

**SAMODHANA JOURNAL**

Faculty of Social Sciences and Humanities  
 Rajarata University of Sri Lanka  
 Mihintale



2022

Volume 11

Issue II

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ තාක්ෂණීය අධ්‍යායනයක්

වාලිකා සභිකානි ත්‍රැංගුලා<sup>1</sup>

Received Date: 03<sup>rd</sup> June 2022

Accepted Date: 18<sup>th</sup> April 2023

Published Date: 29<sup>th</sup> August 2023

## Abstract

In the 19<sup>th</sup> century, mass media was established as a popular industry and has spread rapidly worldwide. Simultaneously, the necessity of media policies was recognized as an essential concept. The power of political factors has become a key factor in the relevant discussions. The media policy intended to manage media content via regulation and to cope with it organizationally. Media policies are more important for protecting social responsibility, accountability, and media ethics. This study argued that the concept of 'media governance' could not be ignored as it appeared as a practical component in the analysis of media policies. The intervention of politics can be recognized as a leading factor in the concept of media governance, and it is confirmed that 'media governance' is vital for upholding the media system in a well-organized form. However, according to the study, the concept of media governance has been challenged in practice and it consists of ideas entirely of political power. In developing media policies, it is primarily expected to encourage the concepts of media independence and media freedom. Media policies embody equal importance as government policies, but their structure differs from government policies. Certain critics have defined 'media policy' as a project created by the governments of many countries to apply to their media systems. This research paper intends to study how the idea of media policies has been developed theoretically and practically at local and global levels. The study indicates that significant attention should be given to concepts such as media freedom, media independence, right to information, social responsibility and

<sup>1</sup> Senior Lecturer, Department of Communication and Creative Arts, University of Colombo.

accountability, and information management, which are identified as the central components of the media industry in developing media policies. In particular, the factors such as the state, media environment, social, economic, and political environment, and context, the kind of audiences, technical capabilities, and trends directly influence media policies. These factors are seen to be mutually operating and conflicting. A quantitative understanding of the state's needs and objectives should be present in policy formulation, and stakeholders' involvement and majority agreement are more important. Since it does not publish a universal form, it can finally be identified as a requirement of media policies to undergo constant amendments.

**Keywords:** Media Policy, Media Governance, Political Factors

## හැඳින්වීම

ඡේන් වැජ්මන් නම් ඇමෙරිකානු ජාතික ලේඛිකාවගේ අදහසට අනුව, ඇමෙරිකාව හා යුරෝපය ඇතුළ ලෙස්කයේ බොහෝ රටවල 19 වැනි ගතවර්ෂයේ අගභාගයේ පටන් ජනමාධ්‍ය වාණිජවරුදී කර්මාන්තයක් වශයෙන් ජනප්‍රිය වෙමින් ශිසුයෙන් ව්‍යාප්ත වන්නට විය (වැජ්මන්, 2005, 72 පිටුව). ඒ සමග ම ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල අවශ්‍යතාව හටගත් අතර අදාළ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි ඒ ඒ රටවල දේශපාලන බලධිකාරය මැදිහත්කරුවකු වී ඇති බව විශේෂයෙන් දැක්විය යුතු ය. *Four Theories of the Press* නමැති කාතියෙහි සඳහන් වන ආකාරයට මෙම වකවානුවේ දී, මාධ්‍ය වෙළඳපාල තුළ සන්දේශවල ගණාක්මකහාවය පිළිබඳ යොමු වන අවධානයට වඩා සන්දේශ නිර්මාණකරුවන්ගේ අවධානය යොමු ව ඇත්තේ ලාභ ඉපැයිම පිළිබඳ ය (සිලරට, පිටරසන් සහ ග්‍රාම, 1984 සංස්, 77 පිටුව). එමගින් සමාජ වගකීම, වගවීම හා මාධ්‍ය සඳාවාරත්වය වැනි සංකල්ප අභියෝගයට ලක් වන්නට විය. මෙවැනි තත්ත්වයක් හමුවේ මාධ්‍ය සන්දේශවල අන්තර්ගතය සංජ්‍ය හා වකු ආකාරයෙන් නියාමනයට ලක් වන්නට වූ බවත් බොහෝ මාධ්‍යවේදින් වතු නියාමනය අයය කළ බවත් ඒ පිළිබඳ අධ්‍යයනයේ දී පැහැදිලි වෙයි. නිදුසුනක් වශයෙන්, 19 වන ගතවර්ෂයේ මැද හාය වන විට ද, ප්‍රවත්පත් කළාවහි නියාලු ඇතැමි පුද්ගලයන් තම කාර්ය සඳහා උසස් ප්‍රමිතින් සකස් කර ඒවාට අනුව ජ්‍යෙන් වීමට ප්‍රයත්න දරා ඇති අතර එවැනි සමහර පුද්ගලයන් තමන්ගේ ම කාර්ය මණ්ඩල සඳහා ආවාර්ධරම පද්ධතියක් ද සකස් කර ඇත (සිලරට, පිටරසන් සහ ග්‍රාම, 1984 සංස්, 83 පිටුව). සංජ්‍ය නියාමන සංකල්පයේදී රාජ්‍යයේ මැදිහත්වීම විවිධ ආකාරයෙන් දක්නට ලැබුණු හෙයින් අධිපතිවරුදී සන්නිවේදන සංකල්පයේ ලක්ෂණ එහි ලා පුදරුගනය වූ බව මාධ්‍යවේදින්ගේ හා විවාරකයන්ගේ අදහසයි. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති මගින් අපේක්ෂිත ප්‍රධාන කරුණක් වූයේ මාධ්‍ය නියාමනය ඔස්සේ මාධ්‍ය සන්දේශ අන්තර්ගතය හසුරුවීම හා සංවිධිත ආකාරයෙන් එය මෙහෙයවීම ය. ඒ අනුව, සමාජ වගකීම හා වගවීමත්, මාධ්‍ය සඳාවාරයන් ආරක්ෂා කිරීමෙහි ලා මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති වඩාත් වැදගත් වන බව පැහැදිලි ය.

එෂෙන්, වර්තමානයේ දී බොහෝ පර්යේෂකයන් දක්වන අදහසට අනුව, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සංකල්පය නව සංකල්පයක ස්වරූපයෙන් ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතියි. ඒ, මාධ්‍ය පාලනයක් වශයෙනි. මැනුවෙල් පර්පිස් වැනි විවාරකයන් දක්වන්නේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හා නියාමනය සම්බන්ධයෙන් වන විශ්ලේෂණයේ දී 'මාධ්‍ය පාලනය' (*Media Governance*) නව සංකල්පයක් වශයෙන් අදාළ කර ගත හැකි බවයි (පර්පිස්, 2010, 134 පිටුව). මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ වන මෙම අධ්‍යයනයේ දී දේශපාලනයේ මැදිහත්වීම ප්‍රමුඛ සාධකයක් වශයෙන් හඳුනාගත හැකි බැවින් 'මාධ්‍ය පාලනය' පිළිබඳ අදහස අවධානයට පාතු විය යුත්තකි. 'මාධ්‍ය පාලනය' පිළිබඳ සංකල්පය විමසීමේ දී තහවුරු වන්නේ එය මාධ්‍ය පද්ධතිය වඩාත් සංවිධිත ස්වරූපයකින් පවත්වාගෙන යාම සඳහා වැදගත් වන බව ය. එෂෙන්, 1996 වර්ෂයේ දී දේශපාලන අධ්‍යයනය නමැති ග්‍රන්ථය පළ කරමින් රෝචිස් නමැති කර්තාවරයා පළ කරන අදහසට අනුව, 'මාධ්‍ය පාලනය' පිළිබඳ සංකල්පය දේශපාලන බලධිකාරය නියෝජනය කෙරෙන අදහස්වලින් ද සමන්විත වෙයි (රෝචිස්, 1996, 652-653 පිටු).

අධිකාරත්වය යන සංකල්පය මාධ්‍ය හා සාපුරු ව සම්බන්ධ නොවූව ද දේශපාලන විද්‍යාව හා සාපුරු ව සම්බන්ධ වන්නකි. එමගින් මාධ්‍ය නියාමනය පිළිබඳ සිද්ධාන්ත ද සාකච්ඡාවට ලක් කෙරෙන බව මූලික වශයෙන් හඳුනාගත හැකි ය. මාධ්‍ය පාලනය පිළිබඳ සංකල්පය මගින් අවධාරණය කරන්නේ මාධ්‍ය පාලනය ව්‍යවස්ථාපිත මාධ්‍ය නියාමනයට වඩා පුළුල් සංකල්පයක් වන බව ය. එය විධිමත් හා අවිධිමත්, ජාතික හා ජාතික සීමා ඉක්මවා යන ජාත්‍යන්තරික, මධ්‍යගත හා විසිරුණු යාන්ත්‍රණවල එකතුවක් ආග්‍රායන් මාධ්‍ය පද්ධති සංවිධානය කිරීම පිළිබඳ අදහස් ගොනු කරයි (උර්ඩ්මන්, 2008, 14 පිටුව). මෙම අරථ දැක්වීම මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පර්යේෂණ සඳහා සැලකිය යුතු වටිනාකමක් ආරෝපණය කර තිබේ. සමාරම්භක අවධියේ දී මෙම සංකල්පය ආර්ථික විද්‍යාව හා බැඳී තිබුණු අතර වර්තමානය වන විට පූර්වෝක්ත සංකල්පය බහුවිජයික පරාසයක් දක්වා ව්‍යාප්ත ව පවතී. විද්‍යාත්මක යෙදුමක් ලෙස, පාලනය ආර්ථික විද්‍යා ක්ෂේත්‍රය ආග්‍රිත ව වර්ධනය විය. ආර්ථිකයේ දී, ගනුදෙනු හා පිරිවැය අඩු කිරීමට උපකාර වන ආයතනික නීති විස්තර කිරීමට මෙම අදහස හාවිත කර ඇත (බෙන්ස් සහ තවත් අය, 2007, 11 පිටුව). කෙසේ වුව ද, දේශපාලන විද්‍යාව හා සාපුරු සම්බන්ධතාවක් දක්වන 'පාලනය' අලා වන සංකල්පය අදාළ සෙශ්‍රාත්‍යාය දී සාකච්ඡාවට ලක්වන්නේ බලය පිළිබඳ පවතින අදහස් හා සම්බන්ධ වීමෙන් බව දැක්විය හැකි ය.

'අධිකාරත්වය' හෝ 'පාලනය' වශයෙන් යෙදෙන යෙදුම පිළිබඳ වන සාකච්ඡා අනුවිෂය සෙශ්‍රාත්‍යාය කිහිපයක් මස්සේස් පෘෂ්ඨවාත් කාලීන ව වර්ධනය වී පෙශ්පණය වෙමින් පවතිනු නිරික්ෂණය කළ හැකි ය. ඒ අනුව, සහයෝගී පාලනය, ගෝලීය පාලනය, බහුවිධ අදියර පාලනය, ප්‍රජාතාන්ත්‍රික පාලනය හා යහපාලනය යන සංකල්ප කැඹි පෙනෙන ඒවා බවට පත් ව තිබේ (පර්පිස්, 2007, 331 පිටුව). මෙම අනුවිෂය සෙශ්‍රාත්‍යාය අතරට එක් වූ නවතම සෙශ්‍රාත්‍යාය වශයෙන් මාධ්‍ය අධිකාරත්වය පිළිබඳ අරථ සම්පාදනය කරන මාධ්‍ය පාලනය (*media governance*) යන සංකල්පය දැක්විය හැකි ය.

තොරතුරු මගින් පූර්ණවත් වූ පූරවැසියා ප්‍රජාතන්ත්‍රවදී සමාජ පැවැත්මක් අපේක්ෂා කරන අතර ඒ සඳහා මාධ්‍යයේ දායකත්වය ඉමහත් වෙයි. මාධ්‍ය දායකත්වයේ දී පහත සඳහන් කරුණු මූලික ව හඳුනාගත හැකි වෙයි.

1. ආණ්ඩුවේ ක්‍රියාකාරීත්වය ජනතාව කෙරෙහි වගකීම් සහගත ආකාරයෙන් පවත්වා ගැනීමට මාධ්‍යයේ දායකත්වය පැවතිය යුතු ය.
2. ආණ්ඩුවේ වගකීම් සහගත බව සහ පාලන තන්තු කටයුතු සඳහා සහයෝගය ලබා දීම. එමගින් මාධ්‍යයේ මැදිහත්වීමෙන් යුත්ත තිරසාර ප්‍රජාතන්ත්‍රවදීහාවයක් ඉස්මතු කරගැනීමට අපේක්ෂා කිරීම.
3. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය උදෙසා ප්‍රමුඛ තුළිකාවක් ඇවු කිරීම.

තුතනයේ දී ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය වඩාත් පැංශුල ආකාරයෙන් විවිධ සේතු කෙරෙහි ව්‍යාප්ති වී ඇත. විශේෂයෙන් ම, මෙම වකවානුව වන විට මාධ්‍ය ආර්ථිකයක් (Media Economy) ගොඩිනැවී ඇති අතර මාධ්‍ය වාණිජවදී කර්මාන්ත ස්වරුපයකට පත් ව ඇත. එම මාධ්‍ය ආර්ථිකය යටතේ මාධ්‍ය වඩාත් වගකීම් සහගත ආකාරයෙන් ක්‍රියාත්මක වීමේ යහ සංකල්පය බිඳවැවෙමින් පවතින අතර වගකීම් විරහිත ස්වභාවයකින් ක්‍රියාත්මක වන මාධ්‍ය මගින් සමාජ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය ආරක්ෂා වනු ඇතැයි අපේක්ෂා කළ නොහැකි ය. එහෙත්, ලෝකයේ බොහෝ රටවල් ප්‍රමිති සහගත මාධ්‍ය හා විතයක් උදෙසා කටයුතු කරමින් සිටින අතර ඒ සඳහා 'මාධ්‍ය තියාමනය' උපයෝගී කරගනු ලබන බව පැහැදිලි වෙයි. ඒ පිළිබඳ ප්‍රමාණාත්මක ආකාරයක විශ්ලේෂණ - තීකිය පිළිබඳ විවිධ විවාරකයන්, දේශපාලන විද්‍යාලූයන් හා මාධ්‍ය විෂය පිළිබඳ ප්‍රාලේඛන් සහිත අධ්‍යයන පාර්ශ්ව විසින් ඉස්මතු කරන ලද බව හඳුනාගත හැකි වේ. කෙසේ වුව ද, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල අවශ්‍යතාව මතුවන්නේ මෙම මාධ්‍ය ආර්ථික පසුබීම යටතේ ය. විශේෂයෙන් ම, එය කර්මාන්තවදී (Industry) ප්‍රතිපත්තියක් වශයෙන් හඳුනාගත හැකි අතර එමගින් අපේක්ෂා කෙරෙන්නේ ජාතික හා ජාත්‍යන්තර මට්ටමෙන් මාධ්‍ය සේතුයෙහි හටගෙන ඇති දෙනික ව වර්ධනය වන තරගකාරීත්වය සඳහා අවශ්‍ය කොන්දේසි පූර්ණයක් සිදු කිරීම බව ඇතැම් විවාරකයන්ගේ තර්කය වී තිබේ.

1. මාධ්‍ය මගින් පූද්ගලයාගේ දේශපාලනික විරෝධ හා ආකෘෂ්ප කෙරෙහි කරනු ලබන බලපෑම
2. මාධ්‍ය පද්ධතියේ ආකෘතිය, රාජ්‍යයේ නියාමන ස්වරුපය, මාධ්‍ය හිමිකාරීත්වය, මාධ්‍ය අන්තර්ගතය යන්දිය කෙරෙහි දේශපාලනයේ බලපෑම හා දේශපාලනික බලපෑමේ ව්‍යාප්තිය

මෙහි දෙවන අවස්ථාව කෙරෙහි පැංශුල අවධානයක් යොමු කරන කළ 'මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති' පිළිබඳ කරන සාකච්ඡා ද අයත් වන්නේ එම වපසරියට බව හඳුනාගත හැකි ය. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සකස් වීමේ දී ඉන් මූලික ව අපේක්ෂා කෙරෙන්නේ

ස්වාධීන හා නිදහස් මාධ්‍යයක පැවැත්ම දිරිමත් කිරීමයි මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හා සමාන වැදගත්කමකින් යුත්ත වුව ද එහි සැකැස්ම රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හා සාම්‍ය තොටන බව පැහැදිලි ය. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සැකැස්ම පිළිබඳ ගෙවීමෙන් වඩාත් කුතුහල ජනක කාර්යක් බවට පත් ව ඇත.

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති යනු බොහෝ රටවල රජය විසින් නිර්මාණය කරන ලද ඔවුන්ගේ මාධ්‍ය පද්ධතිය කෙරෙහි අදාළ වන්නා වූ ව්‍යාපාතියක් වශයෙන් ඇතැම් විවාරකයන් 'මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති' නිර්වචනය කර දක්වා තිබේ (ලුඩිමන්, 2006). බෙනිස් මැක්වෙල්ගේ අදහසට අනුව සන්නිවේදන ප්‍රතිපත්ති සාමාන්‍යයන් නිර්මාණය වී ඇත්තේ මහජන මතයේ බලපැශීලියෙන් හෝ ඒ කෙරෙහි කුතුහලයක් දක්වන කණ්ඩායම්වල බලපැශීලියෙන් උදාහරණ වශයෙන් සලකන කළ පැහැදිලි වන්නේ මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ තියැලෙන පිරිස්වල බලපැශීලියෙන් අදාළ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය සිදු වන බව ඔහු පෙන්වා දේ (ලුඩිමන්, 2006). මැක්වෙල්ගේ මෙම අදහස මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල ප්‍රායෝගික තත්ත්වය පිළිබඳ කළ ව්‍යාපාත් යෝගා වූ අර්ථ දැක්වීමක් වශයෙන් හඳුනාගත හැකි ය. මන්ද යන්, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය පිළිබඳ වන මැදිහත්වීමේ දී මාධ්‍ය කර්මාන්තය හා සාපුරු සම්බන්ධතා දක්වන පිරිස්වල ආයතන්වය වඩා වැදගත් හා අවශ්‍ය එකක් වෙයි. නැතහොත් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති ද රජයේ මැදිහත්වීමෙන් පනවන ලද සාපුරු නියාමනයක ස්වරුපයකට පත්වීය හැකි ය. විශේෂයෙන් ම, නියාමන කාර්යයේ දී මාධ්‍යවේදීන් වඩාත් ප්‍රිය වනුයේ ස්වයං නියාමන ක්‍රමවේදයකටයි. එහි දී, අදාළ මාධ්‍යවේදීන්ගේ තර්කය වන්නේ ස්වයං නියාමනයෙන් බැහැර වීමෙන් මාධ්‍ය නිදහස පිළිබඳ ගැටුපු උත්පාදනය විය හැකි බවයි. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී ද රජයේ පාර්ශ්වය පමණක් සාපුරු ව මැදිහත්වීමෙන් කෙතරම් සාධනීය වූ අදහස් කෙරෙහි වුව ද මාධ්‍යකරුවන්ගේ විරෝධය බලපැවැත්විය හැකි ය. එබැවින්, මාධ්‍ය කර්මාන්තයෙහි තියැලෙන පාර්ශ්වයන්ගේ මැදිහත්වීම ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය කෙරෙහි තුව අර්ථකථන සම්පාදනය කරනු ඇත.

මැක්වෙල්ගේ දීර්ශ අදහස් දැක්වීමට අනුව පැහැදිලි වන්නේ, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති මගින් මාධ්‍ය කෙශ්ටුයෙහි අරමුණු හා වටිනාකම් පිළිබඳ අරුත් ප්‍රකාශ කරන බවයි (ලුඩිමන්, 2006). විශේෂයෙන් ම, මාධ්‍ය කර්මාන්තය හා සම්බන්ධ කෙශ්ටුයෙහි දැන්දුවීම් අතර පවත්නා සට්ට්‍යනය සන්නිවේදන ප්‍රතිපත්ති මගින් ප්‍රකාශ වන බව ඒ අනුව හඳුනාගත හැකි වේ.

1. රජයට එරෙහි ව පෞද්ගලික කෙශ්ටු අතර පවත්නා උනන්දුව
2. ආර්ථික කරුණුවලට එරෙහි ව පවත්නා සමාජ හෝ සංස්කෘතික කෙශ්ටුයෙහි උනන්දුවීම්
3. ජාත්‍යන්තර කරුණුවලට එරෙහි ව ජාතික හෝ දේශීය වශයෙන් පවත්නා උනන්දුවීම්

යෙපේක්ත අදහස් සන්නිවේදන ප්‍රතිපත්ති හා සම්බන්ධ ව පවත්නා මූලික, එහෙත් එකිනෙකට වෙනස් වූ හා එකිනෙක ගැටෙන අවස්ථා වශයෙන් හඳුනාගත හැකි වේ.

රජය හා පොදුගලික කේත්තුයෙහි පවත්නා ගැටුම් කෙරෙහි සාචධාන වීමේ දී පැහැදිලි වන්නේ එය සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවලට සම්බන්ධ කේත්තුය අදහසක් වන බවයි. රටක ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සකස් වීමේ දී මෙම කේත්තු ද්වයයෙහි පවත්නා ස්වභාවය, ලක්ෂණ හා අරමුණු පිළිබඳ සංවේදිත්වයක් පැවතීම අත්‍යවශ්‍ය ය. බොහෝ විට, රාජ්‍ය හිමිකාරත්වයක් යටතේ පවත්නා මාධ්‍යවල ස්වභාවය හා අරමුණු රජයේ අප්‍රස්ථා සමග අත්‍යන්තරයෙන් බැඳී පවතින බව අවබෝධ කරගත හැකි වෙයි. ශ්‍රී ලංකාවේ නම්, රාජ්‍ය මාධ්‍යවල සමස්ත ක්‍රියාකාරීත්වය බලයට පත් වන රජය සමග සමාන්තර බවක් උස්සුලයි. රාජ්‍ය හිමිකාරත්වය යටතේ ක්‍රියාත්මක වීමේ දී, රජයේ බලාධිකාරයට අදාළ මාධ්‍ය තත්ත්වීම හා පක්ෂපාතිත්වයක් දැක්වීම වැළැක්විය නොහැකිකි. එය ශ්‍රී ලංකාව වැනි රටක දී අසාමාන්‍ය වූ රාජ්‍ය පක්ෂපාතිත්වයක් හා පැදියාවක් නිරුපණය කරයි. විශේෂයෙන් ම, ඇතැම් අවස්ථාවල දී අධිපතිවාදී සන්නිවේදන සංකල්පයේ ලක්ෂණ ද මෙම මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය තුළ හඳුනාගන්නට ලැබේයි. මෙම ලක්ෂණවලින් ඉදුරා ම බැහැර වන පොදුගලික අංශයේ මාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වන්නේ රේට අනන්‍ය වූ ක්‍රියා පරිපාටියක ය. එහි මුළු අරමුණ බවට පත් ව ඇත්තේ, කර්මාන්තවයදී ආර්ථික රටාවක් හමුවේ 'ලාභය' උපරිමාකාරයෙන් අත්පත් කරගැනීම ය. ඒ අනුව, ඔවුන්ට අනන්‍ය වූ සමාජ - ආර්ථික - දේශපාලනික හා සංස්කෘතික ත්‍යාග පත්‍රයක් යටතේ ක්‍රියාත්මක වෙමින් රේට යෝගා වන පරිදි මාධ්‍ය පවත්වාගෙන යාමට පොදුගලික අංශයේ මාධ්‍යකරුවේ උස්සුක වෙති. මාධ්‍ය හිමිකාරත්වයේ සමාජ - ආර්ථික - දේශපාලනික හා සංස්කෘතික මතවද අරහා ක්‍රියාත්මක වන පොදුගලික මාධ්‍ය සම්බර බවක් නිරුපණය කිරීමට උත්සාහ කළ ද ප්‍රායෝගික තත්ත්වය පිළිබඳ විමසීමේ දී එය එස් නොවන බව මතා ව පැහැදිලි වෙයි. නිදසුන් වශයෙන් ගත් කළ බොහෝ සම්බරභාවයක් ඉස්මතු කරමින් පළ කෙරෙන මෙරට ඇතැම් පොදුගලික රුපවාහිනී නාලිකාවල ප්‍රවාත්ති විකාශවල එක් එක් ප්‍රවාත්තිය සඳහා වෙන් කරන කාලයීමාව, යොදාගන්නා හාජාව, සිර්ස්පාය හාවිතය යොදාය සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කරන විට දී ද මෙම තත්ත්වය නිරීක්ෂණය කළ හැකි වෙයි. නිදසුනක් වශයෙන් 2022 දෙසැම්බර් මස මෙරට දේශපාලනයුදෙකුට එරෙහි ව තවත් දේශපාලනයුදෙකු විසින් පැවැත්වුණු මාධ්‍ය හමුව හා රේට එරෙහි ව අදාළ දේශපාලනයා අපරාධ පරීක්ෂණ දෙපාර්තමේන්තුව වෙත පැමිණිල්ලක් ගොනු කිරීමේ සිද්ධිය අලාභ කරන ලද වාර්තාකරණය ආශ්‍රිත තත්ත්වය දැක්විය හැකි ය. මෙරට Ethics Eye නමැති වෙබ් අඩවියේ පළ කර ඇති සම්ක්ෂණ වාර්තාව අනුව පැහැදිලි වන්නේ එක්තරා පොදුගලික රුපවාහිනී නාලිකාවක් සිය ප්‍රධාන ප්‍රවාත්ති විකාශයෙන් අදාළ ප්‍රවාත්තිය වාර්තා කිරීම සඳහා එහින් තත්පර 468 ක කාලයක් වෙන් කර තිබු බව ය ([www.facebook.ethicseye](http://www.facebook.ethicseye)).

මෙවැනි අන්ත දෙකක ක්‍රියාත්මක වන මාධ්‍ය කෙරෙහි පොදු සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී අවධානය යොමු විය යුතු කේත්තු බොහෝ පවති. අදාළ අංශ ද්වයයේ ම මාධ්‍ය ක්‍රියාත්මක වන්නේ එක් පසුබිමක් තුළ ය. එක් මාධ්‍ය වෙළඳපෙළ සන්දර්භයක් තුළ ය. පොදු ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය වඩාත් සංකීරණ වන්නේ එබැවිනි.

ලදාහරණයක් වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ 1982 අංක 06 දරන ශ්‍රී ලංකා රුපවාහිනි සංස්ථා පනත ගෙන ඒමේ දී පැවතී සමාජ - ආර්ථික - දේශපාලනීක හා සංස්කෘතික පසුබෑම වර්තමානය වන විට බොහෝ විපර්යාසවලට ලක් ව තිබේ. විශේෂයෙන් ම, එවකට පැවතීයේ රාජ්‍ය හිමිකාරත්වය යටතේ ක්‍රියාත්මක වූ රුපවාහිනි නාලිකා ය. එහෙත්, වත්මන් තත්ත්වයේ දී මෙරට රුපවාහිනි නාලිකා සංඛ්‍යාත්මක ව වර්ධනය වී ඇති අතර ඒ අතරින් බොහෝ නාලිකා පවතින්නේ පොදුගලික හිමිකාරත්වයක් යටතේ ය. ඒ අනුව ශ්‍රී ලංකා රුපවාහිනි සංස්ථා පනත අනියෝගයට ලක් ව ඇති අතර එය සංශෝධනය කරමින් යාවත්කාලීන ව සැකකීමට අවශ්‍ය පුරුණ සාධක සහිත පසුබෑමක් නිර්මාණය වී ඇත. රජයේ හා පොදුගලික ශේෂුයේ මාධ්‍ය අතර පවත්නා ගැවුම්කාරී ස්වභාවය මේ තත්ත්වයට සාපුරු ව බලපෑම් කර තිබේ.

මෙමගින් බෙනිස් මැක්වෙල්ගේ අදහස වඩාත් ප්‍රායෝගික වත්තක් බව පැහැදිලි වෙයි (<https://onlinelibrary.wiley.com>). විශේෂයෙන් ම පොදු ජාතික ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී මෙම අංශ ද්වයයේ ම මාධ්‍ය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරමින් එකී අංක ද්වයයට ම උවිත පරිදි ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය ඉටු කළ යුතු ය. එවැනි විටෙක දී අංක ද්වයයේ ම මාධ්‍යකරුවන් අදාළ කාර්යය සමග සම්බන්ධ කරගැනීමෙන් එලදායී ප්‍රතිපත්ති රාමුවක් ගොඩනගා ගත හැකි වෙයි.

මැක්වෙල්ගේ අදහසට අනුව, දෙවනු ව ගැටෙන්නේ ආර්ථික කරුණු හා සමාජ හෝ සංස්කෘතික කරුණුයි. බොහෝ විට ආර්ථික වශයෙන් ගක්තිමත් වූ හා වාසි ලබාගත හැකි ඇතැම් අවස්ථා සමාජ හෝ සංස්කෘතික වශයෙන් විවිධ හානි පමුණුවන වන ඒවා විය හැකි ය. ජාතික ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී ඒ දෙඅංශය කෙරෙහි ම සාවධානීම වඩා වැදගත් වෙයි.

ලදාහරණ වශයෙන් ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රායෝගික මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේ දී හඳුනාගැනීමට හැකි වූ අවස්ථාවක් දැක්වීය හැකි වෙයි. එක්තරු පොදුගලික රුපවාහිනි නාලිකාවක් සිය ප්‍රධාන ප්‍රවාත්ති විකාශය වඩාත් ජනප්‍රිය එකක් බවට පත් කිරීම සඳහා ආභ්‍යාන රිතිය ගුරු කොට ගත් ඉදිරිපත් කිරීම විලාසයක් අනුගමනය කළේ ය. එහි දී, ප්‍රවාත්තිය පුරුණ වශයෙන් ම "කතන්දරයක්" බවට පත් වූ අතර, ප්‍රවාත්ති නිවේදිකාවන් ද සංවේදී ස්වරුපයකින් යුත්ත ව ප්‍රවාත්ති ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කළේ ප්‍රෝස්කක අවධානය යොමු කරවා ගැනීමට ය. විශේෂයෙන් ම, එහි දී මුවන් අනුගමනය කළ හාජා රටාව සම්මත වියරණයෙන් මිදුණු එකක් වූ අතර එය ඇතැම් තැනෙක දී ග්‍රාමය ස්වරුපයක් ඉසිලි ය. ග්‍රාමයන්ගේ ආකර්ෂණයන්, අවධානයන් තොටෝ කළකින් යොමු කරගත් අදාළ රුපවාහිනි නාලිකාව මාධ්‍ය ආචාරයටම පිළිබඳ උඩත්කෝටෝයක් නිර්මාණය කළ අතර එය කුටප්‍රාප්ත වූ අවස්ථාවක් වශයෙන් 2013 වර්ෂයේ වෙසක් පොහොදීන සිය ගරීරයට ගිනි තබාගනීම් අපවත් වූ හිමිනමකගේ ප්‍රවාත්තිය සහිත අවස්ථාව දැක්වීය හැකි ය. එකී හිමිනම සිය ගරීරයට ගිනි තබාගන්නා ආකාරය තත්පර කිහිපයක රුප රාමු සහිත ව ඉදිරිපත් කළ අදාළ නාලිකාව ර්ව යෝග්‍ය පරිදි ග්‍රව්‍ය හා දායා උපක්‍රම ද පසුබෑම් ගබඳ ද උපයෝගී කර ගත්තේ ය.

ආර්ථික වශයෙන් ලාභ ලැබීම හා ජනමාධ්‍ය දුරශක දත්ත ඉහළ න්‍යා ගැනීමට එම දුරශන අන්තර්ගත ප්‍රවාත්ති විකාශ හේතු වුව ද අනෙක් පසින් සමාජ හා සංස්කෘතික අයයන් කෙරෙහි ඉන් සිදු කෙරුණු තියෙනිය බලපැමූ ප්‍රබල සමාජ කතිකාවක් නිර්මාණය කිරීමට ද සමත් වූ අවස්ථාවක් විය. මෙක් නිදුසුන් අවස්ථාව දෙස අවධානය යොමු කිරීමේ දී පැහැදිලි වන්නේ ආර්ථික හා සමාජ - සංස්කෘතික කරුණු ඉතා සියුම් ආකාරයෙන් සට්ටනය වීමක් මෙහි දී සිදු ව ඇති බවයි.

බෙතිස් මැකවෙල් විසින් තෙවනු ව, අවධාරණය කරන ලද කරුණ වූයේ ජාත්‍යන්තර එරෙහි ව ජාතික හෝ දේශීය සට්ටනය පිළිබඳයි (උච්චමන්, 2006). මෙය මාධ්‍ය ප්‍රවේශය හා සම්බන්ධ තීරණ කෙරෙහි සාපු ව බලපැමූ කරනු ලබන අවස්ථාවකි. ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පවත්නා ඇතැම් පොදු පිළිගැනුම් හා සම්මත අභියෝගයට ලක් කිරීමට ජාතික හෝ දේශීය සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවලට ගකුතාව පවතී. නිදුසුන් වශයෙන් උතුරු කොරියාව වැනි රටක ගේස්බුක් සමාජ ජාල වෙති අඩවි වෙත ප්‍රවේශ වීමට ඇති අවකාශය වාරණයට ලක් කර තිබේ. තොරතුරු දැනගැනීමේ අයිතිය පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පවත්නා පිළිගැනුම් අභියෝගයට ලක්කිරීමට එරට රජයේ තීරණය හේතු වී ඇත. ලාංකේය සන්දර්භය තුළ ද මේ නිදුරශන සපයාගත හැකි ය. සිවිල් හා දේශපාලන අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර සම්මුතිය පිළිගනීමින් කටයුතු කරන ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රායෝගික හාවිතය තුළ එහි ඇතැම් වගන්ති රාජ්‍යයේ පක්ෂපාතීත්වය උදෙසා පමණක් උපයෝගී කොටගනු ඒ අනුව නිරීක්ෂණය කළ හැකි වේ. මෙරට තුළ 2007 අංක 56 දරන පතන යටතේ මෙහි තෙනෙතිකභාවය තහවුරු කර තිබුණ ද දේශපාලන බලාධිකාරය මගින් එහි යථාර්ථවාදී අදහස අභියෝගයට හා අරුමුදයට පත් කර තිබෙනු හඳුනාගත හැකි ය. "අර්ධ" කෙටිකතා කර්තා ගක්තික සත්කමාර අත්ඛංගුවට ගැනීම පිළිබඳ සිද්ධීය මේ මතා නිදුරශන සපයයි. සත්කමාර අත්ඛංගුවට ගනු ලැබුවේ, සංස සමාජය කේන්දු කරගනීමින් සම්බන්ධ අදහස අලළා කළ "අර්ධ" නම් ප්‍රබන්ධ කෙටිකතාව ඔහුගේ ගොස්බුක් පිටුවේ පළ කිරීමෙන් පසු ය. නිර්මාණකරුවන්ගේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහසට තරුණයක් වූ මෙම අවස්ථාව බොහෝ විවාරකයන්ගේ දේශ දුරශනයට ලක් වූ අතර, ඔවුන් මේ පිළිබඳ දක්වා ඇත්තේ තීතිය ක්‍රියාත්මක කරන බලධාරීන් විසින් ICCPR පතන හයානක ලෙස අපයෝගනය කරන ලද අවස්ථාවක් වශයෙනි (<https://srilankabrief.org>).

මෙවැනි අවස්ථා රටක පොදු ජාතික ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී ඉතා වැදගත් හා තීරණාත්මක සාධක බව ඒ පිළිබඳ වියුලේෂණයේ දී පැහැදිලි වෙයි. එසේ නම්, ජාතික ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක් සම්පාදනය කිරීමේ දී එවැනි සට්ටන මතා ව හසුරුවා ගැනීමට සම්බන්ධිත පාර්ශ්වවල අවධානය යොමු කිරීම අත්‍යවශ්‍ය ය. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ වඩා ප්‍රායෝගික අදහස් දැක්වීමක් වශයෙන් බෙතිස් මැකවෙල්ගේ අදහස වැදගත් වන්නේ එහෙයිනි.

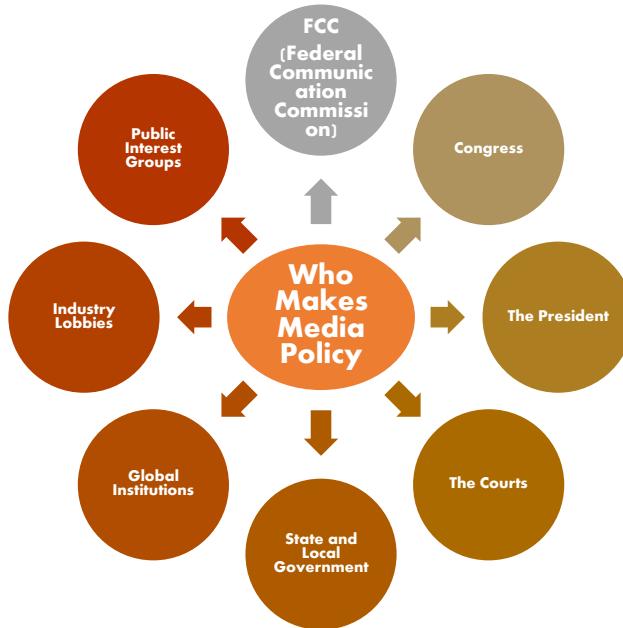
සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය කෙරෙහි සාපු ව අදාළ වන පුමුබ හා ප්‍රායෝගික සාධක කිහිපයක් තවදුරටත් හඳුනාගත හැකි ය (අර්ථතානී සහ තවත් අය, 2012, 943 පිටුව).

- 01.** දේශපාලනික (ප්‍රධාන වගයෙන් පක්ෂපාතීත්වය මත පදනම් වේ)
- 02.** පරිපාලන (ආයතනික කාර්යක්ෂමතාව පිළිබඳ කරයි)
- 03.** වාණිජ (ලාභය උදෙසා)
- 04.** කර්මාන්තමය (පුළුල් ජාතික ආර්ථික උපාය මාර්ග සම්බන්ධය)
- 05.** සංස්කෘතික (සාරධරම තෝරාගැනීම මත පදනම් වෙයි. උදාහරණ වගයෙන් හාංචි, ජාතිය, වාර්ශිකත්වය, ප්‍රජාව හා ස්ක්‍රී-පුරුෂ සමාජභාවය ආදිය)
- 06.** තාක්ෂණික (මෙහෙයුම කාර්යක්ෂමතාව සහ තාක්ෂණ නවෝත්පාදනය)

යට කිස් සාධක ජාතික මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී බෙහෙවින් වැදගත් වන සංක්ලේෂ වගයෙන් දැක්විය හැකි ය. විශේෂයෙන් ම, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තියක සංයුතිය හා අන්තර්ගතය මෙම සාධක මත පදනම් ව නිරමාණය තොකිරීම අනාගතයේ දී විවිධ ගැටුපු තිරමාණය පිළිස දායක විය හැකි ය. මෙම සියලු කෙශ්ටූ කෙරෙහි සාවධාන ව අදාළ ප්‍රතිපත්ති සකස් කිරීමෙන් මාධ්‍ය කර්මාන්තයටත්, මාධ්‍යකරුවාටත්, සම්ස්කරණ සන්නිවේදන ත්‍රියාවලියටත් වඩාත් වැදගත් හා අදාළ වන අන්දමේ තිරමිතයක් සකසා ගැනීමට අවකාශය පවතී.

### ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ ප්‍රායෝගික පසුබීම

ජනමාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ ප්‍රායෝගික පසුබීම සම්බන්ධයෙන් වීමසීමේ දී, ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය මූලික කරගත් සාකච්ඡා වඩාත් වැදගත් වෙයි. ඇමරිකාව පදනම් කර ගනීමින් විද්‍යුත් සන්නිවේදන පනත ආශ්‍රිත වූ ප්‍රතිපත්ති හා සම්බන්ධ ව කටයුතු කළ පාර්ශ්ව පිළිබඳ දක්වා ඇත්තේ මෙවන් අදහසකි.



01. රුප සටහන - ඇමෙරිකානු මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හා සම්බන්ධ වන පාර්ශවකරුවේ මූලාශ්‍රය - (අර්බතානී සහ තවත් අය, 2012, 943 පිටුව).

එරට මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය පිළිබඳ ක්‍රියාවලියේ දී ගෙවිරල් සන්නිවේදන කොමිසම මාධ්‍ය ආයතන නියාමන කාර්යය හා සබැදි රෙගුලාසි හා නීති ක්‍රියාත්මක කිරීමේ කාර්යය සමඟ සම්බන්ධ වී ඇති අතර ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපද කොංග්‍රසය සම්බන්ධ වී ඇත්තේ ව්‍යවස්ථා සම්පාදන කාර්යය කෙරෙහි ය රීට අමතර ව, අවශ්‍ය ප්‍රතිපාදන සම්පාදනයටත්, කොමිසම ස්ථාපනය කෙරෙහි අදාළ පත් කිරීම සඳහා අනුමැතිය ලබාදීම යනාදියෙන් සහභාගි වී තිබේ. මේ ද්‍රව්‍යයෙහි ම ප්‍රමුඛ පාර්ශ්ව වශයෙන් සැලකිය හැකි අතර ඒවා නෙතික පරිසරයත් - දේශපාලනික පරිසරයත් නියෝජනය කරන බව පැහැදිලි වේයි. ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපද ව්‍යවස්ථාවෙහි දෙවැනි වගන්තියට අනුව, ජනාධිපතිවරයා ද ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ සංපුර්ණ පාර්ශ්වකරුවෙකි. ඔහුගේ අනුමැතිය යටතේ නිලධාරීන් පත් කිරීම සිදු කර ඇති අතර නියේද බලය යෙදවීම කෙරෙහි ද ප්‍රමුඛ කාර්යාලයක් ඉටු කර ඇත. ඔහු ද ප්‍රබල දේශපාලනික සාධකයක් වන අතර ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී දේශපාලනික පරිසරය තුළ ප්‍රමුඛතම සාධකය වන්නට ද ඔහුගේ බලත්තල උපයෝගී කර ගත හැකි වේයි.

අනෙක් සාධකය වනුයේ අධිකරණයයි. ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපද ව්‍යවස්ථාවෙහි තුන් වැනි වගන්තියට අනුව අධිකරණය නෙතික පරිසරය නියෝජනය කරන සාධකයක් වන අතර ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය මගින් නිර්මිත නීතිවල විනිශ්චය කටයුතු පිළිබඳ තීරණ ගැනීම සිදු කරනු ලැබේ ඇත්තේ අධිකරණය මගිනි. නෙතික අප්‍රේල්ක්‍රිඩ ඉදිරිපත් කිරීමටත්, අවශ්‍ය සංගේධන සිදු කිරීමටත් දායකත්වය සම්පාදනය කරන නෙතික ආයතනය බවට පත් ව ඇත්තේ ද මෙම ආයතනික වුදුහයයි.

රාජු හා ප්‍රාන්ත ආණ්ඩුව තවත් පාර්ශ්වකරුවකු බවට පත් ව ඇති අතර, මුළුන් අතරමැදි සන්නිවේදකයකුගේ හූමිකාව ඉටු කර ඇති බව පෙනේ. එම සාධකය ද දේශපාලනික පරිසරය නිරුපණය කරන අතර ගෝලීය ආයතන ව්‍යාපාරික පරිසරය නියෝජනය කරයි. කර්මාන්තමය පාර්ශ්වය ව්‍යාපාරික පරිසරය නියෝජනය කරන අතර, ගුවන් කාලය-මාධ්‍ය ආවරණය යනාදිය වෙත ප්‍රවේශය කෙරෙහි බලපැමි කිරීමට එම සාධකය සමත් වේයි. මහජන අවශ්‍යතා පිළිබඳ වන කණ්ඩායම් ද ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ කතිකාවේ දී තවත් පාර්ශ්වකරුවකු වශයෙන් කටයුතු කරන අතර ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කෙරෙහි ප්‍රමාණාත්මක බලපැමික් එල්ල කිරීමට සමත් වන කණ්ඩායමකි. මෙවැනි බලපැමි කණ්ඩායම් මගින් ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ සුහසාධන කේත්තිය ප්‍රවේශය, සංකුමණ ප්‍රතිපත්තිය, ස්ථීර පුරුෂ සමාජභාවය, ස්ත්‍රීභාවය මත පදනම් වූ වෙනස්කම් හා දේශපාලන පද්ධතියට සම්බන්ධ ගැටු කෙරෙහි නිශ්චිත වූ බලපැමි සිදු කර තිබෙනු නීතික්ෂණය කළ හැකි ය. ඒ අනුව, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන විෂයෙහි ලා පවතින ප්‍රාථමික ප්‍රවේශයත්, බහුවිෂයික පදනමත් පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේයි.

වරිත හේරත්ගේ අදහසකට අනුව, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී ප්‍රධාන පාර්ශ්ව හතරක් (04) සමඟ සම්බන්ධ වෙයි (හේරත්, සි. පෙළද්ගලික සන්නිවේදනය, අගෝස්තු, 2018). ඒ, සිවිල් සමාජය, වෙළඳපොල, රාජ්‍ය හා මාධ්‍ය යන සංරච්චය ය. එහි දී රාජ්‍යය හා සිවිල් සමාජය, වෙළඳපොල, මාධ්‍ය යන පාර්ශ්ව අතර ද්වීපාර්ශ්වීක සබඳතාවක් පවතින බව හඳුනාගත හැකි ය. මාධ්‍යය හා වෙළඳපොල අතර ද්වීපාර්ශ්වීක සබඳතාවක් පවතියි. මේ සියලු සාධක අනෙකානු වශයෙන් පවතිනු දක්නට ලැබෙන අතර තීරණාත්මක සාධකය බවට රාජ්‍යය පත් ව තිබේ. රාජ්‍යය මේ සියලු සාධක මෙහෙයවන බලවේගය බවට පත්වීම වැළැක්විය නොහැකි ය.

එහෙත් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ සංවාදයේ දී වෙළඳපොල කෙරෙහි ද නිශ්චිත බලයක් හිමිවනු දක්නට ලැබේ. වෙළඳපොලින් තොර පැවැත්මක් මාධ්‍යයට තොමැති විමත්, මාධ්‍ය වෙළඳපොලක් වර්තමානයේ දී නිර්මාණය වී තිබුමත් මත 'වෙළඳපොල' සාධකය වඩාත් ප්‍රබල ව පවතින අයුරු හඳුනාගත හැකි වෙයි. මෙම සංවාදයේ දී ද අවම බලයක් හිමි පාර්ශ්වකරුවා බවට පත් වන්නේ සිවිල් සමාජයයි. එහෙත් සිවිල් සමාජයට නිශ්චිත බලපැමක් රාජ්‍යය කෙරෙහි ඇති කළ හැකි බැවින් එහි බලපැම ද නො සලකා හැර යා හැකි තත්ත්වයක නොවන බව හඳුනාගත හැකි වෙයි. මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ සංවාදයේ දී, සිවිල් සමාජය යන පාර්ශ්වයට ග්‍රාහකයාත්, මාධ්‍ය සංවිධානත්, බලපැම කණ්ඩායම් යන ශේෂ්තත් අයන් වනු හඳුනාගත හැකි ය.

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය පිළිබඳ ප්‍රායෝගික තත්ත්වය මගින් ඉස්මතු කෙරෙන තවත් අදහසක් වන්නේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති යනු, මාධ්‍ය කළමනාකරණය කෙරෙහි අදාළ වන සංකල්පයක් යන්න ය (විස් හා කිල්, 2009, 115 පිටුව). එය කළමනාකරණ කාර්යයක් වශයෙන් දැක්වීමට හේතු වූ පියවර 06 ක් ඒ අනුව හඳුනාගත හැකි වේ. මාධ්‍ය කළමනාකරණය කෙරෙහි කේත්තීය ව පළ කර හැකි මෙම අදහස් මගින් පෙන්වා දෙන්නේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය, අන්තර්ගත නිර්මාණය, විකාශය, ප්‍රතිපෝෂණය ලබා ගැනීම, බලපැම පිළිබඳ මිනුම යනාදී අංග මාධ්‍ය කළමනාකරණයට අයත් වන බව යි. ඒ අනුව, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය ද කළමනාකරණ කාර්යයක් වශයෙන් දැක්වීය හැකි වෙයි. කළමනාකරණ කාර්යයක් මගින් අපේක්ෂා කරන්නේ, කිසියම් සංස්ක්ධීයක් හා සම්බන්ධ හියා පටිපාටිය වඩාත් විධිමත් කිරීම ය (විස් හා කිල්, 2009, 115 පිටුව). මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති මගින් ද මාධ්‍ය භාවිතය වඩාත් විධිමත් කරන හෙයින් එය කළමනාකරණ කාර්යයක් වශයෙන් දැක්වීම උචිත ය.

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ ප්‍රායෝගික අදහස් මගින් පිළිබඳ වන තවත් ලක්ෂණ කිහිපයක් පහත සඳහන් පරිදි දැක්වීය හැකි ය. මාධ්‍යයේ ස්වභාවය, බලයේ සම්බර්තාව, මාධ්‍ය පරිසරය, මාධ්‍යයේ මට්ටම, ඉලක්කගත ග්‍රාහකත්වය, ග්‍රාහක ප්‍රවේශය හා ක්ෂේත්‍ර මාධ්‍ය හාවිතය සමාජ සන්දර්භය හා සත්කාරක සමාජය යනු ඒ ලක්ෂණය (විස් හා කිල්, 2009, 119 පිටුව).

මාධ්‍යයේ ස්වභාවය පිළිබඳ අදහසේ දී ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය හා එළත්දීය සබඳතාවක් පළකරන අදහස් ඉදිරිපත් කර ඇති බව හඳුනාගත හැකි ය. ඒ අනුව, මාධ්‍යයේ ස්වභාවය පිළිබඳ ප්‍රධාන ප්‍රවේශ තුනක් හඳුනාගත හැකි ය (උච්චිමන්, 2008).

1. Power Oriented Media - බලය පදනම් කරගත් මාධ්‍ය
2. Market Oriented Media - වෙළෙඳපොල පදනම් කරගත් මාධ්‍ය
3. Service Oriented Media - සේවා පදනම් කරගත් මාධ්‍ය

ප්‍රායෝගික හාවිතයේ දී මෙම ස්වභාවයන් පිළිබඳ පවතින සපුමාණ අවබෝධය මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය පිළිස ඉමහත් උපයෝගීකාවක් දක්වයි. බලය පදනම් කර ගත් මාධ්‍ය දේශපාලනික සාධක කෙරෙහි වැඩි නැඹුරුවක් දක්වමින් ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයට යොමු වන අතර, වෙළෙඳපොල පදනම් කර ගත් මාධ්‍ය නියත වශයෙන් ම ආර්ථික සාධක කෙරෙහි නැඹුරු වනු දක්නට ලැබේ (උච්චිමන්, 2008). එහි දී, 'ලාභය' වැනි සංකල්ප වඩාත් ඉස්මතු වන අතර, විශිෂ්ටවාදී පරමාර්ථ කෙන්දු කරගත් ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය වඩාත් යෝග්‍ය වෙයි. සේවා පදනම් කරගත් මාධ්‍ය ප්‍රජාව කෙරෙහි හා මහජන සේවා අරමුණු කෙරෙහි සාවධාන වීම අවශ්‍ය වෙයි. මෙය මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය පිළිබඳ යථාර්ථවත් තිරුපණයක් වන බව හඳුනාගත හැකි ය.

දෙවන කරුණු යටතේ දක්වා ඇත්තේ, බල තුළනය පිළිබඳ අදහස් ය. එය පූර්වෝක්ත මාධ්‍ය ස්වභාවය පිළිබඳ අදහසින් වෙනස් වන බව හඳුනාගත හැකි ය. විශේෂයෙන් ම, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය සඳහා බොහෝ අවස්ථාවල දී තීරණාත්මක මැදිහත්වීමක් කරනුයේ මාධ්‍ය හිමිකාරත්වය හෝ රාජ්‍යයයි (<https://digitalcommons.wcl.american.edu/>). බල තුළනය පිළිබඳ සංකල්ප මගින් අදහස් කර ඇත්තේ, එකී සාධක ද්වයයේ ප්‍රමාණාත්මක දායකත්වයේ අවශ්‍යතාවයි. සැබැවින් ම මෙම කරුණ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයට අදාළ ව ප්‍රමුඛතම අදහසක් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය. ලොව බොහෝ රටවල මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය පිළිස මාධ්‍ය හිමිකාරත්වය හා රජය මගින් ප්‍රමුඛ කාර්යභාරයක් ඉටු වේ. වඩාත් වැදගත් වන්නේ හිමිකාරත්වයේ හා රාජ්‍ය අදහස් යන ද්වයයේ තුළනාත්මක දායකත්වයයි.

තෙවන කරුණ වශයෙන් දක්වා ඇත්තේ මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයයි. මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ අදහසේ දී පැහැදිලි වන්නේ එය සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර සිදු වන සම්බන්ධයකට වඩා මාධ්‍ය හිමිකාරත්වය හා ග්‍රාහකත්වය අතර සිදු වන සම්බන්ධයක් ලෙස ය (උච්චිමන්, 2008). එබැවින් බොහෝ අවස්ථාවල දී, මාධ්‍ය සැලකිය යුත්තේ උපකරණයක් වශයෙන් මිස අරමුණක් වශයෙන් නො වේ. එයින් ඉතා පැහැදිලි ව තීරුපණය වන්නේ මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය හා බැඳුණු හිමිකාරත්වය මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි තීරණාත්මක සාධකයක් වන බව ය. විශේෂයෙන් ම හිමිකාරත්වයේ සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලනික අනිමතාර්ථ පූරණය පිළිස මාධ්‍ය හාවිතය සිදුවනු වැළැක්විය නොහැක්කනි. විශේෂයෙන් ම, ශ්‍රී ලංකාව තුළ ත්‍රියාත්මක වන රාජ්‍ය මාධ්‍ය පිළිබඳ සංකල්පයේ දී මේ පිළිබඳ වඩාත් ගැඹුරු අර්ථයක් මත කර ගත හැකි අතර එවායේ

භූමිකාව හා කාර්යභාර්ය සමකාලීන පාලන තත්ත්වයේ රුචි-අරුචිකම් හා උවමනා-ඡිපාකම් මත තිරණය වීම සිදු වන්නේ මෙම වාතාවරණය හේතුවෙනි.

සිවු වන කරුණ වශයෙන් පෙන්වා දී ඇත්තේ මාධ්‍යයේ තත්ත්වයයි. සැම මාධ්‍යකට ම රේට අනනා වූ විෂය පරියක් පවතී. ඇතැම් මාධ්‍ය නිශ්චිත කළාපයක් කෙරෙහි කේත්තුදීය වන අතර, ඇතැම් මාධ්‍ය නිශ්චිත සංස්කෘතියක් කේත්ද කර ගනී. එහෙත් එමගින් සිදු කළ හැකි බලපෑම මාධ්‍ය මට්ටමට සාපේක්ෂ ව වෙනස් වෙයි. ඇතැම් අවස්ථාවල සුවිශේෂී බලපෑමක් ඉලක්කගත ග්‍රාහක කණ්ඩායමක් වෙත සිදු කිරීමට මාධ්‍ය සමන් වන්නේ ඉතා කුඩා මට්ටමක ක්‍රියාත්මක තලයේ දී ය. ප්‍රජා ගුවන් විදුලිය පිළිබඳ සංකල්පය මේ කිඳීම නිදසුනකි. එහෙත් ඇතැම් මාධ්‍ය විශ්වීය ක්ෂේත්‍රයක් ඉලක්ක කර ගනීමින් ක්‍රියාත්මක වන අතර එහි බලපෑම ද විශ්වීය මට්ටමින් පවතී. මෙම අදහස ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යය කෙරෙහි වඩාත් කාර්යක්ෂම ස්වරුපයෙන් අදාළ වෙයි. මාධ්‍යයේ මට්ටම පිළිබඳ නිසි අවබොධයක් පැවතීම මගින් රේ සාපේක්ෂ වන අන්දමින් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කළ හැකි වේ. එය මාධ්‍ය කරමාන්තයේ ප්‍රගමනය පිණිස ද වඩාත් අදාළ වන මූලිකාංගයක් බව ඒ අනුව පැහැදිලි වෙයි.

පස් වන කරුණ වශයෙන් දක්වා ඇත්තේ ඉලක්කගත ග්‍රාහක කණ්ඩායමයි (උචිමන්, 2008). ඉලක්කගත ග්‍රාහක කණ්ඩායම සිරස් හෝ තිරස් වශයෙන් විසරණය වී තිබිය හැකි ය. සැම මාධ්‍යකට ම රේට අනනා වූ ග්‍රාහක කොට්ඨාසයක් සිටී. එහි ග්‍රාහක කොට්ඨාසය පිළිබඳ පුරුණ අවබෝධයක් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී පැවතිය යුතු වෙයි. එය මාධ්‍යයේ ස්වභාවය යන මූලිකාංගය සමග සමාන්තර ව ගමන් කරන බව දැක්වීය හැකි ය (උචිමන්, 2008). ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන කාර්යයේ දී ඉහැත් අවධානයක් ග්‍රාහක කොට්ඨාස කෙරෙහි යොමු විය යුතු අතර ප්‍රායෝගික තත්ත්වයේ දී රේට ඉදුරා ම වෙනස් වූ ක්‍රියා පටිපාටියක් සිදු වන බව ප්‍රායෝගික අන්දකීම් ආශුයෙන් හඳුනා ගත හැකි වෙයි.

ග්‍රාහක ප්‍රවේශය හා ක්ෂේද මාධ්‍ය භාවිතය සය වැනි මූලිකාංගය වශයෙන් ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය හා සම්බන්ධ වේ (උචිමන්, 2014). නව මාධ්‍ය ප්‍රවේශ සම්ප්‍රදායට පෙර සැම මාධ්‍යකට ම ප්‍රවේශ විය හැකි අනනා ක්‍රමවේදයක් පැවතී අතර නව මාධ්‍යත් සමග සංකලනය වී නිර්මාණය වූත්‍රු මාධ්‍ය අනිසාරිතාව සංකල්පයේ දී (Media Convergence) මෙම ප්‍රවේශ පැවතී තත්ත්වයට වඩා වෙනස් ස්වරුපයක් තිරුපැණය කරනු ලැබේ. ඒ අනුව, පුවත්පත් මාධ්‍ය වෙත ප්‍රවේශය නව මාධ්‍ය මගින් විදුල්ත් ක්‍රමවේදයකට පරිවර්තනය කර ඇති අතර නූතනයේ දී පුවත්පත් පරිඹිලනය සඳහා මූලික පිටපත ම අවශ්‍ය නොවන බව ද හඳුනාගත හැකි ය. ජ්‍යෙගම දුරකථන තිරය මගින් පරිඹිලකයාගේ පහසුවට ද සරිලන ස්වරුපයෙන් (Mobile Friendly) විදුල්තික පුවත්පත (e paper) සම්පාදනය වූ අතර පරිඹිලනය කිරීමේ පහසුව හේතුවෙන් එකී මාධ්‍ය වඩාත් ජනප්‍රියත්වයට පත් විය. මෙවැනි පහසුවෙන් යටතේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය විය යුත්තේ යටෝක්ත තාක්ෂණික විපර්යාස කෙරෙහි ද සාවධාන වීමෙන් ය. නිදසුනක් වශයෙන් මෙරට පුවත්පත් පැමිණිලි කොමිසම මගින් පිළිගන්නා කරන සංසදය විසින් සම්පාදනය කරන ලද මාධ්‍ය වෘත්තිය ප්‍රතිපත්ති

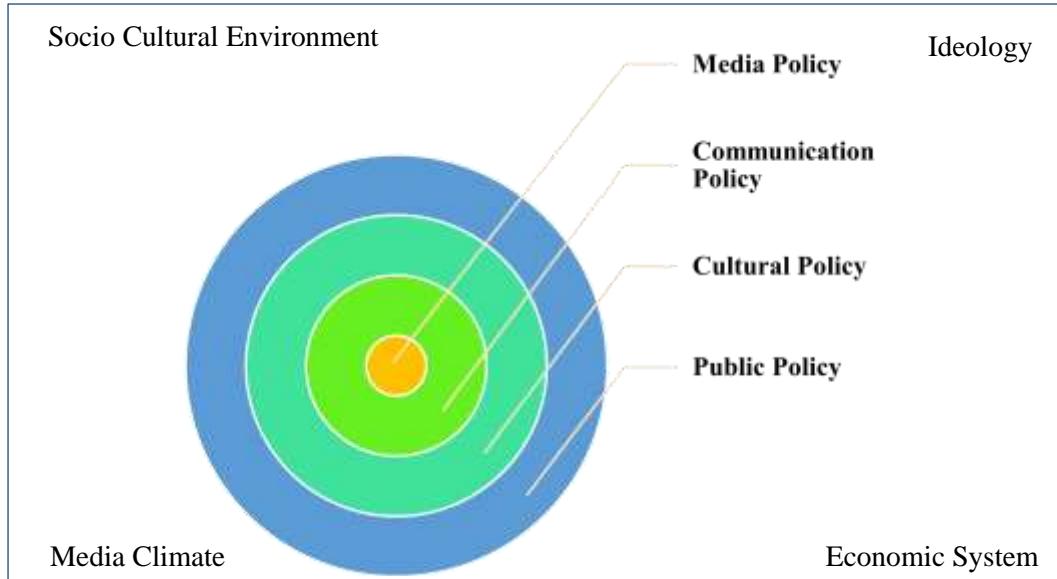
මාලාව 2014 වර්ෂයේදී සංගෝධනයට ලක් කළ අතර එහි දී පුවත්පත් මාධ්‍ය යන්න අන්තර්ජාල පිටපත දක්වා විකාසනය වී ඇති බැවින් රට ද යෝගා වන පරිදි අදාළ යාචනාකාලීන කිරීම් සිදු කර ඇත. එබැවින් මාධ්‍ය පුවෙශය පිළිබඳ නිශ්චිත හා ප්‍රමාණාත්මක අවධානයක් මාධ්‍ය පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනයේ දී යොමු කළ යුතු බව පැහැදිලි වෙයි.

සමාජ සන්දර්භය හා සන්කාරක සමාජය පිළිබඳ අදහස පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනයේ දී අවසාන මූලිකාංගය වශයෙන් හඳුනාගෙන තිබේ (ප්‍රේමන්, 2008). සමාජ සන්දර්භය මාධ්‍ය පුත්‍රියාත්මක පිළිබඳ සංවාදයේ දී ප්‍රමුඛ සාධකයක් වශයෙක් සැලකිය හැකි ය. සමාජ සන්දර්භය පිළිබඳ අදහසේ දී ප්‍රධාන සන්දර්භ හතරක් (04) ක් හඳුනා ගත හැකි බව විවාරකයන් පෙන්වා දී තිබේ (ප්‍රේමන්, 2008).

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| 1. Dominants      | - ආධිපත්‍යයෝ   |
| 2. Protestors     | - විරෝධතාකරුවෝ |
| 3. Followers      | - ආනුගාමිකයෝ   |
| 4. Passive Actors | - නිශ්චියකයෝ   |

මෙම කරුණු මගින් පුත්‍රියාත්මක පිළිබඳ වඩා යථාර්ථවත් පුත්‍රියාත්මකයක් කරනු හඳුනාගත හැකි වෙයි. ආධිපත්‍ය පිළිබඳ සන්දර්භයේ දී මාධ්‍යකරුවන්ගේ භූමිකාව හා කාර්යයාරය මාධ්‍ය අවකාශයේ උපරි තලය නියෝජනය කරන අතර ඔවුන් තීරණ්තරයෙන් මාධ්‍ය පුත්‍රියාත්මක පිළිබඳ ආධිපත්‍යයක් දැරීම හඳුනාගත හැකි වෙයි. විරෝධතා සන්දර්භය තුළ දී, පවතින තත්ත්වය අහියෝගයකට ලක් වීමත් එමගින් නව පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනයක් සිදු වීමත් හඳුනාගත හැකි ය. ආනුගාමික සන්දර්භයේ දී පවතින තත්ත්වය අනුගමනය කරන ස්වභාවයක් දක්නට ලැබෙන අතර එම සන්දර්භය වෙනස් කිරීම කෙරෙහි ප්‍රමුඛ කාර්යයාරයක් ඉටු කිරීමට අවස්ථාව සලසා ගන්නා බව පිළිගැනීම්. නිශ්චිය සන්දර්භය තුළ කිසිදු පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනයෙහි ලා සක්‍රීය දායකත්වයක් දක්නට තො වේ. ඒ අනුව පැහැදිලි වන්නේ, පුත්‍රියාත්මක සම්පාදන කාර්යය කෙරෙහි වඩාත් සක්‍රීය මූලිකාංගයක් වශයෙන් ක්‍රියාත්මක විය හැක්කේ ආධිපත්‍යය හිමි සන්දර්භයකට හා විරෝධතා සන්දර්භයක දී බව ය.

මෙම ලක්ෂණ මගින් පුත්‍රියාත්මක පිළිබඳ යථාර්ථවත් තිරුපණයක් සිදු වන අතර මාධ්‍ය පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනය පිළිබඳ නව අර්ථකර්තා ද සපයා ඇති බව හඳුනාගත හැකි ය. එකී කරුණු මාධ්‍ය පුත්‍රියාත්මක පිළිබඳ ස්වභාවයක්, රට අනන්‍ය ලක්ෂණත්, පවතින නව අර්ථකර්තා පිළිබඳ පැහැදිලි අදහස් ඉස්මතු කර දක්වන අතර පුත්‍රියාත්මක සම්පාදනයට අදාළ මතු දැක්වෙන බුරාවලිය මගින් ද යථාර්ථක අදහස් වඩාත් තහවුරු කර ගත හැකි වෙයි.



## 02. රුප සටහන - ප්‍රතිපත්ති සම්පාදන බුරුවලිය

මූලාශ්‍රය - (අර්ථතාති සහ තවත් අය, 2012, 946 පිටුව).

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කෙරෙහි බලපෑම් කරන සාධක පිළිබඳ නිසි අවබෝධයක් මෙම බුරුවලිය මගින් ලැබිය හැකි අතර රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල තවත් ප්‍රතිපත්ති ප්‍රවර්ගයක් වශයෙන් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හඳුනාගත හැකි වෙයි. එම ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය පිණීස සමාජ, සංස්කෘතික පරිසරය, දෘශ්‍රීවාදය, ආර්ථික පද්ධතිය හා මාධ්‍ය පරිසරය තීරණාත්මක වනු පැහැදිලි වෙයි.

නිදුසුනක් වශයෙන්, රුසියාව ආශ්‍රිත ව මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සකස් වීම පිළිබඳ සාකච්ඡාවේ දී මෙම මූලිකාංග මගින් කළ ප්‍රමුඛ භූමිකාව හා බලපෑම පිළිබඳ ප්‍රායෝගික නිදුසුන් සපයා ගත හැකි වෙයි (<https://www.lexology.com/>). රුසියානු මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය වඩාත් සංකීරණ වූත් විවිධ වූත් ස්වරුපයක් නිරුපණය කරන අතර, එහි මාධ්‍ය වෙළඳපොල ද වඩාත් ප්‍රාථමික හා විශාල එකක් බව හඳුනාගත හැකි ය. සැම රුසියානුවන් දහදෙනෙකුගෙන් හයදෙනෙකු ම අන්තර්ජාල හාවිත කරන අතර, 'කොමසොමෝල්ට්කයිය ප්‍රවිදා' Komsomolkaia නැමැති එරට දෙනීනික පුවත්පත දෙනීනික ව මිලියන තුනක පමණ ග්‍රාහක කණ්ඩායමක් ඉලක්ක කර ගනීමින් මුද්‍රණයට පත් වෙයි. Pervyi යන රුපවාහිනී නාලිකාව මිලයන පහත පමණ ග්‍රාහක පිරිසක් කේත්ද කර ගනීමින් ක්‍රියාත්මක වෙයි (<https://www.lexology.com/>). එහෙත්, එහි මාධ්‍ය නිදහස අරුබුදයක පවතින බව පෙනෙන අතර, Reporters without Bordersහි අදහසට අනුව මාධ්‍ය නිදහස පිළිබඳ සකස් කළ ද්‍රාශකයක රටවල් 180ක් අතරින් 152 වැනි ස්ථානය හිමි ව ඇත්තේ රුසියාවට ය (<https://rsf.org/>). එසේ ම,

එහි සන්නිවේදනය හා ප්‍රචාරණය පිළිබඳ අඩු නියාමන ස්වරුපයක් ත්‍රියාත්මක වන අතර විදේශීය ආයෝජිකයේ ද මාධ්‍ය කෙරෙහි ආයෝජන කාර්යය සිදු කරනි. මෙම අදහස එරට මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ වඩාත් පූජල් අර්ථ ඉස්මතු කරන සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී අවධානය ගොමු විය යුතු කරුණු ගෙන්නාවක් පිළිබඳ අදහස් පළ කරයි.

ඒ අනුව, ලෝකයේ රටවල් සිය මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී අවධානය ගොමු කරන ක්ෂේත්‍ර හා සාධක ගෙන්නාවක් පිළිබඳ පැහැදිලි වන අතර රාජ්‍ය හිමිකාරිත්වය, වෙළඳපොල බලපැමු, ආධිපත්‍යය, මාධ්‍ය නිදහස, මාධ්‍ය අනිසාරිකත්වයේ අනියෝග යනාදිය කේත්ද වී තිබෙනු හඳුනා ගත හැකි වෙයි. එයින් පැහැදිලි වනුයේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ කතිකාවේ දී රට අදාළ සියලු සාධක කෙරෙහි සපුමාණ අවධානයක් ගොමු කළ යුතු බව ය. එකී සාධක අතරින් වඩාත් ප්‍රබල වන සාධක ද්‍රව්‍යය වෙළඳපොල හා දේශපාලනික සාධක බව පැහැදිලි වන්නේ එරට මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ වඩාත් සම්පූර්ණ පර්යේෂණ මගිනි. එහි දී විවිධ පර්යේෂණ මගින් පෙන්වා දී ඇත්තේ වර්ෂ 2000 පමණ වන විට රුසියානු මාධ්‍ය වාණිජකරණයට ප්‍රවේශ වන බව ය (<https://www.lexology.com/>). ඒ අනුව, පොද්ගලික මාධ්‍ය ව්‍යාපාරික වශයෙන් වඩාත් බලවත් තත්ත්වයකට පත් ව ඇති අතර රාජ්‍ය මාධ්‍යවලට හා විකල්ප මාධ්‍යවලට සාපේක්ෂ ව රට අධිකාරියක් ගොඩනැංවී තිබේ.

එරට, 1991 දී ස්ථාපනය කළ ජනමාධ්‍ය නීතිය යටතේ රාජ්‍ය හිමිකාරිත්වය යටතේ පැවති මාධ්‍ය රාජ්‍ය නොවන ආකෘතියට පත් කර ඇතු. එසේ ම , වර්ෂ 2000 වන විට, රුසියාවේ ප්‍රචාරණ කළාව වර්ධනය වී ඇති අතර, ලෝක වෙළඳපොල තුළ ද එහි ව්‍යාපාර බහුල ව සිදු වී තිබේ (<https://www.lexology.com/>). එයින්, මාධ්‍ය දැන්වීමිකරණය මත පදනම් වූ ක්ෂේත්‍රයක් වර්ධනය වීමත ආරම්භ වී ඇතු. එහත්, මෙම තත්ත්වය 2010 වන පමණ විට පූර්ණ වශයෙන් වෙනසට ලක් ව ඇති අතර, රාජ්‍ය හිමිකාරිත්වය යටතේ පැවති මාධ්‍ය නැවත බලවත් වී ඇතු. එහි දී, රුසියාවට පක්ෂපාති වූ මාධ්‍යවල බලපැමු ද එකී විපර්යාසයට හේතු වී තිබේ.

ඒ අනුව, රුසියානු මාධ්‍ය ආකෘතිය තුළ තත්කාලීන ව වෙළඳපොල හා දේශපාලනය යන සාධක ප්‍රමුඛ සාධක වශයෙන් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයෙහි ලාදායක වී තිබෙනු හඳුනාගත හැකි වෙයි. විශේෂයෙන් ම, වෙළඳපොල සාධකය සමග තාක්ෂණික ප්‍රවණතා ද දේශ වූ බැවින් තාක්ෂණික සාධක ද මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි නීයිලිත බලපැමුක් කරන බව පැහැදිලි වෙයි. සේවියට දේශයේ අතිත මාධ්‍ය පරිසරය තුළ ද රාජ්‍ය මාධ්‍ය සංකල්පය ප්‍රබල ව පැවති අතර එහි අධිපතිවරි ලක්ෂණ ද තිරුප්පණය වූ බව හඳුනාගත හැකි වෙයි (<https://www.lexology.com/>). රුසියාවේ සමකාලීන තත්ත්වය තුළ ද දේශපාලනික සාධක ප්‍රමුඛ ව ඇත්තේ එකී පූර්ව අත්දැකීම් අනුසාරයෙන් විය හැකි ය. එහි මාධ්‍ය නීති හා සෙසු නියාමන කෙරෙහි මෙම සාධක ද්‍රව්‍යය පූර්ණ වශයෙන් බලපැමු කර ඇති අතර අවසන් තිරුමාණයේ දී රාජ්‍ය ප්‍රමුඛ වූ දේශපාලනික සාධකවල බලපැමු වඩාත් බලවත් වී තිබෙනු හඳුනාගත හැකි වෙයි. 2012 සහ 2014 යන වර්ෂ අතර මාධ්‍ය බොහෝ ප්‍රමාණයක් තහනමට ලක් ව ඇති අතර මූල්‍ය අර්බුද තිරුමාණය කළ හැකි ආකාරයේ

වතු වාරණ ක්‍රමවේද ද මගින් රජය එරට මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි උපරිම ආකාරයෙන් මැදිහත් ව ඇත (<https://rsf.org/>).

මෙම අදහස මගින් ඉතා පැහැදිලි ව පෙන්වා දෙන්නේ, රැසියානු මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රූල රාජ්‍යය වඩාත් බලවත් සාධකය වී ඇති බව ය. එමෙන් ම, එරට මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය රාජ්‍ය මත පදනම් වුවක් බවත් මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී රාජ්‍යය යන දේශපාලනික සාධකය කේතුළු බලපැමක් කර ඇති බවත් ඒ අනුව හඳුනාගත හැකි වෙයි.

එංගලන්තයේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ කතිකාව ක්‍රූල ද මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කෙරෙහි බලපැ සාධක පිළිබඳ අධ්‍යායනයක් කළ හැකි වෙයි. එහි දී, රාජ්‍යය - මාධ්‍ය ව්‍යාපාරික පරිසරය - තාක්ෂණික සාධක - මාධ්‍යකරුවන් - සිවිල් සමාජය වැනි සාධක ප්‍රමුඛ ව පවතින මූලාශ්‍රය අධ්‍යායනයේ දී පැහැදිලි වෙයි. 'ඩ්‍රිතානා රජය' දේශපාලනික සාධකයක් වශයෙන් ස්වයං නියාමන ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි පුරෝගාමීන්ට වයක් සපයා ඇත්ත්, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ සංවාදයේ දී සිවිල් සමාජය මගින් ද ප්‍රමුඛ තුම්කාවක් හා කාර්යභාරයක් ඉටු වී තිබෙනු හඳුනාගත හැකි ය (හෙස්මන්චේල්ස්, 2006). මාධ්‍ය ව්‍යාපාරික පරිසරය ද වැදගත් සාධකයක් වශයෙන් හඳුනාගත හැක්කේ එරට පවතින මාධ්‍ය සංස්කෘතියට හා දේශපාලනික සංස්කෘතියට සමාන්තර ව ය. ස්වාධීන යාන්ත්‍රණයක් ස්ථාපනය කිරීමට මාධ්‍යකරුවන් යොමු ව ඇත්තේ ඒ අනුව ය. එහෙත්, එම තත්ත්වය පුරුණ වශයෙන් විපර්යාසයට ලක් වන්නේ 2009 වර්ෂයේ පටන් ය. ස්වයං නියාමන යාන්ත්‍රණයේ පවතින විවිධ දුර්වලතා පදනම් කර ගනිමින් මෙම ස්වාධීන යාන්ත්‍රණය වූ ප්‍රවත්පත් පැමිණිලි කොමිසම අහොසි කරදැමීමට ලෙවරසන් වාර්තාව අනුව මුළුන් කටයුතු කර තිබේ (<https://www.gov.uk/>). එහි දී, සමාජ - ආර්ථික - දේශපාලනික පරිසරය අනුව ඔහා ම ප්‍රතිපත්ති ව්‍යුහයක් විපර්යාසයට ලක් විය යුතු බව පැහැදිලි කර දක්වයි. එහෙත්, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති විෂයෙහි විවිධ සාධකවල නියෙකිනිය බලපැම ඔහා ම යාන්ත්‍රණයක පවතින ස්වාධීනත්වය බිඳ හෙළීමට සමත් වන බව ලෙවරසන් විමසුමේ තිරදේශ විමසීමේ දී හඳුනාගත හැකි වෙයි.

මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි බලපාන අවශ්‍ය සාධක අතර ජාතික හා ගෝලීය වශයෙන් මාධ්‍ය කේත්තුයෙහි හටගෙන ඇති තාක්ෂණික වර්ධනයන්, මහජන විශ්වාසය, මාධ්‍යයේ නිදහස හා ස්වාධීනත්වය, විශ්වීය ප්‍රවේශය, සංස්කෘතික ප්‍රවර්ධනය, හාජාත්මක අරුමුද, අධ්‍යාපනය හා සංවර්ධනය, තාක්ෂණික සාධක, මානව සම්පත, ආයතනික ධාරිතාව, මහජන වගේම වැනි සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය විෂයෙහි ලා බොහෝ වැදගත් වන සාධක වශයෙන් ඒ අනුව හඳුනාගත හැකි ය.

### සමාලෝචනය

මෙම සියලු කරුණු කෙරෙහි සාවධාන වන විට පැහැදිලි වන්නේ, මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති යනු මාධ්‍ය විෂයෙහි ලා වඩාත් වැදගත් වන සංකල්පයක් බව ය. එහි දී, ප්‍රතිමානක සංකල්ප කෙරෙහි පවතින අවබෝධය ද වැදගත් වන අතර ප්‍රතිපත්ති මගින් අපේක්ෂා කෙරෙන්නේ මාධ්‍ය කේත්තුයෙහි ප්‍රගමනය කෙරෙහි ඉවහල් වන සාධනිය

ප්‍රවණතා ය. එම ප්‍රතිපත්ති පොදු ආකෘතියක පිහිටා සම්පාදනය කළ යුතු අතර බහුවිෂයීක පරාසයක විසිර පවතින සියලු මාධ්‍ය වෙත පොදු වෙළඳපොලක් නිරමාණයෙහි ලා දායක විය යුතු ය. මාධ්‍ය කේතුයෙහි කේතුයිය සංරචන වගයෙන් හඳුනාගැනෙන මාධ්‍ය නිදහස - ස්වාධීනත්වය - තොරතුරු අයිතිය - සමාජ වගකීම හා වගවීම - තොරතුරු කළමනාකරණය වැනි සංකළේප කෙරෙහි ප්‍රමුඛ අවධානයක් යොමු කළ යුතු ය. විශේෂයෙන් ම රාජ්‍යය - මාධ්‍ය පරිසරය - සමාජ - ආර්ථික - දේශපාලනික පරිසරය හා සන්දර්ජය - ග්‍රාහකත්වයේ ස්වභාවය - තාක්ෂණික ගක්‍රතා හා ප්‍රවණතා යන සාධක මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි සාංස්ක්‍රාන්තික ප්‍රතිපත්ති අතර එම සාධක අනෙකානු වගයෙන් ක්‍රියාත්මක වීමත්, සට්ටනයට ලක්වීමත් දක්නට ලැබේයි. රාජ්‍යයේ අවශ්‍යතා අරමුණු යනාදිය ද පිළිබඳ ප්‍රමාණාත්මක අවබෝධයක් ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනයේ දී පැවතිය යුතු අතර පාර්ශ්වකරුවන්ගේ මැදිහත්වීම හා බහුතර එකගතාව වඩාත් වැදගත් ය. සාර්වකාලීන ස්වරූපයක් පළ නොකෙරහන හෙයින් නිරන්තර සංශෝධනවලට ලක්කිරීම ද මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල අවශ්‍යතාවක් සේ අවසාන වගයෙන් හඳුනාගත හැකි ය.

## මූලාශ්‍රය

### ග්‍රන්ථ

අනුගල, ආරියරත්න. (සංස්.) (2010) හැරවුමක ඇරුණුම - මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ වර්ධනය තුළින් සැබු ප්‍රජාතනත්ත්වය තරු ලිපිය. රජයේ ප්‍රවාන්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

අනුගල, ආරියරත්න. (සංස්.) (2013) නිදහස් මාධ්‍ය - නිදහස් නිවහල් දේශයක් උදෙසා. රජයේ ප්‍රවාන්ති දෙපාර්තමේන්තුව.

ඡයරත්න, තිලක්. කැල්ලපත, සරත්. ජයවර්ධන, කිඹාලි පින්ටෝ. ගුණතිලක, ගෙහාන්. (2012). ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සහ නීතිය; නෙතිකි, කර්මාන්තමය, අධ්‍යාපනික ප්‍රතිසංස්කරණ සහ දේශපාලන ආර්ථිකය. පොදු රාජ්‍ය මණ්ඩලයිය අධ්‍යයන ආයතනය, ලන්ඩන් විශ්වවිද්‍යාලය, ලන්ඩන් WCIE 7HU, එක්සත් රාජධානිය.

ඡේර් ඩේව්ඩ්, තොළුවලි විලියම්, ජයවර්ධන කිඩාලි පින්ටෝ. (2012) ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සහ නීතිය. කර්තා ප්‍රකාශන.

නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. (2007) ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය නිදහස් සහ ප්‍රකාශනයේ නිදහස්: පැවැත්ම සඳහා වූ අරගලය වාර්තාව. නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. අංක 96, කිරුල පාර, තොළඹ 05.

නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. (2017) පුත්‍ර මාධ්‍ය ප්‍රතිසංස්කරණ ක්‍රියාකාරීත්වයකට ඉදිරි දැක්මක්. නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. අංක 96, කිරුල පාර, තොළඹ 05.

රංජනී, සිතා. දෙළාබාවත්ත, සී. රැජසිංහ, විජයානන්ද. (2017) විසිපහ - නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරයේ 25 වන සාම්වත්සරික ප්‍රකාශනය. නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. අංක 96, කිරුල පාර, තොළඹ 05.

රාජපක්ෂ, විජයදාස. (2009). ජනසන්නිවේදන මූලධර්ම. ඇස්.ගොඩගේ සහ සහෙළරයෝ, මරදාන.

ලියන ආරච්චි, ජගත්. (2014) ජනමාධ්‍යමේදීන්ට බලපාන තීක්. නිදහස් මාධ්‍ය ව්‍යාපාරය. අංක 96, කිරුළ පාර, කොළඹ 05.

Braman, S. (2010). **Mediating the public through policy**. In S. Papathanassopoulos & R. Negrine (Eds.), **Communications policy, theories and issues** (pp. 22–48). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Benz, A., Lutz, S., Schimank, U., & Simonis, G. (2007). **Handbuch Governance. Theoretische Grundlagen und empirische Anwendungsfelder** (pp. 9–25). Wiesbaden, Germany: VS Verlag

Elmqvist, Madeleine and Bastian, Sunil. (2006) **Promoting Media Professionalism, Independence and Accountability in Sri Lanka**. SIDA and the Authors, Edita Communication AB, 2006 Art. no. Sida31917en.

Freedman. Des, (2008) **The Politics of Media Policy**, USA, Polity Press.

Lasswell. Harrold, (1971) **A Preview of Policy Sciences**, America, Elsevier Publications.

Lasswell. Harrold and Others. (1986) **Integrated Product Testing and Evaluation (Revised edition)**. Markel Deccer, INC. 270, Madison Avenue, New York.

McQuail, D. (2007). **Introduction: The current state of media governance in Europe**. In G. Terzis (Ed.), European media governance: National and regional dimensions (pp. 17–25). Bristol: Intellect.

Puppis, M. (2007). **Media governance as a horizontal Extension of media regulation: The importance of self- and co-regulation**. Communications, 32(3), 330–336, doi: 10.1515/COMMUN.2007.020

Puppis. Manuel, (2010) **Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation**, Communication, Culture & Critique. International Communication Association. doi:10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x

**Proceedings - Press Complaints Commission of Sri Lanka Tenth Anniversary.** (2013) Press Complaints Commission of Sri Lanka, No. 96, Kirula Road, Colombo 05.

Rhodes, R. A. W. (1996). **The new governance: Governing without government. Political Studies**. doi: 10.1111/j.1467-9248.1996.tb01747.x

**Self Regulation and Ethical Reporting - Report on the conference celebrating the 10<sup>th</sup> anniversary of the Press Complaints Commission of Sri Lanka.** (2014) Press Complaints Commission of Sri Lanka, No. 96, Kirula Road, Colombo 05.

Siebert S. Fred, Peterson, T. and Shramm, W. (1984) **Four Theories of the Press.** University of Illinois, USA.

අණපනත්, වාර්තා හා ප්‍රකාශන

ජනමාධ්‍ය හාවිතය පිළිබඳ ජනාධිපති කාර්ය සාධක බලකායේ වාර්තාව. (2005) කාර්ය සාධන වාර්තාව. (2010-2013) ජනමාධ්‍ය හා ප්‍රවාත්ති අමාත්‍යාංශය.

ශ්‍රී ලංකාවේ යහපත් ජනමාධ්‍ය සංස්කෘතියක් බිජිකිරීම උදෙසා ඉදිරිපත් කරනු ලබන යෝජනා මාලාව. (2016) විශ්වවිද්‍යාල ජනසන්නීවේදන ආචාර්ය සංගමය.

Ackerman, J.M and I.E. Sandoval-Ballesteros. (2014) "**The Global Explosion of Freedom of Information Laws.**" Administrative Law Review Vol. 58. No. 1. Winter. p. 89

**The CAP Code** The UK Code of Non-broadcast Advertising and Direct & Promotional Marketing 2014 London Leveson inquiry: Culture, practice and ethics of the press (2013)

වෙබ් අඩවි

Retrieved from [\(62\) European Media Governance | kristyna michkova - Academia.edu](#)

Retrieved from [https://allanshowalter.com \(2016/06/17\) sexy-never-aired-microsoft-windows-tv-ad/](https://allanshowalter.com (2016/06/17) sexy-never-aired-microsoft-windows-tv-ad/)

Retrieved from <https://www.article19.org>

Retrieved from <http://assembly.coe.int>

Retrieved from <http://www.cf-hst.net/unicef-temp>

Retrieved from <http://www.citi.columbia.edu>

Retrieved from <https://www.colombotelegraph.com>

Retrieved from <http://www.cpalanka.org>

Retrieved from <https://dfat.gov.au>

Retrieved from [ww.duvallwa.gov](http://www.duvallwa.gov)

Retrieved from <https://www.e-education.psu.edu/geog432/node/128>

Retrieved from [http://esjournals.org/journaloftechnology/archive/vol1no3/vol1no3\\_5.pdf](http://esjournals.org/journaloftechnology/archive/vol1no3/vol1no3_5.pdf)

Retrieved from <https://www.globalpolicyjournal.com/content/current-and-future-global-development-goals>

Retrieved from <http://www.freedominfo.org/2016/08/analysis-of-new-sri-lanka-rt-law/>

Retrieved from <http://groundviews.org/2016/06/20/information-and-power-the-evolution-of-rti/>

Retrieved from <https://groundviews.org/2010/07/28/media-development-authority-another-name-for-media-control-in-sri-lanka/>

Retrieved from <http://www.iipa.org.in/www/iipalibrary/RTI-PDF/Chap-8.pdf>

Retrieved from <https://library.oopen.org/bitstream/id/c1e12e0c-fd25-4b4e-ab62fc683d0bf85c/645611.pdf>

Retrieved from <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights>

Retrieved from [https://research.library.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=mcgannon\\_working\\_papers](https://research.library.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1018&context=mcgannon_working_papers)

Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/leveson-inquiry-report-into-the-culture-practices-and-ethics-of-the-press>

Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405165518.wbeosm069>

Retrieved from [\(5\) Facebook](#)

Retrieved from [Misuse of ICCPR act in Sri Lanka in suppressing freedom of expression rights. • Sri Lanka Brief](#)

Retrieved from <https://www.thoughtco.com/interest-groups-definition-and-examples-5194792>

Retrieved from [Sri Lanka: Writer Shakthika's FR petition challenging his arrest and detention fixed for argument • Sri Lanka Brief](#)

Retrieved from [936-947.pdf \(webs.com\)](#)

පර්යේෂණ පතිකා

**Consultation on the Leveson Inquiry and its Implementation.** Dr Martin Moore and Dr Gordon Ramsay (2013) Department for Culture, Media and Sport and the Home Office.

**First - Media Governance: A Conceptual Framework or Merely a Buzz Word?.** Avshalom Ginosar. Communication Theory, Volume 23, Issue 4, 1 November 2013, Pages 356–374, <https://doi.org/10.1111/comt.12026>. Published: 15 October 2013.

HOUSE OF LORDS Select Committee on Communications 3rd Report of Session 2014–15 **Press Regulation: where are we now?** (2015) Published by the Authority of the House of Lords.

**ORIGINAL ARTICLE Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation,** Manuel Puppis. IPMZ—Institute of Mass Communication and Media Research, University of Zurich, CH-8050 Zurich, Switzerland. *Communication, Culture & Critique* ISSN 1753-9129

**Media Policy and Governance** Monroe E. Price, Manuel Puppis, Stefaan G. Verhulst. DOI: 10.1093/OBO/9780199756841-0119. LAST REVIEWED: 05 MAY 2017. LAST MODIFIED: 22 APRIL 2013.

**Policy Making and Policy Tradeoffs: Broadcast Media Regulation in the United States** Peter J. Alexander and Keith Brown. Forthcoming in: *The Economic Regulation of Broadcasting Markets*, Paul Seabright and Juergen von Hagen, Editors, Cambridge University Press.

**Understanding the Formulation and Development of Government Policy in the context of FOI.** Prepared for the Information Commissioner's Office by The Constitution Unit. Peter Waller, R.M. Morris and Duncan Simpson. 2012. London's Global University.

Arbatani, T. R and other. **CONCEPTUALIZING MEDIA POLICY: THE FACTORS, PROCESS AND VENUE** ijcrb.webs.com INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS COPY RIGHT © 2012 Institute of Interdisciplinary Business Research 943 SEPTEMBER 2012 VOL 4, NO 5

Freedman, Des (D. J.), 2006. **Dynamics of power in contemporary media policy-making.** *Media Culture and Society*, 28 (6).pp. 907-923/. ISSN 01634437 (Article): Goldsmiths Research Online.