

දේශපාලන සන්නිවේදනය හා නව මාධ්‍යය භාවිතාව

ඒ. ඒ. ඩී. එස්. අබේසිංහ³

සංක්ෂේපය

මිනිසාට තම සමාජ ජීවිතය පවත්වාගෙන යාමේදී අත්‍යවශ්‍ය සාධක අතර තවත් එක් සාධකයක් බවට සන්නිවේදනය පත්ව තිබේ. භාෂාවක් පිළිබඳව නොදන්නා ඓතිහාසික මානවයා අංග වලන ආදිය මගින් නිර්වාචිකව සන්නිවේදනයේ යෙදී ඇති අතර, මානව පරිනාමයත් සමග සිදුවූ ශිෂ්ටාචාර ගතවීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සන්නිවේදනය ද, තව දුරටත් පුළුල් වපසරියක් කරා දිව යන්නට විය. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස අති නවීන විද්‍යාත්මක සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ ආගමනය සිදු විය. වර්තමානයවත්ම සෑම සමාජයකම දෛනික ජීවිතය බොහෝ අවස්ථාවන්හි දී මෙම නව සන්නිවේදන මාධ්‍ය මත රඳා පවතී. සන්නිවේදනයකින් තොරව කිසිදු කාර්යයක් සාර්ථකව සිදුකළ නොහැකි අතර දේශපාලන ක්‍රියාවලිය තුළදී ද, දැවැන්ත වශයෙන් නව සන්නිවේදන ක්‍රම යොදාගනු ලබයි. නව තාක්ෂණික මෙවලම්හි වර්ධනයත් සමග සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ද නිරන්තරව යාවත්කාලීන වන අතර ගෝලීයකරණ ක්‍රියාවලිය සමග අන්තර් දේශපාලන සබඳතා ශක්තිමත් කිරීම සඳහා ද විශාල වශයෙන් නව මාධ්‍ය දායක වී ඇත. වර්තමානය වනවිට සමාජය අතික්‍රමණය කරනු ලබන මෙම නව මාධ්‍ය දේශපාලන සන්නිවේදනය තුළ දී තීරණාත්මක සාධකයක් බවට පත්ව තිබේ. මුහුණු පොත (Face Book), ටවිටර් (Twitter), යූ ටියුබ් (Youtube) ආදිය මෙහි දී ප්‍රධාන වන අතර විසි එක්වන සියවසයේ මෑත යුගය දක්වා නව මාධ්‍යය භාවිතය තුළින් සුවිශේෂී මෙන්ම ප්‍රබලම බලපෑමක් සිදු වූ ක්ෂේත්‍රය වන්නේ ද දේශපාලන ක්ෂේත්‍රයයි. නව මාධ්‍යයන් විසින් දේශපාලන සන්නිවේදනයේ දී ඉටු කරනු ලබන භූමිකාව පුළුල්ව අධ්‍යයනය කිරීම මෙහි මුඛ්‍යතම අභිලාෂය වේ. මෙම අධ්‍යයනයේ දී ප්‍රථමික දත්ත රැස් කර ගන්නට වූ අතර, අධ්‍යයන ක්‍රමවේදය ලෙස විස්තරාත්මක ක්‍රමවේදය භාවිතා කරන ලදී.

මුඛ්‍ය පද: සන්නිවේදනය, නව මාධ්‍යය, දේශපාලන සන්නිවේදනය, ප්‍රතිඵලය

හැඳින්වීම

ඇරිස්ටෝටල් ප්‍රකාශ කරන පරිදි මිනිසා ස්වාභාවයෙන්ම දේශපාලන සත්ත්වයෙකි. මේ අනුව මිනිසා සමාජයේ විවිධ පුද්ගලයන් සමග මෙන්ම විවිධ ආයතන හා කරුණු සම්බන්ධව සබඳතා ගොඩනගා ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය වන අතර, එය ඉටු කරනු ලබන්නේ සන්නිවේදනය මගිනි. මානව සංහතියේ ප්‍රගමනය උදෙසා විශාල දායකත්වයක් දුන් සන්නිවේදනය, මිනිස් සමාජය ගොඩනැගීමට මෙන්ම එය බිඳ වැටීමට ද හේතුවේ. සන්නිවේදනය යනු සමස්ත විශ්වයම යා කරන්නා වූ නව මාවතක් වන අතර, මානව ලෝකය තුළ සන්නිවේදනයෙන් පරිබාහිරව කිසිවක් සිදු නොවන්නේ ඒ නිසාවෙනි. මෙහිදී පුද්ගලාන්තර, කණ්ඩායම් මෙන්ම අන්තර් ජාතික සබඳතා කෙරෙහි ද සන්නිවේදනය හේතු සාධක වේ.

පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට හෝ ස්ථානයකින් තවත් ස්ථානයක් වෙත සංඥා මාර්ගයෙන් හෝ පණිවුඩයක් මගින් තොරතුරක් යැවීම ලෙසින් සරළව සන්නිවේදනය අර්ථ දැක්විය හැකි අතර, සන්නිවේදනයේ ඉතිහාසය වසර ගණනාවක් ඇත දුරාතීතයට දිව යන්නකි. අතීතයේ මානවයා ශබ්ද, ලකුණු, සංඥා ආදී නිර්වාචික මෙන්ම සරළ අංග වලන ආදියෙන් ආරම්භ වූ සන්නිවේදනය අනතුරුව සංකේත, සලකුණු, ගුහා සිතුවම්, ශිලාමය කැටයම්, චිත්‍ර ආදී වශයෙන් මානව පරිනාමයත් සමග ක්‍රමානුකූලව විකාශනය වී නවීනතම ක්‍රම දක්වා වර්ධනය වී ඇත (කටුගම්පොළ, 2012: 6). මෙවන් පසුබිමක් මත ව්‍යාප්ත වූ සන්නිවේදනය 19 වන සියවසින් පසු නව මානවයන් කරා යොමු

³ ශාස්ත්‍රවේදී දේශපාලන විද්‍යා (විශේෂ) තෙවන වසර

වූ අතර, එහි දී දුරකථනය, ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය කැපී පෙනෙන්නට වූ අතර, එම සියලුම මාධ්‍යයන් පරයමින් වර්තමානය වනවිට අන්තර්ජාලය පෙරමුණේ ගමන් ගන්නට විය. එපමණක් ද නොව මිනිසාගේ දේශපාලන ජීවිතය වර්තමානය වන විට නව මාධ්‍යය මත රඳා පවතින ආකාරය දැකගත හැක. "කිසියම් සංකීර්ණ ආයතනයක් හෝ බහු සංඛ්‍යාවක් යන්ත්‍ර සූත්‍ර පරිහරණය කරමින් අසමජාතික විශාල හා විසිරී පැතිරී සිටින ග්‍රාහකයන් වෙත පොදු සන්දේශ නිර්මාණය කිරීම සන්නිවේදන මාධ්‍යය මගින් කරන බව" මහාචාර්ය තිස්ස කාරියවසම්ගේ මතයයි (සුරවීර, 2011: 39).

මේ අනුව අතර යුගයේ පටන් වර්තමානය දක්වාම සෑම සමාජයකම සන්නිවේදනයේ පදනම මාධ්‍ය වේ. මෙකී මාධ්‍යය රඳා පවතිනුයේ මිනිසාගේ අදහස්, අභිලාෂ, හැඟීම්, දැනීම් අත්දැකීම් ආදී දේ මතයි. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රාජ්‍යයක වැදගත්ම බලවේගය ලෙස මාධ්‍යය හැඳින්විය හැකි අතර, මේ නිසාවෙන්ම වර්තමානයේ දී මෙම මාධ්‍යය "සිවිලන ආණ්ඩුව" යන අන්වර්ථ නාමයෙන් හඳුන්වනු ලබයි. එනම්, පුද්ගලයෙක් හෝ දේශපාලන පක්ෂයක් හෝ බලයට ගෙන ඒමටත් බලයෙන් ඇද දැමීමටත් ඇතැම් අවස්ථාවන්හි දී ඊටක දේශපාලන බලය පෙරලා දැමීමටත් මාධ්‍යයන්ට හැකිව තිබේ. මෙහිදී විශාල බලපෑමක් කිරීමට නව මාධ්‍යයන්ට හැකිව තිබෙන්නේ ඉතාම සුළු කාලයක් තුළ ඕනෑම තොරතුරක් ලොව ඕනෑම ප්‍රදේශයක් වෙත යැවීමට හැකිවීම මගිනි. මේ අනුව සන්නිවේදනය මිනිසාගේ සමාජ ජීවිතය යාවත්කාලීන කරන ප්‍රධාන මෙවලමක් වන අතර මානව සන්නිවේදනයේ උන්නතිය උදෙසා ද විශාල මෙහෙවරක් සිදු කරනු ලබයි.

දේශපාලන සන්නිවේදනයේ න්‍යායාත්මක පසුබිම

රාජ්‍ය බලය ලබා ගැනීමේ මූලික අරමුණ සහිතව කෙටි කාලීනව හෝ දිගු කාලීනව කරනු ලබන අරගලය "දේශපාලනය" වශයෙන් සරළව හැඳින්විය හැක. වර්තමානය වනවිට ගෝලීය වශයෙන් දේශපාලන තන්ත්‍රය තුළ සන්නිවේදනයට වැඩි වැදගත්කමක් හිමිවීමත් සමග දේශපාලන සන්නිවේදනය විෂය ආරම්භය සනිටුහන් කරන ලදී. මේ අනුව දේශපාලන සන්නිවේදනය මෑත කාලීනව ආරම්භ වූ විෂයකි. Dann D Nimmo සහ Keith R. Sanders 1981 දී සංස්කරණය කරන ලද Hand Book Of Political Communication නම් ග්‍රන්ථයට අනුව දේශපාලන සන්නිවේදනයේ ඉතිහාසය ඉතා පැරණි වූවක් වන නමුත් එය විෂයයක් වශයෙන් ආරම්භ වී ඇත්තේ 1950 දශකය තුළය (කරුණානායක, 2000: 93). ජන සන්නිවේදනය හා දේශපාලනය අතර පවතින අන්තර් සම්බන්ධතාව පිළිබඳව ක්‍රමවත් අයුරින් විමර්ශනය කිරීම ආරම්භ වන්නේ ඊට පසු කාලීනවය. මෙහිදී ඇරිස්ටෝටල් විසින් රචිත Politics කෘතිය තුළින් ලබාදෙන මඟ පෙන්වීම වැදගත් වේ. 1965 දී මාර්ෂල් මැක්ලෑහන් Undertanding Media කෘතිය තුළ දක්වන ආකාරයට, "ජනමාධ්‍ය හේතුකොටගෙන ලෝකය තුළ පවතින ගෝලීය ගම්මානය පිළිබඳ සංකල්පය දේශපාලන සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඇසුරු කරමින් ජාතික සීමාවන් ඉක්මවමින් ජාත්‍යන්තරය දක්වා වර්ධනය වන්නට විය" (ජිනදාස, 2005: 173).

දේශපාලන සන්නිවේදනය තුළ වඩාත් කැපී පෙනෙන සිද්ධාන්තය ලෙසින් ජනමතය හැසිරවීම දැක්විය හැකි අතර "ජනමතය" සංකල්පය පිළිබඳ පළමුවෙන්ම අධ්‍යයනය කරනු ලැබුවේ චෝල්ටන් ලිප්මාන් (1954) විසිනි. 19 සියවස මුල්භාගය වනවිට ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ආණ්ඩු පවතින ජන සමාජයන්හි පවත්වන මැතිවරණවලදී ඡන්දය දැමීමේ කටයුතු සිදුවූයේ ජනමාධ්‍ය ඇසුරු කොටගෙනය. එහිදී විශාල වශයෙන් ජනමාධ්‍ය ඔස්සේ සන්නිවේදන කාර්යයන් සිදුවිය (ජිනදාස, 2005: 172). 1980 දශකය වන විට දේශපාලන සන්නිවේදනය විෂයයෙහි පර්යේෂණාත්මක කටයුතු වැඩි වශයෙන් සිදු වූ අතර ඒ තුළින් දේශපාලන සන්නිවේදනය විෂයයෙහි නිම් වලලු පුළුල් වෙමින්, එම විෂයය ක්ෂේත්‍රය පුළුල් වපසරියක ව්‍යාප්ත විය. වර්තමානය වනවිට රාජ්‍යය ආයතන හා ඡන්ද දායකයා අතර හැසිරීමේ ක්‍රියාවලිය තුළ මැදිහත්වන්නා වූ කාරකයක් වශයෙන් පමණක් නොව දේශපාලන භාෂාව, දේශපාලන ප්‍රචාරණය, දේශපාලන අලෙවිකරණය, මැතිවරණ ව්‍යාපාර, රාජ්‍යය ප්‍රතිපත්ති, ජනමතය, දේශපාලන සංකේත ආදී විෂයය කොටස් ගණනාවක් අන්තර්ගත කොට වර්ධනය වූවක් ලෙස එය හැඳින්විය හැක (කරුණානායක, 2000: 95). එමෙන්ම ඡන්ද දායකයින් වෙත යම් දැනුවත් කිරීමක් සිදු කිරීමේදී එය නිර්මාණාත්මකව, තාර්කිකව ඉදිරිපත්

කිරීමේදී දේශපාලන සන්නිවේදනය ඉටු කරනු ලබන කාර්යය අතිමහත්ය. මෙම විෂයය සංවර්ධනය වීම කෙරෙහි ශාන්ත තෝමස් ඇක්වයිනාස්, මැකියාවලී ආදී බොහෝ දාර්ශනිකයන් විසින් සම්පාදනය කරන ලද සම්භාව්‍ය ග්‍රන්ථ හේතු සාධක වී ඇති අතර, එමගින් මෙම විෂය පථය තවදුරටත් විපරිණාමය වී ඇත.

දේශපාලන සන්නිවේදන විෂය ක්‍ෂේත්‍රය පිළිබඳ ඉතාමත් මැනකදී අදහස් ඉදිරිපත් කළ චින්තකයෙක් වන බ්‍රයන් මැක්නායර් (2011) දේශපාලනය පිළිබඳ අරමුණු බද්ධ සැලසුම් සහගත සන්නිවේදනයක් පිළිබඳ තොරතුරු ඉදිරිපත් කරයි. එමෙන්ම, මැක්නායර් දක්වන පරිදි දේශපාලන සන්නිවේදන තුළ ඓතිහාසික ලක්ෂණ තුනකි. එනම්, දේශපාලන සංවිධාන, ජනමාධ්‍ය, පුරවැසියන් වශයෙනි (ජිනදාස, 2005: 175). මැක්නායර් ඉදිරිපත් කළ ඓතිහාසික ලක්ෂණ පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේදී දේශපාලන සංවිධාන සහ මාධ්‍ය අතර මෙන්ම දේශපාලන කටයුතු තුළදී මාධ්‍ය සහ පුරවැසියන් අතර ද්වි පාර්ශ්වීය සන්නිවේදන තත්ත්වයක් හඳුනාගත හැක. එමෙන්ම පුරවැසියන් විසින් ද මාධ්‍ය වෙත නොයෙකුත් සන්නිවේදන අන්තර්ගතයන් දක්වනු ලබයි.

තාක්ෂණය හරහා මිනිසාගේ සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන්ද වෙනස් වී අතීතයේදී සීමිත කාලයක් තුළ සුළු පිරිසකට සන්නිවේදනය කිරීමට මිනිසාට හැකිව තිබූ සීමාවන් විද්‍යාව හා තාක්ෂණයේ සොයා ගැනීමත් සමග බිඳ වැටුණු අතර, එකවර විශාල පිරිසකට ඇමතීමේ හැකියාව සන්නිවේදනය ලැබූ විශාල ජයග්‍රහණයක් විය. වසර දහස් ගණනකට පෙර ප්‍රභවය ලද මානව සන්නිවේදනය ඒ සඳහා විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඇසුරු කරමින් අතීතය සංකීර්ණ මංපෙත් ඔස්සේ අදියර ගණනාවක් පසු කරමින් වර්තමාන වනවිට තෙවන පරම්පරාව (3D) අදියරත් ඩිජිටල් යුගයත් පසු කරමින් තවදුරටත් පියවර තබන්නට විය. මේසා දීර්ඝ සන්නිවේදන ඉතිහාසය තුළ කාර්මික විප්ලවය, තාක්ෂණික විප්ලවය ජය ගනිමින් පැමිණි ගමන් මග අනගිභවනීය වේ. අන්තර්ජාලය හා ඩිජිටල් තාක්ෂණයේ ව්‍යාප්තියත් සමග වර්තමානය වනවිට මුහුණු පොත (Facebook), යූ ටියුබ් (You tube), ට්විටර් (Twitter), විකිපීඩියා (Wikipedia), ගූගල් ප්ලස් (Google+) හා බ්ලොග් සේවාවන් (Blog Service) ආදී නව මාධ්‍යයන්ගේ සංක්‍රමණය සිදු වී ඇති අතර දේශපාලන සන්නිවේදනය තුළ දී පෙර යුගයන්හි දී භාවිතා කළ ප්‍රාථමික මාධ්‍යයන්ගෙන් පරිබාහිරව නව මාධ්‍යය උපයෝගී කර ගැනීමට ලොව බොහෝ දේශපාලන නායකයින් උත්සක වූ අතර එමගින් තම ජයග්‍රහණය පුළුල් වපසරියක් කරා ගෙන යාමට ඔවුන්ට හැකිවිය. මෙම මාධ්‍යය ප්‍රචලිත වීමත් සමග තමන්ට අවශ්‍ය ඕනෑම තොරතුරක් හෝ සන්නිවේදනයක් වෙත ක්ෂණිකයෙන් ළඟා වීමට තුනත ලෝකයට හැකියාව ලැබී ඇත. මෙම අසාමාන්‍ය හැකියාව කෙරෙහි තව තවත් නැඹුරු වූ මිනිසා තම ප්‍රගමනය හා තාක්ෂණික උන්නතිය සංසිඳුවා ගැනීමට තම ඩිජිටල් සබඳතා තව දුරටත් යාවත්කාලීන කරන්නට විය. එමෙන්ම එක් වරකදී තම පක්ෂපාතීන් විශාල පිරිසකට තොරතුරක්, කිසියම් සංදේශයක් හෝ ජායාරූප ඉදිරිපත් කළ හැකි මාධ්‍යයක් මෙන්ම තමන් විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලැබුවට මිනිසුන් දක්වන ප්‍රතිචාර ද ක්ෂණිකයෙන් බලාගත හැකි මාධ්‍යයන් වන නිසා අන්තර්ජාලය ඇසුරු කර ගනිමින් වර්තමානය වනවිට ව්‍යාප්තව පවතින නව සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් වර්තමාන දේශපාලන පර්යාය ගොඩනැගීමේදී කරනු ලබන කාර්යභාරය සුළුපටු නොවේ. එමෙන්ම අනෙකුත් සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ට වඩා මෙම නව මාධ්‍යය තුළින් ආකර්ෂණීය වූ සංදේශ ලබා දීමටත්, ග්‍රාහකයින් වැඩි වශයෙන් පොළඹවැලීමෙන් හැකියාව පවතී. මේ අනුව ලොව නන් දෙස විසිරී සිටින මිනිසුන්ගේ ආකල්ප හා අදහස් හඳුනා ගැනීමට නව මාධ්‍යයන්ට හැකිවේ.

දේශපාලන සන්නිවේදනයේදී නව මාධ්‍යයන්ගේ භූමිකාව

මහාචාර්ය විල්බර් ශ්‍රාම් ප්‍රකාශ කරන පරිදි, "සංවිධානාත්මක පිරිසක් විසින් තවත් පිරිසක් වෙත යැවෙන සංදේශ ළඟා කර ගැනීම මාධ්‍යන් තුළින් සිදු කරයි" (සුරවීර, 2011: 39). උක්ත නිර්වචන මගින් මාධ්‍යයන්හි වැදගත්භාවය අවධාරණය කෙරෙන අතර මිනිසා සතුව ඇති නිර්මාණාත්මක තාක්ෂණයේ අපූර්වතම ඉසව්වක් ලෙස නව මාධ්‍යය දැක්විය හැක. නවීන තාක්ෂණික ක්‍රම භාවිතය මගින් මිනිසාගේ සන්නිවේදන ක්‍රමෝපායන් පුළුල්ව ඇති අතර මේ අනුව අනෙකුත් සත්ත්වයන්ට වඩා වෙනස් වූ උසස් රටාවකට අනුව සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ නිරත වීමට මිනිසා පෙළඹී තිබේ. දේශපාලන ක්‍රියාවලිය තුළ සන්නිවේදනය කිරීමේ දී බොහෝවිට නව මාධ්‍යයන්හි භාවිතය

වර්තමානය වන විට ඉහළ මට්ටමක පවතී. මානවයා නිරන්තරයෙන්ම තොරතුරු පිළිබඳ පිපාසයෙන් පෙළෙන අතර, වත්මන් සමාජය ද තොරතුරු පිරි පවතින සමාජයක් වන බැවින් සමාජය තුළ තොරතුරු අධිගලනයක් පවතී. එහි අතුරුඵලයක් ලෙස ඕනෑම තොරතුරක් ක්ෂණිකයෙන් ඕනෑම ස්ථානයකට යැවිය හැකිය. ඒ අනුව වර්තමානය වන විට ජනමාධ්‍යවේදය නූතන සන්නිවේදනයේ දියුණුව විසින් අතික්‍රමණය කරනු ලැබ ඇත (මහින්ද වින්තන ඉදිරි දැක්ම, 96). ජගත්කරණය, විශ්වීයකරණය යන විවිධ නම්වලින් හඳුන්වන්නා වූ ගෝලීයකරණය, කාලය හා අවකාශය අතර තිබූ පරතරය හකුළුවන අතර ලොව කුමන ස්ථානයක වුව ද සිදුවන ක්‍රියාවක් ක්ෂණිකවම පුද්ගලයෙක් වෙත ඉදිරිපත් කරන මෙම විපර්යාය සන්නිවේදනයේ උච්චතම අවස්ථාවකි.

දේශපාලන ක්‍රියාවලි උදෙසා නව මාධ්‍යයන්ගේ භාවිතය 1945 තරම් ඈත අතීතයට දිව යන අතර වර්ෂ 1945ත් පසුව ලොව බෙදීමකට ලක්වූ යුද්ධය ජය ගැනීමට නව සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදා ගැනීමට සිදුවිය. මේ අනුව ඉලෙක්ට්‍රොනික තාක්ෂණික මාධ්‍යයන් ඔස්සේ සන්නිවේදන කටයුතු සිදුකිරීම ආරම්භ විය (වික්‍රමගේ, 2003: 60). විද්‍යාව හා තාක්ෂණයේ ඇති වූ උන්නතියන් මෙතෙක් ප්‍රවලිතව පැවති පුවත්පත්, සඟරා, ගුවන් විදුලි, හා රූපවාහිනී ආදී මාධ්‍යයන්ට සමගාමීව බොහෝ මාධ්‍යයන් කරලියට පැමිණි අතර දේශපාලන සන්නිවේදනය තව දුරටත් පුළුල් විය. එහි දී අන්තර්ජාලය, චන්ද්‍රිකා තාක්ෂණය හා ඩිජිටල් පුරෝගාමී මෙහෙවරක් සිදු කරනු ලැබීය. දේශපාලන කරලිය තුළ නව මාධ්‍යයන්ගේ භූමිකාව විමසා බැලීමේ දී තොරතුරු නිර්මාණය, ප්‍රසිද්ධ කිරීම, බෙදා හැරීම හා පරිශීලනය කිරීමේ ක්‍රියාවලීන් ප්‍රජාතන්ත්‍රීයකරණය කිරීම හෙවත් ඕනෑම පුද්ගලයෙක් වෙත තොරතුරු නිර්මාණය කිරීමට, පරිශීලනය කිරීමට, ප්‍රසිද්ධ කිරීමට හැකියාව පවතී. විසි එක්වන සියවසේ ආරම්භයේ සිටම සන්නිවේදන මාධ්‍යය සමාජ ක්‍රමයට ඇති කළ බලපෑම අතිශය සුවිශේෂී වන අතර ඉන් දේශපාලන ක්ෂේත්‍රයට ඇති වූ බලපෑම සුවිශාල වේ. ජාතික වශයෙන් පමණක් නොව අන්තර්ජාතික වශයෙන් ද දේශසීමා හෝ වෙනත් භෞතික බලපෑම්වලින් තොරව ක්‍රියාත්මක වීමට නූතන මාධ්‍යයන්ට පවතින හැකියාව විශේෂය.

නව මාධ්‍යය භාවිතය තුළින් දේශපාලන වෙනස්කම් සිදු වූ ආකාරය ලෝක දේශපාලන ක්‍රමය පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේදී වටහා ගත හැකිය. ඉන්දියාවේ අගමැති නරේන්ද්‍ර මෝදි මැතිවරණ කාල පරාසය තුළ සන්නිවේදනය බවට පත් කරගනු ලැබුවේ නව මාධ්‍යයන්ය. ඉන්දියාව තුළ පුවත්පත් ප්‍රවාහිනී නාලිකා විශාල ගණනක් සක්‍රීය ව පැවතිය ද ඔහු බොහෝ අවස්ථාවන්හි දී එම මාධ්‍යයන් පසෙකලා විවිටර් හා ෆේස් බුක් සමාජ ජාලා මගින් තම ඡන්දදායකයන් හා සන්නිවේදනයේ යෙදී ඇත. වයස අවුරුදු 25ට අඩු තරුණ පිරිස මිලියන 600ක් වන ඉන්දියාවේ ඒ අතරින් මිලියන 100ක් ෆේස්බුක් සමාජ ජාලය භාවිතා කරයි (ගමගේ, 2005: 77). උක්ත දැක්වෙන පරිදි විශාල ෆේස්බුක් ජාලයක් පවතින රටක් වන ඉන්දියාව තුළ දේශපාලන සන්නිවේදනය නව මාධ්‍යය ඔස්සේ සිදු කිරීම ඔහුගේ ජනතා ප්‍රසාදය වර්ධනය වීමට ප්‍රබල වශයෙන්ම හේතු වී තිබේ. අන්තර්ජාලයේ ආගමනයත් සමග වර්ධනය වූ නව මාධ්‍යයන් මගින් දේශපාලන සන්නිවේදනයට කරන ලද බලපෑම සුළුපටු නොවන අතර මෙමගින් සරල වර්ගාත්මක වෙනස්කම් පමණක් නොව රටක පාලන බලය පෙරලා දැමීමටද මෙම නව මාධ්‍යයන් හේතුවිය. මෑතකදී සිදුවූ ඊජිප්තු විප්ලවය (Egypt Revolution) හඳුන්වන්නේ “ෆේස් බුක් විප්ලවයක්” ලෙසයි. දශක තුනකට අධික කාලයක් ඊජිප්තුව පාලනය කළ හොස්නි මුබාරක් සති කිහිපයක් තුළදී රටින් පලවා හැරීමට හැකි වූයේ අන්තර්ජාලය මගින් බව දේශපාලන විචාරක අදහස වේ. මරණ ගණන 384කට සීමා කරමින් මෙම විප්ලවය ජයගත හැකිවූයේ, අන්තර්ජාලය හේතු කොටගෙන බව බටහිර විචාරකයින් මෙන්ම ඊජිප්තු ජාතිකයින් ද පිළිගනී. මෙම ෆේස් බුක් විප්ලවය මෙහෙය වූ නිර්ණාමික නායකයෙකු මාධ්‍යයට ප්‍රකාශ කර සිටියේ, “අපි උද්ඝෝෂණ සැලසුම් කළේ, ෆේස් බුක් මගින්, සම්බන්ධීකරණ කටයුතු කළේ විවිටර් මගින් ලෝකයාට මේ පණිවුඩය කියුවේ යූ ටියුබ් හරහාය” යනුවෙනි (සුරවීර, 2011). මෙම විප්ලවයේදී මුබාරක් ඉවතට ගැනීමට පෙළ ගැසෙන ලෙස ෆේස් බුක් (Facebook) හරහා ඉල්ලා සිටින ලදී. එහිදී ලක්ෂ ගණනාවකගේ සහය ලබා ගැනීමට හැකිවූ අතර, උද්ඝෝෂණ පැවැත්වෙන දිනය, ස්ථානය හා කළ යුතු දේ ෆේස් බුක් මගින් දැනුම් දුණි. ඒ අතර මුබාරක්ගේ

රජය ඊපිප්තුව තුළ අන්තර්ජාලය තහනම් කළ ද, ෆේස් බුක් සටන්කාමීන් වාරණ නීති නොතකමින් නව මාධ්‍යය ඔස්සේ සන්නිවේදන කටයුතු අඛණ්ඩව ගෙන ගියහ. පුරුෂ පාර්ශ්වය මෙන් ම ස්ත්‍රීන් ද, බ්ලොක් අඩවි නිර්මාණය කරමින් විප්ලවයට එක්විය. බ්ලොක් අඩවි නිර්මාණය කරමින් සක්‍රීයව කටයුතු කළ ක්‍රියාකාරීන්ගේ වූ “ලෙයිල් සහිලා” නම් කාන්තාව මුබාරක්ගේ හමුදාව සාතනය කළ ද, අවසානයේ මෙම විප්ලවයෙන් ෆේස් බුක් සටන්කාමීන් ජයගත් අතර පරාජයට පත් මුබාරක් ඊපිප්තුව හැර පලාගියේය (සුරවීර, 2011). දේශපාලන ක්ෂේත්‍රයේ විප්ලවීය බලපෑමක් කිරීමට නව මාධ්‍යයන් සමත්ව ඇති බව මෙමගින් ගම්‍යමාන වේ.

දේශපාලනය තුළ නව මාධ්‍යයට සිදුකළ හැකි බලපෑම තවදුරටත් ගම්‍යමාන වූ අවස්ථාවක් වශයෙන් 2009 වසරේ අප්‍රේල් මස 7 වනදින මෝල්ඩෝව ජනරජයෙහි පැවති මහ මැතිවරණය දැක්විය හැක. මෙම මැතිවරණයේදී එවකට පාලන බලය දැරූ මෝල්ඩෝව ජනපදයේ කොමියුනිස්ට්වාදීන්ගේ පක්ෂය බහුතර ආසන ගණනක් දිනාගත් නමුත්, මෙම මැතිවරණය වංචාකාරී බව ප්‍රකාශ කරමින් විරෝධතාකරුවන් ජන්දය නැවත ගණන් කරන ලෙස බල කරන්නට විය. මෙම විරෝධතා මර්දනයට පොලීසිය දැඩි පියවරක් අනුගමනය කළ ද, නව මාධ්‍යය තුළ විරෝධතා නව මුහුණුවරක් ගනු ලැබීය. විරෝධතා ව්‍යාපාරයන්හි ප්‍රචාරණ කටයුතු මුළුමනින්ම ටිව්ටර් සමාජ ජාලය මගින් සිදුකළ අතර ජනතාව දැනුවත් කිරීම සඳහා බ්ලොග් පිටු ආරම්භ කරනු ලැබීය. මෙම ශක්තිමත් විරෝධතා හමුවේ නව රජයක් පිහිටුවීමට මෝල්ඩෝව අසමත් විය. නව මාධ්‍ය විසින් මෙම විරෝධතාවන් කෙරෙහි දක්වන ලද අප්‍රමාණ සහයෝගය හේතු කරගෙන මෙය “ටිව්ටර් විප්ලවය” හා “දම් විප්ලවය” යන නම්වලින් හැඳින්විණි (ගමගේ, 2005: 76). 2008 වසරේ පැවති ජනාධිපතිවරණය වෙනුවෙන් බැරක් ඔබාමා ගෙන ගිය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළ ද නව මාධ්‍යය විශාල කාර්යභාරයක් කරන ලදී. ෆේස් බුක්, ටිව්ටර්, යූ ටියුබ් ආදී සමාජ ජාලා මෙන්ම, බ්ලොග් හා වෙබ් අඩවි වැනි මාධ්‍යය හරහා සිදුවූ ජනාධිපතිවරණ ප්‍රචාරණ ව්‍යාපාරය මගින් ඇමරිකානුවන් සමඟ නිරන්තරයෙන් සම්බන්ධ වී සිටීමට ඔබාමා සමත් විය.

නව මාධ්‍යයන්ගේ භූමිකාව නිරූපණය කරන තවත් එක් අවස්ථාවක් කොලොම්බියාව මුල් කරගෙන සිදුවිය. කොලොම්බියාවේ වාසය කළ ඇමැන්ඩා නම් තරුණිය ෆේස් බුක් මගින් සිදුවූ ප්‍රේම සම්බන්ධතාවක් බිඳ වැටීම හේතුවෙන් සිය දිවි නසාගත් අතර එහිදී බ්‍රිටිෂ් කොලොම්බියාවේ රාජ්‍ය නායකයා වූ ක්‍රිස්ටි ක්ලාක් අන්තර්ජාලය වෙත කණගාටුව ප්‍රකාශ කර අනතුරුව සයිබර් අපචාර හා තර්ජන පිළිබඳ නව නීති සම්පාදනයට උනන්දු විය. අනතුරුව මේ සඳහා පනතක් නිර්මාණය කර පාර්ලිමේන්තුව වෙත ඉදිරිපත් කරනු ලැබීය. මේ අනුව දේශපාලන තත්ත්වය විසින් නව මාධ්‍යයේ යහපත් භාවිතය උදෙසා යම් යම් ක්‍රියාමාර්ග ගන්නා අයුරු දක්නට ලැබුණි (සුරවීර, 2011). ස්පාඤ්ඤයේ දියත් වූ 15-M ව්‍යාපාරය ද ලෝක දේශපාලනය තුළ නව මාධ්‍යයන්හි බලපෑම මනාව ප්‍රකට වූ අවස්ථාවකි (ගමගේ, 2005: 76). නව දේශපාලන වෙනසක් ඉල්ලා සිටිමින් දියත් වූ මෙහි සංවිධාන කටයුතු හා ජනතාව උනන්දු කරවීමේ කටයුතු ෆේස් බුක් මගින් සිදුවිය. එමෙන්ම ශ්‍රී ලංකාව ඇසුරින් විමසා බැලීමේ දී 2015 වසරේ පැවති ජනාධිපතිවරණයේ දී ප්‍රධාන අපේක්ෂකයින් දෙදෙනා වූ මහින්ද රාජපක්ෂ මහතා හා මෙමතීපාල සිරිසේන මහතා තම මැතිවරණ ප්‍රචාරණ කටයුතු තුළදී නව මාධ්‍යයන් බොහෝ සෙයින් උපයෝගී කරගත් අතර මෙමතීපාල සිරිසේන මහතාගේ ජයග්‍රහණය කෙරෙහි නව මාධ්‍යය බොහෝ සෙයින් බලපානු ලැබීය.

සමාජය තුළ දේශපාලන, ආර්ථික, සමාජීය වශයෙන් සබඳතා පැවැත්වීමේ දී මාධ්‍යය උච්ච ස්වරූපයෙන් දායකත්වයක් ලබා දෙන අතර සබඳතා ඇති කිරීමට මෙන්ම සබඳතා නැති කිරීමට ද මාධ්‍යයන්ට හැකිවනවා මෙන්ම දේශපාලන වශයෙන් ජයග්‍රහණයක් ලබා ගැනීමට හෝ පරාජයට පත්වීම කෙරෙහිද විශාල බලපෑමක් සිදු කරයි. නව මාධ්‍යයන් හරහා දේශපාලකයින් හා ජනතාව අතර පවතින සබඳතාව නිරන්තරව අලුත්වැඩියා වන ඩිජිටල් තාක්ෂණයක් බවට පත්ව ඇති අතර මෙම සබඳතාව හුදෙක් මැතිවරණ කාල සීමාවන්ට පමණක් සීමා නොවෙමින් කාලීන සිදුවීම් ඔස්සේ තමන්ට පක්ෂපාතී දායකයින් තව දුරටත් තමන් වෙත රඳවා තබා ගැනීමේ අරමුණින් ජනතාව සමඟ කටයුතු කරන ආකාරයේ ජායාරූප, ආගමික කටයුතුවල නිරත වන ආකාරයේ ජායාරූප, තම පවුලේ සාමාජිකයින් දක්වන ජායාරූප තම ෆේස් බුක් ගිණුමට ඇතුළත් කිරීමත්, ජනතා ප්‍රතිචාර වර්ධනය කර ගැනීමටත් ෆේස් බුක් ගිණුම එදිනෙදා තොරතුරු මගින් යාවත්කාලීන

කර තමන් කෙරෙහි ප්‍රසාදයක් ඇතිවන අයුරින් නිර්මාණය කරන ලද විවිධ ලිපි අන්තර්ජාලය වෙත මුදා හැරීමත් දේශපාලන නායකයින් විසින් බොහෝ අවස්ථාවන්හි සිදු කරනු ලබයි. මීට අමතරව දේශපාලන සන්නිවේදනයේ දී වර්ත සාකච්ඡා, අපහාස කිරීම් ආදිය සඳහා ද විශාල වශයෙන් නව මාධ්‍යය භාවිතය සිදු වේ.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යය හා නව මාධ්‍යය හඳුනා ගැනීම

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යය හා නව සන්නිවේදන මාධ්‍යය විවිධ කරුණු කාරණා ඔස්සේ සංසන්දනාත්මකව විග්‍රහ කළ හැක. තාක්ෂණය හා විද්‍යාත්මක පුනරුදයක් සමග ප්‍රභවය ලද නව මාධ්‍යයන්හි ප්‍රබලතාවක් ලෙස අඩු කාලයක දී ලොව ඕනෑම ප්‍රදේශයකට ඕනෑම තොරතුරක් සන්නිවේදනය කිරීමට ඇති හැකියාව මෙන්ම තරුණ පිරිස ඉලක්ක කර ගනිමින් සන්නිවේදනයේ නිරත වීමට හැකියාව ලැබීම ද, ඉතා සුවිශේෂය. එමෙන්ම ඕනෑම ස්ථානයක සිට ඉතා පහසුවෙන් ප්‍රවේශ වීමට ඇති හැකියාව මෙන්ම වඩාත් නිර්මාණශීලී හා ආකර්ෂණීය ලෙස තම සන්නිවේදනය සිදු කිරීමටත්, සමාජ ජාල අතර සිදුවන තොරතුරු හුවමාරුව මගින් ඉතා සුළු කාලයක දී අන්තර් ක්‍රියාකාරී ලෙස ඊට අදාළ ප්‍රතිපෝෂණයන් ලබා ගැනීමට පවතින හැකියාවත් ඉතා වැදගත් වේ.

එමෙන්ම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන් වන පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය ආදිය තුළ තිබූ සීමිත සන්නිවේදන හැකියාව ඉක්මවමින් තම අවශ්‍යතා අනුව අදහස් ඉදිරිපත් කිරීමට හැකිවූයේම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ට වඩා නිදහස් හා පුළුල් පරාසයක සිට තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමට ඉඩ හසර පුළුල්ව තිබීම ඉතා සුවිශේෂී වේ. එමෙන්ම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යය භාවිතයෙන් යම් තොරතුරක් සොයා ගැනීම තරමක අසීරු, කාලය වැයවන ක්‍රියාවක් වන නමුත් නව මාධ්‍යය මගින් එය එසේ නොවන්නේ, අන්තර්ජාලය හා බැඳෙමින් පරිගණක ආශ්‍රයෙන් පුවත්පත් පිටපත් මේ වනවිට ගොඩ නැගෙමින් පවතින නිසාවෙනි. ඒ අනුව සෑම පුවත්පතකටම අන්තර්ජාල පිටපතක් පවතී. ජැනීස් ඇන්ඩ්‍රොට්සොපොලස් දක්වන ආකාරයට, "ඩිජිටල් මාධ්‍යය හරහා මාධ්‍යය භාෂාවේ විශාල පරිවර්තනයක් සිදුව ඇත" (පීනදාස, 73). උක්ත අදහසට අනුව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන් පරයමින් නව මාධ්‍යය විශාල භූමිකාවක් ඉටුකළ බව දැකගත හැක. නව මාධ්‍යය මගින් අදහස් ඉදිරිපත් කිරීමේ දී ජායාරූප, ලිපි ආදී විවිධාකාරයෙන් ප්‍රේක්ෂකයා වෙත සන්නිවේදනයන් ඉදිරිපත් කිරීමට ඇති හැකියාවද සුවිශේෂී වේ. කෙසේ නමුත් වර්තමානය වනවිට මානව භාෂාව කෙරෙහි ඩිජිටල් මාධ්‍යය දක්වන බලපෑම ක්‍රමයෙන් මහජන කතිකාවක් කෙරෙහි හේතුවන අතර මේ අනුව සන්නිවේදනයේ නිම් වළලු පුළුල් කරමින් නව මාධ්‍යයන්හි නැගී සිටීම දැකගත හැක.

නව සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්හි දුබලතා නැතහොත් අවාසි පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේදී සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගෙන් පරිබාහිරව දුබලතා රාශියක් දැකගත හැක. බොහෝ අවස්ථාවන්හි දී නව සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් වගකීමේ ක්‍රියාවලියෙන් පරිබාහිර වූ ස්වරූපයක් දක්නට ලැබේ. නමුත් මුද්‍රිත මාධ්‍යයන්හි එහි ඇතුළත් තොරතුරු කෙරෙහි යම් සීමාවන් පවතී. මෙහි දී 1947 දී කර්ට් ලෙවින් ඉදිරිපත් කරන ලද "දොරටුපාල සංකල්පය" වැදගත් වේ (සුරවීර, 2011: 42). එනම්, දොරටුපාල සංකල්පය මගින් මුද්‍රිත මාධ්‍යය වෙත යම් වාරණයන් ඇති අතර නව මාධ්‍යයන්හි නිශ්චිත වශයෙන් ම මෙවැනි ක්‍රියාවලියක් දැකගත නොහැක. මුද්‍රිත මාධ්‍යයන්හි පවත්නා දොරටුපාල සංකල්පය හේතුවෙන් ඉදිරිපත් කරන තොරතුරු පිළිබඳ වගකීමක් පවතී. උදාහරණයක් වශයෙන් ප්‍රවෘත්තියක් දොරටුපාල සංකල්පය ඇසුරින් විග්‍රහ කිරීමේදී එය ග්‍රාහක ස්ථානය වෙත යාමට ප්‍රථමව අවස්ථා කීපයක දී සංශෝධනයට ලක් වේ. මෙහිදී නිවැරදි බව, උචිත බව පිළිබඳ අවධානය යොමු කරන අතර එම පුවත කර්තෘ, උප කර්තෘ, සංස්කාරක, උප සංස්කාරක ආදී වශයෙන් විවිධ ස්ථාන වෙත ගමන් කොට සංශෝධනයට ලක්ව අවසානයේ ග්‍රාහකයා වෙත ලබාදීමට කටයුතු කරයි. නමුත් නව මාධ්‍යයන්හි මෙවැනි නිශ්චිත පාලන ක්‍රියාවලි දැකගත නොහැකි අතර අන්තර් මාධ්‍යය දේශ සීමා හා නීති රීති ආදී සාම්ප්‍රදායික බලපෑම්වලින් නිදහස් ව කටයුතු කිරීමේ ශක්‍යතාවයෙන් යුක්ත වේ.

එමෙන්ම නව මාධ්‍යය සත්‍ය තත්ත්වයෙන් බැහැරව යමින් තම රුචිකත්වය මත ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදු කරන අතර, මේ මගින් වර්ත සාකච්ඡා, අපහාස කිරීම් විශාල වශයෙන් සිදුවේ. එමෙන්ම නව මාධ්‍යය මගින් සැබෑ මහජන මතය නිශ්චිතව හඳුනාගත නොහැකි අතර අඩංගු දත්ත සංඛ්‍යාත්මක

විශ්ලේෂණ සඳහා යොදා ගැනීම ද සාර්ථක නොවේ. සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඉදිරිපත් කළ යුත්තේ නිවැරදි තොරතුරු යන්න පිළිගත් සම්ප්‍රදායක් වුව ද එය නව මාධ්‍ය ඇසුරින් ඉටු වන්නේ ද යන්න ගැටලු සහගතය. මේ අනුව නව මාධ්‍ය සිදු කරන සන්නිවේදන කටයුතු අවසාන විග්‍රහයේ දී කිසියම් ස්වමිභාවයකු වෙනුවෙන් පෙනී සිටියි. එනම්, නව මාධ්‍යය මගින් සිදුවන සන්නිවේදනය හුදෙක් පෞද්ගලික අභිලාෂ මත රඳා පවතී. නමුත් වර්තමානය වන විට අන්තර්ජාලය ඇසුරින් ප්‍රභවය ලද නව මාධ්‍යයන්ගේ වාරණය උදෙසා විවිධ ක්‍රම හඳුන්වා දී ඇති අතර E-crime මේ සඳහා උදාහරණයක් වශයෙන් දැක්විය හැක. මෙහිදී අන්තර්ජාලය ඇසුරින් සිදුවන අපහාස කිරීම්, කාන්තා අපරාධ ආදිය වැළැක්වීමට හැකි ක්‍රමවේදයක් පවතින අතර ප්‍රචලිත වූ ක්‍රියාවලියක් නොවුව ද මේ මගින් යම් වාරණයක් දැකගත හැකි වේ.

නිගමනය

ඇත අතීතයේ සිට සිදුවූ මානව පරිණාමයත් සමග සන්නිවේදනය ද දීර්ඝකාලීන විපර්යාසයකට භාජනය වූ අතර අතීතයේ පැවති ප්‍රාථමික සන්නිවේදන ක්‍රම ක්‍රමානුකූලව විකාශනය වීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස නව මාධ්‍යයන්හි බිහිවීම හඳුනාගත හැක. මිනිසා සතුව ඇති නිර්මාණාත්මක තාක්ෂණයේ අපූර්වතම ඉසව්වක් ලෙස නව මාධ්‍යය දැක්විය හැකි අතර ඩිජිටල් තාක්ෂණය සමග වර්ධනය වූ අන්තර්ජාලය ජාතික සීමාවන් ඉක්මවායමින් ක්‍රියාත්මක මේ මගින් ලොව විශ්ව ගම්මානයක් බවට පත්ව තිබේ. විශේෂයෙන්ම දේශපාලන සන්නිවේදනයේ දී බොහෝ අවස්ථාවන්හි නව මාධ්‍යය උපයෝගී කර ගන්නා අතර මෙහිදී මැතිවරණ කාල සීමාවේදී පමණක් නොව එම කාල සීමාවෙන් පරිබාහිරවත් ජනතාව වෙත අදහස් හා තොරතුරු ගෙන යාහැකි ප්‍රබල සන්නිවේදන මාදිලියක් ලෙස නව මාධ්‍යය වැදගත්ය. මෙමගින් නිරන්තරව නව අදහස් වෙත යාවත්කාලීන වීමට ජනතාවට හැකියාව ලැබෙන අතර නව මාධ්‍යය භාවිතය මගින් විශාල බලපෑමක් සිදු වූ ක්ෂේත්‍රයක් ලෙසින් දේශපාලනය හැඳින්වීම ඉතා සාධනීය වේ. මෙලෙස නව මාධ්‍යය පාදක කර ගනිමින් බිහිවන සමාජ ක්‍රමය තුළ යාන්ත්‍රිකත්වයට පත් වූ විද්‍යුත් මානවයෙක් බිහිවන අතර මිනිසාගේ බොහෝ අවශ්‍යතා සම්පූර්ණ කර ගැනීමට මෙන් ම, දේශපාලන සන්නිවේදන කාර්යයන් සඵල කර ගැනීමට නව මාධ්‍යයන් පාදක කර ගැනීමට වැඩි වශයෙන් උත්සුක වන ආකාරයක් ද හඳුනාගත හැක. මේ අනුව දේශපාලන සන්නිවේදනය තුළ දී නව මාධ්‍යයන්ගෙන් සිදුවන භූමිකාව සුවිශේෂ වේ. මෙහි ඇතුළත් සියලු තොරතුරු විග්‍රහ කර බැලීමේදී දේශපාලන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තුළදී නව මාධ්‍යයන් විසින් ඉටු කරන භූමිකාව පිළිබඳ නිගමන කිහිපයකට එළඹිය හැක.

1. දේශපාලන සන්නිවේදනයේ දී නව මාධ්‍යය මගින් ග්‍රාහක ප්‍රතිපෝෂණය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය ක්ෂණිකව වටහා ගත හැකිවීම.
2. රූප සටහන්, වගු හා වීඩියෝ ආදී ආකර්ෂණීය ක්‍රම යොදා ගැනීම මගින් වේගවත්ව තොරතුරු ගලනය වීම.
3. ග්‍රාහකයාට තම ප්‍රතිචාරය ඕනෑම ක්‍රමයක් ඇසුරු කරමින් ඉදිරිපත් කිරීමට හැකි වීම.
4. ග්‍රාහක ප්‍රතිපෝෂණය හා අන්‍යෝන්‍යය ක්‍රියාකාරිත්වය ක්ෂණිකව සිදුවීම.
5. යම් යම් කරුණු සම්බන්ධව වෙනස් වන්නා වූ ජනමතය හඳුනාගත හැකිවීම.
6. ඒ ඒ නව මාධ්‍යයන්ට සුවිශේෂ වූ පරිශීලක ප්‍රජාවක් බිහිවීම.

මෙම නිගමනයන්ට අමතරව නව මාධ්‍යයන් සම්බන්ධව යෝජනා කිහිපයක් කිහිපයක් ලෙස නව මාධ්‍යයන්ගේ තොරතුරු සම්බන්ධව යම් වාරණ සංකල්පයක් ඇති කිරීම, සත්‍ය තොරතුරු පමණක් ඉදිරිපත් කළ හැකි ක්‍රමවේදයක් නිර්මාණය කිරීම ඉදිරිපත් කළ හැකිය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

කටුගම්පොළ, රාජා., 2012. ජන සන්නිවේදන ඉතිහාසය, කර්තෘ ප්‍රකාශනයකි.

කරුණානායක, නන්දන., 2000. ජන සන්නිවේදනය ලිපි සමූහය, දිවුලපිටිය: සරස්වතී ප්‍රකාශන.

- කුමාර, දර්ශන අසෝක., 2009. *වත්මන් මාධ්‍යය අධ්‍යයන ප්‍රවණතා*, කොළඹ 10: ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.
- ගමගේ, දිලිනි., 2015. *විශ්ව සන්නිවේදනය, නව මාධ්‍ය හා දේශපාලනය*, සංජනනී, 2015 නොවැම්බර්.
- ජීනදාස, මනෝජ් පුෂ්පකුමාර., 2015. *සන්නිවේදන මූලධර්ම*, කර්තෘ ප්‍රකාශනයකි.
- ඩයස්, සිඩ්නි මාකස්., 2007. *සන්නිවේදනය හා මාධ්‍යය අධ්‍යයනය*, ආනමඩුව: තෝතැන්න ප්‍රකාශන.
- තෙන්නකෝන්, රජීත් කීර්ති., 2010. *රජුන් නැතිමේ කලාව*, කොළඹ: නිදහස් හා සාධාරණ මැතිවරණයක් සඳහා වූ ජනතා ව්‍යාපාරයේ ප්‍රකාශනයකි.
- වික්‍රමගේ, ධර්මදාස., 2003. *මාධ්‍ය විමර්ශි 03*, කොළඹ : ප්‍රීන්ට් ඇන්ඩ් ප්‍රීන්ට් ග්‍රැෆික්.
- වීරසූරිය, මෙත්ලාල්., 2006. *මුළු ලොවම එක් කළ තොරතුරු සක්වල*, කොළඹ 10: ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ
- සුරවීර, නයනා., 2011. *සන්නිවේදන මූලධර්ම*, නුගේගොඩ: නැණිලි පබ්ලිකේෂන්.
- Blumler, J. G. & Gurevitch, M., 2001. *The New Media And Our Political Communication Discontents: Democratizing Cyberspace*. Available at: <http://www.tandfonline.com>[accessed 12 October 2016].
- Blumler, J. B. & Kavanagh, D., 1999. *The Third Age of Political Communication: Influences and Features*. Available at: <http://www.tandfonline.com> [accessed 15 October 2016].
- Altheide, A., 2004. *Media Logic and Political Communication*. Available at: <http://dx.doi.org> [accessed 15 October 2016].
- Dahlgren, P., 2009. *Media and Political Engagement Citizens, Communication, And Democracy*. United States of America: Available at: <http://www.langtoninfo.co.uk> [accessed 20 October 2016].