විදුදය
භාෂා, සාහිත්‍ය, සංස්කෘතික හා මාධ්‍ය අධ්‍යයන ශාස්ත්‍රීය සංග්‍රහය
සිංහල හා ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය

VIDUDAYA
Journal of Language, Literary, Cultural and Media Studies
Department of Sinhala and Mass Communication, University of Sri Jayewardenepura

2023, 02 (01): 09-24
ISSN: 3051-5424
Journal homepage: https://journals.sjp.ac.lk/index.php/vidudaya

ශ්‍රී ලාංකේය ඡන්දදායකයාගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව හා දේශපාලන සන්නිවේදනය

වාසනා මධුෂානි වීරහේනගේ[1] වී. එස්. සූරියබණ්ඩාර[2]

සහාය කථිකාචාර්ය[1], මහාචාර්ය[2]

දේශපාලන විද්‍යා අධ්‍යයනාංශය
ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
mkandabadage@gmail.com[1], vishaka@sjp.ac.lk[2]

Abstract

Literacy is the ability to read and write about a certain language. The majority of Sri Lanka does not have formal political literacy. Accordingly, this study was conducted focusing on the influence of communication on the political literacy of rural and urban people in the governance of Sri Lanka. The research problem of this study was how political communication affects the political literacy of voters in general elections held after 1978. Secondary data was used for the research. Accordingly, the main objectives of this study were to study the effect of communication on the political literacy of citizens and voter behavior in the general elections held after 1978 in Sri Lanka, where the election results issued by the Election Commission were used. Political communication has a direct impact on every election held in Sri Lanka. On the other hand, it was clear that social media, social media and the internet have some influence on all the factors affecting the determination of public opinion. Therefore, it can be said that there is a need for a civilized media system in order to protect the public opinion of the people and work on a political independence in the democratic governance and for that it is more appropriate to create moral virtues in the media.

Keywords: Politics, literacy, political communication, voter, Governance

1. හැඳින්වීම

ඡන්දදායකයා යනු රාජ්‍යයක් තුළ ඡන්දය ප්‍රකාශ කළ හැකි, ඡන්දහිමි නාමලේඛනයේ ලියාපදිංචිව සිටින පුද්ගල අන්‍යනතාවක් හිමි ඡන්ද විමසීම් සඳහා සම්බන්ධ වන පුද්ගලයාය. සාක්ෂරතාව යන්නෙන් සරලව අදහස් කරන්නේ එක් භාෂාවක් පිළිබඳව කියවීමට සහ ලිවීමට ඇති හැකියාවයි. සාක්ෂරතාව විවිධාකාරයෙන් වර්ග කිරීමට පුළුවන. ආර්ථික සාක්ෂරතාව, දේශපාලන සාක්ෂරතාව, සංස්කෘතික සාක්ෂරතාව, වාර්ගික සාක්ෂරතාව, පරිගණක සාක්ෂරතාව, මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනාදී වශයෙන් එය වර්ගීකරණය කළ හැකිය. එහෙත් අප අධ්‍යයනයට යොදාගනු ලබන්නේ දේශපාලන සාක්ෂරතාවයි. දේශපාලන සාක්ෂරතාව යනු දේශපාලනය නැතහොත් රාජ්‍ය පරිපාලනය, ප්‍රතිපත්ති, ආණ්ඩුකරණය පිළිබඳව සහ සමාජ භාවිතය පිළිබඳව පුරවැසියන් සතුවන අවබෝධය සහ දැනුමයි. දේශපාලනය යනු සමාජයේ පුරවැසියන් නැතහොත් රට වැසියන් අතර පවතින භාවිතයකි. නැතහොත් රාජ්‍ය බලය අල්ලා ගැනීමට සිදු කරන ක්ෂණික හෝ දිගුකාලීන අරගලයකි. දේශපාලන සන්නිවේදනය දේශපාලන විද්‍යාව සහ සන්නිවේදනය යන ද්විත්වයේ සංකලනයකින් බිහි වූ මානව සන්නිවේදනයේ උප ක්ෂේත්‍රයකි. සන්නිවේදනය පිළිබඳ අදහස් ඉදිරිපත් කළ විද්‍යාඥයින් දෙපළක් වූ ඩෙන්ටන් *(Denton)* සහ වුඩ්වර්ඩ් *(Woodward)* ප්‍රකාශ කළ ආකාරයට දේශපාලන සන්නිවේදනය යනු මහජන සම්පත් ස්ථානගත කිරීම පිළිබඳ නිරවුල් සාකච්ඡාවක්, නිල අධිකාරියක් හෙවත් ව්‍යවස්ථාදායක, විධායක සහ අධිකරණ ආයතනවලට බලය ලබා දීම හෝ නිල අනුමැතිය වේ. දේශපාලන තන්ත්‍රය තුළ වැඩි වටිනාකමක් ලැබෙන්නේ සන්නිවේදනයටය. ජනමාධ්‍ය යනු තොරතුරු ජනතාවට ලබාදෙමින්, අධ්‍යාපනික වැඩසටහන් සිදු කරන සහ හුදු විනෝදාස්වාදය පමණක් ගෙන දෙන්නක් නොවේ. එය ජනතාවගේ මතය වෙනස්කරන්නට බෙහෙවින්ම දායක වන්නකි. මැතිවරණවලදී දේශපාලන සිදුවීම් විශ්ලේෂණ, චෝදනා, මඩ ගැසිලි, විවේචන ජනමාධ්‍ය මගින් සිදු කරනු ලබයි. එනිසා දේශපාලනය සහ සන්නිවේදනය අතර සෘජු සබඳතාවක් පවතින බව පැහැදිලිය.

පුරවැසියෝ දේශපාලනයේ නියැළෙති. ජනතා ආශිර්වාදයෙන් පාලකයන් බලයට පත්වෙති. එක් අතකින් ඔවුන් දේශපාලන පක්ෂවල සාමාජිකයන්ය. පුරවැසියෝ පවතින ආණ්ඩුවට එරෙහිව උද්ඝෝෂණ, හර්තාල්, උපවාස මෙන්ම විවිධ ආශා කණ්ඩායම් සමග සම්බන්ධ වෙති. රටේ ජනතාව පාලකයන් පත් කරන්නේ තමන්ගේ ගැටලු විසඳමින්, අර්බුද නිරාකරණය කරමින්, ආර්ථික හා දේශපාලන ප්‍රගමනය සඳහා නීති සම්පාදනය කිරීමට, ඒවා ක්‍රියාත්මක කිරීමටය. මේ හරහා සාමාන්‍ය ජනතාවට ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය සහ රාජ්‍ය ගමන් කරන දිශාව පිළිබඳව යම් අවබෝධයක් ලැබේ. එම කාර්යයන් නිසි පරිදි ඉටු නොවන්නේ නම් නැවත අලුත් පාලක පිරිසක් තෝරාගැනීමට ජනතාව තම ඡන්දය භාවිත කරති. මේ සඳහා දේශපාලන සන්නිවේදනය බෙහෙවින්ම වැදගත් වේ. ජනතාවගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව සහ දේශපාලන සන්නිවේදනය අවබෝධ කරගත හැකි සුවිශේෂ දෙයකි මැතිවරණ. නිදසුනක් වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ 2020දී ලක්ෂ 69කගේ ඡන්දයෙන් නව ආණ්ඩුවක් බලයට පත් වුවත් ජනතා අපේක්ෂාවන් ඉටුනොවුණු විට ඔවුන් ප්‍රචණ්ඩකාරීව හැසිරුණේ පාලකයන් ඉවත් වන ලෙස සහ පාර්ලිමේන්තු මැතිවරණයක් පවත්වන ලෙස බලකරමිනි. සන්නිවේදන තාක්ෂණය මේ සඳහා බෙහෙවින්ම උපකාරී විය. සැබැවින්ම මිනිසා ආත්මාර්ථකාමීය. තම සුබවිහරණය උදෙසා පුරවැසියන් ඡන්දය භාවිත කිරීම අප වැනි තුන්වන ලෝකයේ බොහෝ රාජ්‍යයන්වල සිදු වේ. අධ්‍යාපන මෙන්ම දේශපාලන සාක්ෂරතාවෙන් හෙබි ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රාජ්‍යයක පුද්ගල යහපත ගොඩනගා ගත හැකි තියුණු අවියක් වශයෙන් මැතිවරණ සැලකේ.

ආණ්ඩුකරණය, රාජ්‍ය පරිපාලන කටයුතු පිළිබඳව ජනතාවගේ දැනුම හා අවබෝධය මැනීම සඳහා අධ්‍යාපන මට්ටම, ප්‍රායෝගිකව දේශපාලනය හා කොතරම් සම්බන්ධ වූයේද යන්නත් ඉතා වැදගත්ය. එමෙන්ම අද වන විට රූපවාහිනිය, ගුවන් විදුලිය පමණක් නොව සමාජ මාධ්‍යයන් ජනතාගේ දේශපාලන අවබෝධය පුළුල් කිරීමට සුවිශාල කාර්යභාරයක් සිදු කරයි. ඉන් පැහැදිලි වන්නේ සන්නිවේදනය දේශපාලන තුළ ප්‍රබල අවියක් වශයෙන් පවතින බවයි. එම සන්නිවේදයෙන් ලැබෙන උත්තේජනය යහපත් හෝ අයහපත් විය හැකිය. සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රාජ්‍යයන්හි දේශපාලන සංවර්ධනය යම් අවම මට්ටමක පවතින බව සැබෑය. ශ්‍රී ලංකාවට සර්වජන ඡන්ද බලය 1931දී හිමි වුවත් එම කාලයේ මැතිවරණ පැවැත්වූයේ වර්ණ ගැන්වූ ඡන්ද පෙට්ටි භාවිත කරමිනි. පුරවැසියන්ට දේශපාලන සාක්ෂරතාවක් නොතිබීම එයට හේතු විය. කවුරුන් කුමක් උදෙසා තම ඡන්දය භාවිතා කළ යුතුද යන්න සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධයක් නොපැවතුණි. මෙම කාලය තුළ වර්තමානය තරම් දියුණු ජනමාධ්‍ය, සන්නිවේදනයේ විවිධ ක්‍රමෝපායන් දක්නට නොලැබිණි. ජනමාධ්‍ය තුළ වාද විවාද, මැතිවරණ පිළිබඳව සිදු කරන කථිකාවත් සාමාන්‍ය ජනතාව නොදැකපු තරම්ය. ශ්‍රී ලංකාවේ නිදහස් අධ්‍යාපනය හේතුවෙන් යම් මට්ටමකට සාක්ෂරතාව වර්ධනය වුවත් දේශපාලන සාක්ෂරතාව වර්ධනය වූයේ අවම මට්ටමකිනි. 1972දී ශ්‍රී ලංකාව ස්වාධීන ස්වෛරී ජනරජයක්වූ අතර, 1978දී පිහිටුවන ලද දෙවන ජනරජ ආණ්ඩුක්‍රමයට අදාළව මිශ්‍ර ආණ්ඩුක්‍රමයක් මත පාලන කටයුතු සිදු කරයි. එමගින් පැවති නියෝජන ක්‍රමය සංශෝධනය විය. නව ආණ්ඩුක්‍රමයට අදාළව හඳුන්වාදුන් නියෝජන ක්‍රමය සමානුපාතික නියෝජනයයි. එය ඉතා සංකීර්ණ ස්වභාවයක් ගනී. එනිසා බොහෝ සෙයින්ම මහමැතිවරණවලදී ඡන්දදායකයන්ගේ ඡන්ද අපතේයාම ඉතා ඉහළය. නැතහොත් අවලංගුවන ඡන්ද සංඛ්‍යාව වර්ධනය වේ. අනෙක මැතිවරණ පිළිබඳව ඡන්දදායකයන්ගේ පවතින අනවබෝධයද මැතිවරණවලදී ඡන්දය භාවිත කිරීම අවම වීමට සහ ඡන්ද අවලංගු වීමට බොහෝ සෙයින්ම බලපා තිබේ. තුන්වන ලෝකයේ රාජ්‍යයක් වන ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සාක්ෂරතාවේ ගැටලුකාරීත්වයක් දැකිය හැකිය. එය 1978න් පසු පවත්වන ලද මහමැතිවරණවල ප්‍රතිඵල අධ්‍යයනය කිරීමෙන් අවබෝධ වේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ 1989 සිට 2020 දක්වා පැවති සෑම මහමැතිවරණයකදීම ලියාපදිංචි ඡන්ද සංඛ්‍යාවෙන් ලක්ෂ 3 සිට 8 දක්වා වූ ඡන්ද ප්‍රමාණයක් ප්‍රතික්ෂේප වූ අතර, මැතිවරණ සඳහා 22% සිට 40% දක්වා ආසන්න ප්‍රතිශතයක් ඡන්දය භාවිත නොකරති (ක්ෂේත්‍ර අධ්‍යයනය, 2024). එය ලක්ෂ 26 සිට ලක්ෂ 55ක් දක්වා වූ ඡන්ද ප්‍රමාණයකි. එහෙයින් සැලකිය යුතු ඡන්ද ප්‍රමාණයක් මැතිවරණවලට එක් නොවන අතර එයට හේතුව මැතිවරණයේ සංකීර්ණභාවය සහ නොදැනුම්වත්කමයි. දේශපාලන සාක්ෂරතාව මැනීමට භාවිත කරන මිණුම් දණ්ඩක් වන මැතිවරණ ඔස්සේ සැලකුවහොත්, ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව අවම වන අතර එය නාගරික සහ ග්‍රාමීයත්වයේ විෂම ස්වරූපයක් පෙන්නුම් කරයි. අතීතයේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයට වඩා නූතන තාක්ෂණය ඉතා දියුණුය. එමෙන්ම එය ඉතා වේගවත්ය. එවන් සමාජයක පවා මෙතරම් විශාල ඡන්ද ප්‍රමාණයක් අපතේ යාම සහ දේශපාලනයට එක් නොවීම ගැටලු සහගතය.

ඒ අනුව මෙම පර්යේෂණයේ ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ 1978න් පසු පවත්වන ලද මහමැතිවරණවල පුරවැසියන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව සහ ඡන්දදායක චර්යාව කෙරෙහි සන්නිවේදනයේ බලපෑම පිළිබඳව අධ්‍යයනය කිරීමයි. එසේම දේශපාලන සාක්ෂරතාව සඳහා බලපාන සමාජ හා දේශපාලන සාධක අධ්‍යයනය කිරීම, සන්නිවේදනය යන්න අවබෝධ කරගැනීම සහ එය ඡන්දදායකයාගේ චර්යාවට බලපාන ආකාරය

අධ්‍යයනය කිරීම, නාගරික සහ ග්‍රාමීය දේශපාලන සාක්ෂරතාවේ පවතින වෙනස හඳුනාගැනීම යනාදිය මෙහි උප අරමුණු වේ.

දේශපාලන සාක්ෂරතාව කෙරෙහි සමාජීය සහ දේශපාලන සාධක එකහෙලා බලපානු ලබයි. මිනිසාට දේශපාලන අවබෝධය හා දැනුම ලැබෙන මූලික ස්ථානය පවුලයි. පවුල් ඒකකය තුළින් නිතීයට අවනත වීම පිළිබඳව මිනිසාට මූලික දැනුම ලැබෙයි. පාසල, විශ්වවිද්‍යාල, උසස් අධ්‍යාපන ආයතන, පාර්ලිමේන්තුව වැනි දේශපාලන ආයතන ව්‍යුහයන් මගින් ලැබෙන දැනුම මෙන්ම සමාජීය වශයෙන් තිබෙන ක්‍රියාකාරීත්වය, ආශා කණ්ඩායම් සමඟ ඇති බැඳීම, තමන්ගේ රැකියාව, තනතුර පවා දේශපාලන දැනුම අවබෝධය ලබාදීමට යම් ආකාරයකට අවස්ථාවක් වේ. සමාජ මාධ්‍ය තුළ සක්‍රියව දායක වීම, ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය වැනි විද්‍යුත් මාධ්‍ය මෙන්ම පුවත්පත්, සඟරා, ලිපි ලේඛන භාවිකරන්නෙක් නම් දේශපාලන දැනුම අවිධිමත් ආකාරයට වුවද පුද්ගලයාට ලැබෙනු ඇත. තමා ජීවත්වන ප්‍රදේශය තුළ දේශපාලන සක්‍රියභාවයක් පවතින්නේ නම් එම සමාජවල සිටින ජනයාගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාවට එය බෙහෙවින් ඉවහල් වේ. එපමණක්ද නොව දේශපාලන සාධක අතර දේශපාලන පක්ෂයක ක්‍රියාකාරී සාමාජිකයෙකු වීම, දේශපාලන නියෝජිතයෙකු ලෙස කටයුතු කිරීම, දේශපාලන ආයතනයක සාමාජිකයෙකු වීම, දේශපාලන නියෝජිතයෙකුගේ උපදේශකයෙකුව කටයුතු කිරීම යනාදියෙන්ද පුළුල් දේශපාලන අවබෝධයක් ලබාගත හැකිය. මෙබඳු කුමනාකාරයෙන් දේශපාලන අවබෝධයක් ලැබුවත් එය විධිමත් දේශපාලන අවබෝධයකට වඩා අවිධිමත් දේශපාලන අවබෝධයක් ලැබීමේ සම්භාවිතාවක් පවතී.

මිනිසාට විධිමත් හා අවිධිමත් යන ක්‍රම දෙකින්ම දේශපාලන දැනුම ලැබුණත් තුන්වන ලෝකයේ රටක් වන ශ්‍රී ලංකාවේ මැතිවරණවලදී ඡන්දදායකයන් තම ඡන්දය භාවිත කරන්නේ අන්ධානුකරණයට ලක්වූ ස්වභාවයෙනි. විශේෂයෙන්ම ජාතික ප්‍රතිපත්ති නොමැති දේශපාලනය තුළ, එක් එක් පක්ෂ ප්‍රතිපත්ති මත තම සුබ විහරණය උදෙසා පමණක් ඡන්දදායකයන් බොහෝමයක් කටයුතු කිරීමේ ස්වභාවයක් මැතිවරණවලදී දැකිය හැකිය. අනෙක් කාරණාව නම් ආගම්වාද, භාෂා වැනි වාර්ගිකත්වය මැතිවරණවල ඡන්ද ප්‍රමාණය අඩු වැඩි වීමට බලපාන බවයි. විශේෂයෙන්ම හිතවත්කම, රැකියා සහ ලාභ ප්‍රයෝජන අපේක්ෂාවෙන් තම ඡන්දය භාවිත කිරීම දේශපාලන සාක්ෂරතාව පිළිබඳ ගැටලු උද්ගත වීමට බලපා තිබේ. අනෙක ජනමාධ්‍ය තුළින් ජනතාව නොමඟ යැවීමත් දැකිය හැකිය. එක් එක් දේශපාලන පක්ෂවල ඡන්ද පදනම සකස් කිරීමට ලංකාවේ ප්‍රසිද්ධ නාලිකා රැසක්ම සැදී පැහැදී සිටින ආකාරය ඉතාම පැහැදිලි කරුණකි. එම නාලිකා නරඹන ජනතාව සිතන්නේ එම නාලිකාවලින් ප්‍රකාශ කරන සියල්ල නිවැරැදි බවත්ය. ඒ අනුව ජනමතය වෙනස් කිරීමෙහිලා ප්‍රධානම සාධකයක් වශයෙන් ජනමාධ්‍ය පෙන්වා දිය හැකිය.

ශ්‍රී ලංකාවේ මේ පසුවන්නේ මැතිවරණ සමයකි. මැතිවරණවලදී සන්නිවේදනය ඉතා වැදගත්ය. ඡන්දදායකයන්ගේ ඡන්දය ලබාගැනීම සඳහා අපේක්ෂකයන් විසින් තම ඡන්ද ව්‍යාපාරය සිදුකර ගැනීමට සන්නිවේදනය ඉතා සූක්ෂමව භාවිත කරනු ලබයි. අපේක්ෂකයෝ දේශපාලනික වශයෙන් ජනමාධ්‍ය, පුවත්පත් මෙන්ම අත්පත්‍රිකා මගින් තම ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදු කරති. විශේෂයෙන්ම සමාජ මාධ්‍ය මෙම කාලයේ ඉතා සක්‍රිය මට්ටමින් ක්‍රියාත්මක වන ස්වභාවයක් දැකිය හැකිය. ග්‍රාමීය සහ නාගරික වශයෙන් මිනිසුන්ගේ දේශපාලන

සාක්ෂරතාව කෙබඳුද යන්නත්, මැතිවරණ සමයේදී එම දේශපාලන සාක්ෂරතාවට බලපාන සන්නිවේදනයේ බලපෑම පිළිබඳවත් අධ්‍යයනය කිරීමට මෙම අධ්‍යයනය වඩාත් කාලෝචිත වේ.

මෙම අධ්‍යයනය 1947න් පසු පැවැත්වූ මහමැතිවරණ ප්‍රතිඵල මත සිදු කරන ලදි. අනෙකුත් මැතිවරණවල ප්‍රතිඵල මේ සඳහා යොදාගනු ලැබුවේ නැත. මහමැතිවරණවලදී පවතින සමානුපාතික නියෝජන ක්‍රමය තුළ සංකීර්ණ ස්වභාවයේ මැතිවරණ පවතින අතර, එකම දේශපාලන පක්ෂයෙන් ඉදිරිපත්වන අපේක්ෂකයන් අතර පවා පවතින්නේ අතිශය තරගකාරීත්වයකි. එබැවින් සියලු දෙනාම විවිධ උපක්‍රම යොදමින් නියෝජිතයෙකු වීමට කටයුතු කරනු ලබයි. එනිසා සන්නිවේදනය අනෙකුත් මැතිවරණවලට සාපේක්ෂව මහමැතිවරණයන්හි වර්ධනයක් පවතින නිසා මෙම අධ්‍යයනය සඳහා යොදාගනු ලබන්නේ මහමැතිවරණවල සන්නිවේදනයේ වැදගත්කම පිළිබඳවය. සාක්ෂරතාවද විවිධාකාරයෙන් වර්ගීකරණය කිරීමට පුළුවන. එනම් ආර්ථික, දේශපාලන, සංස්කෘතික, වාර්ගික සහ පරිගණක සාක්ෂරතාව යනාදී වශයෙනි. එහෙත් මෙම අධ්‍යයනයට යොදාගනු ලබන්නේ දේශපාලන සාක්ෂරතාවයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව පිළිබඳව සහ එම දේශපාලන සාක්ෂරතාව කෙරෙහි සන්නිවේදනය කොතරම් දුරට බලපා තිබෙන්නේද යන්න සම්බන්ධයෙන් සිදුකර ඇති පර්යේෂණ කෙරෙහි මෙහිදී අවධානය යොමු කරන ලදි. එම අධ්‍යයනවලින් දේශපාලන සාක්ෂරතාව සහ දේශපාලන සන්නිවේදනය පිළිබඳව හෙළිකරගත් කරුණු මෙන්ම එම පර්යේෂණවල රික්තකයක් හඳුනාගැනීම මෙහි අරමුණ වේ.

මෙම අධ්‍යයනයේ පර්යේෂණ ගැටලුව වූයේ ශ්‍රී ලංකාවේ 1978න් පසු පැවැත්වූ මහමැතිවරණවලදී ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව සකස්වීමට දේශපාලන සන්නිවේදනය බලපාන්නේ කෙසේද? යන්නයි. පර්යේෂණය සඳහා ද්විතීයික දත්ත භාවිත කරන ලදි. ඒ අනුව මැතිවරණ කොමිෂන් සභාව විසින් නිකුත් කරනු ලැබූ මැතිවරණ ප්‍රතිඵලත්, පුවත්පත්, ලිපි සඟරා භාවිත කරනු ලැබීය. ග්‍රාමීය සහ නාගරික දේශපාලන සාක්ෂරතාවේ වෙනස හඳුනාගැනීම උදෙසා නාගරික වශයෙන් කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයේ කඩුවෙල සහ ග්‍රාමීය වශයෙන් ගාල්ල දිස්ත්‍රික්කයේ වැඩිම ඡන්දදායකයන් ප්‍රමාණයක් සිටින හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ මැතිවරණ ප්‍රතිඵල මෙම පර්යේෂණය සඳහා යොදා ගැනුණි.

2. සාකච්ඡාව

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ආණ්ඩුකරණය තුළ ජනතාවට ප්‍රමුඛස්ථානයක් හිමි වේ. මන්ද ජනතාවගේ කැමැත්තෙන් ආණ්ඩු බලයට පත්වන නිසාය. ඒ අනුව බලය දෝලනය වන්නේ ජනතා කැමැත්ත අනුවය. මෙහිදී වැදගත් වන්නේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රාමුව මත පිහිටා පවත්වනු ලබන මැතිවරණයි. මැතිවරණයේදී ජනතාවගේ දැනුම, අවබෝධය, අදහස් උදහස්, වෘත්තීය යනාදිය තම ඡන්දය කෙරෙහි වක්‍රාකාරව බලපානු ලැබේ. එක් අතකින් අනවබෝධයෙන් පෙළෙන්නෝ මැතිවරණවලදී ඡන්දය භාවිත කිරීමට මැලිකමක් දක්වති. එනිසා මැතිවරණවල වටිනාකම සහ සමාජ අවබෝධය අඩු වීම මැතිවරණවල අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණය වර්ධනයට සහ ඡන්ද භාවිතය අවම වීමට හේතු වේ.

ජනතාව විසින් පාලකයන්ට මැතිවරණ මගින් බලය ලබාදෙන්නේ තම අපේක්ෂාවන් ඉටු කරගැනීමටය. එහෙත් අපේක්ෂකයන්ව සිටින කාලයේ ලබාදෙන පොරොන්දු, බලයට පැමිණි පසු පාලකයන් ඉටු නොකරන විට

පාලකයන් කෙරෙහි තිබූ ජනතා විශ්වාසය අහිමි වේ. අනතුරුව ඡන්දය ලබාදී ඊළඟ මැතිවරණය කැඳවන තුරුම පාලකයන්ට දෝෂාරෝපණය කිරීම සාමාන්‍ය ජනතාවගේ පුරුද්දක් බවට පත්ව තිබේ. ඊළඟ මැතිවරණයේදී විරුද්ධ පක්ෂය බලයට ගෙන ඒමට සාමාන්‍ය ජනතාව කටයුතු කරති. ඒ සඳහා ජනමාධ්‍යද බලපායි. වසර 74ක් පුරාවටම ලංකාවේ සිදු වූයේ මෙයයි. එක් පැත්තකින් මැතිවරණ පොරොන්දු ප්‍රතිපත්ති බවට පත්වන්නේ නැත. දේශපාලන පක්ෂයට අවශ්‍ය ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාවට නංවමින් පාලකයන් පොහොසත් වුවත්, ඔවුන්ට ඡන්දය දුන් ප්‍රජාවගේ සුබසාධනය කෙරෙහි දක්වන්නේ අඩු අවධානයකි. එනිසා මැතිවරණ පිළිබඳව ජනතාවට ඇත්තේ අවිශ්වාසයක් මෙන්ම කනස්සල්ලකි. ඇත්තටම අපේක්ෂකයන්ට වඩා ජනතාව විශ්වාස කරන්නේ ජනමාධ්‍යයයි. විශේෂයෙන්ම මැතිවරණ කාලයේදී රූපවාහිනිය තුළින් ඉතා ඉක්මනින් ජනතාව වෙතට තොරතුරු ගලායයි. ඒ අනුව ජනමාධ්‍ය යනු දේශපාලන ප්‍රවාහයේ එක් නියමුවෙකි. එයින් විද්‍යුත් මාධ්‍ය ප්‍රධාන වේ. ඊට අමතරව අපේක්ෂකයන් තම අදහස් ජනතාව අතරට ගෙනයාමට සමාජ මාධ්‍ය උපයෝගි කරගනිති. වර්තමානය වන විට ෆේස්බුක්, වට්ඇප්, යූ ටියුබ් ප්‍රධාන වේ. මේ හරහා අපේක්ෂක මතය වටා ජනතාව ඒකරාශී කරගනී.

තම ඡන්දයට වටිනාකමක් නොමැති නිසා ඡන්දය දැමීමෙන් වැළකීම හෝ එය අවලංගු වන පරිදි භාවිත කිරීමට ඇතැමුන් කටයුතු කරයි. ඡන්දබලයේ ඇති වැදගත්කම තවමත් ජනතාව අවබෝධ කරගෙන නැත. ජනතාවට එහි ඇති වැදගත්කම පිළිබඳව අවබෝධ කර දෙන්නට ජනමාධ්‍යවලට පවා ප්‍රබල වගකීමක් පවතී. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මැතිවරණයක් යනු ජනතා කැමැත්ත අනුව යහපාලනයකට අවශ්‍ය පාලක ප්‍රජාවක් තෝරාගැනීමට ලැබෙන ස්වර්ණමය අවස්ථාවක් බව සාමාන්‍ය ප්‍රජාවට අවබෝධයක් නොමැත. වටිනාකම නොදන්නා නිසාම මැතිවරණවලදී අපේක්ෂකයන්ට ජනතාව රවටා ඡන්දය ලබාගැනීමට පුළුවන. එයට හේතුව එක් අතකින් නොදියුණු අධ්‍යාපනයයි. 1970දී සිරිමා රජය බලයට ඒමට පෙර කියා සිටියේ, "හඳෙන් හරි හාල් ගෙනල්ලා දෙන්නම්" කියාය. එවකට ජනතාව ඡන්දය ලබා දුන්නේ එම අන්ධානුකරණයට ලක් වීමෙනි. බලය ලැබීමෙන් පසු ඔවුන් ප්‍රකාශ කළේ, "හඳේ හාල් නැති බවයි". එමෙන්ම ජේ.ආර්. ජයවර්ධන, ආර්. ප්‍රේමදාස, චන්ද්‍රිකා සහ වර්තමානයේ සිටින සියලු පාලකයන් බලයට පත්වන්නේ මේ අයුරිනි. ජනාධිපතිධුරය අහෝසි කරන බවට පොරොන්දු වෙමින්, බලය ලැබුණු පසු එය තර කර ගනියි. මෙයින් පැහැදිලි වන්නේ සමාජ අවබෝධය ජනතාවගේ අවම මට්ටමක පැවතීමය. මෙම තත්ත්වය බහුලවම දැකිය හැකි වන්නේ ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලය. නමුත් අඩු වැඩි වශයෙන් නාගරික ප්‍රදේශවලද මෙවැනිම ස්වභාවයක් පැවතීම දැකිය හැකිය.

පාලකයන්ගේ පොරොන්දු අදහස් සියල්ල කඩිනමින් ජනතාව වෙතට සම්ප්‍රේෂණය වන්නේ ජනමාධ්‍ය හරහාය. එය විද්‍යුත් හෝ මුද්‍රිත මාධ්‍ය විය හැකිය. එබැවින් ජනතාව වඩාත් සමීප වන්නේ මෙම මාධ්‍යයන් සමඟය. ජනතාව ඒවා විශ්වාස කරති. ඒ අනුව තම ඡන්දය ප්‍රකාශ කරති. ඕනෑම මාධ්‍යයක් සැබැවින්ම යම් හෝ දේශපාලනික ස්වරූපයක් උසුලයි. එනිසා එම මාධ්‍යයන් ජාතිකවාදය, ජාත්‍යාලවාදය, ආගම්වාදය, අනුකම්පාව, සංවේදීභාවයන් උපයෝගී කරගනිමින් ඉතා තීක්ෂණ මට්ටමින් ජනමතයට ප්‍රබල ප්‍රහාරයක් එල්ල කරයි. තුන්වන ලෝකයේ රාජ්‍යයක් වන ශ්‍රී ලංකාවේ, ඡන්දදායකයන් මැතිවරණ සමයේදී අන්ධානුකරණයට ලක් වූ පිරිසක් සේ කටයුතු කරයි.

2.1. ශ්‍රී ලාංකික ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව

මෙම අධ්‍යයනයේදී ශ්‍රී ලාංකික ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව පිළිබඳව මහමැතිවරණ ඇසුරින් සොයා බලන ලදි. ලංකාව නිදහස දිනාගැනීමෙන් පසු පැවැත්වූ සෑම මැතිවරණයකදීම ප්‍රධාන පක්ෂ දෙක වූයේ

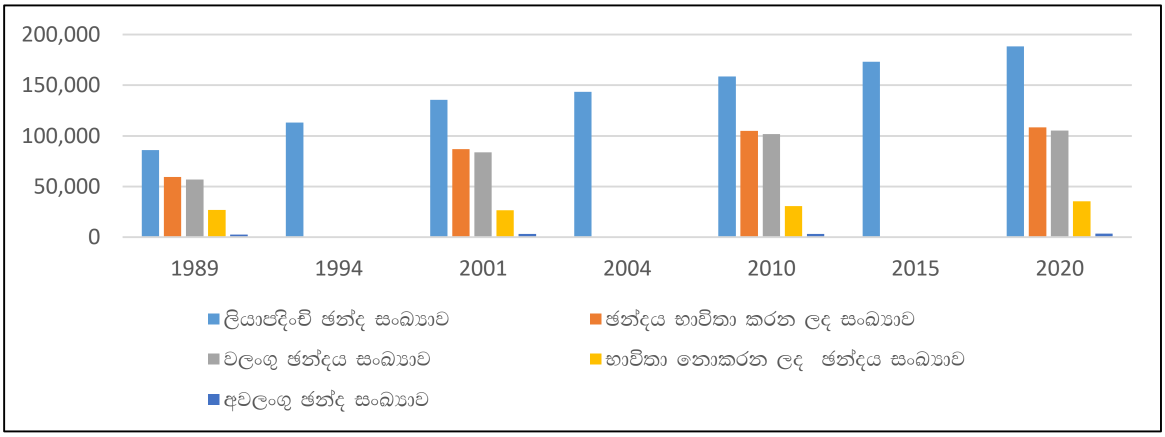
එක්සත් ජාතික පක්ෂය සහ ශ්‍රී ලංකා නිදහස් පක්ෂයයි. එහෙයින් මෙම සෑම මැතිවරණයකදීම ජනතාවගේ මතය මෙම පක්ෂ දෙක වටා රඳවා ගන්නට දේශපාලන සන්නිවේදනය පාලකයන් යොදාගන්නේ තීක්ෂණ බුද්ධියෙනි. අනෙකුත් පක්ෂවලට වැඩි අවධානයක් ජනතාව දක්වන බව පෙනී ගියහොත් එක්කෝ මැතිවරණය කල් දමයි. නැතිනම් මැතිවරණය පවත්වන්නේ නැත. නැවත එම කාල සීමාව අවසන් වන්නේ ජනතා මතය ප්‍රධාන පක්ෂ දෙකට රඳවාගනිමිනි. මේ සඳහා සැබැවින්ම දායකත්වය ලබා දෙන්නේ ජනමාධ්‍යයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව ග්‍රාමීය සහ නාගරික වශයෙන් සොයා බැලූ මෙම අධ්‍යයනයේදී ඒ සඳහා කොළඹ දිස්ත්‍රික්කයේ නාගරික ඡන්දදායකයන්ගෙන් සමන්විත කඩුවෙල ප්‍රදේශය සහ ගාල්ල දිස්ත්‍රික්කයේ ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්ගෙන් බහුල හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසය තෝරාගනු ලැබිණි. වඩාත් අධ්‍යයනයට බඳුන් වූයේ 1978න් පසු පැවැත්වූ මැතිවරණවල ඡන්දදායකයන් ඡන්දය භාවිත කර ඇති ආකාරයයි. සෑම මැතිවරණයකදීම ඡන්දදායකයන් තම ඡන්දය ප්‍රකාශ කළත්, සැලකිය යුතු ඡන්ද ප්‍රමාණයක් අවලංගු වේ. එයට හේතුව ලාංකිකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව අවමවීමයි. ප්‍රථමයෙන් මෙම මැතිවරණ කොට්ඨාස දෙකේ මැතිවරණවලදී ලියාපදිංචි ඡන්ද ප්‍රමාණය, ඡන්ද භාවිතය, වලංගු සහ අවලංගු වන ඡන්ද ප්‍රමාණ, ඡන්දය භාවිත නොකරන ප්‍රමාණ පිළිබඳව සොයා බැලීම සිදු කරන ලදි. පළමුව නාගරික ප්‍රදේශය නියෝජනය කරන කඩුවෙල මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ ඉහත තොරතුරුවල ස්වභාවය අධ්‍යයනය කෙරිණ. එය පහත පරිදි විය.

වගු අංක 01. කඩුවෙල මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව

වර්ෂය	ලියාපදිංචි ඡන්ද සංඛ්‍යාව	ඡන්දය භාවිත කරන ලද සංඛ්‍යාව	වලංගු ඡන්දය සංඛ්‍යාව	භාවිත නොකරන ලද ඡන්දය සංඛ්‍යාව	අවලංගු ඡන්ද සංඛ්‍යාව
1989	86,029	59,321 (68.95%)	568,48 (95.8%)	26,708 (31%)	2,473 (4.17%)
1994	113,173	86,802 (76.7%)	83792 (96.5%)	26,371 (23.3%)	3,010 (3.5%)
2001	135,550	104,930 (77.41%)	101,712 (96.93%)	30,620 (22.5%)	3,218 (3.07%)
2004	143,644	108,393 (75.94%)	105077 (96.94%)	35,251 (24.5%)	3,316 (3.06%)
2010	158,736	99,450 (62.65%)	95257 (95.78%)	59,286 (37.3%)	4,193 (4.22%)
2015	173,355	135,029 (77.89%)	131493 (97.38%)	38,326 (22.1%)	3,536 (2.62%)
2020	188,469	135,615 (71.96%)	128,770 (68.32%)	52,854 (28%)	6,845 (3.63%)

මූලාශ්‍රය: මැතිවරණ දෙපාර්තමේන්තුව, ශ්‍රී ලංකාව



රූප සටහන 01. කඩුවෙල මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව

කඩුවෙල මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ 1989 සිට 2020 දක්වා පැවති සෑම මහමැතිවරණයකදීම ලියාපදිංචි ඡන්දදායකයන්ගෙන් සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් තම ඡන්දය දැමීම ප්‍රතික්ෂේප කර තිබේ. එය වඩාත් කැපී පෙනෙන්නේ 2010 පැවති මහමැතිවරණයේදීය. එනම් 37.3%ක ඡන්ද ප්‍රතිශතයක් එම මැතිවරණයට එක් නොවීම

මැතිවරණයේ වටිනාකමට යම් බලපෑමක් එල්ල කර ඇත. එක් මැතිවරණ කොට්ඨාසයක් තුළින් මෙපමණ ඡන්ද ප්‍රමාණයක් මැතිවරණයට නොලැබී යාම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ක්‍රමයකට එතරම් සුදුසු දෙයක් නොවේ. තවද ඡන්දය භාවිත කරන ලද ඡන්දදායකයන්ගෙන් ප්‍රතික්ෂේප වූ නැතිනම් අවලංගු වූ ඡන්ද ප්‍රමාණයද අනෙකුත් මහමැතිවරණවලට සාපේක්ෂව 2010 වසරේදී වර්ධනය වී තිබේ. 1989න් පසු ඡන්දදායකයන්ගේ අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණය ක්‍රමයෙන් අඩුවෙමින් පැවතියත්, 2010 මහ මැතිවරණයේදී එය වර්ධනය විය. මහ මැතිවරණවලදී අපතේ යන ඡන්ද ප්‍රමාණය සැලකීමේදී එහි යහපත් තත්ත්වයක් 2015 මහ මැතිවරණය තුළින් දැකිය හැකිය. මන්ද යත් අනෙක් සෑම මැතිවරණයකටම වඩා ඉතා අවම ඡන්ද ප්‍රමාණයක් පමණක් අවලංගු වීමය. එහෙත් 2020 මැතිවරණය තුළ ඡන්දය භාවිත කිරීම පමණක් නොව අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණයද ශීඝ්‍රයෙන් වර්ධනය වූයේ ඊට පෙර පැවති මැතිවරණයට සාපේක්ෂව දෙගුණයකට ආසන්නවය. එනිසා මැතිවරණ පිළිබඳව පවතින අනවබෝධය, නොදැනුම්වත්කම, මැතිවරණවලදී සමාජ මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරීත්වය යනාදි හේතු යම් මට්ටමකට මේ සඳහා බලපා ඇත.

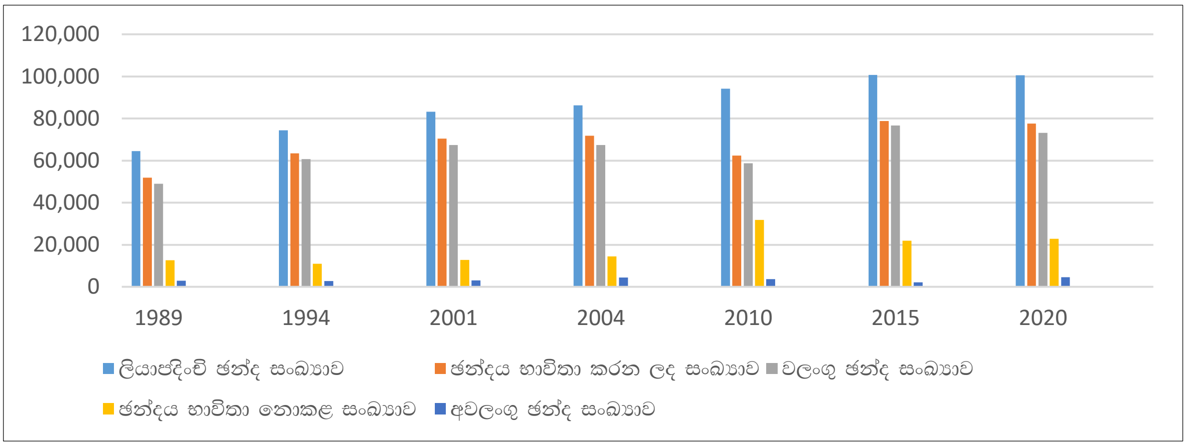
සමානුපාතික නියෝජනය හඳුන්වා දීමෙන් පසු ලංකාවේ පැවැත්වූ ප්‍රථම මහමැතිවරණය 1989 මහ මැතිවරණයයි. එම මැතිවරණ ක්‍රමයේ පැවති සංකීර්ණභාවය හා නොදැනුම්වත්කම හේතුවෙන් ඡන්ද අපතේයාමේ ශීඝ්‍ර වර්ධනයක් සිදු විය. එමෙන්ම එම මැතිවරණය සඳහා සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් ඡන්දය භාවිත කිරීමෙන් වැළකී සිටියහ. ඡන්දය භාවිත කළ පිරිසට සාපේක්ෂව ඡන්දය භාවිත නොකළ පිරිස හරි අඩකට ආසන්න වේ. එය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජ ක්‍රමයක මැතිවරණයන්හි දැකීමට සුදුසු දෙයක් නොවිය යුතුය.

ග්‍රාමීය ප්‍රදේශ බහුල ගාල්ල දිස්ත්‍රික්කයේ හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසය තුළ 1978න් පසු පැවැත්වූ මහමැතිවරණයන්හි ඡන්දදායකයන් සංඛ්‍යාව, ඡන්දය භාවිත කිරීම, වලංගු සහ අවලංගු ඡන්ද ප්‍රමාණය සහ ඡන්දය භාවිත නොකරන ප්‍රමාණය පිළිබඳව අවධානය යොමු කරන ලදි.

වගු අංක 02. හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව

වර්ෂය	ලියාපදිංචි ඡන්ද සංඛ්‍යාව	භාවිත කරන ලද ඡන්ද සංඛ්‍යාව	වලංගු ඡන්ද සංඛ්‍යාව	භාවිත නොකරන ලද ඡන්ද සංඛ්‍යාව	අවලංගු ඡන්ද සංඛ්‍යාව
1989	64,452	51,880 (80.49%)	48,926 (75.9%)	12,572 (15.5%)	2,954 (5.69%)
1994	74,337	63,433 (85.3%)	60,686 (95.7%)	10,904 (14.66%)	2,747 (4.3%)
2001	83,302	70,518 (84.65%)	67,476 (95.69%)	12,784 (15.34%)	3,042 (4.31%)
2004	86,343	71,854 (83.22%)	67,483 (93.92%)	14,489 (16.78%)	4,371 (6.08%)
2010	94,245	62,382 (66.19%)	58,725 (94.14%)	31,863 (33.8%)	3,657 (5.86%)
2015	100,757	78,800 (78.21%)	76,706 (97.34%)	21,957 (21.79%)	2,094 (2.66%)
2020	100,525	77,625 (77.22%)	73,128 (72.75%)	22,900 (22.7%)	4,497 (4.47%)

මූලාශ්‍රයඃ මැතිවරණ දෙපාර්තමේන්තුව, ශ්‍රී ලංකාව



රූප සටහන 02. හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ ඡන්දදායකයන්ගේ මැතිවරණ ක්‍රියාදාමය

දත්තවලට අනුරූපීව මෙම මැතිවරණ කොට්ඨාසයේ මහමැතිවරණයක් සඳහා ඡන්දදායකයන් වැඩිම ප්‍රමාණයක් තම ඡන්දය භාවිත කර ඇත්තේ 1994 මහමැතිවරණයේදීය. එමෙන්ම 2001 සිට 2015 දක්වා පැවති සෑම මහමැතිවරණයකදීම දැකිය හැකි සුවිශේෂ කාරණාව නම් ඡන්දය භාවිතකරන්නන්ගේ ප්‍රමාණය අවම ස්වභාවයක් ගැනීමය. 2010 මැතිවරණයේදී අනෙකුත් වසරවලට වඩා එම ප්‍රමාණය වර්ධනය වී තිබේ. මෙම මැතිවරණයේදී ලියාපදිංචි ඡන්දදායකයන්ගෙන් 2/3ක් ඡන්දය භාවිත කළ අතර, 1/3ක ඡන්දදායකයන් එය මගහැර ඇත. සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් මහමැතිවරණවලදී තම ඡන්දය භාවිත නොකිරීම සෑම මැතිවරණයකදීම අඩුවැඩි වශයෙන් දැකිය හැකිය. තුන්වන ලෝකයේ සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රාජ්‍යයක් වන ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සංවර්ධනයක් නොපැවතීම, බහුවිධතාවන් හේතුකොට ගෙන ගැටුම් ඇතිවීම, මැතිවරණවලදී තම අපේක්ෂාවන් ඉටු නොවන හෙයින් මෙලෙස මැතිවරණවලදී සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයක් තම ඡන්දය භාවිත නොකිරීම දැකිය හැකිය. එමෙන්ම සෑම මැතිවරණයකදීම අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණයේ ඒකාකාරී ස්වභාවයක් දැකිය හැකිය. එහෙත් 2015 පැවති මහමැතිවරණයේදී අපතේ යන ඡන්ද ප්‍රමාණය අවමවීම අනෙක් පැවති මහ මැතිවරණවලට සාපේක්ෂව ඉතා යහපත් ප්‍රවණතාවකි. ඒ කෙසේ වෙතත් 2020දී නැවත අවලංගු වන ඡන්ද ප්‍රමාණය වර්ධනය වීම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදයට එතරම් සුබදායක නොවේ.

1989 සිට 2020 දක්වා පැවති මහමැතිවරණයන්හි නාගරික හා ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසවල යම් යම් විෂමභාවයන් දැකිය හැකිය. නාගරික ඡන්දදායකයන් කඩුවෙල මැතිවරණ කොට්ඨාසය මගින් නියෝජනය වීම සහ ග්‍රාමීය ඡන්දදායකයන් හිනිදුම මැතිවරණ කොට්ඨාසය මගින් නියෝජනය වන හෙයින් මෙම මැතිවරණ කොට්ඨාස දෙක තුලනය කිරීමෙන් අදාළ තොරතුරු සොයා ගැනීමට පුළුවන. ඒ අනුව ඡන්දය භාවිත කරන ආකාරය අනුව ග්‍රාමීය හා නාගරික මැතිවරණ කොට්ඨාසවල පවතින වෙනස්කම් අධ්‍යයනය කළ හැකිය.

වගු අංක 03. 1989 -2020 දක්වා මහමැතිවරණවල නාගරික හා ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසවල ලියාපදිංචි ඡන්ද හා භාවිත කරන ලද ඡන්දය සංඛ්‍යාව

වර්ෂය	ලියාපදිංචි ඡන්ද සංඛ්‍යාව		භාවිත කරන ලද ඡන්දය සංඛ්‍යාව	
	හිනිදුම	කඩුවෙල	හිනිදුම	කඩුවෙල
1989	64,452	86,029	51,880 (80.49%)	59,321 (68.95%)
1994	74,337	113,173	63,433 (85.3%)	86,802 (76.7%)
2001	83,302	135,550	70,518 (84.65%)	104,930 (77.41%)
2004	86,343	143,644	71,854 (83.22%)	108,393 (75.94%)

2010	94,245	158,736	62,382 (66.19%)	99,450 (62.65%)
2015	100,757	173,355	78,800 (78.21%)	135,029 (77.89%)
2020	100,525	188,469	77,625 (77.22%)	135,615 (71.96%)

මූලාශ්‍රයඃ මැතිවරණ දෙපාර්තමේන්තුව, ශ්‍රී ලංකාව

ග්‍රාමීය ජනතාව මහමැතිවරණවලදී ඡන්දය භාවිත කිරීම නාගරික ප්‍රජාවට සාපේක්ෂව වැඩිය. සෑම මැතිවරණයකදීම ඡන්දය ප්‍රකාශ කිරීම සම්බන්ධයෙන් ග්‍රාමීය ප්‍රජාව ඉදිරියෙන් සිටියි. නමුත් ග්‍රාමීය ප්‍රජාව ඡන්දය ප්‍රකාශ කරන්නේ තම ලාබ ප්‍රයෝජන සඳහාය. එනම් රැකි රක්ෂා ලබාගැනීම, නිවාස ආධාර ලබාගැනීම, මාර්ග සකස් කරගැනීම, විදුලිය ලබාගැනීමට යම් උපකාරයක් බලාපොරොත්තුවෙන්, සමෘද්ධිය ලබාගැනීම වැනි ප්‍රාථමික අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් ඔවුන්ගේ ඡන්දය බොහෝ විට මැතිවරණයට එක් වේ. නමුත් නාගරික ප්‍රජාව තම ඡන්දය දේශපාලඥයන්ට ලබා දෙන්නේ හුදෙක් රැකි රක්ෂා ලබාගැනීම අරමුණු කරගෙනම නොවේ.

ඔවුන් බොහෝ විට රැකිරක්ෂාවල නියළෙන පිරිස වන අතර, ප්‍රතිපත්ති මගින් තමන්ගේ වැටුප් වැඩිකර ගැනීම, ව්‍යාපාර කටයුතු ආරාක්ෂා කර ගැනීම, නැතහොත් තම ජීවන පැවැත්ම යහපත්ව පවත්වාගෙන යාමට අවශ්‍ය පරිසරය ගොඩනැගීමට ඡන්දය ප්‍රකාශ කරයි. ඒ අනුව ඡන්දය ප්‍රකාශ කිරීමේදී ග්‍රාමීය ප්‍රජාව නාගරික ප්‍රජාවට වඩා ඉදිරියෙන් සිටියත්, ඡන්දය ප්‍රකාශ කිරීමේ අරමුණු අතින් ග්‍රාමීය ප්‍රජාව යම් පහළ මට්ටමක සිටියි.

ග්‍රාමීය සහ නාගරික මැතිවරණ කොට්ඨාසයන්හි අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණය අතර යම් වෙනස්කම් දැකිය හැකිය. නාගරික ප්‍රදේශවලට සාපේක්ෂව ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණයේ යම් වර්ධනයක් පවතින බව අධ්‍යයනයෙන් තහවුරු විය.

වගු අංක 04. 1989 -2020 දක්වා මහමැතිවරණවල නාගරික හා ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසවල වලංගු ඡන්ද සහ ප්‍රතික්ෂේපවන ඡන්ද සංඛ්‍යාව

වර්ෂය	වලංගු ඡන්ද සංඛ්‍යාව		ප්‍රතික්ෂේපවන ඡන්ද සංඛ්‍යාව	
	හිනිදුම	කඩුවෙල	හිනිදුම	කඩුවෙල
1989	48,926 (75.9%)	568,48 (95.8%)	2,954 (5.69%)	2,473 (4.17%)
1994	60,686 (95.7%)	83792 (96.5%)	2,747 (4.3%)	3,010 (3.5%)
2001	67,476 (95.69%)	101,712 (96.93%)	3,042 (4.31%)	3,218 (3.07%)
2004	67,483 (93.92%)	105077 (96.94%)	4,371 (6.08%)	3,316 (3.06%)
2010	58,725 (94.14%)	95257 (95.78%)	3,657 (5.86%)	4,193 (4.22%)
2015	76,706 (97.34%)	131493 (97.38%)	2,094 (2.66%)	3,536 (2.62%)
2020	73,128 (72.75%)	128,770 (68.32%)	4,497 (4.47%)	6,845 (3.63%)

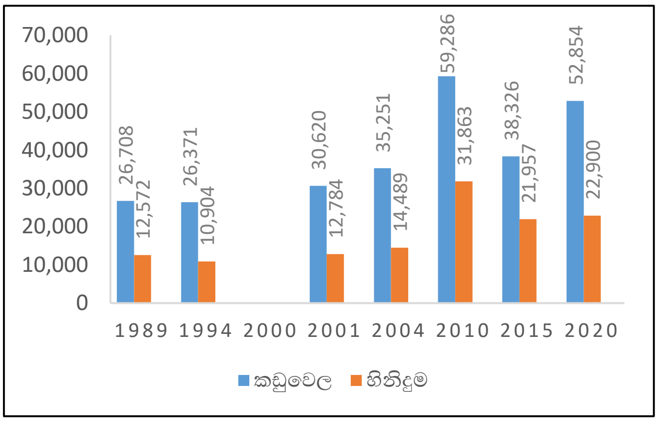
මූලාශ්‍රයඃ මැතිවරණ දෙපාර්තමේන්තුව, ශ්‍රී ලංකාව

මැතිවරණ කොට්ඨාස දෙක තුළම ඡන්ද අපතේ යාම සිදුවන අතර ඉන් ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසයන්හි ඡන්දය අපතේයාම නාගරික ප්‍රජාවට වඩා වර්ධනය වේ. මෙලෙස ඡන්දදායකයාගේ ඡන්දය අවලංගු වීමට එක් අතකින් එහි පවතින සංකීර්ණභාවය හේතු වේ. මැතිවරණය සඳහා අපේක්ෂකයන්ගේ නම සඳහන් නොවන අතර ඒ සඳහා පවතින්නේ අංක භාවිතයයි. එනිසා ඡන්දදායකයාට අංක මතක තබා ගැනීම, මුලින්ම පක්ෂයට ඡන්දය ලබාදී අනතුරුව මනාප ලකුණු කිරීම යනාදී සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකට යටත්ව ඡන්දය භාවිත කිරීමට සිදු වේ. නාගරික ජනතාවගේ අධ්‍යාපන මට්ටම යම් ආකාරයකට ග්‍රාමීය ජනයාගේ අධ්‍යාපන මට්ටමට වඩා ඉහළය.

ග්‍රාමීය ජනතාවගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාවද අවම මට්ටමක පවතී. එනිසා මැතිවරණයේදී ඡන්ද අපතේ යන ප්‍රමාණය සැලකුවහොත් එය නාගරික ජනතාවට සාපේක්ෂව ග්‍රාමීය ජනතාවගේ වර්ධනයක් දැකිය හැකිය. මැතිවරණවලින් හෙළිවන තවත් කාරණාවක් වන්නේ නාගරික මැතිවරණ කොට්ඨාසවලට වඩා ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසයක, ඡන්දය භාවිත නොකරන ප්‍රමාණය අවම මට්ටමක පැවතීමය. එනම් කුමන හෝ කාරණාවක් මත ග්‍රාමීය ජනතාව තම ඡන්දය ප්‍රකාශ කිරීමට උත්සාහ කරයි.

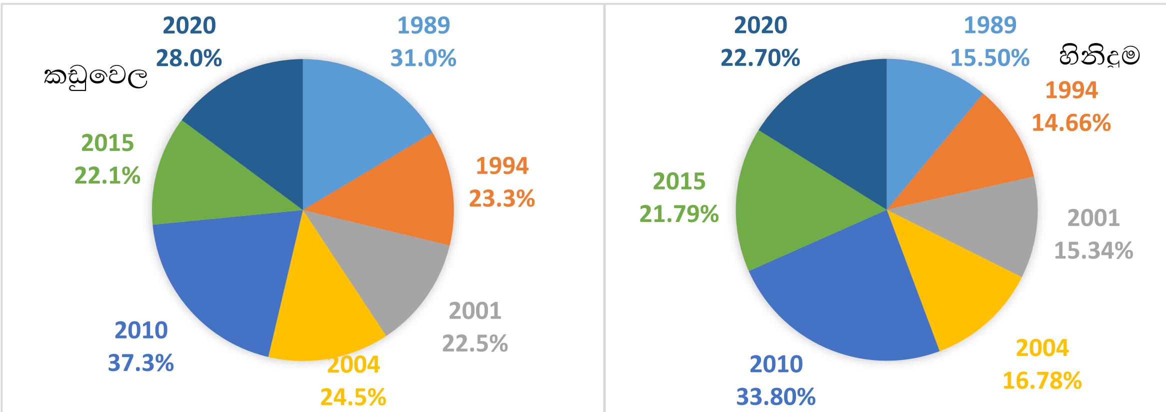
වගු අංක 05. 1989 -2020 දක්වා මහමැතිවරණවල නාගරික හා ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසවල භාවිත නොකරන ලද ඡන්ද සංඛ්‍යාව

වර්ෂය	ඡන්දය භාවිතා නොකරන සංඛ්‍යාව	
	හිනිදුම	කඩුවෙල
1989	12,572 (15.5%)	26,708 (31%)
1994	10,904 (14.66%)	26,371 (23.3%)
2001	12,784 (15.34%)	30,620 (22.5%)
2004	14,489 (16.78%)	35,251 (24.5%)
2010	31,863 (33.8%)	59,286 (37.3%)
2015	21,957 (21.79%)	38,326 (22.1%)
2020	22,900 (22.7%)	52,854 (28%)



මූලාශ්‍රය : මැතිවරණ දෙපාර්තමේන්තුව, ශ්‍රී ලංකාව

රූප සටහන 03. භාවිත නොකරන ලද ඡන්ද සංඛ්‍යාව (ප්‍රමාණාත්මකව)



රූප සටහන 04. භාවිත නොකරන ලද ඡන්ද සංඛ්‍යාව (ප්‍රතිශතාත්මකව)

නාගරික ප්‍රදේශයන්හි 22% සිට 37%ක් දක්වා වූ ඡන්ද ප්‍රතිශතයක් භාවිත නොකරන ඡන්ද වන අතර, ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්හි එය 14% සිට 33% දක්වා වර්ධනය වී ඇත. එහෙත් ඡන්දය භාවිත නොකිරීම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලට වඩා නාගරික ප්‍රදේශයන්හි බහුලව දැකිය හැකිය.

1978න් පසු ශ්‍රී ලංකාවේ පැවති සෑම මහමැතිවරණයකදීම නාගරික සහ ග්‍රාමීය ප්‍රදේශයන්හි දේශපාලන සාක්ෂරතාව අතර වෙනස්කම් පවතී. මැතිවරණවලදී ඡන්දය භාවිත නොකිරීම සහ අවලංගුවන ඡන්ද ප්‍රමාණය

වර්ධනය වීම යනු දේශපාලන සාක්ෂරතාව අවම වීමකි. එනිසා සමස්තයක් වශයෙන් මහමැතිවරණවලදී ශ්‍රී ලංකාවේ ග්‍රාමීය සහ නාගරික ප්‍රදේශයන්හි ඡන්දදායකයන්ගේ දේශපාලන සාක්ෂරතාව අවම මට්ටමක පවතී.

2.2. ශ්‍රී ලංකාවේ දේශපාලන සන්නිවේදනය

දේශපාලන සන්නිවේදනය පිළිබඳව මුල්වරට සාකච්ඡාවට යොමුවන්නේ 1980 දශකයේ මුල්භාගයේදීය. දේශපාලනය සහ සන්නිවේදනය එකිනෙකින් වෙන්කළ නොහැකි ක්‍රියාවන්ය. දේශපාලන සන්නිවේදනය පිළිබඳව විවිධ අධ්‍යයන සිදු කරන්නනෝ ආකල්ප වෙනස් වීම්, ඡන්දදායක චර්යාව, කාර්ය පද්ධති විශ්ලේෂණය, රජයේ මාධ්‍ය පෙලඹවීම්, වාරණ සහ එහි බලපෑම ආදී ක්ෂේත්‍ර ගණනාවක අධ්‍යයන කටයුතු සිදුකරති. ඩොරිස් ප්‍රේබර්ට අනුව "දේශපාලන සන්නිවේදනය රාජ්‍ය ආයතනවල සිට ජනතාව දක්වා ඉහළ සිට පහළටද, ජනතාවගේ සිට (මහජන මතයේ සිට) රාජ්‍ය ආයතන වෙත පහළ සිට ඉහළටද, රාජ්‍ය ආයතනවල සිට දේශපාලන ක්‍රියාකාරීත්වය දක්වා තිරස් අතටද ක්‍රියාත්මක වේ" (විජේතුංග, 1999: 53 පි). දේශපාලන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ ප්‍රධාන මූලබීජ තුනක් හඳුනාගත හැකිය. එනම් දේශපාලන සංවිධාන, ප්‍රේක්ෂකයන් සහ මාධ්‍යයන්ය. දේශපාලන තන්ත්‍රය තුළ වැඩි වටිනාකමක් හිමිවන්නේ සන්නිවේදනයටය. දේශපාලඥයන්, ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍ය හා පොදුජනතාව අතර තොරතුරු හුවමාරු කරගන්නා අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය දේශපාලන සන්නිවේදනය ලෙසද හඳුන්වා දිය හැකිය (විජේතුංග, 1999: 53 පි).

දේශපාලනය යන්නෙන් එක් පැත්තකින් අදහස් කරන්නේ රාජ්‍ය බලය අල්ලා ගැනීමට සිදු කරන ක්ෂණික හෝ දිගුකාලීන අරගලයකි. මන්ද යත් දේශපාලනය යනු බල අරගලයකි. එම බල අරගලය අතීතයෙත්, වර්තමානයෙත් සහ අනාගතයෙත් එසේමය. එය කිසිදිනක වෙනස් නොවේ. එම බලය පිළිබඳව තරගයේදී එම තරගය මෙහෙයවන ප්‍රධාන මෙවලම සන්නිවේදනයයි.

දේශපාලනයේ දේශපාලන පක්ෂ සහ දේශපාලන ප්‍රභූන් සිය අනන්‍යතාව තහවුරු කරගැනීමට ජනමාධ්‍ය යොදාගනී. අනෙක් අතට තමන් වටා ජනතාව ඒකරාශී කිරීමට සියලු මුද්‍රිත හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය යොදාගනියි. ජාතික හා ජාත්‍යන්තර දේශපාලනය තුළ වැඩි වටිනාකමක් සන්නිවේදනයට ලැබී තිබීම වර්තමානයේ දැකිය හැකි ප්‍රවණතාවකි. මෙම දේශපාලන සන්නිවේදනයේ මූලික සිද්ධාන්තයක් වන්නේ මහජන මතය හැසිරවීමයි. මහජන මතය යනු දේශපාලනමය වශයෙන් වැදගත් පුද්ගලයන්, ප්‍රතිපත්ති, සිදුවීම්, ආයතන වැඩසටහන් පිළිබඳව ජනතාව දක්වන ආකල්ප නැතිනම් අදහස්ය. මහජන මතය ඒකාකාරී වන්නේ නැත. එය පුද්ගලානුබද්ධ වේ. වෝල්ටන් ලිප්මාන් විසින් අමෙරිකානු ජනසමාජයේ ජනමතය පිළිබඳව ඉතා පුළුල් අධ්‍යයනයක් සිදු කරමින් පෙන්වා දෙන්නේ මෑතකාලීන ජනසමාජවල සිදු වූ කාර්මික, ආර්ථික, දේශපාලනික විප්ලවවලට වඩා පාලකයන් තුළ ස්වඡන්දතාව නැතිනම් කැමැත්ත නිර්මාණය කිරීමේ කලාව බෙහෙවින්ම වැදගත් බවයි (ජිනදාස, 2014: 172 පි). පාලකයන් සහ පාලිතයන් බවට පත්වන්නේ පුරවැසියන්ය. ආණ්ඩුකරණයේ නියලෙන්නේ පුරවැසියන්ය. ඒ නිසා මහජනතාව දේශපාලනික සත්ත්වයන් වෙති. එහෙයින් එම දේශපාලන සත්ත්වයන්ට අවශ්‍ය දේශපාලන දැනුම සම්ප්‍රේෂණය කරන ප්‍රධාන මෙවලම සන්නිවේදනය වේ. දේශපාලන සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන අංගයකි ජනමාධ්‍ය. ඒවා මුද්‍රිත, සජීවී හා විකාශන යනාදි වශයෙන් වෙන්කළ හැකිය. ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය හා පුවත්පත් මගින් ජනතාව වෙත ඉතා වේගයෙන් තොරතුරු ගලායයි. මේ හරහා දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති, දේශපාලන වැඩසටහන්, වාද විවාද, අදහස් යෝජනා, ඉල්ලීම් පමණක් නොව බලපෑම් කණ්ඩායම්වල අදහස් ජනතාව වෙත සමීප කරයි. ඒ අනුව ජනතාව විශ්වාස කරන්නේ ජනමාධ්‍ය මිස දේශපාලන නියෝජිතයන් නොවේ.

ජනමතය පිළිබඳව ජෙරමි බෙන්තම්ගේ අදහස වූයේ ව්‍යවස්ථාපිත පාලනයක් උදෙසා රජයේ සියලු අණපනත් හා තීන්දු තීරණ ජනතාවගේ සුපරීක්ෂාවට ලක්විය යුතුබවයි. අමෙරිකානු ජාතික හර්බර්ට් බ්ලූමර් *Herbert Blumers* විසින් පෙන්වා දෙන්නේ එක් මොහොතක සිදුවන යම් මහජන ගැටලුවක් සඳහා මහජනතාව සාකච්ඡා කරනු ලබන සාමූහික චර්යාව මහජන මතය වන බවයි. නමුත් සැබෑ ලෙසම මහජන මතය ගොඩනැගීමේදී රාජ්‍ය අධිකාරීය එයට බාධාකාරී විය හැකිය. ජනතාව තම අදහස් ව්‍යාප්ත කරලීමට මැලිකමක් දක්වන්නේ අනවශ්‍ය කරදරයකට තමන් පත්වේයැ'යි සිතමිනි. එහෙත් මැතිවරණ ක්‍රියාවලිය තුළ මහජන මතය ඉතාම වැදගත්ය. එය නිවැරැදිව සංවිධාන ගත නොවුණහොත් රටක් රාජ්‍යයක් වුවද විනාශ විය හැකිය. මැතිවරණ ක්‍රියාවලිය තුළ දේශපාලන පක්ෂයකට හෝ නියෝජිතයෙකු කෙරෙහි ජනතාව දක්වන පිළිගැනීම නැතිනම් කැමැත්ත ඉතා වැදගත්ය. එම කැමැත්ත, අදහස්, මතවාදය කෙරෙහි සන්නිවේදනය කෙසේ බලපාන්නේද යන්න මෙමගින් සොයාබලන ලදි.

මහජන මතය තීරණය කිරීමෙහිලා ඔවුන්ගේ දැනුම, අවබෝධය, රැකියාව, පවුල, අධ්‍යාපනය, තමන් ජීවත් වන ප්‍රදේශය, ආගම, සංස්කෘතිය බලපානු ලබයි. සක්‍රිය දේශපාලන වටපිටාවක් සහිත පවුලක එහි සිටින කුඩා දරුවන් පවා දේශපාලනය පිළිබඳව උනන්දුවක් දක්වයි. එකම දේශපාලන අදහසක් දරන දෙමාපියන් සිටින දරුවෝද එම අදහස තුළම බොහෝ විට එල්ඹ ගෙන සිටිති. ලංකාවේ "කැපුවත් කොල", "කැපුවත් නිල්" වැනි සංකල්ප බිහිව ඇත්තේ එම නිසාය. බ්‍රිතාන්‍ය යටත්විජිත යුගයේ ඉංග්‍රීසි අධ්‍යාපනය ලබාගත් උගත් ලාංකිකයන් විදේශීය අධ්‍යාපනයද ලබා ආර්ථික වශයෙන් යම් ස්ථාවරයක සිටි හෙයින් ඔවුන්ට දේශපාලන බලය දිනාගැනීමට අවශ්‍ය විය. අනතුරුව ඔවුන් ජාතික ව්‍යාපාරය ඇති කරගන්නට යෙදුණි.

මේ නිසා අධ්‍යාපනය, ආර්ථිකය යන මේවාද මහජන මතය කෙරෙහි යම් බලපෑමක් කරන බව පැහැදිලිය. දේශපාලන පක්ෂයක එක් කාර්යයක් වන්නේ විසිරී ඇති මහජන මතය ඒකරාශී කිරීමයි. නමුත් එය ප්‍රායෝගිකව සිදු කරන්නේ ජනමාධ්‍යයි. විශේෂයෙන්ම රූපවාහිනිය, සමාජ මාධ්‍ය මගින් එය සිදු කරයි. දේශපාලන වාද විවාද, විවිධ උත්සව ආවරණය කරන්නේ ජනමාධ්‍යයයි.

ඒ අනුව කිසියම් දේශපාලන පක්ෂයක් හෝ නියෝජිතයෙක් ආවරණය වන පරිදි තම අදහස් ජනතාව අතරට ගෙනයයි. රජයේ මාධ්‍ය පමණක් බලන, නැතිනම් සවන් දෙන ජනතාව සිතන්නේ එම අදහසම නිවැරැදි බවයි. අනෙක් අදහස් පිළිගන්නේ නැත.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී දේශපාලන ප්‍රවාහයක් තුළ සවිඥානික දැනුම්වත්භාවයකින් හෙබි පුරවැසියන් බිහිකිරීමෙහිලා වඩාත් වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කිරීමට ජනමාධ්‍යවලට වගකීමක් පවතී. මාධ්‍ය තුළින් විය යුත්තේ ඡන්දදායකයාට තම අදහස් ස්වාධීන ගොඩනැගීමට අවශ්‍ය තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කිරීමයි. ආණ්ඩුකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ ආණ්ඩුවේ ප්‍රතිපත්ති, ආණ්ඩුව ගමන් කරන්නේ කුමන දිශාවටද යන්න ජනතාවගේ තීරණ සකස් කිරීමෙහිලා පුද්ගලයන්ට සාමූහිකව කටයුතු කිරීමට ඇති නිදහස ජනමතය තුළ අවධාරණය කරයි. ඇතැමුන්ගේ පෞද්ගලික අදහස් පොදු මතය බවට පත්වේ. එය දැඩි අර්බුදකාරීත්වයකට මගපාදන්නකි. ශ්‍රී ලංකාවේ පසුගිය සමය තුළ කාබනික පොහොර ගැටලු, කෙරෝනා සඳහා බෙහෙත් පැනි පිළිබඳව විවිධ මාධ්‍යවලින් ජනතාවට වැරැදි අදහස් ලබාදෙමින් කටයුතු කරන ලදි. සත්‍ය වසන් කිරීමක් එක් අතකින් සිදුව තිබුණි. ඒ අනුව දේශපාලන ප්‍රවාහය තුළ බාල, තරුණ හා වැඩිහිටි සැවොම ආවරණය කරමින් ජනමාධ්‍ය තම අදහස් ඉදිරිපත් කරමින් ජනතා අදහස වෙනස් කරන ස්වභාවයක් දැකිය හැකිය.

මැතිවරණ සමය තුළ කුඩා ළමුන් මෙන්ම පාසල් නිල ඇඳුම් යොදාගනිමින් වෙළඳ දැන්වීම් පළ කිරීම, තරුණ ප්‍රජාව ආකර්ෂණය කරගනිමින් ජාතිවාදය හෝ රැකියා අර්බුද පදනම් කරගෙන විවිධ වීඩියෝ දර්ශන, අපේක්ෂකයන්ට වෙනම නිර්මාණය කරන ලද සින්දු යනාදිය නිතර නිතර ජනතාවට ඇසෙන්නට දකින්නට

සලස්වන විවිධ මාධ්‍ය පවති. එසේම පුවත්පත් මගින් දියුණු තාක්ෂණ ක්‍රම යොදාගනිමින් තරුණ තරුණියන්, කුඩා දරුවන් මෙන්ම වැඩිහිටි ප්‍රජාව ආකර්ෂණය කරගැනීම් බහුලවම දැකිය හැකිය. ඇතැම් අවස්ථාවල මාධ්‍යවල හිමිකරුවන්ද ප්‍රසිද්ධ දේශපාලනයට පිවිසීමට තම මාධ්‍ය යොදාගනි. ජනතාව ප්‍රබල අන්දමින් අන්ධානුකරණයට ලක් කරයි. ඒකාධිපතිවාදී පාලන තන්ත්‍රයක ජනමාධ්‍ය පවා යොදවන්නේ පාලකයාගේ ගුණ වර්ණනා කරමින් පාලකයන් වටා ජනතාව ඒකරාශී කිරීමටය. ජර්මනිය හා ඉතාලිය තුළ මේවා දැකිය හැකි විය. ශ්‍රී ලංකාව තුළ ඒකාධිපති පාලනයක් නොතිබුණත් බලය ලබා ගැනීමට ඕනෑම ක්‍රියාවක නියලෙන බොහෝමයක් පාලකයෝ සිටිති. ආණ්ඩුවක් බලයට පත් වූ විගස ඔවුන් හැකිතාක් දුරට කරන්නේ පවතින මාධ්‍ය ආණ්ඩුවට ඇදා ගැනීමටය. මාධ්‍යවල පවතින මධ්‍යස්ථභාවය නැති කරති. එමෙන්ම ඇතැම් දේශපාලන පක්ෂ වර්ධනය කරමින් ආගම, ජාතිය වැනි නිතරම ජනතාව උසිගැන්විය හැකි මාතෘකා ඔස්සේ විවිධ විකාශන සිදු කරමින්, ජනතාව මුලාකොට අවශ්‍ය දේශපාලන පක්ෂ දිනවීමට ඇතැම් ශ්‍රී ලාංකික විද්‍යුත්, මුද්‍රිත මාධ්‍ය හැසිරෙන අයුරු ඉතාම දුක්ඛදායකය. එමෙන්ම ෆේස්බුක්, යූ ටියුබ්, අන්තර්ජාලය හරහා මිනිසුන් ඒකරාශි කරමින් පවතින පාලනයන් කෙරෙහි අවිස්වාසය, සැකය තහවුරු කිරීමට ඇතැම්හු කටයුතු කරති. මේවා දේශපාලන වශයෙන් සංවර්ධිත නොවන තුන්වන ලෝකයේ රටක් වන ශ්‍රී ලංකාවේ මැතිවරණ ප්‍රවාහය තුළ බොහෝ සෙයින්ම දැකිමට හැකි දේවල්ය.

එමෙන්ම මැතිවරණ කාලය තුළ බොහෝ සෙයින්ම කතා බහට ලක් කරන මාතෘකාවකි දූප්පත්කම. ඒ වෙනුවෙන් විවිධ වැඩසටහන් විකාශනය කරයි. මෙහිදී අවධානය යොමු කළ යුතු තවත් කාරණාවක් ඇත. එනම් පාලකයන්ට දූප්පත්කම සිහිපත් වන්නේ මැතිවරණ සමයේදී පමණි. ඔවුන් කටුමැටි ගැසූ දූප්පත් ගෙවල් සොයාගොස් වීඩියෝපට ගෙන රූපවාහිනිය හරහා ජනතාවට විකාශනය කරයි. මේවා වැඩි වැඩියෙන් විකාශනය කරමින් පක්ෂ ජයග්‍රහණය උදෙසා කැපවන ජනමාධ්‍ය පවති.

අනෙක ප්‍රවෘත්ති විකාශයන්ට පෙර ජනතාවගේ මතය වෙනස්කරමින් සිරස්තල පූර්ව විකාශනය කරන ජනප්‍රිය රැල්ලක් ඇතිව තිබේ. ඇතැම් විට ප්‍රවෘත්තිය තුළ ඊට හාත්පසින්ම වෙනස් දෙයක් අන්තර්ගත වේ. නමුත් ආකර්ෂණීය මට්ටමින් ජනතා මතය වෙනස් කිරීමට පූර්ව ප්‍රවෘත්ති සිරස්තල සකස් කරන ඇතැම් සන්නිවේදනයන් මගින් සෑබෑ ජනමතය විකෘතිවන බව පැහැදිලිය.

විශේෂයෙන්ම මැතිවරණයක් පවතින කාලයක ජනතාවගේ දේශපාලන දැනුම වර්ධනය කිරීම උදෙසා විවිධ දේශපාලන කතිකාවත්, වැඩසටහන් පැවතිය යුතුය. එහෙත් එම වැඩසටහන් පෞද්ගලික ඕනෑ එපාකම් ඉටුකර ගැනීම සඳහා සකස් නොවූ ඒවා විය යුතුය. මැතිවරණයකදී ඡන්දය ලබාදෙන ආකාරය, ඒවායේ පවතින සංකීර්ණ ස්වභාවය, නිවරදිව ඡන්ද පත්‍රිකා හඳුනාගැනීම, ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලනයක ජනතාවගේ වගකීම හ වගකීමෙන් කටයුතු කරන ආකාරය පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සෑබෑ ජනමතය සුරකින ජනමාධ්‍යවල, සමාජ මධ්‍යවල යුතුකම විය යුතුය.

3. සමාලෝචනය

1978 ආණ්ඩුක්‍රමයට අදාළව හඳුන්වාදෙන ලද මැතිවරණ ක්‍රමය සංකීර්ණ වේ. මැතිවරණ අපේක්ෂකත්වයට ලැයිස්තු පදනම් වීම, මැතිවරණ ක්‍රමය සංකීර්ණ බැවින් ඇතැම් සාමාන්‍ය ජනයාට එය අවබෝධ කරගැනීමට නොහැකි වීම, මැතිවරණ පිළිබඳව විශ්වාසයක් නොමැති වීම, ඇතැම් විට තම සුබ විහරණයට පමණක් ඡන්දය ලබාදීම, දේශපාලන පක්ෂවල න්‍යාය පත්‍රයට නතු වී ඡන්දය ලබාදීමට කටයුතු කිරීම යනාදී කරුණු කාරණා හේතුකොටගෙන නිවැරැදි අවබෝධයකින් තොරව, වර්ගවාදී, ආගම්වාදී, ජාතිවාදී, භාෂාවාදී න්‍යාය පත්‍රයන්වලට

ඡන්දය ලබාදීමට බොහෝ දෙනෙකු සැදී පැහැදි ඇත්තේ පවතින දේශපාලන සාක්ෂරතාව අවම නිසාය. දේශපාලන සන්නිවේදනය තුළින් පවා පොදු මහජන මතය වෙනස් කරමින් යථාර්ථය යටපත් කරන ඇතැම් මාධ්‍යයන්වල හැසිරීම මේ සඳහා බලපා තිබේ. මෙම තත්ත්වය බොහෝ සෙයින්ම ග්‍රාමීය මැතිවරණ කොට්ඨාසවල දැකීමට පුළුවන. 2020 මැතිවරණය තුළ ජනමාධ්‍යවල බලපෑම, පන්සල් කේන්ද්‍රීය කරගනිමින් සිදුකළ දේශපාලන ප්‍රචාරක කටයුතුවලට බොහෝ සෙයින්ම මිනිසුන් රැවටීම මගින් අන්ධානුකරණයට ජනයා නතුවීම සිදු විය. ඒ සදහා ජනමාධ්‍ය, පුවත්පත් බොහෝ සෙයින්ම තම සන්නිවේදන පහසුකම් සැලසූ බව පැහැදිලිය. එහෙත් නාගරික මැතිවරණ කොට්ඨාසද මෙම වෙනසට බඳුන් වුවත් එය ග්‍රාමීය තත්ත්වය තරම් ප්‍රබල ලෙස ගොදුරු නොවේ. කෙසේ වෙතත් මැතිවරණවලදී මිනිසාගේ තාර්කිකත්වය බිඳ දමමින්, වාර්ගිකත්වය, ආගම්වාදය මත යැපෙන සමාජයක් තුළ 1978න් පසු ක්‍රියාත්මක වන මහමැතිවරණවලදී ග්‍රාමීය සහ නාගරික මට්ටමින් දේශපාලන සාක්ෂරතාව අඩු වීම කෙරෙහි මැතිවරණයේ සංකීර්ණභාවය, අධ්‍යාපන සාක්ෂරතාව අවම වීම සහ සමාජ අවබෝධය අඩු වීම යනාදි කරුණු බලපා තිබෙන බවත්, විශේෂයෙන්ම දේශපාලනික වශයෙන් ජනතා මතය වෙනස් කිරීමට මැතිවරණ කාලසීමාවන්හිදී ශ්‍රී ලාංකික විද්‍යුත් සහ මුද්‍රිත මාධ්‍ය, සමාජ මාධ්‍ය කටයුතු කරන බවත්, ඒ අනුව ශ්‍රී ලාංකේය දේශපාලන සාක්ෂරතාව කෙරෙහි දේශපාලන සන්නිවේදනයේ ප්‍රබල බලපෑමක් පවතින බව නිගමනය කළ හැකිය.

තුන්වන ලෝකයේ රාජ්‍යයන්වල පොදුවේ දේශපාලන සංවර්ධනය, අවබෝධය සහ දැනුම අවම මට්ටමක පැවතියත් ශ්‍රී ලංකාව තුළ දේශපාලන සාක්ෂරතාව සහ දේශපාලන සන්නිවේදනය වර්ධනය කිරීමට යම් යම් ක්‍රියාමාර්ග අනුගමනය කිරීමට පුළුවන. මැතිවරණ පිළිබඳව පුළුල් කතිකාවතක් රට තුළ ඇති කළ යුතුය. දේශපාලනය පිළිබඳව උනන්දුවක් පෙරට වඩා පවතින මෙම කාල වකවානුව තුළ ඒ පිළිබඳ නිවැරැදි අවබෝධයක් පුරවැසියන්ට ලබා දිය හැකිනම් එය ඉතා වැදගත්ය.

මැතිවරණ ඉල්ලා ජනතාව හඬ අවදි කරන මෙම කාල පරිච්ඡේදයේ ඔවුන්ගේ දේශපාලන දැනුම, අවබෝධය වර්ධනය වෙමින් පවති. පාසල් අවධිය තුළදීම සාක්ෂරතාව වර්ධනය කළ යුතුය. නිදහස අයිතිවාසිකම්, යහපාලනය, නීතියේ ආධිපත්‍ය යනාදි සංකල්ප පිළිබඳ දැනුමක් පාසල් අවධියේ විධිමත් පරිදි ලබා දීමට ප්‍රතිපත්ති සකස් කළ යුතුය. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය සුරකීමට හැකි වන්නේ මැතිවරණ මගින් බවත්, එනිසා එය නිවැරැදිව භාවිත කිරීමට වගබලා ගත යුතු බවට ඔවුන්ගේ මනස යම් ප්‍රමාණයකට සකස් කිරීමට උනන්දු විය යුතුය. නියෝජන ක්‍රමයේ පවතින සංකීර්ණ ස්වභාවය ලිහිල් කිරීමටත්, ඕනෑම පුද්ගලයෙකුට පහසුවෙන් තම ඡන්දය භාවිත කිරීමට හැකි පරිදි සරල නියෝජනයකට මෙම නියෝජනය ගෙනයාමට කටයුතු කිරීම ඉතා වැදගත්ය. අනෙක ශ්‍රී ලංකාවේ සෑම ජනකොටසකටම නිවැරැදි තොරතුරු දැනගැනීමේ අයිතිය ප්‍රායෝගික යථාර්ථයක් කළ යුතුය. උදෑසනම අවදවන ජනතාව අසන බණ නාලිකාවේ සිට සියලුම නාලිකා පිළිබඳව පසුවිපරමක් සිදු කිරීම වඩාත් වැදගත්ය. එසේම ජනමාධ්‍ය පිළිබඳව පමණක් නොව පුවත්පත් යනාදී මුද්‍රිත මාධ්‍ය, එසේම සමාජ මාධ්‍ය යනාදී කුමන හෝ ආකාරයෙන් වැරදි මත, මහජන මත විකෘති කරන වැඩසටහන්, කිසියම් දේශපාලන පක්ෂයක් හෝ අපේක්ෂකයෙක් ප්‍රවර්ධනය කරනු ලබන සන්නිවේදන ආයතනවලට එරෙහිව දැඩි නීතිමය පියවර ගත යුතුය.

පරිශීලිත මූලාශ්‍රය

කරුණානායක, එන්., (2000). ***ජන සන්නිවේදනය ලිපි සමුච්චයල*** දිවුලපිටිය: සරස්වතී ප්‍රකාශන.

ජිනදාස, එම්.කේ., (2009), ***සන්නිවේදන අධ්‍යයනය***, කොළඹ: ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ,

පිනදාස, එම්.කේ. (2014). ***නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය හා විචාර අධ්‍යයනය,*** මැදමහනුවර: සංස්කෘතික සන්නිවේදන පර්යේෂණ මධ්‍යස්ථානය.

දේශපාලන විද්‍යාවේ මූලිකාංග 1, (2007). රත්මලාන: අධ්‍යාපන දෙපාර්තමේන්තුවේ ප්‍රකාශනයකි.

විතානවසම්, අතුළ. (2007). ***ශ්‍රී ලංකාවේ ආණ්ඩුක්‍රමය සහ දේශපාලනය,*** මහරගම: තරංජී ප්‍රින්ටර්ස්.

සිරිසේන, එච්., (1999). ***ශ්‍රී ලංකාවේ අධ්‍යාපන ප්‍රතිපත්ති පරමාර්ථ හා අරමුණු,*** කොළඹ 10: කර්තෘ ප්‍රකාශනයකි.

හඳරාගම, එස්., (2013). ***දේශපාලන සමාජ විද්‍යාව,*** කොළඹ: සමීර ප්‍රකාශන.
හේරත්, ටී.එන්., (2009). ***අධ්‍යාපනය,*** නුගේගොඩ: කර්තෘ ප්‍රකාශනයකි.

Ball" A.R., (1994), ***Modern Politics and Government***" London, Macmillan Press Ltd.

De Silva" K.M., ^1993**&¡** ***Sri Lanka: Problems of Governance,*** New Delhi" Konarak Publishers PVT LTD.

Hague, R. & Harrop, M., (1994), ***Comparative Government and Politics***, London, Macmillan Press Ltd.

Wilson, A.J., (1979). ***Political in Sri Lanka***, New York, The Macmillan Press LTD.

Woodward, C., (1969). ***The Growth of a Party System in Ceylon:*** Providence, Brown University Press.

Wriggins. H.W., (1960). **Ceylon (*Dilem mas of a New Nation***, New Jersey, Princeton University Press.