

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය හා ජනමාධ්‍ය.

(ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය සංකල්පය පිළිබඳ දේශීය මූලාශ්‍ර ඇසුරින් කරනු ලබන පර්යේෂණාත්මක අධ්‍යයනයකි.)

ඩබ් ඩී. සෙනවිරත්න

MACO/ R/ 51/98

කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ.

සමාජීය විද්‍යාපීඨයේ ජනප්‍රියවේදන පිළිබඳ සමාජීය විද්‍යාපති පර්යේෂණ උපාධිය සම්පූර්ණ කරනු වස් ඉදිරිපත් කරනු ලබන ස්වාධීන නිබන්ධයකි.

- 2000 - නොවැම්බර්

නිබන්ධ සාරාංශය

ලෝකය පුරා සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ නව ප්‍රවණතාවක් ලෙස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය ඉස්මතු වී තිබේ. සන්නිවේදනයේ විනෝදාස්වාදය නැමැති අරමුණ පදනම් කරගෙන ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය ව්‍යවහාරයට පැමිණ ඇත. සාම්ප්‍රදායික හා නූතන සන්නිවේදන විෂය ක්ෂේත්‍රය අධ්‍යයනය කිරීමෙන් මෙය පැහැදිලි වේ.

ජනමාධ්‍ය නිර්මාණය සම්මත ක්‍රමවේදයන් ඔස්සේ කරනු වෙනුවට අසම්මතක්‍රමවේදයන් ඔස්සේ විකාශය වී තිබේ. එහි අභිප්‍රාය වී තිබෙන්නේ මනමෝහනීය ලෙස ජනතාවට වඩාත් සම්පවීමයි. නූතන ජනමාධ්‍ය සංස්කෘතියේ ආකෘතිය සැකසී තිබෙන්නේ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිකාංග මූලික කරගෙනය. එය ප්‍රචාරකවාදී ලෙසත්, වාණිජවාදී ලෙසත් විරෝධාකල්ප මුහුණුවරකින්, අනුකරණාත්මක ස්වභාවයකින් සමාජයේ හැසිරෙනු දැකිය හැකිය.

සංස්කෘතියේම දැකියහැකි නව ප්‍රවණතාවක් ලෙස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය හැඳින්වීම නිවැරදි වේ. ඒ පිළිබඳ අවබෝධ කරගත හැක්කේ සංස්කෘතිය සංකල්පයේ මූලිකාංග හා ඒවායේ ස්වභාවයද නිවැරදිව අවබෝධ කරගැනීමෙනි. මානව සමාජය ආරම්භයේ සිටම සංස්කෘතියේ භෞතිකමය අංග වර්ධනය වීමෙන් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිකාංග බිහි වී ඇතැයි පිළිගත හැකිය. භෞතික සංස්කෘතිය වශයෙන් ගැනෙන මිනිසාගේ උපකරණ හා මෙවලම්වල දියුණුව මේ සංකල්පය වර්ධනය හා ව්‍යාප්තිය කෙරෙහි බල පෑ ප්‍රධාන සාධකයකි. තාක්ෂණය දායාද කොටගෙන බිහිවෙන ජනමාධ්‍ය මෙවලම් සංස්කෘතියේ ව්‍යාප්තියටත්, ජනප්‍රිය සංස්කෘතියේ බිහිවීමටත් හේතුවක් විය. මෙකී සංස්කෘතික වෙනස්වීම් සහ ව්‍යාප්තිය තුළ මිනිසාගේ පැරණි ජන සංස්කෘතිකාංග නව ආරකින් නිර්මාණශීලීව සමාජයට ප්‍රාග්ධා දීමටද ජනමාධ්‍ය ඉවහල් වේ.

පවතින සංස්කෘතියේ අංග හා නව සංස්කෘතිකාංග අතර විටෙක ගැටුම් ඇතිවෙනු දැකිය හැකිය. එකී ගැටුම් සංස්කෘතියේ ප්‍රතිසංස්කෘතික අංග ලෙස එකතු වෙන අතර පසුකාලීනව විරෝධාකල්ප ලෙස ගොඩනැගෙන සමාජ වර්ගාවන්ද සමාජයේ ප්‍රචලිත වේ. ජනමාධ්‍ය ඔස්සේ ප්‍රවේශවන නව සංස්කෘතිකාංග ජනයා සමඟ එකට වැඩෙමින් ස්ථාපිත වේදැයිද සිතිය හැකිය.

නූතන දේශීය සමාජයේ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය බටහිරින් මෙරටට පැමිණි සංකල්පයක් ලෙස සාකච්ඡා කිරීම දැකිය හැකිය. එය පිළිගැනීමට අපහසු කරුණකි. මානව සමාජ පරිණාමය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේදී සංස්කෘතියද එකී සමාජය ආරම්භයත්

සමඟ විකාශය වන්නක් බව පෙනේ. මෙකී සංස්කෘතිය මිනිසාගේ ආගමික, දාර්ශනික, ඓතිහාසික හා තාක්ෂණික සාධකවල බලපෑමෙන් හැඩගැසී තිබේ.

සම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයේ එන දේශීය ජනශ්‍රැතිකාංග පිළිබඳව හැදෑරීමේදී පෙනීයන්නේ ජනප්‍රිය සංස්කෘතික සංකල්පයේ මූලික ලක්ෂණ ඒවා තුළ අන්තර්ගතව තිබෙන බවකි. එහෙත් නූතනයේ මෙන් එකී ජනප්‍රිය අංග ප්‍රචලිත නොවීමට හේතු වූයේ උපකාරක මාධ්‍යයන්ගේ පැවැති සීමාන්විත භාවයයි. පැරණි ජන සංස්කෘතියේ එන විනෝදාස්වාදන මාධ්‍යයේ ජනප්‍රිය අංග හා නූතන ජනප්‍රිය අංග අතර පැහැදිලි සම්බන්ධතාවක් දිස් වේ.

දේශීය ජන සමාජයේ සාහිත්‍ය කලාව හා සම්බන්ධ ජනප්‍රිය සංස්කෘතික අංග ජනමාධ්‍ය තාක්ෂණය ඔස්සේ ජනප්‍රිය සංකල්පයක් බවට පත් වී තිබේ. මේ පිළිබඳව දේශීය සමාජයේ සාකච්ඡා වන්නේ 1970 දශකයේ අගභාගයේදී හා 1980 දශකයේ මුල්භාගයෙන් පසුවය. මේ සංකල්පය සාහිත්‍යය මාධ්‍ය නිර්මාණ හා සංගීතය වැනි ක්ෂේත්‍ර පදනම් කරගෙන සාකච්ඡා විය. විනෝදාස්වාදය මුල්කරගත් ජනප්‍රිය සංකල්පය සමස්ථ සමාජ වර්ගාවන්, වෙළඳපල බලවේග, බහුජන පදනම තීරණය කිරීමේ බලවේගයන් බවටද පත්විය.

දේශීය වශයෙන් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය විවිධ දෘෂ්ටිකෝණයන්ගෙන් සාකච්ඡා වුවද එය මානව සමාජ විද්‍යාත්මකව, මනෝ විද්‍යාත්මකව හා සන්නිවේදන විද්‍යාත්මකව අධ්‍යයනය කොට නොතිබීම හා එකී සංකල්පයේ ස්වභාවය නිවැරදිව හඳුනාගෙන නොතිබීම අධ්‍යයන ගැටළුවක් සේ පෙනේ. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය දේශීය ජන සංස්කෘතිය ඔස්සේ විකාශය වූවක් ලෙස විද්‍යාත්මකව අධ්‍යයනය කර නොමැත. එය විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනය කිරීම අධ්‍යයන අවශ්‍යතාවයකි.

මෙම ගැටළුව අධ්‍යයනයේදී පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය ලෙස දේශීය සන්නිවේදන මූලාශ්‍ර හා නූතන මාධ්‍ය නිදසුන් කිහිපයක් පදනම් කරගැනීමි. දේශීය වශයෙන් ප්‍රචලිත ජනශ්‍රැතිකාංග කීපයක් හා සම්භාව්‍ය සාහිත්‍යයේ ජනප්‍රියව පැවැති සාහිත්‍යාංග කිහිපයක්ද යොදාගනු ලැබූයේ ජනප්‍රිය සංස්කෘතික සංකල්පය සම්භාව්‍ය සාහිත්‍යය හා ජනශ්‍රැතිය තුළද දෘෂ්‍යමාන ප්‍රකාශන රීතියක් බව පෙන්වා දීමය.

පුස්තකාල අධ්‍යයනය මගින් ජනප්‍රිය සංස්කෘතික සංකල්පය පිළිබඳව හැදෑරීමට දේශීය සම්භාව්‍ය සාහිත්‍ය කෘති හා දේශීය ජනශ්‍රැතිය පිළිබඳව ලියවුණු සමකාලීන ග්‍රන්ථ ඇසුරු කර ගැනීමි. මෙයින් උත්සාහ කළේ දේශීය සන්නිවේදන මූලාශ්‍රවල ජනප්‍රිය අංග කොතෙක් දුරට යොදාගෙන තිබේද යන්න අධ්‍යයනය කිරීමටය. ජනප්‍රිය

සංස්කෘතිය පිළිබඳව සෘජුව ලියවුණු විද්‍යාත්මක කෘති නොමැතිවීම දේශීය මූලාශ්‍ර අධ්‍යයනයේදී පැන නැගුණු ගැටළුවකි. එම නිසා මේ පිළිබඳව අධ්‍යයනය කරන පුරෝගාමී පර්යේෂණයක් ලෙස හැකිතාක් ලිඛිත සාධක හා නූතන මාධ්‍ය නිදසුන් කිහිපයක් උපයෝගී කරගෙන පර්යේෂණ අරමුණ සාධනය කිරීමට උත්සාහ කළෙමි.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය පිළිබඳ කෙරුණු මූලාශ්‍ර පර්යේෂණයේදී එකී සංකල්පය දේශීය සමාජය තුළ අතීතයේ සිට පැවත එන්නක් බව ප්‍රත්‍යක්ෂවිය. පැරණි ජන සංස්කෘතිය තුළ ජනයාට ආවේණික ජනප්‍රිය සංස්කෘතික අංග පැවැති අතර උපකාරක මාධ්‍ය වල පැවති සීමාන්විත භාවය නිසා ඒවා ප්‍රචලිත වීමක්ද නොවීය. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය අසම්මත ක්‍රමවේදයන් නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය ඔස්සේ භාවිතයට ගැනීමෙන් බිහි වූවකි. එය කලාව සාහිත්‍යය හා ජනමාධ්‍යයේද හැඩය, ආකෘතිය, භාෂාව, වර්ණය, රිද්මය ආදී භාවිතයන් කාලීන සමාජ රිද්මයට අනුව වෙනස්වෙමින් ව්‍යාප්ත වේ.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතියේ ලක්ෂණ ලෙස පැරණි සන්නිවේදන මාධ්‍ය තුළ හා නූතන මාධ්‍ය තුළ දැකිය හැක්කේ ත්‍රාසය, සංත්‍රාසය, භාසා, ලිංගිකත්වය, චිරත්වය, අධිමානව බලවේග, වර්ණය, සරල බස් වහර හා රිද්මය වැනි අංග හඳුනාගත හැකිය. මේවා ආගමික විශ්වාස ඇදහිලි හා ජන චිත්තනය ඔස්සේ වර්ධනය වී තිබේ. ග්‍රාහකයා මෝහනයට පත්කිරීම හා ඔවුන්ට සම්පවීමේ උපක්‍රමයක් ලෙස නිර්මාණශීලී සන්නිවේදකයින් ජනප්‍රිය සංස්කෘතිකාංග යොදා ගනී. මේ සංකල්පය නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේදී බැහැරකළ නොහැකිය. ඊට හේතුව බහුජන පදනම සහ වාණිජමය පදනම ඒමත රඳා පැවතීමයි. මේ සංස්කෘතිය තුළ ජාතික සංස්කෘතික, වාර්ගික සීමා බන්ධන ඉක්මවා යන ස්වභාවයක් දෘෂ්‍යමාන වේ. එම නිසා එය විශ්ව ව්‍යාප්ත සංස්කෘතියක් ලෙස භාවිත කළ හැකි අතර සාර සන්නිවේදන සංකල්පය යොදාගැනීමේදී යහපත් සමාජ සන්නිවේදනයක් සඳහා උපයෝගී කරගැනීම යෝග්‍ය වේ යන්න අධ්‍යයනයේදී සාධනය වූ කරුණකි.