

හැකිය. තොරතුරු ප්‍රාග්ධනයේ ප්‍රසාරණය හා බහුජන සංස්කෘතියේ ව්‍යාප්තිය අතර සමීප සබඳතාවක් දක්නට හිමිවේ.



ජනමාධ්‍යවේද අධ්‍යයනයේ මැක්ලුහන්වාදී න්‍යායික සංකල්පයේ ක්‍රමවේදී ගැටලු පිළිබඳ විචාරයක්

විශ්‍රව්‍ය විරසිංහ

විසිවන සියවස දෙවන භාගයේ දී විද්‍යා හා තාක්ෂණික ක්‍ෂේත්‍රයේ සිදුවූ අති විශාල වූ වර්ධනය, ජන විඥාපන, ජනසන්නිවේදන හා ජනමාධ්‍යවේදාත්මක මාධ්‍යයන්ගේ සුවිශාල ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක විපර්යාසයන් රැසක් සිදුවීමට තුඩු දුන්නේය. මෙම කාල පරාසය තුළ දී ජනසන්නිවේදන හා ජනමාධ්‍යවේදාත්මක නිෂ්පාදනය සම්පුර්ණයෙන්ම වාගේ ගෝලීය බහු ජාතික හා පාර ජාතික සමාගම්වල ඒකාධිකාරීත්වයට යටත් විය. වර්තමානයේ දී බහු ජාතික සමාගම් මගින් නිෂ්පාදනය කරනු ලබන වෙළඳ දැන්වීම්, දේශපාලන ප්‍රවෘත්ති, විනෝදාස්වාදී වැඩසටහන් පමණක් නොව, බැංකු දත්ත, විද්‍යා තාක්ෂණික තොරතුරු ද, තොරතුරු භාණ්ඩ වශයෙන් අද තොරතුරු වෙළඳපොළෙන් පාරිභෝගිකයින්ට මිලදී ගත හැකිය. අද්‍යත්නයේ ඉන් තොරව අධීක්ෂණය කාර්මික ක්ෂේත්‍රය සංවර්ධනය විය නො හැකිය. විසි වන සියවස අග භාගයේ දී සමාජ-ආර්ථික ක්‍රියාකාරීත්වයේ සියලුම අංශ තොරතුරු ප්‍රාග්ධනයේ බලපෑමට යටත්ව වර්ධනය වන්නට විය. වාණිජකරණයට ලක් වූ බහුජන සංස්කෘතියේ යටිතල පහසුකම් පුළුල් වීම හා ගස්තිමත් වීම එය තහවුරු කරන සාධකයකි. ප්‍රමිතිකරණයට ලක් වූ ලාභදායක බහුලීකරණය, ඒකාකාරීක වන්දනය, මානව වුවමනාවන්, යෙදලින් හා වර්ධාවන් සමජාතිකරණයවීම ආදිය මෙම ක්‍රියාවලියේ විශේෂ ලක්ෂණ වශයෙන් හැඳින්විය

විශේෂයෙන්ම ජනමාධ්‍යවේද හා ජනසන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය තුළ සිදු වූ මෙම අලුත් තත්ත්වය ගවේෂණය කිරීම සඳහා සාම්ප්‍රදායික හා නූතන පර්යේෂණ ක්‍රමවේද ප්‍රමාණවත් නොවේ. නව තත්ත්වයන් නව ක්‍රමවේදයන් ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ.

විසිවන සියවසේ ආරම්භයේ දී ඉලෙක්ට්‍රෝනික සාධක ගැනීමත් සමගම භෞතික විද්‍යාවේ අර්බුදයක් මතු විය. එය භෞතික විද්‍යා විෂයෙහි පර්යේෂණාත්මක වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මතු වූ අර්බුදයකි. පරමාණුවෙන් ඉලෙක්ට්‍රෝනික සාධක ගැනීමත් සමගම ද්‍රව්‍යයේ මූලිකතම ඒකකය ලෙස පැවැති පරමාණුව අතුරුදහන් වූ බව සමහර දාර්ශනිකයෝ හා විද්‍යාඥයෝ ප්‍රකාශ කරන්නට යෙදුනහ. නමුත් ලෙනින් සිය “ද්‍රව්‍යවාදය සහ අනුභූතිකවාදී විවේචනය”¹ කෘතිය තුළින් භෞතික විද්‍යාවේ අර්බුදය පිළිබඳ ගැටලුව විග්‍රහ කරමින් එයට ක්‍රමවේදී මැදිහත් වීමක් සිදු කළේය. භෞතික විද්‍යාවේ නව සාධක ගැනීම නිසා පරමාණුව අතුරුදහන් වූයේ නැති බවත්, සිදු වූයේ මෙතෙක් කල් තිබූ පරමාණුව පිළිබඳ අපේ අවබෝධය, දැනුම, ගැඹුරු වීමක් බවත් ලෙනින් ප්‍රකාශ කළේය. මෙ මගින් අපෝහක ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශයට අනුව භෞතික විද්‍යාවේ නව සාධක ගැනීම් පිළිබඳ ලෙනින් විසින් සපයන ලද අර්ථකථනය හේතු කොට ගෙන එම විද්‍යාව මුහුණ පා සිටි අර්බුදය නිරාකරණය විය. ඉන් අනතුරුව එම ක්‍රමවේදී පදනම මත භෞතික විද්‍යාව වර්ධනය වන්නට විය.

මෑත කාලීන ව විද්‍යා-තාක්ෂණික හා සමාජ දේශපාලනික වර්ධනයන් හේතු කොට ගෙන ජනමාධ්‍යවේදය, ජනසන්නිවේදනය, මතවාදය, ඉතිහාසය වැනි විෂයන් අතුරුදහන් වීම හෝ ඒවා සිය අවකාශය කරා ළඟා වී ඇති බව එල්වින් ටෝර්ලර්, ඩැනියෙල් ඩෙල්, සහ ෆ්‍රැන්සිස් ෆුකුයාමා ආදී බටහිර සංකල්පවේදීන් ගෙන හැර දක්වා ඇති අදහස් ද ප්‍රබල ක්‍රමවේදී ගැටලු වලින් සීමා වී ඇති බව පෙනේ. නව තාක්ෂණය හා විද්‍යාවේ ප්‍රගතියත් ග්‍රාහකයාගේ කුමකාව වර්ධනය වීමත් හේතු කොට ගෙන ජනමාධ්‍යවේදය අතුරුදහන් වන බව ප්‍රකාශ කිරීම “භෞතික විද්‍යාවේ අර්බුදය” අවස්ථාවේදී “ද්‍රව්‍ය අතුරුදහන් වීම” පිළිබඳ ප්‍රකාශනයට සමාන වන්නේය.

ඇත්ත වශයෙන්ම විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණයේ වර්ධනය නිසා ජනමාධ්‍යවේදය ඇතුළු බොහෝ විද්‍යාවන් තුළ ගැඹුරු විපර්යාස සිදුවිය.

අද්‍යයනයේදී ද සිදු වෙමින් පවතී. එම වෙනස් වීම්වල ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් අප මෙතෙක් ජනමාධ්‍යවේදය, මතවාදය ආදී විෂය ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳ අප තුළ පැවැති සම්භාව්‍ය හෝ වේගිකායික ප්‍රජානනික සීමා ප්‍රකාරණය වී නව මාතයන් අප අඩියක විවෘතව ඇත. එම විෂයන් මීට පෙර ප්‍රදර්ශනය නොකළ ගුණ, ගෛලින්, ගති ලක්ෂණ හා ස්වභාවයන් මතුවෙමින් පවතී. එම නව තත්ත්වයන් අවබෝධකර ගැනීම සඳහා නව ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශ අවශ්‍යවේ. අදාළ විෂයන් තුළ මතුවන නව ගුණයන් හා භූමිකා සම්භාව්‍ය ක්‍රමවේද, රාමුවට හසු නොවිය හැකිය. මෙම හේතුව නිසා අදාළ විෂයන් පිළිබඳ වැරදි ආකල්ප ඇති විය හැකිය.

මානව සමාජයේ විවිධ ක්ෂේත්‍ර තුළ සිදුවන සමාජ-ආර්ථික, විද්‍යා-තාක්ෂණික, සංස්කෘතික-දෘෂ්ටිමය ප්‍රවණතා හා සංකීර්ණතාවලට දක්වන ලද ප්‍රතිචාරයක් වශයෙන් ප්‍රකාශයානු “ඉතිහාස අවසානය” හැඳින්විය හැකිය.

සමකාලීන දාර්ශනික හා දේශපාලන විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදය තුළ නිලිත “ඉතිහාස අවසානය” යන සංකල්ප සෘජු ලෙසම ප්‍රකාශයානු “The end of history & the Last Man” (1989) සමග සම්බන්ධවේ. මානව ඉතිහාසය පිළිබඳව ප්‍රකාශයානු වැටහීමේ නිලිතව ඇත්තේ දාර්ශනික-දේශපාලනික වැදගත්කමක් පමණක් නොව ක්‍රමවේදී වැදගත් කමක් ද ඇත්තේය. පරම ආත්මය පිළිබඳ හේතේලියානු අදහසේ සමකාලීන සාමාන්‍යකරණය ප්‍රකාශයානු “ඉතිහාස අවසාන” සංකල්පය තුළ අඩංගුව ඇත. වර්තමානයේ අප ඇස් ඉදිරිපිට දිග හැරෙන්නේ “කිසිල් යුද්ධයේ” අවසානය හෝ මානව ඉතිහාසයේ නව යුගයක් සනිටුහන් කිරීම නොව ඉතිහාසය ඉතිහාසය විදියට අවසානවීමය. මානව සංහතියේ දෘෂ්ටිවාදීමය පරිණාමයේ පරිසමාප්තිය හා අවසානාත්මක පාලන ස්වරූපයක් වශයෙන්, ඛට්ටු ලිබරල් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයේ විශ්වීයකරණයයි. අද වන විට මෙය දෘෂ්ටිවාදීමය වශයෙන් ජයග්‍රහණය කොට අවසන් අතර එය ද්‍රව්‍යමය වශයෙන් පරිපූර්ණත්වයට පත් වීමේ ප්‍රයත්නයක යෙදී සිටී. අවසානයේ දී මේ “දෘෂ්ටිවාදීමය ලෝකය” මගින් ඊට අදාළ “ද්‍රව්‍යමය ලෝකය” නිර්ණය කෙරේ. මේ ඉතා කෙටියෙන් ගෙන හැර දක්වන ලද්දේ ඉතිහාසයේ අවසානය පිළිබඳ ප්‍රකාශයානු සංකල්පයයි. මෙම සංකල්පය ගැඹුරු න්‍යායික සහ ක්‍රමවේදාත්මක අඩු පාඩුකම්වලින් සමන්විතය. නිදර්ශනයක් වශයෙන් පශ්චාත් නූතනවාදී යුගය තුළ කිසිම විශ්වවාදයක් පමණක් නොව ඒකීය වේගිකායික ක්‍රියාවලියක් පිළිබඳව පොදු න්‍යාමයන් ද තිබිය නො හැකිය. සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල පශ්චාත් යටත් විජිතවාදී යථාර්ථයන්, අභියෝගයන් ජය ගැනීම සඳහා නව ලිබරල්වාදය භාවිත කිරීම මුළුමනින්ම අභාර්ථක වී

තිබේ. ඊට අමතරව දැනටමත් ඛට්ටු රටවල පවා නව ලිබරල්වාදයේ දෘෂ්ටිවාදීමය ගතකාරී නීතී ගොසින.

දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසුව ඛට්ටු සමාජයේ ආර්ථිකයේ ව්‍යුහාත්මක වෙනස්වීම් සිදුවන්නට වූ අතර එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් සමාජ ස්තායනයේ ගැඹුරු වෙනස්කම් සිදුවෙමින් සමාජය තුළ පැවති තියුණු ප්‍රතිසතුරු විරෝධතා සමනය වන්නට විය. මෙයට ප්‍රධාන හේතුව වූයේ විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණයේ වර්ධනයත්, ප්‍රාග්ධනයේ සමාජීයකරණයත්ය. මෙම තත්ත්වය යථාර්ථවාදීව හා නිවැරදිව අවබෝධකර නො ගැනීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස “The end of Ideology” (1961) නැමැති කෘතිය ඩැනියෙල් බෙල් විසින් ලියා පළ කළේය. එහි ඔහු නිර්දෘෂ්ටිවාදීකරණය යන අදහස ඉදිරිපත් කළේය. ඇත්ත වශයෙන්ම මෙය ක්‍රම විද්‍යාත්මකව පමණක් නොව න්‍යායිකව මෙන්ම ප්‍රායෝගිකව ද සිදු විය නො හැක්කකි. කිසිම මානව සමාජයකට කිසියම් හෝ මතවාදයකින් තොරව පැවතිය නො හැකිය. ක්‍රම විද්‍යාත්මකව සලකන කල මතවාදයේ අවසානය පිළිබඳ අදහසද මතවාදී අදහසකි.

යථාර්ථයේ විවිධ පැතිකඩවල් අධ්‍යයනය කරන ඛට්ටු විශේෂයෙන්ම ඇමෙරිකානු ක්‍රමවේදවල දක්නට ලැබෙන පොදු දුර්වලතාවක් වන්නේ එම ක්‍රමවේදය වඩාත් තාක්ෂණික කේන්ද්‍රීය හා මනෝමූලික ස්වරූපයක් ගැනීමයි. එනම් තාක්ෂණික නියමිතවාදී හා විඥානවාදී නැඹුරුවක් දැරීමයි. විශේෂයෙන්ම මෙය ස්වභාවික විද්‍යාවන්වලට වඩා සමාජීය විද්‍යාවන් තුළ පැහැදිලිව දක්නට ලැබේ.

ජනමාධ්‍යවේද, ජනසන්නිවේදන හා මහජන තොරතුරු ක්‍රියාවලීන් අධ්‍යයනයේ දී භාවිත කරනු ලබන ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශවලට ද එම තත්ත්වයම අදාළ වේ. විශේෂයෙන්ම තොරතුරු තාක්ෂණ විප්ලවය අභියෝගකරීයෙන් හුවා දැක්වීම තොරතුරු ප්‍රාග්ධනයේ භූමිකාව දැවැන්ත කොට දැක්වීම තොරතුරු ආර්ථිකවාදය, සමාජ-සංස්කෘතික ක්‍රියාවලිය තුළ තොරතුරු තාක්ෂණයේ භූමිකාව නිරපේක්ෂීකරණයට ලක් කොට, ඒ මත මානව සමාජ-සංස්කෘතික සංවිධාන රටාවේ ඉරණම තීරණය වන බවට ප්‍රකාශ කිරීම ආදිය ඛට්ටු ජනමාධ්‍යවේද සහ ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්‍රමවේද තුළ පවතින මූලික දුර්වලතා වශයෙන් දැක්විය හැකිය.

අප මෙම ලිපියෙන් අදහස් කරන්නේ 1960 දශකයෙන් පසු ලෝක ජනමාධ්‍යවේද, ජනසන්නිවේදන හා මහජන තොරතුරු ක්‍රියාකාරිත්වය අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා ඛට්ටු රටවල පුළුල් ලෙස භාවිත කළ ක්‍රමවේද පිළිබඳ

විශ්ලේෂණයක් ගෙන හැර දැක්වීමයි. එහිදී අපගේ විශේෂ අවධානය යොමු වන්නේ මැක්ලූහන්වැදී භ්‍යායික සංකල්පයේ ක්‍රමවේදී ගැටලු විමර්ශනයකට ලක් කිරීම කෙරෙහිය.

1960-1970 දශකය තුළ ඉංග්‍රීසි සාහිත්‍ය පිළිබඳ කැනේඩියානු මහාචාර්යවරයෙකු වූ මාෂල් මැක්ලූහන් තොරතුරු අර්ථනව්‍යයේ සම්භවයට සහ එහි ව්‍යාප්තියට තුඩු දුන් ප්‍රජාතනික පූර්ව කොන්දේසි පිළිබඳව පුළුල් විග්‍රහයක් ඉදිරිපත් කළේය. ඒ සඳහා ඔහු නව ක්‍රමවේදී හා භ්‍යායික ප්‍රවේශක් යොදා ගත්තේය. එහිදී ඔහු එතෙක් පැවති සාම්ප්‍රදායික විද්‍යාත්මක සංකල්ප පිළිබඳ පර්යාච්චෝකනයක යෙදෙමින් ඒවා යම් යම් විකරණයන්ට හා නවීකරණයන්ට ලක් කළේය. එසේම යම් යම් අදහස්, අනාවැකි, නිගමන මාෂල් මැක්ලූහන් යම් නිශ්චිත ප්‍රමිතියකින් තොරව ඉදිරිපත් කරමින් සමකාලීන ඇමෙරිකානු සමාජයේ බුද්ධි ස්වරයන් යම් ප්‍රකම්පනයකට මෙන්ම කුතුහලයකට ද පත් කළේය.

මාක්ස්වාදය ඇතුළු පිළිගත් ඉතිහාසඥයන්ගේ ඉගැන්වීම්වලට පරස්පරව මානව ඉතිහාසය පිළිබඳ නව සංකල්පයක් හා ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශයක් මැක්ලූහන් ඉදිරිපත් කළේය. තොරතුරු සබඳතාවල තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් මගින් මානව සමාජයේ, සංස්කෘතියේ, විඥානයේ විප්ලවීය වර්ධනයන් නිර්ණය කරන බව ඔහු අවධාරණය කළේය. එනම් සමාජය, සංස්කෘතිය හා මානව මනෝභාවය පිළිබඳ තාක්ෂණික නියතවාදය මැක්ලූහන් ගෙනහැර දැක්වීය. "මාධ්‍යමය පණිවිඩය වේ." හෝ "ආකෘතියම සන්දර්භය වේ" යන මැක්ලූහන්ගේ සංකල්පයේ කේන්ද්‍රීය ප්‍රවාදය වන්නේය.

ඉහත සංකල්පයට අනුව මැක්ලූහන් ශිෂ්ටාචාරයේ ඉතිහාසය ප්‍රධාන යුග 3කට බෙදා දක්වයි.

පළමු යුගය වන්නේ ප්‍රාථමික ප්‍රාග් ලිඛිත සංස්කෘතික යුගයයි. ප්‍රධානතම පිටත යෙදවුම වූයේ ස්වාභාවිකත්වය හා සාමූහිකත්වයයි. අවට පරිසරය සංජානනය කර ගැනීමේ හා අවබෝධකර ගැනීමේ මූලිකතම ස්වරූපය වූයේ වාචිකව තොරතුරු හුවමාරුවයි. එය වාචිකත්වය පදනම් කොට ගත් සංස්කෘතියකි.

දෙවන යුගය වන්නේ ලිඛිත-මුද්‍රිත සංස්කෘතික යුගයයි. මෙහිදී සංවේදී වාචික තොරතුරු හුවමාරුව ලිඛිත ස්වරූපයක් දක්වා පරිවර්තනය

වන්නේ ය. ස්වාභාවිකවාදය, සාමූහිකවාදය වෙනුවට පුද්ගලිකවාදය හා ජාතිවාදය මතු වන්නේය.

තුන්වන යුගය වන්නේ ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සංස්කෘතික යුගයයි. මෙහිදී විද්‍යුත්-කාර්මික පදනම මත නව සාමූහිකවාදී සංස්කෘතියක් ගොඩනැගෙන අතර ලෝකය සංජානනය කිරීමේ බහුමානීය ස්වරූපයක් නව විද්‍යුත් සන්නිවේදන තාක්ෂණය මත වර්ධනය වේ. මෙහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාෂාව ක්‍රමානුකූලව ජනතාව අතරින් ඇත් වන අතර ඒ වෙනුවට ගුවන් විදුලි-රූපවාහිනී සන්නිවේදනය සමාජය පුරා ව්‍යාප්ත වන බව මැක්ලූහන් පෙන්වා දෙයි. මැක්ලූහන් මේ ප්‍රවාදය කෙතෙක් දුරට වර්ධනය කළේදැයි කියනවා නම් විද්‍යුත් ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සන්නිවේදන මාධ්‍යයේ ගකුණාව අධිස්වභාවික තත්ත්වයේ(ගිලා) පරමාදර්ශකරණය කරමින් මානව පිටිතයේ සියලුම අංශ සහ ලෝක ඉතිහාසයේ ඉරණම මූලමය වශයෙන් වෙනස් කිරීමට ඊට හැකියාවක් ඇති බව අවධාරණය කළේය.

දෙවන යුගය වශයෙන් ලිඛිත-මුද්‍රිත සංස්කෘතික යුගය එනම් ශ්‍රව්‍යමය ස්වරූපය තුළ දී ("ගුවෙන්බර්ගියානු විශ්වය") මිනිසා සිය අවට ලෝකය සංජානනය කරගනු ලබන්නේ විද්‍යුත් තත්ත්වාරෝපිත මුද්‍රිත සංකේත මගිනි. එනම් මිනිසුන් අතර සන්ධානීය සබඳතා මූලික වශයෙන් සිදු වන්නේ විද්‍යුත් තත්ත්වාරෝපිත මුද්‍රිත සංකේත හරහාය. එම සන්නිවේදන ස්වරූපය මිනිසුන්ගේ බුද්ධිමය හා තාර්කික පරිකල්පන වින්තනය වර්ධනය කිරීමට විශාල වශයෙන් ඉවහල් වූ බව සඳහන් කළ හැකිය. දැන් මෙම යුගය ක්‍රමානුකූලව අවසානය කරා ලඟා වන අතර ඒ වෙනුවට ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සන්නිවේදනයේ ව්‍යාප්තියත් සමඟ ස්වාභාවික සන්නිවේදන මූලධර්ම යළි වර්ධනය වන බව මැක්ලූහන් ප්‍රකාශ කරයි. එම ස්වාභාවික මූලධර්ම අත් කිසිවක් නොව ප්‍රාග් ලිඛිත සංස්කෘතික යුගයට ආවේණික වූ පුරාණෝක්තිවේදය, ජනශ්‍රැතිය ආදියයි. පුරාණෝක්තිමය සහ ජනශ්‍රැතියමය තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ වාචික ස්වරූපය විශාල අවකාශීය රාමුවක් තුළ විසිරී සිටින පිරිසකට ඒවා එකම වේලාවේ හා බහුමානීකව සංජානනය කර ගැනීමේ හැකියාව එම ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සංස්කෘතික ස්වරූපයට අයත් මූලධර්ම වේ. ගිත ගායනා කිරීම, පුරාණෝක්ති රක දැක්වීම, විවිධ අභිවාර, අභිනය, ආදී මානව හැකිම් උත්කර්ෂණය කර ගැනීමේ වෙනත් ස්වරූප ද මෙයට ඇතුළත් වේ. මැක්ලූහන්ගේ මතයට අනුව මේ සියල්ල මේ ආකාරයට සිදු වූයේ ලිඛිත-මුද්‍රිත සන්නිවේදනය නො තිබූ බැවිනි. ලිඛිත-මුද්‍රිත සන්නිවේදනයේ ආගමනයත් සමගම ප්‍රාග් ලිඛිත සන්නිවේදනය විනාශ වී ගියේය.

වර්තමානයේ විද්‍යුත් මාධ්‍ය පදනම් කරගත් ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය සන්නිවේදනයේ වර්ධනය හා ව්‍යාප්තිය සමග යළි වාචික සන්නිවේදන ස්වරූපයට ළඟා වන්නේය. “කාල-අවකාශ සීමා සහ රේඛීය සබඳතා සංකෝචනය වෙමින් අප එක්වරම ඔහුලි සබඳතා රාමුවකට පත් කරන්නේය.”³ මෙම ක්ෂණික ඔහුලි තත්ත්වය “සාමූහික දැනුවත් භාවයේ” මූලික මතුවීමක් බව මැක්ලූහන් අවධාරණය කරයි. එය විවිධ සන්නිවේදන ප්‍රවර්ගයන්ට ආවේණිකව සන්නිවේදනයේ වාචික ස්වරූපයේ පිහිටෙන් නිර්මාණය වන්නකි. එම සන්නිවේදන ස්වරූපය අතර පුරාණෝක්තිවේදය හා ජනශ්‍රැතිය ප්‍රධාන වේ. මෙම මැක්ලූහානියානු ක්‍රමවේදයට අනුව අද්‍යයන සාමූහික ප්‍රාගුණ්‍ය හා අත්දැකීම් පදනම්ව වාචික සන්නිවේදනයේ (සභවාසයේ) පැරණි භාෂා ගොඩ නැගුණ බවත්, සිතමාව, ශ්‍රවණ විදුලිය වැනි සන්නිවේදනයේ අලුත් භාෂා ප්‍රාගුණෝක්ති සමග තබමින් විමසිය හැකිය.⁴

අද්‍යයන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ජන සන්නිවේදනයේ “මහ පුරාණෝක්තියක්” යන අදහසින් භාෂාවකට සමාන කරමින් මැක්ලූහන් අදහස් කරන්නේ එම තොරතුරු අතර පවතින සන්දර්භමය සමානකමක් නොව ඒවා සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ ස්වභාවයේ පවතින සමානකමය. එනම් ඔහුගේ ප්‍රධානම ප්‍රවාදය වන “මාධ්‍යයම සන්දර්භය වේ” යන අර්ථයයි. තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කරනු ලබන මාධ්‍යයම තමන්ගේ සභවාසි භාෂාවක් නිර්මාණය කරමින් අදාළ තොරතුරේ ස්වභාවය හැඩගස්වා ගනු ලබයි. මාධ්‍ය වෙනස් වන විට තොරතුරේ සහ ලෝක සංජානනයේ ගති ලක්ෂණ ද වෙනස් වන්නේය. ප්‍රාථමික වාචික භාෂාමය සන්නිවේදනය සේම සමකාලීන විද්‍යුත් ජන සන්නිවේදන මාධ්‍ය යළිත් යථාර්ථය බහුමානිය සංවේද්‍ය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය මානසික සංජානනය කිරීම කෙරෙහි යොමුවන බව මැක්ලූහන් ප්‍රකාශ කරයි. යම් කිසි පුරාණෝක්තිවේද පද්ධතියකට ග්‍රාහකයෝ සමූහයක් සහභාගිවන්නා සේම, අද්‍යයන ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය මාධ්‍ය තුළින් තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා එක් වරම විශාල ජනතාවක් සම්බන්ධ වේ. ලිඛිත සංස්කෘතික මාධ්‍ය මිනිසා තුළ ශ්‍රවණ ඔහු මානිකත්වයෙන් තොර වූද, ස්වභාවික, සජීවී, සංවේද්‍ය, සම්පතාවයෙන් තොර වූද, සභවාසි භාෂාත්මක සන්නිවේදනයෙන් තොර වූද, සාමූහිකභාවයෙන් තොර වූද, පුද්ගල කේන්ද්‍රීය, ඒකමානීය සංජානනය ස්වරූපයක් හැඩගස් වන්නේය.

මැක්ලූහන්ට අනුව “වර්තමාන මිනිසා පැරණි ලිඛිත විද්‍යුත් ලෝකයක් තුළ ජීවත්වෙමින් පුද්ගලිකව යම් දෙයක් අධ්‍යනය කිරීමේදී පවා විද්‍යානයේ සාමූහික ස්වරූප සොයමින් සිටී.”⁵ සමහර විට බොහෝ මිටිතාවන්, පුරාණෝක්තින් විද්‍යානයට අවශ්‍ය සාමූහික තත්ත්වයන් සාක්ෂාත් කර ගැනීමේ මාර්ගයක් වශයෙන් පවතී. සමකාලීන මිනිසාගේ එම විද්‍යානික අවශ්‍යතාවය නව විද්‍යුත්

සන්නිවේදන තාක්ෂණය පදනම් කරගත් ජනමාධ්‍යවේදය මගින් මහා පරිමාණ වශයෙන් සම්පාදනය කෙරේ. මේ තත්ත්වය තුළ අද්‍යයන ජනමාධ්‍යවේදය සාමූහික පුරාණෝක්තිවේද නිර්මාණකරණයේ යෙදෙන බව මැක්ලූහන් අවධාරණය කරයි. ලිඛිත මුද්‍රණ සාක්ෂරතා යුගයේ දී ග්‍රාහකයා පුරාණෝක්තිවේදයේ පාරිභෝගිකකයකු වූ අතර වර්තමානයේ දී ග්‍රාහකයා එය පරිභෝජනය කරනවා පමණක් නොව සාමූහිකව එය නිර්මාණය ද කරන්නේය. මේ අනුව මැක්ලූහන්ගේ මූලික තර්කය වන්නේ වර්තමාන ග්‍රාහකයා හෝ ප්‍රේක්ෂකයා පාරිභෝගිකකයකු නොව ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ප්‍රචාරණ හා සම්ප්‍රේෂණ නිෂ්පාදනයේ දී සහභාගී වන්නෙකි. මෙය ජනමාධ්‍යවේදයේ පවතින ව්‍යාපාරික, වාණිජ්‍ය පදනම හිත කිරීමට හෝ වසන් කිරීමට තුඩු දෙන අතර පුරාණෝක්ති ප්‍රබන්ධකරණයට විශේෂ බලයක් පිරිනමමින් ජනමාධ්‍යවේදය සතු ව්‍යුහිත-භාෂාත්මක මාධ්‍යයන් හරහා මහජනයාව මෙල්ල කොට යම් නියමිත රාමුවක් තුළ ඔවුන් ඒකාබද්ධ කිරීමේ ප්‍රවණතාවක් මතු කරන්නේය.

මැක්ලූහන් සිය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය (පැරණි ලිඛිත) සංස්කෘතිය ඉදිරියට වර්ධනය කරමින් ඊළඟ පියවර වශයෙන් ඔහු දකින්නේ ලිඛිත භාෂාව ප්‍රතික්ෂේප කිරීම සහ ඉන් අනතුරුව “සමස්ත භාෂාවම පොදුවේ ප්‍රතික්ෂේප කිරීම”⁶ දක්වා ඔහු ඉදිරියට යයි. අවසානයේදී මැක්ලූහන් එය සාමූහික අවිඥානිකත්වය වැනි “මහා ලෝකාත්මයක්” සහ එය තුළ සදාකාලික සමෝධානාත්මක නියෝධීතාවක් දේවධර්මවාදය සිහිපත් කරවන්නාවූ අනාගතවාදී අදහසක් ඉදිරිපත් කරයි. මෙහිදී මැක්ලූහන් ඉතා වේගයෙන් සමාජ-වේදනාත්මක යථාර්ථයෙන් ඉවත්වෙමින් කාල්පනික පාරිභෝගික සහ සමපේක්ෂාත්මක තනායිකකරණයකට පුවේය වන්නේය. ඇත්ත වශයෙන්ම ලිඛිත සංස්කෘතිය ප්‍රතික්ෂේප කිරීම තුළින් මැක්ලූහන් සිය ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය ලෝක විද්‍යානය තුළට ඇතුල් වීමට අවශ්‍ය මාර්ගය නිර්මාණය කර ගත්තේය. මෙම ක්‍රමවේදී තර්කනයට අනුව කලාව හා පරිසරය අතර වෙනස සම්පූර්ණයෙන්ම විනය වී යන්නේය. පොත් හා ලිඛිත සාහිත්‍ය මුළුමනින්ම මානව සමාජයෙන් අතුරුදහන් වන්නේය. නව විද්‍යුත් මාධ්‍ය ජනසන්නිවේදනය පාදක කොට ගෙන ප්‍රාථමික සංස්කෘතිය නිර්මාණය වන්නේය. සිංහුව වර්ධනය වන නව විද්‍යුත් මාධ්‍ය ජනසන්නිවේදනය “මිනිසා හා ස්වභාවධර්මය අතර පාලමක් වශයෙන් නොව එයම ස්වභාවධර්මය වන බව මැක්ලූහන් විශ්වාස කළේය.”⁷ මේ අතර වැදගත් ක්‍රමවේදනාත්මක අදහසක් ලෙස සැලකිය හැකි ප්‍රවාදයක් මැක්ලූහන් ගෙන හැර දක්වයි. එනම් “අවිඥානයෙහි අත්තර්ගත ප්‍රාකෘතික ස්වරූප තාක්ෂණයේ ආධාරයෙන් සමාජීය සවිඥානිකත්වයේ ක්ෂේත්‍රය තුළට තල්ලු කිරීමයි”⁸. මැක්ලූහන් වඩාත් ම උනන්දුවක් දක්වන්නේ ආදිකාලීන ප්‍රාථමික සමාජය තුළ පැවැති ප්‍රාථමික

යථාච්චාදි හෝ ස්වභාවික සංවේදනා පිළිබඳව නොව අසංවර්ධිත චින්තනය හා අභුද්ධිකත්වය පිළිබඳවයි.

1950 දශකයේ ආරම්භයේ දී වෙළඳ දැන්වීම් පිළිබඳව විවේචනාත්මක දෘෂ්ටියක් දරමින් මැක්ලූහන්, වෙළඳ දැන්වීම් තාක්ෂණය සහ ලිංගිකත්වය සංයෝග කරමින් "විද්‍යුත් ප්‍රදර්ශන ව්‍යාපාරය" සඳහා ක්‍රියාත්මක වුණු බව ප්‍රකාශ කළේය. එය ඔහු හදුන්වන ලද්දේ "වෙළඳ දැන්වීම් පුරාණෝක්තිවේදය"⁹ වශයෙනි. නමුත් 1970 දශකය ආරම්භ වන විට මැක්ලූහන්ගේ ක්‍රමවේදාත්මක ස්ථාවරය වෙනස් වෙමින් වෙළඳ දැන්වීම් පිළිබඳ වූ විවේචනාත්මක ප්‍රවේශයේ සිට ඒවා ආරක්ෂා කිරීමේ ප්‍රවේශයකට අවතිර්ණ වන්නේය. විශේෂයෙන්ම ඔහුගේ මෙම ප්‍රවේශය "සංස්කෘතිය යනු අපේ ව්‍යාපාරයයි"¹⁰ යන කෘතියෙන් මනාව පැහැදිලිවේ.

මැක්ලූහන් 1950 දශකයේ ආරම්භයේ සිටම එකිනෙකට සදෘශ්‍ය නොවන, මූලික වශයෙන් එකිනෙකට ප්‍රතිවිරෝධී සංකල්ප හා ප්‍රජාව අනන්‍යතා වශයෙන් සමාන කරමින් හා සමපාත කරමින් ගැඹුරු ක්‍රමවිද්‍යාත්මකව වැරදි ස්ථාවරවලට ප්‍රවේශ විය. වාණිජ තොරතුරු කර්මාන්තයේ නිෂ්පාදන කාර්මික යුගයේ මිනිසාගේ පුරාණෝක්තිවේදය ලෙස සැලකීම නිදර්ශනයක් වශයෙන් දැක්විය හැක. පුරාණෝක්තිවේදය සාමූහික ජනතා නිර්මාණකරණයේ ප්‍රතිඵලයකි. එය ජනතාවගේ කලාව විය. විකිණීමේ හා මිලදී ගැනීමේ තර්කනය මත තොරතුරු කර්මාන්තය ඔහු ජන සංස්කෘතිය (Mass Culture) නිෂ්පාදනය කරන්නේය. පළමු වැන්න පොදුජන සාමූහික ශ්‍රම ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රතිඵලයක් වන අතර දෙවැන්න වාණිජ ප්‍රායෝගිකයේ ප්‍රතිඵලයකි. විශේෂයෙන්ම ලාභය සඳහා නිෂ්පාදනය, ප්‍රමිතිකරණය, ආකෘතිකරණය මූලික වශයෙන් ජනග්‍රැහියට ආවේණික ලක්ෂණ නොවේ. ඒවා ප්‍රධාන වශයෙන් ආවේණික වන්නේ වෙළඳ පොළ ඔහු ජන සංස්කෘතිය සඳහාය. මේවායේ වෙතිනාසික මූලයන් සහ නිර්මිතීන් ජනග්‍රැහියේ සමීකරණයට තුඩු දුන් මූලයන්ට හා නිර්මිතීන් වලට වඩා හාත්පසින්ම වෙනස්ය. නමුත් මැක්ලූහන් ජනග්‍රැහිය සහ ඔහු ජන සංස්කෘතිය එකිනෙකට සම කිරීම තනායිකව මෙන්ම ක්‍රමවිද්‍යාත්මකව ද සහේතුක නොවේ. මැක්ලූහන්ට අනුව ජනග්‍රැහිය හා ඔහු ජන සංස්කෘතිය ජනතාව "සාමූහික සිහිනමය" තත්ත්වයන් තුළ ඒකාබද්ධ කරන්නාවූ දැවැන්ත අවිඤානික ස්වභාවයක් බව ප්‍රකාශ කරයි. මැක්ලූහන් මෙවැනි ප්‍රවේශයක් තුළින් ජනග්‍රැහිය සහ වාණිජ තොරතුරු කර්මාන්තය අතර පවතින වෙනස හුදකලා කරනවා පමණක් නොව අසත්‍ය සංකල්ප වර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය ක්‍රමවේද පදනමක් සකස් කරන්නේය. නිදර්ශනයක් වශයෙන් බොහෝ "තත්වන ලෝකයේ රටවල" සිය සාම්ප්‍රදායික හා ජන සංස්කෘතිය මෙම ක්‍රමවේදය තුළ පැහැදිලි කිරීම සඳහා ගත් ප්‍රයත්නය

නිසා අදාළ කේන්ද්‍රය තුළ විශාල අච්ඡාදනයක් බවක් සහ පරිනාතියක් සිදුවී තිබෙන බව පෙනේ. මෙය පරිවාරයේ රටවල පවතින ජාතික සංස්කෘතික විවිධත්වය, විශේෂයෙන්ම ජන සංස්කෘතික විවිධත්වය ඔහු ජන සංස්කෘතියේ කක්ෂය තුළට ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහාත්, සමස්ත සංස්කෘතියටම වානිජත්වය ආරෝපණය කිරීම සඳහාත්, ඔහු ජන සංස්කෘතියේ විශ්වීයත්වය තහවුරු කිරීම සඳහාත් අවශ්‍ය තනායික සහ ක්‍රමවේදී පදනමක් නිර්මාණය කරන්නේය.

නව තොරතුරු යුගය තුළ ව්‍යාපාර හා සංස්කෘතිය සමාන අර්ථ සහිත සහ අනන්‍යතා වශයෙන් සංක්‍රාන්තික සංකල්පයක් බවට පරිවර්තනය වේ. "ධනවත්වීමේ පැරණි පුද්ගලික ව්‍යාපාරික ස්වරූප විද්‍යුත් ජාලයන් බිහිවීමත් සමගම වර්ධනය වූ මහ ගෝත්‍රිකවාදය විසින් ගිල ගන්නේය."¹¹ මෙහි දී මැක්ලූහන් අදහස් කරන්නේ තොරතුරු ප්‍රායෝගිකයේ අතිවිශාල ප්‍රකාරණය නොව, විද්‍යුත්-සන්නිවේදන විජලවීය සන්දර්භය තුළ දැවැන්ත ජන සමූහයක් එකට ඒකාබද්ධ වී නිර්මාණය වන ගෝත්‍රිකවාදය තුළ සංස්කෘතිය දර්ශන ව්‍යාපාරයක් බවට පරිවර්තනය වීම පිළිබඳවය. විද්‍යුත් සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්හි බලපෑම යටතේ ලෝකය "විශ්ව ගම්මානයක්"¹² බවට පරිවර්තනය වන බව ඉහත සංකල්පය පැහැදිලි කරමින් මැක්ලූහන් සඳහන් කරයි. එනම් ලෝකය "විශ්ව රංභ ගාලාවක්" බවට පත්වේ. ශ්‍රවණ-දෘශ්‍ය රූපවාහිනී සංස්කෘතික ව්‍යුහයන් මගින් සෑම පුද්ගලයකු සඳහාම පැවරී ඇති කාර්යයන් ඉටු කරනු ඇත. මැක්ලූහන්ගේ අදහස් හැටියට එම ව්‍යුහයන් සත්තාවේ සහ විඤානයේ විශ්ව නියාමයන්ගේ කේන්ද්‍රයට ඇතුළත් කළ හැකිය. එම නියාමයන්ගේ හරය වන්නේ අන් කිසිවක් නොව තොරතුරු මාධ්‍යයන් සහ ව්‍යුහයන් නිරපේක්ෂකරණයට ලක් කිරීම මගින් ලෝකයේ විවිධ රටවල එකම යුගයක පිවිත්වන මිනිසුන්ගේ වර්ගාවන්, පිටත යෙදුම්, ක්‍රියාකාරීත්වය හා චින්තනය සමජාති ස්වරූපයකට පත් කිරීමයි. මෙහිදී ඕනෑම තාක්ෂණික සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් සතු විශ්වීය නිර්මාණාත්මක ශක්‍යතාව "අපගේ අදහස් හැඩගස් වන බවත් අපගේ අත්දැකීම් ව්‍යුහගත කරනු ලබන බවත්, අවට ලෝකය පිළිබඳව අපගේ දැක්ම නිර්ණය කරනු ලබන බවත්"¹² මැක්ලූහන් අවධාරණය කරයි. "ජනමාධ්‍ය තාක්ෂණයේ වර්ධනය ප්‍රබල සමාජීය බලපෑමක් මාධ්‍ය අන්තර්ගතයට වඩා ග්‍රාහකත්වය කෙරෙහි සිදු කරයි."¹³

* විශ්ව ගම්මානය (global village) යන්නෙන් මැක්ලූහන් අදහස් කරනු ලබන්නේ විද්‍යුත් ශ්‍රවණ-දෘශ්‍ය මාධ්‍ය සම්බන්ධතාවල බලපෑම නිසා මානව සමාජ ඉතිහාසයේ ආදිකාලීන (ප්‍රාථමික) යුගයට ආවේණික වූ ලෝකය සංජානනය කර ගැනීමේ ඔහුමානව ස්වරූපය යළිත් උදාවන බවයි.

මැක්ලූහනියානු ක්‍රමවේදය තුළ නිතර දැකිය හැකි ලක්ෂණයක් වන්නේ තාර්කික විද්‍යාත්මක සංකල්පය වඩාත් සංවේදී උපතෝකෝචිත, සංකල්පය වශයෙන් ගෙන හැර දැක්වීමයි. මේ තත්ත්වය තුළ සමහර ක්‍රියාවලියන්ගේ හා ප්‍රභවයන්ගේ සත්‍ය ස්වරූපය වැඩි යන්නේය. තරුණ පරපුර විරෝධාකල්ප සංස්කෘතික භාවිතයන්ට යොමු කරන්නේ සමාජීය තත්ත්වයන් නොව විද්‍යුත් මාධ්‍යයන් මගින් යන්න මැක්ලූහන් අවධානය කරයි. එසේම ප්‍රගතියේ කොන්දේසි මිනිසාට ප්‍රාථමික නොදියුණුතාවයේ ප්‍රාග් ලිඛිත ආදී කාලීන සංස්කෘතිය වෙත ගෙන යන්නේය. විද්‍යුත් තොරතුරු කර්මාන්තය මගින් නිෂ්පාදනය කරන නාණ්ඩ පරිභෝජනය කරන්නෝ ඒවා නිෂ්පාදනය කරන්නන් වශයෙන් හුවා දක්වයි. ඔහුජන වාණිජ සංස්කෘතිය වාණිජ නොවන ජනගුණික සමය සමාන කරයි. ලිඛිත සන්නිවේදන සංස්කෘතිය තුළ මිනිසා සංජානනය කර ගනු ලබන අතර රූපවාහිනී සන්නිවේදන සංස්කෘතිය තුළ දී මිනිසා ලෝකය ඔහුමානියව, සාමූහිකවාදීව හා මානවවාදීව ලෝකය ඒකමානිකව, ආත්ම කේන්ද්‍රීයව හා ජාතිවාදී ලෙස සංජානනය කර ගනු ලබන බව මැක්ලූහන්ගේ ක්‍රමවේදයේ මූලික ස්ථාවරයයි.

මෙම ඉහත ගෙනහැර දක්වන ලද මැක්ලූහන්ගේ සියලුම ප්‍රවාද ප්‍රබල සහ සංකීර්ණ ක්‍රමවේදී හා න්‍යායික ගැටලු මතු කරන්නේය. මෙය ඇත්ත වශයෙන් මානව සත්තාවේ හා විද්‍යානයේ විශ්වීය නියාමයන් කොටසක් යැයි සඳහා ගත් පුරෝගාමී ප්‍රයත්නයක් ද? එසේම විද්‍යාවේ හා තාක්ෂණයේ පුළුල් වර්ධනය නිසා විද්‍යාපන මාධ්‍යයන් මගින් ගොඩ නගන ලද මාධ්‍යය යථාර්ථය පිළිබඳව නව්‍යාකාරයකට කල්පනා කිරීමට ගත් ප්‍රයත්නයක් ද?

මැක්ලූහන්ගේ සාහිත්‍ය විචාර ප්‍රවේශය දෙස බැලීමේ දී පැහැදිලිව පෙනී යන කාරණාවක් වන්නේ ප්‍රාග් රූපවාහිනී යුගයේ පිවිත්වූ සාහිත්‍යධරයින්ගේ නිර්මාණ විශ්ලේෂණය කිරීම කෙරෙහි හෙළන ලද තාක්ෂණික නියතවාදී සංකල්පීය ප්‍රක්ෂේපණයයි. මෙහිදී ඔවුන්ගේ නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාකාරීත්වය තුළ තොරතුරු හුවමාරුවේ තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් නිරපේක්ෂීකරණයට ලක් කොට තිබේ. විශේෂයෙන්ම ඔහුන්ගේ නිර්මාණ තුළ ප්‍රචිතවල බලපෑම මැක්ලූහන් කොයන්නට වූ අතර සමාජ ප්‍රගතියට මුද්‍රිත-ලිඛිත මාධ්‍යයේ සෘණාත්මක බලපෑම තහවුරු කිරීමට උත්සාහ කළේය. මෙහි දී මැක්ලූහන් සංඥාර්ථවේදයට පොදු වූ ගැටලුවක් මතු කරයි. එනම් ප්‍රාග් මුද්‍රිත හා මුද්‍රිත අක්ෂර සංඥා කොතෙක් දුරට යථාර්ථය ආකේතකරණයට සහ විකේතකරණයට සමත් ද? යන්නයි. යථාර්ථය ආකේතකරණයේ දී සහ විකේතකරණයේ දී එය යම් යම් විකෘති කිරීම්වලට හා විකර්ණයන්ට භාජනය වන බව මැක්ලූහන් පෙන්වාදෙයි. මෙය යථාර්ථය පරාවර්තනය කිරීමේ ක්‍රියාවලියේ දී මුද්‍රිත මාධ්‍යයට පමණක්

ආවේණික තත්ත්වයක් නොව ඉවත හා දෘශ්‍ය මෙන්ම ඉවත-දෘශ්‍ය මාධ්‍යයට ආවේණික තත්ත්වයකි.

එසේම මැක්ලූහන් ප්‍රකාශ කරන පරිදි ප්‍රචිතපත්කලාවේදය ලෝකයේ සමහර ලේඛකයින්ගේ නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාවලියට බලපා තිබේ. නිදර්ශනයක් වශයෙන් චාල්ස් ඩිකන්ස්, ෆ්‍රියොදර් දස්තොවස්කි, ජෝන් ජෙයිස් ආදී ලේඛකයින් දැක්විය හැකිය. ප්‍රචිතපත්කලාවේදය මෙම ලේඛකයින්ගේ නිර්මාණාත්මක ආකෘති කෙරෙහි මෙන්ම අන්තර්ගතය කෙරෙහි ද බලපා තිබේ. නමුත් මැක්ලූහනියානු ක්‍රමවේදයේ මූලික වැරද්ද වන්නේ ඔහු මෙම විශේෂ තත්ත්වය සියලුම ලේඛකයින් සඳහා අදාළ කිරීමයි. එනම් කොටස සමස්තය වශයෙන් ඔහු දකී. මෙය තාර්කික පමණක් නොව ක්‍රමවේදී ද වැරද්දකි. එසේම ලේඛකයින්ගේ නිර්මාණාත්මක අත්දැකීම්, ලෝකදෘෂ්ටිය, නිර්මාණාත්මක ක්‍රම ප්‍රචිතපත් මාධ්‍ය තුළින් පමණක් හැඩගස්වන ලද බව ප්‍රකාශ කිරීම සාධාරණ නොවේ.

සාහිත්‍යවේදය පිළිබඳ විචාරකයෙකු වූ රයිමොන්ඩ් රෝෂෙන්ටෙල් මෙම මැක්ලූහනියානු ක්‍රමවේදය තියුණු විවේචනයකට ලක් කරන ලදී. තමන්ගේ අදහස් වලින් උමතු වූ මිනිසුන්ගේ ගතයට මැක්ලූහන් අගත්වන අතර තමන්ගේ අදහස් වෙනුවෙන් ශක්තිමත් බුල්ඩෝසරකරුවෙකු සමකාලීන කලාවේ මාර්ගය ගුද්ධ කර දැමීමට ඔහු සූදානම්ය.¹⁴ මැක්ලූහන් කලාව සමකාලීන වෙළඳ පොළ නියාමයන්ට සහ යන්ත්‍රණයට අනුව ක්‍රියාත්මක වන මානව ක්‍රියාකාරීත්වයේ ව්‍යාපාරික ස්වරූපයක් වශයෙන් දකින ලදී. "සමකාලීන කලාත්මක නිර්මාණ යනු නිර්මාණකරුවන්ගේ ස්වාධීන, නිදහස්, නිර්මාණ නොව තාක්ෂණය මගින් ඒකාකෘතික ස්වරූපයකින් එකට පෙළ ගස්වන ලද නිර්මාණ සමස්තයකි."¹⁵ මැක්ලූහන්ගේ ක්‍රමවේදයට අනුව "සෞන්දර්යවේදය සහ සාහිත්‍ය විග්‍රහ කිරීම මානව බුද්ධිය නිග්‍රහවට ලක් කිරීමක්"¹⁶ බව ෆ්‍රික්කෙල්ස්ටෙයින් හම් ඇමෙරිකානු සෞන්දර්ය විචාරකයා පෙන්වාදෙයි. මිනිස් චින්තනයේ, නිර්මාණ යක්තියේ සාපේක්ෂ ගුණාත්මක පවා නොසැලකිල්ලට, අචන්දේරුවට ලක් කොට මාධ්‍යයන්ගේ නැකියාව අභියෝගකරියෙන් දැක්වීම මැක්ලූහනියානු විශ්ලේෂණ ප්‍රවේශයේ මූලික ලක්ෂණයකි. "පුර්ව මාධ්‍යයන් මගින් සාක්ෂාත් කර ගත් අත්දැකීම් වල සීමා සෑම මාධ්‍යයක් මගින්ම අභිකූලණය කරන අතර එය අනාගත වෙතක් වීම් වලට දායක ද වන්නේය."¹⁷ මැක්ලූහනියානු ක්‍රමවේදය සාහිත්‍යවේදය, සංස්කෘතිකවේදය ජනමාධ්‍යවේදය විමර්ශනය කිරීම සඳහා පමණක් නොව එය මුළුමනින් මානව සංගතියේ වර්ධනය පිළිබඳ පුළුල් ප්‍රවේශයක් සපයන්නේය.

මානව සංගතියේ පරිණාමයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් එය නව "විද්‍යුත් යුගයකට" ප්‍රවිෂ්ට වන බව මැක්ලූහන් තහවුරු කරයි. ඊට සමගාමීව "විශ්ව

ජනමාධ්‍යවේදය

ගම්මානය", "මාධ්‍යයම සන්දර්භයවේ", "සිතල" සහ "උණුසුම්" මාධ්‍ය වැනි විසංවාදී හා විසුක්ක සංකල්ප රාශියක් ගෙන හැර දක්වයි. මැක්ලූහන් සිය ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශය තුළ කොතෙක් දුර ගියා ද යත් බහවැදී සමාජ සැකැස්මෙන් පමණක් නොව මුළු මහත් මානව සමාජ ක්‍රමයේම මුහුණුවර නිර්ණය කිරීමේදී මාධ්‍යයන් නිර්ණාත්මක සාධකයක් වශයෙන් ගෙන හැර දක්වන ලදී. "බටහිර බහවැදී සමාජ බිහිවීම සඳහා ඉන්ද්‍රිය සංවේදී පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීමට මුද්‍රිත මාධ්‍ය උපස්තම්භක වූ බව"¹⁸ මැක්ලූහන් පෙන්වා දෙයි.

නම් ක්‍රමවේදී පදනමේ සිටම මෙවැනි අදහසක් කැනේකියානු දේශපාලන ආර්ථික විද්‍යාඥයකු වූ හැරල්ඩ් ඉනිස් මැක්ලූහන්ට පෙර පෙන්වා දී තිබේ. "ලිඛිත වාචික පදනම සහිත අධිරාජ්‍යයන්ගේ ව්‍යාප්තිය සන්නිවේදන තාක්ෂණය මත සීමාවිය."¹⁹ මැක්ලූහන්ගේ අදහස් සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් හැරල්ඩ් ඉනිස්ගේ කෘතියට අඩංගු වූ පැවැත්මකි. සමාජ විද්‍යාඥයන් සංවිධානය වීමේ දී සහ වෙනත් විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ සක්‍රීය භූමිකාව ඉනිස් අවධාරණය කළේය. "දෘශ්‍ය-ලිඛිත ස්වරූපයේ තොරතුරු වාචික-ශ්‍රව්‍ය ස්වරූපයේ තොරතුරු සමග පරස්පර බව"²⁰ ඉනිස් පෙන්වා දෙන ලදී. විද්‍යුත් ජන සන්නිවේදන මධ්‍යයන්ගේ නැගීම පිළිබඳ ඉනිස් ඉතා කනස්සල්ලෙන් යුතුව විමසා බැලූ අතර මැක්ලූහන් එය මානව සංගතියේ දීප්තිමත් අභාගතයේ ස්නායු පද්ධතිය වශයෙන් කල්පනා කළේය.

මැක්ලූහන් සහ ඉනිස් අතර පවතින වෙනස න්‍යායික තලයකට පමණක් සීමා නොවේ. එය ක්‍රමවේදී මුලධර්ම පරාසයක් දක්වාද දිව යන්නේය. ජනසන්නිවේදන පද්ධතියට හිලින විෂයමූලික නියාමයන් ගවේෂණය කිරීමේදී ඉනිස් වේගිකාසිකවාදය දෙසට ගමන් කරන අතර, මැක්ලූහන් ගමන් කරන්නේ තාක්ෂණික නියමිවාදය දෙසටය.

සමාජය සම්බන්ධ සන්නිවේදන කේන්ද්‍රය හා තාක්ෂණික කේන්ද්‍රය ප්‍රවේශය සහ ක්‍රමවේදී පදනම බවුන්ගෙන් පසුවද විවිධ ස්වරූපයෙන් වර්ධනය වන බව පෙනේ. "අභාගතයේදී අධිරාජ්‍යයන්ගේ ව්‍යාප්තිය තවදුරටත් සිදුවන්නේ යුද ගැටුම් හරහා නොව සන්නිවේදන පරිසරය පාලනය කිරීම සඳහා වූ අරගලය හරහාය."²¹ මෙහිදී විශේෂයෙන් සඳහන් කළ යුත්තක් වන්නේ මැක්ලූහන් ගේ ගුරුවරයා ලෙස ඉනිස් ගේ අදහස් මැක්ලූහන් විසින් සැලකිය යුතු සංශෝධනයකට, විකෘති කිරීමකට ලක් කොට ඇති බවයි. "තොරතුරු ක්‍රියාවලිය සහ සමාජයේ නියමිත වේගිකාසික ව්‍යුහයන් සමග පවතින්නාවූ අපෝකකාත්මක සබඳතා මැක්ලූහන් විසින් විකෘති කොට දක්වා තිබේ."²² මේ සන්දර්භය තුළ තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණයේ ස්වරූප හා මාධ්‍යයන් නිරූපණය කරනුයේ

ලක් කර එය විවිධ භාෂාවක් සහ සමාජය පාලනය කිරීමේ නිර්ණීය සාධකයක් වශයෙන් මැක්ලූහන් ගෙන හැර දක්වන ලදී. 1960-70 දශකය තුළ විද්‍යාඥයන්ගේ අභාසය ලබමින් නව යටානුභවවාදී ප්‍රවණතාව තුළ බොහෝ මානව විද්‍යාඥයින්ගේ අදහස් නියෝජනය වන්නට විය.

සමාජ විද්‍යාඥයින්, සංස්කෘතවේදීන්, ජනග්‍රහණවේදීන්, සාහිත්‍යවේදීන්, ගේ විශේෂ අවධානය සංඥාර්ථවේදය, රූපික-ව්‍යුහවාදී, ප්‍රකාරවාදී අදහස් වලට යොමුවිය. නමුත් අධ්‍යයන විෂයන්ගේ විශේෂත්වයන් පර්යේෂකයින්ගේ දේශනාමය ස්වරූපයන් අනුව ඉහත අදහස් විවිධ ආකාරයට අර්ථකථනය කරන ලදී. විවිධ විද්‍යාවන්ගේ සංකල්පනාත්මක, මිශ්‍රිත ස්වරූපයක් ජනසන්නිවේදන හා ජනමාධ්‍යවේදී ක්ෂේත්‍රය තුළ පෙන්වූ කළ අතර ව්‍යුහවාදී ප්‍රවේශයන්ගේ විෂම ජාතිත්වය වඩාත් ප්‍රබල ලෙස මතු වී පෙනෙන්නට විය. එහි සෘජු ප්‍රතිඵලය වූයේ අන් කිසිවක් නොව අතිත ප්‍රවණතා පිළිබඳ විවේචනාත්මක සම්බන්ධතාවක් වර්ධනය වීමයි. මෙම විවේචනාත්මක සම්බන්ධතාව කොතෙක් දුර වර්ධනය වූවාදැයි කියනවා නම් ව්‍යුහවාදයට මග හෙළි කළ අදහස් හා ක්‍රම පවා එම විවේචනයට හසු වීමය. මැක්ලූහන් ඉනිස් ට දක්වන ලද සම්බන්ධතාව ද අප වටහා ගත යුත්තේ ඉහත සංකල්පීය සන්දර්භය තුළය.

මීට අමතරව මාක්ස්වාදය කෙරෙහි මැක්ලූහන් තුළ වූ නිෂේධනාත්මක සම්බන්ධතාව සමාජය පිළිබඳ ගැඹුරු විග්‍රහයකට යාමට මැක්ලූහන්ට බාධා කළ බව අනුමාන කළ හැකිය. මූලික වශයෙන් ඔහුගේ අධ්‍යනයන් සාහිත්‍ය විචාරයටත් ජනමාධ්‍ය න්‍යාය හා ඉතිහාස ක්ෂේත්‍රයටත් සීමා වී පැවතිණි. නිදර්ශනයක් වශයෙන් මැක්ලූහන් සිය න්‍යායික ප්‍රවාද තුළ මාක්ස් ඉතා ස්වල්ප වශයෙන් උපුටා දැක්වූ අතර "සන්නිවේදනය පිළිබඳ මාක්ස්ගේ නොදැනුම පිළිබඳව බොහෝ විට මැක්ලූහන් තදින් බැන වැදුණේය."²³

අප මෙම ඉහත ගෙන හැර දක්වන ලද සාධකවල සෘජු ප්‍රතිඵලය වූයේ සමාජය, සංස්කෘතිය හා ජනමාධ්‍යය පිළිබඳ න්‍යායික ක්‍රමවේදයේ අනුභවිකවාදී සහ තාක්ෂණික නිවතවාදී ස්වභාවයයි.

එසේම මීට සමගාමීව බටහිර සමාජය තුළ පැවැත් කාර්මික සමාජය පිළිබඳ විවිධ අදහස් වර්ධනය වෙමින් පැවතිණි. එම අදහස් මූලික වශයෙන් තාක්ෂණික කේන්ද්‍රීය න්‍යායික සහ ක්‍රමවේදී ප්‍රවණතාවක් පෙන්වමින් සෙසු විද්‍යාවන් තුළට ද එම න්‍යායික සහ ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශ ඇතුළත් විය. නමුත් පැවති සංකීර්ණ සමාජ ආර්ථික සංස්කෘතික යටාර්ථය එම ක්‍රමවේද සහ න්‍යායික ප්‍රවේශ තුළින් විද්‍යාත්මකව පැහැදිලි කිරීමට සමත් වූයේ නැත.

“සමාජ-ආර්ථික සැකැස්ම පිළිබඳ මාක්ස්වාදී පරිණාමීය සංකල්පයට විකල්පයට සහ ප්‍රතිලෝමව පස්වෘත්ත කාර්මික සමාජය පිළිබඳ න්‍යාය යාන්ත්‍රිකව ඉදිරිපත් කළේය.²⁴ මානව ක්‍රියාකාරීත්වයේ ඕනෑම ක්ෂේත්‍රයක් තුළ අධිමත කාර්යක්ෂමතාවක් පෙන්වන්නා වූ සමුද්ධිකව කිරීම තුළ තාක්ෂණය කාර්යක්ෂම ක්‍රමවේදයක් ලෙස ද භාවිතයට ප්‍රවේශ විය. තාක්ෂණය ජනමාධ්‍යවේදය හෝ කලාව සමඟ සදාය කළ නො හැකිය. ජනමාධ්‍යවේදයේ මූලික අරමුණ වන්නේ යථාර්ථය ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීම හරහා අරමුණු සහගතව ජනමතය හැඩගැස්වීමයි. තාක්ෂණයට තමන්ගේම අරමුණක් නොමැත. තාක්ෂණය ස්වභාව ධර්මය පාවිච්චි කිරීමට ප්‍රයත්න දරන අතර එය මත සිය ආධිපත්‍යය පතුරුවමින් ස්වභාවධර්මය සතු සම්පත් මානව සමාජය තුළට ඒකාග්‍ර කිරීම සඳහා අවශ්‍ය පිටුබලය සපයයි. කලාවේ හා විද්‍යාවේ පරමාර්ථය යුන්දරත්වය, සමෝධානය හා සත්‍ය නම් තාක්ෂණයේ ප්‍රමාණිකත්වය වන්නේ සමුද්ධික උපයෝගිතාවයි. මේ අනුව තාක්ෂණය උව්‍යමය හා ආධ්‍යාත්මික සංස්කෘතියේ වෙනත් ප්‍රභවයන්ගෙන් වෙන්වන මූලික ගති ලක්ෂණය මෙහි දී ව්‍යුත්පන්න වේ.

ජනමාධ්‍යවේදය, සංස්කෘතිය හා සමාජය පිළිබඳව මැක්ස්වැනගර්ගේ සංකල්පයට අනුව එම ක්ෂේත්‍රයන්ගේ සංවර්ධනයේ වෙනස්වීම් අනුප්‍රාප්තික ක්‍රම සංයුක්තිය ස්වභාවය ප්‍රතික්ෂේප කරමින් ඒ වෙනුවට පුර්වපර ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවක් ප්‍රතිස්ථාපිත කිරීමට ප්‍රයත්න දරා බව පෙනේ. නිදර්ශනයක් වශයෙන් ලිබි-මුදුන සංස්කෘතිය නිෂේධනය කරමින් ඒ වෙනුවට ශ්‍රවණ-දෘශ්‍ය සංස්කෘතිය ස්ථාපිතවීම දැක්විය හැකිය. මෙය ඔහුගේ ජනමාධ්‍යවේද ඉතිහාසය විශ්ලේෂණය තුළ තාක්ෂණික නියතවාදය අධිනියවය වීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් උත්ගත වන ක්‍රමවේද ගැටලුවකි.

අද්‍යතන සමාජ ජීවිතයේ අංශ විශාල පරිමාණයේ විපර්යාසයන්ට ලක් වෙමින් පවතින අතර එම නව තත්ත්වයන් අවබෝධකර ගැනීමට ඉවහල් වන්නාවූ න්‍යායික සංකල්පය සහ ක්‍රමවේදාත්මක පර්යාලෝක අවලෝකනයක අවශ්‍යතාව මතු වී පෙනේ. ජාතික රාජ්‍යයේ බලගම්කාව වෙනත් ස්වරූපයකට විස්ථාපනය වෙමින් පවතී. එනම් එන්නම අන්තර්ජාතික බහුසංස්කෘතික ප්‍රවණතා සහ ගතිකයන් වර්ධනය වෙමින් පවතී. “මානව සත්තාව නිරතුරුවම පටු ස්වර්ථකාමී වැරදීමේ රාමුවෙන් තොරව පුජා, ජාතික, විශ්වීය සහයෝගිතා ගතිකයන් සැලකිල්ලට ගත යුතු බව ගෝලීය වෙනස්වීම් ප්‍රදර්ශනය කරන්නේය.”²⁵ වර්තමාන මානව සමාජ ජීවිතයේ ආර්ථික, සමාජ, දේශපාලන, සංස්කෘතික ආදී විවිධ අංශ අතර ගැඹුරු වූද පුළුල් වූද අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය සහ අන්තර්ගත පරායත්තතාවය සමස්ත මානව සමාජය දුරාවලිගත ඒකීය සමාජයක් ලෙසට පරිවර්තනය කොට අවසන්ය. මේ නව තත්ත්වය වටහා ගැනීම සඳහා

සම්ප්‍රදායික සමාජීය විද්‍යා ක්‍රමවේද අසමත් වන්නේය. “පැරණි යාන්ත්‍රණයන් තුළ ක්‍රියාත්මක වූ ක්‍රමවේද වඩාත්ම දේශීය ස්වරූපයක් ගත් නිසා ගෝලීය සිවිල් සමාජයේ අප්‍රකට වෙනස්කම් හා ගතිකයන් පැහැදිලි කිරීමට ප්‍රමාණවත් නොවේ.”²⁶ ගෝලීය සමාජයේ ක්‍රියාකාරීත්වයට අනුකූල වන ආකාරයට සමාජ විද්‍යාවන්ගේ සහ මානව විද්‍යාවන්ගේ සංකල්පය සහ ක්‍රමවේද පරාසය ප්‍රකාරණය කළ යුතු වන්නේය. “සමාජ විද්‍යාවන් සඳහා නව ප්‍රවේශයක අවශ්‍යතාව”²⁷ අල්ට්‍රී ඩෙස්ස් අවධාරණය කරන්නේය. නමුත් මෙහිදී අවධාරණය කළ යුත්තක් වන්නේ විද්‍යාවේ, දර්ශනයේ හා ක්‍රමවේදයේ වෙනස්වීම් වර්ධනය තුළ විවිධ අවධි වලදී මිනිසා විසින් වර්ධනය කළ ක්‍රමවේද ප්‍රවේශ සමකාලීන ගෝලීය සන්දර්භය තුළ දී පවා සම්පූර්ණයෙන්ම ප්‍රතික්ෂේප කිරීම කොතෙක් දුරට ප්‍රායෝගික වන්නේ ද යන්නය. ඇත්ත වශයෙන්ම සිදුවී ඇත්තේ යථාර්ථයේ විවිධ පැතිකඩ පරාවර්තනය කරන විවිධ ක්‍රමවේද සම්පූර්ණයෙන්ම නිෂ්ප්‍රභාවී නොව එම ක්‍රමවේද යෙදිය හැකි සමාජ යථාර්ථ සංකීර්ණවීම නිසා ඒවා යෙදිය හැකි සීමා මතු වීමය. එම නිසා නව ක්‍රමවේදයන් නිර්මාණය විය යුත්තේ එම ක්‍රමවේද යම්කිසි විශ්ලේෂණයකට භාජනය කිරීම තුළිනි. මානව සමාජ සංවර්ධනයේ ඕනෑම මට්ටමකදී එයට නෛසර්ගික වූ විවිධත්වය හා ප්‍රතිවිරෝධතා ආරක්ෂා වන්නා සේම එම සමාජ අවබෝධකර ගැනීමේ ක්‍රමවේද තුළ ද සංයුක්තිය විවිධත්වය පවතී. “නව සුභාමාදර්ශී විස්ථාපනය බහු සංස්කෘතික දැක්මක් තුළ ස්ථානගත කිරීම අවශ්‍ය වේ. බහු සංස්කෘතික සුභාමාදර්ශයක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා උසස් බහුත්වවාදී සහ විවිධාත්මීය ප්‍රවේශයකට අනුවර්තනය විය යුතුය.”²⁸

සමාජීය සහ මානව විද්‍යාවන් මෙන්ම ස්වභාවික විද්‍යාවන් අතර සිදුවන අන්තර්විෂයික සහ පාරවිෂයික ප්‍රවණතා හා ගතිකයන් සන්දර්භමය වශයෙන් මෙන්ම ආකෘතිකමය වශයෙන් ද වෙන්ව එක් එක් විද්‍යාවන් තුළ ව්‍යුහාත්මක වෙනස්වීම් ඇති වීමට තුඩු දී ඇත. ජනමාධ්‍යවේදය ද සිය සම්භවයේ සිටම ඊටම ආවේණික වූ සංයුක්තිය ස්වභාවයක් දරන්නේය. වර්තමානය වන විට එක් අතකින් ජනමාධ්‍යවේදය සෙසු සමාජීය විද්‍යාවන් මෙන්ම ස්වභාවික විද්‍යාවන් සමඟ පවතින සබඳතාව ඉතා සංකීර්ණ මෙන්ම ගැඹුරු ස්වරූපයක් ගෙන තිබේ. එම නිසාම එහි අන්තර්විෂයික සහ පාරවිෂයික ස්වභාවය වර්ධනය වී ඇත. අනෙක් අතින් ජනමාධ්‍යවේදය ප්‍රාදේශීය හා ජාතික තලයේ සිට කලාපීය සහ ගෝලීය තලය දක්වා වර්ධනය වී ඇත. නමුත් ජනමාධ්‍යවේදය හා ජනසන්නිවේදන විශ්ලේෂණය හා අධ්‍යනය පිළිබඳව පවතින සියලුම න්‍යායික සහ ක්‍රමවේද පද්ධති නූතනවාදී වන්නන්ගේ තුළ ජාතික රාජ්‍ය රාමුව පදනම් කොටගෙන හැඩගැසී තිබේ. අප අවධානයට යොමුවූ මැක්ස්වැනගර්ගේ ගෝලීය සමාජ තුළ ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතිකවේදය විශේෂයෙන්ම

බහුජන සංස්කෘතිය විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා දරන ලද එක් පුරෝගාමී ප්‍රයත්නයකි. මෙහි විශේෂත්වය වූයේ එය ගෝලීය සමාජය තුළ ක්‍රියාත්මක වන ජනමාධ්‍යවේදය හා සංස්කෘතිය වැනි සංකීර්ණ ප්‍රභවයන් ඒකමානීය න්‍යායික හා සංකල්පීයකරණයකට ලක් කරමින් එය නිර්සමාපීය සන්දර්භයක තැබීමයි. මැක්ලූහන්ගේ මෙම ක්‍රමවේදී සහ න්‍යායික පිලි පැතිමට එක් ප්‍රධාන හේතුවක් විය හැක්කේ ඔහු මාක්ස්වාදය පිළිබඳව විචාරාත්මක ආකල්පයක් නො දරා තිඡේධනාත්මක ආකල්පයක් දැරීම විය හැකිය. මැක්ලූහන් මාක්ස්වාදයේ කේන්ද්‍රීය ප්‍රවාදයක් වන "මෙතෙක් පැවති සියලුම සමාජවල ඉතිහාසය පංති අරගලවල ඉතිහාසය වේ."²⁹ යන ප්‍රවාදය ප්‍රතික්ෂේප කරමින් ඒ වෙනුවට "මෙතෙක් පැවති සියලුම සමාජවල ඉතිහාසය ජනමාධ්‍යවල අරගලවල ඉතිහාසය වේ."³⁰ යන ප්‍රවාදය මැක්ලූහන් ඉදිරිපත් කළේය.

මැක්ලූහන්වාදයේ ක්‍රමවේදී අසන්තුලිතතාව ඇති වීම කෙරෙහි මැක්ලූහන් 3෧ වෛලකදෘෂ්ටිවාදීමය ස්ථාවරය ද බලපා තිබෙන බව පෙන්වා දිය හැකිය. යම් පුද්ගලයෙකුගේ ලෝකදෘෂ්ටිවාදය යම් තියවිත ක්‍රමවේදයක ආභාසය ඇතිව හැඩගැසෙන අතර එසේම ලෝකදෘෂ්ටිවාදීමය ස්ථාවරය මගින් ක්‍රමවේදාත්මක ස්වරූප නිරවද්‍යකරණයට ලක් කරන්නේය. ලෝක ඉතිහාසය තුළ මානව අත්දැකීම් හා ක්‍රියාකාරකම් විසුක්තකරණය කිරීමේදීත්, ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශ හැඩගැසීමේදීත්, න්‍යායික පද්ධති සකස්වීමේදීත්, ලෝකදෘෂ්ටිවාදයේ සම්බන්ධය පිළිබඳ ප්‍රශ්නය සම්භාව්‍ය දර්ශනවාදය තුළ මැනවින් ප්‍රකට සාධකයකි.

මැක්ලූහන්වාදයේ න්‍යායික සංකල්පයේ මෙන්ම එහි ක්‍රමවේදී වළඹුමේ පදනමේ පවතින දේවධර්මීය තාක්ෂණතත්ත්වවාදී නැඹුරුව තිසා මැක්ලූහන්ට ජනමාධ්‍යවේදයේ හා සංස්කෘතියේ සමාජ-දේශපාලනික සහ වේගිනායික-සංස්කෘතික සන්දර්භය කෙරෙහි ප්‍රමාණවත් අවධානයක් යොමු කිරීමට හෝ හැකි වී ඇති බව පෙනේ. එයට හේතුව අන් කිසිවක් නොව මැක්ලූහන්ගේ ලෝකදෘෂ්ටිවේද කේන්ද්‍රය බවට පත්ව ඇති දේවධර්මීය තාක්ෂණතත්ත්වවාදය තිසාය.

මැක්ලූහන්වාදයේ න්‍යායික සංකල්පය තුළ ප්‍රකට අනාගතවාදී සහ පුර්වාපර විරෝධී අදහස් නොතකා "එය ලෝකය දෙස නව ආකාරයකට බැලීමෙන්, මෙතෙක් ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශයන්ට හසු නොවූ යථාර්ථයේ විවිධ පැතිකඩවල් ඊට ග්‍රහණය කර ගැනීමටත්" විශේෂයෙන් ජනමාධ්‍යවේදයේ ස්වභාවය පිළිබඳ නව ගැටලු මතු කිරීමටත් ඉවහල් විය. මැක්ලූහන් ගේ න්‍යායික උරුමය සාකච්ඡාවට බඳුන් කරන පර්යේෂණ මේ වන විට විශාල ප්‍රමාණයක් සිදුකර ඇති අතර ඒවා ජනමාධ්‍යවේදයේ සහ ජනසන්නිවේදනයේ ක්‍රමවේදී පදනමට විවරණෝපයෝගී බලපෑමක් සිදු කොට තිබේ.

මූලාශ්‍ර

01. Lenin V.I., materialism & empirio – Criticism, vol. 14, P. 281;
02. McLuhan M, & Quentin F, The medium is the message; An Inventory of effects. New york, 1967;
03. Ibid, P. 340;
04. Ibid, P. 343;
05. McLuhan M, Myth & mass Media, Daedalus, 1959, Vol. 88, N.2. P. 343;
06. McLuhan M, Understanding Media; The extensions of man London, P. 90;
07. McLuhan M, Counterblast, London, 1970, P. 14;
08. Ibid, P. 31;
09. McLuhan M, The Mechanical Bride. Folklore of Industrial man, London, 1967, P.v.;
10. McLuhan M, Culture is our Business N.Y; Toronto, 1970, P. 01;
11. Ibid, P. 54;
12. McLuhan M, McLuhans Laws of media Technology & culture. 1975, Vol. 16, N.I, P. 75;
13. Roberta E. peason & philip Simpson (eds) Critical Dictionary of Film & Television Theory, London & Newyork, 2001, p. 272;

14. R. Rosenthal.(ed), McLuhan Pro & con, Newyork, 1968, P. 10;
15. Ibide, P. 10;
16. Finkelstein S. Sence & Nonsense of McLuhan. N.Y. 1968, P. 86;
17. Denis Mcquail, mcquailis mass Communication Theory, New Delhi, 2005, P. 127;
18. David Croteau & William Hoynes, media Society, London, New york, 2003, P. 307;
19. Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, mass Communication Theory, UK & USA. 2000, p. 286;
20. Innis H, The Bias of Communication, Toronto, 1971, (1951) P. XII;
21. Meiody W. Introduction, Culture, Communication & Dependency. The Tradition of H.A. Innis(1894-1952) /ed. by W. melody, L. Salter, P.Heyer. Norwood (New Jersey), 1981, P. 7;
22. Theall D. Exploration in communications Since Innis (1894-1952) /ed. by W. melody, L. Salter, P. Heyer, Norwood (New Jersey), 1981, p. 233;
23. Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, mass communication Theory, UK, USA, 2000, P. 285;
24. මාස්ලෝ එන්. ඒ. තාක්ෂණික ව්‍යුහ : කාර්මික සමාජය පිළිබඳ විග්‍රහය: 21වන සියවස අතීතය පද්ධති විග්‍රහය: න්‍යාය සහ ව්‍යවහාරය, මොස්කව්, 1996, පිටුව 364;

25. Heba Raoub Ezzat (2004), Beyond methodological modernism Towards a multicultural Paradigm shift in the social sciences, global civil society 2004/5, Sage Pullication, London, 2005, P. 40;
26. Shaw. M. (2003) The glolal Transformation of the social seiences ch. 2 in M. Kaldor, H. Anheier & M. Glasius (eds) global civil society 2003, oxford university press, P. 37;
27. Beck, U (2003) The Analysis of global Inequality: From National to cosmopolitan Perspective; ch3 in M. Kaldor, H. Anheier & M. Glasius (eds), global civil society 2003;
28. Heba Raoub Ezzat (2004) Beyond methodological modernism towards a Multicultural Paradigm shift in the social sciences, M. Kaldor H. Anheier & M.Glasius (eds) global civil society 2004, oxford; oxford university press, P. 43;
29. මාක්ස්, එංගල්ස් කොමියුනිස්ට් පක්ෂයේ ප්‍රකාශනය, ප්‍රගති ප්‍රකාශන මන්දිරය, මොස්කව්, 1980, පිටුව 33.
30. Finkelstein S. Sense & Nonsense of McLuhan. Newyork, 1968, P. 30;



සන්නිවේදන න්‍යාය පර්යේෂණ හා ග්‍රාහකයා

චන්ද්‍රසිරි රාජපක්ෂ

ජනමාධ්‍යවල දී ග්‍රාහකත්වය පිළිබඳ අවබෝධය මුල් කාලයේ දී එතරම් උසස් මට්ටමකින් පැවතුන බවක් දක්නට නො ලැබුණි. එහෙත් එය පසු කාලයේ තරමක් දුරට වෙනස් වූ බව පෙනේ. මාධ්‍ය අන්තර්ගත කරුණු විශ්ලේෂණයේ දී සරල මතකයක සිට එය බුද්ධිමත් අභ්‍යන්තරයක් දක්වා පුළුල්ව විස්තරණය වූ බවක් දක්නට ලැබේ. පළමු අවස්ථාවේ දී විශාල ග්‍රාහක සම්බන්ධයක් පවතින මාධ්‍ය සඳහා ඇති රුචිකත්වය අනුව මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් නොමැතිවීමේ අදහස ඉදිරිපත් වී තිබේ. පැතිරුණු සංස්කෘතික දෘෂ්ටිවාදයක් පවතින පදනමක් තුළ මේ පිළිබඳ සාකච්ඡා ඇති වී තිබේ. ජනප්‍රියව පවතින විනෝදාස්වාදයන් නිතැතින්ම පහත් යැයි මෙහි දී නො සැලකේ. මේ පිළිබඳ පුළුල් බුද්ධිමය විග්‍රහයක් සිදුකොට ඇත්තේ වාමාංශික දෘෂ්ටිවාදී කණ්ඩායම් විසිනි. විශේෂයෙන්ම 1940, 1950 දශකවල දී මාක්ස්වාදී මතවාද පදනම් කොටගත් ෆ්‍රැන්ක්ෆර්ට් ශූරාකුලය (Frankfurt school) විසිනි. ඔවුන්ගේ විචරණයන්ට අනුව ජනග්‍රාහකත්වය යනු (Mass Audience) මාක්ස්වාදී මාධ්‍ය මගින් ඇති කරන සවිඥානකත්වයන් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. ප-ති අනන්‍යතාව ස්වාධීනත්වය පදනම් කොටගත් අධ්‍යයනයක් ලෙස මෙය හැඳින්වීමට පුළුවන. ජනතාවගේ අධ්‍යාපනය වින්තනය, කම්කරු ශ්‍රමය, මාධ්‍ය මගින් සිදු කරන ප්‍රචාරණය යනාදී කරුණු පදනම් කොට ගවේෂණයක් සිදුකල යුතු බව ඔවුන්ගේ අදහස වේ.

සී. රයිට් මිල්ස් (C. Wright Mills) 1950 ගණන්වල දී ඇමරිකානු සමාජය පිළිබඳ කරන ලද විග්‍රහයක දී ප්‍රකාශ කොට ඇත්තේ ඒකාධිපති මාධ්‍ය හා වෙළඳ ප්‍රචාරණ කර්මාන්ත නිසා සාමාන්‍ය මිනිසා තදබල විභවභාවයකට මුහුණ පා ඇති බවයි. එසේම මානවයාගේ මානසික අවශ්‍යතාවන් මත පදනම් වන පුද්ගල අනන්‍යතාව හා ස්වකීය සත්‍යතාව, මාධ්‍ය සතු විශේෂ බලය හේතු කොට ගෙන ඔවුන් විභවභාවයකට පත්කොට ඇති බවයි. මේවා ක්‍රමානුකූලව කෙස්සරු නො ගැනීමෙන් හා මාධ්‍ය සමඟ පෙරළා සංවාදයක් නො කිරීමෙන් ඇතිවූ අනවබෝධය මාධ්‍ය තුළින්ම ගොඩනැගී එන බවයි. මාකුසේ (Marcuse-1964) දක්වන ආකාරයට එක් එක් ප-තිවල පවතින රුචිකත්වය හඳුනාගෙන ඒවා විසඳනවා වෙනුවට ඒවා සඟවා දමා, ජනග්‍රාහක රුචිකත්වය ඒකාබද්ධ කිරීමේ හේතුව යටතේ මාධ්‍ය කටයුතු කරන බවයි. එහිදී විශේෂ අවශ්‍යතා ඇතිකරයි. පාරිභෝගික හා ග්‍රාහක අවශ්‍යතාවන් විවේචනාත්මක න්‍යායකින් අර්ථකථනය කරන්නේ නැත. මේ තුළින් ප්‍රතිලාභ ලබන්නේ පාලක ධනපති පන්තිය බව මාකුසේ ගේ විග්‍රහයේ දැක්වේ. දෙවන ලෝක යුද්ධ සමයේ ආසන්නයේ සිටි මාධ්‍ය විචාරක පරම්පරාව අරමුණු අතින් වඩාත් මහජන සේවා කෙරෙහි ලැදී ප්‍රජාතාන්ත්‍රික සෞභෞමික මුල්කොට ගත් කණ්ඩායමක් විය.

තමුත් මාධ්‍ය ග්‍රාහකත්වයේ කැමැත්ත හා අවකාශය මාධ්‍ය විසින් සපයන මෙම වින්තනය සම්බන්ධයෙන් සර්ව අසුභවාදී ආකල්පයක් දරන බව පෙනේ. ඔවුන් මෙම තත්වයෙන් මුදවා ගැනීම පිළිබඳ විශ්වාසයක් තැබිය. එය සිදුකළ හැක්කේ ධනපති ක්‍රමයේ වෙනසක් කිරීමෙන් හෝ ප්‍රතිසංස්කරණයෙන් බව පැහැදිලි කර තිබේ.

මෙහිදී තවත් ප්‍රවණතාවක් දැකගත හැකිය. එනම් සංස්කෘතික අධ්‍යයන විවේචකයන් ලෙස පෙනී සිටි බ්‍රිතාන්‍යයේ හොගාට් (Hoggart-1957) විලියම්ස් (Williams) හෝල් (Hall) සහ ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ ගිට්ලින් (Gitlin) කැරේ (Carey)නිව් කොම්බ් (New comb), යනාදී විද්වතුන් ග්‍රාහක ලක්ෂණ විග්‍රහයේ දී ඔවුන්ගේ රුචිකත්වය මුල්කර ගනිමින් වඩාත් යථාර්ථවාදී ස්වරූපයකින් අර්ථකථනය කොට ඇත. “ජන” (Mass) යන අදහස බැහැර කළ අතර පහත් සංස්කෘතිය හා ජන සංස්කෘතිය එකට ගැළපීම ප්‍රතික්ෂේප කළහ. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය උසස් යැයි සැලකූ සංස්කෘතියට වඩා වෙනස් ලක්ෂණවලින් සමන්විත වුවත් එය අග්‍රගතයේ එකක් ලෙසට නො සැලකූහ. එය අර්ථකථනය කළ හැක්කේ දේශීය ලක්ෂණ හා එයට සුවිශේෂී ලක්ෂණ පැහැදිලි කිරීමෙනි. මේ අතර වාමාංශික අදහස් දරණ විශතුන් විසින් මාධ්‍ය භාවිත කරන්නන්ට වාණිජවාදී සුරා කැමිවලට නතු වීමට ඉඩකඩ

ඇති පරිදි ජනමාධ්‍ය අන්තර්ගතය සකස් වී ඇතැයි වෝදනා කරනු ලැබේ.

ගිට්ලින් (Gitlin) වැනි අයගේ අදහස වන්නේ සන්නිවේදන පර්යේෂණවල දී ග්‍රාහකයා නැමැති සංකල්පය ක්‍රියාකාරී හා ප්‍රතිවිරෝධී දෙයක් ලෙස හැඳින්විය හැකි අතර ප්‍රගතිශීලී ලක්ෂණ වලින් යුක්ත වන බවයි. මෙවැනි ගුරුකුලයන් ප්‍රකාශ කරන්නේ මාධ්‍ය අත්දැකීම්වල භාරකරුවන් වන්නේ ග්‍රාහකයන් බවයි. මාධ්‍ය බලපෑම හා භාවිතය යන්න මෙහි දී වැදගත් වේ. ග්‍රාහකයාගේ ස්වෛරීභාවය බරපතල ලෙස බන්ධනය වීමේ සාධක හා තදබල ලෙස විවේචනය කිරීමේ ලක්ෂණ ද පහල වි තිබේ. කැනේඩියානු ජාතික බලස් ස්මිත් (Dallas Smith) දක්වන්නේ මාධ්‍ය විසින් පාරිභෝගිකයන්ගේ නිදහස කාලය පැකට් බවට පත්කොට වෙළඳ දැන්වීම් කරුවන්ට තව මාදිලියේ වෙළඳ භාණ්ඩ ලෙස විකුණන බවයි. ඒ අනුග්‍රාහකයන් ක්‍රියාකරන්නේ වෙළඳ දැන්වීම් කරුවන්ට අනුවය. රූපවාහිනී හා පුවත්පත්වල ක්‍රියා පද්ධතිය ද ආර්ථිකමය වශයෙන් සුරාකෑමට ලක්ව තිබේ. ග්‍රාහකයන්ට භාණ්ඩ සඳහා වැඩිදුර ගෙවීමට සිදුවන්නේ මාධ්‍ය වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරයෙනි. ග්‍රාහක පර්යේෂණ සඳහා භ්‍යාගාත්මක සංසිද්ධීන් ගොඩ නැගීමෙහි ලා මෙවැනි ලක්ෂණ දායකත්වයක් දරණ බව පෙනියයි. ග්‍රාහකයාට මාධ්‍ය අවයව කරන ප්‍රමාණයට වඩා මාධ්‍යයට ග්‍රාහකයන් අවයව කරන බව සමහරුන්ගේ මතයයි. මේ නිසා ග්‍රාහක පර්යේෂණ සිදුකිරීම මාධ්‍ය ග්‍රාහකත්වය පිළිබඳ සමීප පාලනයකට හා ක්‍රියා කරවීමකට උපකාර කරන බව හඳුනාගත හැකිය. වාණිජ තොරතුරු පදනම් කොට ක්‍රියාත්මක වන රූපවාහිනී ග්‍රාහක පර්යේෂණවල ඒක පාර්ශවීය ස්වරූපයක් දක්නට ලැබේ. නිදසුනක් ලෙස මාධ්‍ය පරිහරණයේ දී ඒවාට ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ දී ප්‍රමාණය (Rating) පිළිබඳ ඉදිරිපත් කරනු ලබන දත්ත විග්‍රහය දැක්විය හැකිය. මෙය වෙළඳ ප්‍රචාරණ හා මාධ්‍ය ජාල පරිහරණය පිළිබඳ සම්මත පර්යේෂණ රටාවකි. ඇන්ග් (Ang-1991) දක්වන ආකාරයට රූපවාහිනීය හුරුවීම මගින් ජනතාව යම් යම් සංස්කෘතික ලක්ෂණවලට හුරු කෙරේ. ගණනය කිරීමේ කතිකාව මගින් (Rating Discourse) රූපවාහිනී ග්‍රාහකත්වය තනි වාස්තවික හැඩයකට සකස්කිරීමේ හැකියාවක් තිබේ. ඒ තුළින් ග්‍රාහකයාට ප්‍රමුඛ පෙළේ ජනමාධ්‍යයන් හදුන්වා දෙමින් යම් බලපෑමක් සිදුකිරීමට උත්සාහ දරයි. විවේචනාත්මක සිද්ධාන්තයන් ප්‍රයෝජනයට ගෙන මාධ්‍ය බලය නිසා ග්‍රාහකයා රදවා තබා ගැනීමට ප්‍රයත්නයක් දරයි. ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයන් තුළ ග්‍රාහකයාට විශේෂ තැනක් හිමි වෙයි. වර්තමානයේ ග්‍රාහකයා පිළිබඳ විවරණයේදී ඩිෆ්ලෙවර් ගේ (Defleur) අදහස් ප්‍රයෝජනයට ගෙන විවරණය කරන බව පෙනේ. ගාබ්නර් (Gerbner) වැනි විද්‍යාඥයන් විසින් රූපවාහිනී

මාධ්‍ය සතු අසීමිත බලතල ගැන පැහැදිලි කොට තිබේ. ග්‍රාහකයා පිළිබඳ විවේචනාත්මක මතවාදයන් ද එහි ඇතුළත් වෙයි. විවේචනාත්මක මතවාද තුළ සංස්කෘතික අනුභවද, ආචාර විද්‍යාත්මක පසුබිම, සමාජ විග්‍රහය, දෘෂ්ටිවාද යනාදිය සහ සංස්කෘතික සම්බන්ධතාවන්ගේ ලක්ෂණ සහිතව විවරණය කොට තිබේ.

ග්‍රාහක පර්යේෂණවල ඉලක්කයන් ග්‍රාහකත්වය පිළිබඳ අදහස නිරතුරුවම තරකකාරී ස්වරූපයකින් යුක්ත වන්නකි. ග්‍රාහකයා දිනාගැනීම සඳහා මෙන්ම හඳුනා ගැනීම සඳහා ද විශේෂ වෙහෙසක් දරන්නේ එබැවිනි. ග්‍රාහක පර්යේෂණ නිරන්තර වෙතක් වෙමින් විවිධාකාරව ක්‍රියාත්මක වේ. වෙනත් පර්යේෂණවලට අදාළ පොදු ලක්ෂණ සහ ගතිකයන් මෙම පර්යේෂණවලට ද අදාළය. සමාජ ලක්ෂණයන් හඳුනා ගැනීම, ඒවා සකස් කිරීම, අභ්‍යන්තරව හඳුනා ගැනීම, නියමිත හැඩයක් නොමැතිකම, යනාදී කරුණු ගණනාවක්ම හඳුනා ගත හැකිය. මෙහි දී ග්‍රාහක පර්යේෂණ ඉලක්කයන් ලෙස

01. අලෙවිය සඳහා අවයව ගිණුම් සකසා ගැනීම.
02. වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ අභිප්‍රාය සඳහා අවයව යථාර්ථවත් ගණනාවන් මැන බැලීම.
03. ග්‍රාහක රූපිකත්ව වර්ගවත් හඳුනාගැනීම සහ හැසිර වීම.
04. ග්‍රාහක වෙළඳපළ අවස්ථා සොයා බැලීම.
05. නිෂ්පාදනයන් තක්සේරු කිරීම සහ සන්නිවේදන සාර්ථකත්වයන් වැඩිදියුණු කිරීම.
06. ග්‍රාහකයන්ගේ වගකීම් හඳුනාගැනීම.
07. විවිධ අයුරින් මාධ්‍ය කාර්ය සාධනයන් ඇගයීම යනාදිය හඳුනා ගත හැකිය.

ගුවන්විදුලි පර්යේෂණ ආයතන මගින් ග්‍රාහකයින් පිළිබඳ පර්යේෂණ නිතර සිදු කරනු ලැබේ. ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ මෑත කාලයේ සංවර්ධන සන්නිවේදන කටයුතු සහ මහජන සේවා ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ පර්යේෂණ ගණනාවක් සිදුවිය. පුවත්පත් ආයතන මගින් ද ප්‍රවෘත්ති එක්රැස් කිරීම, පාඨක රූපිකත්වය විමර්ශනය කිරීම, විශ්ලිකනයත්වය දිනාගැනීම සඳහා අඛණ්ඩව පර්යේෂණ කල හැකිය.

ග්‍රාහක පර්යේෂණ යනු හුදෙක් ග්‍රාහකත්වය පිළිබඳ අධ්‍යයනයක් සිදු කරන්නක් පමණක් නොවේ. විවිධ පර්යේෂණ කාර්යයන් එහිදී හඳුනාගත හැකිය. ග්‍රාහකයා පාලනය කරන බලවේගවල සිට තම ග්‍රාහකයාගේ ස්වාධීනත්වය

දක්වා කටයුතු කරන අංශ ගැන අවධානයක් යොමු කළ හැකිය. ග්‍රාහක පර්යේෂණවල අවසාන ප්‍රතිඵලයන් ප්‍රයෝජනයට ගැනීම ඉතාමත් වැදගත්ය. නිෂ්පාදන ක්ෂේත්‍රය සඳහා ද අවශ්‍ය වන්නේ එම කරුණුය. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලීන් සඳහා ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබන කරුණු වඩාත් ශාස්ත්‍රීය මට්ටමකින් නො පවතී. එම නිසා මෙම පර්යේෂණ වලදී වඩද අසමබරතාවකින් තොරව ග්‍රාහක පර්යාලෝකය පුළුල් වන අන්දමින් සිදුකිරීම අවශ්‍ය වේ.

ග්‍රාහක ලෝකය පුළුල්ව හැදෑරීමෙන් මහජනතාව පිළිබඳ හව මතයන් සහ ඔවුන්ගේ හව අදහස් යෝජනාදිය තුළින් මාධ්‍ය වැඩසටහන් සහ ඒවායින් සිදුකල හැකි බලපෑම ප්‍රබල වනු ඇත.

පර්යේෂණ විකල්ප සම්ප්‍රදායන්

ජේන්සන් රොසන්ග්‍රන් (Jensen and Rosengren) දක්වන ආකාරයට ග්‍රාහක පර්යේෂණ ක්‍රම කිහිපයක් යටතේ විග්‍රහ කළ හැකිය.

- 01. බලපෑම් ග්‍රාහක පර්යේෂණ (Effects)
- 02. භාවිතාවන් හා පිනවීමේ පර්යේෂණ (User and Gratification)
- 03. සාක්ෂරතා විචාරමය ග්‍රාහක පර්යේෂණ (Literacy Criticism)
- 04. සංස්කෘතික අධ්‍යයන ග්‍රාහක පර්යේෂණ (Cultural Studies)
- 05. පිළිගැනීමේ විශ්ලේෂණ ග්‍රාහක පර්යේෂණ (Reception Analysis)

මෙවැනි කරුණු කිහිපයක් ඔස්සේ ග්‍රාහක පර්යේෂණ විමර්ශනය කිරීමේ හැකියාවක් පවතී. වර්තමානයේ ග්‍රාහක පර්යේෂණවල දක්නට ලැබෙන්නේ ආර්ථිකමය ප්‍රතිලාභ අනුව සකස් කිරීමේ ලක්ෂණය.

- 01. ආකෘතිමය වශයෙන්
- 02. වර්ගමය වශයෙන්
- 03. සමාජ සංස්කෘතික වශයෙන්

පර්යේෂණ වර්ගීකරණයක් ඇත.

ඉහත සඳහන් කරන ලද පර්යේෂණවල දී වඩාත් ගැඹුරු අධ්‍යයනයක් කලහැකි වන්නේ සාක්ෂරතා විචාරමය පර්යේෂණ සතු සංස්කෘතික අධ්‍යයන පර්යේෂණ වලදීය.

ග්‍රාහකත්වය මැනීමේ ආකෘතිමය සම්ප්‍රදාය

මාධ්‍ය කර්මාන්තයක් ලෙස පවත්වාගෙන යාමේදී මුල් කාලයේදී සරල වර්ගයේ පර්යේෂණ සඳහා වැඩි අවධානයක් යොමුව තිබේ. මාධ්‍ය පිළිබඳව නො දන්නා කරුණු නිවැරදිව තක්සේරු කිරීමේ අවශ්‍යතාව මෙයට මුල් වී තිබේ. ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ග්‍රාහක ව්‍යාප්තිය එහි වැඩසටහන්වල ස්වරූපය යනාදියත් මුදුන මාධ්‍යවල ව්‍යාප්තිය හා එහි බලපෑම යනාදියත් සැලකිල්ලට ගත් කරුණුය. මෙබඳු දත්ත තුළින් වෙළඳ දැන්වීම් පල කිරීම සහ ඒවාට ලබාදෙන ප්‍රචාරය ඒවාට අයකලඥතු මිල මුදල් යනාදිය පිළිබඳව ද සොයා බැලීමක් සිදුවිය. ග්‍රාහක ලෝකයේ ප්‍රමාණය මෙන්ම ඔවුන්ගේ සමාජ සැකැස්ම හඳුනාගැනීම ද වැදගත්ය. වෙළඳපළ සම්බන්ධ ප්‍රචාරණ කටයුතුවල ද, භාණ්ඩ නිෂ්පාදන හා අලෙවිය පිළිබඳව ද කිසියම් ප්‍රබෝධයක් ඇති වෙයි. (Weibull-1985) මාධ්‍ය වෙළඳ පළ තුළ චාරණයක් සිදු කිරීමට ග්‍රාහකයාට ඉඩක් නො ලැබේ. ආකෘතියක් ගොඩනගා ගැනීමට ද සිදුවෙයි. අන්තර්ගත කරුණු අනුව ද එය ගොඩ නගා ගත හැකිය. ග්‍රාවක, පාඨක, ප්‍රේක්ෂක, කණ්ඩායම් වෙත වෙතම ගෙන ද මෙය විමසා බැලිය හැකිය.

මාධ්‍ය තුළ භාවිත වර්ගවත් සම්බන්ධ අදාළ සමාජ පසුබිමේ ඇති ගති ලක්ෂණ අනුව මෙය සිදු වෙයි. මහජනයාට වඩාත් විශ්වාසදායී ලෙස කටයුතු කිරීම මෙන්ම එය මැන බැලීම ද ග්‍රාහක සම්පූර්ණ වලදී සිදුවිය යුක්තකි.

වර්ගමය සම්ප්‍රදායන්

මුල් කාලීන ජනසන්නිවේදන පර්යේෂණවල මාධ්‍ය සමබරව සිදුකරන බලපෑම කෙරෙහි අවධානය යොමු විය. විශේෂයෙන්ම ළමා පරපුර හා තරුණ පරපුර කෙරෙහි හිතකර මෙන්ම අහිතකර ලෙස බලපාන ආකාරය සහ මාධ්‍ය යකෂතාවන් යනාදිය ප්‍රමුඛත්වයක් ගන්නා ලදී. ග්‍රාහක කණ්ඩායම විචරණයට භාජනය වූයේ බලපෑම, හසුවීම සහ ඒවා තුළ ඔවුන්ගේ ඇති කිරීමේ ලක්ෂණ පදනම් කොට ගෙනය. මෙය පෙළඹවීමක් අධ්‍යයනයක් හෝ වර්ගමය ස්භාවයක් විය හැකිය. වර්ගමය සම්ප්‍රදාය තුළ බලපෑම් ආකෘතිය ඒකමාථික ක්‍රියාවකි. ඒ මගින් ග්‍රාහකයා සතු විද්‍යුත් භෞතික ලක්ෂණ හෝ උත්තේජනයට හසුකරන ආකාරය විමර්ශනය කෙරිණි. මෙහිදී අන්තර්ගතය, නැලකාව, පිළිගැනීම, යනාදියට වඩා හොඳ සන්නිවේදනයක් කිරීමට භාවිත කරන්නේ කෙසේද? යන්න සොයා බැලිය. මෙයට හේතුව අහිතකර ලක්ෂණවලට පොළඹවන

බලපෑම් ද සිදුවන බැවිනි. නිදසුනක් ලෙස පුවත්බන්වයට සම්බන්ධ සිදුවීම හා ඒ ආශ්‍රිත සංසිද්ධීන් මඟින් ග්‍රාහකයාට සිදුවන බලපෑම ගැන අධ්‍යයනයක් සිදුවිය හැකිය. විවිධ මූල්‍ය ආයතන සහ සමාගම්වලින් ද තරුණයන්ට රූපවාහිනියෙන් සිදුවන බලපෑම් පිළිබඳ අධ්‍යයනය කොට තිබේ. ලැසාර්ෆෙල්ඩ් (Lazarsfeld), බෙරල්සන් (Berelson) ආරම්භ කල මැතිවරණ සම්බන්ධ පර්යේෂණ ද මෙහි දී වැදගත්ය. ජන්දය දැමීමේ දී බලපාන ග්‍රාහක වර්ග රටා ගැන මොවුන් සහ ගොවීඩී (Gaud) කරන ලද ගාස්ත්‍රීය පර්යේෂණ නිදසුනක් ලෙස ගත හැකිය.

තවත් වර්ගයක පර්යේෂණවලට මුල්වන කොටසක් වන්නේ සෘජු බලපෑම් ආකෘතියට හසුවන කණ්ඩායම්ය. මෙයින් අදහස් වන්නේ ග්‍රාහකයන් මාධ්‍යවල අක්‍රීය ගොදුරක් වනවාට වඩා සක්‍රීයව මාධ්‍ය අත්දැකීම් සහිතව ක්‍රියාකාරී මාධ්‍ය පාරිභෝගික පිරිසක් බවට පත්වී පර්යේෂණවලට හසුවන බවයි. පර්යේෂණවල මූලික කේන්ද්‍රය වන්නේ එහි ප්‍රභවය, පැවැත්ම, ස්වභාවය, අන්තර්ගතය මාධ්‍ය විචරණ යනාදිය සඳහා දක්වන ක්‍රියාකාරී ප්‍රමාණයටය. ග්‍රාහකයන්ට තමන්ගේම වර්ගවන්ට අනුගතව අර්ථකථන ලබාදීමට අවස්ථාවක් තිබේ. මෙවැනි පර්යේෂණ සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක ආකෘතියකින් යුක්තව සිදුකරනු ලබයි. ගුවන්විදුලි ග්‍රාහකත්වය, මාධ්‍ය පුවත්බන්වය, ළමා පරපුරට කරනු ලබන බලපෑම යනාදී පර්යේෂණ මෙයට අයත්ය. මෙම පර්යේෂණ සම්ප්‍රදාය යටතේ මාධ්‍ය තෝරාගැනීමේ ගාමක බලයන් හා මාධ්‍ය භාවිතය සහ ඒ තුළින් ලබන විනෝදාත්මක ලක්ෂණ යනාදී ක්ෂේත්‍ර ඇතුළත් උප පර්යේෂණ කොට්ඨාස ගොඩනැගී තිබේ. වර්ගාමය සම්ප්‍රදාය තුළ මාධ්‍ය මඟින් ක්‍රියාකරන සමාජ සම්බන්ධතාව පවත්වාගෙන යාම, සහජීවනය, කාන්තිය, ආතතිය මගහැරීම වැනි සමාජ කෘතියන් ද තදින්ම අවධානයට ලක්ව තිබේ.

සමාජ සංස්කෘතික සම්ප්‍රදාය

සංස්කෘතික සමාජ අධ්‍යයන සම්ප්‍රදාය සමාජීය විද්‍යාවන් හා මානව ශාස්ත්‍ර විද්‍යාවන් අතර කැපී පෙනෙයි. මුල් කාලීන සාහිත්‍ය අධ්‍යයනයට වඩා මෙය ජනප්‍රිය සංස්කෘතික අධ්‍යයන විෂය ධාරාවක් වශයෙන් හඳුනා ගත හැකිය. එහිදී මාධ්‍ය භාවිතාව විග්‍රහකරන්නේ යම් විශේෂ සංස්කෘතික සංදර්භයක පරාවර්තනයක් ලෙස මෙන්ම අත්දැකීම් වලට යම් අරුතක් සපයන ක්‍රියාදාමයක් ලෙසය. මෙම පර්යේෂණ ගුරු කුලය බලපෑම් සම්බන්ධ උත්තේජන හා ප්‍රතිචාර ආකෘතිය මෙන්ම වඩා බලවත් කෘතියක් හෝ සංදේශයක් තිබිය හැකිය යන උභය මතයම නිෂ්ප්‍රභා කරයි. සංදේශ විවිධ සමාජ සංස්කෘතික කණ්ඩායම්වලට,

බලපෑම් ද සිදුවන බැවිනි. නිදසුනක් ලෙස පුවත්බන්වයට සම්බන්ධ සිදුවීම හා ඒ ආශ්‍රිත සංසිද්ධීන් මඟින් ග්‍රාහකයාට සිදුවන බලපෑම ගැන අධ්‍යයනයක් සිදුවිය හැකිය. විවිධ මූල්‍ය ආයතන සහ සමාගම්වලින් ද තරුණයන්ට රූපවාහිනියෙන් සිදුවන බලපෑම් පිළිබඳ අධ්‍යයනය කොට තිබේ. ලැසාර්ෆෙල්ඩ් (Lazarsfeld), බෙරල්සන් (Berelson) ආරම්භ කල මැතිවරණ සම්බන්ධ පර්යේෂණ ද මෙහි දී වැදගත්ය. ජන්දය දැමීමේ දී බලපාන ග්‍රාහක වර්ග රටා ගැන මොවුන් සහ ගොවීඩී (Gaud) කරන ලද ගාස්ත්‍රීය පර්යේෂණ නිදසුනක් ලෙස ගත හැකිය.

තවත් වර්ගයක පර්යේෂණවලට මුල්වන කොටසක් වන්නේ සෘජු බලපෑම් ආකෘතියට හසුවන කණ්ඩායම්ය. මෙයින් අදහස් වන්නේ ග්‍රාහකයන් මාධ්‍යවල අක්‍රීය ගොදුරක් වනවාට වඩා සක්‍රීයව මාධ්‍ය අත්දැකීම් සහිතව ක්‍රියාකාරී මාධ්‍ය පාරිභෝගික පිරිසක් බවට පත්වී පර්යේෂණවලට හසුවන බවයි. පර්යේෂණවල මූලික කේන්ද්‍රය වන්නේ එහි ප්‍රභවය, පැවැත්ම, ස්වභාවය, අන්තර්ගතය මාධ්‍ය විචරණ යනාදිය සඳහා දක්වන ක්‍රියාකාරී ප්‍රමාණයටය. ග්‍රාහකයන්ට තමන්ගේම වර්ගවන්ට අනුගතව අර්ථකථන ලබාදීමට අවස්ථාවක් තිබේ. මෙවැනි පර්යේෂණ සමාජ මනෝවිද්‍යාත්මක ආකෘතියකින් යුක්තව සිදුකරනු ලබයි. ගුවන්විදුලි ග්‍රාහකත්වය, මාධ්‍ය පුවත්බන්වය, ළමා පරපුරට කරනු ලබන බලපෑම යනාදී පර්යේෂණ මෙයට අයත්ය. මෙම පර්යේෂණ සම්ප්‍රදාය යටතේ මාධ්‍ය තෝරාගැනීමේ ගාමක බලයන් හා මාධ්‍ය භාවිතය සහ ඒ තුළින් ලබන විනෝදාත්මක ලක්ෂණ යනාදී ක්ෂේත්‍ර ඇතුළත් උප පර්යේෂණ කොට්ඨාස ගොඩනැගී තිබේ. වර්ගාමය සම්ප්‍රදාය තුළ මාධ්‍ය මඟින් ක්‍රියාකරන සමාජ සම්බන්ධතාව පවත්වාගෙන යාම, සහජීවනය, කාන්තිය, ආතතිය මගහැරීම වැනි සමාජ කෘතියන් ද තදින්ම අවධානයට ලක්ව තිබේ.

සමාජ සංස්කෘතික සම්ප්‍රදාය

සංස්කෘතික සමාජ අධ්‍යයන සම්ප්‍රදාය සමාජීය විද්‍යාවන් හා මානව ශාස්ත්‍ර විද්‍යාවන් අතර කැපී පෙනෙයි. මුල් කාලීන සාහිත්‍ය අධ්‍යයනයට වඩා මෙය ජනප්‍රිය සංස්කෘතික අධ්‍යයන විෂය ධාරාවක් වශයෙන් හඳුනා ගත හැකිය. එහිදී මාධ්‍ය භාවිතාව විග්‍රහකරන්නේ යම් විශේෂ සංස්කෘතික සංදර්භයක පරාවර්තනයක් ලෙස මෙන්ම අත්දැකීම් වලට යම් අරුතක් සපයන ක්‍රියාදාමයක් ලෙසය. මෙම පර්යේෂණ ගුරු කුලය බලපෑම් සම්බන්ධ උත්තේජන හා ප්‍රතිචාර ආකෘතිය මෙන්ම වඩා බලවත් කෘතියක් හෝ සංදේශයක් තිබිය හැකිය යන උභය මතයම නිෂ්ප්‍රභා කරයි. සංදේශ විවිධ සමාජ සංස්කෘතික කණ්ඩායම්වලට,

❖ අන්තර්ගත පිළිගැනීමේ විධිය හා සාමූහික සංදර්භය සැලකිල්ලට ගත් විට ඒ තුළ භාවිත කරන ක්‍රම වඩා ගුණාත්මක, ගැඹුරු, මානව වංශ විස්තරාත්මක බවක් තිබිය හැකිය.

මෙම පර්යේෂණ සම්ප්‍රදාය ආකෘතික හා වර්ගාමය ප්‍රවේශවලට යම් පොදු බවක් දක්වන බව පැහැදිලිය. ග්‍රාහකත්වයේ ක්‍රියාවලිය වන පාලනය, හා ක්‍රියාකරවීම සඳහා වානිජ්‍ය හා ආයතනික දැනුම නිෂ්පාදනය කිරීමට ආයතනික දැක්ම පදනමින් සැකසූ ප්‍රධාන ප්‍රවාහයේ ග්‍රාහක පර්යේෂණ ගැන ඇන්ග් (Ang-1991) විග්‍රහ කොට ඇත. ඇය තර්ක කරන ආකාරයට මාධ්‍ය ආයතනවලට ඔවුන්ගේ ග්‍රාහකයන් පිළිබඳව දැනගැනීමට අවශ්‍යතාවක් නැත. එකම දෙය නම් තාක්ෂණික උපකරණ භාවිතයෙන් ඔවුන්ගේ පාරිභෝගිකයන් සතුටු කිරීම සඳහා කෙරෙන සම්පූර්ණ වලින් නියම ග්‍රාහකත්වය හදුනාගත හෝ හැකිය. වර්ගාමය හා මනෝ විද්‍යාත්මක ප්‍රවේශ මගින් ග්‍රාහකත්වය පිළිබඳ තරමක සමීප බවකින් හා සංස්කෘතික දැකීමකින් යුතුව පර්යේෂණ පැවැත්වීමෙන් ග්‍රාහකයාගේ ලෝකය පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගතහැකිය.

මූලාශ්‍ර

- 01. Mequial Denis (1997) Audience analysis : Sage Publication Ltd.6 Bonhill Street, London, EC2A 4UP;
- 02. Marcus. It, (1964) One Dimensional man, London, Routledye & Kegan Paul;
- 03. Hoggart.R, (1957) The.mess of Literacy, London: Chatto & Windus;
- 04. Ang.I, (1991) Desperately Seeking the audience, London: Routledge & Kega Paul;
- 05. Weibull.L (1985) structural factors in gratification research .In. K.E Rosengeren. P.Palmgreen, & L.wenner (Eds) Media gratification research current perspectives, Sage publications;
- 06. Lindon of .T. (1988) Media audience as interpretive communities .In. J. Anderson (Ed). Communication yearbnlell Newbury Parl.CA: Sage publications.



සමකාලීන ජනමාධ්‍ය විචාරය සඳහා මනෝවිශ්ලේෂණවාදී ප්‍රවේශය

මනෝජ් ප්‍රසන්න රත්නායක

ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනය සඳහා මනෝ විශ්ලේෂණ ක්‍රමවේදය භාවිත කළ හැකි ද යන්න මතභේදයට තුඩුදී තිබෙන කරුණකි. මේ ප්‍රශ්නය වඩාත් ප්‍රබල ලෙස සාකච්ඡාවට බඳුන්ව පවතින්නේ ජනමාධ්‍යවේදය හා මනෝ විශ්ලේෂණය සුක්ෂම තලයෙහි ලා අධ්‍යයනය කරන සංවර්ධිත රටවල බව සැබැවකි. එහෙත් අර්ධ පශ්චාත් නූතන සංස්කෘතියකට නිමිකම් කියන ශ්‍රී ලංකාව වැනි රටක ද මෙම ගැටලුව යම් පමණකට මතු ව තිබේ. පසුගිය කාල සීමාව තුළ මෙම විෂයන් එකිනෙක හා සංයෝජනය වන ආකාරය ගැන විශාල උනන්දුවක් ඇති වූයේ සාහිත්‍ය විචාරය මාතෘකා කොට ගෙනය. පළමුව මතු වූයේ සාහිත්‍ය විචාරය සඳහා මනෝ විශ්ලේෂණය යොදාගත හැකි ද යන පැනයයි. ජනමාධ්‍ය විශ්ලේෂණය සඳහා මනෝ විශ්ලේෂණය යොදාගත හැකි ද යන ගැටලුව වර්ධනය වූයේ මෙම සංකටනයෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙසටය.

මනෝ විශ්ලේෂණයෙහි හා ජනමාධ්‍යවේදයෙහි අන්තර් සම්බන්ධතාව හඳුනා ගැනීමට ප්‍රවේශයක් ලෙස එම විෂයයන් කේවලව හඳුනා ගැනීම අවශ්‍යවේ.

ජනමාධ්‍යවේදය යන යෙදුම සැකසී ඇත්තේ, ජන + මාධ්‍ය + වේදය යන සංකල්ප ත්‍රිත්වයේ සුසංයෝගයෙනි. “ජන” යනු සමාජයේ විවිධ ස්ථරවල

පිටත්වන විවිධ ජන කණ්ඩායම්වල සංයෝජනයකි. මෙහි දී එහි ප්‍රමාණාත්මක ලක්ෂණ පමණක් නොව ගුණාත්මක ලක්ෂණ ද අභියෝගී වැදගත් වේ. "මාධ්‍ය" යනු ජනමාධ්‍යවේදීන් විසින් සම්පාදිත සියලුම නිර්මාණ ග්‍රාහකයා වෙත සම්ප්‍රේෂණය සඳහා භාවිත වන සියලුම තොරතුරු නාලිකාය. "වේදය" යනු දැනුමයි. මෙහි දී දැනුම ගොඩ නැගෙන්නේ තොරතුරු මුලාශ්‍ර කරගෙනය. මේ අනුව සාමාජික දේශපාලනික ප්‍රජාවක් වශයෙන් පොදුජන (ග්‍රාහක) තොරතුරු ක්‍රියාකාරීත්වය විද්‍යාත්මකව හැදෑරීම ජනමාධ්‍යවේදයේ කේන්ද්‍රීය අරමුණයි.¹

මනෝ විශ්ලේෂණය යනු එක් අතකින් මනෝ විද්‍යාත්මක ප්‍රතිකාර ක්‍රමයකි. එලෙසම එය පුද්ගලයෙකුගේ පෞරුෂය විශ්ලේෂණය කළ හැකි ක්‍රමවේදයක් ද වේ. පුද්ගලයෙකුගේ id (ඉඩ්) ego (අහම) හා super ego (අධි අහම) ගැන මෙහි දී අවධානය යොමු කෙරේ. මනෝ විශ්ලේෂණය මානසික රෝග සඳහා ප්‍රතිකාර ක්‍රමයක් ලෙස හඳුන්වා දෙනු ලැබුවේ සීර්ගිමත් මනෝ විද්‍යාඥ සිග්මන්ඩ් ප්‍රොයිඩ් විසිනි. ඔහුට අමතරව ජැක් ලැකාන් (Jacques Lacan) කාල් යුන්ග් (Carl young) එරික් එරික්සන් (Erich Erikson) එරික් ෆ්‍රොම් (Erich Fromm) වැනි මනෝ විද්‍යාඥයෝ ද මේ ක්ෂේත්‍රය වර්ධනයෙහි ලා ප්‍රබල මෙහෙයක් ඉටු කළහ.

මනෝ විශ්ලේෂණය ප්‍රතිකාර ක්‍රමයක් වනවාට අමතරව කිසියම් පද්ධතියක් විශ්ලේෂණය කළ හැකි ක්‍රමවේදයක් ලෙස ද භාවිත කෙරේ. නිදසුනක් ලෙස විග්‍රහපට, නවකටා, කෙටිකටා, කවි මනෝ විශ්ලේෂණය මගින් විචාරයට බඳුන් කළ හැකි බව බ්‍රිටැනිකා විශ්ව කෝෂය සඳහන් කරයි.² ඒ අනුව සාමාජික විද්‍යා විෂයක් වන ජනමාධ්‍යවේදය සඳහා මනෝ විශ්ලේෂණය භාවිත කළ හැකි වේ.

සජීවී පුද්ගලයකුගේ පෞරුෂය විශ්ලේෂණය සඳහා යොදාගත හැකි ක්‍රමවේදයක් බැඳු බැල්මටම ජනමාධ්‍යවේදය සඳහා භාවිත කළ හැකි ද යන ගැටලුව ඔබ තුළ මතු වීමට ඉඩ ඇත. එහෙත් ආකෘතික වශයෙන් ගත් කළ ජනමාධ්‍යවේදයට අයත් දේ පෞරු ප්‍රජාවක් සේ ක්‍රියාකරන බව ඊවඩ් පැට්‍රික් විද්‍රිතාගේ අදහසයි.³ ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය යනු ගුණ කලාපයක් නොවේ. එහි නිරතුරු අන්තර්ක්‍රියා සිදුවෙමින් පවතී. මාධ්‍යවේදීන්, මාධ්‍ය අයිතිකරුවන්, ප්‍රේක්ෂකයන්, රසිකයන් අතර නිරතුරු ප්‍රතික්‍රියා ඇතිවේ. මාධ්‍ය නිර්මාණවල අන්තර්ගතය විශ්ලේෂණයට මාධ්‍යවේදීන්ගේ, මාධ්‍ය අයිතිකරුවන්ගේ මෙන්ම ඇතැම්විට ග්‍රාහකයන්ගේ ද මනෝභාවය ගැන අවබෝධයක් තිබීම වැදගත්ය.

ජනමාධ්‍ය යනු වගකීමක් හා සේවාවක් ලෙස සලකන ලද අභිතයේ දී මෙන් නොව එය වෙළඳාමක් ලෙස සැලකෙන වර්තමානයේ දී මේ මනෝ විශ්ලේෂණය ඉතා වැදගත්ය. අද මාධ්‍ය අයිතිකරුවන් මාධ්‍යවේදීන්ට (හෝ ඇතැම් විට මාධ්‍ය ආයතන පරිපාලකයන්ට) දැනුම් දෙන්නේ මාධ්‍ය අලෙවි කොට ඉහළම ලාභයක් ලබා දෙන ලෙසයි. මාධ්‍ය අලෙවිය යනු වැඩි පත්තර ගණනක් විකිණීම හෝ තම ගුවන් කලාපයට වැඩි ග්‍රාහකයන් ප්‍රමාණයක් ග්‍රහණය කර ගැනීම නොවේ. තම මාධ්‍ය සේවාවේ සංකේත වටිනාකම ඉහළ දමා ගැනීම අද මාධ්‍ය ජාල නිමිකරුවන්ගේ ලෝකුම අභිලාෂයයි.

අද මාධ්‍ය අලෙවිය යනු මිට දැක කිපයකට පෙර මාධ්‍ය සඳහා ලබා දුන් අර්ථකථන පවා උඩු යටිකුරු කරවන තරමේ අමුතූම ක්‍රියාදාමයකි. බටහිර ජනප්‍රිය මාධ්‍ය සංස්කෘතියකට අයත් සුපර් ස්ටාර්ස්, ටෝක් ෂෝ (Talk-show) ආදී දර්ශන ව්‍යාපාර සමාජ සංස්කෘතික සන්දර්භය පිළිබඳ හෝ සලකමින් හුදු වාණිජ අපේක්ෂා ඉටුකර ගැනීමට ක්‍රියා කරන මාධ්‍ය වර්තමානය තුළ දක්නට ලැබේ. ඒ තුළින් ව්‍යාජ විග්‍රහයක් නිර්මාණය කරමින් සදාචාරාත්මක පරිනානි ගමනකට සමාජය මෙහෙයවන ප්‍රධාන බලවේග බවට පත්ව තිබේ.

එංගලන්තයේ භාවිත ඉංග්‍රීසියෙහි admass කියා පදයක් ඇත. මේ පදය තිබෙන්නේ Advertisement යන්නෙහි හැකිළීම වන ad යන්නත් මහජනයා යන අර්ථය ඇති mass යන්නත් සමාස කිරීමෙනි. මෙහි අර්ථය වන්නේ දැන්වීම්වලට හා ඒවායින් සන්නිවේදනය වන සංකල්පවලට ගොදුරුවන ජනයා හෙවත් "දැන්වීම් ගැන්මෝ" යන්නය. මේ ජනයා රාජ්‍යවාහිනි පුවත්පත් ටේබියෝ ආදියෙහි දැන්වීම්වලින් වසන වෙති. එවිට ඔවුහු කෙසේ හෝ එම කාණ්ඩ ලබා ගැනීමේ අවශ්‍යතාවය නැමැති මනෝ ව්‍යාධියෙන් පෙළෙති. එංගලන්තයේ (හෝ වෙනත් රටක) නම් මේ රෝගයට ගොදුරු වන්නේ ජනගහනයෙන් ඉතා සීමිත ප්‍රතිගතයක් පමණි. එහෙත් මහාචාර්ය සුවර්ත ගම්ලත්ට අනුව ලංකාවේ මුළු මහත් ජනගහනයම මේ මනෝ ව්‍යාධියට ගොදුරු වී සිටියි.⁴

ගම්ලත් පවසන දෙයට මුළුමනින්ම එකඟ විය නො හැකි වුවත් ලංකාවේ ජනගහනයේ සැලකිය යුතු ප්‍රතිගතයක් මේ admass මනෝව්‍යාධියට ගොදුරු වී සිටින බව පිළිගැනීමට සිදුවේ. සිරස සුපර් ස්ටාර්ස් තරඟය මීට කදිම නිදසුනකි. මේ තරඟය නිසා පොදු ජනතාව තුළ ඇති වූ මානසික හා වර්ධාත්මක ස්වරූප වෙනමම සාකච්ඡා කළ යුතු තරමේ ප්‍රබල සංසිද්ධියකි. මේ තරඟය නැරඹීමේ උනන්දුව නිසා ඇතැම් කතුන්ගේ ඇකයෙන් දැරුවත් පවා වැටී ඇත. එය අපට සිහි ගන්වන්නේ ගුත්තිල මුසිල වෙත වැයුම් තරඟයයි.

සාමාන්‍ය රසික රසිකාවියන් පමණක් නොව සාමාන්‍ය ජනතාවට වඩා ඉහළ වින්දන තලයක පසුවනවා යැයි කියන සරසවි ශිෂ්‍යවන් ද සිරස සුපර් ස්ටාර්ස් නිසා වර්ගාත්මක වෙනස් කම් ඇතිවූ සේයකි. කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලයට ගිය මේ ගායකයන්ගේ රෝමඤ්ඤ පවා එහි මානවිකාවන් විසින් ගලවා ගනු ලැබූ බව වාර්තා වේ.⁵ මෙවැනි ආතුරවීමකට එකම හේතුව මේ සුපිරි තරුවල හැකියාව පමණක් නොවේ. මාධ්‍ය විසින් ලබා දෙන ලද අසීමිත ප්‍රචාරය මීට මූලික හේතුවයි. එනිසා මෙවැනි සිද්ධියක් (සරසවි ශිෂ්‍යවන් තරුණ ගායකයන් රෝමඤ්ඤ ගලවා ගැනීම වැනි) විස්තර කළ හැකි වන්නේ මනෝ විද්‍යාව ඇසුරෙනි. එහි දී එම ශිෂ්‍යවන්ගේ ප්‍රතික්‍රියාව මෙන්ම ජනමාධ්‍යයේ ක්‍රියාව ද මනෝ විශ්ලේෂණයට භාජනය කළ යුතු වේ. යම් විෂයක් ගැන ක්‍රමික දැනුමක් නො ලැබූ පුළුල් අභ්‍යසයක් නො කළ අයකුට ඉහළ තලයකට ගෙන ඒමේ බලය පවා මාධ්‍ය සතු බව මේ සිද්ධියෙන් ස්ථිර වේ.

මෙය මාධ්‍ය සතු එක්තරා සුවිශේෂ බල විශේෂයක් (Special force) ලෙස හඳුනාගත හැකිය. සමාජයක පවතින බලය මාධ්‍ය වෙත විස්ථාපනය වීම නැත ද අපගේ අවධානය යොමු විය යුතුවේ. ජනමාධ්‍ය වෙත බලය විස්ථාපනය වීම පශ්චාත් නූතන සමාජයක අනන්‍ය ලක්ෂණයකි. අපගේ අර්ධ පශ්චාත් නූතන සමාජයෙහි මේ බල විස්ථාපනය පූර්ණ එකක් නොවේ. එය ද අර්ධ වශයෙන් සිදුවන්නකි.

ප්‍රධාන බල වර්ග සිපයක් සමාජයෙහි ක්‍රියාත්මක වේ. ඒවා නම් රාජ්‍ය බලය (ව්‍යවස්ථාදායකය, විධායක, අධිකරණ) හා රාජ්‍ය නොවන බලය (මුදල් බලය, ජනමතයේ බලය, දැනුමේ බලය) යනාදියයි. ඇතැම් විද්වත්හු මේ ප්‍රධාන බලවලට අමතරව සිව්වැනි බලයක් ගැන ද සඳහන් කරති.⁶

ජනමාධ්‍යවේදය අනායතනික බලය නැමැති කොටසට ඇතුළත් කළ හැකිව තිබිය දී එසේ නො කොට එය සුවිශේෂ නව බල ප්‍රචාපයක් ලෙස හඳුන්වන්නේ ඇයි?

ජනමාධ්‍ය සතු බලයේ ප්‍රබලතාව ඊට හේතුවයි. කලාවට හෝ වෙනත් ක්ෂේත්‍රයට විශාල මෙහෙයක් ඉටු කළ මහා විද්වත්තු ඇතැම්විට මාධ්‍යයේ පිහිට නො ලබා හුදකලා මරණයකට ගිම්කම් කියන්නට ඉඩ තිබේ. එමෙන්ම එතරම් හැකියාවක් නැති අයකුට පවා මාධ්‍ය ඔස්සේ විරසකු වන්නට පුළුවන. ඇතැම් මොහොතක මාධ්‍ය, දේශපාලකයා පමණක් නොව මුළු මහත් සමාජයම අබිබවා හැරී සිටී.

ජනමාධ්‍යවේදයට අදාළ මනෝ විශ්ලේෂණයේ දී ෆ්‍රොයිඩ්ගේ මනෝ විද්‍යාව මෙන්ම ලැකානියානු මනෝ විද්‍යාව ද වැදගත් වේ. සිතමා කෘති හා සාහිත්‍ය කෘති විශ්ලේෂණයේ දී අද බහුලව ලැකානියානු මනෝ විශ්ලේෂණය යොදා ගැනේ. නිදසුනක් ලෙස සමන් වික්‍රමාරච්චි “තනි තටුවෙන් පියාගින්” විග්‍රහය විචාරයේදීත් නවකටා විචාරයේදීත් ලැකානියානු මනෝ විශ්ලේෂණය යොදා ගනී.

ලැකානියානු මනෝ විශ්ලේෂණයෙහි පෙනෙන මහා අනෙකා, (The Big Other) ආසාව (Desire) හා අතිමි වස්තුව යන සංකල්ප ජනමාධ්‍යවේදය පිළිබඳ මනෝ විශ්ලේෂණාත්මක අධ්‍යයනයක දී ඉතා වැදගත්ය. ලැකානියානු මනෝ විශ්ලේෂණය ගොඩනැගී ඇත්තේ ෆ්‍රොයිඩ්ගේ ක්‍රමයේ මෙන් අහම, අධිඅහම හා ඉඩී අතර ඇතිවන ප්‍රතික්‍රියා පමණක් පදනම් කරගෙන නො වේ. ලැකාන් උනන්දු වූයේ සමාජීය මහා අනෙකාට විෂය ප්‍රතික්‍රියා දක්වන ආකාරය නිරීක්ෂණය කිරීමටය.

මහා අනෙකා යනු ගර්භයක් හෝ පුද්ගලයෙක් හෝ නොවේ. මහා අනෙකා යනු නිති රීති ආදිය ඇතුළත් සමාජය පිළිගත් පැවතුම් රටාවකි. ඇතමෙක් එය පද්ධතියක කේන්ද්‍රය (Centre of the system) ලෙස ද හඳුන්වති. අපේ පිවන විලාසය පවා බොහෝවිට ආකෘතිගත කරනු ලබන්නේ මහා අනෙකා විසිනි. යම් දෙයක් හොඳය, යම් දෙයක් නරකය යන අදහස අපට ලබා දෙන්නේ මහා අනෙකා විසිනි. අප පොදු ප්‍රවාහන සේවයක් භාවිත කරන්නේ නම් ඊට අදාළව නීතිරීති සමූහයක් පවතී. ඔස් රියට ගොඩ වූ පසු ටිකට් ලබා ගත යුතුය. බැසීමට අවශ්‍ය වූ විට සිනුව නාද කළ යුතුය. ආදී වශයෙන් නීතිරීති පවතී. ඔස්ටියේ දී ළඟ සිටින තරුණිය ස්පර්ශ කරන්නට යාම වැරදි බව අපට කියා දෙන්නේ මහා අනෙකාය. වෙනත් කටයුතුවලට ද මේ තත්වය අදාළය. මහා අනෙකා හැඳින්වීමට The law of the father (පියාගේ නීතිය) හා Name of the father (පියාගේ නාමය) යන යෙදුම් ද භාවිතා වේ. ඇතැම් විචාරකයෙකුට අනුව මහා අනෙකා යනු සංකේතීය පියාය.⁷ (Symbolic father) සමාජයක පැවැත්මට මහා අනෙකකු අවශ්‍ය බව ඇතැමුන් ගේ විශ්වාසයයි.

මේ මහා අනෙකාගේ පැවැත්ම තහවුරු කිරීම ජනමාධ්‍යයේ වගකීම වේ. මෑතක් වන තුරුම පිළිගත් ජනමාධ්‍ය මගින් කෙරුණේ මහා අනෙකාගේ භූමිකාව රහ දැක්වීමය. තවත් අයුරකින් කිව හොත් සමාජයට යහපත් මහාපෙන්වීමක් ලබා දීමට ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකර තිබිණි. සමාජය ක්‍රමවත්ව පවත්වා ගෙන යාමට මාධ්‍ය වෙතින් ලැබුණේ සුවිශාල පිටුබලයකි. එහෙත් අද ඒ

තත්වය වෙනස් වෙමින් පවතී. අද ඇතැම් ජනමාධ්‍ය මගින් ලබා දෙන පුර්වාදර්ශ තුළින් සමාජ පර්යාය (Social order) බිඳ වැටෙයි. ඇතැම් මාධ්‍ය ඉතා සුක්ෂ්ම ලෙස සමාජ පර්යාය ප්‍රයන කිරීමකට ලක් කරයි. තවත් මාධ්‍ය ප්‍රායෝගිකවම සමාජ පිළිවෙළ අවුල් කරලීමට කටයුතු කරයි.

යම් ක්ෂේත්‍රයක දක්ෂයකු විමට දිගු කලක් අභ්‍යාස කළයුතු බව මෙතෙක් පැවති පිළිගැනීම වේ. එසේම කෙතෙකු දක්ෂයකු යැයි තීරණය කළ යුත්තේ ඒ සම්බන්ධ හසල දැනුමක් ඇති විද්වත් මණ්ඩලයක් විසිනි. එහෙත් සිරස සුළු ස්ථරක් තරකයේ දී ලංකාවේ දක්ෂතම ගායකයා තෝරා ගනු ලැබුවේ කෙටි පණිවුඩ (SMS) මගිනි.

කලාව සම්බන්ධයෙන් පැවති උසස් නිර්ණායක සියල්ල මෙහි දී ව්‍යාජයක් බවට පත් කෙරිණි. මෙහිදී සිදුවූයේ කලාව සැබැවින්ම තවත් වෙළඳ භාණ්ඩයක් පමණක් බව පෙන්වා දීමය. ඉතා සියුම්ව අපගේ සාම්ප්‍රදායික සිතූම් පැතුම් පද්ධතියම දෙදරවා හරින්නට මේ වැඩසටහනට හැකිවිය. කලකට පෙර ගුවන් විදුලි සේවාවල ප්‍රවෘත්ති කෙරෙහි දැඩි විශ්වාසයක් මෙරට ජනතාව තුළ විය. ප්‍රවෘත්ති වලින් එකල ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ සත්‍ය තොරතුරු පමණි. අද ප්‍රවෘත්ති යනු මාධ්‍යකරුවන්ගේ උවමනාව මත නිර්මාණය කෙරෙන දෙය වේ. අතිතයේ දී ප්‍රවෘත්ති සඳහා යොදාගනු ලැබුවේ ව්‍යාකරණානුකූලව ලිඛිත භාෂාවයි.

එහෙත් අද ඇතැම් එෆ් එම් නාලිකා ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශ කරන්නේ විභව වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කරන අන්දමටය. මෙය ද සමාජ පිළිවෙළ අභියෝගයට ලක් කරන ක්‍රියාවකි.

ජනමාධ්‍යවේදීන් ලෙස කටයුතු කරන අයගේ නො හික්මුණ අසංවර ක්‍රියා කලාපය ගැන ද මෙහිදී සාකච්ඡා කළ යුතුවේ. ඇතැම් නිවේදකයින්ට මයික්‍රෝෆෝනය අතට ගත්විට සියලු සාරධර්ම අමතක වී යයි. සිය මුඛව බව අනුවිත ලෙස පෙන්වන්නට උත්සාහ දරනු මිස තමන් අමතන්නේ කාටදැයි යන්න පවා ඔවුන්ට අමතක වී යයි. ගංවතුර පැවති දිනයක ගිත ඉල්ලන වැඩසටහනක් මෙහෙයවමින් සිටි නිවේදකයකු සිවේ “ගංවතුරට හසුවෙලා ඉන්න අයවත් මේ වැඩසටහනට සම්බන්ධ කරගනු ඒ අයටත් විනෝදයක් තිබෙන්නට මිනන්න” කියාය.⁶ අද මාධ්‍ය අපට උපදෙස් දෙන්නේ බේදවාචකයක් පවා රස විඳින්නටය. සිටිසනබෝ ගිතයට පවා හටන්නට මිනිසුන් පුරුදුව සිටින්නේ මාධ්‍ය විසින් ලබාදෙන මෙවැනි පුර්වාදර්ශ හේතු කොට ගෙනය.

මෙවැනි තත්වයක් පවතින අතරම එම නාලිකා මහා අනෙකා ගැනීම සඳහා හේතුවන ආගමික හා සංස්කෘතික වැඩසටහන් ද ඔහුලට ප්‍රචාරය කරන බව ද අප අමතක කළ යුතු නොවේ. මෙවැනි උත්ප්‍රාසාත්මක සංසිද්ධියක් පැහැදිලි කිරීමට මනෝ විශ්ලේෂණය මෙන්ම පශ්චාත් නූතන සමාජයක තත්වය ගැන දැනුමක් ද අවශ්‍යවේ. විරුද්ධතායය (Paradox) යනු පශ්චාත් නූතන සමාජයක මූඛ්‍ය ලක්ෂණයකි. එකිනෙකට ප්‍රතිවිරුද්ධ වූ දේ එකිනෙකට කම්පව පැවතීම විරුද්ධතායයයි. මහා අනෙකාගේ පැවැත්ම තහවුරු කරන්නට වෙර දරන මාධ්‍ය ජාල ඒ සමඟම මහා අනෙකාට එරෙහිව නැගී සිටීම මගින් පිළිබිඹු වන්නේ මේ පශ්චාත් නූතන විරුද්ධතායයයි. ආසාව (Desire) යන්න ලැකාන් විස්තර කරන්නේ අභිමිච්ච හෝ නිස්තැන (අඩුව) හෝ සමගය. මෙහි ආසාව කිසිදු සම්පූර්ණ නො වන දෙයකි. අපි හැම දෙනෙක්ම අභිමි වස්තු පසුපස හඬා යන්නෙමු. මෙසේ වන්නේ අප වෙත නිස්තැනක් පවතිනා හෙයිනි. මෙම අභිමිච්ච හෝ නිස්තැන භාෂාවට ද සම්බන්ධ කළ හැකිය. ලැකාන් මෙසේ කියයි.

“ඔබට වචන අවශ්‍ය වන්නේ ඔබට වුවමනා වස්තු ඇත්වූ විටය. නැතහොත් අභිමි වූ විටය. ඔබගේ ලෝකය ඔබ පතන සෑම දෙයින්ම පිරී පවතින නම් ඔබට වචන අවශ්‍ය නැත. අභිමි වූ දෙයක් නො වේ නම් ඔබට භාෂාවක් කුමකට ද?”⁷

ගලිවර්ගේ වාරිකා පොතේ මේ හා බැඳී අපූර්ව කථාවක් ඇත. ගලිවර් එක් අවස්ථාවක දී අරුම පුදුම රටකට ගොඩබසි. ඒ රටේ අයට භාෂාවක් නැත. ඔවුන් කථාබහ කරන්නේ ද නැත. ඔවුන්ට භාෂාවක් නැතිවීම ගැන ගලිවර් පළමුව මහත් සේ විමර්ශයට පත් වේ. මේ රටෙහි මිනිසුන්ගේ පිටෙහි ලොකු මල්ලක් එල්ලී තිබෙනු දැකිය හැක. ඒ මලුවල ඔවුන්ට අවශ්‍ය කෑම දෙයක්ම ඇත. එහිසා ඔවුන්ට කථා කිරීමට අවශ්‍ය නො වේ.

එහෙත් අපේ සමාජයේ භාෂාවක් (භාෂා) ඇත. අපි හැම දෙනාම අභිමි වස්තූන් පසුපස යමින් සිටින්නෙමු. වර්තමාන ජනමාධ්‍ය පාලකයෝ මේ තත්වයෙන් ප්‍රයෝජන ගනිති. අපේ නිස්තැන ගැන යම් යම් අනුමාන කරන ඔවුහු ඒ කඳහාම වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කරති. වර්තමාන සමාජයේ තරුණ තරුණියන් සරල ක්ෂණික වැඩසටහන්වලට ප්‍රිය කරන බව වටහා ගන්නා ඔවුහු එවැනි දේ වැඩි වැඩියෙන් නිෂ්පාදනය කරති. උදා:- SMS ගිත ඉල්ලීම්, කවුද ගෙදර වැනි වැඩසටහන් මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කෙරෙන බණ භාවනා වැඩසටහන්, ධනාත්මක චින්තන වැඩසටහන්වල පවා ඇත්තේ මේ නිස්තැන වටහා ගැනීමේ ස්වභාවයයි. වර්තමානයේ දක්නට ලැබෙන ආගමික ප්‍රබෝධයේ ආරම්භය ජනමාධ්‍ය බව බොහෝ දෙනෙකු වටහාගෙන නැති කරුණකි. එහෙත් මේ ආගමික ප්‍රබෝධය ද

හුදු පුද්ගලාත්මක ස්වභාවයක් පෙන්නුම් කරන අතර එහි ගුණාත්මක ප්‍රතිඵල නම් නො පෙන්නවයි. දිනෙන් දින කාරකවම අතින් ද ප්‍රභාතයට යන රට ගොඩනැගීමට මාධ්‍ය මගින් පෝෂණය ලද මෙවැනි වැඩසටහන්වලට හැකි ද යන්න ගැටලුවකි.

සමාජ අනුස්ථාපනය, ජන විඥානය මෙහෙයවීම, හැසිරීම් හා වර්ග පද්ධති හැඩගැස්වීම, අපේක්ෂිත අනාගතය පිළිබඳ දැනුමක් ලබාදීම ජනමාධ්‍ය සතු කාර්ය වේ.¹⁰ එහෙත් අද ජනමාධ්‍ය ක්‍රියා කරන්නේ මෙ වැනි අරමුණු කාක්ෂාත් කර ගැනීමට නො වේ. මොනවා හෝ යමක් ඉදිරිපත් කොට තම අලෙවිය ඉහළ දමා ගැනීම පොද්ගලික මාධ්‍යවල අරමුණය. රාජ්‍ය මාධ්‍යවල අරමුණ පවතින රජයට යහපත් මෙන්ම අයහපත් ආකාරයෙන් ද සහය ලබාදීමය. වඩාත්ම භාසජනක වන්නේ මේ හැම මාධ්‍යයක්ම මෙවැනි ක්‍රියාකාරකම්වල යෙදෙමින්ම තමන් ජනතාවගේ මාධ්‍ය ලෙස හඳුන්වාදීමය.

ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනයේ දී මනෝ විශ්ලේෂණය වැදගත් වන්නේ කෙසේ ද යන්න ගැන කෙරෙන සාකච්ඡාවක දී ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය වෙත විශේෂ අවධානයක් යොමු විය යුතුය. මන්ද යත් ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය යනු මනෝ විද්‍යාත්මක පසුබිමක් සහිත විෂය පථයක් වන බැවිනි. ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ ඇතැම් ක්ෂේත්‍ර තුළ ඉතා ප්‍රබල ලෙස මනෝ විද්‍යාව ක්‍රියාත්මක වේ. අපරාධ වාර්තාකරණය ඊට කදිම නිදසුනකි. අපරාධ වාර්තාකරණයේ ප්‍රතිඵල පාර්ශ්ව කිහිපයකම මනෝභාව විචලනය කෙරෙහි බලපායි. මූලික වශයෙන් එය අපරාධයට ගොදුරු වූ පුද්ගලයා කෙරෙහි මනෝ විද්‍යාත්මක බලපෑම් ඇති කරයි. උදව්වියව එය අපරාධය කළ හෝ කළා යැයි චෝදනා ලැබ සිටින පුද්ගලයා කෙරෙහි බලපායි. තෘතීයව එය සමස්ත සමාජය කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කරයි.

ඕනෑම සමාජයක අපරාධය පිළිබඳ වූ මාධ්‍ය වාර්තාකරණය අතිශයින් වැදගත් මෙහෙයක් ඉටු කරයි. මහජන දැනුවත් භාවය නැතිවීමෙන් අපරාධකරුවන් නීතිය ඉදිරියට ගෙන ඒමට උදව්වීමට මාධ්‍යයට පුළුවන. අපරාධ වැළැක්වීමේලා වඩාත් දැනෙන සුළු ආකාරයෙන් දායකවන්නට ද මාධ්‍යයට හැකිය. ඕනෑම සමාජයක නීතිය හා සාමය ආරක්ෂාවීමට, අත්අඩංගුවට ගැනීම පිළිබඳ ප්‍රසිද්ධියට පත්වීමෙන් ජනිතවන ලැජ්ජාව පවා වැදගත් මෙහෙයක් ඉටු කරයි. (ප්‍රවෘත්ති ආයතන වැඩිහිටි සැකකරුවන් නමින් හැඳින්වීමට මෙය ද හේතුවකි.)¹¹ මෙහිදී ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබන්නේ අත්‍යයන් අතර ලැජ්ජාවට

පත්වීමට ඇති අකමැත්ත නැමැති සාධකයයි. එය මනෝ විශ්ලේෂණයට බඳුන් කළ හැකි සාධකයකි. තමාගේ නම අපරාධකරුවකු ලෙස ප්‍රච්ඡේදන පළවනවාට කාමාන්‍ය මානසික තත්වයක පසුවන කිසිවකු කැමති නැත. මාධ්‍යවේදයා විසින් ප්‍රයෝජනයට ගන්නේ මෙම තත්වයයි. අපරාධ වාර්තාකරණය සිදුවන ආකාරය නිරීක්ෂණය කිරීම මගින් ඇතැම් විට අදාළ වාර්තාකරුවා (ප්‍රච්ඡේදන කලාවේදියා/ප්‍රවෘත්ති කතෘ) ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය පවා මනෝ විශ්ලේෂණයකට බඳුන් කළ හැකිය.

ඇතැම් සිද්ධියක් වාර්තාකරුවන් හතර දෙනෙකු හතර ආකාරයකට ඉදිරිපත් කරන්නේ ඇයි දැයි යන්න පහදා දීමට දේශපාලනික හේතු මෙන්ම මනෝ විශ්ලේෂණය ද වැදගත් වේ.

1999 දී යාපනයේ පුන්කුඩුතිවිහි දී නාවික හමුදා අත්අඩංගුවෙහි සිටිය දී දූෂණය කොට භාතනය කරන ලද සාරධම්බාල් නැමැති තරුණ කත පිළිබඳ විවිධ මාධ්‍ය දුටුවේ විවිධ ආකාරයෙනි. සන්ඩේ ලිඩර් පුවත්පත අපරාධය හෙලා දැකීමත් මේ පුවත වාර්තාකර තිබිණි. 2000.01.14 දා මීර්ස් පුවත්පතෙහි පළවූ වාර්තාව අපරාධයත් අපරාධකාරයන්ත් සභවා තැබීමට තැත් කිරීමකි. අපරාධයට ගොදුරු වූ කාන්තාව හැඳින්වීම සඳහා යොදා ගැනුණු මුල් වාක්‍යයම ඇය සැබැවින්ම ගොදුරක් වී දැයි යන ප්‍රශ්නය උදව්වන කරන්නකි. “මෑතකදී පුන්කුඩුතිවිහි දූෂණයට ලක්ව භාතනය කෙරුණේ යැයි කියන කාන්තාව” ආදී ලෙස සඳහන් කරමින් මේ අපරාධය අවතක්සේරු කර ඇති බව පෙන්වා දෙයි.

මේ කාන්තාව නාවික සෙබළුන් සමඟ සබඳතා පවත්වා ඇති බව වාර්තාවේ සඳහන් ය. එම තොරතුරු අපරාධයට ගොදුරුවූ කතට නිගරු කිරීමේ අදහසෙන් පළ කොට ඇති බව මාධ්‍ය විමර්ශි වාර්තාව පවසයි. දූෂණ සිද්ධීන් වාර්තාකරණයේ දී බහුලවම සිදුවන කාන්තාව වෙතම වරද පැවරීම මෙහිදී ද සිදුව ඇත.¹² සාම්පූර්ණ ප්‍රහාරය ගැන (2006) විවිධ මාධ්‍ය වලින් පළවූ වාර්තා ද තවත් නිදසුනකි. BBC ය මේ ප්‍රවෘත්තිය සාමාන්‍ය ලෙසට වාර්තාකර ඇති බවට චෝදනා එල්ල විය. සාම්පූර්ණ ප්‍රහාරය නිසා 40,000 ක් අනාව වි ඇතැයි BBC ය ප්‍රකාශ කළ ද සාම්පූර්ණ-ජනගහනය ඉන් අඩකටත් වඩා අඩු බව හෙළිවිය.

මෙවැනි දේ හඳුන්වා දිය හැක්කේ ප්‍රවෘත්ති ලෙස නොව මාධ්‍ය ප්‍රබන්ධ ලෙසය. මෙවැනි මාධ්‍ය ප්‍රබන්ධයකට තවත් කදිම නිදසුනක් වන්නේ

වේබ් 81 සිද්ධියයි. සුනාමියෙන් අවතැන්වූ එක් බිළිඳෙකු වෙනුවෙන් අම්මාචරු නව දෙනෙකු අයිතිවාසිකම් කී බව ලොවට පවසන ලද්දේ ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය විසිනි. පසුව විදේශීය ජනමාධ්‍යවලින්ද ඒ පිළිබඳව රසකතා නිශ්පාදනය කෙරිණි. වේබ් 81 ලෙස මේ දරුවා හඳුන්වන ලද්දේ කල්මුණේ රෝහලේ දී දරුවාට ගිම්ම තිබූ අංකය හේතු කොටගෙනය.*

මෙවැනි ප්‍රබන්ධයක් බිහි කිරීමට මාධ්‍යවේදීන් පෙළඹෙන්නේ ඇයි? මීට ඉහත සඳහන් කළ මාධ්‍ය ප්‍රබන්ධ බොහොමයකට මුල් වූයේ දේශපාලනික හේතූන්ය.

මෙවැනි සිද්ධීන් සෘජුවම මනෝ විශ්ලේෂණය තුළින් සාකච්ඡා කළ හැකිය. මෙහි දී මේ කතාව නිර්මාණය කළ මාධ්‍යවේදියාට (හෝ කණ්ඩායමට) චුළුමනා වූයේ කුතුහලය දනවන පුවතක් ඉදිරිපත් කොට අවධානය දීමා ගැනීමටය. මෙය බොරුවක් බව දැන දැනත් ඔවුන් එය තහවුරු කරන්නට උත්සාහ කළේ තමන් නිවැරදි බව පෙන්වීමටය. මෙවැනි අය නාසිස්මික තත්වයෙන් පෙළෙන්නෝ වෙති. නාසිස්මිකයා තමාට දැඩි ලෙස ආදරය කරන අතර අන්‍යයන්ගේ පැවැත්ම පිළි නො ගනී. නාසිස්මිකයා හට හෝ වැරදි හෝ තම මතයම තහවුරු කරන්නට උත්සාහ ගනී. කෙසේ වෙතත් මේ ජනමාධ්‍යවේදී නාසිස්මිකයා නාසිස්ම කුමාරයා මෙන් තම රූපයට

* බිළිඳු රළු පහරට හසුවී ගිය හමුත් කිසිවකු විසින් ඔහු ගළවාගෙන කල්මුණේ රෝහලට භාර දී තිබුණි. මව්පියෝ වහාම රෝහලට ගොස් සිය දරුවා ඉල්ලා සිටියහ. මේ යුවලගේ අයිතිවාසිකම් කීම ගැන සැක කරන්නට තරම් සාධාරණ හේතුවක් නො තිබියදීත් රෝහලේ බලධාරීන් බිළිඳු යුවලට ඔරු නොදී මෙය අධිකරණයෙන් විසඳා ගත යුතු ප්‍රශ්නයක් බවට පත් කළහ. දරුවා තමන්ගේදැයි බැලීමට පැමිණීමත් මේ යුවල හැර අන් කිසිවකු දරුවා තමාගේ බව සීමට පොලීසි ගියේ නැත. ළමයින් කැති වූ අය රෝහලේ සිටින්නේ තම දරුවා දැයි බැලීමට ඒම සාමාන්‍ය දෙයකි. එසේ නම් මෙහි ඇති මහා ප්‍රචල කුමක්ද? මව්වරු නව දෙනෙක් මේ දරුවා ඉල්ලා නො සිටියහ. තමාගේ ද යන සැකය මත රෝහලට පැමිණ බැලීමත් අයිතිය ඉල්ලීමත් එකක් නොව දෙකකි. එහෙත් ජනමාධ්‍ය ප්‍රකාශ කළේ මේ දරුවාගේ අයිතියට අම්මලා නව දෙනෙකු සටහන් කියැවෙන බවය.¹⁴ මේ දරුවා පිළිබඳ ජනමාධ්‍ය වාර්තාකරණය හුදු අමාත්‍යවරයාගේ ප්‍රවේශයකට නිදසුනක් වේ. සත්‍ය සෙවීමේ හෝ සත්‍ය ජනතාවට දීමේ චුළුමනාවක් මේ පුවත වාර්තා කළ අය වෙත තිබී නැත. මේ පිළිබඳ හමුවූ මෙහෙයවූ කල්මුණේ මහේස්ත්‍රාත්වරයා ප්‍රකාශ කර තිබුණේ මව්වරුන් නව දෙනෙකු දරුවාට ගිම්මක් සීමට ආ බවට පසුව වාර්තාවල කිසිදු සත්‍යතාවක් නැති බවය. ළමා ආරක්ෂක අධිකාරියේ සහායක මහාචාර්ය සරේන්ද්‍ර සිල්වා ප්‍රකාශ කර තිබුණේ මේ දරුවාට අයිතිවාසිකම් කීමේ එක් යුවලක් බවත් නව දෙනාගේ සහාය මාධ්‍ය ප්‍රබන්ධයක් බවත්ය.¹⁵

ආදරයෙන් තම පිවිතය විනාශ කරගන්නේ නැත. ඔහු/ඇය¹⁶ කරනුයේ සමාජය විනාශ කරලීමය.

සෑම ජනමාධ්‍යයකම ක්‍රියාකාරීත්වය ඒකීය ලෙස ප්‍රකාශ කළ නො හැකිය. මේ ක්‍රියාව සාධක රැසක් මත රඳා පවතී. මාධ්‍යවේදියාගේ මෙන්ම මාධ්‍ය පාලකයන්ගේ හා ජනතාවගේ මනෝභාවයන් ද මේ කෙරෙහි වැදගත් වේ. ජනමාධ්‍යයෙහි ඵලය අප දකින්නේ මේ ත්‍රිවිධ අංශයෙහි ප්‍රතික්‍රියාවල සම්ප්‍රයුක්ත ඵලය ලෙසයි. එසේම මේ අවසාන ඵලය කෙරෙහි දේශපාලන ක්‍රියාකාරීත්වය ද බලපායි. එහෙයින් ජනමාධ්‍යයක ක්‍රියාකාරීත්වය පැහැදිලි කිරීම ඉතාමත් දුෂ්කර කාර්යයක් වේ.

මූලාශ්‍ර

1. විරසිංහ විසුඛර්, එන්ද්‍රසිරි රාජපක්ෂ, (2002), ජනමාධ්‍යවේදය, හැඳින්වීම;
2. Encyclopaedia Britannica, VOL. 9, P. 761-762;
3. Patrice R. 2002, Postmodern World, Oxon Press, Oxford Press;
4. රාවය, 2006 මැයි 07, පිටුව 13;
5. ඩීටීඳු, පුවත්පත 2006 මැයි 08;
6. විරසිංහ විසුඛර්, එන්ද්‍රසිරි රාජපක්ෂ, 2002, ඉහත ග්‍රන්ථය;
7. Ptrick R. 2002, op. cit, P. 20;
8. බලය - 2003 ජූනි කලාපය, පිටුව 36;
9. <http://www.utm.edu/lacan/desire/language.htm>. වෙබ් අඩවිය;
10. විරසිංහ විසුඛර්, එන්ද්‍රසිරි රාජපක්ෂ, 2002, ඉහත ග්‍රන්ථය, පිටුව 59;
11. මාධ්‍ය විමර්ශි, විකල්ප ප්‍රතිපත්ති කේන්ද්‍රය, (2000), 1 පිටුව;

- 12. -එම - 2000, පිටුව 3;
- 13. -එම - 2000, පිටුව 3;
- 14. ජයවර්ධන අගෝක, ඩේව් 81, රාවය, 2005 පෙබරවාරි 13;
- 15. සේකර, ඩේව් 81, රාවය, 2005 පෙබරවාරි 27 පිටුව 7;
- 16. නායික්ම කුමාරයා ශ්‍රීක දේව කතාවල පැහැන වර්තයකි. ඔහු දෙවනතකයේ ගාපයක් ලැබී තමාගේම රුවට දැකී ලෙස ආදරය කරන්නට පටන් ගනී. අවකාශයේ දී පොකුණක පෙනෙන තම රුවට වසන වී පොකුණට පැන දැවී නාති කර ගනී.



**තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා
නාවිත කළ හැකි සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන්
පිළිබඳ විමසුමක්**

ඩී. එම්. එස්. දිසානායක

තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ මූලික විමසුම

තිරසාර සංවර්ධනය (Sustainable Development) වර්තමාන ලෝකයේ සංවර්ධන හා සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රවල ප්‍රබලව සාකච්ඡාවට නාපනය වන ප්‍රධාන සංකල්පයකි. පැරණි සංවර්ධන ආකෘති යටතේ දීර්ඝ කාලසීමාවක් තුළ ප්‍රබල වූ සංවර්ධනමය ප්‍රගතියක් අත්පත් කරගැනීමට ලෝකය සමත් වූව ද එහි ප්‍රතිඵල ලෙස නිර්මාණය වූ පාරිසරික හා සමාජමය ගැටලු හේතුකොට ගෙන ඇති වූ විකල්පමය සංවර්ධන ආකෘතියක් (Alternative Development Format) ලෙස තිරසාර සංවර්ධනය යන සංකල්පය (Sustainable Development Concept) සංවර්ධන ක්ෂේත්‍රයෙහි සාකච්ඡා වෙමින් පවතී.

සමකාලීන මානව සමාජය තුළ නිර්මාණය වී ඇති ප්‍රබල සමාජ හා ආර්ථික අසමානතාවය මෙන්ම එදිනෙදා ජීවිතය තුළට පවා දැනෙන ගෝලීය උණුසුම (Global Warming) අධික වියළි හා ශීත කාලගුණය, අධික වර්ෂාව, අධික දහනය, වායුගෝලය දූෂණය වීම, ඕකෝන් ස්ථරය පළුදු වීම, සාගරය දූෂණය වී පිවිත් රහිත සාගර කලාප නිර්මාණය වීම, අධික භූනාටු ආදී පාරිසරික ගැටලු වලට මුහුණ දීමට සිදුව ඇති බැවින් ලෝකවාසීන් සංවර්ධනය පිළිබඳ පර්යේෂකයින්ට හා විද්‍යාඥයින්ට තිරසාර සංවර්ධනය යන්න අත්පවයන,

සමාජයට ආකර්ෂණීය සංකල්පයක් බවට පත්ව තිබේ. (New orthodox) මෑතකාල නව සංවර්ධන ක්ෂේත්‍රය තුළ දී පමණක් නොව සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ දී වැඩිම සාකච්ඡාවට භාජනය වූ මාතෘකාව වූයේ තිරසාර සංවර්ධනය නැමති සංකල්පයයි.¹

තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා වූ බෞද්ධිමය කොමිසමේ දී සාකච්ඡාවට භාජනය වූ පරිදී සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රාජ්‍යයන් මෙන්ම සංවර්ධිත රාජ්‍යයන් ද මෙතෙක් ක්‍රියාත්මක වූ රේඛීය සංවර්ධන තත්ත්වයන් පිළිබඳ මහත් ගැටලුවලට මුහුණ දී සිටී.² ප්‍රමාණාත්මක වූ රේඛීය සංවර්ධනය ප්‍රතික්ෂේපවීම කෙරෙහි පෘථිවිය තුළ උත්පාත වී ඇති පාරිසරික වෙනස්කම් හේතු සාධක වී ඇත. ඊට විකල්පයක් ලෙස තිරසාර සංවර්ධන සංකල්පය වර්ධනය වෙමින් ඉදිරියට පැමිණෙමින් සිටී. මෙහිදී අවධාරණය කරනුයේ “ආර්ථික සංවර්ධනයේ හා පරිසර ඥානයේ අනන්‍යතා රදා පැවැත්මයි” මෙය පරිසර හා සංවර්ධනය පිළිබඳ එක්සත් ජාතීන්ගේ කොමිසම හෙවත් බෞද්ධිමය කොමිසමේ තේමා පාඨයයි.³ තිරසාර වර්ධනය, (Sustainable Growth) යන වචන, සංකල්ප පිළිබඳ භාවිත විවිධ නිර්වචන දක්නට ලැබේ. ඒ අතරින් වැදගත් වන්නා වූ නිර්වචනයක් ලෙස වර්ධනය පිළිබඳ නිර්වචනය දැක්විය හැකිය. වර්ධනය යනු ආර්ථික පද්ධතියක් භෞතික පරිමාණීය වර්ධනයක් ලෙසත්, සංවර්ධනය යන්න එහි පරිසරය විසින්ම පවත්වාගෙන යන ගතික සමතුලිතතාවකින් යුක්ත භෞතික වශයෙන් වැඩෙන ආර්ථික පද්ධතියක සිදුවන ගුණාත්මක ප්‍රසාරණයක් ලෙසත් විස්තර කොට තිබේ.

තිරසාර සංවර්ධන සංකල්පයේ ප්‍රභවය පිළිබඳව පර්යේෂණයක නිරත වූ J.T. Pierce “The Progress & the Biosphere the Dialectic of Sustainable Development”⁴ ග්‍රන්ථය ලියමින් තිරසාර සංවර්ධනය ප්‍රභවය වීම 18 වන සියවසේ පිටත්වූ තෝමස් මෝල්තස් දක්වා අතීතයට ගෙන ගොස් තිබේ. පාරිසරික කටයුතු සම්බන්ධයෙන් ප්‍රථමයෙන්ම ජාත්‍යන්තර පාරිසරික එකඟතා ඇතිවීම ද ප්‍රථමවරට සිදුවූයේ ඒ ඔස්සේය. ඇඩම්ස්ගේ අවධානයට යොමු වූ තවත් වැදගත් තේමාවක් වූයේ 1960 දශකයේ ගෝලීය පාරිසරික අර්බුද ආශ්‍රිතව නව දැක්මකින් නා නව විඥානයකින් යුක්තව ගොඩ නගින ලද සංකල්පයක් වූ “අභ්‍යවකාශ යානයක් බඳු වූ පෘථිවිය” (Concept of Spaceship Earth) පිළිබඳ සංකල්පයයි. මෙ මගින් ඇතිකරන ලද “මිනිසා සතු පාරිසරික වගකීම්” පිළිබඳ හැඟීම් විවිධ ජාත්‍යන්තර පාරිසරික ව්‍යාපාරයන්හි

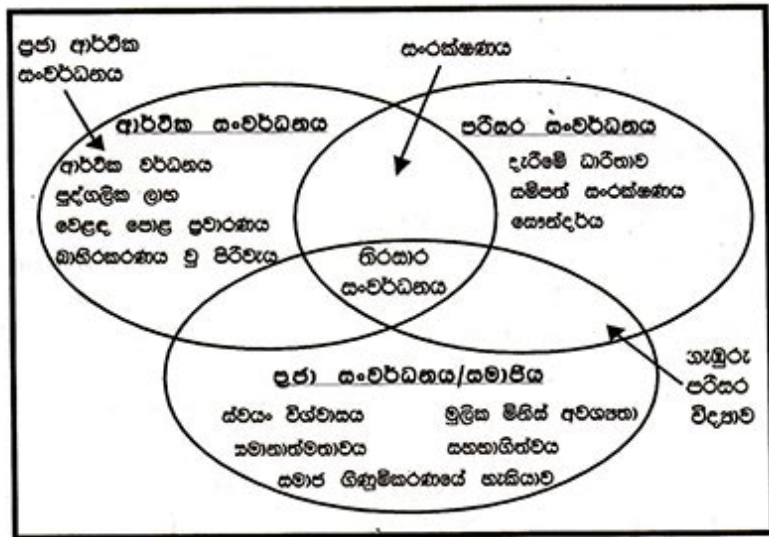
වර්ධනයට මහෝපකාරී විය. එමෙන්ම 1949 ස්වභාව ධර්මයේ ආරක්ෂාව පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර සංගමය (International Union for Protection of Nature - IUPN) එහිලා මූලික කාර්යභාරයකට දායක වී ඇත. 1956 දී ස්වභාව ධර්මය සංරක්ෂණය පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර සංගමය (IUCN) බවට ඉහත සංකල්පය පත්විය. තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳව මූලික සංකල්පය පෝෂණය කිරීමෙහිලා පුරෝගාමී කාර්යභාරයක් එම සංගමය විසින් ඉටු කර තිබේ.

තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ ප්‍රධාන අර්ථ නිරූපනයක් දෙකක් පවතින බව හඳුනා ගතහැකිය.

- 01. පවු දෘෂ්ටිකෝණයකින් නිර්වචනය කළ සංකල්ප
- 02. පුළුල් දෘෂ්ටිකෝණයකින් නිර්වචනය කළ සංකල්ප

වඩා පවු දෘෂ්ටිකෝණයකින් තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ ඉදිරිපත්ව ඇති සංකල්ප මගින් “පාරිසරික වශයෙන් තිරසාර සංවර්ධනයක්” තේමා කොටගෙන තොරතුරු ඉදිරිපත් කොට තිබේ. වඩාත් පුළුල් දෘෂ්ටිකෝණයකින් නිර්වචනය කොට ඇති සංකල්ප වලින් කියැවෙනුයේ “පාරිසරික විද්‍යාත්මක වූත්, ආර්ථික හා සමාජීය වශයෙන් වූත් තිරසාර සංවර්ධනකි. බාබියර්, මාකැන්ඩියා යන දෙදෙනා පවු දෘෂ්ටිකෝණය මත පිහිටා පාරිසරික වශයෙන් වූ තිරසාර සංවර්ධනයක් පිළිබඳව ආකෘතියක් පවා ගොඩනගා ඇත. එහෙත් තිරසාර සංවර්ධනය වඩාත් පුළුල් දෘෂ්ටිකෝණයකින් නිර්වචනය කරන බෞද්ධිමය කොමිසම තිරසාර සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් වඩාත් ප්‍රමාණික නිර්වචනයක් සපයා තිබේ. මේ අනුව පෞරව විද්‍යාත්මක, ආර්ථික හා සමාජීය පද්ධතීන්හි ප්‍රශස්ත සංකල්පයක් තුළින් පමණක් තිරසාර සංවර්ධනය සිදුවන බව පැහැදිලි වේ.

තිරසාර සංවර්ධන අභියෝගය නමින් International Council for Local Environmental Institution ආයතනය (1995) දී තිරසාර සංවර්ධනය ගෙන හැර දක්වා ඇත්තේ පහත සඳහන් පරිදිය.



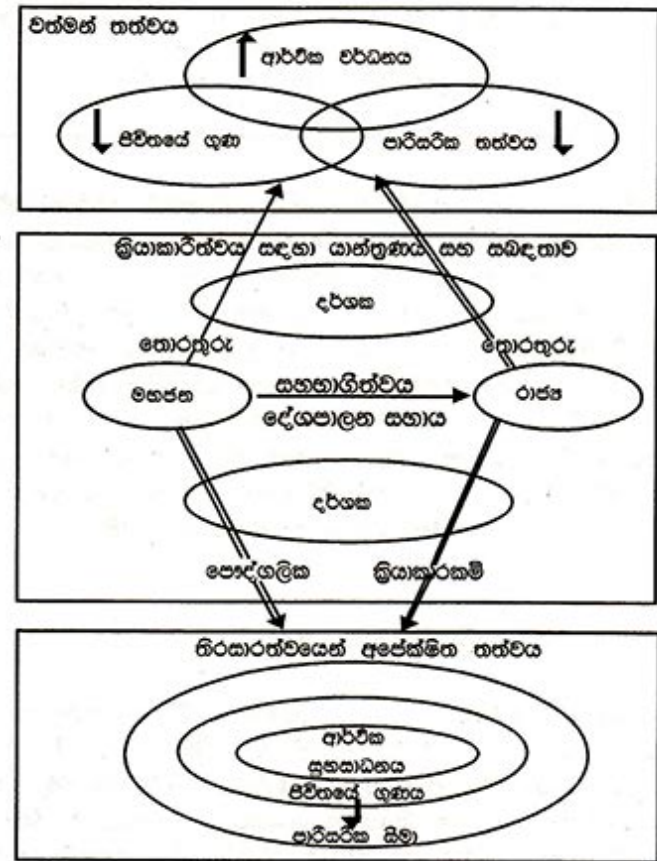
නිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ කාහිතනයක් ගොඩ නැගීමට සුවිශාල මෙහෙයක් සිදුකළ ලන්ඩන් ආර්ථික විද්‍යා කේන්ද්‍රය (London Center for Environment Economics) හා David Pearce හා ඔහුගේ කණ්ඩායම ඉහත පද්ධතිය තුළේ ඒකාබද්ධතාවක් තුළින් නිරසාර සංවර්ධනය සිදුවන බව පවසයි. මේ අනුව බලන විට නිරසාර සංවර්ධනය වියාල වශයෙන් මානව ශක්තියේ පදනම් වෙතට යොමු වී ඇති ආකාරය දැකිය හැකිය. ආර්ථික සංවර්ධන, පාරිසරික හා සමාජීය සීමාවන් මෙන්ම දැනුම්ලත් වශයෙන් හා මිලදුම් පරපුරෙහි අවශ්‍යතාවන් තුළටද ඇතුළත් වන අයුරින් ඉහත දැක්වූ ගෝල තුනෙහි සමීප සබඳතාවක් ඇති කිරීම තුළින් නිරසාර සංවර්ධනය වෙත ප්‍රවේශ වීම පිළිබඳ න්‍යායන්මක රාමුවක් සකස්කර ගත හැකිය.

නිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ ආකෘති

මිනැම සංකල්පයක්, අදහසක්, මතයක්, සංකීර්ණ තත්ත්වයක්, සරල රූපකාරකව ගෙනහැර දැක්වීම ආකෘතියක් මගින් සිදුකෙරේ. "නිරසාර සංවර්ධනය" යන්න පුළුල් අර්ථ දෙන සංකීර්ණ තත්ත්වයකි. මෙය සරලව ගෙන හැර දැක්වීම සඳහා මැනනාන්ටන්, බාබියර් සහ මර්කන්ඩියා, සියර්ක් හා ටර්නර් ආදී නිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ පර්යේෂකයින් ආකෘති ගොඩනගා

තිබේ. මෙය වඩාත් පැහැදිලි කර ගැනීම සඳහා ඉතා සරලව ඉදිරිපත් කොට ඇති මැනනාන්ටන් ගේ ආකෘතිය විමසා බලමු.

නිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ වඩාත් සරල ආකෘතියක් ඉදිරිපත් කරන මැනනාන්ටන් 1995 දී සිය ආකෘතිය ඉදිරිපත් කරමින් ඉහළ යාමේ වර්ධනයකින් යුත් ආර්ථික වර්ධනයකින් පහළයාමේ නැඹුරුකමක් දක්වන පිටත ගුණය හා පාරිසරික තත්ත්වයන් ගෙන් සමන්විත වර්තමාන සංවර්ධන ආකෘතිවල අස්ථිරත්ව ලක්ෂණ, නිරසාර සංවර්ධනයක දී වකිනෙක හා සම්බන්ධ වූ වක්‍රීය සංකල්පය පිළිබිඹු කරමින් ආර්ථික සුභසාධනය පිටත ගුණයේ සීමා තුළින්, පිටත ගුණයේ වර්ධනය පාරිසරික සීමා තුළටත් ඇතුළත් වන අන්දම නිරූපණය කොට තිබේ.⁶



රාජ්‍ය සටහනේ ඉහළ කොටසින් පවතින සංවර්ධන ආකෘතියේ ලක්ෂණ වන ආර්ථික වර්ධනය ඉහළයාමත්, සාමාජීය ගුණාංග හා පරිසරික සංරක්ෂණය පහළ යාමත් ඉදිරිපත් කොට තිබේ. තිරසාර සංවර්ධනයක දී අපේක්ෂිත තත්ත්වයන් පහළ කොටසින් දක්වා තිබේ. එමෙන්ම එහි මැද කොටසින් දක්වා ඇත්තේ එම තත්ත්වයන් දෙක අතර ඇති “සංක්‍රාන්තියේ දී” සම්බන්ධ වූ සාධක හා විවිධ වූ තිරසාරත්ව දර්ශක ඇතුළත් තිරසාරත්ව යන්ත්‍රණයයි. එම යන්ත්‍රණය හා එහි ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ සාධකවල සබඳතාවක් මැද කොටසෙහි දක්වා තිබේ. එක් පසෙක තිරසාර හෝ වන වත්මන් තත්ත්වය තුළින් තිරසාර හෝ වන දර්ශක ද, අනෙක් පසින් තිරසාර සංවර්ධනය හා සම්බන්ධ වන තිරසාරත්ව දර්ශක ද පැහැදිලිව දක්වා තිබේ. තිරසාරත්වය පැහැදිලි ලෙස නඳුනාගැනීමට එම දර්ශක වර්ග දෙක සම්බන්ධ වූ තොරතුරු අවශ්‍ය බව එමගින් පැහැදිලි වේ. එමෙන්ම ඊට සම්බන්ධ වන ආයතන ලෙස මහජනතාව, රාජ්‍ය ව්‍යාපාර ද ඒ එකිනෙක අතර සබඳතාවන් වශයෙන් පුජා සහභාගිත්වය හා දේශපාලන සහයෝගය ද මෙම ආකෘතිය තුළින් හඳුනාගත හැකිය.

විශේෂයෙන්ම රාජ්‍ය හා ජනතාව අතර සබඳතාව මෙන්ම සහභාගිත්වය පිළිබඳ “න්‍යාය පත්‍ර 21 ප්‍රකාශනය (PP₂₁)” තුළින් ද ඉතා ප්‍රබල ලෙස අවධාරණය කරන ලද්දකි. තිරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියට පුජා සහභාගිත්වය ඉතා වැදගත්ය. තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා පාදක පසුබිම වන්නේ පුදුල් මහජන සම්බන්ධතාවයි. ප්‍රතිපත්තිමය වශයෙන් වූ ඇතැම් බරපතළ වෙනස්කම් පිළිබඳ දේශපාලන තිරණ ගැනීමේදී පුජා සහභාගිත්වයේ පදනම අත්‍යවශ්‍ය වේ. එමෙන්ම සියලුම පුජා සාමාජිකයන්ට සිය පෞද්ගලික තිරසාර පිවිස ගෙයලින් මගින් තිරසාර සංවර්ධනය උදාකර ගැනීම උදෙසා වඩාත් ප්‍රබල දායකත්වයක් ලබා දිය හැකිය.

තිරසාර සංවර්ධනය පැහැදිලි කිරීම සහ එය උදාකර ගැනීම සඳහා වූ පර්යේෂණ අභිවෘද්ධි වශයෙන් වත්මන් සංවර්ධන ක්ෂේත්‍රය තුළ සිදුවෙමින් පවතී. එමෙන්ම ඉදිරියේ දී තව තවත් ආකෘති, සංකල්ප, න්‍යායන් මේ පිළිබඳව ගොඩ නැගෙනු ඇත.

වර්තමානය වනවිට නවසිලන්තය, කැනඩාව, එක්සත් රාජධානිය යන රාජ්‍යයන් තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ සංකල්ප සිය ජාතික අරමුණුවලට සම්බන්ධ කරගෙන ක්‍රියාත්මක සැලසුම් සකසමින් සිටී. එය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය ක්‍රමවේදයන් සැකසීම සඳහා වෙනමම ආයතන පිහිටුවමින් සිටී. රාජ්‍ය තිරසාර සංවර්ධන දර්ශක නිර්මාණය කිරීම, සැලසුම් කිරීම සඳහා වූ විශේෂතම ආයතන පිහිටුවා ඇත. එසේම මෙම සංකල්පයන් රටේ ජනතාව

වෙත සන්නිවේදනය කිරීම සඳහාත්, ඔවුන් තුළ තිරසාර සංවර්ධනාත්මක ආකල්ප ගොඩනැගීම සඳහාත් ක්‍රමෝපායන් ආකෘති නිර්මාණය කරමින් සිටී. ශ්‍රී ලංකාවේ අතිතයේ පැවති ස්වයං-පෝෂිත ආර්ථික ක්‍රමය හා නූතන තිරසාර සංවර්ධනය අතර යම් සමානතාවක් පවතින බවට මත පළවී තිබේ. මේ පිළිබඳව මෙතෙක් සිදුකොට ඇති පර්යේෂණ අනුව බලන විට යුග ගණනාවක් පුරා ප්‍රසාරණය වූ සමාජ පරතරය ඉවත් කළ විට මෙම සමානකම් හඳුනාගත හැකි බව තහවුරු වේ.

තිරසාර සංවර්ධන සන්නිවේදනය සහ සංවර්ධන සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන්

දැනට සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ක්‍ෂේත්‍රයේ පවත්නා අතිතයේ සිට ක්‍රියාත්මක වූ සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති මේ සඳහා භාවිත කළ හැකි බව ඇතැම් සන්නිවේදන විද්‍යාඥයින්ගේ මතය වී ඇත. එහෙත් එම ආකෘති “තිරසාර සංවර්ධනය” සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා භාවිත කළ හැකිද? යන්න පිළිබඳව විමර්ශනය කර බැලීම වැදගත් වනු ඇත.

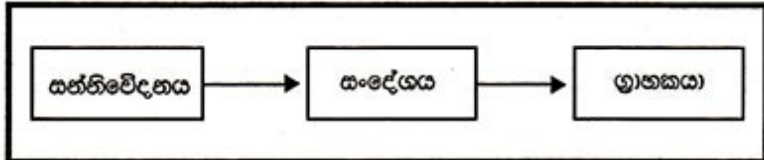
කවර වූ හෝ විද්‍යාත්මක ආකෘතියක් තුළින් ඉටු කෙරෙනුයේ මනා ලෙස සැලසුම් කිරීමක් හා එලදායක ලෙස හැසිරවීමකි. නැතහොත් මෙහෙයවීමකි. ඓතිහාසික සන්නිවේදන රටාව විමර්ශනය කිරීමේ දී සන්නිවේදකයා, සංදේශය, ග්‍රාහකයා යන මුල් ස්වරූපයන් හමු වේ. මෙය අධ්‍යනය කළ සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන විද්‍යාඥයින් ඒවා සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති නිර්මාණය කිරීම සඳහා පදනම් කොට ගෙන තිබේ. මේ යටතේ ජනසන්නිවේදන ක්‍ෂේත්‍රයේ දී සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදනය ආකෘති ගණනාවක් වර්තමානය වන විට සංවර්ධනය කොට තිබේ. එවැනි ප්‍රධාන ආකෘති කිපයක් පහත දැක්වේ.

- 01- ඒකමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය One way Communication Model
- 02- ද්විමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය Two way Communication Model

- 03- සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය Development Communication Model
- 04- මහජන චීන සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘතිය Development Communication Model of China
- 05- දෙපියවර සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති Two Step Flow Model of Communication
- 06- ප්‍රජා මාධ්‍ය සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති Community Media Model
- 07- ගම්මාන පදනම් සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය Basic Model of Village Development Communication

ඒකමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති⁷
One way Development Communication Model

සියලු සන්නිවේදන ක්‍රියාවන්ට පදනම සපයන්නේ ද මෙම සන්නිවේදන ආකෘතියයි. පිට විද්‍යාත්මක, පුද්ගල හා සාමාජික සන්නිවේදනය අනුවත් ස්වභාවිකව පැන නැගී ආකෘතියක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකිය. මෙහි ඇති විශේෂත්වය වන්නේ ඒකමාර්ගික, ඒකපාත්‍රික හා අධිපතිවාදී ස්වභාවයයි. මෙහිදී සන්නිවේදක ස්ථානයේ බලය විසින් ග්‍රාහකස්ථානය තතුකර ගනී. රජවරු විසින් රාජ්‍ය පාලනය කළ අවස්ථාවල මෙම සන්නිවේදන ආකෘතිය භාවිතයට ගෙන තිබෙන බැව් පැහැදිලි වේ. මෙහිදී දැනුම් දීම තොරතුරු සැපයීම සිදුකළ හැකිය. ප්‍රතිපෝෂණය ලබා ගැනීම සිදු නොවේ.

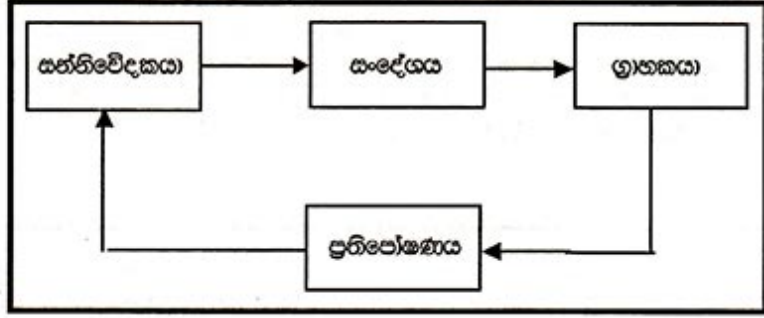


මෙහිදී සන්නිවේදකයා වඩාත් නිවැරදි අවබෝධයක් සංදේශය පිළිබඳව ලබා ඇත්නම් එම සංදේශය සාර්ථක විය හැකිය. එහෙත් "තිරසාර

සංවර්ධනාත්මක" සංදේශයන් ග්‍රාහකගත කිරීමේ දී ප්‍රතිපෝෂණය ඉතා වැදගත් වේ. තිරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියට උපරිම ජන සහභාගිත්වයක් අපේක්ෂා කෙරේ. එපමණක් නොව ග්‍රාහකයා තුළ තිරසාර පිටත රටාවක් ගොඩනැගීම ද අවශ්‍ය කෙරේ. සමාජ විෂමතාවන් ඉවත් වීම අවශ්‍ය වේ. මෙවැනි අපේක්ෂා ඉටුකර ගැනීම විෂයෙහි ඒකමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය සාර්ථක ක්‍රමවේදයක් ලෙස දැක්විය නො හැක. තිරසාර සංවර්ධනය ගොඩනැගීමේ දී හා ඒ සඳහා ජනමත ගොඩනැගීමේ දී සංවර්ධනය පිළිබඳ සාර්ථක සන්නිවේදන ආකෘතියක් ලෙස මෙම ආකෘතිය නො පිළිගැනේ.

ද්විමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති
Two way Development Communication Model

අතිතයේ පැවැති සමාජ තත්ත්වය ක්‍රමානුකූලව වර්ධනය වන විට ඉපැරණි ජනමත නායකයින්ට (සමාජ පාලකයින්ට) ඒකමාර්ගික සන්නිවේදන ආකෘතිය යොදා ගැනීමට නො හැකි තත්ත්වයක් ඇති වීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ද්විමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය බිහිවිය. මෙහි දී පවතින විශේෂම ලක්ෂණය වන්නේ ප්‍රතිපෝෂණ ක්‍රියාවලිය සක්‍රීය වීමය. ප්‍රතිපෝෂණය මගින් සන්නිවේදකයාගේ ග්‍රාහකයාගේ අතර පවතින සන්නිවේදන හා ගෝචර කර ගැනීමේ ගැටලු (Communication Gape) තිරවිල් කර ගැනීමට හැකිවේ.

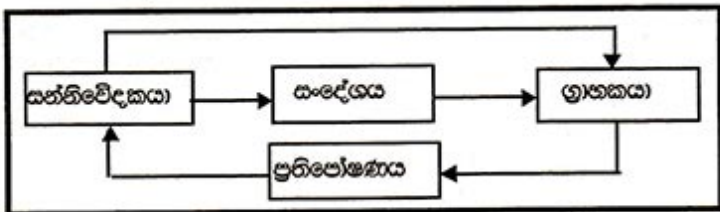


මෙම සන්නිවේදන ආකෘතිය මගින් සන්නිවේදකයා සංදේශයක් නිර්මාණය කොට ග්‍රාහකයා වෙත ලබා දෙයි. ඉන් අනතුරුව ග්‍රාහකයා ප්‍රතිපෝෂණය සන්නිවේදකයාට ලබාදෙයි. මෙය තොරතුරු සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ප්‍රයෝජනවත් සන්නිවේදන ආකෘතියකි.

එහෙත් “තිරසාර” සංවර්ධනය වැනි සංකීර්ණ තත්ත්වයන් සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා ප්‍රමාණවත් සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘතියක් ලෙස මෙය දැක්විය නො හැක. තිරසාර සංවර්ධනයක් රටක් තුළ නිර්මාණය කිරීම සඳහා මානුෂික ගුණාංග, ආර්ථිකය, සමාජීය, සංස්කෘතික අංශ හා විශේෂයෙන්ම පාරිසරික තුල්‍යතාවක් ඇති කිරීම වැනි සංකීර්ණ තත්ත්වයන් ගොඩ නැගීම සඳහා ජනතාව පෙළඹවීම පිණිස මෙම ආකෘතිය ඉක්මවා ගියා වූ ආකෘතියක් අවශ්‍ය වේ. යම් සරල සංදේශයක් සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා යෝග්‍ය වුව ද, තිරසාර සංවර්ධනය සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා මෙය ප්‍රමාණවත් නොවන ආකෘතියක් ලෙස දැක්විය හැක.

**සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති
Development Communication Model**

මෙම ආකෘතිය තුළින් සන්නිවේදකයාත් ග්‍රාහකයාත් අතර මනා සම්බන්ධතාවක් ගොඩනැගේ. එමෙන්ම නොව සන්නිවේදන අරමුණු අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් ලෙස වනා වනා වර්ධනය වන්නක් ලෙස පවතී. තිරතුරුව සන්නිවේදකයා හා සංදේශය නවීකරණයට භාජනය වේ. ඒ අනුව සන්නිවේදකස්ථානය හා ග්‍රාහකස්ථානය ද්විත්ව වරින් ලෙස ක්‍රියා කරයි.



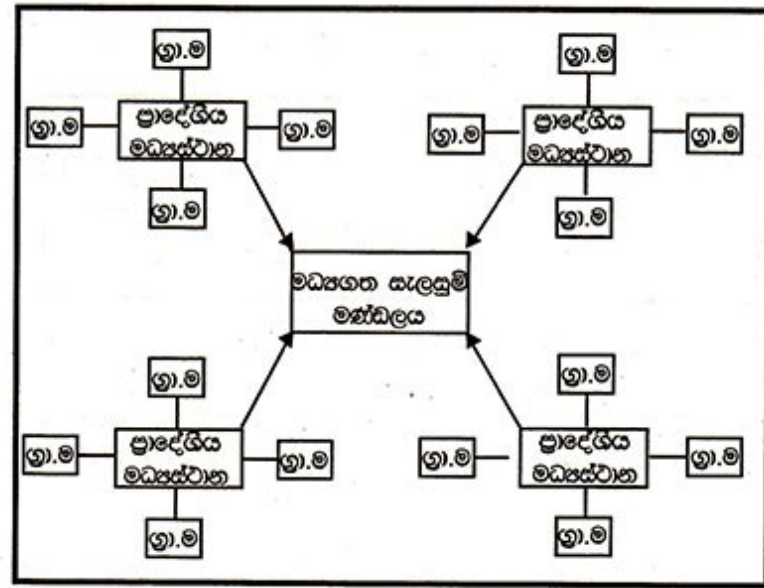
සංදේශය ගෝචර කර ගන්නා ග්‍රාහකයා සන්නිවේදකයාට ලබා දෙන ප්‍රතිපෝෂණය තුළින් සන්නිවේදකයා අදාළ ක්‍ෂේත්‍රය පිළිබඳවත් ග්‍රාහකයා ගේ විඥානය පිළිබඳවත් ලබා ගන්නා අවබෝධය තුළින් තම සංදේශකරණය නැවත නැවත සංවර්ධනය කරගනී. එම නව සංදේශය ලබා ගන්නා ග්‍රාහකයා තුළ ද නව සංවර්ධනාත්මක ආකල්ප ඇතිවීමට මෙම ආකෘතිය හේතු වේ.

එහෙත් තිරසාර සංවර්ධනය (Sustainable Development) සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා ප්‍රමාණවත් ආකෘතියක් ලෙස මෙම ආකෘතියද හැඳින්විය නො හැකිය. ඉහත දැක්වූ ආකෘති දෙකට වඩා සංවර්ධනාත්මක

ප්‍රවේශයක් මෙම ආකෘතිය තුළ අන්තර්ගතව ඇත. එම තත්ත්වය “තිරසාර” අදහස්, මත, සංකල්ප, ප්‍රායෝගික භාවිතයන් ජන සමාජය වෙත සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා භාවිත කළ හැකිය. එහෙත් සමස්ත “තිරසාර” සංවර්ධන ප්‍රවේශයන් ගොඩනැගීම සඳහා මීට වඩා ප්‍රබල ආකෘතියක් ගොඩනැගිය යුතුව තිබේ.

**මහජන චීන සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති
Development Communication Model of China⁸**

මහජන චීනය සාම්ප්‍රදායිකව ගොඩනැගී “මාක්ස්වාදය” තුළින් වැඩි දියුණු වූ සංකල්පයකි. කුඩා කණ්ඩායම් වශයෙන් සංවර්ධන කාර්යයන්ට සම්බන්ධ වන පුද්ගලයා අවසන් ලෙස සමස්ත සංවර්ධන ක්‍රියාවලියට බැඳී සිටී. “මහජන සහභාගිත්වය” මෙම ආකෘතිය ඉහත දැක්වූ අනෙක් සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති වලින් වෙනස් වන ප්‍රධාන ලක්ෂණයයි.



රට පුරා විහිදුණු මෙහෙයු සංකීර්ණ ජාලයක් තුළින් මහජන වින සංවර්ධන ආකෘතිය ගොඩ නැගී තිබේ.

- 01. ප්‍රජාතන්‍ය
- 02. සාරාංශකරණය
- 03. ප්‍රමාණීකරණය
- 04. ක්‍රියාවට පරිවර්තනය කිරීම

යන ප්‍රධාන කරුණු 04ක් මෙම ආකෘතිය තුළින් ක්‍රියාවට නංවයි. මෙම ක්‍රියාදාමය තුළින් සංවර්ධනය අත්පත් කරගැනීම ප්‍රධාන පරමාර්ථය වන අතර පහත සඳහන් කරුණු ප්‍රකාශ කර ගැනීමට ද මේ තුළින් අවධානය යොමු කොට තිබේ.

- 01. සදාචාරය තහවුරු කිරීම
- 02. ජනතාව රජය අතර පරතරය අඩු කිරීම හා සම්බන්ධතාව වර්ධනය කිරීම
- 03. කුඩා කණ්ඩායම් වලට මුල් තැනක් ලබාදීම
- 04. ජාතික සංවර්ධන ප්‍රතිපත්ති පුද්ගලයා තුළට ගෙනයාම
- 05. ජාතික සංවර්ධනයට අදාළ සැලසුම් සැකසීම හා ක්‍රියාවට නැංවීම
- 06. නිලධාරී පැලැන්තියේ බලය පැතිරීම අවම කිරීම
- 07. කාර්මීකරණයට වහල් නො වීම
- 08. කාමුණික ජන විඥානයක් ගොඩනැගීම යනුවෙනි.

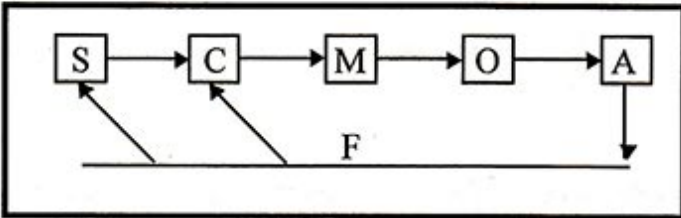
ඉහත ඉලක්ක ප්‍රකාශ කර ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නා ප්‍රධාන සන්නිවේදන ක්‍රමය වන්නේ පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයයි.

තිරසාර සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ප්‍රවේශයක් සැපයීමට මෙම ආකෘතිය ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ. ජන සහභාගිත්වය, පරිසරය, සමාජය, මානව ගුණය, තිරසාර ආර්ථිකය, තිරසාර ජන පිවිසිය රටේ තිරසාර ආර්ථික වර්ධනය, තිරසාර විඥානයක් ගොඩනැගීම යන තිරසාර සංවර්ධනයෙන් අපේක්ෂා කරන අරමුණු ගණනාවක් වන සංවර්ධනය සන්නිවේදනය ආකෘතිය භාවිත කිරීමෙන් ලබා කරගත හැකිය. මේ අනුව බලන විට සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති අතරින් තිරසාර සංවර්ධනය ගොඩනැගීම සඳහා ඉතා වැදගත්ම ආකෘතිය ලෙස මෙය දැක්විය හැකිය.

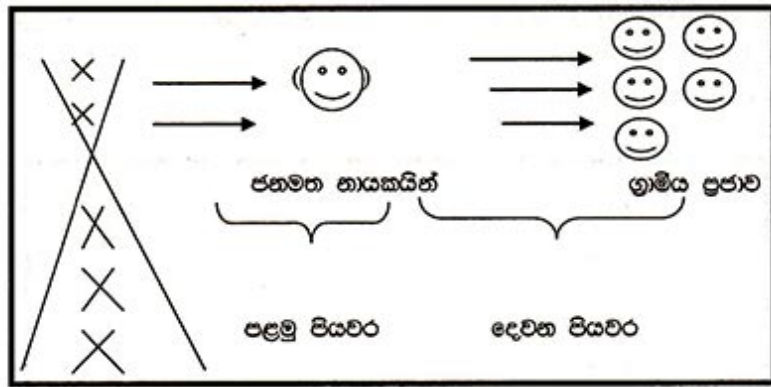
එහෙත් තිරසාරාත්මක සන්නිවේදනය ගොඩනැගීම සඳහා මෙම ආකෘතිය වර්තමානයේදී භාවිතයට ගැනීමේ දී ගැටලුවකට මුහුණදීමට සිදුවේ. අද්‍යයන තාක්ෂණික ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය භාවිතය පිළිබඳ මෙම ආකෘතිය භාවිතයට ගැනීම පිළිබඳ සවිස්තරාත්මක කරුණු නො මැන. එහෙත් වර්තමානයේදී තිරසාර සංවර්ධනය ගොඩනැගීමේ දී ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය අභිවර්ධන අංශයක් බැවින් මෙම ආකෘතියේ නවීනත්වයට අනුව පරිවර්තනය කිරීම තුළින් තිරසාර සංවර්ධනය ගොඩනැගීම සඳහා යොදාගත හැකිය.

දෙපියවර සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති Two Step Flow Model of Development Communication

මෙහි දී පියවර දෙකකින් සංදේශය ගමන් කරයි. ද්විමාර්ගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතිය හා දෙපියවර සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘතිය එකිනෙකට වෙනස් ආකෘති දෙකකි. ද්විමාර්ගික ආකෘතියේ දී මාර්ග දෙකකින් සංදේශය ගමන් කරයි. දෙපියවර ආකෘතියේ දී සිදුවන්නේ පියවර දෙකකින් සංදේශය සන්නිවේදනය වීමයි.



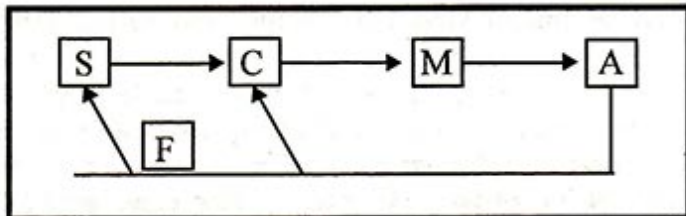
මෙහි දී පළමු පියවර වන්නේ තොරතුරු මුලාශ්‍ර පදනම් කරගෙන සන්නිවේදකයා මාධ්‍ය හරහා සංදේශ "O" වෙත ලබාදීමයි. "O" යනු ජනමත නායකයන්ය. (Opinion Leader) මෙහි දී ජනමත නායකයන් එසේත් නැත්නම් යම් යම් මාධ්‍ය පරිහරණය තුළින් තොරතුරු අවබෝධ කරගන්නා පිරිස් තමන් ලබා ගත් නැත්නම් අවබෝධ කරගත් සංදේශ තවත් පිරිසක් වෙත ලබාදීමයි. එහිදී "A" නැමැති ග්‍රාහක පිරිසට තිරවිල්ලව පහත සංදේශ ලැබේ. ග්‍රාමීය සංවර්ධන සන්නිවේදනයේදී මෙම ආකෘතිය ඉතාමත් වැදගත් වේ.



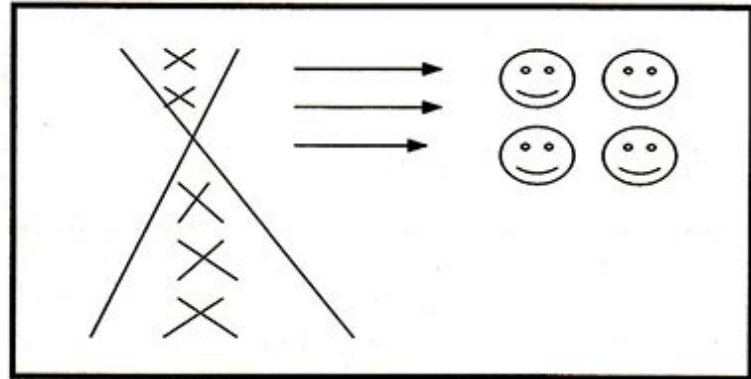
තිරසාර සංවර්ධනය සන්නිවේදනය කිරීමේ දී මෙම ආකෘතිය පාදක කර ගැනීමෙන් සමුහයක් ලෙස තේරුම් ගත හැකි පොදු වූ කරුණු සන්නිවේදනය කළ හැකිය. එහෙත් මෙම ආකෘතිය තුළින් ඇත දුෂ්කර ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්හි සාමාන්‍ය ජනයා වෙත සංදේශ සැපයීම කෙරෙහි වැඩි අවධානය යොමුවන බැවින් තිරසාර සංවර්ධනය වැඩි සමස්ත රටටම අදාළ වන්නාවූ සංදේශ සන්නිවේදනය සඳහා ප්‍රමාණවත් ආකෘතියක් නොවේ. යම් ආකාරයක ප්‍රයෝජනයක් පමණක් මින් ලබාගත හැකිය.

පුජා මාධ්‍ය සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘති
Community Media Development Model

මෙහිදී සන්නිවේදකයෙක් යාප්පු ලෙසම තම සංදේශය පුජා මාධ්‍යයක් භාවිත කරමින් ග්‍රාහකයාට සන්නිවේදනය කිරීම මෙහි දී සිදුවේ.



කිසියම් තොරතුරක් පදනම් කරගත් සංදේශයක් නිර්මාණය කර “C” නැමැති සන්නිවේදකයා “M” මාධ්‍ය හරහා “A” නැමැති ග්‍රාහක පිරිස වෙත සංදේශය සන්නිවේදනය කරයි.⁷



පුජා ගුවන්විදුලි සේවා, ධීවර පුජා ගුවන්විදුලි සේවා හා අනෙකුත් පුජා මාධ්‍ය සන්නිවේදන මාධ්‍ය උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.

තිරසාර සංවර්ධනය සඳහා පුජා මාධ්‍ය සන්නිවේදනය ද යොදාගත හැකි වුවත් එය භාවිත කළ හැකි වන්නේ සීමිත අරමුණු ප්‍රමාණයක් ලෙස කර ගැනීම සඳහා පමණි. මෙය සමස්තයක් ලෙස මුළු රටටම යොදාගත හැකි සන්නිවේදන ආකෘතියක් නොව සීමිත ප්‍රදේශයක පිහිටි උප සංස්කෘතික පුජා කණ්ඩායමක් සඳහා පමණක් යොදාගත හැකි ආකෘතියකි.

ගම්මාන පදනම් සංවර්ධන සන්නිවේදන ආකෘතිය
Basic Development Model of Village Communication.¹⁰

මෙම ආකෘතියේ දී එක් එක් ගම්මානයන්හි විශේෂත්වයන් පදනම් කරගෙන සංවර්ධනාත්මක සංදේශ සන්නිවේදනය සඳහා යොදාගත හැකි ආකෘතියකි. ග්‍රාමීය මට්ටමේ සිට ඉහළ දෙසට සංවර්ධනය උදෙසා සන්නිවේදනය ගමන් කිරීම මෙහි දී විශේෂත්වයකි. පහළ සිට ඉහළ දෙසට ගමන් කිරීමක් නැත්නම් ගම් මට්ටමේ සිට ජාතික ප්‍රතිපත්ති තීරක සභා දක්වා තොරතුරු ගලා යාමක් මෙම ආකෘතිය ක්‍රියාවේ යෙදවීම තුළින් අපේක්ෂා කළ හැකිය.

තිරසාර සංවර්ධනය උදෙසා මෙම ආකෘතිය ග්‍රාමීය මට්ටමේ දැනුම, අවබෝධය, ගැටලු, පිළිබඳ ගැමි ජනතාවගේ අදහස් වෙතත් ආයතන වෙත ගලායාම සඳහා භාවිත කළ හැකිය. එහෙත් මෙම ආකෘතිය තුළින් ද, තිරසාර සංවර්ධනය උදා කරලීම සඳහා ලබාගත හැක්කේ අල්ප කාර්යයක් ප්‍රමාණයක් පමණි.

තිරසාර සංවර්ධනය උදාකරලීම සඳහා සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘති යොදා ගත හැකි ආකාරය පිළිබඳ විමසුමක් ඉහත දී දක්වන ලදී. ඉහත සාකච්ඡා කළ ආකෘති අතරින් බහුතරය පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදන ආකෘතීන් වේ. තිරසාර සංවර්ධනය රට තුළ ප්‍රචලිත කිරීම සඳහා හා තිරසාර සංවර්ධනය පුනර්ක්ෂ සංකල්පයක බවට පත්කර ගැනීම සඳහා නවතම නූතනවාදී පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය හා ජනසන්නිවේදනය සම්මිශ්‍රණය වූ ප්‍රායෝගික සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදන ආකෘතියක් ගොඩනැගීමේ අවශ්‍යතාවය සන්නිවේදන පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රවල ගැඹුරින් සාකච්ඡාවට භාජනය වී ඇත. නවසිලන්තය, කැනඩාව, එංගලන්තය ආදී රාජ්‍යවල මේ පිළිබඳව වර්තමානය වනවිටත් පර්යේෂණ සිදු කෙරෙමින් පවතී. තිරසාර සංවර්ධනය යථාර්ථයක් බවට පත්කර ගැනීම උදෙසා පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයන් වෙතින් මෙවැනි ආකෘතියක් ගොඩනැගෙනු ඇත.

මූලාශ්‍ර

1. Backerman W., 1995, small is Stupid: Blowing the wistle on the greens, Dack worth, London, P. 126;
2. Rostow, 1960 "The stages of Development: A Non communitist manifesto", P: 55;
3. World Commission on Environment & Development .1987, our Common Future (Brundtkand Report) oxford University Press PP. 20-22;
4. Daly, H. 1991, "Sustainable Development : from Concept & Theory to operatinal Principles" PP. 65-68;

5. Pierce J.T.1992, "Progress & the Biosphere : The Dialiectis of Sustinabile Development" PP. 303-309;
6. Pinfield, Graham, 1997, "Sustainability Indicators : A New Tool for Evaluation" PP. 30,31;
7. ඇතුගල ආරියරත්න, 1998, සන්නිවේදනය, 103 පිටුව;
8. ඇතුගල ආරියරත්න, 1998, සන්නිවේදන සිද්ධාන්ත න්‍යාය, ජනමාධ්‍ය ආකෘති සහ සංකල්ප, 69-76 පිටු;
9. දිසානායක විමල්, 1997, සංවර්ධනාත්මක සන්නිවේදනය, 59-61 පිටු;
10. Steintalf M. Thomas, (1971) Humam Communication, New york;
11. ජයකොඩි එස්.කේ. 1996, තිරසාර සංවර්ධනය, අධ්‍යයන දෙපාර්තමේන්තු ප්‍රකාශනය, 234-244 පිටු;

මූලාශ්‍ර

1. Backerman W., 1995, small is Stupid: Blowing the wistle on the greens, Dack worth, London, P. 126;
2. Rostow, 1960 "The stages of Development: A Non communitist manifesto", P: 55;
3. World Commission on Environment & Development .1987, our Common Future (Brundtkand Report) oxford University Press PP. 20-22;
4. Daly, H. 1991, "Sustainable Development : from Concept & Theory to operatinal Principles" PP. 65-68;

5

භාෂණයේ සහ ප්‍රකාශනයේ නිදහස සීමා කිරීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක වන ක්‍රමවේද

ආර්.දර්ශන ප්‍රියගාන්ත

සුවෙන් බෙර හසින් ආරම්භ වූ මානව සන්නිවේදනය වර්තමානයේ දී වඩා පුළුල් වූ පරාසයක් තුළ ව්‍යාප්ත වී ඇති අතර දිනෙන් දින මානව සන්නිවේදනයට තාක්ෂණික ඵලදායී කිරීම් නිසා ඉතා වේගයෙන් සන්නිවේදනාර්ථ දියුණු වෙමින් පවතී. නමුත් සන්නිවේදන ක්‍රම කොතරම් වේගයෙන් වෙනස් වුවත් සන්නිවේදනයේ මූලික අරමුණ වන්නේ තවත් පුද්ගලයෙකුට අවබෝධවන ආකාරයට යමක් ප්‍රකාශ කිරීමයි. එලෙස අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේදී තමාට සිතැති පරිදි ඕනෑම ප්‍රකාශයක් කිරීමට අයිතියක් තිබේ ද, යන්න සලකා බැලීම ඉතා වැදගත් වේ.

කටා කිරීමේ නිදහස පිළිබඳව අයිතිය හා අත් අයට හානි සිදු කිරීම සඳහා එම නිදහස පාවිච්චි නො කිරීමේ යුතුකම අතර සමබරතාවක් ඇති කිරීම අනිවාර්යෙන්ම කළ යුතු දෙයකි. එලෙස සමබරතාවක් ඇති කිරීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාව තුළ ක්‍රමවේදයක් ක්‍රියාත්මක වනවා ද, යන්න කොටා බැලීම මෙම ලිපියේ අරමුණයි.

දැනට පවතින නීති තත්වයන් යටතේ භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළකිරීමේ නිදහස හැකි විදීමට ප්‍රමාණවත් නිදහසක් හා අසාධාරණ තත්වයන් වැළැක්වීමට ප්‍රමාණවත් වාරණයක් ඇති ද, යන්න ද,

සලකා බැලිය යුතුය. සන්නිවේදන ක්‍රමවේදයන් වල වෙනස් වීමට අනුරූපව නීතිය ද වෙනස් විය යුතුය. එලෙස වෙනස් නො වන නීති ක්‍රමවේදයන් අංගවිකලය. යුක්තියේ දෙවනත තම දැක වසාගෙන සිටි පමණින් සෑමට යුක්තිය ඉටු නොවේ. යුක්තිය ඉටුවීමට නම් යුක්ති ගරුක දේ ආරක්ෂා කිරීමට හා අයුක්ති සහගත දේ පාලනය කිරීමට පිළිගත හැකි නීති ක්‍රමවේදයක් අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මෙවැනි වූ තත්වයක් යටතේ ශ්‍රී ලංකාව තුළ දක්නට ඇති භාෂණයේ නිදහස ඇතුළු අනෙකුත් මාධ්‍ය අයිතිවාසිකම් වලට නීතිය මැදිහත් වී පනවා ඇති සීමා කිරීම් තුළින් පිළිගත හැකි මට්ටමේ වාරණයක් තිබෙනවා ද, යන්න කොටා ගැනීම අපහසු නොවේ.

භාෂණයේ නිදහස යන්නට ඉතිහාසයේ සිට විලංගු දමා තිබුණු අතර එකී විලංගු වලින් වරින් වර මනුෂ්‍ය පිටිත පවා විනාශ කර දමන ලදී. මුල් කාලීන ලෝකයේ ගෝත්‍රික කණ්ඩායම් වල නායකයාට විශාල බලයක් පැවතුණි. බොහෝ විට ගෝත්‍රික නායකයා ගාටිටික යක්තිය අතින් අත් අයට වඩා බලවත් විය. එබැවින් තමාට විරුද්ධව යමක් ප්‍රකාශ කරනු ලැබූ පුද්ගලයා විනාශ කර දමා තමාගේ ආධිපත්‍යය රැක ගැනීමට ඔහු සමත් විය. එබැවින් ගෝත්‍රික සමාජ වල මිනිසුන්ට තමාට රිසි කේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට අයිතියක් නො තිබුණි. නායකයාගේ අදහස් දේවත්වයෙන් සැලකිය යුතුය. නැතිනම් මරණය වැළඳ ගත යුතුය.

කොකුටිස් යනු ලොවම පිළිගන්නා පණ්ඩිතයෙකි. ඔහු තම අදහස් ප්‍රකාශ කිරීම සඳහා යොදා ගත් ක්‍රමවේදය වන්නේ යම් තැනැත්තෙක් ප්‍රශ්නයක් ඇසූ විට දී එකී ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු තවත් ප්‍රශ්නයකින් ලබා දීමයි. මෙම ක්‍රමවේදය මුල් වරට ලෝකයට හඳුන්වා දෙනු ලැබුවේ බුදුරජාණන් වහන්සේ විසිනි. එය බුද්ධ ධර්මයේ දී හඳුන්වන්නේ “පටිපුට්ඨා ව්‍යාකරණය” වශයෙනි. මෙම ක්‍රමවේදය යොදා ගත් කොකුටිස් සත්‍යවාදී පුද්ගලයකු විය. නමුත් ඔහු විසින් හෙළිකළ සත්‍ය තවත් පිරිසකගේ පිළිකුලට හා වෛරයට ප්‍රබල හේතුවක් වූ බැවින් එය පානය කොට මියයාමට සැලැස්වීම මගින් කොකුටිස්ව මරා දමන ලදී.

ශිෂ්ට සම්පන්න ලෝකයක් ඇති වීමට නම් මිනිසුන්ට තම අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට අයිතියක් තිබිය යුතුය. මෙම අයිතිය මුල්වරට පිළිගනු ලැබුවේ 1215 දී එවකට බ්‍රිතාන්‍ය කීර්ටිය දැරූ ජෝන් රජතුමා විසින් තම රාජ්‍ය මුද්‍රාව

තබා මැරෙනා කාර්ටා ලෙස හැඳින්වෙන මහා අධිකාරී පත්‍රය මගින් අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහස පිළිගැනීමත් සමගය.

ඉන් අනතුරුව මානව අයිතිවාසිකමක ලෙස අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතිය ප්‍රබල ලෙස ලොව පුරා පිළිගැනීමට ලක්වූයේ දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් අැති ව විනාශකාරී තත්වයක් නැවත අැති නො වීම පදනම් කර ගනිමින් බිහි ව එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය මගින් සම්මත කර ගන්නා ලද මානව අයිතිවාසිකම් පිළිබද විශ්ව ප්‍රකාශනය පැනවීම තුළිණය. 1948/12/10 වන දින එක්සත් ජාතීන්ගේ මහා මණ්ඩලය විසින් මෙය සම්මත කර ගන්නා ලද අතර එහි 19 වන වගන්තිය ඉතාම පැහැදිලි ලෙස භාෂණයේ නදහස පිළිගෙන ඇත. එනම්

“තම නිදහස් මතය දැරීමට හා ප්‍රකාශ කිරීමට සෑම පුද්ගලයකුටම අයිතිය ඇත. අනුන්ගේ බාධාවක් නො මැතිව තම මතය දැරීමටත්, දේශ සීමා නො සලකා කචර මාධ්‍යකින් හෝ තොරතුරු ලැබීමට හා දීමටත් අැති අයිතිය ද ඊට ඇතුලත්ය.”

මෙ ලෙස පිළිගනු ලැබූ අයිතිවාසිකම් වලට ශ්‍රී ලංකාව තුළදී ප්‍රබල පිළිගැනීමක් ලැබෙන්නේ 1972 ප්‍රථම ජනරජ ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවට මුලික අයිතිවාසිකමක් ලෙස භාෂණයේ නිදහස සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළකිරීමේ අයිතිය ඇතුලත් කිරීමත් සමගය. එහි VI වන පරිච්ඡේදයේ 18 (I) (G) වගන්තිය තුළ මෙම අයිතිය දක්වා ඇත්තේ

“every citizen shall have the right to freedom of speech and expression, including publication”

යනුවෙනි. නමුත් 1972 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාව යටතේ මෙම අයිතිය විධායක හෝ පරිපාලන ක්‍රියාවකින් කඩවූ විටදී එයට එරෙහිව ක්‍රියාකිරීමට පිළිගත හැකි ක්‍රමවේදයක් නො තිබුණි. නමුත් බොහෝ විචාරකයන් ප්‍රකාශ කරනු ලබන්නේ මෙම අයිතිය දිසා අධිකරණයක් මගින් ක්‍රියාත්මක කරවා ගැනීමට හැකිව තිබූ බවයි.

නමුත් 1978 දෙවන ජනරජ ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාව සම්මත කර ගැනීමත් සමග මුලික අයිතිවාසිකමක් වන භාෂණයේ නිදහස ක්‍රියාත්මක කර ගැනීමට ක්‍රමවේදයක් සකස් කර තිබීම විශේෂිත තත්වයක් ලෙස පෙන්වා දිය හැක. 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ 14(I)(අ) ව්‍යවස්ථාව පහත පරිදි භාෂණයේ නිදහස අර්ථ දක්වා ඇත.

“සෑම පුරවැසියෙකුටම භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළ කිරීමේ නිදහසට හිමිකම ඇත්තේය.” යනුවෙන් දක්වා තිබීම තුළින් ගම්‍යවන අර්ථයක් තිබේ. එනම් 14 (I) (අ) ව්‍යවස්ථාව ඇළ වන්නේ ශ්‍රී ලාංකික පුරවැසියන්ට පමණකි. පුරවැසියන් නො වන අන් අයට භාෂණයේ නිදහස ලංකාව තුළදී අයිතිවාසිකමක් ලෙස ඉල්ලා සිටිය නොහැක. එමෙන්ම භාෂණයේ අයිතිවාසිකම කඩකිරීමක් කර ඇති විටකදී නඩු පැවරිය හැක්කේ 1978 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ 126 වන ව්‍යවස්ථාව යටතේය. එහි දක්වා ඇති පරිදි මුලික අයිතිවාසිකමක් වන භාෂණයේ නිදහස විධායක හෝ පරිපාලන ක්‍රියාවක් මගින් කඩ කිරීම හෝ කඩ කිරීමට ආයත්නව පැවතීම මත ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණයට මුලික අයිතිවාසිකම් පෙත්සමක් ඉදිරිපත් කළ හැකිය. කඩ කිරීමට ආයත්නව පැවතීම මත ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණයට මුලික අයිතිවාසිකම් පෙත්සමක් ඉදිරිපත් කළ හැක. එකී පෙත්සම මුලික අයිතිවාසිකම් කඩ වූ දින සිට මසක් ඇතුලත දී ඉදිරිපත් කළ යුතු අතර මසක කාලය ඉක්මවා ගොස් ඇති විට දී ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණයේ අභිමතය අනුව එකී පෙත්සම පිළිගැනීම හෝ ප්‍රතික්ෂේප කිරීම කළ හැකිය. එමෙන්ම මෙකී මසක කාල සීමාව ගණනය වන්නේ මුලික අයිතිවාසිකමක් කඩ වූ බවට දැන ගත් දිනයේ සිට ඉදිරියට මසක් ඇතුලත කාල සීමාව තුළදී බව ප්‍රකාශ කළ හැක. නමුත් මුලික අයිතිවාසිකමක් වන භාෂණයේ නිදහස කඩ වූ බවට දැනගත් වහාම මානව අයිතිවාසිකම් කොමිෂන් සභාවට පැමිණිල්ලක් කර ඇත්නම් මසක කාල සීමාවක් නො සලකා හරිනු ලැබේ. එමෙන්ම විධායක හෝ පරිපාලන ක්‍රියාවක් මගින් මුලික අයිතිවාසිකම් කඩවී ඇත්නම් එයට එරෙහිව මුලික අයිතිවාසිකම් නඩුවක් පැවරිය නො හැක. ඒ අනුව බලන විට දී පෞද්ගලික වශයෙන් රජයට සම්බන්ධ නො වන පාර්ශවයක් භාෂණයේ නිදහස කඩ කළහොත් මුලික අයිතිවාසිකම් නඩුවක් පැවරීමට නො හැකි බව මතක තබා ගත යුතුය.

භාෂණයේ නිදහස යන්න වල් බුරු නිදහසක් නොවන අතර එයට සීමාකම් ද පැනවීමට ව්‍යවස්ථාදායකය කටයුතු කර ඇති බව ප්‍රකාශ කළ හැක. ඒ අනුව භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළකිරීමේ නිදහසට 15 (2) හා 15 (7) ව්‍යවස්ථා මගින් සීමාකම් පනවා ඇත. එකී සීමාකම් ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාව තුළ ඇතුලත් කර ඇත්තේ භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහසත් සමාජයත් අතර තුලනයක් ඇති කිරීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙසිනි.

- 15 (2) අනු ව්‍යවස්ථාව මගින් දක්වා ඇති සීමාකම් වන්නේ:
 - [i] පාර්ලිමේන්තුව හා ආගමික සහයෝගිතාවය තහවුරු කිරීම සඳහා
 - [ii] පාර්ලිමේන්තු වරප්‍රසාද කඩ හෝ වන ආකාරයට
 - [iii] අධිකරණයට අපහාසයක් සිදු හෝ වන ආකාරයට
 - [iv] අපහාසයකට හෝ වරදකට පෙළඹ වීමක් ඇති හෝ වන ආකාරයට හා
 - [v] නීතියෙන් නියම කර ඇති සීමාකිරීම් වලට යටත්ව

භාෂණයේ අයිතිය භුක්ති විඳීමට කිසිදු නෛතික බාධාවක් හෝ මැති බවයි. එමෙන්ම 15(7) ව්‍යවස්ථා මගින් ද භාෂණයේ නිදහසට ඉතා වැදගත් සීමා කිරීම් කිහිපයක් පනවා ඇත. ඒවා නම්

- [i] රාජ්‍ය ආරක්ෂාව හා රටේ පැවැත්ම තහවුරු කිරීම පිණිසත්
- [ii] මහජන සෞඛ්‍ය හෝ සඳාචාරය ආරක්ෂා කිරීම පිණිසත්
- [iii] අත්‍යයන්ගේ අයිතිවාසිකම් හා නත් වැදැරුම් නිදහස නිසි පරිදි පිළිගන්නා බවටත්
- [iv] පොදු සුභසාධනය සඳහා යුක්ති සහගතව අවශ්‍ය දෑ සපුරා ලීම පිණිසත්
- [v] නීතියෙන් නියමකර ඇති සීමා කිරීම් වලට යටත්ව

ඉහත සඳහන් කරන ලද භාෂණයේ අයිතිය භුක්ති විඳිය හැකි බවයි. මෙලෙස ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව තුළ දක්වා ඇති සීමාකිරීම් තුළින් භාෂණයේ නිදහසට ක්‍රමවේදයක් හඳුන්වා දී ඇති අතර එකී ක්‍රමවේදය කඩකිරීමක් කරනු ලැබූ විට ද සිරදඩුවම් විඳීමට පවා සිදුවන බවට උදාහරණ ශ්‍රී ලංකාව තුළින්ම සොයා ගැනීම අපහසු නො වේ.

එර්ෂ 2000 අගෝස්තු මස 03 වන දින පාර්ලිමේන්තුවේ අනුමැතිය සඳහා නවතම ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පතක් පාර්ලිමේන්තුවට ඉදිරිපත් කළ අතර ඒ තුළින් 1978 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාව ප්‍රතික්ෂේප කොට 2000 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පත පනවා ගැනීමට උත්සාහ ගත් නමුත් පාර්ලිමේන්තුවේ දී 2/3 ක ඡන්දය එයට ලබා ගත නො හැකි වීම නිසා එම කෙටුම්පත සම්මත කර ගැනීමට නො හැකිවිණි. 2000 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පතේ 16 (i) වන උප වගන්තිය මගින් තොරතුරු දැන ගැනීමේ අයිතිය ප්‍රකාශිතවම පිළිගෙන තිබුණි. නමුත් 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව තුළ තොරතුරු දැනගැනීමේ අයිතිය ප්‍රකාශිතවම පිළි ගො ගත් අතර පසුකාලීන නඩු තීන්දුවක දී 14 (I) (අ)

ව්‍යවස්ථාව යටතට තොරතුරු දැනගැනීමේ අයිතිය ද ඇතුළත් බවට අර්ථ නිරූපනය කර තීන්දුවක් ලබා දෙන ලදී.

2000 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පතේ 16 (i) වන වගන්තිය මගින් භාෂණයේ නිදහසට සම්බන්ධ සියලුම අයිතිවාසිකම් සෑම පුද්ගලයකුටම භුක්ති විඳිය හැකි අයිතිවාසිකම් ලෙස දක්වා තිබුණි. නමුත් 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ ඉහත අයිතිය පිළිගනු ලැබුවේ පුරවැසි අයිතිවාසිකමක් ලෙසයි. ඒ අනුව බලන විට දී 2000 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පත වඩා පුළුල් ලෙස භාෂණයේ නිදහස පිළිගෙන ඇති බවට ප්‍රකාශ කළ හැක.

2000 ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පතේ භාෂණයේ නිදහසට සම්බන්ධ අනෙකුත් අයිතිවාසිකම් 16 (i) වන වගන්තිය මගින් පුළුල්ව දක්වා ඇත්තේ පහත පරිදි වේ.

“Every person is entitled to the freedom of speech and expression including publication and this right shall include the freedom to express opinions and to seek, receive and impart information and ideas either orally, in writing, in print, in the form of art, or through any other medium.”

නීතිය හා ආචාරධර්ම යුගයෙන් යුගයට වෙනස් විය යුතුය. අප කැමති අදහස් හා අපට නුරැස්සන අදහස් වලට ද අප ගරු කළ යුතුය. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයේ මූලික ලක්ෂණය වන්නේ එයයි. සාධාරණ විවේචනයකින් තොරව සාර්ථකත්වයක් දැකිය නො හැක. නමුත් අසාධාරණ විවේචන සීමා කිරීමට ද නීතිමය ක්‍රමවේදයක් තිබීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

අපහාසය

භාෂණයේ නිදහස පිළිබඳව සාකච්ඡා කිරීමේ දී ප්‍රබල වශයෙන් විවාදයට භාජනය වන මාතෘකාව වන්නේ අපහාසය යන මාතෘකාවයි. අපහාසය පිළිබඳව නීතිය පුද්ගලයකුගේ කීර්තියට ප්‍රසිද්ධියට පහර ගැසීම වැළැක්වීමට ක්‍රියාත්මක වන බව ප්‍රකාශ කළහැක. නමුත් මෙහි දී ගැටලුකාරී තත්වයක් ඇති වන්නේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රටක පුද්ගලයන් සතු අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතිය හා තම කීර්තිය ආරක්ෂා කිරීමට තවත් පුද්ගලයකු සතු අයිතියක් අතර තුලනයක් ඇති කරන්නේ කෙසේ ද යන්නයි. ශ්‍රී ලංකාව වැනි ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක කටා කිරීමේ නිදහස ඉතා වැදගත් අංගයක් ලෙස ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව මගින්ම

පිළිගන්නා අතර එම කරුණ නිසාම ඉහතින් දක්වන ලද කරුණු දෙක අතර තුලනය භාෂණයේ නිදහස දෙසට යොමු වී ඇති බව පෙන්වා දිය හැක.

ශ්‍රී ලංකාවේ අපභාසය පිළිබඳව නීතිය කොටස් දෙකක් යටතේ සාකච්ඡා කළ හැක. මෙම කොටස් දෙක යටතේ ජනමාධ්‍ය නිදහස හා පුද්ගල වශයෙන් පවතින භාෂණයේ නිදහස සීමා කිරීමට ක්‍රමවේදයක් සකසා ඇති බව ප්‍රකාශ කළ හැක.

(i) සාපරාධී අපභාසය

2002 වසරේ දී දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයට කරනු ලැබූ සංශෝධනයක් මගින් සාපරාධී අපභාස නීතිය ලංකාවේ ඉවත් කර දමන ලදී. දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයේ xix වන පරිච්ඡේදය යටතේ “කීර්තියට හානි කිරීම” වශයෙන් සාපරාධී අපභාස නීතිය දක්වා තිබුණි. දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයේ 479 වන වගන්තිය යටතේ සාපරාධී අපභාසය අර්ථ දක්වා තිබුණු ආකාරය පහත පරිදි වේ.

“කව) කරනු ලැබූ වචන වලින් හෝ කියවීමට අදහස් කරනු ලැබූ වචන වලින් හෝ සංඥා වලින් හෝ පෙනෙන නිරූපනයන්ගෙන් යම් තැනැත්තෙකු පිළිබඳ ආරෝපනය කිරීමකින් ඔහුගේ කීර්තියට හානි කිරීමේ අදහසින් හෝ කීර්තියට හානියක් වන බව දැනීමින්ම හෝ එවැනිකිසි ඒ ලෙස වන බව විශ්වාස කිරීමට කරුණු තිබිය දී ඔහු සම්බන්ධයෙන් එබඳු ආරෝපනය කිරීමක් මතු කළ හොත් හෝ ප්‍රසිද්ධ කළ හොත් එය කීර්ති හානි කිරීමක් ලෙස සලකනු ලැබේ.”

ඉහත ආකාරයට සාපරාධී අපභාසයක් කරනු ලැබුව හොත් අවුරුදු දෙක දක්වා කාලයක්, ලිහිල් ඛන්ධනාගාර ගත කිරීමක් දඩයක් හෝ එකී දඬුවම් දෙකින්ම දඬුවම් කිරීමට අධිකරණයට බලය තිබුණි.

නමුත් ලෝකයේ බොහෝ දියුණු රටවල් වල අපභාසය සම්බන්ධ නීතියේ දී සිර දඬුවම් ලබා දීම නවතා දමා තිබුණි. සිර දඬුවමක් ලබා දීම වෙනුවට ඔහුගෙන් දඩ මුදලක් වන්දි වශයෙන් ලබා ගැනීමට පැමිණිලි පාර්ශවයට හේතුව වට පිටාව සකසා දී තිබීම නිසා අපභාසය නිසා සිදුවන හානිය පියවා ගත හැකි බවට නව නීති හඳුන්වා දී තිබුණි. ඒ අනුව 2002 වර්ෂයේ දී ශ්‍රී ලංකාවේ දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයෙන් සාපරාධී අපභාසය පිළිබඳ

නීතිය ඉවත් කර දමන ලදී. ඊට අනුරූපව පුවත් පත් මණ්ඩල නීතියේ 15 වන වගන්තිය ද ඉවත් කිරීම සිදු කරන ලදී.

සාපරාධී අපභාස නීතිය මගින් භාෂණයේ නිදහසට වැට කඩාව බැඳ දමා තිබීම එක් අතකින් පුජාතන්ත්‍රවාදයට එල්ලවී තිබූ මරු පහරකි. අනිත් අතින් බලන විටදී පුද්ගලයන්ගේ අයිතිවාසිකම් හා ගරුත්වය ආරක්ෂා කිරීමට පිළිගත හැකි පදනමක් සහිත නෛතික වටපිටාවක් තිබීම ද අතපවයන් වේ. එමෙන්ම පුද්ගලයකුට තවත් පුද්ගලයකු විසින් වචනයෙන් කරනු ලබන හානියකට ඛන්ධනාගාර ගත කිරීමක් අවශ්‍ය නො මැති අතර හානියට සාපේක්ෂ වන්දි මුදලක් ලබා දීම ද යුක්ති සහගත බව ප්‍රකාශ කළ හැක.

දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයේ 118 වන වගන්තිය මගින් භාෂණයේ නිදහසට තවද සීමාකම් පනවා ඇත. එනම් vi වන පරිච්ඡේදයේ රාජ්‍ය විරෝධී වැරදි යටතේ අවිනිත හෝ නින්දා සහගත වචන වලින් හෝ සංඥා වලින් රජතුමාගේ ගෞරවය කෙලෙසීමට එරෙහිව දඬුවම් නියම කර ඇත.

“කව) කරනු ලැබූ හෝ කියවීමට අදහස් කරනු ලැබූ යම් අවිනිත හෝ නින්දා සහගත හෝ අවඥා සහිත වචනයෙන් හෝ සංඥාවෙන් හෝ දැකිය හැකි නිරූපනයෙන් රජතුමා හෝ එතුමාගේ රාජකීය මහිමය කෙලෙසීමට තැත් කරන යමෙකුට අවුරුදු දෙක දක්වා කාලයක් ලිහිල් ඛන්ධනාගාර ගත කිරීමකින් දඬුවම් කළ යුතුය. ඔහු දඩයකට ද යටත් විය යුතුය.”

එර්තමාන ශ්‍රී ලංකාව තුළ රජ කෙනෙකු දක්නට නො මැති වුවද මෙම වගන්තිය ජනාධිපතිවරයකුගේ කීර්තිය ආරක්ෂා කිරීමට යොදා ගත හැකි බව ප්‍රකාශ කළ හැක. නීතිපති එදිරිව සිංහ රත්නතුංග නඩුවේ දී එවකට සිටි ජනාධිපතිනී වන්දිකා ඛන්ඩාරණායක කුමාරතුංග මැතිණිය ඇයගේ නිලයට නො ගැළපෙන ආකාරයට මිතුරකුගේ උපන්දින සාදයකට හෝටලයේ පිටුපස දොරින් ඇතුල් වූ බවට “සන්ඩේ ටයිම්ස්” පුවත් පත වාර්තා කිරීම නිසා දණ්ඩ නීති සංග්‍රහයේ ඉහත වගන්තිය යටතේ නඩු පවරන ලදී.

මෙම වගන්තිය දෙස විචාරශීලීව බලන විටදී පෙනී යන්නේ රටේ ජනාධිපතිවරයා වුවත් සාරාංශික ලෙස විවේචනයට භාජනය කිරීමට නිදහසක් තිබිය යුතු බවයි. ජනතා අනුමැතියෙන් පත්වන ජනාධිපතිගේ ක්‍රියා කලාපය ජනතා විවේචනයට භාජනය වීම අනිවාර්යයෙන්ම විය යුතු දෙයකි. නමුත් අනෙක් අතට බලන විටදී ද්වේශ සහගත ලෙස ජනාධිපතිවරයා විවේචනයට

භාජනය කරන්නේ නම් එය පාලනය කිරීමට ද ක්‍රමවේදයක් තිබීම අත්‍යවශ්‍ය කාරණාවකි.

භාෂණයේ නිදහසට සාපරාධී අපහාස නීතිය මගින් සීමාකම් පැනවීම පුජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයකට යෝග්‍ය නොවේ. නමුත් අන් අයගේ අයිතින් හා ගරුත්වය ආරක්ෂා කිරීම අත්‍යවශ්‍ය අංගයකි. එබැවින් සාපරාධී අපහාස නීතිය මගින් භාෂණයේ නිදහස සමකර තිබීම යම් තරමක් දුරට සාධාරණීකරණය කළහැක. නමුත් 2002 වර්ෂයෙන් පසුව සාපරාධී අපහාසය අවලංගු කර ඇති බැවින් සිවිල් නීති ක්‍රමවේදයක් යටතේ භානියට පත් පාර්ශවයට පිළිසරණක් ලබා ගතහැක.

(II.) සිවිල් අපහාසය

ශ්‍රී ලංකාවේ සිවිල් අපහාසය සම්බන්ධ නීතිය රෝම ලන්දේසි නීතිය මත පදනම් වූ “අක්ටියෝ ඉන්ජුරියාරම්” (Actio Injuriarum) නඩුකරයේ විෂය පථයට ඇතුළත් වන අතර මෙහි වරද සිවිල් වගකීමක් ලෙස ද හැඳින්වේ. “මැකරන්” විසින් සිවිල් අපහාසය අර්ථ දක්වා ඇත්තේ

“යම්කිසි තැනැත්තෙකු විසින් නිත්‍යනුකූලව සාධාරණීකරණයක් හෝ සමාවට හේතුවක් නො මැතිව තවත් තැනැත්තෙකු පිළිබඳව අපහාසාත්මක දෙයක් ප්‍රසිද්ධ කිරීම” යනුවෙනි.

සිවිල් අපහාසය සම්බන්ධයෙන් නඩුකරයක් ගෙන එන විට ද එකී නඩුව සාර්ථක වීමට නම් ප්‍රධාන අවශ්‍යතා 4ක් ඔප්පු කළ යුතුය. ඒවා නම්

1. අදාළ ප්‍රකාශය අපහාසාත්මක විය යුතුය.
2. අදාළ ප්‍රකාශය පැමිණිලිකරු සම්බන්ධයෙන් විය යුතුය.
3. අපහාසාත්මක දෙය ප්‍රසිද්ධ කළ යුතුය.
4. විත්තිකරු විසින් animus injuriandi හෙවත් අපහාස කිරීමේ චේතනාවක් තිබිය යුතුය.

යන කරුණු වේ.

සිවිල් අපහාසය සම්බන්ධයෙන් ප්‍රකාශයක් ඔප්පු කිරීමේ දී වැඩිමර සාපරාධී අපහාසයක් ඔප්පු කිරීමේ භාරය සාධාරණ සැකයෙන් ඔබ්බට (beyond reasonable doubt) ව්‍යාජන වන අතර වරද සිදු වුවා ද නො වුවා ද යන්න පිළිබඳ සැකයක් තිබිය නො හැක. වරද සිදු නොවූ බවට සැකයක් ඇති කළ හොත් එකී සැකයේ වාසිය විත්තිකරුට ලබා දීම කළ යුතුය. ඒ මත විත්තිකරු නිදහස් විය හැක. නමුත් සිවිල් අපහාසයේ දී එලෙස ඇති ඔප්පු කිරීමේ භාරයක් දක්නට නො මැත.

“පේලේවින්” ප්‍රකාශ කරන ආකාරයට කිසියම් පුද්ගලයෙක් පිළිබඳව සමාජයේ ඔහුගේ නිතවතුන් විසින් කරන තක්සේරුව නියම තත්වයට වඩා පහත හෙළීමට දායක වන ඕනෑම ප්‍රකාශයක් අපහාසාත්මක බව ප්‍රකාශ කරයි. ඒ අනුව බලන විට දී සමාජ තත්වය පහළ වැටෙන ආකාරයට කියනු ලබන ඕනෑම ප්‍රකාශයක් අපහාසයක් ලෙස සැලකිය හැක.

පුද්ගලික චරිතය, වංක භාවය, සදාචාර විරෝධී බව, පෞරුෂයක් නොමැති බව, අගෞරවනීය පැවැත්ම යනාදිය මෙන්ම යම් පුද්ගලයෙකු පිළිබඳව අකමැත්ත ප්‍රචාරිතය කිරීම, ඔහු දුර්වල පුද්ගලයෙකු බව ප්‍රකාශ කිරීම, දූෂණයට ලක්වූ බව ප්‍රකාශ කිරීම, අවජාතක බව, සිහිවිකල බව, ආබාධිත බව සීම අපහාසාත්මක ප්‍රකාශයක් විය හැක.

එමෙන්ම කිසියම් පුද්ගලයෙකුගේ වෙළඳ ප්‍රසිද්ධිය හෝ ඔහුගේ වෘත්තීමය හැකියාව අවතක්සේරු කරන්නා වූ ප්‍රකාශන ද අපහාසාත්මක ප්‍රකාශයක් විය හැක. වෛද්‍යවරයකු, ඉංජිනේරුවකු, නීතිඥයකු අදාළ වෘත්තීය පිළිබඳ අදක්ෂයකු බව ප්‍රකාශ කිරීම අපහාසාත්මක විය හැක. ලොවම පිළිගත් ගත් කතුවරයකු පහත් පෙළේ ලේඛකයකු බව ප්‍රකාශ කිරීම ද මීට ඇතුළත් වේ.

අපහාසය සම්බන්ධ නඩුකර වලදී විත්තිකරුට තමාගේ නිදහසට ඉදිරිපත් කළ හැකි විත්ති මාවත වන්නේ

- I. අනුමැතිය ලබාදී තිබීම. (පැමිණිලිකරු විසින්)
- II. ප්‍රකාශය සාධාරණය කිරීම.
- III. යුක්ති සහගත අදහස් දැක්වීම.
- IV. අදාළ ප්‍රකාශයට වරප්‍රසාදයක් හිමිවී තිබීම.
- V. සාධාරණ විවේචන.

යනාදිය වේ. මෙම විත්ති වාචක කාර්ථක ලෙස ඔප්පු කිරීම තුළින් අපහාසයක් සිදුවී නො මැති බවට විත්තිකරුවා ඔප්පු කළ හැක.

නාෂණයේ නිදහස යන්නට අපහාස නීතිය මගින් ඉහතින් දැක්වූ ආකාරයට සීමාකම් පනවා ඇත. මෙම සීමාකම් නො සලකා ක්‍රියාකරන පුද්ගලයන්ට අධිකරණ ක්‍රියා මාර්ගයකින් දඬුවම් ලබාදීමට හැකිවන අතර මෙවැනි ක්‍රම වේදයක් නො තිබුණා නම් සමාජයේ යහ පැවැත්මට එය හානි සිදුකරනු නො අනුමානය.

අධිකරණ අපහාසය

නාෂණයේ නිදහසට විලංගු දමා ඇති ව්‍යවස්ථානුකූලව පිළිගත් සීමා කිරීමක් ලෙස අධිකරණ අපහාසය පෙන්වා දිය හැක. අධිකරණ අපහාසයක් නො වන ආකාරයට ජනමාධ්‍ය හැසිරිය යුතු අතර තනි තනි පුද්ගලයා ද පෞද්ගලික වශයෙන් අධිකරණයේ ගරුත්වය රැකීමට බැඳී සිටියි. එකී ගරුත්වය කඩවන ආකාරයට කටයුතු කරනු ලැබුවිට අධිකරණයේ උත්තරීතර නාවය කෙලෙසියාම වැළැක්විය නො හැක.

මෑත කාලීනව ඉතාමත් ප්‍රබල ලෙස ජනතාවගේ කතාබහට ලක්වූ කරුණක් වන්නේ අධිකරණ අපහාසය නම් වූ මාතෘකාවයි. අධිකරණ අපහාසය සම්බන්ධ නීතිය කෙළින්ම ජනතාවගේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතියට සීමාකම් පනවනු ලබයි. කේවල පුද්ගලයන්ගේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතිය හා ජනමාධ්‍යවලට ඇති නිදහස පුනරන්ත්‍රවාදී රටක මූලික ලක්ෂණයක් විය යුතුය. නමුත් අයිමාන්තික ලෙස අධිකරණය විවේචනය කිරීම තුළින් යුක්තිය පසිඳ ලීමට ඇති එකම හා අවසාන ස්ථානය හැල්ලු විමට ලක්වනු ඇත. එය සමාජ පරිහානියට විශාල රුකුලක් වන අතර නීතියේ පාලනයෙන් සමාජය විසුක්ත වීම එවිට වැළැක්විය නො හැක.

ඉංග්‍රීසි පොදු නීති ක්‍රමය යටතේ අධිකරණ අපහාසය පිළිබඳ නීතිය වර්ධනය විය. ඒ තුළින් ප්‍රධාන වශයෙන් බලාපොරොත්තු වූයේ අසාධාරණ විවේචන වලින් අධිකරණය ආරක්ෂා කර ගැනීම හා අධිකරණ ගරුත්වය ආරක්ෂා කර ගැනීමය. 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ. 105 (3) උප ව්‍යවස්ථාවේ අධිකරණ අපහාසය සම්බන්ධව කරුණු ස්ථාපිත කර ඇත. එනම් "ශ්‍රී ලංකා ජනරජයේ ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණය හා ශ්‍රී ලංකා ජනරජයේ අභියාචනාධිකරණය යන එක් එක් අධිකරණය ලේඛනෝපගත කිරීමේ ජ්‍යෙෂ්ඨ අධිකරණයක් වන්නේය.

අධිකරණයේදීම නැතහොත් අන් ස්ථානයක දී ඒ අධිකරණයට අපහාස කිරීම සම්බන්ධයෙන් ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණය හෝ අභියාචනාධිකරණය සුදුසු යයි සලකන පරිදි බන්ධනාගාරගත කිරීමෙන් හෝ දඩයකින් හෝ බන්ධනාගාරගත කිරීම යන දඩය යන දඬුවම් දෙකින්ම හෝ දඬුවම් කිරීමේ බලය ද, ඇතුළුව එබඳු අධිකරණයක සියලු බලතල ඒ අධිකරණයන්ට ඇත්තේය."

අධිකරණයට අපහාස වූ බවට විනිශ්චය කරනු ලබන නඩුවකදී වුවද ස්වාභාවික යුක්ති මූලධර්මය අනුගමනය කරමින් නඩු විසඳීමේ ක්‍රමවේදයක් පවතී. එනම්

- i. දෙපාර්ශවයටම සවන් දිය යුතුය. (Audi Alteram partem)
- ii. තම නඩුවේ විනිසුරුවරයා තමාම නො විය යුතුය. (Nemo Judex in Causea Sua)

යන මූලධර්ම අනුගමනය කරමින් වැරදිකරු ද නිවැරදිකරු ද යන්න තීරණය කළ යුතුය. එමෙන්ම සාධාරණ විවේචන, සඳහා වශයෙන් යමක් ප්‍රකාශ කර තිබීම, මහජන සුභසිද්ධිය තකා ප්‍රකාශ කරන කරුණු හා සත්‍ය ප්‍රකාශ කිරීම යනාදියට එරෙහිව අධිකරණයට අපහාස කළා යැයි ප්‍රකාශ කරමින් නඩු පැවරිය නො හැක. මන්දයත් එම ප්‍රකාශ කිරීම් ද්වේශ යහගත භාවයෙන් තොරව කරනු ලැබූ දේ බැවිනි.

අධිකරණ අපහාසය සම්බන්ධ නීතිය පුළුල් ක්ෂේත්‍රයක් කරා ව්‍යාප්ත වී තිබෙන බැවින් බුද්ධිමත් ආකාරයට වචන යොදා ගැනීම හා ස්වයං පාලනයක් ඇතිකර ගැනීම වඩා හිතකර බව ද ප්‍රකාශ කළ හැක. එමෙන්ම නාෂණයේ නිදහස මූලික අයිතිවාසිකමක් ලෙස ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ දක්වා තිබුණත් එය සීමාකම් වලට යටත් කර තිබෙන බව අප හොඳින් මතක තබා ගත යුතු කරුණකි. විනිසුරුවරුන්ට අසාධාරණ ලෙස විවේචනයට භාජනය කිරීම, උසාවි ඉදිරියේ නො මනා ලෙස හැසිරීම, උසාවි නියෝගයකට ගරු නො කිරීම යන ආදිය තුළින් ද අධිකරණ අපහාසය යන වරද ස්ථාපිත විය හැකි බැවින් කයින් හා වචනයෙන් ආරක්ෂා වීම අනිවාර්ය අංගයකි. මේ අනුව බලන විට දී අධිකරණ අපහාසය සම්බන්ධ නීතිය තුළින් ජනමාධ්‍ය නිදහසට සම්බන්ධ ක්‍රමවේදයක් සකසා ඇති අතර එකී ක්‍රමවේදය කඩ කලවිට ගැටලුකාරීත්වයක් ඇති විය හැක.

සබ්ජුඩිස් මූලධර්මය (Subjudice)

ජනතාවට තොරතුරු ලබා ගැනීමට ඇති අයිතිය ඉතා ප්‍රබල අයිතිවාසිකමකි. එකී අයිතිය ආරක්ෂා කිරීමට නම් මාධ්‍යකරුවාට සත්‍ය ඉදිරිපත් කිරීමේ අයිතියක් තිබිය යුතුය. නමුත් ඇතැම් කරුණු ජනතාවට ලබා ගැනීමට නො හැකි ලෙස සීමාවී පවතී. එයට ප්‍රධාන හේතුව වන්නේ ඇතැම් කරුණු හෙළි නො කිරීමට ගෙන ඇති ක්‍රමවේදයයි. මාධ්‍ය නිදහස භාෂණයේ නිදහස තිබූ පමණින් නිතුවනේට එළි කිරීමට අවස්ථාවක් ලබා නො දෙයි. එවැනි තත්වයක් යටතේ subjudice සිද්ධාන්තය මත ඇතිකර ඇති සීමා කිරීම් පිළිබඳ දළ අවබෝධයක් ලබා ගත යුතුය.

මෙම subjudice මූලධර්මය නීතියක් ලෙස ලංකාවේ දක්නට නො ලැබුනත් ව්‍යවහාරයක් ලෙස ප්‍රබල පිළිගැනීමක් තිබෙන මූලධර්මයකි. මෙම සිද්ධාන්තයේ අදහස වන්නේ අධිකරණයක් ඉදිරියේ විනිශ්චයට භාජනය වෙමින් පවතින කරුණක් සම්බන්ධව පූර්ව නිගමනයක් හෝ පූර්ව විනිශ්චයක් ඇතිවන ආකාරයට හෝ සාධාරණ විනිශ්චයකට බාධාවක් වන ලෙස අනවශ්‍ය ලෙස අධිකරණ ක්‍රියාවලියට පෙළඹවීම් ඇතිකරවීම හා පාර්ශවකරුවන්ට පෙළඹවීම් ඇතිවන ආකාරයට කරනු ලබන ප්‍රකාශයක්, පළ කිරීමක් මෙම මූලධර්මය යටතට වැටේ.

අධිකරණයක් ඉදිරියේ නඩුවක් විනිශ්චයට ලක් වෙමින් තිබෙන අවස්ථාවක එක් පාර්ශවයකට පක්ෂපාති තීන්දුවක් ලබා ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය මගින් අධිකරණය වෙත පීඩනයක් එල්ල කර තම වාසියට තීන්දුව ලබා ගැනීමට පෙළඹිය හැක. මෙවැනි ආකාරයට පීඩනයක් එල්ල කිරීම අධිකරණයේ කාර්යභාරය බලෙන් පැහැර ගැනීමක් වන අතර නඩුව අසා නිමවීමටත් පෙර එක් පාර්ශවයක් වැරදිකරු බවට ඒත්තු ගැන්වීමට කරනු ලබන බලකිරීමක් වශයෙන් ද පෙන්වා දිය හැක. එවැනි විටකදී එම නීති කෘතය සම්බන්ධයෙන් සාක්ෂි දීමට සිටින සාක්ෂිකරුවන්ට ද බලපෑම් එල්ල විය හැක.

ඇතැම් අවස්ථා වලදී විනිශ්චයටත් අගතිගාමී යැයි ප්‍රකාශ කරමින් විවේචනයට භාජනය කළහොත් එම ප්‍රකාශ නිසා නීතියේ උත්තරිතරභාවයට මරු පහරක් එල්ල වන අතර එම හේතුව නිසාම සාධාරණ නඩු විභාගයකට බලපෑමක් එල්ල විය හැක. එබැවින් සාධාරණ හා අපක්ෂපාති නඩු විභාගයකට බලපෑමක් එල්ල කළ හැකි ඕනෑම ප්‍රකාශයක්, ලිඛිත ප්‍රකාශයක් අධිකරණයකට එල්ල කරනු ලබන අපහාසයක් ලෙස දැක්විය හැක.

දී සමාජ සමීක්ෂණ ශිල්පීය ක්‍රමය තරම් වෙනත් සුදුසු ශිල්පීය ක්‍රමයක් නො මැති තරම් බවය. (රත්නපාල, පි. 87;) නියැදි භාවිතය තුළින් සිදු කරනු ලබන සමීක්ෂණ නියැදි සමීක්ෂණ හෙවත් නියැදි අධ්‍යයනය ලෙස (Sample survey) හැඳින් වේ.

මෙම ප්‍රමාණාත්මක දත්ත සැලසුම සහ ගුණාත්මක දත්ත සැලසුම එකිනෙකින් වෙනස් වේ. සමීක්ෂණය තුළින් ප්‍රමාණාත්මක අගයන් මතුකර ගනී. (ගුණාත්මක නොවේ. එහෙත් ගුණාත්මකව දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා ප්‍රමාණාත්මක දත්ත උපයෝගී කරගත හැකි වේ.) මතුපිට දත්ත වලට මුල් තැනක් ලැබීම මෙහිදී සිදු වේ. නිදසුන් ලෙස ආදායම වියදම, රැකියා මට්ටම, පරිභෝජන රටාව, ණයගැති භාවය යනාදී වශයෙනි. සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමයේ දී සුවිශේෂී ලක්ෂණ රාශියක් දැකිය හැකි වේ. ඒ අතර

- සමස්ථය නියෝජනය කිරීම සඳහා නියැදි භාවිත කිරීම.
- දත්ත රැස්කිරීමේ දී ප්‍රධාන ශිල්පීය ක්‍රමය ලෙස පුර්නාවලිය භාවිත කිරීම.
- කෙටි කාලයක් තුළ විශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් ලබා ගැනීමට සහ විශ්ලේෂණය කිරීමට හැකිවීම.
- දත්ත රැස් කිරීමේ දී විශාල ප්‍රදේශයක් ආවරණය කිරීමට හැකිවීම. නිදසුන් ලෙස ගමක්, නගරයක්, දිස්ත්‍රික්කයක්, පළාතක්, (අවශ්‍ය වුවහොත් මුළු රටම) යනාදී වශයෙනි.
- අවශ්‍ය ප්‍රමාණයට පර්යේෂණ සහායකවරුන් යොදා ගැනීමට හැකිවීම.
- දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී වැඩිපුර සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ක්‍රම භාවිත කිරීම. යනාදිය ප්‍රධාන වේ.

සමීක්ෂණ සැලැස්මේ දී දත්ත රැස්කිරීම සඳහා වඩාත් ජනප්‍රිය සහ පෘථුල ශිල්පීය ක්‍රමවේදය බවට පත්කර ගන්නේ පුර්නාවලි ක්‍රමයයි. විද්‍යුත් මාධ්‍ය විසින් ස්වකීය ප්‍රචාරක වැඩි සටහන් පිළිබඳ ස්වරූපය සෙවීම, වැඩිසටහන් කාලය වෙනස් කිරීම, පුජා අවශ්‍යතා පිළිබඳ විභූතිකත්වයක් ගොඩ නගා ගැනීම, පුජා ආකර්ෂණයක් ගොඩනගා ගත යුත්තේ කෙසේද යනාදිය පිළිබඳ සෙවීමේ දී ද පුර්නාවලි ක්‍රමය උපයෝගී කරගත හැකි වේ. පුර්නාවලිය තුළින් ලැබෙන මෙම දත්ත ආයතනික සංවර්ධනය සඳහා පමණක් නොව රාජ්‍ය තාන්ත්‍රික, පාලන, වාණිජ ආදී කටයුතු සඳහා ද උපයෝගී කර ගත හැකි වේ. සමාජ සමීක්ෂණ සැලැස්මෙහි ප්‍රධාන අදියර කිහිපයක් මෙසේ දැකිය හැකිය.

නඩුවක් පෞද්ගලිකව තබා ගැනීමට ද ඇති අයිතිය-සීමා කළ යුතුය. එවැනි විටක දී අයිතියක් ලෙස අධිකරණ ගාලාව තුළ රැඳී සිටීමට නො හැකි බැවින් තොරතුරු දැන ගැනීමට ඇති අයිතිය සීමාවන බව ප්‍රකාශ කළ හැක.

෧෧ අනුව බලන විට දී සම්ප්‍රධිකේ සිද්ධාන්තය මගින් හා මාධ්‍යවේදීන් ඇති කරගෙන ඇති ස්වයං-චාරණයන් තුළින් භාෂණයේ, ප්‍රකාශනයේ හා තොරතුරු දැන ගැනීමට ඇති අයිතියට සීමා කිරීම් ඇතුලත් වී තිබීම මාධ්‍ය සම්බන්ධ ක්‍රමවේදයක් ලෙස ප්‍රකාශ කළ හැක. එලෙස වූ මූලධර්ම මත පදනම් වූ ක්‍රමවේදයක් හා ස්වයං-චාරණ ක්‍රමවේදයක් දක්නට තිබීම නිසා භාෂණයේ නිදහස සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළ කිරීමේ නිදහස කොපමණ දුරකට නිදහසේ මුක්තිවිඳිය හැකි ද යන්න නිශ්චය කර ගැනීමට පහසුවනු ඇත.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක් තුළ බලපෑම් වලින් තොරව යුක්තිය පසිඳුලීමට සම්ප්‍රධිකේ සිද්ධාන්තය විශාල මෙහෙවරක් කරන බවට විවාදයක් නැත. නමුත් ඇතැම් අවස්ථාවන් වලදී සම්ප්‍රධිකේ සිද්ධාන්තය පෙරදැරි කරගනිමින් වක්‍ර ලෙස භාෂණයේ සහ ප්‍රකාශන නිදහස ඇතුළු අදහස් පළකිරීමේ නිදහසට සීමාකම් ඇති කරමින් අයිතිවාසිකම් පැහැර ගැනීම අභාග්‍යයක් ලෙස ද පෙන්වා දිය හැක. එබැවින් සම්ප්‍රධිකේ සිද්ධාන්තය සැබෑ මාධ්‍ය මෙහෙවරක් ඇති කිරීමට යොදා ගත යුතු වටිනා සංකල්පයක් ලෙස පෙන්වාදිය හැක.

පාර්ලිමේන්තු බලතල හා වරප්‍රසාද

1953 අංක 21 දරන පාර්ලිමේන්තු බලතල හා වරප්‍රසාද පනත දැක්වෙන අයුරින් අවස්ථා කීපයකදීම සංශෝධනයන්ට ලක්වී ඇත. එනම් 1978 අංක 5, 1980 අංක 17, 1997 අංක 27 යන සංශෝධනයන්ට ලක් වෙමින් ක්‍රියාත්මක වේ.

මාධ්‍ය නිදහස කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කළ හැකි තිත්මය ක්‍රමවේදයක් ලෙස මෙම පනත පෙන්වා දිය හැක. ජනතාවගේ ජන්දයෙන් පත්වන ජනතා නියෝජිතයන්ට පාර්ලිමේන්තුව තුළ දී අත් පුරවැසියෙකුට නොමැති වරප්‍රසාද ලබාදීමට මෙම පනත රුකුලක් වී ඇත. පාර්ලිමේන්තු මන්ත්‍රීවරයකු විසින් පාර්ලිමේන්තුව තුළ දී කරනු ලබන කට්ටල කිසිදු අධිකරණයකදී ප්‍රශ්නකළ නො හැක. එමෙන්ම එවැනි කට්ටල සම්බන්ධයෙන් සිවිල් හෝ අපරාධ නීතිය යටතේ පාර්ලිමේන්තු මන්ත්‍රීවරයකු අත්අඩංගුවට ගැනීමට නො හැකි අතර වන්දි ඉල්ලීමකට ද භාජනය කළ නො හැක. නමුත් එවැනි ප්‍රකාශයක් පිළිබඳව

ප්‍රශ්න කිරීමට පාර්ලිමේන්තුවට බලය ඇති අතර එය පාර්ලිමේන්තු සභාගැබ තුළට පමණක් සීමා වේ.

මෙම පනතේ උප ලේඛනය තුළින් මාධ්‍ය පිළිබඳව සීමාකිරීම් පනවා ඇත. මෙම සීමාකිරීම් තුළින් භාෂණයේ නිදහසට හා ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළකිරීමේ නිදහසට සම්බන්ධ සීමාකාරී ක්‍රමවේදයක් සකස් කර ඇති බව ප්‍රකාශ කළ හැක. පනතේ උප ලේඛනයේ “A” කොටසේ විශේෂයෙන්ම මාධ්‍යවේදීන්ට සම්බන්ධ වැරදි අර්ථ දැක්වා ඇත. ඒවා නම්

- (i) පාර්ලිමේන්තුවේ සභාවක හෝ කොමිටියක විවාදයක් හෝ කටහසක් පිළිබඳව අභ්‍යන්තර හෝ මූලා කරන සුළු වාර්ථාවක් ප්‍රසිද්ධ කිරීම.
- (ii) සභාවේ හෝ කමිටුවක පාර්ලිමේන්තු මන්ත්‍රීවරයකු කරනු ලබන කට්ටලක් වරදවා ගෙන හැර දැක්වීම.
- (iii) පාර්ලිමේන්තුවේ සභාවක් හෝ කොමිටියක් විසින් තහනම් කර ඇති දෙයක් ප්‍රසිද්ධ කිරීම.
- (iv) පාර්ලිමේන්තුවේ කටයුතු හා ස්වභාවය අපහාසයට ලක් කරන ප්‍රකාශයක් ප්‍රසිද්ධියට පත් කිරීම.
- (v) පාර්ලිමේන්තු මන්ත්‍රීවරයකුගේ පැවැත්ම පිළිබඳව අපහාසාත්මක ප්‍රකාශයක් පළ කිරීම.
- (vi) රජයේ මුද්‍රණාලයාධිපති විසින් මුද්‍රණය කළ යුතු වාර්තා ආදී සටහන්වල පිටපත් මුද්‍රණය කිරීම.
- (vii) ඉහත සඳහන් ඕනෑම ක්‍රියාවකට අනුබල දීම.

යනාදිය පාර්ලිමේන්තු වරප්‍රසාද කඩ කිරීමක් වශයෙන් සලකන අතර පනතේ 22 වන වගන්තිය අනුව ශ්‍රේෂ්ඨාධිකරණයට දඬුවම් පැමිණ වීමේ බලය ලබා දී ඇත.

උප ලේඛනයේ (B) කොටසින් ද සීමා කිරීම් පනවා ඇති අතර එවැනි අවස්ථාවන්ට දඬුම් කිරීමේ බලය පාර්ලිමේන්තුවට ද ලබා දී ඇත. එවැනි වැරදි කීපයක් වන්නේ

- (i) පාර්ලිමේන්තුවේ සභාවක හෝ කමිටුවක ක්‍රියාමාර්ගයක් සභාව වෙත ඉදිරිපත් කිරීමට පුළුල් ප්‍රසිද්ධ කිරීමයි.
 - (ii) ඉහත සඳහන් ක්‍රියාවකට අනුබල දීම.
- යනාදිය වේ.

ජනමාධ්‍යවේදය

මේ අනුව බලන විට දී පාර්ලිමේන්තු බලතල හා වරප්‍රකාශ පනත උල්ලංඝනය නො වන ආකාරයට භාෂණයේ නිදහස හා ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පලකිරීමේ නිදහස මුක්ති විදිය යුතු බව අවධාරණය කළ හැක.

1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ 14 (i) (අ) ව්‍යවස්ථාව මගින් පිළියෙහ ඇති භාෂණයේ නිදහස විවිධ නීතිමය තත්වයන් යටතේ සීමා කිරීම් වලට ලක්වී ඇති බව ඉහත දී දීර්ඝ වශයෙන් සාකච්ඡා කරන ලද අතර ඊට අමතරව මාධ්‍යවේදීන් විසින් ගොඩ නගා ගෙන ඇති ස්වයං වාරණයන් තුළින් ද සීමාකාරී ක්‍රමවේදයන් ගෙඩිනගා ගෙන ඇති බව ද ප්‍රකාශ කළ හැක.

මූලාශ්‍ර

1. දණ්ඩ හිඟි සංග්‍රහය, 1970, රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ;
2. පාර්ලිමේන්තු බලතල හා වරප්‍රකාශ පනත, රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ;
3. මානව අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ විශ්ව ප්‍රකාශනය, 2003, කොළඹ එක්සත් ජාතීන්ගේ ප්‍රවෘත්ති කේන්ද්‍රය, 3වැනි මුද්‍රණය;
4. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම ජනරජ ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව 1972, රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ;
5. ශ්‍රී ලංකාවේ දෙවන ජනරජ ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාව 1978, රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ;
6. ශ්‍රී ලංකාවේ තෙවන ජනරජ ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථා කෙටුම්පත, 2000, රජයේ මුද්‍රණ දෙපාර්තමේන්තුව, කොළඹ;
7. Edirisinghe .R. and R. Selvakkumaran, 2000, Constitutional Law II, The open university press, Nawala;
8. Goonesekera S.W.G, K. Guneratne, R. Rathnayake, and S. Tittawella, 1998, case book on Fundamental Rights, The open university press, Nawala;

9. Gunasekara S.W.G and G.L. Peris, 1989, law of Delict, The Open University Press, Nawala;
10. Rajapakshe W. 2000, Media freedom and Responsibility, published by author;

6

බලි ගාන්ති කර්මය පිළිබඳ සංඥාර්ථවේදී සන්නිවේදනාර්ථ විග්‍රහයක්

මනෝජ් පුෂ්ප කුමාර පිතූපාස

බලිගාන්ති කර්මය කුමක් ද යන්න වටහා ගැනීමට විවිධ ප්‍රවේශ (Approach) තිබේ. ලෝකයේ බොහෝ දේ නිර්මාණය වී ඇත්තේ මානව සමාජය වඩාත් සංවිධිත තත්වයකට පත් කිරීමේ සාධනීය අරමුණු ඇතිව ප්‍රබල සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමයක් වශයෙනි. (Communicational Process) මානව සමාජයේ මුල සිටම එහි අවියෝජනීය අංගයක් ලෙස සන්නිවේදනය මිනිසා සමඟ තදින්ම බැඳී තිබෙන අයුරු දැක ගත හැක. එය මානව වංශ කථාවේ මුල සිටම දැක ගත හැකි සුවිශේෂී ලක්ෂණයකි. මිනිසා සමග බැඳී පවතින විශ්වාස, ඇදහිලි, මිත්‍යා කතන්දර, ජනප්‍රවාද, අභිචාර යනාදිය තේරුම් ගැනීමේදී සංස්කෘතික මානව විද්‍යාව (Cultural Anthropology) නැමැති විෂය පථය තුළ සන්නිවේදනාත්මක ශික්ෂණයකින් (Communicational Discipline) යුතුව විමසීම ඉතා වැදගත් වේ. සෑම සංස්කෘතික ස්වරූපයක්ම හා සමාජ වර්තාවේ (Social Behaviour) සෑම අංගයක්ම සන්නිවේදනය සමග ප්‍රකටව හෝ අප්‍රකටව සම්බන්ධ බව එඩ්වඩ් සැපියර් (Edward Sapir) වැනි මානව විද්‍යාඥයන් ප්‍රකාශ කර තිබේ.¹ අප අධ්‍යයනය කරන බලි ගාන්තිය වැනි මිනිස් සමාජය තුළ කලක් පුරා හැඩගැසුණු මානව විශ්වාස, ඇදහිලි පදනම් කොට ගත් වත් පිළිවෙත් සමුදාය සංස්කෘතික මානව විද්‍යාවේදී අභිචාර ක්‍රම (Magic), යතුකර්ම (Rituals) යනාදී භාෂාණික යෙදුම් වලින් ව්‍යවහාර වෙයි. මේවායේ ගැබ් වෙන්වී කුමක් ද යන්න සෙවීමේ දී තවත් එක් විශිෂ්ට ප්‍රවේශයක්

වන්නේ සන්නිවේදන විද්‍යාත්මක දෘෂ්ටි කෝණයකින්, ශික්ෂණයකින් යුතුව කෙරෙන අධ්‍යයනයයි.

බලි ගාන්තිය හඳුනා ගැනීමේ දී ඒ තුළ අඩංගු විවිධ ස්වභාවයන්, ස්වරූපයන්, තත්වයන්, ද්‍රව්‍යයන් යනාදිය සංඥා, සංකේත විලසින් සන්නිවේදනය කෙරෙන අයුරු වටහා ගත යුතුය. මිනිසා විශ්වාස කළ ගුණ තත්වයන් පිළිබඳ මනෝකල්පිත අදහස් හා සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ වඩාත් ප්‍රතිඵලදායී සන්නිවේදන ක්‍රියාවක් වෙනුවෙන් විධිමත් වූත්, විද්‍යාත්මක වූත් ආකාරයකින් යුතුව අදාළ පණිවුඩය සංස්කරණය කරගත් ආකාරය හඳුනාගත හැක.

සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය (Traditional Media) නැති නම් ගැමි මාධ්‍ය (Folk Media) වශයෙන් ද ගත හැකි බලි ගාන්තිය තුළ ප්‍රතියමාන වන බොහෝ සන්නිවේදන තත්වයන් දැකගත හැක. ඒවා වඩාත් සංකීර්ණ ස්වභාවයකින් යුක්ත වන බව පෙනේ. එහි දී මේවායේ අඩංගු සංඥා, සංකේත විශ්ලේෂණය කොට ඒවායෙන් සන්නිවේදනය වන අර්ථ මොනවාදැයි විමසීම මගින් බලි ගාන්තියේ එන සංකීර්ණ ස්වභාවයකින් යුතු සන්නිවේදන රටාවන් සරල ආකාරයෙන් වටහා ගැනීමට හැකි වේ.²

බලි ගාන්තිය එකී ජන සමාජවල තත් අරමුණු ඉෂ්ට කර ගැනීමෙහිලා, එක් අතකින් මනෝ විකිත්සක ක්‍රියාවලියක් ලෙස යොදා ගැනීමේ දී වර්ණ, නාද, තාල, ශබ්ද, රූප, හැඩ හා වෙනත් දෑ භාවිත වන්නේ සංඥා, සංකේත ආකාරයෙනි. බලි ගාන්තියේ දී සමස්ත සන්නිවේදන භාෂාව වි ඇත්තේ මෙයයි. සන්නිවේදනය වූ කලී අනේන්‍ය වශයෙන් හඳුනා ගන්නා ලද සංකේත හුවමාරු ක්‍රියාදාමයක් ලෙස තෝමස් එස්. ස්ටයිපන් නැමැති විචාරකයා පෙන්වා ඇත.³

අපගේ පුස්තකයට අදාළවන පරිදි සන්නිවේදනය යන්න, “මහාචාර්ය සුනන්ද මනේන්ද්‍ර” සංඥා සංකේත හා සන්නිවේදනයෙහි සබඳතාවය පෙන්වයි. (“Communication involves the use of symbols”)

සන්නිවේදනයේ දී සංකේත භාවිතයට ගැනේ. වචන, අභිනය යනාදිය සංකේතයන්ය. හැඟුම්, චිත්තන සංකේතයන්ය. සංකේත හා සංඥා ආදියෙන් තොරව සන්නිවේදනයක් සිදු නොවේ යන්න මෙහි අදහසවේ.⁴

බලි ගාන්තිය වූ කලී ප්‍රසංගික කලාවකි. (Performing Art) ගායනය, වාදනය, නර්ථනය හා පසුබිම් අලංකරණය වැනි වේදිකාවක් තුළට ගත හැකි

ප්‍රසංගික සංදර්ශනමය අංග තුළින් ආතුරයා (ග්‍රාහකයා) වෙතට පණිවුඩය ගෙන එන්නේ සෘජු පියවරකින් නොවේ. සංඥා, සංකේත ඉදිරිපත් කරන ස්වභාවයේ පවා යම් අපූර්වත්වයක්, ආකර්ෂණීය ස්වභාවයක් කැපී පෙනේ.

සංඥා, සංකේත හඳුනා ගැනීම අභියෝගී යුක්ෂම අධ්‍යයනයක් ලෙස සැලකිය යුතුය. සංඥා, සංකේත වැරදි ලෙස භාවිත කළ විට වැරදි අර්ථ සංජානනය වන්නා සේම සංඥා, සංකේත වැරදි ලෙස අධ්‍යයනය කිරීම ද එම ක්ෂේත්‍රයට කරන බරපතල වරදක් විය හැක. රොජර් එම්. කිසින් සංස්කෘතික මානව විද්‍යාව යනුවෙන් නිබන්ධනයක් ලියමින් ඉතා වැදගත් අදහසක් පළ කොට ඇත. පුරාණෝක්තියේ හෝ යාතුකර්මයේ හෝ සංකේතවාදය වටහා ගැනීමට වෙහෙසන විද්‍යාඥයාගේ කාර්යය, මැතිවරණයකින් කවුරු දැනයි ද යන්න කිම තරම් පහසු නො වන්නේය.⁵

සාම්ප්‍රදායික ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීමේ දී ඒවාට අයත් සංකේත, සංඥාදිය පිළිබඳ කරන අධ්‍යයනයෙහි ඉමහත් වැදගත් කමක් ඇත. ඒ තුළින් බලි ගාන්ති ආදිය ගැනීම ජන මාධ්‍යයක් වූ අකාරය සවිස්තරව වටහා ගත හැක. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විද්‍යා හඳුනා ගැනීමට වෙහෙසෙන කෙනෙකුට කිසියම් සමාජයකට අයත් විරාගත යාතු කර්ම පිළිබඳවත් ජන කොටස් විසින් නිරීක්ෂණය කරන ලද සංඥා විධි, සංකේත වර්ග, ඔවුන් පණිවුඩ ගෙන ගිය ආකාරය, භාෂාව භාවිත කළ ආකාරය, යනාදී ක්ෂේත්‍ර කිපයක් කෙරෙහිත් සැලකිල්ල යොමු කිරීම සිදුවේ.⁶ සන්නිවේදන විද්‍යාත්මකව බලි ගාන්තියේ එන සංඥා, සංකේත වටහා ගැනීම අරභයා සංඥාච්චවේදයට (Semiology) හෝ සංඥා විද්‍යාවට (Semiotics) අනුව කටයුතු කිරීමට සිදුවේ. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේදී හමුවන විවිධ සංඥාවන්ගෙන් කියැවෙන අර්ථය හඳුනා ගැනීමේ අධ්‍යයනය මේ නමින් හැඳින්වේ.⁷ සංඥාච්චවේදය වූ කලී සන්නිවේදනයේ සෑම පාර්ශවයක්ම විශ්ලේෂණය කිරීමේ විධික්‍රමයක් ලෙස භාවිතයට පැමිණ ඇත. යම් ප්‍රායෝගික දෙයක අරමුණු, වැදගත්කම, අභිප්‍රාය හෝ අර්ථයන් හඳුනා ගැනීමේ දී එහි අඩංගු සංඥා සංකේත ගණනාවය හඳුනා ගැනීමෙන් තොරව ඒ දෙය කළ නො හැක. සංඥාච්චවේදය, අර්ථ විද්‍යාත්මක විද්‍යාවේ රැජිණ ලෙස ද, කුඩා හා විශිෂ්ට වූ සෑම දෙයක්ම අර්ථ පැහැදිලි කර ගැනීමේ යතුර ලෙස ද හඳුන්වනු ලැබ ඇත. අර්ථ උපදවා ගැනීමත් ප්‍රකාශ කිරීමත් සඳහා සංඥාච්ච විද්‍යාව ඉවහල් වේ.⁸ සංඥාච්චවේදයෙහි කාර්ය භාරය හා වටිනාකම ඒ අනුව පැහැදිලි වේ.⁹ සංඥාච්චවේදය වටහා

ගැනීමේ දී වැදගත් කොට ගැනීමේ දෙකක් අපගේ පුස්තක විෂයට අදාළ කර ගත හැක.

(01). ස්විස් ජාතික වාග් විද්‍යාඥයකුවන පර්ඩිනන්ඩ් දි සොවියර් විසින් කරන ලද කොට ගැනීමේ (Swiss Linguist Ferdinand De Saussure (1857- 1913)

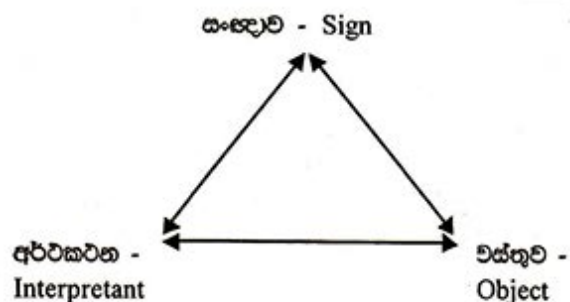
- * භාෂාව වූ කලී සංඥා තැන්පතුවක් බව (Language as a deposit of signs)
- * සංඥාව ප්‍රභවයක් ලෙස ගබ්දමය ප්‍රතිරූපයක් හා සංකල්පයක් සහිත වූවක් බව (Sign as a phenomenon Comprising an acoustic image and a concept)

මෙය තවදුරටත් පැහැදිලි කරගත හොත්, ඔහු සංඥාව සංඥාකාරකය (සංඥාපකය) හා සංඥාකෘතය (සංඥාපිතය) වශයෙන් ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදා වෙන් කොට ඇත.

- I. Signifier- සංඥාකාරකය/ප්‍රකාශිතය, හැඟවුම/සංඥාපකය යම්කිසි ප්‍රතිරූපයක්, වස්තුවක් හෝ ගබ්දයක් විය හැක. ප්‍රකාශිත ද්‍රව්‍යමය ස්වභාවය
උදා: අඹන ලද බලි රූපය (දෘශ්‍ය)
- II. Signified- සංඥාකෘතය/ ප්‍රකාශිතය/ සංඥාපිතය එය සංඥාකාරකය මගින් නියෝජනය කරන සංකල්පය හැඳින්වීම සඳහා භාවිත ක්‍රමයයි.
උදා: ඉහ දෙවියා/යක්ෂයා/විත්ත රූපය

(02). ඇමෙරිකානු දාර්ශනික හා තාර්කික විද්‍යාඥයෙකු වන චාර්ල්ස් සැන්ඩර්ස් පියර්ස් විසින් දක්වන ලද අදහස් (The American Philosopher and Logician, Charies Sanders Peirce (1834-1914).

මොහු සංඥාවක් ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය විදහා පෑමේ ක්‍රිකෝණාකාර ගම්බන්ධතාවක් දක්වා ඇත.



- Object - වස්තුව යනු, සංඥාව මගින් විස්තර කරන දෙයයි.
- Sign - සංඥාව යනු වස්තුව පිළිබඳ ඇඟවීමයි. සැල කිරීමයි.
- Interpretant - අර්ථකථන යනු සංඥාවට යම් අර්ථයක් සැපයෙන්නේ එය මනෝ සංකල්පයක් බවට පත්වීමේ ක්‍රියාවලිය තුළදී ය. මෙය කේවිසර Signified (සංඥාපිතය) ලෙස හඳුනා ගනී.

යම් සංඥාවක අර්ථය රඳා පවතින්නේ එය සන්නිවේදනය වන්නා වූ සංදර්භය තුළ විම මෙහි දී අවධාරණය කිරීම වැදගත්වේ. (The sign depends for its meaning on the context in which it is communicated) සංඥාවක් තනිව හුදකලාව සිදුවන දෙයක් නොවේ. යම් විශේෂ සංස්කෘතික සංදර්භයකට අයත් සංඥා සමුහයක, තවත් කාමාපිකයකු ලෙස සංඥාවක් හඳුනාගත හැක. අනෙක් අතට සංඥාවක් මගින් තොරතුරු ගෙන එන්නේ එකී සංදර්භය තුළ පවතින අනෙක් සංඥා, සංකේත සමඟ බැඳී පවතින විට පමණි. සංඥාවක හුදකලා පැවැත්මක් නැත.

සංඥා හා සංකේත යම් විශේෂිත කාර්යයකට හෝ අවස්ථාවකට අදාළව පවතින්නක් බවත් පෙනී යයි.¹⁰

සංඥාවක අර්ථය පිළිබඳ විවිධ මට්ටම් හා ප්‍රභේද පවතින අතරම සංඥාවේ විවිධ ස්වරූප ද දක්නට ලැබේ. C.S. පියර්ස් විසින් සංඥාවක් කොටස් තුනකට බෙදා දක්වා ඇත.

1. ප්‍රතිමා - Icon (බලිරූපය)
2. දර්ශනය, සුවිස - Index (චර්ණ)
3. සංකේතය - Symbol (රාක්ෂ/ යක්ෂ/ මනෝ ස්වභාවය...)

මෙහි දී ද ඉහත දක්වන ලද ශ්‍රිකෝණාකාර සබඳතාවක් මෙන් එකිනෙක සමපාත (Over Lapping) වීමේ හැකියාවක් පවතින බව පෙනෙන්නකි.

Icon ප්‍රතිමාවක් ලෙස හඳුනා ගන්නේ යම් වස්තුවක් (Object) දර්ශකයක් හෙවත් සුවිසක් (Index) වන්නේ ප්‍රතිමාව හා සම්බන්ධ එය ගඟවන්නක්, පෙන්නුම් කරන්නක් (an Indicator), වූ විටකය. සංකේතය වූ කලී (Symbol) වස්තුව හෝ එහි අරුත සමඟ සමපාත නො වන රූපීකත්වය, සම්ප්‍රදාය, තේරීම, නීතිය, භාවිතය අනුව රඳා පවතින්නක්, හෙවත් නියම කරන ලද්දක් වශයෙන් හඳුනා ගත හැක. (It is arbitrary, It comes about by choice, It exists by convention rule, or assent. It mean something beyond itself)¹¹

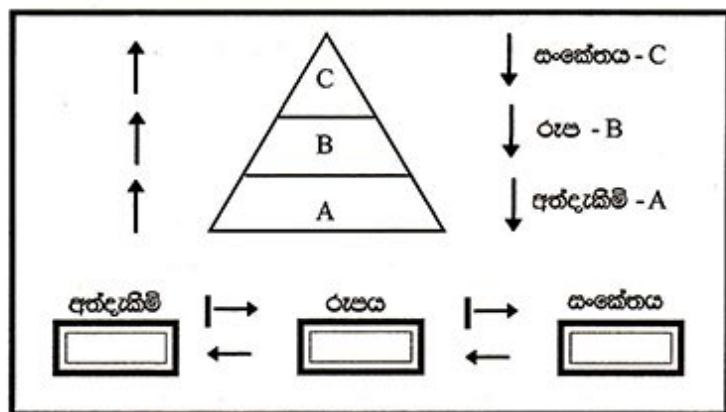
සංකේතය වටහා ගැනීම, සංඥාව වටහා ගැනීම තරම් පහසු වන්නක් නොවේ.¹² ඩොනිස් ඒ ඩොන්ඩ්ස් (Donis A Dondis). එය කඳිමට පහදා ඇත. සංඥාව තිරිසන් සතුන්ට පවා වටහා ගැනීමට හැකි වුවත් සංකේතය වටහා ගැනීම එසේ පහසු කාර්යයක් නොවේ. සංකේතය අර්ථ විද්‍යාණය අතින් වඩාත් පුළුල් වන අතර අඩු මුර්තිමත් භාවයකින් යුක්ත වෙයි. (Sign can be understood by animals as well as humans; symbols can not. They are broader in meaning, less concrete).¹³

C.S. පියර්ස් විසින් දක්වන ලද ඉහත සංඥා වර්ගීකරණයට සිව්වන කොටසක් එක් කරමින් රේමන්ඩ් පර්ත් තවත් එක් සංඥා භාවිතයක් දක්වයි.

Cosequential Action

අනුකාංගික ක්‍රියාවක් රැගත් සංඥාව යම් ප්‍රතික්‍රියාවක්, ප්‍රතිචලයක්, උත්තේජනයක්, බලාපොරොත්තුවෙන් කෙරෙන ප්‍රබෝධකයක් ලෙස පර්ත් මෙම සංඥාව හඳුන්වා ඇත. (a sign with an emphasis on consequential action 'a stimulus requiring some response')¹⁴

සංඥාවක් යම් විධික්‍රමයකට, ආකෘතියකට නියමයකට සම්බන්ධව පවතින බව මේ අනුව පෙනී යයි. (Sign Combins to form, system or codes) මෙහිදී සංකේතය, සංඥාර්ථයෙන් වඩාත් ඉහළ තලයක තිබෙන්නක් බව පෙනී යයි.

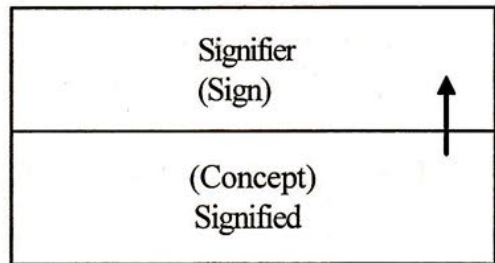


සංකේත වල මූලික ලක්ෂණය ලෙස ගත හැක්කේ විශිෂ්ටත්වයක් ඉදිරිපත් කරන ලකුණකි. එහි භාෂාමය, ද්‍රව්‍යමය සංකේත හමුවිය හැක. සංකේතයක් යනු ස්වභාවික දෙයකට ආදේශකයක් පමණක්ම නොවේ. එය පුද්ගලයන්ගේ මනස තුළ සැබෑවක් ඇති කිරීම පිණිස ක්‍රියාකාරී බවක් දක්වයි. එය එසේ වන්නේ සංකේතය පුද්ගලයෙකු තේරුම් ගෙන සැබෑව කෙරෙහි ක්‍රියාමාර්ගයක් ගැනීම තුළින් බව පෙන්වා දිය හැක.¹⁵

මෙහිදී සංඥා, සංකේත වැදගත් වන්නේ ආතුරයා ඒවා වටහා ගන්නේ කෙසේද යන්න මතයි. ආතුරයා හා බලිය අතර පවතින සබඳතාවය හා අවසාන අපේක්ෂිත අරමුණ ඉෂ්ට වීම හෝ හොත් මහෝ විකිත්තව කෙරෙහි සංඥා, සංකේත වලින් සිදුවන සන්නිවේදනය කොයි ආකාරයෙන් සිදුවන්නක් ද, එහි ස්වභාවය කෙබඳුවේ ද යන කරුණු කෙරෙහි ද මෙය බලපායි. බලියෙහි ප්‍රධාන සංඥාකාරකය (Signifier) වන්නේ රූපයයි. (ඇහුම/විග්‍රහ/මල් බලිය) එය පළමුව නෙත ගැටේ. ඉන් අනතුරුව ආතුරයාගේ මානසික සංකල්පයන් සමග ගැළපෙමින් දේව, යක්ෂ, රාක්ෂ යන රූපය දෘශ්‍යමාන වන්නට පටන් ගනී. ප්‍රකාශිතය (Signified) වන්නේ එම සංකල්ප රූපයයි. මෙය මතවාදයක් ලෙස ඉදිරිපත් කළ කොට්ඨාස පවා මේවා එකිනෙක බැඳී හා පවතින බව පෙන්වා දී ඇත.¹⁶

ආතුරයා සංකල්පනාත්මකව දත් රූපය දැක් සවිච්ච දෘශ්‍යමාන වන අවස්ථාව සංඥාව ග්‍රහකර්මයට පත්වන අවස්ථාව ලෙස හඳුනාගත හැක. ක්‍රමිකව බලිය යනු කුමක් ද යන්න වටහා ගැනීමට ආතුරයා වෙර දරයි.

ඒ සඳහා හුදෙක් රූපය ම අමුර්ත ව ගත නො හැක. ඒ වටා පවතින අනෙකුත් සංස්කෘතික පසුබිම තුළින් ග්‍රාහකයා බලි රූපය හා සමස්ත බලියේ අර්ථය වටහා ගනී.



පළමුව ප්‍රතිමාව Icon දිස්වෙයි. එය පළමු සංඥාව වෙයි. වර්ණ, හැඩතල, භාවමය ප්‍රකාශනය දර්ශකයන්, සුවිසන් (Index) ලෙසින් ආතුරයාට සංඥාකරණය වෙයි. තෙවන අවස්ථාවේ දී මේ සමස්තය තුළින් යක්ෂ/රාක්ෂ/දේව ආදී රූපයක් පිළිබඳ සංචානනය සංකේතවත් වෙයි. ආතුරයාගේ මනසේ තැන්පත් රූපය පිළිබඳ අර්ථය ගොඩ නැගෙන්නේ දෘශ්‍යමාන සංකේතයේ පිටිවහලෙනි. සංකේතය අවබෝධ කර ගැනීමට සෘජු මාර්ගයක් නො මැත. එය වක්‍ර මාර්ගයකි. ආතුරයා බලිය වටහා ගන්නට දරන ප්‍රබල උත්සාහය තුළ තාර්කික විශ්වාසය මගින් ඔහුගේ විත්ත රූපයට දෘශ්‍යමාන රූපය සම්බන්ධ කරයි. අවසානයේ දී සංකේතය අර්ථවත් වෙයි. බලි ඇදුරා ගොදා ගන්නේ එවන් තාර්කික ඥානයකි. එය හේතුවල සබඳතාවය මත ගොඩනගා ගන්නකි. (Cause and effect relation) ආතුරයාගේ මනසේ රැඳී සංකල්ප මෝචනය කරන්නේ මේ ආකාරයට ය.

සිව්වන අදියර-අනුෂාංගික ප්‍රතිචලයක් රැගත් සංඥාමය අවස්ථාව බලිය ඉදිරිපත් කිරීමේ සමස්තය තුළින් ගොඩ නැගෙන්නකි. එනම් එම සංඥාවම පාදක කොට ගෙන ඒ කෙරෙහි ආකර්ෂණයක්, ප්‍රභවයක් බලිය මගින් දෘශ්‍යමාන වන්නට පටන් ගැනීමයි. මෙය ආතුරයාගේ භාවමය සංවේදිතාවය හා මානසික විවේකය වැනි අවධිත්ත අනුප්‍රප්‍රකාර වෙයි. අවසානයේ ග්‍රාහකයා සංදේශයේ නියම එල ලබා ගනී. අපේක්ෂිත අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට බලි ඇදුරා සංඥා සංකේත කෙතරම් සවිමත් ලෙස භාවිත කර ඇද්ද යන්න නොදීන් පැහැදිලි වේ.



සංඥාර්ථවේදීන් දක්වන ආකාරයට සංඥා පද්ධතීන් තුළ ස්ථිර ස්ථිරික අර්ථයක් රඳා නො පවතී. සංඥාවක් පිළිබඳව අවබෝධයක් ගැනීමක්, ප්‍රත්‍යක්ෂ ඥානයක් ඇති කිරීම කෙරෙහි බලපාන ඉතා වැදගත් සාධක තුනක් දක්වා ඇත.

- 01. සමාජ සන්දර්භය (Social Context)
- 02. සහභාගී වන පිරිස (Participant/ Gathering)
- 03. ඔවුන් අතරේ අන්තර් ක්‍රියාව (Interaction between them)¹⁶

(Sign system believes the semiology have no fixed meaning. The perception of the sign system rest upon the social context of the participants and the interaction between them)

බලි ගාන්ධියේදී එකී කාලය හා එම සංස්කෘතික සමාජය හා බැඳී පසුබිමක ආතුරයා වෙනුවෙන් සහභාගී වන පිරිස බලි ඇඳුරන්, නැදැගත්, අසල්වැසින් ආදී මේ සියලු දෙනා අතර සිදුවන අන්තර් ක්‍රියාමතීන් බලිය හඳුනා ගැනීමට ආතුරයාට පමණක් නොව එතනට රැස්වන සියලු දෙනාටම පෙරළා හැකි වේ. එම මොහොත උත්සව සිරියක් ගනී. අභියෝගයක් ඇත. හුදකලා වුවක් නොවේ. සියලු අයගේ මානසිකත්වය ප්‍රබෝධමත් වූත්, ආකර්ෂණීය වූත් එකකි. මෙම පසුබිම එම සමාජ සන්දර්භය තුළ වැදගත් වේ.

බලි ගාන්ධිය යනු කුමක්දැයි අවබෝධ කර ගැනීමට අදාළව බලියට සහභාගී වන ආතුරයා ප්‍රමුඛ පිරිසට (ඔවුන් අප මෙන් විද්‍යාත්මක වී වෙන් කොටගත් කරුණු අනුව විශ්ලේෂණය කිරීමක් නො කරනමුත්, අප මෙන්ම විද්‍යාත්මක ක්‍රමයක පිහිටා එය අවබෝධකර ගනී. එය ඔවුන්ට පවා නො දැනී සිදුවන්නකි.) මෙන්ම, අපට ද බලිය විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී පහත සඳහන් විද්‍යාත්මක පියවරයන්ට අනුව කටයුතු කිරීම තුළින් සංඥා සංකේත හියමාකාරයෙන් වටහා ගැනීමට අවකාශය ලැබේ.

- 01. සංඥා, සංකේත, විධික්‍රම ඇතුලත් එම සංස්කෘති වටහා ගැනීම.
- 02. කෘතිය (බලිය - Text) හා එකී සන්නිවේදනය (Message) වටහා ගැනීම.
- 03. කියවීම (Reading)

සංඥාර්ථවේදයේ දී වඩාත් ගාස්ත්‍රිය වූත්, විද්‍යාත්මක වූත් විධි හියමය මෙය ලෙස හඳුන්වයි.

(The reader helps to create the meaning and Significance of the text by bringing to it his/her experience, values and emmotional responses)¹⁷

කියවීම, අදාළ කෘතියෙන් සන්නිවේදනය වන අදහස්, අර්ථ හා අභිප්‍රේත අරමුණු, වැදගත්කම, යනාදී ස්වකීය අත්දැකීම්, චරිතාකම් සහ භාවාත්මක ප්‍රකාශයන් මගින් අවබෝධ කර ගැනීමේ ගාස්ත්‍රිය විධි ක්‍රමයන් ලෙස වැදගත් වෙයි.

මූලාශ්‍ර

- 1. Mahendra Sunanda 1992, "Every cultural pattern and every single act of social Behaviour involves Communication in either explicit or implicit seie", Man and Myth, Udaya Publication, Kohuwala, p. 23;
- 2. Barnard, Alan and Spencer, Jonathan, Ed 1997, ENCYCLOPEADIA OF SOCIAL AND CULTURE ANTHROPOLOGY, ROUTLEDGE, London, New York, p. 355-357;
- 3. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 1993, සන්නිවේදන විචාර ප්‍රතිචාර ප්‍රකාශනය එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ, පිටුව 10;
- 4. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 1997, සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය හා අරමුණු, ප්‍රකාශනය එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ, පිටුව 12;
- 5. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 1990, ජනශ්‍රැතිය හා පෝලුන්තයේ ජන කථා, මුද්‍රණය උදය පබ්ලිකේෂන්, කොහුවල, පිටුව 14;
- 6. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 1997, ජනමාධ්‍යයේ නැගීම, ප්‍රකාශනය එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, තෙවන මුද්‍රණය, කොළඹ, පිටුව 18;
- 7. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 1999, සන්නිවේදන ගබ්ඳාකරය, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ, පිටුව 275;

8. මහේන්ද්‍ර සුනන්ද 2001, සංස්., සන්නිවේදන ගාස්ත්‍රිය සංග්‍රහය, ගොඩගේ ප්‍රකාශනය, කොළඹ, ජනසන්නිවේදන අංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය;
9. Watson, James and Hill, Anne, 1984, "Semiology has come to apply as a system of analysis to every aspect of Communication. There is practically nothing which is not a sign, Capable of meaning or signification", A Dictionary of Communication and Media studies, Edward Arnold;
10. Ibide, 1984, p. 51;
11. Ibide, 1984, p. 151;
12. සංකේත - gesture, Signification agreement, engagement Clough, B. The Rev 1999, Clough's Sinhala English Dictionary, Second New Enlarge Edition, Asian Educational Services, New Delhi, Madras, p. 820;
13. Watson, James, 1984, op.cit, p. 151;
14. Ibide, p. 151;
15. ඇතුලත ආර්යරත්න, සන්නිවේදකයා මතවාද, පිටුව 08 ;
16. විජේතුංග ගාමිණී 1984, සිතමාව සංස්කෘතිය හා මතවාදය, ලලිත මිලිරෝගි (ප්‍රධිව්) ලිමිටඩ්, කිරුළපහ. පිටුව 15;
17. Watson, James and Hill, Anne, 1984, op.cit, p. 147;
18. Ibide, 1984, p.147;



COMMUNICATION RESEARCH METHODS

H.M. Nawarathne Banda

ABSTRACT

Communication is a process by which people arrive at shared meaning through the interchange of messages. Communication research, like all research, must be systematic to be effective. Communication researchers study the processes through which meaning and social reality are created and managed. They examine the flow of information and the interchange of messages between individuals in several contexts.

The objective of this paper is to highlight the popular research methods that are used in communication studies. While discussing the definition of research briefly, the social science research process is explained. The paper further explains communication research as a scientific inquiry to enlighten the significance of communication research. The paper concludes with a detailed description of the approaches to mass communication research followed by conclusions.

INTRODUCTION

Research is an objective and systematic process to solve theoretical and applied problems. It can be descriptive or explanatory. It seeks to answer research question not already answered by passed research or to test hypotheses, which specify relationships among independent and dependent variables. The research process moves through several stages from developing a research problem to discussing the implication of the finding of study. Decisions about the sampling procedure are critical to the method of data collection. However, in order to conduct successful research, the manner of the study and the measurement of variables must be valid and reliable. Researchers must also address several ethical issues when planning and conducting their studies.

Communication research requires a comprehensive plan of action. Policy makers and communication practitioners dealing with mass communication issues often turn to the academic community for answer. The answers are not simple or as consistent as they may expect.

THE RESEARCH PROCESS

The term research has several meanings. It is a formal process of seeking knowledge and understanding through the use of rigorous methodologies. Kerlinger (1986) defined research as a systematic, controlled, empirical, and critical investigation of natural phenomena guided by theory and hypotheses about the presumed relation among such phenomena.

It has been started that research is the attempt to solve problems in a systematic effort to push back the frontiers of human ignorance or to confirm the validity of the solution to problems others have presumably resolved (Leedy, 1985). Giving a more illustrative definition, Fawcett (1988) started that research is a formal, systematic, and rigorous process

of inquiry used to generate and test the concepts and propositions that comprise middle range theories, which are derived from or linked with a conceptual model. Rubin, Rubin and Piele (2005) derived a clear definition in explaining the research process:

Research is objective because we try to be impartial when seeking the best solution to the research problem. It is systematic because we move through a series of planned stage when conducting an investigation. It is empirical because we look beyond ourselves to observe and to gather evidence. And, it is cumulative because it builds upon past knowledge (p. 206).

This statement proves that research is frequently viewed as a systematic process employed to answer questions and solve problems. The process is often regarded as a linear series of steps to be overcome in the search for solution to problems. Research, however, is much more than a method of problem solving. As stated above in the definition of research, the function of research is to generate or test concepts. More specifically, research is the vehicle for the development of theories and refinement of conceptual models.

COMMUNICATION RESEARCH AS SCIENTIFIC INQUIRY

Social research serves many purposes. Three of the most common and useful purposes are exploration, description and explanation. Exploration is the attempt to develop an initial rough understanding of some phenomena. Description is the precise measurement and reporting of the characteristics of some population or phenomenon under the study. Explanation is the discovery and reporting of relationships among different aspect of a study. Babbie (2004) stated that social researchers have many ways to guard against harming people. When research often requires learning private details of people's lives, it then has a clear commitment to maintain the confidentiality of what it learns. This emphasizes the fact that research studies often consist of more than one purpose.

Communication as a subject of scientific inquiry is a fundamental social process of humans. It is needed to establish any form of social or group structure. Thus, disciplines concerned in any way with human societies, groups, and behaviors include the study of communication. A traditional model of communication helps illustrate the appropriate boundaries that demarcate communication research. That is, people exchange messages through channels within contexts. Frey et al. (1991) indicate four important components in communication research: people, messages, channels, and context, with the message being the key term. The central focus of communication research must be on the exchange of messages between or within people. Accordingly, only the study of message behavior constitutes communication research. The remaining three components become relevant to communication research when studied in relation to message behavior. Communication research thus focuses on message behavior regardless of whether that message behavior occurs intra-personally, inter-personally, or within and between groups, organization, and societies. In other words, communication researchers study messages directly or how message behavior is related to people, channels and/ or contexts.

Of all functions, a scientific inquiry is only one part of a cycle, which supplies the data. The other important part of the cycle lies with the conceptual model and the theory, which give meaning to the data. The cycle is completed when the meanings approved to the data are used to draw conclusions regarding the adequacy and utility of the theory and the credibility of the conceptual model.

Consequently, research always begins with a conceptual model. The influence of a conceptual model on research is explained by Batey (1997). He pointed out that although two investigators may observe the same situation or even their notion of why it occurs, their conceptual organization about the problem and the knowledge base they select for studying that problem differ. In other words, each investigator views situations and events through a particular lens or frame of reference.

Furthermore, scientific inquiry is an attempt to avoid overgeneralization where sometimes research jumps to general conclusions on the basis of only a few observations. Careful and deliberate reasoning of the observations makes the research more scientific. However, there is no one method to conduct social research. In fact, much of the power and potential of social research lies in the many valid approaches it comprises.

APPROCHES TO MASS COMMUNICATION RESEARCH

Communication research is, perhaps, the most widespread area of communication study through the world. It grows out of different concerns and perspectives. In the broadest sense, mass communication refers to communication activities that involve large numbers of people. In other words, mass communication is commonly contrasted with interpersonal communication, which typically involves face-to-face interactions and much smaller audiences.

Mass communication has followed the cycles of methodological development prevalent in the social sciences. Traditionally, mass communication has been conceptualized as a process involving messages that are sent to fairly general groups of people. In other words, communication studies were primarily qualitative in nature, concerning mainly historical, ethical, and legal questions (Jensen & Jankowski, 1991). Research concerning mass communication often has focused on scientific and humanistic study of the communication media and their audiences. These media include magazines, motion pictures, newspapers, radio, television, and a variety of new communication technologies. Furthermore, it considers aspects such as historical development of media, communication policy, structures of media industries, links between media, social institutions, political power structures, transactional flow of information, development communication, and audience effect. Therefore, in many ways, communication research is about how humans *create* techniques and technologies to turn each others' thoughts into each others' experiences.

However, methods used by communication professionals to conduct documentary research are changing rapidly. Using computer-based sources has become essential. Many necessary tools for communication research are only in electronic formats and through electronic networks. As a result, the method of inquiry in communication comes in many forms. Three research methods in communication are explained by Tan (1980) including experiments, field surveys and content analysis. The first two methods are ones that are used quite often. The content analysis method attempts to objectively code and describe the content of communication involving selecting an analysis, defining categories, sampling, and coding.

According to Rubin & Piele (2005), the communication research approach is message or artifact-oriented research, which includes archival/documentary and textual research. Archival/documentary focuses on examining and interpreting messages and related ideas such as people's underlying values. Textual research is based on critical/cultural approaches relating to examining events, messages, and structures from a particular perspective. Additionally, textual analysis, conversation/interaction analysis, and analysis are other forms of textual research.

Furthermore, people or behavior oriented research includes surveys, observations, and experimental research. Survey researchers primarily seek to describe or to explain attitudes, opinions, and behaviors. It also often employs correlational designs to describe the reported opinions or behaviors of people. Additionally, decisions about the method of data communication research to observe and analyze how people act in different situations. Observing people in their typical or natural social settings and describing the actions or messages of the individuals and groups has become more effective for gathering information in communication research.

CONCLUSION

The field of communication is forever changing-more rapidly than ever before and so is research about communication. New question of communication research are expected to arise due to the impact of technology on media content, audiences, society, and culture. Changes in technology can drastically affect message delivery, the availability of information to the public new review the methods and measurements in communication research.

REFERENCES

1. Babbie, E. (2004) Practice of Social Research (10th Ed.). Wadsworth/ Thomson Learning, Inc. Belmont, CA. USA.
2. Batey, M.V. (1997) Conceptualizing the Research Process, Philedelphia: Lippincott, PA.
3. Fawcett, J (1999) The Relations of Theory and Research (3rd Ed.), F.A. Davis Company, Philedelphia, PA.
4. Frey, L.R., Botan, C.H., Friedman, P.G., & Kreps, L.G (1991). Investing Communication: An Introduction to Research Methods, Prentice-Hall International, U.K.
5. Jansen, K.B. & N.W. Jankowski (1991). A Handbook of Qualitative of Methodologies for Mass Communication Research, Redwood Press Ltd.
6. Kerlinger, F.N. (1986), Foundations of behavioral Research (3rd Ed.), Holt, Rinehart and Winston, New York.
7. Leedy, P.D. (1985), Practical Research, Planning and Design, Mc millan Publishing Company, New York.

8. Rubin, R.B., Rubin, A.M., & Piele, L.J. (2005). Communication Research: Strategies and sources (6th Ed.). Belmont, CA: Wadsworth.

9. Tan, A.S. (1980), Mass Communication Theories and Research, Geid Publication, Inc. Colombus, OH.

8

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ සඳහා
ක්‍රමවේදී ප්‍රවේශය

සමීර තිලකවර්ධන

ජන සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන් වර්තමාන ලෝක දේශපාලන සමාජ ආර්ථික ගමනෙහි ප්‍රමුඛ සාධකයක් බවට පත්ව තිබේ. මෙම ප්‍රවණතාව සමග සන්නිවේදයේ සාර්ථකත්වය මැන බැලීම හා සාර්ථක සන්නිවේදන ආකෘති ගොඩ නැංවීම සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ මූලික අවශ්‍යතාවක් බවට පත්ව ඇත.

යම් විද්‍යුත් මාධ්‍යයක යොදා ගත යුත්තේ කුමන ආකාරයක වැඩසටහන් ආකෘතීන් ද? එම මාධ්‍ය විකාශ කළ යුත්තේ කුමන ආකාරයේ වැඩ සටහන් ද? උදාසන වැඩසටහන් සඳහා ග්‍රහණයන් ප්‍රිය කරන්නේ කුමන ආකාරයේ පුරකයන්ම ද? එසේ නැත්නම් මුද්‍රිත සභාරාචක මුල් පිටුව සාර්ථක වීම ඊට අත්තර්ගත විය යුතු සාධක මොනවා ද? මුද්‍රිත හෝ විද්‍යුත් මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කෙරෙන වෙළඳ දැන්වීම්වල සාර්ථකභාවය හා බැලපෑම කොතෙක් ද? වැනි අදාළ මාධ්‍යයන්හි සාර්ථකත්වය හා බලපෑම පිළිබඳ ගැටලු රැසකට මාධ්‍ය කරුවන්ගේ ම ඒ හා සම්බන්ධ ආයෝජකයන් අනුග්‍රාහකයන් නිරතුරුවම පිළිතුරු කොයයි.

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ සංවර්ධනය

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණය ඉතා පැහැදිලි පියවර පෙළකින් සැකසී ඇත. එමෙන්ම මාධ්‍යයන් විවිධ වුව ද ඒවායේ පර්යේෂණ අවශ්‍යතා සහ ආකෘතිවල

සැලකිය යුතු සමානතා දැකිය හැක. මෙම පියවර වැඩි දුර විමසුමකට ලක් කිරීම සඳහා අපි නව මාධ්‍යයක් සමාජයට හඳුන්වා දුන් අවස්ථාවක් සලකා බලමු. (මේ සඳහා අපට හුදුරිත්ම ඇති උදාහරණය වන්නේ අන්තර්ජාලයයි.) පර්යේෂණයේ පළමු අදියර ඇරඹෙන්නේ අදාළ මාධ්‍ය පිළිබඳව හා ඒ ආශ්‍රිතව ඇතිවන උනන්දුවන් සමගිනි. එම මාධ්‍ය කුමක් ද? එය ක්‍රියාත්මක වන්නේ කෙසේද? ඒ සමග සම්බන්ධ වන තාක්ෂණය කුමක් ද? එය දැනට පවතින මාධ්‍යයට සමාන වන්නේ හෝ ඉන් වෙනස් වන්නේ කෙසේ ද? එයින් සිදුවන සේවාවන් හා ක්‍රියාකාරකම් මොනවා ද? මෙම නව මාධ්‍ය භාවිත කළ හැකි වනුයේ කානට ද? ඒ සඳහා කොපමණ මුදලක් වැයවේ ද?

දෙවන අදියරේ පර්යේෂණ ඇරඹෙනුයේ මෙම නව මාධ්‍ය සමාජය තුළ ස්ථාපිත වුවායින් පසුවය. එම අදියරේ දී මාධ්‍යයේ භාවිතය හා එය භාවිත කරන්නන් පිළිබඳ විශේෂිත තොරතුරු එක් රැස් කිරීම සිදු වේ. සැබෑ ජීවිතයේ දී මහජනයා මාධ්‍ය භාවිත කරන්නේ කෙසේ ද? ඔවුන් එය භාවිත කරන්නේ තොරතුරු සඳහා පමණක් ද? කාලය ඉතිරි කර ගැනීමට ද? රකස්විඳය සඳහා ද? හැතිනම් වෙනසම් හෝ කාරණයක් සඳහා ද? ළමුන් එය භාවිත කරනවා ද? වැඩිහිටියන් එය භාවිත කරනවා ද? එය භාවිත කරන්නේ ඇයි? නව මාධ්‍යයෙන් සන්නිවේදනය වන්නේ කුමන අවශ්‍යතාවක් ද? නව මාධ්‍ය හරහා ආදේශ වනුයේ කුමන වර්ගයන්ගේ තොරතුරු හා රසවින්දන මාධ්‍යයන් ද? නව මාධ්‍යයේ භාවිතය පිළිබඳ ආරම්භයේ දී සිදු කළ උපකල්පනයන් නිවැරදි ද? මාධ්‍යයේ භාවිතයන් පිළිබඳව පළමු අදියර සිදුකළ පර්යේෂණයන්ගෙන් හෙළි වූ කරුණු වලට අමතරව වෙනත් අවශ්‍යතා හෝ කරුණු සඳහා මෙම මාධ්‍ය භාවිත වන්නේ ද?

තුන්වන අදියරට අයත් වන්නේ මාධ්‍යයේ සාමාජික, මානසික හා භෞතික බලපෑම පිළිබඳ හැදෑරීමය. ජනතාව මාධ්‍ය සමග කොතරම් කාලයක් ගත කරන්නේ ද? එමගින් ජනතාව යම් දෙයක් දෙස බලන ආකාරය වෙනස් වන්නේ ද? මාධ්‍ය භාවිත කරන්නන්ට ඇයිමට හෝ දැකීමට අවශ්‍ය වන්නේ නැති/හා බලපෑමටත්තු වන්නේ මොනවා ද? මාධ්‍ය භාවිත කිරීම නිසා සිදුවිය හැකි කිසියම් හෝ අහිතකර බලපෑමක් තිබිය හැකි ද? අදාළ තාක්ෂණය මගින් යම් නානියක් සිදුවිය හැකි ද? මාධ්‍යයෙන් ජන ජීවිතයට කුමන පිටිවහලක් කෙසේ සැලසේ ද? අදාළ මාධ්‍යය වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් කරලීම සඳහා වෙනත් මාධ්‍ය හෝ තාක්ෂණය සමග සම්බන්ධ කළ හැකි ද?

ගතරවන අදියරේ පර්යේෂණ සිදු කරන්නේ මාධ්‍යයේ භාවිතය තුළින් හෝ එහි තාක්ෂණික සංවර්ධනය හරහා අදාළ මාධ්‍යය වැඩි දියුණු කළ හැක්කේ

කෙසේ ද යන්න තීරණය කිරීම සඳහාය. මෙම මාධ්‍ය මගින් විවිධ වූ ජන කණ්ඩායම් රැස්කට තොරතුරු හා රසවින්දනය ලබාදිය හැකි නම් (එහි ග්‍රාහක පරාසය පුළුල් කළ හැකි ද?) නව මාධ්‍යයේ ශ්‍රවණ දෘෂ්‍ය ගුණාංග වඩාත් පරිපූර්ණ කරලීම සඳහා නව තාක්ෂණය භාවිත කළ හැක්කේ කෙසේ ද? ගුණාත්මක භාවය හෝ රසවින්දනාත්මක භාවය වැඩි දියුණුවන ආකාරයෙන් එහි අන්තර්ගතය වෙනස් කළ හැකි ද? මේ අනුව මාධ්‍ය පර්යේෂණයන්හි ප්‍රධාන අදියර 4ක් මෙසේ සාරාංශ ගත කළ හැකිය.

1. මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම
2. මාධ්‍ය භාවිතය හා භාවිත කරන්නන්
3. මාධ්‍යයේ බලපෑම
4. මාධ්‍ය වැඩි දියුණු කළ හැකි ආකාරය යනුවෙනි.

නමුත් මෙම පර්යේෂණ අදියර රේඛීයව පෙළ ගැසුනා වූ, එක් අදියරයක් අවසන් වූ පසු එය නැවත සැලකිල්ලට නො ගැනෙන සේ වුවක් ලෙස සැලකිය යුතු ද නොවේ. යථාර්ථය නම් මාධ්‍යය සංවර්ධනය වී ස්ථාපිත වූ පසු මෙම අදියර 4 හිම පර්යේෂණ එකිනෙකට සමගාමීව සිදුවිය හැක. උදාහරණයක් ලෙස මුද්‍රිත මාධ්‍ය ආරම්භ වී වසර සිය ගණනක් ගත වුව ද පර්යේෂකයන් එම මාධ්‍ය පිළිබඳවත් එහි භාවිතයන් හා භාවිත කරන්නන් පිළිබඳවත් මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ බලපෑම මෙන්ම එය වැඩි දියුණු කළ හැකි ආකාරය පිළිබඳවත් තීරණතර පර්යේෂණ කටයුතුවල යෙදී සිටී. පර්යේෂණය වූ කලී නිම නො වන ක්‍රියාවලියකි. බොහෝ අවස්ථාවල එක් පිළිතුරු පෙළක් ලබා ගැනීමට සිදුකළ පර්යේෂණයක් තුළින් අවසානයේ නැවුම් ප්‍රශ්න පෙළක් මතු වී එය. පර්යේෂණ ක්‍රියාදාමයේ මෙම සමාජනියක් නො දැකීමේ ස්වභාවය අධ්‍යයන අංශ (ගාස්ත්‍රාලිය) පර්යේෂණයේ ආවේණික මෙන්ම මූලික ගුණාංගයකි. නමුත් මෙම ලක්ෂණය පුද්ගලික අංශය මගින් සිදු කරන මාධ්‍ය පර්යේෂණවල දී දක්නට ලැබෙනුයේ මද වශයෙනි. මෙම අදියර 4 ට අමතරව පුද්ගලික අංශය මගින් සිදු කරන පර්යේෂණ සඳහා තවත් අමතර සංඝටකයක් උක්ත එක් එක් අදියර තුළට ද්විතීක වශයෙන් ආරෝපණය වේ. නමුත් මෙම කාඩකය පුද්ගලික අංශයේ පර්යේෂණ කාර්යයේ ප්‍රමුඛ අවශ්‍යතාවකි. අදාළ මාධ්‍ය මගින් මුදල් සෙවිය හැක්කේ කෙසේ ද? පුද්ගලික අංශයේ පර්යේෂණ බොහොමයක් සමග මුදල් යන කාඩකය කිසියම්ම හෝ ආකාරයකින් සම්බන්ධව ඇත. මුදල් ඉතිරිකර ගන්නේ කෙසේ ද? වැඩි ලාභයක් ලබා ගන්නේ කෙසේ ද? හැතිනම් වෙනත් තැනක ඇති මුදල් සුක්ෂමව තමා වෙත යොමු කර ගන්නේ කෙසේ ද? මෙවැනි වාණිජ පරමාර්ථ, මාධ්‍ය කලාවක් ලෙස දකින්නන් අතර ප්‍රකාශයට ලක් නො වන

හමුත් යථාර්ථය නම් සැබෑ ලෝකයේ බොහෝ මාධ්‍ය පර්යේෂණ ක්‍රියාත්මක වනුයේ පුද්ගලික අංශයේ මෙවැනි අවශ්‍යතා සඳහා වන බවයි.

පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය

විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයක් යොදා ගැනීමේ අරමුණ වන්නේ අපක්ෂපාති හා තුලනාත්මක ලෙස දත්ත රැස් කිරීම හා විශ්ලේෂණය කිරීමය. පර්යේෂණ ගැටලු හා කල්පිතයන් ක්‍රමානුකූලව හැදෑරීම සඳහා අධ්‍යයන අංශ මෙන්ම පුද්ගලික අංශ පර්යේෂකයන් ද යොදා ගන්නා ක්‍රමවේදයන්හි මූලික පියවර 7 ක් පමණ දැක්විය හැක. එනමුත් මෙම පියවර 7 අනුගමනය කිරීමෙන් පමණම සාර්ථක විශ්ලේෂණය හෝ ප්‍රයෝජනවත් පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල ලබාගත හැකි යයි ස්ථීර කළ නො හැක. මක් නිසා ද යත් පර්යේෂණයට වක්‍රාකාරව බලපෑම් ඇතිකළ හැකි, ගණනයට හසු නොවූ නොයෙකුත් විචලනයන්ගේ බලපෑම නිසා නොදීක්ෂම සැලසුම් කළ පර්යේෂණ ව්‍යාපෘතියකින් වුව ද සාවද්‍ය නිගමන ලැබිය හැක. පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියක දී අනුගමනය කළයුතු පියවර පහතින් දැක්වේ.

1. ගැටලුවක් තෝරා ගැනීම
2. එයට අදාළ සාහිත්‍ය විමර්ශනය
3. උපන්‍යාය ගොඩනැගීම
4. සුදුසු ක්‍රමවේදයක්/පර්යේෂණ සැලැස්මක් පිළියෙළ කිරීම
5. අදාළ දත්ත රැස් කිරීම
6. දත්ත විශ්ලේෂණය හා අර්ථ නිරූපණය කිරීම
7. නිගමනය

පර්යේෂණය උපරිම නිරවද්‍යතාවයෙන් යුතුව සිදු කිරීම සඳහා බිහිවූ එක් පියවරක් අනෙකුත් සියලු පියවරයන්ගෙන් පෝෂණය විය යුතුය. නිදසුන් වශයෙන් පෙර පර්යේෂණ අධ්‍යයනය හා විවරණය සාර්ථක වීමට නම් පර්යේෂකයාට පර්යේෂණ ගැටලු පිළිබඳව පැහැදිලි අවබෝධයක් තිබිය යුතුය. එමෙන්ම අදාළ ගැටලු අධ්‍යයනය සඳහා වඩාත් නිරවද්‍ය ක්‍රමවේදයක් යොදා ගැනීමට නම් පර්යේෂකයාට පෙර පර්යේෂණ පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් තිබිය යුතුය. එනම් මෙම සියලු පියවර එකිනෙක හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී වන අතර ඒවා එකිනෙකින් අන්තර් පෝෂණය ලබයි.

සංකල්ප, සංසන්තක (construct) බව සහ විචලන

සංකල්පයක් යනු විශේෂිතයන් සාධාරණීකරණය කරමින් සහ අදාළ නිරීක්ෂණයන් සාරාංශ ගත කරමින් ප්‍රකාශ කෙරෙන සංකීර්ණ අදහසකි. ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණයේ දී යෙදෙන සංකල්ප ලෙස "මාධ්‍යයේ භාවිතය" "මාධ්‍ය බලපෑම" වැනි දෑ මෙන්ම "විනයවාදී භාවය", "අවිචාර ලබ්ධිය" වැනි දේ ද දැක්විය හැකිය.

සංකල්පයන් ගේ ප්‍රධාන වැදගත්කම් දෙකක් දැක්විය හැකිය. විශේෂිත වර්ග ලක්ෂණ, වස්තූන් හෝ පුද්ගලයන් වඩා පොදු කාණ්ඩවලට අනුයුක්ත කිරීමෙන් පර්යේෂණ කාර්ය සරල කිරීම ඉන් පළමු වැන්නයි. උදාහරණයක් වශයෙන් යම් පර්යේෂකයෙක් පරිගණක, ජංගම දුරකථන, සංයුක්ත තැටි ධාවන යන්ත්‍ර වැනි තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත කරන පවුල පිළිබඳ අධ්‍යයන කිරීමේ දී දියුණු "තාක්ෂණික පවුල්" ලෙස එම පිරිස් වර්ග කළ හැක. මෙය වඩා සංයුක්ත හා පහසු භාවිතයක් වේ. දෙවැනි වැදගත්කම වනුයේ සංකල්ප ඒ පිළිබඳ පොදු අවබෝධයක් සහිත වුවත් අතර සන්නිවේදන කාර්ය පහසු කිරීමයි. පර්යේෂකයන් විසින් තම නිරීක්ෂණ අර්ථවත් ලෙස සාරාංශගත කිරීමට සහ මෙම තොරතුරු අන් අයට ප්‍රකාශ කිරීමට සංකල්ප යොදා ගනී. මෙහි දී වැදගත් වන කරුණක් නම් සංකල්පයන් ප්‍රයෝජනවත් වීම සඳහා එම යම් පුද්ගල පිරිසකට එම සංකල්පය පිළිබඳ පොදු අවබෝධයක් තිබිය යුතු වීමය.

සංසන්තක (construct) යනු නියමිත ගති ලක්ෂණ තුනක් ඇති සංකල්පයකි. පළමු වැන්න, එය ප්‍රාථමික සංකල්ප රූපයක් නියෝජනය කෙරෙන විවිධ මානයන්ට බිඳ හෙළිය හැකි සංකීර්ණ කළ අදහසකි. එනම් සංසන්තක යනු සංකල්ප එකතුවකි. දෙ වැන්න, එහි සංකීර්ණ කළ සංඝටක වල ස්වභාවය නිසා සංසන්තයන් සෘජුව නිරීක්ෂණය කළ නො හැක. තෙ වැන්න, සංසන්තයක් සාමාන්‍යයෙන් නිර්මාණය වන්නේ යම් විශේෂිත පර්යේෂණ අවශ්‍යතාවක් සඳහාය. එම නිසාම එහි නියමිත අරුත රැඳී පවතින්නේ එය බල පවත්වන්නා වූ සංදර්භය තුළට සීමාකාරීවය. නිදසුනක් ලෙස "සහභාගිත්වය" යන සංසන්තය බොහෝ දැන්වීම් කරන අධ්‍යයන තුළ දී භාවිත වේ. එය සෘජුව දැකීමට අපහසුය. ඒ තුළ අවධානය, උනන්දුව, පෙළඹීම යන සංකල්ප අන්තර්ගතව ඇත. සමහර සන්දර්භයන් තුළ සහභාගිත්වය යනු භාණ්ඩය (නිෂ්පාදිතය) සමග පරිභෝගිකයාගේ සහභාගිත්වය යි. තවත් විටක ඉන් අදහස් වන්නේ මාධ්‍ය හෝ පණිවුඩය (තොරතුරු)

සමග සහභාගිත්වය යි. එහි නියමිත අරුත යැපෙන්නේ පර්යේෂණ සංදර්භය මතය.

තවත් ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ අතරින් ගත හැකි නිදසුනක් නම් නියමිත පුද්ගල වර්ග ලක්ෂණයක් අර්ථ දැක්වීමට යොදා ගන්නා සංසන්තයක් වන "අධිපතිවාදය" යන පදයයි. මෙය විනයවාදී බව, අවනතිය, අවිචාර ලබ්ධිය, වැනි විවිධ සංකල්ප රැසකින් සමන්විත වේ. අධිපතිවාදය යනු සෘජුව දැකිය හැක්කක් නොවේ. නමුත් මෙය පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයක් භාවිතයෙන් එහි පැවැත්ම තහවුරු කළ හැක. මෙ වැනි පර්යේෂණ මගින් දී ඇති තත්ව යටතේ එහි පැවැත්ම හා එය පවතින්නේ කුමන රූපයෙන් ද යන වග නිර්ණය කළ හැකි නමුත් එම පර්යේෂණ අදාළ සංසන්ත සඳහා නියමිත නිර්වචනයක් සපයන්නේ නැත.

සංකල්පයක හෝ සංසන්තයක ආනුභවික රූපය "විචල්‍යය" ලෙස හඳුන්වයි. විචල්‍යයන් වැදගත් වන්නේ ඒවා ආනුභවික ලෝකය න්‍යායාත්මක (සෛද්ධාන්තික) ලෝකය සමග සම්බන්ධ කරන නිසාය. පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියේ දී මෑත බැලිය හැකි හෝ දත්ත සැකසිය හැකි ප්‍රභවයන් සහ සිද්ධීන් වන්නේ ඒවා ය. නිදසුනක් ලෙස යම් "රූපවාහිනී වැඩසටහනක් තුළින් ලබන තෘප්තිය" යන විචල්‍යය විවිධ අගයන්ගෙන් යුතු විය හැක. අයෙක් ඉන් බොහෝ තෘප්තිමත් වීමට, තරමක් තෘප්තිමත් වීමට හෝ කිසියෙක් තෘප්තිමත් නො වීමට පිළිවන එ මගින් ආනුභවික ලෝකය තුළ අදාළ රූපවාහිනී වැඩසටහන් තුළින් ලබන තෘප්තිය යන සංකල්පය න්‍යායාත්මක ලෝකයේ නියෝජනය වන ආකාරය දෘශ්‍යමාන වේ.

තමන් යොදා ගන්නා සංකල්ප හා සංසන්ත වඩා නිවැරදිව අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා පර්යේෂකයන් විසින් විචල්‍යයන් රාශියක් භාවිත කරයි. මෙම විචල්‍යයන් ප්‍රධාන වශයෙන් වර්ග කෙරෙනුයේ ඒවා එකිනෙක හා බලපවත්වන සම්බන්ධතාවන් අනුවයි. මෙසේ නිදහස් විචල්‍යය සහ යැපුම් විචල්‍යය ලෙස ප්‍රධාන වර්ග දෙකකි. නිදහස් විචල්‍යය පර්යේෂකයා විසින් ක්‍රමානුකූලව වෙනස් කරමින් තම පර්යේෂණය සිදු කරන අතර යැපුම් විචල්‍යය එහි නිරීක්ෂණයයි. යැපුම් විචල්‍යය අගයන් නිදහස් විචල්‍යයන්ගේ ඵලයන් මත යැපීම සිදුවේ. එනම් පර්යේෂකයා විසින් පැහැදිලි කිරීමට බලපෑමක් තිබෙන සාධකය යැපුම් විචල්‍යයයි. නිදසුනක් ලෙස යම් පර්යේෂකයෙකුට රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති ප්‍රචාරකය දී එය රූගත කළ කැමරා කෝණය නිවේදකයා ගේ විශ්වසනය භාවයට බලපාන ආකාරය පිළිබඳව පර්යේෂණ කිරීමට අවශ්‍ය වී යැයි සිතනු ලැබේ. මෙහිදී කැමරාව නිවේදකයාගේ ඇස් මට්ටමට පහළින්, ඉහළින් සහ ඇස් මට්ටමක ස්ථාන ගත

කොට ලබා ගත් කැමරා කෝණ තුන භාවිතයෙන් එකම ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශයක් රූගත කළ හැක. මේ ආකාරයෙන් පර්යේෂණය හා ක්‍රමානුකූලව වෙනස් කළ කැමරා කෝණය එහි නිදහස් විචල්‍යයකි. මෙසේ තුන් ආකාරයෙන් පටිගත කළ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශය සමජාතිය ග්‍රාහක පිරිස් තුනකට පෙන්වා ඉන් පසු ඔවුන් වෙත යුදුසු ප්‍රශ්නාවලියක් ඉදිරිපත් කිරීමෙන් විශ්වසනීයත්වය යන සාධකය මෑත බැලිය හැක. මෙහි දී විශ්වසනීයත්වය යනු යැපුම් විචල්‍යයයි. මෙම යැපුම් විචල්‍යය අගය නැසිරවීමක් හෝ පාලනය සිදු නොකරන අතර එය මෑත බැලීමක් හෝ නිරීක්ෂණය කිරීමක් පමණක් සිදුවේ. මෙම විචල්‍යය දෙ ආකාරයේ ස්වරූපය යම් නියමිත පර්යේෂණ අවස්ථාවකට පමණක් සීමා සහිතව බල පවත්වයි. යම් අධ්‍යයනයක දී නිදහස් විචල්‍යයක් වන සාධකයක් තවත් අවස්ථාවක දී යැපුම් විචල්‍යයක් විය හැකිය. එනම් විචල්‍යයක නිදහස් හෝ යැපුම් ස්වරූපය අදාළ පර්යේෂණයට පමණක් සීමා වේ. මීට අමතරව විවිධ පර්යේෂණ අවස්ථා හා ගොඩ නැගෙන විවිධ විචල්‍යය ආකාර රැසක් පවතී.

ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණ

වෙනත් පර්යේෂණ මෙන්ම ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ ද ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක විය හැක. ගුණාත්මක පර්යේෂණ සඳහා තොරතුරු රැස් කිරීමේ විවිධ ක්‍රමවේදයන් ඇත. ඉලක්ක කණ්ඩායම්, ක්ෂේත්‍ර නිරීක්ෂණ, සම්මුඛ සාකච්ඡා, සිද්ධි අධ්‍යයන මේ අතර වේ. මේ එක් එක් අවස්ථාවට අදාළ ප්‍රශ්න ආකෘති විවිධ වේ. ගුණාත්මක පර්යේෂණයේ දී විචල්‍යයන් මෑත බැලීම හෝ සංඛ්‍යාත්මකව ප්‍රකාශ කිරීම සිදු වීමට හෝ නො වීමට පිළිවන.

සමහර පර්යේෂණ වලදී ගුණාත්මක ක්‍රමවේදය භාවිතයෙන් විශේෂ වාසි සැලසේ. බොහෝ ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණ වල දී බලපවත්නා කෘත්‍රිම බවින් මිදී වඩාත් ස්වාභාවික තත්ව යටතේ කටයුතු කිරීමට ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයන් පර්යේෂකයාට අවස්ථාව සලසයි. මීට අමතරව ගුණාත්මක ක්‍රම වේදය නිසා අධ්‍යයනයට ලක්වන ප්‍රභවයන් පිළිබඳ පර්යේෂකයාගේ අවබෝධය වඩාත් පුළුල් කිරීම සිදු වේ. මෙය වඩා වැදගත් වන්නේ මින් පෙර අධ්‍යයනයට ලක් නොවූ ප්‍රභවයන් සමග කටයුතු කිරීමේ දී ය. අවසාන වශයෙන් ගුණාත්මක ක්‍රමවේදය වඩාත් නම්‍යශීලී වන අතර පර්යේෂකයාට නැවුම් ක්ෂේත්‍රයන් කරා අවතීර්ණ වීමට අවස්ථාව සලසයි.

මේ අතර ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය සමග සබැඳි අවාසි සහගත අවස්ථා ද ඇත. සමහර අවස්ථා වල නියැදියේ තරම අවශ්‍ය

ප්‍රමාණයට වඩා කුඩා විම නිසා පර්යේෂණයේ ප්‍රතිඵල අදාළ නියැදිය ලබා ගත් පරිසරයට සාධාරණීකරණය කිරීම පිළිබඳ ගැටලු මතු වේ. මේ හේතුව නිසා ගුණාත්මක පර්යේෂණ බොහෝ විට ව්‍යාපෘතියක අවසන් අදියර වනවාට වඩා වැඩි දුර අධ්‍යයනය සඳහා පදනම සලසන මූලික පියවරක් ලෙස යොදා ගැනේ. නමුත් සමහර අවස්ථාවල දී ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයක් පමණක් භාවිත කොට අවශ්‍ය සියලු තොරතුරු ලබා ගැනීමේ හැකියාව ද ඇත. මීට අමතරව ගුණාත්මක පර්යේෂණයේ දී තොරතුරු දත්ත වල නිරවද්‍යතාව හා සාධාරණ බව පිළිබඳ ගැටලු ද මතු වේ. පර්යේෂකයාට අධ්‍යයනකාරකාදීන් සමග ඉතා සමීපව කටයුතු කිරීමට සිදුවන නිසාත් පර්යේෂකයා හා ඊට සහභාගි වන්නන් අතර සමීප බවක් ගොඩ නැගීමට ඉඩ ඇති නිසාත් පර්යේෂකයාගේ අපක්ෂපාතිභාවය සහ විෂයමූලිකභාවය බිඳී යාමට ඉඩ ඇත.

අවසාන වශයෙන් ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයන් නිසි ලෙස සැලසුම් නො කළ හොත් පර්යේෂණය සම්පූර්ණයෙන් අසාර්ථක වීමට ඉඩ ඇත. බැඳු බැල්මට ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයක් භාවිතය ඉතා පහසු යැයි හැඟෙන නමුත් ඒවා නියමිත කාරණා කෙරෙහි නිසි ලෙස යොමු කිරීම සඳහා අදාළ ව්‍යාපෘති සුක්ෂමව සැලසුම් කළ යුතුය.

ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණයේ දී ද දත්ත රැක් කිරීමේ ක්‍රමවේදයන් රැ සක් උපයෝගී වේ. දුරකථන සමීක්ෂණ තැපැල් සමීක්ෂණ සහ අන්තර්ජාල සමීක්ෂණ මින් සමහරකි. මෙම ක්‍රම වේදයන්හි දී සහභාගි කාරකයන්ට අදාළ ප්‍රශ්න මාලා ස්ථිතික හෝ නියමිත වේ. එනම් සෑම සහභාගි වන්නෙකු වෙතම යොමු වන්නේ එකම ප්‍රශ්න මාලාවකි. මුල් යුගයේ මාධ්‍ය පර්යේෂකයන් දුටු ආකාරයට ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක ක්‍රමවේදයන්හි ප්‍රධාන වෙනස්කම් දෙකකි.

1. ගුණාත්මක පර්යේෂණයේ දී සහභාගිත්ව නියැදි ඉතා කුඩා වේ.
2. මෙම නියැදි ප්‍රමාණයෙන් කුඩා විම නිසා ගුණාත්මක පර්යේෂණයේ ප්‍රතිඵල අදාළ නියැදිය ලබා ගත් දත්ත හා සාධාරණීකරණය කළ හො හැක.

කෙසේ වෙතත් සමහර ගුණාත්මක පර්යේෂණ කෙරෙහි උක්ත කරුණු යුගල බල පෑ හැකි නමුත් ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණ දෙ ආකාරයේදීම ලබා ගන්නා නියැදිවල තරම විශාලත්වය සමාන විය හැක. ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණයේ දී සැලකිල්ලට ගැනෙන විචල්‍යයන් මෑත ගැනීම අවශ්‍යතාවකි. මෙම පර්යේෂණ ආකාරයේ දී විචල්‍යයක සුලභතාවය පිළිබඳ

අවධානය යොමුවන අතර මෙය ප්‍රමාණාත්මකව සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා අංක භාවිත කරයි.

ප්‍රමාණාත්මක ක්‍රමවේද වාසි සහගත වන අවස්ථා සිපයක් ඇත. අංක භාවිතය නිසා ප්‍රතිඵල වාර්තා කිරීමේ දී වැඩි නිරවද්‍යතාවක් ලබා ගත හැකි වීම ඉන් එකකි. නිදසුනක් ලෙස රූපවාහිනී වැඩසටහන් තුළ ප්‍රවණ්ඩත්වය යන සාධකය අධ්‍යයනයේ දී ප්‍රමාණාත්මක මිණුම් ක්‍රමයක් භාවිතයෙන්, නියමිත කාල-අවකාශ සීමාවක් තුළ ප්‍රවණ්ඩත්වයේ සිදුවන වෙනස්කම් නියමිත වශයෙන් සංඛ්‍යාත්මකව වාර්තා කළ හැකි නමුත් ගුණාත්මක පර්යේෂණයේ දී සඳහන් කළ හැක්කේ ප්‍රවණ්ඩත්වය අඩු බව හෝ වැඩි බව පිළිබඳව පමණි. නමුත් යම් ප්‍රභවයක් නිසි ආකාරව අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා මෙම ක්‍රමවේද දෙකම එකතේ වැදගත් වේ. මෙම ක්‍රමවේදයන් දෙක ප්‍රධාන වශයෙන් වෙනස් වන්නේ පර්යේෂණයට අදාළ ප්‍රශ්න යොමු කිරීමේ ස්වරූපය මතයි. ගුණාත්මක පර්යේෂණ නම්‍යශීලීව ප්‍රශ්න ඉදිරිපත් කිරීමේ රීතියක් ඉදිරිපත් කරයි. ප්‍රමාණාත්මක පර්යේෂණයේ දී යොදා ගන්නා ප්‍රශ්න නියමිතය. යම් පර්යේෂණයක් සඳහා යොදා ගන්නා නියැදිය අවශ්‍ය නිසි විශාලත්වයෙන් යුතු වන්නේ නම් හා ඒවා නිසි ලෙස තෝරා ගෙන ඇත්නම්, මෙම ක්‍රමවේද යුගලයෙන්ම ලබා ගන්නා ප්‍රතිඵල එය ලබාගත් පරිසරයට සාධාරණීකරණය කළ හැක. එක් පර්යේෂණයක් සඳහා ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක ක්‍රමවේදයන් දෙකම භාවිත කිරීමෙන් එනම් අදාළ පර්යේෂණ ගැටලු වෙත දෙයාකාරයකින් ප්‍රවීණව විමෝචන වඩා නිරවද්‍ය ප්‍රතිඵල ලබාගත හැක.

References

1. Anderson, J.A. (1987) Communication Research: issues and methods. New york: McGraw- Hill.
2. Babbie, E.R. (2001). The Practice of social research (9th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
3. Bowers, J.W. & Courtright, J.A. (1984). Communication Research Methods: Glenview, IL: Scott, Foresman.
4. Hsia, H.J. (1988). Mass Communication research methods: a step-by-step approach, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

- 5. Lowery, S.A. & DeFleur, M.L.(1995). Milestones in mass communication research (3rd ed.). White Plains, NY: Longman.
- 6. Rubin, R.B.,Rubin, A.M. & Piele, L.J. (1996). Communication research: Stretgies and sources (4th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- 7. Smith, M.J. (1988). Contemporary communication research methods. Belmont, CA. Wadsworth.



මුද්‍රිත මාධ්‍ය පර්යේෂණ

නන්දන කරුණානායක

මුද්‍රිත මාධ්‍ය පිළිබඳව අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රමවේදයන් බොහෝ පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රවල යොදා ගන්නා ක්‍රමවේදයන්ට සමාන වේ. පුවත්පත් හා සඟරා අධ්‍යයනයේ දී අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය (content analysis), කේන්ද්‍රීය කණ්ඩායම් පර්යේෂණ (focus group research) අත්හදාබැලීම් පර්යේෂණ (සම්පර්යේෂණ - experiments) හා සම්කණන වැනි අධ්‍යයන ක්‍රම වාණිජ පර්යේෂණ ආයතන විසින් බොහෝ විට යොදා ගනු ලබයි. අනෙකුත් ක්ෂේත්‍ර මෙන් නොව මුද්‍රිත මාධ්‍ය පර්යේෂණ වඩා නැගුරු වී ඇත්තේ ප්‍රායෝගික භාවිතය කෙරෙහිය. ගෝලීයකරණය වූ අන්තර්ජාලය හා පරිගණක තාක්ෂණය රජයේ වර්තමානයේ මුද්‍රිත මාධ්‍යය වැදගත්කමින් අඩුවක් නැතිව වැජඹෙන නිසා පුවත්පත් හා සඟරා පර්යේෂණ පිළිබඳ අධ්‍යයන සම්බන්ධව සාකච්ඡා කිරීම අවශ්‍යය. මේ නිසා ජනසන්නිවේදනය, පුවත්පත් කලාව, මහජන සම්බන්ධතා හා අලෙවිකරණය යන ක්ෂේත්‍රවල නියුතු වෘත්තිකයන් විසින් ද වම ක්ෂේත්‍රවල උසස් අධ්‍යාපනයේ නියුතු සිසු සිසුවියන් විසින් ද මුද්‍රිත මාධ්‍ය පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය පිළිබඳ දැන සිටීම අවශ්‍යමය. මුද්‍රිත මාධ්‍ය පර්යේෂණ කුසලතා නොමැතිව ක්ෂේත්‍රයේ රැඳී සිටීම දුෂ්කරය.

පුවත්පත් හා සඟරා පර්යේෂකයින් විසින් පවත්වනු ලබන අධ්‍යයන ප්‍රභේද හතරක් දැක්විය හැකිය. පාඨක අධ්‍යයන, සංස්කරණ අධ්‍යයන, බෙදාහැරීම්

අධ්‍යයන (Circulation studies), මුද්‍රිත අකුරු පිළිබඳ අධ්‍යයන (Typography studies), සහ කියවිය හැකිබව පිළිබඳ අධ්‍යයන (make up & readability studies), එම ප්‍රභේද හතර වශයෙන් දැක්විය හැකිය. බොහෝ පර්යේෂකයින්ගේ අධ්‍යයන අයත් වන්නේ පළමු වර්ගයේ සංස්කරණ පිළිබඳ අධ්‍යයන ප්‍රභේදයටයි. තෙවන ප්‍රභේදයන්ට අයත් වන්නේ සාපේක්ෂ වශයෙන් අධ්‍යයන සුළු සංඛ්‍යාවක් පමණි.

1960 සහ 1970 දශකවලදී මුද්‍රිත මාධ්‍ය කළමනාකරණය සඳහා පාඨක පර්යේෂණ වැදගත් විය. ඊට ප්‍රධාන හේතුව වූයේ තම පාඨකයින්ගේ රුචි අරුචිකම් අවබෝධ කරගැනීම සඳහා සහ ඒ අනුව තම ප්‍රකාශනවල අන්තර්ගතය සකස්කර ගැනීම සඳහා බෝහෝ කර්තෘවරු සහ ප්‍රකාශකයින් උනන්දු වූ නිසාය. මේ නිසා සමීක්ෂණ කෙරෙහි යොමු වීමක් දැකිය හැකි විය.

වර්තමානයේ ප්‍රචිත සියළුම පිළිබඳ පර්යේෂණ මූලික වශයෙන් අධ්‍යයන ප්‍රභේද පහකින් සමන්විත වේ. එනම් පාඨක පැතිකඩ විමසුම් අධ්‍යයන (reader profiles) කියවීම සඳහා අයිතමයන් තෝරා ගැනීමේ පර්යේෂණ (item selection studies) යන කාර්යය හා වින්දනය පිළිබඳ අධ්‍යයන (uses & gratification studies) පාඨක සැසඳීම් අධ්‍යයන මගින් යම්කිසි ප්‍රකාශනයක පාඨකයින් පිළිබඳ ජනගහන විද්‍යාත්මක සාධකයක් ලබාදෙයි. උදාහරණ වශයෙන් ගමනාගමනය පිළිබඳ සහරාවක පාඨකයින් සඳහා වූ අධ්‍යයනයක් (profiles) මගින් එම සහරාව කියවන පාඨකයින්ගේ ආදායම් විස්තර, අධ්‍යාපන සුදුසුකම් ආදී විස්තර ලබා දේ. මෙම තොරතුරු ලබා දීම මගින් වෙළෙඳ දැක්වීම් කරුවන්ට භව ප්‍රකාශනයක් දියත් කිරීමේ දී ඒ ආකාරයේ තොරතුරු විශේෂයෙන්ම උපකාරී වේ.

සමාන ජනගහන විද්‍යාත්මක (වයස, ස්ත්‍රී/පුරුෂ භාවය ආදී) ලක්ෂණ සහිත පුද්ගලයින් අතර ප්‍රචිත සියළුම ස්වභාවය හා ප්‍රමාණය පිළිබඳව සැලකිය යුතු වෙනසක් තිබිය හැකිය. පාඨක පැතිකඩ (reader profiles) සකස් කිරීමේ දී මෑතක දී පර්යේෂකයින් මනෝජන හා පීචන රටා විභේදන (මනෝවිද්‍යාත්මක හා ජනගහන ලක්ෂණ-psychographic and lifestyle segmentation studies) සම්බන්ධ අධ්‍යයන කෙරෙහි යොමු වී ඇත. මෙම ක්‍රම දෙකේදීම ජනගහන විද්‍යාත්මක ලක්ෂණ ඉක්මවා යන අතර එහිදී පාඨකයින් හිතන දේ හා පිචන්වන ආකාරය අනුව පාඨකයින් විස්තර කිරීම සිදුවේ. මනෝජන (මනෝවිද්‍යාත්මක හා ජනගහන ලක්ෂණ පාදකව) අධ්‍යයනවලදී ආකල්පමය ප්‍රකාශ වීමට සංඛ්‍යාවක් පිළිබඳව පාඨකයින්ගේ එකඟතාව හෝ විරුද්ධත්ව හෝ දක්වන ලෙස ඔවුන්ගෙන් ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. ඉන්පසු පිළිතුරු

රටාව විශ්ලේෂණය කර ඒවා එකිනෙකට සම්බන්ධවන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව අධ්‍යයනය කෙරේ.

පීචන රටාව ඛණ්ඩනය කිරීමේ (කොටස්වල බෙදා දැක්වීම) පර්යේෂණවලදී (Lifestyle segmentation research) මූලික වශයෙන් මෙම එළැඹුම තිබේ. තම කටයුතු, විනෝදාංශ, රුචි අරුචිකම් හා ආකල්ප පිළිබඳ ප්‍රශ්න ගනණාවක් ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගෙන් අසනු ලැබේ. නැවත වරක් පිළිතුරු විශ්ලේෂණය කර කවර අයිතමයන් (Item) එකිනෙකට සම්බන්ධ වන්නේදැයි සොයා බලයි. සමාන ආකල්ප හා කටයුතු සහිත පුද්ගල සමූහ වෙන්කර ලේඛල් කරනු ලැබේ.

මනෝජන හා පීචන රටාව වර්ග කිරීමේ අධ්‍යයන යන වර්ග දෙකම සැලසුම් කර ඇත්තේ කර්තෘ මණ්ඩල අරමුණු, ඉලක්ක පාඨකයින් හා සංස්කරණ අරමුණු පිළිබඳව අතිරේක දැනුමක් සහිතව කළමනාකරණයට උපදෙස් හා මගපෙන්වීමක් ලබාදීම සඳහාය.

ප්‍රචිත පත් පාඨක අධ්‍යයන පිළිබඳ දෙවන ප්‍රභේදය නම් අයිතමයන් තෝරා ගැනීමේ අධ්‍යයනයයි (item selection studies). මෙම ප්‍රභේදය යොදාගනු ලබන්නේ ප්‍රචිත පත් තෝරා ගැනීම සොයා බලීමේ අධ්‍යයනවල සුවිශේෂී කොටස් කියවනු ලබන්නේ කවුරුන්ද යන්න තීරණය කිරීම සඳහාය. යම්කිසි අයිතමයක් කියවීම පිළිබඳ තත්ත්වය සාමාන්‍යයෙන් මනිනු ලබන්නේ ආධාරිත ස්මරණය (සිහිකැඳවීම - aided recall) මගිනි. එහිදී සිදුවන්නේ සම්මුඛ සාකච්ඡාකරු විසින් යම්කිසි ප්‍රචිතපතක පිටපතක් ප්‍රතිග්‍රාහකයාට පෙන්වා ඔහුගේ අයිතමයන් (Items) ඔවුන්ට මතක තිබේදැයි දැනගැනීමයි. මෙම ක්‍රමයේම තවත් අංගයක් නම් දුරකථන සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත්වීමයි. පොද්ගලික සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත්වීමේ දී වැඩවන විද්‍යුම් නිසා සමහර පර්යේෂකයින් දත්ත රැස්කිරීම සඳහා දුරකථන සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත්වීමට යොමු වීම දැකිය හැකිය. ප්‍රචිතපතක් දුරකථනය අසලට රැගෙන එනලෙස සම්මුඛ සාකච්ඡාකරුවා ප්‍රතිග්‍රාහකයාගෙන් ඉල්ලා සිටී. ඉන්පසු සෑම පිටුවක් පිළිබඳවම පරීක්ෂාවෙන් විමසනු ලබයි. එහිදී තමන් විසින් කියවන ලද අයිතමයන් ප්‍රතිග්‍රාහකයා විසින් හඳුනාගනු ලබයි. මෙම ක්‍රමයෙන් මුදල් ඉතිරි වුවත් ප්‍රචිතපතක් ලබා ගැනීමට නොහැකි මිලට ගත නොහැකි පාඨකයින් අධ්‍යයනය කිරීමට නොහැකිවේ.

මුදල් ඉතිරිකරගත හැකි තවත් ක්‍රමයක් නම් ප්‍රතිග්‍රාහකයාට ප්‍රශ්නාවලියක් තැපැල් කර යැවීමයි. මෙම අධ්‍යයන ක්‍රමයේ ප්‍රභේද දෙකක් දක්වා තිබේ. එක් ප්‍රභේදයක් නම් සම්පූර්ණ පිටපත් ක්‍රමයයි (Whole copy

method). එහිදී තෝරාගත් ප්‍රතිග්‍රාහක නියැදියකට කලින් දිනයේ පුවත්පතක පිටපතක් තැපැල් කර යවනු ලබයි. ඒ සමග උපදෙස් පත්‍රිකාවක් සහ ප්‍රශ්නාවලියක් යවනු ලබයි. පුවත්පත බලා තමන් විසින් කියවන ලද සෑම අයිතමයක්ම රේඛාවකින් සලකුණු කරන ලෙස උපදෙස් ලබාදේ. ප්‍රශ්නාවලිය නමග මුද්දර ගැසු ලියුම් කවරයක්ද යැවිය යුතුය. 2003 වර්ෂයේදී ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් කියවීම පිළිබඳව අධ්‍යයනයක් සිදුකළ ආචාර්ය කරුණානායක 72% ක ප්‍රතිචාරයක් ලබා ගත්තේය. මේ සම්බන්ධයෙන් අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ මැතකදී කරන ලද අධ්‍යයනයකදී ප්‍රතිග්‍රාහකයන්ගෙන් 27% ක් සිරස්තලයද 32% ක් සම්පූර්ණ පුවත්පතද 36% ක් සාරාංශ වශයෙන් ද කියවා ඇතැයි හෙළි විය. ආචාර්ය කරුණානායකගේ අධ්‍යයනයකදී පෙනී ගියේ 80% ක් සිරස්තල කියවන බවයි.

අයිතම තෝරා කියවීම පිළිබඳ අධ්‍යයනයක විශ්ලේෂණ ඒකකය (Unit of Andysis) එන්නේ යම්කිසි ප්‍රවෘත්තියක් (උදාහරණ වශයෙන් පළමුවන පිටුවේ ඇති ගිණනක් පිළිබඳ ප්‍රවෘත්තියක්) හෝ යම්කිසි වෙනත් ප්‍රභේදයක් (උදාහරණ වශයෙන් අපරාධ පිළිබඳ ප්‍රවෘත්තියක්, ක්‍රීඩා ප්‍රවෘත්තියක්, අවමඟුල් දැන්වීම්) විය හැකිය. ඉන්පසු එම අයිතමයන් කියවීම යම් කිසි ජනගහන විද්‍යාත්මක ලක්ෂණ සහිත කණ්ඩායමකට සම්බන්ධ කරනු ලබයි.

මැතකදී මෙම අයිතම තෝරා කියවීම පිළිබඳ අධ්‍යයන බෝහෝමයක් පුවත්පත් කියවීම් අධ්‍යයන කිරීම කෙරෙහි පුළුල් වශයෙන් යොමු වී ඇත.

පුවත්පත් කියවීම පිළිබඳ පර්යේෂණවල තුන්වන ප්‍රභේදය පාඨක-පාඨක නොවන අධ්‍යයන (reader-non reader study) යනුවෙන් හැඳින්වේ. මේ ආකාරයේ අධ්‍යයන පෞද්ගලිකව දුරකථන මගින් හෝ තැපැල් මගින් හෝ සුළු වෙනස්කම් සහිතව කළ හැකිය.

කෙසේ වුවත් පාඨක නොවන යන පදයට ක්‍රියාත්මක විග්‍රහයක් ලබාදීම අසීරුය. සමහර අධ්‍යයනවලදී ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු නොදුන් අය පාඨක නොවන අය ලෙස තීරණය කරනු ලබයි. ඔබ සාමාන්‍යයෙන් පුවත්පත් කියවන්නෙහිද? යන ප්‍රශ්නය උදාහරණ වශයෙන් දැක්විය හැකිය. සමහර අය වඩා විශේෂිත ප්‍රශ්න ඇති. උදා:- ඔබ ඊයේ හෝ අද පුවත්පතක් කියවුවෙහිද? නමග තුන්වන ප්‍රභේදය නම් ප්‍රශ්නය සඳහා පිළිතුරු කිපයක් යොදා ගැනීමයි. උදාහරණ වශයෙන් ඔබ කොපමණ කාලයකට වරක් දිනපතා පුවත්පතක් කියවන්නෙහිද? යන ප්‍රශ්නය සඳහා “නිතරම”, “සමහරවිට”, “කලාතුරකින්”, “කඩදාසි තැන” ආදී පිළිතුරු කිපයක් යොදා ගනු ලබයි. පුද්ගලයින්

කොපමණ ප්‍රමාණයක් පාඨකයින් නොවන අය ලෙස වර්ග කිරීම කෙරෙහි ප්‍රශ්නයේ ස්වරූපය බලපායි. පාඨකයින් නොවන අය හඳුනාගත් විට ඒ අය සාම්ප්‍රදායික ජනගහන විද්‍යාත්මක විචල්‍යයන්ට අනුව විග්‍රහ කිරීමට පර්යේෂකයෝ උත්සාහ කරති.

පුවත්පත් සම්බන්ධයෙන් වඩා පුළුල් විචල්‍යයන් පදනම් කරගත් අධ්‍යයන මැතකදී සිදු වී ඇත. එම අධ්‍යයනවලට අනුව, පුවත්පත් කියවීම කෙරෙහි විවාහක තත්ත්වය, වාසස්ථානය, රැකියා යන තත්වයන්හි ඇතිවන වෙනස්කම්ද බලපායි. දායකයින් හෝ දායකයින් නොවන (subscribers or non subscribers) වශයෙන් වර්ග කිරීම පිළිබඳ ද්විත්වවාදී බෙදීම පිළිබඳව කරන ප්‍රශ්න කිරීමද සැලකිල්ලට ගත යුතුය. ඇතැම් පර්යේෂකයින්ගේ අධ්‍යයනවලින් පෙන්වාදී ඇති ආකාරයට “දායකත්වය” යනු අඛණ්ඩව පවතින විචල්‍යයකි (සාධකයකි). භාවිතය සහ වින්දනය පිළිබඳ අධ්‍යයන (uses & gratifications studies) සියලුම මාධ්‍ය අන්තර්ගතයන් අධ්‍යයනය සඳහා යොදාගනු ලබයි. පුවත්පත් අධ්‍යයනය කිරීමේදී පුවත්පත් කියවීම කෙරෙහි බලපාන අභිප්‍රේරණයන් හා ඒ මගින් ඇතිවන ප්‍රතිලාභ සොයා ගැනීමට මෙම ක්‍රමය යොදා ගනු ලබයි. මෙම ක්‍රමයේ ක්‍රමවිද්‍යාව සරල එකකි. භාවිතයන් සහ වින්දනය පිළිබඳ ප්‍රකාශ අඩංගු ලේඛනයක් ප්‍රතිග්‍රාහකයන්ට ලබා දී ඒවා ඔවුන්ගේ පුවත්පත් කියවීම කෙරෙහි බලපාන්නේ දැයි විමසනු ලබයි. උදාහරණ වශයෙන් පාඨකයන්ට පහත සඳහන් කරුණු ලබාදිය හැකිය.

පහත දැක්වා ඇත්තේ විවිධ අධ්‍යයනවලින් හෙළිවී ඇති අයුරු මිනිසුන් පුවත්පත් කියවීමට හේතු වශයෙන් දක්වන කරුණු කිපයකි.

1. පුවත්පත් කියවන්නේ ඉන් විනෝදය ලැබෙන නිසාය.
2. පුවත්පත් කියවන්නේ කාලය ගත කිරීම සඳහාය.
3. පුවත්පත් කියවන්නේ එදිනෙදා සිදුවන දේ දැනගැනීම සඳහාය.
4. පුවත්පත් කියවන්නේ විවේකය සහ ආතතියගෙන් සනනය ලැබීම සඳහාය
5. පුවත්පත් කියවන්නේ අනෙකුත් අය කියන කරුණුවලින් මට වැදගත් දේ දැනගැනීම සඳහාය.

පුවත්පත් පාඨක පර්යේෂණවල අවසාන අංශය නම් සංස්කාරක/කර්තෘ පාඨක යන දෙපිරිය සැසඳීමයි. යම්කිසි මාතෘකාවක් පිළිබඳව සංස්කාරකවරුන් කණ්ඩායමකගෙන් විමසනු ලබයි. ඉන්පසු ඔවුන්ගේ පිළිතුරු පාඨකයින්ගේ පිළිතුරු සමඟ සංසන්දනය කරනු ලබයි. එසේ සංසන්දනය කරනුයේ ඒවා අතර සමානත්වයක් තිබේද යන්න බැලීමටයි.

සඟරා පාඨක සමීක්ෂණ මූලික වශයෙන් ම පුවත්පත් පාඨක සමීක්ෂණවලට සමානවේ. සමහර සඟරා පර්යේෂණ පවත්වනු ලබන්නේ පෞද්ගලික සමීච්ච කාකවීජා මාර්ගයෙනි. අධ්‍යයනයට භාජන කරනු ලබන සඟරාවේ පිටපතක් ප්‍රතිග්‍රාහකයාට පෙන්වනු ලබයි. එසේ පෙන්වා සෑම ලිපියක්ම ලකුණු 4 පරිමාණය අනුව ලකුණු කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. (සියල්ලම කියවන ලදී, වැඩි ප්‍රමාණයක් කියවන ලදී, සමහරක් කියවන ලදී, හෝ නොකියවන ලදී) තැපැල් සමීක්ෂණ ක්‍රමයද බොහෝ විට යොදා ගනු ලබයි. එහිදී සිදුවන්නේ දායකයාට සාමාන්‍යයෙන් යවනු ලබන සඟරාව යැවීමෙන් පසු එහි දෙවන පිටපත යැවීමයි. පාඨකත්වය දැක්වීම සඳහා සමීක්ෂණ පිටපතේ සලකුණු කළයුතු ආකාරය පිළිබඳ උපදෙස් ද ඒ සමඟ යවනු ලබයි.

දියුණු රටවල පළවන බොහෝ සඟරා සඳහා පුද්ගලයින් 25-30 අතර ප්‍රමාණයෙන් සැදුම්ලත් පාඨක මණ්ඩල (reader panels) සිටිති. සඟරාවේ සෑම කලාපයකම පළවන ලිපි මෙම මණ්ඩලය වෙත යවනු ලැබේ. ඔවුන් විසින් මෙම සෑම ලිපියක් සඳහාම ලකුණු දීමක් කරනු ලැබේ. එසේ ලකුණු දීමේදී රුචිකත්වය, කියවීමේ පහසු බව, හා ප්‍රයෝජනවත් බව යන කරුණු සැලකිල්ලට ගනු ලැබේ. කාලයෙන් කාලයට ලිපිවල ආර්ථිකත්වය ඇගයීම සඳහා උපදෙස් මාලාවක් සකස් කරනු ලබයි. අනාගත ලිපි ද මෙම ප්‍රමිතිය අනුව ඇගයීමට ලක් කරනු ලබයි. මෙම ක්‍රමයේ මූලික වාසිය නම්, ඒ මගින් අඩු වියදමකින් පාඨක ප්‍රතික්‍රියා පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගැනීමට හැකිවීමයි.

සඟරා පර්යේෂණවලට විශේෂ වූ තවත් ක්‍රමයක් නම් අයිතමයන් පූර්ව පරීක්ෂා කිරීමේ ක්‍රමයයි (item pretest). සඟරා පාඨකයින්ගේ අභ්‍යු කාමිපලයකට ලිපි මාතෘකාවක්. බයිලයින් එකක් (By Line) සහ ලිපියේ අන්තර්ගතය පිළිබඳ කෙටි විස්තරයක් පෙන්වනු ලැබේ. ලිපි සඳහා ලකුණු 0 සිට 100 දක්වා ලබා දෙන ලෙස ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගෙන් ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. ලකුණු 100 ක් ලබා දීමෙන් අදහස් වන්නේ එම ලිපිය නියවිත වශයෙන් ම කියවන බවයි. ලකුණු 0 ක් දීමෙන් අදහස් වන්නේ එම ලිපිය නොකියවන බවයි. අදාළ ලිපිවල සාමාන්‍ය ලකුණු ප්‍රමාණයන් වගුගතකර කරකෘ මණ්ඩල තීරණ ගැනීම සඳහා මහපෙන්වීමක් ලෙස යොදාගනු ලැබේ. මෙම ක්‍රමය සුළු

වෙනස්කම් සහිතව පෞද්ගලික සමීච්ච කාකවීජාවලදී හෝ තැපැල් සමීක්ෂණවලදී හෝ යොදාගත හැකිය. අනෙකුත් සඟරා පර්යේෂණවලදී ද අයිතමයන් තෝරා ගැනීමේ හා සංස්කාරක පාඨක සැසඳීම් සමීච්ච කරගනු ලැබේ.

සෑම ලිපියක් සමීච්චයෙන් ම ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගේ ඇගයීම මධ්‍යස්ථ හෝ පහළ වශයෙන් සටහන් කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. සඟරා පර්යේෂණවලදී යොදා ගන්නා ආකාරයේ ප්‍රශ්න කීපයක් මෙසේ දැක්විය හැකිය.

1. පිටකවරය පිළිබඳ ඔබේ අදහස (ගැළපෙන පිළිතුරු තෝරා ලකුණු කරන්න)
 - සිත්ගන්නා සුලුයි.
 - තරමක් සිත්ගන්නා සුලුයි.
 - සිත්ගන්නා සුලු බව අඩුයි.
 - සිත්ගන්නා සුලු නැත.
2. මෙම කලාපයේ ඔබේ වඩාත්ම සිත් ගත් දේ මොනවාද? අඩුවෙන්ම සිත් ගත් දේ මොනවාද?
3. ඔබට වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ කුමන විශේෂාංගයද?
4. ඔබේ පිටපත කියවා අවසන් වූ පසු එයට කුමක් කරන්නේද?
 - එය ප්‍රවේශම් කර තබයි.
 - සමහර ලිපි අමුණා ආරක්ෂා කර තබයි.
 - වෙනත් පාඨකයෙකුට ලබා දෙයි.
 - ඉවත දමයි.

සාම්ප්‍රදායික පාඨක අධ්‍යයනවලට අමතරව බොහෝ සඟරා අධ්‍යයනවලදී කේන්ද්‍රීය කණ්ඩායම් කාකවීජා (focus groups) පවත්වනු ලබයි.

සංසරණ අධ්‍යයන (Circulation Study)

එකිනෙකට වෙන් ආකාරයේ පුවත්පත් හා සඟරා අධ්‍යයන ස්ථරාප දෙකකට සංසරණ පර්යේෂණ යන පදය යොදාගනු ලැබේ. එක් ආකාරයක පර්යේෂණවලදී උත්සාහ කරනුයේ යම්කිසි වෙළෙඳ පොළක සමස්ත ලක්ෂණවලට

සාපේක්ෂව මැනීමයි. උදාහරණ වශයෙන් යම්කිසි පුවත්පතක් මිලදී ගන්නා නිවාස සංවිකාව තීරණය කිරීමයි. එපමණක් නොව යම්කිසි ජන සමූහයක් තුළ හෝ යම්කිසි භූගෝලීය ප්‍රදේශයක් තුළ හෝ සතරාව සංස්කරණ රටාව තීරණය කිරීම දැක්විය හැකිය.

පාඨක වර්ගාව කෙරෙහි බෙදා හැරීමේ හා මිල නියම කිරීමේ යම් යම් ස්වරූපවල බලපෑම ද කොටා බලනු ලැබේ. එම බලපෑම මැනීම සඳහා විශ්ලේෂණ ඒකකය වශයෙන් අනෙකුත් සංසරණ පර්යේෂණවලදී ද තනි තනි පාඨකයා යොදා ගනු ලබයි. උදාහරණ වශයෙන් අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ පුද්ගලයින් පුවත්පත් ලබා ගැනීම සඳහා වන තම දායකත්වය අවලංගු කර ගන්නේ ඇයිද යන්න මැක් කම්ස් (McCombs) මුලින්ස් (Mullins) සහ විවර් (Weaver) 1974 අධ්‍යයනයක් කළහ. එහිදී කොටා ගත් කරුණ වූයේ දායකත්වය අවලංගු කිරීම පුවත්පත් අන්තර්ගතයේ දුර්වලතාවක් නොව සංසරණ ගැටලු නිසා සිදුවන දෙයක් බවයි. එනම් අක්‍රමික බෙදාහැරීම සහ කියවිය නොහැකි තත්වයන් මත බෙදා හැරීමයි. විවිධ තත්වයන්ගෙන් යුත් පුවත්පත් දායකයින් (subscribers) ගේ නියැදි යොදා ගෙන දියුණු රටවල සතරා ප්‍රකාශකයින් මේ ආකාරයේ සංස්කරණ පර්යේෂණ කරනු ලබයි. එහිදී ප්‍රකාශන බෙදාහරින දිනය සහ පාඨකයින් අතට පත්වන විට ඒවායේ භෞතික තත්වය පරීක්ෂාවට ලක්කරනු ලබයි. අනෙකුත් ප්‍රකාශකයින් දායකත්වය අග්‍රත් නොකරන පාඨකයින් හමුවී දායකත්වය අවලංගු කිරීම වැළැක්වීම සඳහා කළ හැක්කේ කුමක්ද යන්න තීරණය කරති. මෑත වර්ෂවලදී මිල වැඩිවීම පුවත්පත් සංස්කරණයට බලපාන ආකාරය පිළිබඳව විවිධ පුවත්පත් පර්යේෂණ පවත්වා ඇත. සමහර පුද්ගලයින් තමන්ගේ දායකත්ව බිල්පත් ඉක්මනින් තෙගෙවන්නේ ඇයිද යන්න පිළිබඳව ද පර්යේෂණ පවත්වා ඇත. මේ ආකාරයේ සංස්කරණ පර්යේෂණ මගින් ප්‍රකාශනවල අන්තර්ගතයට සම්බන්ධ හැකි විචල්‍යයන් පුවත්පත්වල පාඨකත්වයට හෝ දායකත්වයට බලපාන ආකාරයේ අධ්‍යයනයක් කරයි.

මුද්‍රණ අකුරු විද්‍යාව සහ පිටු සැරසීම (Typography & Makeup)

මුද්‍රිත මාධ්‍යයට විශේෂිත වූ තවත් පර්යේෂණ ප්‍රභේදයක් නම් පුවත්පත් කියවීම කෙරෙහි පුවත්පත් සැලසුම් කිරීමට අදාළ අංශ ගැන කොටා බැලීමයි. පුවත්පත් සැලසුම් අංශ, මුද්‍රණය හා ආකෘතිය, යුද්ධයට අවකාශය, ජේද සිරස්තල, අකුරුවල ප්‍රමාණය, හා මෝස්තරය, තීරුවල පළල වෙනස්වීම්

හා තිරස් හා තිරස් පිටු සැකැස්ම යොදා ගැනීම ආදී කරුණු බලපාන ආකාරය අධ්‍යයන කිරීමයි.

මුද්‍රණ අකුරු හා ආකෘතිය පිළිබඳ අධ්‍යයනවලදී බොහෝ විට අත්හදා බැලීමේ ක්‍රමය යොදාගනු ලබයි. සත්කාර කණ්ඩායම් එකකට හෝ කිපයකට හෝ විෂයයන් පවරනු ලබන අතර ඉන්පසු ඒවා අත්හදා බැලීමේ උත්තේජකවලට අනාවරණය කරනු ලැබේ. (උදාහරණ වශයෙන් පුවත්පත් හෝ සතරා පිටු) ඉන්පසු පරායත්ත විචල්‍ය (Dependent variable) මිනුම් මාලාවකට අනුව ඔවුන් දකින දේ සටහන් කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. මෙම පරායත්ත විචල්‍යයන් වශයෙන් ප්‍රකාශනයේ තොරතුරුමය වටිනාකම, ප්‍රකාශනය කියවීමේ ඇති රුචිය, කරුණු මතක තබා ගැනීම, කියවිය හැකි බව, යම්කිසි පිටුවක් කෙරෙහි ඇති සාමාන්‍ය කැමැත්ත ආදිය දැක්විය හැකිය.

හස්කින්ස් සහ ජ්ලයින් (Haskins & Flynn-1974) විසින් පුවත්පතක කාන්තාවන් පිළිබඳ කොටසක පාඨක ආකාර්ෂණය කෙරෙහි විවිධ අකුරුවල බලපෑම පිළිබඳ ව අධ්‍යයනයක් කළහ. සමහර අකුරු මෝස්තර කාන්තාවන්ට වඩා හැඹුරුවන බවත් එම මෝස්තරවලින් තිරස්තල සැකසීම වඩා සිත්ගන්නා යුතු බවත් ඔවුන් උපකල්පනය කළහ.

අකුරු මගින් පාඨක රුචිය කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කළ නොහැකි බව පර්යේෂකයෝ සොයාගෙන ඇත. අකුරු පිළිබඳ විශ්ලේෂණවලදී අනාවරණය වී ඇති කරුණක් නම් පාඨකයින්ට අකුරු වෙන්කර හඳුනා ගැනීමට හැකියාව තිබුණ බවයි. ඉංග්‍රීසි ප්‍රකාශවලදී ගැරමන්ඩ් ඇද අකුරු කාන්තාවන්ට වඩාත් ප්‍රිය වූ අතර ස්පාටන් බ්ලැක් අකුරු පිරිමින්ට වඩාත් ප්‍රිය අකුරු විය.

පිටු සැකැස්ම පිළිබඳ අධ්‍යයන ද (Page layout) වැදගත් පර්යේෂණ ප්‍රභේදයකි. සංස්කරණ කටයුතුවලදී තීරණ ගැනීම සඳහා සතරා සංස්කාරකවරුන්ට එවන් අධ්‍යයන උපකාරී වේ. ක්ලික් සහ බෙයාර්ඩ් (Click & Baird-1979) මේ ක්ෂේත්‍රයේ පර්යේෂණ පිළිබඳ සාරාංශයක් ඉදිරිපත් කර ඇත. අධ්‍යයනය කරන ලද ස්වයන්ත (පරාධීන) විචල්‍ය ප්‍රභේද හුවා දැක්වීම සඳහා ඔවුන්ගේ නිගමන කිපයක් පහත දක්වා ඇත.

1. විශාල සන්තිදර්ශන රූ රටා (illustrations) කුඩා ඒවාට වඩා වැඩි පාඨක සංවිකාවක් ආකර්ෂණය කරයි.
2. අසාමාන්‍ය ලෙස හැඩගස්වා ඇති පින්තූර පාඨකයින් පිඩාවට පත් කරයි.

3. ආරම්භක පිටුවල අකුරු සුළු ප්‍රමාණයකුත් පින්තූර වියල ප්‍රමාණයකුත් යොදා ගැනීමෙන් පාඨක රුචිය වැඩිකර ගත හැකිය.
4. ඇද අකුරු කියවීමට පාඨකයින් කැමැත්තක් නොදක්වයි.
5. මාතෘකා සඳහා පාඨකයින් වැඩි රුචියක් දක්වන්නේ සරල හුරුපුරුදු අකුරුවලටයි.
6. සුපිරි අකුරු මෝස්තර යොදා ගැනීම සම්බන්ධයෙන් පාඨකයින් සහ මෝස්තර සැලසුම්කරුවන් එකඟවන්නේ කලාතුරකිනි.
7. ඉංග්‍රීසි ප්‍රකාශනවලදී අනෙකුත් අකුරුවලට වඩා රෝමානු අකුරු වඩා ඉක්මනින් කියවිය හැකිය.

කියවිය හැකිබව (Readability)

සරල වශයෙන් නිර්වචනය කළහොත්, කියවිය හැකි බව යනු යම්කිසි මුද්‍රිත ප්‍රකාශනයක සාර්ථකත්වය කෙරෙහි බලපාන සියලුම අංශයන් සහ ඒවායේ ප්‍රතික්‍රියාවන් දැන ගැනීමයි. සාර්ථකත්වය මැනිය හැක්කේ පාඨකයින් එය තේරුම් ගන්නා ප්‍රමාණය, උපරිම වේගයකින් කියවිය හැකි බව සහ රසවත් බව යන කරුණු අනුවයි.

කියවිය හැකි බව (Readability) තීරණය කිරීම සඳහා විවිධ ක්‍රම දියුණු කර ඇත. ඉන් වඩාත්ම උසස් ක්‍රමය නම් ෆ්ලෙෂ් කියවීම පහසු කරන ක්‍රමයයි. (Flesch reading ease formula) එහිදී සිදුවන්නේ පර්යේෂකයා විසින් ක්‍රමානුකූලව ලිපියකින් වචන 100 ක් තෝරාගෙන එම වචනවල සම්පූර්ණ ස්වර සංඛ්‍යාව තීරණය කරයි. ඉන්පසු පහත සඳහන් සමීකරණය ගණනය කරයි.

කියවීමේ පහසුව = 206.835 - 0.846wl - 1.015 5%

වෙළඳ දැන්වීම් හා මහජන සම්බන්ධතා පිළිබඳ බොහෝ පර්යේෂණ ව්‍යවහාරික පර්යේෂණ වේ. ඒවා මගින් උත්සාහ කරනුයේ යම්කිසි සුවිශේෂී ගැටලුවක් විසඳීම වන අතර න්‍යායන් ගොඩනැගීම හෝ අනෙකුත් තත්වයන්ට සාමාන්‍යකරණය කිරීම හෝ පිළිබඳ සැලකිල්ලක් නොදක්වයි. වෙළඳ දැන්වීම් හා මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂකයින්ට අවශ්‍ය වන්නේ “යම්කිසි නිෂ්පාදනයක් ඇතිවිය යුත්තේ නිල් පාටින්ද රතු පාටින්ද?” වැනි ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු ලබා ගැනීමයි. වෙළඳ දැන්වීම් සඳහා දෙසතිය සතරාවට වඩා නවයුගය සතරාව නොද ද?

වෙළඳ දැන්වීම් හා මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණවලදී විශේෂ ක්‍රම යොදා ගැනීමක් සිදුනොවේ. එහිදී කලින් සාකච්ඡා කරන ලද රසායනාගාර, සම්බන්ධතා, ක්ෂේත්‍ර පර්යේෂණ හා අන්තර්ගත විශේෂණ පොදුවේ භාවිත කරයි. කෙසේ වුවත් ඒවා සකස් කර ගෙන ඇත්තේ මෙම කර්මාන්තවල අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීම සඳහා විශේෂිත වර්ගයේ තොරතුරු ලබා දීම සඳහාය. වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරණයේදී දැකිය හැකි කෘතනාත්මක පර්යේෂණ ප්‍රදේශ තුනක් තිබේ. පිටපත් පර්යේෂණ, මාධ්‍ය පර්යේෂණ, සහ ව්‍යාපාර ඇගයීමේ පර්යේෂණ වේ. සෑම වර්ගයක්ම මෙහිදී සාකච්ඡා කෙරේ. යෝග්‍ය පරිදි සෑම වර්ගයක් සම්බන්ධයෙන්ම කර ඇති පර්යේෂණ විස්තර කෙරේ.

පිටපත් පිරික්සුම් අධ්‍යයනය

පිටපත් පිරික්සුම (Copy testing) යන පදය නොමගයවන සුලබව වෙළඳ දැන්වීම් පර්යේෂණ කරන සියලු දෙනාම පිළිගන්නා කරුණකි. පිටපත් යන පදයෙන් ඇහවෙන්නේ වෙළඳ දැන්වීමේ ඇති වචන පමණක් පරීක්ෂණයට භාජන කරන බවකි. ඇත්ත වශයෙන්ම සිදුවන්නේ එය නොවේ. වෙළඳ දැන්වීමේ සෑම අංගයක්ම (සැකැස්ම, විස්තරය, සංගීතය, ප්‍රමාණය, රූප සටහන්, දිග ප්‍රමාණය ආදී) පිටපත පිරික්සුමේ දී විචල්‍යයන් වශයෙන් පවතී. ලෙකන්බී (Leckenby) (1984) සඳහන් කර ඇති ආකාරයට පර්යේෂණ පිටපත් පිරික්සුම වෙනුවට වෙළඳ දැන්වීම් උත්තේජනය මැනීම යන්න යොදා ගත යුතු බවයි. නමුත් මෙම අලුත් පදය එතරම් පුළුල් වශයෙන් භාවිත වී නොමැත. පණිවුඩ පර්යේෂණ ද සමහර විට යොදා ගන්නා සමාන පදයකි. එම නිසා අඩුපාඩුකම් පැවතියත් සාම්ප්‍රදායික පදයම තවදුරටත් යොදා ගැනේ.

වඩා ඵලදායී වෙළඳ දැන්වීම් දියුණු කිරීම සම්බන්ධයෙන් පිටපත් පිරික්සුම උපකාරී වේ. වෙළඳ දැන්වීම් කිපයකින් වඩාත් ඵලදායී කුමක්ද යන්න ඒ මගින් තීරණය කළ හැකිය. වෙළඳ දැන්වීම් ක්‍රියාවලියේ සෑම අවධියකම පිටපත් පිරික්සුම සිදුවේ. වෙළඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර අවධාරණය කළ යුත්තේ කුමක්ද ඉවත දැමිය යුත්තේ කුමක්ද යන්න තීරණය කිරීමට සිදුවේ. වෙළඳ දැන්වීමේ අන්තර්ගතය සකස්කර ගැනීමෙන් පසු මෙම අදහස් ව්‍යුහගත කළ හැකි වඩාත් කාර්යක්ෂම මාර්ගය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා පරීක්ෂණ පැවැත්විය යුතුයි. උදාහරණ වශයෙන් යෝජිත සතරාවක ආදර්ශ පිටපතක් කියවීමේදී විවිධ කෝණයන්ගෙන් පාඨකයා ගත කරන ලද එම සතරාව එම විෂය පිළිබඳ විශේෂඥතාවක් ඇති

කණ්ඩායම් දෙකකට හෝ වැඩි ගණනකට පර්යේෂකයා විසින් පෙන්විය යුතුය. ආදර්ශ පාඨකයින් යොදා ගෙන සිරස්තල ඇගයීමට ලක් කළ යුතුය. කියවිය හැකි බව හා මතක තබා ගැනීම සම්බන්ධයෙන් එම පිටපත පරීක්ෂාවට කාපන කළ යුතුය. සියලුම කාර්යවලදී අරමුණු විය යුත්තේ වෙළෙඳ දැන්වීම මතක තබා ගැනීම කෙරෙහි වැදගත් ලෙස බලපාන විචල්‍ය තීරණය කිරීමය.

රූපවාහිනියෙන් ප්‍රචාරය කරන වෙළෙඳ දැන්වීම්වලදී සමස්ත දැන්වීමේ දළ පිටපතක් සකස් කළ යුතුය. විග්‍රහයට හෝ විඩියෝ ගත කරන එම වෙළෙඳ දැන්වීම සඳහා සාමාන්‍ය තව්වන් හා ස්ථාන යොදා ගත හැකිය. මේ ආකාරයට අඩු වියදමකින් වෙළෙඳ දැන්වීමේ වෙනස්වීම පරීක්ෂාවට කාපන කළ හැක.

වෙළෙඳ දැන්වීම සකස්කර තිබේ නම් කිරීමෙන් පසු සිදුවන පිටපත් පිරික්සුමේ අවසාන අවධිය තුළදී වෙළෙඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරයේ අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල ලැබේ දැයි තීරණය කළ හැකිය. එමගින් සමාගමේ වෙළඳාමට හෝ ජනප්‍රියතාවයට හානියක් වීමට පෙර එය වළක්වා ගැනීමට හැකිවේ. මේ ආකාරයේ පිටපත් පිරික්සුම්වලදී නිවැරදිව විග්‍රහ කළ අරමුණු තිබිය යුතුය. උදාහරණ වශයෙන් පාරිභෝගිකයින් තරගකරුවන්ගෙන් ඉවතට ඇදගැනීම සඳහා සමහර ව්‍යාපාර සැලසුම් කරනු ලබයි. සමාගමේ වර්තමාන පාරිභෝගිකයින් රඳවා ගැනීමට සමහර ව්‍යාපාර පවත්වනු ලබයි. තවත් සමහර සමාගම් තම සමාගමේ ප්‍රතිරූපය වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා මේවා යොදා ගනිති.

පිටපත් පිරික්සුම් ක්‍රම වර්ග කිරීම සඳහා විවිධ ක්‍රම ඇත. වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් ක්‍රමය මාන (Dimensions) තුනකට සම්බන්ධ වේ. එනම් ඥානන මානය(Cognitive Dimension), ආවේදනාත්මක මානය (affective dimension) සහ සම්බන්ධක මානය (conective dimension) යන මාන තුනයි. මේවායේ අනුපිළිවෙළ අවශ්‍යයෙන්ම මේ ආකාරයෙන්ම තිබීම අවශ්‍ය නොවේ. මෙම ආකෘතිය මගින් පිටපත් පර්යේෂණ පිරික්සුම් ක්‍රමය සාකච්ඡා කිරීමට වඩා පහසු මග පෙන්වීමක් ලැබේ.

ඥානන මානය (The Cognitive Dimension)

ඥානන ප්‍රභේදයේ ප්‍රධානම පරායත්ත (පරාධීන) විචල්‍යයන් වන්නේ අවධානය, දැනුවත් බව, අනාවරණය, අවබෝධය, හා ස්මරණයයි. මෙම විචල්‍යයන් මැනීම සඳහා යොදා ගන්නා මිනුම් ක්‍රම මූලික වශයෙන් මූලික

මාධ්‍යවලදී යොදාගනු ලබයි. ප්‍රචාරක හෝ සහරාවක පිටපතක් ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට පෙන්වා ඔවුන් වෙළෙඳ දැන්වීම් ඔවුන්ට මතක තිබේදැයි විමසයි. එම ප්‍රතිඵල මත සෑම වෙළෙඳ දැන්වීමක් සඳහාම සටහනක් සකස්කරනු ලබයි. මෙම ක්‍රමය විවේචනයට කාපන වී තිබේ. සමහර ප්‍රතිග්‍රාහකයන්ට තමන් දකින වෙළෙඳ දැන්වීම් පිළිබඳ අවුල් සහගත හැඟීමක් ඇත. සමහර ප්‍රතිග්‍රාහකයින් සම්මුඛ සාකච්ඡාකරුවන් සතුටු කිරීම සඳහා අභියෝගාත්මකයන් කරුණු පවසයි. මෙම ගැටලුව පාලනය කිරීම සඳහා පර්යේෂකයින් බොහෝ විට ආධාරිත සිහිකිරීම් (ස්මරණ ක්‍රම - aided recall techniques) යොදා ගනිති. උදාහරණ වශයෙන් ඔවුන් වෙළෙඳ දැන්වීම්කරුවන්ගේ ලැයිස්තුවක් ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට පෙන්වති. මෙයින් සමහර අයගේ වෙළෙඳ දැන්වීම් ප්‍රකාශනවල පළවී ඇති අතර සමහර අයගේ ඒවා පළවී නැත.

කෙසේ වුවත් මේ ආකාරයේ ස්මරණ අධ්‍යයන (recall study) ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනි වෙළෙඳ දැන්වීම් සම්බන්ධයෙන් 100% ක්ම සුදුසු නොවේ. එම මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙන් පොදුවේ භාවිත කරන ක්‍රමයක් නම් දුරකථන සම්කණයයි. මෙම එළඹුමේ ප්‍රභේද දෙකක් දක්නට ලැබේ. ආධාරිත ස්මරණ ක්‍රමයේදී සම්මුඛ සාකච්ඡාකරුවා විසින් පොදු නිෂ්පාදන වර්ගයක් සඳහන් කර එම විශේෂිත නිෂ්පාදනය පිළිබඳ වෙළෙඳ දැන්වීමක් මතක තිබේදැයි විමසනු ලබයි. ආධාරයක් නොමැති සිහිකිරීමේ (ස්මරණ) ක්‍රමයේදී (unaided recall technique) පර්යේෂකයින් විසින් සාමාන්‍ය ප්‍රශ්න අසනු ලබයි. උදාහරණ වශයෙන් “ඔබේ සිත් ගත් වෙළෙඳ දැන්වීමක් මතකදී දැටුවේද?”

රූපවාහිනි වෙළෙඳ දැන්වීම් පශ්චාත් පරීක්ෂාවට ලක් කළ හැකි තවත් ක්‍රමයක් ගැලප් සහ රොබින්සන් විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලැබේ. වෙළෙඳ දැන්වීම් මතක තිබූ ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගේ ප්‍රතිගතය ද විශේෂිත කරුණු මතක තිබූ අයගේ ප්‍රතිගතය මගින් ලැබීණි. එමෙන්ම නිෂ්පාදනය සම්බන්ධ යහපත් ආකල්පයේ ප්‍රමාණය දක්වන ලකුණු ප්‍රමාණයක්ද ඔවුන් ලබා දෙන ලදී. එම ලකුණු සකස් කරන ලද්දේ සම්මුඛ සාකච්ඡාවලදී ප්‍රතිග්‍රාහකයින් විසින් ලබා දෙන ලද ප්‍රකාශන පදනම් කරගෙනය. පශ්චාත් පරීක්ෂණ ස්මරණය හා හඳුනාගැනීමේ පර්යේෂණ පවත්වන ප්‍රසිද්ධ වෘත්තීය පර්යේෂණ ආයතන රාශියක් ශ්‍රී ලංකාවේදී තිබේ. ලංකා අලෙවි පර්යේෂණ ආයතනය (Lanka Market Research Bureau) ඒ.සී. නිල්සන් ආයතනය, සර්වේ ලංකා ආයතනය ඉන් සමහරකි. මේ ආයතන මගින් දිනපතාම සහරා හා ප්‍රචාරක 100 රාශියක වෙළෙඳ දැන්වීම් කියවීම පිළිබඳව අධ්‍යයනය කරනු ලබයි. පුද්ගලයින් 300 කගේ පමණ නියැදියක් (සාම්පලයක්-Sample) යොදා ගෙන අධ්‍යයනය කරනු ලබන සහරාවේ පිටපතක් රැගෙන සාකච්ඡාකරුවන් සම්මුඛ ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගේ

නිවේදනවලට යයි. ඉන්පසු ඔවුන්ගෙන් දීර්ඝ වශයෙන් ප්‍රශ්න ඇසේ. සම්මුඛ සාකච්ඡාකරු විසින් ප්‍රතිග්‍රාහකයාට වෙළඳ දැන්වීම පෙන්වා එය හෝ එයින් යම්කිසි කොටසක් මීට පෙර දැක තිබේදැයි අසනු ලබයි. එසේ දැක නැත්නම් වෙනත් වෙළඳ දැන්වීමක් පෙන්වයි. එය දැක තිබේ නම් එය කොපමණ කිසිවක් තිබේදැයි දැනගැනීම සඳහා තවදුරටත් ප්‍රශ්න ඇසනු ලබයි. සතරවැනි ඇති සියලුම වෙළඳ දැන්වීම් පිළිබඳව මේ ආකාරයෙන් ප්‍රතිග්‍රාහකයාගෙන් ප්‍රශ්න කරනු ලැබේ. සෑම ප්‍රතිග්‍රාහකයෙක්ම ප්‍රසේද 4 කින් එකකට අයත් කරනු ලැබේ.

1. Non reader (පාඨක නොවන - වෙළඳ දැන්වීම දුටු බවට මතක නැති)
2. Noted reader (වෙළඳ දැන්වීම දුටු බවට මතක ඇති)
3. Associated reader (වෙළඳ දැන්වීම දැක අදාළ භාණ්ඩයේ නම පැහැදිලිව සඳහන් වූ යම් කොටසක් කියවා ඇති)
4. Read most reader (වෙළඳ දැන්වීමේ සඳහන් කරුණුවලින් අඩකට වඩා කියවූ අය)

අසනු ලබන ප්‍රශ්න

1. භාණ්ඩය පිළිබඳව මෙම වෙළඳ දැන්වීමෙන් කියවෙන්නේ කුමක්දැයි ඔබේම වචනවලින් කිවහැකිද?
2. පින්තූර මගින් කියවෙන්නේ මොනවාද?
3. වචනවලින් කියවෙන්නේ කුමක්ද?

මේවායේ පිළිතුරු අත්තර්ගත විශ්ලේෂණයට භාජන කෙරේ. ඊට අමතරව සෑම වෙළඳ දැන්වීමක් පිළිබඳවම යෝග්‍ය සහ අයෝග්‍ය කරුණුවල ප්‍රතිග්‍රහණයන් වාර්තා කරයි.

පණිවුඩ පර්යේෂණ පවත්වන සමාගම් රාජකාරි ශ්‍රී ලංකාවේදී ක්‍රියාත්මක වේ. මෙවන් පර්යේෂණ තුළින් භාණ්ඩ පිළිබඳ දැනුවත් බවක් හා වෙළඳ දැන්වීමේ කාර්යක්ෂමතාව පිළිබඳ ප්‍රතිචාර පරීක්ෂාවට ලක් කරන ලද දත්ත

ලබා දේ. යම්කිසි තුරන්වල ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශ රාශියක් නියෝජනය වන අයුරු තෝරා ගත් නියැදියක් (සාම්පලයක්) මගින් තෝරාගත් ප්‍රතිග්‍රාහකයන් සමඟ කරනු ලබන දුරකථන සම්මුඛ සාකච්ඡා මගින් මෙම දත්ත ලබා ගනු ලබයි. පවත්වනු ලබන සම්මුඛ සාකච්ඡා සාමාන්‍යයෙන් දීර්ඝ ඒවාය. ඒ අතර නිෂ්පාදන භාවිතය පිළිබඳව නොයා බැලීම මැනකදී මිලදී ගත් නිෂ්පාදන වර්ග සම්බන්ධයෙනි. එසේම යම්කිසි වෙළඳ දැන්වීමක් (සාධක) කාර්යක්ෂමතාව වැනි විචල්‍යයන් පරීක්ෂාවට භාජන කළ හැකි ආකාරයට ප්‍රශ්න සැලසුම් කරනු ලබයි.

**ආවේදනීය මානය
The affective Dimension**

ආවේදනීය මාන සාමාන්‍යයෙන් යොදාගනු ලබන්නේ වෙළඳ දැන්වීමක් නිසා යම්කිසි නිෂ්පාදනයක් සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගික ආකල්පය වෙනස්වී තිබේ ද යන්න දැනගැනීම සඳහාය. ආකල්ප වෙනස්වීම් මැනීම සඳහා බොහෝ විට යොදා ගනු ලබන ක්‍රම 2ක් තිබේ. එකක් යඛිතව ප්‍රසේදනයයි (Semantic differential). අනෙක ප්‍රමාණන පරිමාණයයි (The rating Scale). මෙම මිනුම් ක්‍රම ඔස්සේ වඩාත් වලදායී වීමට නම් කරුණු 3ක් ඉටුකරගැනීම අවශ්‍ය වේ. පළමු වැන්න නම් පාරිභෝගිකයාට වෙළඳ දැන්වීම පෙන්වීමට පෙර ඒ පිළිබඳ ඔහුගේ/ඇයගේ ආකල්පය ලබාගත යුතුය. දෙවැන්න නම් අධ්‍යයනයට භාජන කරනු ලබන වෙළඳ දැන්වීම හෝ දැන්වීම් පාරිභෝගිකයාට පෙන්විය යුතුය. තුන්වැන්න නම් වෙළඳ දැන්වීම පෙන්වීමෙන් පසු ඔහුගේ/ඇයගේ ආකල්පය/ආකල්ප නැවත වරක් පරීක්ෂා කළ යුතුය. රූපවාහිනී වෙළඳ දැන්වීම් අධ්‍යයනයේ දී මෙම අරමුණු 3ම ඉටුකරගැනීමේ දී මුහුණ දෙන දුෂ්කරතාවන් අඩුකර ගැනීම සඳහා බොහෝ පර්යේෂකයින් බලෙන් යොමු කර ගැනීමේ ක්‍රමය (forced-exposure) යොදා ගැනීමට කැමැත්තක් දක්වති. මෙම ක්‍රමයේ දී විශේෂ රූපවාහිනී වැඩසටහනක් නැරඹීම සඳහා ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට ගාලාවකට ආරාධනය කරනු ලබයි. වැඩසටහන නැරඹීමට පෙර විවිධ නිෂ්පාදන වර්ග කිපයක් පිළිබඳව ඔවුන් දක්වන ආකල්පය පිළිබඳව ප්‍රශ්නාවලියක් ලබා දී එය සම්පූර්ණ කරන ලෙස ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. ඉන් එක් නිෂ්පාදනයක් සම්බන්ධයෙන් පර්යේෂකයින් උනන්දුවක් දක්වති. ඉන්පසු සියල්ලන්ම රූපවාහිනී වැඩසටහන නරඹති. අධ්‍යයනය කරනු ලබන භාණ්ඩය පිළිබඳව වෙළඳ දැන්වීම් එකක් හෝ කිපයක් එහි අඩංගු වේ. එමෙන්ම අනෙකුත් නිෂ්පාදන පිළිබඳව වෙළඳ දැන්වීම් ද අඩංගු වේ. වැඩ සටහන අවසන් වීමෙන් පසු සියලුම ප්‍රතිග්‍රාහකයින් නිෂ්පාදනයන් පිළිබඳ තමන්ගේ ආකල්ප සම්බන්ධයෙන්

ප්‍රයෝජනවලින් සම්පූර්ණ කරති. මුද්‍රිත වෙළෙඳ දැන්වීම් අධ්‍යයනයේදී ද ආකල්ප පරීක්ෂණ කිරීම සඳහා මෙම මූලික ක්‍රමය යොදාගත හැකිය.

ආකල්ප අධ්‍යයනය සඳහා සැලසුම් කළ කේටාටන් බොහෝ පර්යේෂණ සමාගම් විසින් ලබාදේ. රූපවාහිනිය හා සම්බන්ධ විගණන හා සමීක්ෂණවලදී තම වෙළෙඳ දැන්වීම් හා සමීක්ෂණ ආකල්ප පරීක්ෂා කිරීම සඳහා කේබල් රූපවාහිනිය යොදා ගනු ලබයි. යම්කිසි නියමිත වේලාවක දී යම්කිසි කේබල් රූපවාහිනියකින් විකාශනය වන වැඩසටහන් ලෙස දුරකථන මගින් තරඟින්නන්ගෙන් ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. වෙළෙඳ දැන්වීම ගුවන් ගත වී පැය 24කට පසු නැවත වරක් ප්‍රතිග්‍රාහකයින් අමතා ඔවුන්ගේ ආකල්පය දැන ගනී. මේජර් සහ රොස් (Mapes & Ross) යන අය කාර්යක්ෂම මානසත් අධ්‍යයනය සඳහා මෙම ක්‍රමය යොදා ගත්හ. ප්‍රතිග්‍රාහකයන් රැස් කරවා දේශීය විකාශනාගාරයක් තුළින් විකාශනය වීමට නියමිත රූපවාහිනී වැඩසටහනක් තරඟිත ලෙස ඔවුන් ගෙන් ඉල්ලා සිටිනු ලැබේ. වෙළෙඳ දැන්වීමට අදාළ නිෂ්පාදන සමීක්ෂණ තම ආකල්පයට ලකුණු 10 බැගින් ලබා දෙන ලෙස වැඩසටහන ප්‍රචාරය වීමට පෙර ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට දන්වනු ලැබේ. වැඩසටහන නැරඹීමෙන් පසු නැවත වරක් ප්‍රතිග්‍රාහකයින් අමතා ඔවුන්ගේ ආකල්පය විමසනු ලැබේ. සතරා අධ්‍යයනයේ දී සලකා බලනු ලබන වෙළෙඳ දැන්වීම් අඩංගු විශේෂ සතරා කලාපයක් ඉතික්ෂිප්තව සකස් කරනු ලබයි. ඉන්පසු දුරකථන නාමාවලියෙන් ප්‍රතිග්‍රාහකයින් අහනු ලෙස (Random Selection) තෝරා ගෙන ඔවුන්ගේ නිවේස්වලට ගොස් සතරාවේ පිටපත බැගින් ලබා දේ. පසුවද සතරාවේ අන්තර්ගතය පිළිබඳව ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගෙන් ප්‍රශ්න අසනු ලබයි. ඉන්පසු සම්මුඛ සාකච්ඡාකරුවා නිෂ්පාදනවල ලැයිස්තුවක් කියවා එම භාණ්ඩ සමීක්ෂණ වෙළෙඳ දැන්වීමේ එම සතරාවේ රිච්චුන් දැයි අසයි. එහිදී ප්‍රතිග්‍රාහකයාට වෙළෙඳ දැන්වීමක් සමීක්ෂණයෙන් මතක් වන සෑම අවස්ථාවකම එම වෙළෙඳ දැන්වීම පිළිබඳ විස්තර තමන්ට වෙළෙඳ දැන්වීම කියවීමෙන් පසු භාණ්ඩය පිළිබඳ ප්‍රතිග්‍රාහකයාගේ ආකල්පයද සාකච්ඡාකරුවා විසින් විමසනු ලබයි.

කාර්යක්ෂම මානසත් සමීක්ෂණ තවත් පර්යේෂණ ක්‍රමයක දී කායික විද්‍යා මිනුමක් (Physiological measurement) යොදා ගනු ලබයි" මෙහිදී පරීක්ෂණ දෙකක් පොදු වශයෙන් පවත්වනු ලබයි" Pupillometer test වලදී ප්‍රතිග්‍රාහකයා වෙළෙඳ දැන්වීම දෙස බලන අතරතුර දී ඔහුගේ ඇස් දෙස යොමු කරන ලද කුඩා කැමරාවක් මගින් ඔහුගේ ඇස් කළු ලපය විශාල වන ප්‍රමාණය අධ්‍යයනය කරනු ලබයි" මනෝ කායික සොයා ගැනීම් අනුව ඇස් කළු ලපය විශාල වන්නේ පුද්ගලයා තුළ යම් කිසි සිත් ගන්නා විස්මය ජනක හැඟීමක් ඇති වූ විටයි" අනෙක් අතට සිත් ගන්නා සුලු හැඟි එකක නොවන

හැඟීමක් ඇතිවූ විට කළු ලපය කුඩාවේ. අනෙක් ක්‍රමය මගින් සමී ප්‍රතිචාරය මනිනු ලබයි. (Galvanic Skin Response or GSR) එනම් සම මතුපිට සිදුවන විදුලි ගමන් කිරීමේ වෙනස් වීම මැනීමයි. වෙළෙඳ දැන්වීම කියවන අතර GSR හි සිදුවන වෙනස් වීම් මගින් පෙන්නුම් කරනුයේ විත්තවේදීය උද්දීපනයක ඇති වීමයි.

සමීක්ෂණ මානසය The Connective dimension

මෙම ක්‍රමය සමීක්ෂණ වන්නේ පාරිභෝගිකයාගේ වර්ගාවටයි. බොහෝ අවස්ථාවල දී එය වඩාත් වැදගත්ම පරායත්ත (පරාධීන) විචල්‍යයයි. සමාන්තයෙන් අධ්‍යයනය කරනු ලබන වර්ගාවන් ප්‍රධාන වර්ග දෙකකට බෙදිය හැකිය. මිලදී ගැනීමට කල්පනා කිරීම සහ මිලදී ගැනීමටයි. පළමු වර්ගය යටතේ මිලදී ගැනීමට පෙර අදහස් පිළිබඳ දත්ත එකතුකර වෙළෙඳ දැන්වීම පළවීමෙන් පසු නැවතවරක් සම්මුඛ සාකච්ඡාවට භාජන කිරීම සිදුවේ. ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගෙන් පහත සඳහන් ආකාරයේ ප්‍රශ්න අසනු ලැබේ. "හෙට ඔබ උදැසන ආහාර මිලදී ගැනීමට කඩයකට යන විට ඔබ මිලදී ගන්නේ කුමන වර්ගයේ ආහාරයක් ද?" ඉන්පසු පහත සඳහන් ආකාරයේ ප්‍රශ්න ඇසිය හැකිය. "ඔබ වෙනත් වර්ගයක් මිලදී ගැනීමට සලකා බලන්නේ ද?" "ඔබ නියමිතවම මිලදී නොගන්නා වර්ගයක් තිබේද?" (අවකාශ ප්‍රශ්නය අසනු ලබන්නේ වෙළෙඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරය නිසා යම්කිසි නිෂේධනාත්මක {Negative Effect} බලපෑමක් ඇතිවී තිබේ ද යන්න දැන ගැනීම සඳහාය.) මීට අමතරව සමහර පර්යේෂකයින් සිතන්නේ මිලදී ගැනීමේ අදහස් පරිමානය යොදා ගත යුතු බවයි. ඉන්පසු පරිමානයේ තමන්ට වඩාත් ගැළපෙන ස්ථානය ලකුණු කරන ලෙස ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට උපදෙස් දෙනු ලැබේ.

ඒ ආකාරයේ පරිමාණයක් පහත පරිදි වේ.

- හැකිවුණු විට සම මම මේ කැම මිලදී ගනිමි.
- සමහරවිට මේ කැම මම මිලදී ගත්තෙමි.
- මේ කැම සමහරවිට මම මිලදී ගැනීමට පුළුවනි. නමුත් කවදා දැයි නොදනිමි.
- මම කිසිදු මෙම කැම මිලදී නොගන්නෙමි.
- මෙම කැම කිසිවකු විසින් දුන්නත් මම නොකන්නෙමි.

වෙළෙඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරය තුළ දී හා ඉන්පසු පාරිභෝගිකයින්ගේ මිලදී ගැනීමේ මනාපය වෙනස් වන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව වෙළෙඳ දැන්වීම් කරුවන්ට මෙමගින් දැනගත හැක.

පශ්චාත් පරීක්ෂණ පිළිබඳ වඩාත් විශ්වාස ආධිකාරී ක්‍රමයක් නම්, නියම අලෙවිය, සෘජු පිළිතුරු හා පහසුවෙන් ප්‍රමාණය කළ හැකි අනෙකුත් වර්ග රටාවන්ය. උදාහරණ වශයෙන් ආපසු එවන ලද කුපන් ප්‍රමාණය හෝ නොමිලේ දෙන සාම්පල් සඳහා ඇති ඉල්ලීම් සංඛ්‍යාව ගණනය කිරීමෙන් සෘජු ප්‍රතිචාරය අධ්‍යයනය කළ හැක.

මාධ්‍ය පර්යේෂණ

මාධ්‍ය පර්යේෂණවලදී භාවිත වන ප්‍රධාන පද දෙක නම් ළඟාවීම (ප්‍රවේශය-Reach) සහ සංඛ්‍යාතය (වාර ගණන-Frequency) ළඟාවීම යනු යම්කිසි කාල පරිච්ඡේදයක් තුළ අඩු වශයෙන් එක් වරක් හෝ යම්කිසි මාධ්‍යයක් මගින් කිසියම් පණිවුඩයක් ලබාදෙන මුළු පවුල් සංඛ්‍යාවයි. ළඟාවීම සමස්ත ප්‍රේක්ෂක සංඛ්‍යාව ලෙස සැලකිය හැකි අතර එය සමස්ත පවුල් ප්‍රතිගතයක් ලෙස සාමාන්‍යයෙන් ප්‍රකාශ කරනු ලබයි. උදාහරණ වශයෙන්, පවුල් 100 කින් 25කට පණිවුඩය ලැබුණි නම් ළඟාවීම 25 කි.

සංඛ්‍යාතය යනු සෑම පවුලකටම පණිවුඩය ලැබුණු වාර ගණනය. ඇත්ත වශයෙන්ම නියැදියේ සෑම පවුලකටම ලැබෙන පණිවුඩ සංඛ්‍යාව සමාන නොවේ. බොහෝ විට මෙය සත්‍යයක් මගින් ප්‍රකාශ කරනු ලබයි.

$$\frac{\text{Total exposures for all households}}{\text{reach}} = \text{Average frequency}$$

පවුල් සාම්පලයකට අනාවරණය කරන ලද පණිවුඩ සංඛ්‍යාව 400 ක් වන අතර ළඟාවීම 25ක් නම් සාමාන්‍ය සංඛ්‍යාතය 16කි. ළඟාවීම 80ක් නම් සංඛ්‍යාතය 5කි. ළඟාවීම වැඩිවන විට සාමාන්‍ය සංඛ්‍යාතය පහළ යයි. ළඟාවීම හා සංඛ්‍යාතය සමීප ලෙස සම්බන්ධ වූ සංකල්පයක් නම් දළ ප්‍රමාණන ලකුණු (Gross Rating Points – GRP) මාධ්‍ය විකල්ප දෙකක් අතර තීරණයක් ගැනීමට සිදුවන අවස්ථාවලදී GRS ක්‍රමය ඉතා ප්‍රයෝජනවත්ය. උදාහරණ වශයෙන් A නැමැති වැඩසටහනට ළඟාවීම 30% ක්ද සාමාන්‍ය සංඛ්‍යාතය 2.5 ද ඇති අතර

E නැමැති වැඩසටහනට ළඟාවීම 45% ක්ද සංඛ්‍යාතය 1.25 ක්ද ඇතැයි සිතමු. වඩාහොඳ ළඟාවීම - සංඛ්‍යාත සම්බන්ධතාවක් ඇත්තේ කුමන වැඩසටහනකේද? මුලින්ම පහත සඳහන් සූත්‍රය යොදා ගෙන සෑම වැඩසටහනකම GRP තීරණය කෙරේ.

$$GRP_s = \text{Reach} \times \text{Average frequency}$$

For A:
 $GRP_s = 30 \times 2.5 = 75.00$

For B:
 $GRPs = 45 \times 1.25 = 56.25$

ශ්‍රේණි : සංඛ්‍යාතය සම්බන්ධතාව සම්බන්ධයෙන් A වැඩසටහන වැඩි ලකුණු ප්‍රමාණයක් ලබයි. මිලදී ගැනීමට වඩා සුදුසු කුමක් ද යන්න තීරණය කිරීමට එය සාධකය වේ.

මාධ්‍ය පර්යේෂණ ප්‍රධාන වර්ග තුනකට බෙදීමට පුළුවන. යම්කිසි මාධ්‍යයක හෝ මාධ්‍යවල ග්‍රාහකයින්ගේ ප්‍රමාණය සහ සංයුතිය පිළිබඳ අධ්‍යයන (ශ්‍රේණිමි අධ්‍යයනය) විවිධ මාධ්‍යවල ඒකාබද්ධ වීම තුළින් ඇතිවන වෙළෙඳ දැන්වීම්වලට අනාවරණයවීම්වල කාර්යක්ෂමතාව පිළිබඳ අධ්‍යයනය සහ තරගකරුවන් අතර ඇති වෙළෙඳ දැන්වීම් කටයුතු පිළිබඳ අධ්‍යයනය.

ග්‍රාහක ජනතාවගේ ප්‍රමාණය හා සංයුතිය - Audience Size & Composition

මූලික හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය පර්යේෂණවලදී වඩාත් බහුලව සිදුවන වෙළෙඳ දැන්වීම් අධ්‍යයනය ලෙස ග්‍රාහකයන් (Audiences) විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහන් කළ හැකිය. මූලික හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය සඳහා වෙළෙඳ දැන්වීම්කරුවන් විශාල මුදල් ප්‍රමාණයක් වැය කරන නිසා තම පණිවුඩ ලබන ග්‍රාහක පිරිස සම්බන්ධයෙන් ඔවුන් තුළ විශාල උනන්දුවක් පවතී. බොහෝ අවස්ථාවලදී ප්‍රායෝගික හා සංකල්පීය කරුණු අතර එකඟතාවක් ඇති ක්‍රම භාවිත කරමින් ග්‍රාහක තොරතුරු රැස් කරනු ලබයි.

ප්‍රච්ඡේදන බෙදා හැරීම (සංසරණය)

ප්‍රච්ඡේදන හෝ සභරාවක හෝ පාඩක ප්‍රමාණය සාමාන්‍යයෙන් මනිනු ලබන්නේ බෙදා හරිනු ලබන පිටපත් ප්‍රමාණය අනුවයි. මෙය ප්‍රච්ඡේදන

සංසරණය (Circulation) කේතයේ හැඳින්වේ. ප්‍රකාශනයක වෙළඳ දැන්වීම් ගාස්තු සෘජුවම එහි සංසරණය මත තීරණය වන නිසා සංසරණය මැනීම සංසරණය මැනීම සඳහා ප්‍රමිතිගත ක්‍රමයක් මූලික මාධ්‍ය විකිණි සංවර්ධනය කර ඇති අතර ඒ සඳහා සංවිධානයක් ද පිහිටුවා ඇත. එය "සංසරණ විගණන කාර්යාලය" යනුවෙන් හැඳින්වේ. (Audit Bureau of Circulation - ABC) මෙම ක්‍රමයේදී සලකා බලන්නේ පුවත්පතක හෝ සභාරාලික සංසරණය වූ පිටපත් සංඛ්‍යාව පමණි.

සෑම සභාරාලික හෝ පුවත්පතක හෝ සියලුම පාඨකයින් වගුගත කිරීමෙන් පසු මිලදී ගැනීමට වඩාත්ම සුදුසු ප්‍රකාශනය කුමක්ද යන්න තීරණය කිරීමට වෙළඳ දැන්වීම් කරුවන්ට හැකිය. සභාරාලික හෝ පුවත්පතක වෙළඳ දැන්වීමක කාර්යක්ෂමතාව (මාධ්‍ය කාර්යක්ෂමතාව) තීරණය කිරීමේදී සලකා බලන තවත් විචල්‍යයක් නම් පාඨකයන් සෑම කලාපයක්ම කියවන වාර ගණනයි. උදාහරණ වශයෙන් එකම පාඨකයින් සංඛ්‍යාවක් ඇති පුවත්පත් දෙකක් හෝ සභාරා දෙකක් ගැන සිතමු. A නමැති ප්‍රකාශනය මූලික වශයෙන්ම පින්තූරවලින් සමන්විත වන අතර තොරතුරු ඇතුළත් වන්නේ සුළු වශයෙනි. පුද්ගලයින් එක්වරක් ඒ දෙස බලන අතර නැවත වරක් ඒ දෙස නොබලති. අනෙක් අතට B නමැති ප්‍රකාශනයෙහි දීර්ඝ රසවත් ලිපි කිපයක් අඩංගුවේ. මිනිසුන් එය කිප වරක්ම කියවති. B නමැති ප්‍රකාශනය වෙළඳ දැන්වීම් සඳහා වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් වේ. ඊට හේතුව A නමැති ප්‍රකාශනයට සමාන වියදමක් දරා කිප වතාවක්ම කියවීමට ලක්වන නිසාය. අවාසනාවකට මෙන් එක් කලාපයක් පාඨයන්ට අනාවරණය වන වාර ගණන මැනීම සඳහා ප්‍රායෝගික හා විශ්වාසදායී මිනුම් දියුණු කර නැත.

වෙළඳ දැන්වීම්වල කාර්යක්ෂමතාව මැනීමේ වඩාත් වැදගත්ම මිනුම නම් පාඨක සංයුතියයි. යම්කිසි ගොවි උපකරණයක් වෙළඳසැල් ඇත්තේ සුළු ප්‍රමාණයක් නම් එම උපකරණය පිළිබඳ වෙළඳ දැන්වීමක් මිනිසුන් ලක්ෂයක් පමණ දුටුවද එයින් ලැබෙන්නේ සුළු ප්‍රයෝජනයකි. යම්කිසි පාඨක සමූහයක් තුළ සිටින අපේක්ෂිත පාරිභෝගික සංඛ්‍යාව ඇගයීම සඳහා යම්කිසි නිෂ්පාදනයක් මිලදී ගැනීමට නැඹුරුවක දක්වන අයගේ ජනගහන විද්‍යාත්මක ලක්ෂණ අධ්‍යයනය සඳහා වෙළඳ දැන්වීම් කරුවා විසින් මුලින්ම සමීක්ෂණයක් කළ යුතුය.

උදාහරණ වශයෙන් බියර් මිලදී ගන්නේ යැයි අපේක්ෂා පාරිභෝගිකයන් වශයෙන් වයස අවුරුදු 18ත් 49ත් අතර පිරිමි අය සැලකිය හැක. මෙම ජනගහන විද්‍යාත්මක ලක්ෂණ පසුව ප්‍රකාශනයේ පාඨකයින් සමඟ සංසන්දනය

කරනු ලැබේ. එසේ කරනුයේ භාණ්ඩය මිලදී ගැනීමේ අපේක්ෂා කළ හැකි සංඛ්‍යාව කොයා ගැනීම සඳහාය.

වගුවේ සඳහන් සංඛ්‍යාලේඛන පෙන්නුම් කරනුයේ අපේක්ෂිත බිර පාරිභෝගිකයන් හා ආහාර මිලදී ගන්නන් වෙත ළඟා වීම සඳහා X නමැති පුවත්පත වඩා කාර්යක්ෂම මාර්ගයක් බවයි.

	X පුවත්පත	Y පුවත්පත
වෙළඳ දැන්වීම් වියදම	රු: 1800	රු: 2700
සංසරණය	රු: 180.00	රු: 300.00
CPM	රු: 10.00	රු: 9.00
පුවත්පත කියනු ලබන සාමාන්‍ය පාඨක සංඛ්‍යාව	630,000	540,000
අපේක්ෂිත බිර පාරිභෝගිකයෝ	150,000	220,000
අපේක්ෂිත ආහාර පාරිභෝගිකයෝ	300,000	200,000
CPM (බිර පාරිභෝගිකයෝ)	රු: 12.00	රු: 12.27
CPM (ආහාර පාරිභෝගිකයෝ)	රු: 6.00	රු: 13.50

මාධ්‍ය යොමුව (Frequency of Exposure to Media Schedules)

තම නිෂ්පාදනය හෝ සේවය හෝ දියුණු කර ගැනීම සඳහා සීමිත මුදල් ප්‍රමාණයක් ඇතිව කටයුතු කරන වෙළඳ දැන්වීම්කරුවාට එක් මාධ්‍යයක් භාවිත කිරීමට සිදුවිය හැකිය. බොහෝ විට වෙළඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරයක් පවත්වනු ලබන්නේ විවිධ වෙළඳ දැන්වීම් මාර්ග කිපයක් ඔස්සේ එකම අවස්ථාවකදීය. නමුත් කුමන මාධ්‍ය සංයෝගයක් වඩාත් විශාල ළඟාවීමක් සහ සංඛ්‍යාතයක් ලබාගත හැකිද? මෑතකදී සිදුකරන ලද මාධ්‍ය පර්යේෂණ සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් මෙම ප්‍රශ්නය කෙරෙහි යොමු වී ඇත. එම පර්යේෂණවලින් වැඩි ප්‍රමාණයක් අවධානය යොමු කර ඇත්තේ වෙළඳ දැන්වීම් මාධ්‍ය හා ඒවායේ ග්‍රාහක පිරිස පිළිබඳ ගණිතමය ආකෘතිවල සංවර්ධනය කෙරෙහිය.

පරිගණක ගතකළ සරල ආකෘතින් දෙකක් මෙහිදී විස්තර කෙරේ. එනම් Stepwise analysis සහ Decision calculus. යන දෙකයි.

පියවර අනුකූල විශ්ලේෂණය Stepwise Analysis

මෙම ආකෘතියේ දී නැවත නැවත පරිගණකයට (කොම්පියුටරයට) ලබාදෙන උපදෙස් මාලාවකින් යුක්ත වේ. මෙම ක්‍රියාවලිය යම්කිසි විෂයකට ලැබෙන තුරු ක්‍රියාත්මක වේ. මෙම ක්‍රමය දියුණු කිරීමෙහිලා පුරෝගාමී වූයේ අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ යංග් සහ රුබිකම් එජන්සියයි. (Yonng & Rubican agency) මෙම ආකෘතියේ දී මාධ්‍ය ඡේද්‍රලයක් සකස් කරන අතර එහිදී මිල අඩු යම්කිසි මාධ්‍ය ක්‍රමයක් තෝරාගනු ලබයි. මෙම තෝරා ගැනීම කිරීමෙන් පසු උපරිම වෙළඳ දැන්වීම් අනාවරණයක් ලැබී තිබේද යන්න දැනගැනීම සඳහා අනෙකුත් මාධ්‍ය ක්‍රම නැවත ඇගයීමට ලක්කරනු ලබයි. එසේ නැත්නම් දෙවන වඩාත් කාර්යක්ෂම ක්‍රමය යොදා ගෙන උපරිම අනාවරණ අනුපාතයක් ලැබෙන්නේ එම ක්‍රියාවලිය නැවත නැවත ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි. මෙම ක්‍රමය high - assay යනුවෙන් හැඳින්වේ. ඊට හේතුව එය රත් ආකරයකට සමාන වීමයි. රත්තරන් ලබා ගැනීමට පහසුම මාර්ගය කැණීමයි. ඒ ආකාරයටම පාරිභෝගිකයින් වෙත හැකි පහසුවෙන් ළඟා වීම සඳහා මුලින්ම ඔවුන් ඉලක්ක කරගත යුතුය.

ගිරණය ගණනය කිරීමේ ආකෘතිය (Decision calculus model) විෂය මූලික කාර්යයකින් ප්‍රයෝජන ගනී. (Objective function) යම්කිසි මාධ්‍ය සංයෝගයක ප්‍රමාණාත්මක වටිනාකම ලබාදෙන ගණිතමය ප්‍රකාශයක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකිය. වෙළඳ දැන්වීම් යොමුවක් ලබා දීමේදී ඡේද්‍රලයේ කාර්යක්ෂමතාව මෙම වටිනාකම මගින් නිරූපණය වේ.

වත්තවික කාර්ය පිළිබඳ ගණනය කිරීමේ පදනම එන්නේ ග්‍රාවක පිරිසේ ප්‍රමාණය සහ සෑම මාධ්‍යයකම සංයුතිය පිළිබඳ අධ්‍යයන මගින් ලබාදෙන ඇගයීම් මතයි. ඊට අමතරව ඡේද්‍රලයේ වාණිජවික කාර්ය අගය ගණනය කිරීමේදී, වෙළඳ දැන්වීම අමතක වීමට ඇති හැකියාව, වෙළඳ දැන්වීම්කරුවාගේ අයවැය හා සඳහන වීම ඡේද්‍රලයේ සම්පූර්ණ වියදම වැනි විචල්‍යයන් සැලකිල්ලට ගනු ලැබේ.

තරගකරුවන්ගේ කටයුතු

තම තරගකරුවන්ගේ මාධ්‍ය තෝරා ගැනීම් පිළිබඳව දැන ගැනීම බොහෝ විට වෙළඳ දැන්වීම්කරුවන්ට ප්‍රයෝජනවත් වේ. එමගින් අකාර්වක තරගකරුවන් මගහැර කාර්වක තරගකරුවන්ගේ ක්‍රමෝපායන් අනුගමනය කිරීමට ඔවුන්ට හැකිවේ. නව නිෂ්පාදනයක් දියුණු කර ගැනීමට බලාපොරොත්තු වන වෙළඳ දැන්වීම්කරුවෙක් වෙතත් ප්‍රධාන පෙලේ තරගකරුවන් තිදෙනෙකු මූලික වශයෙන් එකම මාධ්‍ය යොදා ගන්නා බව දන්නේ නම් ඔහුටද එම මාධ්‍ය යොදාගැනීමට සලකා බැලීමට පුළුවන.

විශේෂ පර්යේෂණ කණ්ඩායමක් ඇති කිරීමෙන් හෝ පර්යේෂණ සමාගමක සේවාවන්ට දායකවීමෙන් තරගකරුවන්ගේ කටයුතු පිළිබඳ තොරතුරු රැස්කිරීමට වෙළඳ දැන්වීම්කරුවන්ට හැකිය. මාධ්‍ය සිපයක වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය කරන සමාගම් සිපයක් මාධ්‍ය කටයුතු පාලනය කිරීමේ කාර්ය පහසු නොවන නිසා බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම්කරුවෝ හවුල් සේවාවන් (syndicated services) කෙරෙහි විශ්වාසය තබයි. ඒ ආකාරයේ සේවාවන් මගින් සෘජු නිරීක්ෂණය මගින් දත්ත එකතු කරනු ලබයි. එනම් යම්කිසි මාධ්‍යයක ඇති වෙළඳ දැන්වීම් වගුගත කිරීමයි. සතරා රූපවාහිනිය හා ගුවන් විදුලිය යන මාධ්‍යවල වෙළඳ දැන්වීම් කියවන සම්පූර්ණ ජනගහනය අධ්‍යයනය කළ යුතුයි. ප්‍රචන්පත්වලදී නියැදි නිරීක්ෂණය කොට ප්‍රතිඵල සාමාන්‍යකරණය කරනු ලබයි. වෙළඳ දැන්වීම්වල සංඛ්‍යාතය පිළිබඳ තොරතුරුවලට අමතරව විශදම් පිළිබඳ තොරතුරු ද උපකාරී වේ. මෙම ඇස්තමේන්තු ලබාගනු ලබන්නේ විවිධ මාධ්‍යවල ප්‍රකාශයට පත්කරන ලද මිල ගණන් පත්‍රිකා මගිනි.

තරගකරුවන් පවසන දේ දැනගැනීම වෙළඳ දැන්වීම්කරුවන්ට ප්‍රයෝජනවත් වේ. මෙම තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා තරගකරුවන්ගේ වෙළඳ දැන්වීම්වල සාම්පලයක් ගෙන ඒවායේ පණිවුඩවල අන්තර්ගත විශ්ලේෂණයක් බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම් නියෝජිතායතන විසින් පවත්වනු ලබයි. ඒවායේ ප්‍රතිඵල අනුව තරගකරුවන්ගේ වෙළඳ දැන්වීම්වල තේමාවන්, උපායමාර්ග සහ අරමුණු පිළිබඳ අවාබෝධයක් ලබා ගත හැකිවේ.

මාධ්‍ය ව්‍යාපාර ඇගයීමේ පර්යේෂණ (Media Campaign Assessment Research)

මාධ්‍ය ව්‍යාපාර ඇගයීමේ පර්යේෂණයක අරමුණ පැහැදිලිය, යම්කිසි තේමාවක් ඔස්සේ පැවැත්වූ මාධ්‍ය ව්‍යාපාරයක් සම්බන්ධයෙන් පාඩකයින්ගේ ප්‍රතිචාරය අවබෝධ කර ගැනීමයි. වෙළෙඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාර ඇගයීමේ පර්යේෂණ සිදුකරනුයේ මාධ්‍ය පර්යේෂණ කරන ආකාරයටයි. නමුත් පර්යේෂණ ක්‍රමෝපායන් සාමාන්‍යයෙන් වෙනස් වේ. ඇගයීමේ පර්යේෂණ සාමාන්‍යයෙන් දෙවර්ගයකට බෙදිය හැක. එනම් පූර්ව පරීක්ෂණ හා පශ්චාත් පරීක්ෂණ ක්‍රමයයි. (pre test/post test) එනම් ව්‍යාපාරයට පෙර හා පසුව අධ්‍යයනය කිරීමයි. ඉව ඔස්සේ කෙරෙන අධ්‍යයන (tracking studies) මගින් වෙළෙඳ දැන්වීම් ව්‍යාපාරයේ විවිධ අවස්ථාවලදී එහි බලපෑම මනිනු ලබයි. විවිධ පරායත්ත (පරාධීන) විචල්‍ය පරීක්ෂා කිරීම සඳහා මෙම ක්‍රම දෙකම යොදා ගත හැකිය. මෙම විචල්‍යයන් වශයෙන් භාණ්ඩ වර්ගය පිළිබඳ දැනුවත් බව, භාණ්ඩ වර්ගය පිළිබඳ ආකල්පය, මිලදී ගැනීමේ අදහස් මිලදී ගැනීම වෙළෙඳ දැන්වීම් පිළිබඳ දැනුවත් බව යනාදිය සැලකිය හැකිය. ඉව ඔස්සේ කෙරෙන අධ්‍යයනවල (tracking study) ප්‍රධාන ප්‍රයෝජනය නම් ව්‍යාපාරය සිදුවෙමින් පවතින අතරම වෙළෙඳ දැන්වීම්කරුවාට වැදගත් ප්‍රතිපෝෂණයන්ද (feedback) ලබා දීමයි. මෙම ප්‍රතිපෝෂණය අවසානයේ දී මාධ්‍ය ක්‍රමයේ වෙනස්වීම් කිරීම කෙරෙහි බලපායි.

පූර්ව පරීක්ෂණ හා පශ්චාත් පරීක්ෂණ සාමාන්‍යයෙන් දත්ත රැස්කිරීම සඳහා එක පොදුගලක සම්මුඛ සාකච්ඡා වේ. විවිධ අවස්ථාවලදී එකම පුද්ගලයින් ව්‍යාපාරය ආරම්භවීමට පෙර සහ පසු සම්මුඛ සාකච්ඡාවට භාජන කරනු ලබයි. වෙළෙඳ දැන්වීම්වල බලපෑම මැනීම සඳහා ව්‍යාපාරයට පෙර සහ පසු වෙනස්වීම් පරීක්ෂා කරනු ලබයි. ප්‍රධාන තෙල් සමාගම් විසින් කරන ලද පූර්ව පරීක්ෂණ/පශ්චාත් පරීක්ෂණ සිපයක් පිළිබඳ වාර්තා වී තිබේ. එක් අධ්‍යයනයක දී කරන ලද පූර්ව පරීක්ෂණයක දී අභාවරණය වූ කරුණක් වූයේ යම්කිසි තෙල් සමාගමක් වැඩිපුර ලාභ ලැබූ බව නියැදියෙන් 80% ක්ම එකම මතයක් දැක්වීමයි. මාස පහකට පසුව පවත්වන ලද පශ්චාත් පරීක්ෂණයකින් අභාවරණය වූයේ තෙල් සමාගමේ පුට්පත් දැන්වීමක් දුටු අය අතර එම ප්‍රතිගතය අඩු වී තිබූ බවයි. දැන්වීමක් නොදුටු අය අතර එය නොවෙනස්ව පැවති බව හෙළිවිය. එමෙන්ම රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීම් පමණක් දුටු අයට වඩා අඩු ආකල්ප වෙනසක් මුද්‍රිත හා රූපවාහිනී දැන්වීම් යන දෙකම දුටු අය අතර තිබූ බවත් අධ්‍යයනය මගින් අභාවරණය විය.

ඉව ඔස්සේ කෙරෙන අධ්‍යයනවලදී (Tracking Studies) ප්‍රධාන දත්ත රැස්කිරීමේ ක්‍රමය ලෙස පොදුගලක හා දුරකථන සම්මුඛ සාකච්ඡා කෙරෙහි විශ්වාසය තබයි. තාක්ෂණික දියුණුව නිසා මීට වසර කිපයකට පෙර නොසිතූ ආකාරයෙන් තම වෙළෙඳ දැන්වීම් හා අලෙවිකිරීම් කිරීමට හැකි වී ඇත. කේබල් හා ස්කෑනර්ස් (Scanners) මාධ්‍ය සැලසුම් කිරීමේ දී වඩා සැලසුම් යහගත ලෙස කිරීමට හැකි වී ඇත. ඝෂණික කෝපි වර්ගයක් සම්බන්ධයෙන් කරන ලද ඉව (tracking) අධ්‍යයනයක ප්‍රතිඵල පිළිබඳව ද වාර්තා වී තිබේ. අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ ඝෂණික කෝපි පිළිබඳ රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීම් වැඩිපුරම නරඹන්නේ ඝෂණික කෝපි බොන අය බව සෙසා ගැනිණි. මෙයට ප්‍රතිචාර වශයෙන් වෙළෙඳ දැන්වීම් ඝෂණික කෝපි බොන්නන් වෙත යොමු කිරීමට වෙළෙඳ දැන්වීම්කරුවන් තීරණය කරන ලදී. ඝෂණික කෝපි මිලදී ගන්නා අය වැඩි ප්‍රමාණයක් රූපවාහිනී නරඹන වේලාවන් හඳුනාගැනීමට කේබල් හා ස්කෑනර් දත්ත මගින් පර්යේෂකයින්ට හැකි වූ බව සිව යුතුය. එම තොරතුරු මගින් වඩා යෝග්‍ය ආකාරයට වෙළෙඳ දැන්වීම් නැවත ශැඳුල් කිරීමට (පෙළගැස්වීමට) පහසු විය.

ඉව ඔස්සේ කෙරෙන අධ්‍යයන (Tracking Studies) ඉතාමත් ප්‍රයෝජනවත් වේ. නමුත් එහි දුර්වලතාද තිබේ. ප්‍රධානම ගැටලුව වියදමයි. මෙම අධ්‍යයන සඳහා විශාල නියැදීන් අවශ්‍ය වේ. අනු සමූහ යොදා ගෙන වඩා විස්තරාත්මක විශ්ලේෂණයක් අවශ්‍ය නම් නියැදියේ ප්‍රමාණය විශාල විය හැකිය. එමෙන්ම, නිෂ්පාදනය ජාතික මට්ටමේ එකක් නම්, ප්‍රතිඵලවල සම්පූර්ණ පින්තූරයක් ලබාගැනීම සඳහා රට හරහා පරීක්ෂණ වෙළෙඳ පොළවල් (Test markets) ඇති කිරීම අවශ්‍ය වේ. එමෙන්ම ස්ප්‍රේට් කේබල්ස් හා ස්කෑනර් වැනි දියුණු පර්යේෂණ ක්‍රම යොදා ගැනීම නිසා පර්යේෂණ වියදම් තවත් වැඩිවේ.

මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ

වෙළෙඳ දැන්වීම් මෙන්ම මහජන සම්බන්ධතා ද මෑත වර්ෂවලදී පර්යේෂණ සඳහා වඩාත් යොමුවී ඇත. වර්තමානයේදී මෙම ක්‍ෂේත්‍රයේ දී සම්ඝෂණ පර්යේෂණ, අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය සහ කේන්ද්‍රීය සමූහ වැනි ක්‍රම බහුල වශයෙන් යොදා ගැනේ. මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂකයින් මෙම ක්‍රම යොදා ගනු ලබන්නේ ඉතාමත් විශේෂිත හේතුවක් නිසාය. එනම් විවිධ ජන සමූහ සමග සන්නිවේදනය දියුණු කිරීම සඳහාය.

මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණවල ප්‍රයෝජන

ප්‍රධානම ප්‍රයෝජනය නම් ග්‍රාවකයින්ගේ ආකල්ප හා මත පිළිබඳ ඒ ආකාරයේ සමීක්ෂණ කාමාන්‍යයෙන් පවත්වනු ලබන්නේ මහජන සම්බන්ධතා ව්‍යාපාරයට පෙර එම කාලය තුළදී හා ඉන් පසුවයි. ඒවා පර්යේෂකයෙකු මගින් හෝ වෘත්තීය පර්යේෂණ සංවිධාන මගින් කළ හැකිය. ශ්‍රී ලංකාවේ එවැනි ආයතන කීපයක්ම තිබේ.

අවේක්ෂණ ක්‍රමයක් ලෙස ද (means of surveillance) මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ යොදා ගනු ලබයි. යම් යම් මහජන සම්බන්ධතා ගැටලු ඇතිවීමට පෙර ඒවා හඳුනා ගැනීමට අනතුරු ඇඟවීමේ ක්‍රමයක් ලෙස විශේෂ වර්ගයේ සමීක්ෂණ හා අන්තර්ගත පර්යේෂණ පවත්වනු ලබයි. කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන ගැටලු ඇතිවිය හැකි සමාජයේ වෙනස්වීම් පිළිබඳව අවධානයෙන් සිටීම සඳහා බොහෝ සමාගම් හා සංවිධාන මහජන සම්බන්ධතා අංශ පවත්වාගෙන යනු ලැබේ.

මහජන සම්බන්ධතා අංශ මගින් පර්යේෂණ පැවැත්වීමේ තවත් ප්‍රයෝජනයක් නම් තම කාර්යයන් ප්‍රතිපත්ති හා තීරණය සඳහා කළමනාකරණයේ සහාය ලබා ගැනීමයි. බොහෝ සංවිධානවල තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය කෙරෙහි වඩාත් කාර්යක්ෂම ලෙස බලපෑම් කළ හැක්කේ අලෙවි, මූල්‍ය හා නිෂ්පාදන අංශවලටයි. වෙනත් ආකාරයේ ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම සම්බන්ධයෙන් කළමනාකරණය සමග තර්ක කිරීමට මහජන සම්බන්ධතා අංශ අදහස් කරන්නේ නම් තම තර්කය තහවුරු කිරීම සඳහා පර්යේෂණ ක්‍රමවල ප්‍රයෝජන ලබා ගැනීමට එයට හැකිය. මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ බොහෝ විට පවත්වනු ලබන්නේ සැලසුම්ගත සන්නිවේදන වැඩසටහනක කාර්යක්ෂමතාව ඇගයීම සඳහාය. කලින් සාකච්ඡා කළ පූර්ව පරීක්ෂණ/පශ්චාත් පරීක්ෂණ කටයුතු මහජන සම්බන්ධතා ව්‍යාපාරවල ප්‍රතිඵල මැනීමේ දී එලෙසම යෝග්‍ය වේ.

මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ ප්‍රභේද

ඉතා දියුණු සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණ ක්‍රම පැවතියද මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණවලදී තවමත් අවිධිමත් හා ගවේෂණාත්මක ක්‍රම යොදාගනු ලබයි. අවිධිමත් ක්‍රම යොදා ගැනීමේ දී මතු වන ප්‍රධානම ගැටලුව නම් ප්‍රතිග්‍රාහකයින් තෝරා ගැනීමයි. නියැදිවල ඇති නියෝජනාත්මක බව සැක සහිතය. මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණවලදී පොදුවේ යොදා ගන්නා අවිධිමත් ක්‍රම කීපයක් නම්

පොද්ගලික සම්බන්ධතා, විශේෂඥ අදහස්, කේන්ද්‍රීය සමූහ, පුජා මණ්ඩල දුරකථන ඇමතුම්, තැපැල් විශ්ලේෂණ යන මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පරීක්ෂා කිරීමයි.

වඩා විධිමත් පර්යේෂණ ක්‍රම යොදාගෙන නියෝජනාත්මක නියැදිත් තුළින් වාස්තවික හා ක්‍රමානුකූල තොරතුරු ලබා ගත හැකිය. මෙම ක්‍රම වශයෙන් අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය, පවතින දත්තවල ද්විතීයික විශ්ලේෂණය සහ මණ්ඩල අධ්‍යයන (panel studies) සැලකිය හැකිය.

මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ ප්‍රධාන ප්‍රභේද (වර්ග) පහකට බෙදිය හැකිය.

1. පරිසර පාලන වැඩසටහන්
2. මහජන සම්බන්ධතා විගණන
3. සන්නිවේදන විගණන
4. සමාජ විගණන
5. ඇගයීම් පර්යේෂණ

පළමු වර්ග හතර හඳුනාගන්නා ලද්දේ මීට දශක දෙකකට පමණ පෙරය. සංවිධානයක් කෙරෙහි සැලකිය යුතු බලපෑමක් කිරීමට ඉඩ ඇති මහජන මතයක් සහ සමාජ සිද්ධීන්වල ප්‍රවණතා නිරීක්ෂණය කිරීමට පර්යේෂකයින් විසින් පරිසර පාලන වැඩසටහන් යොදා ගනු ලබයි. මෙහිදී අවස්ථා දෙකක් දැකිය හැකිය. පළමු වැන්න නම් “මුල් අනතුරු ඇඟවීමේ” අවස්ථාවයි. එහිදී සිදුවන්නේ මතු වී ගෙන එන ගැටලු හඳුනා ගැනීමයි. වර්ධනය වන ප්‍රකාශනවල ක්‍රමානුකූල අන්තර්ගත විශ්ලේෂණ මෙහිදී සිදුවේ. උදාහරණ වශයෙන් ආර්ථික විද්‍යාව, දේශපාලන විද්‍යාව, යනාදී ක්ෂේත්‍රවල උසස් මට්ටමේ අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය එක් අංශයක් පිළිබඳව පමණක් කරන ලදී. වෙළෙඳ සහ වෙනත් (කාමාන්‍ය) පුවත්පත්වල අඛණ්ඩ විශ්ලේෂණයක් කිරීමට වෙනත් සමාගමක් අනුග්‍රහය දැක්වීය. තවත් විකල්ප ක්‍රමයක් නම් පුජා නායකයන් හෝ වෙනත් ප්‍රබල පුරවැසියන් පිළිබඳව සමූහ අධ්‍යයනය (panel studies) කිරීමයි. මෙම පුද්ගලයින්ගේ වැදගත්යයි සැලකෙන අදහස් ලබා ගැනීම සඳහා ඔවුන් වරින් වර සමීක්ෂණයට භාජන කරනු ලබයි. කැමති

නව මාතෘකා ලබා ගැනීම සඳහා සම්මුඛ සාකච්ඡා විශ්ලේෂණයට ද භාජන කරනු ලබයි.

පරිසර පාලන වැඩසටහනේ දෙවන අවස්ථාවේ දී ප්‍රධාන ගැටලු සම්බන්ධයෙන් මහජන මතය ලබා ගැනීම සිදුවේ. මෙහිදී සිදුවන්නේ එම ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ව කිසිවරක් සම්මුඛ සාකච්ඡාවට භාජන කිරීමේ සමූහ අධ්‍යයන හෝ එක් වරක් පමණක් අහඹු සාම්පලයක් සමීක්ෂණයට භාජන කරන මහජන මතය විමසීමේ ජන්දයකි. දෙවනුව සඳහන් කළ වර්ගයට හොඳ උදාහරණයක් නම් රූපවාහිනී තොරතුරු කාර්යාලයයි. රූපවාහිනී සහ අනෙකුත් මාධ්‍යවල විශ්වසනීයත්වය පිළිබඳ මහජන ආකල්පය සමීක්ෂණය කිරීම සඳහාද ආයතන රාශියක් පෙරමුණ ගෙන තිබේ. වසර ගණනාවක් තිස්සේ මහජන මතය වෙනස් වී ඇත්තේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව පැහැදිලි පින්තූරයක් ලබා ගැනීමට මෙම දත්ත පිටිවහලක් වී තිබේ.

මහජන සම්බන්ධතා විගණනය යනු සංවිධානයක මහජන සම්බන්ධතා තත්වය පිළිබඳ පුළුල් අධ්‍යයනයකි. සමාගමේ තත්වය අභ්‍යන්තරික වශයෙන් (සේවකයින් සම්බන්ධයෙන්) හා බාහිර වශයෙන් (ව්‍යාපාරිකයින්ගේ, තොග හිමියන්ගේ හා පුළු හායකයින්ගේ ආදී අයගේ ආකල්ප සම්බන්ධ) අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා ඒ ආකාරයේ අධ්‍යයන යොදා ගත් ලබයි.

1980 දශකයේ කරළියට ආ මහජන සම්බන්ධතා විගණනය ගැන ද, කිව යුතුය. මහජන සම්බන්ධතා විගණනය (PR Audit) යනු සංවිධානයක මහජන සම්බන්ධතා කටයුතු විස්තර කිරීම, මැනීම හා ඇගයීම සඳහා සහ අනාගත මහජන සම්බන්ධතා වැඩසටහන් සඳහා මගපෙන්වීම් ලබා දීම සඳහා විශේෂයෙන් භාවිත කරන පර්යේෂණ ක්‍රමයකි.

මහජන සම්බන්ධතා විගණනයේ පළමු පියවර නම් සංවිධානයට වඩාත් වැදගත් වන ජන කොටස් ලේඛනගත කිරීමයි. මෙය සාමාන්‍යයෙන් සිදුකරන්නේ සෑම දෙපාර්තමේන්තුවකම ඇති කළමනාකරුවන් සමග පුද්ගලික සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත්වීමෙන් හා සමාගමේ බාහිර සන්නිවේදන අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය මගිනි. දෙවන පියවර නම් මෙම ග්‍රාහකයින් සංවිධානය දකින්නේ කුමන ආකාරයෙන්ද යන්න දැන ගැනීමයි. මෙහිදී සිදුවන්නේ සංවිධානයේ ප්‍රතිරූපය පිළිබඳ අධ්‍යයනයක් පැවැත්වීමයි. සංවිධානය සම්බන්ධයෙන් ඇති හුරු පුරුදු භාවය දැන ගැනීම සඳහා ප්‍රශ්න සැලසුම් කෙරේ. (සමාගමේ හිල මාජනය හඳුනාගැනීමට ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට හැකිද? එය නිපදවන භාණ්ඩ හඳුනාගත හැකිද? සභාපතිගේ නම මතක තිබේද?)

සන්නිවේදන විගණනය

මෙය මහජන සම්බන්ධතා විගණනයට සමාන වේ. නමුත් ඊට වඩා පටු අරමුණුවලින් යුක්ත වේ. එය සලකා බලන්නේ සංවිධානයේ අභ්‍යන්තර හා බාහිර සන්නිවේදන ක්‍රම පිළිබඳවයි. මෙහිදී සාමාන්‍යයෙන් පර්යේෂණ ක්‍රම තුනක් භාවිත කරනු ලබයි. එනම් පාඨක සමීක්ෂණ අන්තර්ගතය විශ්ලේෂණය, සහ කියවිය හැකි බව පිළිබඳ අධ්‍යනය එම ක්‍රම තුන වේ.

පාඨක අධ්‍යයනය සැලසුම් කරනු ලබන්නේ යම්යම් ප්‍රකාශන පුද්ගලයින් කී දෙනෙකු කියවන්නේද හෝ ඒවායේ අඩංගු පණිවුඩ මතකද යන්න දැන ගැනීමටයි. ප්‍රකාශනයේ අන්තර්ගතය, බාහිර පෙනුම සහ බෙදා හැරීමේ ක්‍රමය දියුණු කිරීම සඳහා අධ්‍යයන ප්‍රතිඵල යොදාගනු ලබයි. සංවිධානය පිළිබඳව හා සංවිධානයේ ලැබෙන තොරතුරු සහ ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය මගින් මෙහෙය වන්නේ කෙසේද යන්න අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය මගින් අනාවරණය කරයි. සංවිධානය තුළ ඇති සන්නිවේදන වැනලයන් විශ්ලේෂණයක් කිරීමද අභ්‍යන්තර විගණනයට අයත් වේ.

සමාජ විගණනය (Social Audit) යනු සංවිධානයක සමාජ ක්‍රියාකාරිත්වය මැනීම සඳහා සැලසුම් කළ කුඩා පරිමාණයේ පරිසර පාලන වැඩසටහනකි. එනම් සංවිධානය කොතරම් දුරට එහි මහජන වගකීම් ඉටු කරන්නේ ද යන්න අධ්‍යයනයයි. පරිසරයේ පිරිසිදු කිරීම්, සේවක ආරක්ෂාව එහි සමාගම විසින් අනුග්‍රහය දක්වන සමාජ ක්‍රියා වැඩසටහන්වල ප්‍රතිපෝෂණය විගණනය මගින් ලබා දේ. මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණවල නවතම ස්වරූපය මෙය වේ. කුමන කටයුතු විගණනය කළ යුතුද, දත්ත රැස්කළ යුත්තේ කෙසේද, වැඩසටහනේ බලපෑම් මැනිය යුත්තේ කෙසේද යන ප්‍රශ්න වර්තමානයේ පර්යේෂකයින් විසින් අධ්‍යයනය කරමින් සිටී.

මහජන සම්බන්ධතා පර්යේෂණ පිළිබඳ පස්වන වර්ගය මැතකදී ප්‍රමුඛත්වය ලබා ඇත. එනම් ඇගයීම් පර්යේෂණ වේ. මෙහිදී සිදුවන්නේ වැඩසටහන් සැලසුම් කිරීම ක්‍රියාත්මක කිරීම හා ඒවායේ බලපෑම යන කරුණුවල කාර්යක්ෂමතාව නිගමනය කිරීමයි.



සමාජීය විද්‍යා පර්යේෂණවල දී ප්‍රමාණාත්මක ප්‍රවීඩි භාවිතය

ඩබ්ලිව්. එන්. විල්සන්

1. හැඳින්වීම

තව දැනුම ලබා ගැනීමේ ක්‍රමානුකූල ප්‍රවේශයක් ලෙස පර්යේෂණ යන්න අර්ථ දැක්විය හැකිය. (Readman and Mory, 1923) නොදන්නා කරුණු පිළිබඳව ගවේෂණය කිරීම ද පර්යේෂණ ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකිය. ක්ලිෆාඩ් වුඩ් (Cliffard Woody) පවසනුයේ ගැටලු හඳුනා ගැනීම කල්පිත සැකසීම, දත්ත එක්රැස් කිරීම සහ ඒවා ඇගයීමකට ලක් කිරීම හා ඒවා තුළින් යම් යම් නිගමනවලට එළඹීම ද පර්යේෂණවලට ඇතුළත් බවයි. (Vasanthan, 1997)

පර්යේෂණ කිරීමේ ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳව දිගු ඉතිහාසයක් ඇත. පෙර වකවානුවල දී තමා අවට පරිසරය සම්බන්ධව නොදන්නා දේවල් ගැන විමසීමෙන් විමට පෙළඹී ඇති අතර පසුකාලීනව මිනිසා හා පරිසරය, මිනිසා හා සමාජය පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කොට තිබේ. ඇත යුගවල දී පර්යේෂණවල ස්වභාවය වත්මන් තරම් විද්‍යානුකූල බවක් නොඉසුලුව ද ඒවායේ යම්තාක් දුරකට ගවේෂණාත්මක බවක් ගැබ්වී තිබිණ. එහෙත් පසුකාලීනව යුරෝපයේ ඇති වූ විද්‍යාත්මක පුනර්ජීවනය

හේතු කොට ගෙන සමාජීය පර්යේෂණ නව මගකට පැමිණ ඇති බැව් චේතනායික මූලාශ්‍ර වලින් ස්ථිර වේ. (Campbell, 1963) මෙලෙස වර්ධනය වූ සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණ අද ලෝකයේ සෑම රටකම පාහේ අධ්‍යාපන ආයතන හා පර්යේෂණ ආයතන මගින් සිදු කෙරෙමින් සිටී.

සමාජ විද්‍යාව යෙදූ විද්‍යාවලින් වෙනස් වනුයේ සමාජයේ සංකල්පයන්හි අන්තර්ගත වන මිනිසාගේ වින්තන රටාවේ හා පවත්නා ගතිකත්වයේ ස්වභාවය නිසාය. මිනිසාගේ සිතූම් පැතුම් සහ හැසිරීම් රටාවන් නිරතුරුවම වෙනස්වේ. එහෙයින් ඒ පිළිබඳව ස්ථිර නිගමනවලට එළඹීම තරමක් දුෂ්කරය. එහෙත් විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයන්ට හසුවන විෂයන්හි ඇතැම් ප්‍රපංචයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයන් බොහෝ දුරට ස්ථිරික වේ. මේ අනුව සමාජ සන්දර්භය තුළ සමාජයීය විද්‍යා පර්යේෂණ සිදු කිරීමේ දී විවිධ දෘෂ්ටිකෝණවලින් කරුණු ගවේෂණය කිරීම, මිනිසා හා පරිසරය අතර පවත්නා අන්තර් ක්‍රියාකාරකම් අධ්‍යයනය කිරීම, මිනිසාගේ දෛනික අවශ්‍යතාවන්ගේ වෙනස්වීම් අධ්‍යයනය කිරීම, මතවාද අතර වෙනස්කම් විමසා බැලීම ආදිය සමාජීය විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවල දී සිදු වේ. එසේම යම් යම් මතවාද හා න්‍යායයන් තව දුරටත් වලංගු වන්නේ ද, ඒවා තව දුරටත් සංශෝධනය විය යුතු ද යන්න පිළිබඳව ද සමාජයීය විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ තුළින් විමසා බැලේ. විශේෂයෙන්ම වත්මන් මිනිසාගේ ආර්ථික කටයුතු යටතේ ඔවුන්ගේ ජීවන තත්වයන් සහ ඒවා ඉහළ මට්ටමකට ගෙන ඒමට දරන ප්‍රයත්නයන් පිළිබඳව ද අධ්‍යයනය කිරීමට විශේෂ තැනක් දී තිබේ.

සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණ ප්‍රධාන අරමුණු දෙකක් යටතේ සිදුවේ. එය

- (i) ශාස්ත්‍රීය (Academic) හා
- (ii) ප්‍රයෝජ්‍යතා පර්යේෂණ අරමුණු (Utilitarian) වශයෙනි.

විවිධ පර්යේෂණ ආයතන තම පර්යේෂණ අරමුණු මෙහෙයවනුයේ අධ්‍යයන අරමුණු ආකෘති කර ගැනීමටය. එසේම ඒවායේ මූලික පරමාර්ථ වනුයේ ද අවධානය යොමු කරන ක්ෂේත්‍රය සම්බන්ධව නව දැනුම් සම්භාරයක් බිහි කර ගැනීමටය.

2. සමාජයීය විද්‍යා පර්යේෂණයන්හි දී සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක භාවිතයන්හි දුර්වලතා

චන්මන්ති සමාජ විද්‍යාත්මක විෂයයන් හදාරන බොහෝ දෙනෙකුට තම පර්යේෂණයන්ගෙන් ලබන ප්‍රතිඵල අර්ථ දැක්වීම සඳහා කරනු ලබන විශ්ලේෂණවල දී සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේද හා ශිල්පක්‍රම භාවිත කිරීමේ ලැදියාවක් දක්වයි. එසේම සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක කරුණු ඉදිරිපත් කිරීමට හා තම කරුණු ප්‍රමාණාත්මකව ඒත්තු ගැන්වීමට ද පර්යේෂකයෝ වැඩි කැමැත්තක් දක්වති. එහෙත් ඔවුන් සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ප්‍රවීඛි භාවිතය සම්බන්ධව හුදුහුණු හා හුණු රු බවක් පෙන්නුම් කරයි.

සමාජීය විද්‍යාවන් හදාරන අය ප්‍රමාණාත්මකව කරුණු ඉදිරිපත් කිරීමේ දී බොහෝ විට වැරදි සංකල්පවල එල්බ ගනී. ඇතැම් අය තම පර්යේෂණවල දී පර්යේෂණ ගැටලුව හා සම්බන්ධව අනවශ්‍ය පරිදි අභිවිශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් රැස් කරනු ලබයි. එහෙත් ඒවා ප්‍රමාණවත් තරමට විශ්ලේෂණය කිරීමේ හෝ විග්‍රහ කර ගැනීමේ අසීරුතාවන්ට ඔවුහු මුහුණ දෙති. රැස් කළ දත්ත විවරණය කිරීමේ දී විචල්‍යත් අතර පවත්නා සම්බන්ධතාවන් පිළිබඳ නිසි අවබෝධයක් නැති අතර ඒ නිසා ඉතා සංකීර්ණ තත්වයන්ට හා අනපේක්ෂිත ගැටලුවලට මුහුණ දෙති. මේ නිසා විසඳුම් හා සම්බන්ධ විනිශ්චයන්ට එළඹීමේ දී ද දැඩි අසීරුතාවන්ට මුහුණ දෙති. එසේ වනුයේ භාවිත කළ යුතු යෝග්‍ය සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක උපක්‍රම කවරේද යන්න නිසි පරිදි තෝරා බේරා ගැනීමට ඇති නොහැකියාවයි.

හුතන සංඛ්‍යාන විද්‍යාවේ ප්‍රධාන එක් තේමාවක් වනුයේ කිසියම් ගැටලුවක් සම්බන්ධව රැස් කරන ලද ප්‍රමාණාත්මක දත්ත ඇසුරෙන් තර්කානුකූල තීරණ ගැනීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමයි. එහෙත් එහි දී පැන නගින ගැටලු දෙකක් කෙරෙහි සැලකිලිමත් වීමට සිදුවේ. ඉන් එකක් වනුයේ අධ්‍යයනයට ලක් කරන මූලික දේ හා සම්බන්ධව මුළු සංගහනය සඳහා ඇස්තමේන්තු කිරීමේ ගැටලුවයි. දෙවැනි ගැටලුව වනුයේ පර්යේෂණයෙන් ඉලක්කගත දේ විමසීම සඳහා කරනු ලබන කල්පිත නිවැරදිව පරීක්ෂා කරන්නේ ද නැත්ද යන ගැටලුවයි.

සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ සම්බන්ධව මූලික වශයෙන් කෙරෙනුයේ විශාල නිරීක්ෂණ සංඛ්‍යාවක් ඇසුරින් ලබා ඇති තොරතුරුවලින් කොටසක් පමණක් පදනම් කර ගෙන තීරණවලට එළඹීමයි. එහිදී සිදුවනුයේ සම්මත හා විධිමත් සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ශිල්පීය ක්‍රම භාවිත කොට තීරණවලට එළඹීමයි.

මෙම ක්‍රියාවලියේ දී ඇත්ත වශයෙන්ම සිදුවනුයේ නියැදියක් ඇසුරින් සපයන සාක්ෂි මත තීරණවලට එළඹීමයි. මෙම තීරණ බොහෝ විට යථාර්ථයෙන් බැහැර විය හැකිය. මෙහිදී තීරණවලට එළඹීමට අනුගමනය කළ තර්කානුකූල පිළිවෙළුන් ඇතැම් අධ්‍යයන සම්බන්ධයෙන් කොපමණ ප්‍රමාණයකින් දත්ත හා තොරතුරු රැස් කරනු ලැබුවේ ද යන්නත් වැදගත් වේ. හේතුව නියැදිය ඇසුරින් රැස් කරන ලද තොරතුරු සංගහනය හා සසඳන විට කෙතරම් වෙනස්වීමක් හෝ අපගමණයක් සිදුවී ඇත්දැයි යන්න නියැදිය සම්බන්ධයෙන් මෙහිදී බලපාන හෙයිනි.

3. පර්යේෂණ ගැටලුවකට ප්‍රවිෂ්ට වීම

පර්යේෂකයා අනුගමනය කරන පර්යේෂණ ප්‍රවේශය කවරක් වුවත් ඔහු පර්යේෂණය කරනුයේ කුමක්ද? පර්යේෂණය කරන්නේ ඇයි? පර්යේෂණ අරමුණු අනුව බලාපොරොත්තුවන ප්‍රතිඵල කවරේද? යනාදිය ගැන පර්යේෂකයා විමසිලිමත් විය යුතුය. පර්යේෂණයට ලක්වන දෑ නිරීක්ෂණය කිරීම හෝ මිනුම් කිරීම මත පමණක් රැඳී සිට දත්ත රැස් කිරීම පිණිස ක්ෂේත්‍රයට යාම ප්‍රමාණවත් නොවේ. එසේම අවශ්‍ය සියලුම තොරතුරු තමන්ට නිසි පරිදි ලැබේවි යැයි යන පරමාර්ථයෙන් ද ක්ෂේත්‍රයට යාම අපේක්ෂා නොකළ යුතුය. අවශ්‍ය තොරතුරු ලැබෙනතෙක් තොරතුරු සෝදිසි කිරීමේ හා විමසීමේ සුදුසුතම ක්‍රමවේදයක් පර්යේෂකයා සතු විය යුතුය. ක්ෂේත්‍රයේ දී තොරතුරු වාර්තාගත කරන ආකාරය හා ඒවා නිරීක්ෂණය කිරීමේ ක්‍රම පිළිබඳව ද පැහැදිලිව දැන ගත යුතුය. ක්ෂේත්‍රයේ අවශ්‍ය කලක් රැඳී සිටීමේ හැකියාව පර්යේෂකයා සතු වුවත් එය එතරම්ම වැදගත් නිර්ණායකයක් වන්නේ නැත.

අභිවිශාල ප්‍රමාණයක දත්ත රැස් කිරීමට හැකි වුවත් අවසානයේ අප සතු වනුයේ එකිනෙකට සම්බන්ධතාවක් නොමැති දත්ත හා තොරතුරු පමණක් නම් ඉන් පලක් නොවේ. කිසියම් පරමාර්ථයකින් හෝ නිසි අරමුණකින් තොරව දත්ත රැස් කරන්නේ නම් එම දත්ත ප්‍රායෝගිකව ප්‍රයෝජනවත් විය නොහැක.

නිවැරදිව නිරීක්ෂණය කිරීමේ දී හා දත්ත රැස් කිරීමේ දී සමාජීය පරිසරය පිළිබඳ නිසි අවබෝධයක් ලබා තිබීම වැදගත්ය. එහෙත් එසේ ලබා ගන්නා දැනුම පමණක් ගැටලුවට විසඳුම් සෙවීමේ දී පූර්ව විනිශ්චයන් කරා ළඟා වීමට ප්‍රයෝජනවත් විය නොහැක. බොහෝ විට එබඳු අවස්ථාවල දී භාවිත කරන තොරතුරු සාමාන්‍යකරණය සඳහා පමණක් ප්‍රයෝජනවත් වුවත්

ප්‍රායෝගිකව වැදගත් විය නොහැක. මේ නිසා පර්යේෂණයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර විමසා බැලිය යුතු ප්‍රශ්න කිපයකි.

1. අධ්‍යයන ගැටලුව පිළිබඳව ප්‍රායෝගිකව ඇති බාධා කවරේද?
2. අධ්‍යයන ගැටලුව පෙනෙන ආකාරය හා ගැටලුව පවතින්නේ කොතේද?
3. ගැටලුව අධ්‍යයනය කළ යුත්තේ කවර අංශයකින් ද හා අවශ්‍ය වන්නේ කවර ප්‍රතිඵලද?
4. ගැටලුව අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා නිරීක්ෂණය, දත්ත රැස් කිරීම හා දත්ත විශ්ලේෂණය සඳහා කවර ආකාරයේ ක්‍රමවේදයක් අවශ්‍යවන්නේද?

යන ප්‍රශ්න සලකා බැලීම මෙහිදී වැදගත්වේ.

සමාජීය විද්‍යාඥයින් සම්බන්ධයෙන් සලකා බලන විට ඔවුන් අවධානය යොමු කරනුයේ සමාජයීය ගැටලු කෙරෙහිවන අතර ඒවායේ ව්‍යාප්තිය, රටාව හා ක්‍රියාවලිය හා ඉන් ඇතිවන ප්‍රතිඵල අනුව ඇතිවන වෙනස්කම් මත එම ගැටලු විසඳීමට උත්සාහ ගනී. මේවා සඳහා යොදා ගනු ලබන ක්‍රමවේදයන් ද බොහෝ විට සම්මත හා යෝග්‍ය ඒවා වන අතර ඇතැම් ඒවා වැඩි දියුණු නොවූ සාමාන්‍ය ක්‍රමවේදයන් ද විය හැක.

විශේෂිත අවස්ථාවන් සම්බන්ධව ද මතුවන අධ්‍යයන ගැටලු බොහෝ විට ඊට ආවේණික මූලාශ්‍ර භාවිත කරමින් අධ්‍යයන ගැටලුව නිර්වචනය කරගැනීමට උත්සාහ ගනී. ඇතැම් ගැටලුවල පවත්නා විශේෂිත ලක්ෂණ හා අන්තර්ගත රටාවන් අනුව ගැටලුව බොහෝ කුතුහලය දනවන සුළු ඒවා ද විය හැක. එහිදී ඊට ආවේණික ක්‍රමවේදයන් භාවිත කිරීමට සමාජ විද්‍යාඥයාට සිදුවනු ඇත.

4. විශ්ලේෂණයන්හි දී බහුලව යොදා ගන්නා සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ ක්‍රම

වත්මන්හි සමාජීය විද්‍යාත්මක ගැටලු හා සම්බන්ධ දත්ත විග්‍රහ කිරීමේදී සමාජීය විද්‍යාඥයින් විවිධ ශ්‍රේණිය ක්‍රම භාවිත කරනු ලැබුවත් බහුල වශයෙන් භාවිත කරනුයේ ද්විවිචල (Bivariate) හා බහුවිචල (Multivariate) විග්‍රහයන් සඳහා යෝග්‍ය සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ ක්‍රමවේදයන්ය. පහත පැහැදිලි කරනුයේ මේ සම්බන්ධව භාවිත කරන ප්‍රචලිත සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ ප්‍රවීඩි කිපයකි.

4.1 ද්වි විචල විශ්ලේෂණ (Bivariate Analyses)

නාමික දත්ත, පුන්ති ප්‍රාන්තර දත්ත හා අනුපාතික දත්ත භාවිතය සඳහා යොදා ගන්නා සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක විශ්ලේෂණ ක්‍රමයකි. මෙමගින් බොහෝ දුරට සිදු කරනුයේ විචලනයන් දෙකක් අතර සහ සම්බන්ධතාව විමසීමය.

4.2 සරල ප්‍රතිපායන හා සරල සහ සම්බන්ධතා විශ්ලේෂණය (Simple Regression and Correlation)

විචලනයන් දෙකක් අතර පවත්නා සහසම්බන්ධතාවයේ ප්‍රමාණය හා එහි උපනති පිළිබඳව විමසා බැලීමට මෙම ක්‍රමය යොදා ගනී. කිසියම් විචලනයන් දෙකක් අතර පවත්නා සබඳතාවල ස්වරූපය කෙබඳු අයුරකින් පවතී ද යන්න සොයා බැලීම මෙමගින් සිදුකෙරේ. විශේෂයෙන්ම මෙහිදී විමසනුයේ ස්වායත්ත විචලනයට සාපේක්ෂව පරායත්ත විචලනයේ දක්වන නැඹියාව කෙබඳු ද යන්න විශ්ලේෂණයට භාජනය කිරීමයි.

4.3 බහු ප්‍රතිපායනය (Multiple Regression)

විචලනයන් රාශියකට සාපේක්ෂව එක් විචලනයක් දක්වන සහ සම්බන්ධතාව සොයා බැලීම සඳහා බහු ගුණ ප්‍රතිපායන විශ්ලේෂණ ක්‍රමය යොදා ගත හැක. සරල ප්‍රතිපායන විශ්ලේෂණයේ දී එක් ස්වායත්ත විචලනයක් පමණක් යොදා ගන්නා අතර මෙහි දී විචලනයන් එකකට වඩා යොදා ගැනීම විශේෂ ලක්ෂණයකි. ඒ නිසා ද්වි විචල සරල ප්‍රතිපායනය තවත් ඉදිරියට ගෙනයන ප්‍රතිපායන විශ්ලේෂණයක් ලෙස මෙම ක්‍රමය හැඳින්විය හැක. ඒ නිසා බහු විචල විශ්ලේෂණ ක්‍රමය සැබෑ ප්‍රශ්න සහගත තත්වයක සංකීර්ණත්වය හඳුනා ගන්නා ක්‍රමයක් ද වේ.

බහු සම්බන්ධතා සංගුණකය ලැබෙන්නේ පරායර්ත විචලනයන් සමග ස්වායර්ත විචලනයන් සමග නිසි පරිදි ගැළපේ නම් පමණි.

4.4 පියවරින් පියවරට කරනු ලබන බහු විචල ප්‍රතිපායනය (Step-wise Multiple Regression)

මෙම ක්‍රමයෙහි යුතු ආරම්භවන්නේ ස්වායර්ත විචලනයන් ප්‍රමුඛ විමේනි ස්වායර්ත විචලනය මගින් ඇති කරන දායකත්වය සැලකිල්ලට ගැනීමෙන් එක් එක් පරායර්ත විචලනයන්ගේ වැදගත්කම හෝ ප්‍රමුඛත්වය මෙහිදී මිනුම් කරනු ලැබේ. දායකත්වය අඩු විචලනයන් සැලකිල්ලට නොගැනීමෙන් හා ඒවා ඉවත් කිරීමෙන් සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මකව වෙසෙසියාව ඉහළ අගයක් පෙන්නුම් කරන වැදගත් විචලනය කුමක්දැයි මෙම විශ්ලේෂණ ක්‍රමය භාවිත කිරීමෙන් හඳුනාගත හැකිය.

4.5 කාඩක විශ්ලේෂණය (Factor Analysis)

කාඩක විශ්ලේෂණයේ ප්‍රධාන පරමාර්ථය වනුයේ බහු විචල්‍ය දත්ත මාත්‍රිකයක විචල්‍යතා සහ විචල්‍යතාවන්හි අන්තර්ගත ව්‍යුහය විවරණය කිරීමයි. සහ විචල්‍යතා හෝ සහසම්බන්ධතා මාත්‍රිකයකින් භාරණ අගයන් හා භාරණ දෛශික උපුටා ගැනීම සඳහා මෙම විශ්ලේෂණ ක්‍රමය භාවිත කරයි.

කාඩක විශ්ලේෂණය ගැඹුරු හා සංකීර්ණ ක්‍රමවේදයකි. මෙම ආදර්ශය යොදා ගත්තේ උපකල්පන රාශියක් මතය. ප්‍රධාන උපකල්පනය වනුයේ රැස් කරනු ලබන දත්ත මගින් ගැටලුව පැහැදිලි කිරීම සඳහා ඉතා වැදගත් කාඩක රැස්කේ අත්‍යවශ්‍ය යන උපකල්පනයයි.

විශ්ලේෂණය ආරම්භ කරන්නේ අදාළ දත්ත සමූහය ප්‍රමිතිකරණයට ලක් කිරීමෙන් පසුවය. මධ්‍යන්‍යය හා සම්මත අපගමනය උපයෝගී කරගෙන දත්ත ප්‍රමිතිකරණයට ලක් කළ හැකිය.

කාඩක විශ්ලේෂණයේ දී විචල්‍යතා මාත්‍රිකයක් ආශ්‍රයෙන් භාරණ දෛශික ගණනය කිරීමේ ක්‍රියාව තුළින් ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණ ක්‍රමය ද සිදු කෙරේ. (Principle Component Analysis) මෙම ශිල්ප ක්‍රමය අගයන් වන්නේ න්‍යායාත්මක සලකා බැලීම්වලින් තොරව ප්‍රායෝගික වැදගත්කමක් ගන්නා කාඩක හඳුනා ගැනීමේ ක්‍රමයක් ලෙසටය.

5. පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල විවරණය

සමාජ විද්‍යාඥයින් නිරන්තරයෙන්ම උත්සාහ ගත්තේ විද්‍යාමාන ක්‍රියාවන් හා ගැටලුව හා සම්බන්ධ ප්‍රභවයන් හැකිතාක් දුරට පැහැදිලි කර ගැනීමටය. මෙම පැහැදිලි කිරීම් සඳහා යොදාගනු ලබන ක්‍රමවේදයන් පහත සඳහන් පරිදි වේ.

5.1 ප්‍රජානනික විග්‍රහ කිරීම් (Cognitive description)

අනුපිළිවෙළටක අනුව දත්ත රැස් කොට ඒවා නිසි වර්ග කිරීමකට භාජනය කිරීමේ ක්‍රමයක් මින් සිදුවේ. විශේෂයෙන්ම මානව ක්‍රියාකාරකම්හි රටා හා සම්භවයන් පැහැදිලි කිරීම මෙමගින් සිදු කෙරේ.

5.2 හේතුවල විශ්ලේෂණය (Cause and effect analysis)

ගැටලුව හා සම්බන්ධ ප්‍රභවයන්ගේ බිහිවීම, නිර්මාණය හා ඒවා වර්ධනය වන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව මෙමගින් පැහැදිලි කරයි.

5.3 කාලික ස්වභාවය පැහැදිලි කිරීම (Temporal modes of explanation)

දිගු කලක් තුළ සිදු වූ කිසියම් ක්‍රියාදාමයක හේතුවල තත්වයන් පැහැදිලි කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා විශ්ලේෂණ ක්‍රමයකි.

5.4 ශ්‍රිතීය හා පාරිසරික විශ්ලේෂණය (Functional and ecological analysis)

විශේෂිත සංවිධානයක ප්‍රභවයන්ගේ විද්‍යාමාන ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රමයකි.

5.5 පද්ධති විශ්ලේෂණය (Systems analysis)

ක්‍රියාදාමයක හෝ සංවිධානයක ව්‍යුහය, සැකැස්ම හා එහි කොටස් අතර අන්තර් සම්බන්ධතාව අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා මෙම ක්‍රමය යොදා ගනී.

මෙම විශ්ලේෂණ ක්‍රම නිරන්තරයෙන්ම පහත සඳහන් ප්‍රශ්න සමග ද සම්ගාමී වේ.

1. ගැටලුව හා සම්බන්ධ විද්‍යාමාන ප්‍රභවයන් අහඹු පිළිවෙළකට හෝ සමූහ වශයෙන් අධ්‍යයන කරන්නේ කෙසේද?
2. ප්‍රභවයන්ගේ ව්‍යුහය හා ස්වරූපය අනුව අධ්‍යයනය සංවිධානය විය යුත්තේ කෙසේද?
3. අදාළ ප්‍රභවයන් බිහිවූයේ කෙසේද? ඒවා වර්ධනය වන්නේ කෙසේද?
4. ප්‍රභවයන්ගේ බලපෑම කෙබඳු ද?
5. විශේෂිත ප්‍රභවයන් සාමාන්‍ය ප්‍රභවයන් සමග සම්බන්ධ වන්නේ කෙසේද? හා ඒවා අතර අන්තර් සම්බන්ධතාව කෙබඳු ද?

කෙසේ වෙතත් මෙම පැහැදිලි කිරීම් ක්‍රමයන්හි සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ සමාජයීය විද්‍යාඥයන් භාවිත කරන ක්‍රම ශිල්පයන්ගේ අදාළත්වය හා ඒවා පිළිබඳ අති මනා අවබෝධය මතය.

6 ප්‍රභේදන අධ්‍යයනය

ඔහු විචලනා ප්‍රවේශයක් යටතේ රැස් කරන ලද දත්ත ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණයකින් හා ඉන් ලැබෙන ප්‍රතිඵල පැහැදිලි කිරීම සඳහා 2005 දෙසැම්බර් මස කරන ලද ප්‍රභේදන අධ්‍යයනයක් පහත විග්‍රහ කෙරේ.

6.1 අධ්‍යයන ගැටලුව : මොනරාගල දීක්ෂික්කයේ තණමල්විල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාශය ඇසුරින්, පාසල් යන ළමයි පාසල් හැර යන්නේ ඇයි? මෙය වත්මන් ප්‍රාදේශීය මට්ටමෙන් දක්නට ලැබෙන ඔරපතළ ප්‍රශ්නයකි.

6.2 අධ්‍යයන අරමුණ : එසේ පාසල් හැර යාමට බලපාන ප්‍රධාන සාධක කවරේ දැයි හඳුනා ගැනීම.

ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණ ක්‍රමය සඳහා තණමල්විල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාශය තුළින් පාසල් අටක් අධ්‍යයනය සඳහා තෝරා ගනු ලැබීය. පහත සඳහන් වගු අංක 1 මගින් ඉදිරිපත් කර ඇත්තේ තෝරා ගත් එම පාසල් අට හා ගැටලුව සඳහා බලපානු ඇතැයි උපකල්පනය කරනු ලබන විචල්‍යයන්ය.

වගු අංක 1

අධ්‍යයනයට ලක් කරන ලද පාසල්	උපකල්පනය කරන ලද විචල්‍යයන්
1. තණමල්විල විද්‍යාලය	1. පාසලේ උගන්වන ගුරුවරු සංඛ්‍යාව
2. බෝදාගම විද්‍යාලය	2. ගුරුවරුන්ගේ අධ්‍යාපන මට්ටම
3. අඟුණකොල පැලැස්ස විද්‍යාලය	3. ගුරුවරුන්ගේ පදිංචිය
4. කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය	4. ගුරු පුහුණුවේ ස්භාවය
5. කම්බගමුව විද්‍යාලය	5. දෙමව්පියන්ගේ අධ්‍යාපන මට්ටම
6. ජනපද විද්‍යාලය	6. දෙමව්පියන්ගේ මාසික ආදායම
7. රතනිලාගම විද්‍යාලය	7. ගෞරව සිට පාසලට ඇති දුර
8. අඳුන්වැව විද්‍යාලය	8. ළමයි අඟිවෙස් වැඩිවල සිරකවීම

ප්‍රශ්න මාලාවක් මගින් පාසල් 8ක ගුරුවරු දෙමව්පියන් හා ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවන්ගෙන් එක් එක් විචල්‍ය සඳහා දත්ත රැස් කරගන්නා ලදී. මෙම දත්ත විග්‍රහකිරීම සඳහා ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණ ක්‍රමය යොදා ගත් අයුරු පියවර 3 කින් විග්‍රහ කෙරේ.

පියවර 1

ප්‍රථම පියවර වශයෙන් දත්ත න්‍යාසය උපයෝගී කර ගෙන සියලුම ඒකක සමීචන ඒකක වලට පරිවර්තනය කරනු ලැබිය සමීචන ඒකක වලට පරිවර්තනය කරන ලද න්‍යාසය Z න්‍යාසය ලෙස හැඳින්වේ. වගු අංක 2හි සඳහන් සමීචන ඒකක වලට පරිවර්තනය කර ගැනීම සඳහා භාවිත කළ සූත්‍රය පහත සඳහන් පරිදි වේ.

$$Z = \frac{x' - \bar{x}}{S}$$

Z න්‍යාසයේ ජේළි අගයන් වලින් නිරීක්ෂණ ඒකක පෙන්නුම් කරනු ලබන අතර තීරු අගයන් වලින් විචල්‍ය අගයන් පෙන්නුම් කරනු ලැබේ. මෙම Z න්‍යාසය පදනම් කරගෙන විචල්‍ය අතර ඇති සහසම්බන්ධතාව ගණනය කරන ලද අතර ඒ සඳහා යොදා ගත් සූත්‍රය පහත සඳහන් පරිදි වේ.

$$r = \frac{\frac{1}{N} \sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sigma_x \sigma_y}$$

මෙම සූත්‍රයට අනුව ගණනය කරන ලද සහසම්බන්ධතා සංගුණකය (වගු අංක 3) R න්‍යාසය මගින් ඉදිරිපත් කොට ඇත.

R න්‍යාසය සකස් කර ගැනීමෙන් පසු සංරචක උපුටා ගත යුතුය. සංරචක උපුටා ගැනීම සඳහා කේන්ද්‍රික ක්‍රමය යොදා ගත හැක. කේන්ද්‍රික ක්‍රමයට අනුව පළමුවන සංරචක උපුටා ගැනීම සඳහා පහත සඳහන් පියවර අනුගමනය කරන ලදී.

විලු අංක 2
සම්මත ඒකකවලට පරිවර්තනය කරන ලද ණයාගය (Z ණයාගය)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	1.881681118	-0.822256993	0.497600035	0.091387895	-1.491346196	-1.422584132	-2.182579849	-0.822764537
2	-0.756326197	0.934493853	-0.91377461	-0.491016321	0.585886005	-1.480062279	1.036616081	-0.09812788
3	0.895168687	1.637194192	-1.510894653	0.710966849	-0.319574184	0.531672857	-0.118095502	-0.762378149
4	0.018268748	0.46602696	-0.479505488	0.16573737	-0.319574184	0.761585444	1.036616081	-0.581218985
5	1.187468667	0.075637883	-0.099520007	-0.825588956	1.225034375	0.30176027	-0.572981884	2.136168479
6	-0.756326197	-1.739671325	1.963258321	1.18494475	1.491346196	1.508801352	0.371782138	0.868054329
7	1.012088679	-0.70514027	0.714734596	2.173173181	0.053262364	0.416716563	0.721694739	-1.003923702
8	0.28133873	0.153715699	-0.171898194	-0.63971527	-1.225034375	-0.617890077	-0.293051803	0.264190447

විලු අංක 3
සහසම්බන්ධතා සංගුණක ණයාගය (R ණයාගය)

	1	2	3	4	5	6	7	8	සහ සම්බන්ධතා ණයාගය වේදිමු වගුව (S)
1	1	0.381210086	-0.316813254	0.346772467	0.265401047	0.468901533	0.365313415	0.25461261	2.740397874
2	0.381210086	1	-0.989190698	0.134434401	-0.203252016	-0.247353157	0.226129765	-0.191779689	0.110198642
3	-0.316813254	-0.989190698	1	-0.155062148	0.301656359	0.35153363	-0.124849461	0.22957548	0.297712229
4	0.346772467	0.134434401	-0.155062148	1	-0.322907346	0.045605937	0.149966354	-0.726032985	0.46876883
5	0.265401047	-0.203252016	0.301656359	-0.322907346	1	0.53000868	0.477244577	0.641656197	2.687907498
6	0.468901533	-0.247353157	0.35153363	0.045605937	0.53000868	1	0.395898603	0.230055436	2.774650895
7	0.365313415	0.226129765	-0.124849461	0.149966354	0.477244577	0.395898603	1	-0.07851101	2.407292094
8	0.25461261	-0.191779689	0.22957548	-0.726032985	0.641656197	0.230055436	-0.07851101	1	1.339938107

1. සහසම්බන්ධතා සංගුණක භ්‍යාසයේ ජේෂ්ටවල ඵේක්‍යය යෙවීම. මෙම f t S_i වේ. (වගු අංක 3)
2. එක් එක් අගයන්වල ඵේක්‍යය යෙවීම කළ යුතුය. (ΣS_i) එය T ලෙස හඳුන්වයි.
 $\Sigma S_i = 12.82937422$ වේ.
3. T අගයෙහි වර්ගමූලය යෙවිය යුතුය. (\sqrt{T})
 $\sqrt{T} = 3.581811584$ වේ.
4. එක් එක් S_i අගයන් (වගු අංක 2) T අගයෙහි වර්ගමූලයෙන් බෙදිය යුතුය. එම අගයන් a_i වේ.

a_i අගයන් භාරණ (Loadings) අගයන් ලෙස හැඳින්වේ. එක් එක් විචල්‍යයන් සංරචකයට එකතු වන බර භාරණයෙන් ප්‍රකාශිත වේ. එසේ ගණනය කරනු ලැබූ පළමු සංරචකයේ භාරණ අගයන් වගු අංක 4 මගින් ඉදිරිපත් කෙරේ.

වගු අංක 4

පළමුවන සංරචකයේ භාරණය (a_i)	පළමුවන සංරචකයේ භාරණවල වර්ග (a_i^2)
0.765924675	0.586640608
0.030766175	0.0009405575
0.082978186	0.068853794
0.130877035	0.017128798
0.750432409	0.503148801
0.774650154	0.60082861
0.672087863	0.451702095
0.374095084	0.139947132

5. පළමුවන සංරචකයේ භාරණ අගයන් (a_i) වර්ග කිරීමෙන් පළමුවන සංරචකයෙන් පැහැදිලිවන මුළු විචලන ප්‍රමාණය ගණනය කළ යුතුය. එය ප්‍රකාශ වනුයේ $\sum_{i=1}^8 a_i^2 = 2.366482231$ ලෙසටය. මෙම අගය අයිගන් අගය (EIGEN Value) ලෙස හැඳින්වේ. පැහැදිලි වන මුළු විචලන ප්‍රමාණය ගණනය කිරීම සඳහා අයිගන් අගය මුළු විචලනවලින් බෙදා ප්‍රතිගත ගණනක් ලෙස ප්‍රකාශ කළ යුතුය. එය 29.28102789% වේ.

1. සහසම්බන්ධතා සංගුණක භ්‍යාසයේ ජේෂ්ටවල ඵේක්‍යය යෙවීම. මෙම f t S_i වේ. (වගු අංක 3)
2. එක් එක් අගයන්වල ඵේක්‍යය යෙවීම කළ යුතුය. (ΣS_i) එය T ලෙස හඳුන්වයි.
 $\Sigma S_i = 12.82937422$ වේ.
3. T අගයෙහි වර්ගමූලය යෙවිය යුතුය. (\sqrt{T})
 $\sqrt{T} = 3.581811584$ වේ.
4. එක් එක් S_i අගයන් (වගු අංක 2) T අගයෙහි වර්ගමූලයෙන් බෙදිය යුතුය. එම අගයන් a_i වේ.

a_i අගයන් භාරණ (Loadings) අගයන් ලෙස හැඳින්වේ. එක් එක් විචල්‍යයන් සංරචකයට එකතු වන බර භාරණයෙන් ප්‍රකාශිත වේ. එසේ ගණනය කරනු ලැබූ පළමු සංරචකයේ භාරණ අගයන් වගු අංක 4 මගින් ඉදිරිපත් කෙරේ.

වගු අංක 4

පළමුවන සංරචකයේ භාරණය (a_i)	පළමුවන සංරචකයේ භාරණවල වර්ග (a_i^2)
0.765924675	0.586640608
0.030766175	0.0009405575
0.082978186	0.068853794
0.130877035	0.017128798
0.750432409	0.503148801
0.774650154	0.60082861
0.672087863	0.451702095
0.374095084	0.139947132

5. පළමුවන සංරචකයේ භාරණ අගයන් (a_i) වර්ග කිරීමෙන් පළමුවන සංරචකයෙන් පැහැදිලිවන මුළු විචලන ප්‍රමාණය ගණනය කළ යුතුය. එය ප්‍රකාශ වනුයේ $\sum_{i=1}^8 a_i^2 = 2.366482231$ ලෙසටය. මෙම අගය අයිගන් අගය (EIGEN Value) ලෙස හැඳින්වේ. පැහැදිලි වන මුළු විචලන ප්‍රමාණය ගණනය කිරීම සඳහා අයිගන් අගය මුළු විචලනවලින් බෙදා ප්‍රතිගත ගණනක් ලෙස ප්‍රකාශ කළ යුතුය. එය 29.28102789% වේ.

R න්‍යාසයේ (සහසම්බන්ධතා සංගුණක න්‍යාසයෙන්) Q න්‍යාසය අඩු කළ යුතුය. එමගින් පැහැදිලි නොවූ කොටස පෙන්නුම් කරයි. එය R_1 න්‍යාසය වේ. (වගු අංක 6)

වගු අංක 6
 R_1 න්‍යාසය

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	0.413359392	3.357645464	-0.380368274	0.296530517	-0.311373229	-0.124422134	-0.149455263	-0.051916045
2	0.357645464	0.999053443	-0.991743619	0.130407815	-0.22633995	-0.271186179	0.205452193	-0.203289163
3	-0.380368274	-0.991743619	0.993114621	-0.165922086	0.239386839	0.287254799	-0.180618092	0.198895817
4	0.246530517	0.130407815	-0.165922086	0.982871202	-0.421121714	-0.055777978	0.058005488	-0.77499344
5	-0.311373229	-0.22633995	0.239386839	-0.421121714	0.436851199	-0.051313901	-0.027011937	0.360923122
6	-0.124422134	-0.271186179	0.287254799	-0.055777978	-0.051313901	0.399917139	-0.124734363	-0.0597337378
7	-0.149455263	0.205452193	-0.180618092	0.058005488	-0.027011937	-0.124734363	0.548297905	-0.329935775
8	-0.051916045	-0.203289163	0.198895817	-0.77499344	0.360923122	-0.0597337378	-0.329935775	0.860052868

මෙම R න්‍යාසයේ ජේද්‍රවල සෘණ අගයන් අධ්‍යයනයට යොදා ගත් විචලන සංඛ්‍යාවෙන් අඩකට වඩා වැඩි නම් එම R_1 න්‍යාසයෙහි ධන සෘණ අගයන්ගේ වෙනසක් ඇති කළ යුතුය. එය භ්‍රමණ ක්‍රියාවලිය (Rotation) ලෙස හඳුන්වයි. භ්‍රමණ ක්‍රියාවලියේ දී පහත සඳහන් පියවර අනුගමනය කරනු ලැබේ.

1. වැඩියෙන්ම සෘණ ලකුණු ඇති ජේද්‍රය සහ තිරය ගෙන එහි ධන (+) ලකුණු ඇති ස්ථාන සෘණ (-) ලෙසත් සෘණ ලකුණු ඇති ස්ථාන ධන ලෙසත් වෙනස් කරනු ලැබේ. නමුත් විකර්ණයේ ලකුණු වෙනස් නොකෙරේ. (වගු අංක 7)
2. වගු අංක 7 හිත් සෘණ ලකුණුවල එකතුව විචලන සංඛ්‍යාවෙන් අඩකට වඩා ලැබුණ නිසා නැවත මුල් ක්‍රියාවලිය කළ යුතුය. (වගු අංක 8) මෙම ක්‍රියාවලිය විචලන සංඛ්‍යාවෙන් අඩකට වඩා අඩුවෙන් සෘණ ලකුණු ලැබෙන තුරු ගණනය කළ යුතුය. (වගු අංක 9, 10 හා 11)

පසුව ධන හා සෘණ න්‍යාසය සකස් කර ගත යුතුය. වගු අංක 11 R න්‍යාසයට ආදේශ කොට දෙවන සංරචකය උපුටා ගැනීම කළ යුතුය. ඒ සඳහා R_1 න්‍යාසයේ

- (i) S_1 අගය සෙවීම
- (ii) S_1 අගයන්ගේ එකතුව සෙවීම (ΣS_1) එය T වේ.
- (iii) T අගයන්ගේ වර්ගමූලය සෙවීම
- (iv) එක් එක් S_1 අගයන් T අගයෙහි වර්ග මූලයෙන් බෙදීම කළ යුතුය.
- (v) එයින් a_1 අගයන් සොයා ගත යුතුය. ඉන් ලැබෙන ප්‍රතිඵල වගු අංක 12 හි සඳහන් වේ.

වගු අංක 7

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	-	+	-	-	-	-	5
2	+	+	-	+	-	-	+	-	4
3	-	-	+	-	+	+	-	+	4
4	+	+	-	+	-	-	+	-	4
5	-	-	+	-	+	-	-	+	5
6	-	+	-	-	+	-	-	-	6
7	-	+	-	+	-	-	+	-	5
8	-	-	+	-	+	-	-	+	5

වගු අංක 8

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	-	+	-	+	-	-	4
2	+	+	+	+	-	+	+	-	3
3	-	-	+	-	+	-	-	+	5
4	+	+	-	+	-	+	+	-	3
5	-	-	+	-	+	+	-	+	4
6	+	+	-	+	+	+	+	+	5
7	-	+	-	+	-	+	+	-	4
8	-	-	-	-	+	+	-	+	4

වගු අංක 9

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	+	+	-	-	-	3
2	+	+	+	+	-	+	+	-	2
3	+	+	+	+	-	+	-	-	3
4	+	+	+	+	-	+	+	-	2
5	-	-	-	-	+	+	-	+	5
6	+	+	+	+	+	+	+	+	0
7	-	+	+	+	-	+	+	-	3
8	-	-	-	-	+	+	-	+	5

වගු අංක 10

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	+	+	+	-	-	2
2	+	+	+	+	+	+	+	-	1
3	+	+	+	+	+	+	+	-	1
4	+	+	+	+	+	+	+	-	1
5	+	+	+	+	+	-	+	-	2
6	+	+	+	+	-	+	+	+	1
7	-	+	+	+	+	+	+	-	2
8	-	-	-	-	-	+	-	+	6

වගු අංක 11

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	+	+	+	-	+	1
2	+	+	+	+	+	+	+	+	0
3	+	+	+	+	+	+	+	+	0
4	+	+	+	+	+	+	+	+	0
5	+	+	+	+	+	-	+	+	1
6	+	+	+	+	-	+	+	-	2
7	-	+	+	+	+	+	+	+	1
8	+	+	+	+	+	+	+	+	1

වගු අංක 13
(Q₁ භාගය)

1	2	3	4	5	6	7	8	
1	0.128112025	0.281169663	0.286223315	0.236122119	0.104182403	0.105895433	0.110299104	0.22651601
2	0.281169063	0.617082427	0.628176488	0.518218979	0.360332347	0.232409499	0.242074268	0.497136378
3	0.286223315	0.628176485	0.63447002	0.52753649	0.366810491	0.236587811	0.246426339	0.50607402
4	0.23622119	0.518218979	0.52753644	0.435194552	0.302603109	0.19517492	0.203291285	0.417489617
5	0.164182403	0.360332347	0.366810491	0.302603109	0.21040852	0.135710654	0.141354194	0.290292366
6	0.105895433	0.232409499	0.236557815	0.19517492	0.135710654	0.08753154	0.091171546	0.187234657
7	0.110299104	0.242074268	0.246426339	0.203291285	0.141354194	0.0911715460	0.094962923	0.195020826
8	0.22651601	0.497136378	0.50607402	0.417489617	0.290292366	0.187234657	0.195020826	0.40050497

ජනමාධ්‍යවේදය

වගු අංක 13
(Q₁ භාගය)

1	2	3	4	5	6	7	8	
1	0.128112025	0.281169663	0.286223315	0.236122119	0.104182403	0.105895433	0.110299104	0.22651601
2	0.281169063	0.617082427	0.628176488	0.518218979	0.360332347	0.232409499	0.242074268	0.497136378
3	0.286223315	0.628176485	0.63447002	0.52753649	0.366810491	0.236587811	0.246426339	0.50607402
4	0.23622119	0.518218979	0.52753644	0.435194552	0.302603109	0.19517492	0.203291285	0.417489617
5	0.164182403	0.360332347	0.366810491	0.302603109	0.21040852	0.135710654	0.141354194	0.290292366
6	0.105895433	0.232409499	0.236557815	0.19517492	0.135710654	0.08753154	0.091171546	0.187234657
7	0.110299104	0.242074268	0.246426339	0.203291285	0.141354194	0.0911715460	0.094962923	0.195020826
8	0.22651601	0.497136378	0.50607402	0.417489617	0.290292366	0.187234657	0.195020826	0.40050497

ජනමාධ්‍යවේදය

වගු අංක 14
(R₂ භාගය)

	1	2	3	4	5	6	7	8
1	0.25524730	0.07647580	0.09414495	0.010408398	-0.050450113	0.018526701	0.259754367	-0.174599965
2			0.381971016	0.363547131	-0.38781164	0.03577665	0.036622073	-0.293847215
3				0.353644019	0.361613568	0.050666984	-0.065508247	-0.307178203
4					0.54767665	0.115518605	-0.145285797	0.357503823
5						0.22642679	-0.1143422597	0.070630756
6							0.033562817	-0.246972035
7								0.453334952
8								

වගු අංක 15

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	+	+	+	+	-	2
2	+	+	+	-	-	+	+	-	3
3	+	+	+	-	-	+	-	-	4
4	+	-	-	+	+	-	-	+	4
5	-	-	-	+	+	-	-	+	5
6	+	+	+	-	-	+	+	-	3
7	+	+	-	-	-	+	+	+	3
8	-	-	-	+	+	-	+	+	4

වගු අංක 16

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	-	-	+	+	-	1
2	+	+	+	-	-	+	+	-	2
3	+	+	+	-	-	+	-	-	3
4	-	-	-	+	+	-	-	+	5
5	-	-	-	+	+	-	-	+	2
6	+	+	+	-	-	+	+	-	2
7	+	+	-	-	-	+	+	+	2
8	-	-	-	+	+	-	+	+	5

වගු අංක 17

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	-	+	+	+	+	2
2	+	+	+	+	+	+	+	-	1
3	+	+	+	+	+	+	-	-	2
4	-	+	+	+	+	+	+	-	2
5	+	+	+	+	+	+	+	-	1
6	+	+	+	+	+	+	+	-	1
7	+	+	-	+	+	+	+	+	1
8	-	-	-	-	-	-	+	+	6

වගු අංක 18

	1	2	3	4	5	6	7	8	- ලකුණුවල එකතුව
1	+	+	+	-	+	+	+	+	1
2	+	+	+	+	+	+	+	+	0
3	+	+	+	+	+	+	-	+	1
4	-	+	+	+	+	+	+	+	1
5	+	+	+	+	+	+	+	+	0
6	+	+	+	+	+	+	+	+	0
7	+	+	-	+	+	+	+	-	2
8	+	+	+	+	+	+	-	+	1

7. පාසල් ළමයි පාසල් හැරයාම කෙරේ බලපාන කාඩක විවරණය කිරීම.

තණමල්විල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාශයේ පාසල් 8ක් ආශ්‍රයෙන් ප්‍රශ්න මාලාවක් උපයෝගී කරගෙන රැක් කරන ලද දත්ත ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණය උපයෝගී කරගනු ලැබීය. එම විචල්‍යයන් පහත සඳහන් පරිදි වේ.

1. පාසලේ උගන්වන ගුරුවරුන් සංඛ්‍යාව
2. ගුරුවරුන්ගේ අධ්‍යාපනික සුදුසුකම
3. ගුරුවරයාගේ පදිංචිය (පාසලට ඇති දුර)
4. ගුරු පුහුණුවේ ස්වභාවය
5. දෙමව්පියන්ගේ අධ්‍යාපන මට්ටම
6. ගෘහ මූලිකයාගේ ආදායම
7. ගෙදර සිට පාසලට ඇති දුර
8. ළමයි අතිරේක වැඩවල නිරත වීම (දෙමව්පියන්ගේ ගොවිතැන් කටයුතුවලට යොදා ගැනීම)

ඉහත සඳහන් විචල්‍යයන් උපයෝගී කරගෙන නිරීක්ෂිත පාසල් 8 අතර ඇති සම්බන්ධතාව සලකා බැලීම. ප්‍රධාන සංරචක විශ්ලේෂණ ක්‍රමය යටතේ කරන ලද සියලුම ගණනය කිරීම් අනුව සංරචක තුනක භාරණ අගයන් (Loadings) පහත සඳහන් වගු අංක 19හි ඇතුළත් වේ.

වගු අංක 19

විචල්‍යයන්	පළමුවන සංරචකයේ භාරණ	දෙවන සංරචකයේ භාරණ	තුන්වන සංරචකයේ භාරණ
පාසලේ උගන්වනු ලබන ගුරුවරු සංඛ්‍යාව	0.765924675	0.357927402	0.286418187
දෙමව්පියන්ගේ අධ්‍යාපන සුදුසුකම්	0.03766175	0.785545942	0.517134544
ගෘහ මූලිකයාගේ මාසික ආදායම	0.082978186	0.799668683	0.480718326
ළමයින්ගේ අතිරේක වැඩ	0.130877035	0.65969271	0.688062505
ගුරුවරයාගේ අධ්‍යාපන සුදුසුකම්	0.750432409	0.458703085	0.310578656
ගුරුවරයා පදිංචි ස්ථානයේ සිට පාසලට ඇති දුර	0.774650154	0.295857297	0.310122007
ගුරු පුහුණුවේ ස්වභාවය	0.672087863	0.308160548	0.25360786
ගෙදර සිට පාසලට ඇති දුර	0.374045084	0.63285462	0.635941926
අයිගන් අගය	2.366482231	2.613266962	1.715369103
පැහැදිලි කළ මුළු විචල්‍යතා ප්‍රමාණය	29.58%	32.66%	21.44%
පැහැදිලි කළ මුළු විචල්‍යතා ප්‍රමාණය සමුච්චිත අගයක් ලෙස	29.58	62.24	83.68

මෙම සංරචක තුනෙහි භාරණ අගයන් තුළින් පැහැදිලි වන කරුණු කීපයක, එනම් එක් එක් සංරචකවල භාරණ අගය වෙනස් වී ඇත්තේ එක්තරා රටාවකටය. එනම් මේ භාරණ අනුව විචල්‍යයන් කාණ්ඩ තුනකට වර්ග කළ හැකිය.

(I) ගුරුවරුන් හා සම්බන්ධ විචල්‍යයන් (පළමුවන සංරචකයේ භාරණ අනුව)

1. පාසලේ උගන්වන ගුරු සංඛ්‍යාව (0.765924675)
2. ගුරුවරයාගේ අධ්‍යාපන සුදුසුකම් (0.750432409)
3. ගුරුවරයාගේ පදිංචියේ සිට පාසලට ඇති දුර (0.774650154)
4. ගුරු පුහුණුවේ ස්වභාවය (0.672087863)

මෙම විචල්‍යයන් හතර ඇසුරින් පාසලේ උගන්වන ගුරුවරු සංඛ්‍යාවේ බලපෑම ළමයි පාසල් හැර යාම සම්බන්ධයෙන් වඩා වැදගත් වී ඇත.

(II) දෙමව්පියන් හා සම්බන්ධ විචල්‍යයන් දෙවන සංරචකයේ භාරණ අනුව

1. දෙමව්පියන්ගේ අධ්‍යාපනය (0.785545942)
2. ගෘහ මූලිකයාගේ මාසික ආදායම (0.799668683) වැදගත් වී තිබේ.

පළමුවන දෙවන හා තුන්වන සංරචකවල භාරණ අගයන්ට අනුව පැහැදිලි වී ඇති මුළු විචල්‍ය ප්‍රමාණය 83.68% කි. මෙම සංරචක තුනෙහි භාරණ අගයන් නිරීක්ෂිත පාසල් හා සම්බන්ධ කිරීමෙන් වඩාත් පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා ගත හැකිය. පහත සඳහන් වගු අංක 20න් පෙන්නුම් කරන්නේ ඉහත භාරණ අගයන් සම්මත ඒකකවලට පරිවර්තනය කරන ලදුව Z න්‍යාසය සමග ගුණ කිරීමෙන් ලබා ගත් සංරචක ප්‍රතිඵලයන්ය.

වගු අංක 20

සංරචක	පළමු සංරචකය	දෙවන සංරචකය	තෙවන සංරචකය
නිරීක්ෂිත පාසල්			
තණමල්විල විද්‍යාලය	-5.409141076	-3.164769157	-2.642753947
බෝදාගම විද්‍යාලය	-0.737498912	-0.503038615	-0.587306708
අතුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය	0.511149088	0.349540256	0.416769504
කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය	0.83964245	0.128862694	0.159965688
හම්බගමුව විද්‍යාලය	2.36263011	1.686745209	1.450548106
ජනපද විද්‍යාලය	2.237566467	0.94535086	0.5896003
රතනලාගම විද්‍යාලය	1.849192404	1.561589336	1.45420663
අලුත්වැව් විද්‍යාලය	-1.37385266	-1.005874752	-0.841127775

එක් එක් නිරීක්ෂණ ස්ථානවලට සංරචක සඳහා ලැබෙන අගයන් අතර සම්බන්ධතාව ප්‍රස්තාර ආශ්‍රයෙන් ද වඩාත් පැහැදිලි වේ. ප්‍රස්තාර අංක 1,2,3 දක්වා ඇත්තේ එක් එක් සංරචක සඳහා ලැබෙන අගයන් සමග ඇති සම්බන්ධතාවයි. ඒ ආශ්‍රයෙන් මෙම පාසල් ප්‍රධාන කාණ්ඩ දෙකකට වර්ග කළ හැකි විය. එම ප්‍රධාන සහ අතුරු බෙදීම් පහත සඳහන් පරිදි වේ.

- (1) විචල්‍ය සමග දැඩි සම්බන්ධතාවක් (ධන සම්බන්ධතාවක්) දක්වන පාසල් ලෙස ගතහොත්
- (1) කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය
 - (2) අතුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය
 - (3) හම්බගමුව විද්‍යාලය
 - (4) ජනපද විද්‍යාලය
 - (5) රතනලාගම විද්‍යාලය කැපී පෙනේ.

එම පාසල් ඇසුරෙන් ධන සම්බන්ධතාවක් දක්වන පාසල් හැටහ අතුරු කොටස් දෙකකට බෙදිය හැක.

1. දැඩි ධන දක්වන පාසල් ලෙස ගතහොත් හම්බගමුව විද්‍යාලය, ජනපද විද්‍යාලය සහ රතනලාගම විද්‍යාලය කැපී පෙනේ.

2. කාමාන්‍ය ධන සමීකර්ණයක් දැක්වෙන පාසල්, ලෙස ගතහොත් කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය හා අඟුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය කැපී පෙනේ.

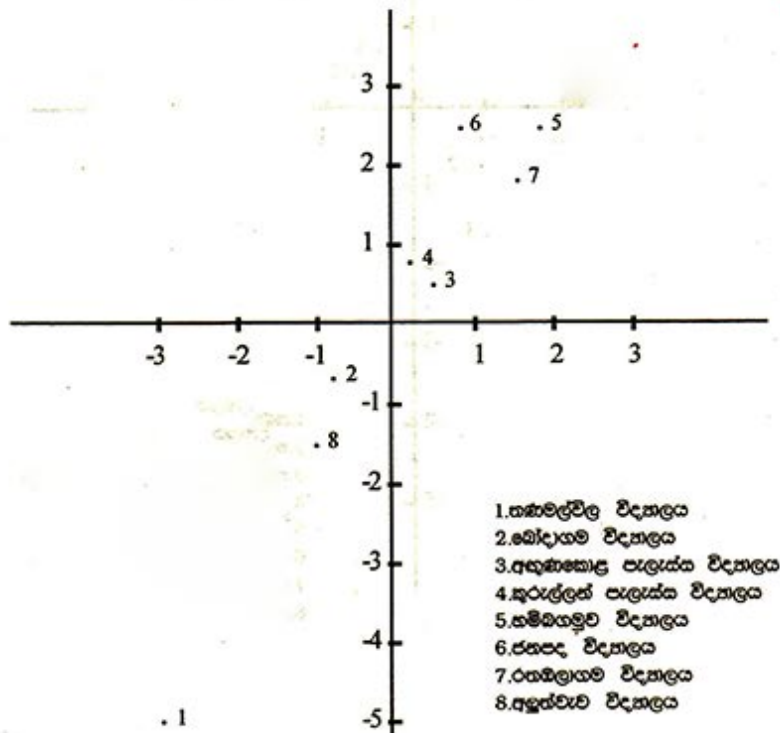
(II) විචලන සමග සෘණ සමීකර්ණයක් දැක්වෙන පාසල්, ලෙස ගතහොත් තණමල්විල, බෝදාගම සහ අඟුණවැව පාසල් කැපී පෙනේ. මෙම පාසල් ද නැවත අතුරු කොටස් දෙකකට බෙදිය හැක.

1. තණමල්විල පාසල
2. බෝදාගම පාසල හා අඟුණවැව පාසල ලෙසටය.

෧෧ කාණ්ඩවලට බෙදන ලද පාසල් හවු දුරටත් ප්‍රස්ථාර අංක 1, 2 සහ 3 මගින් හඳුනාගත හැකි වේ.

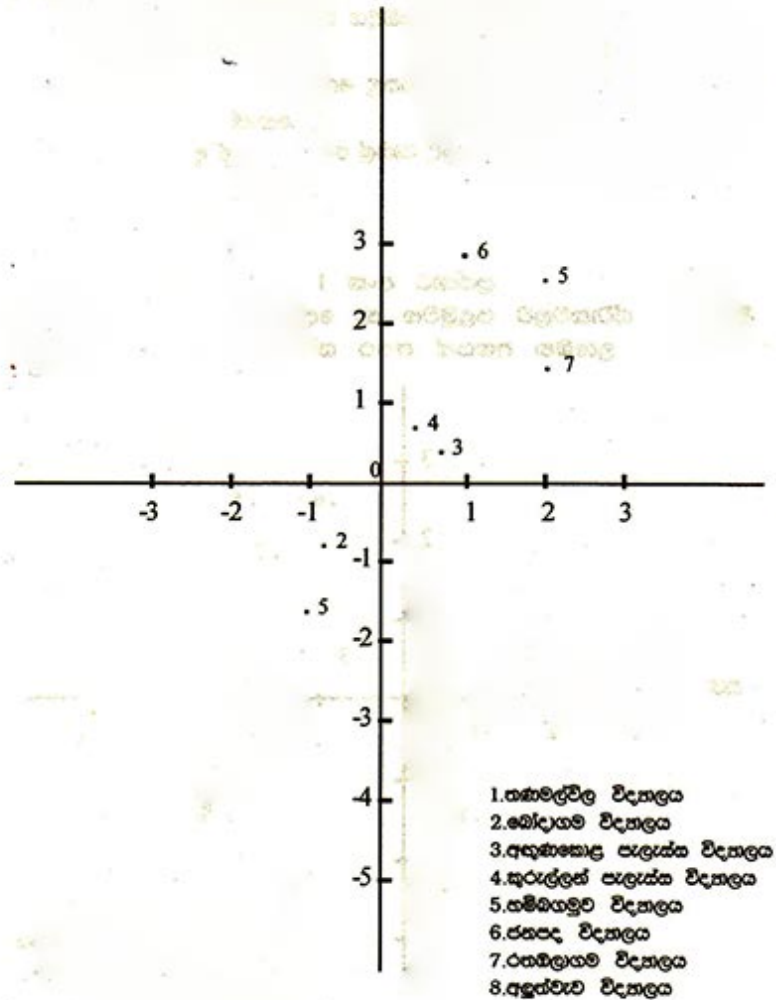
ප්‍රස්ථාර අංක 1

හිරික්කණි ස්ථානවලට පළමුවන හා දෙවන සංරචකය සඳහා ලැබෙන අගයන් අතර සමීකර්ණය



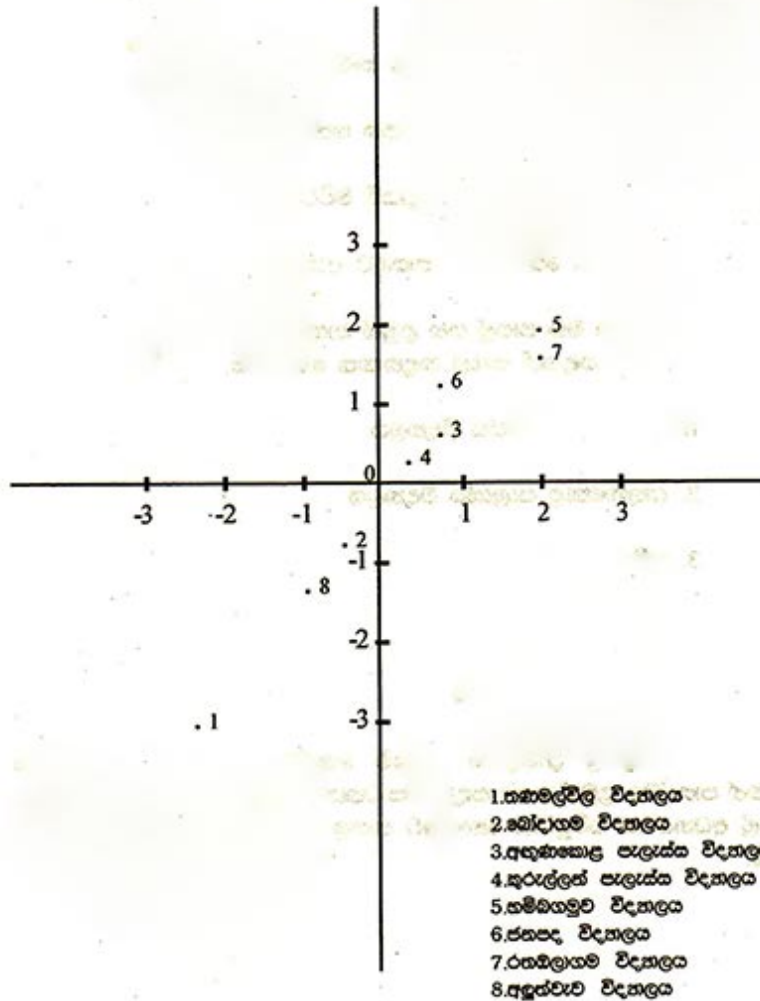
1. තණමල්විල විද්‍යාලය
2. බෝදාගම විද්‍යාලය
3. අඟුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය
4. කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය
5. සමීකරණ විද්‍යාලය
6. ජනපද විද්‍යාලය
7. රත්මලාගම විද්‍යාලය
8. අඟුණවැව විද්‍යාලය

ප්‍රස්ථාර අංක 02
හිරික්කණි ස්ථානවලට පළමුවන හා දෙවන සංරචකය සඳහා ලැබෙන අගයන් අතර සමීකර්ණය



1. තණමල්විල විද්‍යාලය
2. බෝදාගම විද්‍යාලය
3. අඟුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය
4. කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය
5. සමීකරණ විද්‍යාලය
6. ජනපද විද්‍යාලය
7. රත්මලාගම විද්‍යාලය
8. අඟුණවැව විද්‍යාලය

ප්‍රස්ථාර අංක 03: කිරිකොන් ස්ථානවලට දෙවන හා තුන්වන සංරචකය සඳහා ලැබෙන අගයන් අතර සම්බන්ධතාව



මෙම විචරණයෙන් තිගමනය කළ හැකි කරුණු කීපයක් විය.

(1) විශ්ලේෂණයට භාජනය කරන ලද විචලන අතුරින් පාසල් යන ප්‍රමුඛ පාසල් හැරුණු කෙරෙහි බලපාන ප්‍රබල ප්‍රධාන සාධක ලෙස පහත සඳහන් සාධක ඉස්මතු වී පෙනීය.

1. පාසලේ උගන්වන ගුරුවරු සංඛ්‍යාවෙහි අවම බව
2. දෙමව්පියන්ගේ අඩු අධ්‍යාපන තත්වය
3. ගෘහමුලිකයාගේ අඩු ආදායම් මට්ටම
4. ප්‍රමාදයේ ගෞරව සිට පාසලට ඇති දුර වැඩිවීම

එම සාධක මත පාසල් යන ප්‍රමුඛ පාසල් හැර යාමට ලක්වන ප්‍රධාන පාසල් ලෙස පහත සඳහන් පාසල් හඳුනාගත හැකි විය.

1. කුරුල්ලන් පැලැස්ස විද්‍යාලය
2. අතුණකොළ පැලැස්ස විද්‍යාලය
3. හම්බගමුව විද්‍යාලය
4. ජනපද විද්‍යාලය
5. රත්නමල්ලාගම විද්‍යාලය

කණමල්විල ප්‍රාදේශීය ලේකම් කොට්ඨාශය තුළ පිහිටි ඉහත සඳහන් පාසල්වල ප්‍රමුඛ ඉහත සඳහන් සාධකයන්හි බලපෑම හේතු කොට ගෙන පාසල් අධ්‍යාපනය සම්පූර්ණ නොකොට පාසල හැරුණුම ගැටලුවට මුහුණපා තිබේ.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. Campbell, D. and Stanley, J.C. (1963) Experimental and Quasi Experimental Design for Research.
2. Emory, C. William (1976) Business Research Methods Homewood.
3. Hammond R. and Mc. Cullagh, P.C. (1975) Quantitative Techniques in Geography, Oxford.
4. Sarantakos, S. (1998) Social Research Macmillan Press, London.
5. Vasanthan Kumaran (1997) Statistics made easy for Social Scientists, Dhorshana Publishers.
6. මුල්. මර්වින් ධර්මසිරි (2004) සමාජීය විද්‍යා පර්යේෂණ, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය.



සමාජ සමීක්ෂණ සැලසුම සහ ප්‍රශ්නමාලා ක්‍රමයෙහි භාවිතය

ධර්ම කිරිති ශ්‍රී රත්පත්

සමාජ සමීක්ෂණය යනු සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණවල ජනප්‍රිය පර්යේෂණ වර්ගයකි. ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් Survey යනුවෙන් හඳුන්වන මෙහි වචනාර්ථය වන්නේ seeing over යන්නයි. (Parameswaram, 1995, p.134;) මේ තුළින් සමකාලීන අවස්ථාවන් පිළිබඳ නිරවද්‍ය ලෙස දත්ත රැස් කිරීමක් සිදු කළ හැකි වේ. මෙය සමාජ විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රය තුළ පමණක් නොව අනෙකුත් සමාජීය විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රයන් තුළ දී ද පර්යේෂණ ක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබයි. සමාජ සමීක්ෂණ තුළින් පවත්වන මිනිසුන්ගේ පවන රටා, අර්ථ ක්‍රම, ආකල්ප, විශ්වාස ආදිය පිළිබඳ දත්ත, පරිසරාත්මක තත්ව, ආදිය පිළිබඳ සජීවී ගුණයෙන් යුත් පර්යේෂණයක් වන ඔවුන් පුස්තකාල පර්යේෂණවලට වඩා වෙනසක් දැකිය හැකි වේ.

සමාජ සමීක්ෂණ—සැලැස්ම විශාල ජන සමූහයන් පිළිබඳ සහ පරිසරාත්මක කාඩක පිළිබඳ සමීචත තොරතුරු හෙවත් දත්ත රැස් කිරීමේ පර්යේෂණ ව්‍යාපෘතියක් ලෙස ද විග්‍රහ කල හැකි වේ. මෙහි ප්‍රධාන ලක්ෂණය ලෙස සංඛ්‍යාත්මක හෙවත් ප්‍රමාණාත්මක දත්ත පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම විශේෂ වේ. සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමය පිළිබඳව ඉදිරිපත් කොට ඇති නිර්වචන ද මේ පිළිබඳව තේරුම් ගැනීමේ දී වැදගත් වනු ඇත.

"සමීක්ෂණය යනු තොරතුරු විස්තරාත්මකව ලබා ගැනීම හා ආදේශ කිරීමයි. (Denscombe, 1999, p. 06;)

"සමීක්ෂණය යනු විශාල පුද්ගල කණ්ඩායමක්, පිළිබඳ හෝ ආයතනවල විශේෂ ලක්ෂණ විග්‍රහ කිරීමයි." (Jaeger. 1988, p. 303;)

"වර්තමාන සමහර ආයතන, කණ්ඩායම් හෝ ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගෙන විශ්ලේෂණය කර අර්ථ කථනය කර වාර්තා කිරීමට දරනු ලබන සංවිධානාත්මක උත්සාහයකි." (Gupta 1999. p. 33;)

සුපරීක්ෂාකාරීව සැලසුම් කරන ලද දත්ත රැස් කිරීමේ විද්‍යාත්මක ක්‍රම මගින් නා නියැදි ක්‍රම මගින් විද්‍යාත්මක ක්‍රමය භාවිත කරමින් අධ්‍යාපනික ගැටලු සොයා බැලීමයි. (Page, and Tomas , 1979, p. 331;)

සමීක්ෂණයේ දී පර්යේෂකයා සොයා ගත් කරුණු සාමාන්‍යකරණය කිරීමට බලාපොරොත්තු වන ජනගහනයෙන් විශේෂ කණ්ඩායමක් තෝරා ගෙන ඔවුන්ගෙන් ලබා ගන්නා තොරතුරු විශ්ලේෂණය කොට නිගමනයන්ට එළඹීම මෙහිදී සිදු වේ. (Rosier, 1990, p. 107;)

මෙම සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය සඳහා දිගු ඉතිහාසයක් ඇති බව වාර්තා වේ. එහෙත් එය වර්තමාන සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය තුළ සාකච්ඡා කෙරෙන සමාජ සමීක්ෂණය නැමැති වචනය යටතේ නොවන බැවින් පැහැදිලි වේ. ඔයස්ටන් සියර් නැමැති අධිරාජ්‍යා එක්තරා දිනෙක තමාගේ ගමේ හෝ නගරයෙහි අයබදු ලැයිස්තුවට ඇතුළත් වීමට ස්වකීය ජනතාවට නියෝග කළ බැවින් පැහැදිලිය. වඩාත් ක්‍රමවත් ලෙස සිදු කළ සමාජ පර්යේෂණයක් ලෙස සඳහන් වන්නේ 18 වැනි සියවසේ ජෝන් හොවාඩ් (1726-1790) විසින් එංගලන්තයේ සිරගෙවල් පිළිබඳව කළ සමීක්ෂණයයි. (John Howard 1777;)

ඔහු ක්‍රමානුකූල සැලැස්මක් යටතේ දත්ත එකතු කරන ලද අතර ඒවා තුලනාත්මකව ද විශ්ලේෂණය කිරීමට උත්සාහ දැරීය.

ප්‍රංශයේ වාසය කළ ලේපෙල් (1806-1832) අවුරුදු විසිපහක් පමණ සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ අත්දැකීම් ගොඩනගා ගනිමින් සමීක්ෂණයට අලුත් අංග එකතු කොට ඇති බැවින් පැහැදිලි ය. තම අනන්‍යතාවය හෝ දක්වා දුගි පවුල් තුළින් ඔහු දත්ත රැස් කළේය. වර්තමානයෙහි සමාජ පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය තුළ දත්ත රැස්කිරීම සඳහා භාවිත කරන සහභාගිත්ව නිරීක්ෂණ

ශිල්පීය ක්‍රමය එදා ඔහු භාවිතයට ගත් බැවින් පැහැදිලිය. නිරීක්ෂණය සඳහා අවශ්‍ය විස්තරාත්මක උපදෙස් ආකෘතියක් ද ඔහු සාදා ගනු ලැබීය. ඔහු ස්වකීය පර්යේෂණ සඳහා ප්‍රත්‍යක්ෂ අධ්‍යයන ක්‍රමය ද යොදා ගත් අතර ආත්මීය හෝ වන දෘෂ්ටිකෝණ (Objective point of view) දත්ත විශ්ලේෂණය කළ බැවින් පැහැදිලිය. ආත්ම අදහස් වලින් (Subjective point of view) කිසිදු බලපෑමක් මෙම විවරණයන්ට සිදු නො විය.

සමාජ සමීක්ෂණ ඉතිහාසය පිළිබඳ විමසන විට එංගලන්තයේ විසු වාර්ල්ස් මුත් (1840-1916) ද වැදගත් වේ. ඔහු දත්ත රැස් කිරීම සඳහා සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය සහ ප්‍රශ්න මාලා ක්‍රමය වැදගත් වන බැවින් පෙන්වා දුන්නේය. මොහු එංගලන්තයේ දුප්පතුන් පිළිබඳ පර්යේෂණ කළේය. (Charles Booth, vol.1.5;)

ඔහුගේ සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය තුළ විශේෂයෙන් සංඛ්‍යා ලේඛන භාවිතය දැකිය හැකි වේ.

විසිවන ශතවර්ෂය මුල දී ඩී. එස්. රෝන්ට්‍රි යෝර්ක් නගරයේ වැඩ කරන ජනතාවගේ ජීවන තත්වය පිළිබඳ සමීක්ෂණය කළේය. ඔහුගේ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය තුළ තුලනාත්මක විශ්ලේෂණ ක්‍රමය දක්නට ලැබේ. 1895 තත්වයට වඩා 1938 දී යෝර්ක් නගරයේ කම්කරුවන්ගේ තත්වය 30% කින් පමණ වෙනස්වී ඇති බැවින් දත්ත තුලනය කිරීමෙන් පැහැදිලි වී ඇත. ඔහු ස්වකීය සමීක්ෂණය තුළ දී නියැදි ක්‍රමය භාවිතයට ගනු ලැබ ඇත. මොහුගේ පසු මහාචාර්ය ආතර් බවුලි (1912-1914) හා ඒ. ආර්. බර්නට් හර්ස්ට් (Bowely and Hurst, 1915) නියැදි ක්‍රම උපයෝගීකර ගනිමින් නගර අතර දත්ත තුලනය කොට විශ්ලේෂණය සිදු කර ඇත. මහාචාර්ය ආතර් බවුලි 1925 දී නගර තුලනාත්මකව සමීක්ෂණය කළ නිසා ඔහුගේ සමීක්ෂණය තුලනාත්මක සමාන්තර සමීක්ෂණ (Comparative Parallel Investigation) ලෙස ද හැඳින්වේ. පෝල් කොලෝන් වැන්නන් ඔහු විෂයීය ප්‍රවේශය (Multi disciplinary approach) දත්ත එකතු කිරීමේදී දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමේදී උපයෝගී කරගත් බැවින් පැහැදිලිය.

මුල් කාලීන මෙම සමාජ විද්වතුන්ගෙන් සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය දියුණු වී ඇති බැවින් පෙනේ. සමාජය සංකීර්ණ වීමත් සමග සමාජය තුළ ගොඩ නැගුණු ගැටලු ද සංකීර්ණ භාවයට පත් වී තිබේ. මුඩුකකු පැල්පත් බිහිවීම, සේවා විසුර්තිය, පංති විෂමතාවය, දුගී භාවය, වෙළඳ පොළ ගැටලු, නිෂ්පාදන පාරිභෝගික සබඳතා, ප්‍රේක්ෂක ප්‍රතිචාර පිළිබඳ ජනමත සමීක්ෂණ, ශ්‍රම හමුදාව පිළිබඳ ගැටලු ආදී බහුවිධ සමාජ ගැටලු සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමය තුළින් වර්තමානයේ අවධානයට යොමු වේ. මෙම එක් එක් ගැටලු අනුව සමාජ

සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්හි යම් යම් වෙනස්කම් ද දක්නට ලැබේ. නිදසුන් ලෙස ජනගහනය පිළිබඳ සමාජ සමීක්ෂණ, සංචාරක කර්මාන්තය පිළිබඳ සමාජ සමීක්ෂණ, පවුලේ අයවැය පිළිබඳ සමීක්ෂණ, සමාජ සංවලතාව පිළිබඳ සමීක්ෂණ, දේශපාලන වර්ග පිළිබඳ සමීක්ෂණ, අපරාධ පිළිබඳ සමීක්ෂණ, කර්මාන්ත සබඳතා පිළිබඳ සමීක්ෂණ, විවේකය ගත කිරීම පිළිබඳ සමීක්ෂණ, වෙළඳ පොළ පිළිබඳ සමීක්ෂණ, ගුවන පර්යේෂණ, විද්‍යුත් මාධ්‍ය පර්යේෂණ, ජනමාධ්‍ය සමීක්ෂණ යනාදී වශයෙනි.

මෙම සමීක්ෂණ සැලැස්ම ක්ෂේත්‍ර පර්යේෂණ සැලැස්මෙන් වෙනස් වේ. සමීක්ෂණය සංඛ්‍යාත්මක හෙවත් ප්‍රමාණාත්මක සාධක පිළිබඳව පුළුල්ව අවධානය යොමු කරන විට ක්ෂේත්‍ර පර්යේෂණ සැලැස්ම ගුණාත්මක දත්ත පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි. එහෙත් දත්ත පිළිබඳ ගුණාත්මක දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී ප්‍රමාණාත්මක දත්ත යොදාගත නැති බැවින් ද මෙම පර්යේෂණ සැලසුම් දෙකෙහි සංයුක්ත ස්වරූපයක් ද විද්‍යමානය. ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමය හා සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය ගුණාත්මක දත්ත රැස්කිරීම සඳහා යොදා ගනු ලබන අතර සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදයෙහි ප්‍රධානතම දත්ත රැස් කිරීමේ ශිල්පීය ක්‍රම දෙක වේ. මේ දෙක අතර වර්තමානය තුළ සමීක්ෂණ ක්‍රමයේ දී ජනප්‍රිය ක්‍රමය ලෙස ප්‍රශ්නාවලිය උපයෝගීකර ගන්නා අයුරු පැහැදිලිය. ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමය මුලිකාංගව සමාජය සමීක්ෂණය කළ හැකි වන්නේ ද සමාජය සාමාන්‍ය ස්වරූපයෙන් පවතින විට පමණි. සමාජය තුළ විවිධ ගැටලු නිර්මාණය වන විට අනෙකුත් ශිල්පීය ක්‍රම උපයෝගී කර ගනිමින් ඒ ඒ ගැටලුවලට අදාළව සමාජය ගුණාත්මකව පර්යේෂණ කළ හැකිය.

මානව පිටිතයේ සෑම අංගයක්ම සමීක්ෂණයට භාජනය කළ හැකි වේ. විශේෂයෙන් සමාජ විද්‍යාත්මක මතවාදයන්ට අනුව මිනිස් පිටිතයේ ප්‍රධාන අංග 4ක් සමීක්ෂණයට හසුවන බැවින් පෙන්වා දිය හැකිය. එනම්

1. ජනගහන විද්‍යාත්මක දත්ත
2. සමාජ වාතාවරණය
3. සමාජ ක්‍රියාකාරකම්
4. සමාජ ආකල්ප හා මගිමතාන්තර යනාදී වශයෙනි.

(රත්නපාල 1995, p. 85)

ඕනෑම ජනගහනයක් පිළිබඳ විද්‍යාත්මකව දත්ත සෙවීමේ දී විශේෂයෙන් සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබයි. විශේෂයෙන්ම පවුල්වල

විස්තර, දරුවන්ගේ සංඛ්‍යාව, විවාහක තත්වය, වයස් ප්‍රභේද, ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, සමූහ සංඛ්‍යාව, ආදිය මේ සඳහා නිදසුන් වේ.

සමාජ වාතාවරණය නැතහොත් සමාජ පරිසරය පිළිබඳව සමාජ සමීක්ෂණය තුළින් දත්ත සෙවිය හැකිය. නිදසුන් ලෙස ඉඩකඩම්, යාන වාහන, ගේ දොර, රැකිරිණ, ආහාර පාන, ඇඳුම් පැළඳුම්, යනාදියෙහි ස්වභාවය සහ පිටත තත්ව ස්වරූපය පිළිබඳ සෙවීම යනාදී වශයෙනි.

ඉහත තෙවන සාධකයෙන් පෙන්වා දෙන මිනිසුන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ අවබෝධකර ගැනීමේ දී සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය ඉතා වැදගත් වේ. මිනිසුන් ස්වකීය විවේක කාලය ගත කරන ආකාරය, ඔවුන්ගේ වියදම් රටාව, ශූච්‍ය විදුලියට සවන් දෙනවා ද? රූපවාහිනිය නරඹනවා ද? රූපවාහිනියේ කිනම් නාලිකාවන්ට වැඩි අවධානය යොමු කරනවා ද? වැඩියෙන් කියවන පුවත්පත කුමක් ද? යනාදී වශයෙනි.

සිටිවැනි සාධකයෙන් අවධානය යොමු වන්නේ මිනිසුන්ගේ සහ සමාජයේ මිනිසුන්ගේ ආකල්ප පිළිබඳවයි. ලිංගික විද්‍යාව පාසල්වල ඉගැන්වීම පිළිබඳ ඔබගේ ආකල්පය කුමක් ද? අසවල් නාණ්ඩිය පිළිබඳව සහ එහි සැකැස්ම පිළිබඳ ඔබගේ ආකල්පය කුමක් ද? විවාහවන විට කාන්තාව කනනාවියක් විය යුතු ද? යනාදී වශයෙන් ආකල්ප පිළිබඳ විමසිය හැකි වේ.

මෙලෙස සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමය තුළින් දත්ත රැස්කරනු ලබන්නේ නෝටා ගන්නා ලද ජනගහනයකින් හෙවත් නියැදි තුළිනි. මෙහි දී ප්‍රමාණාත්මක දත්ත හෙවත් සංඛ්‍යාත්මක දත්ත පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීම මෙම ක්‍රම වේදයේ විශේෂිතම ලක්ෂණය වේ. කාල්මාක්ස් ද ප්‍රංශයේ කම්කරුවන් 25000 ක් සමීක්ෂණයට භාජනය කළේ තමන්ගේ ස්වාමියා අතින් සුරාකෑමට ලක්ව ඇත්දැයි සෙවීමටය. එහි දී මොහු කම්කරුවන් 25000 ක් සමීක්ෂණයට භාජනය කළේ ප්‍රශ්නාවලි 25000 ක් ඔවුන්ට ලබා දීමෙනි. එම එක් ප්‍රශ්නාවලියක් තුළ ප්‍රශ්න 30ක් ඔහු ඇතුලත් කොට තිබුණි.

වර්තමානය තුළ සමාජ විද්‍යාව, ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය යන විෂයන් තුළ පමණක් නොව අනෙකුත් සෑම විෂය ක්ෂේත්‍රයක් තුළම සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය පුළුල්ව යොදා ගනු ලබයි. ලෝකයේ වඩාත් ප්‍රබල සඟරාවක් ලෙස සැලකෙන American Sociological Review සඟරාවේ පළවන බොහෝ ලිපිවල දත්ත රැස්කර ඇත්තේ සමාජ සමීක්ෂණ ශිල්පීය ක්‍රමය තුළින් බව පැහැදිලිය. සමාජ විද්‍යාඥයින් පෙන්වා දෙන්නේ විශාල ජනගහනයකින් දත්ත රැස් කිරීමේ

දී සමාජ සමීක්ෂණ ශිල්පීය ක්‍රමය තරම් වෙනත් සුදුසු ශිල්පීය ක්‍රමයක් නොමැති තරම් බවය. (රත්නපාල, පි. 87;) නියැඳී භාවිතය තුළින් සිදු කරනු ලබන සමීක්ෂණ නියැඳී සමීක්ෂණ හෙවත් නියැඳී අධ්‍යයනය ලෙස (Sample survey) හැඳින් වේ.

මෙම ප්‍රමාණාත්මක දත්ත සැලසුම සහ ගුණාත්මක දත්ත සැලසුම එකිනෙකින් වෙනස් වේ. සමීක්ෂණය තුළින් ප්‍රමාණාත්මක අගයන් මතුකර ගනී. (ගුණාත්මක නොවේ. එහෙත් ගුණාත්මකව දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා ප්‍රමාණාත්මක දත්ත උපයෝගී කරගත හැකි වේ.) මතුපිට දත්ත වලට මුල් තැනක් ලැබීම මෙහිදී සිදු වේ. නිදසුන් ලෙස ආදායම විභවය, රැකියා මට්ටම, පරිභෝජන රටාව, ණයගැති භාවය යනාදී වශයෙනි. සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමයේ දී සුවිශේෂී ලක්ෂණ රාශියක් දැකිය හැකි වේ. ඒ අතර

- සමස්ථය නියෝජනය කිරීම සඳහා නියැඳී භාවිත කිරීම.
- දත්ත රැස්කිරීමේ දී ප්‍රධාන ශිල්පීය ක්‍රමය ලෙස ප්‍රශ්නාවලිය භාවිත කිරීම.
- කෙටි කාලයක් තුළ විශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් ලබා ගැනීමට සහ විශ්ලේෂණය කිරීමට හැකිවීම.
- දත්ත රැස් කිරීමේ දී විශාල ප්‍රදේශයක් ආවරණය කිරීමට හැකිවීම. නිදසුන් ලෙස ගමක්, නගරයක්, දිස්ත්‍රික්කයක්, පළාතක්, (අවශ්‍ය වුවහොත් මුළු රටම) යනාදී වශයෙනි.
- අවශ්‍ය ප්‍රමාණයට පර්යේෂණ සහායකවරුන් යොදා ගැනීමට හැකිවීම.
- දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී වැඩිපුර සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ක්‍රම භාවිත කිරීම. යනාදිය ප්‍රධාන වේ.

සමීක්ෂණ සැලැස්මේ දී දත්ත රැස්කිරීම සඳහා වඩාත් ජනප්‍රිය සහ පෘථුල ශිල්පීය ක්‍රමවේදය බවට පත්කර ගන්නේ ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමයයි. විද්‍යුත් මාධ්‍ය විසින් ස්වකීය ප්‍රචාරක වැඩ සටහන් පිළිබඳ ස්වරූපය සෙවීම, වැඩසටහන් කාලය වෙනස් කිරීම, පුජා අවශ්‍යතා පිළිබඳ විද්‍යුතිකත්වයක් ගොඩ නගා ගැනීම, පුජා ආකර්ෂණයක් ගොඩනගා ගත යුත්තේ කෙසේද යනාදිය පිළිබඳ සෙවීමේ දී ද ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමය උපයෝගී කරගත හැකි වේ. ප්‍රශ්නාවලිය තුළින් ලැබෙන මෙම දත්ත ආයතනික සංවර්ධනය සඳහා පමණක් නොව රාජ්‍ය තාක්ෂික, පාලන, වාණිජ ආදී කටයුතු සඳහා ද උපයෝගී කර ගත හැකි වේ. සමාජ සමීක්ෂණ සැලැස්මෙහි ප්‍රධාන අදියර කිහිපයක් මෙසේ දැකිය හැකිය.

එනම්

1. පර්යේෂණ ගැටලුවක් සකසා ගැනීම
2. ගැටලුව අධ්‍යයනය සඳහා නියැඳී තෝරා ගැනීම.
3. දත්ත රැස් කිරීම සඳහා ප්‍රශ්න මාලාවක් සැකසීම හා එය අත්හදා බැලීම.
4. පර්යේෂණ සහායකයින් සමග අදාළ ප්‍රදේශයට යාම සහ දත්ත රැස්කිරීම.
5. දත්ත විශ්ලේෂණය සහ නිගමන, යෝජනා නිර්දේශයක් කරා පැමිණීම.

යනාදී වශයෙනි.

මෙම සමීක්ෂණ සැලැස්ම සඳහා ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසීමේ දී පර්යේෂකයා ඉතා ප්‍රවේශම් විය යුතු වේ. එයට ප්‍රධාන හේතුව වන්නේ දත්ත රැස්කිරීමේ ප්‍රධාන සහ එකම උපාය මාර්ගය වන්නේ ප්‍රශ්නාවලිය බැවිනි. නිවැරදි ප්‍රශ්නාවලියක් උපයෝගීකර ගැනීමෙන් පර්යේෂණයේ අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල දක්වා ගමන් කළ හැක. ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසීමේ දී ප්‍රධාන දත්ත වර්ග 4ක් පිළිබඳ පර්යේෂකයා විසින් අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

එනම්

1. පෞද්ගලික දත්ත
2. පරිසරාත්මක දත්ත
3. සමාජ ආර්ථික/වර්ගාත්මක දත්ත
4. ආකල්පමය/මානසික දත්ත

යනාදී වශයෙනි.

මේ පිළිබඳ නිදසුන් සහිතව පහතින් දැක්වේ.

1. පෞද්ගලික දත්ත

- 1.1 වාසගම/මුලඤ්ඤ සහිත නම
- 1.2 ශ්‍රී පුරුෂ භාවය
- 1.3 වයස
- 1.4 විවාහක අවිවාහක භාවය
- 1.5 පවුලේ කාමාචික සංඛ්‍යාව සහ පවුලේ ඔහු දරන ස්ථානය
- 1.6 වෘත්තිය

- 1.7 පදිංචි ග්‍රාම සේවා කොට්ඨාශය, සහ ලිපිනය
- 1.8 ජාතිය
- 1.9 ආගම

2. පරිසරාත්මක දත්ත

- 2.1 නිවාස පිළිබඳ තොරතුරු
- 2.2 කිට්ටුම හතරය
- 2.3 නගරයට ඇති දුර
- 2.4 නගරයට ගාමට ඇති පහසුකම්
පයින් ද..... ඩක් එකෙන් ද..... දුම්රියෙන් ද.....
- 2.5 කිට්ටුම රාජ්‍ය ආයතනය
- 2.6 කිට්ටුම පාසල
- 2.7 යොඩ්‍ය/රෝහල් පහසුකම්
- 2.8 ජල පහසුකම්
පොදු ලිං..... පෞද්ගලික ලිං..... හළ ලිං.....
- 2.9 වැඩිකිළි පහසුකම්
වල..... ජල මුද්‍රිත.....
- 2.10 ආගමික මධ්‍යස්ථානය
- 2.11 ආගමික මධ්‍යස්ථානයට ඇති දුර

3. සමාජ ආර්ථික දත්ත/ වර්ගාත්මක දත්ත

- 3.1 අධ්‍යාපන මට්ටම
- 3.2 රැකියාව කරන ස්ථානය
- 3.3 රැකියාවේ ස්වභාවය හෙවත් දැනට දරන තනතුර හෝ තනතුරු
- 3.4 දේපළ ඉඩම් තුන්තිය
- 3.5 එදිනෙදා පිටත වියදම
ආහාර..... බෙහෙත්..... ඇඳුම්..... අධ්‍යාපන..... අනෙකුත්.....
- 3.6 නාණ්ඩ පරිච්ඡේදන ස්වරූපය
වාහන..... විදුලිය..... දුරකථන..... ගැස්.....
- 3.7 ඉතිරි කිරීමේ ස්වරූපය
- 3.8 ණයගැති බව

- 3.9 විවේකය ගත කරන ආකාරය
- 3.10 නිවසෙහි ගත කරන කාලය
- 3.11 පවුලේ අනෙකුත් සාමාජිකයින්ගේ විස්තර

4. ආකල්පමය දත්ත/ මානසික දත්ත

- 4.1 වර්තමාන අධ්‍යාපන ක්‍රමවේද පිළිබඳ දරන මතය
- 4.2 නීති ක්‍රම පිළිබඳව දරන මතය
- 4.3 රාජ්‍ය සංවිධාන හා දේශපාලන ක්‍රම පිළිබඳ දරන ආකල්ප
- 4.4 ටෙලි නාට්‍ය/ චිත්‍රපට/ ප්‍රචාරණ පිළිබඳව දරන ආකල්ප
- 4.5 ආදර සම්බන්ධතා පිළිබඳ ආකල්ප
- 4.6 සිටිත් විටිත් අභිචාර ආදිය පිළිබඳ දරන ආකල්ප

සමාජ සම්බන්ධතා සඳහා ප්‍රයෝජනවලියක් සැකසීමේ දී ගැටලුවෙහි ස්වරූපයට අනුකූලව ඉහත සඳහන් දත්ත යොදා ගැනීම සිදුවිය යුතු වේ. ප්‍රයෝජනවලියකට ප්‍රයෝජන සැකසීමේ දී විවෘත උත්තර සහිත ප්‍රයෝජන, අසංවෘත උත්තර සහිත ප්‍රයෝජන හෝ ස්ථාවර ප්‍රභේද උත්තර සහිත ප්‍රයෝජන යනාදී වශයෙන් ප්‍රධාන ක්‍රමවේද දෙකට අනුකූලව ප්‍රයෝජන සම්පාදනය කළ හැකි වේ. පොලිසියේ මහජන සබඳතාව ඉතා දුර්වල මට්ටමක පවතී. එසේ වීමට හේතුව කුමක් ද? යනු විවෘත අවකාශයක් ඇති ප්‍රයෝජනයකි. විවෘත අවකාශයක් සහිත ප්‍රයෝජන සඳහා දත්ත දායකයාට අභිමත පරිදි පිළිතුරු දීමට හැකියාව පවතී. මෙවැනි ප්‍රයෝජන සඳහා ලැබෙන පිළිතුරු තුළින් පර්යේෂකයන් හෝ සිත මාවතකට පවා අවධානය යොමු විය හැකිය.

ප්‍රයෝජනවලියක සංවෘත අවකාශයක් සහිත ප්‍රයෝජන ද පර්යේෂකයා විසින් ඇතුළත් කරනු ලබයි. එවැනි ප්‍රයෝජනයකට අදාළ පිළිතුරු සිපයක් දත්ත දායකයාට සම්පාදනය කරනු ලැබේ. නිදසුනක් ලෙස ගුරුවරයකු ලෙස සේවය කිරීමට, මම

- (1) කැමති වෙමි
- (2) ඉතා කැමති වෙමි
- (3) අකමැති වෙමි
- (4) කිසිසේත් කැමති නො වෙමි

මෙහිදී තම අභිමත පිළිතුර පමණක් තෝරා දීම දැන් දායකයාගෙන් අපේක්ෂා කෙරේ. මෙ වැනි සංවෘත ප්‍රශ්න දැන් දායකයන් සිට දෙනෙකුට යොමු කළ ද ලැබෙන පිළිතුර මෙම හතරෙන් එකකි. තමාට අභිමත පරිදි පිළිතුරු දීමට දැන් දායකයන්ට නො හැකිවනු ඇත. යම් ප්‍රකාශනයක් කෙරෙහි එකක විම හෝ නො විම පිළිබඳ කරනු ලබන ප්‍රශ්න ද ප්‍රශ්නාවලියක ඇතුළත් වේ. නිදසුන් ලෙස වෘත්තීය යම්කි ආණ්ඩුවට අනවශ්‍ය ලෙස බලපෑම් කරනු ලබයි. ඔබ එකක වන්නේද?

- (1) ඔව්
- (2) නැත

මෙම නියමිත වරණයක් ඇති පිළිතුරු පහසුවෙන් වර්ග කිරීමේ හැකියාව ද ලැබේ. වනා ප්‍රතිඵල ප්‍රකාශ කිරීමේ හැකියාව තව ද මෙහි වාසියකි. ප්‍රශ්නාවලිය ගැටලුවට අදාළව නිසි ලෙස සැලසුම් නො කළ හොත් මෙම සංවෘත ප්‍රශ්න වලට කවර නිර්ණායක යටතේ පිළිතුරු දුන්නේ ද යන්න පර්යේෂකයා මුහුණ දෙන ගැටලුවකි.

මෙම සංවෘත ප්‍රශ්න තුළින් විමසන කරුණු තව දුරටත් පැහැදිලි කර ගැනීමට අවශ්‍ය වූ විට ඒ සඳහා තවද ප්‍රශ්න සිපයක් අනුබද්ධ කළ හැකි වේ. පහත සඳහන් නිදසුන සැලකිය හැකිය.

1. I. ඔබ මත්ද්‍රව්‍ය භාවිත කර තිබේ ද?

- ඔව් නැත

II. ඔව් නම් පහත සඳහන් කිනම් මත්ද්‍රව්‍යයක් ද?

- i). ගංජා ii). හෙරොයින්
- iii). හමිස් iv). එල්.එස්.ඩී.

III. ඔබ මෙම මත්ද්‍රව්‍ය භාවිතී කරන්නේ?

- i. තනිව සිටින විටදීය.
- ii. යහළුවන් සමඟ එකට සිටින විටදීය.
- iii. විවේකය ගත කරන විටදීය.
- iv. කලාතුරකිනි.

මෙහිදී 'ඔව්' කියා පිළිතුරු දුන හොත් ඉතිරි ප්‍රශ්න දෙකට ද පිළිතුරු දිය යුතුය. 'නැත' කියා පිළිතුරු දුනහොත් නැවතත් පිළිතුරු දිය යුත්තේ කිනම් ප්‍රශ්නයේ සිට ද යන්න පිළිබඳව පැහැදිලි මග පෙන්වීම ප්‍රශ්නය තුළම තිබිය යුතුය. පර්යේෂකයා ප්‍රශ්න ව්‍යාකූලත්වයකින් තොරව ඉදිරිපත් කිරීමට වග බලා ගැනීම ප්‍රශ්නාවලියේ ගුණාත්මක බව සඳහා හේතු වේ.

ප්‍රශ්නාවලිය වඩාත් දිගු නො විය යුතුය. ප්‍රශ්න සීමිත විය යුතු අතර ඉතා සුළු කාලයකින් පුරවා අවසන් කළ හැකි විය යුතුය. ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා ඉදිරිපත් කරනු ලබන ප්‍රශ්න ඉතා කෙටි විය යුතු අතර සරල මෙන්ම අර්ථය පැහැදිලි විය යුතුය. ප්‍රශ්න නිරවුල් විය යුතු අතර වෙනත් මාර්ග වලින් දැන් ලබා ගත හැකි ප්‍රශ්න මේ සඳහා ඉදිරිපත් නො කළ යුතුය. ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා පර්යේෂණ පරමාර්ථය සිතේ තබා ගෙන ප්‍රශ්න සැකසිය යුතු වේ.

ප්‍රශ්නය තුළ නියමිත අර්ථයක් තිබිය යුතු අතර අර්ථ දෙකක් එකම ප්‍රශ්නයක ඇතුළත් කිරීම හුසුදුසු වේ. එවිට දැන් දායකයාට පිළිතුරු දීමට අපහසු වේ. ඉදිරිපත් කරන ප්‍රශ්න තුළ නියෝජනය කරන අදහස් ඒ අයුරින්ම දැන් දායකයාටත් ග්‍රහණය වන්නේ ද යන්න පිළිබඳව පර්යේෂකයා සිතිය යුතු වේ. පර්යේෂකයාගේ පෞද්ගලික අදහස් ප්‍රශ්නාවලිය තුළින් ඉදිරිපත් නො විය යුතුය. ඔබ මෙයට එකක වන්නේ ද? යනුවෙන් ප්‍රශ්න ඉදිරිපත් නො කළ යුතුය. මෙවැනි ප්‍රශ්න තුළින් දැන් දායකයාට බලපෑමක් ඇති වනු ඇත.

භාවාත්මක ප්‍රශ්න ද ප්‍රශ්නාවලියකට ඉදිරිපත් කිරීම හුසුදුසුය. භාවාත්මක ප්‍රශ්න නිසා නිවැරදි උත්තරය නො ලැබෙනු ද ඇත. දේශපාලනය, සමාජ තත්වය, ලිංගික ජීවිතය, කුලය, ආදිය පිළිබඳව විමසන විට එම ප්‍රශ්න භාවාත්මක ලෙස නො යෙදිය යුතුය. නිදසුන් ලෙස 1939 දී එක්සත් ජනපදයේ

කරන ලද ජනමත සමීක්ෂණය සැලකිය හැකිය. තමන්ගේ පංතිය සටහන් කරන ලෙස එක් ප්‍රශ්නයකින් අසා තිබුණි. එයට පිළිතුරු ලෙස 85% ක්ම සඳහන් කොට තිබුණේ මධ්‍යම පන්තිය බවය. මෙම දත්ත නිරවද්‍ය නොවන බැවින් එයට අදාළ ප්‍රශ්නයේ ස්වරූපය වෙනස් කොට පහළ පංතිය වෙනුවට වැඩි කරන පංතිය යනුවෙන් යෙදිය. එවිට ප්‍රතිඵලය වූයේ නියැදියෙන් 57% ක් වැඩි කරන පංතිය බවට පත්වීමයි. මෙලෙස ප්‍රතිඵලය වෙනස් වීමට හේතුව මහජනතාවගේ ආකල්පයෙහි බලපෑමයි. ඔබේ පියා කුලී වැඩ කරන්නෙක් ද? යනුවෙන් ඇයිම තුළ ප්‍රතිග්‍රාහකයා කිසිමට පුළුවන. එවැනි ප්‍රශ්න පුද්ගලයා පිළිගැනීමට ද සුදානම් නො වනු ඇත.

එසේම පර්යේෂකයා විසින් භාෂා යෙදවිය පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කළ යුතු වේ. එහිදී සාම්ප්‍රදායික හෝ තාක්ෂණික වචන මුල් කර ගනිමින් ප්‍රශ්න නො සැකසිය යුතුය. නොද, තරක, උස්, පහත්, වැනි පක්ෂපාතිත්වය දක්වන වචන සහ වැඩි ඉදිරිපත් නො විය යුතුය. පර්යේෂකයාගේ අදහස් වලට අවනත කර ගැනීම සඳහා ප්‍රශ්න ඇසිය යුතු නොවේ. ඔබ X නැමැත පක්ෂයට කැමතියි නේද? යනාදී වශයෙන් නො ඇසිය යුතුය. මෙසේ ඇසුවිට පර්යේෂකයා එම පක්ෂයට කැමති නිසා ප්‍රතිග්‍රාහකයා ද 'ඔව්' යන පිළිතුර දීමට ඇති ඉඩ වැඩිය. තර්කන ක්‍රමයට අදාළව පිළිතුරු සැපයීමට අදාළ ප්‍රශ්න ද ඇතුළත් නො විය යුතුය.

සමාජ සමීක්ෂණය සඳහා ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසීමේ දී පර්යේෂකයා තවද කරුණු කීපයක් පිළිබඳව අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

1. ප්‍රශ්නාවලියේ සැකැස්ම හා නිමාව
2. ප්‍රශ්නාවලිය ලබන ප්‍රතිග්‍රාහකයින්
3. ප්‍රශ්නාවලිය තුළින් ලබා ගන්නා දත්ත
4. ප්‍රශ්නාවලිය සමඟ යවනු ලබන ආචරණ ලිපිය
5. ප්‍රශ්නාවලියට පිළිතුරු ලබා ගැනීමට යොදන උපක්‍රම යනුවෙනි. (රත්නපාල, 1995, පි. 169;)

ප්‍රශ්නාවලියක සැකැස්මෙහි හා නිමාවෙහි ආකර්ෂණීය බව ප්‍රතිග්‍රාහකයා එයට පිළිතුරු දීම සඳහා පෙළඹ විය හැකි සාධකයකි. ප්‍රශ්නාවලියෙන් ගැටලුවටම අදාළ ප්‍රශ්න ඉදිරිපත් කළ යුතු අතර එහි එකිනෙකට ගැළපෙන බව හා අනුපිළිවෙළක් තිබීම අවශ්‍ය වේ. ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසිය යුත්තේ ඒ පිළිබඳ විශේෂඥයකුගේ උපදේශයක් සහිතවය. ප්‍රශ්නාවලිය ග්‍රාහකයාට ඉදිරිපත් කිරීමට පෙර එය කිහිප වතාවක්ම විෂය පිළිබඳ අවබෝධයක් සහිත පුද්ගලයන්

කිහිප දෙනෙකු අතට දී පරීක්ෂා කරවා ගත යුතුය. තවද අදාළ නියැදි ප්‍රජාවේ කිහිප දෙනෙකුට ප්‍රශ්නාවලිය පිරවීමට උපදෙස් දී එහි දුර්වලතා තිබේ නම් නැවත සකසා ගැනීම වැදගත් වේ.

දත්ත රැස්කිරීමේ ක්‍රියාවලියේ වැදගත්ම සාධකය වන්නේ ප්‍රතිග්‍රාහකයන්ය. ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසීමේ දී හා දත්ත රැස් කිරීමේ දී ප්‍රතිග්‍රාහකයා පිළිබඳ සිතිය යුතු වේ. ප්‍රශ්නාවලියක් සැකසීමට පෙර පර්යේෂකයාගේ ඉලක්ක දත්ත දායකයන් (Target Source of data) සිටින ප්‍රදේශයන්හි ටික කලක් පිවත්වීම අවශ්‍ය වේ. ඒ තුළින් ඔවුන්ගේ සමාජ සංස්කෘතික ස්වරූපයන් පිළිබඳව අවබෝධ කරගත හැකි වේ. එම ප්‍රශ්නාවලියට එම බස්වහර සහ සංස්කෘතික ස්වරූප ඇතුළත් වීම තුළින් ඔවුන්ගේ ප්‍රශ්නාවලිය අළුත් දෙයක් ලෙස නො සිතෙනු ඇත. ප්‍රශ්නාවලියට පිළිතුරුදීමේ දී ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගේ විවිධ සාධක බලපානු ලබයි. ඒ අනුව ඒවා පිළිබඳව ද නිවැරදි හඳුනා ගැනීමක් පර්යේෂකයාට තිබීම වැදගත් වේ. එම සාධක අතර

- ප්‍රශ්නාවලිය ඉදිරිපත් කරන ආකාරය සහ ඔහුගේ චරිතය, ඔහුගේ මානසික ස්වභාවයන් සහ ඔහු ලබා ඇති අනුභූතීන්,
- එම සමාජ සංස්කෘතික ස්වරූපය, භූගෝලීය හා පරිසරාත්මක සාධක
- ප්‍රශ්නාවලිය පුරවන අවස්ථාවේ සමාජ පරිසරය
- ප්‍රශ්නාවලි පිරවීමට මොනොතකට පෙර සිදුවන ක්‍රියාවලිය
- ප්‍රශ්නාවලිය ඉදිරිපත් කරන්නාගේ චරිතය, දැනුම, සමාජ විද්‍යාත්මක හා මනෝ විද්‍යාත්මක දැනුම,

යනාදී වශයෙනි. (Rathnapala, 1986, p. 92-97)

පර්යේෂකයා මෙම සාධක පිළිබඳ අවධානය යොමු නො කිරීම තුළ අපේක්ෂිත ප්‍රයෝජන ලබා ගත නො හැකි වනු ඇත. සමහර අවස්ථාවල නිල බලතල යොදා ප්‍රශ්නාවලි පිරවීමට පෙළඹවීම් කළ හැකි වුවත් එය සාර්ථක නො වනු ඇත. ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ගේ තත්වය කුමක් ද? එය යටත්තේ කාට ද, යනාදිය පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් පර්යේෂකයාට තිබිය යුතුය.

ප්‍රශ්නාවලිය මනා ලෙස සැලසුම් කළ හොත් ඒ තුළින් ලබා ගන්නා ශ්‍රම දත්තයක්ම ප්‍රයෝජනයට ගැනීමට හැකි වේ. ප්‍රශ්නාවලීන් තුළින් එකතු කර ගනු ලබන දත්ත අවසානයේ දී (දත්ත විග්‍රහයේ දී) නො වැදගත් වන්නේ ගැටලුවට අදාළව ප්‍රශ්නාවලිය සැලසුම් නොවූ විටය. ප්‍රශ්නාවලිය දත්ත

වර්ගීකරණයට පහසු අයුරින් ද සැලසුම් විය යුතුය. ඒ අනුව ප්‍රශ්නාවලිය ප්‍රධාන කොටස් කිහිපයකට වර්ග කොට සංකේත අංක දීය හැකිවේ. නැතහොත් සෑම ප්‍රශ්නයකටම වුව ද සංකේත අංක දීය හැකි වේ. ඒ අනුව සිදු කරනු ලබන වර්ග කිරීම තාර්කික වේ. ප්‍රශ්නාවලියෙන් ලබා ගන්නා දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක ක්‍රමයද වැදගත් වනු ඇත.

ප්‍රශ්නාවලියක් තැපැල් මාර්ගකව යවන්නේ නම් ආවරණ ලිපියක් යැවීම අනිවාර්ය වේ. මෙය ඉතා කෙටි විය යුතුය. එම ආවරණ ලිපියෙහි පහත සඳහන් කරුණු අඩංගු විය යුතුය.

- ❖ ප්‍රශ්නාවලිය පිළිබඳ වගකීම දරන්නේ කවුද යන්න පිළිබඳව සහ මෙය විවෘත දෙයක් බවත් මෙහි ගුණාත්මක කිසිවක් නො මැති බව ග්‍රාහකයාට වැටහිය යුතුය.
- ❖ පර්යේෂණ පරමාර්ථ කෙටියෙන් පැහැදිලි කළ යුතුය.
- ❖ ග්‍රාහකයන් මෙම ප්‍රශ්නාවලියට පිළිතුරු දිය යුත්තේ ඇයි ද යන්න පැහැදිලිවම සඳහන් වීම අවශ්‍ය වේ. ප්‍රතිග්‍රාහකයන්ට තැනි වැනි යමක් ප්‍රදානය කරන්නේ නම් ඒ බැව් ආවරණ ලිපියෙහි සඳහන් කළ හැකිය.

මෙම ආවරණ ලිපිය කාර්මක නො වුන හොත් ප්‍රතිග්‍රාහකයාට ප්‍රශ්නාවලියට පිළිතුරු නො සැපයීමට ද හැකිය.

ප්‍රශ්නාවලියට පිළිතුරු ලබා ගැනීමට පර්යේෂකයා උපක්‍රමශීලී විය යුතුය. බොහෝ දුරට පර්යේෂකයන් ලවා ප්‍රශ්නාවලිය පුරවා ගත හැකිවන අතර ප්‍රතිග්‍රාහකයින්ට ද පිරවීම සඳහා අදාළ උපදෙස් ලබාදිය හැකි වේ. සහාය පර්යේෂකයන් මේ පිළිබඳව යොදා ගැනීම වඩාත් කාර්මක වන්නේ ප්‍රශ්නාවලියේ නිරීක්ෂක සටහන් යටතේ ඔහු ක්ෂේත්‍රයෙන් නිරීක්ෂණය කරනු ලබන දේ සටහන් කර ගැනීමට හැකි බැවිනි. ඒ අනුව ප්‍රශ්නාවලිය සමග සම්මුඛ සාකච්ඡාව නිරීක්ෂණය වැනි ශිල්පීය ක්‍රම භාවිත කිරීම තුළින් ලබා ගත් දත්ත ද සටහන් කර ගැනීමට හැකි වනු ඇත.

මේ අනුව ප්‍රශ්නාවලිය යනු සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය තුළ දත්ත රැස් කිරීමේ ප්‍රධානතම ක්‍රමවේදය බවත් ඒ තුළින් ප්‍රමාණාත්මක දත්ත රැස්කරන බවත් පැහැදිලිය. සමාජ සමීක්ෂණ ක්‍රමය සහ ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමය වර්තමාන ජනමාධ්‍යවේදීය පර්යේෂණයන්හි බහුලව යොදා ගන්නා බැව් පැහැදිලිය. මේ තුළින් වඩාත් ක්‍රමවත් ලෙසත් ඉක්මන් ලෙසත් දත්ත රැස්කළ හැකි වේ. අනෙකුත්

දත්ත රැස් කිරීමේ ශිල්පීය ක්‍රම හා සහඳා බලන විට මෙහි වාසි මෙන්ම අවාසිද දැකිය නො හැකි නොවේ.

මූලාශ්‍ර

1. Parameswaram, N, 1995, The art and science of Research in physical education and sport, New Delhi, Sterling-publishing, p. 134;
2. Denscombe, 1999 the good Research guide. New Delhi, Viva books, p. 06;
3. Jaeger. R.M. 1998, survey research method in education in complementary methods for research in education (Ed) Jaeger. R.M, Washington, American Education Research Association, p. 303;
4. Gupta S. 1999. Research methodology and statistical Techniques, New Delhi, Deep and Deep publications. p. 33;
5. Page, T. and J.B. Tomas, 1979, International Dictionary of Education, London, Kogan page, p. 331;
6. Rosier M.J.1990, survey research methods in Educational research methodology and measurement: An international hand book (Ed) Keeves, J.P. Oxford, Pergamon press, p. 107;
7. Nandasena Rathnapala, 1986, New Horizons in Research methodology, Sarvodaya Research Institute, p. 92-97;

12

ගුණාත්මක දත්ත රැස්කිරීම සහ ඉලක්කගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා: න්‍යාය සහ ව්‍යවහාරය

ප්‍රදීප් විරසිංහ

හැඳින්වීම

මහජනතාව සමඟ කටයුතු කරන බොහෝ දෙනාට තම දෛනික කාර්යයන්හි දී විවිධ නිගමනයන්ට වළඹීම සඳහා සහ විශ්ලේෂණ කාර්යයන් සඳහා පුද්ගල හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් ආශ්‍රිතව දත්ත, ලබා ගැනීමේ අවශ්‍යතාව පැන නගී. මේ ආකාරයට මහජනතාව සමඟ කටයුතු කරන වෛද්‍යවරු, හිඟිඤ්ඤයන්, සමාජ ක්‍රියාකාරකයින්, සෞඛ්‍ය සේවකයින්, කෘෂි නිලධාරීන්, මහෝ උපදේශකවරු, ජනමාධ්‍යකරුවන් සහ විවිධ පර්යේෂකයින් තමන්ට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා ඔහුලට භාවිතයට ගන්නා ජනප්‍රිය ක්‍රමවේදයක් වශයෙන් සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේදය හඳුනා ගත හැකිය. සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේදය වලදායීව හා නිවැරදිව භාවිත කිරීම තුළින් ඉහළ ගුණාත්මක භාවයෙන් යුත් දත්ත ලබා ගත හැකිවන මෙන්ම මහජනතාව හා අන්වරදීම් ද මග හරවා ගත හැකිය. මේ සඳහා සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේද අධ්‍යයන කිරීමේ සහ ඒ ආශ්‍රිත කුසලතා ප්‍රගුණ කිරීමේ අවශ්‍යතාව පැහැනගියි.

සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේද උපාය මාර්ග වශ භාවිත කරන පුස්තක, අරමුණ, සංදර්භය සහ අවස්ථාව අනුව එකිනෙකට වෙනස් විය හැකිය. මෙම වියමන මගින් සලකා බලන්නේ සමාජ විද්‍යා, සංවර්ධන අධ්‍යයන සහ ජනමාධ්‍ය

අධ්‍යයන විෂය ක්‍ෂේත්‍රයන් හි පර්යේෂණ කාර්යයන් හි දී ගුණාත්මක දත්ත රැස්කිරීම සඳහා භාවිතයට ගත හැකි සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේදයන් අතරින් ඉලක්කගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා (Focus Group Discussion - FGD) ක්‍රමවේදය පිළිබඳවයි.

බොහෝ පර්යේෂකයින් ක්‍ෂේත්‍ර ක්‍රියාකාරකම් වලදී ප්‍රථම සමග කටයුතු කිරීමේ දී මුහුණ දෙන ප්‍රධාන ගැටලු සිපයක් සම්මුඛ සාකච්ඡා ආශ්‍රිතව හඳුනාගත හැකිය. ප්‍රථම අතරින් පුද්ගලයෙකු හෝ පුද්ගල කණ්ඩායමක් තෝරා ගන්නේ කෙසේ ද? ඔවුන් සමග සබඳතා ගොඩනගා ගන්නේ කෙසේ ද? ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු දීමට අනුබල දෙන අතරම, පිළිතුර අපේක්ෂා කිරීම, නිවැරදි එකක් බවට පත් කරගන්නේ කෙසේ ද? ගුණාත්මක දත්ත රැස්කිරීම සඳහා භාවිත කළ හැකි වඩාත් වලදායී සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමවේදය කුමක් ද? ආදී ගැටලු වලට පිළිතුරක් සපයා ගැනීමට මෙම වියමනෙන් උත්සාහ කෙරේ.

ඉලක්කගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා (Focus Group Discussion - FGD)

මෙම ක්‍රමවේදය මුල්කාලීනව භාවිත වූයේ අලෙවි පර්යේෂණ ක්‍ෂේත්‍රය තුළය. ඒත් මෑත කාලයේ එය සංවර්ධන ක්‍රියාදාමයන් පිළිබඳව මහජනතාවගේ තේරුම්ගැනීම්, හැසිරීම් මත, අදහස්, ප්‍රතිචාර ලබා ගැනීමටත් ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා සහ අපේක්ෂාවන් නිවැරදිව හඳුනා ගැනීමට ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා ක්‍රමවේදය බහුලව භාවිත කෙරේ. ඉහළ ගුණාත්මක බවකින් යුතු දත්ත ලබා ගැනීම සඳහා භාවිතයට ගත හැකි ප්‍රබල ක්‍රමවේදයක් වශයෙන් මෙහි වලදායීතාව විවිධ සමාජ විද්‍යාත්මක, සන්නිවේදන සහ සංවර්ධන අධ්‍යයන පර්යේෂණ වලදී අත්දැකීමෙන් පසක් වී තිබේ.

ක්‍රමවේදය සහ භාවිතය (Method & Practice)

ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා (Focus Group Discussion - FGD) ක්‍රමවේදය යන පර්යේෂණ කාර්යයන් සඳහා භාවිත කරන පර්යේෂකයා මුලින්ම කළ යුත්තේ ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම තෝරා ගැනීමයි. කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් එකම වර්ගයකට, (homogeneous) (එනම් ඔවුන්ගේ අධ්‍යයන මට්ටම, ජීවන රටාව, ආර්ථික තත්ත්වය ආදිය අනුව හෝ එකම ප්‍රශ්නයට, එකම අත්දැකීමට

මුහුණ දුන් අයත් පුද්ගලයන් තෝරා ගැනීමට මෙහිදී අවධානය යොමු කළ යුතුය. තෝරා ගනු ලබන කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් ප්‍රමාණය 6 යේ සිට 12 දක්වා අතර විය යුතුය. කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් සංඛ්‍යාව 6 වඩා අඩුවුවහොත් සාකච්ඡාව අර්ථවත්වීම, විවිධ මත ප්‍රකාශන ගැඹුරු සාකච්ඡාවක් බවට පත් කරගත නොහැකි අතර එමගින් සියලුම දත්තයන් ප්‍රමාණවත් ආකාරයට ලබා ගැනීමට නො හැකි වේ. කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් ප්‍රමාණය 12 දෙනෙකුට වැඩි වුව හොත් සාකච්ඡාව අතරතුර සෑම පුද්ගලයෙකුටම කටා කිරීමේ-අවස්ථාව නොලැබී යා හැකිය. අතින් අතට එවැනි තත්ත්වයක් තුළදී කණ්ඩායම තුළ උප කණ්ඩායම් හෝ කුඩා කණ්ඩායම් නිර්මාණය වීමටත් පුස්තක මාතෘකාවෙන් බැහැර වෙනත් උප සාකච්ඡා කණ්ඩායම තුළ සිදුවීමටත් ඉඩ තිබේ. මෙම තත්ත්වයන් මඟහරවා ගැනීම සඳහා කණ්ඩායම 6-12 ප්‍රමාණයට සීමා කිරීමට වගබලා ගැනීම වැදගත් වේ. ඔබේ පර්යේෂණ අභිමතවර්ත අනුව ඉලක්කගත කණ්ඩායම, රැකියා විරහිත තරුණ තරුණියන්, ග්‍රාමීය කාන්තාවන්, කිරිදෙන මව්වරු, කම්කරුවන්, ගොවීන්, සමෘද්ධිලාභීන්, රජයේ සේවකයින්, ආදී වශයෙන් තෝරාගත හැකිය.

ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡාව සඳහා මූලික වශයෙන් පාර්ශව තුනක් සහභාගි වේ. එනම් කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින්, පහසුකම් සලසන්නා (Facilitator) සහ නිරීක්ෂක (Observer) යනාදී වශයෙනි.

පහසුකම් සලසන්නා (The facilitator)

සාකච්ඡාව මෙහෙයවනු ලබන්නේ පහසුකම් සලසන්නා (Facilitator) විසිනි. ඔහුගේ මූලික කාර්යභාරය වන්නේ පර්යේෂණ පුස්තකය පිළිබඳව කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින්ට අදහස්, මත, තොරතුරු, හැකිම් ඉදිරිපත් කිරීමට හැකිවන අන්දමේ ප්‍රයත්න මතු කිරීමයි. මෙහිදී පහසුකම් සලසන්නා සාකච්ඡාවට මැදිහත් විය යුත්තේ අවම මට්ටමිනි. ඔහුගේ පෞරුෂත්වය මතු වන්නට ඉඩ නො තැබිය යුතුයි. ප්‍රයත්න මතු කිරීමේදී හෝ සාකච්ඡාව අඛණ්ඩව පවත්වාගෙන යාමේ දී ඉතාමත් අවධිමත් සරල විධික්‍රමයක් භාවිතයට ගැනීම වලදායි වේ. මෙහිදී සෘජු ප්‍රයත්න වෙනුවට වචන කිහිපයක අවධිමත් කරුණු මතු කිරීමක් කර කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින්ගේ අවධානය එම කරුණු කෙරෙහි යොමු කිරීමට පුළුවන. මේ ආකාරයට පහසුකම් සලසන්නා තම භූමිකාව හැඩගසා ගැනීමේ අරමුණ වන්නේ ඉලක්ක කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින්ට හැකි තරම් සැහැල්ලු හැකිමක් ලබා දී ඔවුන්ට නිදහසේ අදහස්, හැකිම්, ප්‍රතිචාර, තොරතුරු පළ කිරීමට සුදුසු වට පිටාවක් නිර්මාණය කිරීමයි.

සාකච්ඡාව අතරතුර පහසුකම් සලසන්නාට විවිධ උපායමාර්ග භාවිත කිරීමට සිදු වේ. නිදසුනක් වශයෙන් එක් අතකින් කණ්ඩායමේ සියලුම සාමාජිකයින්ට තම අදහස් පළ කිරීමට අවස්ථාව ලබාදීම සහ එම අදහස් අගය කළ යුතු නමුත් අතින් අතට ඔවුන්ගේ අදහස්වලට පහසුකම් සලසන්නා සෘජුව ප්‍රතිචාර නො දැක්වීමට වගබලාගත යුතුය: (“එම අදහස හොඳයි”. “ඔබ හොඳ අදහසක් කීවා”..... ආදී වශයෙන් පැවසීමෙන් කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් වෙනත් අදහස් ඉදිරිපත් කිරීමෙන් වැළකී සිටීමට ඉඩ තිබේ.)

ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡාවේ දී පහසුකම් සලසන්නා විවෘත අවකාශයක් තිබෙන ප්‍රයත්න මතු කරමින් සාකච්ඡාවට මග පෙන්විය යුතුය. ඔවු, නැත අන්දමේ පිළිතුරු නො ලැබෙන ආකාරයේ ප්‍රයත්න ඔහු ඇසීම වැදගත්ය. මීට අමතරව පහසුකම් සලසන්නා තම භූමිකාව තුළ පහත සඳහන් කරුණු කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කළ යුතුය.

- i. කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් පළ කරන අදහස් පිළිබඳව තම මතය ප්‍රකාශ කිරීමෙන් වැළකී සිටීම.
- ii. පහසුකම් සලසන්නා කිසිම කරුණක් පිළිබඳව තමාගේ නිගමනවල නො සිටීම.
- iii. සාකච්ඡාව ස්වභාවික ආකාරයට වර්ධනය කරන අතරම නියමිත ඉලක්කයක් කරා යොමු කිරීම සහ සාකච්ඡාවේ මැද භාගය වනවිට පුස්තක මාතෘකාව පිළිබඳව ගැඹුරු විශ්ලේෂණයක් කිරීමට හැකිවන තත්ත්වයට කණ්ඩායම යොමු කිරීම.
- iv. කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් වැරදි තොරතුරු සපයන්නේ නම් ඒ බව සඳහාගෙන ඒ බව හෙළිදරව් වන ආකාරයට ප්‍රයත්න මතු කිරීම.
- v. කණ්ඩායම් සාකච්ඡාව අතරතුර වැඩියෙන් අදහස් පළ කරන කාන්තාවන්, තරුණයින්, සිටිය හැකි අතර තවත් සමහරු ඉතාම අඩුවෙන් කටා කිරීමට ඉඩ තිබේ. මෙවැනි අවස්ථාවක දී වැඩියෙන් කටාකරන්නන් මගහරිමින් අඩුවෙන් කටාකරන්නන් කටා කිරීමට පෙළඹවීමට පහසුකම් සලසන්නා වග බලා ගැනීම.
- vi. ඇතැම් විශේෂ කරුණු, දේශපාලන අරමුණු, පෞද්ගලික අරමුණු, විරුද්ධවාදීකම් තිබෙන පුද්ගලයින් එම අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට

ජනමාධ්‍යවේදය

මෙම කණ්ඩායම් සාකච්ඡාව ඉතා සියුම්ව යොදා ගැනීමට ඉඩ තිබේ. ඒවා මගහැරීම පහසුකම් සලසන්නාගේ වගකීමයි.

නිරීක්ෂක (The Observer)

කණ්ඩායම් සාකච්ඡාව අතරතුර කණ්ඩායම් සාමාජිකයින්ගේ හැසිරීම, ක්ෂණිකව දක්වන ප්‍රතිචාර, උනන්දුව වැඩිවන අවස්ථා, උදාසීන ඔවක් දක්වන අවස්ථා, ආදී වශයෙන් සාකච්ඡාවේ සෑම මොහොතක්ම නිරීක්ෂණය කර සටහන් තබාගැනීම සහ ඉදිරිපත් වන අදහස්, මත, තොරතුරු, හැකිමී සටහන් කර ගැනීම ද නිරීක්ෂකගේ මූලික කාර්යභාරය වේ. මෙහිදී වඩාත් යෝග්‍ය වන්නේ කණ්ඩායම තුළ සිටින එක් එක් සාමාජිකයා නිරීක්ෂණය සඳහා එක් එක් නිරීක්ෂකයකු බැගින් සිටීමයි. සාකච්ඡාව අවසානයේ සාකච්ඡාවේ දී ඉදිරිපත්වූ කරුණු නිරීක්ෂක විසින් කණ්ඩායම හමුවේ කියවා එහි වැරදි ඇතොත් නිවැරදි කිරීම් කිරීමට කණ්ඩායම් සාමාජිකයින්ට අවස්ථාව ලබාදීමෙන් දත්තවල නිවැරදිභාවය සහ ගුණාත්මකභාවය ඉහළ නංවාගත හැකිය.

භාවිතය (Practice)

ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා ක්‍රමවේදය ගුණාත්මක ඔවින් ඉහළ දත්ත ලබාගැනීමේ ප්‍රබල භාවිතය වන්නේ නිදහස්, අවිධිමත් වටපිටාවක් තුළ පුද්ගලයින් තමන්ගේ අදහස්, ප්‍රතිචාර, තොරතුරු, කරුණු අවංකවම ඉදිරිපත් කිරීමට පෙළඹීමයි. මෙහිදී සාමාන්‍ය සම්මුඛ සාකච්ඡාවක දී මෙන් ප්‍රශ්නකරුට අවශ්‍ය පිළිතුර මෙය යැයි සිතා පිළිතුරු දෙන්නා විසින් පිළිතුරු දෙන ස්වභාවයක් ඇති නොවේ.

මෙම පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය අඩු අධ්‍යාපන මට්ටමක් සහිත පුද්ගල කණ්ඩායම් සහ ආන්තික ප්‍රජා කණ්ඩායම් ආශ්‍රිත තොරතුරු ලබාගැනීම සඳහා ප්‍රබල ආකාරයට භාවිත කළ හැකිය. මීට අමතරව ජනමාධ්‍ය සංදේශ පිළිබඳව ගුණාත්මක දත්ත රැස් කිරීම සඳහා ද මෙම පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය ඔහුලව භාවිතයට ගනු ලැබේ.

මෙහිදී සිදු වන්නේ ඉලක්කගත කණ්ඩායම වෙත පොදු අත්දැකීමක් ලබා ගැනීමට සලස්වා එම අත්දැකීම ලබන අතරතුර කණ්ඩායමේ සාමාජිකයින් නිරීක්ෂණය කිරීම සහ අත්දැකීම් ලබා ගැනීමෙන් පසුව කණ්ඩායම් සාකච්ඡා

තුළින් ප්‍රතිචාර ලබා ගැනීමයි. නිදසුනක් වශයෙන් තෝරාගත් පුද්ගල කණ්ඩායමට රූපවාහිනී වැඩසටහනක්, සිනමාපටයක්, නැරඹීමට සලස්වා හෝ ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් අසන්නට සලස්වා එසේ නැතහොත් තෝරාගත් පිංතූර කිහිපයක් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රයක් මගින් පෙන්වා ප්‍රශ්න ඇසීම සිදු කරනු ලැබේ. මෙහි තිබෙන විශේෂත්වය වන්නේ කණ්ඩායමේ සියලුම සාමාජිකයින්ට එකම අත්දැකීම ලබාගැනීමට අවස්ථාව සැලසී තිබීමයි. ඒ පිළිබඳව ඔවුන්ගේ ප්‍රතිචාර ලබාගැනීම ඉලක්කගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡාව මගින් කළ හැකිය.

සීමා (Limitation)

ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡාවට සහභාගිවන පුද්ගල කණ්ඩායම, පර්යේෂකයා නොදන්නා භාෂාවක් හෝ සංස්කෘතියකට අයත්වන අවස්ථාවක, මෙම පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය භාවිත කිරීම ගැටලු සහගතය. මීට අමතරව අධ්‍යාපන මට්ටම, බුද්ධි මට්ටම, සමාජීය පසුගාමීඛව, සංස්කෘතික අනම්‍යතාවන්, ඡන්තුවෙන් මෙම ක්‍රමවේදය භාවිතා කිරීමේ ගැටලු මතු විය හැකිය. මෙවැනි චාතාවරණයක් තුළ දී මග පෙන්වීම් ඉලක්ක ගත කණ්ඩායම් සාකච්ඡා (guided focus group Discussion - GFGD) ක්‍රමවේදය මේ සඳහා ආදේශ කිරීම කෙරෙහි සලකා බැලීමට පර්යේෂකයාට සිදු වේ. මෙහිදී පහසුකම් සලසන්නා සහ නිරීක්ෂක තෝරාගනු ලැබූ කණ්ඩායමේ සාමාජිකයන් සමග එක්වී අසන ප්‍රශ්න පිළිබඳව ඔවුන්ට අවබෝධයක් ලබා දී ඔවුන් සමඟ එක්වී ඒවාට පිළිතුරු සැපයීමට උත්සාහ කරනු ලැබේ. ඇතැම්විට මේ සඳහා විශාල කාලයක් ගතවීමට ඉඩ තිබෙන අතර භාෂා පරිවර්තකයින්ගේ සහය ලබා ගැනීමට ද අවශ්‍ය විය හැකිය. අදාළ කරුණු හඳුනාගැනීම, ඔවුන් ඒවාට පිළිතුරු දීමට දෙබරමත් කිරීම, අපහැදිලි, අවිශ්වාස සහගත තැන් නිවැරදි කිරීමට මැදිහත්වීම මෙහිදී පහසුකම් සලසන්නාගේ සහ භාෂා පරිවර්තකයන්ගේ කාර්යයන් අතර වේ. එනම් මෙම පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයේ දී මගපෙන්වීම, නිසා ලැබෙන තොරතුරු, අදහස්, හැකිමී, පක්ෂපාති වීමට බොහෝ විට ඉඩ තිබේ. ඇතැම්විට පුර්ව නිගමන සහිත පෙර සුදානම් පිළිතුරු ද ලැබිය හැකිය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. Cushner, K. Brislin R, (1996) Intercultural Interactions: Thousand oaks, calif: Sage;
2. Eckman p.(Ed) Emotion in the human face. Cambridge University press; 2nd Ed;
3. Gorden, R.L. (1969) Interviewing: strategies, Techniques & tactics. Homewood III, Dorsey press;
4. Keates, Daphne- Interviewing, Viva Books Pvt. Ltd, New Delhi, 2002;
5. King, N(1994) The qualitative research interview, London, Sage;
6. UNESCO – Community Radio Handbook, UNESCO- 2001;



සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණයන්හි භාවිත
 ආකල්ප ඇගයීම හා ආකල්ප
 මිනුම් ක්‍රම

එම් සී ස්වර්ණලතා පෙරේරා

සෑම මිනිසෙකුම යම් වස්තුවක් පිළිබඳ, යම් ක්‍රියාවක් පිළිබඳ, යම් සිද්ධියක් පිළිබඳ හෝ අවස්ථාවක් පිළිබඳ ධනාත්මක හෝ ඍණාත්මක ආකල්පවලින් යුක්ත වේ. මෙම ආකල්ප පුද්ගලයාගේ ක්‍රියාවන් මෙහෙයවීම සඳහා යම් දිශානතියක් ඇති කරවයි. පිවිතයේ විවිධාකාර වූ හැසිරීම් රටාවන් මෙම ආකල්ප තුළින් ගොඩ නැගෙන අතර දැනුම අනුකාරයෙන් ඒවා තවදුරටත් හවිඛවනය කළ හැකි වේ.

කමකාලීන සමාජ විද්‍යාවේ නිරන්තරයෙන් ආකල්ප පිළිබඳ සංකල්පවේදයන් විවිධ පර්යේෂණයන්හි යොදාගෙන ඇති අතර ඒවා තුළින් න්‍යායාත්මක විග්‍රහයන් ද ඉදිරිපත් කර ඇත. එය හුදෙක් සමාජ විද්‍යාවට පමණක් නොව සියලු වර්ග විද්‍යාවන් හි සාකච්ඡාවට යොමු වී ඇති සංකල්පවේදයකි. සමාජ මනෝවිද්‍යාව නිර්වචනය කරන තෝමස් හා ස්නැනියෙකි (Thomas and Znaniecki 1918) එය ආකල්ප පිළිබඳ කරන අධ්‍යයනයක් ලෙස හඳුන්වා දී ඇත. ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ ‘Attitude’ යන වචනය ලතින් භාෂාවේ ‘Optus’ යන වචනයෙන් හිත්ත වූවකි. යෝග්‍ය නැතිනම් ගැළපෙන යන අර්ථය එයින් ප්‍රකාශ වේ.

ආකල්ප පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක ව්‍යුහයන් ඉදිරිපත් කළ අය අතුරින් හර්බර්ට් ස්පෙන්සර් (Herbert Spencer) ඔහුගේ “First Principles” (1862) නම් කෘතියේ ඒ පිළිබඳ මෙසේ සඳහන් කර ඇත. එනම්, “යම් ගැටුම්කාරී ප්‍රශ්නයක් සඳහා වන හිච්චිදි එළඹීමකි.” යනුවෙනි.

කොන්සයිස් ඔක්ස්පර්ඩ් (Concise Oxford) ගබ්ද කෝෂයේ විග්‍රහයන්ට අනුකූලව “ආකල්ප යනු වින්තනය හා විශ්වාස මත පදනම් වූවකි”

සමපරීක්ෂණාත්මක සමාජ මනෝ විද්‍යාවේ ආරම්භයේ සිටම (1930 න්‍යාන්වල) ආකල්ප හා මනෝ විද්‍යාත්මක ගති ලක්ෂණ අතර සම්බන්ධය කෙරෙහි අවධානය යොමුකර ඇත. මෙම විග්‍රහයන් අතුරින් ඕල්පෝට් (Allport, 1935) විසින් ආකල්ප පිළිබඳව ඉදිරිපත් කළ විග්‍රහය ඉතා වැදගත් වේ. එනම්, පුද්ගලයා ඔහුගේ අත්දැකීම්වලට අනුව සමාජ අවස්ථාවන්ට හා සිද්ධීන්ට ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ දී ඇතිවන මානසික හා ස්නායුගත කැමැත්ත හා සංවිධානාත්මක ස්වභාවය ආකල්ප ලෙස විග්‍රහ කර ඇත. ඔහුගේ අදහසට අනුව ඇමරිකානු මනෝ විද්‍යාවේ අත්‍යවශ්‍යම හා වඩාත් පැහැදිලි සංකල්පයක් ලෙස ආකල්ප හඳුන්වා දී ඇත. ඇතැම් මනෝ විද්‍යාඥයින් විසින් ආකල්ප ජන්ම ගතියක් ලෙස නැතිනම් යම් උත්තේජනයන්ට ප්‍රතිචාර දැක්වීමක් වශයෙන් පිළිගෙන ඇත. එහෙත් බොහෝවිට හෝ පොල්සම් විසින් එය හුදෙක් සමාජ මනෝ විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයට පමණක් සීමාවූවක් නොව මිනිස් චර්යාව අධ්‍යයනයන්හි විවිධ ක්ෂේත්‍ර ගනනාවක් හා සම්බන්ධිත බව පැහැදිලි කර ඇත.

ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයෙහි දී ආකල්ප පිළිබඳ වැඩි අවධානයක් යොමු කරයි. ප්‍රජාව දැනුවත් කිරීමේ දී, ඔවුන්ගේ අදහස් වෙනස් කිරීමේ දී හෝ නව අදහස් ගොඩනැගීමේ දී ආකල්ප ඉමහත් බලපෑමක් ඇති කරවයි. එසේම භාෂාව හා සේවා පරිච්ඡේදනය පිළිබඳව ද, නිෂ්පාදකයාගේත්, පාරිභෝගිකයාගේත්, අලෙවිකරුවාගේත් ආකල්ප සකස් කිරීම, වෙනස් කිරීම, ආකල්ප ගොඩනැංවීම, තිබෙන ආකල්ප බැහැර කිරීම ආදී කර්තව්‍යයන් සඳහා වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ දී සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් විශේෂ අවධානයක් මේ සඳහා යොමු කරයි. හිඳහුනක් වශයෙන් පසුගිය මැතිවරණ සමයෙහි රූපවාහිනී නාලිකා ඔස්සේ ජනතාවගේ ආකල්ප වෙනස් කිරීමට ගත් එක්තරා ප්‍රයත්නයක් වශයෙන් S.M.S.පණිවුඩ තුළින් ප්‍රේක්ෂකයා දරන අදහස් ඇගයීමකට ලක් කිරීම හඳුන්වා දිය හැක. එසේම නොයෙකුත් සංනිවේදනයන් තුළින් ලිංගික ක්‍රියාවන් පදනම් වූ නාට්‍ය හෝ වෙනත් වෙළඳ ප්‍රචාරණවලට ජනතාව දක්වන ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක ප්‍රතිචාර සන්නිවේදනයේ ප්‍රතිඵලයක් වන අතර එමගින් විවිධ වූ විෂමතාවයන් සමාජයේ ජනිත කළ හැක. මෙහි අවසාන ප්‍රතිඵලය වන්නේ සමාජයේ හුවමනා

දරු උපත් ඇතිවීම, ගබ්සා වැඩිවීම ආදී සමාජ අහිතකර විපත් ඇතිවීමය. (Dennis and David 1989).

ආකල්ප හා සමාජ සිද්ධීන් අතර වන සම්බන්ධතාවය හොඳා බැලීමේ දී අන්තර් පුද්ගල සම්බන්ධතා පැවැත්වීමේ දී ආකල්පවල ස්වභාවය බෙහෙවින් බලපානු ලබයි. සමාන ආකල්පයන්ගෙන් යුත් පුද්ගලයන් අන්‍යෝන්‍ය සහයෝගයකින් කටයුතු කරන අතර ප්‍රතිචාරෝධී ආකල්පයන්ගෙන් යුත් පුද්ගලයින් අතර නිරන්තරයෙන් අදහස් හා ක්‍රියාදාමයන්හි එක්තරා ගැටුම්කාරී තත්වයක් මතු විය හැක. එසේම පුද්ගලයින් පිළිබඳව හෝ වස්තූවක් පිළිබඳව ඇතිවන අදහස් ආකල්ප පුද්ගලයින්ගේ මනස හා සමග සම්බන්ධ වූවක් නිසා ආකල්ප බහු විධ ප්‍රතිමානයන්ගෙන් හා සංකීර්ණත්වයන්ගෙන් යුක්ත වේ. අප ලබා ගන්නා තොරතුරුවලට අනුව තීරණ ගනු ලබන හෙයින් මෙම තීරණ ආකල්ප සකස් වීමෙහි ලා බෙහෙවින් බලපානු ලබයි.

ආකල්ප වනාහි ඉගෙන ගනු ලබන දෙයකි. ඒවා මනෝමය ප්‍රේරණයන්ගෙන් වෙනස් වේ. බඩගින්න ප්‍රේරණයකි. එහෙත් බඩගිනි වූ විට අනෙකුත් සතුන් මෙන් මරාගෙන අමු අමුවේ මස් බුදින්නේ නැත. එය තම්බා, පුලුස්සා හෝ වෙනත් ආකාරයකට සකසාගෙන ආහාර සඳහා ගනිති. තවත් සමහරු මස් අනුභව කිරීම පාපයක් නැතිනම් සෞඛ්‍යයට අහිතකර දෙයක් හෝ අප්‍රිය ජනක දෙයක් සේ සලකා මස් අනුභව කරන්නේ නැත. එළවළු සහිත ආහාර වේලක් කැමට ප්‍රිය කරති. ඕනෑම පුද්ගලයකු බහුතරයේ ආකල්ප මොනවාදැයි තේරුම් ගන්නේ අනෙකුත් අය සමග කෙරෙන අන්තර් ක්‍රියාවන් ඇසුරෙන් හෝ එම සමාජ සිද්ධීන් සහ අත්දැකීම් ඇසුරෙන් ඔහු විසින් අවබෝධ කර ගන්නා ආකාරයටය. මෙය සමාජයේ සමග කෙරෙන සන්නිවේදන ජාලයන් තුළින් ඒවා වටහා ගැනීමටත් ඒවා අන්‍යයන්ට අවබෝධ කරලීමටත් සමත් වේ. එසේම ආකල්පවල ප්‍රමාණයන් මෙ පමණකැයි කිසිවෙකුට කීමට හෝ සීමා කිරීමට නො හැකිය. ආකල්පවල යම් අරමුණු තිබිය හැක. ඇතැම් ආකල්ප පුද්ගලයා පසුවන අවස්ථාව අනුව හටිකථනය කළ හැකි අතර ඇතැම් ඒවා එසේ හටිකථනය කළ නො හැකි හුදෙක් වින්දනාත්මක ඒවා වෙති. එනිසා ආකල්ප වටිනාකම් පිළිබඳ සම්බන්ධයක් පවතී. තවද, එය සමාජ අරමුණුවලට පුද්ගලයා විසින් දක්වන මානසික ප්‍රතිචාරයක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැක. ආකල්ප පුද්ගලයා තුළ හටගන්නක් වුවද එය තවකෙකුට හෝ සමූහයකට හුවමාරු කර ගැනීමේ හැකියාවක් තිබෙන හෙයින් සන්නිවේදන මාධ්‍යයක් වශයෙන් වැඩි වටිනාකමක් ඇති කරවයි. (Murphy, Murphy and Newcomb, 1937;)

ක්‍රෙච් හා ක්‍රුච්ෆීල්ඩ් (Krech and Crutchfield 1948) විසින් ආකල්පයන්හි අන්තර්ගත ලක්ෂණ කිහිපයක් දක්වා ඇත. එනම්

- 1) අභිප්‍රේරණයන්
- 2) විත්තවේගයන්
- 3) සංජානනයන්
- 4) ප්‍රතිජනනාත්මක ක්‍රියාවලීන් යනුවෙනි.

පුද්ගලයා එදිනෙදා ජීවිතයේ දක්වන සෑම ආකාරයකම ප්‍රතිචාරයන්ට ආකල්ප උත්තේජනයක් විය හැක. විවිධ පුද්ගලයන් හැසිරිය යුතු ආකාරය පිළිබඳ නිර්වචිත බවක් ඇත. අසවල් ස්ථානයේ අසවල් විදියට හැසිරිය යුතුයි යන අදහස සංස්කෘතික ධර්මතා තුළින් අපට අවබෝධයක් ලබා දෙයි. මේ නිසා ආකල්ප සමාජ පාලනයට එක්තරා පිටිවහලක් ලබා දෙන නමුත් ඇතම් විට සමාජය ඉදිරියට ගෙන යාමට බාධා පමුණුවයි. ආකල්ප ප්‍රකට සාධකයක් ලෙස විග්‍රහ කිරීමට උත්සහ දරන ගුට්මාන් (Guttman 1950) එය තව දුරටත් විශ්ලීය හා උප විශ්ලීය වශයෙන් කොටස් කර දක්වයි.

කුඩා දරුවෙකුගේ ආකල්ප වඩාත් පැහැදිලිව වටහා ගැනීමට පුදුවන. ඔහු හොඳ යැයි සිතන දේ කිරීමටත් නරක යැයි සිතන දේ ප්‍රතික්ෂේප කිරීමටත් මහත්සි ගනී. එනිසා ඔහුගේ ආකල්ප ප්‍රකාශිතය. එහෙත් ඔහු හොඳ යැයි සිතන සියලුම දේ අතර යම් යම් වෙනස් කම් නො දකී. ඔහු තම මව පියා හා කුසගුරුවන් සියල්ලම හොඳ යැයි කියයි. ගෙදර බල්ලා ද හොඳ යැයි කියයි. ඒත් ඒ දෙක අතර වෙනස්කමක් ඔහු නො හඳුනයි. එසේ වුවත් ඔහු ක්‍රමයෙන් වැඩෙත්ම මේ වෙනස ඔහුට දැක ගත හැකිවන්නේ විවිධ අගනාකම් වටිනාකම් පිළිබඳ ලබන අත්දැකීම් තුළිනි. ආකල්පයන්හි සිදුවන වෙනස්කම් තේරුම් ගැනීමේ දී පහත සඳහන් විචල්‍යයන් වැදගත්වන බව යෙද්ල් විශ්ලීයවද්‍යාලයේ සන්නිවේදන පර්යේෂණ ආයතනය විසින් පෙන්වා දී ඇත.

- 1) අවධානය
- 2) අවබෝධය
- 3) පිළිගැනීම යනුවෙනි.

ආකල්ප ආශ්‍රිතව ගොඩ නැගෙන මානසික ස්වභාවයන් වශයෙන් අගතින් හඳුන්වා දියහැක. පුද්ගල වර්ගාවන්ති දැක්වෙන විවිධ ප්‍රතිචාරයන් මෙම මානසික ඇගයීමේ ස්වභාවය අනුව තීරණය කරනු ලබයි. යම් අවස්ථාවක

දී දක්වන ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක ප්‍රතිචාරයන් පුද්ගලයා තුළ පවතින අගතින් අනුව සිදු කරනු ලබයි.

- 1) ආකල්ප වෙනස් වන්නේ ඇයි?
- 2) ආකල්ප වෙනස් වන්නේ කෙසේ ද? යනුවෙනි.

මේ ප්‍රශ්න දෙක බැලීමේ දී ආකල්ප වෙනසට යම් හේතුවක් නැතිනම් නිදානයක් තිබිය හැක. ඒ ආකල්ප ඉඩිම නැතහොත් එක්වර වෙනස් නොවේ. ඒවා වෙනස් වීමට පුද්ගලයා ලබන විවිධ තොරතුරුත් එයින් ඔහු ලබන දැනීමත් ඉවහල් වේ. එහෙයින් ආකල්ප වෙනස් කිරීමට යම් හේතුවක් පවතිනවා මෙන්ම එය වෙනස් කිරීමට යම් බලවත් පණිවුඩයක් ද අවශ්‍ය බව වැටහේ. පණිවුඩයේ තිබිය යුතු ලක්ෂණ කිහිපයකි.

- 1) විශ්වාසීභාවය (පණිවුඩය හා පණිවුඩය දෙනු ලබන පුද්ගලයා)
- 2) ආකර්ෂණීය භාවය
- 3) බලය (ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන්නා හා ක්‍රියාත්මක කිරීමට ඇති බලය)

පණිවුඩයක් නැතිනම් යම්කිසි දැන්වීමක් තුළින් යම් පුද්ගලයකුගේ ආකල්ප වෙනස් වීමේ දී ඔහු ලබන පණිවුඩය, එයින් ලැබිය හැකි ඵලය, ඒවා ලබාගත හැකි හෝ නො හැකි බව පිළිබඳ ඔහුගේ නිගමනය හා පුද්ගල ආවේශී බව සෘණෙන දුරට බලපානු ලබයි.

සමාජ අවස්ථාවන්ට අනුව ප්‍රතිචාර වෙනස් වන්නේ නම් එසේ සිදුවන්නේ ආකල්පයන්ගේ වෙනස්වීම අනුවය. එය සිදුවන්නේ ඒ ඒ සමාජ අවස්ථාවන් හා අරමුණු පිළිබඳව පුද්ගලයාගේ අවධානය අනුවය. ඔහු ඒවා නො ෂලකා සිටින්නේ නම් ආකල්පයන්ගේ වෙනස්වීමක් ද සිදු නොවේ. එසේම ාමක් පිළිබඳව ඔහු ලබන අවබෝධය අනුව තමා සිත දෙය හෝ පිළිගත් දෙයක් බැහැර කිරීමට පෙළඹේ. මේ නිසා යම් ආකාර වූ වෙනසක් සිදු කිරීමට නම් ඉහත සඳහන් ආකාරයේ ක්‍රීඩි බලපෑම් ඇතිවිය යුතු බව සන්නිවේදනයේ දී පිළිගනු ලැබේ. ආකල්ප ඇසුරෙන් ගොඩනගා ගත් න්‍යායන් කිහිපයක් වෙයි.

උත්තේජක ප්‍රතිචාර න්‍යාය

පැරණි ප්‍රතිචාරයන් පවත්වාගෙන යාමට වඩා නව ප්‍රතිචාරයන් දැක්වීමට දරන උනන්දුව නිසා ආකල්ප වෙනස් විය හැකි බව සාමාන්‍ය පිළිගැනීමයි. ඇතැම් අය සහජයෙන්ම නවතාවන්ට ඇඳුම් කරති. මෙවැනි නව ප්‍රවේශයන් පිළිබඳව ඔහුගේ මනෝගමනයන්ට ඔහු දරන ආකල්පයන් ඉතා වැදගත් වේ. මෙවැනි දේ පිළිබඳ වචන භාවිත කිරීමෙන් පවා ඔහුගේ රැවිකත්වයන් වර්ධනය කිරීමට හැක. යම් පුද්ගලයෙක් සමාජය විසින් පිළිගනු ලබන දෙයක් එකඟව ඉවත දැමීමට සුදානම් නො විය හැක. ඔහු යමක් බැහැර කිරීමට හෝ පිළිගැනීමට නැතිනම් ඒවා බව දරා සිටීමට සුළු වශයෙන් හෝ කැමැත්තක් දැක්විය හැක. මෙවැනි විටකදී යම් නව දෙයක් පිළිබඳ ඇගයීමක් ඔහු තුළ රැඳී සිටිය හැක.

ස්ථායීක න්‍යාය

සමාජයේ පවතින අදහස් ආකල්ප එකාකාරී නොවේ. ඒවා විවිධය. මේ නිසා ආකල්ප අතර ගැටුම් ඇතිවිය හැක. මෙම ගැටීමේ දී පුද්ගලයන් තමන්ගේ ආකල්ප වෙනස් කර ගන්නා අවස්ථා ද එමටය. තමන්ගේ පටු පරමාර්ථයන් උදෙසා ඇතැම් අවස්ථාවන්හි පුද්ගලයෝ ආකල්ප වෙනස් කර ගතිහි. එහෙත් ස්ථාවරව ආකල්පයන්ගේ දිගටම එල්ලා ගෙන සිටින පිරිසක් ද වෙති.

කෘතනාත්මක න්‍යාය

ආකල්පයන්ගෙන් යම් කෘතනයක් සිදු කරන බව මෙයින් කියැවේ. ආකල්පයන් ඔස්සේ හැඩගැසුණු අරමුණු ද වෙති. එනිසා එය හැසිරීම් රටාවන්ට බෙහෙවින් බලපානු ලබයි. ආකල්ප විසින් ඉටු කරනු ලබන කෘතනයන් රැසක් කැටීන් විසින් දක්වා ඇත. (Katz and Robert, 1966;)

- 1) උපයෝගිතාමය කෘතන
- 2) ආත්ම සංරක්ෂණ කෘතන
- 3) දැනුම වර්ධනය පිළිබඳ කෘතන
- 4) අනන්‍යතා පිළිබඳ කෘතන යනාදී වශයෙනි.

ආකල්පයන් අධ්‍යයනයේ දී ඉවහල් කර ගත යුතු දෘෂ්ටිකෝණයන් කිහිපයක් පිළිබඳ අපට අවධානය යොමු කළ හැකි වේ.

ප්‍රතිජනනාත්මක ආකල්ප

එනම් දැනුම ආකල්ප සකස්වීමේ දී බලපාන ප්‍රධාන සාධකයකි. යමක් අගය කිරීමේ දී එම වස්තුව හෝ සිද්ධිය නැතිනම් පුද්ගලයා ගැන තමාගේ ඇති දැනුම් සම්භාරය අනුව ධනාත්මක හෝ ඍණාත්මක ආකල්ප හා ප්‍රතිචාර ඇති වේ.

අතිවින්දනාත්මක ආකල්ප

පුද්ගලයා යම් තත්වයක් හෝ වස්තුවක් එසේත් නැතිනම් පුද්ගලයන් පිළිබඳ ගොඩනගා ගෙන ඇති වින්තනය හා වින්දනය ඊට ඇතුළත් වේ. යම් දෙයකින් තෘප්තිමත් වීමෙන් අනතුරුව එය වඩාත් හොඳ හෝ හරක යැයි තීරණය කරනු ලබයි. 1981 වංගලන්තයේ වෙළඳ දැන්වීම් පිළිබඳ සංගමය විසින් වෙළඳ දැන්වීම් ගැන කරන ලද පර්යේෂණයේ දී මිනිසුන් ඊට දක්වන ප්‍රතිචාර ඉතාමත් අවම බව පැහැදිලි විය. එහිදී ඔවුන් දැක්වූ අදහස වූයේ රජයේ වෙනස්වීමක් සිදුවිය යුතු බවය. අධ්‍යාපනය වෙනස් කළ යුතු බවට 23%ක් ද වෘත්තීය සංගම් වෙනස් කළ යුතු බවට 30%ක් ද දේශපාලනඥයින් වෙනස් කළ යුතු බවට 11%ක් ද ප්‍රතිචාර දක්වා තිබුණි.

වර්ධනාත්මක හැසිරීම් රටාව

එක් ආකල්පයක් තවත් ආකල්පයක්ගෙන් වෙනස්වීම නිසා යම් වෙනසකට භාජනය විය හැක. උදාහරණයක් වශයෙන් අනතුරු වැළැක්විය යුතුය යන ආකල්පයට අනුව මෝටර් බයිසිකල් පැදවීමේ දී හෙල්මට් භාවිත කිරීම සුදුසුය යන ආකල්පය පිළිගැන්විය හැක. සෞඛ්‍ය සම්පන්න පිවිත්තයක් ගත කිරීමේ වැදගත්කම අවබෝධ කරලීමෙන් දුම්බීම ගරීරයට අයහපත්ය යන ආකල්පය තහවුරු කළ හැක. එසේම ඍණාත්මක හැසිරීම් වර්ධනය කිරීමෙන් ධනාත්මක ආකල්පයන්ට හුරු කළ හැක. නිදසුනක් වශයෙන් දුම්පානයෙන් වළකින්න. එය පිළිකා කාරකයකි. යනුවෙන් සඳහන් කිරීමෙන් යහපත් සෞඛ්‍ය තත්වයක් අවශ්‍යතාවය පුද්ගලයා තුළ ඇති කළ හැක.

ආකල්ප මිනුම් ක්‍රම

යම් පුද්ගලයකු හෝ පුද්ගල කණ්ඩායමක් තුළ පවතින ආකල්ප වටහා ගැනීම එතරම් පහසු නැත. ඇතැම් පුද්ගලයින් තුළ ප්‍රකාශිත ආකල්පයන් පවතින නමුත් බොහෝ විට ආකල්පයන්ගේ ස්වභාවය එතරම් ප්‍රකට අයුරින් පුද්ගලයන් කෙරෙහි දැක ගත නො හැක. පාන් රාත්තලක බර කිරිනවා මෙන් රෙදි ගාරයක දිග මිනිනවා මෙන් වක්‍රයක වට ප්‍රමාණය මිනිනවා මෙන් ආකල්ප මැනිය නො හැක. මේ සඳහා සමාජ හා මනෝ විද්‍යාඥයින් විසින් නොයෙකුත් ආකල්ප මිනුම් ක්‍රම භාවිත කොට ඇත. මෙසේ නොයෙකුත් ආකාරයේ ආකල්ප මිනුම් ක්‍රම භාවිත කරන්නේ ඇයි දැයි කෙනෙකුට ප්‍රශ්න කළ හැක. ආකල්පවල ඇති විවිධත්වය නිසා ඒවා වටහා ගැනීමේ ඇති අපහසුතාවත් විග්‍රහ කිරීමේ අපහසුතාවත් නිසා විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදයන් තුළින් සියුම් ලෙස මිනුම් වලට භාජනය කර විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් තොරතුවල විශ්වසනීයත්වය හා වලංගුතාවය තහවුරු වේ.

විසිවන සියවසේ මුල් භාගයේ සිටම මනෝ විද්‍යාඥයින් විසින් ආකල්ප මිනුම් ක්‍රම භාවිත කොට ඇත. 1924 දී පළමුවරට බොගාර්ඩස් (Bogardus) විවිධ මානව වංශ වර්ග තුළ පවතින (යුදෙව්, හිට්ලර්, ඇල්බේනියන්වරු හා තුර්කි ජාතිකයන්ගේ) අගතිගාමී අදහස් පිළිබඳ විශේෂයෙන් වර්ණ සේද හා ජාති සේද පිළිබඳ ආකල්ප මිනුම් කරන ලදී. මෙහිදී ඔහු විසින් යොදාගත් මිනුම් ක්‍රමය වූයේ සමාජ දුරස්ථ මිනුම් ක්‍රමයයි. (Social Distance Scale) මේ සඳහා ඔහු විසින් විවිධ සමාජ අර්ථක සමූහයන් හා විවිධ භූගෝලීය ප්‍රදේශවල සමූහයන් තෝරා ගන්නා ලදී.

සමාජ දුරස්ථ මිනුම් ක්‍රමය උපයෝගී කර ගනිමින් ඇල්බේනියන්වරු පිළිබඳ ඇමරිකානු ජාතිකයින් දරන ආකල්ප ගැන කරන ලද අධ්‍යයනයේ දී අසන ලද ප්‍රශ්න කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැක.

- 1) ඇල්බේනියන්වරුන් ඔබ රටේ පිවිත්වනවාට කැමති ද?
- 2) ඔබගේ පුජා සමූහය තුළ ඇල්බේනියන්වරුන් පිවිත්වනවාට එකඟ ද?
- 3) ඔවුන් ඔබේ අසල්වැසියන් වනවාට ඔබ කැමති ද?
- 4) ඔබගේ යාබද නිවසේ ඔවුන් පිවිත්වනවාට කැමති ද?
- 5) ඔබගේ දරුවා ඇල්බේනියන්වරයෙකු හා විවාහ වෙනවාට කැමති ද?

1929 දී තර්ස්ටන් (Thurston) විසින් ව්‍යුහගත මිනුම් ක්‍රමයක් ආකල්ප මැනීම සඳහා භාවිත කරන ලදී. මෙහි දී පල්ලිය පිළිබඳ ජනතාව දක්වන ආකල්ප මැනීම සඳහා ඔහු විසින් වගන්ති කිහිපයක් ඉදිරිපත් කරන ලදී. පල්ලියට පක්ෂව හෝ විපක්ෂව වාක්‍ය බණ්ඩ 130 ක් ඔහු විසින් මේ සඳහා යොදා ගන්නා ලදී. ඒ වගන්තිවලට පුද්ගලයන් දක්වන ප්‍රතිචාර මෙසේ දැක්විය හැක.

වඩාත් කැමතියි/කැමතියි/සාමාන්‍යයි/වඩාත් අකැමතියි/අකැමතියි

පර්යේෂකයන් විසින් ආකල්ප පිළිබඳ වගන්ති සිය ගණනක් ඒකරාශී කර ඒවා බණ්ඩ 11 කට වර්ගීකරණය කර ධනාත්මක හා ඍණාත්මක ප්‍රතිචාර වශයෙන් විග්‍රහයට භාජනය කරන ලදී. මීට අමතරව ස්වයං වාර්තා මිනුම් ක්‍රමයක් ද ඔහු විසින් උපයෝගී කර ගන්නා ලදී. යුද්ධය සඳහා ලබා දෙන මරණීය දණ්ඩනය විවිධ ජාතින් පිළිබඳ අධ්‍යයනයන්හි දී වැදගත් වේ. මෙම ක්‍රමය වර්තමානයේ අපරාධ විමර්ශනයන්හි බෙහෙවින් යොදා ගනු ලැබේ.

වර්ණ සේදය පිළිබඳව ලිකර්ට් (Likert) විසින් සුදු ජාතිකයින් ලබන වැටුපම සුළු ජාතිකයින්ට ලැබීම පිළිබඳවත්, සුළු ජාතිකයින් සුදු ජාතිකයන්ගේ නිවාස සම්පයෙහි පිවිත් වීම සුදුසු ද නැද්ද යන්න පිළිබඳවත්, මත විමසීම (Opinion scale) ව්‍යුහගත ආකෘතියක් තුළ පිළිතුරු සැපයීමට සලස්වන ලදී. එම ව්‍යුහය මෙසේ දැක්විය හැක.

ආකල්ප මිනීම සඳහා ඒකීය පරිමාණ මිනුම් ක්‍රමයක් ගුට්මාන් (Guttman) විසින් භාවිත කොට ඇත. මේ අනුව සෑම පුද්ගලයකුම සෑම වස්තුවකටම යම් ආකාර වූ ප්‍රතිචාර දක්වන බවත් එවැනි ප්‍රතිචාරයන් සඳහා මෙම මිනුම් ක්‍රමය සුදුසු බවත් ඔහුගේ මතයයි. යම් දෙයක් පිළිබඳ පුද්ගලයා දකින පැත්ත පමණක් මේ අනුව වාර්තා වේ. ඔහු නො දකින පැත්ත ගැන යොමු කිරීමක් හෝ වාර්තා කිරීමක් නැත.

ඉහත සඳහන් කරන ලද සියලුම මිනුම් සෘජු මිනුම් (Direct Measurements) ලෙස දැක්විය හැක. එහෙත් ආකල්පයන් සියල්ල මෙවැනි සෘජු මිනුම් වලින් පමණක් වටහාගත නො හැක. බොහෝවිට මෙ වැනි මිනුමක දී පුද්ගලයා දක්වන ප්‍රතිචාරයන් සිදු කරනු ලබන්නේ පවතින ධර්මතාවන්ට අනුවය. එනිසා තමන් තුළ පවතින සියලුම ආකල්ප සෘජුව ඉදිරිපත් කිරීමට බොහෝ දෙනා අකැමති වේ. මෙම ගැටලුවෙන් මිදීම සඳහා ප්‍රොෂාන්ස්කි (Proshansky, 1943) විසින් 1943 දී මිනුමක් භාවිත කොට ඇත. එනම් ඔහු

විසින් කම්කරුවන්ගේ ආකල්ප මැනීම සඳහා විග්‍රහ හා පින්තූර උපයෝගී කරගෙන ඇත. එම පින්තූර වලින් පැහැදිලි වන දේ පිළිබඳ අදහස් පැවසීමට අවකාශය සලසා දී ඒ අනුව ආකල්පයන්ගේ ස්වභාවය වටහා ගැනීමට උත්සාහ ගනී. එහි දී ඔහු විස්තර කරන්නට උත්සාහ ගත්තේ පින්තූරයෙන් දැක්වෙන දෙයට වඩා ඔහුගේ විත්ත අත්‍යන්තරයෙහි පවතින දේවල්ය. එසේම විවිධ වස්තූන් කිහිපයක් පුද්ගලයකු කර ඒවා තෝරාගත් අනුපිළිවෙළ අනුව හා එම වර්ගයන්ට අනුව ආකල්ප වටහා ගැනීමට උත්සාහ දරා ඇත.

ආකල්ප වටහා ගැනීමට පමණක් නොව ඒවා වෙනස් කිරීමට ද විවිධ පර්යේෂණ ක්‍රම උපයෝගී කර ගනියි. විශේෂයෙන් රසායනාගාර ආශ්‍රිතව සම පරීක්ෂණාත්මක ක්‍රමවේදයන් මේ සඳහා භාවිත කිරීමට වැඩි රුචිකත්වයක් දරා ඇත. 1965 දී කෙල්මන් (Kelman) හා ඊග්ලි (Eagly) විසින් ආකල්ප වෙනස්වන ආකාරය පිළිබඳ නිග්‍රෝ ජාතික පාසල් සිසුන් ඇසුරින් අධ්‍යයන දෙකක් සිදු කරන ලදී. මෙම ගිණපයින් කණ්ඩායම් 3 කට බෙදා 1 වන කණ්ඩායමට උසස් ගෞරවයක්විච නිලධාරී පිරිසක් සන්නිවේදනය කරන අයුරු ඇසීමට සලස්වන ලදී. 2 වන කණ්ඩායමට මහාචාර්යවරුන්ගේ සන්නිවේදනයන් ඇසීමට සලස්වන ලදී. 3 වන කණ්ඩායමට නිග්‍රෝ ප්‍රජාවගේ සන්නිවේදනයන් ඇසීමට සලස්වන ලදී. ඒ ඒ කණ්ඩායම් තුළ සිදු කරනු ලැබූ සන්නිවේදනයන් තුළින් හැඟවෙන ආකල්ප හා ඒවා එකිනෙකට වෙනස්වන ආකාරය හඳුනා ගැනීමට මෙයින් හැකි විය.

දෙවැනි වරටත් කරන ලද අධ්‍යයනයේ දී බාලපවාරි ප්‍රග්‍ය කාකවිජා කරන ටේප් රෙකෝඩරයක් ජ්‍යෙෂ්ඨ පාසල් සිසුන්ට ඇසීමට සලස්වන ලදී. ඉන් පසුව ඒ පිළිබඳ සිසුන්ගේ අදහස් විමසීමෙන් ඔවුන්ගේ ආකල්ප වටහා ගැනීමට සමත් විය.

ආකල්ප වටහා ගැනීමට හුදෙක් යොදා ගත්තේ මිනුම් ක්‍රම පමණක් නොවේ. සමාජ හා මනෝවිද්‍යාඥයින් විසින් ආකල්ප වටහා ගැනීම සඳහා විවිධ ක්‍රම භාවිත කරනු ලැබේ. නියැදි ක්‍රමවේදයන් තුළින් ආකල්ප අධ්‍යයනය කළ හැකි බව පවසන කිෂ් (Kish, 1953) එම නියැදි මෙසේ හඳුන්වා ඇත.

- සරල අහඹු නියැදිය (Random Sample)
- ක්ෂේත්‍ර නියැදිය (Area Sample)
- ස්ථරගත නියැදිය (Stratified Sample)

ආකස්මික නියැදිය (Accidental Sample)
 පරමාර්ථගත නියැදිය (Purposive Sample)

වර්ගා විද්‍යාත්මක එළඹුම් කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කරමින් මොරිනෝ (Moreno, 1943) අන්තර් සමූහ ආකල්ප වටහා ගැනීම සඳහා සමාජ මිථික ක්‍රමයක් හඳුන්වා දෙමින් විවිධ දෘෂ්ටිකෝණයන් තුළින් ඒවා විග්‍රහ කළ හැකි බව පෙන්වා දෙයි. සමූහයට පුද්ගලයින් ආකර්ෂණය වීමට හෝ විකර්ශනය වීමට ආකල්ප බලපාන ආකාරය මෙන්ම සමූහ ගතිකයන්ට බලපාන ආකාරය සමාජ මිථික (Socio Metry) ක්‍රම තුළින් වටහාගත හැකි බැව් ඔහුගේ මතයයි.

තවද ආකල්ප වටහා ගැනීමේ දී ව්‍යාපාර සමාගම් ආයතන හා අවිධිමත් සමූහ අධ්‍යයනයන්හි දී වඩාත් බහුල වශයෙන් පහත සඳහන් ක්‍රමවේදයන් උපයෝගී කරගනු ලැබේ.

1) අවබෝධාත්මක කරුණු

මෙය සංඛ්‍යාත්මක භාවිතයෙන් තොරවන අතර එයින් ප්‍රමාණාත්මක අවබෝධයකට වඩා ගුණාත්මක අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට උපයෝගී කර ගන්නා වූ ක්‍රමවේදයකි. නිරීක්ෂණය තුළින් දත්ත ලබා ගැනීමක් මෙහිදී සිදු වේ. යම් තත්වයක් පිළිබඳ තමා දරන මතය ප්‍රකාශ කිරීමේ දී එය තමාට හැඟෙන ආකාරයට ඉදිරිපත් කිරීම ඉතා වැදගත් වේ. එනිසා නැතිමේ ප්‍රකාශ කිරීමේ දී යමෙක් එය සත්‍ය කරුණක් වශයෙන් (fact) හෝ ප්‍රබන්ධයක් (fiction) ලෙස ඉදිරිපත් කෙරේ. ඇතැම් තොරතුරු රැස් කිරීමේ දී එය විෂය බද්ධානුකූලව හෝ පුද්ගල නිශ්‍රිත කාඩක අනුව විභාග කිරීමට පර්යේෂකයින් පියවර ගනු ලැබේ. විෂය බද්ධානුකූලව තේරුම් ගැනීමේ දී ඔවුන්ගේ පෞද්ගලික අදහස් ද එයට සම්මිශ්‍රණය විය හැක. මේ නිසා යම් දෙයක් පුද්ගල නිශ්‍රිත කාඩක මත ගවේෂණය කිරීමේ අවශ්‍යතාවය මතු වේ. පුද්ගල කණ්ඩායම් දෙකක් එකම අවස්ථාව දෙසාකාරයකට විග්‍රහ කළ හැක. උදාහරණයක් වශයෙන් 1937 පෙන්සිල්වේනියාවේ හර්ෂි (Hershey) නම් වූ චෝක්ලට් ආයතනයක් පිළිබඳ තොරතුරු ඉදිරිපත් කළ කර්තෘවරයා එය සත්‍ය සිද්ධියක් ලෙස වාර්තා කළ අතර ගිණප කණ්ඩායම එය ප්‍රබන්ධයක් ලෙස විග්‍රහ කරන ලදී.

ආකල්ප මැතිම සඳහා භාවිත කරන දෙවැනි ක්‍රමය වන්නේ මග පෙන්වීමකින් යුත් සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමයයි. පරීක්ෂකවරයා විසින් අවංක හා සම්පූර්ණ පිළිතුරු ලබා ගැනීමට වැයමක් මෙම ක්‍රමය භාවිත කිරීමේ දී දැරිය යුතුය. මෙවැනි සම්මුඛ පරීක්ෂණ බොහෝ විට භාවිත කරනු ලබන්නේ කර්මාන්ත ගැලා හා වෙනත් ආයතන ඇසුරෙනි. විශේෂයෙන් ආයතන හිමිකරුවන් පාලක හා සේවක සම්බන්ධතා වටහා ගැනීමේ දී මෙම ක්‍රමය වඩාත් භාවිත කරනු ලැබේ. මෙහි දී පරීක්ෂකවරයා වග උත්තරකරුවන් සමඟ වාචිකව ප්‍රශ්න ඇසීමේ හිරත වුව ද ඔහු විසින් වග උත්තරකරුවන්ගේ හැසිරීම් රටාවන් ගැන වැඩි අවධානයක් යොමු කරමින් ඔවුන්ට වැඩි වශයෙන් කථා කිරීමට ඉඩ සලසනු ලැබේ. ව්‍යුහගත ප්‍රශ්න හා ආවෘත ප්‍රශ්න අසමින් ඒවාට පිළිතුරු සැපයීමට මෙම අවස්ථාවේ උනන්දු කරන ලදී. ස්ටේන්ජර් (Stanger), රිච් (Rich) සහ බ්‍රිටන් (Britten) වැනි අය 1941 දී මෙම ක්‍රමය උපයෝගී කරගෙන ආකල්ප මිනුම් කරන ලදී. ඔවුන්ගේ ආදී වශයෙන් දී ඇති ව්‍යුහයන් තුළ පමණක් පිළිතුරු දීමට ඔවුන්ට සිදුවිය. කර්මාන්ත ගැලාවක යන්ත්‍ර ක්‍රියාකරවන සේවකයින් 159 ක් තෝරාගෙන රැකියා තෘප්තිය පිළිබඳ කෙටි ප්‍රශ්න 34ක් අසන ලදී. මෙම පරීක්ෂණයේ දී සිය රැකියාවෙන් තෘප්තිමත් නොවන අයගේ ලකුණු සංඛ්‍යාව 95 ක් වූ අතර තෘප්තිමත් වන්නන් ලැබූ සංඛ්‍යාව 43.5 ක් විය. ආතර් කොනෝෂර් (Kornhauser) විසින් 1952 දී මෙම සම්මුඛ පරීක්ෂණ ක්‍රමවේදය උපයෝගී කරගනිමින් ඇමෙරිකාවේ ඩෙට්‍රොයිට් (Detroit) ආයතනයේ සේවකයින් 324 දෙනෙකු ආශ්‍රයෙන් රැකියාවේ තෘප්තිමත්භාවය පිළිබඳ පර්යේෂණයක් කරන ලදී. රැකියා තෘප්තිය පිළිබඳ ඔවුන් දැක්වූ ප්‍රතිචාර මෙසේ විග්‍රහ කළ හැක.

ප්‍රතිචාරය	ප්‍රතිශතය
ඉතාමත් තෘප්තිමත්	62%
තරමක් තෘප්තිමත්	35%
අතෘප්තිමත්	02%
ඉතාමත් අතෘප්තිමත්	01%

යනාදී වශයෙනි.

ආකල්ප මිනුම් සඳහා භාවිත මග පෙන්වීමක් නො කරන සම්මුඛ පරීක්ෂණ ක්‍රමවේදයක් ද වේ. (unguided interview). මෙම ක්‍රමයේ දී ව්‍යුහයක් තුළ වග උත්තරකරු ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ අවශ්‍යතාවක් නැති අතර එම අදහස් හිදුකස්ව ඉදිරිපත් කිරීමට ඇති අවකාශය ඔහුල විය. මෙහි දී ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු දෙනවා වෙනුවට යම් අදහසක් සඳහා වග උත්තරකරුගෙන් විමසීමක්

කරනු ලැබූ විට ඒ සඳහා ස්වකීය අභිමතයන්ට අනුකූලව අදහස් දැක්වීමට හැකි විය. මෙම ක්‍රමය කාල් රොජර්ස් (Rogers, 1942) විසින් උපදේශන භා මනෝ විකිත්සක ක්‍රමයන්හි උපයෝගී කරගැනීමේ වටිනාකම තහවුරු කරන ලදී. මෙය කර්මාන්ත ගැලාවල කරන ලද පර්යේෂණයන් සඳහා උපයෝගී කර ගැනීම වඩාත් ජනප්‍රිය වූ අතර 1924-1927 දක්වා කාලය තුළ එල්ටන් මායෝ (Elton Mayo) රොතලිස්බර්ගර් (Roethlisberger) සහ ඩික්සන් (Dikson) විසින් කරන ලද හෝතෝන් (Hawthorne) අධ්‍යයනයේ දී ඉවහල් කර ගන්නා ලදී. මෙම අධ්‍යයනයන් කර්මාන්ත ගැලා තුළ පවතින ගැටලු වැඩි පරිසරය ස්ඵම් සේවක ආකල්ප විධිමත් හා අවිධිමත් සංවිධාන හා එහි බලපෑම් වෙනස ඒකාකාරී බව වැඩ කරන පැය ගණන හා විවේචි කාලය පදනම් කර ගනිමින් අධ්‍යයන රාශියක් කරන ලදී. එය ඇමරිකාවේ වෙස්ටර්න් කොම්පැනිය ආශ්‍රිතව පළමුවෙන්ම ආරම්භ කරන ලදී.

රැකියාවන්හි සදාචාරාත්මක හැසිරීම් පිළිබඳ සලකා බැලීමේ දී ප්‍රයෝජනවල ක්‍රමය උපයෝගී කරගනිමින් 1938 දී කොල්ස්ටාඩ් (Kolstad) විසින් ආකල්ප හා විශ්වාසයන් පදනම් වූ වාක්‍ය ඛණ්ඩ 10 ක් ඇසුරින් අදහස් විමසීමක් කළේය. ඔහු වර්ණ ප්‍රශ්න කිහිපයක් මේ සඳහා ඉදිරිපත් කරන ලදී. එක් ප්‍රශ්නයකට පිළිතුරු 5 ක් සපයා සුදුසු පිළිතුරු තෝරා ගැනීමට සලස්වන ලදී. කළමනාකරණය හා සේවක සම්බන්ධතා ගොඩ නැගෙන ආකාරය හා පුද්ගලයන් සේවය කරන්නට කැමති කා සමඟ ද යනාදිය පිළිබඳ ඔහු විසින් අධ්‍යයනයට භාජනය කරන ලදී. මෙම අධ්‍යයනයේ දී ඔහු විසින් හඳුනාගත් සදාචාරාත්මක තත්වයන් කිහිපයකි.

එනම්,

- 1) සුදුසුකම් ඇති පුද්ගලයින්ට උසස්වීම් දීම.
- 2) අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල ලබාදීමට උදව් කිරීම.
- 3) අගුත් අදහස් හා යෝජනා ඉදිරිපත් කිරීම.
- 4) දුක් ගැනවිලිවලට යම්තාක් දුරට ඇහුම්කන් දීම.
- 5) අවස්ථාවන්ට සරිලන පරිදි වැටුප් වැඩි කිරීම.
- 6) සැලසුම් කරන ලද දේ පිළිබඳ යෝජනා ඉදිරිපත් කිරීමට ඉඩ සැලසීම.
- 7) ගැටලු පැන නැගුණු විට උපදෙස් දීම.
- 8) වෙනස්කම් කිරීමට හේතු වූ තත්වයන් විස්තර කිරීම.
- 9) සැලසුම් හා ප්‍රතිඵල ගැන දැනුවත් කිරීම.
- 10) ප්‍රති විරෝධතාවන් හා ගැටලු ඇති නො කිරීම.

ආකල්ප පරිමාණයන්

ආකල්ප විමර්ශනයේ දී වඩාත් බහුලව භාවිත කරනු ලබන්නේ ආකල්ප පරිමාණයන්ය. මෙය මහේ විද්‍යාත්මක මිනුම් දණ්ඩක් ලෙස ද හඳුන්වයි. 1975 දී එඩ්වඩ්ස් (Edwards) විසින් සේවකයින් විශ්‍රාම යාම පිළිබඳ අදහස් මැන බැලීම සඳහා පරිමාණ කිහිපයක් සේවකයින්ට ඉදිරිපත් කර එම පරිමාණයන්ට අනුව සේවකයාගේ අදහස් ගැළපෙන සීමාව ලකුණු කිරීමට උපදෙස් දෙන ලදී. කැමැත්ත දක්වන ප්‍රතිගත සීමාවන් මෙසේ දැක්විය හැක.

(විශ්‍රාම යාමේ වැඩ පිළිවෙළ ගැන ඔබ දක්වන අදහස්වලට අනුව පහත සඳහන් ප්‍රතිගත සීමාවන් ලකුණු කරන්න.)

- 100%
- 90%
- 80%
- 70%
- 60%
- 50%
- 40%
- 30%
- 20%
- 10%
- 0%

මෙම ක්‍රමය අනුව පුද්ගලයාගේ අරමුණු විශ්‍රාම යන අවස්ථාව දෙසට යොමු කරවයි. මෙයින් සේවකයාගේ අදහස පවතින්නේ කුමන පරිමාණයෙන් ද යන්න ගැන යම් අදහසක් ලැබිය හැකි වුව ද එහි සුවිශේෂභාවයන් විස්තර කිරීමට නො හැක.

පරිමාණගත කරන ලද ක්‍රමවේදයට අනුව අනුක්‍රමික පිළිවෙළකට යම් තත්වයන් පිළිබඳව දක්වන වගන්තින් තිබීම මෙහි ප්‍රධාන ලක්ෂණයකි. සෑම වස්තුවක්ම ධනාත්මක මිනුමකින් මැන බැලීමේ දී එහි වටිනාකම අධ්‍යයන කරයි. උදාහරණයක් වශයෙන් විශ්‍රාම යාම නොදැ යයි යන මතය ප්‍රකාශ වන වගන්ති කිහිපයක් දක්වා ඒවා එකිනෙකට වඩාත් බලපෑම් සිදුවන වගන්තින් ශ්‍රේණිගත කිරීම, යුගල කිරීම, සංසන්දනය කිරීම, එක සමානව පෙනෙන තත්වයන් අධ්‍යයන කිරීම හා සාපරිච්ඡේදන අගයීම වැනි ක්‍රමයන් මගින් ආකල්ප වටහා ගැනීමට මහත්කි ගනී. මෙසේ එක් වරක් හෝ කිහිප වරක්

ආකල්ප මැන බැලිය හැක. මෙම මිනුම් ක්‍රමය භාවිත කරමින් 1934 දී හුබ්‍රොක් (Uhbrock) විසින් සේවකයින් 4430 ක් ආශ්‍රයෙන් ආකල්ප මිනුමක් කරන ලදී. පොර්මන්ටරු කම්කරුවන්ට වඩා ධනාත්මක ආකල්ප වලින් යුක්ත බවත් පිරිමින්ට වඩා කාන්තාවන් ධනාත්මක වන බවත් හෙළිදරව් වී ඇත.

ආකල්පවල ස්වභාවය මැනීම සඳහා ලිකර්ට් විසින් ප්‍රධාන නිර්ණායකයන් 5 ක් ඔස්සේ පරීක්ෂණයට භාජනය කරන ලදී.

විශ්‍රාමික වැඩසටහන පිළිබඳ ආකල්ප	ලකුණු ප්‍රමාණය
වඩාත් එකඟ නොවේ	(1)
එකඟ වේ	(2)
වෙනසක් නැත	(3)
එකඟයි	(4)
වඩාත් එකඟයි	(5)

ආකල්ප සහ මාධ්‍ය භාවිතය

නිෂ්පාදන ආයතනවල මෙන්ම සේවා ආයතනවල ද ආකල්පවල ස්වභාවය වටහා ගැනීමට හා ඒවා වෙනස් කිරීමේ අවශ්‍යතාවය හේතු කොට ගෙන නොයෙකුත් අධ්‍යයනයන් උපයෝගී කර ගෙන ඇත. විශේෂයෙන් භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයේ දී ආකල්ප නිෂ්පාදකයාටත් අලෙවිකරුවාටත් එසේම පාරිභෝගිකයාටත් ඉතා වැදගත් වේ. නව නිෂ්පාදනයන් හා සේවාවන් පිළිබඳ ඒ ඒ ආයතන විසින් ප්‍රජාව දැනුවත් කිරීමේ දී මාධ්‍ය භාවිත කරනු ලැබේ. එම මාධ්‍යයන්හි වෙළඳ දැන්වීම් හෝ වෙනත් ප්‍රචාරක වැඩ සටහන් උපයෝගී කරගෙන ප්‍රජාව දැනුවත් කිරීම තුළින් මිලයට ගන්නාගේ ආකල්ප සකස් කිරීම වෙනස් කිරීම හෝ නව ආකල්ප රෝපණය කිරීමට සමත් වේ. එනිසා සන්නිවේදන මාධ්‍යයේ මූලාශ්‍රයන් ලෙස ආකල්ප යම් වටිනාකමක් ලබා දෙයි. රූපවාහිනී මාධ්‍යය තුළින් ජනතාවගේ ආකල්ප වෙනස් කිරීමට ගත් එක්තරා ප්‍රයත්නයක් ලෙස එස්. එම්. එස්. පණිවුඩ යැවීමේ විද්‍යුත් මාධ්‍යය හඳුන්වා දිය හැක. එසේම නොයෙකුත් සන්නිවේදනයන් තුළින් ජනතාවට දෙනු ලබන පණිවුඩයන් ලිංගික ක්‍රියාවන් හා හැසිරීම් පදනම් කර ගනිමින් නාට්‍ය හෝ වෙළඳ දැන්වීම් ලෙස වඩාත් විචිත්‍රාකාරයෙන් ප්‍රචාරය කිරීම නිසා සමාජයට ඇතිවී තිබෙන ධනාත්මක බලපෑම් මෙන්ම සෘණාත්මක බලපෑම් පිළිබඳව විද්‍යාඥයින් පෙන්වා දී ඇත. මෙහි අවධාන ප්‍රතිඵලය ලෙස අනවශ්‍ය දරු උපත් ඇතිවීම, ගබ්සා

වැඩිවීම, සමාජ රෝග හෝ ඒකීය රෝගීන් බහුලවම ආදි සමාජ අහිතකර ප්‍රතිඵලයන් සිදුවන බව ඩාන්ටන් විසින් (Darnton, 1992) අවධාරණය කර ඇත.

සමාජයක වටිනාම වස්තුව ළමුන්ය. ළමුන් පිළිබඳ විශාල අවධානයක් යොමු කරන වත්මන් සමාජය පාසල් ළමුන්ගේ කුසලතාවන් වර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය පියවරක් වශයෙන් කියවීමේ රුචිකත්වය වර්ධනය කිරීමේ අපේක්ෂාවෙන් විවිධ පර්යේෂණ දියත් කර ඇත. වයස 9-11 අතර කණ්ඩායම් තුළ කියවීම පිළිබඳ දක්වන ආකල්ප 1998-2003 පරීක්ෂාවට භාජනය කරන ලදී. (Sansbury and Schagen, 2004) නියැදිය සඳහා 4 වන ශ්‍රේණියේ සහ 6 වන ශ්‍රේණියේ සිසුන් තෝරා ගෙන ප්‍රශ්නාවලියක් මගින් කරුණු එකතු කරන ලදී. මෙම කණ්ඩායමේ ඔවුන්ගේ සහ වැඩිහිටි ළමුන්ගේ කියවීමේ රුචිය පිරිහෙමින් පවතින බව එමගින් සොයා ගෙන ඇත. නැවත වරක් එම පාසලේම සිසුන් 2364 කගේ නියැදියක් තෝරා පරීක්ෂණයට භාජනය කළ නමුත් පසුගිය වසර 5 කාලය තුළ කියවීමේ රුචිය ක්‍රමයෙන් පිරිහී ගොස් තිබෙන බව එයින් තවදුරටත් අවබෝධ විය.

රටවල් 35 ක් වයස අවුරුදු 10 යේ පසුවන සිසුන්ගේ කියවීම පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර මට්ටමේ අධ්‍යයනයක් 2001 දී කරන ලදී. මෙහි තොරතුරු ළමුන්ගෙන්, ගුරුවරුන්ගෙන්, ප්‍රධානාචාර්යවරුන්ගෙන් හා දෙමව්පියන්ගෙන් එක් රැස් කරගන්නා ලදී. අනෙකුත් රටවල් සමග සැසඳීමේ දී එංගලන්තයේ ළමුන්ගේ කියවීමේ රුචිය අවම මට්ටමක පවතින බව අනාවරණය විය. තවද, කියවීමේ රුචිය සඳහා වන බලපෑම් පිළිබඳ හයවන ශ්‍රේණියේ ළමුන් තිදෙනෙක් තෝරා ගෙන ඒ අය පංති කාමරය තුළ කියවීමට පෙළඹෙන ආකාරය මාස 5 ක් පුරා ප්‍රත්‍යක්ෂ අධ්‍යයන කරමින් නිරීක්ෂණයට ද යොමු කර ඇත. මෙම අධ්‍යයනයේ දී කියවීමේ අරමුණ, කියවන දෙය හා එහි අන්තර්ගතය අනුව රුචිකත්වයන් වෙනස් වන ආකාරය පැහැදිලි විය (Twist, Gnaldi & Morrison, 2004).

වයෝවෘද්ධ භාවය අපේ ජීවන ක්‍රියාවලිය තුළ සිදුවන එක්තරා අවස්ථාවක් ලෙස සැලකිය යුතු නමුත් එසේ වයසට යාමේ ස්වභාවය අවම කරමින් තාරුණ්‍ය රඳා පවත්වාගෙන යාමට දරන උත්සාහයන් ද එමටය. වයස්ගත වීම වළක්වන නොයෙකුත් ප්‍රතිකාර ක්‍රම හා ඖෂධ පිළිබඳ විවිධ පර්යේෂණ දියත් කර ඇත. මේ සඳහා ව්‍යාපාරික මට්ටමින් හෝ ආයතන මට්ටමින් මුදල් යෙදවීම ගැන ජනතාව දක්වන ආකල්ප පිළිබඳව ඇමරිකාවේ (National Institute of Aging, 2003-2004.) මත විමසීමක් කළේය.

එමගින් අයහ ලද ප්‍රශ්න මෙසේය.

- ප්‍ර: වයසට යාමේ හේතුව කුමක්ද?
- පි: සියලුම දෙනා අවසානයේ වයසට යනවා. (26%)
සෛල විනාශ වීම ස්නායු දුර්වල වීම ආදිය. (36%)
අපි වයසට යන්න තමයි ගරීරය හැඳිලා තියෙන්නේ. (33%)
කවුරුවත් දන්නේ නැහැ. අපිත් දන්නේ නැහැ. (6%)
- ප්‍ර: වයසට යාම වැළැක්වීම පිණිස පවතින නොයෙකුත් ප්‍රතිකාර ක්‍රම පිළිබඳ ඔබගේ අදහස කුමක්ද?
- පි: වයසටයාම ජීව විද්‍යාත්මක සත්‍යයක්. විවිධ ප්‍රතිකාරවලින් වයසට යාම වැළැක්විය නො හැක. (51%)
අනාගතයේ කවදා හෝ දවසක එයටත් ප්‍රතිකාරයක් සොයා ගන්න පුළුවන්. (18%)
එකීයවලට ප්‍රතිකාර සොයා ගැනීමට වඩා වයස්ගත භාවයට ප්‍රතිකාර සෙවීම පහසු විය හැක. (6%)
ඇතැම් සාර්ථක ප්‍රතිඵලයන් දැනටමත් දක්නට ඇත.

මේ ආකාරයෙන් විවිධ සමාජමය කරුණු පාදක කරගෙන ප්‍රශ්න ටාගියක් වයස්ගතභාවය-පිළිබඳ ආකල්ප මැන බැලීම සඳහා යොදාගෙන ඇත.

ආකල්ප වටහා ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නේ මිනුම් ක්‍රම පමණක් නොවේ. ඒ සඳහා වෙනත් උපක්‍රම ද භාවිත කරයි. යම් ආයතනයක හෝ සංවිධානයක සිටින පුද්ගලයින්ගේ ආකල්ප වටහා ගැනීමට ඔවුන් හා සම්බන්ධිත නිලධාරීන් මාර්ගයෙන් ද දැනගන්නා අවස්ථා ද වේ. නිදසුනක් වශයෙන් යම් නිෂ්පාදන ආයතනයක පරීක්ෂකවරයෙකුට එසේත් නැතිනම් පොර්මන්ටරයෙකුට එහි වැඩ කරන සේවකයන් සිතන ආකාරය වටහා ගැනීමට හැක. තවද, දූෂමාන ආරංචි ගමක හෝ සමාජය තුළ පැතිරේ. ඒවායේ ගැබ්වුණු ඇතැම් තොරතුරු ද නැත්තේ නොවේ. (“තාරඹර ඇරලා ගන්න මිනි” යන කියමනක් ද වේ.) එසේම ප්‍රකාශිත වර්ගවත් පුද්ගල වර්ගව වටහා ගැනීමේ දී අදාළ කරගත හැකි වේ. පුද්ගලයා තම කාර්යාලයට ඒමට අකමැති නම්, නිෂ්පාදන ජීවිතය ක්‍රමයෙන් හීන වන්නේ නම් එයින් ආයතනය පිළිබඳව හෝ සේවකයා පිළිබඳව හෝ ස්වාමියා කෙරෙහි දක්වන ආකල්ප වටහා ගැනීමට පුළුවන. ආකල්ප වටහා ගැනීම සඳහා වෙනත් ප්‍රක්ෂේපණ ක්‍රම යොදා ගන්නා අවස්ථාවන්,

ද වේ. එතු ආකාරය සහ යම් සිද්ධීන් කැටිකොට ගත් රූප රාමු හා දුර්ගත ඇතැම් අවස්ථාවල දී උපයෝගී කරගනී.

මූලාශ්‍ර

Allport , G.W.(1935) Attitudes. In Murchson (ed.) Handbook of Social Psychology, Clark University Press ,Worcester. Bogardus, E. s. (1933) Asocial Distance Scale. Sociology and Social Research, 17, 265-271.
Anti- Aging Research: Public attitudes (2004) National Institute of Aging U.S.A.;

Dennis, T.L., and E.T. David, (1989) "Prime Time TV Portrayals of Sex, Contraception and Venereal Diseases", Journalism Quarterly, 86, PP. 347-352;

Darnton, N.(1992) "Revolt of the Fur Bearers", Newsweek (January 6 1992), P. 49;

Edwards, A.L.(1938) Teaching of Attitudes Scale Construction, Appleton-Century-Crafts, New York;

Guttman, L. (1950) The Basis of Scalogram Analysis. In Stouffer, et al. Measurements and Predictions. Princeton University Press, Princeton, New Jersey;

Katz, D., and L.K. Robert, (1966) The social Psychology of Organization, John Wiley, New York;

Kelman, H.C., and Eagly, A.H. (1965) "Attitudes Toward the Communicator Perception of communication Content and Attitude Change". Journal of Personality and social Psychology, 1, PP. 63-78;

Kish, L. (1953) Selection of the Sample in Research Methods in the Behavioral Sciences. Edited by L. Festinger and D. Katz, Holt, New York;

Kolstad, A. (1938) "Employee Attitudes in Department Stores", Journal of Applied Psychology, 22, PP. 470-479;

Krech, D., R.S. Crutchfield, (1948) Theory and Problems of social Psychology McGraw-Hill, New York;

Kornjauser, A. (1952) Attitudes of Detroit people towards Detroit, Wayne State University Press Detroit;

Proshansky, H.M. (1955) "A Projective Method for the study of Attitudes", Journal of Abnormal Social Psychology, 51, PP. 30-33;

Sanisbury, M., and Schagen, I. (2004) "Attitudes Towards Reading at age 9-11 years". Journal of research in Reading, 27, PP. 373-386;

Stranger, R., J. Ric, and R.M. Britten, (1941) "Job attitudes - Defence Workers", Personal Journal, 20, PP. 90-92;

Twist, L., M. Gnalsi, I. Schagen, and J. Morrison, (2004) Good Readers But at a cost? Attitudes Towards Reading in England. Journal of Research in Reading, 27, PP. 387-400;

Thomas, W.I., and F. Znaniecki, (1918) The Polizh Peasant in Europe and America, Boston, Badger;

Uhbrock, R.S. (1961) 2000 Scaled Items. Personnel Psychology, 14, PP. 375-420;

14

සන්නිවේදන පර්යේෂණ අර්ථවත් කරගැනීම: ගැටලු හා විසඳුම්

විල්බ්(ර්) ශ්‍රාම්

පරිවර්තනය: නන්දන කරුණානායක

යළිත් වරක් ඉන්දියාවට පැමිණෙන්නට සිදුවීම සතුටක්. මේ රටේ මම ගත කරපු බොහෝ වටිනා අවස්ථාවන් එමටයි. විවිධ සංචාදවලට පැය ගණන්ගත කරලා තියනවා. ඒ අතරින් මට හොඳට මතක තියෙන්නේ ඉන්දියාවේ අගමැතිවරයාට සිටි ශ්‍රී ජවහර්ලාල් නේරු සමග කරපු සංචාදයි. එතුමා සමග කරපු එක් සංචාදයක් ගැන මතක් කරන්න මට ඉඩ දෙන්න.

ඉන්දියානු රජයේ එක් අංශයකට සන්නිවේදනය සම්බන්ධයෙන් සමහර ගැටලු හා සැලසුම් ගැන උපදෙස් දීමට මම භාරතයට ආ අවස්ථාවක් ගැන මට මතකයි. ඉන්දිය අගමැතිතුමා සමග කථා කරන්න මට අවස්ථාවක් ලැබුණේ හොඳටම හවස් වෙලා හැන්දැව්. හැන්දෑ වරුවක ඒ වගේ කථාවක් කරන්න වුණාම, ඇත්තම කියනවා නම් මගේ හිතට ලොකු වකිතයක් තිබුණා. ඒකට හේතු තිබුණා. නේරු අගමැතිතුමා ඒ කාලේ තරුණයෙක් නොවෙයි. උතුරු දිග සීමාවේ ගැටලු ආදිය ඒ වේලාවේ උග්‍ර තත්වයක පැවතුණා. ඒ වගේම මං අහලා තිබුණා උගතුන් එක්ක කථා කරන්න ගියාම එතුමා බොහොම නොඉවසිලිමත් වෙනවයි කියලත්. ලෝක සභා රැස්වීම කල් දමපු අවස්ථාවේ අපි එතුමාගේ කාර්යාලයේදී හමුවුණා. මම ඔලොපොරොත්තු වුණේ එතුමා අවිවේකීව නොසන්සුන්ව ඉඳිවී කියලා. එසේම මම හිතුවා අනෙක විධ ප්‍රශ්න හමුවේ ආකල වු මතසකිත් යුතුව වැඩ කටයුතු වලින් හෙම්බන්ව ඉඳිවී කියලා.

ඒ වුණාට මට පෙනුණු හැටියට අගමැතිතුමා බොහොම විවේකීව, සැහැල්ලුවෙන් හිටියා. එසේම විහිළු, තහළු කරන හොඳ මතකයක් තිබුණු තත්වයක හිටියේ. අර විශාල මේසය පිටුපසින් තියෙන පුටුවේ පස්සට ඔර වෙලා අගමැතිතුමා මගෙන් ප්‍රශ්න වැලක්ම ඇහුවා. මං කළේ මොනවද? කොහේ කොහේ ගියාද? කවීරු කවීරුද, හමු වුණේ? කොයා ගත්ත දේවල් මොනවද? ඔන්න ඔය වගේ ප්‍රශ්න ගොඩක් ඒ අතර තිබුණා. ඒ වුණාට කථාව පටන් ගන්න ඇහුව මුල්ම ප්‍රශ්නය මට හොඳට මතකයි. බොහොම මිතුරියිලිව වුවත් සැකයෙන් යුතුව මෙහෙම ඇහුවා. මේ ජන සන්නිවේදනය (Mass Communication) කියන දෙයින් ඔබ අදහස් කරන්නේ මොකක්ද? මට නම් තේරෙන්නෙ නැහැ. මට පොඩ්ඩක් පැහැදිලි කර දෙනවද? අගමැතිතුමා ඔහොම කථාව පටන් අරන්, ඊළඟට මෙහෙම ඇහුවා, "මට කියලා දෙන්න පුළුවන්ද ජන සන්නිවේදනය කියන්නේ මොකක්ද කියලා"

මම කෙළින්ම උත්තරයක් නෙදි මෙහෙම පටන් ගත්තා. ගරු අගමැතිතුමා, ඔබතුමා තමා ඉන්දියාවේ ඉන්න ප්‍රධානම ජන සන්නිවේදකයා. ඔබතුමා ලක්ෂ සංඛ්‍යාත භාරතීය ජනතාව ඇමතිමට කරපු ගුවන් විදුලි කථා සහ අමතනු මහජන රැස්වීම් ගැන මතක තේ. මම එහෙම කියලා එවැනි කිපයක් එතුමාට මතක් කරලා දුන්නා.

එතුමා පුටුවේ පස්සට ඇලවෙලා හිනා වෙන්න පටන් ගත්තා. "ආ, ඒකටද ජන සන්නිවේදනය කියන්නේ?" දැන් මට ටිකක් තේරෙනවා කියලා මටම හිතෙනවා. ඊළඟට එතුමා කථා කළේ ඒ විශාල මහජන රැස්වීම්වලදී එතුමාට ලැබුණු අත්දැකීම් ගැන. ඒවා ගැන එතුමාට හොඳට මතක තිබුණු දෙයක් තිබුණා. ඒක තමයි කථාව කරගෙන යද්දී මයික්‍රොෆෝනය හරි යබ්බ විකාශන පද්ධතිය හරි වැඩ නොකර ගිය ආකාරය. මම ඉතින් මගේ ජනතාවට කියනවා, "ඔබට පුළුවන් මොවෝ රටකට හදන්න. ඒ වුණාට ලක්ෂ ගණනක් මිනිස්සු මං කියන්නේ මොනවද කියලා අහගෙන ඉන්න ආයාවෙන් ඉන්න වෙලාවක වැඩ කරන මයික්‍රොෆෝනයක් හදා බැහැ කියලා." එතුමා ඇහැ ඉති මරලා මගේ පැත්තට හැරිලා ආයෙන් කියනවා "ඔබ වැනි උගත්තු කොහොමද ඔව්වර දේවල් අධ්‍යයනය කරන්නේ? ඉගෙන ගන්නේ? ඒ වුණාට අපට එදිනෙදා විසඳා ගන්න තියෙන පුළු සරල ප්‍රශ්න ගැන අපිට උදව් නොකර ඉන්නේ කොහොමද?"

අග්‍රාමාත්‍ය, පණ්ඩිත නේරු ඇහුව ප්‍රශ්න හා කරපු වැඩ බැලුවාම ඉතා පැහැදිලි කරුණක් තියනවා, අපි කරන පර්යේෂණ අප පිවත්වන ප්‍රායෝගික

ලෝකයට ප්‍රයෝජනවත් නැත්තේ ඇයි? ඊටත් වඩා පර්යේෂණ සමාජීය හා මනෝ විද්‍යාවන්ගෙන් මතු වෙලා එනකොට වැඩිපුර ප්‍රයෝජනවත් නොවන්නේ ඇයි? නෛතික දේවලට වඩා හොඳින් අවබෝධ කර ගන්නට? අදහස් හා වටහා ගැනීම් සම්බන්ධ වූ දැනට වඩා ප්‍රයෝජනවත් නැත්තේ ඇයි?

**මේක ප්‍රශ්නයක් කියලා කියන්නේ ඇයි?
(Why this is a problem?)**

1973 අප්‍රිල් 24 දේදී මේ වගේ ප්‍රශ්නයක් ගැන අපි කථා කරන එක මහා පුදුම දෙයක් කියලා අහනරු ලෝකෙන් එන අමුත්තෙකුට නම් සිතෙන්න පුළුවන්.

ලෝක ඉතිහාසයේ මේ තරම් ව්‍යක්ත පර්යේෂණ කෙරුණ කාලයක් තිබුණේ නැහැ. කවුරු හරි විද්‍යාඥයෙකු මෙලොව පිටත් වුණා නම්, ඔහු පර්යේෂණ වාර්තා ප්‍රකාශයට පත් කළා නම්, එයේ කළ අයගෙන් 90% ක්ම තවමත් පිටත් වෙනවා කියලා ඇස්තමේන්තු කරන්න පුළුවන් අපේම ක්ෂේත්‍රය (සන්නිවේදනය) දිනා බැලුවමත්, ලෝක ඉතිහාසයේ සාර්ථක ලෙස සන්නිවේදනය ගැන පර්යේෂණ පැවැත්වූ පර්යේෂකයන්ගෙන් 95%ක් ම අදත් පිටමානව අප අතර ඉන්නවා. එපමණක් නොව අදත් සන්නිවේදන පර්යේෂණ සිදු කොට ප්‍රතිඵල වාර්තා කරනවා. මුද්‍රණයෙන් ප්‍රකාශයට පත් වන විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවල සංඛ්‍යාව හැම අවුරුදු දහසකටම සැරයක් වගේ දෙගුණ වෙනවා. හැම අවුරුදු 14කටම වරක් ලෝකයේ තියෙන සියලුම විශාල පුස්තකාලවල පොත් සංඛ්‍යාව දෙගුණයකින් වැඩි වෙනවා.

ප්‍රතිඵල හා කොටා ගැනීම් හා නව පර්යේෂණ සංඛ්‍යාව මහ ඉහළ මට්ටමක පවතින බව ඇත්තයි. ඒත් මේ පර්යේෂණවලින් බොහෝමයක්ම ප්‍රායෝගික වශයෙන් ලෝකයට එකතු වෙන්නේ නැහැ. විභවතා ඇති උදවිය මේ ගැන පැමිණිලි කරනවා.

ඊළඟට වෙලා තියෙන අනෙක් දෙය නම් උගත්තු අපේක්ෂා හංගත්වයට පැමිණීමයි. ලෝකයේ ඉන්න ප්‍රායෝගික මිනිසුන් අහන ප්‍රශ්නය නම් මේ තරම් පර්යේෂණ කිරීමේ සැබෑ අවශ්‍යතාවක් තියනවාද කියලයි. විද්වත් පර්යේෂකයන් කියන්නේ කිසියම් අලුත් හා වැදගත් අදහසක් වුණත් පිළිගන්නට පරම්පරාවකම කාලය ගත වන බවයි. ඉතා ධනවත් හා අති නූතන පාසල් පද්ධතිය මගින්

වුණත් එහෙමයි. ඒ නිසා ඔවුන් ප්‍රශ්න කරනවා සමාජය මේ තරම් ප්‍රතිගාමී වීදියට ක්‍රියා කරන්නේ ඇයි කියලා?

මේ කාරණාව අපිට හරියට බලපානවා. හේතුව සම්පත් විනාශ වී යන නිසා නැති වන්නේ සල්ලි පමණක් නොවේ. බුද්ධියත් ඒ වගේම විභව සම්පන්නාවත් නැතිව යනවා. මම සන්නිවේදන පර්යේෂණ පිළිබඳ ස්ටැන්ෆර්ඩ් ආයතනයේ මගේ කාර්යාලයේ වාඩිවෙලා ඉන්නවා. පසුගිය අවුරුදු දහසක්ම තියේ. ඒ කාලය තුළ මේ ආයතනයෙන් ලෝකයේ වෙන කිසිම තැනකින් නොකරපු තරම් ජනමාධ්‍ය හා සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය ගැන පර්යේෂණ කරල තිබෙනවා. ඒ වගේ මගේ මේසය උඩ තිබෙන වාර්තා පිළිබඳ ලිපි ගොනු දිනා බලලා, අහන්න ඒ වාර්තාවලින් ලෝකයේ කිසිම දෙයක් වෙනස් වෙනවද කියලා. ඒවායින් සමහර විට තවත් ආචාර්ය උපාධි ගණනක් වැඩි වේවි. බොහෝ දෙනාගේ වාර්තා සිත් ගන්නා සුලු බුද්ධිමය ව්‍යායාම. ඒ වුණාට ඒවායින් කියක් කොතෙක හරි තිබෙන මිනිස් පිටිතවල ගුණාත්මක පක්ෂය දියුණු කරන්න උදව් වෙනවද? කොතෙක හරි තිබෙන මානව ප්‍රශ්නවලට විසඳුමක් ඒවායේ තිබෙනවාද? මම හිතන හැටියට ඕනෑම පර්යේෂකයකු මිනිස් අවබෝධය පිළිබඳ අන්ධකාර තැනක් පුළුවනට හරි ආලෝකමත් කරනවා නම් ඒක හරි වැදගත්. එතැනදී අවිද්‍යාව පිළිබඳ ගිටි කුළු ඇතට තල්ලු කරලා, මිනිස් දැනුම පුළුල් කිරීම කරනවා.

**එය ගැටලුවක් විය යුත්තේ ඇයි?
(Why should it be a problem?)**

පළමුවන ගැටලුව තමා, මේ කරන පර්යේෂණ සංඛ්‍යාව නිසා පර්යේෂකයින්ගෙන් ලෝකයට ගලා එන්නා වූ තොරතුරු කන්දරාව.

පළමු වන ඇමෙරිකානු පුවත්පත එහි පළමුවන කලාපයෙහිම සඳහන් කළ කරුණක් තිබුණා. ඒක කරුණ තමා මේ පුවත්පත මුද්‍රණය කරන්නේ ගලාගෙන එන තොරතුරු කන්දරාව (The glut of information) වඩාත් පුළුල් වශයෙන් එයින් ප්‍රයෝජන ඇති අයට බෙදා හැරීමටයි කියන එක. එදා ඉඳලම තොරතුරු පිළිබඳ වෙළඳ පොළ ඉක්මනින්ම පැතිරිලා ගිය බව අපි හොඳින් දන්නවා. ජනතාවගෙන් බහුතරයකට වැඩිපුර තොරතුරු දැන ගැනීමට චුළුමනා වෙලා තියෙනවා. ඔවුනට තොරතුරු වැඩිපුර ලබා දෙන්නට අලුත් මෙවලම් රාශියක් එකතු වුණා. ටෙලිග්‍රෑෆ්, ටෙලිෆෝන්, ටෙලිවිෂන් හා වන්දිකා වැනි මෙවලම්. ඒවාගේම එම තොරතුරු වඩාත් පහසුවෙන් ගුණනය සඳහා

උපකරණන් ඇති, පත්තරවල තියන බොහෝ දේවල් සාරාංශ වෙලා එනවා පුවෘත්ති සකරාවලින්, රූකැන් සේවාවලින් ගලා එන පුවෘත්ති සමුදාය ඉතා සංක්ෂිප්ත පුවෘත්ති විකාශයකට කැටි කර ගන්න පුළුවන්. උගත් විද්වත් පුජාවගේ ප්‍රකාශන සමූහය සාරාංශ ගත කරන්න පුළුවන්. නැත්නම් ගුන්ට නාමාවලිය මගින් සාරාංශ කර ගන්න පුළුවන්. මේ තරම් තොරතුරු පැතිර යාම ඉතා ඉහළ මට්ටමකින් සිදු වුණත් අවාසනාවන්ත තත්වයකුත් මතු වෙලා තියනවා. අද මතු වි තිබෙන ප්‍රධාන ගැටලුව නම් මිනිසාට/ගැහැනියට ලැබෙන මේ තොරතුරු සමුදායෙන් අත්තේම ඔහුට/ඇයට ප්‍රයෝජනවත් වන දේවල් දැන ගන්න හමුවෙනවාද කියන එකයි. මම කැලිෆෝනියාවේ ඉන්න කාලේ³, ඒ කියන්නේ මීට මාස ගණනකට ඉස්සර වෙන තුරු මම වෙන මොකක්වත් නොකර තිටියත් රූපවාහිනිය බලන කාලය හත් අට ගුණයකින් වැඩිවුණා. ඒ වගේම ගුවන් විදුලියට කන්දෙන කාලය හතලිස් ගුණයකින් වැඩිවුණා.

මම මගේ අත ප්‍රකාශනය පත්තරවලින් දෙකක් අරන් කියව්වා. මේවායේ තියෙන හැම වචනයක්ම කියව්වා නම් මට මුළු දවසම ගතවේවි. මගේ ඉරිදා පත්තරයේ රාත්තල් තුන හතරක් බරයි.

මම මෙව්වට වෙලා කටා කලේ පොදු මාධ්‍ය ගැනයි. මේ තත්වය පර්යේෂණාත්මක ප්‍රකාශන වලින් වෙනස් වෙලා නැහැ. හැම මාසෙකම නැත්නම් නැම තුන් මාසෙකම මට හමුවන පර්යේෂණාත්මක ප්‍රකාශනවලින් හතලිහක් පමණ කියවිය යුතුව තියනවා. එසේ කියවලා බලලා කරුණු හිතේ තියා ගන්නත් මට ඕනෑ කරනවා. මගේ පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයේ තියන පර්යේෂණ සාහිත්‍යයෙන් බාගයක් විතර යතුරු ලියනය කොට හෝ රෝතියෝ කර බෙදා හරිනවා. මොන වෙලාවක බැලුවත් මගේ මේසෙ පර්යේෂණ ලිපි 50ක් 60ක් තියනවා. ඒ මේසෙම අළුත් පොත් පත හයකුත් තිබෙනවා. මම වාඩිවී ඉන්න තැනින් අඩි සිය ගණනක් එතාට ගිය හැටියේ සන්නිවේදනය ගැන ලියවුණු විවිධ ලිපි ලේඛන පොත් පත් හා ප්‍රකාශන 40,000ක් විතර තිබෙනවා පහසුවෙන්ම ලබා ගන්න පුළුවන් විදියට පරිගණක ගත කොට.

මම මේ තත්වය ගැන මැසිච්ලන්ඩ් නගනවා නොවේ. මගේ අත ප්‍රකාශන මේ තරම් තොරතුරු තියෙන නිසා මම වාසනාවන්තයි. ඒ වුණාට කෘෂි කාර්මික ක්ෂේත්‍රයේ වැඩ කරන කෙනෙකු හෝ සංවර්ධන සැලසුම්කරුවකු හෝ පුවත්පත් මාධ්‍යවේදියකු හෝ ගැන සිතන්න. හුතන සන්නිවේදන පර්යේෂණවලින් ඔහුට/ඇයට ප්‍රයෝජනවත් වන දේ තෝරා ගැනීමට සිදුවුණු කල්හි ඔහු/ඇය මුහුණ දෙන්නේ කොයි තරම් ප්‍රබල උපතෝකෝටිකයට දැයි කියලා හිතලා බලන්න.

මේ නිසා ප්‍රශ්නයේ එක පැත්තක් තමයි ප්‍රකාශයට පත් වන පර්යේෂණවල සංඛ්‍යාව (Simply amount of research) දෙවැනි පැත්ත තමයි, ඒ පර්යේෂණවල ස්වභාවය. (The nature of research) අද කාලයේ කෙරෙන සන්නිවේදන පර්යේෂණ ඉතා හොඳයි. එම පර්යේෂණ සාමාජික පර්යේෂණවල හැම පැත්තම ගැන සලකා බලනවා. (It partakes of the nature of social reseach) ඒ නිසා එම පර්යේෂණ භෞතික පර්යේෂණ වගේ ලේසියෙන් අනෙක් විෂයවලට සම්බන්ධ කර ගන්න අමාරුයි. ආලෝකයේ වේගය තීරණය කළාම ඕනෑම ප්‍රායෝගික වැඩකට සම්බන්ධ කරන්න පිළිවන්. රසායනික ව්‍යුහය දැන ගන්නාම ඒ කරුණුත් ඕනෑම ප්‍රායෝගික වැඩකට හෝ යන්ත්‍රයකට හෝ සම්බන්ධ කර ගන්න පුළුවන්. මානව වර්ධාව හෝ මානව අදහස් ගැන නම් ඒ තරම් පහසු නැහැ. අපි මනුෂ්‍ය නැසීරීම ගැන හෝ මිනිස් අදහස් ගැන හෝ යමක් සොයා ගත හොත් එය වඩාත් සංකීර්ණ දෙයක් බවට පත් වෙනවා. සොයා ගන්නා දේවල් වර්ගීකරණය කළ යුතු වෙනවා. සාධාරණ වන්නේ සමහර මිනිස් වර්ගයකටයි. නැත්නම් සමහර අවස්ථාවලට පමණයි. ඒ වගේම වෙනත් කරුණු බලපාන්නේ නැත්නම් හෝ බලපානවා නම් හෝ පමණයි. කිසි කෙනෙකුට කවදාවත් පුද්ගලයෙකු අගතිගාමීකම නිසා ඇතිවන මොළයේ පක්ෂාභාත තත්වයෙන් මුදවා ගන්නට පෝලියෝ එන්නත සොයා ගැනීමට පුළුවන් වෙලා නැහැ. එහෙම නැත්නම් අපරාධ නිසා හෝ යුද්ධය නිසා ඇතිවන අකාදහයන්ගෙන් මිදෙන්නට ඩේතක් කිසිවෙකුට සොයා ගැනීමට පිළිවන් වෙලා නැහැ. කිසි කෙනෙකුට ලෝකයේ කොතැන හදි කළත් සංවර්ධනය බලවත් කරන්න පුළුවන් අභ්‍යන්තර ජවලන එන්ජින් (Internal Combustion Engine) සොයා ගන්න පුළුවන් වෙලා නැහැ.

සාමාජික පර්යේෂණ ගැන පැහැදිලිව කිව යුතු කරුණක් තිබෙනවා. යම් තැනක යම්කිසි නියමිත කාලයක සොයා ගත් සාමාජික පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල වෙනත් තැනකදී, වෙනත් කාලයකට ස්වයංක්‍රීයව ගලපා ගන්න අමාරුයි. එම ප්‍රතිඵල නියම ආකාරයට ගලපා ගන්න අනුවර්තනය කරගන්න පුළුවන් වෙන්නේ ඉතා හොඳින් පුහුණු වූ විශේෂඥයකුට පමණයි. මේ කාරණාව සාමාජික හෝ සන්නිවේදනමය හෝ පර්යේෂණවලට පමණක් පොදු වූ දෙයක් නොවේ. ඕනෑම විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියක ප්‍රතිඵල ප්‍රයෝජනයට ගන්න නම් අතරමැදියෝ පිරිසක් වුවමනායි. භෞතික විද්‍යාව හා රසායන විද්‍යාව ගැන සලකා බලමු. ඒවායේ ප්‍රතිඵල ලබන්න නම් ඉන්ජිනේරුවන්, කාර්මික ශිල්පීන්, සේවකයන් හා නිර්මාණකරුවන් වුවමනාය. ජීව විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවලින් ප්‍රයෝජනයක් ලබන්න නම් වෛද්‍යවරුන් ඖෂධවේදීන් හා හෙදියන් අවශ්‍යයි. සමාජ විද්‍යා ක්ෂේත්‍රවල නම් අපට පුහුණුවක් හා විශේෂඥ භාවයක් ඇති එවැනි අතරමැදියන් විකක් ඉන්නවා. මේ ගැන මම පසුව කරුණු කියන්නම්. ලෝකයේ කොතැන හදි

කළුන් සංවර්ධනය බලවත් කරන්න පුළුවන් අභ්‍යන්තර ජීවලන එන්ජින් (Internal Combustion Engine) කොට ගන්න පුළුවන් වෙලා නැහැ.

සමාජය පර්යේෂණ ගැන පැහැදිලිව කිව යුතු කරුණක් තිබෙනවා. යම් තැනක යම්කිසි නියමිත කාලයක කොට ගත් සමාජය පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල වෙනත් තැනකදී, වෙනත් කාලයකට ස්වයංක්‍රීයව ගලපා ගන්න ඇමාරයි. එම ප්‍රතිඵල නියම ආකාරයට ගලපා ගන්න අනුවර්තනය කරගන්න පුළුවන් වෙන්නේ ඉතා හොඳින් පුහුණු වූ විශේෂඥයකුට පමණයි. මේ කාරණාව සමාජය හෝ සන්නිවේදනමය හෝ පර්යේෂණවලට පමණක් පොදු වූ දෙයක් නොවේ. ඕනෑම විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියක ප්‍රතිඵල ප්‍රයෝජනයට ගන්න නම් අතරමැදියෝ පිරිසක් වුවමනායි. භෞතික විද්‍යාව හා රසායන විද්‍යාව ගැන සලකා බලමු. ඒවායේ ප්‍රතිඵල ලබන්න නම් ඉන්ජිනේරුවන්, කාර්මික ශිල්පීන්, සේවකයන් හා නිර්මාණකරුවන් වුවමනාය. පිට විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවලින් ප්‍රයෝජනයක් ලබන්න නම් දෛවවරුන් ඖෂධවේදීන් හා හෙදියන් අවශ්‍යයි. සමාජ විද්‍යා ක්ෂේත්‍රවල නම් අපට පුහුණුවක් හා විශේෂඥ භාවයක් ඇති එවැනි අතරමැදියන් විකක් ඉන්නවා. මේ ගැන මම පසුව කරුණු කියන්නම්.

මේ ප්‍රශ්නයට තුන්වන පැත්තකුත් තියනවා. අපිට ක්‍රමානුකූල සහ දක්ෂ හුවමාරු ක්‍රමයක් නැහැ. මෝටර් රථයකට ඉතා හොඳ බලශක්ති හුවමාරුවක් තියනවා. එසේම උෂ්ණාගතික ප්‍රතික්‍රියාවන් ගොඩනගා ඇත්තේ කිසියම් උෂ්ණ හුවමාරු උපකරණයක් මතයි. ඕනෑම යන්ත්‍රයක සාර්ථකභාවය මගින්ම එයට උපයෝගී කර ගත හැකි බලශක්ති පරිමාණය මතයි. සමාජය පර්යේෂණ බුද්ධිමය බලශක්තියේ මූලාශ්‍රයයි. අපි එය කෙතරම් හොඳින් ප්‍රයෝජනයට ගන්නවාද? අවාසනාවකට මෙන් අපි දන්නවා අපි පාවිච්චි කරන ප්‍රමාණයට වඩා, අපි උත්තර දෙන ප්‍රමාණයට වඩා ප්‍රායෝගික ප්‍රශ්නවලට උත්තර දෙන්න අපි දන්නවා. මේ නිසා අපේ අන්තර් හුවමාරු පද්ධතියේ දුර්වලකම් පිළිගන්න ඔබ්බේ පුදුම ප්‍රමාණයකින් අපේ විභව බලශක්තිය අපතේ හරිනවා.

මෙය මේ ප්‍රශ්නය තේරුම් ගැනීමට තියෙන එක් පැත්තක්-දැන් එහෙම නම් ඒ ගැන අපට කරන්න පුළුවන් මොනවාද? පිවිත කාලයකම සන්නිවේදන පර්යේෂණ සමග ගත කරපු මට ඔබ ඉදිරියේ යෝජනා කිහිපයක් තබන්නට ඉඩ දෙන්න. ඔබ එදිනෙදා මුහුණපාන ප්‍රයෝගික ප්‍රශ්නත් එක්ක මාගේ මුළු පිවිතයම වාගේ ගත කළා. ඉතා විශේෂ කරලා මම යෝජනා තුනක් ඉදිරිපත් කරන්නම්.

පළමුවැනි යෝජනාව:
තොරතුරු අතර මැදියකු බිහි කිරීම
(Suggestion one: Produce Information Middlemen)

ආයෙත් අපි කලින් සඳහන් කරපු අභ්‍යන්තර ලොවින් ආ අමුත්තා වෙත යමු. අපට මවිතය දැනවන අයුරින් ඔහු ආවේ ඔහුගේ අවකාශ යානයෙන්. රෝග නිවාරණ අංශයේ සෙවුම් බැඳුම්වලට පස්සේ ඔහු රූපවාහිනියටත් පුවත්පත්වලටත් සම්මුඛ සාකච්ඡා දුන්නා. එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානයටත් කරුණු කිව්වා. විග්‍රහවත්මන් නිපදවන්නටත් පොතක් ලියන්නටත් ඔහු ගිවිසුම් අත්සන් කළා. දැන් ඔහුට ප්‍රශ්නය දිනා බලන්න වෙලාව තියනවා. අපි නිකමට වාගේ නිතමු, ඔහු ආවේ පළමුවෙන්ම අප සන්නිවේදන පර්යේෂණ වැඩිදායක අත්දැකීම් කරන්නේ කොතොමද කියලා බලාගන්නයි කියලා.

අභ්‍යන්තර ලොවින් ආ පුද්ගලයාට ජේතවා, අප ප්‍රභ ඉතා දක්ෂ ඒ වගේම ඉතා දියුණු වූ (නූතන සමාජය හා මනෝ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ) ක්‍රියාදාමයක් සහ ඒ ගැන වැඩි පුරම උනන්දුවන පුද්ගලයන් දෙදෙනෙක් ඉන්නවා කියලා. ඒ දෙදෙනා නම් පර්යේෂකයා සහ පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල භාවිත කරන්නාය. පර්යේෂකයා දුල්ල විශ්වවිද්‍යාලයේ හරි කොටියාවේ ජාතික විශ්වවිද්‍යාලයේ හරි ස්ටැන්ෆර්ඩ් හරි ඊස්ට් චෙස්ටර් හෝ වෙන තැනක හරි ඉඳ ගෙන හරි ඔහුට/ඇයට ඉතා හොඳින් තේරෙන පර්යේෂණ ක්‍රියාදාමය හා පර්යේෂණ විධි අනුගමනය කරමින් පර්යේෂණ වාර්තා සකස් කරනවා. ඔහු කරන මේ මුල්ම පර්යේෂණ කියවන මුල්ම කණ්ඩායම තමයි, ඔහු/ඇය එකට වැඩකරන උගතුන් පිරිස. ඒකට එක් හේතුවක් තමයි, ඔහුගේ /ඇයගේ වෘත්තීය රැකගන්නට වැඩිපුරම පුළුවන්කම ලැබෙන්නේ ඔහු/ඇය කරන පර්යේෂණවල ගුණාත්මක භාවය ගැන ලැබෙන ගරු සැලකිලි මත නිසාය. ඊළඟට ඔහුගේ/ඇයගේ පර්යේෂණ ප්‍රකාශන දෙවන කණ්ඩායම තමයි ඔහුගේ/ඇයගේ පර්යේෂණය කිරීමට මූල්‍ය අනුග්‍රහය දක්වපු ආයතනය. ඒ අයට වැටහුන හොත් මේ පර්යේෂණ හොඳයි කියලා ඔහුට/ඇයට තවත් පර්යේෂණ කරන්න මුදල් ලැබෙනවා. හැම පර්යේෂකයාටම මෙහි ප්‍රතිඵල ලැබෙනවා කියා වරදවා නිගන්න එපා. ඔහුගේ පර්යේෂණවලට කියලා කිව්වොත් වඩා නිවැරදියි.

මේ පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල ගැන බලා ගෙන ඉන්න කෙනා තමයි ප්‍රයෝජන ගන්නේ. ඔහු/ඇය ඉන්ද්‍රනීයියාවේ රජයේ සැලසුම් කාර්යාලයේ වැඩිවෙලා ඉන්න පුළුවන් නැත්නම් සිංගප්පූරුවේ ස්ට්‍රේට් ටයිම්ස් (Straight Times) පුවත්පත් කාර්යාලයේ වෙනත් පුළුවන්. එහෙමත් නැතිනම් කොයි රටක

හරි ජාතික පවුල් සංවිධාන වැඩසටහනකට සම්බන්ධ ප්‍රධාන කාර්යාලයේ ඉන්න පුළුවන්. ඔහුට/ඇයට තමන්ට තියෙන ප්‍රශ්න ගැන හොඳින් අවබෝධයක් තියනවා. එමෙන්ම තමන්ට ඒවා අවබෝධවන බවත් තිබෙනවා. ඒ අන්දමටම එම ප්‍රශ්න විසඳා ගන්නට උපකාරයක් ලැබෙයි කියලත් තිබෙනවා. ඒ වුණත් ඔහුට/ ඇයට කියපු පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල ළඟා කර ගන්න අමාරුයි. එමෙන්ම එහි ප්‍රතිඵල ගැන අවබෝධ කර ගන්නත් අමාරුයි. පහසුවෙන් කියවා ගන්න අමාරු වෙන්න පුළුවන්. අන්තිමට ඔහුගේ/ ඇයගේ වුවමනාවන්වලට ගැළපෙන අකාරයට එහි ප්‍රතිඵල අර්ථ කථනය කර ගන්න බැරි වෙන්නත් පුළුවන්.

දැන් අපි ආයින් අහහරු ලොවින් ආපු අපේ මිත්‍රයාට පෙනෙන හැටියට අපේ ප්‍රශ්න ඉදිරිපත් කරමු. ප්‍රශ්නය මේකයි. මේ පුද්ගලයන් දෙදෙනා අතර ඇති පරතරය පුරවන්නේ කෙසේද? වෙනත් වචනවලින් වඩාත් පැහැදිලිව කියනවා නම් කොයා ගැනීම හා තාක්ෂණ විධි උපකාරයට ගන්න පර්යේෂකයා හා යාථාර්ථ ලෝකයේ ඉඳ ගෙන ප්‍රශ්නවලට මුහුණපාන පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල භාවිත කරන්නන් අතර තියෙන පරතරය පුරවන්නේ කෙසේද?

භෞතික හා පිට විද්‍යාත්මක අධ්‍යයන අතර යම් සාදෘශ්‍යයක් (Analogy) ඇති කර ගන්න ඕනෑ. ඒ තුළින් අපි විද්‍යාඥයා හා පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල භාවිත කරන්නා යන දෙදෙනාට මැදින් අතර මැදියන් පද්ධතියක් (Middlemen) ගොඩ නගන්න ඕන. මම කලින් කීවා වගේ පිට විද්‍යාවන්හිදී අපිට ඉන්නවා වෛද්‍යවරයා සහ වෙනත් අතර මැදියෙක්. ඔවුන් කරන්නේ මුලික පිට විද්‍යාව පක්ෂගාත රෝගය සුව කිරීමට වුවමනා විදියට හැඩ ගස්වා ගැනීමයි. භෞතික විද්‍යා සැලකූවොත් අපිට ඉන්නවා ඉන්ජිනේරුවන් එමෙන්ම එම දැනුම පාලම හඳුන්වන සම්බන්ධ කරනවා. අතින් උදව්කාරයින් ඉන්නවා ඒ වුණාට අපි සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය ගත්තාම විද්‍යාත්මක අතර මැදියන්ගේ භූමිකාවට ගැළපෙන අය ඇති කර ගැනීමේ කටයුත්ත හරි හැටි කරන්න පටන් ගන්නා විතරයි.

ඒ අතින් බලන කොට ස්වභාවික විද්‍යාවන් හා (Natural Sciences) හා සමාජීය විද්‍යාවන් (Social Sciences) යන දෙකම බලපාන කෘෂි කර්ම ක්ෂේත්‍රය ටිකක් දියුණුයි. ඒක අත්හදා බැලීමේ කරන කුඹුරු සහ කෘෂි කාර්මික ක්ෂේත්‍ර තියෝපිතයා යන අංශ දෙක දියුණු කර ගෙන තියෙනවා.

ළමයි විශාල සංඛ්‍යාවකට සේවය කළ යුතු නිසාත්, විශාල මුදලක් වැය කරන්නට සිදුවන නිසාත් අධ්‍යාපන ක්ෂේත්‍රයේත් අතර මැදියන් ඇතිවෙලා තියෙනවා. පාසල් සැලසුම් හා පර්යේෂණ කාර්යාලය, පාසල් මනෝ විද්‍යාඥයා හා පරීක්ෂණ විශේෂඥයා ඉන්නවා. ආයියානු පුවත්පත් පදනම හා ඩෙප්ත් නිව්ස්

(Depth news) වැනි සේවාවන් විසින් ලේඛකයන් පුහුණු කිරීම වැනි කටයුතු කරලා මේ පරතරය පුරවන්න තැන් දරලා තියෙනවා. ලියන කියන උදවිය තමයි පර්යේෂණවලදී කොයා ගත්ත දේවල් සාමාන්‍ය ජනතාවට කියලා දෙන්නේ. ඒ වගේම තවත් බොහෝ සංවර්ධන වැඩසටහන්වලත්, පර්යේෂණවල පුහුණු වූ පුද්ගලයින් මතු වෙන්න පටන් අරන් තියනවා.

මම අනුමාණ කරන විදියට පර්යේෂණ ප්‍රයෝජනවත් තත්වයට යෙදෙන පුළුවන් ක්‍රමයක් තියෙනවා. ඒක කරන්න පුළුවන් වෙන්නේ විද්‍යාඥයා හා පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල භාවිත කරන්නා යන දෙදෙනා අතර බලවත් අතර මැදියන් කුඩායක් ඇති කිරීමෙන් කියලා මම අනුමාන කරනවා. ඒක පාර්ශ්වික නෙවෙයි. ඒ කියන්නේ විද්‍යාඥයාගෙන් භාවිත කරන්නාට පමණක් නෙවී ද්වි පාර්ශ්වික නැත්නම් දෙපැත්තටම එය සිද්ධ වෙන්න ඕන. විද්‍යාඥයාගෙන් භාවිත කරන්නාට හා භාවිත කරන්නාගෙන් විද්‍යාඥයාට වයයෙහි. විද්‍යාඥයා සාමාන්‍ය ලෝකයේ තියම ප්‍රශ්න ගැන තේරුම් ගන්න ඕන. එමෙන්ම පර්යේෂණ ක්‍රම වලින් ලැබෙන ප්‍රතිඵල ගැන ඒවා භාවිත කරන්න වුණත් හොඳට දැන ගන්න ඕන. අහහරු ලොවින් ආ මිත්‍රයා මම ඉන්න තැන හිටියා නම් ඔහු/ඇය අපිට කියාවී අපි දැන් අතර මැදියන් බිහි කිරීමේ තත්වයට ළංවෙනවාය කියා. ඔහුට /ඇයට තියනවා අන්තර් ග්‍රහ ලෝක තොරතුරු පෙනෙන සුවිශේෂ දෘෂ්ටියක්. නැබැයි ඒක කරන්නේ වෛද්‍යවරයා හෝ ඉන්ජිනේරුවා වගේ නව භූමිකා නිර්මාණය කිරීම නෙවී. ඒක කරන්නේ වුවමනා කරන පුද්ගලයන් දෙගොල්ලක් එනට සම්බන්ධ කිරීමෙනුයි.

මම කියන්නේ එහිදී කළමනාකරුවනට හා ක්ෂේත්‍ර නිලධාරීන්ට පර්යේෂණ භාවිත කරන ආකාරය ගැන හොඳ දැනුමක් දෙන්න ඕන. ඒ වගේම පර්යේෂකයන්ට පර්යේෂණ කළ යුත්තේ මොන අංශ ගැන දැයි හොඳ අවබෝධයක් දෙන්නත් ඕන. අඩුම ගණනේ තමන්ට උවමනා වන වේලාවේදී පර්යේෂකයා කැඳවීමට දැනුමක් තේරුමක් තියෙන කළමනාකරුවන් අපට වැඩි පුරම වුවමනා කරනවා.

ඉතා සරල පර්යේෂණ කර ගන්න පුළුවන් මට්ටමේ සංවර්ධන නිලධාරීන්ද අපිට වැඩි පුර ඕන කරනවා. පුළුව පරීක්ෂණ පවත්වන්නට හා නියැදි පරීක්ෂණ කරන්න පුළුවන් අය අපිට ඕන කරනවා. ඒවගේම එයාලට කිසියම් පර්යේෂණයක් කියවලා ඒක තමන්ගේ පුද්ගලයට ගැළපෙනවද නැත්ද කියලා තේරුම් ගන්න පුළුවන් දැනුමක් තියෙන්නත් ඕන. දැන් ක්ෂේත්‍ර වැඩසටහන් කිරීමේ නායකත්වයට පුහුණුවන ශිෂ්‍යයින්ගේ පුහුණුවට සන්නිවේදන පර්යේෂණ හා පර්යේෂණ විධි ඇතුළත් කර ගෙන යන සිටිතක් තියනවා. නිදසුන් ලෙස

මහජන සෞඛ්‍ය ක්ෂේත්‍රය සැලකිය හැකිය. මේක විකස් අමාරු වැඩක් ඒ වුණාට කරන්න බැරි වැඩක් නොවේ. ඒ සඳහා වැඩ මුළු හා කෙටි කාලීන පාඩමාලා පුහුණු කාලය තුළ ඇතුළත් කිරීම අවශ්‍යයි.

ඒ නිසා මං විශ්වාස කරනවා අනාගතයේ දවසක් ඒව් සරල පාරිසරික සන්නිවේදන ගැන කිසිම අවබෝධයක් නැති කිසිම කෙනෙක් සංවර්ධන සන්නිවේදනයේ කිසියම් ක්ෂේත්‍රයකට සම්බන්ධ වෙලා ඊස්ට් වෙස්ට් මධ්‍යස්ථානයේ (East West Center) වැඩමුළුවකින් මතු නොවේ කියලා.

මේ සතිවල ඔබ විසින් සැලකිලිමත් විය යුතු එක් ප්‍රශ්නයක් තියනවා. සන්නිවේදන පර්යේෂණ ගැන ප්‍රයෝජනවත් වන ප්‍රවේශයන් කළමනාකරුවන්ට ලැබෙන්නේ කොහොමද කියලා. ඒකයි ඒ ගැටලුව එක් අතකින් ඔවුනට තියනවා මේ සඳහා විශාල වුවමනාවක්. ඒක තමන් විසින්ම කරන්න ඉගෙන ගන්න වේවි. පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල කෙරෙහි විශ්වාසය තියලා වැඩ කරන්න පුළුවන් වන්නේ කවදාද කියලා දැන ගන්නයි. එමෙන්ම ඒ සඳහා මුදල් ආයෝජනය කිරීම කොයි වෙලාවෙද කියලා දැන ගන්නයි. එමෙන්ම විශේෂඥයින් කරා යායුත්තේ කොයි වෙලා වේද කියලා දැන ගන්නත්. මේ අයට අධ්‍යාපනය සඳහා විශාල කාලයක් යොදා වන්නේ බැහැ. එවැනි තොරතුරු ලබා ගන්න පුළුවන් හොඳම මාර්ගය කුමක්ද?

ඔවුනට විශේෂ වු ප්‍රකාශනයක් ලබා ගන්නට ඇති හොඳම මාර්ගය කුමක්ද? ආසියාව පුරා කළමනාකරුවන්ට ගැළපෙන කෙටි කාලීන පාඩමාලා පැවැත්වෙන ස්ථාන මොනවාද? මේක ඇමික් (AMIC) ආයතනයට කරන්න පුළුවන් දැයි යොයා බැලිය යුතු කාරණාවක් හේද?

දෙවැනි යෝජනාව:
වැඩිපුර පාරිභාෂිත පර්යේෂණ පැවැත්වීම්
(Suggestion number two: Conduct more applied research)

ආසියාවේ වගේම අනෙක් මහාද්වීපවලත් කළමනාකරුවන් සොයා ගන්න එක දෙයක් තියනවා. එනම් පර්යේෂණ හැකියාව ඇති අය එක්කෝ තමන් ළඟ රාජකාරි කිරීම හෝ ළඟක එවැන්නකු කීටීම. මෙය ප්‍රයෝජනවත් කියලා පැහැදිලි කිරීම සඳහා මට විකස් වැඩිපුර කියන්න ඉඩ දෙන්න ඕන. පොදුවේ සමාජීය පර්යේෂණවල ඇති ස්වභාවය ගැනත් විශේෂයෙන් සන්නිවේදන පර්යේෂණ ගැනත්.

මම කලින් යෝජනා කළ පරිදි අභියාසා සම්භාවනාවට ලක් වන පර්යේෂණ තමයි මූලික වුනත් සාමාන්‍ය වර්ගයේ පර්යේෂණ. මම කටා කරන්නේ ආකල්පවල ස්වභාවය ගැන කෙරෙන පර්යේෂණ ගැන. එවැනි පර්යේෂණවල පරමාර්ථය නම් පොදු කරුණු දියුණු කර ගැනීමයි. එයින් බොහොමයක් ප්‍රතිඵල ආසියාවේ, නිදසුනක් දැක්වුව හොත් කාට් රයිට් ගේ පෙළඹවීමේ ආකෘතිය ගන්න. එය මූලිකම දියුණු කරන ලද්දේ අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ ජාතික යුධ සුරැකුම්පත් අලෙවිය සම්බන්ධ ආයතනවලිනි. එවැනි ප්‍රතිපත්තියක් ආසියාවේ ඕනෑම තැනක සංවර්ධනය හා පෙළඹවීම් උපාය මාර්ග හැසිරවීමෙහි ලා ප්‍රයෝජනවත් වන ඒවාය. එම ප්‍රතිපත්ති කළමනාකරුවන් සැලසුම්කරුවන් ප්‍රවෘත්ති නිලධාරීන් හා ක්ෂේත්‍ර නියෝජිතයන්ද දැන ගන්නට උවමනාය. එම ප්‍රතිපත්ති හුකක් දුරට සාමාන්‍ය ඒවා වේ. එවැනි එකක් මම සඳහන් කරන්නම්.

යෝජිත පුරුද්දකට ඇඹිබැහිවෙන්න කලින් පුද්ගලයාට වුවමනා කරනවා හරියටම දැන ගන්න එයින් තමන් ළඟා විය යුතු ඉලක්කය සම්පූර්ණ කරගන්න පුළුවන්ද කියලා ඔබටත් එම ප්‍රතිපත්තිය ඔබගේ වැඩසටහනකට යොදා ගන්න වුවමනා කරනවා කියලා මොහොතකට හිතන්න. ඔබට මෙහිදී කිසියම් ඉලක්ක පූර්ව පර්යේෂණයක්. ඒ කළේ කාර්යාලයේ ලේකම්වරියට පෝස්ටර් පෙන්වීමෙන්. ලේකම් වරියගෙන් මෙහෙම අහනවා. ඔබට පෝස්ටරය තේරුම් ගන්න පුළුවන් වුණාද? ඔබ පෝස්ටරයේ පෙනුමට කැමතිද? ආදී වශයෙන් ප්‍රශ්න අහනවා. ඒක පුරව පර්යේෂණ ක්‍රමයක්. එහෙත් ඒක හොඳ ක්‍රමයක් නම් නොවේ. පර්යේෂණ ගැන යම්තම් හට දන්නවා නම් ඒ කටයුත්ත ඊට වඩා හොඳින් කරන්නේ කොහොමද කියලා කියන්න පුළුවන්. වැඩිපුර විද්‍යමක් නැතිව එන කොටයි ඒ ප්‍රතිඵල විශ්වාසදායක වන්නේ. එතකොටයි ඒක තනි පුද්ගලයකුගේ මතකයට වඩා වෙනස් වන්නේ.

පර්යේෂණවල සොයා ගැනීම් මෙන්ම පර්යේෂණයට උපකාර කරගන්න ක්‍රමන් හැකි තරම් දුරට පතුරවා හැරිය යුතුයි. පර්යේෂණ ප්‍රතිඵල වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් විදියට භාවිත කරන හොඳම ක්‍රමවලින් එකක්. අවශ්‍ය පුද්ගලයින් පුහුණු කිරීමෙන් වැඩ සටහන් ගැන පූර්ව පරීක්ෂණ පැවැත්වීමට අවස්ථාව දීමත් හරිම වැදගත්. ආසියාව තුළ සංවර්ධන වැඩසටහන්වලින් ලැබෙන ප්‍රතිඵල වඩාත් හොඳින් භාවිත කිරීමට නම් කළ යුත්තේ එයයි. ඒවාට ඔවුන් ළඟා කරවීමත් අවශ්‍යයි. පුද්ගලයින්ට මේ පර්යේෂණ විධි ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා නම්, මේ ක්ෂේත්‍රයේ වඩාත් වැඩිපුර භාවිත (පාරිභාෂිත) පර්යේෂණ (Applied Research) පැවැත්වීම අගය කරනවා. ඒවා ඒ පුද්ගලයේ අවශ්‍යතාවලට ගැළපිය යුතුය. භාවිත පර්යේෂණ යෝජිත විසඳුම් ප්‍රාදේශීය ප්‍රශ්නවලට ගැළපෙන උත්තර විය යුතුය. එවැනි අත්‍යවශ්‍ය පර්යේෂණවලට අපි වැදගත් තැනක්

ලබා දෙන්නේ කොහොමද? එම කටයුතුවල නිරතවීම වෙනුවෙන් තරුණ පර්යේෂකයන්ට අපි සලකන්න ඕන මොන විදියටද?

තුන්වැනි යෝජනාව:

ප්‍රතිඵල බෙදා හදා ගැනීම (Suggestion three : Share the Results)

පර්යේෂණ පිළිබඳ තොරතුරු භාවිත කළ හැකි අයුරින් සකස් කිරීමේ අවශ්‍යතාව

පර්යේෂණ මාර්ගයෙන් සොයා ගන්නා බොහෝ කරුණු අත්‍යයන් සමග බෙදා හදා ගත හැකිය. එසේම ඒවා අත්‍යයන්ට ද ප්‍රයෝජනවත් වේ. මෙයින් සමහරක් කරුණු මූලික ඒවාය. අනෙක්වා ව්‍යාපෘති පර්යේෂණවලින් ලැබෙන දේවල්ය. 'A' නම් රටට 'B' නම් රට කිසියම් විශේෂ දෙයක් භාවිත කළ ආකාරය දැන ගැනීම ඉවහල වෙතියි සිතමු. 'B' නම් රට 'A' නම් රට සෘජු තැපැල් (Direct Mail) මගින් යවන ලියුම් මාර්ගයෙන් එම කටයුත්ත කළේ කොහොමදැයි දැන ගැනීමට ඉවහලය. ඒ නිසා පර්යේෂණවලින් සොයා ගත් කරුණු හා නිරීක්ෂණ භාවිත කළ හැකි ආකාරයකින් සාර්ථක ලෙස සංසරණය කරන්නේ කෙසේද?

මේක පෙනෙන තරම් ලේඛි නැතැ. වැඩිපුර පර්යේෂණ සැලසුම් කොට ක්‍රියාත්මක කිරීමටත් ඒවා මුද්‍රණයෙන් ප්‍රකාශයට පත් කිරීමටත් ප්‍රයත්නයට පිළිතුර නොවෙයි. ආසියානු හා ගාන්තිකර කලාපයේ සංවර්ධන සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය ගැන තොරතුරු එකතු කිරීමට ඊස්ට් වෙස්ට් (East West Center) ඉන්න අපි අවුරුදු පහා බොලර් ලක්ෂ ගණනින් වැය කරනවා. ඒ වගේම ඇමික් (AMIC) මධ්‍යස්ථානයේත් මේ සම්බන්ධව විශාල එකතු කිරීමේ වැඩසටහනක් තිබෙන බව ඔබ දන්නවා. අපි ගිය අවුරුද්දේ පාසා පිටපත් 1,25,000 ආසියාව හා අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ සිටින අපි ළඟ තිබෙන තොරතුරු ළඟා කරගන්න බැරි අයට යැව්වා. ඒ ක්‍රමයට පිටු දහ ලක්ෂ 125ක් යවන්න අපිට පුළුවන්කමක් තිබුනත් ඒකෙන් වැඩක් වෙන්නේ නැතැ. මේ තොරතුරු ඉවහලා කරන හුන දෙනෙකුට මේවා තියෙන තත්වයෙන් ප්‍රයෝජයට ගන්න බැරිවීම ඊට හේතුවියි. ඒ වගේම ඔහුට /ඇයට වැදගත් වෙතියි කියලා තිහෙන තොරතුරු ප්‍රධානියකුටවත්, කළමනාකරුවෙකුටවත් තියෙන්න විදියක් නැතැ.

එහෙම නම් මේකට දෙන පිළිතුර කුමක්ද? මම මුලදී විස්තර කළ පරිදි අතරමැදියන් අවශ්‍ය වෙනවා. අතරමැදියන්ගේ තත්වයේ ක්‍රියාධාරයන් මේ තොරතුරු සම්බන්ධයෙන් අවශ්‍ය කරනවා. එය අන්තර් භාවමාරු පද්ධතියක්. මේ තොරතුරු සමූහය අපි පරිවර්තනය කරන්න ඕන. එවන් පරිවර්තනවලදී අදාළ පර්යේෂණවල හැඩය හා ගුණාලිය පසුබිම අමතක නොකළ යුතුය. එහෙම කළාම කිසියම් සංවර්ධන නිලධාරියකුට කිසියම් විශේෂ ස්ථානයක තොරතුරු ඉවහලා තරමට ඔහුට / ඇයට වැටහෙන ආකාරයකින් එය ලබාගන්නට පුළුවන් වෙනවා. එවැනි උපක්‍රම මොනවාද?

නාමාවලි (Bibliographies) මේ කටයුත්තේ දී ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා. ඒවායින් පර්යේෂකයකුට ඔහු /ඇය උනන්දු දක්වන, කියවන්නට ඉවහලා දේවල් මොනවාදැයි දැනගන්නට පුළුවන්. ඒ වගේම නිබන්ධන සාරාංශයන් (Abstracts) වැදගත් වෙනවා. විද්වතුන්ට ඒවායින් ප්‍රයෝජන ගන්න පුළුවන්. සාරාංශ තවත් වැදගත් දෙයක්.

උපදේශාත්මක සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයෙන් (Instructional Communication) මම නිදසුනක් දෙන්නම්. එය මට වඩාත් හුරු ක්ෂේත්‍රයක්. පර්යේෂණ සම්බන්ධ වාර්ෂික සාරාංශ භාවිතය පිළිබඳ එවැනි ඉඩකඩ පෙන්නුම් කරන අංශයක්. කුඩා හා විශදම් අඩු මාධ්‍ය (විග්‍රහයට වඩා විග්‍රහවල කුඩා කොටස්, රූපවානිතියට වඩා ගුවන්විදුලිය ආදී වශයෙන්) භාවිත වේ.

පාදක සටහන්

ඊස්ට්-වෙස්ට් මධ්‍යස්ථානය (East West Center) ඇමෙරිකානු මධ්‍යම ආණ්ඩුවේ මූලධාරී ඇතිව පවත්වා ගෙන යනු ලබන ලාභ නොලබන (non profit) පර්යේෂණ හා පුහුණු මධ්‍යස්ථානයකි. 1960දී පිහිටවනු ලැබූ මෙම මධ්‍යස්ථානයට අනුබද්ධව මාධ්‍ය සහ සංස්කෘතික මධ්‍යස්ථානයක්ද (Institute of Culture and Communication) ඇත. 1960 සිට 1980 දක්වා කාලය තුළ ඊස්ට් වෙස්ට් මධ්‍යස්ථානය අභියෝග ක්‍රියාකාරී පර්යේෂණ වැඩසටහනක් ක්‍රියාත්මක කළේය. විශේෂයෙන්ම මාධ්‍ය හා සංස්කෘතික මධ්‍යස්ථානය සංවර්ධනය කටා යන ආසියානු රටවල්වලට අදාළ පර්යේෂණ පුහුණු හා ප්‍රකාශන වැඩ පිළිවෙළක් ක්‍රියාත්මක කරයි.

ආසියානු පුවත්පත් පදනම (Press Foundation for Asia) දැනට පිලිපීනයේ මැතිලා නුවර පවත්වා ගෙන යනු ලබයි. ආරම්භක අවධියේ මුලස්ථානය

පැවතියේ නොහොත් කොටස් විය. දිවංගත එස්.එම්. වික්‍රමසිංහ මහතා (රතිල් වික්‍රමසිංහ මහතාගේ පියා) ආසියානු පුවත්පත් පදනම ආරම්භ කිරීමට පුරෝගාමී විය.

ආසියානු ජන සන්නිවේදන තොරතුරු හා පර්යේෂණ මධ්‍යස්ථානය (Asian Mass Communication And Research Center - AMIC) යන කෙටි නාමයෙන් හඳුන්වයි. ජර්මනියේ ප්‍රේඩරික් ඊබ්ට් පදනමේ ආධාර ඇතිව සිංගප්පූරු රජය විසින් පවත්වාගෙන යනු ලබන ආයතනයකි. ඇමික් ආයතනය ආසියාවේ මාධ්‍ය පර්යේෂණ, පුහුණු ප්‍රකාශන කටයුතු සම්බන්ධව උනන්දුවක් දක්වයි.

මහාචාර්ය විල්බර් ෆ්‍රෑම් සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ පමණක් නොව මුළු ලෝකයේම ජනප්‍රිය කරවීමට ද ආයතනයක් කිරීමට ද පුරෝගාමී වූ විද්වතෙකි. මෙම ලිපිය පදනම් වී ඇත්තේ 1973 වර්ෂයේදී ඇමික් ආයතනයේ අනුග්‍රහයෙන් ඉන්දියාවේ බැංගලූර් නගරයේ පැවැත්වූ “ආසියාවේ සමාජ විපර්යාසය හා සන්නිවේදනය” The Problem of Making Communication Research Useful- (Wilbur Schramm) In *Comunication and Rural Charge*, AMIC, P.R.R. Sinha, (Ed.) 1976 යන කලාපීය සම්මන්ත්‍රණයේදී ඔහු පැවැත් වූ ප්‍රධාන දේශනය මතයි.



මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා රූපවාහිනිය

ආර්යරත්න ඇතුගල

රූපවාහිනි මාධ්‍යයට ඉන්නේ නරඹන්නෝ. ඔවුන් ප්‍රේක්ෂකයින්ට වඩා වෙනස්. ප්‍රේක්ෂකයින් රසවින්දනය වෙනුවෙන් සුදානම්ව ඉන්නේ. නරඹන්නන් එසේ නොවේ. ඔවුන් කිසිදු සුදානමකින් තොරව ලැබෙන දේ නරඹනවා. විශේෂයෙන් තොරතුරු හැරවීම රූපවාහිනි මාධ්‍යයේදී කැපී පෙනේ.

එසේවුව තුනෙන් වාග් විද්‍යාඥයින් රූපවාහිනිය නරඹනවාට වඩා “කියවීම” වැදගත් බව පෙන්වා දේ. කියවීමෙන් තොරව රූපවාල අර්ථ වටහා ගැනීම දුෂ්කර බව මෙම මතයෙන් කියැවේ. එහෙත් රූපවාහිනි නරඹන්නා සතුව කියැවීමට ප්‍රමාණවත් භාෂාවක් නැත. පැරණි බලි තෝවිල්වල හා වෙනත් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය කියැවීමට ජනයා පුරුදුව සිටියා. එම හුරු පුරුදු කම් ද රූපවාහිනි කියැවීම සඳහා ප්‍රමාණවත් නොවේ. තුනෙන් වාග් කියැවීම සඳහා ග්‍රාහකයෙක් සතුව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් (Media Literary) තිබිය යුතුය. සාක්ෂරතා පෙළ කියැවීම මගින් පවිත්‍රවිධාන සුක්ෂමතා හඳුනා ගැනීමට අවකාශ ලැබේ.

මාධ්‍ය සම්බන්ධ සාක්ෂරතාව සමාජ මනෝ විද්‍යාත්මක පදනමකින් වර්ධනය වන අතර එය සමාජ සංස්කෘතික අගයන් සමග ද සම්බන්ධ වේ. ජෝර්ජ් ගාබ්නර් රූපවාහිනිය පිළිබඳ සම්බන්ධයෙන් කියා සිටියේ රූපවාහිනිය

සත්‍ය ජීවිතය ප්‍රකට කරන අයුරින් නව සංස්කෘතික හා සමාජ අගයන්
සංකේතාත්මක ලෙස ව්‍යවහාරයට පමුණුවන බවයි. ඒවා තේරුම් ගැනීමට
සාක්ෂරතාව අවශ්‍යය.

මේ අනුව සාක්ෂරතා අධ්‍යයනය යන්ත්‍රවේදන ක්ෂේත්‍රයේ නව ප්‍රවණතාවකි.
මුද්‍රක මාධ්‍ය විෂයෙන් පළමුව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යෙදුණි. (Scriber a cole) පසුව
රූපවාහිනී මාධ්‍ය සම්බන්ධව ද එම පුද්ගල විමෝචන දෘශ්‍ය සාක්ෂරතාව (Visual
Literary) අවධානයට ගැනුණි. (Goodwin a Whanne) වර්තමානය වන විට
මෙම අධ්‍යයන පරිගණක සාක්ෂරතාව (Computer Literary) දක්වාද පුද්ගල වි
අත. (Adams-- Humma- 1989)

ග්‍රාහකයා මාධ්‍ය මගින් අනාවරණය කරගන්නා වූ පර්යාවලෝකනයන්
අර්ථ දැක්වන්නා වූ ආකාරය දැන සාක්ෂරතාව යැයි කිව හැකිය. එම
පර්යාවලෝකන මගින් අප දැනුම ආකෘති (Knowledge Models) ගොඩනගා
ගනී. එසේ ආකෘති ගොඩනගා ගැනීමට දැනුම අවශ්‍යය. එසේම තොරතුරු
අවශ්‍යය. මේවා මාධ්‍ය මගින් ද සැබෑ ලෝකයෙන් ද අපට ලැබේ.

පුද්ගලයෙක් සතු සාක්ෂරතා ශක්තිය ඔහුගේ පර්යාවලෝකනයන්
නිර්ණය කරයි. පුළුල් පර්යාවලෝකනයක් ඇත්තෙකුගේ මාධ්‍ය විග්‍රහයන් විවිධ
මාතෘකන් ඔස්සේ ගමන් කරයි. රූපය පිළිබඳ බොහෝ තේරුම් ඔහු ප්‍රකට
පැමිණේ. ඔහු ඒවා විවිධ මාතෘකන්ගෙන් විග්‍රහ කොට දක්වයි. එය සංදේශ හෝ
පණිවිඩ තේරුම් ගැනීමේ ක්‍රියාවලියකට වඩාත් බලපායි. එවිට ඔවුන්ගේ තේරුම්
ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය බලවත් වේ. වඩාත් පලදායී නිවැරදි දේ තෝරා ගැනීමට
එවැන්නෙකුට හැකිවේ. මාධ්‍ය ඉදිරියේ තෝරා ගැනීමට අසමත් වන්නන් මාධ්‍ය
ඇඛිබැහිකම් ඇතිකර ගනී. ඒ අනුව දුර්වල මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ඇති අයෙකු
දුර්වල අයෙක් බවටද පත්වේ. ඔහු හෝ ඇය සීමා සහිත පර්යාවලෝකනයකට
මැදිවේ.

මාධ්‍ය මගින් බහුවිධ තේරුම් (Multiple Meanings) ලබාගත හැකි
විමෝචන ඒකතරා ගැටලුවකි. පොදු එකතාවකට පැමිණීමට නොහැකි
වීම. ඒ අනුව පුද්ගලයාගේ රුචි අරුචිකම් පිළිබඳ ධාරිතාව මත ඇති
කරගන්නා එකතා මගින් සමාජයේ සංකීර්ණ මානසික චාතාවරණයක් ගොඩනගයි.
තනි තනිව ගොඩ නගා ගන්නා තේරුම්වල ක්‍රමික බවක් නොතිබිය හැකිය.
උදාහරණයක් ලෙස එකම ප්‍රවෘත්තිය පිළිබඳ විවිධ අදහස් දැක්වීම, එකම ටෙලි
නාට්‍ය ගැන විවිධ අර්ථ නිරූපන ගෙන ඒම විමසා බැලිය හැකිය. එහෙත්
විවිධත්වය (Diversity) මේ පසුබිමේ බිහිවන පොදු ස්වභාවයයි.

රූපවාහිනී මාධ්‍ය ප්‍රමුඛ කොට නව සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලියක් ආරම්භවී ඇත.
එය නිරන්තරවම බලපෑමටත්තු සහගත සමාජානුයෝජන (Anticipatory
Socilization) ක්‍රියාවලියකි. එමගින් ජීවිතය පිළිබඳ නව බලපෑමටත්තු දැනින්
දැනටම ඇති කරවයි. රූපවාහිනිය නව නරඹන්නන් සමූහ නිර්මාණය කර තිබේ.
මෙම සමූහයාගේ පංති ලක්ෂණ භෞතික සාධක මත නොව මානසිකතත්ව සමග
බැඳී පවතී. එබැවින් පංති විභේදනය යන්න වර්තමානයේ විග්‍රහ කිරීම අසීරු වේ.

1. පංතිය තුළින් (Class in itself)
2. පංතිය සඳහා (Class for itself)

මාධ්‍ය මගින් සකස් කරවන පංති මානසිකත්වය එක්තරා පැවතුම් තත්වයක්
(Condition of Existence) ඇතිකර තිබේ.

නැම විටම මාධ්‍ය මගින් පෙන්වා දෙන ආර්ථික සමාජ වටිනාකම්
ද්‍රව්‍යවාදී නව ලිබරල්වාදයට වඩාත් නැඹුරුවේ. පුද්ගලයාගේ ජීවන
ක්‍රමය හා පංති තත්වය අතර ඇත්තේ වික්ෂිප්ත ගණුදෙනුවකි. වැඩ කරන
පංති සංස්කෘතිය (Woking Class Culture) සමාජය පුරා පවතී. එසේවුව
ඔවුන් මාධ්‍ය මගින් අත් විඳින්නේ ජනප්‍රිය සංස්කෘතියකි. (Popular Culture)
මෙම ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය හා වැඩකරන සංස්කෘතිය අතර ව්‍යවහාරික සම්බන්ධතාවක්
නැත. වැඩ කිරීම තුළින් ඔවුනට බලසම්පන්න සංස්කෘතියක් හිමි නොවුනද
මාධ්‍ය මගින් ඔවුනට බල සම්පන්න සංස්කෘතියක් ලැබේ. පැරණි ගොවි
සංස්කෘතිය තුළ දැකී හැකි වන්නේ අභියෝග ව්‍යවහාරික සංස්කෘතික
ගණුදෙනුවකි.

මාධ්‍ය සාකච්චාව පුළුල් කර ගැනීමේදී අවධානයට ගත යුතු
කරුණකි 'ජන පදනම'. මාධ්‍ය සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරකම් එල්ල වන්නේ
ජන පදනමෙහි. ආකල්ප හා ද්‍රව්‍යමය ව්‍යවහාර ජනයා සකසා ගන්නේ
ඒ අයුරිනි. එසේවුව ප්‍රධාන ගැටලුව වන්නේ බොහෝ මාධ්‍ය ක්‍රියාකරන්නන්
'පොදුජන' යනපත ඉලක්ක කොට නොවීමයි. ජනයා නොවන (Massness)
පදනමෙහි. වෙළඳ හා දේශපාලනික වුවමනාවන් වඩාත් පදනම් කොට
ගනී. එනිසාම මාධ්‍ය පිළිබඳ විශේෂඥයින්ගේ අවධානය යොමුව ඇත්තේ
මාධ්‍ය සන්නිවේදනය (Communication) කරයි ද? මාධ්‍ය පරිභෝජන
ක්‍රියාවලිය (Consumption) සකස් කරයි ද? යන ගැටලු කෙරෙහිය. පොදුජන
සන්නිවේදනයට බලපෑම් කරනවාට වඩා පරිභෝජන රටාවට බලපෑම් කරන
බව මෙමගින් හෙළිවේ. මේ අනුව පාරිභාෂිත යෙදුම්, වචන, හැරීම්
රටා හා හුරුපුරුදුකම් මාධ්‍ය ඇසුරේ සකසා ගනී. මෙමගින් නිර්මාණය

වන්නේ සම්මත පන්ති රටාවක් නොව අසම්මත පන්තියයි. (Paradoxically Classless)

මාධ්‍ය යටාර්ථය

රූපවාහිනිය යටාර්ථය ප්‍රකට කරන බව දක්නට ලැබෙන තවත් කරුණකි. යටාර්ථය යනු කුමක්ද? එවැන්නක් පවතීද? මෙය විමසීම අභියෝග සංකීර්ණ වුවකි. එසේවුව අප මාධ්‍ය ඉදිරියේදී සැබෑ ලෝකයක් හා සැබෑ ජීවිතයක් හමුවන බව අපගේ විශ්වාසයන් අතර පවතී.

රූපවාහිනිය යටාර්ථය නැවත නිෂ්පාදනය කෙරෙන්නකි. පොදු සමාජයේ කැපී පෙනෙන වේදිතයන් යටාර්ථය ලෙස ගැනේ. විශේෂයෙන් රූපවාහිනිය යටාර්ථය රූපකාරක බාහිර යටාර්ථයක් බව අප අවධානයට ගත යුතුය. පුද්ගල හෝ සමාජ ජීවිතවල අභ්‍යන්තරික යටාර්ථය රූපවාහිනීකරණයට අවශ්‍යවන්නේ ද නැත. එයට හේතුව බවුන් පෝෂණය කරන්නේ පොදු සමාජයේ භෞතික අගයන් විමයි. ඒ අනුව රූපවාහිනිය යටාර්ථය යනු රූපමය විනිවිද (Metaphors of Transparency) තත්වයකි. එය කණ්ණාඩියකින් මුහුණ බැලීමක් වැනිය. මෙම ක්‍රියාවලිය පුද්ගල නොවන, සංස්කෘතික නොවන අතර පුද්ගලයාගේ අර්ථ ගැන්වීම මත සකස් වන තත්වයකි.

කිසියම් පුද්ගලයකුගේ ප්‍රතිරූපයක් ගනිමු. නළුවකුගේ හෝ නිලියකගේ භාවයක එන ප්‍රතිරූපයක් අපට යටාර්ථයක් වන්නේ කෙසේද? එසේ වන්නේ ඉදිරිපත් කිරීම, ඇඳුම්, වේගනිරූපණය, පරිසරය හැසිරීම, කථාව, හැනිම් ප්‍රකාශනය, යනාදිය යොදා ගන්නා ආකාරය අනුවයි. එමගින් සමාජයේ පෙනෙන දෙයට සමාන දෙයක් රූපවාහිනියෙන් පෙනේ. එය යටාර්ථයක් ලෙස වැටහේ. මේ සියල්ල සමාජ කේත (Social Codes) මිස අන් කිසිවක් නොවේ. රූපවාහිනියේදී ඒවා නැවත ඉදිරිපත් කිරීමකි. එම නැවත ඉදිරිපත් කිරීම (Representation) සිදු වන්නේ මාධ්‍ය තාක්ෂණයට අනුවයි. ඒ අනුව නැවත ඉදිරිපත් කරන සියල්ල තාක්ෂණික කේතයන් (Technical Codes) වේ. විද්‍යුත් තාක්ෂණය එහිලා බලපායි. තාක්ෂණය ඉදිරිපත් කරන්නේද තාක්ෂණික ආලෝකය, රූපය, වර්ණය, සංස්කරණය, සංගීතය යනාදියට යටත් නව ප්‍රතිරූපයකි. ඒවායෙහි සංඥාර්ථ වටහා ගැනීම අභියෝග සුක්ෂම අධ්‍යයනයකි.

මෙසේ ඇති වන රූපවාහිනිය ප්‍රතිරූප අනුකාරයෙන් මතවාද ගොඩනැගේ. මේ මතවාද ගොඩනැගෙන්නේ සාම්ප්‍රදායික නැවත ඉදිරිපත් කිරීමේ කේත (Conventional Representation Codes) ඇසුරෙනි. එය සංවිධානය කෙරෙන්නේ අනුසංධානමය (Coherence) සහ සමාජයේ පිළිගත හැකි කේතයන් මගිනි. පුද්ගලත්වය, සමාජ සංවිධාන, වර්ග, පංති යන සියල්ල මෙලෙස ගොඩනගන මතවාද තුළ පවතී. රූපවාහිනිය වෙලිනාට්‍ය යටාර්ථයක් වන බව වරෙක අපට සිතෙනු ඇත. ස්වාභාවික පුද්ගල හැසිරීම්වලට සමාන ලෙස වෙලිනාට්‍ය වල වර්තන හැසිරෙන බව අපි දකිමු. වර්තන භාවිතයට ගන්නා ව්‍යවහාරික බස එය තව දුරටත් පෝෂණය කරයි. එලෙසින්ම කතාන්දරයක ගලායාමත් යටාර්ථයක් හඟවයි. රූපවාහිනිය යටාර්ථය ඒ ඒ භාවයවල පවත්නා අන්තර්ගතය සමග ද බැඳී පවතී. මේ සියල්ල හමුවේ නිෂ්පාදනය වන රූපවාහිනිය යටාර්ථ සරලය. පහසුවෙන් තේරුම් ගත හැක. එය අහම්බෙන් ඇති වන්නක් ද නොවේ. මාධ්‍යකරුවකු හා මාධ්‍ය විසින්ම මවා දක්වන්නකි.

රූපවාහිනිය භාවය වලින් මවන යටාර්ථය කතිකා දුරාවලියකි. (Hierarchy of Discourses) මෙය විවිධත්වය පදනම්ව ක්‍රියාකරන අතර පැටලීලි සහිත වුවකි. ඇතැම් විට එය ලියා දැක්විය නොහැක. පිළිගත හැක්කක්ද නොවිය හැක. භාවිත කිරීමට ද නොහැක්කකි. කෙසේවුව අවසානයේ එය යටාර්ථයක් බවට පත්වේ. හුදෙක් ඒ ඒ පුද්ගලයාගේ මතය තුළය.

රූපවාහිනිය යටාර්ථය විරත්වය මත යැපේ. ප්‍රමුඛත්වයක් ගත් කල්පිතයක් (A dominant specularity) අපට හමුවේ. මෙම විරත්වය තුළින් සියල්ල දත් ක්‍රමයක් නැතහොත් පරිපූර්ණත්වයක් (Omniscient style) දැක්වේ. විරත්වය සමග සියල්ල ප්‍රකාශවේ. ග්‍රාහකයාට සිතා ගැනීමට යමක් එහි නොවේ. සියල්ල සිතා මතා නිෂ්පාදනය කෙරේ. බොහෝ විරත්වයන් නිර්වචක ප්‍රමාණ (all nonsense)සමග බැඳේ. ග්‍රාහකයා එය භාවිතයට ගැනීමට පෙළඹේ.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතික

රූපවාහිනිය ජනප්‍රිය සංස්කෘතික මෙවලමකි. ආර්ථික හා වෙළඳ විවිභාකමකින් යුතු දෑ නිෂ්පාදනය හා බෙදා හැරීම සඳහා එම මෙවලම ඉවහල්වේ. අනෙක් අතින් රූපවාහිනිය සාම්ප්‍රදායිකත්වය මාධ්‍යකි. මෙහි එන පොදු සම්මුතිය නොදියුණු ග්‍රාහක අවශ්‍යතාද අහිලා ද සපුරාලයි. මෙම සම්ප්‍රදායිකත්වය අවසානයේ අන්තගාමී අදහස් පළ කිරීම දක්වා ගමන් කරයි. කිසි දිනක හරි හැටි හෙළි නොවන සමාජ සංස්කෘතික කටකාවන්

ජනමාධ්‍යවේදය

රූපවාහිනී දුරාවලියේ ඉහළින්ම පවතී. එහෙත් හෙළි වන රූපමය කට්ඨාස සරල හා පහසු වේදනයක් ඉදිරිපත් කරයි. "ග්‍රාහකයා බොහෝ දේ දකී" යන මතය එමගින් නිෂ්ප්‍රභා කෙරේ. "බොහෝ දේ ගැන මාධ්‍යකරුවා හොඳම දේ උදෙසා වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කරන්නේය". යන්න තහවුරු කෙරේ. එමගින් ජනප්‍රිය වැඩසටහන් සමාජ "සමාජ විමර්ශනය" කරන්නේය යන්න මිටිතාවක් බවට පත්වේ. මෙය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තේරුම් ගැනීමට හඳුනා ගතයුතු තත්වයකි.

ජනප්‍රිය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ සිටිනුයේ බව ලිබරල්වාදී සංස්කෘතික කර්මාන්තයට අයත් පුරවැසියෙකි. ඔවුන් සමජාතිකය. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තම ජීවිතයේ අත්‍යවශ්‍ය කොටසක් ලෙස සිතයි.

වර්තමාන ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය මාධ්‍ය භාෂාව සමග බැඳී පවතී. සංස්කෘතික වටිනාකම් රූපයෙන් ද භාෂාවෙන් ද ලාභය උදෙසා වන මාධ්‍ය වටිනාකම් (Media Values) බවට පත් කරයි. ඒවා තරඟකාරී ලෙස මාධ්‍ය තුළ භාවිතයට ගැනේ. එම තරඟකාරීත්වය තුළ ගොඩ නැගෙන ප්‍රවාදයන්හි පදනම සංස්කෘතික භාෂාවයි. මෙම භාෂාව නව ලිබරල්වාදී මධ්‍යම පන්තික ප්‍රවාද ගොඩ නැගීමේදී බලවත්ය.

මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ භාෂාවේ ආකර්ෂණීය යෙදුම් බොහෝ වේ. නිවේදකයෙක් ආකර්ෂණීය බසකින් නිෂ්චල දෑ සහිත මාස අවුරුදු ගණන් කියයි. මෙලෙස ගොඩ නැගෙන සංස්කෘතික පරිසරයට මාධ්‍ය සමාජ සංස්කෘතික අස්ථානයන්, ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ භාවයන් යනාදිය ද ඇතුළත් වේ. මේ සියල්ල හැම විටම ගුණාත්මක ස්වරූපයක් පෙන්වුව ද එසේ ගුණාත්මක වන්නේ නැත. මාධ්‍ය සංස්කෘතියට වහල්වීම ඉදිරියේ බිහි වන්නේ ගුණාත්මක නොවන පුද්ගලයෙකි. මේ සියල්ල මාධ්‍ය මගින් අහඹු ලෙස ප්‍රවාහනය කරන බවද අප අවධානයට ගත යුතුය.

මෙසේ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සතු භාෂාමය වාග් ප්‍රාසංගිකත්වයෙන් හා සංස්කෘතික මාධ්‍ය වර්ධාවන්ගෙන් නව පන්තියක් නිර්මාණය කෙරේ. එය සුදු කළ හා ස්ත්‍රී පුරුෂ පිළිබඳ වඩාත් බලපෑම් එල්ල කරයි. මෙහිදී සුදු කළ හා යනු රූපවාහිනිය සමග ග්‍රාහකයා සුදු වීමට දරන වැයම සහ කළු ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට දරන කැමැත්තයි.

රූපවාහිනිය ග්‍රාහකයාට විෂයකි. එනම් මාධ්‍ය තුළින් ඔහු ගොඩ නගා ගන්නා වූ වේදනයන්ය. එම විෂය දේශපාලනිකය. (Subject as in

Politics) සෑම පුරවැසියෙක්ම මාධ්‍යයේ විෂයට හසුවේ. එවිට ඔහුගේ හෝ ඇයගේ පැවැත්මට බලපෑම් එල්ලවේ. එම බලපෑම්වලට යටත්වන්නා ස්ව නිදහස් ක්‍රියාකාරකම් නැති කරගනී. එය ආදර්ශය, අනුකරණය, මගින් ද පෙළඹවීම මගින් ද සිදුවිය හැක. කිසියම් පුද්ගලයෙකුගේ මාධ්‍ය විෂයට නතු වීම යනු ඔහු සංස්කෘතියකට යටත් කිරීමකි. මාධ්‍ය විෂය අදහස් ගොඩනගන බැවින් සිතුවිලි හා යථාර්ථය අතර ද තමා හා අන්‍යයන් අතර ද පවත්නා තත්වයක් ලෙස පුද්ගලයාට බලපායි.

රූපවාහිනී ප්‍රවාද

රූපවාහිනිය ප්‍රවාද නිෂ්පාදනය කරයි. ඒවා පිළිබඳ කාක්ෂරතාව දියුණු කර ගැනීම මාධ්‍ය කියවීමට බෙහෙවින් ඉවහල්වේ. ප්‍රවාද (myths) යනු ප්‍රබන්ධයන්ය.

- 1. ප්‍රවාද නිපදවන්නෝ සහ
- 2. සහජාත නියෝජිතයෝ සිටිති.

මීට අමතරව ප්‍රවාද සංස්කෘතික අර්ථ උපදවයි. රූපවාහිනී ප්‍රවාද මාලා (myth chain) ලෙස පවතී. නිදසුන් ලෙස දුදරුවෝ, ප්‍රවීණා, මහගෙදර, සිනාස්ථි ආදිය දැක්විය හැක. එම ප්‍රවාද වලින් හුරු පුරුදු ප්‍රතිරූප (Familiar Images) හඳුන්වාදෙයි. ස්වයංක්‍රීය අවි, රොබෝවරු, ගුවන් යානා, විරයික් ආදිය ඒ සඳහා නිදසුන් කොටගත හැක. මේ සියල්ල ප්‍රවාද නිපදවන්නන්ගේ ක්‍රියාවන්ය.

ප්‍රවාද සහජාත නියෝජිතයින් වන්නේ ප්‍රවාද ගොඩනැගීමට හේතු කරගත හැකි අන්‍ය සාධකයන්ය. කැමරාව, වස්තුව හා දුර, රාමු හා කෝණ, ආලෝක ප්‍රයෝග, සංගීතය යනාදිය සහජාත නියෝජිතත්වය දරයි. මේ සියල්ලෙන් අලංකාරික ප්‍රතිරූප (The rhetoric of the image) නිර්මාණය කෙරේ.

ප්‍රමයින් හා සම්බන්ධ ප්‍රවාද අධ්‍යයනයේදී හෙළි වන්නකි ඒවා ඔවුන් විසින්ම ගොඩනගා ගනු ලබන බව. ඒවා නිදහස්ය. සතුව දනවන අත්දැකීම් ඒ අතර වඩාත් දක්නට ලැබේ. මාධ්‍ය තුළ විර කාව්‍ය ප්‍රබන්ධකයින් සිටී. සුරවීර ක්‍රියාකාරකම් (Bardic Function) ඔවුන් සතුවය. නිවේදකයාද එබැවින් ප්‍රබන්ධකයෙකි. සෝප් ඔපෙරා මුළුමනින්ම විර කාව්‍ය ප්‍රබන්ධ ගණයට

වැවේ. මෙවන් මාධ්‍ය විර කාව්‍ය කරුවන් නිරන්තරවම සංස්කෘතිය සේන්ද්‍ර කොට ලියයි. එවිට මාධ්‍ය තුළ මවන විරයිත් සංස්කෘතිය තුළද විරයිත් බවට පත් වේ.

මීට අමතරව මෙම රූපවාහිනී විර කාව්‍ය ප්‍රචාද හැම විටම ධනාත්මක ස්වරූපයක් පෙන්වුම් කරයි. එය ස්වභාවික ලෙසත් ඒ කෙරෙහි පෙළඹවිය යුතු ලෙසත් හැසේ. ග්‍රාහකයා හිත හදා ගන්නේ ද ධනාත්මක අයුරිනි. මෙම ධනාත්මක මානසිකත්වය සෘණාත්මක සමාජ ප්‍රතිඵල උපදවන්නක් විය හැකිය. එයට ප්‍රධාන හේතුව රූපවාහිනී විර කාව්‍ය රසික සමාජ විසින් ගැඹුරු අරුත් සෙවීමට පුරුදු නොකිරීමයි.

රූපවාහිනී සංඥාර්ථ

සංඥාර්ථ විද්‍යාව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව උදෙසා අත්‍යවශ්‍ය විෂය ක්ෂේත්‍රයකි. සංඥා අධ්‍යයනයේදී මූලික නියෝජනයන් සිපයක් හඳුනාගත හැකිවේ.

- 1. පළමු නියෝජනය
සංඥාවක් සිසිවෙකුට දරා ගත හැකිද? පාලනය කර ගත හැකිද? යන්න විමසීම
- 2. දෙවන නියෝජනය
සංඥාවක් අවබෝධකර ගැනීමේදී සාමාජික භාවිතයන් වටිනාකම් බලපායි.
- 3. තුන්වන නියෝජනය
සංඥා මගින් සංස්කෘතික අදහස් ලෝකය පුරා පතුරා හරී.

මෙවැනි නියෝජනයන් මගින් මාධ්‍ය නිපදවීම සඳහා කෙතරම් විශාල වපසරියක් අවබෝධයක් අවශ්‍ය වන්නේ ද යන්න පැහැදිලි වේ.

රූපවාහිනී මාධ්‍ය සියැවීම සඳහා අන්තර්ගත විශ්ලේෂණ ක්‍රමය (Content Analysis) පිටිවහල් කරගත හැකිය. වැඩසටහන්හි ඇතුළත්තය ගැඹුරින් අධ්‍යයනය කිරීම එමගින් හැඳින්වේ. මේ සඳහා ප්‍රකට අන්තර්ගතය හා අප්‍රකට අන්තර්ගතය විමසීම කළ යුතුවේ.

අන්තර්ගත විශ්ලේෂණයේදී අවධානයට ගත යුතු ක්ෂේත්‍ර සිපයක්.

- 1. පැවැත්ම
රූපවාහිනිය අපගේ පැවැත්මට ප්‍රදානය කරන්නේ මොනවාද?
- 2. ප්‍රමුඛතාව
රූපවාහිනිය වඩාත් ප්‍රමුඛතා දක්වනුයේ කුමකටද?
- 3. අගයන්
රූපවාහිනිය ප්‍රධානය කරන දෙයින් අප උකහා ගන්නා අගයන් මොනවාද?
- 4. සම්බන්ධතා
විවිධ සම්බන්ධතා ප්‍රකට කරන රූපවාහිනිය මගින් අප එම සම්බන්ධතා වටහා ගන්නේ කෙසේද?

මෙවැනි ක්ෂේත්‍ර අවධානයට ගැනීමෙන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව පුද්ගල් කරගැනීමට පදනමක් හඳුනාගත හැකිය.

මූලාශ්‍ර

- 1. W. James Potter, Meadia Literary Sage, London, 1998.
- 2. Dael Chandler, Semiotics, Routudge, London, 2003.
- 3. Douglas Kellner, Television and ---crisis of Democracy, Westview Press, Oxford, 1990.

A GUIDE TO WRITING A DISSERTATION

Hettiarachchige Ranjan Chandra Kumara

Introduction

Dissertation is a lengthy, formal document that argues in defense of a particular thesis. Two important adjectives used to describe a dissertation are “original” and “substantial.” The research performed to support a thesis must be both, and the dissertation must show it to be so. In particular, a dissertation highlights original contributions and tests one’s ability to manage a research project and write it up in a clear and orderly fashion. Due to lack of knowledge on the procedure of how to write a dissertation, there seemed to have appeared some research with less quality. As a result, many have attempted on dissertation writing and the area has developed to a subject level in graduate and undergraduate courses in many universities. Still students seemed to be at a loss when they are at the stage of the preparation to write it. This article attempts to provide some hints to students who are ready to start writing a dissertation.

STEPS IN WRITING A DISSERTATION

To come up with a brilliant piece of work, some steps can be proposed.

Step 1: Preparation

Considerable preparation and organization can make the difference between a good dissertation and an average one. Following wh-question should be considered when we prepare a dissertation. When is it due in? How must it be presented? Who is the supervisor? What kind of research required doing?

Step 2: Choosing a Subject Area

There are some general rules, which will help in selecting a specific topic.

- Choose something manageable - nothing too large-scale or excessively time consuming.
- Choose something in which you are interested. This will help motivate you and give you an incentive to study.
- Choose something which does not overlap too much with other assessments you have submitted. For example, if you have already handed in an extended essay on a topic, do not choose it for your dissertation topic; you could be accused of self-plagiarism.
- Discuss your choice, and your reasons behind it with your supervisor who should be able to give you an indication of the feasibility of the study.

Step 3: Supervisor

When one undertakes a dissertation module, he/she will be allocated a supervisor. The supervisor is there to do just that: check that things are going OK, give advice, and point the direction of relevant source materials. The supervisor is not there to tell what to do or read and correct your dissertation before you submit it. A dissertation is a piece of self-directed study. However, once the supervisor can be of great use in giving guidance, support, and advice, and one should make the most of this important resource. Ultimately students must take responsibility for their own studies.

Step 4: Planning

Planning is a key element in undertaking a dissertation. It is necessary to plan the content, structure of the work and the time in which one has to complete it.

A good way of starting is to try and do a rough, long term plan.

- By when do you want to have each chapter completed?
- How much time will you need to complete any primary research?
- When do you want to have all your research work completed?
- How long will you need for typing up the project and checking for errors?
- Will you need to get your dissertation bound in any special way? Is this going to take time?

By making a rough plan of the above long term goals, you can often make your dissertation a much more manageable task.

Step 5: Getting Started

Now you have a rough plan of what you are going to do; it is time to get started. How you go about this will depend very much on your dissertation topic. A good way to begin, however, is to find out some good background research on your subject area. This will give you ideas and resources for future work, and get you immersed in the subject.

- Always keep your eyes open for material.
- Whenever you read something or take notes on a source, always take down full bibliographic details. This will save your time later when compiling your references and bibliography. Using an index card system is useful for this.
- Focus your reading once you have a general background picture of the subject - make sure everything you read is for a purpose, not just for the sake of doing something.
- Don't avoid reading just because your project will contain a lot of fieldwork - you will still need to refer to other research in your field, and may even end up having to rely on written materials more heavily than you had first thought. It is a good idea to contextualize your research in relation to the work of others.
- Try and start writing up as soon as possible. There is no rule, which says you must first do all your research, and then spend three weeks writing it up. Writing while you research, gives a sense of achievement, and can help avoid any last minute panics.

Step 6: Writing up

Even if you have been doing some writing up while you have been researching, you will get to a stage where you simply cannot research any more, and you must put your mind to getting your dissertation completed. As was the case in *step one*, it is extremely important again at this stage to make sure you follow the format required for your dissertation. In particular, make sure you know what is expected of you in the following areas:

- Referencing and bibliography - what format should they take? Harvard system or another? Different disciplines have different requirements.
- Layout - do you have to include an abstract? Is any of your chapter headings prescribed? Are you allowed appendixes?
- Margin sizes, font, general layout of the dissertation.

Try and follow the points raised below to ensure your dissertation is well written:

- Prefer the short word to the long.
- Prefer the single word to the roundabout expression.
- Prefer short sentences and paragraphs to long ones.
- Never use a foreign, slang, or jargon word unless there is no equivalent in everyday English.
- Punctuate sparingly, and remember there is more to punctuation than the full stop and the comma.
- Never use an exclamation mark except for the purposes of quotation.
- Write in an objective way-be impersonal. However, some disciplines do encourage a more personal engagement. If in doubt, consult your supervisor.

CANONICAL ORGANIZATION OF A DISSERTATION

In general, every dissertation must define the problem that motivated the research, tell why that problem is important, tell what others have done, describe the new contribution, document the experiments that validate the contribution, and draw conclusions. There is no canonical organization for a dissertation; each is unique. However, novices writing a dissertation in the experimental areas of social sciences may find the following example a good starting point:

I. Chapter 1: INTRODUCTION (approx. 10% of total words)

Usually, chapter one of the dissertation includes and describes the following features-the context, why do this study, why now, why here, why me and the aims of the study.

Chapter one, which is the introduction of the dissertation, is very important and is possibly best compiled by answering a series of questions as follows.

- Is there a problem?
- What is it?
- Why does it **need** to be solved?
- What is your hypothesis (hunch)?
- Who will benefit from your investigation?
- In what sense will they benefit?
- In what sense will my contribution add to what is already known?
- How in general terms are you going to solve the problem, e.g., collect data, and analyze data?
- By what methods? e.g. case studies approach, survey method etc.
- What are the constraints or limitations of the study?

A good way to end the introduction is to state the dissertation objectives. *Objectives* are the specific questions you will expect to answer in your Project/Dissertation. You will probably find it impossible to identify sensible questions as objectives until you have done a literature survey. Draw up a statement of the overall nature of any original work together with a clear list of objectives for your work. As your work progresses, these will be useful to you as indicators of whether you are achieving what you set out to achieve in your Project/Dissertation. If you find the identification of aims and objectives difficult, it is probably an indication that you have not clearly sorted out what you are doing. The objectives should not change much as you go through the Project/Dissertation.

II. Chapter 2: REVIEW OF LITERATURE (approx. 25% of words)

This is a review of what is already known and of the main themes or issues. It covers past research and studies and articles from relevant journals, books, newspapers, etc. It is a summary of what other people have written and published around the theme of the research. It is very important that writer acknowledge the authorship of other people's work. The chapter on literature should be drafted very early. As you find the literature, read it, and write about it. Think of the literature review as a patchwork quilt - made up of paragraphs you have written about individual texts. Highlight the findings that are relevant to your theses. Be critical of the literature - don't just report it.

Before you begin your investigation, you should check systematically through the literature relating to your subject area to see what has already been published. Reading will indicate current trends in your chosen area and ensure that your work is original and not a duplication of someone else's work. Most authors include an indication of opportunities for future work, as you will at the end of your Project/Dissertation and hopefully in a paper (if that emerges later).

Check the major abstract journals in your field. Abstracts provide an index (usually on an annual basis) for all major journals in their subject area. Many abstracts contain not only the full details of where the article can be found but also a summary of the article. The summary is particularly useful for articles in other languages. It is best to start with the most recent issue and work your way backward.

You can find a list of all the articles quoting a particular article in the citations indexes. They show clearly that some papers are regarded as more important than others do because everyone quotes them. Books, particularly those recently published, can be very valuable.

Having done your initial literature survey, you should be ready to finalize the precise nature of your investigation and list the specific aims and objectives knowing the background of your chosen area of study. Update your literature study at intervals throughout your research and particularly before you write up the final Project/Dissertation to ensure that you keep track of what is happening in your area.

III. Chapter 3: METHODOLOGY (15-20% of words)

'The framework': What I did? How I did it? Why did I do it that way?

This section should contain some critical evaluation of why you selected a particular method of data collection, analysis, target group, etc. Identification of the ways you will achieve your objectives. This section should contain some critical evaluation of why you selected a particular method of data collection, analysis, target group, etc. This is a description and evaluation of the methods, techniques and procedures used in the investigation. It describes the scope and aims of the dissertation in some detail. It is also very important that you justify the methods used.

You decide the methodology which will best answer the questions set in your objectives. There may be only one way that

you can achieve some objectives (e.g. by observation, by a structured interview, by a questionnaire or by a document) and therefore you would describe this method. For other objectives there may be several ways in which you could achieve them. You should describe the decision making process which aided your choice of any particular method. You may use several different research methods to achieve your different objectives.

Also, different methods can be used to collect data on the same thing. Each can look at the thing from a different angle. Using multi-methods produces different kinds of data on the same topic. It will involve more data, thus being likely to improve the quality of the research.

Having selected your research method(s) you should describe how you are going to implement the method(s) and identify the sampling frame: for example, for a questionnaire you may initially use a structured interview to identify issues and to draw up a pilot questionnaire which can be refined before being used in the actual survey. Justify your selected tool.

- **Data Collection**

Collecting the data is a time-consuming process. The quality of the data you collect will determine the quality of your resultant argument. If you use a postal questionnaire, you are likely to need to chase people up to complete their questionnaires or get a low response. If you do use a questionnaire, then, make sure each question on it provides data - that is why it is there. Think about what you will do with the data afterwards. Collect the data in the way you want to use it. Make sure that the questions are appropriate to your target audience. Don't use jargon; your audience may not understand them and therefore, dump the questionnaire.

- **Data Analysis**

You need to identify at a very early stage the statistical techniques you will use for the analysis of the data. This will help you to identify the amount of data you will need to collect (nominal, ordinal, interval, and ratio). You can get lots of clues about how data is analyzed

from your literature survey. You may already be familiar with SPSS or some other appropriate computerized analytical tool. If so, use them. You may prefer to analyze your data manually or with the aid of a calculator or spreadsheet package. Check that you understand how you will carry out the analysis before you embark on data collection.

IV. Chapter 4: SYSTEMATIC PRESENTATION OF THE DATA (approx. 10-15% of the words)

What was observed and what was discovered / found out?

This is a presentation of the data - not a discussion in this section. It may involve the creation of tables, charts, histograms, etc., each of which should have an appropriate title or heading. Describe the results of experiments that provide evidence in support of your thesis. Usually experiments either emphasize proof-of-concept (demonstrating the viability of a method/technique) or efficiency (demonstrating that a method/technique provides better performance than those that exist). This is where the reader gets introduced to the data. Aspects of the finding are singled out and described. The aim of the researcher is to be able to present relevant findings before going ahead to analyze those findings and see what implications they might have for the issues, problems or ideas that prompted the research.

V. Chapter 5: DISCUSSION, ANALYSIS & INTERPRETATION OF THE DATA (approx. 15 - 20% of words)

- Interpretation of findings. What patterns have emerged?
- The difference between your findings and those of other people, the difference between the views of various other authors.
- How do the main points you are making change the way you think about the topic? Here, the findings that have Outlined are subjected to scrutiny in terms of what they might mean. They are literally

discussed and analyzed with reference to the theories and ideas, issues and problems that were noted earlier in the report as providing the context in which the research was conceived. The researcher makes sense of the findings by considering their implications beyond the confines of the current research.

VI. Chapter 6: SUMMARY AND CONCLUSIONS ***(approx. 10 - 15% of words)***

Finally, in the main text, the researcher needs to provide a summary of main findings as a series of statements and draw together the threads of the research to arrive at some general conclusions and to suggest directions for further research. Rather than let the report fizzle out as it reaches the end, this part of the report should be constructive and positive. It can contain some of the following things:

- A retrospective evaluation of the research and its contribution.
- Recommendations for improving the situation, guidelines or codes of practice.
- Identification of new directions for further research.

VII. Appendices

This is the place for material which is too bulky for the main body of the text or for material which, though directly relevant to the discussion, might entail too much of a sidetrack if placed in the text.

- Appendices are designed to let you include material which could not be fitted easily into any chapter.
- A large document would look awkward in the middle of a chapter, so it should be included as an appendix.
- Important material referred to in more than one chapter should go in as an appendix.

- Check with your supervisor that appendixes are acceptable, and discuss the material you wish to include in them.

Also check on whether material included in your appendixes counts towards the wordage for the dissertation.

VIII. Bibliography.

- Set out all sources used - printed or otherwise.
- Everything referred to in the text must be cited in the bibliography.
- Use the appropriate referencing system as advised by your supervisor or module leader.



ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ

රෝහණ ලක්ෂ්මන් පියදාය

ශ්‍රී ලංකාවේ ජනසන්නිවේදනයේ වර්ධනය වසර 200 කට ආසන්න අතීතයකට විහිදී යයි. මෙරට ප්‍රථම පුවත්පත 18 වන සියවස මුල් භාගයේ නිකුත් වූ අතර 19 වන සියවස අගභාගය වන විට මෙරට ප්‍රධාන භාෂා තුනෙන්ම පළ කෙරෙන පුවත්පත් 10 කට වැඩි ප්‍රමාණයක් පැවැත්මට මූලාශ්‍ර පෙන්වා දෙයි. ලෝකයේ බොහෝ රටවලට කලින් ගුවන් විදුලිය මෙරටට ප්‍රදානය කරන්නට 20 වන සියවස මුල් භාගයේ මෙරට පාලනය කළ බ්‍රිතාන්‍ය පාලකයින් උනන්දු විය. අසල්වැසි ඉන්දියාවට ද කලින් මෙරටට ගුවන් විදුලිය ළඟා විය. රටේ සාක්ෂරතාවය ව්‍යාප්තවීමට මෙන්ම රටේ සංවර්ධනය හා සාමකාමී සහජීවනය ව්‍යාප්තවීමට ද මෙම ජනමාධ්‍ය ව්‍යාප්තිය බලපෑවේය. රූපවාහිනී මාධ්‍යය මෙරටට ළඟා වූයේ ප්‍රමාද වී වුව ද එය ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයක් ලෙස මෙරට තනවුරු වූයේ 1985 දීය. එදා මෙදා තුර වසර 25 ක් වන විට රාජ්‍ය මෙන්ම රාජ්‍ය නොවන නිමිකාරීත්වයෙන් යුතු රූපවාහිනී නාලිකා 7 (හතකට) වැඩි ප්‍රමාණයක් විහිදී ගොස් තිබේ. එසේම 80 දශකයෙන් පසු එතෙක් රාජ්‍ය ඒකාධිකාරීත්වයක්ව පැවති ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය සඳහා තරඟකාරී ලෙස පෞද්ගලික අංශය තවත් නාලිකා 12 කටත් වැඩි ප්‍රමාණයක් දක්වා වර්ධනය වී තිබේ. පරිගණකය තොරතුරු බෙදා හරින ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයක තරමටම ව්‍යාප්තවීම අත් සියල්ලටම වඩා හැතහොත් තරඟකාරී ලෙස වර්ධනය වීම ඉන්ටහෙට් ජාලය තුළින් දැකිය හැකිය.

ජනසන්නිවේදනයේ මෙම අති දැවැන්ත වර්ධනයත් සමඟ ඒ සඳහා වූ පොහොසත් සන්නිවේදන සංස්කෘතියක් ගොඩ නැගීමට පදනම් වන “සන්නිවේදන පර්යේෂණ” ක්ෂේත්‍රය අප විසින් සංවර්ධනය කර ගැනීමට උත්සාහ ගෙන තිබේ ද?

ලාංකීය ජනසන්නිවේදන වර්ධනයේ ඉතිහාසය ලෝක පරිමාණයෙන් ගතහොත් සංවර්ධනය සඳහා වූ උචිත කාලයක් මේ වන විට ගෙවා දමා තිබේ. එහෙත් එම කාලයට සරිලන ලෙස අප විසින් එයට විද්‍යාත්මක එළඹුමක් ඇති කර ගෙන තිබේ ද? වෙනස් අර්ථයකින් ප්‍රකාශ කළහොත් අප විසින් සන්නිවේදන පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රය නිර්මාණාත්මක ලෙස වර්ධනය කර ගත්තේ ද?

පුරෝගාමී ලාංකික පුවත් කලාවේදීන්, ප්‍රකාශකයින්, සතුව තිබුණු දැඩි සමාජමය කැපවීම, සමාජමය වගකීම හේතු කොට ගෙන ඔවුන් ජනතාව ඔවුන්ගේ සමාජ ආගමික ව්‍යපාරයන් ඔස්සේ හඳුනාගත් පාඨකයින්, ඔවුන්ගේ රැවී අරුත්වලින් සිමාවන් හා ප්‍රබලතාවන් එම පුවත්පත් පවත්වාගෙන යාමට යොදාගත් දැනුම විය. මෙරට ආරම්භක ගුවන් විදුලියද ගොඩ නැගුණේ එවැනි සමාජමය වගකීමක් හඳුනාගැනීමට වඩා ඔටහිර ගුවන් විදුලිය අනුකරණය කරමින් විවේකය විනෝදය වැනි අරමුණු සැපයීම පදනම් කරගෙනය. ආරම්භක ගුවන් විදුලිය වීම නිසාත් නව තාක්ෂණික ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයක් වීම නිසාත් එය ඇසුරු කිරීමට ජනතාව දැක්වූයේ වැඩි කැමැත්තකි. එහි ප්‍රතිඵලය වූයේ ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයේ ව්‍යාප්තියයි.

එහෙත් වර්තමානය වන විට මෙම පුද්ගල හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම්වල උපකල්පන මත, පෞද්ගලික ඕනෑ එපාකම් මත හුදු නව තාක්ෂණය භාවිත කළ පමණට ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයන් පවත්වාගෙන යා නො හැකිය. එය ප්‍රධාන වශයෙන් පෙනෙන්නේ සමාජය වඩ වඩාත් කාර්මික, නාගරික, වාණිජමය වශයෙන් නවීකරණය වීම නිසාය. පාඨක සමාජය, ප්‍රේක්ෂක සමාජය, රකික පරපුර වඩ වඩාත් නව අත්දැකීම්, කාලයේ හා අවකාශයේ සිමාවන් මෙන්ම ප්‍රබලතාවන් සමඟ පරිවර්තනයන්ට භාජනය වේ. ඒ සමඟම ලෝක පරිමාණයෙන් වර්ධනය වන නව තාක්ෂණික මෙවලම් හරහා නව අත්දැකීම් සම්භාරයක් සමඟ ඔවුන්ගේ අත්දැකීම් පුළුල් විය යුතුය.

මේ සියලුම ලෝක පරිමාණයේ ව්‍යාප්ත වන ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ සංවර්ධනයේ මූලික පදනම වන්නේ විද්‍යාත්මක ප්‍රවේශය හෙවත් සන්නිවේදන පර්යේෂණ ඔස්සේ හඳුනාගන්නා හා එළඹුම්ය. උදාහරණයක් වශයෙන් ඇමරිකානු සමාජයේ ප්‍රධාන පෙළේ ජාතික පුවත්පතක් ලෙස “USA Today” ගොඩ නැගීම,

එහි සැකැස්ම සැලසුම් කිරීමේදී ඔවුන් විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ උපයෝගී කර ගත්තේය. පාඨක සමාජයේ වෙනස්වීම, ඔවුන්ගේ තොරතුරු, විවේකය විනෝදය සඳහා මාධ්‍ය තෝරා ගැනීම් අධ්‍යයනය කළේය. මේ වන විට කියවන සමාජයකට වඩා බලන සමාජයකට ඇමරිකානු සමාජය මාරු වී ඇති බැව් විද්‍යාත්මකව වටහා ගත් අතර එහි විශේෂතා, කෙටි, විවිධ වර්ණ, සරල බව, රූපමය භාෂාව, ප්‍රබලව ඔවුන්ගේ අවධානයට හේතුවූ බව හඳුනා ගත්තේය. පුවත්පතේ ආකෘති කෙරෙහි පවා වර්ණ රූපවාහිනියේ බලපෑම විද්‍යාත්මකව වටහා ගත් ඔවුන් පුවත්පත සැලසුම් කිරීමේ දී විශේෂයෙන් මුල් පිටුව සැලසුම් කිරීමේ දී එම විද්‍යාත්මක හඳුනාගැනීම් නිගමනයන්ට අනුරූපව ගොඩ නැගීමට උත්සාහ කළේය. රටේ සෙසු පැරණි ප්‍රධාන ජාතික පුවත්පත් හා තරකකාරී ලෙස ගොඩනැගීමට USA Today පුවත්පතට හැකිවූයේ එම සැලසුම හේතුකොට ගෙනය. වරෙක එහි ප්‍රධාන සංස්කාරකවරයෙකු ප්‍රකාශ කළ පරිදි පුවත්පතේ විදි අලෙවි තට්ටුව පවා සැලසුම් කිරීමේදී විද්‍යාත්මක ලෙස පාඨකයින්ගේ රුචි අරුචිකම් ඇඹිබැහි වීම් පිළිබඳ කළ සමීක්ෂණවල දත්ත අවබෝධය උපයෝගීකරගත් බව පෙන්වා දුන්නේය. ඇමරිකානු සමාජයේ සෙසු දිනපතා පුවත්පත් අලෙවිකරන සාමාන්‍ය පුවත්පත් ප්‍රදර්ශක අලෙවි තට්ටු, පුවරු වෙනුවට USA Today පුවත්පත විවිදේ ප්‍රදර්ශනයට තබා ඇත්තේ රූපවාහිනි රඳවනයක් මත පිහිටුවන ලද රූපවාහිනියක් මෙන්වූ මුහුණත වනා පෙනෙන පෙට්ටියකි. ඒ මත විවිදේ ගමන් කරන ජනතාවට වනා පෙනෙන පරිදි පුවත්පතේ මුල් පිටුවේ නාම ඵලකය පවත්නා අර්ධයන් රඳවනු ලබයි. රූපවාහිනි මනෝභාවයන්ට පුරුදු පාඨකයාට විවිදේ රඳවා ඇති රූපවාහිනියක් බඳු පෙට්ටියේ විවිධ වර්ණයෙන් වනා ඇස් ගැටෙන කෙටි ගීර්ෂ පාඨ, ජායාරූප තවදුරටත් අවධානය වනා ඇඳ බැඳ තබා ගනී.

මෙම සරල උදාහරණය වඩ වඩාත් විස්තර කළේ විශේෂයෙන් තරකකාරී ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය ව්‍යාප්තවන සමාජයක වන වනා වෙනස්වන ඕනෑ එපාකම් විද්‍යාත්මකව වටහා ගැනීම සඳහා පමණක් නොව සිය අවයනතාවන්ට අනුරූපවන පරිදි වෙළඳ පොළ, පාඨකයා, ප්‍රේක්ෂකයා වෙතත් කරගන්නේ කෙසේදැයි හඳුනා ගැනීමට ඇද විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවල අවයනතාවය අප සමාජයට ද මතු වෙමින් පවතින බව පෙන්වා දීමටය.

මෙරට ජනමාධ්‍ය ආශ්‍රිත පර්යේෂණවල ස්වරූපයන් අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ප්‍රධාන වශයෙන් ක්ෂේත්‍ර කීපයකට වර්ග කළ හැකිය.

1. ග්‍රාහක හැසිරීම් පිළිබඳ කරනු ලබන අධ්‍යයනයන්.
2. වෙළඳ ප්‍රචාරක ව්‍යාපෘතිවල බලපෑම පිළිබඳ කරනු ලබන අධ්‍යයනයන්.

3. විවිධ මහජන ව්‍යාපාර සෘජු ලෙස වෙළඳාම ඉලක්ක නොවූ සේවාවන් ආශ්‍රිතව මාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ අධ්‍යයන. නිදසුන් ලෙස මැතිවරණ ආශ්‍රිත ජනමත සමීක්ෂණ.
4. ඉතා සීමිත ලෙස වැඩ සටහන් අන්තර්ගතය හා සැලසුම් සැකසීමට පෙර කරනු ලබන අධ්‍යයන.

විශේෂයෙන්ම ඉතා ප්‍රචලිත ක්ෂේත්‍රයන් ලෙස ග්‍රාහක හැසිරීම්, වෙළඳ ප්‍රචාරක ව්‍යාපෘතිවලට අදාළ මාධ්‍ය බලපෑම හා වෙළඳ පොළේ ග්‍රාහකයා පෙළඹවීම ගැන කෙරෙන අධ්‍යයනයන් ප්‍රධාන ලෙස පෙන්වා දිය හැකිය. එහෙත් මෙම අධ්‍යයනයන් මූලික වශයෙන්ම වෙළඳාම, ප්‍රචාරය පමණක් ඉලක්ක ගතවීම ප්‍රධාන ගැටලුවකි. විශේෂයෙන් මෙරට තනවුරුව පවතින ප්‍රධාන පෙළේ වෙළඳ ව්‍යාපාරික ආයතනයන් සමානකම් සිය නිෂ්පාදනයේ මිල, ප්‍රමාණය, නව නිෂ්පාදන, නව ඇසුරුම් හඳුන්වාදීමට පෙර, හා පසු එම ප්‍රචාරක ව්‍යාප්තිය සැලසුම් කිරීම හා පසු විපරම් සමීක්ෂණ සැලසුම් කරනු ලබයි. මෙම සමීක්ෂණ අධ්‍යයන මූලික වශයෙන් සිය වාණිජමය අරමුණු සංවර්ධනය කර ගැනීමට මිස පුළුල් සමාජමය අභිවෘද්ධිය යන අරමුණුවලින් යුක්ත වන්නේ නැත.

යහපත් මානව සංවර්ධනයක් පිළිබඳ පණිවුඩයන් ජනතාව අතරට ගෙන යන්නේ කෙසේද? ජාතික නිෂ්පාදන හා බෙදාහැරීම් ක්‍රියාවලියෙහි ජෝෂණය සහ මහජන ආරක්ෂාව පිළිබඳ කරුණු ගෙන යාමේ දී මතුවන ගැටලු හඳුනා ගන්නේ කෙසේද? ඒ සඳහා භාවිත කළ හැකි මාධ්‍ය ආකෘතීන් මොනවා ද? මෙරට සන්නිවේදන පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රය මෙම මූලික ගැටලු වෙත තවමත් අවධානය යොමු කර තිබේ ද?

යම් පමණකට හෝ ඒ පිළිබඳව අවධානය යොමු කළ යම් යම් අධ්‍යයන හා නිරීක්ෂණ වලින් ප්‍රතිපත්ති සැලසුම් කිරීමට, ක්‍රියාත්මක කිරීමට දත්ත යොදා ගනු ලැබුවේ ද? යන ගැටලුව ප්‍රධාන වශයෙන් මතුව පවතී.

මෙරට ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයෙහි අධ්‍යයන යොමු වී ඇත්තේ ග්‍රාහක සමීක්ෂණ කෙරෙහි පමණි. සතිපතා ප්‍රධාන පෙළේ පොද්ගලික සමීක්ෂණ ආයතන සිපයක් විසින් නිකුත් කරනු ලබන ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර සමීක්ෂණ වාර්තාවන් ද අයත් වන්නේ මේ ගණයටය. මෙම සමීක්ෂණ පවා මූලික වශයෙන් වැදගත් වී ඇත්තේ ව්‍යාපාරික පණිවුඩ ගෙනයනු ලබන සමාගම්වලට පමණි. මාධ්‍ය ආයතන විසින් සිදු කොට ඇති ග්‍රාහක සමීක්ෂණ හා ඒවායේ ප්‍රතිඵල උපයෝගී කර ගෙන කරනු ලබන ක්‍රියාමාර්ග පිළිබඳ පසු විපරම් කරනු ලබන්නේ ද?

සමහර අධ්‍යයනයන් ක්‍රියාමාර්ග වලට යොමු වීමට වඩා සිදුවන්නේ බොහෝ සංවර්ධනය වන රටවල සිදුවන්නාක් මෙන් ලිපි ගොනු පුස්තකාල රාක්කවලට පමණක් සීමා කිරීමය.

පර්යේෂණ, සමීක්ෂණ අධ්‍යයන හා භාවිත ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය අතර සබඳතාවක් පවතී ද? අපි මෙය උදාහරණයකින් විමසා බලමු. සිසියම් ශුවන් විදුලි සේවාවක් වසා දැමීමට තීරණය වනවා යනු කුමක් ද? කලක් පුවලිතව පැවති මාධ්‍ය සේවාවක් එසේ වනුයේ කවර හැටලුවක් නිසා ද? මාධ්‍ය සමීක්ෂණ, අධ්‍යයන, පර්යේෂණ මගින් කල්වේලා ඇතිව මෙම හැටලු හඳුනා ගත හො හැකිවි ද? ඊට ගත හැකි විකල්ප යෝජනා, මාධ්‍ය වැඩසටහන්, ස්වරූප, ආකෘති, සැලසුම් කළ වෙනත් ව්‍යාපෘති හඳුනා ගැනීමට පර්යේෂණ අධ්‍යයනයන් උපයෝගීකර ගත හො හැකි ද?

එසේම අලුතින් ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයක් අරඹනවා යැයි සිතමු. අලුත් පුවත් පතක්, ශුවන් විදුලි, රූපවාහිනී නාලිකාවක් අරඹනවා යැයි සිතමු. ඒ සඳහා පූර්ව මාධ්‍ය අධ්‍යයනයක් සිදු කරනු ලබයි ද? විවිධ සාධකයන් විද්‍යාත්මකව වටහා ගැනීම එවැනි කාර්යයක් හමුවේ වැදගත් හෝ වේද? විද්‍යාත්මකව කරුණු වටහා ගැනීම යනු යටාර්ච්චාදී ලෙස නිගමන වලට, ක්‍රියාමාර්ග වලට, එළඹීමට පහසුවීමය. එහෙත් ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ එවැනි පර්යේෂණ අධ්‍යයන සමීක්ෂණ භාවිතයක් නොමැති තරම්ය. බොහෝ විට ජනමාධ්‍යයන්ගේ පැවැත්ම උපකල්පන හා යම් යම් පුද්ගල කණ්ඩායම්වල ආකල්ප හා අදහස් වලින් පාලනය වන ආකාරය දැකිය හැකිය. එහි ප්‍රතිඵලය වන්නේ මෙරට ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ පැවැත්ම එතරම් ස්ථාවර ලෙස නො පැවතීමය.

සිසියම් සමාජයක වෙනස් වන්නාවූ අර්ථික සමාජ සංස්කෘතික වටපිටාවන් තුළ පුරාවයේ ආකල්ප, හැසිරීම්, වටිනාකම්, හැකියාවන්, අවශ්‍යතාවන් බෙහෙවින් වෙනස් වේ. නිදසුනක් ලෙස මෙරටට රූපවාහිනිය පැමිණීම සෙසු සියලු ජනසන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ පැවැත්මට අහිඟ කළේය. එහෙත් අද වන විට මෙරට බිහිවී ඇති, බිහිවන නව රූපවාහිනී නාලිකා පවත්වා ගෙන යාමේ අරමුදයක් මතු වෙමින් පවතී. තමන් පෙනී සිටීමට මතවාදය, දෘෂ්ටිවාදය වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම හැටලුවක් බවට පත් වී තිබේ. ඒ සඳහා විද්‍යාත්මකව කරුණු සොයා බැලීමට පර්යේෂණ, අධ්‍යයන, සමීක්ෂණවල පිහිට පැතිම වෙනුවට කෙටි කාලීන ලාභ ඉපයීම සඳහා ඉන්ද්‍රියානු හා වෙනත් බටහිර හා වෙනත් රටවල විභවය, විවිධ සංගීත වැඩසටහන් මාධ්‍යට ආනයනය කරමින් ප්‍රචාරය කිරීම අරඹා තිබේ. එසේ නොවන අතර තුර සිදු වන්නේ එම වර්ගයේ වැඩ සටහන් විදේශීය

අධ්‍යක්ෂකවරු, කැමරා ශිල්පීන් හා වෙනත් අය ලවා නිපදවා මෙරට පුද්ගලයන් කිරීමයි.

ඉවක් බවක් නැතිව ලිංගික බව, සාහසිකත්වය, ප්‍රචණ්ඩත්වය හුවා දැක්වූ හොලිවුඩ් සිනමාව ඒ ගමන ඔස්සේම ගොස් ප්‍රේක්ෂකයා හෙමිබත් වී එම ව්‍යාපාරයත් සමාජයත් හැටලුවට මුහුණ පාන්නට පටන්ගත් විට ඉහත සඳහන් පුවත් පත් වල විපාක හැඳින ගත්තේය. එහෙත් එම බිඳ වැටීමෙන් වනා ගොඩ නගන්නට ඔවුන්ට නො හැකි වී තිබේ. සිදුවෙමින් පවතින දෙයෙහි අනාගත ප්‍රතිඵලයන් හඳුනාගැනීමට නො හැකිවිය. අද අප ජනසන්නිවේදන ව්‍යාපාරයේ මතු වී ඇති යම් හැටලුවක්විද එහිලා ප්‍රධාන පදනම වන්නේ එම හැටලුවේ ස්වභාවය හා ඊට විකල්ප පිළිතුරු විද්‍යාත්මක දත්ත මත පිහිටා නිගමනවලට නො එළඹීමයි.

අලුතින් බිහිකරන ශුවන් විදුලි, රූපවාහිනී, පුවත්පත් සිහිපයක් මෙම යටාර්ච්චය හැඟුරුන් වටහා ගෙන තිබේ ද? අන් සියලු යටිතල භෞතිකමය සාධකයන්ට, මානව සම්පත් සඳහා පිරිවැය සැලසුම් කරන ආයෝජකයින් සිය ග්‍රාහකයා වසන සමාජය සෙසු තරඟකාරී මාධ්‍ය වටපිටාව සිය මාධ්‍යයේ අරමුණු හා පරමාර්ථ සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ප්‍රවේශ මාර්ගය හඳුනා ගැනීම සඳහා විද්‍යාත්මක දත්ත රැස් කිරීමට විද්‍යාත්මක ලෙස විශ්ලේෂණය කරමින් නිගමන වලට එළඹියේ ද?

ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ හුදු පාඩකයා, ග්‍රාහකයා, වෙළඳ පොළ හඳුනා ගැනීම පමණක් සඳහාම ද? ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයෙහි පැවැත්ම කෙරෙහි බලපාන ප්‍රධාන ක්ෂේත්‍රයක් වන්නේ මාධ්‍ය අර්ථකථන ගොඩ නැගීමෙහිලා උචිත නිර්මාණශීලී වැඩසටහන් ග්‍රාහක අවශ්‍යතාවය ජාතික අරමුණු හා සසඳමින් ගොඩ නැගීමය. එම අරමුණින් සැලසුම් කළ යුතු වැඩසටහන්, විවිභාග, නාට්‍ය, විශේෂාංග, ලිපි නිර්මාණ, ප්‍රවෘත්ති සබඳතා පර්යේෂණ, අධ්‍යයන, සමීක්ෂණ සිදු කරනු ලබන්නේ ද?

ලාංඛික ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයේ මෙම අංශය ඉතා දුර්වල බව නැතහොත් සීමිත බව කැපී පෙනෙයි. මෙරට රූපවාහිනී ස්ථාපිත කරමින් ඇරඹුණු මුල් යුගයේ ජාතික රූපවාහිනිය නිර්මාණාත්මක වැඩසටහන් සඳහා පර්යේෂණය කිරීමේ අවශ්‍යතාවය දැඩි ලෙස අවධාරණය කළේය. එහෙත් වර්තමානය වනවිට මෙම අංශය බෙහෙවින් සීමා වෙමින් පවතී.

මෙම වැඩසටහන් සඳහා උචිත ආකෘතින්, වැඩසටහන් පිළිබඳ ලෝකයේ ප්‍රධාන පෙළේ ළමා වැඩසටහන් සඳහා ලෝක ප්‍රකට මෝල්ට් ඩීස්නි සමාගම නිරතුරුව අධ්‍යයනය කරයි. එහි ප්‍රතිඵලය වන්නේ ලොව පුරා ළමුන්ගේ විවේකය, විනෝදය, අධ්‍යාපනය සඳහා ප්‍රධාන ඔලිපම් කාර්යයෙකුට වට අයත්තයට හැකිවී තිබීමයි. වෙනස් වන තාක්ෂණික තත්වයන්ට සමාජ, ආර්ථික, සංස්කෘතික තත්වයන්ට අනුරූපව ළමා වැඩසටහන්, කථා ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා ඔවුන්ට හැකි වී ඇත්තේ එම අධ්‍යයන දත්ත උපයෝගීකර ගැනීම නිසාය.

පර්යේෂණ යනු හුදෙක්ම ලිපියොනු හා නිලධාරීන්ට විදේය සම්මන්ත්‍රණ, කාකවිජා සඳහා පමණක් භාවිත විය යුතු ලේඛනයන් නො විය යුතුය.

සංවර්ධනය වන්නා වූ බොහෝ රටවල ජාතික සංවර්ධනභාවයට ප්‍රධාන හේතුව මතවාදීමය වශයෙන් පවත්නාවූ දෘෂ්ටිමය දිළිඳු භාවයයි. එම මතවාදී දිළිඳු භාවය නව දැනුම හා සම්බන්ධ ගැටලුවකි. නව දැනුම බිහි වන්නේ අධ්‍යයන පර්යේෂණ හා සමීක්ෂණ ඔස්සේය. විද්‍යාත්මක දත්ත මත පදනම් වන්නාට තවත් කාලය හෝ වෙනත් රටක, සංවිධානයක මතවාදී වතලෙක් වීමට අවශ්‍ය නැත. මෙම යථාර්ථය ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය සම්බන්ධයෙන් අර්ථවත් නොවේ ද?

ස්වාධීන ක්‍රියාමාර්ග වලට, යථාර්ථවත් තීරණවලට එළඹීමට ජනමාධ්‍ය සැලසුම්කරුවන්ට නො හැකි වන්නේ ඔවුන් විසින්ම නියමනවලට එළඹිය හැකි දත්ත සපයා ගන්නේ නැති නිසාය. එවිට ඔවුන් වෙනත් මත වලට, ව්‍යාපාර හෝ ආයතනවල මතයන්ට යටත් වන්නට සිදු වේ. ලාංකික ජනසන්නිවේදන මාධ්‍ය ව්‍යුහය පුරා විවිධ හැඩතල වලින් නිරූපණයවන කාලීන මෙන්ම මූලික ගැටලුවල ප්‍රවේශය මා දකින්නේ විද්‍යාත්මකව කෙරෙන පර්යේෂණ, හැදෑරීම්, අධ්‍යයන, සමීක්ෂණවල ජානතාවයි.

ජනමාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ මතු වන ගැටලුවලට ද ඇත්තේ විද්‍යාත්මකව හඳුනාගන්නා දත්ත මත පදනම් වූ පිළිතුරු පමණි. ශ්‍රී ලාංකික ජනසන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ පැවැත්මෙහි ලා මතු වී ඇති, මතු වට මතු විය හැකි සියලු ප්‍රශ්න විසඳීමට එළඹිය හැකි ප්‍රධාන ප්‍රවේශයද මෙම විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ අධ්‍යයන යක්තිමත් කිරීම පමණි.