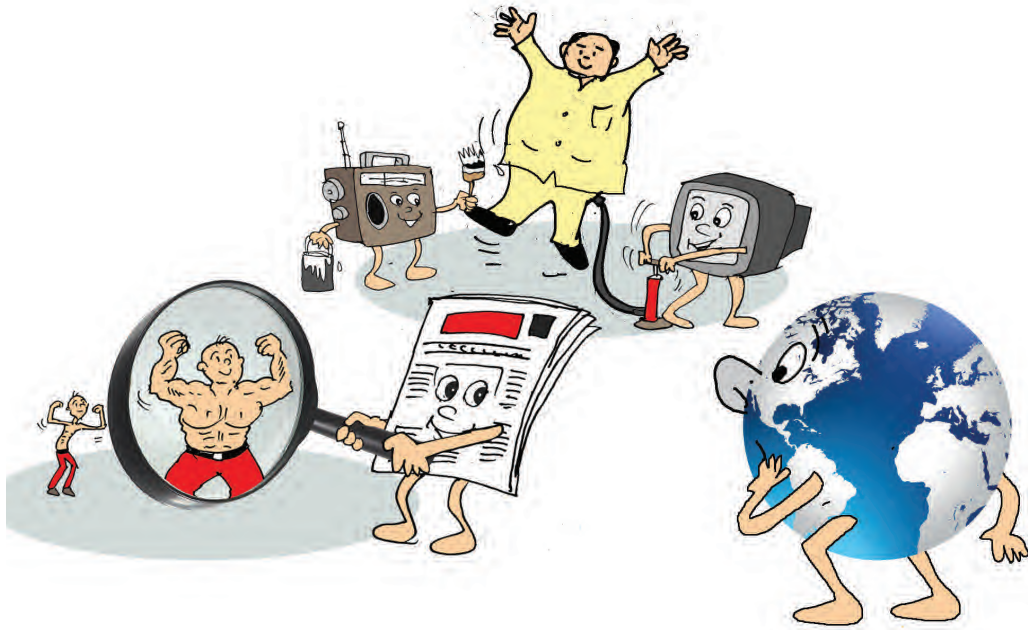




ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය



අභිමතාර්ථ

පුවත්පත් ද, ගුවන්විදුලිය ද, රූපවාහිනිය ද කරගතකාරී නව මාධ්‍ය ආකෘති නිර්මාණය කරන්නේ ග්‍රාහකයා ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ පරමාර්ථයෙනි. මේ නිසා ජන මාධ්‍ය විසින් තමන් වෙත ඉදිරිපත් කරන්නේ කුමක් ද ඒ තුළ නියෝජනය වන විවිධාර්ථයන් කවරේ ද යන්න පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කරන්නට ග්‍රාහකයා අවධානය යොමු කළ යුතුය.

මාධ්‍ය සන්දේශ අන්තර්ගතයෙහි සමාජය, ආර්ථිකය, ආගම හා සදාචාරය සහ සෞන්දර්යය නියෝජනය වන්නේ කෙසේ දැයි අධ්‍යයනය කිරීම ග්‍රාහකයකු සතු මග හැරිය නො හැකි කාර්යයකි. ඒ පිළිබඳ විෂයාත්මක කරුණු පාදක කර ගෙන, විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ තුළ එම විෂයාත්මක කරුණු කෙසේ නියෝජනය වන්නේදැයි හැදෑරිය යුතු ය. එය කට පාවිච්චි කළ හැක්කක් නො වේ. මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට සමගාමී ව මේ නියෝජනය විමර්ශනය සිදු විය යුතු ය. එය විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු ගේ ලක්ෂණයකි.

5. ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය

5.0 ප්‍රවේශය

දිනපතා පුවත්පතක මුල් පිටුවේ ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්තිය නියෝජනය කරන්නේ කුමක් ද? දේශපාලනය, සංවර්ධනය, ජාත්‍යන්තර කටයුතු, අපරාධ, දූෂණ හා අක්‍රමිකතා, අධ්‍යාපනය හෝ වෙළෙඳාම හෝ විය හැකි ය.

ගුවන්විදුලියේ ගිත ශ්‍රවණය කිරීමේ දී ඒ තුළ ආදරය, ශාංගාරය, දේශානුරාගය, වැඩ ලෝකය, ශ්‍රමාභිමානය, කාන්තාව, ළමයින් ආදී විවිධ අංශ නියෝජනය වෙයි. විදේශීය නියෝජනය මෙන් ද ඒ තුළ දේශීයත්වය, බටහිරකරණය හා ඉන්දියානුකරණය ද නියෝජනය වෙයි.

රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නැරඹීමේ දී එහි වර්ත, සිද්ධි හා පසුබිම කුමක් නියෝජනය කරයි ද? පන්ති හේදය, ජාතිකත්වය, ආගමික ස්වරූප, දේශීය සංස්කෘතිය, ඉන්දීය සංස්කෘතිය හෝ දේශපාලනය හෝ ඒ තුළ නියෝජනය විය හැකිය. එය සැබෑ නියෝජනයක් ද? එම රූපවාහිනී නාට්‍යය තුළ සැකය හා අවිශ්වාසය, නොහික්මුණුකම, කපටිකම, ආදරය, දේශානුරාගය, උත්සාහය ආදී විවිධ ගුණයන් ද නියෝජනය වීමට ඉඩ ඇත. මේ අරුත් ගැන්වීම් අපගේ සමාජයේ සැබෑ නියෝජනයක් ද එසේ නැත්නම් කෘත්‍රීම හා සාවද්‍ය නියෝජනයක් ද යන්න ග්‍රාහකයා විසින් තේරුම් ගත යුතු ය.

සෑම මාධ්‍ය සන්දේශයක ම නියෝජනය පවතින්නේ සැඟවුණු ස්වභාවයෙනි. එය අනාවරණය කර ගත හැක්කේ ග්‍රාහකයා එම සන්දේශය අර්ථ ගන්වන ආකාරය අනුව ය. ඒ අනුව සමාජය, ආර්ථික කටයුතු, ආගමික හා සදාචාරාත්මක කටයුතු හා සෞන්දර්යාත්මක කාර්යයන් පිළිබඳ ව ග්‍රාහකයා සතු විචක්ෂණ භාවය පාදක කර ගෙන මේ සැඟවුණු යථාර්ථය අනාවරණය කර ගත හැකි ය. එසේ කළ නොහැකි වුවහොත් අප විසින් මාධ්‍යයෙන් ලබා ගන්නේ සාවද්‍ය අර්ථ කථනයකි. එහි ඉදිරිපත් වන දේ සත්‍යයැයි අපි විශ්වාස කරන්නට පටන් ගන්නෙමු. ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය වැදගත් වන්නේ මේ සත්‍ය - අසත්‍යතාව විනිවිද තේරුම් ගැනීම සඳහා ය.

වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයක් මුල් කර ගත් වර්තමාන සමාජයෙහි ජන මාධ්‍යයට සුවිශේෂ ස්ථානයක් හිමි වෙයි. එදිනෙදා ජීවිතය පවත්වා ගෙන යාමේ දී තොරතුරු සැපයීම, අධ්‍යාපනය ලබා දීම, විනෝදාස්වාදය, පෙලඹවීම හා සංස්කෘතිය පවත්වා ගෙන යාම ආදී විවිධ සන්නිවේදන අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා ජන මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අපි පෙලඹී සිටිමු. එනිසා අද වන විට ජන මාධ්‍ය පරිහරණය යන්න ජනතාවගේ මූලික අවශ්‍යතාවක් බවට පත් ව තිබේ.

මානව සමාජය ඉතා සංකීර්ණ වූවකි. විවිධ මානව, සංස්කෘතික, ආධ්‍යාත්මික හා නෛතික බැඳීම් පාදක කර ගෙන අපි මේ සමාජයට අනුගත වී සිටිමු. අප ජීවත් වන සමාජයේ සාමාජිකයකු වශයෙන් බොහෝ විට මේ සබඳතා පිළිබඳ දැනුවත්භාවය ලබා සිටිනවා විය හැකි ය. එසේ නොවුව ද අප සමාජයේ ජීවත් වන්නේ මේ සබඳතා නිසා ය. කෙසේ වුව ද ජන මාධ්‍ය මගින් සිය වැඩසටහන් සමාජගත කිරීම සඳහා තෝරා ගනු ලබන්නේ ද අපට ස්වාභාවික සංසිද්ධියක් සේ දැනෙන මේ සමාජ සම්බන්ධතාවන් ය.

එම නිසා ජන මාධ්‍ය මගින් අපට ලබා දෙන සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගැනීමේ දී අප එම නියෝජනයන් පිළිබඳ ව දැන සිටිය යුතු ය. මාධ්‍ය වැඩසටහන් මගින් අපගේ ජීවිතයට හා සමස්ත සමාජයට සිදු කරන යහපත් හා අයහපත් බලපෑම පිළිබඳ අපට අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වන්නේ එවිට ය. එසේ ඇති කර ගන්නා නිපුණතාවයෙන් අයහපත් මාධ්‍ය බලපෑම්වලින් මිදීමට අපට හැකියාව ලැබේ. එසේ ජන මාධ්‍යයෙහි ඒ ඒ අංශ නියෝජනය ඔස්සේ අදාළ මාධ්‍ය ආයතන ඔවුන් ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාවේ යොදවන ආකාරය පිළිබඳ ව ද අපට අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේ.

5.1 සමාජීය නියෝජන අධ්‍යයනය

පවුල් සංස්ථාව, ස්ත්‍රී-පුරුෂ සමාජ භාවය, වාර්ගිකත්වය, පුරවැසිභාවය හා මානව හිමිකම් හා වගකීම් යන ක්ෂේත්‍ර පහක් ඔස්සේ සමාජීය නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). පවුල

සමාජයේ කුඩා ම ඒකකය පවුල ය. එය මව හා පියා ද දරුවන් ද යන සාමාජිකයන්ගෙන් සමන්විත ය. එසේත් නැතිනම් මවගේ හෝ පියාගේ හෝ මව් - පියවරුන් ද, සහෝදර - සහෝදරියන් ද එක ම නිවසක ජීවත් වන්නට පුළුවන. සමාජයක පැවැත්මට අවශ්‍ය කරන පරම්පරාව පවත්වා ගෙන යාම, පවුලේ සාමාජිකයන් පෝෂණය කිරීම, හොඳ-නරක, සිරිත් විරිත්, සමාජ සම්මතයන් ආදිය පිළිබඳ ව පවුලේ නව සාමාජිකයන් දැනුවත් කිරීම, සමගි ව සහයෝගයෙන් ගෘහයක් තුළ වාසය කිරීම ආදී කරුණු පවුලකින් ඉටු වෙයි. මේ සබඳතා පවත්වා ගෙන යාමේ දී පවුලක දකින්නට ලැබෙන ආරක්ෂාව, ආදරය, කරුණාව, විශ්වාසය, සමීප බව හා අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය ආදී විවිධ ගුණාංග පවුල තුළ තිබිය යුතු බව සමාජයේ පිළි ගැනීම ය.

පුවත්පත්වල ප්‍රචාරක හා විශේෂාංගවලින්, රූපවාහිනී හා ගුවන්විදුලි නාට්‍යවලින් හා ගීතවලින් නියෝජනය වන්නේ පවුලේ කුමන ගුණාංග දැයි අධ්‍යයනය කරන්න.

1. බහුතරයක් රූපවාහිනී නාට්‍ය හා පුවත්පත් විශේෂාංග සඳහා මූලික කර ගෙන ඇත්තේ පවුල ය. එහි දී පවුලේ සාමාජිකයන් අතර පවත්නා සම්බන්ධතා නිරූපණය වන්නේ කෙසේ ද? බොහෝ විට අප්‍රසන්න ලෙස එකිනෙකා ආමන්ත්‍රණය කර ගැනීම, පරුෂ වචනයෙන් කතා කිරීම, එකිනෙකා කෙරෙහි අවිශ්වාසය හා සැකය, සොරකම හා වංචාව, අකාරුණාවන්ත කම, එකිනෙකා කෙරෙහි ගෞරවයක් නැති කම ආදී ගති ලක්ෂණ මෙම මාධ්‍ය වලින් නියෝජනය වේ ද? එවා මේ සමාජීය යථාර්ථය ද?
2. ගම්පෙරළිය, කළුමනු ගෙදර වැනි විශිෂ්ට නවකතා ඇසුරින් නිර්මාණය කරන ලද රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ එම පවුල්වල පොදු ලක්ෂණ මෙන් ම විශේෂ ලක්ෂණ ද මැනවින් නිරූපණය වේ.
3. ගීත තුළ ද පවුල විවිධාකාරයෙන් නිරූපණය වේ. එහි පොදු ලක්ෂණ ද, විශේෂ ලක්ෂණ ද අන්තර්ගත ය.

4. මාධ්‍ය තුළ වෙළෙඳ දැන්වීම්වලින් පෙන්වන පවුල හා සැබෑ ජීවිතයේ පවුල අතර සමානතා පවතීද?
5. රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ ශ්‍රී ලාංකික පවුල්වල ප්‍රවර්ධනය කළ යුතු පොදු ගුණාංග මේ නාට්‍ය තුළ සමබර ව නියෝජනය වේද?.
6. පුවත්පත් වල විශේෂාංග ලිපිවලින් පවුල නියෝජනය වන්නේ කෙසේද? නිතර අපරාධ වංචා දූෂණ ගැන සඳහන් කිරීමෙන් ලාංකික පවුල් සියල්ල එසේ යැයි වැරදි හැඟීමක් ඇතිවේද?

2). ස්ත්‍රීපුරුෂ සමාජ භාවය

ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය යනු ජීව විද්‍යාත්මක සංකල්පයකි. එනම් ස්ත්‍රීය හා පුරුෂයා ජීව විද්‍යාත්මක ව වෙනස් බව ය. එහෙත් සමාජය තුළ දී හා සාමාජීය කාර්යයන් වන රැකියාව, දේශපාලනය, ආර්ථික කටයුතු, ආගමික කටයුතු, සංස්කෘතික කටයුතු හා අධ්‍යාපනය ආදියේ දී ස්ත්‍රීය හා පුරුෂයා සමාන ව සැලකෙන බව ස්ත්‍රී - පුරුෂ සමාජ භාවය යන්නෙන් අදහස් වේ. මෙහි දී අධ්‍යාපනය හා රැකියාව ඉතා වැදගත් සාධක දෙකකි.

ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ භාවය යනු සමාජ විද්‍යාත්මක සංකල්පයකි. සාම්ප්‍රදායික සමාජය තුළ ස්ත්‍රීයට හා පුරුෂයාට වෙන් වෙන් ව කාර්යයන් පවරා ගෙන තිබුවත්, නූතන සමාජය තුළ තව දුරටත් එසේ පැවතිය යුතු නැති බව මේ සංකල්පයෙන් අදහස් වේ.

ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ භාවය දියුණු සමාජයකට උචිත සංකල්පයකි. මෙය සමාජගත කිරීම ජන මාධ්‍යයේ වගකීමකි. කෘෂිකාර්මික සංස්කෘතියක් තුළ මෙහි යම් යම් සීමාවන් දකින්නට ලැබුණත්, එහි දී ද සාම්ප්‍රදායික අනර්ථකාරී ආකල්පයන්ගෙන් මිදී කටයුතු කරන්නට අවශ්‍ය මග පෙන්වීම ජන මාධ්‍ය විසින් ස්ත්‍රීයට හා පුරුෂයාට ලබා දිය යුතු ය. එම සංකල්පය දරුවන් තුළ ද පෝෂණය විය යුත්තේ ය.

- ❑ පුවත්පත් කාටුන් චිත්‍රවලින් කාන්තාව මෙන්ම පිරිමියා ද හාසයට ලක් කිරීම සිදුවේද? කාටුන් චිත්‍රයක් බලා එහි ඇති වගන්ති කියවන ඔබ තුළ ඔවුන් පිළිබඳ ව ඇති වන ආකල්පය මව, පියා, සහෝදරිය යන අය පිළිබඳ යහපත් විය යුතුය.
- ❑ පවුලේ ටෙලි නාට්‍ය තුළ ස්ත්‍රීය හා පුරුෂයා නිරූපණය වන්නේ සාම්ප්‍රදායික ස්වරූපයෙන් ද එසේත් නැතිනම් වඩාත් දියුණු සංකල්පය සහිතව ද යන්න අධ්‍යයනය කරන්න.
- ❑ ළමයින් යොදා ගෙන නිර්මාණය කරනු ලබන රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ පිරිමි ළමයින් හා ගැහැනු ළමයින් සම්බන්ධයෙන් ගොඩනංවන ආකල්පය කුමක් ද? එය සාම්ප්‍රදායික එකක් ද? එසේත් නැතිනම් වඩාත් සංවර්ධනාත්මක වූ එකක් ද? එය ගැහැනු - පිරිමි දෙපක්ෂයට ම අනාගත ජීවිතය ගොඩ නංවා ගැනීමට මග පෙන්වීමක් වන්නේ දැයි ඔබ අවධානයෙන් අධ්‍යයනය කරන්න.

3). වාර්ගිකත්වය

ජන වර්ගයක් යනු එකම භාෂාවක් හෝ එකම ආගමක් හෝ පිළි ගත් පොදු සංස්කෘතියකින් එක් ව ජීවත් වන ජන සමූහයකි. ශ්‍රී ලංකාවේ ජන වර්ගයන් අධ්‍යයනය කළ විට පහත සඳහන් ලක්ෂණ දකින්නට පුළුවන.

1. සිංහල, දෙමළ, හින්දු, මුස්ලිම්, බර්ගර් ආදී විවිධ ජන වර්ගයන් ලංකාවේ ජීවත් වේ.
 2. බුද්ධාගම, හින්දු ආගම, කතෝලික ආගම හා ඉස්ලාම් ආගම ප්‍රධාන ආගම් ලෙස ශ්‍රී ලාංකිකයෝ අදහති.
 3. සිංහල, දෙමළ මෙන් ම බර්ගර් ජනයා ද බුද්ධාගම අදහති.
 4. සිංහල, දෙමළ මෙන් ම බර්ගර් ජනයා ද කතෝලික ආගම අදහති.
 5. ඉස්ලාම් ආගම අදහන්නන් අතරට සිංහල හා දෙමළ ජාතික තැනැත්තෝ ද එක් වෙති.
 6. බොහෝවිට සිංහල ජනයා සිංහල භාෂාව ද, දෙමළ ජනයා දෙමළ භාෂාව ද, මුස්ලිම් ජනයා සිංහල හෝ දෙමළ භාෂාව ද භාවිත කරති.
 7. සිංහල, දෙමළ, මුස්ලිම් ජනතාව විවිධ මට්ටම් වලින් සිංහල දෙමළ සහ ඉංග්‍රීසි භාෂාව භාවිත කරති.
 8. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා බොහෝ විට වෙන් වෙන් ව හඳුනා ගත හැකි ආකාරයෙන් ඇඳුම් පැළඳුම් අඳිති.
 9. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයාගේ සංස්කෘතිකාංග එකිනෙකට වෙනස් ය. ඔවුන්ගේ ආගමික ස්ථාන ද වෙනස් ය. ආගමික ඇදහීම් ද වෙනස් ය. සියල්ලෝ ම තමන්ගේ ආගමට ගරු කරති.
 10. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් වශයෙන් පාසල් වෙන් කර ගෙන තිබේ. එහෙත් සමහර පාසල්වල මේ තුන් වර්ගය ම එකට ඉගෙන ගනිති.
 11. දේශපාලනය තුළ ද සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් වශයෙන් තුලනාත්මක නියෝජනයක් පවතී.
 12. රජයේ හා පෞද්ගලික අංශයේ කාර්යාලවල හා වෙනත් කර්මාන්තශාලාවල සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් යන වර්ග තුන ම අඩු වැඩි වශයෙන් එක් ව සේවය කරති.
 13. බස් රථවල දී ද, මහ මගෙහි දී ද, වෙළෙඳසැල්වල දී ද සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා අඩු වැඩි වශයෙන් සිටිති. හමු වෙති. කතා කරති.
 14. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජන වර්ගයන්ගේ ද, බෞද්ධ, හින්දු හා ඉස්ලාම් ආගමිකයන්ගේ ද වාර්ෂික සංස්කෘතික උත්සව උත්කර්ෂවත් ව පැවැත්වේ.
- මේ ලක්ෂණ ශ්‍රී ලාංකික ජන මාධ්‍යයෙන් නියෝජනය වන්නේ කෙසේදැයි අධ්‍යයනය කරන්න. එහි දී පහත සඳහන් අවස්ථා කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකි ය.
- සිංහල මාධ්‍ය විද්‍යුත් නාලිකාවල හා පුවත්පත්වල දෙමළ හා මුස්ලිම් ප්‍රදේශවලට අදාළ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස පළ වේද? දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා වෙනුවෙන් පුවත්පත් විශේෂාංග, ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී විශේෂාංග පල වේද?

- ❑ දෙමළ මාධ්‍ය විද්‍යුත් නාලිකාවල හා පුවත්පත්වල සිංහල ප්‍රදේශවලට හා සිංහල ජනයාට අදාළ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස පළ වේද?
- ❑ සිංහල ජන මාධ්‍ය විසින් දෙමළ හා මුස්ලිම් ආගමික හා සංස්කෘතික කටයුතු ද, දෙමළ ජන මාධ්‍ය විසින් සිංහල හා මුස්ලිම් ආගමික හා සංස්කෘතික කටයුතු ද පිළිබඳ විශේෂාංග ඒ ඒ කාලවල දී ඉදිරිපත් කරනු ලබයි ද?

4). පුරවැසිභාවය

පුරවැසියා යනු යම් නීත්‍යානුකූල දේශසීමාවක් තුළ නීත්‍යානුකූල ව ජීවත් වන තැනැත්තෙකි. ඒ අනුව රාජ්‍යයක් නිර්මාණය වී ඇත්තේ එවැනි පුරවැසියන් සමූහයකිනි. ඡන්ද බලය තිබීම පුරවැසියකුගේ ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් ලෙස දැක්විය හැකි ය. ඒ අනුව ඡන්ද බලය නොමැති බාල වියේ සිටින තැනැත්තන් අනාගතයේ දී පුරවැසියන් වීම සඳහා පුහුණු විය යුතු ය. බාල වියේ දරුවන්ට අධ්‍යාපනය වැදගත් වන එක් කාරණයක් නම් එය යි. පාසල් ගොස් ඉගෙන ගන්නේ ' යහපත් පුරවැසියකු ' වීමට බව දරුවන්ගේ අදහස යි. එවැනි ආකල්පයක් ඔවුන් තුළ තිබීම අතිශයින් වැදගත් ය. මේ අනුව ජන මාධ්‍ය විසින් දරුවන් තුළ පුරවැසිභාවය පිළිබඳ සංකල්පය පෝෂණය කළ යුතු අතර ම, පුරවැසියන්ගේ යහපත් ක්‍රියාකාරකම් අගය කළ යුතු ය. හුවා දැක්විය යුතු ය. පරමාදර්ශ ලෙස සමාජයට ඉදිරිපත් කළ යුතු ය.

පුරවැසියකුගේ ලක්ෂණ කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ව ජීවත් වීම
2. ඡන්ද අයිතිය පාවිච්චි කිරීම
3. බදු ගෙවීම
4. නීති ගරුක වීම
5. සමාජ ශුභසාධනයට කටයුතු කිරීම
6. දේශාභිමානී ව කටයුතු කිරීම
7. සියලු ආගම්වලට හා සියලු ජාතීන්ට ගරු කිරීම
8. යහපත් ලෙස වෘත්තියක නියැලීම
9. ආචාරශීලී වීම හා ගුණ ගරුක වීම
10. පවුල තුළ යහපත් ව ජීවත් වීම

- ❑ පුවත්පත්වල, ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ ප්‍රවෘත්ති හා වෙනත් විශේෂාංගවලින් අවධාරණය කර ඉදිරිපත් කරන්නේ යහපත් පුරවැසියන්ට අදාළ සිද්ධි ද, අයහපත් පුරවැසියන්ට අදාළ සිද්ධි ද?
- ❑ රූපවාහිනී නාට්‍යවල වර්ත වලින් නිරූපණය කරන්නේ යහපත් පුරවැසියන්ගේ ගති ලක්ෂණ ද, අයහපත් පුරවැසියන්ගේ ගති ලක්ෂණ ද, එසේත් නැතිනම් ඒ දෙක ම ද?
- ❑ ජන මාධ්‍ය විසින් අයහපත් පුරවැසියන්ගේ ගති ලක්ෂණ හා වර්යාවන් අගය කරනු ලබන්නේ ද? ඔවුන් විසින් සිදු කරන ලද විවිධ අපරාධ හා සමාජ විරෝධී ක්‍රියාවන් අපූර්වත්වයෙන් යුතු ව ඉදිරිපත් කරන්නට පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය කටයුතු කරන්නේ ද?

- දේශපාලනය ද පුරවැසියන්ගේ කාර්යයකි. එය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය ය. ජන මාධ්‍ය මගින් දේශපාලනයට අදාළ ප්‍රවෘත්ති දක්වන්නේ, ඒවා විවරණය කරන්නේ හා ඒවාට අදාළ විශේෂාංග ඉදිරිපත් කරන්නේ කෙසේද? ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන දේශපාලන මගපෙන්වීම ද සමාජයේ ප්‍රගමණය සඳහා කෙසේ හිතකර වන්නේ ද?

5). මානව හිමිකම් හා වගකීම්

දෙවන ලෝක සංග්‍රාමයට පසු ව ලෝකය මිනිසාට නිදහසේ ජීවත්වීමට යෝග්‍ය ස්ථානයක් බවට පත් කිරීමට සෑම රටකට ම අවශ්‍ය විය. ඒ අනුව සෑම කෙනෙකුට ම නිදහසේ ජීවත්වීමට ඇති අයිතිය පිළිගැනෙන විශ්ව මානව හිමිකම් ප්‍රකාශනය එක්සත් ජාතීන්ගේ සංගමය විසින් 1947 දී සම්මත කරන ලදී. පසු කාලයේ දී මානව හිමිකම් සම්බන්ධයෙන් විවිධ සම්මුතීන් ලෝකයේ ඇති වූ අතර, ඒවා බොහෝ රටවල ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවට ඇතුළත් කර නීති ගත කර ඇත. තවත් ඒවාට අත්සන් කිරීමෙන් ඒවා පිළිගෙන ඇත. ළමයින් සඳහා වූ අයිතිවාසිකම් ද, කාන්තාවන් සඳහා වූ අයිතිවාසිකම් ද සම්මුති බවට පත් වූයේ ඒ අනුව ය. ඒ අනුව යම් සමාජයක් තුළ මානව හිමිකම් සුරැකීමේ වගකීම රජයට ද, එම රාජ්‍යයේ ජීවත් වන පුරවැසියන්ට ද පැවරේ.

තෛතික වශයෙන් තත්ත්වය එසේ වුවත් සමාජය තුළ නිරන්තරයෙන් මානව හිමිකම් කඩවීම් අඩු වැඩි වශයෙන් සිදු වේ. රජයේ නිලධාරීන් අතින් සිදු වන මානව හිමිකම් කඩවීම් සම්බන්ධයෙන් පරීක්ෂා කිරීමට “ශ්‍රී ලංකා මානව හිමිකම් කොමිසම” පිහිටුවා ඇත.

ලොව සෑම පුද්ගලයකු ම සහජීවනයෙන් සිය සමාජය තුළ ජීවත්වීමට කැමති ය. ඒ සඳහා අවශ්‍ය මූලික පසුබිම සැකසෙන්නේ මානව හිමිකම්වලිනි. පුද්ගලයන්ට සිය පැවැත්ම තහවුරු කර ගනිමින්, ගෞරවණීය පුරවැසියකු ලෙස ජීවත්වීමට පවතින සමාජමය ආරක්ෂක පද්ධතිය ලෙස ද මානව හිමිකම් හැඳින්විය හැකි ය. තමන්ගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කර ගනිමින් අන් අයට හිරිහැරයක් නොවන අයුරින් ජීවත්වීමට නම් මානව හිමිකම් හා වගකීම් පිළිබඳ අවබෝධය හා එය ඉටු කිරීමේ වර්යාවක් සියලු දෙනා ම සතු විය යුතු ය.

සෑම පුද්ගලයෙක් ම තම මානව හිමිකම් පවත්වා ගෙන යාමේ දී තම වගකීම පිළිබඳ ව ද සිතිය යුතු ය. තමාගේ අයිතිවාසිකම අනෙකාගේ නිදහසට බාධාවක් නොවිය යුතු ය. රටක පැවැත්මට මේ සම්බන්ධ නීති රීති ගෙන ඒමට සිදු වන්නේ ද මිනිසා විසින් අනෙක් අයගේ අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ ව නො සිතීමෙනි.

මිනිසාගේ මූලික වගකීම් පිළිබඳ අවබෝධයෙන් හා ඒවා නියෝජනය වන අයුරින් ජන මාධ්‍ය කටයුතු කරන්නේ දැයි විමසා බැලිය යුතු ය. ජන මාධ්‍ය වැඩසටහන් සකස් කිරීමේ දී මානව හිමිකම් හා වගකීම් සඳහා ලබා දී ඇති ස්ථානය, ගෞරවය කෙබඳු ද? එය සමාජයේ පැවැත්මට කෙසේ බලපෑ හැකි ද? යන කරුණු පිළිබඳ ව පරීක්ෂාකාරී විය යුතු ය. පාසල් අවධියේ පටන් ම ජන මාධ්‍ය ඔස්සේ ප්‍රචාරය වන විවිධ වැඩසටහන්වලින් මානව හිමිකම් පිළිබඳ සෘජු අවබෝධයක් ලබා දීමට කටයුතු කරයි. එසේ ම විවිධ වෘත්තීන් මෙන් ම සමාජ ආයතනවල අපරීක්ෂාකාරී හා නොසලකා හැරීම්වලින් අහිමි වන මානව හිමිකම් මාධ්‍ය පරිහරණයේ දී හඳුනාගැනීමට හැකිවිය යුතුය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. මානව හිමිකම් හා වගකීම් සමාජය තුළ දැනුවත් කිරීමට හා ප්‍රවර්ධනය කිරීමට හිතකර අයුරින් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය සිය මාධ්‍ය කටයුතු මෙහෙයවන්නේ ද?
2. මානව හිමිකම් කඩවීම් පිළිබඳ ව ප්‍රවෘත්ති ජන මාධ්‍ය මගින් සාධාරණ ලෙස ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. මානව හිමිකම් හා වගකීම් සම්බන්ධ සාමාජීය අධ්‍යාපනය පුළුල් කිරීම සඳහා උපකාරී වන ලිපි හා විශේෂාංග පුවත්පත්වල පළ වන්නේ ද? එවැනි සාකච්ඡා, විශේෂ වැඩසටහන් හා ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද? ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ මානව හිමිකම් හා වගකීම් තේමාවන් අන්තර්ගත වන්නේ ද?
4. මානව හිමිකම් කඩ කරන්නන් ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී නාට්‍ය ආදී නිර්මාණාත්මක ආකෘතින් තුළ හා පුවත්පත් අතිරේකවල උත්කර්ෂවත් ව ඉදිරිපත් කරන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් ඒවා හෙළා දකිමින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?

5.2 ආර්ථික නියෝජන අධ්‍යයනය

වැඩ ලෝකය, විවිධ වෘත්තීන්, වෙළෙඳපොළ හා සංවර්ධනාත්මක චින්තනය යන ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ ජන මාධ්‍යයේ ආර්ථික නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). වැඩ ලෝකය

විවිධ නිෂ්පාදන හා සේවාවන්ගෙන් වැඩ ලෝකය සමන්විත වේ. ඒ ඒ කාර්යයන් ඉටු කිරීම සඳහා විවිධ පුද්ගලයෝ තමන්ට හැකි පරිදි මෙහි කටයුතු කරති. වැඩ ලෝකය යනු ගතික පද්ධතියකි. ඒ තුළ ඇති නිෂ්පාදන හා සේවා කාර්යයන් ද, එම කාර්යයන් ඉටු කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රම හා යන්ත්‍ර උපකරණ ද, ශිල්පීය කටයුතු ද වෙනස් වේ. ඒ අනුව පුද්ගලයන් ද එම නව තත්ත්වයට අනුකූල වන සේ වෙනස් විය යුතු ය. වෙනස් කළ යුතු ය.

වැඩ ලෝකයේ පවතින මිනිස් ශ්‍රම ඉල්ලුම අනුව සැපයුම සිදු නො වීම සාමාන්‍යයෙන් පවත්නා ලක්ෂණය යි. එයට හේතුව අධ්‍යාපනය හා වැඩ ලෝකය අතර ඇති නොගැලපීම ය. අධ්‍යාපනය කොතරම් නවීකරණය කළත්, වැඩ ලෝකය ඊට වඩා වේගයෙන් නවීකරණය වන නිසා මේ නොගැලපීම පාලනය කිරීම ඉතා අසීරු ය. අනෙක් අතට වැඩ ලෝකයට ගැලපෙන ලෙස සිය ආකල්ප හා හැකියා සංවර්ධනය කර ගැනීමට තරුණ හා වැඩිහිටි පිරිස ප්‍රමාණවත් ලෙස කටයුතු නොකරන නිසා වැඩ ලෝකය තුළ අර්බුද පැන නැගී ඇත. මෙය කුමන සමාජයක වුවත් යහපත් පැවැත්මට බාධාවකි.

ජන මාධ්‍යයේ එක් වගකීමක් වන්නේ වැඩ ලෝකයේ පවත්නා මේ ගතික ස්වභාව, එහි අනාගත ඉල්ලුම් රටාව හා වැඩ ලෝකය විසින් ඉල්ලා සිටිනු ලබන පුද්ගල ගුණාංග ආදිය පිළිබඳ දැනුම සමාජගත කිරීම ය. එසේ ම වැඩ ලෝකයට අවශ්‍ය පරිදි තමා සංවර්ධනය විය යුතු බව තරුණ පිරිසට විශේෂයෙන් දැන ගන්නට සැලැස්විය යුතු අතර, එසේ සංවර්ධනය වූ අය ලබා ඇති ජයග්‍රහණයන් හුවා දැක්විය යුතු ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වැඩ ලෝකයේ පවත්නා ස්වභාවය හා වෙනස්වීම් රටාව නිවැරදි ව හා ප්‍රමාණාත්මක ව සමාජගත වන පරිදි ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංග ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. වැඩ ලෝකය විසින් ඉල්ලනු ලබන පුද්ගල ගුණාංග පිළිබඳ ව සමාජය දැනුවත් කරන්නට ගැලපෙන මාධ්‍ය සන්දේශ ජන මාධ්‍ය විසින් විවිධ ආකෘති යටතේ ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. වැඩ ලෝකය ජයගත් පුද්ගලයන් හා සංවිධාන පිළිබඳ ආකර්ෂණීය විස්තර ඇතුළත් නිර්මාණාත්මක ආකෘතීන් (නාට්‍ය, ගීත හා සාකච්ඡා වැනි) ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
4. ජනප්‍රිය මාධ්‍ය ආකෘතියක් වන රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ විවිධ වැඩ ස්ථාන ඇසුරු කර ගනිමින් ඒවා පිළිබඳ සාධාරණ දැනුමක් හා හැඟීමක් ප්‍රේක්ෂකයා තුළ ඇති වන ආකාරයෙන් එම නිර්මාණ ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
5. වැඩ ලෝකයේ නව ප්‍රවණතා පිළිබඳ ව සමාජය දැනුවත් කිරීම සඳහා විශේෂයෙන් සැලසුම් කරන ලද මාධ්‍ය ආකෘති යොදා ගනිමින් ප්‍රමාණවත් තොරතුරු ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?

2). විවිධ වෘත්තීන්

විවිධ වෘත්තීන් පවතින්නේ වැඩ ලෝකය තුළ ය. සමාජය තුළ ජනප්‍රිය වෘත්තීන් පවතී. ඒ අතර නව වෘත්තීන් බිහි වේ. ඒවා ගැන සමාජය දන්නේ නැති තරම් ය. ඒ ඒ වෘත්තීන් සඳහා අවශ්‍ය අධ්‍යාපනය හා පුහුණුව පිළිබඳ දැනුම හා ආකල්ප සමාජගත කිරීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි. සමහරවිට වෘත්තීන් මාරු වීම ද සිදු වේ. එනම් එක් වෘත්තියක යෙදී සිටින කෙනෙක් එහි වැඩ දියුණුවත් සමග වෙනත් වෘත්තියකට මාරු වීම ය.

තරුණ පිරිස විශේෂයෙන් ගත් විට විවිධ වෘත්තීන් පිළිබඳ ව ප්‍රමාණවත් ලෙස නොදැන සිටීම නිසා, ඒවාට ප්‍රවේශ වීමට බියක් දක්වති. ජනප්‍රිය වෘත්තීන් පසුපස ම යති. එසේ ම ඒ ඒ වෘත්තීන්ගේ කාර්ය ස්වභාවය, ඒවායේ ප්‍රතිලාභ, ඒ ඒ වෘත්තීන් සඳහා සුදානම් විය යුතු ආකාරය, විවිධ අධ්‍යාපන හා පුහුණු අවකාශ ආදිය පිළිබඳ තොරතුරු සමාජයට අවශ්‍ය ය. එසේ ම ආකල්පමය වෙනසක් ඇති කිරීම ද වැදගත් ම කාර්යයකි.

ජන මාධ්‍ය විසින් ඉහත සඳහන් තොරතුරු සමාජගත කරන්නේ ද යන්න පහත සඳහන් අවස්ථා ඇසුරින් අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ගුරු වෘත්තිය, ලිපිකරු වෘත්තිය, පරිගණක ශිල්පී වෘත්තිය, හෙද හෙදි වෘත්තිය, ආරක්ෂක සේවා වෘත්තීන් ආදියෙන් බැහැර ව නව වෘත්තීන්වලින් ජයග්‍රහණය ලැබූ අය පිළිබඳ තොරතුරු ඇතුළත් විශේෂාංග හෝ විශේෂ වැඩසටහන් හෝ පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?
2. විවිධ නව වෘත්තීන්ට ප්‍රවේශ වීමට අවශ්‍ය අධ්‍යාපන හා පුහුණු අවකාශ පිළිබඳ විස්තර විශේෂ මාධ්‍ය ආකෘතීන් මගින් ප්‍රජාව වෙත ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. ආකර්ෂණීය මාධ්‍ය ආකෘතියක් වූ රූපවාහිනී නාට්‍යවල විවිධ වෘත්තීන් ඇතුළත් චරිත යොදා ගෙන එම වෘත්තීන් අගය කිරීමට හා හඳුනාගැනීමට කටයුතු කරන්නේ ද?

4. විවිධ වැඩවලට විවිධ වර්ග ඉදිරිපත් කිරීමේ දී වෘත්තීය අනුව ඇඳුම් පැළඳුම්, කතා බහ, පුද්ගල නාම, වාසස්ථාන ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
5. විවිධ වෘත්තීය ඇසුරු කරමින් ශ්‍රමාභිමානය ඇති කිරීමට උචිත ලිපි, විශේෂාංග, නාට්‍ය, චිත්‍ර, කාටූන්, ගීත ආදිය ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?

3). වෙළෙඳපොළ

ශ්‍රී ලංකාව මූලික වශයෙන් කෘෂිකාර්මික රටකි. එසේ ම කර්මාන්ත ද දියුණු වෙමින් පවතී. ඒ හැර සංචාරක ව්‍යාපාරය ද දේශීය ආදායම් මාර්ගයකි. සමස්ත වෙළෙඳපොළ නිර්මාණය වී ඇත්තේ කෘෂිකර්මාන්තය, කර්මාන්ත හා සේවා ව්‍යාපාරවලිනි.

දේශීය වෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනය කිරීම ජන මාධ්‍යයේ කාර්යයකි. ඒ අනුව දේශීය නිෂ්පාදන කෙරෙහි ජනයාගේ කැමැත්ත වැඩි කළ යුතු ය. ඒ සඳහා වූ විවිධ ප්‍රවර්ධනාත්මක කාර්යයන් මාධ්‍ය සන්දේශයන්ට අන්තර්ගත විය යුතු ය. එය එක එල්ලේ කිරීම අවශ්‍ය නැත. සමහරවිට ගීතයක පදයකින් හෝ නාට්‍යයක දෙබසකින් හෝ දැන්වීමකින් දේශීය වෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය.

ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විවිධ විශේෂ වැඩසටහන් මගින් ද, වෙනත් රස වින්දනාත්මක ආකෘතීන් තුළ ද දේශීය වෙළෙඳපොළ සංවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය තොරතුරු ඉදිරිපත් කළ හැකි ය. ඒ මගින් ජනයා දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා පරිභෝජනයට පෙලඹවිය හැකි ය. මෙය ජාතික අවශ්‍යතාවකි. ජන මාධ්‍යයේ එක් වගකීමක් වන්නේ මේ ජාතික අවශ්‍යතාව ඉටු කිරීම ය.

වෙළෙඳපොළ හඳුන්වා දීම හා ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා ජන මාධ්‍යයේ කාර්ය භාරය ඉටු වන ආකාරය පහත සඳහන් අවස්ථා ඇසුරින් අධ්‍යයනය කරන්න.

1. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා ජනයා අතර ප්‍රචලිත වන ආකාරයෙන් විවිධ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ආදිය ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා හෙළා දකිනු ලබන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් විදේශීය නිෂ්පාදන අගය කරනු ලබන්නේ ද?
2. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා වෙළෙඳපොළ පුළුල් කිරීමට හා ව්‍යාප්ත වීමට උපකාර වන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?
3. ජනප්‍රිය රූපවාහිනී ආකෘතීන් වන නාට්‍ය, විවිධ සංගීතමය වැඩසටහන්, විවිධ ප්‍රාසංගික වැඩසටහන් ආදියේ දී දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා භාවිත කරනු ලබන්නේ ද? ඒවා දිරි ගන්වන්නේ ද? උදාහරණයක් වශයෙන් දේශීය රෙදිපිළි ආදිය මෙවැනි වැඩසටහන්වලට ඉදිරිපත් වන ශිල්පීන් හෝ නළු නිලියන් විසින් අඳිනු ලබන්නේ ද? දේශීය ආහාර වර්ග එම අවස්ථාවල පරිහරණය කරනු ලබන්නේ ද?
4. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා දිරි ගන්වන ආකාරයෙන් ග්‍රාහකයන්ට සහභාගි විය හැකි ආකාරයේ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? දැන්වීම් ඔස්සේ මේවා කොතෙක් ඔබ වෙත ඒ දැයි බලන්න.

4). සංවර්ධනාත්මක වින්තනය

සංවර්ධනය අද වන විට ජාතික අවශ්‍යතාවකි. ඒ සඳහා දායක වන්නේ මේ රටේ ජනතාව යි. ඔවුන් තුළ සංවර්ධනාත්මක වින්තනය පෝෂණය කළ යුතු වන්නේ ඒ නිසා ය. එය ජන මාධ්‍යයේ කාර්ය භාරයකි. වැඩ කිරීම, අභියෝගවලට මුහුණ දීම, ව්‍යවසායකත්වය, දියුණුව අපේක්ෂා කිරීම, ස්වයං අභිප්‍රේරණය හෙවත් ස්වයං පෙලඹවීම, නව නිර්මාණ බිහි කිරීම ආදිය මුලින් ම ආරම්භ වන්නේ පුද්ගලයාගේ සිතෙහි ය. සංවර්ධනාත්මක වින්තනය නොමැති ජනතාවක් සිටින රටක් දියුණු කළ නොහැකි ය. ජන මාධ්‍ය විසින් ජනතාවගේ සංවර්ධන වින්තනය විනාශ කර දමනු ලබන්නේ නම්, ඔවුන් රටේ සංවර්ධන ක්‍රියාවලියට දායක වන්නේ නැත. රජයේ සේවය තුළ ද පෞද්ගලික අංශයේ කාර්යයන් තුළ ද නිසි ඵල ලැබීම සඳහා එම කටයුතු ඉටු කරන්නන් තුළ සංවර්ධනාත්මක වින්තනය තිබිය යුතු ය. නෑ, බෑ, කීම වෙනුවට ඔව්, පුළුවන්, යනුවෙන් කටයුතු කරන්නට ජනතාව පෙලඹවීමට ජන මාධ්‍යයේ ශක්තිය ඉතා හොඳින් යොදා ගත හැකි ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වැඩ කිරීම, නොපසුබට වීම, බාධාවන්ට මුහුණ දීම, නව සැලසුම් සම්පාදනය ආදී සාර්ථක වැඩ කිරීමකට අවශ්‍ය විවිධ ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳ ව ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හෝ විවිධ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? එසේ නැතිනම් වැඩ නොකිරීමට, පසුබට වීමට හා අධෛර්යයට පත්වීමට ජනයා පොලඹවන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විවිධ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. සංවර්ධනාත්මක වින්තනය ඇතුළත් ගීත ගුවන්විදුලියෙන් හා රූපවාහිනියෙන් විකාශනය වන්නේ ද?
3. රූපවාහිනී නාට්‍ය නිර්මාණය කිරීමේ දී සංවර්ධනාත්මක වින්තනය පිළිබඳ අවධානය යොමු කර ඇතැයි පිළි ගත හැකි ද?
4. ඔබ සිත්ගත් කිසියම් රූපවාහිනී නාට්‍යයක් තුළ සංවර්ධනාත්මක වින්තනය තිබේ ද?
5. පුවත්පත් කාටුන්වල වෙළඳ දැන්වීම් වල සංවර්ධනාත්මක වින්තනය පෝෂණය වන ආකාරයේ අන්තර්ගත ඇතුළත් ව තිබේ ද?
6. ජනයා තුළ ධනාත්මක වින්තනය ඇති වන ආකාරයේ කතු වැකි පුවත්පත් අතරින් සොයා ගත හැකි ද?

5.3 ආගමික හා සදාචාරාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය

ආගම, සදාචාරය හා සාරධර්ම, සමාජ ප්‍රතිරූප, ගැටුම් හා සාමය හා මානව ධර්මතා යන ක්ෂේත්‍ර යටතේ ආගමික හා සදාචාරාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). ආගම

මිනිස් සමාජයේ සදාචාරාත්මක සංවර්ධනය සඳහා ආගම අත්‍යවශ්‍ය වේ. රටක් ගත් විට නීතියෙන් පිළිගත් ආගම් තිබේ. ශ්‍රී ලංකාව තුළ ද ප්‍රධාන වශයෙන් ම බුද්ධාගම, හින්දු ආගම, කතෝලික ආගම හා ඉස්ලාම් ආගම නීතියෙන් පිළිගෙන ඇත. ඒ හැර වෙනත් ආගම් ද අදහන්නෝ සිටිති. ආගම උත්පත්තියෙන් ලැබීම සාමාන්‍ය සිරිත ය. ඒ හැර පසු කාලයේ දී තමන්ගේ අභිමතය පරිදි ආගම වෙනස් කර ගන්නා අය ද සිටිති.

සෑම කෙනකු ම තමන් අදහන ආගමට ගරු කරති. ශ්‍රී ලංකාව බහු වාර්ගික හා බහු ආගමික රටකි. ඒ නිසා වාර්ගික හා ආගමික සහජීවනය පවත්වා ගැනීම සමාජයේ පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය ය. තමන් අදහන ආගම උසස් යැයි ද, අන්‍ය ආගම් පහත් යැයි ද සිතා කටයුතු කළ නො හැකි ය.

ආගම ඇදහීම පෞද්ගලික කාර්යයකි. එසේ වුවත් ආගම සාමාජීය කාර්යයක් බවට පත් වන්නේ එයට සම්බන්ධ විවිධ උත්සව පවතින හෙයිනි. බුද්ධාගමට සම්බන්ධ නුවර පෙරහැර, පොසොන් උත්සවය, වෙසක් උත්සවය ආදියත්, හින්දු ආගමට සම්බන්ධ දීපවාලී ශිවරාත්‍රී හා තෛපොංගල් ආදී උත්සවත්, කතෝලික ආගමට අයත් නත්තල, මහ සිකුරාදා වැනි උත්සවත්, ඉස්ලාම් ආගමට අයත් රාමසාන් වැනි උත්සවත් ජාතික උත්සව ලෙසින් පිළි ගැනේ. එසේ ම ශ්‍රී පාද වන්දනාව හා කතරගම වන්දනාව ද ඇතුළු අවශේෂ විවිධ ආගමික උත්සව ද පැවැත්වේ.

රටක හෝ සමාජයක හෝ පැවැත්ම තීරණය කරන ප්‍රබල ම අංග දෙකක් ලෙස ආගම හා සදාචාරය හැඳින්විය හැකි ය. මේ අංශ දෙකෙහි පැවැත්මට හා භාවිතයට මාධ්‍ය මගින් යම් යම් බලපෑම් කරනු ලබයි. එහි දී ආගම සම්බන්ධයෙන් කරනු ලබන බලපෑම හඳුනාගත හැකි වන්නේ ඉතාමත් සියුම් ව අධ්‍යයනය කිරීමෙනි. එයට හේතු වන්නේ ආගමික පිළිගැනීම් හා විශ්වාසයන්ට අභියෝගයක් වන ආකාරයේ ඉදිරිපත් කිරීම්වලින් ආගමික න්‍යායයන් හා සාමාන්‍ය ජනතාව ඊට එරෙහි ව නැගී සිටිය හැකි වීම ය. ඇතැම් විට එය ප්‍රචණ්ඩත්වය කරා ද යොමු විය හැකි ය. එවැනි තත්ත්වයක් මත ජන මාධ්‍ය ආගම හා සම්බන්ධ කාරණාවන්හි දී මැදිහත් වන්නේ පරිස්සම් සහිත ව ය.

රටක සදාචාරාත්මක කාරණාවන්හි දී ඍජු ව ම මැදිහත් වන හෝ වග කියන හෝ ආයතනයක් හෝ කණ්ඩායමක් හෝ නොමැති නිසා ජන මාධ්‍ය විසින් සිය වැඩසටහන් සඳහා එම ක්ෂේත්‍රය බහුල වශයෙන් යොදා ගනියි. සදාචාරාත්මක ගැටලු මතු වන අවස්ථා තිබුණ ද ඒ සම්බන්ධ ව මැදිහත් වී ක්‍රියා කිරීමක් සිදු වන අවස්ථා දකින්නට නො ලැබෙන තරම් ය.

ආගමික සහජීවනය පවත්වා ගෙන යාම ජන මාධ්‍යයේ අනිවාර්ය වගකීමකි. එසේ වුවත් එයට පටහැනි ව කටයුතු කරන්නට හෝ සහජීවනය වෙනුවෙන් පෙනී නොසිටින්නට හෝ මාධ්‍යයට පුළුවන. එය දැනෙන්නේ ග්‍රාහක පිරිස වූ ජනයාට ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. සියලු ආගමික උත්සව සම්බන්ධයෙන් ප්‍රමාණවත් ඍජු නියෝජනයක් ඇති වන ආකාරයෙන් ප්‍රචාරණි හා විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය විසින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. ගීත හා රූපවාහිනී හෝ ගුවන්විදුලි නාට්‍ය ආදිය තුළ ආගමික සංකල්ප හා ආගමික සහජීවනය පිළිබඳ අදහස් ඍජු ව හෝ වක්‍ර ව හෝ ඇතුළත් ද?
3. අන්‍යාගම්වලට ගැරහීම හෝ ආගමික සහජීවනයට හානි කර වන ආකාරයේ ප්‍රචාරණි, විශේෂාංග හෝ විශේෂ වැඩසටහන් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හෝ රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?
4. බහු ආගමික සමාජයක ජීවත් වන පුරවැසියන් තුළ පෝෂණය විය යුතු ආගමික සහජීවනය පිළිබඳ සංකල්ප සුවිශේෂයෙන් ප්‍රවර්ධනය වන ආකාරයේ ප්‍රචාරණි, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?

2). සදාචාරය හා සාරධර්ම

යහපත් පැවතුම් හා යහපත් පිළිගැනීම් සෑම සමාජයක ම පවතී. ශ්‍රී ලාංකික සමාජය තුළ ද එය එසේ ම ය. හැසිරීම්, වර්ග, පුද්ගල ලක්ෂණ, සිරිත් විරිත් ආදිය එයට අයත් ය. ශ්‍රී ලාංකිකයන් විසින් පොදුවේ පිළිගන්නා හා අනුගමනය කරන සදාචාර හා සාරධර්ම ගුණාංග තිබේ. එසේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ විවිධ ජන වර්ග හා විවිධ ආගමික කණ්ඩායම් විසින් ද, විවිධ ප්‍රදේශ විසින් ද ග්‍රාමීය හා නාගරික වශයෙන් ද පිළිගන්නා හා අනුගමනය කරන සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම තිබේ. ශ්‍රී ලාංකික යැයි හඳුන්වන්නේ මේ සමස්තය ය.

සමාජයක් යහපත් ව හා අඛණ්ඩ ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා සදාචාරය හා සාරධර්ම අත්‍යවශ්‍ය වේ. බාල හා වැඩිමහලු සම්බන්ධය, ගුරු ගෝල සම්බන්ධය, දේශපාලඥයන් හා මහජනතාව අතර සම්බන්ධය, ඥාති සම්බන්ධය, මිත්‍ර සම්බන්ධය, අඹුසැමි සම්බන්ධය ආගමික නායකයන් හා අනුගාමිකයන් අතර සම්බන්ධය ආදී වශයෙන් විශේෂයෙන් දැක්විය හැකි මානව සම්බන්ධතා යහපත් ව පවත්වා ගෙන යා හැක්කේ මේ ආකාරයෙන් සදාචාර සම්පන්න හා සාරධර්ම සුරකින සමාජයක් තුළ පමණි. එසේ නො වූ විට එම සමාජය විනාශයට පත් වෙයි.

එක් එක් රටවලට, එක් එක් සමාජවලට එකිනෙකට වෙනස් සදාචාර හා සාරධර්ම තිබිය හැකි ය. ඒ අතර ම විශ්වීය වශයෙන් පිළිගන්නා සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම ද තිබේ. එක් සමාජයකට සාපේක්ෂ ව තවත් සමාජයක සදාචාරය හා සාරධර්ම උසස් හෝ පහත් හෝ වන්නේ නැත. මෙය නෛතික කරුණක් නො ව සමාජ විද්‍යාත්මක කරුණකි. ඒ නිසා ඒවා විග්‍රහ කළ යුත්තේ සමාජමය රාමුව මත පිහිටා ය.

ජන මාධ්‍යයේ බොහෝ මාධ්‍ය ආකෘති තුළින් ඉදිරිපත් වන්නේ මේ ආකාරයේ සදාචාර හා සාරධර්ම සංකල්ප ය. එම සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගන්නා ජනයා ද තමන් විසින් එම සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම අනුගමනය කළ යුතු යැයි විශ්වාස කරති.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් හෝ නවකතා පොතක් තෝරා ගන්න. එහි කතාව, සිද්ධි, චරිත, චරිත අතර සම්බන්ධතාව, දෙබස් හා දර්ශන සදාචාර සම්පන්න ද? කෙබඳු සාරධර්ම එයින් ඉස්මතු වන්නේ ද?
2. සංගීත වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි ගායනා කරන ගීතවල අන්තර්ගතය, ගීත ගායනා කරන ආකාරය හා ගායකයන්ගේ පැලඳුම් ද, හැසිරීම් ද සදාචාර සම්පන්න ද? කෙබඳු එයින් ඉස්මතු වන්නේ ද?
3. දිනපතා පුවත්පතක මුල් පිටුවේ පළ වී ඇති අපරාධ ආශ්‍රිත ප්‍රවෘත්ති පහක් තෝරා ගන්න. එම අපරාධ ප්‍රවෘත්තියේ අන්තර්ගතය බිහිසුණු ද? ඒ සමග පළ කර ඇති අපරාධයට සම්බන්ධ ඡායාරූපය පාඨකයාට පෙන්විය යුතු ද? එම අපරාධය පිළිබඳ ප්‍රවෘත්තිය ඒ ආකාරයෙන් පාඨකයා වෙත ඉදිරිපත් කිරීම සදාචාර සම්පන්න ද? ඒවා ඒ ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම මාධ්‍යවේදීන් ගේ සාරධර්මයක් ද?
4. ගුවන්විදුලියේ වෙළෙඳ දැන්වීම් පහක් තෝරා ගන්න. ඒ තුළ ඉදිරිපත් වන අදහස හා ඇති කරන්නට අපේක්ෂිත පෙලඹවීම සදාචාර සම්පන්න ද? ඒ තුළින් ගොඩ නගන්නට උත්සාහ කරන පාරිභෝගික වර්ගව අපගේ සාරධර්මයන්ට අනුකූල ද?

3). සමාජ ප්‍රතිරූප

යම් පුද්ගලයකුගේ ප්‍රතිරූපය සමාජය තුළ ගොඩනැගෙන්නේ සැමවිට ම යහපත් ආකාරයට නො වේ. අන්‍යයන් විසින් අනුගමනය කළ යුතු හා අනුගමනය නොකළ යුතු සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජයෙහි ගොඩනැංවේ. එසේ වන්නේ සමාජයේ ම පිළිගැනීම මත ය.

යම් යම් තැනැත්තන් සමාජ ප්‍රතිරූප ලෙස ගොඩනැංවීමේ හැකියාව ජන මාධ්‍ය සතු ය. දේශපාලනඥයන්, සමාජ සේවකයන්, ගායක ගායිකාවන්, නළු නිළියන්, රංගන ශිල්පීන් හා මාධ්‍යවේදීන් මේ ආකාරයෙන් සමාජ ප්‍රතිරූප බවට පත් වේ. එපමණක් නොව භාරුන්, මංකොල්ලකාරයන් මෙන් ම දාමරිකයන් ද සමාජ ප්‍රතිරූප බවට පත් වේ. වර්තමානයේ මේ ආකාරයේ විවිධ සමාජ ප්‍රතිරූප ගොඩ නැංවීම ජන මාධ්‍ය විසින් කරනු ලබයි. එය අවශ්‍ය වන්නේ ඔවුන්ගේ පැවැත්මට ය. එසේත් නැතිනම් එම මාධ්‍යයේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා ය.

සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජයට බලපෑම් ඇති කරයි. එය යහපත් මෙන් ම අයහපත් ද වේ. යහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජය විසින් අනුගමනය කරනු ලැබීම සිදු විය යුත්තකි. එසේ යහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප ගොඩ නැංවීම ජන මාධ්‍යයේ සාමාජීය යුතුකමකි. අයහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප ද සමාජයේ යම් පිරිසක් විසින් අනුගමනය කරනු ලැබීම වැළැක්විය නො හැකි ය. එය සමාජයට අහිතකර ය. එවැනි පසුබිමක් නිර්මාණය කිරීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමක් නො වේ.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනියේ, ගුවන්විදුලියේ තරුණ පිරිස ඉලක්ක කර ගෙන ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. ඒ තුළ තාරුණ්‍යයට අයත් ප්‍රතිරූප ගොඩ නංවන්නේ ද? එම ප්‍රතිරූප සැබෑ ලෙස ම තරුණ පිරිසේ අභිවර්ධනය සඳහා උචිත වන්නේ ද? එම ප්‍රතිරූප අනුගමනය කිරීම තරුණ පිරිසේ දියුණුව සඳහා හේතු වන්නේ ද? නො එසේ නම් එම ප්‍රතිරූප තරුණ පිරිස මුලාවට පත් කරන්නේ ද?
2. සති අන්ත පුවත්පතක් තෝරා ගන්න. එහි විශේෂාංග ලිපිවලින් ගොඩනැංවෙන පුද්ගල ප්‍රතිරූප මොනවා ද? ඒවා සමාජයට හිතකර ද? අහිතකර ද?
3. ගුවන්විදුලි ගීතමය වැඩසටහනකට සවන් දෙන්න. එහි සමස්තයක් වශයෙන් ගොඩනැංවෙන පුද්ගල ප්‍රතිරූපය කෙබඳු ද? එය සමාජයට යහපත් ද?

4). ගැටුම් හා සාමය

එක ම කරුණක් සම්බන්ධ ව පුද්ගලයන් හෝ කණ්ඩායම් හෝ කිහිපයක් අතර ගොඩනැගෙන එකිනෙකට පරස්පර මත නිසා ඇති වන තත්ත්වය ගැටුමකි. එය යම් තැනැත්තකු තුළ ම වුව ද ඇති වේ. ගැටුම් ඇති වීම ස්වාභාවික කරුණකි. සමාජය සංවර්ධන වී ඇත්තේ ගැටුම් නිරාකරණය කරගත් නිසා ය. යම් සමාජයක සෑම දෙනා ම එක ම මතයක් දැරිය යුතු යැයි කිව නො හැක. විවිධ මත දැරීම ද මානව අයිතිවාසිකමකි.

සමහර ගැටුම් සමාජයට අහිතකර ය. ඒ නිසා පුද්ගලයා තුළ ද, සමාජයේ ද සාමය කඩ වේ. එවැනි ගැටුම් නිසා සමාජයේ පැවැත්ම බිඳ වැටේ. මානසික වශයෙන් මෙන් ම භෞතික වශයෙන් ද හිංසාකාරී ක්‍රියා මේ නිසා ඇති වේ. මනුෂ්‍යයාගේ සාමාන්‍ය ස්වභාවය නම් ගැටුම්වලට නැඹුරු වීම ය.

ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් මගින් ගැටුම් අවුලුවා ලිය හැකි ය. එසේ නැතිනම් සාමය ගොඩනැංවිය හැකි ය. 'ගිනි අවුලුවා ලීමට' ද, 'ඇවිලෙන ගින්නට පිදුරු දැමීමට' ද ජන මාධ්‍යයට හැකි ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නරඹන්න. එහි සිද්ධි මගින් මතු වන්නේ ගැටුම් ද? සාමය ද? එම ගැටුම් සාධාරණ ද? යථාර්ථවාදී ද?
2. පුවත්පතක දේශපාලන ප්‍රවෘත්ති සඳහා යොදා ඇති මාතෘකා කිහිපයක් තෝරා ගන්න. එම මාතෘකා ගොඩනගා ඇත්තේ ගැටුම් නිර්මාණය වන ආකාරයෙන් ද? නැතිනම් සාමය ගොඩනැංවෙන ආකාරයෙන් ද?
3. ගුවන්විදුලි ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශ කිහිපයකට සවන් දෙන්න. ඒවායේ ප්‍රවෘත්ති තුළ අන්තර්ගත වන්නේ ගැටුම්කාරී ස්වභාවයක් ද? සාමකාරී ස්වභාවයක් ද? එම ගැටුම් හෝ එම සාමය හෝ සමාජයට අවශ්‍ය ද?

5). මානව ධර්මතා

යම් සමාජයක හෝ ජන කණ්ඩායමක හෝ ජාතියක හෝ ආගමික කණ්ඩායමක හෝ සීමාවෙන් තොර ව විශ්වීය ලෙස පිළිගන්නා මානව ධර්මතා සමාජයේ පැවැත්මට අවශ්‍ය ය. උදාහරණයක් ලෙස මෙමිත්‍රිය, ඉවසීම, කරුණාව, උපකාරය, රැකවරණය සැලසීම ආදිය දැක්විය හැකි ය. මානව සමාජයේ උන්නතිය හා පැවැත්ම සඳහා මෙවැනි ධර්මතා පුරවැසියන් විසින් සුරැකිය යුතු ය. සංස්කෘතිය විසින් සාම්ප්‍රදායික ව කරනු ලබන්නේ මේ සුරැකීම ය. එහෙත් මේ වන විට සංස්කෘතියේ අධිකාරය ඉක්මවා ජන මාධ්‍ය විසින් මානව ධර්මතා සමාජය තුළ හසුරුවන තත්වයක් ඇති වී තිබේ. හොඳ - නරක යනු සාපේක්ෂ දෙයකි. එහෙත් විශ්වීය ලෙස පිළිගන්නා හොඳ - නරක සමාජය තුළ ප්‍රවර්ධනය කරන්නට ජන මාධ්‍ය සතු ව ඇත්තේ විශාල වගකීමකි.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ගුවන්විදුලි ගීත වැඩසටහනකට සවන් දෙන්න. එම ගීත තුළින් ප්‍රකාශ වන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?
2. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නරඹන්න. එම කතන්දරය, එහි චරිතවල හැසිරීම, ඔවුන් කතා බහ කරන ආකාරය, එහි සිද්ධි තුළින් මතු කරන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?
3. පුවත්පතක ප්‍රවෘත්ති විශේෂාංග කිහිපයක් කියවන්න. ඒ තුළ ගොඩනැගෙන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?

5.4 සෞන්දර්යාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය

විනෝදාත්මක කාර්ය, රසඥතාව, නිර්මාණාත්මක චින්තනය හා සෞන්දර්ය හා සමාජ විඥානය යන ක්ෂේත්‍ර යටතේ සෞන්දර්යාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). විනෝදාත්මක කාර්ය

විනෝදය මිනිසා අවශ්‍යය. කුඩා දරුවාගේ සිට මහල්ලා දක්වා සෑම දෙනා ම විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීමට කැමති වෙති. වර්තමාන සමාජයෙහි බොහෝ දෙනා විවිධ කාර්යයන්හි යෙදීම නිසා අවිවේකී ජීවිතයක් ගත කරති. විවිධ හේතූන් නිසා ආතතීන් හා මානසික පීඩා ඇති වේ. මේවා යම් තරමක් දුරට හෝ සමනය කර ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙන්නේ විනෝදය මගිනි. එසේ වුවත් විනෝදය අවශ්‍ය වන්නේ අවිවේකී ව සිටින්නන්ට පමණක් නො වේ. විවේකී ව සිටින්නන්ට ද විනෝදය අවශ්‍ය ය. පුද්ගලයන්ගේ විනෝදාංශ බොහෝ තිබෙන අතර, මාධ්‍ය පරිහරණය ඒ අතර පොදු කාරණයකි.

රූපවාහිනියේ නාට්‍ය, ගීත හා සංගීත වැඩසටහන්, කාටූන්, චිත්‍රපට හා රියැලිටි වැඩසටහන් නිසැක ව ම නරඹන්නන් ගේ විනෝදාස්වාදය මුල් කර ගෙන සකස් කරනු ලබන ඒවා ය. ගුවන්විදුලිය සංගීතයට හා ගීතයට මුල් තැන දෙන්නේ එය පොදු ජනයාගේ ප්‍රධාන විනෝදාස්වාද කාර්යයක් වන බැවිනි. ඒ හැර විවිධ විකට වැඩසටහන් ආදිය ද නාට්‍ය ද, විවිධ ආකෘති යටතේ ඉදිරිපත් කරන්නේ ශ්‍රාවකයන්ගේ විනෝදය සඳහා ය.

පුවත්පත් මෙයින් වෙනස් වේ. එසේ වුවත් පුවත්පත් අධ්‍යයනය කළ විට පෙනෙන්නේ එහි පළ වන කාටූන්, නිර්මාණ, ප්‍රභේලිකා, රසකතා විනෝදයක් ගෙන දෙයි.

තම ග්‍රාහකයන්ට උසස් විනෝදාස්වාදයක් අත්පත් කර දීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමකි. එහෙත් එය එසේ සිදු වන්නේ නැත. එයට හේතුව මාධ්‍යය එක් පැත්තකින් අලෙවිය අරමුණු කර ගන්නා අතර, අනෙක් පැත්තෙන් අනුග්‍රාහකයන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලන බැවිනි. වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇත්තේ ග්‍රාහකයන් පහත් රුවිකත්වය කරා යොමු වන විනෝදජනක නිර්මාණ ය. උසස් රුවිකත්වය පෝෂණය කරන විනෝදජනක නිර්මාණ ඇත්තේ ස්වල්පයකි.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. භාසෝත්පාදනය සඳහා ම රූපවාහිනී නාලිකාවකින් හෝ ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි භාසාය උත්පාදනය වන්නේ කෙබඳු හේතූන් මත ද? එම හේතූන් නරඹන්නන් උසස් විනෝදයක් කරා යොමු කරන්නේ ද?
2. භාෂාව අනුවන ලෙස උච්චාරණය කරමින් භාසාය උත්පාදනය කරන්නට උත්සාහ ගන්නා ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි භාසාය උත්පාදනය වන්නේ කෙබඳු හේතු නිසා ද? එම හේතු ඇත්තට ම භාසාය උත්පාදනය කරනු ලබන්නේ ද?
3. විවිධ සාමාජීය සිද්ධි ඇතුළත් ව පුවත්පත්වල පළ කරන ප්‍රවෘත්ති විශේෂාංගයක් හෝ නිර්මාණයක් තෝරා ගන්න. එයට නමක් ද තිබේ. ඒ තුළ පළ වන සාමාජීය ප්‍රවෘත්ති ඉදිරිපත් කරන ආකාරය විනෝදජනක ද? එම සාමාජීය සිද්ධි කියවා අප සිනහසිය යුත්තේ ද? එවැනි සාමාජීය සිද්ධි ප්‍රවෘත්ති වශයෙන් පළ කිරීමේ අරමුණ කුමක් ද?

2). රසඥතාව

යම් රසයක් හඳුනාගැනීමට හා විඳි ගැනීමට පුද්ගලයකු සතු හැකියාව රසඥතාව යි. එය පුද්ගලබද්ධ වූ කාර්යයකි. ඒ ඒ පුද්ගලයා ලබා ඇති අධ්‍යාපනය, දැනුම, අත්දැකීම් හා සංස්කෘතික සාධක ආදිය මත රසඥතාව කෙබඳු දැයි තීරණය වේ.

නාට්‍යයක්, ගීතයක් හෝ සංගීතමය වැඩසටහනක් හෝ එසේත් නැතිනම් කවි පන්තියක් හෝ කොටස් වශයෙන් පළ වෙන නව කතාවක් හෝ රස විඳින්නට කෙනකුට හැකියාව ලැබෙන්නේ ඒ තැනැත්තා සතු රසඥතාව නිසා ය. පසිඳුරන් මගින් මෙසේ ලබා ගන්නා රසඥතාව කලා ලෝකයට වැදගත් වන සහාදයන් බිහි කරයි. උසස් ලෙස විඳි ගැනීමට හැකි සහාදයන් සිටීම කලාවක පැවැත්මට විශාල ශක්තියකි.

ජනතාව කෙබඳු රසඥතා මට්ටමකින් සිටින්නෝ ද? උසස් චින්තනයකින් යුත් අය තුළ උසස් රසඥතාවක් තිබීම ස්වාභාවික ය. එසේ ම පරිණත නො වූ චින්තනයකින් යුත් අය තුළ උසස් රසඥතාවක් තිබිය නො හැකි ය. මාධ්‍යයේ වාණිජ අරමුණු සමග සමපාත වන්නේ පරිණත නො වූ චින්තනයකින් යුත් අය ය. එයට හේතුව ඔවුන් පහසුවෙන් වෙළෙඳ අරමුණු වෙත පොලඹවා ගත හැකි බැවිනි. මාධ්‍ය අනුග්‍රාහකයන් ද වඩාත් කැමති වන්නේ ඔවුන්ට ය. උසස් රසඥතාවක් ජනතාව වෙත ලබා දීම මාධ්‍යයේ යුතුකමකි. එහෙත් පොදුවේ සිදු වී ඇත්තේ ද, සිදු වන්නේ ද පහත් හෝ බාල හෝ නිස්සාර හෝ වූ චින්දනයකින් යුතු මාධ්‍ය නිර්මාණ මගින් ග්‍රාහකයන් ග්‍රහණයට ගැනීම ය. එසේ තමන් ග්‍රහණයට ගන්නා බව ග්‍රාහකයන්ට නො වැටහේ.

මේ අතර මාධ්‍යයේ ඇති සීමාසහිත අවකාශය ප්‍රයෝජනයට ගනිමින් උසස් චින්දනයකින් යුත් මාධ්‍ය නිර්මාණ ද සුළු සංඛ්‍යාවක් ග්‍රාහකයා වෙත ඉදිරිපත් කරනු දකින්නට ලැබේ. මාධ්‍ය ලෝකයේ තරගකාරීත්වය තුළ වැඩි ග්‍රාහක පිරිසක් තමන් වෙත ආකර්ෂණය කරවා ගැනීම සඳහා වැඩි වැඩියෙන් මාධ්‍ය නිර්මාණවල අන්තර්ගතය ද, ආකෘතිය ද, ඉදිරිපත් කිරීම ද ගුණාත්මක වශයෙන් පහළ වැටී ඇත. වෙළෙඳ අනුග්‍රාහකයන් වඩාත් කැමති වන්නේ එවැනි මාධ්‍ය නිර්මාණයන්ට ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වේග රිද්මය යොදා නැවත නිර්මාණය කරන ලද ගීතයක් ගායනා කිරීම රූපවාහිනියෙන් නරඹන්න. එහි මුල් ගීය සොයා ගෙන එය ද ශ්‍රවණය කරන්න. මුල් ගීයට වඩා ප්‍රති නිර්මාණය කරන ලද ගීයේ වෙනස්කම් මොනවා ද? එහි යොදා ඇති වේග රිද්ම සංගීතය එම ගීයේ අන්තර්ගතයට කොතරම් උචිත ද? එම ගායනා විලාසය එහි අන්තර්ගතයට කොතරම් උචිත ද? වඩා ජනප්‍රිය ව ඇත්තේ මුල් ගීය ද? ප්‍රති නිර්මාණය කරන ලද ගීය ද?
2. කාන්තාවන් පස් දෙනකු හා පිරිමින් පස් දෙනකු මුණගැසෙන්න. ඔවුන් ගුවන්විදුලි නාට්‍යයට දක්වන අදහස් අනුව ඔවුන් තුළ ඇත්තේ උසස් රසඥතාවක් ද? පහත් රසඥතාවක් ද?

3). නිර්මාණාත්මක චින්තනය

යම් සිදුවීමක් - අත්දැකීමක් පරිකල්පන ශක්තිය හෙවත් නිර්මාණාත්මක චින්තනය මෙහෙයවා අපූර්ව නව නිර්මාණයක් බවට පත් කළ හැකි ය. එවැනි ගැඹුරු නිර්මාණයක් හෝ සරල නිර්මාණයක් හෝ ග්‍රාහකයාට රස විඳිය හැකි ය. මෙහි දී සරල යනු පහත් යන්න නො වේ.

එහෙත් වර්තමානයේ පුවත්පත්වල පළ කරන හා ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ විකාශ වන විවිධ නිර්මාණාත්මක දේ නිර්මාණය කර ඇත්තේ උසස් නිර්මාණාත්මක චින්තනයක් ඇති අය දැයි සැකයක් ඇති වේ. මේ නිර්මාණාත්මක කාර්යයට වෙළෙඳ දැන්වීම ද අයත් ය.

නිර්මාණකරු පෙනී නො සිටින අතර, නිර්මාණය තුළ නිර්මාණකරු සිටී. ඒ නිසා යම් නිර්මාණයක් රස විඳින කෙනෙකු විඳින්නේ නිර්මාණකරුගේ නිර්මාණාත්මක චින්තන ශක්තියයි.

වර්තමානයේ ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් වන විවිධ නිර්මාණ තුළ උසස් නිර්මාණකරුවන් මෙන් ම පහත් නිර්මාණකරුවන් සිටී ද යන්න ග්‍රාහකයා විසින් හඳුනාගත යුතු ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. අම්මාගේ ආදරය යම් යම් වෙළෙඳ භාණ්ඩ පරිහරණය කිරීම සමග සමපාත වන බව දැක්වෙන රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීමක කීප විටක් නරඹන්න. එම දැන්වීමේ නිර්මාණකරුගේ නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?
2. ගුවන්විදුලි නාලිකාවක ගීත වැඩසටහනක දුරකථන සංවාද කිහිපයකට සවන් දෙන්න. එයට සහභාගි වන නිවේදක ගේ හා අසන්නා ගේ නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?
3. පුවත්පතක කවි පිටුවක් කියවන්න. එහි කවි ලියා ඇති කවියන්ගේ ද එම කවි තෝරා ගත් සංස්කාරකගේ ද නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?

4). සෞන්දර්ය හා සමාජ විඥානය

සිත සතුටු කරවන සුළු බව සෞන්දර්ය යි. සංගීතය, නර්තනය, සාහිත්‍යය, කැටයම් හා මූර්ති, චිත්‍ර, සිතමාව හා ඡායාරූප ආදිය එසේ සෞන්දර්යාත්මක දේ ය. මිනිසා විසින් විශේෂයෙන් නිර්මාණය නො කළ ස්වාභාවික පරිසරය, ගඟ කොළ, කුරුල්ලන් හා වන සතුන්, මල් ආදියේ ද තිබෙන්නේ සෞන්දර්ය යි.

සිය ග්‍රාහකයන් තුළ සතුට ඇති කිරීම සඳහා උචිත ලෙස සෞන්දර්ය යොදා ගැනීම ජන මාධ්‍යයේ වගකීමකි. යුතුකමකි.

එහෙත් සමාජයේ යථාර්ථය හා ගැඹුර තේරුම් ගැනීමකින් තොර ව සෞන්දර්යය විඳි ගැනීම අසම්පූර්ණ වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ගම්බද දැරියක ගේ ඡායාරූපයක සෞන්දර්ය විඳි ගන්නේ කෙසේ ද? දැරිය ගේ සැබෑ සමාජ සම්බන්ධතා අනාවරණය කර ගැනීමට හැකි වීම සමාජ විඥානය යි. එසේ හඳුනාගැනීමකින් තොර ව එම ඡායාරූපයේ තාක්ෂණික ලක්ෂණ පමණක් විමසා බලා එහි සෞන්දර්ය සැබෑ ලෙස විඳි ගත නො හැකි ය.

සෞන්දර්ය ඉදිරිපත් වන්නේ සමාජ විඥානයේ ස්වරූපයක් ලෙසිනි. ලෝකය දෙස සංවේදී ව, කලාත්මක ව, යථාර්ථවාදී ව හා සානුකම්පිත ව බැලීම සමාජ විඥානයේ ලක්ෂණයයි. දේශපාලනය, විද්‍යාව, ආගම, කලාව, නීතිය ආදී බොහෝ දේ සමාජ විඥානයට අයත් වේ. යම් නිර්මාණයක සෞන්දර්යාත්මක පැතිකඩ නිම වන්නේ සමාජ විඥානය පාදක කර ගෙන ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී වැඩසටහනක මූර්ති ශිල්පියෙකුගේ නිර්මාණ පිළිබඳව ඉදිරිපත් කරන කරුණු හා ඒ නිර්මාණ හා වැඩසටහන කොතෙක් සෞන්දර්යාත්මකදැයි නිරීක්ෂණය කරන්න.
2. යම් සිද්ධියක් පිළිබඳ ව භාසාය මතු කිරීමේ අරමුණින් පුවත්පතක පළ වන ප්‍රවෘත්තියක් කියවන්න. එම ප්‍රවෘත්තියේ මතු පිට ඇති කරන භාසායට යටින් ඇති සමාජ යථාර්ථය තේරුම් ගන්නට පුළුවන් ද?
3. උසස් පද මාලාවකින් යුක්ත ව නිර්මාණය කරන ලද ගුවන් විදුලි ගීතයක් ගායනයේ වචන සමග බැඳුණු සමාජ යථාර්ථය තේරුම් ගන්නට ඔබට පුළුවන් ද?

සමස්තයක් වශයෙන් ගත් විට ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය මගින් ග්‍රාහකයා විචාරශීලී පුද්ගලයකු බවට පත් කරයි. වඩාත් උසස් මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් ඇති කළ හැක්කේ යම් සමාජයක සාමාජිකයන් වැඩි පිරිසක් විචාරශීලී ව කටයුතු කිරීමෙනි.