



ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ ක්‍රමවේදී ගැටළු

ආචාර්ය වික්‍රම විරසිංහ

විද්‍යාත්මක දැනුම ක්ෂේත්‍රයේ බොහෝ පදාර්ථයන් හා න්‍යායන්, එම පදාර්ථයන් හා න්‍යායන් නියෝජනය කරන ක්‍රියාදාමයන්ට හා සංසිද්ධීන්ට පසුව ඇති වීම සාමාන්‍ය තත්ත්වයකි. මෙය විද්‍යාත්මක දැනුමේ වර්ධනයේ අපූරු, පූර්වපර විරෝධී නියමානුකූලතාවක් ලෙස ඉදිරිපත් වෙයි. නිදර්ශනයක් වශයෙන් “සංස්කෘතිය” නැමැති සංකල්පය දාර්ශනික සංකල්පයක් වශයෙන් බිහිවූයේ 19 වන ශත වර්ෂයේදීය. සන්නිවේදන යන වචනය සංස්කෘතික දාර්ශනික අරුතින් ව්‍යවහාරයට එක් වූයේ 20 වන ශත වර්ෂයේදීය. ඊට අමතරව ඉතා පුළුල් සංකල්පයක් වන “භාෂාව” විද්‍යාත්මක සංකල්පයක් හැටියට යොදා ගැනීම ආරම්භ වූයේ 19 හා 20 සියවස් අතරතුරය.

ජනමාධ්‍යවේදයේ ගැටළු සම්බන්ධව විශේෂ යොමුවීමට අවශ්‍ය පදනම සකස් වූයේ 20 වන සියවසේ දී ප්‍රථම ජනමාධ්‍යවේද පද්ධතීන් බිහි වූවාට පසුවය. සංස්කෘතිය සම්බන්ධව ද මෙය එසේමය. අදාළ ඓතිහාසික යුගයේ අධ්‍යාත්මික සංස්කෘතියේ සම්පිත්තික හරයේ ප්‍රකාශනයක් හැටියට දර්ශනය, මාක්ස් යුටුවේය. ඒත් සංස්කෘතිය නැමැති ප්‍රථමයේ දාර්ශනික පරාවර්තනය හා සංස්කෘතියේ දර්ශනය හැඩ ගැසුනේ ඊට බොහෝ කලකට පසුවය. මේ ප්‍රවණතාව තුළ සංස්කෘතියේ ප්‍රචාරය කිරීමේ, සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ හා ප්‍රතිසම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ හා ප්‍රතිසම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ පොදු ජනමාධ්‍යවේදාත්මක හා පොදු

ක්‍රමවේදී ආකර හා මාධ්‍යයන් නිර්මාණය කිරීම සිදු වූයේ මෑතකදීය. අද එය සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ නවීනතම ක්‍රම හා මාධ්‍යයන්ගේ ආධාරයෙන් සිදු කෙරේ.

සාමාන්‍ය අරුතින් ගත් කළ ජනමාධ්‍යවේදයට සිතමාව, ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය, මුද්‍රිත මාධ්‍ය, එසේම වඩාත් පුළුල් අරුතින් ගත් කළ වෙළඳ දැන්වීම්, මෝස්තර, ඩිසයින්, මහජන උත්සව, කලාත්මක සංදර්ශන හා ප්‍රදර්ශන ආදිය ඇතුළත් වෙයි.

ජනමාධ්‍යයන් වර්ගීකරණය කිරීමේදී යම් යම් සංකීර්ණතාවයන්ට මුහුණපාන්නට සිදුවේ. ජනමාධ්‍යවේදයේ කොටසක් වාචික වන අතර අනෙක් කොටස් නිර්වාචික වේ. රූපවාහිනිය හා සිතමාව ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය වශයෙන් ද, මුද්‍රණය වාචික-දෘශ්‍ය වශයෙන් ද, ගුවන් විදුලිය ශ්‍රව්‍ය-වාචික වශයෙන් ද, තාව්‍ය කලාව සම්පූර්ණ වශයෙන්ම ජනමාධ්‍යවේදයක් වශයෙන් සලකනවාද? තමුත් එය පැරණි ශ්‍රීසියේ ප්‍රධානතම ජනමාධ්‍යයක් ලෙස ක්‍රියාත්මක විය. තාව්‍ය නැරඹීම සඳහා පහලොස් දහසක් පමණ ප්‍රේක්ෂකයෝ පිරිසක් සහභාගී වූහ. ඊට අමතරව විත්‍ර කලාව හා රෝබා විත්‍ර ද ජනමාධ්‍යයට සමාන ලක්ෂණ ඇති බැවින් ඒවාද යම් ආකාරයකට ජනමාධ්‍යවේදයේ කොටස් ලෙස සැලකිය හැකිය.

සංස්කෘතිය හා ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව කතා කරන විට ඉතා වැදගත් ප්‍රශ්න දෙකක් මතු වේ.

1. සංස්කෘතීන් අතර සන්නිවේදනය පිළිබඳ ගැටළුව (අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදනය)
2. සංස්කෘතිය සන්නිවේදනය හැටියට.

සංස්කෘතීන් අතර සන්නිවේදනය (අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදනය) පිළිබඳව විමර්ශනය කරන විට අවස්ථා දෙකක් වෙන් වෙන්ව හඳුනා ගැනීම වැදගත්ය.

පළමු වැන්න විවිධ සංස්කෘතීන් අතර සන්නිවේදනය සිදුවීමේ යන්ත්‍රණය නිදර්ශනයක් වශයෙන් පෙරදිග-අපරදිග, යුරෝපා-නිර්යුරෝපා සංස්කෘතීන් අතර සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදුවීමේ ගැටළුව. දෙවැන්න සංස්කෘතික පර්යාලෝකනය ජනමාධ්‍යවේද ක්‍රියාවලිය තුළ සංස්කෘතික හර හා පුරුෂාර්ථ අග පද්ධතීන් සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ යන්ත්‍රණය ඉතා වැදගත්ය.

ජනමාධ්‍යවේදයේ ඉතිහාසය දෙස බලන විට පෙනී යන ප්‍රධාන කරුණකි ප්‍රාථමික මිනිසාගේ සදාචාරාත්මක ශික්ෂණය හා බුද්ධිමය ආලෝකය කෙරෙහි වාචික මාධ්‍ය ඉටු කළ සුවිශාල කාර්යභාරය විවිධාකාර ශබ්ද රටා හා වාචික ව්‍යුහ ප්‍රාථමික මිනිසා තුළ කලාව, විද්‍යාව, දර්ශනය ආදිය කෙරෙහි උනන්දුවක් ඇති කළේය. මිනිසාගේ භාෂාව සමඟ ඇති වූ විසුක්ත චිත්තනය මිනිසා බුද්ධිමත් සත්වයෙකු බවට පත් කළේය. මේ සියල්ලෙහිම පදනමේ නිබන්තේ භාෂාවටත්, විසුක්ත චිත්තනයටත් වඩා පොදු වූ හා මූලික වූ මිනිසුන්ගේ ශ්‍රම ක්‍රියාකාරීත්වයේ බව අවබෝධ කර ගත යුතුය. ශ්‍රමය සකල විධ මානව සංස්කෘතීන්ගේ පදනම මෙන්ම, ප්‍රභවය ද වේ. ශ්‍රමය විසින් මිනිසා නිර්මාණය කළේ යැයි එංගල්ස් ප්‍රකාශ කළේ ඒ නිසාය.

මානව සංහතිය සංස්කෘතික පැවැත්මක් හැටියට බිහි වී, සංවිධානය වීමේ හා විකාශනය වීමේ ක්‍රියාවලියේ දී ශ්‍රමය, භාෂාව හා චිත්තනය ඉටු කළ කාර්යභාරය අතිශයින්ම තීරණාත්මකය.

මේ ලෙස බලන විට කාර්මික විප්ලවය හා ඉලෙක්ට්‍රෝනික විප්ලවයට පෙර මානව සංහතියේ සංස්කෘතිය හැඩගැස් වූ ප්‍රමුඛම මාධ්‍ය වූයේ වාචික මාධ්‍යයයි. මෙම වාචික මාධ්‍ය කේන්ද්‍ර කරගත් වාචික සංස්කෘතිය තුළ සංස්කෘතික පර්යාලෝකනය සිදු වූයේ සෘජු පුද්ගලාන්තර අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් පරාරෝපණය නොවන ස්වරූප යටතේය. අප දන්නා හා සිතනා දේවල් විශාල ප්‍රමාණයක්, අප ලබා ගෙන ඇත්තේ අපේම පෞද්ගලික අත්දැකීම් මත නොව, අපට වාචික සංස්කෘතිය හා බැඳුණු විවිධ ස්වරූප (කතන්දර, තේරවිලි, ගාථා, කතා) මගිනි. මෙය සංස්කෘතියේ දෘෂ්ටි කෝණයට අනුව බලන විට ඒ ඒ ප්‍රාදේශීය, ජාතික ආදී සංවෘත්ත සංස්කෘතීන්ගේ පැවැත්මට ඉතාම යෝග්‍ය තත්ත්වයක් නිර්මාණය කළේය. ස්වකීය සංස්කෘතියට පරිබාහිර වූ වෙනත් සංස්කෘතික ධාරාවන්ගේ ගලා ඒම අතිශයින්ම සීමාවිය. නමුත් කාර්මික විප්ලවයෙන් සහ ඉලෙක්ට්‍රෝනික විප්ලවයෙන් පසුව වාචික මාධ්‍යවේදයට මානව ජීවිතයෙහි හිමි වී තිබුණ ස්ථානය හා එය ඉටු කළ කාර්ය භාරය ප්‍රබල ලෙස වෙනස් විය.

මුද්‍රිත කර්මාන්තයන් සමඟම, වචනයේ පරිසමාප්ත අර්ථයෙන් බිහි වූ ජනමාධ්‍යවේදය, මානව සංස්කෘතීන්ගේ පැවැත්මේ හා වර්ධනයේ ස්වරූප ගැඹුරු විපර්යාසයකට ලක් කළේය. මිනිසාගේ හැඟීම්, සංවේදිතාවන්, ආකල්ප හා අදහස් වක්‍රාකාරව හුවමාරු කර ගැනීමේ හැකියාව ඇති කළේය. මේ නිසා දැනුම සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ හා ලබා ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය වඩාත් ප්‍රතිවිරෝධාත්මක හා සංකීර්ණ විය. දැනටමත් සෘජු පුද්ගල සම්බන්ධය වැදගත් නොවන අතර ග්‍රාහකයාගෙන් පරාරෝපණය වූ සංකේත ලෝකය, දැනුමේ හා සංස්කෘතියේ ප්‍රධාන ස්වරූපයක් බවට පත්විය.

විද්‍යුත් විප්ලවය නිසා මේ තත්ත්වය උග්‍ර විය. දැන් බාල පරම්පරාවට අදාල දැනුම හා සාරධර්ම ලබා දෙන්නේ සිය වැඩිහිටි පරම්පරාව විසින් නොව වෙනත් ආයතන මගිනි. බොහෝ

විට එම සාරධර්ම හා දැනුම් නිෂ්පාදනය කොට බෙදා හරින ආයතන හා ඒවා ලබා ගන්නා ග්‍රාහකයින් අතර දුර ප්‍රමාණය සැකසුම් දහස් ගණනකි. දැනුම් හා සංස්කෘතිය නිෂ්පාදනය කොට බෙදාහැරීමේ ක්‍රියාවලිය තුළ පත්සලට, පාසලට හා වැඩිහිටිවන්ට හිමි වී තිබුණ ස්ථානය ක්‍රමානුකූලව නැති වී යන්නේය. අද අප ලෝකයේ කොයි මුල්ලක ජීවත් වුවත් අපට ගෝලීය සමාජයේ බලපෑම්වලින් තොරව ජීවත් විය නොහැක. වර්තමාන ලෝකයේ සංස්කෘතිය ව්‍යාපාරික ප්‍රාග්ධනය ආයෝජනය කිරීමේ එක් ක්ෂේත්‍රයක් බවට පත් වී තිබේ. සම්ප්‍රදායික සමාජයේ මෙන් නොව නූතනයේ සංස්කෘතිය නිෂ්පාදනය කිරීමේ හා එය බෙදා හැරීමේ නියමයන් වෙනස් වී ඇත. ජනමාධ්‍යවේදය ද ව්‍යාපාරික ප්‍රාග්ධනය ආයෝජනය කිරීමේ සුවිශේෂ ක්ෂේත්‍රයකි.

මේ අනුව සාමාජීය ප්‍රජාවක් හැටියට සංස්කෘතිය මෙන්ම ජනමාධ්‍යවේදය ද නූතන ලෝකයේ වර්ධනය තුළ හරයෙන් මෙන්ම ස්වරූපයෙන් ද ගැඹුරු විපර්යාසයකට ලක් වී තිබේ. සමාජ ව්‍යුහයන්ගේ පරිණාමය හා තාක්ෂණයේ ප්‍රගතිය සංස්කෘතිය හා ජනමාධ්‍යවේදය තුළ සිදු වූ ගැඹුරු විපර්යාසයන්ට උපස්ථම්භක වී ඇති බව පැහැදිලිය. මේ හේතු නිසා සංස්කෘතිය හා ජනමාධ්‍යවේදය ප්‍රාදේශීය, ජාතික නොව “ගෝලීය දේහයක්” බවට පත් වී අවසානය.

ගෝලීය සංස්කෘතිය
ජාතික සංස්කෘතීන්
ප්‍රාදේශීය සංස්කෘතීන්

මෙහි අප සංස්කෘතිය යන්න අවබෝධ කර ගන්නේ බහුරූපී හා සංකීර්ණ ප්‍රජාවක් හැටියටය. සංස්කෘතීන්ගේ වෙන් වෙන් කොටස් එකිනෙකට නොගැලපෙන පමණක් නොව ප්‍රතිවිරෝධී නිර්වචන වලට පවා ලක් වන්නේය. සංස්කෘතිය සෙසු සමාජීය ප්‍රජාවයන් සමඟ කොතෙක් සම්පව බැඳී පවතින්නේ ද යත් එය පරිකල්පනයේ දී පවා වෙන් කර හඳුනා ගැනීම

ඉතා දුෂ්කරය. සමාජ ජීවිතයේ දී සංස්කෘතිය ඉටු කරන කාර්යභාරය හා එහි සංයුතිය කාලය හා ස්ථානය අනුව වෙනස් වන්නේය.

සංස්කෘතියේ සහ ජනමාධ්‍යවේදයේ ගෝලීයකරණය ජාතික සුවිශේෂතාවයන් හරහා බහු සංස්කෘතික වාදයක (Multi Culturalism) ප්‍රවණතා ව්‍යාප්ත වන බව බොහෝ බටහිර උගතුන් ප්‍රකාශ කරනු දක්නට ලැබේ. නමුත් මෙය සැබෑ තත්ත්වය වසන් කිරීමකි. මෙය දෘෂ්ටිවාදී නිගමනයක් වන අතර මෙහි කිසිම විද්‍යාත්මක වැදගත්කමක් නොමැත.¹ මොවුන් බහු සංස්කෘතිකවාදය යන සංකල්පයෙන් අදහස් කරන්නේ සන්නිවේදන තාක්ෂණික මාධ්‍යයන්ගේ ගෝලීයකරණය යටතේ බටහිර ඒක සංස්කෘතිය (Western Monoculture) සර්වාධිකාරී ව්‍යාප්ත වන තත්ත්වයන් යටතේ ජනමාධ්‍යවේදයේ ආධාරය ඇතිව බහුජාතික, විවිධ ජාතික සංස්කෘතික සම්ප්‍රදායන් ආරක්ෂා කර ගැනීම සඳහා දරන ප්‍රයත්නයකි.

සංස්කෘතිය පිළිබඳ සංකල්පය නූතන සමාජ විද්‍යා දැනුම තුළ ඉතා ගැඹුරු වූ ද ඉතා පුළුල් වූ ද සංකල්පයකි. 1817 සිට 1919 වන විට සංස්කෘතිය පිළිබඳ නිර්වචන 7 ක් තිබූ අතර එය 1950 වන විට 157 දක්වා ද, වර්තමානය වන විට 500 ඉක්මවා ගොස් තිබේ. සංස්කෘතිය යනු කලාත්මක සදාචාරාත්මක, නීති රීතීන්ගේ, ආචාරධර්මයන්ගේ සමස්ත දැනුම හා මිනිසාට සමාජය තුළ සාමාජිකයෙකු වශයෙන් ආවේණික සුවිශේෂතාවන්ගේ සමස්තය වශයෙන් එඩ්වඩ් ටෙලර් (1832-1917) අර්ථ දැක්වූයේය. මිනිසා සිය ඵලදායී ජීවිතයේදී බුද්ධිමය, සදාචාරාත්මක සෞන්දර්යාත්මක වශයෙන් පරිපූර්ණත්වයට පත් සංස්කෘතිය ලෙස පුනරුද අවධියේ දී අදහස් කෙරුණි. සංස්කෘතිය යම් කිසි සමාජයක ජීවිතය සංවිධානය වීමේ හා ගොඩනැගීමේ සාධකයක් වශයෙන් සංස්කෘතිය පිළිබඳ සමාජ විද්‍යා ප්‍රවේශයට අනුව අර්ථ දැක්වේ. සමාජීය ජීවිතය අරාජිත වර්ධනයක් කරා යොමු කිරීමට සමත් යම් කිසි “සංස්කෘතිකමය නිර්මාණාත්මක

බලයක්" ඕනෑම ජීව දේහයක් හා සමාජයක් තුළ පවතින බව සියළුම ජාතික වින්තනයට හා සාම්ප්‍රදායික ජන විඥාපන මාධ්‍යයන්ට න්‍යායික පදනමක් සැපයීම සඳහා උපස්ථම්භක වූ මානව සංස්කෘතිය පිළිබඳ අද්විතීය සංකල්පයක් ඉදිරිපත් කළේ රුසියානු වින්තකයෙකු වන දනියලෙස්කි (1822-1885) ය. දනියලෙස්කිට අනුව ඒකීය මානව සංස්කෘතියක් නොමැත. සංස්කෘතියේ විශාල ප්‍රමාණයක් මේ පොළව මත තිබේ. ඒවා ප්‍රාදේශික ඓතිහාසික වර්ග වන අතර එකිනෙක හුදකලාව පවතියි. මෙම සුවිශේෂ අන්‍යෝන්‍යතාවයකින් යුතු ඓතිහාසික සංස්කෘතීන් සිය පැවැත්ම සඳහා තම තමන් අතරත් බාහිර පරිසරය සමඟත් නිරන්තර අරගලයක් යෙදී සිටියි. එසේම මේ සියළුම සංස්කෘතීන් සංවිධානාත්මකව පවතින නිසා ඒවාට යම් කිසි සහයෝගීතාවකට පැමිණිය හැකි පොදු හර, පුරුෂාර්ථ පද්ධතියක් නොමැත. මෙය සංස්කෘතිකාන්තර සන්නිවේදනය පිළිබඳ ගැටළුවක් මතු කරයි. මේ විවිධ සංස්කෘතීන් අතර දුරස්ත භාවය ඓතිහාසික අද්විතීයත්වය හා අන්‍යෝන්‍ය තත්ත්වය ආදී ගුණාංග නිසා තාත්විකව විවිධ සංස්කෘතීන් අතර සන්නිවේදනයක අවශ්‍යතාවය ඇති කරනු ලැබේ. නමුත් ප්‍රශ්නය වන්නේ අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදනය තුළදී ඒ ඒ සංස්කෘතීන් තුළ සිදුවන විපර්යාසයන්ය. සන්නිවේදනය හරහා සිදුවන අන්තර් සංස්කෘතික ක්‍රියාවලිය හේතු කොට ගෙන විවිධ සංස්කෘතීන්ගේ පැවැත්ම පිළිබඳ ගැටළුව මතු නොවන්නේ ද? සියළුම සංස්කෘතීන් සම තලයක් නොපැවතීම ස්වභාවික සාමාජික න්‍යාමයකි. ඒවා විෂම වන්නේ ඒ ඒ සංස්කෘතිය තුළ පවතින එකිනෙකට සමපාත නොවන හර පුරුෂාර්ථ පද්ධතීන් පමණක් නිසාම නොව ඕනෑම සමාජයක ක්ෂේත්‍ර වන ආර්ථිකය, දේශපාලනය, දෘෂ්ටිය හා යුධ ශක්තිය ආදී හේතු ද, සමාජ සංවර්ධන රටාවේ ස්වභාවය ද විවිධ සංස්කෘතීන් අතර පවතින අසමානතාවයට හේතු වී ඇත. එසේම සමාජයක ජනමාධ්‍යවේදය ඉදිරිපත් වන්නේ ඉහත කී සියලු ක්ෂේත්‍රයන් සම්පිත්තික

ප්‍රකාශනයක් වශයෙනි. මේ අනුව සංස්කෘතිකාන්තර සන්නිවේදනය බලවත් සමාජ සංස්කෘතීන්ගේ වාසියටත් දුර්වල සමාජ සංස්කෘතීන්ගේ අවාසියටත් තුඩු දෙන බව පෙනේ. මේ තත්ත්ව අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදන ගවේෂණයේ වැදගත් ක්‍රමවේද ගැටළුවකි.

ජනමාධ්‍යවේදය හේතු කොට ගෙන සංස්කෘතියේ සිදු වන ගතිකත්වය විශ්ලේෂණය කිරීමේ ක්‍රමවේදයක නිර්මාණය කිරීම වර්තමානයේ ඉතා වැදගත් මෙන්ම හදිසි අවශ්‍යතාවකි. නූතනයේ සංස්කෘතියේ ගතිකත්වය අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා දැනට පවතින සංස්කෘතික ගවේෂණ ක්‍රමවේදය, විවිධ සම්ප්‍රදායික සංස්කෘතීන් ගවේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගැනීමට නොහැකි වීම මෙම ක්ෂේත්‍රයේ සංකීර්ණ ගැටළුවකි.

වර්තමාන බොහෝ ආසියානු, අප්‍රිකානු හා ලතින් ඇමරිකානු සංස්කෘතිවල දක්නට ලැබෙන සුවිශේෂ ලක්ෂණයක් වන්නේ ඉතා පුළුල් ලෙස ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය තාක්ෂණය භාවිතා කිරීමයි. මෙය එම රටවල සංස්කෘතීන් වලට ආධුනික තත්ත්වයකි. ඉහත රටවල සංස්කෘතිය පැවැත්මේ මූලිකම ආකරය ලෙස ක්‍රියාත්මක වූයේ වාචික, පුරාණෝක්තිවේදී, ස්වරූපයන්ය. මේ රටවල සම්පූර්ණ වර්ධනයක් කරා ළඟා නොවූ වාචික, පුරාණෝක්තිවේදී, සාහිත්‍ය ලේඛන ආදී සංස්කෘතියේ ස්වරූප යටපත් කරමින් නූතන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය වර්ගයේ සංස්කෘතියේ ස්වරූප ඉදිරියට පැමිණ තිබේ. වර්තමාන බොහෝ කලාපවල සිදුවන සංස්කෘතික ක්‍රියාදාමයන් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා ක්‍රමවේදයක් සකස් කර ගැනීමේදී නූතන ජනමාධ්‍යවේදය අදාළ සංස්කෘතිය හැඩගැස්වීමෙහිලා ඇති කරන බලපෑම් සැලකිල්ලට ගැනීම ඉතා වැදගත්ය. පුද්ගල වර්ත ස්වභාවය හැඩගැස්වීමෙහිලා ඇති කරන බලපෑම් සැලකිල්ලට ගැනීම ඉතා වැදගත්ය. පුද්ගල වර්ත ස්වභාවය හැඩගැස්වීමේදී ජීවන මාදිලිය ගොඩනැගීම කෙරෙහින්, පුද්ගල හැසිරීම

කෙරෙහිත්, සංස්කෘතික අවශ්‍යතාවන් කෙරෙහිත් සම්ප්‍රදායික වශයෙන් සංස්කෘතිය කෙරෙහිත් තුනතුන ජනමාධ්‍යවේදය සැලකිය යුතු බලපෑමක් ඇති කරනු ලැබේ.

අන්තර් සංස්කෘතික මාධ්‍ය අධ්‍යයනයේදී ජනමාධ්‍යවේදය විවිධ සංස්කෘතිකවල හර හා පුරුණාර්ථ පද්ධති ග්‍රහණයා දක්වා ගෙන යන මාර්ගයක් පමණක් වශයෙන් නොව ඊය සෞන්දර්යමය හා තාක්ෂණික ප්‍රභවයක් ලෙස ද සලකා බැලිය හැකිය. විසිරීම් වන ශත වර්ෂයේ සංස්කෘතියට ඉන්තොරව පැවතිය නොහැකිය. අද අන් කවර දුරවත් වඩා සංස්කෘතියේ විවිධ ස්වරූපයන්ගේ විකාශනය තාක්ෂණික මාධ්‍යයන්ගේ දියුණුව හා ජීවා හරහා තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කිරීම මත රඳාපවතියි. තාක්ෂණික මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රමාණාත්මක හා ගුණාත්මක දියුණුව අනුව අනාගත සංස්කෘතිය පිළිබඳව ඉතාම නිවැරදි ඉලක්කයට අනාවැකි පළ කිරීමට හැකි වුවත්, සංස්කෘතිය අභ්‍යන්තරයේ සිදුවන ගතිකයන් හා විචල්‍යයන් පිළිබඳව වඩාත් නිවැරදි අනාවැකි පළ කිරීම දුෂ්කරය. මේ සියවස අග වන විට සංස්කෘතියේ වර්ධනය කෙබඳු ස්වරූපයක් ගන්නේ ද යන්න සොයා බැලීමට බොහෝ විදේශ රටවල සමාජ විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික ගවේෂණ කරනු ලැබේ. අනාගත සංස්කෘතිය පිළිබඳ පොදු පින්තූරයක් ලබාගැනීම එම ගවේෂණවල පරමාර්ථයයි.

විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණයේ අලුත් සොයා ගැනීම් මනුෂ්‍ය ජීවිතයේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ විවිධ ක්ෂේත්‍ර කෙරෙහි සැලකිය යුතු බලපෑමක් කළ බව ලෝක ශිෂ්ටාචාරයේ ඉතිහාසය දෙස බලන විටත්, විශේෂයෙන් විසි වන සියවසේ යුරෝපා ඉතිහාසය දෙස බලන විට ප්‍රත්‍යක්ෂ වේ. නිදර්ශන වශයෙන් වීඩියෝ ක්‍රමයේ වර්ධනය, කේබල රූපවාහිනිය, රූපවාහිනී පරිගණක-කරණය, වෙනත් ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සන්නිවේදන පද්ධතිවල දියුණුව ආදී සියල්ල පශ්චාත් රූපවාහිනී ක්‍රමයක් නිර්මාණය කිරීමට ඉවහල් වන අතර එය මානව සංස්කෘතියේ පැවැත්මේ

අළුත් ස්වරූපයන් හා ශක්‍යතාවයන් නිර්මාණය කරන්නේය.

විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණය සංස්කෘතියට නව අර්ථයක් එකතු කළේය. විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික යොදා ගැනීම් සංස්කෘතියේ මුහුණුවර පමණක් නොව සම්ප්‍රදායික නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේම දැවැන්ත පෙරළියක් ඇති කිරීමට සමත් විය. විද්‍යාත්මක යොදා ගැනීම් හා ජීවා තාක්ෂණික වශයෙන් ආර්ථික හා සංස්කෘතික නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියට යොදා ගැනීමේ කාල පරතරය එන්න එන්නම අඩු වීම මානව සමාජයේ විකාශනය දෙස බලන විට පෙනීයන කරුණකි. අද්‍යතන නිෂ්පාදන රටාව නව විද්‍යාත්මක යොදාගැනීම් ඉතා ඉක්මනින් ග්‍රහණය කර ප්‍රායෝගිකරණයට භාජනය කිරීමේ හැකියාවෙන් සමන්විතය. විද්‍යා තාක්ෂණික යුගයේ පසුවන මිනිසා මේ තාක් සිහුයෙන් එය අවට පරිසරය වෙතත් කිරීමට ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීමට සමත් වූ යුගයක් මුළු මානව සංහතියේ සංස්කෘතියේ ඉතිහාසය තුළ දක්නට නොමැත. විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණයේ ප්‍රතිඵල ආර්ථිකයටත්, දේශපාලනයටත් වඩා සංස්කෘතිය මත පරාවර්තනය වන්නේ ය.

පොදුවේ විද්‍යා-තාක්ෂණික විප්ලවය ලෝකයේ ගැඹුරු විපර්යාසයන්ට පාදක වුවත්, ජනසන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ තාක්ෂණයේ විශේෂයෙන්ම නිරන්තරව දියුණු වන ශ්‍රව්‍ය දෘෂ්‍ය සන්නිවේදන තාක්ෂණය තරම් මනුෂ්‍ය ජීවන කොන්දේසි, චිත්තන රටාව, තුනතුන මිනිසාගේ සංජානන ක්‍රමය වෙතත් කිරීම කෙරෙහි සම්ප්‍රදායික විද්‍යා තාක්ෂණයේ වෙනත් ක්ෂේත්‍රයක් බල නොපෑවේය.

වර්තමාන ශෝලීය ජනමාධ්‍යවේද රටාව ඉතා ක්‍රියාශීලී ලෙසත්, සුක්ෂම ලෙසත්, තුනතුන මනුෂ්‍යාට බලපාන තොරතුරුමය අවශ්‍යතාවයන් සාසිඳුවාලයි. එය නව ශ්‍රම කාර්යයන්ට අවශ්‍යකරන හැකියාවන් පුනරුත්ථාපනය කරනවා පමණක් නොව, මිනිසාගේ චිත්තනයන්, ලෝක සංජානනයන්, සංස්කෘතියක් සේ සැලකිය යුතු අන්දමට වෙනස් කරන්නේය.

ජනමාධ්‍යවේදය නූතන සංස්කෘතියේ පැවැත්ම හා ක්‍රියාත්මක වීමේ සුච්ඡේදී සාධකයකි. ජනමාධ්‍යවේදය ආධාරයෙන් අපට වර්තමාන හා අතීත කලාත්මක හා සංස්කෘතික හර පුරුෂාර්ථ පද්ධතීන්ගේ ඇසුර, ආභාෂය ලබා ගත හැකිය. ජනමාධ්‍යවේද පද්ධතිය සමාජය පුරාව ව්‍යාප්තව හා විවෘතව තිබීම නිසා සංස්කෘතික පුරුෂාර්ථ හා හර පද්ධතීන් නිෂ්පාදනය කිරීමටත්, සංරක්ෂණය කිරීමටත්, පැතිරවීමටත්, ජනතාවට පහසුවෙන් ශ්‍රවණය කර ගැනීමටත් මග පෑදෙයි.

නූතන ජනමාධ්‍යවේදය හරහා සංස්කෘතික අගයන් ප්‍රේරණය වීම නිසා සංස්කෘතිය සමාජයේ දරණ ලද ස්ථානය හා එය ඉටුකරන ලද භාරය නූතන ජනමාධ්‍ය හරහා සංස්කෘතික හරයන් ප්‍රේරණය වීම නිසා ගැඹුරු ලෙස වෙනස් වී තිබේ. නිර්මාණයන්ගේ අද්විතීයභාවය වටිනාකම නිර්ණය කිරීමේ සුච්ඡේදී බලයක් නූතන ජනමාධ්‍යවේදයට හිමි වී තිබේ. මානව සංස්කෘතියේ වේදිකාවට ඉදිරිපත් කළ යුත්තේ, කවුද මොනවාද යන්න නිර්ණය කරනු ලබන්නේ ජනමාධ්‍යවේදය මගිනි. නමුත් මෙය ජනමාධ්‍යවේදය මගින් සිදු කරනු ලබන්නේ එම ජනමාධ්‍යවේදය තුළ ක්‍රියාකරන එක එක පුද්ගලයින්ගේ සිත මනාපයට නොවේ. මෙය සුච්ඡේදී ආකාරයේ බල රටාවන්ගේ අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රචිතලයක් ලෙස සිදුවේ. මෙහිදී බුද්ධිමය හා සවිඥානික සාධකයන්ගේ බලපෑමට වඩා සාමාන්‍ය බුද්ධිමය හා අවිඥානික සාධකයන්ගේ බලපෑම සාපේක්ෂ වශයෙන් වැඩිය. මේ නිසා ජනමාධ්‍යවේදය හරහා සමාජයට ඉදිරිපත් කරනු ලබන නිර්මාණ උසස් මට්ටමකට වඩා මධ්‍යස්ථ හෝ බොහෝ විට පහත් මට්ටමකට අයත් වේ. සමස්තයක් වශයෙන් සියළුම විවිධ වූ නිර්මාණ ජනමාධ්‍යවේදය තුළ දී ස්වකීය නියාමයන්ට අනුකූලව සුච්ඡේදී ආකාරයේ වේග නිරූපණයකට භාජනය කරනු ලැබේ.

සංස්කෘතියේ ප්‍රබලතම ස්වරූපයක් වන නිර්මාණකරණය ජනමාධ්‍යවේදය තුළ දී විශේෂ

වූ නියාමයන්ට අනුව ක්‍රියාත්මක වන බව පැහැදිලිය. මේ නිසා සම්භාව්‍ය සංස්කෘතික ස්වරූප හා ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ස්වරූප තුළ නිර්මාණයන් බිහි වීමට නියාමයන් එකිනෙකට වෙනස්ය. සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය සංස්කෘතියේ අභ්‍යන්තර නියාමයන්ට අනුකූලව ගොඩනැගුණු අතර නූතන සංස්කෘතිය ගොඩනැගෙන්නේ සංස්කෘතියේ බාහිර නියාමයන්ට අනුකූලවය.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය වඩාත් සුදුසු වන්නේ එය බටහිරවාදයේ සංස්කෘතිය වශයෙන් හැඳින්වීමය. එය සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතිය වශයෙන් හැඳින්වීමය. එය සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතියෙන් මූලික වශයෙන් වෙනස්වන අතර සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතියේ ඓතිහාසික පරිණාමය තුළින් බටහිරවාදයේ සංස්කෘතිය (ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය) ව්‍යුත්පන්න නොවිනි. බටහිරවාදී සංස්කෘතියේ සමහර පූර්ව කොන්දේසි සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතිය හා සම්බන්ධ වූවක් මූලික වශයෙන් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය නව ප්‍රභවයකි. එයට තමන්ගේම නියාමයන්ට අනුකූලව පවතියි. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය මූලිකම වශයෙන් බටහිර ප්‍රභවයක් වන අතර එය උපන්නේ සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතිය විනාශ කරමිනි.

බටහිරවාදයේ සංස්කෘතිය සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතියෙන් වෙනස්වන ලක්ෂණ කීපයකි. සම්භාව්‍ය බටහිර සංස්කෘතිය නිෂ්පාදනය වූයේ සංස්කෘතික සාධකයේ අභ්‍යන්තර නියාමයන්ට අනුකූලව වන අතර බටහිරවාදී සංස්කෘතිය නිෂ්පාදනය හා ක්‍රියාත්මක වන්නේ බාහිර වෙළඳ පොළ නියාමයන්ට අනුකූලවය. සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය සෑම විටම හිඟතාවයකින් යුක්ත වූ අතර ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය අවශ්‍ය ප්‍රමාණයටත් වඩා වැඩි අතිරික්තයක් තිපදවයි. සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය පොදු ජනතාවගෙන් දුරස්ත වූවකි. පොදු ජනතාවට එය සමඟ ඇසුරු කිරීම දුෂ්කරය. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය පොදු ජනතාව සමීප වූවක් වන අතර එය ඇසුරු කිරීමට ඉතා පහසුය. ඊට වඩා ශ්‍රමයක් වියදමක් බුද්ධියක් අවශ්‍ය

නොවේ. මෙහි මිලහ වැදගත් ලක්ෂණය වන්නේ සංස්කෘතික මිනිසුන්ගේ ජීවිතයේ සාමාජීය ක්ෂේත්‍රය අත් කවර දුරටත් වඩා අද සෞන්දර්යකරණයට ලක්වී තිබේ. සෞන්දර්යකරණය කොතෙක් වී ද යත් අද එය සාමාන්‍ය සංජානයක් බවට පත් වී තිබේ.

වර්තමානයේ බටහිර රටවල ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය නිෂ්පාදනය කිරීමේ කාර්යයේ නියැලී සිටින මිනිසුන් ප්‍රමාණය අති විශාලය. එය එම රටවල කෘෂිකර්මාන්තයේ නියැලී සිටින අය අභිබවා යන අතර කාර්මික අංශයේ නියැලී සිටින සංඛ්‍යාවට සම වන්නේය.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය යනු වර්ධිත කාර්මික සමාජයේ සංස්කෘතියේ පැවැත්මේ අකාරයයි. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය සුවිශේෂ ආකාරයේ සංස්කෘතියකි. එය පොදු වූ තාක්ෂණික ජීව-මනෝ සමාජ විද්‍යාත්මක පදනමක් තිබේ. ඒ නිසා එය කිසිවිටක ජාතික සංස්කෘතියක් නොවන අතර එය මිනිසාගේ ප්‍රාථමික අවිඤානික ජීව-මනෝ විද්‍යාත්මක ව්‍යුහයක් පදනම් කොටගෙන බිහි වීමට හැකියාවක් ඇති දෙයකි. නමුත් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය තක්කාලිත ස්වරූපයෙන් බිහි වීම සමාජ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් හා සම්බන්ධය. විශේෂයෙන්ම මිනිසා ලෝකයට සම්බන්ධ කරන නූතනයේ පවතින ප්‍රබලතම ස්වරූපය වන ජනමාධ්‍යවේදය හා සම්බන්ධය. නූතන ජනමාධ්‍යවේදය වෙන්කළ නොහැකි ලෙස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය සමඟ සම්බන්ධය. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය මානව ක්‍රියාකාරීත්වයේ සියළුම ක්ෂේත්‍ර තුළම විසරණය වී ඇත. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය ජීවිතය යන්ත්‍රණයන්ගෙන් හරහා මානව පැවැත්මේ සියළුම අංශ පාලනයකට හා ආධිපත්‍යයකට ග්‍රහණය කරගෙන තිබේ. මිනිසුන්ගේ වාසස්ථානවල ඇදුම්වල ශෛලියේ සිට විනෝදාංශ වර්ග දක්වාද, මතවාදී කෝරා ගැනීමේ සිට පුද්ගලික හා ලිංගික ජීවිතයේ සම්බන්ධතාවන් දක්වාද සර්ව භෞමික වූ හා සර්වාධිකාරී වූ බලපෑමක් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය පවත්වා ගෙන යනු ලැබේ.

ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතිය අතර අන්තර් සම්බන්ධතාවය හැදෑරීමේ බටහිර ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශයන්ගේ දක්නට ලැබෙන පොදු දුර්වලතාවයන් අතර තාක්ෂණික මාධ්‍යවලට (මෙවලම්වලට) ප්‍රමුඛතාවයක්දීම සුවිශේෂය. තාක්ෂණය අධි ස්වභාවික බලයක් වශයෙන් සලකා සමාජීය බලපෑම අවතක්සේරුවට ලක්කරනු ලැබේ. බොහෝ බටහිර උගතුන් ජීවනවිචලරාශිකරණවාදය (Convergentism) සංකල්පය අනුගමනය කරමින් සන්නිවේදන මාධ්‍යය පද්ධතිවල විශ්වීය ජීවිතය භාවය පිළිබඳ අදහස ඉදිරිපත් කරති. නමුත් මාක්ස්වාදී සංකල්පයට අනුව මාධ්‍යයන් මධ්‍යස්ථව, උදාසීනව පවතියි. මාධ්‍යයන් ග්‍රාහකයින්ට බලපෑමේ ප්‍රමාණය, ස්වභාවය මට්ටම මූලික වශයෙන් රදාපවතින්නේ ජනමාධ්‍යවේදියාගේ ඉලක්ක මත සහ මාධ්‍යයන් තුළින් සම්ප්‍රේෂණය කරන තොරතුරු මගින් ඉදිරිපත් කරන හර පද්ධතිය මත බවය.

ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතිය අතර අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය අධ්‍යයනය කිරීමේ බටහිර සංකල්පවල දක්නට ලැබෙන තවත් විශේෂ ලක්ෂණයක් වන්නේ ජනමාධ්‍යයේ සන්දර්ශය පිළිබඳව සංස්කෘතිකවේදී, පොදු සෞන්දර්යවේදී හා කලාත්මක ප්‍රවේශයක් අනුගමනය නොකිරීමයි.

බටහිර සංස්කෘතික වේදය තුළ සන්නිවේදනය මගින් අදහස් කරනු ලබන්නේ විද්‍යුත් මාධ්‍ය තොරතුරුවල සන්නිවේදනාත්මක ශක්‍යතාවන්ගේ ගැටළුවක් ලෙසිනි. එය මිනිසාගේ සමාජීය හැසිරීමට බලපාන ආකාරය විමසා බැලීමට විශේෂ අවධානයක් යොමු කරනු ලැබේ. නිදර්ශනයක් වශයෙන් (Lasswell, McLuhan, Morin හා Schramm) යන සංස්කෘතිකවේදීන් ජනමාධ්‍යවේදයේ සමාජ-මනෝවිද්‍යාත්මක සුවිශේෂතාවයන් පිළිබඳව අධ්‍යයනය කොට තිබේ. එම සුවිශේෂතාවයන් ගුවන් විදුලියේ, සිනමාවේ හා රූපවාහිනියේ තොරතුරු සීමාවන්ගෙන් ඔබ්බට ගෙන යාමට ඔවුහු ප්‍රයත්න දරති.

ජනමාධ්‍යවේදය, සංස්කෘතිය සමඟ දක්වන අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය විශ්ලේෂණය කරන විද්‍යාවාදී (Scientism) සංකල්පය ග්‍රාහකයාගේ මනෝ-කායික හා සමාජ-මනෝවිද්‍යාත්මක විශේෂතාවයන් සැලකිල්ලට ගෙන තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කරනු ලබන තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් කෙරෙහි සුවිශේෂ අවධානයක් යොමු කරනු ලැබේ.

වත්මන් සමාජය තුළ ජනමාධ්‍යවේදය ආධාරයෙන් සමාජ-සංස්කෘතික අත්දැකීම් සම්ප්‍රේෂණය හා සංස්කෘතික සම්ප්‍රදායන් පවත්වාගෙන යාම සිදුවේ. මෙහිදී වැදගත් ප්‍රශ්න දෙකක් මතු වේ.

1. සම්ප්‍රදායික-මානවභිතවාදී සංස්කෘතිය ව්‍යාප්ත කිරීමටත් ඒ පිළිබඳව තිබෙන අවබෝධය ගැඹුරු කිරීමටත් ජනමාධ්‍යවේදය කොතෙක් දුරට ඉවහල් වන්නේද?
2. ජනමාධ්‍යවේදය පාදක කොට ගෙන හැඩගැසෙන සංස්කෘතිය, වර්තමාන පුද්ගලයෙකු බිහි කිරීමේ ගැටළුව කේන්ද්‍ර කර ගෙන ක්‍රියාත්මක වන සම්ප්‍රදායික මානවභිතවාදී සංස්කෘතියට දක්වන සම්බන්ධතාව කුමක්ද?

වර්තමාන ජනමාධ්‍යවේද තාක්ෂණය මිනිසා හා ඔහු අවට පරිසරය පිරිහීමකට පත් කිරීමට සමත් බව සමහර බටහිර විශේෂඥයෝ පෙන්වා දෙති. එම නිසා මනුෂ්‍ය සංස්කෘතියේ හර පද්ධතිය සංවිත කර ගැනීමේ හා ආරක්ෂා කරගැනීමේ ප්‍රශ්නය මතු වේ. මේ සඳහා නූතන සන්දර්භය-තුළ ජනමාධ්‍යවේදයේ කාර්යභාරය හොඳින් අධ්‍යයනය හා අවබෝධ කර ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. එසේම මිනිසාගේ සමාජීය හා අධ්‍යාත්මික ස්වභාවය හැඩගැසීමෙහිලා එහි දායකත්වය සොයා බැලිය යුතුය. අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදයේ බලපෑම හේතු කොට ගෙන නූතන මිනිසාගේ අධ්‍යාත්මික ස්වභාවය වෙනස් වන අතර ඔහුගේ පුද්ගලික,

ආත්මීය ලක්ෂණ නැතිවී යාමේ තත්ත්වයක් උද්ගතව ඇත.

ජනමාධ්‍යවේදයේ බලපෑම මිනිසා තිහඩ අවිඤානික, අවේකනික තත්ත්වයකට ඇද දමන බවත් ජනමාධ්‍ය පුද්ගලයාගේ පෞරුෂත්වය අවබෝධ කර ගැනීමට අවශ්‍ය කරන ශක්තිය නොදෙන බවත් මැක්ලූහන් පෙන්වා දෙයි. (McLuhan m. Culture is our Business N.Y, Toronto 1970) ජනමාධ්‍යවේදය තුළ මිනිසා, සිය චින්තනයේ විවේචනාත්මක ස්වභාවය නැති කර ගන්නා බවත්, ජනමාධ්‍යවේදය මිනිසාගේ සෞන්දර්යාත්මක සම්මත නිර්ණායක පද්ධතියේ ප්‍රමාණය අවම කිරීමටත් හේතු වන බව ලසාර්ස් හිල්ඩි හා මෙර්ටන් පෙන්වා දෙයි.

මේ අනුව පෙනී යන්නේ ජනමාධ්‍යවේදයේ ධනෝත්පාදක (බටහිරවාදී ස්වරූපය) මනුෂ්‍යාගේ සංස්කෘතික ප්‍රගතියටත්, පුද්ගල සංස්කෘතික චරිත පුනරුත්ථාපනයටත්, මිනිසාගේ අධ්‍යාත්මය පෝෂණය කිරීමටත් උපස්ථම්භක නොවන බවය.

නූතන ජනමාධ්‍යවේදය මගින් ආධ්‍යාත්මික පරාධීනත්වයකට පත්කොට සාමාන්‍ය පාරිභෝගිකවාදී වාතාවරණයක් තුළ තබන්නේය. මෙය මෙසේ සිදුවන්නේ ඇයි? ඇත්ත වශයෙන් “සංස්කෘතිය-මිනිසා-ජනමාධ්‍යවේදය” යන පද්ධතියේ සම්බන්ධතාවය කෙසේ සකස් විය යුතුද? එම පද්ධතියේ සම්බන්ධය ප්‍රාග්ධනයේ නියාමයන්ට අනුව පාලනය වීමට ඉඩ හැරිය යුතුද? එසේ නොවේනම් ඒ සඳහා යම් විකල්පයක් ගොඩනඟා ගත යුතුද?

සංස්කෘතික නිෂ්පාදන ක්ෂේත්‍රය පමණක් ප්‍රාග්ධනයේ නියාමයන්ගේ බලපෑමෙන් විනිර්මුක්ත කිරීමෙන් මෙය කල නොහැකි බව පැහැදිලිය. බටහිර සංකල්ප තුළින් මේ ගැටළුව කිසිදාක විසඳිය නොහැකිය. ඔවුන් මෙම ප්‍රශ්නය මතු කරන්නේ ඔවුන්ගේ ජීවිතයේ යථාර්ථය ස්පර්ශ කරන සැබෑ ප්‍රශ්නයක් ලෙස

නොව ඔවුන්ගේ පැවැත්ම තහවුරු කරන දෘෂ්ටිමය ප්‍රශ්නයක් වශයෙනි. මේ අනුව “සංස්කෘතිය-මිනිසා-ජනමාධ්‍යවේදය” යන පද්ධතියේ වත්මන් තත්ත්වය බටහිර සමාජය සඳහා අර්බුදයක් නොව සාමාන්‍ය දෙයකි. එය අර්බුදයක් ලෙස පෙන්වීමට දරන ප්‍රයත්නය තුළ නිලීනව ඇත්තේ වෙනත් අරමුණකි. කොතෙකුත් ලංකාවේ ජනමාධ්‍යවේදය තුළ බටහිර සමාජය පිළිබඳව දක්නට ලැබෙන විවේචනයක් වන්නේ එය සංස්කෘතික හා සදාචාරාත්මක වශයෙන් පරිහානියට ලක් වී ඇති බව බටහිර සමාජය විශේෂයෙන්ම ඇමරිකානු සමාජය සිය ඉතිහාසයේ දැවැන්ත අධ්‍යාත්මික හා සදාචාරාත්මක අර්බුදයකට මුහුණපා ඇති අතර එම සමාජ ඉතා ඉක්මනින් විනාශ වී යා හැකි බවයි. නමුත් මෙවැනි විවේචන ඇමරිකානු සමාජයට සාපේක්ෂව බලන විට සත්‍යයෙන් තොර, මතවාදී ප්‍රකාශන පමණි. මක් නිසා ද යත් ඇමරිකානු සමාජයේ සාමාන්‍ය තත්ත්වය ඒ වන බැවිනි.

මේ අනුව ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ බටහිර ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශ ආසියාවේ, අප්‍රිකාවේ හා ලතින් ඇමරිකානු රටවල සම්ප්‍රදායික සංස්කෘතික පද්ධති අධ්‍යයනය කිරීමට කිසිසේත්ම ප්‍රමාණවත් නොවේ. මෙයට ප්‍රධාන හේතුව වන්නේ ඒ ඒ සංස්කෘතියේ නිර්මාණය වී ඇත්තේ අදාල “මානව ද්‍රව්‍යයේ” ස්වභාවය අනුව වීමය. නමුත් බටහිර සංස්කෘතික වේදය ඒ ඒ මානව ද්‍රව්‍ය

සුවිශේෂතාවයන් ගැඹුරින් විශ්ලේෂණය නොකර, නූතන ජනමාධ්‍යවේදයේ හා තාක්ෂණයේ බලපෑම තුළින් විවිධ ජාතික සංස්කෘතීන් තුළ ඇති විවිධත්වය, විෂමතාවන් නිශේධනය වී ගොස් එකම මානව සංස්කෘතියක් නිර්මාණය වන බව අවධාරණය කරයි. මේ අනුව මානව වර්ගයා එකම සමාජ-ආර්ථික හා දේශපාලන තලයකට ක්‍රමිකව පරිණාමය වන බව බටහිර මතවාදයේ කේන්ද්‍රීය සංකල්පයකි. මෙය ඒක උච්චතලරාශිකරණවාදය ලෙස හැඳින්වේ. මානව වර්ගයාගේ සංස්කෘතික ක්ෂේත්‍රයට එම සංකල්පය අදාල වේ. එවිට එය සංස්කෘතික ඒකඋච්චතලරාශිකරණ වාදය වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය. විද්‍යා-තාක්ෂණික විප්ලවයේ වර්ධනය, විශේෂයෙන්ම ජනමාධ්‍යවේදයේ, අධිවේගී සන්නිවේදන ක්‍රමයන්ගේ හා තාක්ෂණයේ වර්ධනයට සමගාමීව ලෝකයේ පවතින විවිධ සංස්කෘතීන්, මතවාද, සමාජ-දේශපාලන ක්‍රමයන් අතර පවතින විෂමතා හා වෙනස්කම් ක්‍රමානුකූලව නිෂේධනය වී ගොස් ඒකමාන ගෝලීය සමාජයක් බිහි වන බවයි. මෙම සංකල්පය තුළ ජනමාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය විද්‍යා-තාක්ෂණික සාධකයට පමණක් උනන්දු කිරීම බරපතල ක්‍රමවේදී අඩුපාඩුවකි. මෙහිදී නොසලකා හරිනු ලබන වැදගත් කාරණයක් වන්නේ, ජනමාධ්‍ය යනු තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන්ගේ වර්ධනයේ හා ව්‍යාප්තියේ ප්‍රතිඵලයක් පමණක් නොව එය නිශ්චිත-ඓතිහාසික අවශ්‍යතාවන් අනුව බිහි වන සංස්කෘතිකමය ප්‍රභවයක් බවය. ■

1. At all you one world, Multiple Cultures, Jervarg J., Lie R. (eds) Media and Politics in Transition Cultural Identity in the Age of Globalization p. 25