

**THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE PRESIDENTIAL
ELECTION IN 2015: SPECIAL REFERENCE TO
BATTICALOA ELECTORATE**



MISS.FATHIMA RIFASHA HALIDEEN

REG NO: EU/IS/2011/AC/441

INDEX NO: CS4741



**DEPARTMENT OF SOCIAL SCIENCES,
(POLITICAL SCIENCE)
FACULTY OF ARTS & CULTURE,
EASTERN UNIVERSITY,
SRILANKA**

2017

**PROCESSED
Main Library, EUSL**

ஆய்வுச் சுருக்கம்

சமூக ஊடக இயங்கு தளங்கள் இன்று பிரபலமாகிவிட்டன. இது பாரம்பரிய ஊடகங்களை விட பாரியதொரு தகவல் பகிர்வுத் தளத்தினை உருவாக்கியுள்ளது. பேஸ்புக், டுவிட்டர், வட்சப், யூடியூப் (Facebook, Twitter, Whatsapp, YouTube) போன்ற சமூக ஊடகங்கள் தகவல்களைப் பரிமாறுவதற்கான முக்கிய பொறிகளாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அத்துடன் சமுதாய உரையாடலிலும், சமூக சிந்தனையிலும் தாக்கங்களை உருவாக்குவதற்கும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. அரசியல் பிரச்சாரங்களில் சமூக ஊடகங்கள் வகித்த பங்கினை 2015 ஆம் ஆண்டு ஜனாதிபதித் தேர்தல் மற்றும் பாராளுமன்றத் தேர்தல்களில் குறிப்பாக அவதானிக்கப்பட்டது. 2015 ஆம் ஆண்டு ஜனாதிபதித் தேர்தலில் சமூக ஊடகங்களின் பயன்பாடு இலங்கையின் அரசியல் கலாசாரத்தில் பெரும் திருப்புமுனையை ஏற்படுத்தியது. முக்கிய வேட்பாளர்களும் அவர்களது ஆதரவுக் குழுக்களும் சமூக ஊடகங்கள் மூலம் பாரம்பரிய ஊடகங்களின் செய்திகளை தோற்கடித்தன. அரசியல் சிக்கல்களுக்கும், சவால்களுக்கும் முகம் கொடுப்பதற்குச் சமூக ஊடகங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன. சமூக ஊடகங்களுக்கும் ஜனநாயக விழுமியங்களுக்குமிடையிலான தொடர்பானது 2015 ஆம் ஆண்டு ஜனாதிபதித் தேர்தல் காலத்தில் எவ்வாறு இருந்தது என்பதைக் கண்டுபிடிக்க இவ் ஆய்வு உதவியுள்ளது. அத்துடன் மக்களை அரசியலில் பங்குபெறச் செய்வதிலும், அரசியல் தீர்மானங்களை எடுக்கச் செய்வதிலும் சமூக ஊடகங்களின் தகுதியும் திறனும் வளர்ந்திருக்கின்றமை தொடர்பாகவும் ஆய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. சமூக ஊடகங்களின் செயற்பாடுகளில் உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச அரசியல் பின்புலத்தினை அறியவும், ஜனாதிபதித் தேர்தலில் சிறுபான்மை சமூகமான தமிழ், முஸ்லிம் மக்கள் தத்தமது சமூக, பொருளாதார, அரசியல் பிரச்சினைகளுக்குத் தீர்வினைப் பெற்றுக் கொள்ளவும், தமது நலன்களை அடைந்து கொள்ளவும் தமக்குப் பொருத்தமான ஜனாதிபதியைத் தெரிவு செய்வதற்கும் சமூக ஊடகங்களை பயன்படுத்திய முறைமை தொடர்பாகவும் இவ் ஆய்வு கவனம் எடுத்துள்ளது. இதற்காகப் பல்கலாசார மக்கள் வாழும் மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மட்டக்களப்பு தேர்தல் தொகுதி ஆய்வுப் பிரதேசமாகக் கொள்ளப்பட்டு தகவல்கள் சேகரிக்கப்பட்டு ஆய்வு பூர்த்தி செய்யப்பட்டுள்ளது.

பொருளடக்கம்

விடயம்பக்கம்
உறுதியுரைi
நன்றியுரைii
ஆய்வுச் சுருக்கம்iii-iv
முகவுரைv
பொருளடக்கம்vi-ix
அட்டவணைகள் விபரங்கள்x

அத்தியாயம் - 01

ஆய்வு முன்மொழிவு

1.1. அறிமுகம் 1
1.2. இலக்கிய மீயாய்வு 2
1.3. ஆய்வு இடைவெளி 6
1.4. ஆய்வுப் பிரச்சினையும் ஆய்வு வினாவும்7
1.5. ஆய்வு நோக்கங்கள்8
1.6. கருதுகோள்8
1.7. ஆய்வு முறையியல்8
1.8. ஆய்வுப்பிரதேசமும் சனத் தொகையும்9
1.9. ஆய்வு வரையறை10
1.10. ஆய்வுக்கோட்பாடு10
1.11. அத்தியாயங்கள்11
1.12. உசாத்துணைகள்13-15

இரண்டாம் அத்தியாயம்

சமூக ஊடகங்களும் ஜனநாயக விழுமியங்களும்

2.1. அறிமுகம்.....	16
2.2. ஊடகங்களின் தோற்றம்.....	17
2.3. ஊடகங்களின் செயற்பாடுகள்.....	17
2.3.1. தகவல் தெரிவித்தல்.....	17
2.3.2. அறிக்கையிடுதல்.....	18
2.3.3. பிரதிபலிப்பை உருவாக்குதல்.....	19
2.4. ஊடக ஒழுக்கம்.....	19
2.5. சமூக ஊடகங்களும் ஜனநாயகமும்.....	20
2.6. சமூக ஊடகங்களும் தேர்தலும், தேர்தல் பிரச்சாரமும்.....	22
2.7. ஜனநாயக விழுமியங்கள்.....	23
2.8. முடிவுரை.....	28
2.9. உசாத்துணைகள்.....	31-32

மூன்றாவது அத்தியாயம்

சமூக ஊடகங்களும் 2015 ஆம் ஆண்டு ஜனாதிபதித் தேர்தலும்

3.1. அறிமுகம்.....	33
3.2. சமூக ஊடகங்களும் அரசியற் செயற்பாட்டாளர்களும்.....	34

3.3. ஜனாதிபதித் தேர்தலில் சமூக ஊடகங்கள்.....	36
3.3.1. ஊடகங்களின் முக்கியத்துவம்.....	37
3.3.2. தேர்தல் முடிவுகள்.....	42
3.4. முடிவுரை.....	45
3.5. உசாத்துணைகள்.....	45-48

நான்காம் அத்தியாயம்

மட்டக்களப்புத் தேர்தல் தொகுதியின் வகிபாகம் - கள ஆய்வு

4.1. அறிமுகம்.....	49
4.2. மட்டக்களப்புத் தேர்தல் தொகுதியில் சமூக ஊடகம்.....	50
4.2.1. தேர்தலும் ஊடகமும்.....	52
4.3. சமூக ஊடகங்களும் ஜனநாயகமும்.....	55
4.3.1. ஒழுக்க நெறி.....	55
4.3.2. ஊடக தர்மம்.....	56
4.3.3. தேர்தல் சட்ட விதிமுறைகள்.....	56
4.3.4. தனிமனித உரிமைகள்.....	57
4.3.5. அரசியல் தீர்மானங்கள்.....	57
4.4. சமூக ஊடகங்களின் போலித்தனம்.....	59
4.4.1. உள்நாட்டுப் பின்புலம்.....	60
4.4.2. சர்வதேசப் பின்புலம்.....	60
4.5. சமூக, பொருளாதார, அரசியல் பிரச்சினைகளும் சமூக ஊடகங்களும்.....	61

4.6. முடிவுரை.....	63
4.7. தகவல் தந்தவர்கள் பற்றிய விபரம்.....	65-66

ஐந்தாம் அத்தியாயம்

முடிவுரை

5.1. அறிமுகம்.....	67
5.2. சமூக ஊடகங்களின் வியாபகம்.....	67
5.3. தேர்தல் களத்தில் சமூக ஊடகங்கள்.....	68
5.4. இலங்கை அரசியலில் சமூக ஊடகங்கள்.....	72
5.5. கருதுகோள் பரிசீலனை.....	73
5.6. முடிவுரை.....	74
5.7. பரிந்துரைகள்.....	75
உசாத்துணைப் பட்டியல்கள்.....	77-82
பின்னிணைப்பு.....	83-89