ලාංකීය ගුවන්විදුලියේ ප්‍රාදේශීය සේවා සංකල්පය සහ එහි සංවර්ධන සන්නිවේදන කාර්යභාරය

සේන නානායක්කාර

දියුණු තාක්ෂණය විසින් ලෝකය මෙහෙය වීමේ සංකීර්ණ ක්‍රියාවලිය මේ වන විට සිදුවෙමින් පවතී. ඒ අනුව, විවිධ ක්ෂේත්‍රයන්ගේ ආරම්භය, පැවැත්ම හා ශීඝ්‍රාකාර වර්ධනය ද තීරණය කරන්නට එකී තාක්ෂණයට හැකියාව ලැබී ඇතැයි සිතේ. ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය ද ඒ අතර ප්‍රමුඛ වෙයි. අතිශය සංකීර්ණ වූ ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යය, විවිධ ගුවන්විදුලි ක්‍රමවේදයන්ගෙන් අනතුරු ව වඩාත් සරල ප්‍රාදේශීයකරණයක් දක්වා සංක්‍රමණය වීම ඊට කදිම දෘෂ්ඨාන්තයකි.

සමාජ සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් සලකා බලන කල මෙය වඩා ත් සුවිශේෂී වූ මාධ්‍ය ප්‍රවේශයක් වෙයි. ඒ මන්ද යත්, ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලිය යනු නූතනයේ බෙහෙවින් ප්‍රචලිත සංවර්ධනාත්මක ජනමාධ්‍ය ක්‍රමවේදයක් වී ඇති බැවිණි. ලොව වඩා ත් දියුණු රටවල වුව විවිධ ගුවන්විදුලි නාලිකාවන් ප්‍රාදේශීය තත්ත්වයන් පසුබිම් කොට ගෙන ක්‍රියාත්මක වෙමින් තිබේ. ඒ ඒ විකාශනයන්ට අදාළ ප්‍රදේශයේ සීමාසහිත බව හා ඊට ම අනන්‍ය වූ සුවිශේෂතාවන් හේතු කොටගෙන කිසියම් සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියක් කෙරෙහි ලා සන්නිවේදනමය දායකත්වය දැක්වීමේ සුවිසල් ශක්‍යතාවක් ඒතුළ ප්‍රකට වන බව ද පෙනේ. එය සෙසු මාධ්‍ය අතරින් වෙනස් වන්නේ එබැවිනි. ඒ හෙයින් ම නූතන සමාජ විද්‍යාත්මක ශක්‍යතා ඔස්සේ කරුණු විමර්ශනය කිරීමේ දී ප්‍රාදේශීය ජන කොට්ඨාසයන් හී සිට කුඩා පුද්ගල කණ්ඩායම් සහිත ග්‍රාහක කොටස් දක්වා ඉන් කළ හැකි බලපෑම ද නිසැක බව පෙනී ගොස් ඇත.

එසේ නම්. එකී ප්‍රදේශීය ගුවන්විදුලි සේවාවන්ගේ ප්‍රභවයට පසුබිම් වූ ඓතිහාසික තත්ත්වයන් කවරේ ද?. ඊට පිටු දුන් සමාජයීය අවශ්‍යතාවන් හා අදාළ උපයෝගීතාවන් විස්තර කෙරෙන්නේ කෙසේ ද? යන පසුබිම් කරුණු කෙරෙහි ද අපගේ දැඩි අවධානය යොමු කළ යුතු ය. මන්දයත්, සංවර්ධනය වූ කලී කිසිවකින් වියුක්ත නොවුණු, එමෙන් ම සියලු සමාජ, ආර්ථික හා සංස්කෘතිකමය පාර්ශ්වයන් සමඟ තදින් බැඳුණු ක්‍රියාදාමයක් වන බැවිනි. ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලිය බඳු වෙසෙස් ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාවලියක් නිසි ශාස්ත්‍රීය පදනමක් ඔස්සේ විග්‍රහ කළ හැක්කේ එවිට ය.

මුල් කාලයේ පටන් ම සංවර්ධන අරමුණු කෙරෙහි ලාංකීය ගුවන්විදුලියේ අවධානය යොමු ව තිබූ බවට සාක්ෂි අපමණ ය. සපුරා ඵලදායක නොවූව ද කාලානුරූප ව ගත් කළ එකී අවධානයන් පසුකාලීන සංවර්ධන ක්‍රියාමාර්ගයන් හි මූලික අත්තිවාරම් ලෙස පිළිගැනේ. ඒ අනුව, 1930 දශකයෙන් පසුව ඇති වූ ග්‍රාමීය ගුවන්විදුලි සේවාවක සමාරම්භය එහි දී සුවිශේෂී වේ. ප්‍රාදේශීය මට්ටමෙන් ප්‍රජා ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර පිහිටුවීමට ගත් උනන්දුව ත්, ඒ හරහා සමස්ත ග්‍රාමීය ජනතාවට දැනුම, විනෝදය හා රට තොට කාලීන පුවත් පිළිබඳ අවබෝධය ලබාදීමේ ක්‍රියාවලිය ත් එහි දී ප්‍රධාන වශයෙන් කැපී පෙනේ.

හුදෙක් අගනුවර සුළුතර නාගරික ජන කොට්ඨාසයකට පමණක් සීමා වූවකට වඩා රට පුරා විසුරුණු බහුතර ග්‍රාමීය ජන කොට්ඨාසය ද ආවරණය කෙරෙන ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරයක් වඩා ත් සුවිශේෂ වෙයි. සැබැවින් ම, එය පොදු ජන මාධ්‍යයක් වනුයේ, එකී පටු සීමාවෙන් ඔබ්බට ක්‍රියාකිරීමෙන් බව ගුවන්විදුලි බලධාරීන් අවබෝධ කොට ගත්තේ ලාංකීය ගුවන්විදුලි ඉතිහාසයේ මුල් යුගයේ දී ම බව තොරතුරු මූලාශ්‍රවලින් පෙනේ.

ලාංකීය ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරයේ නිර්මාතෘ වූ එඩ්වර්ඩ් හාපර් (Edward Harper) මහතා විසින් 1935 ජනවාරි මස ''රේඩියෝ ටයිම්ස්'' (Radio Times) සඟරාවට සම්පාදනය කරන ලද විශේෂ ලිපිය මේ සම්බන්ධ ප්‍රමුඛතම මූලාශ්‍රයක් වෙයි. ඔහු එහි දී ''ග්‍රාමීය වැඩසටහන්'', ''ප්‍රජා වැඩසටහන්'' හා ''වෘද්ධ අධ්‍යාපන වැඩසටහන්'' නමින් හැඳින්වෙන ප්‍රචාරයන් ගැන සඳහන් කරයි. ඊට අමතර ව අප ප්‍රස්තුතයට අදාළ කොටස් කිහිපයක් පමණක් එකී ලිපියෙන් උපුටා දැක්විය හැකි ය. සංවර්ධනය හා ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය අතර ඇති අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධය මෙන් ම ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ප්‍රාදේශීයකරණ අවශ්‍යතාව මෙම ලිපියෙන් මැනැවින් පෙන්නුම් කෙරේ. හාපර් මහතාගේ ලිපිය කොළඹගේ මහතා සිංහලයට පෙරළා ඇත්තේ මෙසේ ය.

''දැනට ගම්වල වෙසෙන බහුතර කොටසක් අකුරු නූගත් අය බව පිළිගත් කරුණකි. රජය ගෙනයන අන්දම ආදී කරුණු රට වැස්සන්ට හරි හැටි අවබෝධ නොවුනහොත් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ආණ්ඩු ක්‍රමයක් නිසි පරිදි ක්‍රියාවේ යෙදවීම අපහසු බව විවාදයෙන් තොර ව පිළිගත යුතු සත්‍යයකි...

මෙකල ළමයින්ගේ අධ්‍යාපනය සඳහා විවිධ ක්‍රම යොදා ඇත. සංවර්ධනය වූ රටවල වැඩිමහල්ලන්ගේ අධ්‍යාපනික දියුණුව සඳහා ද නොයෙක් මාර්ග යොදා තිබේ. එම මාර්ග අතර ගුවන්විදුලිය මුල් තැන ගනී. ලංකාව වැනි වෙනත් පහසුකම් නැති රටක, දැනුම දියුණු කරගැනීමට ද, ප්‍රවෘත්ති දැන ගැනීමට ද, දිනපතා වන වැදගත් සිදුවීම් දැන ගැනීමට ද, කෘෂිකාර්මික තොරතුරු ආදිය දැන ගැනීමට ද ගුවන්විදුලිය තරම් ප්‍රබල මාධ්‍යයක් නැත...

මෙම දැනුම අසන්නාට කිසිදු වෙනසක් නොදැනෙන පරිදි සංගීත හා වෙනත් විශේෂ අංග අතරට එක් කළ හැකි ය. මෙහි දී තවත් කරුණක් සඳහන් කළ යුතු ය. වැඩක් නැති මිනිසුන් සමූහයක් එක් රැස් වී සිටින විට බොහෝ විට සණ්ඩු දබර කරගැනීම සිරිත ය. ලංකාවේ ගම්බද අපරාධ බෙහෙවින් වැඩි ය. හරිහැටි සංවිධානය කරන ලද ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් මාර්ගයෙන් මෙම අපරාධ බොහෝ දුරට මැඬිය හැකි ය. එබඳු සේවයක සාර්ථකත්වය රඳා ඇත්තේ එය ශ්‍රවණය කරන පිරිස මත ය. එය, ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයක් මිලට ගෙන බලපත්‍රයක් ලබා ගත හැකි අයට පමණක් සීමා වුවහොත් සාමාන්‍ය ගැමියාට ඉන් පලක් නොවන්නේ ය. අප විසින් කළ යුත්තේ ගැමියන් සමූහයකට ඇසිය හැකි පරිදි ශක්තිය ඇති පොදු ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර ඔවුන්ට සපයා දීම ය.''[1] (කොළඹගේ, 1980).

මෙහි දී අපට වැදගත් වන්නේ අනෙකක් නොව, සංවර්ධනාභිලාෂී අරමුණ ත්, පොදු ජනමාධ්‍යයක් ලෙස පැතිරුණු ග්‍රාමීය සේවාවක අවශ්‍යතාව ත් උක්ත සංදේශයෙන් කුළුගැන්වී තිබීම ය. අධ්‍යාපනික, කෘෂිකාර්මික, සංස්කෘතික හා දේශපාලනික ආදී ජාතික සංවර්ධනයේ සකලවිධ පාර්ශ්වයන් කෙරෙහි ඉන් අවධානය යොමු කොට ඇති බව පැහැදිලි ය.

ඉන් පසු ව 1936 අප්‍රේල් මස 06 වන දින ලංකා තැපැල්පති ව සිටි ජේ. ආර්. වෝල්ටර්ස් (J. R. Walters) විසින් එවකට ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය භාර ව සිටි මංමාවත් හා කර්මාන්ත ඇමතිවර ශ්‍රීමත් ජේ. එල්. කොතලාවල වෙත යවන ලද විශේෂ සංදේශයකින් ද මේ පිළිබඳ මුල් තොරතුරු හෙළි කරයි.

''වත්මන් ට්‍රාන්ස්මීටර් යන්ත්‍රයේ ශක්තිය සීමාසහිත ය. එයින් සාර්ථක ලෙස වැඩසටහන් ප්‍රචාරය කළ හැකි වන්නේ සැතපුම් 50 ක් පමණ දුර වූ පෙදෙසකට ය. නමුත්, මෙම වර්ෂයේ ට්‍රාන්ස්මීටර් යන්ත්‍රයේ ශක්තිය කිලෝ හර්ට්ස් 5 ක් දක්වා වැඩි කිරීමට බලාපොරොත්තු වන බැවින් දිවයිනේ වැඩි කොටසකට එය බලපවත්වනු ඇත. ගම්බද පාසලක් වැනි ප්‍රසිද්ධ ස්ථානයක ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයක් සවි කොට නඩත්තුව සඳහා මාස් පතා සුළු මුදලක් අය කොට ගම්වලට ගුවන්විදුලිය ගෙන යාමේ ක්‍රමයක් ගැන ද අදහස් කොට ඇත. එමගින් ඈත පිටිසර වෙසෙන ගම්බද ජනයාට අධ්‍යාපනය හා විනෝදය ලබාදීමට හැකි වෙතැයි අපේක්ෂා කෙරේ. එබඳු ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට මත්තෙන් සලකා බැලිය යුතු ප්‍රශ්න ද රැසකි. ඈත පෙදෙස්වල බැටරි නඩත්තු කිරීම පිළිබඳ ප්‍රශ්නය එකකි. ඒ හැර, අධ්‍යාපනය, විනෝදය මුසු කර ගැමියන්ට ගැළපෙන අන්දමේ වැඩසටහන් පිළියෙල කිරීම ඉතා පරිස්සමෙන් කළ යුත්තකි.''[2] (කොළඹගේ, 1980)

එදා 1936 දී ලියූ ලේඛනයක් වුවත් ඒ තුළ අදටත් අපට ලැබිය හැකි විශිෂ්ටතම මාර්ගෝපදේශකත්වයක් ඇත. ''ගම්බද ජනයාට අධ්‍යාපනය හා විනෝදය ලබාදීම'' ඉන් අපේක්ෂිත ය. එහි දී හුදෙක් විනෝදය පමණක් නොව, අධ්‍යාපනය ද ඊට එක් විය යුතු බව ඔහු අවධාරණය කරයි. ඊටත් වඩා අද ද බොහෝ මාධ්‍යකරුවන් අනවබෝධයෙන්, අයාලේ දුවමින් සිදුකරන අරුත්සුන් මාධ්‍ය මෙහෙයුම් කෙරෙන් මිදී අනුදැන පිළිපැදිය යුතු සැබෑ ගුරූපදේශයක් ද මෙහි ඇතුළත් ව ඇතැයි හැඟේ. එනම්, ''අධ්‍යාපනය හා විනෝදය මුසු කර ගැමියන්ට ගැළපෙන අන්දමේ වැඩසටහන් පිළියෙළ කිරීම ඉතා පරිස්සමෙන් කළ යුත්තක්'' බව. සැබැවින් ම, අද ද ප්‍රවීණ යැයි සම්මත සමහර මාධ්‍ය බලධාරීන් ඇතුළු සෙස්සන් ද මෙය දැඩි ලෙස අවබෝධ කොට ගත යුත්තක් වෙයි.

එපමණක් නොව, 1940 ශ්‍රීමත් කන්දයියා වෛද්‍යනාදන් කමිටුවේ සිට පසුකාලීන ව පත් කෙරුණු ගුවන්විදුලි කොමිෂන් සභා වාර්තා කිහිපයකින් ම මේ පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගත හැකි ය. එක් නිදසුනක් ලෙස, 1965 හුළුගල්ල කොමිෂන් සභා වාර්තාව පෙන්වා දිය හැකි ය. 1966 මැයි මාසයේ නිකුත් කෙරුණු වාර්තාවට අනුව ප්‍රධාන නිර්දේශයන් 12 ක් විය. ඉන් දසවැන්න වූයේ ''ක්‍රමයෙන් ප්‍රාදේශීය සේවාවන් ඇති කොට දිවයින පුරා ගුවන්විදුලියට සවන් දීමේ තත්ත්වය දියුණු කළ යුතු බව යි''.[3] (කොළඹගේ, 1980).

සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල එකී ක්‍රියාවලියෙහි ලා ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ වැදගත්කම අවධාරණය කරන ශ්‍රීමත් චාල්ස් මෝසස් (Sir. Charles Moses) ගේ ප්‍රකාශය ද මෙහි දී වැදගත් වෙයි.

''සමහර ආසියාතික රටවල ජනගහනයෙන් 70%කට පමණ අක්ෂර ඥානය නොමැත. මෙම ලක්ෂ සංඛ්‍යාත ජනකාය ස්වභාෂාවෙන් ම කෙරෙන ගුවන්විදුලි ප්‍රචාර හැරුණු විට සෙසු මාධ්‍යවලින් ඈත් වී සිටිති. සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල සැබෑ ආර්ථික හා සමාජයීය ප්‍රගතිය ඇති කිරීම සඳහා ඒ රටවල මුළුමහත් ප්‍රජාව ම සම්බන්ධ කරවා ගැනීම අවශ්‍ය බව පිළිගනිමු නම් ඒ සඳහා විවෘත ව ඇති එක ම මාර්ගය ගුවන්විදුලිය යි''.[4] (දිසානායක, 1979).

ජාතික සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් කරුණු විමර්ශනය කිරීමේ දී, ලංකා ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරක ක්‍රියාවලියේ ප්‍රාදේශීය සේවාවක උපයෝගීතාව හා එය බිහි කිරීමෙහි ලා මූලික පසුබිම් තත්ත්වය එලෙස සංක්ෂිප්ත ව විග්‍රහ කළ හැකි ය. ඒ වූ කලී ප්‍රාදේශීය

ගුවන්විදුලි සේවා බිහිවීමෙහි ලා අදාළ සුවිශේෂ සිද්ධිදාමයෙහි අල්ප මාත්‍රයක් පමණි. එනම්, තවත් බොහෝ සිදුවීම් හා අදාළ සන්ධිස්ථානයන් ලාංකීය ගුවන්විදුලි ඉතිහාසය තුළ කැපී පෙනෙන බව යි. ඒ අනුව, මේ සියල්ල විග්‍රහ කිරීමේ දී කුළු ගැන්වෙන ප්‍රධාන කාරණාද්වයක් වෙයි. එනම්,

1. ජාතික සංවර්ධනයෙහි ලා ගුවන්විදුලිය මාධ්‍යයෙහි දායකත්වය බෙහෙවින් ලබා දිය හැකි බව සහ

2. ඒ සඳහා ගුවන්විදුලිය ප්‍රාදේශීය මට්ටමින් විමධ්‍යගත කිරීම වඩාත් ඵලදායක ක්‍රමවේදයක් ලෙස එවකට වුව ද පිළිගෙන තිබූ බව ය.

එසේ නම්, සංවර්ධනය වන රටක් සම්බන්ධයෙන් ගත් කළ ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි සේවාවක උපයෝගීතාව සමාජ සන්නිවේදනයට විද්‍යාත්මකව සලකා බැලෙන්නේ කෙසේ ද?.

යම් රටක සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කරන කල ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයෙහි ඇති වැදගත්කම අප්‍රමාණ වන්නේ එකී ජාතික සංවර්ධනයෙහි ලා අදාළ වන භාෂාමය, සංස්කෘතිකමය හෝ සමාජමය විවිධත්වයන්ට අනුකූල වන පරිදි එය සැලසුම් කොට සකසා සමාජ ගත කිරීමට ඇති ශක්‍යතාව අනුව වෙයි. ඒ අනුව, සමස්ත සමාජ සංවර්ධනයෙහිලා ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලියකින් ලබා දිය හැකි දායකත්වය අනුපමේය වෙයි. මෙය ලංකාව හැරුණු විට ඉන්දියාව, බ්‍රිතාන්‍ය හා චීනය ආදී රටවල ඉතා දියුණු අයුරින් ක්‍රියාත්මක වනුයේ, ඒ එකිනෙක පෙදෙස්වල ජීවත් වන විවිධ ජාතිකත්වයන්ට අයත් ජන කොට්ඨාසයන්ට ස්වකීය දෛනික කටයුතු කෙරෙහි ලා ගුවන්විදුලියේ පිටුබලය මැනැවින් ලබන්නට හැකි වූ බැවිනි.

එක් රටක වුව, විවිධ ජාතිකත්වයන් කෙරෙහි ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලිය විසින් ඉටු කරනු ලබන සේවාව අතිමහත් ය. නිදසුන් ලෙස චීනය ගනිමු. සමාජයීය වශයෙන් එක ම ජන කණ්ඩායමක් ලෙස පිළිගැනුනත් අභ්‍යන්තර වශයෙන් පරස්පර විරෝධී සංස්කෘතීන් විශාල ප්‍රමාණයක් එහි දක්නට ලැබේ. එය හුදෙක් භාෂාව කරණකොට ගෙන ඇති වන්නකි. කැන්ටන්, ෂැංහයි හෝ බෙයිජින් හි කථාකරන භාෂාවන් එකිනෙකට වෙනස් ය. චීන ජාතික ගුවන්විදුලිය මේ සියල්ලට ම පොදු තත්ත්වයක් පෙන්නුම් කරන අතර, ඒ ඒ කලාපීය තත්ත්වයන් යටතේ ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානයන් මගින් කලාපීය අනන්‍යතාවයට සරිලන පරිදි සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පවත්වාගෙන යයි.

ඉන්දියාව ඇතුළු ලෝකයේ බොහොමයක් රටවල අද වන විට ජාතික හා ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලිය තවදුරටත් ප්‍රජා, සමූහ, ආයතනික හා පුද්ගල තත්ත්වයන් දක්වා ගමන් කොට ඇති බව පෙනේ. ජාතික, ග්‍රාමීය හෝ ප්‍රජා සංවර්ධනයෙහිලා වඩාත් වැදගත් වන කලාපීය හෙවත් ප්‍රාදේශීය සන්නිවේදන සංකල්පය මෙහි දී මූලික වී ඇති බව කිව හැකි ය. නිදසුන් ලෙස, රජරට ප්‍රදේශයේ ගැමියන්ට බලපාන ජීවන ගැටලුවක් බේරුවල වෙරළ කලාපයේ වැසියෙකුට තදාසන්න විය නොහැකි ය. ඔහුගේ මූලික අපේක්ෂාව මුහුදත්, වාරකන් හා වළාලයත් වන අතර රජ රැටියාගේ අපේක්ෂාව වැස්ස, හේන හා වී ගොවිතැන විය හැකි ය. එබැවින්, ඉතා කුඩා ශ්‍රී ලංකාව තුළ වුව ද රජරටට, රුහුණට හා කඳුරටට අනන්‍ය වූ විවිධතා අනුව ගුවන්විදුලියේ ප්‍රාදේශීයකරණය වඩාත් සාර්ථක සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායයක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය. ඒ, එහි උපයෝගීතාව පිළිබඳ සංක්ෂිප්ත අර්ථ දැක්වීමකි.

මේ අනුව, 1979 අප්‍රේල් මස 12 වැනි දා ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම ප්‍රාදේශීය සේවය ලෙස ''රජරට සේවය'' අනුරාධපුරයේ දී පිහිටුවීම ලාංකීය ගුවන්විදුලි ඉතිහාසයේ සුවිශේෂ සන්ධිස්ථානයක් ලෙස සටහන් කළ හැකි ය. එතෙක් කල් අගනුවරට පමණක් සීමා වූ අධිපතිවාදී මාධ්‍යයක් සැබෑ ලෙස පොදු ජන අයිතිය හා බැඳුණු ස්වරූපය ඉන් පසුව පෙන්නුම් කෙරිණි. ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය හඳුනාගැනීමේ සිට භාවිතය, ප්‍රතිචාරය හා සහභාගිත්වය මෙන් ම එය සැබෑ ලෙස වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලිය දක්වාත් ගැමි ජනතාව පෙළැඹුණේ ඉන් අනතුරුව ය. එයින් සිදු වූයේ ගුවන්විදුලිය දෘෂ්ටිමය, සම්ප්‍රදායමය හා ක්‍රියාකාරීමය වශයෙන් සැබෑ ලෙස වෙනස් වීමකැයි සිතේ. රජරට සේවාවේත්, සෙසු ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි සේවාවන්ගේත් මුල් කාලීන මාධ්‍ය මෙහෙවර පිළිබඳ ගැඹුරින් අවධානය යොමු කිරීමේ දී මෙය වඩාත් පැහැදිලි වෙයි. රජරට සේවයෙන් අනතුරු ව, 1980 පෙබරවාරි මස 30 වන දින රුහුණු සේවයේ ආරම්භයත්, 1983 අප්‍රේල් මස 13 වන දින කඳුරට සේවයේ ආරම්භයත් තවදුරටත් වැදගත් වනුයේ එබැවිනි.

පරමාර්ථමය වශයෙන් ගත් කල ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි සේවාවක් කෙරෙහි ලා පැවැරෙන කාර්ය භාරයන් කවරේ ද? අදාළ ශ්‍රවණ කලාපීය ග්‍රාහක ප්‍රජාවට සුවිශේෂ ව කේන්ද්‍රගත වූ විවිධ වැඩසටහන් පිළිබඳ ගැඹුරින් විමර්ශනය කිරීමේ දී උක්ත කාර්ය භාරයන් පහසුවෙන් හඳුනාගත හැකි ය. සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල ක්‍රියාත්මක ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි සේවාවන් තුළින් අපේක්ෂිත ප්‍රමුඛතම පරමාර්ථය කාර්යභාරයන් කිහිපයක් මෙසේ සංක්ෂිප්ත ව පෙළ ගැස්විය හැකි ය.

1. ප්‍රාදේශීය වශයෙන් වැදගත් වන කාලීන පුවත් සන්නිවේදනය තුළින් ස්වකීය ජන සමාජය හා එහි පැවැත්ම පිළිබඳ ව ඔවුන් තුළ වන නිවැරදි අවබෝධය වැඩි දියුණු කිරීම.[5] (Aspinall, 1971)

2. අදාළ ශ්‍රවණ කලාපයේ ජනතාව සතු සංස්කෘතිකමය උරුමයන් පවත්වා ගැනීමට හා ආරක්ෂා කරගැනීමට උපකාර වීම.

3. සාම්ප්‍රදායික සමාජ කොට්ඨාසයන් වෙත නව ආකල්ප හා නව සමාජ ක්‍රියාකාරීත්වයන් හඳුන්වා දීම.

4. ද්විතීයික අධ්‍යාපන කාර්යයන් ලෙස ළමා හා වැඩිහිටි ශ්‍රාවක ප්‍රජාව තුළ සමාජාවබෝධය තහවුරු කිරීම.

5. අදාළ කලාපයට සුවිශේෂ කෘෂි හෝ වෙනත් කාර්මාන්තා දී ජීවනෝපාය ක්‍රම දියුණු කිරීමෙහි ලා රුකුල් දීම හා ඒ කෙරෙහි ඔවුන් පොළඹවාලීම.

6. ශ්‍රවණ කලාපීය ජන සමාජයේ රුචිය හා රසවින්දන තත්ත්වයන් ඉහළ තලයකට රැගෙන ඒමට අදාළ පසුබිම සකස් කිරීම.

7. ශ්‍රාවක සමාජය සතු නිර්මාණ ශක්‍යතා ප්‍රවර්ධනය කෙරෙහි අත්‍යවශ්‍ය පසුබිම ගොඩනැඟීම.

8. සංවර්ධනාභිමුඛ නව සමාජ සංවාදයන් කෙරෙහි ශ්‍රාවකයා පෙළැඹවීම හා ඒ සඳහා ඔවුන් සහභාගි කරවීම.

9. ජනමාධ්‍ය පරිහරණයෙහි ලා ජනතාව දැනුවත් කිරීම සහ ඒ කෙරෙහි ඔවුන් දක්වන දායකත්වය හා සහභාගිත්වය වර්ධනය කරවීම.

10. ප්‍රදේශයෙහි පවත්නා ගැටලු හඳුනා ගැනීම, ඒ සඳහා වන විසඳුම් පිළිබඳ තීරණ ගැනීම හා ක්‍රියාමාර්ග භාවිතය සම්බන්ධ ස්වාධීනත්වය අදාළ සමාජය තුළ ගොඩනැඟීම.

11. අදාළ ජන සමාජයේ විවිධ සමාජ කොට්ඨාසයන් අතර පැවතිය යුතු සාමය, සමගිය හා අන්‍යෝන්‍ය සහජීවනය යන සමාජ සාධනීයතා ප්‍රවර්ධනයෙහි ලා පසුබිම සැකසීම.

12. අදාළ ප්‍රාදේශීය අනන්‍යතාව සහිත සමාජාරක්ෂණය, සමාජ සංවිධානය හා සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලියක් මගින් යහපත් සමාජයක් නිර්මාණය කිරීමට උපකාරී වීම.[6] (Dasguptha, 1983)

යථෝක්ත ක්‍රියාවලීන්, ''පරමාර්ථමය කාර්ය භාරයන්'' ලෙස හැඳින්වෙනුයේ, ඒවා එහි අරමුණු සහගත ක්‍රියාකාරීත්වයන් බැවිනි. නිශ්චිත ප්‍රදේශයක්, නිශ්චිත ශ්‍රාවක පිරිසක් හා බැඳුණු නිශ්චිත ඉලක්කයක් ඉන් අදහස් කෙරෙයි. එක් ජාතික ගුවන්විදුලි නාලිකාවකට එකී කාර්යභාරය ඉටුකිරීම උගහට ය. විවිධ භූගෝලීය, පාරිසරික, දේශගුණික හා සංස්කෘතිකමය ආදී විවිධ සමාජ විභින්නතාවන් විසින් ඊට බාධක පමුණුවනු ඇත. ඒ ඒ ප්‍රාදේශීය තත්ත්වයන්ට ආවේණික වූ යථෝක්ත පසුබිම් විසින් නිර්මාණය කරනු ලබන බහුවිධ විචල්‍යතාවන් එහි සංකීර්ණතාව තහවුරු කරයි. එබැවින්, ඒ ඒ ප්‍රාදේශීය පසුබිම ඔස්සේ දියත් කෙරෙන ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය ක්‍රමෝපායයන් විසින් යට කී අභියෝග සමතික්‍රමණය කිරීමේ ශක්‍යතාව පළකරනු ලබයි.

යම්කිසි ජන සමාජයක් පිළිබඳ ව යථා තතු තත් පරිද්දෙන් දැන සිටීම ඕනෑ ම ජන මාධ්‍යයක සාර්ථකත්වයට මංපාදයි.[7] (Aspinall, 1971) ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයට ද එය එසේ ම ය. සුවිශේෂයෙන් ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලියක කාර්යභාරය පහසු කෙරෙනුයේ ශ්‍රාවකයා පිළිබඳ ව වන එකී දැනුවත්භාවය ම කරණ කොටගෙන ය. ග්‍රාහකයා හඳුනා ගැනීමේ සහ පුළුල් අර්ථකථනය තුළ කියැවෙන බොහෝ අරුත් ඊට පදනම් වෙයි. ග්‍රාහක ප්‍රජා සාධක (Audience Demographics) යනු එහි දී වැදගත් කොට සැලකිය යුත්තකි. ගැහැනු පිරිමි බව, වයස් මට්ටම්, අධ්‍යාපන තත්ත්වයන්, රැකියාවක් ඇති නැති බව, ආදායම් හා පන්ති තත්ත්වයන් සහ වෙනත් ඇවතුම් පැවතුම් ආදිය ඊට අයත් වෙයි. මෙකී පසුබිම් තත්ත්වයන්ට අදාළ ව බොහෝ අය සිය චර්යාව මෙහෙය වන බව විවිධ අධ්‍යයනයන් තුළින් හෙළි වී ඇත. ජනවාර්ගික, දේශපාලනික හෝ පුද්ගල විභන්නතා අනුව ද (Ethnical, Political and Individual Differences) ඒවා තවදුරටත් වෙනස් වෙයි. ප්‍රකට ජනමාධ්‍ය විශාරදවරයෙක් වන ජෝන් ආර්. බිට්නර්[8] (John R. Bittner, 1980) පවසන පරිදි, ග්‍රාහක මනෝමය සාධක (Audience Psychographics) හා ග්‍රාහක භෞතික ප්‍රජා සාධක ද (Audience Physiographics) මෙහි දී ප්‍රබල වෙයි. කාලාන්තරයක් තිස්සේ ග්‍රාහක විඥානය තුළ මුල් බැසගෙන ඇති තත්ත්වයන්ට අදාළ මානසික පසුබිම මෙන් ම, සම්මත සාරධර්ම (Values), විශ්වාස (Beliefs), ආකල්ප (Attitudes) සහ ජීවන විධි (Life Styles) යන තත්ත්වයන් ද ඊට අයත් ය.[9] (මහේන්ද්‍ර, 1991).

ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි මාධ්‍යවේදියාට මෙකී සකලවිධ සමාජ සාධක ආගන්තුක නොවේ. කුඩා භූමි ප්‍රදේශයක් තුළ වෙසෙන නිශ්චිත ජන සමාජය ඔහු හොඳින් හඳුනයි. ගම, ගැමියා හා ගැමි ජන විඥානය ද ඔහුට සමීප ය. ඔවුන්ගේ භාෂාව, සංස්කෘතිය හා සම්ප්‍රදායයන් ද ඔහු මැනවින් ස්පර්ශ කරයි. එබැවින් ම, ස්වකීය ගුවන්විදුලිය ක්‍රියාත්මක කළ යුත්තේ ඔවුන්ගේ සිතුම් පැතුම්, ආකල්ප සංකල්ප, අරමුණු හා අපේක්ෂාවන් අනුව බව ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි මාධ්‍යවේදියා හොඳින් පසක් කොට ගත යුතු ය.

එහි දී ඔහු නියෝජනය කරනුයේ අදාළ ශ්‍රවණ කලාපීය ග්‍රාහක ජන කොට්ඨාසය යි. ඔවුන්ගේ භාෂාව, උච්චාරණය, ප්‍රකාශන විධි හා එහි අන්තර්ගත කුදු මහත් උපසංස්කෘතික සංලක්ෂණ එතුළ සුවනය කෙරේ. සරල ව කියතොත්, අසන්නාගේ හද ගැස්ම එහි නින්නාද දෙයි.

ඒ අනුව සලකා බලන කල, වඩාත් පුළුල් වූ එක් ජාතික නාලිකාවකට ආවරණය කළ නොහැකි ශ්‍රාවක ජන කොටස් රාශියක්, ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි නාලිකා කිහිපයකින් සංවර්ධන මාවතට ප්‍රවේශ කරවිය හැකි ය.

නිදසුනක් ලෙස, රජරට ප්‍රදේශය සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කිරීමේ දී එතෙක් ජාතික මට්ටමේ ගුවන්විදුලි නාලිකාවකින් නොකෙරුණු සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය, 1979 දී රජරට සේවය පිහිටුවීමෙන් අනතුරු ව වඩාත් සාර්ථක ව සිදු කෙරුණු අයුරු විධිමත් අධ්‍යයනයන්ගෙන් හෙළිදරව් වී තිබේ. එවකට රජරට ගැමි ජනතාවට ආගන්තුකව කොළඹින් නිකුත් කෙරුණු අධිපතිවාදී නිල නිවේදන හා හිස් වාගාලාප වෙනුවට පසුකාලීන ව සිය ගම්බිම්වල සිට ම සිදු කෙරුණු ගුවන්විදුලි කාරිය ඔවුනට බෙහෙවින් සමීප විය. එහෙයින් ම, ඔවුන්ට එය ''අපේ සේවාව'' වී තිබිණි.[10] (නානායක්කාර, 1995). සමාජ සංවර්ධන විෂය ක්ෂේත්‍රයට සුවිශේෂ ව රජරට සේවා මාධ්‍ය මෙහෙවර විමසා බැලීමේ දී හෙළිදරව් කෙරෙන මුඛ්‍ය කාරණා සිවුවැදෑරුම් වෙයි.

1. රජරට කෘෂිකාර්මික සංවර්ධනයෙහි ලා අත්‍යවශ්‍ය ප්‍රවේශය තහවුරු කිරීම.
2. යහපත් විචාරශීලී ආකල්පමය ප්‍රතිෂ්ඨාවක් කරා ග්‍රාහකයා කැඳවීම.
3. ශ්‍රවණ කලාපීය ග්‍රාහක ජනකොට්ඨාසයන් අතර රුචිකත්ව, රසවින්දනාත්මක හා නිර්මාණාත්මක ශක්‍යතා ප්‍රවර්ධනය.
4. සංස්කෘතිකමය පුනර්ජීවයක් උදෙසා ශ්‍රාවකයා මෙහෙයැවීම.

යන ප්‍රවණතා ඊට අයත් ය.

සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන විෂය ක්ෂේත්‍රයෙහි ලා ගුවන්විදුලියේ ප්‍රාදේශීය සේවා ක්‍රමවේදය විසින් වඩාත් ඵලදායී මාධ්‍ය මෙහෙවරක් ඉටු කළ හැකි බවට කදිම දෘෂ්ඨාන්තයකි ඒ. රජරට, රුහුණු හා මහනුවර සේවාවන්ට අදාළ මුල් කාලීන ස්වරූපය එබඳු සාධනීයතා වලින් ගහන ය.

නමුත්, මේ කාරණා කිහිපය ද අවසන් වශයෙන් සටහන් කළ යුතුම ය. සමස්ත මානවයාගේ සමාජ, ආර්ථික හා සංස්කෘතික ප්‍රගමනය වූ කලී උත්තරීතර ජනමාධ්‍යයක අපේක්ෂිතාර්ථය වන්නේ යම් සේ ද, එසේ ම සිය ශ්‍රවණ කලාපීය ජනතාවගේ ජීවිත ප්‍රගමනය ප්‍රාදේශීය සේවාවක මුඛ්‍ය අභිප්‍රාය වන්නේ ය. එය බොහෝ දුරට යථාර්ථයක් බවට පත් කරන්නට ලාංකීය ගුවන්විදුලියේ ප්‍රාදේශීය සේවාවන් ප්‍රෝත්සාහී වී ඇති බව පෙනේ. නමුත්, මේ වන විට එහි අරමුණු හා බැඳුණු ක්‍රියාකාරීත්වය මැදිහත් සිතින් ප්‍රත්‍යවේක්ෂණය කළ යුතු ව ඇත. මන්ද යත්, ඒ සඳහා අත්‍යන්තයෙන් අදාළ අහිතකර පසුබිම් ඒ තුළ නිර්මාණය වී ඇති බැවිනි. මූල්‍ය ප්‍රතිපාදන ගැටලු හා පරිපාලනමය අර්බුද මෙන් ම අශ්ලීල දේශපාලන මැදිහත් වීම් වැනි දුර්ලක්ෂණයන් ඒ අතර ප්‍රධාන වෙයි. පෞද්ගලික නාලිකා හි විවිධ රූප මාධ්‍ය ඇතුළු සෙසු විනෝදාස්වාද මාධ්‍යයන් හි තරගකාරීත්වය හා ඒවා ප්‍රමුඛ කොටගත් වාණිජ පරමාර්ථ හඹා යාමෙන් මහජන සේවාවක පැවතිය යුතු ව තිබූ ගුණාත්මක පෞරුෂය බොහෝ දුරට මේවායින් ගිලිහෙමින් පවතින බව පෙනේ. එබැවින්, අද ලාංකීය ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ප්‍රාදේශීය සේවාවන් හි සංවර්ධන සන්නිවේදන කාර්යභාරය එහි ඉතිහාසය තරම් සතුටුදායක ද යන්න ගැටලු මතු කරන්නකි.

පාදක සටහන්

1. ඩී. එම්. කොළඹගේ, ගුවන්විදුලි වංශය, ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව, කොළඹ. 1980, 77 හා 78 පිටු.
2. ඉහත කෘතිය, 61 පිටුව
3. එම. 101 පිටුව
4. විමල් දිසානායක, සංවර්ධනය හා සන්නිවේදනය, ප්‍රථම මුද්‍රණය, 102 පිටුව
5. Richard Aspinall, A Manual for Training: Radio Programme Production, UNESCO Publication, Place de Fontenoy, Paris, 1971, p. 19.
6. M. K. Daisguptha, Experiments on Regional Broadcasting in Third world countries: Exclusively for South Asian zone, UNESCO Publication, 1983, p. 101 (Help to mould in society with the regional identification through the process of social protection, organization and socialization).
7. Richard Aspinall, 1971, p. 22

   (The more we know about an audience the better we are able to serve it. It is essential in good broadcasting to know exactly for whom each programme is intended. We must know the size of the audience, the listeners' attitudes and general outlook, what they think and feel, where they live and perhaps even how much they earn, before we can begin to make programmes which will satisfy their needs).
8. John R. Bittner, Mass Communication: Introduction, Second edition, Englewood Clifts, 1980
9. වැඩි විස්තර සඳහා කියවන්න

   සුනන්ද මහේන්ද්‍ර, සන්නිවේදන ගවේෂණ, ප්‍රථම මුද්‍රණය, උදය ප්‍රකාශන, කොළඹ. 1991 (4 වන පරිච්ඡේදය).
10. සේන නානායක්කාර, රජරට සේවා, නාට්‍යකලා සමීක්ෂා, ප්‍රථම මුද්‍රණය, ගොඩගේ ප්‍රකාශනයක්, කොළඹ. 1999, 32 පිටුව.

සේන නානායක්කාර

රජරට විශ්වවිද්‍යාලයේ ජනසන්නිවේදනය පිළිබඳ ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්යවරයෙකි. රජරට සේවයේ සම්පත්දායකයෙකු වශයෙන් සේවය කළේය. ගුවන්විදුලි, වේදිකා හා රූපවාහිනී රූපනවේදියෙකි. සංවර්ධන සහ ජනමාධ්‍ය පිළිබඳ පර්යේෂකයෙකි.