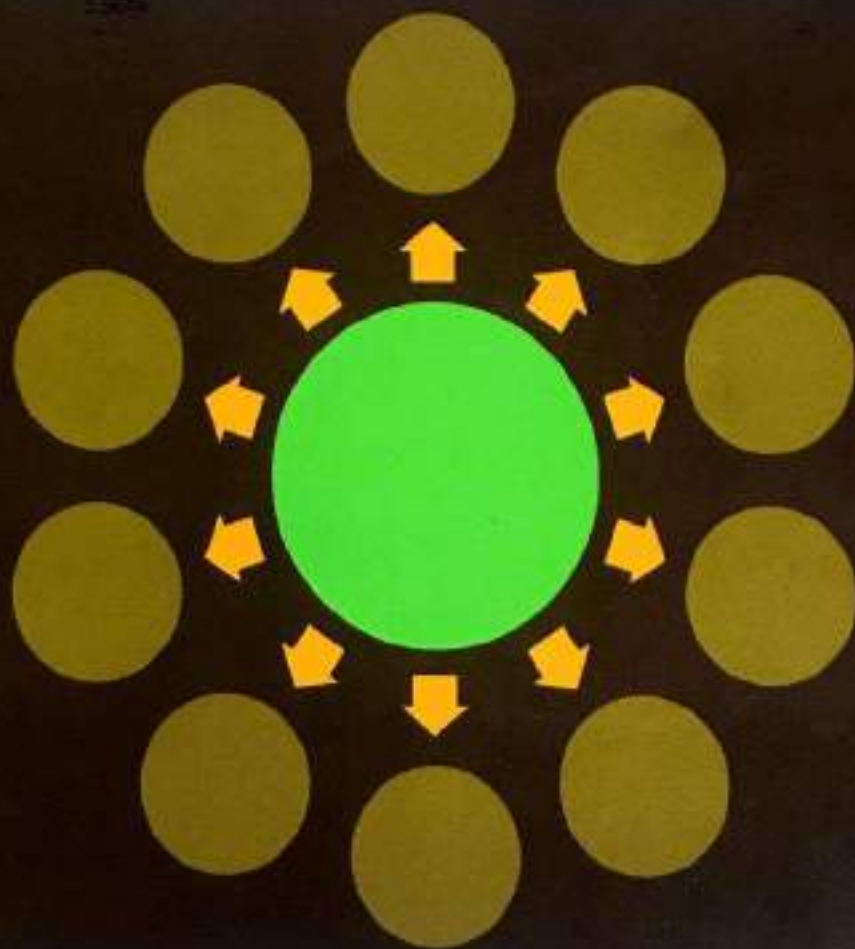


සමාජ විග්‍රහ

Samaja Viggraha

පළමුවන කාණ්ඩය - දෙවන තෙවන වෙළුම



සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයනාංශය
කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

සමාජ විග්‍රහ

2017

SAMAJA VIGGRAHA IS A REFERED JOURNAL
ISSN 2362 - 0978

පළමුවන කාණ්ඩය - දෙවන වෙළුම

ප්‍රධාන සංස්කාරක
ජේමකුමාර ද සිල්වා

සහය සංස්කාරක
එම්.ටී.එම්. මහීස්
සුරංග ලක්මාල්

සංස්කාරක උපදේශක මණ්ඩලය

එස්.ටී. හෙට්ටිගේ (සම්මානිත මහාචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
කාලිංග විසුඛර් සිල්වා (සම්මානිත මහාචාර්ය) ජේරාදෙණිය විශ්වවිද්‍යාලය
කේ. කරුණාතිලක (මහාචාර්ය) කැලණි විශ්වවිද්‍යාලය
සරත් අමරසිංහ (මහාචාර්ය) රුහුණ විශ්වවිද්‍යාලය
යසාංජලී ජයතිලක (මහාචාර්ය) ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
වන්දනා නිරිඇල්ල (ආචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
සුභාංගි හේරත් (ආචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
නිශාර ප්‍රනාන්දු (ආචාර්ය) කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

භාෂා සංස්කරණය
නාලක ජයසේන (සහකාර කවීකාර්ය)

ප්‍රකාශනය
සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයනාංශය
කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
දුරකථන/ෆැක්ස් 011 - 2500452

මුද්‍රණය:
ෆැක්ඩ් ප්‍රින්ටර් (ප්‍රයිවට්) ලිමිටඩ්
165, දේවානම්පියතිස්ස මාවත, කොළඹ 10.

පටුන

දෙවන වෙළුම

1. පශ්චාත් නූතන සමාජ න්‍යාය හා සමාජ විද්‍යා න්‍යායයේ
අන්‍යෝන්‍ය පිළිබඳ කෙටි හැඳින්වීමක්
- ජේම්කුමාර ද සිල්වා 07
2. සමකාලීන සිංහල හා හින්දු අලුත් අවුරුදු උත්සව වාරිකු තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ
සමාජභාවය නිරූපණය පිළියන්දල තහර සහා බල ප්‍රදේශය ඇසුරෙන්
- උත්තති සමාධිනී සමරවිර 17
3. ආබාධිත ශරීර සහ පුරුෂත්වය
- මහේෂ් ජේමරත්න 32
4. "වංගුම්" සහ "ගුප්තපියෝ": කොරියානු රැල්ල තුළ
ශ්‍රී ලාංකික වින්දන සංස්කෘතිය
- අජලී කෝරාල 44
5. සමාජ විද්‍යාව, දේශපාලනය හා බලය පිළිබඳව ඇත්තනි හිඬින්ස් සමග
සිදු කළ සම්මුඛ සාකච්ඡාවක්.
- පරිවර්තනය: නේදා ද සිල්වා 60

‘චංගුම්’ සහ ‘ගුජුම්පියෝ’ කොරියානු රැල්ල තුළ ශ්‍රී ලාංකික වින්දන සංස්කෘතිය

අංජලී කෝරාළ

සංකීර්තය

වර්තමානයේ ලොව පුරා රටවල සිදුවන විදේශ සංස්කෘතීන්ගේ පැතිරයාම හඳුනාගැනීමට වාර්ෂික කණ්ඩායම් සමාජයට මුහුදුගියේ දී ඒ ඒ සංස්කෘතීන් එම සමාජ ක්‍රමයට මුහුදුවනවාය යන සාම්ප්‍රදායික ප්‍රවේශය ප්‍රමාණවත් නොවේ. මේ වන විට සංස්කෘතික පැතිරයාම් වඩා පෘථල ලෙසත්, ගැඹුරු ලෙසත් අධ්‍යයනය කිරීමට සිදු වී ඇත්තේ එය සරල සංස්කෘතික මුහුදුගිය යන ක්‍රියාවලියෙන් ඔබ්බට ගොස් රාජ්‍යයන් අතර නව බල සම්බන්ධතා නිර්මාණය කිරීමත්, ජාත්‍යන්තර ආර්ථික බලවේගවල ක්‍රියාකාරීත්වය නිර්ණය කිරීම හා හැසිරවීමත් යන රාජ්‍යයක පාලනාධිකාරයේ හැසිරවීමට බලපෑම් කළ හැකි කාරණා සමඟ සෘජුව බද්ධ වන බැවිනි. විදේශ සංස්කෘතීන් සමඟ මුහුදුගිය හා ඒවායේ බලපෑමට කැමැත්තෙන් හෝ අකමැත්තෙන් එකඟවීම හා පිළිගැනීම ලොව කිසිදු රටකට මගහැරයාමට හෝ බැහැර කිරීමට හැකි ක්‍රියාවලීන් නොවේ. ශ්‍රී ලංකාව ජනාවාසකරණයේ මුල් අදියරේ සිට සංස්කෘතික මුහුදුගියට ලක්විය. ආර්යාගමනයත් සමඟ ඉන්දියානු සංස්කෘතියටත්, බටහිර ජාතීන්ගේ පැමිණීමත් සමඟ බටහිර සංස්කෘතියටත් ලාංකික සංස්කෘතියට මුහුදුගියට අවකාශ ලැබීණි. මේ සියල්ලම එකතු කළ හැක්කේ සම්ප්‍රදායික සංස්කෘතික මුහුදුගියේ නොමැටිය. නමුත්, වර්තමානයේ සිදුවන සංස්කෘතික මුහුදුගියට වඩා සංකීර්ණ ස්වභාවයක් ගනු ලබන්නේ ඒවා සාම්ප්‍රදායික ගොනුවේ මූලික සුදුසුකම් වන විදේශීය වෙනස් සංස්කෘතික අගය කිරීම් සහිත පුද්ගලයන් පිරිසක් සමාජයට එකතු වීම යන කාරණය සම්පූර්ණ නොකරන බැවිනි. වෙනස් සංස්කෘතික අගයන් පුද්ගලයන් කරන හා ඒවා අභ්‍යන්තරයේ යෙදෙන පුද්ගලයන් සමඟ නොවනා යන්නා සම්බන්ධතා හරහා නව සංස්කෘතික අගයන් සමාජයේ පැතිරයාම් මේ වන විට සංස්කෘතික මුහුදුගිය ක්‍රියාවලියේ ප්‍රධාන තැනක් නොගනී. දේශපාලන හා ආරක්‍ෂක හේතූන් මත වර්තමාන රාජ්‍යයන් නම් සංක්‍රමණය ප්‍රතිපත්ති හරහා නම් රටේ ජන සමාජයට විදේශ පුද්ගල මුහුදුගිය සීමා කිරීමට කටයුතු කර ඇත. ගෝලීයකරණ ක්‍රියාවලිය හරහා ලෝකයේ හැකිලීම හේතු නොවන පාත්‍ර පුද්ගල සම්බන්ධතාවයකින් තොරව භූගෝලීය වශයෙන් දුරස්ථ රටක සංස්කෘතියකට පවා බලපෑම් සහගත ලෙස මුහුදුගියට වෙනස් සංස්කෘතීන් අවකාශ ලැබී ඇත. ගෝලීය, කලාපීය හා ජාතික වශයෙන් සංස්කෘතික මුහුදුගිය මිශ්‍ර වෙමින් පවතින සන්දර්භයක් තුළ මෙම ලිපිය තුළින් අවධානය යොමු කරන්නේ 1990 දශකයේ ජාත්‍යන්තරව ප්‍රචලිත වූ “කොරියානු රැල්ල” (Korean Wave) හරහා ශ්‍රී ලංකාවේ සංස්කෘතියට කෙරෙන බලපෑම් පිළිබඳව ය. මෙමගින් ප්‍රධාන වශයෙන් කොරියානු රූපවාහිනී වෙළුම් වෘත්තාන්ත

ලාංකික සමාජයේ සංස්කෘතික කියවීම් හා හැසිරීම් කෙරෙහි බලපෑම් කරන ආකාරයත්, ඒවා සමාජයේ විවිධ කොටස් ආමන්ත්‍රණය කරන ආකාරයත් සාකච්ඡාවට බඳුන් කෙරෙන අතර මෙම සංස්කෘතික හැසිරීම්වල ගතිකයන් සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය (Cultural Imperialism) සංකල්පය හරහා විශ්ලේෂණය කෙරේ.

හැඳින්වීම

දෙවන ලෝක යුද්ධයේ අවසානයත් සමග, ඒ වන තෙක් ලෝකය පුරා නිර්මාණය වී පැවති අධිරාජ්‍යවාදයේ බිඳ වැටීම ආරම්භ වන්නට විය. මෙතෙක් යටත් විජිතකරණය හරහා මිලිටරි බලය යොදාගනිමින් තමන් යටතේ පවත්වා ගත් යටත්විජිත නිර්යටත්විජිතකරණ ක්‍රියාවලිය හරහා දේශපාලනික වශයෙන් ස්වාධීන වීම මත ලොව බලවත් රාජ්‍යයන්ට තම පැරණි යටත්විජිත තමන්ගේ අතකොළ ලෙස තවදුරටත් රඳවා තබාගැනීමට අවශ්‍ය නව ක්‍රමවේදයන් නිර්මාණය කරගැනීම අත්‍යවශ්‍ය කාරණයක් බවට පත්විය. මෙතෙක් කල් පරිධියේ පැවති රාජ්‍යයන් එම මට්ටම අඛණ්ඩව ආර්ථික හා දේශපාලනික ස්වාධීනත්වය අත්කර ගැනීමට උත්සාහ දැරීම ධනපති රාජ්‍යයන්ගේ ආර්ථික හා දේශපාලනික ආධිපත්‍යයට පැහැදිලි තර්ජනයක් විය. මක්නිසාද යත් රටක් දේශපාලනික වශයෙන් ස්වාධීන වීමේ ප්‍රතිඵලය වන්නේ එම රාජ්‍යය ඒ හරහා ආර්ථික ස්වාධීනත්ව ළඟා කරගැනීමට උත්සාහ දැරීමයි. නමුත්, බලවත් රාජ්‍යයන්ගේ පැවැත්ම තහවුරු කිරීමේ ප්‍රධාන සාධකයක් වන පරිධියේ රාජ්‍යයන්, කේන්ද්‍ර රාජ්‍යයන් මත ආර්ථිකය රඳා පැවතීම යන කාරණය මේ හරහා දැඩි ලෙස අර්බුදයට ලක්විය. මෙහි ප්‍රතිඵලය වූයේ ලොව ධනපති හා බලවත් රාජ්‍යයන්, දියුණු වෙමින් පවතින රටවල් සමඟ පවත්වන ආර්ථික සම්බන්ධතා හුදෙක් ආනයන, අපනයන හෝ ණය ආධාර ලබාදීම අතික්‍රමණය කරමින් සංස්කෘතික හා සමාජ අංශය දක්වා සංක්‍රමණය වීමය. නො එසේ නම් සෘජුව ආර්ථික වශයෙන් බලපෑම් කිරීමට පරිබාහිරව පරිධියේ රාජ්‍යයන්ගේ සමාජ, සංස්කෘතික අංශ වෙත බලපෑම් කිරීම ආරම්භ කිරීමය. සමාජ හා සංස්කෘතික අංශයන්හි නිර්මාණය වූ මෙම නව ආර්ථික සම්බන්ධතා, සෘජුව හා ප්‍රත්‍යක්ෂව සමාජතලයේ පෙන්නුම් නොකළද, ඒවා පැහැදිලිවම පරිධියේ රාජ්‍යයන්ගේ ආර්ථිකයට බලපෑම් කරමින්, තවදුරටත් පරිධියේ රාජ්‍යයන් කේන්ද්‍රය මත රඳා පැවතීම, තහවුරු කරන්නක් විය.

පරිධියේ රාජ්‍යයන් තවදුරටත් කේන්ද්‍රය මත රඳවා තබාගැනීමෙන්, ඒ සඳහා අවශ්‍ය මෙවලම් නිර්මාණය කිරීමෙන්, නියමුවා ලෙස ගෝලීයකරණය දැක්විය හැකිය. විද්‍යාවේ හා තොරතුරු තාක්ෂණයේ දියුණුව, හේතුවෙන් භූගෝලීය දුෂ්කරතා ඉක්මවා ගොස් සෑම රටකටම ලොව වෙනත් ඕනෑම රටක් සමඟ ගනුදෙනු පැවැත්වීමේ ක්ෂණික හා පහසු මාර්ග විවෘත විය. මේ හරහා ලෝකය හැකිලීමත් (Shrinking World), එමඟින් ලොව සෑම ස්ථානයක්ම, රාජ්‍යයක්ම එකවිට සම්බන්ධ කළහැකි විශ්ව ගම්මානයක් නිර්මාණය වීමක් සිදුවිය. මෙම තාක්ෂණික දියුණුවෙන්, විශ්ව ගම්මාන සංකල්පයේ වන එක් ප්‍රධාන වැදගත්කමක් වන්නේ ඒ හරහා මෙතෙක් විශාල වශයෙන් රාජ්‍යයන් - රාජ්‍යයන් අතර පමණක් නිර්මාණය වූ ද්විපාර්ශ්වික හෝ බහුපාර්ශ්වික සම්බන්ධතාවන් ඉක්මවා, ඒ ඒ රාජ්‍යයන් තුළ ජීවත්වන ජනතාවට රාජ්‍යයේ මැදිහත්වීමකින් තොරව එකිනෙකා, සමග අන්තර් සම්බන්ධතා පැවතීමට හැකි වාතාවරණයක් නිර්මාණය වීමයි. මෙම නව අන්තර් සම්බන්ධතාවල ප්‍රධාන අන්තර් ග්‍රාහකයා වූයේ තොරතුරු තාක්ෂණයයි. කේන්ද්‍රයේ රාජ්‍යයන්, පරිධියේ රාජ්‍යයන් තවදුරටත් තමන් මත රඳා පවත්වා ගැනීමට උපයෝගී කර ගන්නේ ද, තොරතුරු තාක්ෂණය හා ගෝලීයකරණය විසින් නිර්මාණය කරන ලද මෙම නව ප්‍රවණතාවයයි.

තොරතුරු තාක්ෂණයේ ශීඝ්‍ර දියුණුව ප්‍රධාන වශයෙන් බලපාන ලද්දේ සමාජයේ සංස්කෘතික අංශයටය. මෙතෙක් කල් නිර්මාණය වී තිබූ තොරතුරු හුවමාරුවීමේ ක්‍රමවේද හරහා එක් ජාතියක සංස්කෘතික උරුමයන් හෝ අගය කිරීම් තව ජාතියක ජනතාව වෙත සම්ප්‍රේෂණය වීමේ ශීඝ්‍රතාවය හා තීව්‍රතාවය පැවතියේ පහළ මට්ටමක ය. එය හුදෙක් වෙනස් සංස්කෘතීන් දෙකක ජනතාව එකම භූගෝලීය පරිසරයක ජීවත්වීම හෝ මුහුණිම හරහා සිදුවිය. මෙම මුහුණිම මගින් ව්‍යාප්ත වූ විදේශ සංස්කෘතීන්ගේ බලපෑමට ලක්වූ පිරිස පවා අතිශය කුඩා ප්‍රමාණයක් බවට පත්වූයේ, දේශීය සමාජ ක්‍රමයට එකතුවන විදේශ ජනතාව එක සමාන මට්ටමකින් අදාළ රාජ්‍යයේ භූමිය පුරාම පැතිර නොයෑම හේතු කොටගෙනය. නමුත්, තොරතුරු තාක්ෂණයේ දියුණුවත් සමඟ මේ දුෂ්කරතාවය ඉවත්වන්නට විය. තොරතුරු තාක්ෂණය, ලොව සියලුම රාජ්‍යයන් සන්නිවේදන ජාලයන් හරහා එකිනෙක හා සම්බන්ධව එකම ව්‍යුහයකට එක්කර ගෝලීයකරණ ක්‍රියාවලිය සාර්ථක ක්‍රියාවලියක් බවට පත් කළා පමණක් නොව එය රාජ්‍යයන් රාජ්‍යයන් අතර නිර්මාණය වූ පැරණි සම්බන්ධතා ඉක්මවා ගොස් අන්තර්-පුද්ගල මට්ටමේ සම්බන්ධතා නිර්මාණය කරමින් තනි තනි පුද්ගලයාට මෙම සන්නිවේදන ජාලයන්, සමාජ ජාලයන් තුළ සක්‍රීය ක්‍රියාකාරීකයෙකු, වෙනස්කම් ඇතිකරන්නෙකු නො එසේ නම් බලපෑම්කාරී ක්‍රියාධරයෙකු යන තත්ත්වය අත්පත් කරගන්නේය. මේ හරහා රාජ්‍යයේ ස්වාධීන සීමාව ඉක්මවා ගොස් වෙනත් රාජ්‍යයක සිටින පුද්ගලයන්ගේ අවශ්‍යතා, ච්චිමනා හා ආශාවන් කෙරෙහි බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව ලොව සියලුම රාජ්‍යයන්ට ලැබුණු අතර මෙම පුද්ගල අවශ්‍යතාවයන් හා ආශාවන් හුදෙක් ආර්ථික තලයේ ඒවාට පමණක් සීමා නොවීය. එසේම 1990 සිදුවූ සෝවියට් රුසියාවේ බිඳවැටීම, ගෝලීයකරණය යන පදය නිශ්චය වශයෙන්ම සමස්ත ලෝකයම භූගෝලීය වශයෙන් ආවරණය කළ හැකි පදයක් බවට පත් කරන ලද අතර සමාජවාදී ආර්ථික ක්‍රමයේ පසුබෑමත් සමඟ වෙළඳපොළ මුල් කරගත් නව ලිබරල් ආර්ථික ක්‍රමය ලොව ප්‍රමුඛතම හා යථාර්ථවාදීම ආර්ථික දර්ශනය ලෙස නිසඟයෙන්ම රාජ්‍යයන්ගේ පිළිගැනීමට ලක්වුණි. ඉල්ලුම හා සැපයුම මුල්කර ගත් අර්ථ ක්‍රමයක සංස්කෘතිය, රසවින්දනය පමණක් නොව හැගීම්, දැනීම් ආදී වූ අතිශය මානුෂීය සාධක පවා ආර්ථික මුහුණුවරකින් අධ්‍යයනය කිරීමටත්, හඳුනාගැනීමටත් ඒ හරහා එම සාධක වෙළඳපොළ අවශ්‍යතා අනුව මෙහෙයවමින් ලාභ ඉපයීමටත් වෙළඳපොළ ක්‍රමය සමත්විය. මෙහි අවසාන ප්‍රතිඵලය වූයේ ආර්ථික ලාභ ලබා ගතහැකි අන්දමේ සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයක් ලෝකය තුළ නිර්මාණය කිරීමට අවශ්‍ය පසුබිම ගෝලීයකරණ තුළින් නිර්මාණය වීමයි.

තුෂ්ණි යුද්ධයේ අවසානයත් සමඟ ලොව පුරා පැතිර ගිය සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයේ මුල් හිමිකරුවා වූයේ ඇමරිකාවයි. හොලිවුඩ් සිනමාපට සහ ඇමරිකානු පොප් සංගීතය හරහා ලොව වටා වූ රාජ්‍යයන්ගේ සංස්කෘතික ඒකාග්‍රතාවයට බලපෑම් කිරීමට ඇමරිකානු සංස්කෘතිය සමත් වූ අතර ලොව පුරා මෙම සංස්කෘතික නිර්මාණ අගයන සහ පරිභෝජනය කරන රසික ප්‍රජාවක් නිර්මාණය විය. වෙළඳපොළ ක්‍රමය හරහා නිර්මාණය වූ හා වර්ධනය වූ පාරිභෝගිකවාදය මත මෙම නිර්මාණ විශේෂයෙන් පරිධියේ රාජ්‍යයන් වෙත අලෙවි කිරීමත්, එම නිර්මාණ ආශ්‍රයෙන් නිෂ්පාදනය වූ වෙනත් පාරිභෝගික භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමත් හරහා විශාල ආර්ථික ලාභ අත්කර ගැනීමට ඇමරිකාව සමත් විය. පසුකාලීනව මෙම සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය ලොව වෙනත් බලවත් රාජ්‍යයන්ගේද ආර්ථික ක්‍රමවේදයක් බවට පත්වූද ඇමරිකාව ළඟා වූ මට්ටමට ළඟාවීමට එම රාජ්‍යයන්ට නොහැකි විය. කෙසේ වෙතත් මෑත

කාලීනව දක්නට ලැබුණු නව ප්‍රවණතාවයක් වූයේ ලෝකයේ නැගී එන ආර්ථිකයන්ගේ සංස්කෘතික නිර්මාණයන් ලොව පුරා ජනප්‍රියවීම හරහා ඇමරිකානු සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයට බලපෑමක් එල්ලවීමයි. විශේෂයෙන් ඉන්දියාවේ බොලිවුඩ් සිනමා නිර්මාණ ලොව පුරා ජනප්‍රිය වීමත්, දකුණු කොරියානු පොප් සංගීතය, සිනමාපට හා ටෙලි වෘත්තාන්ත ලොව පුරා ජනප්‍රිය වීමත් මෙහිදී දැක ගත හැක. මෙම ලිපියේ ඉදිරි කොටස් හරහා විශේෂයෙන් 1990 දශකයේ කොරියානු සංස්කෘතික නිර්මාණ ක්‍රියාවලියේ සිදුවූ පිබිදීම, එහි මූලාරම්භයල මේ වනවිට ශ්‍රී ලංකාව තුළ ශිෂ්‍යයෙන් ජනප්‍රිය වෙමින් පවතින කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තවල විශේෂතාවයක් එමඟින් පෙන්නුම් කරන ප්‍රධාන ලක්ෂණ සහ ගෝලීයකරණය, සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය හා පාරිභෝගික සංස්කෘතිය හරහා මෙම ප්‍රවණතාවයන් කේරුම් ගත යුතු ආකාරය පිළිබඳව අවධානය යොමු කරයි.

කොරියානු රැල්ල (Korean Wave)

1990 දශකයේ නැගෙනහිර ආසියාව පුරාවටත්, පසුව මැද පෙරදිග, දකුණු සහ උතුරු ඇමරිකානු හා යුරෝපානු කලාපවල ශිෂ්‍යයෙන් ජනප්‍රිය වූ දකුණු කොරියානු සංස්කෘතියේ අන්තර්ජාතික පැතිරයාම් හැඳින්වූයේ "කොරියානු රැල්ල" (Korean Wave) ලෙසයි. කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත සහ කොරියානු පොප් සංගීතය (K-Pop) කොරියානු රැල්ලේ ප්‍රධාන අංගයන් වූ අතර කොරියානු චිත්‍රපට හා අනෙකුත් වර්ගයේ කොරියානු සංගීතය ද මෙයට අයත් විය (Lee 2011: 86; Ravina 2009: 3-4).

දකුණු කොරියානු සංස්කෘතිය ව්‍යාප්තවීමේ අන්තර්ජාතික සහ කලාපීය ආරම්භය සිදුවන්නේ විනයෙනි. 1993 වර්ෂයේදී එරටට ආනයනය කරන ලද Jealous නම් ටෙලි වෘත්තාන්තය විනය තුළ ජනප්‍රිය වූ පළමු දකුණු කොරියානු සංස්කෘතික ආනයනය විය. නමුත්, විනය පුරා කොරියානු සංස්කෘතිය වඩාත් ජනප්‍රියත්වයට පත්වන්නේ 1997 වර්ෂයේ ආනයනය කරන ලද What is Love All About නම් ටෙලි වෘත්තාන්තය සමඟයි. කොරියානු භාෂාවෙන් "හල්ලු" (hallyu, 할리우) ලෙසත්, විනය භාෂාවෙන් "හන්ලියු" (hanliu 韩流) ලෙසත්, හැඳින්වෙන Korean Wave යන පදය මුල් වරට 1999 වර්ෂයේ මැදභාගයේදී විනයේ බීපීං හි මාධ්‍යවේදියෙකු විසින් භාවිත කරනුයේ ඒ වන විට කොරියානු සංස්කෘතිය විනය තුළ අත්පත් කර ගනිමින් සිටි ශිෂ්‍ය ජනප්‍රියතාවය හැඳින්වීම සඳහාය (Jeon 2013 (13 | Lee 2011 (86).

What is Love All About ටෙලි වෘත්තාන්තය ජනප්‍රියවීමට බලපෑ එක් ප්‍රධාන හේතුවක් වූයේ ඒ වන විට ආසියානු කලාපය හරහා පැතිරෙමින් තිබූ මාධ්‍ය ලිබරල්කරණයයි (Media Liberalization). කොරියානු මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය තුළ ලිබරල්කරණ ප්‍රතිපත්ති ආරම්භ වන්නේ 1980 අගභාගයේ සිටය. 1987 වන තුරු කොරියානු වෙළඳපොළ තුළ විදේශ සිනමාපට හෝ ටෙලිනාට්‍ය බෙදා හැරීමේ ඒකාධිකාරය අත්පත් කර ගෙන සිටියේ දේශීය කොරියානු මාධ්‍ය සමාගම් පමණි. විදේශ සංස්කෘතික නිර්මාණයන් එරටට ආනයනය කර බෙදා හැරීම කොරියානු සමාගම් හරහා සිදු කෙරුණු අතර විදේශීය සමාගම්වලට වෙළඳපොළ සමග සෘජුව ගනුදෙනු කිරීමේ අවකාශයක්ද හිමි වූයේ නැත. නමුත්, 1987 න් පසුව ඇමරිකානු බලපෑම් මත කොරියානු රජය හොලිවුඩ් සමාගම්වලට සෘජුව කොරියානු වෙළඳපොළ වෙත තම නිර්මාණය අලෙවි කිරීමට අවසර ලබා දෙන ලදී (Shim 2006 (28-31).

කොරියානු රජයේ මෙම නව ප්‍රතිපත්තිය දේශීය මාධ්‍ය සමාගම්වල පැවැත්මට දැඩි බලපෑමක් එල්ල කළ අතර 1994 වන විට විදේශ නිර්මාණ ආනයනය කර අලෙවි කිරීමේ නිරත වී සිටි කොරියානු සමාගම් දහයකටත් වැඩි ප්‍රමාණයකට වෙළෙඳපොළෙන් ඉවත්වීමට සිදු විය. කොරියානු සිනමා කර්මාන්තය ද මේ යටතේ අර්බුදයට පත් වූ අතර 1991 දී, වාර්ෂිකව නිර්මාණය වූ සිනමාපට ප්‍රමාණය 121 ක්වූ අතර, 1994 වන විට එය 63 දක්වා පහත වැටුණි. 1987 දී කොරියානු වෙළෙඳපොළ තුළ 53% ක්වූ හොලිවුඩ් වත්කම් ප්‍රමාණය, 1994 වන විට 80% දක්වා වර්ධනය වී තිබුණි. 1995 දී ආරම්භ කරන ලද සැටලයිට් විකාශනය හරහා NHK හා Star Tv වැනි මාධ්‍ය නාලිකා කොරියානු මාධ්‍ය ජාල ආක්‍රමණය කරන්නට විය. මෙවන් තත්ත්වයක් තුළ කොරියානු ප්‍රේක්ෂකයන් දේශීය නිර්මාණ ගුණාත්මක බවින් පහත් නිර්මාණ ලෙස හඳුන්වන්නට විය. ශිම් (2006) දක්වන ආකාරයට පෙර කී තත්ත්වයන් සමස්තයක් ලෙස කොරියාවේ දේශපාලන ස්වාධීපත්‍යයට හා සංස්කෘතික ඒකාබද්ධතාවයට සෘජු තර්ජනයක් එල්ල කළේය.

ඇමරිකානු බලපෑම යටතේ පරිහානියට පත්වන කොරියානු සිනමා හා වෙළුම් කර්මාන්තය නැවත හිසමසවන්නේ ද මෙම බලපෑමට ප්‍රතික්‍රියාවක් ලෙසිනි. මෙහි ලා කොරියානු සංස්කෘතික වෙළෙඳපොළෙහි ඇති වූ සිද්ධීන් දෙකක් සෘජු ලෙස හේතු සාධක විය. පළමුවැන්න වූයේ 1993 වර්ෂයේදී නිර්මාණය වූ Sopyonje නම් කොරියානු සිනමාපටය බොක්ස් ඔෆිස් වාර්තා බිඳ හෙළමින් ප්‍රේක්ෂකයන් අතර ජනප්‍රියත්වයට පත්වීමයි. එය කොරියාව තුළ පමණක් නොව ජපානය, ඇමරිකාව හා යුරෝපානු රටවල්වල පවා ජනප්‍රියත්වයට පත් විය. මෙම සිනමාපටයේ ජනප්‍රියත්වයට එහි කතා තේමාව හේතු වූ අතර සුන්දර ශ්‍රාමීය ප්‍රදේශයක පටිගත කරන ලද සිනමාපටය තුළින් "පන්සෝරි" (Pansori) නම් වූ පැරණි සංගීත කලාව තම ජීවිතාව කර ගත් පවුලක් පිළිබඳ කතාවක් දිග හැරිණි. මෙය කොරියානු දේශීය සංස්කෘතිය හා ක්‍රමයෙන් ක්ෂය වෙමින් පවතින දේශීය සංස්කෘතික උරුමයන් පිළිබඳව මතකයන් ප්‍රේක්ෂකයන් වෙත ළඟා කරවීමට සමත් වූ අතර ඉතා ශීඝ්‍රයෙන් ඒ පිළිබඳව ඔවුන්ගේ වූ උනන්දුව වැඩි විය (Shim 2006 (31-32)).

මෙලෙස කොරියානු ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාව තුළ ස්වකීය සංස්කෘතික උරුමයන් කෙරෙහි උනන්දුමැස හ ඒ පිළිබඳව අභිමානය වර්ධනය වෙමින් පවතිද්දී, 1994 වර්ෂයේ කොරියානු රජය විසින් නිකුත් කරන ලද වාර්තාවක් මගින් ජනතාව තම සංස්කෘතික උරුමයන් වාණිජමය දෘෂ්ටි කෝණයකින් ආමන්ත්‍රණය කිරීමට පෙළඹවීය. විද්‍යාව හා තාක්ෂණය පිළිබඳව ජනාධිපති උපදේශන කමිටුව (Presidential Advisory Board on Science and Technology) කොරියානු ජනාධිපතිවරයා වෙත ඉදිරිපත් කරන ලද වාර්තාවක් මගින් හොලිවුඩයේ "ජුරාසික් පාර්ක්" (Jurassic Park) සිනමාපටය ලොව පුරා ප්‍රදර්ශනය කිරීම මඟින් උපයන ලද ආදායම කොරියාවේ නිෂ්පාදිත හයිඉන්ඩායි (Hyundai) මෝටර් රථ මිලියන 1.5 ක අලෙවියට සමාන කර දක්වමින් සිනමා ක්ෂේත්‍රය ආර්ථික ලාභ ඉපයිය හැකි ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස සැලකිය යුතු බවට යෝජනා ඉදිරිපත් කරන ලදී. කමිටු වාර්තාව මඟින් ඉදිරිපත් කරන ලද මෙම සංසන්දනය හා යෝජනාව සිනමා කර්මාන්තය ඉහළ ලාභ ඉපයිය හැකි ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස ජනතාවගේ හා ආයෝජකයන්ගේ අවධානය දිනා ගැනීමට සමත් විය. කමිටු වාර්තාවේ උපදෙස් මත 1997 වර්ෂයේදී කොරියානු රජය සංස්කෘතික හා ක්‍රීඩා කටයුතු අමාත්‍යාංශය යටතේ සංස්කෘතික කර්මාන්ත කාර්යාංශය (Cultural Industry Bureau) පිහිටුවන ලද අතර 1995 දී සම්මත කරන

ලද "සිනමාපට ප්‍රවර්ධන පනත" (Motion Picture Promotion Law) දේශීය සිනමා කර්මාන්තය වෙත ආයෝජකයන් ආකර්ශණය කරගැනීමට අවශ්‍ය රජයේ ප්‍රතිපත්තිමය සහය දැක්වීය. මෙම සහය යටතේ සැම්සන්ග් (Samsung), හයිනුන්ඩායි (Hyundai), ඩෙවු (Deawoo) ආදී කොරියාවේ ප්‍රධානතම හා විශාලතම ව්‍යාපාරික සමාගම් විසින් දේශීය සිනමා කර්මාන්තයේ තම ආයෝජනයන් ආරම්භ කරන ලදී. කොරියානු සමාගම් මඟින් ලද සුවිශාල මූල්‍ය පහසුකම් යටතේ සිනමා ශිල්පීන් ඉතා උසස් තත්වයේ නිර්මාණ බිහි කරන ලද අතර ශිෂ්‍යයන් ඒවා ජාත්‍යන්තර වෙළඳපොළ ආක්‍රමණය කිරීමට සමත්වීය. කෙසේ වුව ද 1994 වර්ෂයෙන් පසු කොරියානු සිනමා ක්ෂේත්‍රය තුළ සිදුවූ මෙම පිබිදීම 1997 වර්ෂය වන විට යළි පසුබෑමකට ලක්වීය. 1997 වර්ෂයේදී ඇති වූ ලෝක ආර්ථික අර්බුදයත් සමඟ කොරියානු සමාගම් රැසකට ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදලේ ව්‍යුහාත්මක ගැලපුම් වැඩසටහන් යටතේ සිනමා ක්ෂේත්‍රය තුළ තම ආයෝජන නවතා දැමීමට සිදුවිය. කොරියානු සමාගම් ආයෝජනයෙන් ඉවත් වීමත් සමඟ නිර්මාණය වූ මූල්‍ය ඊක්තකය පිරවීමට වෙනත් තනි පුද්ගල ආයෝජකයන් එක් වූ අතර එය සිනමා ක්ෂේත්‍රය 1987 වර්ෂයේදී මෙන් දරුණු පසුබෑසීමකට ලක්වීම වළක්වාලිය (Shim 2006 (32-33)

කොරියානු සිනමා හා ටෙලි නිර්මාණ ජාත්‍යන්තරව ජනප්‍රිය වීමට 1994 වර්ෂයෙන් පසු කොරියානු සමාගම්වල මූල්‍යමය මැදිහත් වීම් වැදගත් වේ. විශාල මූල්‍ය ආයෝජන යටතේ ප්‍රේක්ෂකයන් පිළිබඳ සම්පූර්ණ හා පර්යේෂණ පැවැත්වීමටත්, ඒ තුළින් ඔවුන්ගේ සිතූම් පැතුම් හා සිනමාපටයක් තුළින් ඔවුන් බලාපොරොත්තු වන අපේක්ෂාවන් පිළිබඳ නිශ්චිත දත්තයන් ලබා ගැනීමටත් සිනමා නිර්මාණකරුවන්ට අවකාශ ලැබුණි. මෙම දත්තයන් ඔවුන්ගේ ප්‍රචාරණ හා අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිවලදී අතිශය ප්‍රයෝජනවත් විය. ඇතැම් අවස්ථාවලදී තිර පිටපත් රචනය, සංස්කරණය ආදී කාර්යයන්වලට ප්‍රේක්ෂකයන් සම්බන්ධ කරගැනීමට ද නිර්මාණකරුවන් පසුබට නොවේ. මෙම අලෙවිකරණ හා ප්‍රචාරණ ක්‍රමවේදයන් සියල්ල ම පාහේ හොලිවුඩ් හරහා කොරියානු සිනමාකරුවන් උකහා ගත් ඒවා විය. 1994 න් පසු කොරියානු සිනමාකරුවන්ගේ තේමා පාඨය වූයේ "හොලිවුඩයෙන් ඉගෙනීම" (Learning from Hollywood) යන්නයි (Shim 2006 (33)). හොලිවුඩය අනුකරණය කිරීම තුළින් ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාවට තම නිර්මාණ හරහා වඩා හොඳින් සම්පව්වීමටත්, ඔවුන් හා සාප්‍ර සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගැනීම තුළින් ස්ථාවර ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාවක් නිර්මාණය කරගැනීමටත් මේ වන විට කොරියානු සිනමා කර්මාන්තයට හැකියාව ලැබී ඇත. නමුත්, වඩා සුවිශේෂී කාරණය වන්නේ මෙම අනුකරණය කිරීම තාක්ෂණික හා සංස්කෘතික යන දෙඅංශයෙන් ම සිදුවීම තුළ කොරියානු සංස්කෘතිය නොදැනුවත් ම බටහිරකරණය වීමයි. ආර්ථික දෘෂ්ටිකෝණයකින් අර්ථකථනය කිරීමේ දී මෙම බටහිරකරණය කොරියානු ජනප්‍රිය සංස්කෘතියෙහි පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය සාධකයක් බවට පත්වේ. එයට හේතුව වන්නේ ගෝලීයකරණයත් සමඟ ගෝලීය මට්ටමේ ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාවක් පවත්වාගෙන යාමට තම ඒ සියල්ලන්ට ම භූගෝලීය සීමා ඉක්මවා ගොස් එකිනෙකා සමඟ බද්ධ වියහැකි මට්ටමේ සංස්කෘතික අගය කිරීම් නො එසේ නම් අවම වශයෙන් සංස්කෘතික එකඟවීම තම නිර්මාණ හරහා ප්‍රේක්ෂකයන් වෙත ලබා දිය යුතු වීමයි.

වර්තමානය වන විට ලෝකය පුරා කොරියානු සංස්කෘතිය ජනප්‍රිය කිරීමේ ගෞරවය සම්පූර්ණයෙන් ම කොරියානු සිනමා හා ටෙලි කර්මාන්තයේ නියැළී සිටින කලාකරුවන් වෙත හෝ පෞද්ගලික ආයෝජකයන් කෙරෙහි පමණක් හිමිවන්නේ නැත. කොරියානු සංස්කෘතික

ආනයනයන් මේ වන විට කොරියානු රජයේ ප්‍රධාන ආදායම් මාර්ගයක් වී ඇති අතර කොරියානු සංස්කෘතික නිර්මාණයන් වැඩිදියුණු කිරීමට හා නිෂ්පාදන ඉහළ නැංවීම සඳහා ආධාර සැපයීම ද, රජයේ ප්‍රතිපත්තිමය තීරණ බවට පත්ව ඇත (Jeon 2013). කොරියානු රැල්ලේ ප්‍රබලතාවය කොතෙක් ද යත් ඇතැම් අවස්ථා වලදී එය රාජ්‍ය තාන්ත්‍රික සබඳතාවයන්ට වඩා බලපෑම්කාරී වී ඇත (Lee 2011). කෙසේ වෙතත් 2000 වර්ෂයේ අගභාගයේ සිට කොරියානු මාධ්‍ය, කොරියානු සංස්කෘතියේ මෙම අන්තර්ජාතික ජනප්‍රියතාවය වෙළඳ හා සංස්කෘතික තලයෙන් ඔබ්බට ගොස් අර්ථකථනය කරන්නට විය. ඔවුන්ගේ අදහස වූයේ මෙම ජනප්‍රියතාවය දකුණු කොරියාවේ ජාතික ප්‍රතිරූපය ජාත්‍යන්තරව ඉහළ නැංවීමට භාවිත කළ හැකිය යන්නය. ජාත්‍යන්තරව ප්‍රචලිත කොරියානු රංගන ශිල්පීන් හා සංගීත කණ්ඩායම් මාධ්‍ය තුළින් හඳුන්වා දුන්නේ "සංස්කෘතික රාජ්‍ය තාන්ත්‍රිකයන්" (Cultural Diplomats) ලෙසයි (Jeon 2013(14).

කොරියානු රැල්ල දෙස් විදෙස් මාධ්‍ය තුළ ඉතා ගැඹුරු සංකල්පීයමය ස්වරූපයකින් සාකච්ඡාවට බඳුන් වුව ද වොන් ක්‍යුන්ග් පියොන් (Won Kyung Jeon) දක්වන පරිදි එ මඟින් හඳුන්වන්නේ දකුණු කොරියානු සංස්කෘතික නිෂ්පාදනයන් තම අසල්වැසි ආසියානු වෙළෙඳපොළ වෙත අපනයනය කිරීමේ සරල ක්‍රියාවලියයි. එහෙත් ඔහුට අනුව මේ වන විට "කොරියානු රැල්ල" යන පදයට එකිනෙකට වෙනස් හා ප්‍රබල නිර්වචනයන් ආරෝපණය වී ඇත. ජනමාධ්‍යයන් තුළ එය දකුණු කොරියානු රාජ්‍යයේ ජාතික ප්‍රතිරූපය ජාත්‍යන්තරව ශක්තිමත් කිරීමට විභවතාවයක් ඇති දෙයක් ලෙසත්, ප්‍රතිපත්තිමය තලයේ දී තම ආර්ථික අභිලාෂයන් සැඟවීමට කොරියානු රජය විසින් භාවිත කරන පදයක් ලෙසත්, සංස්කෘතිකමය තලයේ දී කොරියානු පොප් සංස්කෘතිය මෙන්ම සාම්ප්‍රදායික කොරියානු අගය කිරීම ජනප්‍රිය කිරීමේ අරමුණින් 2000 වර්ෂයේ මැද භාගයේ සිට ක්‍රියාත්මක වූ නිශ්චිත ප්‍රත්පත්තිමය තීරණ හැඳින්වීමට යොදා ගන්නක් ලෙසත් භාවිත වනු දක්නට ලැබේ (2013: 15). කෙසේ වෙතත් මෙම සියලුම අර්ථ දැක්වීම්වල සංකලනයක් වර්තමානයේ අප අත්දකින කොරියානු රැල්ල තුළ විද්‍යමාන වන අතර එය පියොන් පවසන ආකාරයේ දකුණු කොරියානු සංස්කෘතික නිෂ්පාදනයන් අසල්වැසි ආසියානු වෙළෙඳපොළ වෙත අපනයනය කිරීමේ සරල ක්‍රියාවලියක් ලෙස ලඝු කොට දැක්විය නොහැක. වර්තමාන කොරියානු රැල්ල අධ්‍යයනය කළ යුත්තේ නව ලිබරල්වාදී ආර්ථික පද්ධතිය තුළ පුද්ගල සංස්කෘතික අගය කිරීම හා විනෝදාස්වාදය පාරිභෝගීකරණය (Commodification) වීම යන පුළුල් සන්දර්භය තුළය.

කොරියානු රැල්ල සහ ශ්‍රී ලාංකික පාරිභෝගික සංස්කෘතික රටා

කොරියානු රැල්ල ව්‍යාප්ත වූ ආසියාවේ චීනය, ජපානය, මලයාසියාව වැනි රටවල දකුණු කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත මෙන්ම කොරියානු පොප් සංගීතය ද ජනප්‍රිය විය. නමුත්, ශ්‍රී ලංකාව තුළ කොරියානු රැල්ලේ පැතිරයාම අධ්‍යයනය කිරීමේ දී පෙනීයන ප්‍රධාන කාරණය වන්නේ කොරියානු පොප් සංගීතය හා සාපේක්ෂව කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත ත්‍රිමිකර ගෙන ඇති අතිශය ඉහළ ජනප්‍රියතාවයයි. ප්‍රධාන රාජ්‍ය, රූපවාහිනී නාලිකා සහ පෞද්ගලික නාලිකා හරහා මෙම ටෙලි වෘත්තාන්ත සිංහල හඬකවා විකාශනය වීමත් (මුල් අවධියේදී සිංහල උපසිඳැසි සහිතව) ඒ හේතුවෙන් කොරියානු පොප් සංගීතයේ වූ භාෂා ගැටලුවට කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත තුළින් ප්‍රේක්ෂකයාට මුහුණ දීමට සිදුනොවීමත් මෙම ඉහළ ජනප්‍රියතාවයට හේතු විය. එසේම රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළින් බොහෝ විට දේශීය ටෙලි වෘත්තාන්ත සඳහා

වෙන්කෙරෙන විකාශන කාලයට (air time) සාපේක්ෂව සැලකිය යුතු විකාශන කාලයක් කෙරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත සඳහා වෙන් කිරීම ද, ප්‍රේක්ෂකයා වැඩි වශයෙන් කෙරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තවලට සමීපවීමට හේතුවක් ලෙස දැක්විය හැකිය.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ පැතිර ඇති කෙරියානු රැල්ල ප්‍රධාන අංශ දෙකක් ඔස්සේ විග්‍රහ කළ හැකිය.

1. ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී මාධ්‍ය හරහා විකාශනය වන කෙරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තයන්ට පදනම් වී ඇති තේමාවල ස්වාභාවය.
2. එම තේමා ඔස්සේ එම ටෙලි වෘත්තාන්ත ආමන්ත්‍රණය කරන ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ ස්වාභාවය.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ප්‍රචලිතව ඇති කෙරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත අධ්‍යයනය කිරීමේ දී එම ටෙලි වෘත්තාන්තවලට පදනම් වී ඇති කථා තේමා ප්‍රධාන වශයෙන් දෙයාකාරයකින් දැකගත හැකිය. ඇතැම් ටෙලි වෘත්තාන්ත හුදෙක් ම සම්ප්‍රදායික හා ඓතිහාසික පදනමකින් යුතු සිද්ධීන් වටා නිර්මාණය වී ඇති අතර ඒවායින් ඓතිහාසික කෙරියානු සම්ප්‍රදායත් සහ සංස්කෘතීන්ගේ වටිනාකම, කෙරියානු ජාතිය සතුව පවතින උසස් පෞරුෂ ගුණාංග පිළිබිඹු වේ. කෙරියානු අධිරාජ්‍යය එහි උච්චතම ස්ථානයක පැවති අවස්ථාවලදී පිළිබිඹු වූ ප්‍රෞඪත්වය, සුවිශාල රජ මාළිගා, උද්‍යාන, අතිවිශාල හමුදාමය බලය, ධුරාවලිගත රාජ්‍ය සේවය හා රාජ්‍ය පක්ෂපාතිත්වය මත පදනම් වූ සාධාරණ පාලන ක්‍රම ආදිය තුළින් ප්‍රේක්ෂකයා හමුවේ නැවත ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමටත්, එ මඟින් කලක් තමන් සතුව පැවත පසුව තමාට අහිමි වී ගිය සාධම්බර ඉතිහාසය පිළිබඳ ව ප්‍රේක්ෂකයා තුළ අතිතාවර්ජනයකට අවකාශය සැලසීමටත්, නිර්මාණකරුවා උත්සාහ දරා ඇත. එසේම මෙම නිර්මාණයන් බලය, යුක්තිය, සාධාරණය, පක්ෂපාතිත්වය, සත්‍යය ආදී සම්ප්‍රදායික යැයි පිළිගැනෙන අගය කිරීම ඉස්මතු කර දක්වයි. උදාහරණයක් ලෙස ජාතික රූපවාහිනිය මඟින් විකාශනය කරන ලද "සුජාත දියණි" (Jewel in the Palace) කෙරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තය තේමා වී තිබුණේ 14 වන සියවසේ අග භාගයේ සිට 19 වන සියවසේ අග භාගය දක්වා කෙරියාවේ රජකම කළ ජොසියොන් පෙළපතේ (Joseon Dynasty) ප්‍රථම රාජකීය කාන්තා වෙදදුරුවරිය වූ ජාන්ග් ගෙයුම් (Jang-Geum ජාතික රූපවාහිනිය මෙම පදය යොදාගත්තේ "චංගුම්" ලෙසය) ආශ්‍රය කරගෙනය. අනාථ මුළුතැන්ගෙයි සේවිකාවක් ලෙස ජීවිතය ආරම්භ කරන චංගුම් පසුව තම දක්ෂතාව, කැපවීම හා අවංකත්වය මත රාජකීය වෙදදුරු තනතුරට පත්වීමට අවස්ථාව උදාකර ගනී. ටෙලි වෘත්තාන්තය තුළ ඇයගේ චරිතය තුළින් නිරන්තරයෙන් ම ඉවසීම, අවංකකම, තම කාර්යය කෙරෙහි වන කැපවීම ආදී සම්ප්‍රදායිකව සමාජය තුළ උසස් යැයි පිළිගන්නා ගුණාංග පිළිබිඹු කරන්නට විය. ජාතික රූපවාහිනිය ඔස්සේ විකාශනය වූ "අහිත දියණි" (Wind in the Palace) හරහා පිළිබිඹු වූයේ ද මේ හා සමාන කථා තේමාවකි. "අහිත දියණි" ටෙලි වෘත්තාන්තය පදනම් කර ගත්තේ " සුජාතා දියණි " ටෙලි වෘත්තාන්තයට තේමා වූ ජොසියොන් රජ පෙළපතමය. ජොසියොන් පෙළපතේ 22 වන රජු වූ ජියොන්ජෝ රජුගේ (Jeonjgo) රාජ්‍ය පාලනයත්, තම කුඩා කල මිතුරිය වූ සියෝන්ග් සෝන්ග් යියොන් (Seong Song Yeon) සමග ඇති වන ආදර සම්බන්ධතාවය මත මෙම ටෙලි වෘත්තාන්තය දිවේ. ජායෝන්ජෝ රජු කිරුළ හිමි කුමරා ලෙස අත්විදින අත්දැකීම් මඟින් හා රජකමට පත් වූ පසු මුහුණ දෙන අත්දැකීම් මත සම්ප්‍රදායික සමාජය තුළ ගෞරවාදරයට පාත්‍ර වූ ගුණාංග වන සාධාරණය, සමානාත්මතාවය, රජතු තුළ පැවතිය යුතු සංවේදී ලක්ෂණ හා ශක්තිමත්භාවය ආදී ලක්ෂණ පිළිබිඹු කරන ලදී.

ස්වාධීන රූපවාහිනිය හරහා විකාශනය වූ "උසලියා මල" (Sungkyunkwan Scandal) කොරියානු ටෙලි වෘත්තීය පාදක කර ගත්තේ ද කොරියානු ජොසියොන් රජ පෙළපතමය. ජොසියොන් රජ සමයේ උසස්ම අධ්‍යාපන ආයතනය වූ සුන්ග්ක්යුන්වාන් (Sungkyunkwan) අධ්‍යාපන ආයතනයේ අධ්‍යාපනය ලැබීමට පිරිමියකු ලෙස වෙස්වළාගෙන ඇතුළත් වන තරුණියකගේ කථාව මේ මගින් දිගහැරේ. කාන්තාවන්ට සමාජයේ ඉහළ පිළිගැනීමක් නොතිබුණු අවධියක තම පවුල රැකබලා ගැනීමේ අරමුණින් විවිධ රැකියාවල යෙදෙමින් පසුව තම සොහොයුරා ලෙස පෙනී සිටිමින් උසස් අධ්‍යාපනයක් ලැබීමට උත්සහ දරන කිම් යොන්හි නැමැති තරුණිය මුහුණ දෙන අත්දැකීම් මෙම කථාව පාදක කර ගනී. එසේම ස්වාධීන රූපවාහිනිය හරහා විකාශනය වූ "සිහින් කුමරා" (The Princess' Man) ඓතිහාසික කථා තේමාවක් රැගත් ටෙලි වෘත්තීයයකි. සේජෝ (Sojo) නම් රජුගේ දියණියත් ඔහුගේ දේශපාලන ප්‍රතිවාදියා වූ කිම් ජෝන්ග් සියෝ ගේ (Kim Jong-Seo) පුත්‍රයන් අතර ඇති වන කහනම් ප්‍රේමයක් එ මගින් පිළිබිඹු කරයි.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ ප්‍රචලිතව ඇති අනෙක් කොරියානු ටෙලි වෘත්තීයයන්හි තේමාව ලෙස බටහිර සංස්කෘතියෙහි බලපෑමට ලක් වූ වර්තමාන තරුණ කොරියානු පීචික වටා ගෙනෙන කථා තේමා හඳුනාගත හැකිය. මෙම තේමා යටතේ නිර්මාණය වන ටෙලි වෘත්තීයය විශේෂයෙන් තරුණ ආදරය, චෛරය, ඊර්ෂ්‍යාව, හාසය ආදී සංකල්ප පිළිබිඹු කරන අතර කථා තේමා ඉතා පහසුවෙන් තේරුම් ගත හැකි මට්ටමේ ඒවා වේ. මෙම ටෙලි වෘත්තීය තුළ කොරියානු සමාජය හා එහි තරුණ ප්‍රජාව පිළිබිඹු කරන්නේ තාක්ෂණය අතින් නවීකරණය වූ සහ සංස්කෘතික අතින් බටහිරකරණය වූ පිරිසක් ලෙසය. ඇතැමුන් 'ෆැන්ටසි' ලෙස හඳුන්වන මට්ටමට ඇතැම් විට මෙම කථා තේමා යථාර්ථවාදී එදිනෙදා පීචික අත්දැකීම් වලින් එපිටට ගොස් අකාන්ත සිදුවීම් හා වර්තමාන නිර්මාණයකර තිබීම ද මෙම නිර්මාණයන් තුළ දැකගත හැකි ප්‍රධාන ලක්ෂණයකි. උදාහරණයක් ලෙස දෙරණ රූපවාහිනී නාලිකාව හරහා විකාශනය වන Boys over Flowers පාදක කරගත්තේ ආර්ථික දුෂ්කරතා ඇති තරුණියක් වන ගෙයුම් ජෙන් ඩී (Geyum Jan Di) ශිෂ්‍යයත්වයක් මත තරගයේ පවතින උසස්ම හා ධනවතුන්ගේ දරුවන් අධ්‍යාපනය ලබන ශික්භවා උසස් පාසලට (Shinhwa High School) ඇතුළත් වීමෙන් පසු ඇයගේ පීචිකයේ ඇතිවන පෙරළියයි. පාසැල තුළ දී ඇයට මුණගැසෙන ගු පුන් පියෝ (Gu Jun Pyo දෙරණ නාලිකාව විකාශනයේ දී මෙය යොදා ගත්තේ ගුජුම්පියෝ ලෙසයි) හා යුන් පිහෝ (Yoon Ji Hoo) යන ධනවත් තරුණයින් දෙදෙනාගේ ආදරයට මැදී වන ජෙන් ඩී ගේ තරුණ පීචිකය ආදරය, චෛරය, ඊර්ෂ්‍යාව, විරහව ආදී හැගීම් දැනීමවලින් උඩුයටිතුරු වන ආකාරයක් ඉස්මතු කරවයි. දෙරණ රූපවාහිනී නාලිකාව හරහා විකාශනය වන තවත් ජනප්‍රිය කොරියානු ටෙලි වෘත්තීයයක් ලෙස The Heirs දැක්විය හැකිය. අතිශය ධනවත් ව්‍යාපාරික පවුල්වල දරුවන්ගේ පාසල් පීචිකය, ඒ හා බැඳුණු ආදර සම්බන්ධතා, ව්‍යාපාරික පවුල් තුළ ඇතිවන බල තරඟය, පංති පරතරය හා ආදරය ආදී තේමා හා බැඳුණු මෙම ටෙලි වෘත්තීයය Boys Over Flowers හි කථා තේමාව හා සමානත්වයක් දක්වයි.

තේමාමය වශයෙන් පවතින මෙම වෙනස්කමට සාපේක්ෂව දිවෙන තවත් ලක්ෂණයක් ලෙස මෙම තේමා වලට අදාළ ටෙලි වෘත්තීයය විකාශනය කරන රූපවාහිනී නාලිකාවල ස්වාභාවය දැක්විය හැකිය. ප්‍රධාන වශයෙන් ම සාම්ප්‍රදායික කථා තේමා රැගත් ටෙලි වෘත්තීය රාජ්‍ය රූපවාහිනී නාලිකා හරහාත්, බටහිරකරණය වූ හා නවීකරණය වූ කථා තේමා පොදුගලිත

රූපවාහිනී නාලිකා හරහාත් විකාශනය වීම දැක ගත හැකිය. "සුජාතා දියණි" Jewel in the Palace (ජාතික රූපවාහිනිය), "අහිත දියණි" Wind in the Palace (ජාතික රූපවාහිනිය), "දිරිය දියණි" The Great Merchant (ජාතික රූපවාහිනිය), "ඉසිවර වෙදාදුරු" Horse Doctor (ජාතික රූපවාහිනිය), "අසලියා මල" Sungkyunkwan Scandal (ස්වාධීන රූපවාහිනී), "බටහිර මාළිගය" West Palace (ජාතික රූපවාහිනිය), "සිහිත කුමරා" The Princess' Man (ස්වාධීන රූපවාහිනී), "එල් වූ" Strongest Chil Woo (ස්වාධීන රූපවාහිනී), "සිරිමත් සිත්තරාව" Goddess of Fire (ජාතික රූපවාහිනිය) ආදී නමින් විකාශනය වූ සියලුම ටෙලි වෘත්තාන්ත පාදක කොටගෙන තිබුණේ සම්ප්‍රදායික, ඓතිහාසික, විශේෂයෙන්ම රාජාණ්ඩු පාලන ක්‍රම සහිත පසුබිමක සිදුවූ කථා පුවත්ය. ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවය මෙම සම්ප්‍රදායික මුහුණුවරින් එපිටට ගොස් Full House සහ Autumn in my Heart යන බටහිරකරණය වූ කොරියානු සංස්කෘතිය පිළිබිඹු කරන කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත විකාශය කළ ද, බහුතරයක් ලෙස ගත් විට එහි වැඩි අවධානය යොමු වී තිබුණේ සාම්ප්‍රදායික කථා තේමාවලින් යුතු ටෙලි වෘත්තාන්තය විකාශය කිරීමටය. නමුත්, ජාතික රූපවාහිනිය තම අවධානය හුදෙක් ම යොමු කර තිබුණේ සාම්ප්‍රදායික තේමාවලට පමණි. එසේ වුව ද දෙරණ, ස්වර්ණවාහිනී, සිරස ආදී පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකා විකාශනය කිරීමට තෝරාගෙන තිබුණේ සාම්ප්‍රදායික කොරියානු කථා තේමා නොව, බටහිරකරණය වූ කොරියානු සංස්කෘතිය වැලඳගත් කොරියානු තරුණ පරපුර හා බැඳුණු Boys over Flowers (දෙරණ), The Heið (දෙරණ), තවු අහිමි සමනලී My Girl (ස්වර්ණවාහිනී), අනන්තයෙන් ආ තරු කුමරා My Love from Another Star (සිරස) වැනි කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තය. මෙම තේමා දෙකට සාපේක්ෂව ඒ ඒ නාලිකා මගින් මෙම කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත සිංහලෙන් හඬ කැවීමේ දී යොදාගෙන ඇති භාෂා ව්‍යවහාරයේ ද, පැහැදිලි වෙනස්කම් දක්නට ලැබේ. රාජ්‍ය නාලිකා මගින් විකාශය කළ සම්ප්‍රදායික තේමා රැගත් ටෙලි වෘත්තාන්තවල පැරණි සිංහල භාෂා ව්‍යවහාරයක් යොදාගෙන තිබෙනු නො එසේ නම් ලිඛිත භාෂා ව්‍යවහාරය දෙබස් සඳහා යොදාගෙන තිබීම දැකගත හැකිය. එසේම පෞද්ගලික නාලිකා හරහා විකාශනය වූ බටහිරකරණය වූ කොරියානු තරුණ සංස්කෘතිය රැගත් ටෙලි නිර්මාණ හඬ කැවීමේ දී සාමාන්‍ය වර්තමානයේ භාවිත වන භාෂා ව්‍යවහාරය යොදා ගෙන තිබෙනු දැක ගත හැකිය.

මෙලෙස ශ්‍රී ලංකාව තුළ ජනප්‍රිය වී ඇති කොරියානු ටෙලි සංස්කෘතියේ ප්‍රධාන ප්‍රවාහයන් දෙක මත ගොඩනැගුණු පැහැදිලි ප්‍රේක්ෂක කොට්ඨාස දෙකක් ද දැකගත හැකිය. සම්ප්‍රදායික තේමාවේ කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත වෙත ආකර්ෂණය වූ ප්‍රේක්ෂක කොට්ඨාස දෙකක් දැකගත හැකි අතර, ඒ වැඩිහිටි ප්‍රේක්ෂක ජනතාව සහ කුඩා දරුවන්ය, එම කථා මාලා හරහා නිර්මිත වූ පරිසරය හා එහි භාෂා ව්‍යවහාරය මෙම ප්‍රේක්ෂක කොටස්, එම ටෙලි වෘත්තාන්ත වෙත රඳවා තබා ගැනීමට සමත් විය. බටහිරකරණය වූ කථා තේමා ඔස්සේ දිවෙන කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත වෙත ආකර්ෂණය වූ ප්‍රධාන ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාව වූයේ තරුණ පරපුරයි. මෙම තේමාවේ ටෙලි වෘත්තාන්ත ඔස්සේ නිර්මිත වූ, තරුණ පීචිතවලට සමීප කථා වස්තූන් ඔවුන්ගේ ආකර්ෂණය දැඩි ලෙස එම ටෙලි වෘත්තාන්ත වෙත යොමුවීමට හේතුවිය. කෙසේ වෙතත් මෙම ප්‍රේක්ෂක කොට්ඨාසයන් පිළිබඳව අදහස් දක්වන K wave in Sri Lanka බ්ලොග් අඩවිය පෙන්වා දෙන්නේ මෙම කොට්ඨාසයන් ද්විත්වයම නිශ්චිතව කොරියානු රූපවාහිනිය අනුගමනය කරන්නාවූ පිරිස් නොවන බවයි. මෙම බ්ලොග් අඩවිය පැහැදිලිවම ශ්‍රී ලංකාවේ

කොරියානු රසිකයන්, "කොරියානු රැල්ල හා සම්බන්ධ රසිකයන්" සහ "කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තවල රසිකයන්" ලෙස කොටස් දෙකකට බෙදා වෙන්කර දක්වයි. එම වර්ගීකරණයට අනුව මින් පළමු කණ්ඩායම කොරියානු පොප් සංගීතයේ හා කොරියානු රැල්ලේ රසිකයන් වන අතර, ඔවුන්ට කොරියානු සංස්කෘතිය හා කොරියානු නිර්මාණ පිළිබඳව ඉහළ හා පෘතුල දැනුමක් ඇත. ඔවුන් කොරියානු භාෂාව ඉගෙනීමට උනන්දුවක් දක්වන අතර කොරියාව හා කොරියාවේ සිදු වන ප්‍රධාන සිදුවීම් පිළිබඳව නිරන්තර අවධානයෙන් සිටී. මෙම බිලොග් අඩවියට අනුව ඔවුන් සත්‍ය වශයෙන් ම ගෝලීයව ව්‍යාප්ත වී ඇති කොරියානු රැල්ලේ රසිකයන්ය. බිලොග් අඩවිය දක්වන දෙවන කොටස හුදෙක් දේශීය නාලිකාවල කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත විකාශය වීමෙන් පසුව ඒ වටා නිර්මාණය වූ රසික කොටසයි. ඔවුන්ට කොරියානු රැල්ල හෝ කොරියානු සංස්කෘතිය පිළිබඳ අවබෝධයක් නොමැති අතර මාධ්‍ය මඟින් ප්‍රකාශයට පත්කරන ඕනෑම කරුණක් සොයා බැලීමකින් තොරව විශ්වාස කිරීමට පෙළඹෙන පිරිසකි. K wave in Sri Lanka බිලොග් අඩවියට අනුව ඔවුන් සත්‍ය වශයෙන්ම කොරියානු රැල්ලේ රසිකයන් නොවේ. කෙසේ වෙතත් සාම්ප්‍රදායික තේමාවල රසිකයන් හා බටහිරකරණය වූ තේමාවල රසිකයන් අතර පැහැදිලි පරම්පරා ගැටුමක් හා දෘෂ්ටිවාදීමය වෙනසක් පවතී. මෙම එකිනෙකට වෙනස් තේමා හරහා ඔවුන් අගය කිරීමට පෙළඹෙන සමාජීය වටිනාකම් එකිනෙකට වෙනස්වන අතර පරස්පර විරෝධී ඒවාද වේ. එසේ වුව ද, ආකර්ශණීය කාරණය වන්නේ මෙම එකිනෙකට වෙනස් තේමා සහිත ටෙලි වෘත්තාන්ත නිර්මාණය කිරීම එකම සංස්කෘතික සන්දර්භයක් තුළ, එනම් කොරියානු සංස්කෘතිය තුළ, සිදුවීමක් ඒ හරහා කොරියානු රැල්ලට එකිනෙකට වෙනස් නිර්මාණ හරහා වුව ද, මෙරට ජන සමාජයේ සෑම පරම්පරාවක්ම ආකර්ශණය කර ගැනීමට හැකියාව ලැබී තිබීමත්ය. එනම් විවිධ කථා තේමා ඔස්සේ වුව ද, අවසානයේ මෙරට සෑම පරම්පරාවකම ප්‍රේක්ෂක ජනතාව පොදු කොරියානු සංස්කෘතිය අගය කරන තත්ත්වයට පත්ව තිබීමය. එසේම දෙමුහුන්කරණය වූ කොරියානු සංස්කෘතිය අනෙක් ආසියානු රටවල ප්‍රේක්ෂක ප්‍රජාව අතර ජනප්‍රියවීමෙන් තවත් එක් ප්‍රධාන සංස්කෘතික ගතිකතාවයක් පිළිබිඹුවේ. එනම් සංස්කෘතිය යන්න නිරන්තරයෙන් වෙනස්වන්නක් බවත්, ගෝලීයකරණය වූ ලෝකයක තවදුරටත් දේශීය හා ඒකීය යැයි හැඳින්විය හැකි සංස්කෘතියක් පවත්වාගෙන යා නොහැකි බවත්ය.

දකුණු කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත මෙලෙස ආසියානු කලාපය පුරා ජනප්‍රිය වීමට හේතු දක්වන රචනා (2009) පෙන්වා දෙන්නේ, එම ටෙලි වෘත්තාන්තවල නිර්මාණය කෙරෙහි පදනම් වන පවුල් සම්බන්ධතා, ආදරය, අනුකම්පාව ආදී සාධක ඉතා පහසුවෙන් ආසියානු කලාපයේ ප්‍රේක්ෂකයන්ට, තමන් වෙත බද්ධ කර ගත හැකි ඒවා බවයි. විශේෂයෙන්ම කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත ශ්‍රී ලංකාවේ විකාශයේ ආරම්භක අවධියේ එය හුදෙක්ම රාජ්‍ය නාලිකාවල පමණක් විකාශය වූ අතර, මින් පෙර දැක්වූ පරිදි ඒවා අතිශයින්ම සාම්ප්‍රදායික තේමාවලට සීමාවිය. ඓතිහාසිකව රාජ්‍යයේ පාලනයක් පැවති ශ්‍රී ලංකාවේ ජන සමාජය අදටත් සාම්ප්‍රදායිකව පැවති අගය කිරීම, හැකි සෑම විටම සමාජ කතිකාවකට ගෙන ඒමටත්, එහි වූ ප්‍රෞඪත්වය හා එම කාල සීමාවලදී පැවති විනයගරුක, යුක්තිගරුක සමාජය රාජ්‍යයේ පාලන ක්‍රමයේ ප්‍රතිඵලයන් බව පිළිගැනීමට ද කැමැත්තක් දක්වයි. සාම්ප්‍රදායික කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්තය හරහා නැවතත් මෙම පැරණි තත්ත්වය ප්‍රේක්ෂකයා ඉදිරියේ ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමට හැකි වූ අතර එමඟින්, එවකට සමාජය තුළ දේශපාලනික වශයෙන් ප්‍රචලිතව පැවති

"රාජ්‍යත්වය" යන සංකල්පයට වක්‍රාකාරයකින් යම් සුජාතභාවයක් ද, ලැබෙන්නට ඇත. මෙම පියවුම් කාරණා අවසානයේ කොරියානු ටෙලි ව්‍යාපාරික මෙරට ජනතාව අතර ජනප්‍රිය වීමට බලපාන ලදී.

නව ලිබරල්වාදය, ගෝලීයකරණය සහ සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය

අද වනවිට ලෝකයේ සිදුවන සංස්කෘතික වෙනස්වීම් හඳුනාගැනීමට, ඒ එක් එක් වෙනස්වීම් හුදෙකලා සිද්ධීන් වශයෙන් ගෙන අධ්‍යයනය කිරීම ප්‍රමාණවත් නොවේ. සංස්කෘතික රටාවල වෙනස්වීම් හඳුනාගැනීමේ දී වෙළඳපොළ ආර්ථිකය හා ගෝලීයකරණ ක්‍රියාවලිය කෙරෙහි අවධානය යොමුකිරීම අත්‍යවශ්‍යය. ඩුබෝ ශිම් (Doboo Shim) පැහැදිලි කරන ආකාරයට ගෝලීයකරණය යන ක්‍රියාවලිය නිර්වචනය කළහැකි ප්‍රධාන ප්‍රවේශ තුනක් පවතී. ඉන් පළමුවැන්න ගෝලීයකරණය නිර්වචනය කරන්නේ 1970 දශකයේ ලොව ආරම්භ වූ "නව ලෝක තොරතුරු හා සන්නිවේදන පර්යාය" (New World Information and Communication Order - NWICO) සමග නිර්මාණය වූ සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයේ අධිවර්ධනයක් ලෙසයි. දෙවැන්න ගෝලීයකරණය ක්‍රියාවලිය නිර්වචනය කරන්නේ නවීකරණ ක්‍රියාවලියේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස නිර්මාණය වූවක් ලෙසයි. එය ධනවාදය, පුද්ගල ජීවිතයේ සෑම පැතිකඩක් ම විනිවිද යාම තුළ ධනවාදය විශ්වීයකරණයට (Universalization of Capitalism) ලක්වීම ලෙසද නිර්වචනය කළ හැකිය. තුන්වැන්න ගෝලීයකරණය නිර්වචනය කරනුයේ පශ්චාත් යටත් විජිත ප්‍රවේශයක සිටිය. එයට අනුව ගෝලීයකරණය යනු සංස්කෘතික දෙමුහුන්කරණය සහ කේන්ද්‍රය හා පරිධිය අතර නව බල සම්බන්ධතා නිර්මාණය වීමකි. මෙම ප්‍රවේශයන් අතුරින් ශිම් කොරියානු රැල්ල හා සම්බන්ධ කොට ගෝලීයකරණය නිර්වචනය කරනුයේ එය හුදෙක් පශ්චාත් යටත් විජිත දෙමුහුන්කරණයක් ලෙස නොව සමාජ, දේශපාලනික හා ආර්ථික සැකසුම් මත නිර්මාණය කෙරෙන හා එම සැකසුම්වලින් සමන්විත සන්නිවේදන අභ්‍යාසයක් බවයි (2006 (26-27)).

ශිම්ගේ මෙම පැහැදිලි කිරීම හා වර්තමාන ලෝක දේශපාලනික, ආර්ථික හා සමාජ හැසිරීම පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමේ දී දක්නට ලැබෙන ප්‍රධාන කාරණය වන්නේ, මෙම සමාජ, දේශපාලනික හා ආර්ථික සැකසුම්කරණයන්හි නිර්මාපකයා වන්නේ ධනවාදය මුල් කරගත් නව ලිබරල් ආර්ථික ක්‍රියාවලිය බවයි. ධනවාදයට තම පැවැත්ම ලෝක ආර්ථික පර්යාය තුළ තහවුරු කරගැනීමට අවශ්‍ය දේශපාලනික හා විශේෂයෙන් සංස්කෘතික පසුබිම සකස් කරනුයේ නව ලිබරල්වාදයයි. නව ලිබරල්වාදය මෙම පසුබිම සකස් කර ගැනීමට යොදා ගන්නා ප්‍රධාන මාධ්‍යය ලෙස තොරතුරු තාක්ෂණය දැක්විය හැකිය. එය සතු ලෝකයේ සෑම පුද්ගල කොටසකට ම පහසුවෙන් ළඟා වීමේ හැකියාව සහ ඉතා ඉක්මණින් පුද්ගල ජීවිත තුළට මුහුටීමේ හැකියාව, නව ලිබරල්වාදයට තම දෘෂ්ටිවාදීමය පැහැදිලි කිරීම් හා තහවුරු කිරීම් ප්‍රචාරණය සඳහා උපයෝගී කරගනී. විශේෂයෙන් ම ජනප්‍රිය මාධ්‍ය හරහා නිර්මාණය වන සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය පිළිබඳව අදහස් දක්වන සරිකාකිස් (Sarikaes), ෂිලර් (Shiller) උපුටා දක්වමින් පෙන්වා දෙන්නේ ගෝලීය සන්නිවේදන ජාලයන් ඉටු කරන ප්‍රධාන කාර්යයන් දෙකක් ඇති බවයි. පළමුවැන්න නම් ධනවාදය දෘෂ්ටිවාදීමය අතින් යුක්ති සහගත කිරීමයි. දෙවැන්න නම් කර්මාන්තයන් සඳහා වන පාරජාතික දලෙවිකරණ ක්‍රමවේදයන් (Transnational Marketing Devices) ලෙස කටයුතු කිරීමයි (2005 (81)).

1960-70 දශකවල නැගී ආ සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයට හුදෙක් ඇමරිකානු ලේඛකයන් ලබා දී තිබුණ ද, මේ වන විට එය ඇමරිකානු ආධිපත්‍යයෙන් එපිටට ගොස් වෙනත් නැගී එන ආර්ථිකයන් විසින් ආක්‍රමණය කර තිබෙනු දැක ගත හැකිය. එසේ ම මේ වන විට ධනවාදය ඇමරිකාව ප්‍රමුඛ කේන්ද්‍රයේ රාජ්‍යයන්වලින් එපිටට ගොස් පරිධියේ රාජ්‍යයන්වල ද ප්‍රධාන ආර්ථික දැක්ම බවට පත්වෙමින් පවතී. මේ හේතුවෙන් තව දුරටත් ධනවාදය, නව ලිබරල්වාදය හෝ සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය මුළුමනින්ම ඇමරිකානු ක්‍රියාකලාපය පමණක් යැයි, දක්වන තර්කයේ වලංගුතාවය ගිලිහී ගොස් ඇත. මේ වන විට මෙම සියලුම ක්‍රියාවලීන්වල පාර්ශ්වකරුවන් බවට ලොව අනෙක් නැගී එන ආර්ථිකයන් පත් වෙමින් සිටිනු දැක ගත හැකිය. එසේ වුව ද මෙම ක්‍රියාවලිය තුළ ඇමරිකානු භූමිකාව තව දුරටත් එලෙසින්ම සුරක්ෂිතව පවතිනවා යැයි ප්‍රති තර්කයක් ඉදිරිපත් කළ හැක්කේ මෙම සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදී ක්‍රියාවලියේ නවක රැගුම්කරුවන් වන කොරියාව හෝ ඉන්දියාව වැනි රටවල් තම සංස්කෘතික නිර්මාණ හරහා පිළිබිඹු කරන කථා වස්තූන්වලදී වැඩි වශයෙන් ඔවුන්ගේ දේශීය සංස්කෘතිය පිළිබිඹු කරනවාට වඩා ඒවා තුළින් ඇමරිකානු සංස්කෘතික අගයන්, ඇමරිකානු සමාජ අගයන්, ජීවන රටා සහ ආභාවන් පිළිබිඹු කිරීමට උත්සාහ දැරීම යන කරුණු පදනම් කරගෙනය. ඔවුන්ගේ නිර්මාණ බොහෝ විට බටහිරකරණය වූ ජීවිත වටා ගෙකෙමින් නිර්මාණය වුවත්, ඇතැම් අවස්ථාවල දී එ තුළින් ඔවුන්ගේ ඉපැරණි සමාජ අගය කිරීම් ඉස්මතු කර පෙන්වීමට උත්සාහ දරයි. ඒ හරහා නවීකරණය වූ සමාජ ක්‍රමයක් තුළ පවා තමන් තව දුරටත් අතීත ප්‍රොඩන්ටයට නැකම් කියන බව ප්‍රේක්ෂකයාට ඇඟවීමට ඔවුන්ට අවශ්‍යතාවය ඇති වී ඇත. පැරණි ඉතිහාසයකට හා තමන්ට ම අනන්‍ය වූ සංස්කෘතියකට හිමිකම් කීමත්, වර්තමානයේ තම රාජ්‍යයේ සමාජය, ආර්ථිකය අතිශය ලෙස බටහිරකරණය වීමත් යන අන්ත දෙකෙහි අතරමං වී ඇති සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයේ නව රැගුම්කරුවන් හට තම නිර්මාණ හරහා දෙමුහුන්කරණය වූ සංස්කෘතීන් පිළිබඳ ව නිර්මාණ ඉදිරිපත් කරන්නට සිදුවී ඇත්තේ මේ නිසාවෙනි.

සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයේ නවක රැගුම්කරුවෙක් ලෙස දකුණු කොරියාව ලබා ඇති සාර්ථකත්වයට බලපා ඇති හේතු නව ලිබරල්වාදය, ගෝලීයකරණය හා සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදයේ ඇති සබඳතාවය විශ්ලේෂණය කළ හැකි ප්‍රධාන නියැදියක් බවට පත්වේ. රචනා (2009) දක්වන ආකාරයට කොරියානු පොප් සංස්කෘතියේ සාර්ථකත්වයට හේතුව පාරජාතික කාරණයක් බවට පත්වී ඇත. එනම් කොරියානු සංස්කෘතිය මේ වන විට වැඩි වශයෙන් ජනප්‍රිය වී ඇත්තේ, කොරියානු ජාතිකයන් අතර නොව විදේශ රටවල වෙසෙන රසිකයන් අතරය. ලී (2011) පෙන්වා දෙන්නේ ඇමරිකානු හා බටහිර සංස්කෘතික අගයන් ආසියානු ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ වින්දන රටාවලට ගැළපෙන පරිදී වෙනස් කොට ප්‍රේක්ෂකයා වෙත ගෙන යාමට කොරියානු සංස්කෘතියට ඇති හැකියාව ආසියාව තුළ එහි ජනප්‍රියත්වයට හේතු වී ඇති බවයි. කෙසේ වෙතත් කොරියානු සංස්කෘතික වැඩසටහන්වල ජනප්‍රියත්වය මේ වන විට කලාපයේ අනෙකුත් රටවල අවධානයට යොමු වී ඇත. චීනයේ සුප්‍රකට ටෙලි නාට්‍ය රංගන ශිල්පියෙකු වන ශාන්ග් ගුම්ලී (Zhang Guoli) වරක් කොරියානු රැල්ල "සංස්කෘතික ආක්‍රමණයක්" (Cultural Invasion) ලෙස හැඳින්වූ අතර වැඩි වශයෙන් චීන නිෂ්පාදන මිලදී ගන්නා ලෙස තම රට වැසියන්ගෙන් ඉල්ලා සිටියේය. එසේම 2006 ජනවාරි මස ප්‍රකාශයක් නිකුත් කරමින් චීන රේඩියෝ, විදුලි හා රූපවාහිනී පිළිබඳ රාජ්‍ය පරිපාලන ඒකකය (China's State Administration of Radio, Films

and Television) ප්‍රකාශ කළේ ඔවුන් කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත ආනයනය හරි අඩකින් කපා හැරීමට තීරණය කර ඇති බවයි. කොරියානු නිර්මාණ ඉතා ජනප්‍රිය තායිවානය තුළද, මේ හා සමාන ක්‍රියාමාර්ගයක් අනුගමනය කරමින් එරට රජය ප්‍රකාශ කර සිටියේ විදේශ ටෙලි නිර්මාණ තායිවානය තුළ තහනම් කිරීම පිළිබඳව සලකා බලමින් සිටින බවයි (Lee 2011 : 90). මේ අනුව කොරියානු රැල්ල පැතිර ගොස් පවතින රටවල්වල පාරිභෝගික සංස්කෘතිය, එම රටවල්වල සංස්කෘතික අනන්‍යතාවයට සහ ඒකාග්‍රතාවයට හානිකර අයුරින් විදෙස් නිර්මාණ කෙරෙහි නැඹුරු වන ආකාරයත් එය රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිමය වශයෙන් එම රාජ්‍යයන්හි පාලනාධිකාරීන්ගේ තීරණ කෙරෙහි බලපාන ආකාරයත් පැහැදිලි වේ. නමුත්, පවතින නව ලිබරල්වාදී වෙළඳපොළ ආර්ථිකය යටතේ පුරවැසියන්ගේ ආශාවන් හා අවශ්‍යතාවයන් පාලනය කිරීම කෙරෙහි තීරණාත්මක ලෙස බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව රාජ්‍යයෙන් ගිලිහී යමින් පවතී. තොරතුරු තාක්ෂණය යටතේ නිර්මාණය වී ඇති ගෝලීය සන්නිවේදන ජාලය රාජ්‍යයේ භූගෝලීය සීමාවන් ඉක්මවා ගොස් අනෙක් රාජ්‍යයන්වල වෙසෙන පුද්ගලයන් සමග සම්බන්ධතා ගොඩ නගා ගැනීමෙන්, සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය සම්බන්ධයෙන් නම් අනෙක් සංස්කෘතීන් හා මුහුදුමෙන් හැකියාව පුද්ගලයාට අත්පත් කර දී ඇත. තොරතුරු තාක්ෂණය හා ගෝලීයකරණ හමුවේ නිර්මාණය වී ඇති මෙම තත්ත්වය පැහැදිලිව ම රාජ්‍යයන් හි සංස්කෘතික අනන්‍යතාවයට බාධා එල්ල කරයි. විසි එක්වන සියවසේ තම ප්‍රධානතම ම අරමුණ ප්‍රමුඛ වශයෙන් ම ජපානයට එරෙහිව ගෝලීය ආර්ථික බලවතුන් අතර ප්‍රබල ස්ථානයක් ගැනීම බව ප්‍රකාශ කළ කොරියානු රජය (Lee 2011), ඒ සඳහා යන ගමනේ දී තම සංස්කෘතික අගයන් ඉතා සුක්ෂ්ම ලෙස භාවිත කරමින් සිටී. තාක්ෂණික නිපැයුම් හා ප්‍රධාන වශයෙන් මෝටර් රථ කර්මාන්තය තම ප්‍රධාන ආර්ථික අපනයනයන් බවට පත් කරගෙන සිටී. දකුණු කොරියාව, මේ වන විට එය සංස්කෘතික අපනයනය කලය දක්වා රැගෙන ගොස් ඇති අතර අවිවාදයෙන් ම එ තුළ තම සාර්ථකත්වය අත්පත් කරගෙන ඇත. කොරියානු ටෙලි නාට්‍ය හා පොප් සංගීතයේ ජනප්‍රියත්වයත් සමග ඒ හා බැඳුණු විවිධ විසිතුරු වෙළඳ භාණ්ඩ අලෙවිය හරහා ද කොරියානු වෙළඳපොළ ඉතා ඉහළ ආදායමක් ලබයි. මේ සියලු වර්ධනයන් අධ්‍යයනය කළ යුත්තේ ගෝලීය නව ලිබරල්වාදය තුළ පාරිභෝගිකරණ ක්‍රියාවලිය ද මුල් කරගෙනය. පුද්ගලයන්ගේ අන්‍යවශ්‍ය භාණ්ඩ පමණක් නොව රසවින්දනය ද පාරිභෝගිකරණය වීම තුළ වර්තමාන වෙළඳපොළ ක්‍රමය එය ලාභ ඉපයීමේ එක් ප්‍රධාන මාර්ගයක් බවට පත් කරගෙන ඇත. සංස්කෘතික අධිරාජ්‍යවාදය හරහා රසවින්දනයේ එකම තලයක් ඇති කිරීම එසේත් නොමැති නම් අවම වශයෙන් ලෝක ප්‍රජාවගෙන් සැලකිය යුතු පිරිසක් එකම ආකාරයේ නිර්මාණ රසවිඳින, අගයන හා ඉල්ලා සිටින මට්ටමට ගෙන ඒම, එම ආර්ථික ක්‍රමය මත ජනප්‍රියව ඇති සංස්කෘතිය හිමි රාජ්‍යයෙහි ආර්ථික පැවැත්ම පැහැදිලිව ම ශක්තිමත් කරවයි.

සමාලෝචනය

නව ලිබරල්වාදී ආර්ථිකය හා ගෝලීයකරණය මේ වනවිට ලෝකය පුරා විවිධ රටවල සංස්කෘතීන්ගේ අනන්‍යතාවය කෙරෙහි බාධා එල්ල කරමින් සිටී. ගෝලීයකරණය හරහා නිර්මාණයවන ගෝලීය ආර්ථික සන්දර්භය තුළ නව ලිබරල්වාදයට පෙර සිදුකොටත් වඩා හොඳින් ක්‍රියාත්මකවීමටත් ඒ හරහා ගෝලීය පාරිභෝගික සංස්කෘතියක් නිර්මාණය කරගැනීමටත් හැකියාව ලැබී ඇත. මෙම ගෝලීය පාරිභෝගික සංස්කෘතිය තුළ පාරිභෝගිකයාට භූගෝලීය සීමා බලනොපායි. පෙර හුදෙක් තම රාජ්‍යයේ සංස්කෘතිය තුළ

කොටුවී සිටි පාරිභෝගිකයාට ඉන් පරිබාහිර සංස්කෘතීන්ගේ අගයකිරීම් හා අංගයන් රසවිදීමට අගය කිරීමටත් හැකියාව මේ හරහා ලැබී ඇති සේම තොරතුරු තාක්ෂණය මගින් මෙම තූගෝලීය සීමා අතික්‍රමණය කිරීමට වෙනත් රාජ්‍යයන්ගේ සංස්කෘතීන් වලට අවස්ථාව ලැබී ඇත. මේ හේතුවෙන් තවදුරටත් තූගෝලීය සීමාවල් මත සීමා වීම සර්ව සම්පූර්ණ වශයෙන්ම දේශීය සංස්කෘතීන් පිළිබඳව උදහරණ සෙවීමට හෝ ඒවා පිළිබඳව උදම් ඇතිමට හැකියාවක් නැතහොත් ගෝලීයකරණය මත ශීඝ්‍ර ලෙස අන්‍ය සංස්කෘතීන් සමඟ තම සංස්කෘතීන් මුහුණ දීමට තුළින් දෙමුහුන්කරණය වූ සංස්කෘතීන් නිර්මාණයවනවා යැයි ඇතමුන් චෝදනා කරන්නේ මේ හේතුවෙනි. නමුත්, මෙහිදී තේරුම්ගත යුතු ප්‍රධාන කාරණය වන්නේ සංස්කෘතිය යන්න කිසිවිටෙකත් වෙනස්වීම්වලට ලක් නොවෙමින් පවතින ස්ථිතික දෙයක් නොවේ යන්න ය. සංස්කෘති යන්න සැමවිටම වෙනස් වන්නාවූ දෙයකි. සංස්කෘතීන් සැමවිටම තවත් සංස්කෘතික අංගයන් උපයෝග කරගන්නවා සේම ඒ හරහා එතෙක් පැවති යම් අංගයක් ඒ අදාළ සංස්කෘතිය තුළින් විශැකී යාමටත් ඉඩ ඇතහොත් මේ හේතුවෙන් වර්තමානයේ ගෝලීයකරණය තුළ සිදුවන මෙම සංස්කෘතික විපර්යාසයන් තේරුම් ගත යුත්තේ කෘත්‍රීම ක්‍රියාවලියක් ලෙස නොව ස්වභාවික ක්‍රියාවලියක් ලෙසයි. සංස්කෘතීන් විපර්යාසයට ලක්වීම අතිශය ස්වභාවික ක්‍රියාවලියක් වුවත්, මෙම විපර්යාසය සිදුවීමේ ක්‍රියාවලිය මත බලපෑමක්වන නව බාහිර සාධකවල ආගමනය හා ඒවායේ ක්‍රියාකාරිත්වය, ඒවායේ අරමුණු ආදිය මත විපර්යාස සිදුවීමේ ක්‍රියාවලියේ තීව්‍රතාවය වෙනස් විය හැකිය. 1990 වර්ෂයෙන් පසුව බිහි වූ ගෝලීයකරණ අවධිය තුළ ක්‍රියාත්මක වන නව ලිබරල්වාදය හා නව ලිබරල්වාදී පාරිභෝගික සංස්කෘතික රටා මෙම විපර්යාස සිදුවීමේ ක්‍රියාවලියට බලපෑම් කරන බාහිර සාධක ලෙස හඳුනාගත හැකිය. මෙම සාධකවල අතිශය ශීඝ්‍ර ක්‍රියාකාරිත්වය මත සංස්කෘතික විපර්යාසය සිදුවීමේ ක්‍රියාවලියේ තීව්‍රතාවය වැඩි වී ඇති අතර මේ හේතුවෙන් එය සංස්කෘතික පරිහානියක් ලෙස ඇතැම් විවේචකයන් හඳුන්වන්නට පෙලඹී ඇත.

මෙම වෙනස්වන සංස්කෘතික පාරිභෝගික රටා එක් කොටසක් සංස්කෘතික පරිහානියක් ලෙස අර්ථ දැක්වූව ද, එය තවත් කොටසකට ලෝක වෙළෙඳපොළ විස්තීරණය වීමට ඉඩ ලබාදෙන තවත් එක් පැතිකඩකි. විශේෂයෙන් දකුණු කොරියාව තම වෙළෙඳපොළ හා අපනයන ආර්ථිකය දියුණු කිරීමට යොදාගනු ලැබුවේ මෙම සංස්කෘතික පාරිභෝගික රටාය. කොරියානු ටෙලි නිර්මාණ වීනය හා අන්තිදිග ආසියානු රටවල්වල ජනප්‍රියවීම ප්‍රාග්ධනීකරණය කළ දකුණු කොරියාව එම පාරිභෝගික රටා ඉතා සියුම් ලෙස තම වෙළෙඳ මූලෝපායන් වෙත අනුගත කරගන්නා ලදී. තමා ආමන්ත්‍රණය කරන පාරිභෝගික ජනතාව හොඳින් තේරුම් ගැනීමට තම ආයෝජන වෙන්කරන අතරතුරම ඔවුන් තුළින් ගමන වන පාරිභෝගික රටා ඔස්සේ ඒවා සංභාජන වන ආකාරයට නව නිර්මාණ බිහිකිරීමට ද ඔවුන් දක්ෂ විය. මෙලෙස වැඩි දියුණු කළ පාරිභෝගික අභිලාෂයන් මත නිර්මාණය වූ කොරියානු සංස්කෘතික නිර්මාණ කෙරෙහි බැඳුණු ගෝලීය රසිකයන් මගින් කොරියානු රැල්ල බිහිවීම සිදුවිය.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ කොරියානු නිර්මාණ ජනප්‍රියවීම තුළින් සම්පූර්ණයෙන්ම කොරියානු රැල්ල මෙරට නිර්මාණය වී ඇති බව නිගමනය කිරීම වැරදි සහගතය. මෙරට තුළ කොරියානු ටෙලි නිර්මාණ ජනප්‍රියවීම සිදුවූව ද, කොරියානු රැල්ල හා බැඳුණු අනෙකුත් කොරියානු සංස්කෘතික නිර්මාණ - කොරියානු පොප් සංගීතය කොරියානු සිනමාපට - මෙරට වැඩි වශයෙන් ජනප්‍රිය වී ඇති බවක් දැකගත නොහැක. බොහෝ විට මෙම පසු දැක් වූ කොරියානු

රැල්ලේ අනෙකුත් නිර්මාණ ජනප්‍රිය වී ඇත්තේ නාගරික හා අර්ධ නාගරික පසුබිමක් සහිත තරුණ ප්‍රජාව තුළය. තොරතුරු තාක්ෂණය විශේෂයෙන්ම, අන්තර්ජාලයට සම්බන්ධවීමට හැකියාව ඇති නාගරික තරුණ ප්‍රජාව ඒ හරහා කොරියානු පොප් සංගීතය හා කොරියානු සිනමාපටවලට ඇල්මක් දක්වමින් මෙරට කොරියානු රැල්ල යම්තාක් දුරකට ජීවමාන කරනු දැකගත හැකිය නමුත්, මෙම කොරියානු පොප් සංගීතය හා කොරියානු සිනමාපට මෙරට අනෙක් කොරියානු ටෙලි වෘත්තාන්ත රසිකයන් අතරට නොයෑමට ප්‍රධාන හේතුව වී ඇත්තේ එම නිර්මාණ රූපවාහිනී නාලිකා හරහා විකාශනයවීම ඉතාමත් සුළු වශයෙන් සිදුවීමයි. මෙවන් පසුබිමක් තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ නිර්මාණය වී ඇති කොරියානු උත්මාදය කොරියානු රැල්ලේ එක් කොටසක් ලෙස හැඳින්වීමට නොහැකිය. එසේම තවදුරටත් බොලිවුඩ් සිනමා කර්මාන්තය මෙරට වින්දන සංස්කෘතිය තුළ ආධිපත්‍ය දැරීමත්, සංස්කෘතිකමය අතින් කොරියාවට වඩා ඉන්දියාව මෙරට සමඟ සමීප සම්බන්ධතාවයක් පැවැත්වීමත් ශ්‍රී ලංකාව තුළ කොරියානු රැල්ල නිර්මාණය වීම ප්‍රමාද වීමේ හේතු ලෙස දැක්විය හැකිය.

Endnotes

1. Peachesgreen94, 'Types of Fans in Sri Lanka' *K Wave in Sri Lanka* (blog) November 7, 2014

ආශ්‍රේය ග්‍රන්ථ නාමාවලිය

- Jeon, Won Kyung. 2013. *The 'Korean Wave' and Television Drama Exports, 1995-2005*. (PhD thesis, University of Glaslow), 13-15
- Lee, Sue Jin. 2011. 'The Korean Wave: The Seoul of Asia'. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, Vol.2, (no.1)
- Ravina, Mark. 2009. 'Introduction: Conceptualizing the Korean Wave'. *Southeast Review of Asian Studies*, Vol. 31. : 3-9
- Sarikakis, Katherine. 'Legitimizing Domination: Notes on the Changing Faces of Cultural Imperialism' in *Cultural Imperialism Essays on the Political Economy of Cultural Domination*, edited by Hamm – Bernd and Smandych Russell, 80-91. Canada: Broadview Press
- Shim, Doobo. 2006. 'Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia'. *Media, Culture & Society*, Vol.28, (no.1) London: SAGE Publications