

**ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන ගුවන් විදුලි නාලිකා මගින්
ශ්‍රාවකයින්ගේ රසඥතාවට ඇති කර තිබෙන බලපෑම**

සමාජ විද්‍යා ශාස්ත්‍රපති උපාධිය අවසාන පර්යේෂණ නිබන්ධය



නම - ශාලක ධනංජය සූරියආරච්චි

ලි.ප. අංක - GS/MA/Soc/2413/2005

1804SS2005009

උපදේශක - ආචාර්ය ප්‍රභීන් අබේසුන්දර

කර්තෘගේ ප්‍රකාශය

සමාජ විද්‍යාව පිළිබඳ ශාස්ත්‍රපති උපාධි පරීක්ෂණයේ අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා ඉදිරිපත් කරනු ලබන මෙම පර්යේෂණ නිබන්ධය ආචාර්ය ප්‍රණීන් අබේසුන්දර මහතාගේ උපදේශකත්වය යටතේ සම්පාදනය කරනු ලැබුවකි. මෙහි අන්තර්ගත කිසිම කරුණක් වෙනත් විශ්ව විද්‍යාලයක හෝ උසස් අධ්‍යාපන ආයතනයක උපාධි අවශ්‍යතා සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් කරන ලද්දක් නොවන බව සහතික කරමි.

30/09/2011

දිනය



ශාලුක ධනංජය සූරියආරච්චි
GS/MA/Soc/2413/2005
1804SS2005009

වාවක පරීක්ෂණයේදී පරීක්ෂකතුමන් විසින් නිර්දේශිත සියලු නිවැරදිකිරීම් සංශෝධන සහ එකතු කිරීම් උපාධි අපේක්ෂකයා විසින් අවසාන නිබන්ධය සඳහා ඇතුළත් කර ඇති බව මෙයින් සහතික කරමි.

2011-10-06

දිනය



.....
ආචාර්ය ප්‍රශීන් අබේසුන්දර
(උපදේශක)

උපකාරානුස්මර්ති

සමාජ විද්‍යා පර්යේෂණය අධ්‍යයනය සිදු කරන්නට මට මග පෙන්වූ

ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්ව විද්‍යාලයේ සමාජ විද්‍යා අධ්‍යයනායයේ

ආචාර්ය ප්‍රභාත් අබේසුන්දර ඇදුරුකුමාටත්

පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයේදී උපකාර කළ සැමටත්

සාහිත්‍ය විමර්ශනයේදී උපකාර කළ චිත්‍යාන කවුන්සිලය, ලේක්හවුස් පුස්තකාලය, මහජන

පුස්තකාලය, ජාතික පුස්තකාලය හා විශ්ව විද්‍යාල පුස්තකාලයේ කාර්ය මුඩුල්ලටත්

නොයෙක් ලෙස උපකාර කළ අන් සියලු දෙනාටත්

මාගේ ගෞරව පූර්වක ස්තූතිය පිරිනමමි.

පටුන

1. පළමුවන පරිච්ඡේදය	
1.1 හැඳින්වීම	1
1.2 පර්යේෂණයේ වැදගත්කම	4
1.3 අරමුණු	6
1.4 මූලාශ්‍ර භාවිතය, භාවිත ක්‍රමවේදයන්	6
1.5 අධ්‍යයනයේ සීමාවන්	8
2. දෙවන පරිච්ඡේදය - සංකල්ප පිළිබඳ විශ්ලේෂණය	
2.1 රෝපණ න්‍යාය	9
2.2 ජනමාධ්‍යයේ සමාජ බලපෑම පිළිබඳ ප්‍රතිරූප සතරේ න්‍යාය	12
3. තුන්වන පරිච්ඡේදය - සාහිත්‍ය විමර්ශනය	
3.1 ගුවන් විදුලි පර්යේෂණ වාර්තා	21
3.2 ගුවන් විදුලි නාලිකා හා ශ්‍රාවකයා අතර අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය	23
3.3 නූතන තාක්ෂණය ප්‍රචාරය සඳහා උපයෝගී කරගැනීම	27
3.4 තරගකාරීත්වය හා ප්‍රචාරණ වියදම	28
4. සිව්වන පරිච්ඡේදය - පර්යේෂණ හා දත්ත විශ්ලේෂණය	
4.1 ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන් විදුලි වැඩසටහන්- තේමාවන් හා ආකෘති	30
4.2 ජනතාවගේ ආකල්ප සැකසීමට කර ඇති බලපෑම	33
4.3 ජනතාවගේ කලාත්මක රසවින්දනයට කර ඇති බලපෑම	38
4.4 ගුවන් විදුලිය මගින් ඇති කරන රෝපිත තත්වය	45
4.5 ගුවන් විදුලිය මගින් ඇති කරන ප්‍රතිරූප සතරේ සමාජ බලපෑම	47
5. පස්වන පරිච්ඡේදය - සමාලෝචනය	50
උප ග්‍රන්ථය	52
ආශ්‍රිත කෘති	57

රූපසටහන්

රූප සටහන 2.1 ජනමාධ්‍යයේ ප්‍රතිරූප සතර බලපෑම් කිරීම

වගු ලැයිස්තුව

වගුව 4.1 වයස් කාණ්ඩ අනුව ශ්‍රවණය කරන ගුවන් විදුලි වැඩසටහන්

වගුව 4.2 වැඩිම දෙනා අසන ගුවන් විදුලි වැඩසටහන්

වගුව 4.3 වැඩිම දෙනා අසන කාලීන සිදුවීම් වැඩසටහන්

වගුව 4.4 පැරණි හා නව ගුවන් විදුලි වැඩසටහන් සසඳීම

වගුව 4.5 නව ගුවන්විදුලි ගීත වැඩසටහන්හි යහපත් හා අයහපත් ලක්ෂණ

වගුව 4.6 ජනප්‍රිය ගුවන් විදුලි නාට්‍ය වැඩසටහන්

වගුව 4.7 ගුවන් විදුලියට දැඩි ලෙස නැඹුරු වූවන්ගේ පිළිතුරු

වගුව 4.8 ගුවන් විදුලියේ සුබවාදී හා අසුබවාදී ලක්ෂණ

ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන ලැයිස්තුව

ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන 4.1 පිළියන්දල සංඛ විතානගේ

ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන 4.2 දෙහිවල චන්ද්‍රානි පිරිස්

ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන 4.3 කොළොන්නාවේ ඉමල් සේරසිංහ

1.1 හැඳින්වීම

ජනමාධ්‍යය මගින් යම් සමාජ පංතියක හෝ ස්තරයක හෝ යම් සමාජ කොටසක හෝ මුළු සමාජයේම හෝ අවශ්‍යතාවන් ව්‍යාප්තකරණ ක්‍රියාවලිය ඉටු කරනු ලබයි. සමාජයක සම්බන්ධතා නමැති පද්ධතිය තුළ පමණක් නොව සමාජයේ නිරතුරු ජීවත් වන පුද්ගලයා තුළ නිශ්චිත හර පද්ධතීන්, පුරුෂාර්ථයන් හා අරමුණු හැඩගැස්වීමටද ජනමාධ්‍යය දායක වෙයි.

සන්නිවේදනය යනු තොරතුරු සැපයීමේ ක්‍රියාවලියකි. එය සමාජයක ඒකාබද්ධතාව ඇති කරනු ලබන පුළුල් ක්‍රියාවලියකි. මෙම ක්‍රියාවලිය තුළදී සමාජයක නිශ්චිත කාල අවකාශීය පරාසයකදී අදහස් හා හැඟීම්වල වලනය හඳුනාගැනීමට ලැබේ. සමකාලීන ජනමාධ්‍යවේදය තුළ විශේෂයෙන්ම රූපවාහිනිය හා ගුවන්විදුලිය මගින් මේ වන විට ජාතික පමණක් නොව ගෝලීය ගති ලක්ෂණ අත්පත් කොටගෙන ඇති අතර එය නව්‍යාකාරයක ශ්‍රව්‍ය - දෘශ්‍ය සංස්කෘතියක් පමණක් නොව සුවිශේෂීය ගතිලක්ෂණයන් ගෙන් සමන්විත සමාජීය සබඳතා ස්වරූපයක්ද නිර්මාණය කරමින් සිටින්නේය. (වීරසිංහ, 2007) 20 වන සියවසේ දෙවන දශකයේ සිට ඇරඹෙන මේ පුළුල් හා ගැඹුරු ප්‍රසාරණයන් සමගම එය දැනුම නිෂ්පාදනයේ, හුවමාරුවේ, බෙදාහැරීමේ, ව්‍යාප්තකරණයේ හා බහුලීකරණයේ ප්‍රබල හා දෛනික ක්‍රියාකාරකම් සිදුවන ක්‍ෂේත්‍රයක් බවට පරිවර්තනය වී තිබේ (වීරසිංහ, 2007, පි.32).

ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජය ජනමාධ්‍ය ඇසුරු කිරීමේ දිගු ඉතිහාසය තුළ ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයට දශක අටකට වැඩි ඉතිහාසයක් තිබේ. ශ්‍රාවකයින්ගේ දැනුම නිර්මාණය කිරීමේ හුවමාරුවේ බෙදා හැරීමේ ව්‍යාප්තකරණයේ හා බහුලීකරණයේ යෙදෙන ප්‍රධාන භූමිකාවක් ගුවන් විදුලිය ඉටු කරයි. ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලි නාලිකා 49ක් මේ වන විට ක්‍රියාත්මකවේ. ඉන් 32ක් සිංහල බසින් ක්‍රියාත්මක වන අතර 10ක් දෙමළ බසින්ද 8 ක්

ඉංග්‍රීසි බසින්ද ක්‍රියාත්මකය. සිංහල බසින් ක්‍රියාත්මක නාලිකා 32 න් 14ක් රජයත්, 18 ක් පෞද්ගලික අංශයත් හිමිකාරත්වය දරයි (Nanayakkara, 2009, 27p).

ලාභ ඉපැයීමේ අරමුණ ඇතිව ක්‍රියාත්මක වන මෙම නාලිකා බොහොමයක් තමන්ගේ වෙළෙඳපොළ තර කර ගැනීම සඳහා ඊට අනුරූපව වැඩසටහන් ප්‍රචාරය කරන අතර ශ්‍රාවකයින්ගේ සිත දිනාගැනීම සඳහා එකිනෙකා පරයමින් වඩාත් සමීපතමයා වීමට උත්සාහ දරයි. මෙම නාලිකා සියල්ලටම යැපෙන්නට සිදුව ඇත්තේ, වෙළෙඳ දැන්වීම් මගින් උපයාගතහැකි ආදායම මතය. ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය සියල්ලටම වෙළෙඳ දැන්වීම් සපයන්නාවූ අනුග්‍රාහක ආයතන සංඛ්‍යාත්මකව පවතින්නේ, අඩු ගණනකි. (වීරසිංහ, 2007, පි.33) මෙසේ හෙයින් මේ සියලු මාධ්‍යයන්ට සීමිත වෙළෙඳපොළ අවකාශයක් තුළ තරගකාරී ලෙස සැරිසැරීමට සිදුව තිබෙන අතර හැමවිටම වැඩි කොටස අත්පත් කරගැනීමේ වෙළෙඳපොළ අභියෝගයක්ද එල්ලවී පවතී. මේ නිසා වේගවත් තරගයක නියැලෙන ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය තමන් වෙත ජනතාව ආකර්ෂණය කරගැනීම සඳහා විවිධ උපක්‍රම භාවිත කරයි. ඇතැම් සමාජ ආචාර ධර්ම පවා උල්ලංඝනය කරමින් හැසිරෙන මෙම නාලිකාවන් බහුතර ජනතාවගේ රසඥතාව තුළ ඉහළ හෝ පහළ මට්ටමිනි අර්ථ නොසලකන අතර වැඩි දෙනෙකු තමන් වෙත ළඟා කර ගත හැකි ඕනෑම දෙයක් ලබාදී තමන්ගේ වෙළෙඳ අරමුණ සපුරා ගනී.

ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන ගුවන් විදුලි නාලිකා මගින් ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහන් සැලකීමේදී ශ්‍රාවකයින්ගේ ආකර්ෂණය දිනාගැනීමට පහත් රසඥතාවක් ජනනය කරමින් ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහන් රාශියක් හඳුනාගත හැකිය. ඉලක්ක කළ ශ්‍රාවක පිරිසක් තෝරාගෙන ඔවුන් තෘප්ත කිරීම ඒකායන අරමුණු කරගත් ඉහත ආකාරයේ වැඩසටහන් / නාලිකා මගින් පොදු ජන රූපීය පිළිබඳ තැකීමක් නොකරයි. මෙවැනි වැඩසටහන් ශ්‍රවණය කිරීමට සලසා ඇති ගෘහයක ඇතැම්විට විවිධ වයස් ව්‍යුහයන්ට අයත් සාමාජිකයින් සිටිය හැකිය. ඔවුන්ට නොගැළපෙන අදහස් මේවා ඔස්සේ සම්ප්‍රේෂණය

වීමට ඉඩකඩ වැඩිය. සමාජ ප්‍රශ්න බොහොමයකට මූලයන් සපයන මෙවැනි විකෘති ආකාර පණිවිඩ මගින් දැනුවත්ව කෙරෙන හානියටත් වඩා නොදැනුවත්ව විශාල හානියක් සිදු වෙයි. වර්තමාන පාසල් සිසුන්ගේ කතාබහ සහ ලිවීම පිළිබඳ භාෂා ඥානය සැපයීමේ ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයක් ලෙස ජනමාධ්‍ය හැසිරෙයි. මේ නිසා විකෘති කළ භාෂාත්මක යෙදුම් යොදාගන්නා ගුවන් විදුලි නාලිකාවන්ට සවන් දෙන මෙම සිසු පරපුර වැරදි ආදර්ශ ලබා ගනී. (වීරසිංහ, 2007, පි.47) සමාජය පිළිබඳ අත්දැකීම් ලබාගන්නා කාලය තුළ ඔවුන්ගේ සමාජානුයෝජනය සිදු වන්නේද මෙම විකෘති මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අයත් පරිසරය තුළය. මේවා ඔස්සේ ඔවුන්ගේ අදහස් මතවාද සිතූම් පැතුම් ගොඩනැගීම සිදුවන්නේද අහිතකර අයුරිනි.

මෙබඳු මාධ්‍ය හැසිරීමක පවතින අන්තරාය වනුයේ, ජනතාවගේ සිතුවිලි හා ආකල්ප සකස් කිරීමේ යන්ත්‍රණයක් සේ සැලකිය හැකි ජනමාධ්‍යයේ වගකීම අමතක කර දැමීමත් මාධ්‍ය ඇසුරු කරන්නන්ගේ රසඥතාවට මෙමගින් එල්ල කර තිබෙන බලපෑමත්ය.

මෙම ශාස්ත්‍රපති නිබන්ධය මගින් එකී බලපෑම කවර ආකාරයෙන් සිදුවී තිබේද යන්න ගැන අධ්‍යයනය කිරීමට අපේක්ෂිතය.

1.2 පර්යේෂණයේ වැදගත්කම

වර්තමාන ලෝකයේ බොහෝ කලාප වල සිදුවන සංස්කෘතික ක්‍රියාදාමයන් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා ක්‍රමවේදයක් සකස් කර ගැනීමේදී සමකාලීන ජනමාධ්‍යවේදය අදාළ සංස්කෘතිය හැඩගැස්වීමෙහිලා ඇති කරන බලපෑම සැලකිල්ලට ගැනීම ඉතාම වැදගත්ය. පුද්ගල වර්ත ස්වභාවය හැඩගැස්වීමේදීත් පෞරුෂය ගොඩනැංවීමටත් පුද්ගල හැසිරවීම් කෙරෙහිත් සංස්කෘතික අවශ්‍යතාවයන් කෙරෙහිත් සමස්තයක් වශයෙන් මුළුමනක් සංස්කෘතිය කෙරෙහිත් නූතන ජනමාධ්‍යවේදය සැලකිය යුතු බලපෑමක් ඇති කරනු ලැබේ.

අද්‍යතන ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍යයන් අතර ගුවන් විදුලිය හා රූපවාහිනිය ජනතාවට සම්පතම විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්ය. දකුණු ආසියාවේ පැරණිම ගුවන් විදුලි සේවාව අයත්වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවටය (කරුණානායක, 1989, පි.121). මේ නිසා ගුවන් විදුලිය ශ්‍රී ලාංකික ජනතාවගේ සිතූම් පැතුම් හා දිගු කාලයක සිට නිරන්තරයෙන්ම අනුගතව පැවතියාවූ මාධ්‍යයකි. කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය හා බද්ධව ගොඩනැගුණු සංස්කෘතික ලක්ෂණද ශ්‍රී ලාංකික සමාජයෙන් හඳුනාගැනීමට ලැබේ. උදාසන ගුවන් විදුලියෙන් පිරිත් අසා වැඩ ඇරඹීමේ පුරුද්ද හඳුනාගන්නට ලැබෙන්නේ මෙරට සමාජයෙන් පමණි. බණ ඇසීමට ගුවන් විදුලිය මාධ්‍යයක් කරගෙන තිබෙන්නේද ශ්‍රී ලංකාවේය. පසුගිය කාලයේ මෙරට මතු වූ සංගීත ප්‍රවණතාවන් සියල්ල ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය හරහා වර්ධනය වූ ඒවා වන අතර ඇතැම් විට සෑම ජනප්‍රිය ගීතයක්ම එසේ ජනප්‍රිය වන්නට හේතු වූයේ, ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය ඔස්සේ නිරතුරුව ප්‍රචාරයවීමෙනි. ජනතාවගේ ආකල්ප කෙරෙහි බලපාන ප්‍රචාරක හා කාලීන සිදුවීම් වාර්තාකරණයේද ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය සතු ශක්‍යතාව බෙහෙවින් ඉහළය.

පසුගිය කාලයේ මෙරට ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය විවිධ පෙරළි වලට භාජනය විය. විශේෂයෙන්ම 1990 දශකයෙන් පසු පෞද්ගලික අංශය මෙම ක්‍ෂේත්‍රයට අවතීර්ණවීම හේතු කොටගෙන පෙර නොපැවති අංගලක්ෂණ රැසක් මෙම මාධ්‍යය වෙත

අන්තර්ග්‍රහණය විය. පෙර නොපැවති තරගකාරීත්වයක්ද වර්ධනය විය. මෙම වෙනස්කම් මෙරට පැවති සම්ප්‍රදායික ගුවන් විදුලි සන්නිවේදන සම්ප්‍රදායට හිතකර මෙන්ම අහිතකර ලක්ෂණ ඇති කළ බවට පසුගිය කාලයේ විවිධ විවේචන එල්ල විය. ඇතැම් අය 'එෆ් එම් සංස්කෘතිය' යන අන්වර්ථ නාමයෙන් මෙම නව ගුවන් විදුලි සම්ප්‍රදාය නම් කර තිබේ. මෙම පෙරළිය පිළිබඳ මෙතෙක් සිදුකර තිබෙන සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ විරලය. නමුත් එබඳු පර්යේෂණවල අවශ්‍යතාව දැඩිව තිබේ. මන්ද යත් ශ්‍රී ලංකාවේ ජනතාවගේ සිතූම් පැතුම් හා ජීවන රටාව කෙරෙහි සෘජු බලපෑම් කළ හැකි මාධ්‍යයක් හැටියට ගුවන් විදුලිය හැසිරෙන ආකාරය සමාජය තේරුම් ගැනීමේදී වැදගත් වන බැවිනි. මේ පිළිබඳ පර්යේෂණාත්මක නිබන්ධනයක් රචනා කිරීමට බලපෑවේ එකී හේතූන්ය.

මෙම අධ්‍යයනය මගින් අපේක්ෂා කරන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය කෙතරම් දුරට ශ්‍රාවක රසඥතාව කෙරෙහි බලපා ඇතිදැයි විමසා බැලීමටය.

1.3 අරමුණු

මෙම පර්යේෂණයේදී මූලික අරමුණ වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන ගුවන් විදුලි නාලිකාවන් මගින් ශ්‍රාවකයින්ගේ රසඥතාවට කර ඇති බලපෑම අධ්‍යයනයට ලක්කරන්නට බලාපොරොත්තු වෙයි.

එහිදී ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය සිය වැඩසටහන් සකස් කර තිබෙන්නේ කෙසේද? යන්න විග්‍රහාත්මකව විමසීමටත් වර්තමාන ගුවන් විදුලිය මගින් ජනතාවගේ දැනුම, කුසලතා, ආකල්ප රසඥතාවය වර්ධනයට කර ඇති බලපෑම කුමක්ද? යන්න විමසීමටත් අපේක්ෂා කෙරේ.

1.4 මූලාශ්‍ර භාවිතය, භාවිත ක්‍රමවේදයන්

1.4.1 දත්ත එක්රැස් කිරීමේ ක්‍රම

දත්ත එක් රැස් කිරීම සඳහා ප්‍රාථමික හා ද්විතියික යන මූලාශ්‍ර ද්විත්වයම භාවිතයට ගන්නා ලදී.

1.4.1.1 ප්‍රාථමික මූලාශ්‍ර

1.4.1.1.1 ප්‍රාථමික මූලාශ්‍ර- ප්‍රශ්නාවලිය

ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින්ගේ රසඥතාව සඳහා ගුවන් විදුලි නාලිකා බලපා ඇති ආකාරය මැන බැලීමේ අරමුණින් සම්පාදිත ප්‍රශ්නාවලියක් තෝරාගත් නියැදිය වෙත ලබා දෙනු ලැබීය. නියැදිය අහඹු නොවන එකක් වූ අතර පොකුරු ස්වභාවයෙන් තෝරා ගැනිණි. ප්‍රශ්නාවලිය ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය මගින් ජනතාවගේ දැනුම වර්ධනයට ඇති කර තිබෙන බලපෑම, ජනතාවගේ කලාත්මක රසවින්දනයට ඇති කර තිබෙන බලපෑම, ජනතාවගේ ආකල්ප සැකසීමට ඇති කර තිබෙන බලපෑම ආදිය මැන ගැනීමේ අරමුණින් සැකසුවකි.

1.4.1.1.2 ප්‍රාථමික මූලාශ්‍ර - නිරීක්ෂණ

නිරීක්ෂණය ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින්ගේ රූපි අරූචිකම් මිනුම් කිරීමට ප්‍රබල ලෙස භාවිත කළ හැකි පර්යේෂණ මෙවලමකි. ඒ අනුව එදිනෙදා ජීවිතයේදී, ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවක වර්ගාවන් නිරීක්ෂණයට ලක් කළ හැකි විය. විවිධ ආයතනික ව්‍යුහයන් තුළ සුසර කර තිබෙන නාලිකා, බස් රථවල සුසර කර තිබෙන නාලිකා හා සවන් දෙන්නන් දක්වන ප්‍රතිචාර, කාර්යාල වලදී, නිවසේදී ගුවන් විදුලි නාලිකා වලට දක්වන ප්‍රියතාව සහ පුද්ගල ස්වභාවයන් හා වර්ගාවන් සමග එම රූචිකත්වයන්හි ඇති සම්බන්ධය ආදිය නිරීක්ෂණය කරන ලදී.

1.4.1.1.3 ප්‍රාථමික මූලාශ්‍ර - සම්මුඛ සාකච්ඡා හා ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන

ගුවන් විදුලියට සවන් දෙන වයස 15 - 55 අතර ශ්‍රාවක ස්ථර 4 ක් ඉලක්ක කරගෙන අවිධිමත් ප්‍රශ්නාවලියක් භාවිතයෙන් සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමයෙන් පර්යේෂණ තොරතුරු රැස් කිරීමටද හැකි විය. වැඩිදුර කරුණු විමසීම සඳහා ගැඹුරු අධ්‍යයන සිදු කළ අතර තෝරාගත් ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින් තිදෙනෙකුගේ ප්‍රත්‍යාක අධ්‍යයන සටහන් ලබා ගැනීමටද හැකි විය.

1.4.1.2 ද්විතියික මූලාශ්‍ර

ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින් පිළිබඳ සිදු කරන ලද විවිධ පර්යේෂණ වාර්තා, කෘති සමාජ විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයන් හා ඒ අලලා ලියැවුණු පොත්පත් සගරා මීට අයත් වේ. අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවි ගණනාවක්ද මේ සඳහා පරිශීලනයට ලක් කෙරිණි. ගුවන් විදුලි ආයතන වෙත ලිපි මගින් ලැබුණු ප්‍රතිචාර ලිපි සහ පුවත්පත් වල පාඨක ලිපි එකතුවක්ද මේ සඳහා ද්විතියික මූලාශ්‍ර ලෙස භාවිතයට ගැනිණි.

1.4.2 නියැදිය

පර්යේෂණය උදෙසා ප්‍රශ්නාවලී යොමුකිරීම සඳහා භාවිතයට ගත්තේ, අහඹු නොවන නියැදියකි (non random sample). පොකුරු ආකාරයෙන් එය තෝරා ගැනිණි. වෘත්තීන් හෝ යෙදෙන කාර්යයන්ගේ ස්වභාවය අනුව මෙම පොකුරු තෝරා ගත හැකි විය.

- අධ්‍යාපනය ලබන
- රැකියා නොකරන / ගෘහ වාසී
- සාමාන්‍ය වෘත්තීක
- විධායක වෘත්තීක

වශයෙන් එක් එක් පොකුරු වෙන් කළ හැකි අතර එම පොකුරට අයත් සංඛ්‍යාව තුළ ස්ත්‍රී පුරුෂ බව ආගමික හා ජාතික අන්‍යෝන්‍යවත් හා වයස් පරිමාවන් ආදී ප්‍රජා විද්‍යාත්මක ගුණාංග නිරූපණය වන අයුරින් නියැදිය තෝරාගත් අතර ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා දත්ත දායකයින් දෙසියයක්(200) පමණ නියැදිය තුළට අන්තර්ග්‍රහණය කිරීමට හැකි විය. මුළු නියැදිය තුළ එක් එක් පොකුරෙහි නියෝජනය හැකිතාක් සමබර කරගැනීමට උත්සාහ දරන ලදී. කොළඹ දිස්ත්‍රික්කය තුළින් නියැදිය තෝරාගැනිණි.

1.5 අධ්‍යයනයේ සීමාවන්

අධ්‍යයනයේ පහසුව පිණිස තෝරාගන්නා නියැදිය ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රදේශ අනුව විවිධත්වය සලකන්නට නොහැකි විය. මෙහිදී තෝරාගන්නා නියැදිය කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයට අයත් වූ අතර වෙනත් ප්‍රදේශයක ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයින්ගේ රූපය තුළ පවතින වෙනස්කම් මේ හේතුවෙන් අධ්‍යයනය කිරීමට ඉඩ නොලැබිණි.

අධ්‍යයනයේ පහසුව සලකා රසඥතාව පිළිබඳ මිනුම් කිරීම සීමා කළ වයස් පරාසයකට අයත් පිරිසකට වෙන් කරනු ලැබිණි. මෙහිදී වයස 15-55 අතර වයස් කාණ්ඩය පමණක් තෝරා ගත් අතර එමගින් ළමා සහ වයෝවෘද්ධ පිරිස් දක්වන අදහස් මගහැරිණි.

සංකල්ප පිළිබඳ විශ්ලේෂණය

2.1 රෝපණ න්‍යාය (Cultivation Theory)

රෝපණ න්‍යාය ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ, පෙනීසියුල්වේනියා විශ්ව විද්‍යාලයේ ජෝර්ජ් ගාර්බ්නර් සහ ලැරි ග්‍රොස් විසින් 2005 වසරේදීය. ඔවුන් දෙදෙන විසින් පවත්වන්නට යෙදුණ ‘සංස්කෘතික අංග ලක්ෂණ’ හැඳුනාගැනීම පිළිබඳ පුළුල් පර්යේෂණයක අතුරු ප්‍රතිඵලයක් ලෙස රූපවාහිනිය සතු පුද්ගල මතවාදයන් වගා කිරීමේ හැකියාව හඳුනාගන්නා ලද අතර මෙම න්‍යායේදී එම ස්වභාවය සියලු ජනමාධ්‍යයන් විෂයෙහි බලපාන ආකාරය විස්තර කෙරෙයි. ඔවුන්ගේ න්‍යාය පහත පරිදිය.

ජනමාධ්‍යය ඇසුරේ දිනපතා වැඩි වේලාවක් රැඳී සිටින පුද්ගලයකුට එමගින් ඉදිපත්වන තොරතුරු අභ්‍යන්තරයේ ජීවන රටා පද්ධතිය, ධර්මතා, ආකල්ප, මතවාද වෙත ඇඹිබැහිවීමක් ඇතිවේ. මේ නිසා ඔවුන් සැබෑ සමාජය හඳුනාගන්නේ, ජනමාධ්‍යය තුළිනි. ඔවුන්ගේ ඉදිරි හැසිරීම් රටාවන් කෙරෙහි ජනමාධ්‍යය බලපෑම් කරයි.

නිසැක වශයෙන්ම ජනමාධ්‍යය මවාපාන්නේ සැබෑ ලෙස අත්විඳින සමාජයට වඩා වෙනස් දෙයකි. ප්‍රවෘත්ති හා විනෝදකාමී නාට්‍ය මගින් එළිදකින ඇතැම් අදහස් බොහෝවිට එම මතය ඉදිරිපත්කරන්නන්ගේ අභිමතාර්ථ හා අගතීන්හි නිරූපණයන්ය. මෙම ඉදිරිපත්කිරීම් කෙරේ ඇඹිබැහිවූවන් ඒවා මවාපෑම් ලෙස හඳුනා නොගනී.ඔවුන් ඒවා පිළිගැනීමටත් ආදර්ශයට ගැනීමටත් අනුකරණයටත් පෙළැඹේ (Gerbner,1979, 145p).

මෙම න්‍යාය ඇසුරින් ගුවන් විදුලිය මගින් ශ්‍රාවකයින්ගේ රසඥතාවයට ඇති විය හැකි බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීමේදී නිරන්තරයෙන්ම ගුවන් විදුලිය ඇසුරු කරන ශ්‍රාවක පිරිස තුළ ඇති වන රෝපිත තත්වයන් ඔවුනගේ සමාජ වර්ගයාවන් හැඩගැස්වීමට වෙනස් කිරීමට ඔවුනගේ මතවාද හා ආකල්ප සකස් කිරීමට හේතු වන ආකාරය විමසා බැලීමට හැකිවේ.