පශ්චාත් යුද ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනී විචාරයේ අවශ්‍යතාව

ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ

20 වන සිය වස තුළ සිදු වූ ජනමාධ්‍යයන්ගේ වේගවත් වර්ධනය සමස්ත සමාජ ජීවිතය ම මාධ්‍යකරණයට ලක් කෙළේ ය. සමකාලීන ජනමාධ්‍ය ඉතා ම බලපෑම් සහිත සමාජීය ආයතනයකි. එය වර්තමාන සමාජ බලය සමඟ ම සමගාමී ව ගමන් කරන සුවිශේෂී වූ බලයක් නියෝජනය කරනු ලබන සංහතික ආයතනයකි. මේ ජනමාධ්‍ය සතු ප්‍රබල බලය සමාජ ප්‍රගතිය සඳහා නිර්මාණාත්මක ව භාවිත කිරීමේ හැකියාවක් ද තිබේ. සමාජයේ ප්‍රජාතන්ත්‍ර වාදය, සහජීවනය, සංහිඳියාව, ස්වයංපාලනය, සමාජ එකඟතාව ඇති කිරීම සඳහා ජනමාධ්‍ය සතු හැකියාව අතිවිශාල බව කිව යුතු ය. එසේ ම ජනමාධ්‍ය සමාජ ප්‍රතිගාමිත්වය, අයහපත සඳහා ද ක්‍රියාවේ යෙදිය හැකි ය. ජාතීන්, ජනවර්ග අතර වෛරය හා ජාතිවාදී ප්‍රවණතා ඇති කිරීම සඳහා ද සමාජ ඒකාග්‍රතාව බිඳ දැමීම සඳහා ද සංස්කෘතික සහ ආධ්‍යාත්මික බාදනය සඳහා ද ජනමාධ්‍ය භාවිත කළ හැකි ය.

දශක තුනක් තිස්සේ පැවැති යුද්ධයක අවසානය ශ්‍රී ලාංකේය සමාජය පශ්චාත් යුද සමාජයක් බවට පත් කෙළේ ය. ශ්‍රී ලාංකේය යුද සමාජයට වඩා වෙනත් අභියෝග ශ්‍රී ලාංකේය පශ්චාත් යුද සමාජය තුළ පවතී. එම අභියෝග ජය ගැනීම සඳහා අද්‍යතන ශ්‍රී ලාංකේය ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය සමත් ද යන්න සලකා බැලීම කාලීන සහ ජාතික වැදගත්කමකින් යුත් අනිශ්චියකි. ඊට ප්‍රධාන හේතු කීපයකි. දැන් ශ්‍රී ලාංකේය සමාජය තුළ ක්‍රියාත්මක සමස්ත මාධ්‍ය පද්ධතියට අයත් මාධ්‍යයන්ගෙන්

95%කට වැඩි ප්‍රමාණයක් බිහි වී වර්ධනය වූයේ ශ්‍රී ලාංකේය යුද පරිසරයක් තුළ ය. එම මාධ්‍යවල තොරතුරු ප්‍රතිපත්ති වැඩසටහන් ආකෘතීන්, ශෛලීන්, සංදර්ථමය ප්‍රවණතා, මාධ්‍ය ආඛ්‍යාන ස්වරූප, එසේ ම එම මාධ්‍යයේ පොදු මතවාදය හැඩ ගැසී පැවැතියේ යුද ගැටුම්කාරී, ප්‍රතිසතුරු පරස්පරතා ඉස්මතු වන ආකාරයට ය.

එහෙත්, පශ්චාත් යුද ලාංකේය සමාජයේ තත්ත්වයන් හා කොන්දේසිවලට සරිලන ආකාරයට යුද කාලීන මාධ්‍යයට අනුවර්තනය වීමේ හැකියාව පිළිබඳ ගැටලුව අද මතු වී තිබේ.

පශ්චාත් යුද ලාංකේය සමාජයේ නවීකරණය සහ සංවර්ධනය පිළිබඳ ව පවතින ගැටලු යුද කාලීන ශ්‍රී ලංකාවේ යුදමය ගැටලු තරම් වෙළෙඳපොළ වටිනාකමක් නැති වීම නිසා මාධ්‍යයට සිය පැවැත්ම පිළිබඳ ප්‍රශ්නයකට මුහුණ දීමට සිදු ව තිබේ. අනෙක් අතින් යුද්ධයේ අවසානයත් සමග ම LTTE සංවිධානය විනාශ වී යාම ශ්‍රී ලාංකේය සමාජයේ මතවාදී අර්බුදයකට තුඩු දී ඇති බව පෙනෙන අතර, එය ජනමාධ්‍යයන්ගේ අර්බුදයකට ද හේතු වී ඇති බව පෙනේ.

මේ නිසා පශ්චාත් යුද ලාංකේය සමාජය තුළ මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරීත්වය මාධ්‍ය පඨිතවල අන්තර්ගතය, මාධ්‍ය ප්‍රපංචයන්ගේ සහ ක්‍රියාවලින් සම්බන්ධ ව විචාරාත්මක ව විග්‍රහ කිරීම, ප්‍රතිඅර්ථකථනය කිරීම සහ ප්‍රතිඇගැයීමකට ලක් කිරීම අත්‍යවශ්‍ය කාර්යයක් බවට පත් වී ඇත. යුද සමාජය තුළ ක්‍රියාත්මක වූ ජනමාධ්‍ය නිර්මාණාත්මක, වෘත්තීයමය පරමාදර්ශ, ප්‍රතිමාණ සහ සමාජ ධුරාවලිය සඳහා දැන් වෙනස් ආකාරයකට ක්‍රියාත්මක කිරීමට බල කර සිටියි. තියුණු ගැටුම් සහ ප්‍රතිවිරෝධාත්මක තත්ත්වයන් තුළ දී ජනමාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ ප්‍රතිමාණ පද්ධති නිර්මාණය වීම සාමාන්‍ය දෙයකි. එහි දී ජනමාධ්‍ය විචාරාත්මක පදනමකින් ක්‍රියාත්මක විය යුතු ය.

ශ්‍රී ලාංකේය ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ සමාජ දේශපාලන සාධක වෙනස් වීම සන්දේශවල අන්තර්ගතයේ සහ ආකෘතිවල මූලික වෙනස් වීමක් අපේක්ෂා කරන්නේ ය. පශ්චාත් යුද ලාංකේය සමාජයේ ජනමාධ්‍ය පෙරට සාපේක්ෂ ව සුවිශාල අන්තර්ගතමය විවිධත්වයක් සහ එහි බලපෑම පුළුල් පරාසයක් කරා ව්‍යාප්ත විය යුතු ය. එම විවිධත්වය සහ ප්‍රසාරණය එක් අතකින් වෘත්තීය ක්ෂේත්‍රය දක්වා ද අනෙක් අතින් සංහතික ග්‍රාහකත්වය දක්වා ද පැතිර යා යුතු ය.

පශ්චාත් යුද ලාංකේය සමාජයේ ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ විචාරාත්මක පර්යාවලෝකනයක යෙදීම අවශ්‍ය ම කාරණයක් බවට පත් ව ඇත. යුද්ධය නිම වීමෙන් අනතුරුව සමාජය තුළ ජනමාධ්‍යයේ භූමිකාව කෙබඳු විය යුතු ද යන්න සලකා බැලීම එක් පැත්තක් වන අතර, මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ ව විමර්ශනය කිරීම තවත් පැත්තකි. මේ සඳහා මාධ්‍ය විචාරය විශාල වශයෙන් භාවිතයට ගත හැකි අතර, එතුළින් සමාජයේ නව යථාර්ථයන්, ගතිකයන් හා ප්‍රවණතාවන් හඳුනා ගත හැකි ය. මාධ්‍ය විචාරය එම තත්ත්වයන් පරාවර්තනය කිරීමේ සහ ඒවා ස්වයංප්‍රජනනයේ ක්‍රියාකාරී ස්වරූපයක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ. මාධ්‍ය විචාරය සමාජීය කැඩපතක් වශයෙන් ක්‍රියා කරයි.

එහෙත්, ජනමාධ්‍ය ආයතනවල සහ ජනමාධ්‍ය සන්දේශවල අන්තර්ගත තොරතුරු පිළිබඳ විචාර, විග්‍රහාත්මක සහ සංවාදාත්මක සන්දේශ ජනමාධ්‍ය තුළ පළ වන්නේ ඉතා කලාතුරකින් සහ ඉතා ම අල්ප වශයෙනි. මේ ශ්‍රී ලාංකේය ජනමාධ්‍ය විචාර සම්ප්‍රදායක් ගොඩනැඟීම කෙරෙහි බලපාන අයහපත් ප්‍රවණතාවකි. මේ තත්ත්වය නිසා ම ශ්‍රී ලාංකේය ස්වාධීන මාධ්‍ය පද්ධතියේ ක්‍රියාකාරීත්වය සහ එහි අන්තර්ගතය සමාජයේ මූලික අවශ්‍යතා නියෝජනය කිරීමට අසමත් වී ඇත. එය අප

රටේ සමාජ, දේශපාලනික, ආර්ථික, සංස්කෘතික සංවර්ධනයේ පසුගාමීත්වය කෙරෙහි බලපාන ප්‍රබල සාධකයක් බවට අද පත් ව ඇති බව පෙනේ. අවිචාරාත්මක මාධ්‍යයකින් ප්‍රගතිශීලී සමාජ නවීකරණයන් බලාපොරොත්තු විය නොහැකි ය. වඩාත් පුදුම සහගත කාරණය වන්නේ ජනමාධ්‍ය ආයතන ම විචාරාත්මක සහ ස්වයංවිචාරාත්මක ක්‍රියාකාරීත්වයකට ගමන් කිරීමට දක්වන අකමැත්තයි.

ලෝක ජනමාධ්‍ය විචාර සම්ප්‍රදාය තුළ සිරස් අතට වර්ධනය වූ මුඛ්‍ය ප්‍රවණතා ත්‍රිත්වයක් නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය. එය ශාස්ත්‍රීය මාධ්‍ය විචාරය, වෘත්තීය මාධ්‍ය විචාරය සහ සංහතික මාධ්‍ය විචාරය ලෙස නම් වෙයි. මෙම මාධ්‍ය විචාර ප්‍රවණතා ත්‍රිත්වය තල තුනක් ඔස්සේ ක්‍රියාත්මක වන අතර, ඒවා අතර, අනන්‍ය සබඳතා මෙන් ම අනන්‍ය ව්‍යාප්තියක් දැකිය හැකි ය.

ජනමාධ්‍යවේදීය ප්‍රපංච විද්‍යාත්මක පදනමක් මත ගවේෂණය කරමින් එහි කරන ප්‍රතිඵල සහ සොයා ගැනීම් තුළින් ශාස්ත්‍රාලීය මාධ්‍ය විචාරය සමන්විත ව ඇත. ශාස්ත්‍රාලීය මාධ්‍ය විචාරය විද්‍යාත්මක සමාජ-දේශපාලනික ප්‍රකාශනාර්ථ ලේඛනයේදී නිර්මාණවල මූර්තිමත් ස්වරූපයක් වන අතර, එය විද්‍යාර්ථීන් සහ මාධ්‍ය සමාජය වෙතට යොමු වූ තොරතුරුවලින් සමන්විත ව පවතී. එහි විෂය ක්ෂේත්‍රය බවට පත් වන්නේ සංකීර්ණ සහ මාධ්‍ය ප්‍රපංච ක්‍රියාවලින් ය. එම ගැටලු න්‍යායයික සහ සංකල්පීය ප්‍රවේශයක් ඉල්ලා සිටින අනිශ්වේයන් ය. මේ අනුව ශාස්ත්‍රාලීය මාධ්‍ය විචාරය මාධ්‍යයෙහි කෙටිකාලීන ගැටලු පමණක් නොව, මාධ්‍ය මුහුණ පාන සක්‍රීය විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයක් ආවශ්‍යක ගැටලු සහ සමස්තයක් ලෙස ජනමාධ්‍යවේදයෙහි සහ සංහතික තොරතුරු ක්‍රියාවලියේ ඉදිරි ගවේෂණ අවශ්‍යතා මෙන් ම ජනමාධ්‍ය සංහතික තොරතුරු ක්‍රියාකාරීත්වයේ ගුණාත්මක භාවය වර්ධනය කිරීමට ඉවහල් වන පර්යේෂණ කටයුතු ද ඇතුළත් වන්නේ ය. මේ අනුව ජනමාධ්‍යවේදයේ වෘත්තිය විචාරයට හා සංහතික විචාරයට වෙනස් ව ශාස්ත්‍රාලීය විචාරය අඩක් වශයෙන් එහි අවධානය යොමු කරන්නේ ජනමාධ්‍ය විචාරයේ සක්‍රීය ගැටලු සම්බන්ධ ව සංකල්පීය සහ න්‍යායයික වර්ධනයන්ට තුඩු දෙන පර්යේෂණ වෙත ය.

වෘත්තීය මාධ්‍ය විචාරයේ මූලික අරමුණු වන්නේ ග්‍රාහකත්වයේ සමාජීය වුවමනාවන්ට, අභිලාෂයන්ට සහ අවශ්‍යතාවන්ට සරිලන ආකාරයට ජනමාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය වර්ධනය කිරීම ය. වෘත්තීය මාධ්‍ය විචාරය මූලික වශයෙන් ජනමාධ්‍යකරුවන් සහ ජනමාධ්‍ය පද්ධතියේ නියුතු වෙනත් ක්‍රියාකාරිකයින් අරමුණු කර ගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. එසේ ම එය නිරන්තර ව ම ජනමාධ්‍යකරුවන්ගේ වෘත්තීය සහ නිර්මාණාත්මක ගුණයන් පවත්වාගෙන යාම සහ වර්ධනය කිරීම පිළිබඳ ව ද සැලකිලිමත් වන්නේ ය. එම අරමුණ වෙත ළඟා වීම සඳහා ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයේ කොන්දේසි, මතවාදය සහ යන්ත්‍රණය විචාරයට ලක් කිරීම සිදු වේ. ජනමාධ්‍යකරුවන්ගේ වෘත්තීය පර්ෂදවල ක්‍රියාකාරීත්වය විචාරාත්මක ස්වයංප්‍රජනනයට ලක් කිරීම ඔස්සේ ද වෘත්තියමය මාධ්‍ය විචාරයේ අරමුණු සාධනය කරගනු ලැබේ.

ජනමාධ්‍ය විචාරයේ අවසන් තලය වන සංහතික මාධ්‍ය විචාරයේ දී සංහතික මාධ්‍ය විචාරකයින් එක්වර ම පුළුල් සංහතික ග්‍රාහකත්වය වන පාඨකයින්, ශ්‍රාවකයින් හා ප්‍රේක්ෂකයන් වෙතට මෙන් ම අදාළ ජනමාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන සීමිත පිරිස වෙතට ද ආමන්ත්‍රණය කරනු ලැබේ. මෙහි දී ජනමාධ්‍යකරුවන්, සංස්කාරකවරුන් හා ජනමාධ්‍යයේ වෙනත් නිර්මාණාත්මක ශ්‍රමිකයින් ද්විත්ව භූමිකාවක් ඉටු කරනු ලැබේ. එක් අතකින් සිය කර්මාන්තය අනුව ඔවුන් මාධ්‍ය විචාරකයාගේ සගයින් වන අතර, අනෙක් අතින් ඔවුහු පොදු සංහතික ග්‍රාහකත්වයේ කොටසක් නියෝජනය

කරන්නේ ය. එහෙත්, මෙම ග්‍රාහක පිරිස වඩා දැනුවත්, අත්දැකීම් ඇති සමහර විට විචාරාත්මක කොටස නියෝජනය කරයි.

ශාස්ත්‍රාලීය මාධ්‍ය විචාරය, වෘත්තීය මාධ්‍ය විචාරය සහ සංහතික මාධ්‍ය විචාරය යන ත්‍රිත්වය අන්‍යෝන්‍ය පරිපෝෂණීය රාමුවක ක්‍රියා කරන බව සඳහන් කළ යුතු ය. විශේෂයෙන් ම ශාස්ත්‍රාලීය මාධ්‍ය විචාරය වෘත්තීය මාධ්‍ය විචාරය න්‍යායයික දැනුමින් සහ සංකල්පීය ප්‍රවේශයන් මඟින් පෝෂණය කරනු ලබන අතර, මේ මාධ්‍ය විචාර ද්විත්වය නව දැනුමින් අලුත් අදහස්වලින් සංහතික මාධ්‍ය විචාරය පෝෂණය කරනු ලැබේ.

ශ්‍රී ලාංකේය ජනමාධ්‍යවේදීය සම්ප්‍රදාය තුළ අප ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද මාධ්‍ය විචාර ත්‍රිත්වයේ එක් කොටසක් වත් වර්ධනය වී නොමැත. සාහිත්‍ය විචාරය, සිනමා විචාරය හා නාට්‍ය විචාරය සිය වර්ධනයේ යම් මට්ටමක පැවැතිය ද ජනමාධ්‍ය විචාරය සමස්තයක් වශයෙන් පවතින්නේ නැතැයි කීමට තරම් අවාසනාවන්ත තත්ත්වයක පවතින බව අපගේ හැඟීමයි.

විශ්වවිද්‍යාලයීය සහ උසස් අධ්‍යාපන ආයතන මට්ටමින් ජන සන්නිවේදනය ඉගැන්වීම සහ හැදෑරීම ආරම්භ වී දැනට දශක හතරකට ආසන්න වුව ද තව ම එහි පවා අවම වශයෙන් ශාස්ත්‍රාලයීය මාධ්‍ය විචාරය වත් ස්ථාපනය වීමේ හෝ සංවර්ධනය වීමේ හෝ සලකුණක් වත් පෙනෙන්නට නැත. අදාළ ආයතන තුළ ශාස්ත්‍රාලයීය මාධ්‍ය විචාරයට සම්බන්ධ න්‍යායයික හා සංකල්පීය ව්‍යුහය පමණක් නොව, සන්නිවේදනයේ, ජනසන්නිවේදනයේ සහ ජනමාධ්‍යවේදයේ න්‍යායික සහ සංකල්පීය ව්‍යුහය පවතින්නේ දිළිඳුභාවයේ ය.

ශ්‍රී ලාංකේය ශාස්ත්‍රාලයීය සන්නිවේදනය, ජනසන්නිවේදනය සහ ජනමාධ්‍යවේදීය යන ශික්ෂණ ධාරා තුළ රජයන න්‍යායයික සහ සංකල්පීය දරිද්‍රතාවට ඓතිහාසික හේතු සාධක මෙන් ම ඥානවිභාගාත්මක සංකීර්ණතා ද පාදක වී ඇති බව පෙනේ. ඒ පිළිබඳ ගැඹුරු හා පුළුල් අධ්‍යයනයකට අවතීර්ණ වීමට මේ අවස්ථාව නොවේ. එහෙත්, මේ ක්ෂේත්‍රයට අදාළ එක් නිදර්ශනයක් ගෙන හැර දැක්විය හැකි ය. 'mass communicaton' යන සංකල්පයෙන් අදහස් වන අර්ථාගාරය නියෝජනය කිරීම සඳහා සිංහල භාෂාවේ 'ජනසන්නිවේදනය' යන පාරිභාෂිකය භාවිත කෙරේ. මෙම සංකල්පයේ මුල් පදය වන 'Mass' යන අර්ථය දැනවීම පිණිස 'ජන' යන සිංහල පදය භාවිත කර තිබේ. නූතන යුගයට පෙර යුරෝපයේ 'folk' යන පදය නියෝජනය කිරීම පිණිසත් 'ජන' සිංහල පදය භාවිත කෙරේ. ඒ අනුව යුරෝපයේ නම් 'folk song', 'folk dance', 'folk arts' යනාදිය පිළිවෙළින් සිංහලෙන් 'ජන ගී', 'ජන නැටුම්', 'ජන කලා' වශයෙන් භාවිත කෙරේ. එහෙත්, යුරෝපයේ නූතන යුගයේ දී බිහි වූ 'mass' යන ප්‍රපංචය හැඳින්වීම සඳහා සිංහලෙන් 'ජන' යන පදය යෙදීම අනිශ්චිතයක් වන අතර, ඊට ආරෝපණය කර ඇති අර්ථසාරය ද ගැටලු සහගත බව පෙනේ. මේ අනුව 'folk' සහ 'mass' පද සඳහා සිංහල භාෂාව තුළ 'ජන' යන පදය භාවිත වේ. මේ ඇත්තේ වාග් විද්‍යාත්මක පද පිළිබඳ ප්‍රශ්නයකට වඩා සංකල්ප පිළිබඳ ගැටලුවකි. 'folk' සහ 'mass' යන සංකල්ප ද්විත්වය ම ඓතිහාසික වන අතර, ඒවාට ඒ ඒ ඓතිහාසික සංදර්භ තුළ දී නිශ්චිත අරුත් ලැබී ඇත. නිදර්ශනයක් ලෙස 'mass' යනු නූතන යුගය තුළ යුරෝපීය කාර්මික සමාජයේ පරිණාමය සමඟ බිහි වී හැඩ ගැසුණු සමාජීය සැකැස්මක් (social formation) වන අතර, එය ඓතිහාසික වශයෙන් සංක්‍රාන්තික ගතිලක්ෂණවලින් සමන්විත වේ. එමඟින් අදහස් වන්නේ හුදු 'ජනයා' නොවන අතර ම, එය මිනිසුන්ගේ හුදු සංඛ්‍යාත්මක එකතුවක් ද නොවේ. එය සම්පූර්ණයෙන් ම ඓතිහාසික වශයෙන් මිනිස් සමාජයේ පරිණාමයේ නිශ්චිත මට්ටමක

දී වර්ධනය වූ ගුණාත්මක තත්ත්වයකි. ඒ අනුව 'mass' යනු මානව සමාජය පාදක කරගෙන එහි ඓතිහාසික වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස බිහි වූ ගුණ සමුදයක් පදනම් කරගෙන ගොඩනැගුණ සබඳතා පද්ධතියකි. එය සමාජීය සැකැස්මකි. මෙම 'mass' යන ලතින් පදයේ අරුත වන්නේ 'ස්කන්ධය', 'රාශිභූත වූ', 'ඒකරාශි වූ', යන්නය. මෙය පොදුවේ භෞතික, සමාජයීය, ආධ්‍යාත්මික ආදි ක්ෂේත්‍ර තුළ නිර්මිත වන ගුණ සමුදායක සම්බන්ධතා හැඳින්වීමට භාවිත වේ. මේ අනුව භෞතික ද්‍රව්‍යමය ක්ෂේත්‍රයේ එනම් ද්‍රව්‍යයේ ප්‍රගමනයේ භෞතික ස්වරූපයෙහි මේ ගුණ සමුදාය මඟින් නිර්මිත තත්ත්වය හැඳින්වීම සඳහා 'ස්කන්ධය' යන සංකල්පය විශේෂයෙන් ම භෞතික විද්‍යාවේ දී භාවිත වන බව ප්‍රකට ය. එසේ ම මානව සමාජ ක්ෂේත්‍රයේ එනම් ද්‍රව්‍යයේ ප්‍රගමණයේ සමාජීය ස්වරූපයෙහි මේ ගුණ සමුදාය මඟින් නිර්මිත තත්ත්වය හැඳින්වීම සඳහා 'සංහතිය' යන සංකල්පය විශේෂයෙන් ම සමාජ-මානව විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රය තුළ දී යොදා ගැනීම වඩාත් යෝග්‍ය බව අපගේ හැඟීමයි. මෙමඟින් 'mass' යන නූතනවාදී සංකල්පයේ ගැබ් වූ අර්ථ සමුදාය වඩාත් හොඳින් ප්‍රකාශ කිරීමට හැකි වේ. දැනට අප ශාස්ත්‍රාලයීය ශික්ෂණ සම්ප්‍රදාය තුළ භාවිත කරන 'ජන' යන සංකල්පයට වඩා 'mass' යන සංකල්පයෙන් අදහස් වන සමාජ-ඓතිහාසික සහ සංඥාර්ථවේදීය-ඥාන විභාගාත්මක අර්ථයන් ප්‍රකාශ කිරීම සඳහා 'සංහතික' යන සංකල්පයට හැකි බව සඳහන් කිරීම වටී.

මීට අමතර ව සන්නිවේදන, සමාජ විද්‍යා, මානව විද්‍යා ක්ෂේත්‍රය තුළ 'ජන' යන විවිධ සංකල්ප හා අවබෝධයන් හැඳින්වීමට භාවිත කිරීම නිසා හටගෙන තිබූ අනිශ්චිය තත්ත්වයෙන් මිදීමට සහ ඉන් මතු වන සංඥාර්ථවේදීය සහ ප්‍රජානනික සංකීර්ණතා නිරවුල් කර ගැනීමට ද අවස්ථාව උදා වේ. නිදර්ශන වශයෙන් folk (ජන), mass (ජන), mass communication (ජනසන්නිවේදනය), folk communication (ජනසන්නිවේදනය), mass culture (බහු ජන සංස්කෘතිය), folk cuture (ජන සංස්කෘතිය), mass arts (බහුජන කලාව), folk arts (ජන කලා), mass media (ජනමාධ්‍යය), folk media (ජනමාධ්‍ය) යනාදිය දැක්විය හැකි ය. මේ නිසා බටහිර නූතනත්වය සහ නූතනවාදය තුළ හැඩගැසී වර්ධනය වූ 'mass' යන සංකල්පයේ අර්ථය වඩාත් හොඳින් සූචනය කිරීම පිණිස 'සංහතික' යන සංකල්පය යොදා ගැනීම න්‍යායයික වශයෙන් මෙන් ම ප්‍රායෝගික වශයෙන් ද වඩාත් ප්‍රශස්ත බව අපගේ අවධාරණයයි.

මේ අනුව දැනට අප mass වෙනුවට සිංහල භාෂාවෙන් යොදන "ජන" වෙනුවට 'සංහතිය' යන පදය ද, mass communication වෙනුවට සිංහල භාෂාවෙන් යොදන 'ජනසන්නිවේදනය' වෙනුවට 'සංහතික සන්නිවේදනය' යන පදය ද mass culture වෙනුවට සිංහල භාෂාවෙන් යොදන 'බහුජන සංස්කෘතිය' වෙනුවට 'සංහතික සංස්කෘතිය' යන පදය ද, mass media වෙනුවට සිංහල භාෂාවෙන් යොදන 'ජනමාධ්‍ය' වෙනුවට 'සංහතික මාධ්‍ය' යන සංකල්පය ද ආදි වශයෙන් භාවිතයට ගන්නේ නම් වඩා සුදුසු යැයි හැඟේ.

මේ අනුව ශ්‍රී ලාංකේය ශාස්ත්‍රාලයීය මාධ්‍ය අධ්‍යයනයේ සහ විචාරයේ ප්‍රශ්නකාරී, ගැටලු සහගත තත්ත්වයන් පවතින බව පැහැදිලි වේ.

එසේ ම මාධ්‍ය අධ්‍යයනයේ සහ විචාරයේ වෘත්තීය තලයෙහි ද ගැටලු සහගත තත්ත්වයන් පවතී. නිදර්ශනයක් ලෙස පුවත්පත්වල සිටිය යුත්තේ ප්‍රධාන කර්තෘ නොව, ප්‍රධාන සංස්කාරක ය. එහෙත්, ශ්‍රී ලාංකේය සිංහල පුවත්පතේ අන්තර්ගතය සම්බන්ධ ව සමස්තයක් වශයෙන් වගකියනු ලබන පුද්ගලයා කර්තෘ වශයෙන් හැඳින්වේ. සංහතික මාධ්‍යයන්ගේ ස්වභාවය හා ක්‍රියාකාරිත්වය

අනුව ඒවාට කර්තෘවරයකු සිටිය නොහැකි අතර, සිටිය හැක්කේ සංස්කාරකවරයකු බව පෙන්වා දිය යුතු ය. පුවත්පත් ඇතුළු ව සංහතික මාධ්‍යවල මුඛ්‍ය ලක්ෂණයක් වන්නේ ඒවා සමූහික ශ්‍රම ක්‍රියාකාරිත්වයක ප්‍රතිඵලයක් බවයි.

එහෙත්, අද වඩාත් ම සංහතික අවධාරණයට හසු වන සංහතික (ජන) මාධ්‍යයක් වන රූපවාහිනි (දූර්දර්ශකය) ක්‍රියාකාරිත්වය සහ රූපවාහිනි (දූරදර්ශක) විචාරය පිළිබඳ ව අපගේ විශේෂ අවධාරණය යොමු විය යුතු ය.

පොදුවේ මාධ්‍ය විචාරය පිළිබඳ අදහස් බිහි වීම ආරම්භ වන්නේ 20 වන සිය වසේ තුන්වන දශකයේ දී පමණ ය. එය මූලික වශයෙන් මාධ්‍යයෙහි තාක්ෂණික විචාරය කෙරෙහි යොමු වුවත් වූ අතර, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරිත්වය එහි දී සුවිශේෂ අවධාරණයට ලක් වූ බව ප්‍රකට ය. එනම් එය තාක්ෂණික විද්‍යුත් මාධ්‍ය විචාරයක් විය. එසේ ම 'ෆ්‍රැන්ක්ෆර්ට්' (Frankfurt) ගුරුකුලය මුල් කරගෙන මාධ්‍යයෙහි තාක්ෂණික නොවන විචාරය ආරම්භ කරන ලදී. විශේෂයෙන් ම 20 වන සියවසේ දෙවැනි දශකවල සිට හතර වන දශකය දක්වා කාලය තුළ එය වර්ධනය වූ අතර, එහි ජනමාධ්‍ය (සංහතික මාධ්‍ය) විචාරයේ රැඩිකල් මාධ්‍ය විචාර ප්‍රවණතාව 1950 ගණන්වල දී ආරම්භ වූ බව ප්‍රකාශ කළ යුතු ය.

1960 ගණන්වල දී ජනමාධ්‍ය (සංහතික මාධ්‍ය) විචාරය ශාස්ත්‍රාලයීය ක්ෂේත්‍රයේ ස්ථාවර විෂය ධාරාවක් ලෙස යුරෝපීය රටවල සහ ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයෙහි වර්ධනය වූ බව පෙනේ.

ලෝක ඉතිහාසයේ මුලින් ම ජනමාධ්‍යකරුවන්, සංහතික මාධ්‍යකරුවන් රූපවාහිනී විචාරය පිළිබඳ ව ලියන්නට පටන් ගන්නා ලද්දේ 1946 දී පමණ ය. විශේෂයෙන් ම 'The New York Times' සහ 'New York Herald Tribune' යන පුවත්පත් රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල අන්තර්ගතය පිළිබඳ ව විචාර ලියන්නට ආරම්භ කළ බව ඉතිහාසයේ සඳහන් ය.* ක්‍රමානුකූල ව රූපවාහිනිය සමාජගත වීමත් සමඟ ම වෘත්තීය රූපවාහිනී විචාරයේ වැදගත්කම වර්ධනය විය.

විශේෂයෙන් ම රූපවාහිනී විචාරයේ සංස්කෘතික ස්වභාවයේ වැදගත්කම එන්න එන්න ම වර්ධනය වූ බව පෙනේ. ඕනෑ ම රටක රූපවාහිනී විචාරය එම රටේ පෙර වූ සාහිත්‍ය විචාරයේ ආභාසය ලබා ඇති බව ප්‍රකට ය. මේ අනුව සංවර්ධිත සාහිත්‍ය විචාර සම්ප්‍රදායන් පැවැති ලෝකයේ රටවල ප්‍රබල රූපවාහිනී විචාරවාදයක් ද බිහිවීම නියමානුකූලතාවකි. අප රට තුළ රූපවාහිනී මාධ්‍ය බිහි වී දශක තුනකට වඩා වැඩි කාලයක් ගත වුවත් තව ම රූපවාහිනී විචාරයක් බිහි වී නොමැත. එහෙත්, විවිධ තරාතිරමේ පුද්ගලයින් විවිධ රූපවාහිනී වැඩසටහන් පිළිබඳ ව යම් යම් මත, අදහස් දක්වනු ලැබේ. මේ අතර ඉතාමත් කලාතුරකින් වෘත්තීය සහ ශාස්ත්‍රාලයීය රූපවාහිනී විචාරවාදයන් ජනමාධ්‍ය තුළ මෙන් විවිධ ශාස්ත්‍රීය ප්‍රකාශන තුළ දක්නට ලැබේ. එහෙත්, එය ප්‍රවණතාවක් වශයෙන් හෝ සම්ප්‍රදායක් වශයෙන් හෝ සමාජ විඥානගත භාවිතයක් බවට පත් වී නොමැත. රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයන් තුළ රූපවාහිනී වැඩසටහන් පිළිබඳ ව විවිධ අදහස් 'හොඳ-නරක', 'ධනාත්මක-නිෂේධනාත්මක', 'යහපත්-අයහපත්', 'සුදුසු-නුසුදුසු' ආදි වශයෙන් ප්‍රකාශයට පත් වනු නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය. මේ රූපවාහිනී විචාරක අවශ්‍යතාව ප්‍රකට කරන පූර්ව කොන්දේසියක් ලෙස තේරුම් ගත යුතු ය. එහෙත්, එය තව ම රූපවාහිනී විචාරය නොවේ. මේ අනුව දැනට අප රට තුළ රූපවාහිනී විචාරය බිහිවෙමින් හෝ 'ස්වයංනිර්ණය' වෙමින් හෝ ස්ථාපනය වෙමින් හෝ පවතින බව පෙන්වාදිය හැකි ය.

මේ වන විට අප රට තුළ විවිධ වර්ගයේ රූපවාහිනී නාලිකා 15ක් පමණ ද භාෂා ත්‍රිත්වයෙන් ම විකාශනය වන ගුවන්විදුලි නාලිකා 50ක් පමණ ද දෛනික සහ සතිපතා පළ වන පුවත්පත් 100කට අධික සංඛ්‍යාවක් ද ඊට අමතර ව කාලානුරූප අනුගමනය කරන වාර ප්‍රකාශන 100 ගණනක් ද ප්‍රකාශයට පත් වේ. එසේ ම නව මාධ්‍යයන් ලෙස අන්තර්ජාලය, ජංගම සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් ආදිය වේගයෙන් ව්‍යාප්ත වෙමින් පවතී. 21 වන සියවස මුල භාගයේ ජීවත් වන ශ්‍රී ලාංකිකයා විශාල තොරතුරු අවකාශයක ජීවත් වන්නේ ය. වර්තමානයේ සාමාන්‍ය පුද්ගලයකුට ආවශ්‍යක තොරතුරු ප්‍රමාණය මෙන් 15 ගුණයක් ලැබෙන බව සංඛ්‍යා ලේඛන පෙන්වා දෙයි. තොරතුරුවල අධිකභාවය චින්තනයේ සමුද්ධික ක්‍රියාකාරිත්වයට අවහිරයකි. තොරතුරුවල ඌනතාව මෙන් ම එහි අධික භාවය ද සාමාන්‍ය මිනිසුන්ගේ විචාරාත්මක, තාර්කික, නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාකාරිත්වයට බාධාවකි. මේ නිසා සංහතික මාධ්‍ය විචාරය අත්‍යවශ්‍ය වූවකි.

සමාජය සහ ජනමාධ්‍ය අතර සිදු වන සන්නිවේදනාත්මක අන්‍යෝන්‍ය සබඳතාවේ කේන්ද්‍රීය සංරචකය බවට ජනමාධ්‍ය විචාරය සිය ස්වභාවය අනුව පත් විය යුතු ය. එය එක් පැත්තකින් ජනමාධ්‍ය කර්මාන්තයේ රහස් සහ සැබෑ තත්ත්වය අනාවරණය කරන අතර, අනෙක් පැත්තෙන් එය ජනතාවගේ (සංහතියේ) සංස්කෘතික තොරතුරුමය, සෞන්දර්යාත්මක හා ආධ්‍යාත්මික අවශ්‍යතා නියෝජනය කරන්නේ ය. මේ තත්ත්වය නිසා ජනමාධ්‍ය විචාරයේ නියාමනමය කාර්යය පිළිබඳ ව කතා කළ හැකි ය. එසේ ම එහි ප්‍රජාතාන්ත්‍රික සහ ශිෂ්ටාචාරික ශක්‍යතාව අවධාරණය කළ හැකි ය. ජනමාධ්‍ය විචාරය සමකාලීන ජනමාධ්‍යවේද අධ්‍යාපනයේ අත්‍යවශ්‍ය කොටසක් බවට පරිවර්තනය වී තිබේ. වර්තමාන ශ්‍රී ලාංකේය සමාජයට ජනමාධ්‍ය (සංහතික මාධ්‍ය) විචාරය අත්‍යවශ්‍ය සාධකයක් බවට පත් වී ඇති බව ජනමාධ්‍ය (සංහතික මාධ්‍ය) ක්‍රියාවලිය තුළ සිදු වන දේවලින් ද ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ ග්‍රාහකයින්හට සිදු වන දේවලින් ද ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය පොදුවේ සමාජ ජීවිතයට සිදු කරන බලපෑම මඟින් ද මනා ව තහවුරු වේ.

ජනමාධ්‍ය විචාරය පිළිබඳ ව සාකල්‍යමය න්‍යායයික දැනුම් පද්ධතියක් නිර්මාණය කිරීම අතිශයින් ම වැදගත් කාර්යයක් වන අතර, ඉන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය විචාරවේදයක් වර්ධනය කර ගැනීම ද්විතීක කාර්යයක් හෝ ඊට සමගාමී කටයුත්තකි. මේ නිසා අප රට තුළ ජනමාධ්‍ය විචාරවේදයක් හෝ රූපවාහිනී මාධ්‍ය විචාරවේදයක් හෝ ගොඩනඟා ගැනීම ඊට පෙර පැවැති සාහිත්‍ය, නාට්‍ය සිනමා සහ වෙනත් කලා මාධ්‍ය විචාරවේදයන් සමඟ අවියෝජනීය ව සම්බන්ධ ව පවතී. ජනමාධ්‍ය විචාරය පිළිබඳ පර්යේෂණ කරන සියලු ම විද්වතුන්ගේ පොදු එකඟතාව වන්නේ එය වෙනස් කලා මාධ්‍ය විචාර ක්‍රමවේදයන් සමඟ සමීප බවක් දරන බවයි. විශේෂයෙන් සාහිත්‍ය විචාරය සහ ජනසන්නිවේදනාත්මක මාධ්‍ය විචාරය අතර සබඳතා මෙන් ම අනුප්‍රාප්තික සබඳතා පවතින බව අවධාරණය කළ යුතු ය. මූලික වශයෙන් ජනමාධ්‍යවේදීය විචාරය සෞන්දර්යාත්මක, සදාචාරාත්මක තත්ත්වයන්ට මෙන් ම ජනමාධ්‍යකරුවන්ගේ ජනමාධ්‍ය පඨනවල අඩුපාඩු පිළිබඳ ව ද ජනමාධ්‍යකරුවන්ගේ වෘත්තීය විශේෂතා පිළිබඳ ව ද ඔවුන්ගේ ආචාරවිද්‍යාත්මක ආස්ථානයන් දේශපාලන ආර්ථික විද්‍යාත්මක ආකල්ප පිළිබඳ ව ද මානවවාදී සහ අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ ව ද අවධානය යොමු කරයි.

සමස්ත ලෝක ඉතිහාසය පිළිබඳ අදහස් හැඩගැසීම සඳහා ඊට ආවශ්‍යක සමාජ-දේශපාලනික හා ආර්ථික සාධක නිර්මාණය වෙමින් සැලැකිය යුතු කාලයක් ගත විය. එසේ ම සමස්ත ජනමාධ්‍ය විචාරය යන ආකල්පය හැඩ ගැසීම සඳහා ඊට ආවශ්‍යක යටිතල පහසුකම් සම්පාදනය වෙමින් ශත

වර්ෂ හතරක් පමණ ගත විය. තවමත් සමස්තිය ජනමාධ්‍ය විචාරවේදයක් නිර්මාණය වී නැතැයි කිව හැකි ය. මේ නිසා ජනමාධ්‍ය විචාරයේ එක් ප්‍රභේදයක් වන රූපවාහිනී මාධ්‍ය විචාරය බිහි වී වර්ධනය වන්නට වී දැනට අර්ධ ශතවර්ෂයක් පමණ වේ. රූපවාහිනී මාධ්‍යයෙහි සුවිශේෂතා නිසා එම විචාරය සැබෑ ලෙසට දශක පහක් තිස්සේ ක්‍රියාත්මක වන්නේ ය. දැනට ලොව බිහි වූ කිසිදු සංහතික මාධ්‍යයක් රූපවාහිනිය තරම් සංහතික, ජනප්‍රිය සහ බලපෑම් සහිත මාධ්‍යයක් බවට පත් වී නැත. ඒ තත්ත්වයට පත් වීමට පුවත්පතට, ගුවන්විදුලියට, එසේ ම අන්තර්ජාලයටත් තවමත් නොහැකි වී ඇත. ලෝකයේ කිසි ම කලා පඨනයකට සංහතික (ජනමාධ්‍ය) පඨන තරම් ජනාකර්ෂණය දිනා ගැනීමට නොහැකි වූ අතර, මාධ්‍ය පඨන අතරින් වඩා ජනාකර්ෂණීය (සංහතිකාර්ෂණය) දිනා ගැනීමට හැකි වී ඇත්තේ රූපවාහිනියට බව අවිවාදිත කරුණකි.

ලෝක ජන සංඛ්‍යාව කෝටි 700 පමණ වන අතර, ලෝකයේ ක්‍රියාත්මක රූපවාහිනී යන්ත්‍ර සංඛ්‍යාව කෝටි 500 කි. ලෝක ජනගහනයෙන් අතිබහුතරයකට ලෝකයට විවෘත එක ම කවුළුව බවට පත් ව ඇත්තේ රූපවාහිනියයි. ලෝක දැනුමේ, සංවේදනාවේ සහ සංස්කෘතික ආකල්පයේ මූලාශ්‍රය බවට පත් ව ඇත්තේ රූපවාහිනියයි. රූපවාහිනිය මානව සංහතිය සඳහා කොපමණ වැදගත්, බලපෑම් සහිත මාධ්‍යයක් වූවා දැයි කියනවා නම් එය සමස්ත මානව සංහතිය සාහිත්‍ය කේන්ද්‍රිය යුගයක සිට දෘශ්‍ය කේන්ද්‍රිය යුගයකට පරිවර්තනය කෙළේ ය. රූපවාහිනිය සිය සමස්ත ඉතිහාසය තුළ අනන්‍යතාව ගොඩනගා ගෙන ඇත්තේ සංස්කෘතික - සෞන්දර්යාත්මක ප්‍රපංචයක් ලෙස බව පෙන්වා දිය යුතු ය. විශේෂයෙන් ම සමකාලීන ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනියේ සියලු ම වැඩසටහන් - ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් - පවා කලාත්මක සෞන්දර්යමය ස්වරූපයකට පරිවර්තනය වෙමින් පවතින බව පෙනේ. ඉතා ශීඝ්‍රයෙන් සියලු ම රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල අන්තර්ගතය අභිභවා ආකෘතිය අධිනිශ්චය වෙමින් පවතී. රූපවාහිනිය තුළින් පෙන්වන්නේ මොනවාද යන්නට වඩා එය පෙන්වන්නේ කොහොම ද? යන්න වැදගත් වී ඇත. අරමුණට වඩා අරමුණ කරා ළඟා වීමේ මාධ්‍යය වැදගත් වී ඇති අතර, ඒ නිසා ම අරමුණ නැති වී අරමුණ කරා ළඟා වීමේ මාධ්‍ය ඉතිරි ව ඇත. සමකාලීන ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනිය ප්‍රවෘත්ති කතාන්දරකරණයට ලක් කරන අතර, කතන්දර ප්‍රවෘත්තිකරණයට ලක් කරන්නේ ය.

මේ අනුව අද්‍යතන රූපවාහිනිය ජනමාධ්‍යයකට වඩා (සංහතික මාධ්‍යයකට වඩා) යමක් බව අවධාරණය කළ යුතු ය. රූපවාහිනිය දැනුවත් නොකරයි. එය යථාර්ථය පරාවර්තනය නොකරයි. රූපවාහිනිය ප්‍රේක්ෂකයාට වඩා සැප පහසුදායක යථාර්ථයක් නිර්මාණය කරයි. සංහතික විඥානයේ ජීවන සංජානනයන් නිර්මාණය කරයි. රූපවාහිනිය කලාවේ නියමයන්ට අනුකූල ව ක්‍රියාත්මක වේ. රූපවාහිනිය අද සංහතික තොරතුරු ප්‍රභේදයකට වඩා සංහතික කලාත්මක ප්‍රභේදයකි. රූපවාහිනිය බරපතළ දේශපාලන, ආර්ථික, සංස්කෘතික ඓතිහාසික, ජීවන ප්‍රශ්න පිළිබඳ සංවාද නාටකීයකරණයට සහ හරඹකරණයට ලක් කරන්නේ ය. රූපවාහිනිය සඳහා ප්‍රධාන වන්නේ විවිධ මත, දෘෂ්ටීන් ද පැහැදිලි කිරීම නොව, ඒවා ඝට්ටනය කිරීමයි. එසේ ම එකඟතාවන් හා සම්මුතීන් සෙවීම නොව, ඒවා අතර ප්‍රතිවිරෝධතා තියුණු කිරීමයි.

මේ නිසා සමාජ සංස්කෘතික හා පුද්ගල සංවර්ධනය සඳහා සමකාලීන ශ්‍රී ලාංකේය රූපවාහිනී විචාරවේදයක අවශ්‍යතාව සහ එහි ජාතික වැදගත්කම අතිමහත් ය. දැනට අප රට තුළ ගොඩනැගී තිබෙන රූපවාහිනී සංස්කෘතිය වෙනස් කිරීම සඳහා නිර්මාණාත්මක රූපවාහිනී විචාරවේදයක අවශ්‍යතාව යළි යළිත් අවධාරණ කරමු.