

MACO 3108.3

Lesson I

මහජන සම්බන්ධතා

මහජන සම්බන්ධතා යනු?

ව්‍යාපාර ආයතන හා විවිධ සංවිධාන මෙන්ම පුද්ගලයන් වශයෙන්ද මහජනයා සමඟ ඉතා සමීප වූත්, දෙපාර්ශවයටම වාසි සහගත වූත් සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාමේ උපාය මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රමයක් ලෙස මහජන සම්බන්ධතා හඳුන්වා දිය හැකියි. පුද්ගලයෙකුට තනිව ජීවත් විය නොහැක්කා සේම ආයතනයකට ද තනිවම පැවැත්මක් නොමැත. ඕනෑම ආයතනයක් මහජනයා සමඟ සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාම ඉතා වැදගත් වෙයි. මහජන සම්බන්ධතා ඇති කර ගැනීමේ මූලිකම අරමුණ වන්නේ කිසියම් ආයතනයක් පිළිබඳ ජනතාව අතර ඉතා හොඳ ප්‍රතිරූපයක් නිර්මාණය කිරීම සහ එය පවත්වාගෙන යාමයි. මෙහිදී මහජනයා ලෙස හඳුන්වන්නේ පාරිභෝගිකයා පමණක්ම නොවන අතර ව්‍යාපාරයක පැවැත්ම උදෙසා ව්‍යාපාර සහකරුවන්, ආයෝජකයින්, කොටස්කරුවන් සමගද හොඳ හිත පවත්වාගෙන යාම වැදගත්ය.

මහජන සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාමේ දී ආයතනික තොරතුරු ආයතනය හා මහජනයා අතර ඉතා හොඳින් ගලනය විය යුතු අතර එකී තොරතුරු හරහා අපේක්ෂා කරන්නේ අදාළ ආයතනය පිළිබඳ මහජනයා තුළ ඉතා හොඳ වැටහීමක් හා ප්‍රතිරූපයක් ඇති කිරීමයි.

වෙනත් ආකාරයකින් කිවහොත් “මහජන සම්බන්ධතා යනු මහජනයාගේ හොඳ හිත දිනාගැනීම පිණිස මනාව සැලසුම් කරන ලද ද්වි පාර්ශවීය සන්නිවේදන ක්‍රියාපටිපාටියකි” මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියෙකු නිරන්තරයෙන්ම විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් උපයෝගී කරගෙන තම ආයතනය පිළිබඳ පාරිභෝගිකයා තුළ ධනාත්මක ප්‍රතිරූපයක් හා ඇති කිරීමටත්, වඩා ශක්තිමත් සම්බන්ධතාවයක් ඇති කර ගැනීමටත් උත්සුක වෙයි. මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියෙකු මාධ්‍යය හරහා හා සෘජු හා වක්‍ර සන්නිවේදන සැලසුම් යොදාගෙන තම ඉලක්කගත මහජනයාගේ මනස තුළ අදාළ ආයතනය පිළිබඳ හොඳ ප්‍රතිරූපයක් හා හොඳ සම්බන්ධතාවයක් ගොඩනගා ගැනීමත් එය පවත්වාගෙන යාමත් සිදුකරනු ලබයි.

මහජන සම්බන්ධතා යනු කිසියම් ආයතනයක් වාචික හෝ ලිඛිත හෝ දෘශ්‍ය හෝ වෙන කිසියම් ආකාරයක සන්නිවේදන උපක්‍රම යොදාගෙන මහජනයා වෙත ආයතනික තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමයි. මෙම

සන්නිවේදනයේ ප්‍රමුඛතම අරමුණ වන්නේ මහජනයා සමග සුභද සම්බන්ධතාවක් පවත්වාගෙන යාමයි. මෙය ආයතනයක් හා මහජනයා අතර ඇතිවන ද්වි පාර්ශවීය සන්නිවේදනයකි. එම සන්නිවේදනය හරහා මහජනයාගේ මානසික තත්වයන් එක්දිසාවකට යොමු කරවනු ලබයි. මේ නිසාම මහජන සම්බන්ධතා යන විෂයෙහි ප්‍රධානතම අංගයන් වන්නේ මහජනයා හා සම්බන්ධතා යන්නයි.

මෙකී පද දෙක වැඩිදුරටත් විමසා බලමු. "මහජනයා" යනු එකම ආකාරයකට සිතන, සම සිතුවිලි ඇති එක හා සමාන ප්‍රශ්න, අරමුණු, අදහස් හා මතිමතාන්තර මෙන්ම ආකල්ප ආදිය ඇති කණ්ඩායමකි. මහජනයා අතර විවිධ ආශාවන්, මෙන්ම කැමති අකමැති දෑ තිබිය හැක. ආයතනයක පාරිභෝගිකයන් මෙන්ම එහි කාර්යය කරන වෘත්තීයයන් ද, ව්‍යාපාර සහකරුවන්ද, අවට වෙසෙන පිරිස් මෙන්ම රජය ද මෙකී මහජනයා ගණයෙහි ලා සැලකෙයි.

"සම්බන්ධතා" යනු මානව අවශ්‍යතාවයකි. මනුෂ්‍යයන් වශයෙන් සම්බන්ධතා ඇති කරගැනීම හා පවත්වාගෙන යාම අත්‍යවශ්‍යය. සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාමට එකිනෙකා තේරුම් ගැනීම අත්‍යවශ්‍යය. එමෙන්ම සම්බන්ධතා විවිධාකාර වෙයි. ඒවා පුද්ගලික සම්බන්ධතා මෙන්ම වෘත්තීය සම්බන්ධතා විය හැකියි. නීති රීති මත පදනම් වූ සම්බන්ධතා මෙන්ම ආචාර ධර්ම මත පදනම් වූද හැගීම් මත පදනම් වූද සම්බන්ධතා විය හැකියි. සම්බන්ධතා අක්‍රිය මෙන්ම සක්‍රිය විය හැකියි.

ආයතනයක් හැටියට තම පැවැත්ම උදෙසා විවිධාකාර පාර්ශවයන් සමග සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාම වැදගත් වෙයි. ඒ සඳහා විවිධාකාර සන්නිවේදන ක්‍රම භාවිත කරනු ලැබෙයි. ඒ අතර ප්‍රධාන තලයේ ජනමාධ්‍යය, මෙන්ම මාධ්‍යය සාකච්ඡා, මාධ්‍යය නිවේදන, සම්මුඛ සාකච්ඡා ආදිය මෙන්ම බොහෝ සන්නිවේදන උපක්‍රම භාවිත කරන අතර වර්තමානයේ සමාජ මාධ්‍යය ද මේ වෙනුවෙන් බහුලවම යොදා ගනු ලබනවා. මේ අනුව හැකි සෑම ආකාරයකින්ම ආයතනයක කීර්ති නාමය ආරක්ෂා කරමින් මනා මහජන සම්බන්ධතාවක් පවත්වාගෙන යාමට ඉහත කී සන්නිවේදන උපක්‍රම මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියකු විසින් භාවිත කරනු ලබයි.

මහජන සම්බන්ධතා නිර්වචන

මහජන සම්බන්ධතා යනු,

1. “මහජනතාව දැනුවත් කිරීම
2. මහජනතාව (පෙළඹවීම) කිරීම
3. මහජනතාව ඔවුනොවුන් සමඟ එකිනෙකට අන්තර් ක්‍රියාකාරී කරවීමයි.

- එඩ්වඩ් බර්නිස් (1961)

“මහජන සම්බන්ධතාව යනු යම් සංවිධානයක් එහි මහජනතාව සමඟ අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය ඇති කිරීම සහ එය පවත්වා ගෙන යාම සඳහා හිතාමතා ම ඕනෑකමින් ම සංවිධානය කරනු ලබන මෙන් ම පවත්වා ගෙන යනු ලබන උත්සහයන් වේ.”

- ඇමරිකා එක්සත් ජනපද මහජන සම්බන්ධතා සමාජය (Public Relations Society of America)

“මහජන සම්බන්ධතාවය යනු දර්ශනය, සමාජ විද්‍යාව, ආර්ථික විද්‍යාව, භාෂාව, මනෝ විද්‍යාව, ජනමාධ්‍යවේදය, සන්නිවේදනය සහ වෙනත් විෂය ක්ෂේත්‍ර ගණනාවක සංකලනය ඔස්සේ මානව අවබෝධය සඳහා වන ක්‍රමවේදයකි.”

- හර්බට් එම්. බෝස්

“යහපත් හදවතක් තුළින් ගොඩනැගෙන මානව විශිෂ්ටත්වය මහජන සම්බන්ධතාවයි.”

- වාර්ල්ස් ජලූකාඩ්

“සතුටුදායක මතයක් ගොඩනැගීමෙහිලා හේතුවන සියලු ම විෂය කරුණු මහජන සම්බන්ධතාව වේ.”

- ජෝන් එස්. මෙරඩ්

ඇමරිකානු මහජන සම්බන්ධතා සංවිධානයේ නිවසු සභාපති

“Public Relations is the deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its publics.”

- Institute of Public Relations, USA

“Public relations is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counselling organization leaders and implementing planned programs of action which will serve both the organization’s and the public interest.”

- The 1978 World Assembly of Public Relations Associations in Mexico

“Public relations is the attempt by information persuasion and adjustment to engineer public support for an activity, cause, movement or institution.”

- Edward L. Bernays

“Public Relations is the planned and sustained effort to establish and maintain goodwill and understanding between an organization and its publics.”

- The Institute of Public Relations (IPR) 1987

“Public Relations is a combination of philosophy, sociology, economics, language, psychology, journalism, communication and other knowledge into a system of human understanding.”

- Herbert M. Baus

“Merely human decency which flows from a good heart.”

- Charles Plackard

“Everything involved in achieving a favorable opinion.”

- George F. Meredith

Former President of the American Public Relation Association

“The Management function which gives the same organized and careful attention to the asset of goodwill as is given to any other major asset of business.”

- John W. Hill

"Public Relations is distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance and cooperation between an organization and its publics; involves the management of problems or issues; helps management to keep informed on and responsive to public opinion; defines and emphasizes the responsibility of management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound and ethical communication as its principal tools."

- Rex F. Harlow

Grunig and Hunt (1984) අනුව “මහජන සම්බන්ධතා යනු ආයතනයක් සහ මහජනයා අතර සන්නිවේදනය කළමණාකරණය කිරීමයි”. මෙම නිර්වචනය Cutlip et al. (2000) විසින් තවදුරටත් පැහැදිලි කරන ලද්දේ මෙසේය: “මහජන සම්බන්ධතා යනු ආයතන හා මහජනයා අතර එකිනෙකාට වාසි සහගත වන ආකාරයෙන් සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගන්නා කළමණාකරණ ක්‍රියාවලිය වන අතර එම ආයතනයේ සාර්ථකත්වය හෝ පසුබෑස්ම එම මහජන සම්බන්ධතා ක්‍රියාවලිය මත පදනම් වෙයි”. ඒ ආකාරයෙන්ම, Harlow (1976) සඳහන් කරන ආකාරයට මහජන සම්බන්ධතා හරහා ආයතනයක් සහ මහජනයා අතර අන්‍යෝන්‍ය සන්නිවේදනයක් ඇති කරන කළමණාකරණ ක්‍රියාවලියක් වන අතර ඒ සඳහා පර්යේෂණ, සන්නිවේදන ආචාර ධර්ම සහ මූලික සිද්ධාන්ත භාවිත කරනු ලැබෙයි. මෙම නිර්වචනයෙන් පැහැදිලි කරන ආකාරයට මහජන සම්බන්ධතා යනු ඉතා සංකීර්ණ විෂය ක්ෂේත්‍රයකි.

1948 පිහිටුවන ලද මහජන සම්බන්ධතා ආයතනය 1987 වර්ෂයේ දී පහත නිර්වචනය ඉදිරිපත් කරන ලදී. “යම්කිසි සංවිධානයක් සහ එහි ජනතාව අතර අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය ගොඩනගනු පිණිස හා එය පවත්වාගෙන යෑම සඳහා සියුම් ලෙස සැලසුම් කළ අඛණ්ඩ උත්සාහය.”

ඉහත නිර්වචනයට අනුව පැහැදිලි වන්නේ මෙම සම්බන්ධතා නිරායාසයෙන් සිදුවන ඒවා නොව මනාව සැලසුම් කරන ලද හා පවත්වාගෙන යන සම්බන්ධතා නම් වෙයි. එසේම මෙම සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාමේ ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ ජනප්‍රිය භාවය ලබා ගැනීම නොව හොඳ හිත පවත්වාගෙන යාමයි. බොහෝ දෙනා සිතන පරිදි මහජන සම්බන්ධතා යනු හුදෙක් එක් ප්‍රවර්ධන උපක්‍රමයක් නොවන අතර ඒ හරහා වඩා හොඳ ප්‍රතිරූපයක් අදාළ ආයතනය පිළිබඳ ඇති කිරීමයි.

මහජන සම්බන්ධතා ක්ෂේත්‍රයේ පියා ලෙස සැලකෙන එඩ්වඩ් බර්නිස් 1923 වසරේදී Crystallizing Public Opinion නැමැති ග්‍රන්ථයේ පැහැදිලි කරන ආකාරයට මහජන සම්බන්ධතා යනු, කිසියම් ආයතනයක් ප්‍රවර්ධනය කිරීම හෝ මහජනයාට හඳුන්වාදීමයි. මෙයින් අදහස් කරන්නේ අදාළ ආයතනය කෙරෙහි මහජනයාගේ පිළිගැනීම ලබාගැනීමයි. මෙය මහජන මහජන සේවයක් වන අතර ඒ හරහා මහජන හෘද සාක්ෂිය ගොඩනැංවිය යුතුයි.

මේ අනුව මහජන සම්බන්ධතා ප්‍රචාරණය, හා දැන්වීම්කරණය, අලෙවිකරණයට වඩා වෙනස් මගක් ගනු ලබනවා. කෙසේ වෙතත් එකී ක්ෂේත්‍ර කෙරෙහි මහජන සම්බන්ධතා හරහා ලැබෙන්නේ මහත් පිටුවහලක්. මෙමගින් ආයතනයක් තම අභ්‍යන්තර මෙන්ම බාහිර පාර්ශවයන් යන සියල්ල සමග අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය වැඩිදියුණු කරගනිමින් සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යනු ලැබෙයි. මහජන සම්බන්ධතා හරහා ආයතනයක් පිළිබඳව මහජනයාගේ සිත තුළ යම් ප්‍රතිරූපයක් ඇති කරනු ලබන අතර එම ක්‍රියාවලියට ආයතනය පිළිබඳ යම් වැරදි අවබෝධයක් ඇතිව තිබෙනම් එය ද ඉවත් කිරීම සිදුකරනු ලබනවා.

කෙසේ වෙතත් මහජන සම්බන්ධතාව හරහා ජනතාව අනිසි ලෙස පෙළඹවීම හෝ මූලා කිරීම අපේක්ෂා නොකරන අතර එය ආචාරධර්ම පෙරදැරි කරගෙන සිදුකරනු ලබනවා. මහජන සම්බන්ධතාව පුද්ගලයින්ගේ, ආයතන හෝ සංවිධානවල සාර්ථක පැවැත්ම කෙරෙහි අත්‍යවශ්‍ය වන සාධකයකි.

References

1. Theaker Alison, The Public Relations Handbook, 2nd Edition, Routledge Publications, 2004
2. Oliver Sandra, Public Relations Strategy, 2nd Edition, Kogan Page Publications, 2007
3. Plessis Du D F, Introduction to Public Relation and Advertising, 1st Edition, Juta and Company Ltd, 2000
4. Newsom Doug, Haynes, Public Relations Writing (Form & Style), 8th edition, Thomson Wardsworth, 2008

පැවරුම

1. මහජන සම්බන්ධතා යනු කුමක්ද? ඉහත දක්වා ඇති ඕනෑම නිර්වචන 05ක් ඇසුරින් විමසන්න. වචන 800-1000ක් අතර පිළිතුරක් සපයන්න. වැඩිදුර කියවීම් සඳහා අන්තර්ජාලය හා වෙනත් ග්‍රන්ථ භාවිතා කරන්න. ඔබේ පිළිතුරු පහත සෘණමේල ලිපිනයට ඔබේ ලියාපදිංචි අංකය සමඟ යොමු කරන්න