩි’ (Rhapsody) නම් වන සංගීත වෙබ් අඩවියෙහි දායකත්වය වසර දෙකක් තුළදී 20,000 සිට මිලියන 1.15 ක් දක්වා වැඩිවී ඇත. ඒ වාගේම Rhapsody ලබා දෙන ගීත ප්‍රමාණය, 400, 000 සිට ‘මිලියනයක්’ දක්වා වැඩිකර ඇත.**

කරගැනීමටත් මෙමගින් ඔහු තම ගණුදෙනුකරුවන්ට අවකාශ සලසා ඇත. මෙහි ප්‍රකාශන හිමිකම්වලට අදාළ ගෙවීම් (Copyrite Fees) ඔහු විසින් කරනු ලබන්නේ, ප්‍රචාරක දැන්වීම් මගින් ලැබෙන ආදායමෙනි. (එහෙත් මේ පිලිබඳ EMI අධිපති ඇලේන් ලෙව් දරන්නේ වෙනස් මතයකි. ඔහු පවසන්නේ, ප්‍රචාරක දැන්වීම් තුළින් ලැබෙන මුදල මත විශ්වාසය තබා කටයුතු කිරීම අවදානම් සහිත බවය.)

කෙසේ වෙතත් තම ‘රජසොඩි’ හා ‘දයකත්ව’ මොඩලයන් පිලිබඳ රොබ් ග්ලාසර් තුළ ඇත්තේ සුබවාදී අදහස් ය. EMI අධිපති ලෙව් මෙන්ම රොබ් ද පිහිටා සිටින්නේ එක අරමුණක ය. එනම්, නුදුරු අනාගතයේ, ඩිජිටල් සංගීත ශ්‍රාවකයන් හට තැවූම් අත්දැකීම් ලබාදෙමින් තම සේවා වඩාත් ‘පාරිභෝගික මිතුරු’ (Customer Friendly) තත්ත්වයට පත්කිරීම ය.

### මාධ්‍ය ආයතන සමග දෙවැනි ගමන් යන DOT COM

‘ඩොට් කොම්’ සංස්කෘතිය තව පෙරළියකට බඳුන් වෙමින් තිබේ. මාධ්‍ය ආයතන මේ සඳහා මූලිකත්වය ගෙන ඇත. ඩොට් කොම් වෙබ් අඩවි මිල දී ගැනීමෙන් තම පාඨක ජාලය තර කරගැනීමට මාධ්‍ය ආයතන යුහුසුළු වී ඇත.

මෙත්ම එම අත්පත් කරගන්නා වෙබ් අඩවි හරහා ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදුකිරීමෙන්, ලොව තත් දෙස සිටින්නන් තම මාධ්‍ය ජාලය වෙත ආකර්ෂණය කරගැනීම තවත් අරමුණකි.



පසුගියද 'ඩෝජෝන්ස්' (Dow Jones) ආයතනය විසින් Market Watch.com වෙබ් අඩවිය ඩොලර් මිලියන 519 කට මිල දී ගන්නට යෙදුණි. 'නිව්යෝර්ක් ටයිම්ස්' (Newyork Time's) විසින් ඩොලර් මිලියන 410 ක් ගෙවමින් Wbout.com වෙබ් අඩවිය අත්පත් කරගන්නා ලදී. මේ දෙදෙනාටම වඩා අති-විශාල ආයෝජනයක් සිදුකරමින් අන්තර්-ජාලය ආක්‍රමණය කරනු ලැබුවේ 'මර්-ඩොක්' (Murdoc) ආයතනයයි. ඔවුන් ඩොලර් බිලියන 1.2 ක අතිවිශාල ධනස්-

කන්ධයක් වැයකරමින්, Scout . com (පාසල් ක්‍රීඩා වෙබ් අඩවියකි) Intermix media (ලයිට්ස්ටොරි) හා IGN . com (ඔන්ලයින් ක්‍රීඩා) යන වෙබ් අඩවිවල ස්වාමිත්වය හිමිකරගත්තේ ය. දැවැන්ත මාධ්‍ය ආයතන මෙලෙස කට-යුතු කරන්නේ විශේෂිත කරුණු තුනක් නිසා ය. මින් පළමුවැන්න නම්, අමෙරිකාව, යුරෝපය හා ආසියාව තුළ ඇති වෙළෙඳ-පොළ වඩාත් හොඳින් ග්‍රහණය කරගැ-නීමයි. ග්‍රැෆික් බහුල බ්‍රෝඩ්බන්ඩ් සම්බන්-

ධන (Broadband connections) වෙත ඉහත පාරිභෝගිකයන් වඩාත් ආකර්ෂණය වී ඇත.

දෙවැන්න ඔන්ලයින් වෙළෙඳ ප්‍රචාර-ණයයි. ඇමෙරිකාව තුළ පමණක් ඔන්ල-යින් වෙළෙඳ ප්‍රචාරණය වෙනුවෙන් ආය-තන, වසරකට ඩොලර් බිලියන 14.7 ක් වැයකරති. මෙය වසරකට 23% ක වර්ධ-නයක් පෙන්නුම් කරන බව ෆෙර්ස්ටර් සමික්ෂණ ආයතනය පවසයි.

තුන්වැනි කරුණ වන්නේ ප්‍රචාරණයේ නිර්මාණශීලී බවයි. වෙබ් අඩවි හරහා කෙරෙන 'බැනර්' ආදී ප්‍රචාරණ විධි ක්‍රම-යන් දැන් නිර්මාණශීලීත්වයේ උපරිමයට ලඟාවී ඇත. මෙම වාසිය තම මාධ්‍ය ආය-තන වෙත ලබාගැනීම ද මෙම ආයතනවල අරමුණකි.

මේ සියලු කටයුතු සඳහා 'ගූගල්' (Google) වෙබ් අඩවිය විසින් ලබා දී ඇති දයකන්වය අති මහත්ය. සියලු දිශා-වත් සඳහා දෙරටු විවෘත කොට ඇති Google අඩවිය තුළින් වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදුකිරීමෙන් අපේක්ෂිත පාරි-භෝගිකයන් ඇමැතීමට බොහෝ ආයතන සමත්වී ඇත. Google හි වෙබ් පිටු (උදා :- ආදරය, කොලෙස්ටරෝල්, UFO ආදී) අතර තම බැනර (Web Banners) ප්‍රදර්ශනය කිරීමට ඕනෑම ආයතනයකට හැකිය.

මෙයාකාරයෙන් ඔන්ලයින් පාරිභෝගි-කයන් වෙත ළංවීමට මාධ්‍ය ආයතන ගෙන ඇති පියවර ඉතා කාලෝචිතය. මෙමගින් ඉදිරියේ දී ඩොට්කොම් වෙබ් අඩවිවල පැවැත්ම ද වඩාත් ස්ථාවර වනු ඇත. මාධ්‍ය ආයතනවලට, වඩාත් නිර්මාණශීලී ලෙසට වඩාත් විසල් වෙළෙඳපොළක් ග්‍රහණය කරගැනීමට ද හැකි වනු ඇත.

**ජංගම දුරකථන හරහා සංගීතය, ක්‍රීඩා හා සිනමාව**

හෝම් චොයිස් (Home Choice) යනු ටෙලිකොම් ආයතනයකි. ඔවුන් තමන් හඳුන්වාදෙනු ලබන්නේ නිවැසියන් හට ඩිජිටල් ෂැන්දංශ සපයන්නන් ලෙසටය. සංගීතය මෙන්ම රූපවාහිනී වැඩසටහන් ද සපයන මෙම ටෙලිකොම් සමාගම ඇත්තේ ලන්ඩනයේ ය.

"අපි ටෙලිකොම් සේවාවට වඩා අවධා-නය යොමුකරන්නේ ඩිජිටල් තාක්ෂණය ඔස්සේ විනෝදංශ සැපයීමටයි."

මෙසේ පවසන්නේ හෝම්චොයිස් ප්‍රධාන විධායක නිලධාරී රොජර් ලීන්විය.



ඔවුන්ගේ SCAMP (ස්කැම්ප්) නම් වන කාටූන් වැනලය, ළමුන් වෙනුවෙන්ම වෙන්වී ඇත.

ආසියාව තුළ ද ඇතැම් ටෙලිකොම් ආයතන දැනටමත් ඩිජිටල් සංගීත සැපයීම හා විනුපට ප්‍රදර්ශනය කෙරෙහි අවධානය යොමුකර ඇත. පසුගිය වසරේ දකුණු කොරියානුවන් ඩිජිටල් සංගීතය රසවිඳීම වෙනුවෙන් ඩොලර් මිලියන 185 ක් වැයකොට ඇත. මින් 70% ක ප්‍රමාණයක් වැයකොට ඇත්තේ ටෙලිකොම් ආයතන හරහා ප්‍රචාරය කරන ලද ඩිජිටල් සංගීතය වෙනුවෙනි. දකුණු කොරියානු ටෙලිකොම් ආයතනය (SK Telecom) මෑතක දී ඩොලර් මිලියන 14 ක් වැයකරමින් විනුපට නිෂ්පාදන සමාගමක සාමාජිකත්වය ද ලබාගත්තේය. ජංගම දුරකථන තුළින් ප්‍රචාරය කෙරෙන විවිධ සංගීත සංදර්ශන දකුණු කොරියානුවන් අතර ඉමහත් ජනප්‍රියත්වයක් දිනා ඇත.

බොහෝ ටෙලිකොම් ආයතන මේ වන විට 'තුන් ආඳුතු'(triple play) සේවා ප්‍රභවයක් පවත්වාගෙන යති. දුරකථන සේවා, රූපවාහිනී සේවා සහ අන්තර්ජාල සේවා යන සේවාවන් තුනෙහි මනා සුසංයෝගයක් පවත්වාගෙන යමින් තම පාරිභෝගිකයන් තෘප්තිමත් කිරීම ඔවුන්ගේ වැයමයි. මේ අතරින් ඩොයිෂ් ටෙලිකොම් ආයතනය පියවරක් ඉදිරියට තබමින් 'වෝතර් බ්‍රදර්ස්' සහ 'පැරම-ඩ්‍රින්ට්' යන හොලිවුඩ් චිත්‍රාගාර සමඟ කොන්ත්‍රාත් අත්සන් කොට ඇත. මොවුන්ගේ අරමුණ වන්නේ තම පාරිභෝගිකයන්ගේ සිතැහි පරිදි ඔවුන්ගේ ඉල්ලීම්වලට අනුව විනුපට ප්‍රදර්ශනය කිරීමයි.

"ටෙලිකොම් සමාගම් තවදුරටත් පැවතීමට නම්, ඔවුන් සියලු විනෝදාංශ

කැට්කර පොට්ටනියක් සාදා තම අසන්නන්ට (හා නරඹන්නන්ට) ලබාදිය යුතුයි. දැන් අන්තර්ජාලය හරහාත් අවශ්‍යතම් තම හඬින් පණිවුඩ ලබාදීමේ පහසුකම් ලබාගත හැකි වීම ඊට හේතුවයි." එසේ පවසන්නේ ලන්ඩනයේ වෙසෙන නමගිය විශ්ලේෂකයකු වන සයිරස් මෙට්ලා ය.

ඔහු පවසන්නේ සත්‍යයකි. දැන් අන්තර්ජාලය හරහා ඕනෑම කෙනෙකුට හඬ ප්‍රක්ෂේපණය කිරීම සඳහා පහසුකම් සලසාගත හැකිය. දුරකථන ආයතන මෙම තරඟකාරී තත්ත්වය පිළිබඳ අවදියෙන් සිටිය යුතුය.

### රුහුණේ සහිත හා රහිත කොරියානු බ්‍රෝඩ්බැන්ඩ් සේවාව

ජංගම දුරකථන හරහා ඩිජිටල් සංගීතය ලබාදීමට හා විනුපට පෙන්වීමට මුලින්ම යොමුවූ කොරියානු දුරකථන ආයතනයයි. කෙටියෙන් කියතොත්, කොරියාව ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ නිම්වල පුළුල් කිරීමේ තෝතැන්නකි. තැනිතම් ලෝක විද්‍යාගාරයකි. සෙසු ලෝකයට ඇත්තේ ඔවුන් අනුගමනය කිරීමය.

ඒ කෙසේ වෙතත්, 80 දශකයේ කොරියාව විසින් ටෙලිකොම් සේවාව පුළුල් කිරීම වස් කිලෝමීටර මිලියන ගණනක් එලන ලද රුහුණේ කන්දරාව සඳහා වැය කළ මුදල ඔවුන්ට තවමත් හිසරදයකි. මෙම ආයෝජනයෙන් පාරිභෝගික ප්‍රතිශතය ඉතා ඉහළ ගිය ද, අපේක්ෂිත ලාභය ඉපයීමට ඔවුන්ට නොහැකිව ඇත.

ඔවුන් දැන් මීට අපූරු විකල්පයක් සොයාගෙන ඇත. එය හැඳින්වෙන්නේ 'වයිබ්‍රෝ'(Vibro) නමිනි. එය 'වයර්ලස්' ක්‍රමයකි. ශීඝ්‍රයෙන් ධාවනය වන වාහන-

ජංගම දුරකථන හරහා ඩිජිටල් සංගීතය ලබාදීමට හා විනුපට පෙන්වීමට මුලින්ම යොමුවූ කොරියානු දුරකථන ආයතනයයි. කෙටියෙන් කියතොත්, කොරියාව ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ නිම්වල පුළුල් කිරීමේ තෝතැන්නකි. තැනිතම් ලෝක විද්‍යාගාරයකි. සෙසු ලෝකයට ඇත්තේ ඔවුන් අනුගමනය කිරීමය. ඒ කෙසේ වෙතත්, 80 දශකයේ කොරියාව විසින් ටෙලිකොම් සේවාව පුළුල් කිරීම වස් කිලෝමීටර මිලියන ගණනක් එලන ලද රුහුණේ කන්දරාව සඳහා වැය කළ මුදල ඔවුන්ට තවමත් හිසරදයකි.

වලට මෙමගින් පණිවුඩ ලබාදිය හැකිය. Samsung Electronics මගින් හඳුන්වා දී ඇති මෙම තවතම ටෙලිකොම් සේවාව, ලබන වසරේ දී ලොවට හඳුන්වාදීමට නියමිත ය. ඔවුන් බලාපොරොත්තු වන්නේ වසර 2010 වන විට මෙම සේවාව කොරියානුවන් මිලියන 9 ක් අතරට ගෙනයාමය. එවිට එහි ආදායම බිලියන ඩොලර් 3 ක් වනු ඇත.

"වයිබ්‍රෝ සමඟ කොරියාව ලෝක බ්‍රෝඩ්බැන්ඩ් සේවාවේ නොමිමර එකට පැමිණෙනවා තියනයි."

එසේ පවසන්නේ, කොරියානු තොරතුරු හා සන්නිවේදන අමාත්‍යාංශයේ අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් තැන්පත් සු බියොන්ග් ජෝ (Suh Byung Jo) ය. □

### වන්න බණ්ඩාර විජේකෝන්