පශ්චාත් සාංග්‍රාමික ශ්‍රී ලාංකේය සන්දර්භය තුළ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය, සමාජ සහ සංහතික පාලනයේ නව උපකරණයක් ලෙස

ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ

හැඳින්වීම

මෙම සංකීර්ණ වූ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය නමැති ප්‍රපංචය අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා දනට අප භාවිත කරනු ලබන සංකල්පීය සහ පාරිභාෂික පද්ධතිය ප්‍රමාණවත් නොවන අතර ඒ සඳහා අප පහත ගෙන හැර දක්වෙන නව සංකල්ප අවබෝධය සහ පාරිභාෂික භාවිත කරමින් වර්ධනය කළ යුතු බව අපගේ අදහස යි. සන්නිවේදන, මාධ්‍ය තාක්ෂණයේ සහ තාක්ෂණවේදයේ සිදුවන්නා වූ ශීඝ්‍ර වර්ධනය සමස්තයක් ලෙස සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සමාජ භූමිකාව තියුණු සහ පුළුල් කරන අතර ම එය සමාජ සහ සංහතික පාලනයේ නව මානයන්, නව ස්වරූපයන් සහ නව තත්ත්වයන් නිර්මාණය කරන්නේ ය. වර්තමාන මාධ්‍ය, මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සහ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යන සංකල්ප නිරුක්තිවේදයට අනුව බහුවිද හා බහුමානීය සමස්තයක් අදහස් වන්නේ ය. එය ඇත්ත වශයෙන් ම සංහතික විඥාපන මාධ්‍යයන්ගේ බහුත්වයකි. අද්‍යතනයේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අප අවබෝධකර ගැනීමේ දී එය එක් එක් හුදෙකලා වූ මාධ්‍යයන්ගේ, පඨිතවල, ක්‍රියාකාරකම්වල, කාර්යන්වල, ප්‍රපංචවල හුදු සරල එකතුවක් නොව, එය සුවිශේෂ වූ සාමස්තික ක්ෂේත්‍රයක් වශයෙන් වටහා ගත යුතු ය. අද සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය හුදු තොරතුරු ඒකරාශි කිරීම, පඨිත නිර්මාණය කිරීම, තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණයේ සීමාවලින් එබ්බට ගොස් වඩාත් බහුකාර්ය හා වඩාත් බරපතළ ප්‍රපංචයක් බවට පත් වී තිබේ. එය වර්තමානයේ ස්වයංක්‍රීයකාරී සාමස්තික ක්ෂේත්‍රයක් බවට පත් වී ඊට අනුකූල ව නියමානුකූලතා ප්‍රකට කරමින් සමාජ පාලනයේ සහ සංහතික පාලනයේ මූඛ්‍ය උපකරණයක් බවට පමණක් නොව, සමකාලීන පුද්ගල සහ සමාජ ජීවිතයේ ආධ්‍යාත්මික හා මනෝ මූලික පැතිකඩෙහි සියලු

විදහා දක්වීම්වල සහ මතුවීම්වල පරම සාරය බවට පත්ව ඇත. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ ජීවිතයෙහි එක් වැදගත් සාධකයක් ව පැවතෙමින් එහි වේදිකාව බවට ද පත් ව ඇත. සමාජ පරිණාමයත් සමඟ දෙවන ලෝක මහා සංග්‍රාමයෙන් පසුව සංහතික සංස්කෘතික සමාජ විඥනය, සංහතික විඥනය සහ සංහතික සංවේදීතාව හැඩගැස්වීමේ අති ප්‍රබල උපකරණයක් බවට පත් වූ අතර එය සමාජයේ ආධිපත්‍යයික බලවේගවලට ආවශ්‍යයික අභිනතියක් ඔස්සේ සංහතිකයින්හට බලපෑමේ මෙවලමක් බවට පත්වි ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තමන් විසින්ම බලයක් වශයෙන් අවබෝධ කොටගෙන සමාජය මත මුදාහරින සිය බලයේ උපකරණයක් ලෙස අනෙක් සියලු දේවල් භාවිත කරනු ලැබේ.

සමාජයක මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ක්‍රියාත්මක වීමේ දී නිල වශයෙන් එය ඒකීය මධ්‍යස්ථානයකින් පාලනය නොවේ. නමුත් මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ප්‍රායෝගික ව ක්‍රියාත්මක වීමේ දී අපට නිරීක්ෂණය කළ හැකි වන්නේ එනම්, අපට පෙනී යන්නේ එය එක් මධ්‍යස්ථානයකින් මෙහෙයවන ආකාරයක් ය. මෙහි දී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ක්‍රියාත්මකවීමේ මාදිලිය තුළ ඊටම ආවේණික ''අදෘශ්‍යමාන හස්තයක්'' ක්‍රියා කරන අතර තවම එය විද්‍යාත්මකව අධ්‍යයනය කර නොමැත. මෙම ''අදෘශ්‍යමාන හස්තය'' සංකීර්ණ සංවිධාන රටාවක් දරන අතර ඊට ඉතා සුළු පුද්ගලයින් සංඛ්‍යාවක් ඇතුළත්වන අතර, දේශපාලඥයින්, ව්‍යාපාරකයින්, දේශපාලන විද්‍යාඥයින්, උපදේශකයින්, මාධ්‍යකරුවන්ගෙන් සැදුම්ලත් වඩා පුළුල් කණ්ඩායමක් මඟින් නිශ්චිත ප්‍රශ්න සම්බන්ධ ව මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ සකස්කර අනුමත කරන ලද නිර්දේශ පිළිබඳ සංඥව මාධ්‍ය වෙතට නිකුත් කරනු ලැබේ. නමුත් මෙහි දී පෙන්වාදිය යුතු විශේෂ තත්ත්වයක් වන්නේ මාධ්‍ය ආයතන පද්ධතිය තුළ සිටින සමහර අත්දැකීම් සහිත මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීන් වෙනස්වන තත්ත්වයන් සහ සිදුවන අභිනව සිද්ධීන් පිළිබඳ ව නව ස්ථාපන ඉහළ ම දෘෂ්ටාන්තයට පෙර අනුමාන කරනු ලැබේ. ඉන් අනතුරුව අභිනව ස්ථාපනයට අනුව කටයුතු කිරීම සඳහා මාධ්‍ය ධූරාවලියේ විවිධ මට්ටම්වල ඉහළ පුහුණුවක් ලද විශාල පිරිසක් සම්බන්ධ වන්නේ ය. මෙම මිනිසුන් අතර සංවිධානය වන්නා වූ යාන්ත්‍රණය පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදන, සමාශ්‍රය හා පුද්ගල සම්බන්ධතා විශාල ප්‍රමාණයකින් සමන්විත වන අතර, මෙම සමස්ත මෙහෙයුමේ යාන්ත්‍රණය නිල නියෝග සහ විධාන පාදක කරගත් පද්ධතියකට වඩා, එම යාන්ත්‍රණය ක්‍රියාකාරී ස්වයං සංවිධාන ස්වරූපයක්

ගන්නා බව පෙන්වාදිය යුතු ය. මෙම මාධ්‍යයේ සහ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ක්‍රියාත්මකවීමේ යාන්ත්‍රණය සැඟවුණු සහ බාහිරට අනාවරණය නොවූ ස්වරූපයක් ගන්නේ ය. සමකාලීන ගෝලීය සංහතික මාධ්‍ය ගැඹුරින් අධ්‍යනය කිරීම තුළින් මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ක්‍රියාත්මකවීමේ නියමයන් තේරුම් ගත යුතු ය.

ඕනෑම සමාජයක සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අදාළ සමාජයේ අවශ්‍යතාවලට අනුකූලව හැඩගැසෙන්නේ ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ අඩුපාඩුකම් හා හීන ගුණාත්මකභාවය පිළිබඳ චෝදනා, විවේචන, නිරතුරුව ම නැගෙන අතර, නමුත් එහි අඩුපාඩුකම් සහ හීන ගුණාත්මකභාවයට ද ඇත්තේ එහි ගුණාත්මකභාවයට මෙන්ම උදාරත්වයට ද ඇති ඉල්ලුමට නොදෙවැනි ඉල්ලුමකි. මෙහි දී මතුවන ගැටලුව වන්නේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ අඩුපාඩුකම් සහ එහි හීන ගුණාත්මකභාවය වශයෙන් සලකන්නේ මොනවා ද? මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ක්‍රියාකාරීත්වය තක්සේරු කළ යුත්තේ කුමන නිර්ණායක මඟින් ද? නමුත් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජීය ආයතනයක් වශයෙන් සෙසු සමාජීය ආයතනවලට වඩා හොඳින් සහ සාර්ථක ලෙස සිය කාර්යභාරය ඉටු කරන බව ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. මෙහි දී අවධාරණය කළ යුත්තේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සිය කාර්යභාරය හොඳින්, සාර්ථක ව කරන්නේ සදාචාරවාදීන්ගේ හෝ සුචරිතවාදීන්ගේ සත්‍යවාදීභාවයේ, සාධාරණත්වයේ, ආචාරධර්මීය අපක්ෂපාතිත්වයේ දෘෂ්ටිකෝණයට අනුව නොව, සමාජය සඳහා අවශ්‍යවන පරිදි මිනිසුන් සහ සංහතිකයින් සකස් කිරීමේ, පිළියෙළ කිරීමේ දෘෂ්ටිකෝණයෙනි. මේ දෘෂ්ටිකෝණයට අනුව, සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය වර්තමාන සමාජ පාලනය කිරීමේ අතිශය වැදගත් සංරචකයක් බව අවධාරණය කළ යුතු ය.

පශ්චාත් යටත්විජිතවාදී සහ පශ්චාත් සාංග්‍රාමික ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ දේශපාලන සංස්කෘතික දෘෂ්ටිවාදී ඒකාග්‍රතාව ඒකීය සමස්තයක් ලෙස පවත්වාගෙන යෑම සඳහා සමෝධානිකයක (Integrator) අද අන්කවරදාකටත් වඩා අවශ්‍යව ඇත. වර්තමාන ශ්‍රී ලංකාවේ නවීකරණ ක්‍රියාවලියේ සක්‍රීය සහ බලසම්පන්න සමෝධානිකයක් වශයෙන් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියට ක්‍රියාකිරීමේ හැකියාවක් තිබෙන බව අපගේ අදහස යි.

එම කර්තව්‍ය සාර්ථක ලෙස ඉටුකිරීමට නම්, ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ස්වභාවය ක්‍රියාකාරීත්වය සහ එහි විශේෂතා අප අවබෝධකර ගත යුතු ය. ශ්‍රී ලංකාවේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ විශේෂතාව වන්නේ එය ශ්‍රී ලංකාවේ ඓතිහාසික සමාජ-සංස්කෘතික පරිණාමයේ ස්වාභාවික ප්‍රතිඵලයක් ලෙස හෝ එහි මානව ද්‍රව්‍යයේ නියමානුකූලතාවන්ගේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස වර්ධනය වූවක් නොවන බව යි. ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මූලික වශයෙන් යටත්විජිතවාදී සහ පශ්චාත් යටත්විජිතවාදී අවධියේ යුරෝපීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සහ එහි ප්‍රබල බලපෑම මඟින් උත්තරාරෝපිත ව ශ්‍රී ලාංකීය මානව ද්‍රවයේ විශේෂතාවලට අනුව විකර්ෂණය වූ මාධ්‍ය සංස්කෘතියකි.

18 වන සියවස ආරම්භයේ දී ප්‍රථම වරට ශ්‍රී ලාංකීය ඉතිහාසයේ නූතන මාධ්‍ය සංස්කෘතියට අවශ්‍ය කරන ලද මුද්‍රණ ශිල්පය ලන්දේසින් විසින් හඳුන්වා දෙන ලදී. මුලින් ම පොත්, සඟරා මෙන් ම ඊට පසුව ඉංග්‍රීසි, දෙමළ සහ සිංහල භාෂාත්‍රයෙන්ම සඟරා හා පුවත්පත් මුද්‍රණය ව්‍යාප්ත වූ අතර, වෙළෙඳ, ආගමික හා දේශපාලනික තොරතුරු සමාජගතවීම ක්‍රමානුකූල වර්ධනය විය. යුරෝපීයන් පෙරදිගට පැමිණියේ පෙරදිග සාම්ප්‍රදායික සමාජ ක්‍රමය විනාශ කර ඒ වෙනුවට නූතන යුරෝපීය සමාජයක් ගොඩනැගීමට බව කාල් මාක්ස් (Karl Marx, 1818 – 1883) පෙන්වා දුන්නේ ය. ඒ සඳහා ආරම්භයේ සිට ම ප්‍රබල උපකරණයක් ලෙස මාධ්‍ය සහ සංහතික මාධ්‍ය භාවිත කළ බව ශ්‍රී ලාංකීය යටත්විජිත ඉතිහාසය තුළ වූ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ක්‍රියාකාරීත්වය පෙන්වා දෙන්නේ ය.

එය වරෙක සමායාන්තර අරගලයක් වශයෙන් ද වරෙක සාම්ප්‍රදායිකත්වය සහ නූතනත්වය අතර අරගලයක් වශයෙන් ද වරෙක අශිෂ්ටත්වය සහ ශිෂ්ටත්වය අතර අරගලයක් වශයෙන් ද තවත් වරෙක පරාධීනත්වය සහ නිදහස අතර අරගලයක් වශයෙන් ද තවත් වරෙක යටත්විජිතවාදය සහ ජාතික විමුක්තිය අතර අරගලයක් වශයෙන් ද තවත් වරෙක පාලක සහ පාලිත පන්ති අතර අරගලයක් වශයෙන් ද මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ ප්‍රකට විය. 20 වන සියවසේ දෙවන දශකයේ දී ගුවන්විදුලිය ද එහි මැදභාගයේ දී සිනමාව ද 70 දශකයේ අග දී රූපවාහිනිය ද පැමිණීමත් සමඟම ශ්‍රී ලාංකීය නූතන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සිය පරිස්ථිතියට පත් විය.

ශත වර්ෂ ගණනාවක් තිස්සේ ශ්‍රී ලංකාවේ පැවති සාම්ප්‍රදායික ජන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය (Traditional Folk Media Culture) නූතන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් (Modern Mass Media Culture) බවට පරිවර්තනය වූ අතර, එම නව සංස්කෘතිය සුවිශේෂී සමාජ ආයතනයක් ලෙස වර්ධනය වෙමින් ලාංකීය මානව ද්‍රව්‍ය හැඩගැසීමේ ක්‍රියාවලියේ අවියෝජනීය පැතිකඩක් බවට පත් වී තිබේ. සමකාලීන ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මූල මණ්ඩල සාම්ප්‍රදායික ගතානුගතික ජන සන්නිවේදනය (Folk Communication) සහ ජන සමාශ්‍ර සම්බන්ධතා (Folk Intercourse Relation) මෙන්ම යටත්විජිතවාදී සහ පශ්චාත් යටත්විජිතවාදී තත්ත්වයන් දක්වා විහිදී යන බව සඳහන් කළ යුතු ය. මේ නිසා සමකාලීන ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික සංස්කෘතිය ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද සියලු ලක්ෂණවල, ප්‍රවණතාවල සහ ගතිකවල සංකීර්ණ ස්වරූපයක් වශයෙන් ඉදිරිපත් වේ. අද්‍යතන ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මුහුණුවර හඳුනාගැනීම සඳහා ඓතිහාසික වූ ද සමාජ විද්‍යාත්මක වූ ද මානව සංස්කෘතික විද්‍යාත්මක වූ ද පර්යාලෝකයක් ඔස්සේ විග්‍රහයකට යා යුතු ය. වර්තමාන ශ්‍රී ලාංකීය මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ස්වභාවය එහි ව්‍යුහය එය යථාර්ථයට දක්වන සම්බන්ධතාව සංහතික-ග්‍රාහක මනෝභාවික සහ සංජානන විශේෂතා ශ්‍රී ලාංකීය සමාජ පරිණාමයේ ඓතිහාසික සහ එහි මානව ද්‍රව්‍යයේ විශේෂතා සමඟ සම්බන්ධ බව අවධාරණය කළ යුතු ය.

වර්තමාන ශ්‍රී ලංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙහි ගැටලු සහ අභියෝග එම ඓතිහාසික සහ සමකාලීන යථාර්ථය සහ බැඳී පවතී. ශ්‍රී ලංකාවේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ගැටලු එහි ක්‍රියාකාරී චතුර්විධ ක්ෂේත්‍රය ඔස්සේ අපට හඳුනා ගත හැකි ය. එම චතුර්විධ ක්ෂේත්‍ර වන්නේ භාවිත හෝ ව්‍යවහාරික ක්ෂේත්‍රය, කර්මාන්තමය ක්ෂේත්‍රය, වෘත්තීය-නිර්මාණාත්මක ක්ෂේත්‍රය සහ න්‍යායික-සංකල්පීය ක්ෂේත්‍රයන් ය.

සංහතික මාධ්‍යයේ භාවිත හෝ ව්‍යවහාරික ක්ෂේත්‍ර සමඟ සෘජු ලෙසම සම්බන්ධවන්නේ සංහතිකයින්, ග්‍රාහකයින්, ශ්‍රාවකයින්, පාඨකයින් සහ ප්‍රේක්ෂකයින් වන අතර, ඔවුන් සමස්තයක් ලෙස රටේ, සමාජයේ ජනගහණ ව්‍යුහයේ විවිධ තල සහ ස්තර නියෝජනය කරමින් සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලන, සංස්කෘතික, වාර්ගික, ආගමික ආදී ගති ලක්ෂණයන්ගෙන් සමන්විත

ඒකීය සමස්තයක් නිර්මාණය කරයි. මෙය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සංහතික සංස්කෘතිය හෝ ග්‍රාහක සංස්කෘතිය ලෙස සලකා බැලිය හැක. මෙහි දී සංහතික ග්‍රාහකයින් මාධ්‍යට දක්වන සම්බන්ධතාවේ ස්වභාවය, සංහතික මාධ්‍ය පඨිත සංජානනය කර ගන්නා ආකාරය, එසේ ම ඒවා විචාරාත්මක ව පරිශීලනය කරන ආකාරය පිළිබඳ ව අවධාරණය කළ හැකි ය. එනම් මෙහි දී මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය, මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව, මාධ්‍ය විචාරික චින්තනය ආදී අංග වැදගත්වන බව සඳහන් කළ යුතු ය.

සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ කර්මාන්තමය ක්ෂේත්‍රය ''සංහතික මාධ්‍ය කර්මාන්ත සංස්කෘතිය'' ලෙස විමසා බැලිය හැකි ය. ඊට සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙහි ව්‍යාපාරික, ආර්ථික, වාණිජ ක්‍රියාකාරීත්වය ඇතුළත් වන්නේ ය. මෙම ක්ෂේත්‍රයෙහි ක්‍රියාත්මකවන සමාජ පන්තිවල, ස්ථරවල ප්‍රාග්ධනයේ ස්වභාවය සහ අරමුණු අනුව සංහතික මාධ්‍යයේ කර්මාන්ත සංස්කෘතියේ ගති ලක්ෂණ තීරණය වන බව පෙන්වා දිය යුතු ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වෘත්තික-නිර්මාණාත්මක ක්ෂේත්‍රය මූලික වශයෙන් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ කර්මාන්තමය ක්ෂේත්‍රය සමඟ බැඳී පවතින අතර, වෘත්තික-නිර්මාණාත්මක ශක්‍යතාව අදාළ කර්මාන්තයේ වුවමනාවලට සහ අවශ්‍යතාවලට සාපේක්ෂව හැඩගැසෙන බව වර්තමාන ජාතික මෙන්ම ගෝලීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පෙන්වා දෙන්නේ ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වෘත්තික-නිර්මාණාත්මක ක්ෂේත්‍රයේ බුද්ධිමය සහ සදාචාරාත්මක ශක්‍යතාව අද්‍යතන සංහතික මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ අවශ්‍යතාවලට අනුව විකරණය වන බව ප්‍රකට ය. ඒ අනුව වර්තමාන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වෘත්තික-නිර්මාණාත්මක ක්ෂේත්‍රයේ ප්‍රකට පරිහානිය වෘත්තිමය, නිර්මාණාත්මක බුද්ධිමය සහ සදාචාරාත්මක අංශවල පිරිහීමේ ප්‍රතිඵලයක් පමණක්ම නොව, එය ඊට පාදක වන සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ ස්වභාවය මත රඳා පවතින බව අවධාරණය කළ යුතු ය. එනම් වර්තමානයේ අප රටේ හෝ ලෝකයේ සුවිශේෂ මාධ්‍යමය නිර්මාණාත්මක බුද්ධිමය හැකියා ඇති අය බිහි නොවනවා නොව, ප්‍රශ්නය වන්නේ ඔවුන්ට මතුවීම සඳහා සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ අවකාශයක් නොමැති බව යි.

සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය නිර්මිත කරන අවසාන හෙවත් සිව්වන ක්ෂේත්‍රය වන්නේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ න්‍යායික-සංකල්පීය සංස්කෘතික ක්ෂේත්‍රය යි. සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ න්‍යායික-සංකල්පීය සංස්කෘතිය සුවිශේෂ වැදගත්කමක් සහිත විශේෂ ශාස්ත්‍රාලීය සංස්කෘතිය සමඟ සම්බන්ධ පැතිකඩක් සේ සලකා බැලිය යුතු ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සමස්ත න්‍යායික-සංකල්පීය ව්‍යුහය සංහතික මාධ්‍ය දර්ශනවාදය, දෘෂ්ටිවාදය, සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක මාධ්‍ය සංකල්ප, දේශපාලන-ආර්ථික විද්‍යාත්මක සහ සංස්කෘතික-සංඥාර්ථවේදීය මෙන්ම ක්‍රමවේදීය පැතිකඩ නියෝජනය කරන තාර්කික සහ සබුද්ධික අදහස් සමස්තයකි. මෙය සංහතික මාධ්‍ය පද්ධතියේ ඓතිහාසික පරිණාමයත්, සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියත් සමඟ ශාස්ත්‍රාලීය ක්ෂේත්‍රයෙහි සිදුවන න්‍යායිකකරණයේ සහ සංකල්පීයකරණයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් නිර්මාණය වන බුද්ධිමය, අවබෝධන සහ දැනුම් ක්ෂේත්‍රයකි. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ මේ චතුර්විධ ක්ෂේත්‍ර අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් සහසම්බන්ධිත ව ඒකීය සමස්තයක් ලෙස ක්‍රියා කරන බව පෙන්වාදිය යුතු ය.

මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ඓතිහාසික පරිණාමය

මානව වර්ගයාගේ ඉතිහාසයේ ඉපැරණිතම ප්‍රපංචවලින් එකක් වශයෙන් සංස්කෘතිය සැලකිය හැකි ය. සංස්කෘතිය මිනිසා සමඟම සම්භවය ලබා මිනිසා සමඟ වර්ධනය වූ බව පොදු පිළිගැනීම වුවත්, ඇත්ත වශයෙන් ම මිනිසාට වඩා පූර්වාරම්භයක් සංස්කෘතියට හිමිවන බව පෙන්වා දිය යුතුය. මිනිසා සංස්කෘතියේ ප්‍රතිඵලයකි. මානව සංස්කෘතිය නිසාම මිනිසා සෙසු සියලුම සත්ත්ව පැවැත්මෙන් ගුණාත්මක ලෙස වෙනස් වන්නේ ය. මිනිසා විසින් නිර්මාණය කර ඇති සියලුම දේ සහ මානව වර්ගයාගේ සියලුම ජයග්‍රහණ වචනයේ පුළුල් අර්ථයෙන් සංස්කෘතිය වශයෙන් අවබෝධ කර ගත හැකි ය. සංස්කෘතිය යනු ප්‍රකෘතිය පිළිසකර කිරීමකි. ප්‍රකෘතිය සංස්කරණය කිරීමකි. එය මූලික වශයෙන් සවිඥානික අරමුණු සහගත ක්‍රියාවලියක් වන අතර එය මිනිස් විෂයෙහි ස්වභාව ප්‍රකටීකරණය වීමකි. ඇත්ත වශයෙන් ම සංස්කෘතිය යනු ස්වාභාවයේ නියමයන් සීමා කිරීමකි. එනම් ස්වාභාවධර්මයේ නියමයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ ක්ෂේත්‍රය සීමා කිරීමකි.

මානව සංස්කෘතියේ මූලික ලක්ෂණ ආරම්භය මීට දශලක්ෂ 2.5 කට පෙර සිදු වී ඇති බව මානව විද්‍යාඥයෝ ප්‍රකාශ කරති. නමුත් සමකාලීන ස්වරූපයේ මිනිසා වන හෝමෝසේපියන් (Homo sapiens) බිහි වූයේ මීට වසර 40,000 කට පමණ පෙර වූ අතර නමුත් ඔහුගේ සංස්කෘතියේ මූලික සංඝටක බිහි වූයේ මීට වසර 150,000 කට පමණ පෙර ය. මේ අර්ථයෙන් සලකා බලන විට මිනිසාට වඩා සංස්කෘතියට දීර්ඝ ඉතිහාසයක් ඇත. මේ අනුව, සමකාලීන සංස්කෘතියේ ප්‍රථම ස්වරූපය වන පුරාණෝක්තිවේදය (Mythology) ආගම ආදී ආධ්‍යාත්මිකත්වයේ මූලාශ්‍ර බිහිවීම ආරම්භ වූයේ ඉහත සඳහන් 250,000 තුළ බව සඳහන් කළ යුතු ය. සංස්කෘතියේ භෞතික ස්වරූපය සහ සංස්කෘතියේ ආධ්‍යාත්මික ස්වරූපය සාපේක්ෂ වශයෙන් ඒකීය සමස්තයක් ලෙස පැවතුන ද සංස්කෘතියේ ආධ්‍යාත්මික ස්වරූපය බිහිවීමට පෙර එහි භෞතික ස්වරූපය බිහි වී ඇති බව පෙන්වා දිය යුතු ය. නමුත්, අප බොහෝ විට සංස්කෘතිය පිළිබඳව කතා කිරීමේ දී අපගේ අවධානය යොමුවන්නේ එහි ආධ්‍යාත්මික ස්වරූපය වෙතට බව ප්‍රකට කරුණකි. නමුත් සංස්කෘතිය යනු පුළුල් සංකල්පයක් වන අතර ඊට භෞතික සංස්කෘතිය සහ ආධ්‍යාත්මික සංස්කෘතිය ද ඇතුළත්වන බව තේරුම්ගත යුතු ය. ඇත්ත වශයෙන් ම භෞතික සංස්කෘතියෙන් තොර ආධ්‍යාත්මික සංස්කෘතියක් පැවතිය නොහැක. මානව සංස්කෘතිය මූලික වශයෙන් මානව විඥානයේ සහ එහි බුද්ධියේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රතිඵලයක් වන අතර භෞතික සන්දර්භයකින් තොරව කිසිම විඥානික, බුද්ධිමය හෝ අදහස්මය තත්ත්වයකට පැවතිය හෝ ක්‍රියාත්මක විය නොහැකි ය. එම නිසා මානව සංස්කෘතියේ භෞතික සහ ආධ්‍යාත්මික පැතිකඩ ඒකීය සංස්කෘතියක් වශයන් අවබෝධ කර ගත යුතු ය. ඇත්ත වශයෙන් මිනිසාගේ ආධ්‍යාත්මික සංස්කෘතිය අජීවී හා ජීවී ස්වාභාවධර්මයේ අනෙක් ඕනෑම ප්‍රපංචයකට වඩා නොඅඩුවෙන් භෞතික වන්නේ ය.

මෙම ඉහත ගෙනහැර දක්වන ලද දාර්ශනික ආස්ථානයට අනුව මානව සංස්කෘතිය හා එහි ක්‍රියාකාරීත්වය තේරුම් ගනිමින් මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ද මානව සමාජ සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරීත්වයේ සුවිශේෂ ස්වරූපයක්, මට්ටමක් වශයෙන් අප තේරුම්ගත යුතු ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සම්භවය සහ එහි ස්ථාපනයවීම ප්‍රාථමික සමාජයෙහි සිට ම සංස්කෘතික ඓතිහාසික ක්‍රියාවලියේ සංයුක්ත කොටසක් වශයෙන් සිදු වූ බව පැහැදිලි වේ.

ඒ අනුව විමසා බැලීමේ දී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සිය ඓතිහාසික පරිණාමය තුළ විවිධ අවධි රාශියක් පසු කොට වර්තමාන තත්ත්වය දක්වා ගමන් කොට ඇත. ස්පර්ශක, අලිඛිත, ලිඛිත, වාචික, නිර්වාචික, මුද්‍රණය සහ ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය ආදී අවධි මෙන් ම මානව ඉතිහාසයේ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ස්වරූප වශයෙන් සැලකිය හැකි තත්ත්වයන් සංකීර්ණයක් ඊට අයත් වන්නේ ය. ප්‍රාථමික මිනිසාගේ චින්තනය, විඥානය සංකලන ස්වභාවයක් ගත් අතර ඒ නිසා ම තොරතුරු සමුච්චගත වීම මන්දගාමීව සිදු වි ය. එය මූලික වශයෙන් ප්‍රාථමික මිනිසා ජීවන අවශ්‍යතා සංතෘප්ත කිරීම කෙරෙහි යොමු වී තිබූ අතර සන්නිවේදනය සහ මාධ්‍ය නිපුණතා වර්ධනය මූලික වශයෙන් ශ්‍රම ක්‍රියාකාරී ක්ෂේත්‍රයට සීමා වී තිබුණි. තොරතුරු හා උපයෝගීතා පැතිකඩ ශ්‍රම ක්‍රියාවලිය තුළ ඒකීය සමස්තයක් ලෙස සංකලනව ක්‍රියාත්මක විය. ප්‍රාථමික මිනිසා අවාචික සන්නිවේදන ස්වරූප පමණක් භාවිත කරමින් තමන්ට අවශ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් තෝරා ගෙන ඒවා ග්‍රහණය කර ඉදිරි පරම්පරාවට සම්ප්‍රේෂණය කළේ ය. ක්‍රමානුකූලව මිනිසා සිය ජීවන අරගලයත් සමග ඊට ආවශ්‍යයික හුවමාරුවේ, සන්නිවේදනයේ අවශ්‍යතාව බිහි වුවත් ඒවා සම්ප්‍රේෂණය සඳහා අවශ්‍ය මාධ්‍යයන් තවමත් බිහි වී තිබුණේ නැත. ඒ අනුව, මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව සංස්කෘතියේ නව ප්‍රභේදයක් වශයෙන් මානව වර්ගයාගේ ප්‍රාථමික අවධියේ ම බිහි වූ බව සඳහන් කළ හැකි ය. මේ අනුව මානව මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ප්‍රබල ස්වරූපයක් වන භාෂාව මාධ්‍යක් වශයෙන් බිහි වූයේ වාචික සන්නිවේදනයේ හෝ වාචික සමාශ්‍රයේ අවශ්‍යතාව පදනම් කොටගෙන ය. මානව භාෂාව ඔස්සේ ලොවට ප්‍රකාශනය, කතාන්දර, ආගම, දෘෂ්ටිවේදය, දර්ශනය ආදිය උරුම විය. නිදර්ශනයක් ලෙස ෆෙඩ්රික් නිට්ෂේ (Friedrich Nietzsche, 1844-1900) ඕනෑම සංස්කෘතියක ජීවන කොන්දේසියක් ලෙස පුරාණෝක්තිය දක්වන ලදී. මිනිසාගේ ඉතිහාසයේ ප්‍රාථමික යුගයේ දී පමණක් නොව, වර්තමාන මිනිසාගේ ද දෛනික ජීවිතයේ සියලුම ක්ෂේත්‍රවලට පුරාණෝක්තිය, මිථ්‍යාව පැතිර ගොස් ඇති බව අවධාරණය කළ යුතු ය. එය සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ප්‍රබල පැතිකඩකි. පුරාණෝක්ති මිනිසුන්ගේ ජීවන ක්‍රියාකාරීත්වයේ සියලුම ක්ෂේත්‍රවලට විනිවිද ගොස් ඇති අතර එය ප්‍රාථමික සංස්කෘතියේ මූලික පදනම වශයෙන් ද ඉදිරිපත් වේ. මේ කාලය වන විට මිනිසාගේ වියුක්ත චින්තන හැකියාව මෙන් ම පරිකල්පන ශක්තිය වර්ධනය වන්නට වූ අතර එය යථාර්ථය පිළිබඳ කලාත්මක සහ සෞන්දර්යාත්මක මානය සඳහා මාර්ගය විවෘත

කරමින් නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාකාරීත්වය උත්කර්ෂණය කළ බව සිතිය හැකි ය. සියලු චාරිත්‍ර, අභිචාර හා සත්තා නිපුණතා ඉදිරි පරම්පරාවලට ප්‍රවේණිකව තබා ගැනීම සඳහා ඒවා සටහන් කර තබා ගැනීමේ විවිධ ප්‍රයත්නයන් මිනිසුන් විසින් දරන ලදී. මෙවැනි වන සජීක තත්ත්වයන් යටතේ මානව වර්ගයාගේ සමාජීය අත්දැකීම් ස්ථාවර ව සහ නොවෙනස්ව තබා ගැනීමට ගත් ප්‍රයත්නයන්ගේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් සංඥා පද්ධති නිර්මාණය විය. සමස්ත මානව සංස්කෘතියේ ම පදනම පමණක් නොව, එය සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ද පදනම සංරචකයකි.

ඇත්ත වශයෙන්ම සංඥා පද්ධතිවල සම්භවය මානව වර්ගයාගේ සමාජ සංස්කෘතික පරිණාමයේ තීරණාත්මක සන්ධිස්ථානයක් සනිටුහන් කරන්නට විය. මිනිසාගේ මුළු සංස්කෘතිය ම සංඥාමය ක්‍රියාකාරීත්වයකි. සමස්ත සන්නිවේදන සහ මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියේ පැවැත්ම හා වර්ධනය සංඥාවලින් තොරව කිසිසේත් ම සිදුවිය නොහැක. හෝඩිය නිර්මාණය කිරීම මානව වර්ගයා අශිෂ්ටාචාරයේ සිට ශිෂ්ටාචාරය දෙසට තබන ලද අති විශාල පියවරක් විය. මානව වර්ගයා ප්‍රාග් ඓතිහාසික හා ඓතිහාසික වශයෙන් කඩයිම් රේඛාව සළකුණු කරන ලද්දේ සංඥා පද්ධතිවල බිහිවීමත් සමග යන්න ප්‍රකාශකිරීම අතිශෝක්තියක් නොවන්නේ ය. මානව සංහතිය සංඥා පද්ධති නිර්මාණය කර ඒවා පරිහරණය කිරීමත් සමගම මානව වර්ගයා තොරතුරු යුගයකට (Information Era) ප්‍රවේශ වූ බව ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. තොරතුරු හැඩගැස්වීමේ සහ එහි සාධකවලට සහ දත්තවලට අකාලික ස්වරූපයක් ප්‍රදානය කිරීමේ කාර්ය සඳහා ලේඛනය වෙන් වී තිබුණේ ය.

වර්තමාන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ඉතා වැදගත් ස්වරූපයක් වන දෘශ්‍ය සහ ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතියේ බිහි වීමට හා එහි වර්ධනයට නිර්නාමික සංඥා පද්ධති පාදක වූ බව අවධාරණය කළ යුතු ය. නිර්නාමික සංඥා පද්ධතිවල මූලික ලක්ෂණය වනුයේ එමගින් අදහස් සමූහ ලෙස සහ මතුපිටින් ප්‍රකාශ කිරීමේ හැකියාව යි. ඒ සඳහා වචන සහ වාක්‍ය අවශ්‍ය නොවේ. චිත්‍රාක්ෂර (Pictography) සංකල්පාක්ෂර (Ideography), සංකේතාක්ෂර එහි දී අදහස් හා හැඟීම් ප්‍රකාශනය සඳහා යොදා ගන්නා ලදී. රෝලන්ඩ් බාත් (Roland Gerard Barthes, 1915-1980) චිත්‍රාක්ෂර, චිත්‍ර ලේඛනය මුල් ම තොරතුරු වාර්තා කිරීමේ ප්‍රභේද ලෙස හඳුන්වා දෙයි (Barthes, 1994). චිත්‍රාක්ෂර [illegible]

[illegible]

සමකාලීන සංගීත මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ සිදුවන්නා වූ මාධ්‍ය අභිසංවිධාරණ ක්‍රියාවලියේ මුල් බීජ මානව සංහතියේ ආරම්භයේ දී ම මාධ්‍ය සංස්කෘතික ක්‍රියාවලිය තුළ ද නිර්මාණය කළ හැකි ය. සිද්ධාන්තයක් වශයෙන් මිනිස් විඥානය තුළ නිර්මාණය සහ වර්ධන [illegible] පැවතිණ.

ඉතා ගෙනහැර දක්වන ලද තොරතුරුවලට අනුව පෙනී යන්නේ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මූලික බීජ [illegible] ලෝකයෙහි [illegible] එහි දී අපගේ විශේෂ අවධානය යොමු විය යුත්තේ ලේඛන හා [illegible] කලාවන් වෙත ය. එසේ ම, ප්‍රාථමික වැසියන්ගේ ගුහා චිත්‍ර, පැරණි [illegible] වැසියන්ගේ [illegible] චිත්‍ර, පැරණි ග්‍රීක කැටයම් කලාව [illegible] යුගයේ චිත්‍ර සියල්ල ම [illegible] සංස්කෘතියේ ප්‍රාග් නිරූපණ [illegible] ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. එක්තරා ආකාරයකට පුරාතනයේ සිට [illegible] යුගය දක්වා වූ කාලය තුළ අභිලේඛන කලාව ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතිය සඳහා පරිවර්තනයවීමට [illegible] නිර්මාණය කරන ලද කාලයක් වශයෙන් සැලකිය හැක. එසේ ම, [illegible] පරිවර්තනය වීම වර්ධනය වන්නා වූ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ නව තත්ත්වයන් සනිටුහන් කිරීමකි.

මේ අනුව, සන්නිවේදනයට, [illegible] සහ තොරතුරු [illegible] මිනිසා තුළ වූ [illegible] අවශ්‍යතාව අනුව මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ [illegible] මානව සංස්කෘතියෙහි [illegible] සංස්කෘතිය සහ සන්නිවේදන සංස්කෘතිය [illegible] සියල්ලට ම [illegible] වශයෙන් [illegible] මිනිසුන් අතර [illegible] සන්නිවේදනය [illegible] මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සහ සන්නිවේදන සංස්කෘතියේ [illegible] මිනිසුන්ගේ [illegible]

පැවැත්ම සඳහා එකිනෙකාගේ පැවැත්ම අවශ්‍ය වූ අතර එනිසාම ඔවුන්ට සිය හැකියාවන් වර්ධනය කර ගැනීමට හැකි වූයේ සම්පර්කයට හා සන්නිවේදනයට ඇතුළත් වීම නිසා වන අතර, වෙන් වූ පුද්ගලයෙකු තමා තුළම මිනිසත්භාවයේ හරය නොදරන අතර සම්පර්කයට සහ සන්නිවේදනය තුළ පමණක් පුද්ගලයා මිනිසත් බවේ හරය හිමිකරගන්නා බව පෙන්වා දිය යුතු ය. මාක්ස්වාදී සමාජ දර්ශනය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ දර්ශනය තුළ ඉටු කරන පළල් හා ගැඹුරු භූමිකාව අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා පුළුල් මානයක් සපයන්නේ ය. පොදුවේ සම්භාව්‍ය මාක්ස්වාදය සන්නිවේදනය මිනිස් පරම ආධ්‍යාත්මික සම්බන්ධතාවක් ලෙස සහ ජෛවීය සම්බන්ධතාවක් ලෙස අර්ථකථනය නොකරන අතර එය සැමටම පෙර ද්‍රව්‍යමය, ව්‍යවහාරික හා නිෂ්පාදනාත්මක අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයක් ලෙස දකින්නේ ය. මාක්ස්වාදයට අනුව සන්නිවේදන සංස්කෘතිය මෙන් ම මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු එක්තරා ආකාරයක මානව අදහස්, හැඟීම්, ක්‍රියාකාරකම්, හැකියා, ශක්‍යතා, පොදුකරණ ක්ෂේත්‍රය යි. එනම් එය සමස්ත මානව, ද්‍රව්‍යමය, බුද්ධිමය, සදාචාරාත්මක, වටිනාකම් සාර්වකරණයේ මාදිලියකි. කොපමණ වුව ද සංකීර්ණ සමාජ සැකැස්මවල සන්නිවේදන සම්බන්ධතාවලට මිනිසුන් ඇතුළු වුව ද එහිදී ගොඩනැගෙන සමාජ සම්බන්ධතා පිළිබඳව ඔවුන් අවිඥානික බව ලෙනින් (Vladimir Lenin 1870 – 1924) පෙන්වා දුන්නේ ය (ලෙනින් වෙළුම 18).

මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සම්බන්ධව පුළුල් සහ ගැඹුරු න්‍යායික හා සංකල්පීය ප්‍රවණතාවක් මාක්ස්වාදී සහ නව මාක්ස්වාදී සම්ප්‍රදාය තුළ වර්ධනය වූ බව පෙන්වා දිය යුතු ය (වීරසිංහ, 2014). මාක්ස්වාදී සන්නිවේදන සංස්කෘතියේ සහ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සුවිශේෂී ලක්ෂණය වන්නේ එම ප්‍රපංචයන් ධනේශ්වර සමාජයේ සමාජ-ආර්ථික සැකැස් ම සමඟ අවියෝජනීය ව සම්බන්ධව හා එහි සියලු ගති ලක්ෂණ අන්තර්ගතව වර්ධනය වන බව පෙන්වා දීම ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය වාණිජ සංස්කෘතියකි. එහි අන්තර්ගතය භාණ්ඩීකෘත්‍ය වේ. එහි සන්නිවේදන පටිපාටිය මුදල් සාධනය කෙරෙහි යොමුව පවතී. එහි අර්ථය වන්නේ ජීවිතය සමඟ මාධ්‍ය යනු එසේ ම, ජීවිතය ප්‍රාග්ධනය සමඟය වන බවය (Arvidsson, 2006). මේ අනුව සමාජ ජීවිතය මාධ්‍යකරණය යනු අන් කිසිවක් නොව, ප්‍රාග්ධනයට ග්‍රහණය කිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් සමාජ සංස්කාර්ය

ක්‍රියාවලියේ සියලු ක්ෂේත්‍රවලට ප්‍රාග්ධනය ඇතුළුවීමයි. සමාජ ජීවිතයේ සියලුම ක්ෂේත්‍ර ප්‍රාග්ධනයේ නියමයන්ට අනුකූල ව නිර්මිතකරණය වන ආකාරයට න්‍යායිකරණයට ලක් කළ මාක්ස් මෙන් වෙනත් චින්තකයෙකු මානව ඉතිහාසය තුළ හමු නොවේ. ''එක් අතකින් ධනපති නිෂ්පාදනයේ ප්‍රගතිය විසින් ගෙන එන ලද ප්‍රවාහනය සහ සන්නිවේදන මාධ්‍ය වැඩි දියුණුවෙන් විශේෂ හුවමාරු භාණ්ඩ ප්‍රමාණයන්ගේ සංසරණ කාලය අඩුකරන අතර විලෝම වශයෙන්, වාහන සහ සන්නිවේදන පහසුකම් සංවර්ධනයෙන් නිර්මිත ඉඩ ප්‍රස්තා විසින් වඩ වඩා දූරස්තර වෙළෙඳපොළ සඳහා, එක් වචනයකින් කිවහොත් ලෝක වෙළෙඳපොළ සඳහා වැඩකිරීම අනිවාර්ය කෙරෙයි'' (මාක්ස්, 1995). සමකාලීන සන්නිවේදන සංස්කෘතිය මෙන් ම මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ද ප්‍රාග්ධනයේ පොදු නියමයන්ට අනුකූලව ක්‍රියාත්මක වන බව අවධාරණය කළ යුතු ය. සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංහතිකකරණ ක්‍රියාවලිය සමඟ අවියෝජනීය ව සම්බන්ධ බව පෙන්වාදිය යුතු ය. සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ධනේශ්වර ස්වරූපය එම සමාජයෙහි ආධිපත්‍යයික ධනේශ්වර පන්තියේ නිෂ්පාදනයක් බව මාක්ස්වාදය අවධාරණය කරයි (වීරසිංහ, 2014).

මානව වර්ගයාගේ සමාජ පරිණාමය ගෝලීය අවධියට අවතීර්ණවීමත් සමඟ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යන ප්‍රපංචය ගෝලීය පරිමාණයක් දක්වා වර්ධනය වී ඇති අතර, එසේ ම එය ශාස්ත්‍රීය අවකාශය තුළ පළල් කතිකාවකට ආරම්භය සපයා තිබේ. සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව සමාජ පරිණාමයේ තීරණාත්මක සාධකයක් හා කේන්ද්‍රීයක් ලෙස ක්‍රියා කරන බව බොහෝ විචාරකයන්ගේ අදහස යි. සංහතික මාධ්‍ය අද්‍යතනයෙහි පුද්ගල, සමූහ, වාර්ගික, ජාතික පමණක් නොව, සමාජ අනන්‍යතාව කෙරෙහි තීරණාත්මක බලපෑමක් සිදු කරනු ලබන සක්‍රිය සාධකයක් බවට පත් වී අවසාන ය. සමකාලීන අනන්‍යතා අර්බුදය මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙන් තොරව අවබෝධකර ගත නොහැක.

සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ශාස්ත්‍රාලීය අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස

මාධ්‍ය යන සංකල්පය 20 වන සියවසේ දී සංස්කෘතිකවේදයේ, සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ මූලික සංකල්පයක් ලෙස හඳුන්වා දුන් එක් අයෙකු වන්නේ කැනේඩියානු විද්‍යාඥයෙකු වූ මාර්ෂල් මැක්ලුහන් ය (Marshall Mcluhan, 1911-1980). එය ඔහු දෙවන ලෝක සංග්‍රාමයෙන්

පසු ගෝලීය ප්‍රපංචයක්ව වර්ධනය වූ සංහතික සංස්කෘතිය (Mass Culture) අර්ථවත් කිරීම සඳහා භාවිතයට ගන්නා ලදී. 20වන සියවසේ සංහතික සංස්කෘතියේ ප්‍රපංචයන් අර්ථකථනය කිරීම සඳහා මැක්ලුහන් මාධ්‍ය යන සංකල්පය භාවිතයට ගනිමින් මුළු සංස්කෘතියේ ඉතිහාසය ම ඔහු ප්‍රති සමාලෝචනයකට ලක් කළේ ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පිළිබඳ කථා කිරීමේ දී මැක්ලුහන් මඟ හැර සහ නොහැකි වන්නේ සංස්කෘතිය තුළ සන්නිවේදන නාලිකාවන්ගේ ස්ථානය සහ ඒවායේ භූමිකා විශ්ලේෂණය ඔහුගේ අධ්‍යයනවල මූලික ලක්ෂණයක් වූ බැවිනි. තොරතුරු සමාජය තුළ සංහතික සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් මගින් නිර්මාණය කර ඇති මිනිසාගේ දෛනික ජීවිතය අධ්‍යයනය කිරීම මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමඟ සම්බන්ධ ය. ඊට මුලපිරූ එක් පුරෝගාමියෙකු වූයේ මාෂල් මැක්ලුහන් ය. නමුත් මාෂල් මැක්ලුහන්ගේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පිළිබඳ සංකල්පය තාක්ෂණික නියතවාදී ප්‍රවණතාව නියෝජනය කරන අතර සමාජ-සංස්කෘතික ප්‍රමුඛතාවට එම සංකල්පය තුළ හිමිවන්නේ නොවැදගත් ස්ථානයකි. තොරතුරු සම්බන්ධතාවල තාක්ෂණික මාධ්‍යන් මගින් මානව සමාජයේ, සංස්කෘතියේ, විඥානයේ විප්ලවීය වර්ධනයන් නීර්ණය කරන බව මැක්ලුහන් අවධාරණය කළේ ය (වීරසිංහ, 2012). නමුත් සංස්කෘතිය සමස්තයක් වශයෙන් තාක්ෂණයට පමණක් ඌනනය කළ නොහැකි ය. එය මූලික වශයෙන් සමාජීය සහ සාමූහික ස්වභාවයක් පවතින ප්‍රපංචයකි. භාෂාව සේ ම සංස්කෘතිය ද සිය ස්වභාවය අනුව සමාජීය ප්‍රපංචයකි (Lotman, 1994). මේ අනුව, මධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු මාධ්‍ය තාක්ෂණයට වඩා පුළුල් වූ ද ගැඹුරු වූ ද ක්ෂේත්‍රයකි. සංහතික සන්නිවේදන මාධ්‍ය ද තාක්ෂණික ප්‍රපංචයක් නොව, ඇත්ත වශයෙන් ම එය තාක්ෂණික මාධ්‍යයක් වන්නේ මතුපිටින් සහ ස්වරූපයෙනි. එය සමාජ-දේශපාලනික, සංස්කෘතික-දෘෂ්ටිවාදී ස්වභාවයක් දරන ප්‍රපංචයකි. සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ තාක්ෂණික පැතිකඩ ඉස්මතු කළ ද එය ඉස්මතු කර පෙන්නුව ද එය මූලික වශයෙන් ඉතා පුළුල් වූ ද ගැඹුරු වූ ද සමාජ-දේශපාලනික, සංස්කෘතික-දෘෂ්ටිවාදී ස්භාවයක් දරන අද්‍යතන මහජන, සමාජ සංහතික පාලනයේ මෙවලමකි.

මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අද්‍යතන සංස්කෘතිවේදය තුළ නව ප්‍රවණතාවක් සනිටුහන් කරන අලුත් ශික්ෂණ මාර්ගයකි. බටහිර සමාජය තුළ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අධ්‍යයනය කිරීම කෙරෙහි යොමු වූ පුද්ගලයන් අතර තියෝඩර් ඇඩෝර්නෝ (Theodor Adorno, 1903-1969) ඇන්ඩ්‍රේ බසින් (Andre Basin,1918-1958) රෝලන්ඩ් බාත් (Roland Barthes), වෝල්ටර් බෙන්ජමින් (Watter Benjamin,1892-1940), ජැක් දෙරිදා (Jacques Derrida,1930-2004), ජිල් ඩෙලුස් (Gille Deluese,1925-1995), මාර්ෂල් මැක්ලුහන්, හර්බට් මාකූස් (Herbert Marcuse,1898-1979), ස්ලැවෝජ් සිසැක් (Slavaj Zizek), ඔර්ටෙගා ගැසට් (Ortega Gasset,1883-1955), මිෂෙල් ෆුකෝ (Michel Foucault,1926-1984), ජීන් බොද්‍රිලාඩ් (Jean Budrillard,1929-2007), මැනුවෙල් කැස්ටෙල්ස් (Manuel Castells) හා තවත් අය ගෙන හැර දැක්විය හැකි ය. දෙවන ලෝක සංග්‍රාමයෙන් පසුව බටහිර යුරෝපීය හා ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ සංස්කෘතිය තුළ වර්ධනය වූ සුවිශේෂ ප්‍රපංචයක් හැඳින්වීම සඳහා සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය නැමැති සංකල්පය භාවිතයට ගෙන ඇති බව ප්‍රකට ය.

විශේෂයෙන් ම බටහිර සමාජයේ සංහතික මාධ්‍යයේ භූමිකාව වර්ධනය වූ අතර සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රමාණාත්මක සහ ගුණාත්මක වර්ධනයවීම, එසේම ඒවා තාක්ෂණිකව හා තාක්ෂණිකවේදාත්මකව පරිපූර්ණත්වයට පත්වීම, නව මාධ්‍යයන් සොයාගැනීම, එසේ ම ඒවායේ ක්‍රියාකාරීත්වය දියුණුවීම, එම නව මාධ්‍යයන් අතර විවිධාකාර සම්බන්ධතා ඇතිවීම, ඒවායේ ක්‍රියාකාරී අවකාශය ප්‍රසාරණයවීම, ඒවායේ භූමිකාව පුද්ගල සාමාජ ජීවිතය තුළ සීඝ්‍ර ලෙස වර්ධනයවීම, සංහතික මාධ්‍ය පුද්ගල හා සමාජ සංස්කෘතිය තුළ ඉහළ ස්ථාවරත්වයක් අත්කර ගැනීම, සමාජයෙහි සදාචාරාත්මක සහ බුද්ධිමය නිෂ්පාදනයේ තීරණාත්මක සංරචකයක් බවට පත්වීම, සංහතික මාධ්‍ය පාදකව සිදුවන දෛනික තොරතුරු සහ සන්දේශ නිෂ්පාදනය විශාල ලෙස ඉහළ යෑම ආදී සාධක නිසා මානව සංස්කෘතිය තුළ නව මාදිලියක් සහ නව වර්ගයේ සංස්කෘතියක් ලෙස සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ගොඩනැගෙන්නට විය.

මේ අනුව සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු මානව සමාජයේ වර්ධනයේ නිශ්චිත මට්ටමක දී සමාජයෙහි බල පවත්වන සංහතික රුචිය සහ ප්‍රවණතා පාදක කරගෙන බිහිවූවක් වන අතර එය නිරන්තරයෙන් ම නිශ්චිත සමාජ ආර්ථික සැකැස්මක් සමඟ සම්බන්ධ ව සහ එමගින් තත්ත්වාරෝපිත කරනු ලබන, මූලික වශයෙන් ප්‍රභූතන සමාජයෙහි සංස්කෘතික ප්‍රභේදයක් ලෙස සැලකිය හැක. ප්‍රධාන වශයෙන් සමකාලීන

මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව ද්‍රව්‍ය හැඩගැස්සවීමට පාදක වන විඥපන, තොරතුරු හා විඥපන මාධ්‍යයන්ගේ සමස්තය වන්නේ ය. එම විඥපන තොරතුරු සහ සන්නිවේදනාත්මක ක්ෂේත්‍රයෙහි සත්තාව සහ ක්‍රියාකාරිත්වය පාදකකොට ගෙන නිර්මාණය වන ද්‍රව්‍යමය හා බුද්ධිමය වටිනාකම් ද මාධ්‍ය සංස්කෘතියට ඇතුළත් වන්නේ ය.

වර්තමාන සංකල්පීය අවබෝධය අනුව මුද්‍රණ, ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය, ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ආදී සියලු ප්‍රභේද මාධ්‍ය සංස්කෘතියට ඇතුළත් වන්නේ ය. එනම් සංහතික සන්නිවේදනය සඳහා යොදාගනු ලබන සියලුම මාධ්‍යයන් මාධ්‍ය සංස්කෘතියට අයත් වේ. සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංස්කෘතියේ ක්ෂේත්‍රයක් පමණක් නොව, එය ආර්ථිකයේ ද දේශපාලනයේ ද තාක්ෂණයේ සහ තාක්ෂණවේදයේ ද ක්ෂේත්‍රයකි.

පුළුල් පර්යාලෝකයක සිට බලන විට මාධ්‍ය ලෝකය යනු මානව වර්ගයාගේ ආර්ථික-සමාජය, සංස්කෘතික-ඓතිහාසික පරිණාමයේ දී නිර්මාණය කර ගන්නා ලද තොරතුරු (විඥපන) සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ සමස්තය වන අතර, එය මානවයාගේ සමාජ විඥනය හා සමාජානුයෝජනය හැඩගැසීම සඳහා උපස්තම්භක වූ ක්‍රියාවලියකි. මානව වර්ගයාගේ සමස්ත සංස්කෘතික සහ ශිෂ්ටාචාරික පරිණාමයේ දී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අඛණ්ඩ වූ ද අවිච්ඡින්න වූ ද සංරචකයක් වශයෙන් විවිධ මට්ටමින් සහ ප්‍රමාණයෙන් ක්‍රියා කරමින් අද්‍යතන ගෝලීය උපරි සමාජය තුළ තොරතුරු සංස්කෘතියේ, මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ භූමිකාව අති විශාල ලෙසට වර්ධනය වී එය වර්තමාන මානව සමාජය පැවතීමේ ක්‍රියාකාරිත්වයේ සහ එහි අනාගත පරිණාමයේ ප්‍රබල සංරචකයක් බවට පත් වී ඇත. මෙම තත්ත්වය සමහර බටහිර සංකල්පවේදීන් ''තොරතුරු සමාජය'', ''දැනුම් සමාජය'', ''ප්‍රේක්ෂා සමාජය'' යන සංකල්පය ඔස්සේ දෘඩි දෘෂ්ටිවාදීකරණයට ලක් කර ඇත. විශේෂයෙන් පශ්චාත් කාර්මිකරණය 70 දශකය ආරම්භයේ දී වර්ධනය වූ අතර, සමාජය පිළිබඳ පශ්චාත් කාර්මිකරණයේ මූලික අදහස වූයේ ආර්ථික කර්මාන්ත පදනමේ සිට සේවා ආර්ථිකයක් බවට පරිවර්තනය වන බවය (Bell, 1973). මෙහි දී ප්‍රාග් ධනය හා ශ්‍රමය කාර්මික සමාජයෙහි පදනම ලෙස පවතින අතර, නමුත් තොරතුරු සමාජයේ දී හෝ දැනුම් සමාජයේ දී එම ස්ථානය තොරතුරුවලට හා දැනුමට හිමිවන බව අවධාරණය කෙරේ.

ටොෆ්ලර් (Alvin Toffler) ගේ තාක්ෂණික නියතවාදී සංකල්පයට අනුව මානව වර්ගයාගේ ඉතිහාසය ප්‍රධාන ශිෂ්ටාචාර දෙකක් ඔස්සේ ගමන් කොට වර්තමානයේ දී එය නව ශිෂ්ටාචාරයක් වෙතට පරිවර්තනය වෙමින් පවතී. කෘෂිකාර්මික ශිෂ්ටාචාරය, කාර්මික ශිෂ්ටාචාරය හා නව ශිෂ්ටාචාරය (පශ්චාත් කාර්මික ශිෂ්ටාචාරය) ටොෆ්ලරියානු සංකල්පයේ ශිෂ්ටාචාරය ත්‍රිත්වය වන අතර, වර්තමානයේ දී මානව වර්ගයා පසු වන්නේ කාර්මික ශිෂ්ටාචාරයේ සිට නව ශිෂ්ටාචාරයක් වෙත සංක්‍රාන්තික අවධියක බව ඔහු පෙන්වා දෙයි. ටොෆ්ලර්ට අනුව තාක්ෂණය සහ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් මගින් සමාජයේ සහ සංස්කෘතියේ ස්වභාවය තත්ත්වාරෝපණය කරයි (Toffler, 1980). කැස්ටල්ස් තවදුරටත් පශ්චාත් කාර්මිකවාදය සමකාලීන අංකිත හා අධිවේගී පරිගණක ජාල පද්ධති ආශ්‍රිතව නිර්මාණය වී ඇති තොරතුරු සන්නිවේදන මාධ්‍ය තාක්ෂණය සැලකිල්ලට ගනිමින් විඥපනවාදය (Informationalism) ඉදිරිපත් කරයි. ''ජාලගත සමාජය'' (Network Society) නම් සංකල්පය කැස්ටල්ස් ඉදිරිපත් කරමින් ගෝලීය තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණය ඔස්සේ නිර්මාණය වන විද්‍යුද්දීපනාත්ත ජාල දැනට ආධිපත්‍යයික ස්වරූපයක් ගන්නා සමාජ ක්‍රියාවලියේ සියලු උපාංගයන් වන නිෂ්පාදනය, පරිභෝජනය, බලය, සංස්කෘතිය හා අත්දැකීම් විකරණයට ලක් කරන්නේ ය. (Castells, 1996) තොරතුරු යුගයේ දී ජාලගත සමාජයෙහි ප්‍රාථමික සම්බන්ධ බවට පත් වන ව්‍යුහ කැස්ටල්ස් පෙන්වා දෙන්නේ ය.

ජාල විඥපන සංස්කෘතියේ සමාජ ව්‍යුහයක් වශයෙන් ධූරාවලිය මාරුවීම ආරම්භ වන්නේ ය (Miller, 2011). බටහිර අනාගතවාදී දෘෂ්ටිවාදය සමකාලීන ''විඥපන අවධිය'' තුළ කැස්ටල්ස් විඥපන මූලික ජාලගත සමාජයක් ලෙස ගෙනහැර දක්වන්නේ ය (හේරත්, 2009). කැස්ටල්ස් ගේ ප්‍රවේශයේ විශේෂත්වය වන්නේ බටහිර මාක්ස්වාදී දෘෂ්ටිවාදය ඔස්සේ සමකාලීන ආර්ථික සහ සංස්කෘතික මූලධර්මවලට අද්‍යතන මාධ්‍ය සහ විඥපන සංස්කෘතිය සිදුකරනු ලබන බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීමයි. විඥපන තොරතුරු සන්නිවේදන තාක්ෂණය වර්ධනය වීමත් සමගම සමාජය ජාලීයකරණයවීමට සමාන්තරව ඊට සරිලන සංස්කෘතියක් ද නිර්මාණය වන්නේ ය. විශේෂයෙන් ම සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය සහ බද්ධව පවතින භෞමිකාධිකාරය සහ ස්ථානිකත්වය නැති වී යන අතර, ජාල සහ ජාල

සම්බන්ධතා සංස්කෘතියේ මූලික පදනම වන්නේ ය. ජාලගත සමාජයට ආර්ථිකය, තාක්ෂණය සහ අවකාශය පාදක වන අතර සමාජ සංවිධානයේ මූලධාර්මික, ආවශ්‍යයික ස්වරූපයක් වශයෙන් කණ්ඩායම්වල සිට ජාල දක්වා ගමන් කරන්නේ ය. මෙය එක් අතකින් ජාලීයකෘත පුද්ගලවාදයට (Wellman, 2002) මඟ පාදන අතර, අනෙක් අතින් සංහතිකකරණය (වීරසිංහ, 2014) නව මාධ්‍යයක් ඔස්සේ වර්ධනයවීමට පදනම ද නිර්මාණය කරන්නේ ය. ජාලගත සමාජයටත් ජාලීයකෘත පුද්ගලවාදයටත් විඥපන (තොරතුරු) සහ සන්නිවේදන තාක්ෂණය පාදක වී ඇති බව අවධාරණය කළ යුතු ය.

අද්‍යතන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ඓතිහාසික පරිණාමය පැහැදිලි කරන විඥපනවේදීය ප්‍රවේශ සම්බන්ධව කතා කිරීමේ දී පශ්චාත් නූතනවාදියෙකු වන ජීන් බෝද්‍රිල්ලාඩ් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති අදහස් ද අපගේ විශේෂ අවධානයට යොමු විය යුතු ය. බෝද්‍රියා බටහිර සංස්කෘතියේ ඓතිහාසික පරිණාමය නියෝජනයේ හෝ නිරූපණයේ (Representation) සිට සදෘශාකාරතාව හෝ ව්‍යාජරූපීතාව (Simulacrum) දක්වා ප්‍රගමනය වූ සංස්කෘතියක් බව අවධාරණය කරයි. මෙම අදහස එනම්, බටහිර සංස්කෘතිය සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් දක්වා වූ ප්‍රගමනය සදෘශාකාරතා වින්‍යාස (Orders of the Simulacra) ත්‍රිත්වයක් ඔස්සේ පරිණාමය වී ඇති බව ඔහු පෙන්වා දෙයි (Baudrillard, 1994). මෙම සදෘශාකාරතා වින්‍යාස ත්‍රිත්වය එකිනෙකට වෙනස් වන්නේ ය. එය එකිනෙකට වෙනස් වන්නේ අදාළ ඓතිහාසික යුගයන් තුළ මාධ්‍යයන් මගින් යථාර්ථය පරාවර්තනය කරන ගැඹුර සහ තීව්‍රතාව අනුව යි. විශේෂයෙන් ම සංඥ සහ සංඥ පද්ධති මගින් යථාර්ථය පරාවර්තනය කිරීමේ මට්ටම සහ ගැඹුර මත සදෘශාකාරතා වින්‍යාස එකිනෙකට අනුව වෙනස් වන්නේ ය. මාධ්‍යයන්ගේ ඓතිහාසික පරිණාමයත් සමඟ ම එම මාධ්‍යයන් මගින් යථාර්ථය පරාවර්තනය කිරීමේ මාදිලිය, ස්වරූපය වෙනස් වූ අතර යථාර්ථයේ පරාවර්තනය ක්‍රමානුකූල ව අදාළ යථාර්ථයෙන් විස්ථාපනයවීමේ ප්‍රවණතාව මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වර්ධනයේ ඓතිහාසික ප්‍රවණතාවක් වශයෙන් ක්‍රියාත්මක වේ. බෝද්‍රිල්ලාඩ් සිය සදෘශාකාරතා වින්‍යාස ත්‍රිත්වය බටහිර සමාජ සංස්කෘතික පරිණාමයෙහි යුග ත්‍රිත්වයකට සම්බන්ධව ඉදිරිපත් කරයි. ඒ අනුව පුනරුද යුගයේ (14-16 සියවස්) සිට කාර්මික විප්ලවය ආරම්භක අවධිය (18 වන සියවස ආරම්භය) තුළ යුරෝපා සංස්කෘතියේ ප්‍රථම සදෘශාකාරතා වින්‍යාසයට (First Order of the Simulacra) අයත් වන අතර, කාර්මික විප්ලවයේ ආරම්භක අවධියේ (18 වන සියවස) සිට 20 වන සියවස මැද භාගය දක්වා වූ අවධිය දෙවන සදෘශාකාරතා වින්‍යාසයට (Second Order of the Simulacra) අයත් වන අතර 20 වන සියවස මැද භාගයේ සිට වර්තමානය දක්වා වූ අවධිය තෙවන සදෘශාකාරතා වින්‍යාසයට අයත් වේ (Third Order of the Simulacra).

බෝද්‍රිල්ලාඩ් අනුව පූර්ව පුනරුද යුගය තුළ ජීවිතය හා යථාර්ථය වඩාත් නිශ්චිතව අදාළ සංඥ පද්ධති මගින් පරාවර්තනය කළ අතර, සෑම පුද්ගලයෙකුම දෘඩි ලෙස එකල පැවති සමාජීය සංස්කෘතික ව්‍යුහ තුළ ස්ථානගතව ජීවත්විය. අදාළ සංඥ පද්ධති සහ ඔවුන්ගේ ජීවිත අතර සම්බන්ධය ඉතා සෘජු වූ අතර ඔවුන් ඒවා පිළිබඳව අවබෝධයකින් ජීවත් විය. එම නිසා ම යථාර්ථය පිළිබඳව පැවතියේ අනිශ්චිතයක් නොව නිර්-අනිශ්චිතයකි. මෙම මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ස්වරූපය මධ්‍යතන යුගයේ චිත්‍ර හා කලාත්මක නිර්මාණ ඔස්සේ අපට වටහා ගත හැකිය. යථාර්ථය සහ යථාර්ථයේ පරාවර්තනය අතර පරතරය අතිශය අවම මට්ටමක පැවතිණ. කාර්මික විප්ලවයේ ආගමනයත් සමඟ යථාර්ථය පරාවර්තනය කිරීමේ මාධ්‍යයන්ගේ වර්ධනය ද සනිටුහන් කළේ ය. ක්‍රමානුකූලව මිනිසුන් සහ ස්වාභාවධර්මය අතර පෙර පැවති සම්බන්ධතාව බිඳියාමට කාර්මික විප්ලවයෙන් බිහි වූ නව වර්ධනයන් පාදක විය. විශේෂයෙන් ම යුරෝපයේ ආලෝකනයේ අදහස් යුරෝපා මධ්‍යතන වැඩවසම්වාදයේ ප්‍රමිති, පිළිවෙත සමාජ සංස්කෘතික පටිපාටිය සහ වින්‍යාස බිඳ දැමුවේ ය. මේ අනුව යුරෝපා සංස්කෘතිය සිය සදෘශාකාරතා වින්‍යාසයේ පළමු අවධියට ඇතුළු වන්නේ ය. ව්‍යාජත්වය, අනුකාරකත්වය සැබෑවට, ඇත්තට හා යථාර්ථයට වඩා වැදගත් දේවල් බවට පත් වන්නට වන්නේ ය.

යුරෝපා සංස්කෘතියේ පරිණාමය පිළිබඳ බෝද්‍රිල්ලාඩ්ගේ සංකල්පයට අනුව කාර්මික සංහතික නිෂ්පාදනය (Industrial Mass Production) අවධියත් සමගම සදෘශාකාරතා වින්‍යාසයේ දෙවන අවධියට ඇතුළත් වන අතර ස්වාභාධර්මය සහ මිනිසුන් අතර දුරස්ථභාවය වැඩි වන්නේ ය. ක්‍රමානුකූල ව කෘත්‍රිම භාණ්ඩ හා භාවිත නිෂ්පාදනය වර්ධනය අතර ස්වාභාවධර්මය අඛණ්ඩව ම විකරණයට ලක්වීමේ ප්‍රවණතාව සීඝ්‍ර ලෙස වර්ධනය වෙමින් සංහතික නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය

පියවරේ දී රූපාකාරය කිසිම ආකාරයක සම්බන්ධතාවක් යථාර්ථය සමඟ නොදක්වන අතර රූපාකාරය, රූපකාරයේ ම රූපකාරයක් ලෙස ඉදිරිපත් වේ. එනම්, එය සදෘශාකාරතාව යි.

මෙම තාක්ෂණය සමාජ සංස්කෘතික ක්‍රියාවලියට යොදා ගැනීම තුළ සංස්කෘතියේ ගැටලුකාරී ක්ෂේත්‍රයේ ගතිලක්ෂණ වෙනස්වීමට තුඩු දෙන්නේ ය. මෙම ක්‍රියාවලියට මුලින්ම තොරතුරු, විඥාපනය සහ සම්බන්ධ ක්‍රියාවලින් සක්‍රීය ව ඇතුළුවන අතර පසුව ඊට එම තාක්ෂණය මත නිර්මාණය කරන ලද සන්දේශ ඇතුළු වී සංශ්ලේෂිය මාධ්‍ය "කලාවක" තත්ත්වය අත්පත් කර ගන්නේ ය. එනම් ඒවා මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ නිර්මාණ බවට පත් වන්නේ ය. මේ අනුව සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ ජීවත් වන මිනිසා යථාර්ථය සමඟ වූ සියලු සම්බන්ධතා නැති කර ගන්නේ ය. ඒ අනුව පශ්චාත් නූතන මිනිසා දැනීමේ හැකියාවේ සිට වේග නිරූපණය දක්වා සංක්‍රාන්තික වේ (වීරසිංහ, 2013).

වර්තමානයේ දී මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සහ බැඳුණු විෂයික ක්ෂේත්‍ර කිහිපයක් ගෙන හැර දක්වන්නේ නම්, සංහතික මාධ්‍ය දේශපාලන-ආර්ථික විද්‍යාව (Political Economy of Mass Media), මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව (Media Literacy), මාධ්‍ය විචාරය (Media Criticism), මාධ්‍ය මනෝවිද්‍යාව (Media Psychology), මාධ්‍ය සමාජ විද්‍යාව (Media Sociology), මාධ්‍ය දේශපාලනය (Media Politice), මාධ්‍ය දර්ශනය (Media Philosophy), මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය (Media Education), මාධ්‍ය ආර්ථිකය (Media Economics), මාධ්‍ය කළමනාකරණය (Media Management), මාධ්‍ය තාක්ෂණය (Media Technology), මාධ්‍ය සංඥාර්ථවේදය (Media Semiotics) ආදී විෂයික ක්ෂේත්‍ර රාශියක් වර්ධනය වෙමින් පවතින අතර එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සමස්ත සංහතික මාධ්‍යවේදයේ අන්තර්විෂයික, පාරවිෂයික සහ බහුවිෂයික ස්වභාවය තවත් ප්‍රකට වෙමින් පවතී. සංහතික මාධ්‍යවේදය විෂයාන්තර ප්‍රවණතාවක් ඔස්සේ වර්ධනයවීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් නව ගුණයන් හා අලුත් අවබෝධන බිහිවීම ද නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ඇතුළු ව ඉහත ගෙන හැර දක්වන සමකාලීන සන්නිවේදන, මාධ්‍ය තාක්ෂණය සහ තොරතුරු විඥාපන ක්‍රියාවලිය සහ සම්බන්ධ ප්‍රවණතා අතර කේන්ද්‍රීය භූමිකාවක් මාධ්‍යයිකතාව (Mediality) සංකල්පයට හිමිවන බව අවධාරණය කළ යුතු ය. සමාජ සන්නිවේදනය සහ

මාධ්‍ය විඥාපන තනිකාව තුළ පවත්නා වූ ස්ථාවර සංකල්ප හා පාරිභාෂික භාවිත නිශ්චිත තත්ත්වයන් තුළ විකරණයට ලක්වීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් නව සංකල්පීය ප්‍රවණතා නිර්මාණයවීම සාමාන්‍ය දෙයකි.

සමකාලීන සමාජ සන්නිවේදන සහ මාධ්‍යයික විඥාපන පැතිකඩේ මානසිකත්ව ක්ෂේත්‍රයේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් මාධ්‍යයිකතාව නිර්මාණය වේ. ඕනෑම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියකට පුරෝගාමී වන ඒකාගතා, සම්මුති, සම්මත, ප්‍රඥප්ති, ව්‍යවහාරවල සමස්තයක් ලෙස මාධ්‍යයිකතාව හැඳින්විය හැක. නිශ්චිත සංඥ සමායෝජන සාක්ෂාත්කරණය සිදුවන්නේ නිශ්චිත සන්නිවේදන ක්‍රියාවක් තුළ වන අතර, එය අනිවාර්යෙන් ම මාධ්‍යයික ස්වරූපයේ මට්ටමක් සමඟ සම්බන්ධ වේ. ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද සංඥාර්ථවේදීය යන්ත්‍රණය, ශතාබ්ද මාධ්‍යයිකතාව මඟින් සංශ්ලේෂියකරණයට ලක් කරන්නේ ය. "සමාජ සන්නිවේදනයේ සංකල්පීයකරණය සංකේතවාදයෙන් පාරිබාහිරව සිදුවිය නොහැකි ය. එම ක්ෂේත්‍රයේ ක්‍රියාකාරීත්වය පමණක් නොව, එම විෂයේ වර්ධනය සහ එහි සංකල්පීය ව්‍යුහයේ හැඩගැස්මේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ දී සංකේතවාදයේ සහ සංඥාර්ථවේදයේ භූමිකාව අතිශය වැදගත්කමක් දරන්නේ ය" (වීරසිංහ, 2012).

සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ මාධ්‍යයිකතාවට අමතර ව එවැනි සංවාදයට ලක්වන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සහ බැඳුණු අදහස් ලෙස උපමාධ්‍යයිකතාව (Submediality), උත්තරරෝපිත මාධ්‍යයිකතාව (Implantmediality), අමාධ්‍යයිකතාව (Immediality), අන්තර්මාධ්‍යයිකතාව (Intermediality), පාරමාධ්‍යයිකතාව (Transmadiality) මාධ්‍ය තර්කනය (Media Logic) මාධ්‍ය අවකාශය (Media Space), මාධ්‍ය කාලය (Media Time), මාධ්‍ය චින්තනය (Media Thinking), මාධ්‍ය දෘෂ්ටිවාදය (Media Ideology), මාධ්‍ය මනෝභාවය (Media Mentality), මාධ්‍ය යථාර්ථය (Media Reality), මාධ්‍ය විඥානය (Media Consciousness), මාධ්‍ය භාෂාව (Media Language) ආදී සංකල්ප අනාගත මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පිළිබඳ සාකච්ඡා කිරීමේ දී ඉතා වැදගත් පාරිභාෂික බවට පත්වීමේ ගතිලක්ෂණ අදාළ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙහි පැලඹුණු වන නිලීනව පවතින ගතික හා ප්‍රවණතා දෙස බැලීමේ දී නිසැකව ම ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. නවම සංකල්පීය පාරිභාෂික සඳහා නිශ්චිත

වූ ද අර්ථ නොමැති අතර, බොහෝවිට එම පාරිභාෂිකවල අර්ථ සකස්කරනු ලබන්නේ අප ඒවා භාවිත කරනු ලබන නිශ්චිත සන්දර්භ තුළ පමණි.

වර්තමාන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අධ්‍යයනය කිරීම අපට ඉතා වැදගත් වන්නේ අද්‍යතනයෙහි වර්ධනය වන්නා වූ විවිධාකාර වූ මාධ්‍යයික ස්වරූප සංකීර්ණයක් ලෙස අවබෝධකර ගැනීම සඳහා පමණක් නොව, සමකාලීන මානව ක්‍රියාකාරීත්වයේ සියලුම ක්ෂේත්‍රවලට බලපාන්නා වූ නව සන්නිවේදන ප්‍රකාර කල් ඇතිව හඳුනාගැනීම සඳහාත් ය. සන්නිවේදන අවකාශය තුළ මාධ්‍යයික ස්වරූපයන්ගේ පරිණාමය අධ්‍යයනය කිරීමට එමඟින් මාර්ගයක් ද විවෘත වන්නේ ය.

සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ පාලනයේ සාධකයක් ලෙස

සමාජය තුළ සංස්කෘතිය ඉටුකරනු ලබන කාර්යභාරය සේ ම මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ද සමාජය තුළ පැතිරුණු භාවිතයක් සහ කාර්ය පද්ධතියක් ඉටු කරනු ලැබේ. සංහතික මාධ්‍ය සේ ම සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ද සමකාලීන සමාජ ජීවිතය තුළ බහුකාර්ය පද්ධතියක් ඉටු කරනු ලැබේ. අද්‍යතන සංහතික මාධ්‍යය සංස්කෘතිය සමාජ නවීකාරක ක්‍රියාවලිය තුළ සමෝධානිකයක (Integrator) භූමිකාව ඉටු කරනවා පමණක් නොව, සංහතික පාලනයේ, සංවිධානයේ, සචලිකරණයේ, මෙහෙයවීමේ උපකරණයක් වශයෙන් ක්‍රියා කරන බව පෙන්වාදිය යුතු ය.

තොරතුරු ක්‍රියාවලිය තුළ සුවිශේෂ ප්‍රභේදයක් ලෙස මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ඉදිරිපත්වෙමින් සමාජය තුළ විඥපන කාර්ය ඉටු කරනු ලැබේ. විඥපන සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ සමස්තයක් ලෙස මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ක්‍රියාකරමින් ද එසේ ම සමාජ විඥපන කාර්ය ඉටු කරමින් ද එහි සංවාහකය ලෙස ක්‍රියාකරමින් ද සමාජයේ පැවැත්ම සහ වර්ධනය වෙනුවෙන් සුවිශාල භූමිකාවක් ඉටු කරන බව සඳහන් කළ යුතු ය. ඕනෑම සමාජයක තොරතුරු, දැනුම, ස්මරණය, සන්නිවේදනය, සංවාද, සම්භාෂණය, සාකච්ඡා, විචාරය, අනුමැතිය, භාෂණය, සංගායනා, සංකතිකාව, පෝෂණය වන්නේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය නිසා ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ විඥපන කාර්යභාරය තොරතුරු සහ සන්නිවේදන තාක්ෂණය වර්ධනයවීමත්, සමඟ වර්ධනය වන බව

පෙනේ. විශේෂයෙන් අවසාන දශකය තුළ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ විඥපන කාර්යභාරය කැපී පෙනෙන අන්දමට වර්ධනය වී තිබෙන බව සඳහන් කළ යුතු ය.

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය නාලිකාවන්ගේ වර්ධනය වීම, පරිගණක තාක්ෂණයේ ව්‍යාප්තිය, මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ආදිය නිසා මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ විඥපන කාර්ය වර්ධනය වූ අතර එය සමාජයෙහි විඥපන තත්ත්වය තහවුරු කිරීමේ සහතිකයක් වශයෙන් ඉදිරිපත් වේ. මේ අනුව මිනිසුන් විසින් නිර්මාණය කරන ලද සංඥ පද්ධති ආධාරකව සමාජය තුළ සමාජ තොරතුරු සුරක්ෂිත කිරීමේ සහ සංචිත කිරීමේ ක්‍රියාවලියක් ලෙස මාධ්‍ය සංස්කෘතිය හැඳින්විය හැකි ය.

මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සන්නිවේදනාත්මක කාර්යය එහි විඥපන කාර්ය සමඟ සමීප සම්බන්ධතාවක් දක්වයි. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ඇත්ත වශයෙන්ම සන්නිවේදන, සමාශ්‍ර ක්‍රියාවකි. එය මිනිසුන් මිනිසුන් අතර ද පාලනය සහ මිනිසුන් අතර ද පාලනය සහ සමාජය අතර ද රාජ්‍යයන් අතර ද සංස්කෘතීන් අතර ද විවිධ සමාජ කණ්ඩායම් අතර ද ජනතාවන් අතර ද නිරන්තරව සිදුවන ක්‍රියාවන් ය. වර්තමාන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සන්නිවේදනාත්මක කාර්ය සංස්කෘතික සංවාදයේ ප්‍රබල සංරචකයක් ලෙස ක්‍රියා කළ හැකි ය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ඓතිහාසික-දාර්ශනික, ඓතිහාසික-සාහිත්‍යයික සහ ඓතිහාසික සන්නිවේදන-මාධ්‍යයික සන්දර්භය තුළ සංස්කෘතික තොරතුරු හුවමාරුව සිදු වන්නේ ය. එය සමාජ ප්‍රගතිය මෙන් ම සංහතික පාලනයේ සූක්ෂමවීම කෙරෙහි බලපානු ලැබේ.

සන්නිවේදනයේ ස්රූපවල සහ ප්‍රකාරවල වර්ධනය මානව සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරීත්වයේ වැදගත් පැතිකඩකි. සන්නිවේදනයේ ස්රූපවල සහ ප්‍රකාරවල වර්ධනය හේතුකොට ගෙන තොරතුරු සම්ප්‍රේක්ෂණයේ සහ හුවමාරුවේ සුවිශාල ජයග්‍රහණ මානව වර්ගයාගේ ඉතිහාසය පුරාම අත්පත් කරගෙන ඇති බව විශේෂයෙන් සඳහන් කළ යුතු නොවේ. ලෙන් චිත්‍රයේ සිට වර්තමාන අන්තර්ජාලය දක්වා වූ ඉතිහාසය ඊට සාක්ෂි දරන්නේ ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සන්නිවේදනාත්මක කාර්ය මිනිසාට සන්නිවේදනය සහ සංවාදය සඳහා මානවයා සතු හැකියාව

වර්ධනය කළා පමණක් නොව, එය අද්‍යතනයේ දී උපරි සන්නිවේදන සංස්කෘතියක් නිර්මාණය කර ඇත. වර්තමානයේ දැනුම තොරතුරු අද්විතීය හා අනර්ඝ දෙයකට වඩා එය අතිසාමාන්‍ය සහ නොවටිනා දෙයක් බවට පත් වී තිබේ. තොරතුරු සමාජ දෘෂ්ටිවාදීන්ගේ සියලු මායාවන් බිඳ දමා ඇති අතර, වර්තමානයේ දී තොරතුරු සහ සන්නිවේදන වසංගතයෙන් මානව වර්ගයා බේරා ගැනීමේ අභියෝගය ප්‍රබල වී ඇත. මේ අයින් බලන විට වර්තමාන තොරතුරු සංස්කෘතිය හෝ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව වර්ගයාගේ ජීවිතයේ ගුණාත්මක වෙනසකට වඩා වහල්භාවයේ සංකේතයක් ලෙස ක්‍රියා කරන බව ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. සමකාලීන සන්නිවේදන සංස්කෘතියේ එක් උභතෝකෝටිකයක් වන්නේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමඟ සංහතිකයින්ගේ සංහතික සම්බන්ධතා වර්ධනය වීම සහ ඊට සමාන්තරව අන්තර්පුද්ගල සම්බන්ධතාවන්ගේ බිඳ වැටීමයි. මෙය සමකාලීන මානව වර්ගයා මුහුණ දෙන සමාජ-සංස්කෘතික සහ මනෝ විද්‍යාත්මක ගැටලුවකි.

සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ඉටු කරනු ලබන තවත් ප්‍රබල කාර්යයක් වන්නේ දෘෂ්ටිවාදී කාර්යයයි. පුද්ගලයා සමාජානුයෝජනය කිරීමේ සිට සමකාලීන සමාජ, දේශපාලන, සංස්කෘතික, දෘෂ්ටිවාදී, ඒකාග්‍රතාව, ඒකාබද්ධතාව පවත්වාගෙන යෑමේ දී සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ දෘෂ්ටිවාදී කාර්යට හිමි වන්නේ අති විශාල භූමිකාවකි.

වර්තමානයේ ශ්‍රී ලංකාව පසුවන පශ්චාත් සාංග්‍රාමික අවකාශය තුළ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ දෘෂ්ටිවාදී භූමිකාව අතිශය වැදගත් බව අපගේ අදහසයි. ශ්‍රී ලංකාව පශ්චාත් සාංග්‍රාමික අවකාශය තුළ සිය සමාජ පරිණාමයේ නව අවධියකට ප්‍රවේශව ඇති අතර, එහි පශ්චාත් ප්‍රජාතාන්ත්‍රික හා සංහතික ක්‍රියාවලින් වර්ධනය වීමේ ප්‍රවණතාව උත්සන්නවීම හේතු කොටගෙන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ දෘෂ්ටිවාදී භූමිකාවේ වර්ධනය ඉල්ලා සිටින්නේ ය. මේ වන විට ද ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය බොහෝ විට ආර්ථික, දේශපාලන, සමාජ, සංස්කෘතික ක්‍රියාවලින් සහ ප්‍රපංච සංචලීකරණය කිරීමේ, හැසිරවීමේ, නියාමනය කිරීමේ ප්‍රබල උපකරණයක් බවට පත් වී ඇත. විශේෂයෙන් සමාජයෙ හි දේශපාලන ස්ථාවරභාවය සහ සංහතික මනෝභාවය පවත්වාගෙන යෑමේ දී තීරණාත්මක භූමිකාවක් [illegible]

වර්තමානයේ අප ජීවත්වන්නේ නව ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් හැඩගැසෙමින් පවත්නා අවස්ථාවක ය. එය වඩාත් සංහතික සහ පශ්චාත් ප්‍රජාතන්ත්‍රික මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් බව සඳහන් කළ යුතු ය.

පශ්චාත් සාංග්‍රාමික ශ්‍රී ලාංකීය සමාජය තුළ දෘෂ්ටිවාදී කාර්ය නව තත්ත්වයක් නව මට්ටමයක් ඉල්ලා සිටින්නේ ය. සාංග්‍රාමික සමය තුළ සංහතික දෘෂ්ටිවාදය ජනිත කළ කොන්දේසි විනාශ වී හෝ ඒවා විපරිවර්තනයට ලක් වී ඇති අතර සමාජය දෘෂ්ටිවාදී අර්බුදයක තත්ත්වයට ළඟා විය. යුදකාලීන සාංග්‍රාමික දෘෂ්ටිවාදය නව දුරටත් පශ්චාත් සාංග්‍රාමික අවකාශයෙ හි සමාජ සහ සංහතික ක්‍රියාවලීන් පාලනය කිරීමට ප්‍රමාණවත් නොවී ය. පශ්චාත් සාංග්‍රාමික කාලයට සරිලන පරිදි සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙහි ද විපරිවර්තනයක් වහා අවශ්‍ය විය. එම නව සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය හැඩගැසීමේ ක්‍රියාවලිය අවසාන අවුරුදු කිහිපයක සිට සිදුවෙමින් පවතින අතර, එය තවම සිය පරිසමාප්තිය දක්වා ළඟා වී නැත.

වර්තමාන ශ්‍රී ලංකා සමාජය වේගයෙන් ජන සමාජයක සිට සංහතික සමාජයක් දක්වා පරිවර්තනය වෙමින් පවතින අතර ඊට සාපේක්ෂව සංහතික මාධ්‍ය ස්වයංක්‍රියාකාරී සාමස්තික පද්ධතියක් වශයෙන් සමාජ දේශපාලන හා දෘෂ්ටිවාදී ස්ථාවරභාවය පවත්වාගෙන යෑම සඳහා තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් ඉටු කරමින් සිටී (වීරසිංහ, 2014). යුද කාලීන ශ්‍රී ලංකාවේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සාංග්‍රාමික දෘෂ්ටිවාදී තර්කනය පශ්චාත් සාංග්‍රමික අවකාශය තුළ තවදුරටත් දැඩි සඵලතාවක් ප්‍රදර්ශනය නොකරන අතර, ඊට විකල්පීය ස්වරූපයක් වශයෙන් මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ විනෝදාස්වාදී සහ මිථ්‍යාදෘෂ්ටික ප්‍රවණතාව උත්සන්න වී ඇත.

වර්තමානයේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මඟින් සිය කාර්යක් ලෙස සාම්ප්‍රදායික අර්ථයෙන් හුදු විනෝදාස්වාදය ලබාදීමෙන් ඔබ්බට ගොස් එය විනෝදාස්වාදී දෘෂ්ටිවාදයක් බවට පත් කර ඇත. මේ නිසා සමකාලීන විනෝදාස්වාදී කර්මාන්තය සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සංයුක්ත කොටසක් බවට පත් වී තිබේ. අද විනෝදාස්වාදී දෘෂ්ටිවාදය සංහතික දෘෂ්ටිවාදයක් ලෙස ක්‍රියාකරන්නේ පුද්ගල සමාජ ජීවිතයේ [illegible] එය විනිවිද ගොස් තිබේ. "අපගේ ඉන්ද්‍රිය ගැටලුව

එය ප්‍රශ්නය අපට විනෝදයට බැඳ තබන ආකාරයක් එය විසින් අපට සපයන "ඇත්තේම සාපරාධයක් එසේම වන්නේ කෙසේ ද? යන්න ය" (කුමාර, ප්‍රසන්නකුමාර, කුමාර, 2007). අද්‍යතන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පමණක් නොව, සමස්ත මානව සංස්කෘතියටම විනෝදකාමීත්වය සහ කෙළිලොල් ස්වභාවය ආවේණික වූවක් බව ඕලන්ද සංස්කෘතිවේදියෙකු වන යොහාන් හයිසිංග (Johan Huizinga, 1872 - 1945) පෙන්වා දෙයි. කෙළිලොල් ගතිය සහ විනෝදකාමීත්වය සංස්කෘතියේ සම්භවයේ ස්වරූපයක් පමණක් නොව, එය සකලවිධ සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරීත්වයේ සම්භවය සංකේතයකි. එය සංස්කෘතියේ ප්‍රගමනයේ ප්‍රබල ගාමක බලවේගය ද වන්නේ ය (Huizinga,1971). මෙහි දී අපගේ අවධානයට යොමුවිය යුත්තේ මිනිසා සතු විනෝදකාමී හා කෙළිලොල් ස්වභාවය අද්‍යතන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මඟින් අසීමිත ලෙස උත්කර්ෂණයට ලක් කර එය සංහතික දෘෂ්ටිවාදයක් දක්වා වර්ධනය කර සමකාලීන සමාජ සහ සංහතික පාලනයේ ස්වරූපයක් බවට පත් කර ඇති සමාජ දේශපාලන තර්කනය යි.

පසුගිය සංක්‍රාන්තික ශ්‍රී ලාංකීය අවකාශය තුළ සංහතික මාධ්‍යයේ මෙම ප්‍රවණතාව හෝ කාර්ය සැකිලෙනෙන අන්දමට වර්ධනය වී ඇති බව අප අවධානයට යොමු විය යුතු ය. වර්තමාන ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍යයෙහි පුවත්පත්, සඟරා, ගුවන්විදුලි, රූපවාහිනී, සජීව විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී මේ බව තහවුරු වන්නේ ය. වර්තමාන ශ්‍රී ලාංකීය සංහතික මාධ්‍ය යම් යම් සමාජ-දේශපාලන සංස්කෘතික-වාර්ගික දෘෂ්ටිවාද තහවුරු කිරීමේ හා ව්‍යාප්ත කිරීමේ යාන්ත්‍රණයක් වශයෙන් ක්‍රියාකිරීමේ සාම්ප්‍රදායික මාදිලිය ඉක්මවා සංහතික මාධ්‍ය සහ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියම සමාජ විලාසයේ ස්වරූපයක් සහ ප්‍රවිශේෂ දෘෂ්ටිවාදයක් ලෙස ඉස්මතුවීමේ ප්‍රවණතාවක් නිරීක්ෂණය කළ හැකි බව අපගේ අදහස යි.

වර්තමාන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ තවත් ප්‍රධානම කාර්යක් වන්නේ නිර්මාණක කාර්ය යි. සංහතික මාධ්‍ය මඟින් ලබා ගන්නා තොරතුරු, දැනුම පදනම කරගෙන පුද්ගල ජීවිතය, ලෝකය, සිය අවට පරිසරය ආදිය අවබෝධ කර ගැනීම සහ එය අර්ථකථනය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය යි. සංහතික මාධ්‍ය මඟින් ලබා ගන්නා තොරතුරුවලට අනුකූලව පුද්ගලයාගේ, සමාජ ස්ථරවල, සමාජ පන්තිවල සහ කණ්ඩායම්වල මෙන්ම පොදුවේ

සංහතිකයින්ගේ සමාජය සහ ලෝකය පිළිබඳ දැනුම සහ ආකල්පය හැඩගස්වනු ලැබේ. එක් අතකින් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියට සංහතිකයින් සතු සමාජය, ස්වභාව ධර්මය සම්බන්ධ අවබෝධය පුළුල් කිරීමේ සහ ගැඹුරු කිරීමේ හැකියාව පවතින අතර, අනෙක් අතින් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මඟින් සම්ප්‍රේෂණය කරනු ලබන අවබෝධන, දැනුම සහ තොරතුරු දෘෂ්ටිවාදී සංවරණයකට ලක් කිරීම මඟින් පුද්ගලයා සමාජය, ලෝකය පිළිබඳව ආකල්පය, අවබෝධයේ මට්ටම, දැනුමේ පරාසය, සමාජයෙහි ආධිපත්‍යයික පාලක පන්තියේ අවශ්‍යතාවලට අනුකූල වන පරිදි යථාර්ථය සම්බන්ධ සංහතිකයින්ගේ ආකල්පය හැඩගස්වනු ලැබේ (වීරසිංහ, 2013). සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ කණ්ඩායම්වල මෙන් ම සංහතිකයින්ගේ සමාජ දේශපාලන, ආර්ථික, සෞන්දර්යාත්මක, කලාත්මක පමණක් නොව, විද්‍යාත්මක ආකල්පවල මට්ටම සහ ඒවායේ ස්වරූපය තීරණය කිරීමෙහි ලා නිර්ධාරකයක් වශයෙන් ක්‍රියාකරන්නේ ය. වර්තමාන මානව වර්ගයා ජාතික සහ ගෝලීය සමාජ ආර්ථික, දේශපාලන දෘෂ්ටිවාදී ආදී තත්ත්වයන්ට අනුවර්තනය කිරීමේ ක්‍රියා කරන ප්‍රධාන සහ වැදගත්ම මෙවලමක් බවට පත් වී තිබෙන්නේ සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යි. මේ අනුව වර්තමාන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ නිර්මාණක කාර්ය තුළ අනුවර්තික කාර්ය උපකාර්යක් ලෙස සැලකිය හැකි ය.

වර්තමාන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියට සිය සමෝධානකාරී සහ මැදිහත්කාරී කාර්යන් ඔස්සේ විවිධ වාර්ගික, සංස්කෘතික, සමාජ, සාම්ප්‍රදායික සහ ඓතිහාසික වටිනාකම් අතර අන්‍යෝන්‍යාවබෝධයක්, අන්‍යෝන්‍ය සංවේදීතාවක් ඇති කිරීම සඳහා කටයුතු කළ හැකි ය. විශේෂයෙන් ම දශක තුනක කාලයක සිට ගැටුම්කාරී සහ යුදමය තත්ත්වයක් පැවතීම නිසා අප රටේ විවිධ ජන වර්ග සංස්කෘතීන් සහ මානව සාරධර්ම අතර පැවති සබැඳියාවට සිදු වූ විනාශය අති විශාල ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සමෝධානකාරී සහ මැදිහත්කාරී කර්තව්‍ය ඔස්සේ එම සබැඳියාව සහ සම්බන්ධතා යළි සාමාන්‍ය තත්ත්වයට පත් කිරීම සඳහා සුවිශාල වැඩ කොටසක් කළ හැකි ය. විශේෂයෙන් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සමෝධානකාරී කාර්යට විවිධ ජාතීන් සහ සංස්කෘතීන් අතර ඒකාබද්ධතාව සහ සංහිඳියාව ගොඩනැගීමෙහි ලා මහඟු කාර්ය

කොටසක් කළ හැකි ය. යම් සමාජයක නවීකරණ, ප්‍රතිසංස්කරණ සිදුවන අවස්ථාවල දී සංහතික මාධ්‍යයේ සමෝධානකාරී භූමිකාව වර්ධනය වන බව අවධාරණය කළ යුතු ය.

පශ්චාත් සාංග්‍රාමික ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ මැදිහත්කරුවකු වශයෙන් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියට විශාල කාර්යභාරයක් ඉටු කළ හැකි ය. විශේෂයෙන් සාංග්‍රාමික සමය තුළ බිඳීගිය සහ විනාශ වී ගිය විවිධ සමාජ සහ දේශපාලන ව්‍යුහයන් අතර සම්බන්ධතා ගොඩනැගීමේ දී මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මැදිහත්කාරී කාර්ය ඉතා වැදගත් වන්නේ ය. මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ මෙම කාර්ය මඟින් සමාජ දේශපාලන සහ දෘෂ්ටිවාදී අවකාශයෙහි විවිධ කණ්ඩායම්වලට එකිනෙකා අතර සන්නිවේදනයේ යෙදීමට සහ සම්බන්ධතා ඇති කරගැනීමට අවස්ථාවක් උදා කරන්නේය. අදාළ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සතු දේශපාලන, සංස්කෘතික සහ බුද්ධිමය පරිණතභාවය සමඟ අදාළ කාර්ය නිශ්චිත සමාජවල විවිධ ස්වරූපයෙන් සිදුවිය හැක. නමුත් පශ්චාත් විජිත රාජ්‍ය ක්‍රියාවලිය තුළ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ එම සාධනීය භූමිකාව සිදු නොවී ය. ''සිංහලයා, සැබෑ ලෙස ම දූපතකට කොටු වන්නේ පශ්චාත් විජිත රාජ්‍ය ක්‍රියාවලිය නිසයි''. මෙයින් සිංහලයාගේ ''පෝෂණ අවකාශය'' සහ ''චර්යා අවකාශය'' දෙකම හැකිලී ගියේ ය (විජේසිරිවර්ධන, 2010).

දීර්ඝ කාලයක සිට සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ පාලනයේ උපකරණයක් ලෙස යොදාගෙන තිබෙන බව පෙන්වා දිය යුතු ය. මානව සමාජයේ ඓතිහාසික පරිණාමය තුළ සමාජ ක්‍රියාවලිය සමඟ ඒකාබද්ධව මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ද වර්ධනය වෙමින් අදාළ සමාජයේ මුහුණුවර සකස්කිරීමෙහි ලා මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සුවිශාල බලපෑමක් සිදුකර ඇති බව අවධාරණය කළ යුතු ය. රටක ප්‍රබුද්ධ සංස්කෘතිය එම රටේ මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සංයුක්ත කොටසක් ලෙස විග්‍රහ කළ හැකි අතර, ඒ නිසා ඕනෑම රටක ආර්ථික, රාජ්‍ය සහ මානසික ක්‍රියාවලියේ හැඩගැස්ම හා ප්‍රගමනය සඳහා මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ක්‍රියාකාරී දායකත්වය කිසිම ලෙසකින් වත් බැහැර කළ නොහැකි ය. ශ්‍රී ලංකාවේ රාජ්‍යකරණය සහ සමාජ ආර්ථික ක්‍රියාවලිය සකස්වීමෙහි ලා අදාළ සාමාජ ව්‍යුහය අතර මැදිහත්කාරී

සම්බන්ධතාව ගොඩනැගීමෙහි ලා ආවශ්‍යයික සමාජ-දේශපාලන සංවාදයට පොදුජනතාව සහභාගී කර ගැනීම පුවත්පත් ගෙන ගිය වැඩපිළිවෙළ නිසා හැකි වූ බව අවධාරණය කරයි (බාලගේ, 2009).

සංහතික මාධ්‍යට සංස්කෘතියේ මැදිහත්කාරී කාර්ය සමඟ සම්ප ව බැඳී ඇති තවත් කාර්යක් වන්නේ සංහතික මාධ්‍යයේ දේශපාලන කාර්ය යි. කාල් මාක්ස් පවා රාජ්‍යකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ මාධ්‍යය තෙවැනි සංඝටකයක් ලෙස පෙන්වාදෙමින්, එය පාලකයන් හා පාලිතයන් අතර ස්ථානගත කළේ ය, මාධ්‍ය මේ දෙපාර්ශවයට ම මතු වන්නා වූ ප්‍රශ්න නිරාකරණය කිරීම සඳහා එක සේ ම අවශ්‍ය වන බව අවධාරණය කළේ ය (මාක්ස්, 1955). ඇත්ත වශයෙන් ම සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංහතිකයින්ගේ විඥානය හා හැඟීම් මත බහු පාර්ශවීය වූ ද, මහාපරිමාණ වූ ද බලයක් සහ පාලනයක් පවත්වාගෙන යන බැවින් සමකාලීන සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය ''සිව්වන බලය'' ලෙස සලකනු ලැබේ. මේ අනුව අද්‍යතන මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමාජ හා රාජ්‍ය අතර ද, බලය හා පුද්ගලයා අතර ද, මැදිහත්කරුවකු ලෙස ක්‍රියාකරමින් සිය බලය ස්වයංක්‍රීයාකාරී ඒකීය සාමස්තික සංකීර්ණයක් වශයෙන් සමස්ත සමාජ ක්‍රියාවලිය මත ක්‍රියාකරමින්, සංහතික මතය තමන් වෙතට සංකේන්ද්‍රණය කර ගන්නේ ය. මේ අනුව සමකාලීන මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ බලය වර්තමාන මානව සංහතිය මත ක්‍රියා කරන සුවිශේෂ වූ බලයකි.

එසේ ම විවිධ රටවල සමාජවල සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වර්ධනයේ මට්ටම එහි ස්වරූපය සහ ක්‍රියාකාරීත්වයේ විශේෂතා නිරීක්ෂණය කළ හැකිය. ඒ කුමන මට්ටමක විශේෂතා සහිතව කුමන රටක හෝ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අදාළ රටේ සමාජ හා සංහතික පාලනයේ මෙවලමක් වශයෙන් ක්‍රියා කිරීම නොවැළැක්විය හැකි ය. ශ්‍රී ලාංකීය සමාජයේ පශ්චාත් සාංග්‍රාමික සන්දර්භය තුළ සමාජ සහ සංහතික පාලනයේ නව ප්‍රපංචයක් වශයෙන් සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ භූමිකාව ප්‍රබල වී ඇත්තේ ඊට පෙර වූ සමාජ සහ සංහතික පාලනය සම්බන්ධ යන්ත්‍රණය බිඳී ගොස් ඇති නිසා ය. මෙ අනුව සමකාලීන ශ්‍රී ලංකාවේ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ සමාජ සහ සංහතික පාලන භූමිකාව වර්ධනය වී ඇත්තේ ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ පරිණාමය

(Social Evolution) නව තත්ත්වයකට පත්වීම හේතු කොට ගෙන බව අපගේ අදහස යි.

මේ අනුව අද්‍යතන සමාජය සහ සුවිශාල සංහතික ප්‍රජාවන් ආවශ්‍යයික තත්ත්වයක පවත්වාගෙන යෑමේ පමණක් නොව, අපේක්ෂිත අනාගත ප්‍රවණතාවක් හෝ අභිනතියක් (Bias) කරා යොමු කිරීමේ ප්‍රබල සමාජීය ආයතනයක් බවට සංහතික මාධ්‍ය සහ සංහතික මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පත් වී ඇත.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

කුමාර, දීප්ති, පුෂ්පකුමාර සමන්, කුමාර රුවන්, (2007). *විනෝදය.* රත්මලාන, පෙරටුගාමී පක්ෂය.

බාලගේ, ධනපාල, (2009). *සිංහල පුවත්පත් හා ශ්‍රී ලාංකිකයින්ගේ සමාජ දේශපාලන චින්තනය 1862-1956.* මරදාන, ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

මාක්ස්, කාල්, (1995). ප්‍රාග්ධනය, දෙවැන පොත, ප්‍රාග්ධන සංසරණ ක්‍රියාවලිය සංස්කරණය එෆ් එංගල්ස් (සිංහල පරිවර්තනය ජයතිලකද සිල්වා) 21st Century publishers.

විජේසිරිවර්ධන, සුනිල්, (2010). *පුරවැසි මංපෙත්, ගැටුම්වේදය ආශ්‍රිත සංස්කෘතික හා දාර්ශනික අවලෝකන.* කොළඹ, FLICT.

වීරසිංහ, වී., (2012). සංහතික මාධ්‍යයන්ගේ සංඥාර්ථවේදී පදනම. (ප්‍රථම සංස්). ධර්මකීර්ති ශ්‍රී රත්ජන්, ජනමාධ්‍යවේදය සංඥාර්ථවේදී ප්‍රවේශය. කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය.

වීරසිංහ, වී., (2012). *ජනමාධ්‍යවේදීය සමාජවිද්‍යාව, මාධ්‍ය න්‍යාය හා ක්‍රමවේදයේ විචාරාත්මක අධ්‍යයනය.* නුගේගොඩ සරසවි ප්‍රකාශකයෝ.

වීරසිංහ, වී., (2013). *ගෝලීය සමාජය හා එහි දෘෂ්ටිවාදය.* ආණමඩුව තෝතැන්න පබ්ලිෂින් හවුස්.

වීරසිංහ, වී., (2013). දෘෂ්ටිවාදී සංවරණය සමකාලීන රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්තිකරණයේ දී භාවිත වන ආකාරය (සංස්). (සේන නානායක්කාර, උදිත ගයාෂාන් ගුණසේකර, තන්දසේන පලිහක්කාර) රූපවාහිනී සමීක්ෂා. සවැනි කලාපය, බත්තරමුල්ල සංස්කෘතික කටයුතු දෙපාර්තමේන්තුව.

වීරසිංහ, වී., (2014). *මාක්ස්වාදී හා නව මාක්ස්වාදී සංහතික මාධ්‍ය න්‍යාය.* නුගේගොඩ, සරසවි ප්‍රකාශකයෝ.

හේරත්, සමන්ත, (2009). *ගෝලීයකරණය, සංස්කෘතිය හා සන්නිවේදනය.* මරදාන ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.

Baudrillad, J., (1994). *Simulacra and simulation.* Ann arbour university of Michigan press.

Bell, Daniel, (1973). *A venture in social forecasting.* Harmondswtorth Penguin.

Benjamin, W., (1935-1936). The work of art in the age of its mechanical reproducibility. *Art key contemporary thinkers.* Eds. Diarmuid Costello and Jonathan Vickery OxFord, UK.

Castells, M., (2000). *The rise of the network society.* oxford: Blackwell.

Huilzinga, J., (1971). *Homo ludens, A study of the play element in culture.* Boston, Beacon press.

Lotman, U. N., (1994). *Disuss on Russian culture.* St. Peteburg Arts.

Marx, Karl. (1955). Justification of the correspondent from the mosel, Marx. K., Engles F. *Colleeted Works, vol : 1.* progress publishers, Moscow.

Miller, V., (2011). *Understanding digital culture*. London, Sage pubilications.

Toffler, A., (1980). *The Third wave*. N.y.

Wellman, B., Boase, J. and Chen. W., (2002). *The networked nature of commuinity*. IT and Society.