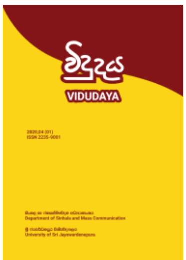

විදුදය

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

2024, 03 (02): 01-09

ISSN: 3051-5424

Journal homepage: https://journals.sjp.ac.lk/index.php/vidudaya

දේශීය පොදු ජනමතය හා ජනමාධ්‍ය

සේනානි හරිස්චන්ද්‍ර

සිංහල හා ජනසන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය
ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
senani@sjp.ac.lk

Abstract

The concept of public opinion has been the subject of extensive academic debate, with its origins and development tracing back through a long and complex historical trajectory. Formal studies and scholarly inquiries into public opinion are predominantly rooted in the intellectual traditions of the Western world. However, even within these traditions, a definitive consensus on its precise definition and scope remains elusive. This lack of agreement may be attributed to the diverse disciplinary approaches that attempt to interpret the nature and function of public opinion. Despite this, it is unequivocally clear that in societies governed by democratic systems, public opinion commands significant attention and recognition. The principal reason for this lies in the potential of public opinion to influence decision-making processes by rulers and governing institutions. Moreover, in modern democratic societies, there exists an inextricable connection between public opinion and mass media. The functional power and capacity of mass media to organize, empower, and manipulate public opinion are particularly salient in this context. Additionally, the influence of technological advancements on mass media, coupled with the commercial transformations within the media industry, has the potential to generate various implications for public opinion. A foundational scholarly understanding of these dynamics is therefore both necessary and expected.

Key words: Public opinion, mass media, democracy, politics

1. හැඳින්වීම

කිසියම් මාතෘකාවක්, තේමාවක්, හෝ කරුණක් පිළිබඳ සමාජයේ සැලකිය යුතු කොටසක් විසින් ප්‍රකාශිත පුද්ගල මත, ආකල්ප සහ විශ්වාසයන්ගේ එකතුවක් 'පොදුජන මතය' යන්නෙන් අදහස් කෙරේ. පොදුජන මතය සාමාන්‍යයෙන් සලකනු ලබන්නේ මහජනතාවගේ මතය ලෙසයි. එහෙත් 'පොදුජනයා' යන්න කිසි විටෙකත් නිශ්චිත පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාවක් හෝ පිරිසක් නියෝජනය නොකරයි. එමගින් අදහස් කෙරෙන්නේ අවධානයට ලක් වන කිසියම් වාද විෂයයන් පිළිබඳ සමාජය තුළ සමාන ආකාරයේ මත හා අදහස් දරන්නාවූ, පොදු ලැදියාවන් *(common interest)* ඇත්තාවූ පිරිසකි. එය විශේෂඥ මතයක් හෝ යම් පිරිසකගේ තත්ත්වය හා තරාතිරම පෙන්නුම් කරන්නක් නොවන අතර පොදුවේ සැලකිල්ල යොමු වන කවර හෝ වාද විෂයයක් පිළිබඳ කිසියම් ජන කණ්ඩායමක හෝ කණ්ඩායම් කිහිපයක අවධානයට පාත්‍ර වූ සංවිධානාත්මක මතයකි. ඒ අනුව 'පොදුජන මතය යනු මත පිළිබඳ වූවක් මිස සත්‍ය පිළිබඳ ප්‍රකාශනයක් නොවේ. එය ජනතාව වෙන්ව දක්වන්නාවූ මතයක් හෝ ඇගයුම් විනිශ්චයකි' (Ginneken, 2003, pp.8, 9).

පොදුජන මතය නිර්මාණය වීම ස්වයංක්‍රීයව සිදු නොවන්නක් වන අතර ඒ සඳහා නිශ්චිත ක්‍රමවේදයක්ද දැකිය හැකි නොවේ. එය අතිශය සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. පොදු ජනතාවගේ අවධානයට ලක් වන විවිධ වාද විෂයයන් විටින් විට සමාජය තුළ ඉස්මතු වීම සාමාන්‍ය තත්ත්වයකි. ඒ සමඟ විවිධ සමාජ කණ්ඩායම් ඒවා පිළිබඳ ඔවුන්ගේ අදහස් හා මත ඉදිරිපත් කිරීමට පෙලඹේ. මේ ආකාරයට ජනතාව අතර ආරම්භ වන නොයෙකුත් සංවාද, සාකච්ඡා, වාද-විවාද, විශේෂඥ මත දැක්වීම් ආදිය මගින් ජනනය වන තොරතුරු, කථනය හා ලේඛනය ආශ්‍රිත විවිධ සන්නිවේදන විධික්‍රම මාර්ගයෙන් සමාජය තුළ ව්‍යාප්ත වන්නට පටන් ගනී. මෙසේ විසරණය වන තොරතුරු තම තමන් දරන මත හා සමපාත වන කල ඔවුන් එම මතවලට ඍජුව හෝ වක්‍රව සහය දැක්වීමට ඉදිරිපත් වේ. මේවා අතුරින් ඇතැම් වාද විෂයයන් වෙත වැඩි පිරිසකගේ අවධානය හා සහයෝගය හිමිවීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස, ඒවා පොදුජන මතය ලෙස ඉස්මතු වන අතර සමාජය තුළ කැපී පෙනේ.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී දේශපාලනයේදී *(democratic politics)* පොදුජන මතයට විශේෂ වැදගත්කමක් හිමිවේ. මන්ද යත්, එහිදී වැඩිදෙනාගේ කැමැත්ත අනුව පාලකයා හෝ පාලන තන්ත්‍රය තෝරා පත් කෙරෙන බැවිනි. ඒ අනුව පොදුජන මතය තීරක බලවේගය බවට පත් වේ. මේ අනුව 'වැඩි දෙනාගේ කැමැත්ත නැතහොත් ඡන්දය' ලබා ගැනීමේ කාර්යයේදී ජනමතය සංවිධානය කිරීම හා සිය දේශපාලන ප්‍රතිපත්ති වෙත ජනතාව පොලඹවා ගැනීම අනිවාර්ය වූවකි. මෙය නිශ්චිත ලෙසම සන්නිවේදනය පාදක කරගත් ක්‍රියාවලියක් ලෙස සලකනු ලබන්නේ එහෙයිනි. අතීතයේදී මෙන් නොව, විශාල ජනගහනයක් සහිත නූතන සමාජයන්හි මෙම සන්නිවේදන ගනුදෙනුව ජනමාධ්‍ය පාදකව සිදු කළ යුතුවීම නොවැළැක්විය හැකි තත්ත්වයක් බවට පත්ව තිබේ. එහෙයින්, පොදුජන මතය හා ජනමාධ්‍ය අතර පවත්නා සම්බන්ධතාව මෙවන් සන්දර්භයක් තුළ ශාස්ත්‍රීය වශයෙන් විමර්ශනයට ලක් කිරීම අතිශය ප්‍රයෝජනවත් විය හැකිය.

2. සාකච්ඡාව

2.1. පොදුජන මතය

ඉතා ඈත අතීතයේ සිටම පොදුජන මතය සම්බන්ධයෙන් ඉහළ සැලකිල්ලක් දැක්වීමට මිනිසා පෙලඹී ඇති බවට සාක්ෂි විරල නොවේ. විශේෂයෙන් බටහිර ලෝකයේ මෙකී පොදුජන මතය පිළිබඳ අවධානය ග්‍රීක-රෝම යුගය දක්වා විහිදී යයි. *Dictionary of media and communication* සඳහන් කරන්නේ ග්‍රීසියේ රාජ්‍ය කටයුතු සම්බන්ධයෙන් සාකච්ඡා කිරීම සඳහා ජනයා රැස් වී යයි සැලකෙන 'ඇගෝරා' *(Aggora)* නම් පොදු ස්ථානය එහි මූලාරම්භය ලෙස සැලකිය හැකි බවයි. එසේ ඇරඹෙන පොදුජන මතය පිළිබඳ සංකල්පයේ විකාශය පසු කාලීන වශයෙන් ප්‍රධාන යුග තුනකට බෙදා දැක්විය හැකි බවද එහි සඳහන් වෙයි. ඉන් පළමුවැනි යුගය සනිටුහන් වන්නේ දහඅට වන සියවසේ මැද භාගයේ ප්‍රංශයේ 'සැලොන්' *(salon)* ලෙස හැඳින්වුණු ප්‍රභූ රැස්වීම් ශාලා සහ එංගලන්තයේ ලන්ඩන් නුවර 'කෝපි සැල්' ආශ්‍රිතවයි. ඒවාට එක් රැස් වන වංශවතුන් හා බුද්ධිමතුන්ගේ සල්ලාපයන්, එකල පොදුජන මතය කෙරේ මහත් බලපෑමක් සිදුකළ බව පිළිගැනේ. දහනමවන සියවසේ මැද භාගයේදී සිදුවූ පුවත්පත් මාධ්‍යයේ කැපී පෙනෙන ව්‍යාප්තිය සහ දේශපාලන පක්ෂ නිර්මාණ වීම පොදුජන මතය ගොඩ නැංවීම කෙරේ දැඩි බලපෑමක් ඇති කර තිබේ. දෙවැනි යුගය තුළ සිදුවූ සුවිශේෂ වෙනස්කම් අතර මෙකී සාධක කැපී පෙනේ. තෙවැනි යුගයේ මුඛ්‍යතම සාධකය ලෙස සැලකෙන්නේ ගුවන් විදුලිය වැනි නූතන (විද්‍යුත්) මාධ්‍යයන්හි ආගමනයයි. එහිදී මාධ්‍ය තාක්ෂණය කාර්යක්ෂම ලෙස භාවිතයට ගනිමින් 'ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රය' මත ඇති කරන ලද බලපෑම, පොදුජන මතය සම්බන්ධයෙන්ද ඒ ආකාරයෙන්ම බලපා තිබේ (Watson and Hill, 2000, pp.254–255).

මහාචාර්ය පෝල් ඒ. පල්මර්ගේ (*Paul A. Palmer)* මතය උපුටා දක්වමින්, කලක් *Public Opinion Quarterly* නමැති ශාස්ත්‍රීය සඟරාවෙහි සංස්කාරකවරයාව සිටි හාර්වුඩ් එල්. චයිල්ඩ්ස් (*Harwood L. Childs)* පෙන්වා දෙන්නේ දහඅට වන සියවසට පෙර 'පොදුජන මතය' යන යෙදුමේ නිශ්චිත සැකැස්මක් නොතිබුණු බවයි. එසේම දහනම වන සියවස දක්වාම එම යෙදුම හා සම්බන්ධ නිශ්චිත අර්ථ සංග්‍රහ කිරීමක් දක්නට නොලැබෙන බව ඔහු පෙන්වා දෙයි. එපමණක් නොව හෙතෙම තවදුරටත් දක්වා සිටින්නේ සම්භාව්‍ය යුගයේ මුල් භාගයේදී ප්ලේටෝ, ඇරිස්ටෝටල් සහ අනෙකුත් අය 'පොදුජන මතය' යන යෙදුම භාවිතයට ගෙන ඇත්තේ සැබවින්ම එහි නූතන අර්ථයෙන් නොවන බවයි (Childs, 1965, p.26). මේ අනුව පැහැදිලි වන්නේ බටහිර ලෝකයේ පවා අතීතයේ සිටම පොදුජන මතය හා එහි ස්වභාවය පිළිබඳව නිසි එකඟතාවක් නොපැවතීමයි.

විසිවන සියවසේ මුල් භාගයේදී එනම්, 1920 ගණන්වලදී පොදුජන මතය පිළිබඳ ප්‍රතිමාන මූලික සිද්ධාන්ත අභිභවා වඩාත් ආනුභවික ස්වභාවයක් ගත් සිද්ධාන්ත ගොඩනැංවීමට ගත් උත්සාහයක් දක්නට තිබුණි. ජනමතය පිළිබඳ මුල්වරට ඉතා පුළුල් ආකාරයේ මතවාදයක් ඉදිරිපත් කළ තැනැත්තෙක් ලෙස ජනමාධ්‍යවේදියෙකු මෙන්ම

දේශපාලන විචාරකයෙකු වූ වෝල්ටර් ලිප්මාන් *(Walter Lippmann)* සැලකිය හැකිය. ඔහු තර්ක කර සිටියේ සාමාන්‍ය ජනයාට ඔවුන්ගේ 'හිස් කුහර' තුළ (පොදුජන මතය වැනි) අතිශය සංකීර්ණ සමාජ ලෝකයක් පිළිබඳ ඵලදායී රූපයක් ගොඩනගා ගැනීම *(form useful pictures in their heads of an increasingly complex social world)* කළ නොහැක්කක් බවයි. ඒ අනුව ලිප්මාන්ගේ නිගමනය වූයේ වඩාත් යහපත් පාලනයක් තහවුරු කිරීම සඳහා ජනහිතකාමී (රාජ්‍ය) තාන්ත්‍රිකයෙකු ජනතාව වෙනුවෙන් බලය මෙහෙය විය යුතු බවයි. එහෙත් ලිප්මාන්ගේ මතය අභියෝගයට ලක් කළ උපයෝගිතා දාර්ශනිකයෙකු වූ ජෝන් ඩූයිගේ (*John Dewey)* තර්කය වූයේ ජනතාව ක්‍රමානුකූලව දැනුම්වත් කිරීම මගින් පොදුජන මතය සමාජයට වැඩදායි බලවේගයක් බවට පත් කළ හැකි බවයි (Littlejohn and Foss, 2009, p.810).

කවර සමාජයක වුව පොදුජන මතය නිර්මාණය වීමේ ක්‍රියාවලියට දායක විය හැකි ඍජු හා වක්‍ර මෙන්ම විධිමත් හා අවිධිමත් ක්‍රියාවලි ගණනාවක් දැකිය හැකි වේ. පවුල, සමිති සමාගම්, ජනමත නායකයන්, වෘත්තීය සංවිධාන, දේශපාලන පක්ෂ වැනි සාධක ඊට කැපී පෙනෙන උපස්ථම්භනයක් ලබා දෙන්නා වූ අනුග්‍රාහකයන් ලෙස සැලකිය හැකිය. එසේම, ජනහමු සහ රැස්වීම් දේශපාලන සාහිත්‍ය, පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, සිනමාව ආදියද මීට මහත් රුකුලක් ලබා දෙයි.

> '... පොදුජන මතය තක්සේරු කිරීමේදී ප්‍රකට විධික්‍රම ඉක්මවා ජනතාවගේ මතය දැනගත හැකි සියලු 'ස්ථාන' (එනම්) රූපවාහිනී වැඩසටහන් පිටපත්, දේශපාලන රැස්වීම්, නගර රැස්වීම් හෝ නගර සභා රැස්වීම්, ප්‍රවෘත්ති කලාවේ අලංකාරෝක්තීන්, කෝපි කඩ හෝ අසල්වැසි සමාජ ශාලා ආදියෙහි නිතර ගැවසෙන්නන්ගේ සංවාද සහ යමෙක් ගුවන් විදුලි සංවාද හෝ අන්තර්ජාලයේ නරඹන දේශපාලන සාකච්ඡා පවා එහිදී වැදගත් වේ' (Glynn, 1999, p.3).

ඉහත ප්‍රකාශයෙන්ද ගම්‍ය කෙරෙනුයේ ජනමතය නිර්මාණය කෙරේ දායක විය හැකි විවිධාකාර මූලාශ්‍රය ඇති බව හා ඒ සම්බන්ධ යථා අවබෝධයක් ලැබීමට නම් එකී තත්ත්වයන් පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමේ අවශ්‍යතාවයි. ජනමතයට අදාළ වන්නා වූ මේ ආකාරයේ විවිධ මතවාදී සම්මාදම් ඉතිහාසය පුරා එමට දැකිය හැකි වෙයි.

ග්‍රේ *(Gray)* (2005, p.66) ඉතා පැහැදිලිව දක්වා ඇති පරිදි 'පොදුමතය පිළිබඳව සාකච්ඡා කිරීමේදී ඇති මූලික ගැටලුව නම් ප්‍රායෝගික නිර්වචනයක් හඳුනා ගැනීමයි.' පොදුජන මතය පිළිබඳව විවිධ ක්ෂේත්‍රයන්හි අවධානය යොමුව තිබීම එය නිවැරදි හා නිශ්චිත ලෙස අර්ථකථනය කර ගැනීමේ කාර්ය වඩාත් දුෂ්කර හා සංකීර්ණ බවට පත් කර තිබේ. පර්යේෂණ, දේශපාලන, මානව සමාජ චර්යා, අලෙවිකරණ ආදී විවිධ ක්ෂේත්‍රවල විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනයන් සඳහා මෙන්ම අන්‍යාකාරයේ විමර්ශනයන් සඳහා මෙම සංකල්පය භාවිතයට ගැනීමෙන් ඒ බව වඩාත් තහවුරු වේ. කෙසේ වෙතත් මෙසේ පොදු නිර්වචනයකට එළඹීමේ දුෂ්කරතාව හේතුවෙන් පොදුජන මතය පිළිබඳ අධ්‍යයනය හා අවධානය යොමු කිරීම ශාස්ත්‍රීය හා ව්‍යවහාරික වශයෙන් නිරර්ථක වූවක් යයි කිසිදු අයුරකින් අදහස් නොකෙරේ.

2.2. පොදුජන මතය හා ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලන ක්‍රමයක් සහිත රාජ්‍යයන්හි පොදුජන මතය සුවිශේෂ වැදගත්කමක් දරයි. එය කාලීන වැදගත්කමක් සහිත වාද විෂයයන් පිළිබඳ ජනතාව දරන මතය ප්‍රකාශිතව ඉදිරිපත් කිරීමට අවශ්‍ය මූලික පදනම සකස් කරනු ලබයි. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රාජ්‍යයන්හි බලාධිකාරය පොදුජන මතයට ගෞරව දැක්වීම හා ඒ පිළිබඳව විශේෂ සැලකිල්ලක් යොමු කිරීම සාමාන්‍ය ස්වභාවයයි. මෙවැනි සමාජයක් තුළ වගකිවයුතු පුරවැසියන් වශයෙන් රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සැලසුම්කරණයේදී මෙන්ම ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී වඩාත් සක්‍රිය හා ඵලදායී දායකත්වයක් සැපයීම සඳහා ප්‍රජාවට හිමි වන ඉඩ ප්‍රස්තාව අතිශය වැදගත් වූවකි. එහෙත් ප්‍රජාතන්ත්‍රීය පරිසරයක පොදුජන මතය අර්ථවත් ලෙස ක්‍රියාත්මක වීමට නම් පොදු ජනතාවට සිය මතය ප්‍රකාශ කිරීමට ප්‍රමාණවත් අවස්ථාවන් හා යෝග්‍ය යාන්ත්‍රණයක් සකස්ව තිබීම අත්‍යවශ්‍යය.

අප ජීවත් වන්නේ ගෝලීය ප්‍රවණතාවන් සැමටම බලපාන්නාවූ ලෝකයක වන අතර එහිදී පොදුජන මතය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලනයන් මුවහත් කරන්නාවූ මුඛ්‍යාංගයන් අතර පවතින්නක් බව පෙනෙන්නට තිබේ (Habamas, Foster, Lippmaan in Carballo and Hjelmar, 2008, p.1). දේශපාලන විද්‍යාඥයන්ගේ දෘෂ්ටියට අනුව රජයේ ප්‍රතිපත්ති නිර්මාණ කාර්යයේලා පොදුජන මතයේ දායකත්වය විශේෂ වැදගත්කමක් දරයි. එසේම සමහර දේශපාලන විද්‍යාඥයන් විශ්වාස කරන්නේ පොදුජන මතය යන්න 'ජාතික අභිප්‍රාය' *(national will)* හා සමාන වූවක් බවයි. පොදුජන මතය සාමාන්‍යයෙන් සලකනු ලබන්නේ මහජනයාගේ මතය ලෙසයි. එය මහජනතාවගේ හඬ ලෙස සැලකෙන නිසාම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයන්හි පොදුජන මතයට ලැබෙන්නේ ඉහළ වටිනාකමකි.

පොදුජන මතය රජයේ ප්‍රතිපත්ති සැකසීම, පරිපාලනය, කළමනාකරණය සහ ඇගයීම සම්බන්ධයෙන් විභවයක් සහිත වැදගත් මාර්ගෝපදේශයකි. පාලනය යහපත් ලෙස හෝ ප්‍රමාණවත් ලෙස ක්‍රියාත්මක වීමට නම්, පොදුජනතාවට අවශ්‍ය දේ සහ ඔවුන්ට රජයෙන් ලැබෙන දේ සම්බන්ධයෙන් ඔවුන් කොතරම් තෘප්තිමත්ද යන්න පිළිබඳ තොරතුරු ලැබී තිබීම වැදගත් වේ (Bennett, 2018, p.7). පාලක - පාලිත දෙපාර්ශ්වය අතර වඩාත් අර්ථවත් වූ සම්බන්ධතාවක් ගොඩ නැගීමටත්, එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස රටවැසියාගේ අභිමතය පරිදි යහපත් ජීවන පරිසරයක් නිර්මාණය කර ගැනීමටත් පොදුජන මතය යොදා ගැනීමේ ශක්‍යතාව මෙහිදී කැපී පෙනේ.

එහෙත් ඒකාධිපති සමාජයක පොදුජන මතය පැන නගින්නේ ගැටලු සාකච්ඡා කරන්නාවූ පුද්ගල හඬවල් ලෙස නොවේ. එහිදී විශේෂිත වාද විෂයයන් පිළිබඳව ඔවුන් සිතිය යුතු ආකාරය ඉහළින් (එනම්) රජය විසින් සකස් කර පසුව ජනතාව වෙත ලබා දීම සිදු කරයි (McKee, 2005, p. 8) ඒ අනුව ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලන තන්ත්‍රයක පොදුජන මතය ඉස්මතු වීමට ඇත්තේ අඩු ඉඩ ප්‍රස්තාවකි. එපමණක් නොව, පුරවැසියන් ලෙස සිය අවශ්‍යතා බලාධිකාරය වෙත ඉදිරිපත් කිරීමට, ඒ සම්බන්ධයෙන් ඔවුන්ගේ අවධානය යොමු කිරීම හා ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේලා දායක වීමට, ජනමතය භාවිත කිරීමේ හැකියාවක් එකී සන්දර්භයක් තුළ දෘශ්‍යමාන නොවේ.

අනෙක් අතට සමාජ විද්‍යාඥයන් විශ්වාස කරන්නේ පොදුජන මතය සමාජ අන්තර් ක්‍රියාවේ සහ සන්නිවේදනයේ ප්‍රතිඵලයක් බවයි. එම මතයට අනුව යම් වාද විෂයයක් සම්බන්ධයෙන් එකිනෙකා සමග සිදු කෙරෙන පොදු සන්නිවේදනයකින් පරිබාහිරව පොදුජන මතයේ ගොඩනැගීමක් හෝ පැවතීමක් තිබිය හැකි නොවේ. මේ අනුව තනි තනි පුද්ගලයන් අතර සමාන ආකාරයේ මත පැවතියද කිසියම් මාධ්‍යයක් මගින් එය අන් අය වෙත සන්නිවේදනය නොකෙරෙන තාක් කල් පොදුජන මතයක් සංස්ථාපනය නොවේ. මෙම ක්‍රියාවලියට ජනමාධ්‍ය මැදිහත් වන්නේ එම අවශ්‍යතාව සපුරාලන ප්‍රධාන උපකාරක බලවේගයක් ලෙසයි. වත්මන් සමාජයෙහි තොරතුරු බෙදාහැරීමේ හා පොදුජනතාව දැනුම්වත් කිරීමේ කාර්ය ප්‍රධාන වශයෙන් රඳා පවතින්නේ ජනමාධ්‍ය මතයි.

2.3. පොදුජන මතය හා ජනමාධ්‍ය

නූතන සමාජය හුදෙක් තොරතුරු හා සන්නිවේදනය මත පදනම් වූවකි. යමෙකුගේ භාවමය හා චර්යාමය ක්‍රියාකාරකම් සකස් විය යුත්තේ කෙසේද යන්න තීරණය කරන ප්‍රමුඛ සාධකයක් බවට මේ වන විට ජනමාධ්‍ය පත්ව තිබේ. ඒ නිසාම මෙම ක්‍රියාපටිපාටිය තුළ ජනමාධ්‍ය සතු භූමිකාව සුවිශේෂ වැදගත්කමක් දරයි. එමෙන්ම බොහෝ සංවේදී සිද්ධි, කාරණා හා විෂයයන් සම්බන්ධයෙන් තීරණවලට එළැඹීමේදී ජනතාවගේ ආකල්ප හා චර්යාවන් මත බලපෑම් කිරීමේ විභවයක් ජනමාධ්‍ය සතු වන බව පෙනේ.

ජේම්ස් කරෙන් *(James Curren)* (2002, p.217) දක්වන පරිදි 'ජනමාධ්‍යයේ ප්‍රධානතම ප්‍රජාතන්ත්‍රීය භූමිකාව වන්නේ... රජය ආවේක්ෂණය කරන්නක් ලෙස කටයුතු කිරීමයි. මාධ්‍ය රජයේ සියලු කටයුතු සොයා බැලිය යුතු අතර නිර්භයව රාජ්‍ය අධිකාරය හෙළිදරව් කළ යුතුය'. ජනමාධ්‍ය මගින් මෙම කාර්ය භාරය කොතෙක් දුරට ඉෂ්ඨ සිද්ධ කරන්නේද යන්න පොදුජන මතය හා බැඳී පවතින්නකි. සැබැවින්ම මේ සඳහා ජනමාධ්‍ය පොලඹවාලීම බොහෝ විට පොදුජන මතය පාදක කරගෙන සිදුවේ. අනෙක් අතට එය බොහෝ විට පොදුජන යහපත අරබයා ඉටු කළ යුතු වගකීමක් ලෙසද සැලකිය හැකි වේ.

ප්‍රජාතන්ත්‍රීය පාලන ක්‍රමයක් පවතින රාජ්‍යයන්හි ජනතාව සමග එළැඹී ඇති සම්මුතීන්ට අනුව රජයේ ප්‍රතිපත්ති හා සැලසුම් නිසියාකාරව ක්‍රියාත්මක වන්නේද යන්න පිළිබඳව ජනමාධ්‍ය නිබඳව පරීක්ෂාවෙන් පසු වෙයි. එසේම රාජ්‍ය දේශපාලනය හා ඊට සම්බන්ධ දේශපාලකයන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ සියලු වැදගත් තොරතුරු ජනතාව වෙත අභිනතීන්ගෙන් හා පක්ෂපාතීභාවයකින් තොරව සන්නිවේදනය කිරීම ප්‍රවෘත්ති මාධ්‍යයක් ලෙස එමගින් ඉටු කෙරෙන ප්‍රධාන මෙහෙවරකි. ස්වාධීනව ක්‍රියාත්මක වන නිදහස් මාධ්‍ය පද්ධතියක පැවැත්ම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක කැපී පෙනෙන හා අවශ්‍ය ගුණාංගයක් වන්නේ එහෙයිනි. එඩ්මන් බර්ක් (*Edmund Burke),* රිචර්ඩ් කාර්ලයිල් *(Richard Carlyle)* සහ හෙන්රි රීව් (*Henry Reeve)* වැන්නන් පවසන පරිදි 'සිවුවන රාජ්‍ය' *(The*

fourth state) ලෙස ජනමාධ්‍යය හැඳින්වීම වඩාත් යෝග්‍ය වන්නේ යටකී තත්ත්වයන් සමතුලිතව පවත්වාගෙන යාමට එමගින් ලබාදෙන දායකත්වය හේතුවෙනි (Franklin et al., 2011, p.84).

අද්‍යතන ජනමාධ්‍යයන්හි ප්‍රමුඛ කාර්ය වන්නේ ලොව සිදුවන දෑ සම්බන්ධ වැදගත් හා අවශ්‍ය තොරතුරු ජනතාවට ලබා දීමයි. ජනමාධ්‍ය ආයතන කාලාන්තරයක් තිස්සේ ජනතාවට තොරතුරු සම්පාදනය කරන ප්‍රධානතම විශ්වසනීය මූලාශ්‍රය ලෙස කටයුතු කරමින් සිටී. පවත්නා සමාජයේ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳව නිරන්තර අවධානයෙන් පසුවන 'මුර බල්ලෙක්' *(watch dog)* ලෙස හඳුන්වන ජනමාධ්‍ය සිය නිරීක්ෂණයට ලක් වන වංචා, දූෂණ, අපරාධ ඈ නොයෙකුත් අකටයුතුකම් ජනතාව හමුවේ හෙළිදරව් කරන අතරම පාලකයන් හා බලධාරීන් සිය කාර්යභාරය නිසි පරිදි ඉටු කරන බවට වග බලා ගනී. ප්‍රජාතන්ත්‍රීය රාජ්‍යයක ආණ්ඩුව සහ සමාජය අතර පවතින බල සම්බන්ධතා පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේදී මෙහි වැදගත්කම වඩාත් කැපී පෙනේ (Franklin et al., 2011, p.84).

ලොව මෑත කාලීන ජනමාධ්‍ය හැසිරීම සමීපව නිරීක්ෂණය කිරීමේදී එය දේශපාලනය සමග දක්වන සම්බන්ධතාව වෙසෙසින් ඉස්මතුව පෙනේ. කවර පාලන ක්‍රමයක් සහිත රටක වුවත් මෙම තත්ත්වයෙහි වෙනසක් දක්නට නොමැත. ජනමාධ්‍ය හා සබැඳි තාක්ෂණයේ ශීඝ්‍ර වර්ධනයක් මෙන්ම අලුතින් මාධ්‍ය නාලිකාවක් ආරම්භ කිරීමට හා පවත්වාගෙන යාමට අවශ්‍ය පිරිවැය අතීතයට සාපේක්ෂව පෙර නොවූ විරූ ලෙස පහළ යාමක් වර්තමානයේ දැකිය හැකිය. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස වෙනත් තොරතුරු සේම විවිධාකාර දේශපාලනික තොරතුරුද පුළුල් ග්‍රාහක ප්‍රජාවක් වෙත කඩිනමින් විසරණය කළ හැකි වටාපිටාවක් ගොඩනැගී තිබේ. ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, චන්ද්‍රිකා සන්නිවේදනය හා අන්තර්ජාල සේවාවන්හි ව්‍යාප්තිය පිළිබඳ අවධානය යොමු කරන විට මේ තත්ත්වය වඩාත් පහසුවෙන් අවබෝධ කර ගැනීමට හැකිය.

2.4. පොදුජන මතය හා දේශපාලනය

එසේම මේ වන විට ලොව රාජ්‍යය බොහොමයක ප්‍රධාන බල මූලාශ්‍රයක් බවට ජනමාධ්‍ය පත්ව තිබේ. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලන ක්‍රමයක් සහිත රටවල මේ තත්ත්වය වඩාත් පැහැදිලිව දක්නට පුළුවන. එකී රාජ්‍යයන්හි බලධාරීන්ගේ මෙන්ම විරුද්ධ මතධාරීන්ගේ හා විවිධ සමාජ ප්‍රවේගයන්හි ක්‍රියාකාරකම්වල සැබෑ ස්වරූපය ඉහළ පාරදෘශ්‍යභාවයකින් යුතුව මහජනතාව හමුවේ ගෙනහැර පෑමට ජනමාධ්‍ය සතු ශක්‍යතාව මෙකී බලගතු බවට ප්‍රධාන හේතුවක් වී තිබේ. ඒ නිසාම මෙවන් පරිසරයක් තුළ ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් දේශපාලන ක්ෂේත්‍රය මත ඇති කරන බලපෑම විශේෂ අවධානයට ලක් විය යුත්තකි.

තවද දේශපාලනයේ සිදුව ඇති තොරතුරුකරණය (*Informationization*) සහ මාධ්‍යකරණය (*media-ization*), දේශපාලනය ඉතා වියදම් අධික ව්‍යාපාරයක් බවට පත් කර තිබේ. මන්ද ඉහළ මිලක් අය කරන විශේෂඥයන්

පිටපත්කරණය සඳහා සේවයේ යෙදවීම සහ ගුණාත්මක බවින් ඉහළ රූපවාහිනී සිත්තම් නිෂ්පාදනය කළ යුතු වීම, ජනමත විමසුම් පර්යේෂණ, පරිගණක දත්ත සංචිත සහ අලෙවිකරණය හා ප්‍රචාරණය ඊට සම්බන්ධ වන හෙයිනි (Louw, 2005, p.131). වර්තමාන දේශපාලන ක්ෂේත්‍රය වාණිජකරණයට ලක්ව තිබීම සහ එය නූතන සන්නිවේදන තාක්ෂණය සමඟ බැඳී ඇති ආකාරය එම ප්‍රකාශයෙන් මොනවට පැහැදිලි වෙයි. අනෙක් අතට, *Carballo and Hjelmar* (2008, p.1) පෙන්වා දෙන්නේ ලිප්මාන් විසින් පොදුජන මතය ප්‍රකාශයට පත් කිරීමේ ප්‍රමුඛ ආයතනයක් ලෙස නිදහස් මාධ්‍ය හඳුන්වාදී මේ වන විට අවුරුදු ගණනාවක් ගතව ඇති නමුදු අද එහි සත්‍යතාව අන් කවරදාටත් වඩා ඉස්මතුව පෙනෙන බවයි.

තොරතුරු දැනගැනීමට ජනතාව සතු අයිතිය තහවුරු කරන ලද වඩාත් පෘථුල හා විවෘත අදහස් වෙළඳපොළක් *(a free marketplace of ideas)* සහිත සමාජයක් නිර්මාණය වීම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ක්‍රියාවලිය ශක්තිමත් කිරීම කෙරේ සාධනීය බලපෑමක් සිදු කරයි. එමෙන්ම එය පොදුජන මතයේ වර්ධනයට මෙන්ම ක්‍රියාකාරීත්වයටද හිතකර පරිසරයකි. වඩාත් අර්ථවත් දේශපාලනික තීරණ ගැනීමට හා ප්‍රජා වැඩ කටයුතුවලට ජනතාව සක්‍රිය ලෙස දායක කර ගැනීමට එමගින් සිදු කරන බලපෑම සමාජ ප්‍රගමනයට හේතු වෙයි. ඒ අනුව බලන කල ජනමාධ්‍ය හා ජනමතය අතර පවතින යහපත් සබඳතාව බෙහෙවින් ප්‍රතිඵලදායක වූවකි.

3. සමාලෝචනය

පොදුජන මතයෙහි ඓතිහාසික වර්ධනය පිළිබඳ මූලික තත්ත්වයන් කෙරේ මෙහිදී ප්‍රථමයෙන් අවධානය යොමු කරන ලදි. එසේම මෙම සංකල්පය හා සබැඳි විවිධ ස්වරූපයේ ව්‍යාකූලතාවන් හා එය නිර්මාණය වීමට අදාළ සාධක මෑත භාගයේදී කැපීපෙනෙන ලෙස වෙනස් වී ඇති ආකාරය හඳුනා ගැනීමට ගන්නා ලද උත්සාහයද මෙහිදී ප්‍රයෝජනවත් විය හැකිය. විශේෂයෙන් ප්‍රජාතන්ත්‍රීය සමාජයක් තුළ පොදුජන මතයට හිමි තත්ත්වය හා එකී තත්ත්වය සංස්ථාපනය වීමට ජනමාධ්‍ය ලබා දෙන්නා වූ දායකත්වය අවශ්‍යයෙන්ම විමර්ශනයට ලක් විය යුතු කරුණක් බව මෙමගින් අවධාරණය කෙරේ. තවද පොදුජන මතයට දේශපාලන සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයෙහි හිමිවන සුවිශේෂ ස්ථානයත්, බල මූලාශ්‍රයක් ලෙස මෙම සංකල්පයෙහි හැසිරීම දේශපාලන සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයට බලපෑම් සිදු කරන ආකාරයත්, ශාස්ත්‍රීය වශයෙන් ගවේෂණයට ලක් කිරීමේ අවශ්‍යතාව මෙහිදී ඉස්මතුව පෙනේ.

පරිශීලිත මූලාශ්‍රය

Bennett, S.E., (2018). ***APPLYING PUBLIC OPINION IN GOVERNANCE : the uses and future of public opinion in managing ... government****,* Caída: Palgrave Macmillan, p.7.

Carballo, M. and Hjelmar, U., (2008). ***Public Opinion Polling in a Globalized World****,* London: Springer, p.1.

Childs, H.L., (1965). ***Public Opinion: Nature, Formation, and Role,*** London: D. Van Nostrand, p.26.

Curran, J. ,(2002). ***Media and Power***, London ; New York: Routledge, p.217.

Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M. and Richardso, J.E., (2011). ***Key Concepts in Journalism Studies***, London: Sage Publications, p.84.

Ginneken, J.V., (2003). ***Collective Behavior and Public opinion: Rapid Shifts in Opinion and Communication***, New York: Lawrence Erlbaum Associates, pp.8, 9.

Glynn, C.J., Herbst, S., Keefe, G.J.C. and Shapiro, R.Y., (1999). ***Public Opinion***, Oxford: Westview Press, p.3.

Gray, R.D., (2005). ***Political Communication and Democracy***, New York: Palgrave Macmillan, p.66.