

පළමු පරිච්ඡේදය : හැඳින්වීම

1.1 පර්යේෂණය හැඳින්වීම

සකල වීඛ සත්ව වර්ගයා ප්‍රමුඛ මනුෂ්‍ය සංහතිය දියුණුව කරා ගමන් කරන්නේ ඉහෙනුම්, අත්දැකීම්, හැදෑරීම් තුළින් ඇතිවන පෙළඹවීම් ක්‍රියාවට නැංවීමෙනි. පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය නමැති විෂය ක්ෂේත්‍රය ගත් කල්හි එය පෙළඹුම්කාරකයක් ලෙස ළමා ඉතුරුම් ප්‍රවර්ධනයට යොදාගත හැකිද යන ගැටළුව අප හමුවේ පවතී. බැංකුකරණයේ විජලව ඇති වේමින් පවතින යුගයක ඉතුරුම් පිළිබඳ කාගේත් අවධානය යොමුවීම ස්වාභාවිකය. මෙම තේමාව පිළිබඳ සොයා බැලීම කාලෝචිත වන්නේ එහෙයිනි. පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යොදා ගැනීම තුළ ළමා ඉතුරුම් කෙරෙහි පෙළඹවීමක් ඇති වන්නේදැයි සන්නිවේදනාත්මක අධ්‍යයනයක යෙදීමට මෙහිදී අපේක්ෂිතය.

ශිෂ්ටාචාරයේ යුගයෙන් යුගය පසු කරමින් මානවයා ඉදිරියට පැමිණ ඇත. ඉතිරි කිරීම යනු , මානවයා ශිෂ්ටාචාරගත වීමේ තවත් එලයකි. ඉතිරි කිරීම සඳහා අතිරික්තයක් තිබිය යුතුය. ලැබෙන හෝ ලබා ගත් සියල්ල පරිභෝජනය නොකර කොටසක් ආරක්ෂා කිරීම ඉතිරි කිරීම ලෙස සරලව ගත හැකිය. ලබා ගත් හෝ සපයා ගත් ආහාර පරිභෝජනයට ගෙන ඉතිරි කොටස එතැනම දමා යාමේ නොසැලකිල්ල කාලයත් සමඟ මගහැරීණි. එම කොටස සංරක්ෂණය කිරීම මතු යහපත පිණිස හේතු වේ යැයි තේරුම් ගන්නට තරම් මිනිස් මොළය වර්ධනය විය. එපමණක් නොව, සම්පත් හිතවීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ආපදා අවස්ථාවක යමක් ඉතිරිකරගත යුතුය යන හැඟීම ඇති වන්නට විය. හුවමාරු කර ගැනීමේ සංස්කෘතිය දියුණු වෙද්දී "මුදල" නැමැති අන්තර් මාධ්‍ය භාවිතයට එළඹුමත් සමඟ ඉතිරිකිරීමට නව පණක් ලැබුණි. "වර්තමාන ලෝක තත්ත්වයන් පිළිබඳ සවිඥානිකව විමර්ශනය කරන විට හඳුනාගත හැකි වැදගත් සංසිද්ධියක් නම් මිනිසාගේ සකලවිධ ආර්ථික, සාමාජික හා සංස්කෘතික ක්‍රියාවන්ගේ වටිනාකම් නිර්ණය කිරීමේ දී උපස්ථම්භක කරගනු ලබන ප්‍රබලතම නිර්ණායකය බවට අද වන විට මුදල් නැමැති සංරචකය පත් වී ඇති බවයි." (වික්‍රමසිංහ, සටහන 2009 මාර්තු/අප්‍රේල්, පිටුව 10)

"එකෙන හොගෙ භූංජෙතය

ද්විහි කමම පයොජයෙ

චතුකථාව නිධාපෙය

ආපදාසු හවිසසති" (බුදුරජාණන් වහන්සේ, සිඟාලෝවාද සූත්‍රය)

උපයන ධනයෙන් කොටසක් ඉතිරි කළ යුතු ආකාරය බුදුරදුන් විසින් ද සිඟාලෝවාද සූත්‍රයේ දී වදාළ අයුරු ඉහත ගාථාවේ දැක්වේ. වර්තමානය වන විට ඉතිරි කිරීම ද වාණිජකරණයට ලක් වී තිබේ.

ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, රැකියාවේ ස්වභාවය ආදී විවිධ බේදීම් ඔස්සේ ඉතිරි කිරීමේ පුරුද්ද වර්ග කිරීමට වත්මන් වාණිජ බැංකු පසුබට වී නැත. වයස අනුව ප්‍රභේද කිරීමේ දී බාලවයස්, වැඩිහිටි ලෙස දෙඅංශයකි. අවුරුදු 18 ට අඩු පිරිස ළමයින් ලෙස හඳුනා ගැනේ. ළමයින් විසින් කරනු ලබන හෝ ළමයින් සඳහා වැඩිහිටියන් විසින් කරනු ලබන ඉතුරුම් ළමා ඉතුරුම්ය. ළමා ඉතුරුම් ප්‍රමාණාත්මකව සහ ගුණාත්මකව වැඩි දියුණු කිරීම තුළින් මුදල් සංචිත වර්ධනය කර ගැනීමට බැංකු ක්ෂේත්‍රය වැඩි උනන්දුවක් දක්වන අයුරු පෙනෙන්නට තිබේ.

යම් කිසි දෙයක් කිරීමේ දී ඒ සඳහා පෙළඹවීමක් හෙවත් අභිප්‍රේරණයක් සිදු විය යුතුය. "අභිප්‍රේරණය මගින් කිසියම් පුද්ගලයෙකු තුළ හෝ ඔහුගේ වර්ගයේ යම් නිශ්චිත සහ පරමාර්ථ ඉලක්ක කර ගත් ස්වභාවයක් හෝ බලයක් ජනිත කරනු ලැබේ." (කළුආරච්චි, 65 පිටුව.)

අභිප්‍රේරණය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ "කිසියම් පුද්ගලයකුගේ භෞතික හෝ මානසික සාධක ක්‍රියාත්මක වීම තුළින් ඔහු හෝ ඇය කෙරෙහි කරනු ලබන්නා වූ බලපෑමක්" යන්නයි. (කළුආරච්චි, 65 පිටුව.)

අභිප්‍රේරණය අවශ්‍යතා තෘප්ත කිරීමේ ක්‍රියාවලියක් ලෙස (a need satisfying process) හැඳින්විය හැකිය. අවශ්‍යතාවයක් යනු , කිසියම් ආශා කරනු ලබන්නා වූ ප්‍රතිඵලයක් ලබා ගැනීම උදෙසා අභ්‍යන්තරිකව ඇති වන්නා වූ තත්ත්වයකි. අභිප්‍රේරණ ක්‍රියාවලිය ආරම්භ වන්නේ යම් තෘප්තීමත් නොවූ අවශ්‍යතාවයක් (an unsatisfied need) ඇති වීම තුළිනි. උදාහරණයක් ලෙස දක්වන්නේ නම් පිපාසය දැනීම නිසා ජලය පානය කිරීම නමැති අවශ්‍යතාවය ඇති වීම දැක්විය හැකිය.

පෙළඹවීම ඇති කරන හේතු සාධක "පෙළඹුම්කාරක" නම් වේ. යම් කිසි දෙයක් කිරීම පිණිස ආකර්ෂණයක් ඇති කරනුයේ පෙළඹුම්කාරක වීමෙනි. ඒවා මතුපිටින් පෙනෙන ක්‍රියාවලියට යටින් දිවෙන උපක්‍රමශීලී භාවිතයක් ලෙස යම් අයුරකින් හැඳින්වීමට ද පුළුවන. දෘශ්‍යාධාර භාවිතය, විවිධ ක්‍රීඩා මගින් ඉගෙන ගැනීම, නාට්‍යානුසාරී ක්‍රම භාවිතය ආදිය සඵලදායී ඉගැන්වීම් කාරක ලෙස යොදා ගන්නවා සේම පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය ළමා

ඉතුරුම් පුවර්ධනයට පෙළඹුම්කාරකයක් ලෙස යොදා ගැනීමේ ශක්‍යතාවය පිළිබඳව පර්යේෂණයට ලක් කිරීම කාලෝචිතය.

පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යනු අන්තර්පුද්ගල (Inter personal) වශයෙන් මුහුණට මුහුණ ලා කෙරෙන සන්නිවේදනය බව සන්නිවේදන පර්යේෂකයෝ පවසති. සන්නිවේදකස්ථානයේ සිට ග්‍රාහකස්ථානය දක්වා සාර්ථක සන්නිවේදනයක් සිදු වී නම් ඊට අදාළ ප්‍රතිපෝෂණය (feedback) ලැබිය යුතු බව ප්‍රායෝගික දෙයකි. එසේම ග්‍රාහකස්ථානයේ යම් වෙනසක් සඳහා බලපෑමක් සිදු වී තිබිය යුතුය. අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය, අන්තර්වර්ගී සන්නිවේදනය, කණ්ඩායම් සන්නිවේදනය, ජනසන්නිවේදනය ලෙස සන්නිවේදනය පොතපතෙහි වර්ග කර දක්වා ඇත. මේ අතරින් පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යටතට ගැනෙන සන්නිවේදන ක්‍රම කෙතරම් ප්‍රතිඵලදායකදැයි අධ්‍යයනය කිරීම වටී.

සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය තුළ කෙතරම් පර්යේෂණ සිදු වුවද නූතන ජනසන්නිවේදන දියුණුවත් සමඟ නව මාධ්‍යයන් පිළිබඳ සොයා බලනවා වීනා පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය පිළිබඳ අධ්‍යයනයේ යෙදීම යාපේක්ෂව අඩු බව පෙනෙයි. මෙබඳු දුර්ලභ පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයක් අධ්‍යයනයට හසුකර ගැනීම ප්‍රතිඵලදායක වෙනැයි බලාපොරොත්තු වෙමි. ළමයින්ගේ දැනුම, කුසලතා හා ආකල්ප වශයෙන් ප්‍රජානන, ආවේදන හා මනෝවාලක යන ක්‍රීඩා අංශය වඩාත් ගැඹුරින් හා නිරවුල්ව, වඩාත් පහසුවෙන් ස්පර්ශ කරන මාධ්‍යයක් ලෙසින් පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යොදා ගත හැකි දැයි මෙහිදී පර්යේෂණයට ලක් කෙරේ. ළමා ඉතුරුම් පුවර්ධන පෙළඹුම්කාරකයක් ලෙස පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යොදා ගැනීමේ අදාළත්වය සන්නිවේදනාත්මක අධ්‍යයනයකට බදුන් කිරීම කාලීන සමාජ පසුබිමත් සමඟ ගත් කල්හි නව ක්ෂේත්‍රයක සන්නිවේදනාත්මක පර්යේෂණයක් වනු ඇත.