

දුර්ලභ

ධීවර සමාජයේ ආකල්ප වෙනස්වීම කෙරෙහි ජනමාධ්‍ය

බලපෑමෙහි ආකාරය සොයා බැලීමේ අධ්‍යයනයක්

(වෙල්ලමංකරේ ධීවර ගම්මානය ඇසුරින්)

ඩී. එම්. එස්. දිසානායක.

ප්‍රවේශ අංකය	256
විකි අංකය	

කැලණිය විශ්ව විද්‍යාලයේ සමාජීය විද්‍යාපීඨයේ

ජනසන්නිවේදනය පිළිබඳ සමාජීය විද්‍යාපති පර්යේෂණ

උපාධිය සඳහා ඉදිරිපත් කරන ලදී.

විභාග අංකය :-MACO/99/084/R

2001 ඔක්තෝබර්,

නිබන්ධන සාරාංශය.

අනුරාධපුර යුගයේ පටන් ශ්‍රී ලංකාවේ ධීවර කටයුතු පිළිබඳ විවිධ තොරතුරු හඳුනාගත හැකිය. ඉපැරණි රාජ්‍ය පාලන වකවානුවල සිට යටත්විජිත පාලන යුගය ආරම්භය අතර කාලය තුළ ධීවර සමාජය තුළ පැවති ආකල්ප යටත්විජිත යුගය ආරම්භ වී කෙටි කාලයක් ගතවත්ම විශාල වෙනසකට ලක්විය. යටත්විජිත ආණ්ඩුවේ බලපෑම මීට ප්‍රධාන හේතුව විය. යටත්විජිත යුගයේ සිට

ශ්‍රී ලංකාවේ 1950වන දශකය තෙක් ක්‍රමිකව වෙනස් වෙමින් පැවති ධීවර සමාජ ආකල්ප 50වන දශකය ඉක්ම යනවිට දැඩි වෙනසකට ලක්විය. විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික නවලෝක දැනුම ශ්‍රී ලාංකික ධීවර සමාජයට ලඟාවීම ආරම්භවීම මෙයට හේතු විය. 1970 දශකයෙන් අවසන්වූ එම යුගය තුළ රාජ්‍ය මැදිහත්වීම් සහ තාක්ෂණික මෙවලම් පැමිණීම හේතුවෙන් ධීවර ආකල්ප කාලීන අවශ්‍යතාවයන්ට අනුව වෙනස්විය. 1977ට පෙර පැවති ධීවර සමාජ සාරධර්ම, සම්පත් සංරක්ෂණ ආකල්ප, සාම්ප්‍රදායිකත්වයට මුල්තැන ලබාදීම යන ප්‍රධාන ආකල්ප උප සංස්කෘතික ආකල්ප 1977 වර්ෂයෙන් පසු විශේෂයෙන්ම 1980 දශකයේ මැද භාගයේ සිට සිඝ්‍ර වෙනසකට පරිවර්තනය විය. මෙම ආකල්ප වෙනස සඳහා දැඩිව බලපා ඇත්තේ ජනමාධ්‍යයන්ය. මීට පෙර වකවානුවල රාජ්‍ය අධිකාරීත්වයේ බලපෑමෙන් ආකල්ප වෙනස්වීම් වලට ලක්වුවද මෙම අවධියේදී එම ස්ථානය හිමි වූයේ ජනමාධ්‍යයන් වෙතය.

වර්ධනය මට්ටමට පත්වී පොදු බවට පත්වූ අදහසක්, ආකල්පයක් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. විවෘත වෙළඳපල ක්‍රමයක් තුළ විවෘත සමාජ ආකල්ප පවතී. එම ආකල්පයන් සෘජුව හෝ වක්‍රව විවිධ වූ අභ්‍යන්තරික හා බාහිර පෙළඹවීම් මත වෙනස්වීම් වලට භාජනය වෙයි. 80 දශක දක්වා අති බහුතර ධීවර ආකල්පය වූයේ තමාට හා තම පවුලේ සාමාජිකයන්ට යැපීම සඳහා ප්‍රමාණවත් මත්ස්‍ය සම්පතක් පමණක් අල්ලාගැනීමයි.

“යැපීම සඳහා පමණක් කර්මාන්තයෙහි නිරතවීම” යන ආකල්පය ධීවර වෘත්තිය, ගොවි යන සියළු අංශයන්හි එකම ආකල්පය විය. විවෘත ආර්ථික ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක වීමත් පුළුල් මාධ්‍යය නවීකරණය වීමත්, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය නවීකරණය වී පුද්ගලික ගුවන්විදුලි සේවාවන් බිහිවීමත්, රුපවාහිනී මාධ්‍යය ශ්‍රී ලංකාවට හඳුන්වාදීම හා පෞද්ගලික අංශය සඳහාද රුපවාහිනී මාධ්‍යය ආයතන ආරම්භ කිරීමට හැකිවීමත් හේතුවෙන් තරඟකාරී ජනමාධ්‍යය ජාලයක් රට තුළ නිර්මාණය විය. තරඟකාරීව ව්‍යාපාරික ආකල්ප සමාජය පුරා ව්‍යාප්ත කිරීමට ගන්නා උත්සාහයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඉපැරණි ධීවර සමාජ ආකල්ප වාණිජ්‍ය කරනු ලබන ආකල්ප බවට පත්වීම ආරම්භ විය.

වෙල්ලමංකරේ ධීවර ගම්මානය සමස්ථ ධීවර ගම්මාන තියෝජනය කරමින් ඉහත කාරණය පැහැදිලි කරගැනීම සඳහා උචිතම ස්ථානයකි. ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින් 85%ක් ඉක්මවා සිටී. රුපවාහිනී නරඹන සංඛ්‍යාව 90% ඉක්මවා සිටී. පුළුල්පත් කියවන සංඛ්‍යාව 48% ඉක්මවා සිටී. මේ අතරින් විකල්ප පුළුල්පත් දේශපාලන පුළුල්පත්, තරුණ පුළුල්පත්, අසහ්‍ය පුළුල්පත් කියවන කණ්ඩායම්ද ගමතුළ බහුලව සිටී. විඩියෝ චිත්‍රපට, සිනමාව නරඹන පිරිසක්ද ගමතුළ සිටී. මේ අනුව විමසීමේදී ඉතා ප්‍රබල ජනමාධ්‍ය භාවිතයක් ගම තුළ දක්නට ලැබේ. ඔවුන් කියවන පුළුල්පත් වර්ග, ලිපිලේඛණ සහ විකල්ප පුළුල්පත්, නරඹන ටෙලිනාට්‍ය සහ විඩියෝපට, ශ්‍රවණය කරන ගුවන්විදුලි නාට්‍ය ආදිය විශ්ලේෂණය කිරීම තුළින් හා ඔවුන් තුළ පැවති සම්ප්‍රදායික හා යැපුම් ආකල්ප වර්තමානයේ පරිවර්තනය වී ඇති ආකාරය විමර්ශනය කිරීමේදී අධික භෞතික සම්පත් ප්‍රමාණයක් ළඟාකර ගැනීම සඳහා ඔවුන්ගේ ආකල්ප සකස්වී ඇති ආකාරය පැහැදිලි විය. සාමූහිකත්වය, අනෞභ්‍ය උපකාරය වැනි සමාජ සුභසාධන ආකල්ප, වර්තමානය වනවිට වෙල්ලමංකරේ ධීවර ගම්මානය තුළින් ඉවත්වෙමින් පවතී. පෞද්ගලිකත්වය මත පදනම් වූ වාණිජ ආකල්ප වෙල්ලමංකරේ ගම්මානය තුළ වර්ධනයවී ඇත.

මේසඳහා ජනමාධ්‍ය ප්‍රචාරයන් බලපා ඇති ආකාරය මෙම අධ්‍යයනය තුළින් පැහැදිලි කරගත හැකිවිය.

එමෙන්ම හිඟි විරෝධී මෙන්ම මත්ස්‍ය සම්පත විනාශයට ලක්වන ධීවර පන්න ක්‍රම උපයෝගී කරගැනීම අනුමත කරනු ඇතිවිශාල පිරිසක් මෙම ගම්මානය තුළ සිටී. අසල්වැසි වෙනත් රාජ්‍යයන්ට අයත් මුහුදු සීමාවන්හි මසුන් ඇල්ලීම අනුමත කරනු පිරිසක්ද වෙල්ලමංකරේ ධීවර ගම්මානය තුළ සිටීම තුළින් පැහැදිලි වූයේ මෙම ගම්මානයේ සිටින ධීවර පවුල් 173 අතරින් වැඩි පිරිස් තුළ ඉපැරණි සම්ප්‍රදායික වටිනා සමාජ ආකල්ප ගිලිහී ඇති ස්වභාවයයි. එහෙත් තවමත් සම්ප්‍රදායික වටිනා ආකල්ප ඉදිරියට පවත්වාගෙන යාමටත්, මුහුදුටත් මත්ස්‍යයින්ටත්, ධීවර පරිසරයටත් ආදරය කරනු, එම සම්පත් සංරක්ෂණය කර ගනිමින් පරිහරණය කළයුතුය යන අදහස දරනු පිරිසක්ද ගම තුළ සිටී. මෙම ආකල්ප තවදුරත් ආරක්ෂා කරගැනීම සඳහාද, ජනමාධ්‍ය ආයතන ගණනාවක්ම සිය වැඩසටහන් තුළින් ප්‍රචාරය කරයි. මේ අතරින් විකල්ප පුවත්පත්, ජාතික පුවත්පත්, ගුවන්විදුලි, රූපවාහිනී වැඩසටහන් තුළින්ද හොඳ පිටුබලයක් ලැබී ඇත. මේ අනුව පැහැදිලි වන්නේ සම්ප්‍රදායික වටිනා ධීවර සමාජ ආකල්ප විනාශවීම කෙරෙහි ජනමාධ්‍ය ප්‍රචාරණයන් බලපානවා සේම සම්ප්‍රදායික වටිනා ධීවර ආකල්ප තවදුරටත් ආරක්ෂා කිරීම සඳහාද බොහෝ ජනමාධ්‍ය ප්‍රචාරයන් හේතු සාධක වී ඇත. මේ අනුව ඉහත ද්විවිධ ආකාරයෙන්ම වෙල්ලමංකරේ ධීවර ප්‍රජාවගේ ආකල්ප වෙනස්වීම කෙරෙහි ජනමාධ්‍යය බලපා ඇතිබව එම ගම්මානය ආශ්‍රයෙන් කළ කේන්ද්‍ර අධ්‍යයනය තුළින් පැහැදිලි කරගත හැකිවිය.