Summary

Some approaches on the Psychological Basis of Mediology

8

Dr. L.T. Weerasighe

The Article discusses the four psychological concepts which based on the mediological processes. It analyses the following psychological concepts: Behavioural concept, cognitive interpretation concept, gestalt psychology concept and psychoanalytical concept

Behaviourism rejects consciousness as a subject of scientific study and reduces the mind to various forms of behaviour. The question of the organic relation of reaction and stimulus factors occupies an important position in the psychological concept of behaviourism. According to behaviourist psychology is the prediction of reaction to stimulus affecting the organs of sense.

The cognitive concept of psychology showed that the human behaviour determined by the knowledge which is main factor of human activity. The interpretation of social behaviour from the point of view of cognitive processes of the individual is its basic principle. The Theory of cognitive balance is based on the proposition that the main motivating factor of individual behaviour is the demand for the establishment of correspondence, a balance of his cognitive structure. The human memory does not simply store away information. Rather, information is organized according to preexisting structures.

The gestalt psychology; implied the primacy of the perceptual structure as a whole, irreducible to the sum total of its elements. Within gestalt psychology, the form,

pattern was recognized to be under determined by constituent parts available in proximal stimulus. Form is taken as the primitive unit of perception which is no more than hypotheses base on information sphere of mass media or mediology.

From the view point of psychoanalytical concept, man is essentially an asocial and biopsychological being. His behaviour is controlled by the two principles: " principle of pleasure" considering mainly the manifestation of sexual urge and the " Principle of reality" resulting from the demands of society to suppress sexual instincts as shameful forbidden.

Mass media as a whole cannot be thoroughly studied without examining psychological content in which it takes place.

Social psychology, which plays an increasingly larger role in contemporary mass media. The view of the social psychology as the most important area of mass media which also demonstrates a great interest in social psychology.

In a broad sense, the mass mediological process is determined by the socio — economic base and founded on the interaction of all forms of social consciousness. In a narrower sense, it is a form of abstract conceptual activity which is based on particular ideological assumptions which reflect the interests of a particular social structure, Therefore we can be consider mass media an organic part of social consciousness, namely, a form of social consciousness.

An important area of the mass media presenting an interest and need of socio — psychological research is the system of mass information and propaganda media. The problematics of socio — psychological studies

in this sphere very important for the journalist in his practical work.

The analysis of mass media a process of people's cognition of are another shows that the formed social orientation preceding the perception plays a significant role in this cognition, and it can be considered as a unique factor of suggestion in the given context.

The basic set of problems studied here involves following: the effectiveness of Journalist, the specifics of the audience and its perception of the information, the art of oration, the skill of the Journalist and his role as a factor of effective influence on the audience, the problem in establishing a psychological contact with the audience.

In all of these concepts an attempt was made to explain the social activity of the mass media, most of all through the correlation of the logical and alogical, the rational and irrational, which is itself is very important. ■

8

ජනමාධ්‍යවේදයේ මනෝවිද්‍යාත්මක පදනම පිළිබඳ විවිධ ප්‍රවේශ

ආචාර්ය විපුල් විජේසිංහ

ජනමාධ්‍යවේදය සමාජ විඥානයේ ස්වරූප අතර සුවිශේෂ ස්වරූපයක් වශයෙන් සැලකිය හැකිය. ජනමාධ්‍යවේදය ක්‍රියාත්මක වන්නේ සාමාජීය තොරතුරු ක්ෂේත්‍රය පදනම් කොට ගෙනය. සමාජීය තොරතුරු ක්ෂේත්‍රය පාදක කොට ගෙන නිර්මාණය වන ජනමාධ්‍යවේදය සමාජ විඥානයේ සෙසු ස්වරූප සමග අවියෝජනීය සම්බන්ධතාවක් දක්වයි. සමාජ විඥානයේ සෙසු ස්වරූප වන දේශපාලනය, විද්‍යාව, කලාව, නීතිය, ආගම, සදාචාරය, දර්ශනය ආදිය අතර ඒකාග්‍රතාවක් සහ අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාවක් නිර්මාණය කිරීමේදී ජනමාධ්‍යවේදයට පැවරෙන්නේ සුවිශේෂ වූ කාර්යභාරයකි. මේ සඳහා ජනමාධ්‍යවේදය සමාජ විඥානයේ සියලුම ක්ෂේත්‍ර ස්පර්ශ කරනු ලැබේ. සමාජ විඥානයේ ඒ ඒ ක්ෂේත්‍රවලට අවතීර්ණය වීම සඳහා ජනමාධ්‍යවේදය විවිධ වූ ප්‍රවේශ අනුගමනය කරයි.

මේ නිසාම ජනමාධ්‍යවේදයේ මනෝවිද්‍යාත්මක පදනම හා ප්‍රවේශයන් විමසා බැලීම ඉතාම වැදගත් කාර්යයක් වන්නේ එය එම විෂය පුරාම ව්‍යාප්ත ව පවතින බැවිනි. එසේම ජනමාධ්‍යවේදයේ ස්වභාවය වටහා ගැනීම සඳහාත් එය කාර්යක්ෂමව හා සඵලව භාවිත කිරීම සඳහාත් එහි මනෝවිද්‍යාත්මක ස්වභාවය අවබෝධ කර ගත යුතුය.

ජනමාධ්‍යවේදයේ මනෝවිද්‍යාත්මක පදනමට වඩා එහි සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක පදනම පිළිබඳ කතා කිරීම වඩාත් විද්‍යාත්මක සහ සාධාරණ වන බව පෙනේ. සමාජ මනෝවිද්‍යාව යනු සමාජ ජීවිතයට විෂයමූලික ලෙස සම්බන්ධ වන්නා වූ සමාජ විඥානයේ කොටසකි. එය සමාජ ප්‍රපංචයන්ට හා සමාජ යථාර්ථයට ඉතා සංවේදී හා ඇගයුම්ශීලී සම්බන්ධතාවක්

පෙන්වන්නකි. මතවාදය පුද්ගල සමාජ අභිප්‍රායන්ගේ ප්‍රජානනාත්මක අංශය නියෝජනය කරන්නේ නම් සමාජ මනෝවිද්‍යාව පුද්ගල සමාජ අභිප්‍රායන්ගේ සංවේදී ඇගයුම්ශීලී අංශය නියෝජනය කරයි. පුද්ගලයා සඳහාත්, සමාජය සඳහාත් ඉහත කී අංග දෙක සාධාරණ වන අතර ඒවා අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව සහ අන්‍යෝන්‍ය පැවැත්මක් පවතියි. පුද්ගලයාගේ සහ සමාජයේ හැසිරීම නිර්ණය කරනු ලබන්නේ ඒවායේ අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය තුළිනි.

සමාජ මනෝවිද්‍යාව මනෝවිද්‍යාවේ ඉතා වැදගත් කොටසකි. යම් යම් සාධක මගින් තත්ත්වාරෝපණය කරනු ලබන පුද්ගල හැසිරීම් රටාවල සහ ක්‍රියාකාරීත්වයේ නියාමයන් සමාජ මනෝවිද්‍යාව මගින් අධ්‍යයනය කෙරේ. සමාජ මනෝවිද්‍යාව පුද්ගලයා කෙරෙහි පමණක් නොව සමාජ කණ්ඩායම, මානව සමූහයන්ගේ විවිධ මට්ටම්, සමාජ පංති සහ ජාතීන් කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කරයි. ජනමාධ්‍යවේදය ද නිතරම සම්බන්ධව පවතින්නේ විශාල ජන කණ්ඩායම් සමගය. එය ජාතික, ප්‍රාදේශික, දේශපාලනික වෘත්තියමය වශයෙන් විෂම විය හැකිය. මේ නිසා සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක ගැටලු ජනමාධ්‍යවේදයේ මනෝවිද්‍යාවේ සංයුක්ත කොටසක් බවට පත්විය යුතුය. විසිවන ශත වර්ෂයේ ජනමාධ්‍යවේදයේ සීඝ්‍ර වර්ධනය නියමානුකූල ක්‍රියාවලියකි. මිනිසුන්ගේ විඥානයට සහ හැසිරීමේ රටාවන්ට තීරණාත්මක බලපෑමක් කිරීමේ විභවයක් අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදය සතුය. මිනිසා සාමාජීය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළ නිශ්චිත පැවැත්මක් වන අතර එය මනෝ විද්‍යාත්මක ස්වභාවයක් ගන්නා වූ සමාජ ජෛව හෝ ජෛව සාමාජීය සම්බන්ධතාවක් පෙන්නුම් කරයි.

වර්තමාන ලෝකයේ ජනමාධ්‍යවේදයේ ව්‍යාප්තිය සහ වර්ධනය එනම් කේබල්, චන්ද්‍රිකා ආංකිත රූපවාහිනිය, පරිගණක නිරූපණ, වීඩියෝ පට හේතු කොට ගෙන මානව සමාජ මනෝවිද්‍යාවේ සහ චින්තනයේ මාදිලිය වෙනස් වී ඇත. අද ජනමාධ්‍යවේදය තමන්ටම ආවේණිකවූ මනෝවිද්‍යාවක් සමග නව පෞර්ෂත්වයක් හැඩගැස්වීමේ ක්‍රියාවලියේ ප්‍රබල සහකරුවෙකි. ජනමාධ්‍යවේදයේ බලපෑම නිසා මිනිසුන්ගේ විඥානය පමණක් නොව මනෝවිද්‍යාත්මක ගති ලක්ෂණ, ගුණයන්

හා ඔවුන්ගේ තත්ත්වයන් පවා වෙනස් වීමට ලක් වේ. සමස්තයක් වශයෙන් වර්තමාන ජනමාධ්‍යවේදය මානව ද්‍රව්‍ය හැඩගැස්වීමේ ප්‍රබල මාධ්‍යයක් බවට පත්ව තිබේ. අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදය මගින් නිෂ්පාදනය කරන, ව්‍යාප්ත කරන තොරතුරු, අදහස්, ශෛලීන්, රූපකයන් ග්‍රාහකයා විසින් අවශෝෂණය කර ගන්නේ සිය ලෝක දෘෂ්ටිය හරහා පමණක් නොව මනෝවිද්‍යාත්මක පරිශ්‍රීතියක් හරහායි.

මිනිසාගේ මනෝවිද්‍යාත්මක ශක්‍යතාවන් ගවේෂණය කිරීම තුළ ජනමාධ්‍යවේදාත්මක බලපෑම ඉතා ප්‍රතිඵලදායක වන්නේය. එම දැනුම අපට ලබාගත හැක්කේ ජනමාධ්‍යවේදාත්මක මනෝවිද්‍යාව මගිනි. එම දැනුම් ක්ෂේත්‍රය ස්ථාපිත වීම සහ වර්ධනය වීම ක්‍රමානුකූලව සිදු විය. එය මානව සන්නි-වේදනාත්මක ක්‍රියාවලින් අධ්‍යයනය කිරීමේ න්‍යායික සහ ක්‍රමවේදී ඉගැන්වීම්වල බලපෑම යටතේ සිදු විය.

ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක න්‍යායික අදහස් පහළ වන්නට ආරම්භ වූයේ 19 වන ශත වර්ෂය තුළ දී ජර්මනියේ ය. නමුත් න්‍යායික අදහස් ප්‍රායෝගිකව භාවිත කරන්නට වූයේ ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය තුළ ය. විශේෂයෙන්ම එය චිකාගෝ ගුරු කුලය ආශ්‍රිතව සිදු විය. ජනමාධ්‍යවේදයේ මනෝවිද්‍යාවේ වර්ධනය මුල්ම අවධිවල ද මූලික වශයෙන් ජනමාධ්‍යවේදීන් කළේ මනෝවිද්‍යාඥයින්ගේ විවිධ දත්තයන් සැලකිල්ලට ගැනීමයි.

1950 ගණන් වන විට ජනමාධ්‍යවේදයේ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන්ගේ විශාල වර්ධනයක් සිදු විය. එය ක්ෂේත්‍ර තුනක් පුරා ව්‍යාප්ත විය. එනම් බහු ජන තොරතුරු මාධ්‍යයන්, දුරස්ථ සන්නිවේදනය සහ තොරතුරු තාක්ෂණය වේ. මෙම ක්ෂේත්‍ර තුන එකට ඒකාබද්ධ වීම ඒවායේ සුවිශේෂතාවන් හා වෙනස්කම් නැතිවී යාමට බල නොපෑවේය. මුද්‍රිත මාධ්‍ය ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනී මාධ්‍යයට වඩා ගැඹුරු ඓතිහාසික මූලයන් දරන්නේය. අවුරුදු දෙසීයක සිය පැවැත්ම තුළ දී ජනමාධ්‍යවේදය මිනිසුන්ගේ විඥානයට බලපෑ හැකි සංස්කෘතියක් හිමිකර ගන්නා ලද පමණක් නොව වඩ වඩාත් මිනිසුන් පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය සඳහා නොව බහු ජන සන්නිවේදනය සඳහා ආකර්ෂණය කර ගැනීමටත්

සමත් විය. විදුලි සංදේශ මාර්ගවල වර්ධනය නිසා, තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණයේ කාර්යක්ෂමතාව, සුරක්ෂිතභාව සහ විශ්වාසනීයත්වය ප්‍රවර්ධනය විය.

සමාජීය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ තුන්වන සංයුක්ත කොටස හැටියට තොරතුරු තාක්ෂණය පවතී. එය මානව භාෂාව, එහි තාර්කික මූලයන් හා සන්නිවේදාත්මක කාර්යයන් සමග අවියෝජනීය ලෙස සම්බන්ධයි.

ජනමාධ්‍යවේදය සහ සමාජ මනෝවිද්‍යාව අතර බොහෝ සම්බන්ධතාවන් නිරීක්ෂණය කළ හැකිය. සමාජ විඥානයේ කොටසක් ලෙස ඉදිරිපත් වන බහුජන විඥානයේ තත්ත්වයන් අධ්‍යයනය කිරීම සමාජ මනෝවිද්‍යාවේ කාර්යයකි. එය බහුජන විඥානය තුළ සමාජ යථාර්ථයේ විවිධ සාධක පරාවර්තනය වන ආකාරය සහ ඒවා එහි ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය විග්‍රහ කරයි. එසේම එම සාධක පිළිබඳ තොරතුරු මිනිසුන්ගේ මානසිකත්වය තුළ ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීම ද කරනු ලැබේ. සමාජ මනෝවිද්‍යාවේ සොයාගැනීම් හා ජයග්‍රහන ජනමාධ්‍යවේදියාගේ කටයුතු වඩ වඩාත් ප්‍රතිඵලදායක කළේය. මනෝවිද්‍යාවේ ගැටලු තොරතුරු සහ සන්නිවේදන න්‍යායයන් තුළට ගෙන ගියේය.

මිනිසුන්ගේ අන්‍යොන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ ප්‍රතිඵල සමාජ මනෝවිද්‍යාව මගින් අධ්‍යයනය කරන අතර මිනිසුන්ගේ අන්‍යොන්‍ය සාමූහික ක්‍රියාකාරිත්වය නිසා උත්පාදනය වන තොරතුරු නිෂ්පාදනයන් ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමත්, බෙදාහැරීමත් ජනමාධ්‍යවේදය මගින් විශ්ලේෂණය කරනු ලැබේ. ඕනෑම ජනමාධ්‍යවේදාත්මක ක්‍රියාවක් තොරතුරු නිර්මාණය කරන්නන්ගෙත්, සම්ප්‍රේෂණය කරන්නාගේත් එය පරිභෝජනය කරන්නාගේත් අන්‍යොන්‍ය විඥාන ක්‍රියාකාරීත්වයක් වශයෙන් විමර්ශනය කළ හැකිය.

ජනමාධ්‍යවේදය සිය මූලික කාර්යයන් වන සන්නිවේදාත්මක, මනෝවිද්‍යාත්මක, නාමිනීකරණාත්මක, විනෝදාත්මක හැරුණු විට සුවිශේෂ මනෝවිද්‍යාත්මක කාර්යයන් ද ඉටු කරනු ලැබේ. ග්‍රාහකයින්ගේ අභිමතාර්ථ වෙනස් කිරීම හෝ තහවුරු කිරීම, ඒවා විශ්වාසයන් බවට පරිවර්තනය කිරීම සමාජ යථාර්ථය සම්බන්ධ යම් කිසි ප්‍රපංචයක් හෝ සිදු වීමක්

අවශෝෂණය කර ගැනීමට හෝ එය අර්ථකථනය කිරීමට අභ්‍යන්තර මානසික පරිසරය සකස් කරීම, දැනටමත් ජනමාධ්‍යවේදියා විසින් ග්‍රාහකයාට දී තිබෙන තොරතුරුවලින් නිශ්චිත අදහසක් අවශෝෂණය කර ගැනීමට හැලැස්වීම එම මනෝවිද්‍යාත්මක ස්වභාවයක් දරන කාර්යයන් අතරට අයත් වේ.

ජනමාධ්‍යවේදාත්මක න්‍යායන්ගේ පදනම බොහෝ විට සමාජ මනෝවිද්‍යාවේ සහ පුද්ගල මනෝවිද්‍යාවේ මූලධර්මවලින් සමන්විත වී ඇත. පුද්ගලයා අර්ථකථනය කිරීම, අභිමතාර්ථ හැඩගැස්වීම, ප්‍රතිමාණ, පුරුෂාර්ථ නිර්මාණය කිරීම, අනන්‍යතාව, නායකත්වය පිළිබඳ ගැටලු ඒ අතර වේ.

සමාජය තුළ පුද්ගලික මානසික ප්‍රපංචයන් අතර සිදු වන අන්‍යොන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය නිසා සමාජය තුළ තොරතුරු ප්‍රවාහයන් හට ගනී. ඒවායේ මූලික ලක්ෂණය වන්නේ ඒවා සෑම විටම සිය ඒකත්වය හා සමස්තීත්වය ආරක්‍ෂා කර ගැනීමට ප්‍රයත්න දැරීමයි. එම තොරතුරු ප්‍රවාහ කාදු ලෙසම බාහිර හෝ අභ්‍යන්තර පරිසරයක පරාවර්තනයන් ලෙස නොසැලකිය යුතුය. ඒවා මානව විඥානය ප්‍රතිනිර්මාණයේ ප්‍රතිඵල වේ. තොරතුරු මිනිසා විසින් යථාර්ථය පරාවර්තනය කිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස උත්පාදනය වන අතර ඉන් අනතුරුව එය මිනිසාට තේරෙන භාෂාවක් හරහා ඉදිරිපත් වේ. මිනිසාගේ මානය විභේදනය වූ සංඥා, බාහිර ලෝකයේ අඛණ්ඩ ශෛලියක් හැටියට සංයෝජනය කරනු ලබයි.

ජනමාධ්‍යවේදය තුළදී මානසික ක්‍රියාවලින් එක් විෂයක සිට වෙනත් විෂයකට මාරුවීම දැකිය හැක. එය සංකේතකරණය හරහා සිදු වේ. සංදේශය, ශෛලීන්, සලකුණු සංකේත පද්ධති ආදිය සංඥාවල කාර්යභාරය ඉටු කරන අතර එය තුළ සමාජ මනෝ-විද්‍යාත්මක කේතය අන්තර්ගත වේ. එම කේතය ජනමාධ්‍යවේදාත්මක ක්‍රියාවලිය තුළදී අනාවරණය වේ. කොයි හෝ කුමන කේතයක් තුළ යම් තොරතුරක් අන්තර්ගතව තිබුණ ද එය තවම සමාජය සඳහා තොරතුරක් නොවන්නේය. එය සමාජයට තොරතුරක් බවට පත් වීමට නම් ජනමාධ්‍යවේදාත්මක ක්‍රියාවලිය තුළ එම කේතය අනාවරණය විය යුතුය.

ජනමාධ්‍යවේදියා විසින් යවන සංඥා, ග්‍රාහකයා විසින් පිළිගැනීමක් වශයෙන් ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදු වේ.

මේ අනුව තොරතුරු නිෂ්පාදනයේදීත්, ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමේදීත් මිනිසුන් සහමූහිකව ඉදිරිපත් වන්නේ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් හරහා පමණක් නොව මෙහි දී අන්සැමටම කලින් මිනිසුන් මානසික සම්බන්ධතාවක් හරහා ද සිදු කරයි. එනම් විඥාන අතර අන්‍යොන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඉදිරිපත් වීමයි.

සමාජ සන්නිවේදනයේ අතිවිශාල කොටසක් වශයෙන් ජනමාධ්‍යවේදය ඉදිරිපත් වේ. එයට වාචික, ලිඛිත, දෘශ්‍ය ආදී කාර්යයන් අයත් වේ. ජනමාධ්‍යවේදය සම්ප්‍රේෂණය කරනු ලබන්නේ විෂය මූලික තොරතුරු පමණක් නොව එය මනෝමූලික තොරතුරු ද සම්ප්‍රේෂණය කරයි. එය එසේ වන්නේ තොරතුරුවල අන්තර්ගතය චින්තනයේ ප්‍රතිඵලයක් වන නිසා ය. ඕනෑම ජනමාධ්‍යවේදියකු තොරතුරු (සංදේශයට) මනෝමූලික ස්වරූපය තොරතුරු නිරූපණය නොකරයි. එය ජනමාධ්‍යවේදියාගේ සංජානනයේ සුවිශේෂත්වය නිරූපණය කරයි.

මිනිසා විසින් තොරතුරු ප්‍රතිනිර්මාණය කරන්නේ අකාස්මිකව නොව ඔහුට සුවිශේෂී වූ මානසික නියමයන්වලට අනුකූලවය. විවිධ මිනිසුන්ගේ එම හැකියාව විවිධ වේ. සෑම මිනිසක්ම විඥානිකව අඛණ්ඩ ප්‍රපංච පද්ධතියෙන් කොටසක් පමණක් සංජානනය කර ගනී. එම නිසා සැබෑ ලෝකය අපේ සංවේදනයන් මගින් නිර්මාණය කරන ආකාරය වඩා වෙනස් වේ. මිනිසුන් තොරතුරු ලබා ගැනීම එක් අතකින් මානව සම්බන්ධතාවන්ගේ ව්‍යවහාරය මගින් ද අනෙක් අතින් මිනිසාගේ පුද්ගලික මානසික තත්ත්වයේ සුවිශේෂිතාවන් මගින් ද සීමා කෙරේ. සෑම තොරතුරක්ම මිනිසාගේ විඥානය තුළ සටහන් වන්නේ සංවේදී සහ සලකුණු ස්වරූපයෙනි. පුවත්පත්, ගුවන් විදුලිය සහ රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරන එකම සංදේශයක් වුවද අදාළ ග්‍රාහකයින් තුළ විවිධ වූ බලපෑම් ඇති කළ හැකිය.[1]

1. MCluhan M. Tiore Q. The Medium is the Message. An inventory of Effects. New York; Toron to, 1967 P.S.

එම සන්දර්භය තුළ ජනමාධ්‍යවේදය සන්නිවේදනයේ සංකීර්ණ පද්ධතියක් වශයෙන් වටහාගත හැකිය. ඒ අනුව එය නිශ්චිත ඓතිහාසික සහ සංස්කෘතික කොන්දේසි යටතේ සිදු වන සන්නිවේදනය, සම්භාෂණය, අන්‍යොන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය ආදියෙන් සමන්විත වේ.

අද්‍යතන සමාජ මනෝවිද්‍යාව තුළ මූලික ගැටලුවක් ලෙස ඉදිරිපත් වන්නේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළ පුද්ගලයාගේ කාර්යභාරයයි. එම පද්ධතිය තුළ පුද්ගලයා සක්‍රිය ද නොඑසේ නම් අක්‍රිය පැවැත්මක්ද යන්න ප්‍රශ්නයකි. විවිධ මත මේ පිළිබඳව පළවී තිබේ. වර්තමාන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළ පුද්ගලයා ඉතා සජීවී, සක්‍රීය නියෝජිතයෙකු ලෙස කටයුතු කරමින් සිය හැසිරීම් රටාවන් ගොඩනගා ගන්නා බව සමහර පර්යේෂකයෝ ප්‍රකාශ කරති. යථාර්ථයේ මූලික පදනමක් වශයෙන් පරිසරය නොව පුද්ගලයා ක්‍රියාකරන බවත්, පවතින සමාජ සංවිධානයේ ස්වරූප බිඳ දැමීමට පුද්ගල ක්‍රියාකාරීත්වය මූලික වන බවත් සෙර්ප් සහ ස්ටෙකර් ප්‍රකාශ කරති.[2] මෙහිදී පුද්ගලයා යනු යම් කිසි මූලික පදනමක් මෙන්ම ස්ථිරසාර පැවැත්මකි.

මීට වඩා වෙනස් මතයක් ටර්නර් ඉදිරිපත් කරයි. ඔහුට අනුව පුද්ගල සමාජානුයෝජනයේ ආරම්භක සහ අවසාන ලක්ෂණය වශයෙන් සමාජය ක්‍රියා කරයි. පුද්ගලයා යනු ගොඩනැගී තිබෙන සමාජ බලපෑම්වල ප්‍රතිඵලයක් වන අතර ඉන් අනතුරුව එය පුද්ගලයාගේ පුද්ගල හැසිරීම් රටාව තුළින් පිළිබිඹු කෙරේ. මෙහිදී ඉතා වැදගත් සංඝටකයක් ලෙස සමාජ වාතාවරණය සහ සමාජ සංස්කෘතික බලපෑම් ක්‍රියා කරයි.

ජනමාධ්‍යවේදය සහ සමාජ මනෝවිද්‍යාව අතර පවත්නා අන්‍යොන්‍ය සම්බන්ධතාව එකිනෙකට වෙනස් ප්‍රවේශ දෙකක් හරහා ද විග්‍රහ කළ හැකිය. ඉන් පළමු වැන්න ජනමාධ්‍යවේද නාමිනීකරණ ප්‍රවේශය වන අතර දෙවැන්න ජනමාධ්‍යවේද කේන්ද්‍රිය ප්‍රවේශය වන්නේය.

2. Serpre R. Stability and change in self. A Structure Symbolic Internationalism// Social Psychology Quart. Washington, Vol. 51, NI P. 83 -94

මෙහි පළමු ප්‍රවේශය තුළදී මිනිසා ජනමාධ්‍යවේදයේ බල ආධිපත්‍යයට නතු වීමේ යාන්ත්‍රණය අධ්‍යයනය කරනු ලැබේ. ජනමාධ්‍යවේදය ඉටු කරනු ලබන සමාජීය කාර්යයන් හා පාලක බල ව්‍යුහවල සමාජ සම්බන්ධතා ද මෙහිදී අධ්‍යයනය කරයි.

ජනමාධ්‍යවේද - කේන්ද්‍රීය ප්‍රවේශයට අනුව ජනමාධ්‍යවේදාත්මක ක්‍රියාවලිය තුළදී ග්‍රාහකයා ඉතා උදාසීන, නිෂ්ක්‍රිය ස්වභාවයක් උසුලයි. මෙහිදී ජනමාධ්‍යවේද ක්‍රියාවලිය නිරන්තරවම පුද්ගලයා වෙතට යොමු කරන තොරතුරු ප්‍රවාහයට එරෙහිව නැගී සිටීමට අසමත් වෙයි. ජනමාධ්‍යවේදය මගින් ඉදිරිපත් කරන පණිවුඩ, අදහස්, මතවාද, ආකල්ප සහ එය නිර්මාණය කරන මතවාදී ක්ෂේත්‍රය තුළ පුද්ගලයා සාමාජිකව ද මනෝවිද්‍යාත්මකව ද චින්තනමය වශයෙන් ද අසරණ වන්නේය. එසේම ජනමාධ්‍යවේදය මගින් පුද්ගලයාට බලයෙන් ඇදවන අදහස් හා ආකල්ප හරහා පුද්ගලයා තමා පිළිබඳවත් සෙසු අය පිළිබඳවත් නිගමනවලට එළඹේ. ජනමාධ්‍යවේද - කේන්ද්‍රීය ප්‍රවේශයට අනුව මිනිසා හා පරිසරය අතර ගොඩ නැගී ඇති සාම්ප්‍රදායික සම්බන්ධතාවන්, විනාශ කිරීමට ජනමාධ්‍යවේදයට හැකියාවක් තිබේ. එසේම අද්‍යතන ලෝකය පිළිබඳ පින්තූරය ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමට ජනමාධ්‍යවේදය සමත්ය. "ජනමාධ්‍යවේදය හා බහුජන නිෂ්පාදනය පුද්ගලික රසඥතාවයන් හුදකලා කරමින් ඒවායේ වහල්භාවයට බුද්ධිය පත් වන අතර ස්වභාවික සංස්කෘතිය විනාශ කරයි."[3]

අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදයේ ගැටලු පිළිබඳව සිදු කෙරෙන මනෝවිද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයන් විවිධ ප්‍රවණතා හරහා සංවර්ධනය වී තිබේ. සමාජ මනෝවිද්‍යාව, පුද්ගල මනෝවිද්‍යාව ආදිය ජනමාධ්‍යවේදය සහ ග්‍රාහකයා අතර සිදු වන සංකීර්ණ ක්‍රියාදාමයන් අධ්‍යයනය කරනු ලැබේ. එය තව දුරටත් ජනමාධ්‍යවේදාත්මක නිර්මාණ ග්‍රාහකයින් අතරට ගෙන යෑම සඳහා අවශ්‍ය කරන ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශයන් ප්‍රවර්ධනය කරනු ලැබේ. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව කෙරෙන මනෝ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ

3. Thompson T. Discrimination and Popular Culture, London 1964.

ජනමාධ්‍යවේදය සමාජ විද්‍යාවේ සංයුක්ත ක්ෂේත්‍රයක් වශයෙන් තහවුරු වීමට තුඩු දේ.

ජනමාධ්‍යවේදය ආශ්‍රිතව විකාශ වී ඇති මනෝවිද්‍යාත්මක සංකල්ප හතරක් මූලික වශයෙන් ගෙන හැර දැක්විය හැකිය.

1. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ චර්යාත්මක සංකල්පය
2. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන - අර්ථකථනාත්මක සංකල්පය
3. තොරතුරු සංජානනයේ සමානතාවාදී සංකල්ප
4. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව මනෝවිශ්ලේෂණවාදී සංකල්ප

1920 දශකයේ දී ඇමෙරිකා චර්යාවාදයේ පුරෝගාමීන් වූ වොට්සන් සහ ටොර්න්ඩයික් රුසියානු කායවිද්‍යාඥයෙකු වූ පාව්ලොව්ගේ තත්තවාරෝපිත ප්‍රතීක න්‍යායය පදනම් කොට ගෙන ඔවුන්ගේ සංකල්ප ගොඩනැගීය. බාහිර පරිසරයේ උත්තේජනවලට පුද්ගලයා දක්වන ප්‍රතික්‍රියාවන්ගේ සමස්තය චර්යාවන් වශයෙන් මෙම සංකල්පයට අනුව කියවේ. සියලු මානසික ප්‍රපංචයන් ප්‍රගමනාත්මක ප්‍රතික්‍රියා වන අතර සියලු උත්තේජක "මනසේ අඳුරු ක්ෂේත්‍රයක්" හරහා ගොස් මිනිසාගේ හැසිරීම, චර්යා, සජු ලෙසම පාලනය කරයි. මිනිසාගේ විඥානය මෙහිදී අතරමැදියෙක් වශයෙන් පමණක් ක්‍රියා කරයි. මේ අනුව සෑම උත්තේජනයකටම නිශ්චිත ප්‍රතික්‍රියාවක් තිබේ. මෙම සංකල්පය තුළ මිනිසා ප්‍රතික්‍රිය යාන්ත්‍රණයක් ආකාරයට ක්‍රියා කරයි. මෙහිදී පුද්ගලයාගේ සියලු පාලනය සිදු වන්නේ අභ්‍යන්තර සහ බාහිර බලවේගයන්ගේ බලපෑම නිසාය. පුද්ගලයාගේ බුද්ධිය, අධිෂ්ඨානය මනෝමූලික ආශාවන් ආදිය කෙරෙහි අවධානය යොමු නොකෙරේ. පුද්ගල මනස අධ්‍යයනය කිරීමේ ප්‍රධානම ක්‍රමය වන්නේ පර්යේෂණයි. දඬුවම් සහ ප්‍රශංසාවේ වර්ග හා ප්‍රමාණයන් වෙනස් කිරීම මත මිනිසාගේ හැසිරීම, චර්යාව පාලනය කළ හැකිය.[4]

4. Allport G. Social Psychology Boston - 1924 - P. 139

ජනමාධ්‍යවේදයේ න්‍යායික වර්ධනයට චර්යාවාදීන් කළ විශේෂ සේවාව වන්නේ තොරතුරු, මූලික උත්තේජකයක් වශයෙන් ඉදිරිපත් කිරීමයි. ජනමාධ්‍යවේදයම සංවර්ධනය වී ගොඩනැගී තිබෙන්නේ තොරතුරු යන එහි මූලිකතම පදාර්ථය කේන්ද්‍රකර ගෙන ය. මෙම සංකල්පය යටතේ තොරතුරු ග්‍රාහකයින්ට බලපාන අයුරු ඉතා ගැඹුරින් හා පුළුල්ව අධ්‍යයනය කොට ඇත. ජනමාධ්‍යවේදය මිනිසුන් "ඇන්දවීමේ" මාධ්‍යයක් වශයෙන් සියලුම චර්යාවාදීහු පිළිගත්හ.

ජන සන්නිවේදනාත්මක ක්‍රියාවලිය තුළ මිනිසා අක්‍රිය සංඝටකයක් ලෙස සලකනු ලබන අතර සමස්ත තොරතුරු ප්‍රවාහය ඔහුට බලපෑමක් කිරීම සඳහා යොමුව පවතී. වර්තමානයේ ජනමාධ්‍යවේදය තුළ චර්යාත්මක සංකල්පය භාවිත කරනුයේ අවිඥානික උත්තේජනයක් ඇති කිරීම අරමුණු කොට ගෙන ය. නිදර්ශන වශයෙන් එහෙත් මේ සිද්ධිය පිළිබඳව සැලසුම් සහගතව ප්‍රවෘත්ති ගොඩනැගීම තුළින් ජනවිඥානය තුළ ඍණාත්මක හෝ ධනාත්මක වෙනසක් අපේක්ෂා කෙරේ. මේ අනුව ජනමාධ්‍යවේදාත්මක නිර්මාණවල පවතින "ඇන්දවීමේ" මෙහෙයවීමේ ස්වභාවය නිසා ජන විඥානය මනෝ-විද්‍යාත්මකව සැලසුම්ගත කිරීම කළ හැකිය. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ චර්යාත්මක සංකල්පය දැඩි යාන්ත්‍රික "උත්තේජන ප්‍රතික" සංකල්පයේ සිට සමාජීය පෙළඹවීම් සංකල්පය දක්වා වර්ධනය විය.

1960 ගණන්වලදී ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන - අර්ථකථනාත්මක සංකල්පය බිහි වේ. මෙහි අන්තර්ගත ප්‍රධානම ප්‍රවාදය වන්නේ මිනිසාගේ හැසිරීම හා චර්යාව දැනුම මත පදනම් වන බවයි. එනම් පුද්ගලයාගේ හැසිරීම හා චර්යාව ඔහු සතු, දන්නා තොරතුරු මත රඳා පවතින බවයි. මෙහිදී මිනිසා යන්ත්‍රයක් මෙන් යාන්ත්‍රිකව තොරතුරු පිළිගන්නෙක් වශයෙන් නොව තොරතුරු ප්‍රතිසංස්කරණය කරන්නෙකු වශයෙන් ක්‍රියා කරයි. එනම් "උත්තේජන සහ ප්‍රතික" හේතු කොට ගෙන මිනිසාගේ මොළයේ ඇති වන සංඝටනයන් නිසා මිනිසාට තොරතුරු ප්‍රතිසංස්කරණය කරන්නෙකුගේ කාර්යභාරය පැවරෙයි. සම්ප්‍රේක්ෂණය කරනු ලද තොරතුරු පිළිබඳ ව

උත්තේජන සහ ප්‍රතික අතර හටගන්නා සංඝටනයන් අදාළ පුද්ගලයා විසින්ම අර්ථකථනයට භාජනය කරනු ලබයි. මෙහිදී පුද්ගලයාට අවශ්‍ය වන්නේ තොරතුරු අවබෝධ කර ගැනීම, ඇගයීම හා භාවිත කිරීමය. එම නිසා මෙම සංකල්පය පිළිගන්නා අය සඳහා මිනිසා යනු ක්‍රියාකරුවෙකු නොව සිතන්නෙකි. මෙහිදී වැදගත් වන්නේ පුද්ගලයා තොරතුරු තේරුම් ගන්නේ කෙසේද යන බවත් ඉන් පසු එය පදනම් කොට ගෙන තීරණ ගන්නේ කෙසේ ද යන බවත් ය.[5]

ජනමාධ්‍යවේදය තුළ මෙම ප්‍රජානන අර්ථකථනාත්මක සංකල්පය කොතෙක් දුරට වර්ධිත ද කියතොත් අද එය පදනම් කොට ගෙන ජනමාධ්‍යවේදය ගවේෂණය කිරීමේ ප්‍රයත්නයන් වඩ වඩාත් දක්නට ලැබේ. එම අධ්‍යනයන්ට පහත සඳහන් කොටස් තුන ඇතුළත් වේ.

1. සමාජමය වශයෙන් වැදගත් අභිමතාර්ථයන් තහවුරු කිරීමේදී හෝ වෙනස් කිරීමේදී හෝ තොරතුරු ව්‍යාප්ත කිරීමේ ක්‍රියාවලිය අධ්‍යයනය කිරීම.
2. ජනමතය හා සමාජ මනෝභාවය බිහිවීමේ හා ක්‍රියාත්මක වීමේ ක්‍රියාදාමයන්ගේ මනෝවිද්‍යාත්මක පැති අධ්‍යයනය කිරීම.
3. අභිමතාර්ථයන්ට සම්බන්ධ ක්‍රියාවන් ඉටු කිරීමට මිනිසුන් පොළඹවන මාධ්‍යයන්, ආකාරයන් අධ්‍යයනය කිරීම.

ජනමාධ්‍යවේදයේ විෂය ප්‍රජානනවාදී අන්දමට සැලකිල්ලට ගත් විට එය ජන විඥානයට මතවාදාත්මක දැනුම සම්ප්‍රේෂණය කිරීම පමණක් නොව එය ජනවිඥානය සමග සිදු වන අන්‍යොන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයකි. එහිදී අභිමථාර්ථයන්, විශ්වාසයන් බවට පරිවර්තනය වේ. එසේම සැලකිල්ලට ගත යුතු කරුණක් වන්නේ අභිමථාර්ථ මගින් පුද්ගලයාගේ මානසික ක්‍රියාකාරිත්වයේ සවිඥානික සහ අවිඥානික ස්වරූප සැලකිය යුතු අන්දමින් පාලනය කරන බවයි.

---

5. Doise. W. Mascrue D on the Social Nature of Cognition/Social Cognition, prospectuses on every day understanding / Ed. By forges. New York 1981, P. 53 - 83

පුද්ගල අභිමථාර්ථ අධිනිශ්චිය කරන මනෝවිද්‍යාත්මක සංකල්ප ජනමාධ්‍යවේදයේ න්‍යායික පරාසයන් වර්ධනය කිරීම සඳහා විශේෂ කාර්යභාරයක් ඉටු කළේය. බොහෝ විට පුද්ගල අභිමථාර්ථ වෙනස්වීම ඒ ඒ පුද්ගල ගුණයන් අනුව රඳා පවතියි. එසේම පුද්ගලයා යථාර්ථය කෙරෙහි දක්වන ප්‍රජානනාත්මක සම්බන්ධතාවයේ සුවිශේෂතාවත් ද විශ්වාසනීයත්වය කෙරෙහි යොමු වූ පුද්ගලයාගේ සංජානන මට්ටම මත ද පුද්ගල අභිමථාර්ථ වෙනස්වීම තීරණය වේ.

ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන අර්ථකථනාත්මක සංකල්පය ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ චර්යාත්මක සංකල්පයන් ගෙන් මූලික වශයෙන් වෙනස් වේ. ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන - අර්ථකථනාත්මක සංකල්පය මගින් මිනිසා වඩාත් ප්‍රබල පද්ධතියක් තුළ විශ්ලේෂණය කෙරේ. ජන විඥානය උදාසීන ලෙස ජනමාධ්‍යවේදයේ බලපෑමේ ක්ෂේත්‍රයට හසු වී තිබෙනවා පමණක් නොව ජන විඥානය ක්‍රියාකාරී ලෙස ජනමාධ්‍යවේදියා මත බලපෑමක් ද සිදු කරනු ලැබේ. මෙයට අනුව ග්‍රාහකයෝ තොරතුරු කෙරෙහි තබන විශ්වාසය ජනමාධ්‍යවේදියා (ජන සන්නිවේදකයා) අනුව වෙනස් වේ. මෙහිදී අභිමතාර්ථ ජනවිඥානය කෙරෙහි බලපාන නිශ්චිත අවබෝධයක් ලෙස සැලකේ.

විවිධ මානසික ක්‍රියාදාමයන්ගේ ප්‍රතිඵලයක් හැටියට පුද්ගලයා තුළ විවිධ අභිමතාර්ථ ඇතිවේ. අනුකරණය, අනන්‍යතාව, උපදේශනය ආදී මානසික යාන්ත්‍රණයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය නිසා විවිධ අභිමතාර්ථ ඇති වේ. නමුත් අභිමතාර්ථ වෙනස්වීමේ ක්‍රියාවලිය නිශ්චිතවම සිදුවන්නේ කෙසේ ද යන බව තවම මනෝවිද්‍යාඥයින්ට හරියටම කිව නොහැකිය.

මානසික සමබරතාවය පිළිබඳ අදහසට අනුව පුද්ගල අභිමතාර්ථ වෙනස්වීමේ ගාමක බල වේගය වන්නේ මිනිසාගේ අවිඥානයට සිදු කෙරෙන බලපෑම් මගිනි. බාහිර පරිසරයේ සාධක සෑම මොහොතකදීම නිරන්තරවම මිනිසාගේ ජීවිතයට බලපා ඔහුගේ අභ්‍යන්තර මානසික සමබරතාව බිඳ දමයි. සමබරතාවය රහිත වීම මානසික නොසන්සුන්තාවයට සම වන්නේය. ඒ නිසා සෑම විටම අභිමතාර්ථ පද්ධතිය සමබරතාව පවත්වාගෙන යාමට

ප්‍රයත්න දරයි. පවතින අභිමතාර්ථ දුර්වල කිරීම හෝ, ශක්තිමත් කිරීම හෝ අලුත් අභිමතාර්ථ හැඩගැස්වීම හෝ තුළින් එය සිදුවේ. එසේම පවතින බොහෝ අභිමතාර්ථ ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම හෝ නව අභිමතාර්ථ පද්ධතියක් නිර්මාණය කිරීම මගින් ද මානසික සමබරතාව පවත්වා ගෙන යයි.

මේ අනුව මිනිසාගේ අභිමතාර්ථ පද්ධතිය වෙනස් වීම නිසා පුද්ගලයාගේ මානසික ව්‍යුහය වෙනස් වේ.

ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන - අර්ථකථනාත්මක සංකල්පයේ ඇති දුර්වලතාවක් වන්නේ එය ඕනෑවට වඩා අභිමතාර්ථවලට අවධානය යොමු කිරීමත් පුද්ගලයාගේ හැසිරීමට බලපාන නිශ්චිත තත්ත්වයන් නොසලකා හැරීමත්ය. එසේම එය පුද්ගල හැසිරීම්වලට බලපාන මතවාදී හා සදාචාරාත්මක හර පද්ධති කෙරෙහි අවධානය ද යොමු නොකරයි.

විශේෂයෙන්ම 1970 ගණන්වලදී ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව අනුභූතිවාදි අධ්‍යයනයන්ගේ වර්ධනයක් සිදු විය. එය ගෝලීය සංස්කෘතික ඓතිහාසික සන්දර්භයක් තුළ විග්‍රහ කළේය. මෙහිදී මාෂල් මැක්ලූහන් විසින් ඉදිරිපත් කළ "The Medium is message"[6] (මාධ්‍යයම සන්දර්භය වේ) ඉතා ප්‍රසිද්ධ විය. නිශ්චිත ජනමාධ්‍යවේදාත්මක වර්ගයක බලපෑම යටතේ සමාජය හැඩගැසෙන බව තහවුරු කිරීමට ඔහු උත්සහ කළේය. අනාගතයේදී මිනිසුන්ගේ බුද්ධිය හා මනස පාලනය කිරීමේ සම්පූර්ණ අයිතිය විද්‍යුත් මාධ්‍යය හිමි කර ගන්නා බවත් ඒවායේ තර්කයට මිනිසුන්ට යටත් වීමට සිදු වන බවත් විත්නර් ප්‍රකාශ කරයි.

නමුත් මැක්ලූහන්ගේ සහ විත්නර්ගේ ප්‍රකාශන තුළ බටහිරට ආවේණික වූ දුර්වලතාවන් තිබේ. මෙයට එක හෙළාම එකඟ විය නොහැකිය. කිසිම සමාජයක මුහුණුවර සන්නිවේදන වර්ගයකට හෝ ජනමාධ්‍යවේදාත්මක ස්වරූපයකට නිර්ණය කළ නොහැකිය. එය අදාළ සමාජයේ මුහුණුවර නිර්ණය කිරීමේ විශාල

---

6. Mc Quaill M. Communication London, 1975 Mc. Quaill TI or Q The medium is the massage An inventory of effect, New York, Toronto, 1967.

සාධක සංකීර්ණයක් අතර එකක් පමණි. එම අදහසේ නිලීනව පවතින මතවාදාත්මක ප්‍රවණතාව කැපී පෙනෙයි.

සමස්තයක් වශයෙන් ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව ප්‍රජානන-අර්ථකථනාත්මක සංකල්පයට අනුව පුද්ගලයාට බාහිර පරිසරයෙන් ඇතුළු වන තොරතුරු ඔහු විසින් ප්‍රතිසංස්කරණයකට භාජනය කරයි. එසේම තොරතුරු ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමේ, ප්‍රතිහැඩගැස්වීමේ ආකාර, ක්‍රම සහ විධි ආදී චින්තනමය ක්‍රියාකාරකම් පෙන්වා දෙයි.

මීළඟට තොරතුරු සංජානනයේ සමාකෘතිවාදි සංකල්පය පිළිබඳව කෙටි විග්‍රහයක් ඉදිරිපත් කරමු. සංජානනය ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළ ඉතා වැදගත් කොටසකි. එසේම එය ජනමාධ්‍යවේදයේ අතිශය වැදගත් ගැටලුවකි. ග්‍රාහකයින් වෙතම ඉතා සාර්ථක ලෙස තොරතුරු ප්‍රවාහය යොමු කිරීමටත් ඔවුන් තුළ සිදු විය යුතු යම් යම් නිශ්චිත බලපෑම් සැලසුම් කිරීමත් සංජානන යාන්ත්‍රණය නොදැන කළ නොහැකිය. මේ නිසා ජනමාධ්‍යවේදී මනෝවිද්‍යාවේ ඉතා සංකීර්ණ ගැටලුවක් වශයෙන් සංජානනය ඉදිරිපත් වේ.

තොරතුරු සංජානනයේ සමාකෘතිවාදී සංකල්පය මූලික වශයෙන් දියුණු වූයේ ජර්මානු මනෝ විද්‍යාව ආශ්‍රිතවය. ඔවුහු චර්යාවාදී සහ ව්‍යුහාත්මක මනෝවිද්‍යාවේ මූලධර්ම ප්‍රතික්ෂේප කළහ. පුද්ගලයා සක්‍රීයව පරිසරය සමග ක්‍රියා කිරීම නිසා පුද්ගලයාට ප්‍රවේණිකව උරුම වී ඇති බුද්ධිමය කාර්යයන් ප්‍රවර්ධනය වන බව තොරතුරු සංජානනයේ සමාකෘතිවාදීහු විශ්වාස කරති. පුද්ගලයාගේ අභ්‍යන්තරික ව්‍යුහයන් ප්‍රාරම්භකවම සැලැසුම් ගත කොට ඇති බවත් ඒ නිසාම සංජානන සහ ප්‍රජානන ක්‍රියාවලින් ප්‍රාරම්භකවම නාමිනීකරණය වී ඇති බවත් ප්‍රකාශ කරති.[7] මෙම ගෙස්ටාල්ට්වාදීන්ගේ මතයට අනුව පුද්ගලයන්ගේ සංජානන සුවිශේෂතාවන් ප්‍රවේණික වශයෙන් පවතින්නකි. ඔවුන්ගේ පර්යේෂණවලට අනුව ප්‍රථම අවුරුද්දේදීම ළදරුවෙක්

[7] Cedr B. Safety and danger in the Gestalt groups Fedr B. and Ronall R./ Eds Gestall approaches to Group. New York 1980; Klein H. Accuracy of Saadic eye position in the dark// Vision review 1993 Vol. 13 P. 1021 - 1023; Konler W. Gestalt Psychology New York 1977

නිශ්චිත ස්වරූපවලට ප්‍රතිචාර දැක්විය හැකිය. අපගේ ලෝකය නිර්මිතව ඇත්තේ සංවිධානාත්මක ස්වරූපවලිනි. එසේම අපගේ සංජානනය ද සංවිධානාත්මකය. අපි ලෝකය සමස්තයක් ලෙස සංජානනය කරනවා මිස එය කොටස්වල එකතුවක් වශයෙන් සංජානනය නොකරන්නෙමු. මිනිස් සංවේදනයන් මගින් වස්තූන් සංජානනය කරනු ලබන්නේ විඥානය මගින් සංකලනය කළ යුතු වෙන් වෙන් සංඝටක ආකාරයට නොව රූපයන් ආකාරයටය. නමුත් ව්‍යුහවාදී මනෝවිද්‍යාඥයින් කල්පනා කළේ වස්තූන් මානව විඥානය මගින් සංජානනය කරනු ලබන්නේ වෙන් වෙන් වූ කොටස් හැටියට බවයි. එසේම චර්යාවාදීන් ඉදිරිපත් කළ මානව විඥානය වස්තූන් සංජානනය කරනු ලබන්නේ තත්ත්වාරෝපිත යාන්ත්‍රණයන් මගින් ය, යන අදහස ද ගෙස්ටාල්ට්වාදී මනෝවිද්‍යාඥයෝ ප්‍රතික්ෂේප කරති. පුද්ගලයාගේ මානසික ජීවිතයේ සියලුම ප්‍රපංචයන් තුළින් සර්ව අත්දැකීම් හෝ සර්ව ව්‍යුහ නිර්මාණය වේ. මනෝවිද්‍යාවේ මෙම ප්‍රවණතාව මිනිසාගේ විඥානයෙන් පරිබාහිරව වස්තූන්වල පැවැත්ම පිළිනොගනියි. ඕනෑම ස්වරූපයක් යම් කිසි පසුබිමක සංජානනය වන අතර අපට අර්ථයක් ඇති තොරතුරු සංඥා මොළය මගින් ව්‍යුහගත කරනු ලැබේ. ඉන් පසු ඒවා රූප වශයෙන් සංජානනය වේ. වස්තුවේ ස්වරූපය හැඩය පසුබිම අනුව නිර්ණය වන බව පර්යේෂණ මගින් තහවුරු කොට තිබේ. ස්වරූප හැඩයන් බිහි වීම පසුබිම හා සම්බන්ධ මානසික ක්‍රියාවන් සමග සම්බන්ධව පවතියි. නිදර්ශනයක් වශයෙන් සුවිශේෂ වූ දෘශ්‍ය ස්වරූප, හැඩතල යම් කිසි සංගීතයකට සවන් දීමේදී ඇති විය හැකිය. ගෙස්ටාල්ට්වාදී මනෝවිද්‍යාවට අනුව පුද්ගලයාට වැටහීම ආකස්මිකව, නිමේෂයකින් ඇති වන අතර එය අතීත අත්දැකීම සමග සම්බන්ධ නොවේ. ප්‍රපංචයන්ගේ ව්‍යුහය සහ සම්බන්ධතාව ක්ෂණිකව අහම්බයෙන්, ආකස්මිකව අවබෝධවීම තුළින් අදාළ ගැටලුවලට විසඳුම් ලැබේ. මොළයේ කාර්යභාරය වන්නේ ගැටලුවේ එක් එක් කොටස් සමස්තය තුළට සංකලනය කිරීමයි. ඒ අනුව නව ස්වරූපයන් ඇතිවේ. මෙම නව ස්වරූපයන්ට යටත්ව, නව සම්බන්ධතාවක් තුළ ගැටලුවේ සංඝටක සංජානනය වේ. මානව සංජානය ක්‍රමානුකූලව සිදු වන ක්‍රියාවලියක් යැයි කියන චර්යාවාදීන්ගේ මතය මෙ නිසා නිෂ්ප්‍රභා වී යන්නේය.

සංජානනය පිළිබඳව සම්පූර්ණ වූ ද විද්‍යාත්මක වූද න්‍යායක් ඉදිරිපත් කිරීමට තොරතුරු සංජානනය පිළිබඳ සමාකෘතිවාදී සංකල්පයට නොහැකි විය. මේ නිසා මෙය එක් එක් මානසික ප්‍රපංචයන් පැහැදිලි කිරීමට සීමා වූ අතර සංජානන ක්‍රියාවලිය සමස්තයක් ලෙස ඉදිරිපත් කිරීමට අසමත් විය. මේ නිසා වෙනත් සංකල්ප තුළ ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු සෙවීමට ජනමාධ්‍යවේදයට සිදු විය. ඒ අතර ප්‍රමුඛස්ථානයක් දරන්නේ ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳව මනෝවිශ්ලේෂණවාදී සංකල්පයයි.

විසි වන ශත වර්ෂයේ 30 - 60 දශකවලදී මනෝ-විශ්ලේෂණවාදී න්‍යායන් වේගයෙන් වර්ධනය විය. මනෝ-විශ්ලේෂණය හා සම්බන්ධ, ඊට පසුබිම සැකසූ දාර්ශනික අදහස්වල ඉතිහාසය ඉතා ඈතට දිව ගියත් ඒ පිළිබඳව පර්යේෂණාත්මක තහවුරු කිරීම සිග්මන්ඩ් ෆ්‍රොයිඩ් සහ ඔහුගේ අනුගාමිකයින් හා සම්බන්ධය. මනෝ විශ්ලේෂණවාදී සංකල්පයේ මූලික හරය වන්නේ මානව හැසිරීමේදී තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් මිනිසාගේ අවිඥානික මානසික ජීවිත මගින් ඉටු කරනු ලබන බවයි. අවිඥානික ලිංගික ආශාවන් එහිදී විශේෂත්වයක් ගනී. ඒ අනුව ලිංගිකත්වය මිනිස් ජීවිතයේ තීරණාත්මක වැඩ කොටසක් ඉටු කරයි. සහජාසය මගින් පුද්ගල හැසිරීමේ, චර්යාවන්ගේ අභිප්‍රේරණයන් නිර්ණය කරනු ලබයි. එසේම මානසික ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රධාන උත්තේජකය ලෙස ප්‍රීතිය ක්‍රියා කරයි.[8] විවිධ ස්වරූපයේ ලිංගික සංකීර්ණයන් මානව සංස්කෘතිය තුළ ප්‍රතිමූර්තිමත් වී ඇති බව ෆ්‍රොයිඩ් පෙන්වා දෙයි. විඥානය, ස්වවිඥානය සහ මනෝකායික සුවිශේෂතාවන් පුද්ගලත්වයට සම කොට සැලකීමේ සියලුම න්‍යායන් ඔහු ප්‍රතික්ෂේප කළේය.

ෆ්‍රොයිඩ්ගේ අදහසට අනුව මිනිසා තුළ ප්‍රාරම්භකයන් ත්‍රිත්වයකින් සමන්විත වේ. මම (Ego) අවිඥානය (Id) උත්තර මම (Super Ego) එම ත්‍රිත්වයයි. Ego අවට පරිසර යථාර්ථය

---

[8] Standing of Psychoanalysis - oxford, 1984 Weiland & Psychoanalysis without words Erik M Erikson's American Apprenticeship // Michigan Quart review 1992

සංජානනය කරන අතර ඒ පිළිබඳ සියලුම තොරතුරු මතකයෙහි තබා ගනී. එසේම බාහිර පරිසරයට යථාර්ථයට අදාළව ඉදිරිපත් වන ප්‍රතික්‍රියා පාලනය කරයි.

Id, අවිඥානික, අචේතනික සහජාස-යන්ගේ කේන්ද්‍රස්ථානය වන අතර ඒවා සන්තෘප්තිමත් කර ගැනීමේ නෛසර්ගික අවශ්‍යතාවයෙන් පසු වේ. Super Ego එම පුද්ගල ශික්ෂණ ක්‍රියාවලියේදී අත්පත් කරගත් සදාචාරාත්මක ප්‍රමිතීන්, වාරණ ආදියෙන් සමන්විත වේ.

මනෝවිශ්ලේෂණවාදී සංකල්පයේ මූලිකම හරය වන්නේ සවිඥානිකත්වය නිරන්තරවම අවිඥානිකත්වය සමග ප්‍රතිවිරෝධිතාවක පිහිටා ඇති බවය. ලිංගික අවශ්‍යතාවන් යටපත් කිරීමේ අවශ්‍යතාවක් පවතී. සවිඥානය මට්ටමේදී වාරණයට, තහනමට ලක් වී ඇති සහජාසයන්, ආශාවන් ආදිය සවිඥානයේ වාරණය හරහා යාමට අවශ්‍ය හැකියාව නිරන්තරවම අවිඥානය සොයන්නේය. එවැනි සවිඥානය විසින් තහනමට, වාරණයට ලක් කොට ඇති සහජාසයන් ආශාවන් ආදිය අවිඥානය තුළ දිගටම පවතියි. ඒවා අසම්මත හැසිරීම් රටා, සිහින මගින් එළි දැක්වේ.

මිනිසාගේ මානසික යථාර්ථය නිර්මිත කරන ශක්තිය සර්ව ලිංගික තත්ත්වයට පමණක්ම ඌනනය කළ නොහැකි වුවත් එය අවකලනාත්මක ස්වභාවයකින් යුත් බවත් නව ෆ්‍රොයිඩියානුවාදීහු (යුං, ඇඩ්ලර් හෝර්නි) පෙන්වා දුන්හ. මොවුන්ට අනුව ලිංගිකත්වය මානසික ශක්තියේ එක් ස්වරූපයක් පමණි. එසේම නව ෆ්‍රොයිඩියානුවාදීහු පුද්ගල අවිඥානිකත්වය අධ්‍යයනය කිරීමේ සිට සාමූහික අවිඥානිකත්වය අධ්‍යයනය කිරීම දක්වා ප්‍රවේශ විය. මේ අනුව ජන්මයෙන්ම උරුම වන ගති ලක්ෂණයක් වන පුද්ගල අවිඥානිකත්වය නව ෆ්‍රොයිඩියානුවාදීහු අවම මට්ටමකට සීමා කළහ. ජාතික, වාර්ගික, ඇදහීම්, පුරාණෝක්තිවේදය ආදී ස්වරූප තුළ ඔවුහු සාමූහික අවිඥානිකත්වය අධ්‍යයනය කළහ. මෙම අධ්‍යයනයන්ගේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ඔවුන් ප්‍රවේශ වූ නිගමනය වූයේ සවිඥානිකව හා අවිඥානික මානසිකත්වයේ දීර්ඝ වූද, සංකීර්ණ වූද ක්‍රියාවලියක ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් පුද්ගලයා සිය සමබරතාව

(සමතුලිතතාව) කරා ළඟා වන බවයි.[9] ආලෝකනය බාහිර පරිසරයේ බලපෑම යටතේ සිදු වන බව ඔවුහු කියා සිටිති.

මනෝවිශ්ලේෂණවාදයේ සාමාජීය ප්‍රවණතාවයේ පුරෝගාමියා වශයෙන් අඩ්ලර් සැලකිය හැකිය. පුද්ගලයාගේ ජීවිතයේ අවසාන පරමාර්ථය තුළින් ඔහුගේ හැසිරීම් හා චර්යා රටා තීරණය වන බව අඩ්ලර් ප්‍රකාශ කරයි. එම අවසාන පරමාර්ථය කරා ගමන් කිරීම ඔහුගේ ජීවිතයේ අරුත වන අතර එයට සියලුම සහජාසයන් යටත් කරනු ලැබේ. මේ අනුව මානසික ජීවිතයේ උත්තේජකය වනුයේ ජීවන අරුත සෙවීමයි. පරිපූර්ණත්වයට පත්වීම, ජයග්‍රහණ අත්පත් කරගැනීම හා සුපිරිත්වයට පත්වීමට දරන ප්‍රයත්නය මානව ජීවිතයේ ගාමක බලවේග වශයෙන් ක්‍රියා කරයි. මිනිසා සමාජයේ ජීවත් වෙමින් සිය ප්‍රතිරූපය ගොඩනගා ගැනීමෙන් පුද්ගලික උපාය මාර්ග ගොඩනගා ගනී. එහිදී ඔහු තමා කෙරෙහි ආකර්ෂණය ඇති කරගැනීමත් තමා පිළිබඳව ඇති අයහපත් ආකල්ප මැඩලීමටත් කටයුතු කරයි. එහිදී ජනමාධ්‍යවේදය තමා පිළිබඳව ගොඩනැගී තිබෙන අයහපත් ආකල්ප මැඩලීම සඳහා යොදා ගනී.

මේ අවසාන කාල පරිච්ඡේදය තුළදී විශේෂයෙන් ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ අවධානය ෆ්‍රොයිඩියානු වාදය දෙසට යොමු වූ බව පෙනේ. අවිඥානික සහජාසයන් ප්‍රයෝගිකව ක්‍රියාත්මක වීම තුළ මිනිසාගේ හැසිරීම පැහැදිලි කිරීමට විශාල අයාසයක් දරනු ලැබේ. පෙරදී සමාජය තුළ ජනමාධ්‍යවේදය තුළ විවෘතව සාකච්ඡා කිරීම වාරණයට, තහනමට ලක් කොට තිබූ බොහෝ මාතෘකා සමාජය තුළ සාකච්ඡාවට ගැනීම සමග එය සම්බන්ධව පවතී. අද්‍යතනයේ මිනිස් ආශාවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ බොහෝ සංදේශ ජනමාධ්‍යවේදය තුළ දක්නට ලැබේ. එම ජනමාධ්‍යවේදාත්මක සංදේශ නිර්මාණයේදී ප්‍රතිගමනය, ආදේශනය, සංඝනීකරණය ආදිය ඉතා පුළුල් ලෙස භාවිත කෙරේ. ප්‍රබුද්ධත්වයේ කර්මාන්තය උත්තේජන ප්‍රවාහයන් මගින් අපට

[9] Adler A. The Course of Human Life as a Psychological Problems// Human Developments 1968 V.II P. 184 - 200

නතු වන්නේය.[10] ඒවා අතර ලිංගිකත්වය කෙරෙහි යොමු වූ අවශ්‍යතාවන් ප්‍රමුඛස්ථානයක් ගන්නේය. වර්තමානයේ ජනමාධ්‍යවේදයේ සියලුම ස්වරූපවල ලිංගිකත්වය පදනම් කරගත් නිර්මාණ සාමාන්‍ය දෙයක් බවට පත්ව තිබේ.

ජනමාධ්‍යවේදයේ ග්‍රාහකයින් සම්බන්ධව කතා කිරීමේදී විඥානිකත්වය පිළිබඳ ගැටලුව කෙරෙහි ඉතා ප්‍රවේශමෙන් අවතීරණය විය යුතුය. එක් අතකින් මිනිසාගේ අවිඥානිකත්වය සක්‍රිය කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වන අතර අනෙක් අතින් අවිඥානිකත්වයේ ශක්තිය නිදහස් වීම නිසා සැබෑ ජීවිතයේදී මිනිසා තුළ ආක්‍රමණශීලීත්වය වර්ධනය විය හැකිය. පුද්ගල මානසිකත්වයේ විවිධ විචල්‍යයන්, ගතිකයන් ඇති කිරීම සහ මානව අවිඥානිකත්වයේ මානසික අත්දැකීම් ප්‍රතිසංවිධානය කිරීම, ජනමාධ්‍යවේදයට කළ හැකිය. මානසික අවපීඩනය, වරද පිළිබඳ හැඟීම, නොසන්සුන්තාව ආදිය ඉවත් කිරීමට හැකියාවක් ජනමාධ්‍යවේදයට තිබේ.

ජනමාධ්‍යවේදය තුළ අපරාධ බලහත්කාරකම්, දූෂණ ආදිය පෙන්වීමේ දී විශේෂයෙන් රූපවාහිනී ප්‍රේක්ෂකයින් ඒවාට චින්තනමය, මානසික වශයෙන් සහභාගී වීම හේතු කොට ගෙන ඔවුන් තුළ තිබෙන එවැනි අවශ්‍යතාවන් යම් කිසි ප්‍රමාණයකට සන්තුලනය වන බව සමහර මනෝවිද්‍යාඥයෝ පෙන්වා දෙති. නමුත් මෙය මේ ආකාරයටම විශ්වාස කිරීම දුෂ්කරය. නූතන ජනමාධ්‍යවේදය තුළ විශේෂයෙන් රූපවාහිනිය තුළ එවැනි දේවල් පෙන්වන ප්‍රමාණය අනුව මිනිසා සමාජ විරෝධී, අස්වාභාවික සත්ත්වයෙකු බවට පත්වීමේ හැකියාව ද තිබේ.

කිසිම පුද්ගලයෙකු සිය මානසික විභවයන් සම්පූර්ණයෙන්ම ප්‍රයෝජනයට නොගන්නා බවත්, ඔහු තම ජීවිත කාලය පුරාම ඉතා අඩු මානසික ශක්‍යතාවක් ප්‍රයෝජනයට ගන්නා බවත් නූතන මානවවාදය නියෝජනය කරන මනෝවිශ්ලේෂණවාදී මනෝවිද්‍යාඥයෝ ප්‍රකාශ කරති. රොජර්ස්, මාස්ලොව්, ඕල්පෝර්ට් යන අය ඒ අතර වෙති. මොවුන්ගේ අදහසට අනුව සංවර්ධනය

[10] Frank V. E The Dolter and the Soul Ny Knoff. 1955, psychotherapy and Existentialism Ny Simon and Schuster 1967, man, is search for meaning 3 Ed. Rou and NY, Simon and Schuster 1984.

කෙරෙහි ප්‍රයත්නය මිනිසා තුළ ජන්මයෙන්ම පවතින්නකි. මිනිසා තුළ නිලීන අභ්‍යන්තර විභවයන්ගෙන් එය ව්‍යුත්පන්න වේ. නමුත් සමාජය මඟින් ගොඩනගා ඇති ප්‍රතිමාණ සහ නිග්‍රහය නිසා ඒවාට බාධා සිදුවේ. මෙම ප්‍රවණතාවයේ මනෝවිද්‍යාඥයින්ගේ ප්‍රධානම දුර්වලතාව වන්නේ ඔවුන් මිනිසාගේ ප්‍රබුද්ධත්වයට හා ස්වයංතත්සේරුවට ඇති හැකියාව (ශක්‍යතාව) අතිශෝක්තියෙන් දැක්වීමය. එසේම මිනිසාගේ සිතීම හා ඔහුගේ සැබෑ පැවැත්ම අතර සීමා ලකුණු කිරීම අතිශය, දුෂ්කර දෙයකි. ඇත්ත වශයෙන්ම එය ප්‍රායෝගිකව කළ නොහැකි දෙයකි. ඊට අමතරව මිනිසාගේ සියලු අදහස් ජීවිත යථාර්ථයක් බවට පත්වීමට ආධාරක වන සාධක මෙන්ම ඒවාට බාධා අවහිර පමුණුවන සාධක ද පවතී. මක් නිසාද යත් මිනිසා සමාජීය සත්ත්වයෙකු ලෙස සමාජ සන්දර්භය තුළ ජීවත් වීම නිසා ඔහුට එය නියමයන්ට යටත් වීමට සිදු වන බැවිනි.

අවසාන වශයෙන් දැනට ජනමාධ්‍යවේදය හා සම්බන්ධ මනෝවිද්‍යාත්මක න්‍යායන් සංකල්ප හා ප්‍රවේශයන් කිපයක් විශ්ලේෂණය කළ අතර ඒවා ජනමාධ්‍යවේදයේ කුමන ක්ෂේත්‍ර අධ්‍යයනය කරන්නේද යන බව සලකා බලන ලදී.

සියලු න්‍යායන් සමාජ අවශ්‍යතාවන්ට දක්වන ලද ප්‍රතිචාරයක් ලෙස සැලකිය හැකිය. ජනමාධ්‍යවේදය හා සම්බන්ධ චර්යාවාදී සංකල්පයේ බිහි වීම ධනේශ්වර ක්‍රමයේ සමාජ සම්බන්ධතා ස්වරූප බිහිවීමත් සමග සම්බන්ධය. අවස්ථා, තත්ත්ව සම්බන්ධතාවන් වෙනස්වීමත් සමග පුද්ගල චර්යා, හැසිරීම් රටා වෙනස් වන බව චර්යාවාදීන් තහවුරු කළේය. වෙළෙඳ දැන්වීම තුළ සහ ප්‍රචාරණය තුළ ඉතා පුළුල් ලෙස චර්යාවාදය යොදා ගෙන ඇත.

සියලු න්‍යායන් සමාජ අවශ්‍යතාවන්ට දක්වන ලද ප්‍රතිචාරයක් ලෙස සැලකිය හැකිය. ජනමාධ්‍යවේදය හා සම්බන්ධ චර්යාවාදී සංකල්පයේ බිහි වීම ධනේශ්වර ක්‍රමයේ සමාජ සම්බන්ධතා ස්වරූප බිහිවීමත් සමග සම්බන්ධය. අවස්ථා, තත්ත්ව සම්බන්ධතාවන් වෙනස්වීමත් සමග පුද්ගල චර්යා, හැසිරීම් රටා වෙනස් වන බව චර්යාවාදීන් තහවුරු කළේය. වෙළෙඳ දැන්වීම

තුළ සහ ප්‍රචාරණය තුළ ඉතා පුළුල් ලෙස චර්යාවාදය යොදා ගන්නේය.

පාව්ලොව්ගේ අදහස් කොමියුනිස්ට්වාදී සමාජ මනෝවිද්‍යාවට අනුකූල විය. ඒ අනුව පරිසර මඟින් මිනිසා හැඩගස්වනු ලැබේ. නව මිනිසා බිහි කිරීම නව පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීම සමග අවියෝජනීය ලෙස බැඳී පවතියි. මෙම සියලුම න්‍යායන් නිශ්චිත සමාජ - ආර්ථික සන්දර්භයක් තුළට අන්තර්ගත වන අතර එසේම ඒවා මිනිසා පිළිබඳව නිශ්චිත දාර්ශනික අවබෝධයකින් යුතුව ගොඩ නගා ඇත.

චර්යාවාදීන් මිනිසාගේ හැසිරීම රටා චර්යාවන් කෙරෙහි විශේෂ අවධානය යොමු කළේය. චර්යාවාදීන් ජනමාධ්‍යවේදයේ බලපෑම යටතේ පුද්ගල චර්යාවන්ගේ වෙනස්වීම අධ්‍යයනය කරන අතර ඔවුනු එහි දී මනෝමූලික සාධක නොසලකා හරින ලදහ.

ප්‍රජානන - අර්ථකථනාත්මක මනෝ-විද්‍යාඥයෝ විවිධ ක්‍රියාවන්වල ගැඹුරු අභිප්‍රේරණයන් අධ්‍යයනය කරති. ඔවුන් සිය විෂය දකින්නේ මානසික ක්‍රියාකාරීත්වයේ සවිඥානිකත්වය තුළය. ජනමාධ්‍යවේදය තුළ ක්‍රියාත්මක වන මනෝවිද්‍යාත්මක සාධක ඔවුන්ගේ අධ්‍යයනයට හසු වේ. ජනමාධ්‍ය-වේදයේ බලපෑම නිසා සිදු වන පුද්ගල ප්‍රතිචාරවල යම් ලක්ෂණ තීරණය වන්නේ පුද්ගලයා අදාළ තොරතුරු අර්ථ දැක්වීම තුළය.

මනෝ විශ්ලේෂණවාදය මිනිස් ක්‍රියාකාරීත්වය හා සම්බන්ධ අවිඥානික අභිප්‍රේරණ අනාවරණය කරයි. මිනිසා බාහිර පරිසරයට කරනු ලබන බලපෑමේ දිශාව තීරණය කරනු ලබන්නේ ඔහුගේ අවිඥානය සහ බාහිර යථාර්ථය අතර පවතින ගැටුම මගිනි. මෙහිදී විශේෂ වන්නේ බාහිර යථාර්ථය හැටියට ජනමාධ්‍යවේදය ඉදිරිපත් වීමේ හැකියාවයි.

තොරතුරු ලබා ගැනීමේ දී අපේ සංජානනය සංවිධානය වීමේ මූලධර්ම තොරතුරු සංජානනයේ සමාකෘතිවාදී (ගෙස්ටෝල්ට්වාදී) මනෝවිද්‍යා සංකල්පය පැහැදිලි කෙරේ. විශේෂයෙන්ම එහිදී දෘශ්‍ය සහ ශ්‍රව්‍ය ප්‍රභේද කෙරෙහි අවධානය යොමු වේ.

ජනමාධ්‍යවේදය සමාජ ආර්ථික හා දේශපාලන මතවාදීමය ප්‍රපංචයක් පමණක් නොව එය ප්‍රබල මනෝවිද්‍යාත්මක හා සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක පදනමකින් සමන්විත ක්‍රියාවලියකි. මනෝවිද්‍යාවේ සහ සමාජ මනෝවිද්‍යාවේ ගැනීම් හා වර්ධනයන් මගින් ජනමාධ්‍යවේදය නිරන්තරවම පෝෂණය වෙමින් වර්තමානයේ එය සමාජ ජීවිතයේ සියලුම ක්ෂේත්‍ර කෙරෙහි තීරණාත්මක බලපෑමක් කරන සක්‍රීය සාධකයක් බවට පත් වී තිබේ. ■