

ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ ප්‍රවණතා සහ අභියෝග
(තෝරාගත් පෞද්ගලික ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය කීපයක් ඇසුරින් කරන
සන්නිවේදන අධ්‍යයනයක්)

විකුම ආරච්චිගේ චිත්තා විකුමආරච්චි

ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්ව විද්‍යාලයේ ශාස්ත්‍රපති පරීක්ෂණය සඳහා ශ්‍රී
ලංකා ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ ප්‍රවණතා සහ අභියෝග විෂය
යටතේ ඉදිරිපත් කරන නිබන්ධනයයි.

ශිෂ්‍ය අංකය - GS/HU/1623/2002

අපේක්‍ෂකයාගේ ප්‍රකාශය

මේ ශාස්ත්‍රීය නිබන්ධනය ජ්‍යෙෂ්ඨ කලීකාචාර්ය සේනානි හරිපවන්ද මහතාගේ සුපරීක්ෂණය යටතේ මා විසින් සම්පාදනය කරන ලද බවත්, මේ පර්යේෂණය කොටස් වශයෙන් හෝ සම්පූර්ණ වශයෙන් හෝ වෙනත් විශ්ව විද්‍යාලයකට හෝ ආයතනයකට හෝ වෙනත් උපාධියක් හෝ ඩිප්ලෝමාවක් සඳහා ද ඉදිරිපත් නොකරන ලද බවත් සහතික කරමි.

[Handwritten Signature]

අත්සන

දිනය 2009/11/30



උපදේශකවරයාගේ සහතිකය

මේ අපේක්ෂකයා විසින් කරන ලද ප්‍රකාශය සත්‍ය බවත්, මේ නිලත්ධනය ඇගයීම් කාර්ය සඳහා විශ්ව විද්‍යාලයට ඉදිරිපත් කිරීමට සුදුසු බවත් නිර්දේශ කරමි /කරමු.

උපදේශකවරයාගේ / උපදේශකවරුන්ගේ නම / නම්

.....

.....

අත්සන

දිනය.....

පටුන

පිටුව

පූර්විකාව

III-IV

නිබන්ධන සාරාංශය

V-VII

1 වන පරිච්ඡේදය

1-5

1.1 හැඳින්වීම

1.2 අධ්‍යයනයේ අරමුණ හා පරමාර්ථ

1.3 අධ්‍යයනය සඳහා තෝරාගත් නියැදි

1.4 අධ්‍යයනය සඳහා තෝරාගත් ක්‍රමවේදය

1.5 අධ්‍යයනයේ ගැටළු හා සීමාවන්

2 වන පරිච්ඡේදය

6-13

ගුවන් විදුලිය ආරම්භයේ සිට නූතනය දක්වා විකාශනය වීම.

3 වන පරිච්ඡේදය

14-21

පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි මාධ්‍යන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය

4 වන පරිච්ඡේදය

22-45

පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයා, නිවේදකයා හා ශාඛා භාවිතය සහ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය

පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයා, නිවේදකයා හාහා භාවිතය සහ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය

- 4.1 පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි ශ්‍රාවකයා
- 4.2 පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නිවේදකයා සහ භාවිත හාහාව
- 4.3 පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා හා ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය

නිගමනය හා සමාලෝචනය 46-54

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ 55

උප ග්‍රන්ථය. 56-59

පූර්විකාව

අන් ජනමාධ්‍යන්ට සාපේක්ෂව නවමන් අප සමාජය තුළ වැඩි ව්‍යාප්තියක් පෙන්වුම් කරනු ලබන්නේ ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයයි. 1924 වර්ෂයේ මෙරටට ගුවන් විදුලිය හඳුන්වා දීමේ සිට අද දක්වාම එය සමාජයේ ජනප්‍රිය විද්‍යුත් මාධ්‍යයක් බවට පත්ව ඇත. රාජ්‍ය ඒකාධිකාරය බිඳවැටෙමින් 1980 දශකයෙන් පසු පෞද්ගලික අංශය තුළ ගුවන් විදුලි සේවාවන් ආරම්භ වීමත් සමගම පැවති සාම්ප්‍රදායි ගමන් මග බිඳවැටෙමින් ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය නව මාවතක් කරා යොමු විය. එහි දී බොහෝ දුරට පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් සමාජ වගකීම් වලින් බැහැරව වෙනස් ගමන් මගක ගමන් කිරීමක් දක්නට හැකිය. මෙම පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන්ගේ ඇති වී ඇති ප්‍රවණතා හා අභියෝගයන් පිළිබඳව අධ්‍යයන කිරීමට ගත් උත්සහයක් ලෙස මේ නිබන්ධනය සැකසුනි.

ජන සන්නිවේදන ශාස්ත්‍රපති පාඨමාලාව ආරම්භ කළදා පටන් අපගේ අධ්‍යාපනය දේශන කාලයට පමණක් සීමා නොකර ස්වකීය දැනුම අප වෙත ලබාදෙමින්, සියලු දේ කැටි කරගනිමින් වඩුකුරුල්ලකු අලංකාර ගෘහයක් තනා ගන්නා මෙන් අපගේ අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට නිරතුරුව උපදෙස් දුන් ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්ව විද්‍යාලයේ සිංහල හා ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශයේ ඇදුරු මඩුල්ල මෙහිදී හක්තියෙන් යුතුව සිහිපත් කරමි.

මෙම නිබන්ධනය සැකසීමේදී උපදේශකත්වය සපයමින් නිවැරදි මාවත පෙන්වා දුන් ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්ව විද්‍යාලයේ ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශයේ ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය සේනානි හරිස්වන්ද්‍ර ඇදුරුකුමන් ද ගෞරවයෙන් සිහිපත් කරමි.

නිබන්ධනය ලිවීමට පටන් ගත් දා පටන් මා නිරතුරුව දිරිමත් කරමින් උදව් කල රේණු, නෙවම්, නිලා යන මා දයාබර මිතුරියන් ද, නිරතුරුව අධ්‍යයන කටයුතු සඳහා දිරිය

ලබාදෙන ආදරණීය සැමියා සමන් සහ සදීන්, විදුල් යන පුතුන් දෙදෙනාට ද මෙහිදී සිහිපත් කරන අතර මේ සඳහා සහය දුන් සියළු දෙනාටම ස්තූතිවන්ත වෙමි.

ඩබ්ලිව්.ඒ වින්තා වික්‍රමආරච්චි

රුවන්වැල්ල පාර,

වදුරාමුල්ල,

ඌරාපොල

කතෘ

සිංහල හා ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයන අංශය,

ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්ව විද්‍යාලය

ගංගොඩවිල,

නුගේගොඩ.

2009.11.19

ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ ප්‍රවණතා සහ අභියෝග(තෝරාගත් පෞද්ගලික
ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය කිපයක් ඇසුරින් කරන සන්නිවේදන අධ්‍යනයක්)

වික්‍රමආරච්චිගේ චන්කා වික්‍රමආරච්චි

නිබන්ධන සාරාංශය

සන්නිවේදනයකින් තොරව මානව සමාජයේ පැවැත්මක් කිසිසේත් අපේක්ෂා කළ නොහැකිය. මූලික අවශ්‍යතාවන් සේම එය පුද්ගල ජන ජීවිතය හා තදින් බද්ධ වී ඇත. මානව ශිෂ්ටාචාරයේ ආරම්භයේ සිටම එක් එක් යුගයන් හි අවශ්‍යතාවන් මත සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ද ඒ ඒ යුගයන්ට අනුකූල පරිදි සැකසෙමින් වෙනස් වෙමින් වර්ධනය වෙමින් ඉදිරියට පැමිණ ඇත. අද වන විට සන්නිවේදන ජාලය ඔස්සේ ලෝකය විශ්ව ගම්මානයක් දක්වා කුඩා වී ඇත. විද්‍යුත් සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන් සමාජය වෙත පැමිණීමත් සමගම එතෙක් පැවති සමාජය සිඝ්‍රයෙන් වෙනස් විය. ඒ ඔස්සේ පුද්ගල සිතූම් පැතුම් ආකල්පයන් සේම ඔවුන්ගේ ජීවන රටාවද ඊට අනුකූල පරිදි සකස් වන්නට පටන් ගැණුණි. නවීකරණයන් සමගම ජනමාධ්‍ය ව්‍යුහය ද වේගයෙන් ඉදිරියට ගමන් කර ඇත. ජනමාධ්‍ය ගත් විට ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය අන් ජනමාධ්‍යන්ට සාපේක්ෂව ශ්‍රී ලංකා සමාජය පුරා වැඩි ව්‍යප්තියක් පෙන්නුම් කරයි

1924 දී මෙරටට හඳුන්වා දුන් ගුවන් විදුලිය කෙටිකාලයක් තුළ සමාජයේ පොදු පිලිගැනීමට ලක්විය. ආරම්භයේ බ්‍රිතාන්‍යන්ගේ විනෝදාස්වාදය හා අන් අවශ්‍යතා මත ක්‍රියාත්මක වුවද නිදහසින් පසු ගුවන් විදුලිය විනෝදාස්වාදනය සඳහා මෙන්ම රටේ සංවර්ධන කාර්ය සඳහා ද විධිමත් ඇසුරින් දායක කරගනු ලැබීය. ආරම්භයේ සිටම රාජ්‍ය ඒකාධිකාරය මත ක්‍රියාත්මක වූ ගුවන් විදුලිය 1977 විවෘත ආර්ථික ප්‍රතිපත්තියක් සමග නව

මාවතක් කරා යොමු විය. නිදහස් වෙළඳ පොළ ආර්ථිකයන් සමග 1980 දශකයෙන් පසු පෞද්ගලික අංශය තුළ ද ව්‍යාපාර මට්ටමින් ගුවන් විදුලි සේවාවන් ආරම්භ වන්නට විය. මෙසේ ඇරඹී පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය තුළින් ඒවායේ ප්‍රවණතාවයන් හා අභියෝගයන් පිළිබඳ විමසීමට බඳුන් කෙරිණි. මෙසේ ඇරඹෙන පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් සුපිරි තාක්ෂණික ක්‍රමවේදයන් භාවිතයට ගැනීම හා සාම්ප්‍රදායිකව පැවති ගුවන් විදුලි ආකෘතියෙන් බැහැරව යමින් එය නවතාවයන් ඔස්සේ සකස් වන්නට විය. එතෙක් පැවති සංචාන ගුවන් විදුලි මැදිරිය ග්‍රාහකයා වෙනුවෙන් ද විචාන විය. මේ නිසා සන්නිවේදකයා හා සෘජුවම සම්බන්ධ වීමේ හැකියාව ග්‍රාහකයා වෙත ලැබිණි. වැඩ සටහන් සකස් කරගැනීමේදී දෙපිරිස අතර වූ මෙම සබඳතාවය ඉතා වැදගත් විය. පටිගත කර විකාශය කල වැඩසටහන් වලින් බැහැරව යමින් පෞද්ගලික අංශයේ ගුවන් විදුලි සේවාවන් සජීවී ආකාරයෙන් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කරන්නට විය.

රජයේ හෝ වේවා පෞද්ගලික හෝ වේවා ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයක් වෙතින් විනෝදාස්වාදය සේම සමාජයට තොරතුරු ලබාදීම, අධ්‍යාපනය ලබාදීම සමාජ සංවර්ධනය සඳහා දායක වීම හා වඩා යහපත් දේ සඳහා පුද්ගලයන් පෙළඹවීම යන වගකීම් ඉටු විය යුතුය. නමුත් පෞද්ගලික අංශයේ ගුවන් විදුලි සේවාවන් මින් බැහැරව කටයුතු කරන ආකාරයන් දක්නට හැකිය. එහි දී ඔවුන් ප්‍රමුඛත්වය දී ඇත්තේ විනෝදාස්වාදය උදෙසායි. මෙම සේවාවන් හි ගුවන් කාලයෙන් 60 කටත් වැඩි ප්‍රමාණයක් වෙන්ව ඇත්තේ මේ සඳහාය. බොහෝ දුරට මේ ගුවන් විදුලි නාලිකාවන් තරුණ පිරිස ඉලක්ක කොටගනිමින් ක්‍රියාත්මක වේ.

වාණිජ පරමාර්ථ මුල්කොට ගනිමින් ක්‍රියාත්මක වන්නාවූ පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් ඔස්සේ වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය කිරීම එහි හොඳ ආදායම් මාර්ගයක් බවට පත්ව ඇත. මෙම සේවාවන් හි ගුවන්කාලය මුල්මනින්ම වෙළඳ අනුග්‍රහ මත ක්‍රියාත්මක වේ. වර්තමානය වන විට හතු පිපෙන්නක් මෙන් පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් බිහිවෙමින් පවතින අතර වැඩි ග්‍රහක පිරිසක් දිනාගැනීම ඔවුන්ට අභියෝගයකි. ඒ උදෙසා පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් අතරද තියුණු තරඟයක් නිර්මාණය වෙමින් පවතී. එහි දී නොයෙක් ක්‍රියා හා වරප්‍රසාදයන් ග්‍රාවකයන් වෙත ලබාදෙමින් ඒ ඔස්සේ තම ගුවන් විදුලි සේවාවන් වෙත ඔවුන් පොළඹවා ගැනීමට උත්සහ දරයි. එම ගුවන් විදුලි සේවාවන් හි ක්‍රියාකාරීත්වය විමසා

බැලීමේදී පැදිලිවම පෙනී යන්නේ ශ්‍රාවකයාට වඩා ව්‍යාපාරකයාට මුල් දෙමින් කටයුතු කරන ආකාරයකි.

අද වන විට මෙම ගුවන් විදුලි සේවාවන් හි පොදු ශ්‍රාවකයන් බවට පත්ව ඇත්තේ තරුණ පිරිසයි. එම තරුණ පිරිස ඇද බැඳ තබාගැනීමට පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි භාෂා රටාව ද බලපෑවේය. සම්මත භාෂා රටාවෙන් මිඳි නිර්මාණශීලී අයුරින් භාෂාව භාවිතයට ගනු ලැබූ අතර කටවහරට හුරු සරළ භාෂා රටාවක් යොදා ගනු ලැබීය.

එසේම මෙම ගුවන් විදුලි සේවාවන් හි නිවේදන වෘත්තීයන් හි යෙදී ඇත්තේ ඔවුන් සන්නිවේදක වෘත්තීයේ වගකීම පිළිබඳ අවබෝධයෙන් කටයුතු කරනවාද යන්න ගැටළුවකි. සිංහල භාෂාවන් ඉංග්‍රීසි භාෂාවන් තමන්ට රිසි අයුරින් භාෂාව පරිහරණය කරයි. එහි දී ඔවුන් කතා කරන්නේ කුමක් ද කථා කරන්නේ කාටද යන්න පිළිබඳ අවබෝධයකින් තොරව කටයුතු කරන බවට පත්වේ. එමෙන්ම අද වන විට මෙම ගුවන් විදුලි සේවාවන් ඔස්සේ සමාජය තුළ අමුතූම සංස්කෘතියක් ගොඩනැගෙමින් පවතී. ඇතැම් සමාජ විශ්ලේෂකයන් එය ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ප්‍රවේශයක් ලෙස අර්ථකථනය කරයි. මෙම ගුවන් විදුලි සේවාවන් ඔස්සේ විවිධාකාර නවාංගයන් සමාජයට එකතු කරනු ලබයි. එම නවාංගයන් බහුතරයක්ගේ පිලිගැනීම මත වේගයෙන් සමාජය පුරා ව්‍යාප්ත වී යාමත් සමග ජනප්‍රිය සංස්කෘතියක් දක්වා එය වර්ධනය වන්නට විය.

කෙසේ නමුත් පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි සේවාවන් අද වන විට පොදු ජන සමාජයේ ජනප්‍රියතාවයට පත් වී ඇත. මෙම ගුවන් විදුලි සේවාවන් හි ක්‍රියාකාරීත්වය තුලින් ඒවායේ ඇති වී තිබෙන ප්‍රවණතා හා අභියෝග විමසා බැලීම මේ තුලින් අපේක්ෂිතය.

01 වන පරිච්ඡේදය

1.1 හැඳින්වීම.

ප්‍රාථමික යුගයේ අවිධිමත් සන්නිවේදන යුගයන් පසුකරමින් වර්තමානයේ දී අන්තර්ජාලය ඔස්සේ විශ්ව ගම්මාන සංකල්පය දක්වා කුඩා වී ඇත. මානව ශිෂ්ටාචාරයේ ආරම්භයේ සිටම සන්නිවේදනය ඒ ඒ යුගයන් හි අවශ්‍යතාවන් මත ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වර්ධනය වෙමින් ඉදිරියට පැමිණියා වූ ක්‍රියාවලියකි. මූලික අවශ්‍යතා සේම සන්නිවේදනය ද මිනිසාගේ ජීවිතය හා බද්ධ වී ඇත්තේ සන්නිවේදනයකින් තොරව මානව සමාජයන් හි පැවැත්මක් අපේක්ෂා කළ නොහැකි බැවිනි. කිසියම් සමාජයක ජීවත්වීම සඳහාත් සංස්කෘතිය ආරක්ෂා කරගැනීම සඳහාත් සන්නිවේදන කාර්ය සිදුවිය යුතු යැයි ඇල්ප්‍රඩ් ජේ.ස්මිත් ආචාර්වරයා පැවසීය¹. මානව සමාජයක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ඉතා වැදගත් ප්‍රභවයක් වන්නේ ලෝකයේ ඉදිරි ගමන රැඳී පවතිනු ලබන්නේ සන්නිවේදනය මත බැවිනි.

මානව සමාජයේ ගෝත්‍රික යුගයේ මිනිසුන් ඔවුනොවුන් හා අදහස් හුවමාරු කරගත්තේ නිර්වාචික සන්නිවේදනය මගිනි. මෙය ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වර්ධනය වෙමින් යුග ගණනාවක් පසු කරමින් ඉදිරියට පැමිණ දියුණු තාක්ෂණ ක්‍රම වේදයන් භාවිතයට ගනිමින් මිනිස් කටහඬේ සීමාවන් ජයගැනීමට දැරූ උත්සහයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විද්‍යුත් මාධ්‍යයන් භාවිතයට ගැනීමට හැකියාව ලැබුණි. රූපවාහිනිය, ගුවන් විදුලිය එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස බිහිවුණි. කෙසේ නමුත් විද්‍යුත් සන්නිවේදනයේ ප්‍රභවයන් සමග එතෙක් පැවති සමාජය මුළුමනින්ම වෙනස් වන්නට විය.

සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටක් ලෙස ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනියට සාපේක්ෂව ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයේ වැඩි ව්‍යාප්තියක් දක්නට ලැබේ. සංවර්ධනය වූ රට වලට සාපේක්ෂව සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා රටවල විද්‍යුත් සන්නිවේදනයේ යම් යම් අසමානකම් හා දුර්වලතාවයන් පැහැදිලිවම දක්නට ලැබේ. සංවර්ධනය වන රටවල ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනී සේවාවන්ට බලපා ඇති ආකෘති අතර ප්‍රධාන වන්නේ බී.බී.සී ආයතනය හඳුන්වා දී ප්‍රවර්ධනය කළ

ජනමාධ්‍යයේ නැගීම - සුනන්ද මහේන්ද්‍ර (පි.9)

පොදු සේවා විද්‍යුත් සන්නිවේදන ආකෘතියයි². තොරතුරු ලබාදීම, විනෝදාස්වාදය ලබාදීම, අධ්‍යාපනය ලබාදීම යන ත්‍රිවිධ කාරණා විද්‍යුත් සන්නිවේදනයේ දී ප්‍රමුඛ කොට සැලකේ.

1980 හා 1990 දශක වන විට ලෝක බැංකුව හා ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල වැනි ආයතනයන් හි මැදිහත් වීම මත සංවර්ධනය වෙමින් පවත්නා බොහෝ රටවල ආර්ථිකයන් විශාල වෙනස්කම් වලට ලක්විය. එතෙක් රාජ්‍ය අංශය සතුව පැවති ඒකාධිකාරය ක්‍රමයෙන් ගිලිහී රාජ්‍ය ආයතන ප්‍රතිව්‍යුහගත කිරීම හෝ පෞද්ගලික අංශයට විකිණීම සිදුවිය. මේ තත්වය මත ආර්ථිකය විශාල හුම්කාවක් නිරූපණය කිරීමට පෞද්ගලික අංශයට හැකි විය. රටේ අන් ආයතන මෙන්ම විද්‍යුත් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයට පිවිසීමට ද පෞද්ගලික අංශයට ද එමගින් අවස්ථාව ලැබිණි. පෞද්ගලික ව්‍යවසායකයන් විශාල වශයෙන් මුදල් ආයෝජනය කරමින් දියුණු තාක්ෂණික ක්‍රමවේද භාවිතයට ගනිමින් නව විද්‍යුත් ආයතන ඇරඹීය. ඔවුන් සෑම විටම ග්‍රාහක රූවියට ප්‍රධාන තැනක් දෙමින් සරල වින්දනය මුඛ්‍ය පරමාර්ථය කොට සලකමින් වැඩ සටහන් ඉදිරිපත් කරන්නට විය. මේ නිසා ඉතා කෙටි කාලයක් තුළ විශාල ග්‍රාහක පිරිසක් දිනාගැනීමට මෙම ගුවන් විදුලි ආයතන සමත් විය. මේ තත්වය රාජ්‍ය නාලිකාවට දැඩි අභියෝගයක් විය.

වර්තමානයේදී මිනිසාගේ දෛනික ජීවිතයට බලපෑම් කිරීමට තරම් විද්‍යුත් සන්නිවේදන මාධ්‍ය බලවත් වී ඇත. මෙමගින් පුද්ගල සිතූම් පැතුම් සේම ආකල්පයන් ද සීඝ්‍රයෙන් වෙනස් වන්නට විය. එපමණක් නොව මෙමගින් එතෙක් පැවති සමාජය නව මාවතක් කරා යොමු විය. මෙම නව විද්‍යුත් සන්නිවේදන සන්දර්භය පාරිභෝගිකයා මුල් කොට ගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. මෙම නව ප්‍රවණතාවය තුළ පාරිභෝගික ස්වාධීනතා තහවුරු වී ඇත.

කැට්ස් හා වඩෙල් විසින් (1977) විද්‍යුත් සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් හි අරමුණු තුනක් ප්‍රකාශයට පත්කොට ඇත. එනම් ජාතික ඒකාග්‍රතාවය ඇති කිරීම, සමාජ හා ආර්ථික සංවර්ධනය ඇති කිරීම සහ සංස්කෘතික අඛණ්ඩතාව හා වෙනස් වීම ගෙන ඒම යන කාරණාවන්ය. නමුත් පෞද්ගලික විද්‍යුත් සන්නිවේදන ආයතන තුළ මෙම ආකෘතියට ලැබෙන්නේ ඉතා සීමිත ඉඩකඩ.

විද්‍යුත් සන්නිවේදනය- නන්දන කරුණානායක (පි:3)

ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ ප්‍රවණතා හා අභියෝග පිළිබඳව හදාරනු ලබන මෙම නිබන්ධනයේ දී එකී විෂය ක්ෂේත්‍රය සීමා කරගැනීමක් ලෙස පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා තුනක් පිළිබඳ අවධානයට ලක් කෙරුණි. ශ්‍රාව්‍ය ගෝචර මාධ්‍යයක් වශයෙන් ජන මාධ්‍යය අතර ගුවන් විදුලියට හිමිවන්නේ සුවිශේෂී ස්ථානයකි. භූගෝලීය සාධක ඉක්මවා සමස්ථ සමාජය පුරාම ව්‍යාප්ත වීමේ හැකියාව මෙම මාධ්‍ය සතු විම එහි පවත්නා සුවිශේෂී ලක්ෂණයකි. අතීතයේදී මෙන් වර්තමානයේ දීත් පුද්ගලයන් හට ඉතා සමී මාධ්‍යයක් ලෙස ගුවන් විදුලිය හැදින්විය හැකිය. මුල් කාලීනව රාජ්‍ය අංශය සතුව පමණක් ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය පැවතියත් 1977 විවෘත ආර්ථික ප්‍රතිපත්තියත් සමග එය පෞද්ගලික අංශයට ද ව්‍යාපාර මට්ටමින් එකතු විය. ඒ අනුව වර්තමානයේ පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා රාශියක් බිහි වී ඇත. මෙම පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා හේතුවෙන් සමාජයේ පුද්ගල සිතූම් පැතුම් සේම ආකල්පයන්ද විශාල වශයෙන් වෙනස් වන්නට වන්නේ ගෙන ඇත. එපමණක් නොව එමගින් සමාජයට අලුතින් සංස්කෘතික ප්‍රවේශයක් ද නිර්මාණය කරමින් සිටී. ඇතැම් විචාරකයන් මෙය ජනප්‍රිය සංස්කෘතික ප්‍රවණතාවයක් ලෙස අර්ථ ගන්වනු ලැබේ. වර්තමානයේ ගුවන් විදුලිය සමාජයේ ඉතා ජනප්‍රිය විද්‍යුත් මාධ්‍ය බවට පත්වී ඇත. එයින් පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා රජයේ නාලිකාවට වඩා ජනතාව අතර ජනප්‍රියත්වට පත්ව ඇත.

වඩා යහපත් සමාජයක් බිහිකරලීම හා එහි ඉදිරි ගමන තීරණය කිරීම සඳහා මග පෙන්වීම ජන මාධ්‍යය සතු වගකීමකි. අන් ජනමාධ්‍යන්ට සාපේක්ෂව ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය ජනතාව අතර වැඩි ව්‍යාප්තියක් දක්වන නිසා ඉහත වගකීම ඉටුකිරීම වෙනුවෙන් ගුවන් විදුලියට වැඩි වගකීමක් පැවරී ඇත. රාජ්‍ය ඒකාධිකාරය බිඳ හෙලමින් බිහි වූ පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකාවන්ගෙන් මෙම වගකීම ඉටුකෙරෙන ආකාරයේ කටයුතු කිරීමක් දක්නට නැති අතර ඔවුන්ගේ මුඛ්‍යතම අරමුණ ලාභ ඉපයීම මිස සමාජ සංවර්ධනය නොවේ. වෙළඳපොළ ඉදිරියේ මේ එක් එක් ගුවන් විදුලි නාලිකාවන් අතර පවතින තරගයේ වාසිය ශ්‍රාවකයාටද එසේ නැත්නම් ව්‍යාපාරිකයාට ද යන්න එහි ක්‍රියාකාරීත්වය තුළින් හඳුනාගත යුතුය. තෝරාගත් පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා තුනක ක්‍රියාකාරීත්වය ඔස්සේ ඒවායේ ප්‍රවණතාවන් හා අභියෝග විමර්ශණයට ලක්කිරීම මෙමගින් අපේක්ෂා කෙරේ.

1.2 අධ්‍යයනයේ අරමුණු හා පරමාර්ථ

අතීතයේ දී මෙන්ම වර්තමානයේදී ද ගුවන් විදුලිය පුද්ගල ජන ජීවිතය හා තදින් බැඳී පවත්නා ජනප්‍රිය මාධ්‍යයකි. සන්නිවේදන ඉතිහාසය විමසා බැලීමේදී ලේඛණ හා මුද්‍රණ ශිල්පය සොයාගැනීමෙන් අනතුරුව සන්නිවේදනය නව මාවතක් කරා යොමු වූයේ ගුවන් විදුලිය සොයා ගැනීමෙන් පසුවය. 1977 අැති වූ දේශාලනික හා ආර්ථික විපර්යාසයන් හේතුවෙන් එතෙක් රාජ්‍ය අංශයේ ඒකාධිකාරය මත ක්‍රියාත්මක වූ ගුවන් විදුලි මාධ්‍යයේ දොරටු පෞද්ගලික අංශයට ද විවර විය. පෞද්ගලික ව්‍යවසායකයෝද ගුවන් විදුලි සේවාවන් ආරම්භ කිරීමත් සමග මිනිසුන් හට තම රුචිකත්වය මත විවිධ ගුවන් විදුලි නාලිකා හා සම්බන්ධ වීමට ඉඩ ලැබුණි. වර්තමානය වන විට පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා සමාජය උඩු යටිකුරු කරමින් ක්‍රියාත්මක වන තත්වයක් දක්නට ලැබේ. පුද්ගල ජන ජීවිතය සිතූමි පැතුමි සේම ඔවුන්ගේ ආකල්පයන් ද මුළුමනින්ම වෙනස් කරලීමට පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා සමත්ව ඇත. මෙම ගුවන් විදුලි නාලිකාවන් සමාජය තුළ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිකාංග ව්‍යප්ත කරමින් ජනප්‍රිය සංස්කෘතියක් ගොඩනගමින් සිටින බවට ඇතැම් විචාරකයන් මත පලකර ඇත. වෙළඳපොළ ක්‍රියාකාරීත්වය හමුවේ වාණිජ පරමාර්ථයන් මුල්කොටගෙන ක්‍රියාත්මක වීමේදී මෙම ගුවන් විදුලි නාලිකාවන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වයේ ඇති වී ඇති නව ප්‍රවණතාවයන් තුළින් පොදු ශ්‍රාවක පිරිසට සාධාරණයක් ඉටුවේද නැත්නම් ව්‍යාපාරික අංශයට එහි වාසිය හිමි වේද යන්න විමසා බැලිය යුතුය. මෙවැනි පසුබිමක් මත තෝරා ගත් ගුවන් විදුලි නාලිකා කිපයක් සමාජය තුළ කෙසේ ක්‍රියාත්මක වන්නේ ද යන්න විමසා බැලීම මෙම අධ්‍යයනයේ අරමුණ වේ.

1.3 අධ්‍යයනය සඳහා තෝරාගත් නියැදි

ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ ප්‍රවණතා හා අභියෝග යන මාතෘකාව පුළුල් පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයක් ඔස්සේ අධ්‍යයනය කල හැකි පර්යේෂණ මාතෘකාවකි. නමුත් මෙහිදී ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය සියල්ල අධ්‍යයනය කිරීමේ අපහසුතාව මත පෞද්ගලික ගුවන් විදුලිය කෙරේ අවධානය යොමු කලෙමි. ඉතා කෙටි කාලයක් තුළ පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා සියල්ල විමර්ශනයට ලක් කිරීමේ අපහසුතාවය මත ඉන් කිහිපයක් පමණක් මෙම අධ්‍යයනයේදී විමර්ශනයට ලක් කරන ලදී. මෙහි දී පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකාවන්

අතරින් සිරස තල හිරු තල හා ශ්‍රී තල යන නාලිකා තෝරාගනිමින් ඒ කෙරේ වැඩි අවධානයක් යොමු කළෙමි.

1.4 අධ්‍යයනය සඳහා තෝරා ගත් ක්‍රම වේදය

ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ නව ප්‍රවණතා හා අභියෝග යන මාතෘකාව අධ්‍යයනයේදී මාගේ අධ්‍යයන ක්‍රම වේදය ලෙස ද්විතීක මූලාශ්‍ර අධ්‍යයනය කිරීම යොදා ගනිමි. එහි දී පොත් පත් හා වෙනත් මූලාශ්‍ර මගින් තොරතුරු ලබාගනිමි. මීට අමතරව ක්ෂේත්‍ර අධ්‍යයනයක් හා ස්වයං නිරීක්ෂණ ක්‍රම වේදයක් භාවිතයට ගනිමි. ක්ෂේත්‍ර අධ්‍යයනයේදී මවිසින් සකසා ගත් ප්‍රශ්න මාලාවක් ඇසුරින් මා ජීවත් වන ප්‍රදේශය තුළින් තොරතුරු ලබාගනිමි. එසේම මාගේ අධ්‍යයනය සඳහා තෝරා ගත් නියැදි සතියක් තුළ එකම වේලාවක දී පැයක කාලයක් නිරීක්ෂණයට භාජනය කෙරිනි. එමෙන්ම එම ගුවන් විදුලි නාලිකා කෙරෙහි නිරන්තර අවධානයකින් සිටීමෙන් ද මේ සඳහා කරුණු රැස් කර ගනිමි.

1.5 අධ්‍යයනයේදී මතු වූ ගැටළු හා සීමා

ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලි සන්නිවේදනයේ නව ප්‍රවණතා හා අභියෝග යන සන්නිවේදන අධ්‍යයනය දෙමසක් වැනි කෙටි කාලයක් තුළ නිමකිරීම මට මහත් අභියෝගයක් විය. එම නිසා එම පුළුල් මාතෘකාව යම් යම් සීමාවන් ඔස්සේ අධ්‍යයනය කිරීමට සිදුවිය. ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය ගත් විට රාජ්‍ය පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා රැසක් දක්නට ලැබේ. එබැවින් එම පුළුල් ක්ෂේත්‍රයෙන් තෝරාගත් පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා කිපයක් පමණක් අධ්‍යයනයට බදුන් කිරීමට සිදුවිය. එමෙන්ම මෙම නියැදීන් ද ඉතා පුළුල්ව සාකච්ඡා කිරීම අපහසු කරුණක් වූ නිසා එම නියැදීන්ද යම්තාක් දුරට පමණක් අධ්‍යයනය කෙරුණි. එමෙන්ම මෙම අධ්‍යයනයට පුස්තකාල තුළින් පොත් පත් ලබාගැනීමේදී ගැටළු රැසක් ඇති විය. තවද ලබාගත් සියලු තොරතුරු මෙම නිබන්ධනය සකස් කිරීමට යොදා ගත නොහැකි විය. එයට හේතුව කාලය හා නිබන්ධන වාර්තාවේ ප්‍රමාණය සීමා වීමයි.