05

Samōdhāna: The Journal of Faculty of Social Sciences and Humanities
2015, Vol. 4 (II) 47-55pp
© The Author 2015
Ed. *Tissa Weerasekara*
Pub. *Publication Section of the Faculty of Social Sciences & Humanities, Rajarata University of Sri Lanka, Mihintale.* ssh.samodhana@gmail.com

සංවර්ධන සන්නිවේදනයේ දිශානතිය ගැන අදහසක් (A9 සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය ආශ්‍රිත සමීක්ෂණයක් ඇසුරිණි)

ඩබ්.එම්.ටී. වීරසේකර[1]

Abstract

It is seen that there is no fruitful open conversation on contemporary vast development projects which were implemented by the government, due to political argument that has arisen on it. There has been idea to some extent in the society that investment of large quantity of money on those projects has been exceeded as expected outcomes of such ventures. In the recent past there were some agitations against some development projects. It has been realized that a group of people has distrust on such projects. Instead of receiving of peoples' participation in national development task, there are various influences for them to evade from it. The common sense of the society is that the development is a task of the government which derived from colonial period but even today it is existing after six decades of getting freedom. The bureaucracy attributed so specialty to the higher officers that helps to depart the community from the development projects. One only expedient to pacify this improper situation is to launch a proper well planned development communication programme. Prior to make up communication product, several socio cultural facts should be made out. Ascertaining of community perception level on focus development project, identifying of communication strategy to make people aware of, development,

[1] *ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, මානව ශාස්ත්‍ර අධ්‍යනාංශය, සමාජීයවිද්‍යා සහ මානව ශාස්ත්‍ර පීඨය, ශ්‍රී ලංකා රජරට විශ්වවිද්‍යාලය.*

Tracing of ways which people would give their help to the development projects, finding people's awareness level of future benefits of the development are among the facts. This research has revealed much information regarding said materials. It is also emphasized that communication programmes running concurrently with national development project can be gained through peoples' participation on development task. For this research the sample group was selected from the families who resided right side of the constructing A-9 road from Mihintale to towards Jaffna. Questionnaires, interviews, external observation, participation observation, and literature resources were used as tools of collecting data. As outcome of this survey is revealed how to build up a development communication project concurrently with physical, social or economic development project.

Key Words: Development communication, National Development, Development Projects, Communication Products

ප්‍රවේශය

වත්මන් ශ්‍රී ලංකාව තුළ භෞතික වශයෙන් සිදුවන සංවර්ධනය පිළිබඳව කථිකාවතක් ගොඩ නැගී තිබුනද බොහො විට ඒවා දේශපාලන මුහුණුවරක් ගැනීම හේතුවෙන් වඩා ඵලදායි පුළුල් සංවාදයකට විවෘත නොවන බවක් දක්නට ඇත. ඇතැම් මහා පරිමාණ සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සඳහා ආයෝජනය කරන මුදල් ප්‍රමාණය අපේක්ෂිත ප්‍රතිලාභ හා සසඳ බලන කල ඉතා අධික බව ඇතැමුන් විසින් පෙන්වා දෙනු ලැබ ඇත. කෙසේ වුවද සංවර්ධන ව්‍යාපෘති දෙස සැකයෙන් බැලීමටත් ජාතික සංවර්ධනය උදෙසා ගොඩනැගෙන ඇතැම් ව්‍යාපෘතිවලට විරුද්ධව උද්ඝෝෂණ කිරීමටත් ජන කණ්ඩායම් පෙළඹුණු ආකාරය පෙන්වන සංසිද්ධි බොහොමයක් නුදුරු අතීතයේ දක්නට ලැබුණි. රාජ්‍ය සහභාගිත්වයෙන් සිදුවන සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිවලට ජනතා සහභාගිත්වය ලබා ගැනීම වෙනුවට ඔවුන් ඒවායින් ඈත් කර තැබීම වර්තමානයේ සිදුවන බව දක්නට ඇත. යටත් විජිත මානසිකත්වය තුළින් බිහි වූ, සංවර්ධනය රජයේ කාර්යයක්ය යන චින්තනය නිදහස ලබා ශතක හයක් ඉක්ම වූ අද දවසේද ජනතාව තුළ දක්නට ඇත. එසේම රාජ්‍ය නිලධාරින්ට සුවිශේෂත්වයක් ආරූඪ කෙරෙන නිලධාරිවාදය තුළ ජාතික සංවර්ධන කටයුතු සඳහා ජනතා සහභාගිත්වයට ඇති ඉඩකඩ ඉතා සීමිතය. මෙම තත්ත්වය සමනය කිරීමේ එකායන ක්‍රියා මාර්ගය වන්නේ සංවර්ධනයට ජනතා සහභාගිත්වය ලබා ගැනීම සඳහා මනාව සැලසුම් කළ සංවර්ධන සන්නිවේදන වැඩසටහනක් දියත් කිරීමය. එහෙත් සංවර්ධන සන්නිවේදන වැඩසටහනක් සැලසුම් කිරීමට ප්‍රථම හඳුනා ගත යුතු සමජ සාධක කිහිපයකි. ජාතික සංවර්ධන කටයුතු පිළිබඳ ජනතා අවබෝධතා මට්ටම, ජනතාව දැනුවත් කිරීම සඳහා අනුගමනය කළ

යුතු සන්නිවේදන උපාය මාර්ග, සංවර්ධනය කෙරේ ජනතාව සහය ලබා දෙන ආකාරය, සංවර්ධනයේ අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල පිළිබඳ ඔවුන්ගේ අවබෝධය යනාදිය හඳුනා ගැනීම ඒ අතර වෙයි. ඒ 9, මාර්ග සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය පාදක කර ගත් මෙම සමීක්ෂණය මගින් ඉහත සඳහන් කරුණුවලට අදාළ තොරතුරු බොහොමයක් එළි දක්වා ඇත. එම තොරතුරු පාදක කරගනිමින් සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියකට සමගාමීව සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතියක් ඇරඹීමෙන් සංවර්ධනය සඳහා ජනතා සහභාගිත්වය ලබා ගත හැකි බව පෙන්වා දී ඇත.

පර්යේෂණ අරමුණු

මෙම පර්යේෂණයේ ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ සංවර්ධන සන්නිවේදන වැඩ සටහනක් සකස් කර ගැනීමේදී ඉලක්ක කරන ලද ජන කණ්ඩායමට උචිත සන්නිවේදන උපාය මාර්ග හා මාධ්‍යය හඳුනා ගැනීමය. එසේම සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතියේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගැනීම සඳහා උපස්තම්භක වන තොරතුරු සම්පාදනය කර ගැනීම මෙම පර්යේෂණයේ ද්විතික අරමුණ වෙයි.

පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය

මේ සඳහා පර්යේෂණ නියැදිය වශයෙන් තෝරා ගෙන ඇත්තේ A.9, සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය පිළිබඳ අත්දැකීම් ඇති ජන කොටසකි. මිහින්තලේ - යාපනය මහා මාර්ගයේ මිහින්තලේ සිට යාපනය දෙසට මාර්ගයේ දකුණු පස වෙසෙන පවුල් සියයක් මෙම සමීක්ෂණය සඳහා යොදා ගෙන ඇත. ප්‍රශ්නාවලියක් මගින් තොරතුරු ලබා ගැනීම, බාහිර නිරීක්ෂණයේ යෙදීම, සහභාගිත්ව නිරීක්ෂණයේ යෙදීම, සම්මුඛ සාකච්ඡා පැවැත් වීම, ලිඛිත මූලාශ්‍ර පරිහරණය යන ක්‍රම මගින් ලබාගත් දත්ත විමර්ශනය කර නිගමනවලට එළඹී ඇත.

විමර්ශනය

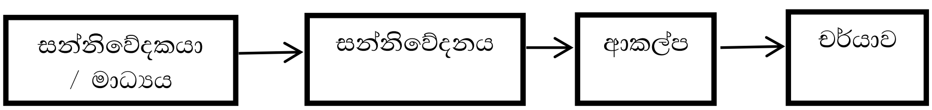
සංවර්ධනය යන වචනයට නිර්වචන රාශියක් ඉදිරිපත් වී තිබුනද ඒවායේ සමුච්චාර්ථය සලකා බලන කල බැසිය හැකි නිගමනය වන්නේ මනෝ භෞතික වශයෙන් සිදුවන යහපත් වෙනස් වීම සංවර්ධනය වශයෙන් හැඳින් විය හැකි බවය (Todaro & Smith, 2007). මෙහිදී රටේ නිෂ්පාදන මට්ටම ඉහළ යන අතර අනෙකුත් සියලු අංශවල යහපත් වෙනසක් ඇති විය යුතුය (සෝමසුන්දර, 1995). කෙසේ වුවද සංවර්ධනය ඇනහිටීමට හෝ මන්දගාමී වීමට බලපාන හේතු සාධක කිහිපයක් සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල පවතින බව දැකිය හැකිය. අධික ණය බර, ප්‍රාග්ධනයේ හිඟකම බොහෝ

රටවලට බලපාන සංවර්ධන බාධක වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය. එසේම ශ්‍රී ලංකාවට මෙන්ම සංවර්ධනය වෙමින් සිටින රටවල්වලට ආවේනික වූ මනෝමූල සංවර්ධන බාධක කිහිපයක්ද හඳුනාගත හැකිය (කරුණානායක 1999). පසුගාමී චින්තනය, ශ්‍රමාභිමානය නොමැති වීම, ප්‍රදර්ශනකාරී පරිභෝජන රටාව, උදාසීනත්වය හා බැඳුණු අල්පේච්ඡතාව, කර්ම සංකල්පය, දෛවවාදය යටත් විජිත මානසිකත්වය, දේශපාලන පක්ෂ මානසිකත්වය, සංවර්ධනය රජයේ කාර්යයක් බවට පවතින ආකල්පය යනාදිය ශ්‍රී ලංකාවේ පුද්ගල සංවර්ධනය මෙන්ම ජාතික සංවර්ධනය ප්‍රහීණ කිරීමට බලපා ඇති ආවේනික සාධකවලින් කිහිපයකි.

ආසියාවේ ප්‍රබල නායකයෙකු වූ මහත්මා ගාන්ධි සංවර්ධනය සඳහා පුද්ගලානුබද්ධ ප්‍රවේශයක් පෙන්වා දුන්නේය (ජයකොඩි, 2008). පුද්ගලයා සංවර්ධනය කිරීමෙන් ගම සංවර්ධනය වන බවද ඒ අනුව ප්‍රාන්තයද අවසානයේ සමස්ත ජාතියද සංවර්ධනය වන බව ඔහුගේ මතය විය. ගෝලීය සංවර්ධන සංකල්ප තුළ මෙම සංවර්ධන එළඹුම කෙරේ කුමන දෘෂ්ටියක් හෙලුවද එහි සදාතනික සත්‍යයක් ගැබ්ව පවතින බව පෙනේ. එනම් පුද්ගල සන්තානය සංවර්ධන හිතකාමී අයුරින් සකස් කිරීම තුළින් සංවර්ධනය වේගවත් කළ හැකි බවය.

ශ්‍රී ලංකාවේ සංවර්ධනය වේගවත් කිරීම සඳහා ඉහත කී ආවේනික බාධක ජයගත යුතුව ඇත. පසුගාමී බව මඟහැර පෙරටුගාමීව ක්‍රියාකරන පුද්ගලයින් තැනීමේ ශිල්පයක් හෝ කලාවක් පදනම් කරගත් විෂයක් බිහිකිරීමට තරම් ඉහත කී බලවේගය ප්‍රබල වී ඇති බව පෙනේ. පෙර සඳහන් කරන ලද මනෝමූල සාධකයන් ඉවත් කර සංවර්ධනශීලි මානවයෙක් බිහිකිරීමේ ප්‍රබල වගකීම පැවරෙන්නේ සන්නිවේදකයාටය. නැතහොත් ජනමාධ්‍ය ශිල්පියාටය. සහභාගිත්ව නිරීක්ෂණ මගින් හඳුනා ගන්නා ලද පුද්ගල චර්යා රටාව සාධනීය අයුරින් වෙනස් කිරීමට දක්ෂ සන්නිවේදකයෙකුට හැකිය.

සන්නිවේදනය මගින් පුද්ගලයාගේ චර්යා රටාවට කුමන හෝ බලපෑමක් එල්ල කළ හැකිය. එය CAB (communication > attitude > behaviour) යන කෙටි යෙදුමෙන් පෙන්වා දෙන ආකාරය මෙසේ දැක්විය හැකිය.



මෙයින් අදහස් වන්නේ මනා සන්නිවේදකයකුට මාධ්‍ය උපයෝගි කරගනිමින් ග්‍රාහකයෙකුගේ චර්යා රටාව යහපත් ලෙස හෝ අයහපත් ලෙසට වෙනස් කළ හැකි බවය. මාධ්‍යයේ සමාජ බලපෑම වශයෙන් ඇතැම් විට විග්‍රකෙරන මෙම

ක්‍රියාවලිය මගින් සමාජයේ කුමන ක්ෂේත්‍රයක හෝ වෙනසක් ඇති කළ හැකිය (Mcquail,2005). කෙසේ වුවද රටක සංවර්ධනයක් ඇති කිරීමට නම් එයට සුදුසු මානසිකත්වයක් හා චර්යා රටාවකින් හෙබි පුද්ගලයෙකු බිහි කළ යුතුය. එහෙත් වර්තමාන සංවර්ධන සන්නිවේදකයා මෙම කටයුත්ත කෙරේ දක්වන දායකත්වය ප්‍රමාණවත්ද යන්න විමසා බැලිය යුත්තකි. ඉහතින් දක්වන ලද චින්තනමය බාධක රටක පුද්ගල සංවර්ධනය කෙරේද, රාජ්‍ය සහභාගීත්ව ජාතික සංවර්ධන ව්‍යාපෘති කෙරේද එකසේ බලපාන බව පෙනී යයි. රජය සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සඳහා වැය කරන මුදල් ජනතාවගේ මුදල් වන බැවින් එම කටයුතු කෙරේ විමර්ශනශීලි වීම ජනතාවගේ අයිතිවාසිකමක් වන අතර සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියක සියළු කටයුතු පිළිබඳව ජනතාව දැනුවත් කරලීම රජයේ යුතුකමය (රාජපක්ෂ 2014). එහෙත් නිදහසින් පසු ශ්‍රී ලංකාවේ ස්ථාපිත වූ බොහෝ රජයන් කර ඇත්තේ දේශපාලන වාසි ලබා ගැනීම සඳහා සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියක් අවසානයේදී විශාල මුදලක් වැය කොට ප්‍රචාරක ව්‍යාපාරයක් දියත් කිරීමයි. මෙම දේශපාලන ආදර්ශය නිසාම ජාතික සංවර්ධනය දෙස පක්ෂ දේශපාලන ඇසින් බැලීමට ජනතාවද පුරුදු වී සිටිති.

සංවර්ධනයේ ප්‍රතිලාභ ලැබීමට හෝ සංවර්ධනයේ භෞතික සම්පත් ආරක්ෂා කර ගැනීමට ඇතැම් කොටස් නොපෙලඹීමට මෙම දේශපාලන චින්තනයද බලපාන බව පෙනේ. සංවර්ධනය ඇරඹීමට, වේගවත් කිරීමට, ආරක්ෂා කර ගැනීමට හා එහි ප්‍රතිඵල භුක්ති විදීමට ජනතාව තුළ ඒ පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් තිබිය යුතු වේ.

නුදුරු අතීතයේ ශ්‍රී ලංකාවේ බොහෝ ජාතික සංවර්ධන ව්‍යාපෘති කෙරේ ඇතැම් ජනතා කොටස්වල විරෝධතා එල්ල වූ ආකාරය අපි අත්දැක ඇත්තෙමු. එවැනි විරෝධතා ඉදිරියේදී සිදුවන සංවර්ධන කටයුතු කෙරේද ඇති විය හැකි යැයි අපේක්ෂා කළ හැක. මෙයට ප්‍රබල හේතුවක් වශයෙන් හඳුනාගත හැක්කේ ජාතික සංවර්ධන ව්‍යාපෘති පිළිබඳව ජනතාවට පෘතුල අවබෝධයක් නොමැති වීමයි. පවතින අවබෝධතා මට්ටම හඳුනාගැනීමත් එය වැඩි දියුණු කළ හැක්කේ කෙසේ ද යන්නත් සොයා බැලීම මෙම පර්යේෂණයේ එක් කාර්යයක් විය. ඒ සඳහා පර්යේෂණ නියැදියක් වශයෙන් යොදා ගත්තේ ඒ -9 මාර්ග සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය හා එය ආශ්‍රයේ වෙසෙන ජනතාවගෙන් කොටසකි (වික්‍රමසිංහ, 2002). සංවර්ධනය හා සමාජ වෙනස් වීම සම්බන්ධයෙන් ඔවුන් දරන තත්‍ය හැඟීම ඔවුන්ගේ සමාජ සංස්කෘතික ව්‍යුහය ඔස්සේ සැකසී ඇති බැවින් මෙම සමීක්ෂණයේදී ඒ පිළිබඳ අවධානය යොමු කර ඇත (Disanayake & Perera, 1991). එසේම සන්නිවේදන වැඩ සටහනක් සැලසුම් කිරීම සඳහා ඉලක්ක ගත ජනතාවගේ පහත සඳහන් මූලික තොරතුරු පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගත යුතු වෙයි. ඒවා පහත සඳහන් වේ.

- සංවර්ධන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ ජනතා ආකල්පය හඳුනා ගැනීම
- සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් ජනතාව දැනුවත් කළ හැකි මාර්ග හඳුනා ගැනීම

- අනවබෝධය මත ඇති වන සංවර්ධන බාධක හඳුනා ගැනීම
- සංවර්ධන ක්‍රියාවලියට පොදු ජනතාව දායක කරගත හැකි ආකාරය හඳුනා ගැනීම

මෙම සමීක්‍ෂණයේදී සිදු විය.

ජාතික සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිවලදි ජනතාව අතර අසාධනීය මත පැතිර යාමට ඉවහල් වන්නේ සංවර්ධනය සඳහා කරන කැප කිරීම එහි අනාගත ප්‍රතිලාභවලට වඩා වැඩි බවට ඇති හැඟීමයි. විදුලිබල ව්‍යාපෘති, කර්මාන්තශාලා, අධිවේගී මාර්ග යනාදියේදී ඇතැම් විට විරුද්ධවාදී කම් ඇති වීමට මෙවැනි හේතුද බලපාන්නට ඇත. මූලික වශයෙන් රජය සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියකට වැය කරන මුදල් පිළිබඳව ජනතාව දැන ගත යුතු වුවද දැනුවත් වීමේ මට්ටම ඉතා අඩු බව මෙම සමීක්‍ෂණයේදී හෙළි විය. A-9 මාර්ග සංවර්ධනය සඳහා වැය කිරීමට අපේක්ෂිත මුදල් ප්‍රමාණය දැනගෙන සිටියේ ජන කණ්ඩායමෙන් 4% තරම් ප්‍රමාණයකි. එසේම එම ව්‍යාපෘතිය ඇරඹූ දිනය එය අවසන් විය යුතු කාලය පිළිබඳව දැන සිටියේ 3% ක තරම් ප්‍රමාණයකි. මෙම මාර්ගය ආසන්නයේ වසන එම ජනයාගෙන් විශාල ප්‍රමාණයක් වන 96% ක පිරිසකට ඒ පිළිබඳව කිසිදු අවබෝධයක් නොමැති බව සමීක්‍ෂණයෙන් හෙළි විය.

සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියක් ඇරඹීමේ අරමුණු හා ප්‍රතිලාභ පිළිබඳව පැහැදිලි අවබෝධයක් එය ක්‍රියාත්මක කරන අයට මෙන්ම පොදු ජනයාටද තිබිය යුතුය. සමකාලින සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සම්බන්ධයෙන් පවතින එම අවබෝධයේ ප්‍රමාණය A-9 සමීක්‍ෂණයේදී හෙළි වූයේ පහත සඳහන් අයුරිනි.

- උතුරු - දකුණු නිෂ්පාදන හුවමාරුව පහසු කිරීම 44%
- උතුරු ප්‍රදේශයට පිවිසීම ඉක්මන් කිරීම 29%
- සංචාරක ව්‍යාපාරය දියුණු කිරිම 16%
- මහාමාර්ගය තැනීමට විදේශ ණය ලබා ගැනීම 05%
- දේශපාලකයින්ට වක්‍රව මුදල් උපයා ගැනීමට හැකිවීම 03%
- නිළධාරින්ට හා කොන්ත්‍රාත්කරුවන්ට මුදල් උපයා ගැනීමට හැකි වීම 01%
- ප්‍රදේශයේ කම්කරුවන්ට රැකියා ලබා දීම 01%

ඉහත සඳහන් ප්‍රතිචාර අනුව පෙනීයන්නේ සංවර්ධනයේ ප්‍රතිලාභ පිළිබඳ සාධනීය අදහස් දරන කණ්ඩායම් 89% ක් බවයි. එවැනි කණ්ඩායමක දායකත්වය සංවරධන ව්‍යාපෘතියකට පහසුවෙන් ලබාගත හැකිය. සමස්ත නියැදිය තුළ එසේ දායකත්වය ලබාදීමට කැමති වූ පිරිස 91% ක් වූ අතර එයට අකමැති වූ පිරිස 9%ක් විය. දායකත්වය ලබා දිය යුතු ආකාරය පිළිබඳව යෝජනා තුනක් ඉදිරිපත් කර තිබූ අතර ඔවුන් වැඩිම මනාපය දක්වා තිබුනේ

ව්‍යාපෘතියේ වැඩ කරන පිරිස් වලට පානිය ජලය හා ආහාර පාන ලබා දීම සඳහාය. 42% ක් එසේ කැමැත්ත දැක්වූ අතර 38% ක් එක් දිනක් හෝ කෙටි කාලයක් ශ්‍රමදාන පදනමින් එම කටයුතුවලට සහභාගි වීමට කැමැත්ත පළ කළහ. 11% පිරිසක් මාර්ගයේ ගමන් කරන වාහන හැසිරවීම සහ බාහිර පිරිස් දැනුවත් කිරීම සඳහා මාර්ගය තැනීමේ කටයුතුවල නිරත වන අයට සහයෝගය දීම යන කටයුතුවලට කැමැත්ත පළ කළහ. A-9 සංවර්ධනය පිළිබඳ ජනතාවගෙන් වැඩි කොටසක් අනවබෝධයෙන් පසු වූ බව මෙහි මුල දී පෙන්වා දී ඇත. පැවති දැනුවත් කිරීමේ ක්‍රමෝපායන් ගැන ජනතාව සෑහීමට පත් වූ ආකාරය දක්වන වර්ගීකරන දර්ශකය මෙසේ ය.

- ඉතා සෑහීමකට පත් විය හැකිය 1%
- සෑහිමට පත් විය හැකිය 24%
- මධ්‍යස්ථ 30%
- සෑහිමට පත් විය නොහැකිය 26%
- කිසිසේත් සෑහිමට පත් විය නොහැකිය 19%

ඉහත සඳහන් දත්ත අනුව පෙනී යන්නේ A-9 සංවර්ධනය පිළිබඳ ජනතාව දැනුවත් කිරීම ප්‍රශස්ත මට්ටමක නොපවතින බවයි. 25% ක් පමණක් දැනුවත් කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ගය පිළිබඳ සෑහීමකට පත් වන අතර වැඩි පිරිසක් සෑහිමකට පත් නොවන බව දක්නට ඇත. A-9 සංවර්ධනය පිළිබඳ පුළුල් අවබෝධයක් වැඩි පිරිසකට නොතිබීමෙන් ඇතිවන වාසි අවාසි ඔවුන්ගේම අදහස් අනුව මෙසේ විය. අනවබෝධය නිසා ඇතැමුන් කරන කටයුතු නිසා සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිවලට බාධක එල්ල වී මුදල් නාස්ති විය හැකිය. එසේම කල් පමා වීමෙන්ද අනවශ්‍ය ලෙස මුදල් වැය විය හැකිය. මාර්ගයේ ඇති වන බාධක නිසා එකිනෙකා අතර ගැටුම් ඇති විය හැකි ය. ජනතාව විමසිලිමත් නොවීම නිසා සංවර්ධන කටයුතු වල ප්‍රමිතිය අඩු වීම, ව්‍යාපෘතිය සතු බඩු සොරාගැනීම, ඉඩම් පවරා ගැනීමේ දී ගැටළු පැන නැගීම යනාදිය සිදුවිය හැකි බව ඔහුහු පෙන්වා දුන්හ.

ජාතික සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියකදී ප්‍රමාණවත් ලෙස තදාසන්න ජනතාව දැනුවත් කිරීම හේතුවෙන් ඒ හා සම්බන්ධව පැන නඟින ගැටළු අවම කර ගත හැකි අතර ඒ සඳහා ව්‍යාපෘතියක මුල මැද අග යන අවස්ථාවල දැනුවත් කිරීම කළ යුතු වෙයි. A-9 නියැදිය ඒ පිළිබඳව අදහස් දක්වා තිබුනේ මෙසේ ය.

- වැඩ සටහන ආරම්භයට පෙර 89%
- සංවර්ධනය සිදුවන අතර 10%
- ව්‍යාපෘතිය අවසන් කිරීමෙන් පසු 01%

මෙයින් පෙනි යන්නේ වැඩි පිරිසක් සංවර්ධන ක්‍රියදාමය ඇරඹීමට පෙර දැනුවත් කිරීමට කැමති බවයි. මේ සඳහා සන්නිවේදන වැඩසටහනක අවශ්‍යතාවය මතු වූ අතර එය කළ යුතු ආකාරය පිළිබඳව ඔවුන් තුළින්ම මතු වූ අදහස් මෙසේ විය.

- ප්‍රසිද්ධ ජනමාධ්‍ය මඟින් 38%
- පෝස්ටර් දැන්වීම් හා පත්‍රිකා මඟින් 30%
- සමිති සමාගම් හා කුඩා කණ්ඩායම් රැස්වීම් මඟින් 20%
- ශබ්ද විකාශන යන්ත්‍ර මඟින් 12%

A-9 සංවර්ධන නියැදිය ඔස්සේ කරන ලද මෙම පර්යේෂණයෙන් බැසගත හැකි නිගමනය හා ඒ ආශ්‍රයෙන් ඉදිරිපත් කළ හැකි යෝජනා රටේ බොහෝ සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිවලට සාධාරණ වේ යැයි සිතිය හැකිය. උක්ත සමීක්ෂණයේ දී හෙළි වූ ප්‍රධාන කරුණක් වූයේ සිය ප්‍රදේශයේ සිදුවන සංවර්ධනය පිළිබඳ මනා අවබෝධයකින් සිටි පිරිස 4% තරම් අඩු මට්ටමක පැවතීමය. එසේම එහි අනාගත ප්‍රතිලාභ ගැනද ඇතැම් කණ්ඩායමකට අවබෝධයක් නැත. සංවර්ධන ව්‍යාපෘති පිළිබඳ තදාසන්න ජනතාව දැනුවත් කිරීමේ සන්නිවේදන වැඩසටහනක ඌනතාව දැඩිව අවධාරණය වූ අතර සන්නිවේදන මාධ්‍යය ද ඔවුන්ගේම අදහස් අනුව, ප්‍රමුඛතාව මත සකස් කළ යුතු බව හෙළි විය. අනවබෝධය නිසා හෝ ප්‍රදේශයේ සංවර්ධන වැඩසටහන්වලින් ජනයා වෙන් කරලීම නිසා ඔවුන් අසතුටෙන් පසුවන බව පෙනී ගිය අතර කුමන හෝ ක්‍රමයකින් දායකත්වය සැපයීමට ඔවුන් කැමති බවද ප්‍රත්‍යක්ෂ විය. සංවර්ධනය පිළිබඳ ජනතා අවබෝධය වර්ධනය කිරීම තුළින් සංවර්ධන බාධක ජය ගැනීමට හැකි වන අතර ඔවුන් සංවර්ධනයට දායක කර ගත හැකිය. එසේම දූෂණය සොරකම නැතිකොට කා්රයක්‍ෂම ප්‍රමිතිගත වේගවත් සංවර්ධනයක් ඇති කිරීමට එය හේතු වේ. සංවර්ධන ව්‍යාපෘතියක් අවසානයේ ජනතාව දැනුවත් කිරීමට වැය කරන ප්‍රචාරක වියදම ජනතාවගෙන් වැඩි පිරිසක් අනුමත නොකළ අතර එය කළ යුත්තේ ව්‍යාපෘතිය ඇරඹීමට මත්තෙන් සහ එය කරගෙන යන අතරතුර බව බොහෝ දෙනාගේ අදහස විය. ඉහත සඳහන් A-9 සමීක්ෂණයේ ප්‍රතිඵල අනුව පෙන්වා දිය හැක්කේ ජාතික සංවර්ධන කාර්යයේදී එම ව්‍යාපෘතිවලට සමගාමීව සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතියක්ද ක්‍රියාත්මක කළ යුතු බවයි. එම ව්‍යාපෘතිය ඉලක්ක කණ්ඩායමට ගැලපෙන පරිදි ගුණාත්මකව හා ප්‍රමාණාත්මකව නිර්මාණය කර ගැනීමට අවශ්‍ය මූලික තොරතුරු මෙම සමීක්ෂණය මඟින් අනාවරණය කර ඇත. ඒ අනුව ගොඩනැගෙන සංවර්ධන සන්නිවේදන වැඩ සටහනක් තුළ ප්‍රචාරයට නොව ජනතාවගේ අවබෝධය වර්ධනය කිරීමට ප්‍රමුඛතාව හිමිවනු ඇත. එමගින් සංවර්ධන හිතකාමී ජනතාවක් බිහි කළ හැකිය.

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

කරුණානායක, නන්දන, 1999, ***ජන සන්නිවේදනය සහ සමාජය***, සමයවර්ධන, කොළඹ 10.

ජයකොඩි, කේ. සරත්, 2008, ***ශ්‍රී ලංකාව තිරසාර සංවර්ධන අභියෝග සහ ප්‍රතිචාර***, කර්තෘ ප්‍රකාශනයකි.

රාජපක්ෂ චමල්, 2014 ***ලක්බිම,*** මාර්තු 06, පිටු, 01 -විශාල ව්‍යාපෘති ගැන තොරතුරු ආණ්ඩුව ජනතාවට දිය යුතුයි- කථානායක 2014 මාර්තු 5දා පාර්ලිමේන්තුවේදී කළ ප්‍රකාශයකි,

වික්‍රමසිංහ, වයි. එම්. 2002, ***සමාජීය විද්‍යා පර්යේෂණ,*** සිරි ප්‍රින්ටර්ස්, හිඟුරක්ගොඩ.

සෝමසුන්දර, දයානන්ද, 1995, ***සංවර්ධන ආර්ථික විද්‍යාව,*** ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ.

Dissanayake, Wimal, & perera, Sunil Sarath, 1991, ***Self Environment And Communication***, Minitry of Environment.

Mcquail, Denis, 2005, ***Mcquail's Mass Communication Theory***, Vistaar Publications, New Delhi.

Todaro, P. Michael & Smith, C. Stephen, Economic Development, Delhi, India.