මහජන මතය සහ පුවත්පත

දිලිනි ගමගේ

සහකාර කථිකාචාරිනී, ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය

dilinigamage07@gmail.com

සංක්ෂේපය
ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක ජන ජීවිතයෙහි පැවැත්ම "මහජන මතය" පදනම් කරගනී. එහිදී මහජන මතය ගොඩනැගීමට සහ පවතින මහජන මතය යටපත්කිරීමට ජනමාධ්‍යයට හැකියාව පැවතීම සුවිශේෂී ලක්ෂණයකි. මාර්ෂල් මැක්ලුහන් නැමැති සන්නිවේදන විද්‍යාඥයා පවසන පරිදි ජනමාධ්‍යකරුවා මානව හිතවාදියෙකු වීම වෙනුවට මායාකාර ඉන්ද්‍රජාලිකයෙකු බවට පත්වී ඇත. ඔහු පවසන පරිදි මේ සඳහා බලපාන ප්‍රධාන සාධකය වන්නේ මහජන මතයයි. සමාජයක ආර්ථික, දේශපාලනික, සංස්කෘතික සහ සමාජයීය හැසිරීම් රටා තීරණය කිරීමේදී ජන මාධ්‍ය ප්‍රබල මැදිහත්වීමක් සිදුකරනු ලබයි. එනම්, වත්මන් සමාජයේ ජන මාධ්‍ය ගාමක බලවේගයක් බවට පත්වෙමින් බහුතර ජනතාවගේ මතය හැඩගැස්වීමෙහිලා සෘජුව මැදිහත් වේ. මෙලෙස ජන සමාජයේ ආකල්ප වෙනස්කිරීම සහ චර්යාමය වෙනස්කම් ඇතිකිරීම කෙරෙහි විටෙක සාධනීය ලෙසත් තවත් විටෙක නිශේධනීය ලෙසත් ජනමාධ්‍ය බලපෑම් කරන බව පර්යේෂණාත්මකව හඳුනාගෙන ඇත.

හැඳින්වීම

අතීත ගෝත්‍රික ජන සමාජයේ තම ආරක්ෂාව සඳහා ගෝත්‍රික නායකයෙකු පත්කරගත් අතර එම ගෝත්‍රය මෙහෙයවීමේ ජනමත නායකත්වය එකී ගෝත්‍රික නායකයා විසින් සිදුකරන ලදී. ජනමතය අවබෝධ කරගනිමින් එය ක්‍රියාත්මක කිරීමට ජන සමාජය විසින් ජනමත නායකයන් තෝරා පත්කර ගැනීම මෙලෙසින් ආරම්භ වූවායැයි උපකල්පනය කළ හැක. අතීතයේ රජවරු පාලන බලය දරණ සමයෙහි විටින් විට වෙස්වලා ගනිමින් ගම් නියම්ගම්වල සැරිසරමින් තම රාජ්‍ය පාලනය පිළිබඳ ජනමත ගවේෂණයක යෙදුණු බව අතීත වංශ කතාවල සඳහන් වේ. වංකනාතිස්ස රජු ගේ පුත් ගජබා රජු මෙලස රාත්‍රියේ නුවර සංචාරය යෙදුන බව මහාවංශයේ සඳහන් වේ.

රජවරු හා පාලකයන් විසින් තම පාලන තන්ත්‍රයේ සැබෑ ජනතා මතය හඳුනාගැනීම උදෙසා මෙලෙස කටයුතු කර ඇති අතර පාලකයන් තමන්ට විරුද්ධව ගොඩනැගෙන ජනමතයන් නොතකා හැර පාලන කටයුතු සිදුකිරීම නිසා එම යුගයේ ජනතාව විසින් එම පාලන තන්ත්‍රයන්ට විරුද්ධව කටයුතු කරන්නට විය.

20 වැනි සියවසේ මුල් දශකය තුළ බටහිර රටවල උද්ගතවූ දේශපාලනික සහ සමාජයීය අර්බුදයන් සහ ජනමාධ්‍ය ව්‍යාප්තිය හේතුවෙන් ඇතිවූ පුද්ගල චර්යාවන්, ආකල්ප සහ චින්තන ප්‍රවාහය පිළිබඳව පර්යේෂණ පැවැත්වූ වෝල්ටර් ලිප්මාන් 'ජනමතය' යන්නට ප්‍රථම විද්‍යාත්මක අර්ථ නිරූපනය සපයයි. 1922 දී ඔහු විසින් ලියා පළ කරන ලද Public Opinion නමැති කෘතියෙහි ජනමතය යනු කුමක්ද යන්නට පුළුල් විද්‍යාත්මක අර්ථකනයක් සපයන ලදි.

ඔහු පෙන්වා දෙන පරිදි ග්‍රහකයකු කිසියම් අවශ්‍යතාවයක් මත සිය චර්යාවන් වෙනස් කර ගැනීමට නැඹුරු වන බවයි. ජනමතය සම්බන්ධයෙන් ඔහු දුන් නිගමනය වූයේ ජනමතය වූ කලි කල්පිතයක් හෙවත් අදෘශ්‍යමාන ස්කන්ධයක් බවයි.

දේශපාලන ව්‍යාපාරයන් වෙත ජනතාව ආකර්ෂණය වන්නේ ඇයි? වෙළඳ භාණ්ඩ පිළිබඳව ජනතා ලැදියාවට හේතුව කුමක්ද? විවිධ සමිති සහ සමාගම් කෙරෙහි ජනතාව ආකර්ෂණය වන්නේ කුමන හේතුවක් මතද? ජනමාධ්‍යයෙන් ජනතා ආකල්ප වෙනසකට ලක් කිරීමක් සිදුවේද? යනාදී පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයන් ඔස්සේ මහජන මතයේ ස්වභාවය අධ්‍යනය කිරීමට ලිප්මාන් යොමුවිය.

වෝල්ටර් ලිප්මාන්ගේ අදහස ගැඹුරින් විශ්ලේෂණය කිරීමේදී පෙනී යන්නේ සංකල්පීය වශයෙන් ජනමතය සමාජය තුළ පවතින්නක් බවත් එය කිසිවෙකුට හසුකර ගැනීමට නොහැකි තත්ත්වයක් තුළ රඳා පවතින බවත්ය.

> ජනමතය ඇසට නොපෙනෙන අතත්‍ය තත්ත්වයක් වුවත් එය සමාජයීය ජීවිතයේ සෑම ක්ෂේත්‍රයකම ක්‍රියාත්මක වන තත්ත්වයකි. එසේම ජනමතය විටෙක සමාජයට හිතකර මුහුණුවරක් ගත හැකිඅතර තවත් විටෙක එය සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිඵල ලබාදීමට හේතුවනු ඇත. "ජනමතයේ දර්පණ තලයට සමාජයීය ජීවිතයේ සියලුම ක්ෂේත්‍ර හසුවන බව පෙනේ. ඒ හෝ මේ ආකාරයට ජනමතය අසුනොවන ආකාරයට සමාජයීය ජීවිතයේ කිසිම ක්ෂේත්‍රයක් තිබිය නොහැකිය."
>
> (වීරසිංහ 2007, පිටුව 01)

දේශපාලන විද්‍යා සංකල්පවලින් පැහැදිලි කෙරෙන පරිදි සාමාන්‍යයෙන් මහජන මතය ආරම්භ වන්නේ යම් අවස්ථාවක පැනනගින හඳුනාගත් වැදගත් දේශපාලන සංසිද්ධියක්, පුද්ගලයෙක් හෝ රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් පිළිබඳව සමාජය තුළ ක්‍රියාකාරී දේශපාලන ජීවිතයක් ගතකරන දේශපාලන ඒජන්තවරුන් විසින් ප්‍රකාශ කරන්නාවූ මූලික අදහස් පදනම් කරගෙනය. යම් දේශපාලන සමාජයක මහජන මතය ගොඩනැගීම සඳහා මූලිකවම හේතු සාධක කිහිපයක් පාදකවේ.

1. රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් හෝ ක්‍රියාමාර්ගයක් මුල්කරගැනීම.
2. දේශපාලන වශයෙන් වැදගත් පුද්ගලයෙක් මුල්කරගැනීම.
3. දේශපාලන වශයෙන් වැදගත් සිද්ධියක් මුල්කරගැනීම.

මහජනමතය ජාතික තලයට ඔබ්බෙන් ගොඩනැගුණු අන්තර්ජාතික ජනමතයක් වශයෙන් ද ක්‍රියාත්මක වෙනු විටෙක දැකිය හැකිය.
පාකිස්ථානු ජාතික මලාලා යූසුෆායි කාන්තා අධ්‍යාපනය වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම හේතුවෙන් තලෙයිබාන් සටන්කරුවන්ගේ වෙඩි ප්‍රහාරයට ලක්වීමේ සිදුවීම සමස්ත ලෝකය තුළම නව ජනමතයක් නිර්මාණය කරන්නට හේතුවීම මෙහිලා පැහැදිලි නිදසුනකි.

(www.theguardian.com)

එසේම සිරියානු ජාතික අයිලන් කුර්දි නමැති දරුවාගේ මරණයත් සමග සංක්‍රමණිකයන් පිටුදැකමට ලෝක මට්ටමෙන් ගොඩනැගී තිබූ ජනමතය ප්‍රබල වෙනසකට ලක්වූ ආකාරයද මෙහිලා ප්‍රශස්ත නිදසුනකි. (ලංකාදීප අතිරේකය.2015.09.27)

මහජනමතය යනු ක්ෂණිකව වෙනස්විය හැකි, ඒ තුළින් ප්‍රබල වෙනස්කම් රාශියක් සිදුකළ හැකි, ඒ හා සමගම නව ජනමතයක් ගොඩනැගිය හැකි සංකල්පයකි.
ජන සමාජයක මහජන මතය බිහිවීමටත් පවතින මහජන මතය වෙනස්කිරීමටත් දායකවන බලවේග කණ්ඩායම් 04 ක් මූලිකවේ.

1. රාජ්‍ය මූලික කරගත් ජනමත ප්‍රධානීන් (Governmental opinion makers).
2. සංගම් මූලික ජනමත ප්‍රධානීන් (Associational Opinion Makers)
3. ආයතන මූලික කරගත් ජනමත ප්‍රධානීන් (Institutional opinion makers).
4. පුද්ගල මූලික කරගත් ජනමත ප්‍රධානීන් (Individual opinion makers).

මෙම කොටස් හතර එකිනෙකට සම්බන්ධවත්, එකිනෙකින් වෙනස්වත් පැවතෙන බව සමීක්ෂණ මගින් හෙළි වී තිබේ. (මහේන්ද්‍ර, 2000, පිටු 18-19)

සෑමවිටම එයට අදාළවන සිද්ධිය පිළිබඳව අවසන් එකඟතාවයක් සමාජය තුළ ඇතිවූ පසුව ජනමතය නැතිවී යාම සාමාන්‍ය ස්වභාවය වේ. මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර මහතා මේ තත්ත්වය හඳුන්වාදී ඇත්තේ "එයට අතීතයක් හෝ අනාගතයක් නොමැත. පැනනැගෙන යම්කිසි ගැටළුවක් විසඳීමත් සමග එම ජනමතය නැතිවී යයි" යනාදී වශයෙනි (1993).

මේ අනුව මහජන මතය යම් දෙයකට පක්ෂව මෙන්ම විපක්ෂවද පැනනැගිය හැක. නමුත් මහජන මතයෙහි සුවිශේෂීතම ලක්ෂණය වන්නේ එය හුදෙක් වර්තමානයේ ප්‍රචලිතව පවතින සිදුවීමකට සීමාවී පමණක් පැන නගී වර්තමානයට පමණක් අදාළව ක්‍රියාත්මකවීමයි.

ජනමතය සහ ජනමාධ්‍ය

තොරතුරු ව්‍යාප්තකිරීමේ අරමුණෙන් ඔබ්බට යමින් නව මතවාද බිහිවීමේ අවශ්‍යතාවය ඇතිව පුවත්පත් මාධ්‍ය නිර්මාණය වේ.
16 සහ 17 වන සියවස්වලට පසුව ඇතිවූ කම්කරු විප්ලව සහ නැගිටීම් සමස්ත ජන සමාජයෙහි තොරතුරු ව්‍යාප්තකරණය සහ ජනමාධ්‍යකරණයෙහි ස්වරූපය නව මාවතකට යොමු කරන්නට සමත්විය. ජන සමාජය දැනුම හා සාක්ෂරතාවය අතින් දිනෙන් දින වර්ධනයවීමත් ජනතා අදහස් සමාජ ගතවීමත්ටත් මෙම යුගයේ ජනමාධ්‍ය භාවිතවේ.
"ජන සමාජය දිනෙන් දින නවීනත්වයට පත්වීමත් සමග එය සංකීර්ණ ස්වභාවයක් පෙන්නුම් කළේය. ආරම්භක හා දේශපාලන අවශ්‍යතාවයන් මත ධනපති ක්‍රමය සමාජය තුළ ඉස්මතුවන්නට පටන් ගැනුණි. ධනපති ක්‍රමයේ දේශපාලන සහ ආර්ථික අයිතිවාසිකම සමග ජනමාධ්‍යවේදී පද්ධතියක් වශයෙන් ප්‍රතිෂ්ඨාපනයවීම හා වර්ධනය වීම සිදුවිය."

(රාජපක්ෂ, 2005)

ප්‍රංශ විප්ලවය සමයෙහි 'ජනතා මිත්‍රයා' යන අරුත දෙන ප්‍රංශ නමකින් පළවූ පුවත්පත, විසිවන සියවසේ ලෝකයේ ගමන් මග වෙනස් කළ 1917 ඔක්තෝබර් විප්ලවයේ නිර්මාතෘ වී. අයි. ලෙනින් මේ සියවසෙහි මුල් භාගයේදී රහසිගතව ඇරඹූ 'ඉස්ක්‍රා' හෙවත් ගිනි පුපුර පුවත්පත, කාර්ල් මාර්ක්ස් විසින් ප්‍රකාශයට පත් කළ 'Rheinisehe Zeituny' පුවත්පත මෙලෙස මතවාදීමය වශයෙන් ජනමතය හැසිරවූ පුවත්පත් විය.
ලෝකයේ දේශපාලන වශයෙන් වූ මතවාදී අරගලයන්ගේ වැදගත්ම අවිය බවට පත්වූ පුවත්පත ශ්‍රී ලංකාවේ සාමජයීය දේශපාලනික අරගලයන් තුළද එලෙසම ගාමක බලවේගයක් බවට පත්විය.

සිංහල පුවත්පතෙහි ආරම්භය සමාජය තුළ ප්‍රබල මතවාදමය විපර්යාසයකට දායක විය. ඒ අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම සිංහල පුවත්පත වන 'ලංකා ලෝකය' සහ ලංකාණ්ඩුවේ ලියාපදිංචි කරන ලද 'ලක්මිණ පහණ' පුවත්පත් ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික ව්‍යාපාරයට සෘජුවම මැදිහත් වෙනු දැකිය හැකිවිය.

"ස්වදේශීය ජනතාවනි, නුඹලාට පුරුදුවී තිබෙන අලසකමින් පහව උත්සාහ වීර්යය පෙරදැරි කරපල්ලා. එසේ නොකළහොත් නුඹලාගේ ශිල්ප ශාස්ත්‍ර, ජාති ගෝත්‍රාදිය නැතිවී වාල්කමෙන් දුක් නින්දා විඳින්නට ලැබෙනවාට කිසිත් අනුමානයක් නැහැ."

(පෙරේරා, කේ. එස්., පුවත්පත් කලා සමීක්ෂණය, 1998, පිටුව 15)

1848 දී සිංහල නිදහස් සටන පැවති සමයෙහි එලියට් නමැත්තාගේ කතෘත්වය යටතේ Observer පුවත්පත මගින් පළ කරන ලද ප්‍රවෘත්ති හරහා බ්‍රිතාන්‍ය රජයට එරෙහිව මහජනතාව සවිබලගැන්වීමට විවිධාකාර උපක්‍රමයන් භාවිත කරමින් උත්සාහ දරණ ලදි. 1847 අප්‍රේල් මස 17 වන දින බ්‍රිතාන්‍ය රජය විසින් දළඳා වහන්සේ විනාශ කළ බවට බ්‍රිතාන්‍යයේ යටත් විජිත ලේකම්වරයාගේ අත්සනින් යුතුව ප්‍රසිද්ධ කළ ප්‍රකාශයක ආකාරයෙන් ව්‍යාජ ප්‍රවෘත්තියක් පළකිරීමට එවැනි උත්සාහයන් අතර එක් නිදසුනකි.

මේ යුගය වනවිට වැදගත් සමාජ පෙරළියන් සහ දේශපාලන සිදුවීම් රැසක් ඔස්සේ මහජන මතය නිර්මාණයකළ හැකි සාර්ථක හැකියාවක් සිංහල පුවත්පත් සතුව ගොඩනැගී තිබුණි. එතැන් පටන් මේ දක්වාම ජන සමාජයෙහි ජනමත ප්‍රධානයන් පත්වීමටත් ඇතැමුන්ට ජනමතය හිමි නොවීමටත් ජන මාධ්‍ය අතිශය ප්‍රබල දායකත්වයක් සපයා ඇත.

වර්තමානය වනවිට ජනමතය නිරූපනය කරනු ලබන මූලිකම මෙවලම බවට මාධ්‍ය පත්ව ඇත. ග්‍රාහකයාගේ ආහාර, ඇඳුම් පැළඳුම්, ජීවන රටාවන්, දේශපාලන අවශ්‍යතාවයන් මෙන්ම වෙනත් රුචි අරුචිකම්ද තීරණයකිරීමට අදාළව ජනමතය ගොඩනැංවීම සඳහා මෙන්ම පවතින මත බිඳ දැමීමටද තරඟකාරී ස්වරූපයකින් යුතුව ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතී.

ජනතා විමුක්ති පෙරමුණ ආශ්‍රිතව ක්‍රියාත්මක වූ දේශපාලන ව්‍යාපාරයන් තුලනාත්මකව අධ්‍යනය කිරීමේදී ද ඔවුන් මහජන මතය සංවිධානය කිරීමෙහිලා සෙසු පක්ෂ සහ දේශපාලන සංවිධානවලට වඩා සුවිශේෂී ලෙස ආකර්ෂණීය කාර්යයක් කරනු හඳුනා ගත හැක.

ජනමතය සහ පුවත්පත් මාධ්‍ය

ඒබ්‍රහම් ලින්කන් ඇමරිකන් ජනාධිපතිවරයාගේ මැතිවරණ ව්‍යාපාරය විමසා බැලීමේදී මහජන මතය ගොඩනැගීමෙහිලා ජනමාධ්‍ය සතු හැකියාව මැනවින් අවබෝධ කරගත හැකිය. ආකර්ෂණීය කතා විලාශයකට හෝ සුවිශේෂී පෞර්ෂයකට හිමිකම් නොකියූ ඒබ්‍රහම් ලින්කන් ජනාධිපතිධූරයට පත්වනුයේ පුවත්පත් මගින් සහ පෝස්ටර් භාවිතා කර නිරන්තරයෙන් ඔහුගේ ප්‍රතිරූපය සමාජගතකිරීම තුලින් ඇමරිකාව පුරා ගොඩනගන ලද ජනමතය හරහාය.

1960 වසරේදී රිචර්ඩ් නික්සන් මහතා සහ ජෝන් එෆ්. කෙනඩි මහතා අතර එක්සත් ජනපද ජනාධිපති පදවිය සඳහා පැවති තරඟයේදී ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදුකිරීමට රූපවාහිනී මාධ්‍ය යොදාගැනීම කාගේත් අවධානයට ලක්වේ. මොවුන් දෙදෙනා අතර රූපවාහිනී විවාදයන් කිහිපයක් මැතිවරණයට පෙර පැවැත්විණි. 1960 සැප්තැම්බර් මස 26 වනදා චිකාගෝ නුවරදීත් ඔක්තෝබර් මස 07 වනදා වොෂින්ටන් නුවරදීත් නොවැම්බර් 21 සහ 26 දෙදින නිව් යෝර්ක් නගරයේදීත් මෙම විවාද පැවැත්විණි. ඔක්තෝබර් මාසයේදී නික්සන් ලොස් ඇන්ජලීස් නගරයේ සිටද කෙනඩි නිව් යෝර්ක් නගරයේ සිටද විවාදයට සහබාගීවී ඇත. මෙම විවාදයට පෙර කෙනඩි ජනධිපතිවරණයෙන් පරාජය වන ලකුණු පෙන්වා සිටියද ජනාධිපතිවරණයේ දී ඔහුගේ ජයග්‍රහනයෙන් පසුව කෙනඩි ප්‍රකාශ කරන ලද්දේ රූපවාහිනී විවාද මාලාව තමාගේ ජයග්‍රහණයට වාසි ගෙනදුන් බවයි

(ඇතුගල, 1995, පිටුව 70)

නෝම් චොම්ස්කි (Noam Chomsky) සිය The Political Economy of the Mass media නම් කෘතියෙහි දක්වන ආකරයට වර්තමාන ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වනුයේ ධනවතුන් සහ බලවතුන්ගේ ප්‍රචාරණ යාන්ත්‍රණයක් ලෙසය. ජනමාධ්‍ය සතු මෙම ලක්ෂණ දේශීය වශයෙන් පමණක් නොව අන්තර්ජාතික වශයෙන්ද හඳුනාගත හැක. ජනමතය හැඩගැස්සවීම ජනමාධ්‍ය විසින් සූක්ෂමව සහ සැලසුම් සහගතව සිදුකරන්නකි. එසේම ජනමතය බිඳ දැමීමටද ජනමාධ්‍ය විසින් සූක්ෂමව සහ සැලසුම් සහගතව සිදු කරයි. මෙහිදී විශේෂයෙන්ම දේශපාලන වශයෙන් ජනමතය සැකසීම සඳහා ජනමාධ්‍ය මගින් සිදුකරන කාර්යභාරය අවධානයට ලක්විය යුත්තකි.

"ජනමාධ්‍යවේදය යනු ජනමතය, ජනවිඥානය, රසඥතාවය, හැඟීම් හා සංවේදීභාවයන් අපේක්ෂිත ප්‍රවණතාවයක් ඔස්සේ හැඩගැස්සවීමට සමත් ප්‍රබල මෙවලමකි. අද්‍යතන ජනමාධ්‍යවේදය පුරවැසි සාමජයේ සහ ජනමත ස්වාධීනත්වය අභිමිකරමින් ඒවා තමන් වෙත සංකේන්ද්‍රගතකරගෙන සිටියි. ජනමාධ්‍යවේදය ජනමතය තමන් වෙත කේන්ද්‍ර ගතකොටගෙන එහි හොරණෑවක් බවට පත්වී ඇත. පුරවැසි සමාජය සහ ජනමතය තමන්ගේ සංවිධානමය ශක්තිය ජනමාධ්‍යවේදය තුළ දකියි.

රාජ්‍යයෙන් පරිබාහිර සමාජ ජීවිතය සහ ජනමාධ්‍යවේදය එක්තරා ආකාරයක රාජ්‍යක් බවට පත්වී ඇත." (වීරසිංහ, 2007, පිටු 104 - 116)
එක්සත් ජාතික පක්ෂ නායක රනිල් වික්‍රමසිංහ මහතාගේ මීට වසර කිහිපයකට පෙර වූ මැතිවරණ ව්‍යාපාරයන් සම්බන්ධයෙන් ගත්කල ඔහුගේ චරිතය ඝාතනයකිරීම සඳහා විකෘති කරන ලද වීඩියෝ පට සහ විකෘති සහගත කාටූන් නිර්මාණවලට එවකට රාජ්‍ය මාධ්‍ය විසින් ලබාදුන් අනිසි ප්‍රචාරය ජනමාධ්‍යයෙහි ඉහත කී භාවිතයට නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකිය.
එකී ජනමාධ්‍යයන්ම අද වනවිට රනිල් වික්‍රමසිංහ මහතා සම්බන්ධයෙන් සාධනීය ජන මතයක් ගොඩනැංවීමට දක්වන උත්සාහය සහ ඒ සම්බන්ධයෙන් පළ කරන ප්‍රවෘත්ති හා දැන්වීම් ආදිය ජනමාධ්‍යයෙහි සැබෑ ස්වරූපය හඳුනාගැනීමෙහිලා යොදා ගත හැකි කදිම නිදසුනකි.

සියලුම සන්නිවේදන මාධ්‍ය අතර නව තාක්ෂණයේ දියුණුවත් සමග ඇතිවූ ක්‍රමවත්, සංවිධානාත්මක සහ ප්‍රබලතම සන්නිවේදන මාධ්‍ය වනුයේ පුවත්පතයි. පුවත්පත සමාජය තුළ මතවාද ව්‍යාප්තකිරීම සඳහා වන පහසුම මාධ්‍යයි. ඉතා පහළ සමාජ මට්ටමක සිටින්නෙකුට වුවද පහසුවෙන් ලඟාවිය හැකි මාධ්‍යයක් වන පුවත්පත ඉතා ඉහළ විශ්වාසනීයභාවයකින් යුතුව කාලය සහ අවකාශය ජයගනිමින් ක්‍රියාකරන අතර අනෙකුත් මාධ්‍යයන්ට වඩා සවිස්තරාත්මක විස්තර ඉදිරිපත් කරන්නටද එය බොහෝ විට සමත් වේ.

විද්‍යුත් මාධ්‍යයකින් ඒ මොහොතේ ක්ෂණයකින් ඉදිරිපත්කරන තොරතුරකින් ලබාගත නොහැකි තොරතුරු සමූහයක් සවිස්තරව ලබාගැනීමටත්, කිසිඳු ප්‍රායෝගික බාධාවකින් තොරව නැවත නැවත කියවමින් තොරතුරු අවබෝධ කරගැනීමටත් හැකියාව ලැබෙනුයේ පුවත්පත් පරිශීලනයකිරීමෙන් පමණි.

සමස්ත ලෝක ඉතිහාසය විමසා බැලීමේදී කිසිඳු ජනතා ව්‍යාපාරයක් පුවත්පත් කලාවෙන් පරිබාහිරව ගොඩනැගී නොමැති බව පැහැදිලි වේ.

සමාලෝචනය

සමාජ පද්ධතියක මහජන මතය හැඩගැස්සවීමට හා එය ක්‍රියාත්මක කරවීමට හැකි ප්‍රධාන බලවේගය ජනමාධ්‍යයයි. එසේම මහජන මතය බිඳ දමමින් පවතින මහජන මතය යටපත් කිරීමටද ප්‍රබල හැකියවක් ජනමාධ්‍යය සතු වේ. ගතික සංකල්පයක් ලෙසින් හඳුනා ගත හැකි මහජන මතය සමාජයට ඍජුව බලපෑම් කල හැකි සාධකයක් බැවින් මේ පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීම හරහා සමාජයේ බොහෝ ක්ෂේත්‍රයන් පිළිබඳව පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේ.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

අත්තනායක, බන්දුල, ජනසන්නිවේදනයේ අත්පොත, ආරිය ප්‍රකාශකයෝ, 2000

අභයසුන්දර, ප්‍රනීත්, බෞද්ධ සමාජ පාලනය හා අපරාධ විද්‍යාව, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, 1995.

ඇතුගල, ආරියරත්න, සන්නිවේදකයා ජනසන්නිවේදනය පිළිබඳ ලිපි, එස්. ගොඩගේ සහෝදරයෝ, 1995.

ඇතුගල, ආරියරත්න, (සංස්කරණය), මාධ්‍ය පර්යේෂණය, රත්න ප්‍රකාශකයෝ, 2004.

රාජපක්ෂ, චන්ද්‍රසිරි සහ රූපසිංහ, විජයානන්ද, මාධ්‍ය විමර්ශී 04, ICS Creation, 2005.

වීරසිංහ, ටියඩර්, ජනමාධ්‍යවේදීය සමාජවිද්‍යාව, සරසවි ප්‍රකාශකයෝ, 2007.

පෙරේරා, කේ. එස්., (සංස්කරණය), පුවත්පත් කලා සමීක්ෂා 02, ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය, 2008.

සෙනරත්, සුගත් මහින්ද, සන්නිවේදනය සහ ජනසන්නිවේදනය, ප්‍රින්ට් වෙල් ප්‍රින්ටර්ස්, 2001.

මහේන්ද්‍ර, සුනන්ද, සන්නිවේදන විචාර ප්‍රතිචාර, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, 2000.