ප්‍රනාන්දු ප්‍රබුද්ධා තත්සරණී
සමාජීය විද්‍යා පීඨය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය

Poster

සාර සන්නිවේදනයක් විෂයයෙහි සමාජ අලෙවිකරණ ව්‍යාපෘතීන්හි දායකත්වය පිළිබඳ සන්නිවේදනාත්මක අධ්‍යයනයක්

(යුනිසෙෆ්.මීනා සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතියට විශේෂිතව)

මෙම අධ්‍යයනය අලෙවිකරණය හා සන්නිවේදනය යන බහුවිෂයයීක පදනමින් යුක්ත වූවකි. වාණිජ අලෙවිකරණ මූලධර්ම ඔස්සේ සමාජමය වශයෙන් වඩාත් හිතකර අරමුණු සාධනය කිරීමෙහිලා දරණ තැතක් වශයෙන් සමාජ අලෙවිකරණය හඳුනාගත හැකිය. යහසමාජ සංකල්පය පදනම් කරගත් සමාජ අලෙවිකරණය, වසර විසි පහකට අධික කාලයක් තුළ ලොව පුරා භාවිතයට ගැනෙන්නකි. වර්තමානයේ මෙම තත්ත්වයෙහි විශාල වර්ධනයක් දැකගත හැකිවේ. සමාජ සුබසිද්ධිය තහවුරු කරනු වස්, වඩාත් නිර්මාණශීලී ව යොදාගත හැකි 'සමාජ අලෙවිකරණය' පිළිබඳ සුවිශේෂී අවධානයක් ද යොමු ව පවතී.

එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය විසින් දකුණු ආසියානු කලාපයේ හිතකර සමාජ වෙනසක් නිර්මාණය කරලීමෙහි ලා, එනම්, දකුණු ආසියාතික රටවල් අතුරින් බහුතරයක ගැහැණු දරුවන් විෂයයෙහි ක්‍රියාවට නැංවෙන සාධාරණ නොවන ක්‍රියා පිළිවෙත නිවරදි කොට, යහපත් ආකාරයට හැඩගැස්වීමෙහි ලා දරනු ලැබූ නිර්මාණශීලී ප්‍රයත්නයක් ලෙස "මීනා" සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය හඳුනාගත හැකි ය. මෙය 1990 දශකයේ අතිවිශාල ජනප්‍රසාදයක් හිමිකරගත්තකි (Clark,1997). මෙම අධ්‍යයනයේ දී අවධානය යොමු වන්නේ හිතකර සමාජ වෙනසක් නිර්මාණය කිරීමෙහිලා ජනමාධ්‍ය සතුව පවත්නා ශක්‍යතාව හා එහිලා සමාජ අලෙවිකරණයේ දායකත්වය කෙරෙහි ය.

මෙහිලා උපයුක්ත වූයේ මීනා සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතියෙහිලා භාවිත සන්නිවේදන මෙවලම් අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය කිරීම හා ද්විතීක සාහිත්‍ය මූලාශ්‍ර පරිහරණයයි. මෙමගින් අනාවරණය වූයේ, අදාළ සමාජ අලෙවිකරණ ව්‍යාපෘතිය ග්‍රාහකයන්තුල හිතකර චර්යාත්මක වෙනසක් ඇති කිරීමට හේතු වී ඇති බවයි. සමාජ අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියක දී සමාජ සංවිධාන කාර්යාවලිය සාර්ථක ව ක්‍රියාවට නැංවේ නම් අපේක්ෂිත අරමුණු වඩාත් සංතෘප්ත කළ හැකි බව මෙම ව්‍යාපෘතිය ඔස්සේ තහවුරු වී ඇත. එසේ ම,

- ✓ සෑම අවස්ථාවකදී ම සමාජයේ පවත්නා සෑම ගැටලුවක් විෂයෙහි ම සමාජ අලෙවිකරණය ඔස්සේ පමණක් සාර්ථක විසඳුම් ලද නොහැකි ය.
- ✓ සමාජ අලෙවිකරණ ව්‍යාපෘතියක් සීමා වීමෙහි ලා හේතු කාරක වන්නේ අදාළ ව්‍යාපෘතියෙහි ප්‍රබලතා හා දුබලතා පමණක් නොවේ.
- ✓ මෙහිලා අදාළ ග්‍රාහක කණ්ඩායමට අනන්‍ය වූ සමාජ- ආර්ථික සාධක වැනි ප්‍රජා මූලික කාරණා ද හේතු වන බව සනාථ වේ.

ප්‍රමුඛ පද; සාර සන්නිවේදනය, සමාජ අලෙවිකරණය, සමාජ සංවිධානය, වාණිජ අලෙවිකරණ මූලධර්ම