



අ.පො.ස (උසස් පෙළ)

සන්නිවේදනය
හා
මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

ගුරු මාර්ගෝපදේශය

12 ශ්‍රේණිය

(2018 වර්ෂයේ සිට ක්‍රියාත්මක වේ.)

සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
භාෂා, මානව ශාස්ත්‍ර හා සමාජ විද්‍යා පීඨය
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය
ශ්‍රී ලංකාව
වෙබ් අඩවිය : www.nie.lk
විද්‍යුත් තැපෑල: info@nie.lk

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

12 ශ්‍රේණිය

ගුරු මාර්ගෝපදේශය

ප්‍රථම මුද්‍රණය 2018

© ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය

ISBN

සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
භාෂා, මානව ශාස්ත්‍ර හා සමාජ විද්‍යා පීඨය
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය
මහරගම

වෙබ් අඩවිය : www.nie.lk

විද්‍යුත් තැපෑල : nifo@nie.lk

මුද්‍රණය : මුද්‍රණාලය
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය
මහරගම
ශ්‍රී ලංකාව

අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය

ජාතික අධ්‍යාපන කොමිෂන් සභාව විසින් නිර්දේශිත ජාතික අධ්‍යාපන අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමේ සහ පොදු නිපුණතා සංවර්ධනය කිරීමේ මූලික අරමුණ සහිත ව එවක පැවති අන්තර්ගතය පදනම් වූ විෂයමාලාව නවීකරණයට භාජනය කොට වර්ෂ අටකින් යුතු වක්‍රයකින් සමන්විත නව නිපුණතා පාදක විෂයමාලාවෙහි පළමු අදියර, වර්ෂ 2007 දී ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය විසින් ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රාථමික හා ද්විතීයික අධ්‍යාපන ක්ෂේත්‍රයට හඳුන්වා දෙන ලදී.

පර්යේෂණවලින් අනාවරණය වූ කරුණු ද, අධ්‍යාපනය පිළිබඳ ව විවිධ පාර්ශ්වයන් ඉදිරිපත් කළ යෝජනා ද පදනම් කොට ගෙන සිදු කරන ලද විෂයමාලා තර්කීකරණය කිරීමේ ක්‍රියාවලියක ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විෂයමාලා වක්‍රයේ දෙවැනි අදියර අධ්‍යාපන ක්ෂේත්‍රයට හඳුන්වා දීම 2015 වසරේ සිට ආරම්භ කර ඇත.

මෙම තර්කීකරණ ක්‍රියාවලියේ දී සියලු ම විෂයයන්ගේ නිපුණතා පදනම් මට්ටමේ සිට උසස් මට්ටම දක්වා ක්‍රමානුකූල ව ගොඩනැගීම සඳහා පහළ සිට ඉහළට ගමන් කරන සිරස් සංකලනය භාවිත කර ඇති අතර විවිධ විෂයයන්හි දී එක ම විෂය කරුණු නැවත නැවත ඉදිරිපත් වීම හැකි තාක් අවම කිරීම, විෂය අන්තර්ගතය සීමා කිරීම සහ ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ශිෂ්‍ය මිතුරු විෂයමාලාවක් සැකසීම සඳහා තිරස් සංකලනය ද භාවිත කර ඇත.

ගුරු භවතුන්ට පාඩම් සැලසුම් කිරීම, ඉගෙනුම්-ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලියෙහි සාර්ථක ව නිරත වීම, පන්ති කාමර මිනුම් හා ඇගයීම් ප්‍රයෝජනවත් පරිදි යොදා ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය වන මාර්ගෝපදේශ ලබා දීමේ අරමුණින් නව ගුරු මාර්ගෝපදේශ හඳුන්වා දී ඇත. පන්ති කාමරයේ දී වඩාත් ඵලදායී ගුරුවරයෙකු ලෙස කටයුතු කිරීමට මෙම මාර්ගෝපදේශ උපකාරී වනු ඇත. සිසුන්ගේ නිපුණතා වර්ධනය කිරීම සඳහා ගුණාත්මක යෙදවුම් හා ක්‍රියාකාරකම් තෝරා ගැනීමට ගුරුවරුන්ට අවශ්‍ය නිදහස මෙමගින් ලබා දී තිබේ. එමෙන් ම නිර්දේශිත පාඨ ග්‍රන්ථවල ඇතුළත් වන විෂය කරුණු පිළිබඳ ව වැඩි බර තැබීමක් මෙම ගුරු මාර්ගෝපදේශවල අන්තර්ගත නො වේ. එම නිසා මෙම ගුරු මාර්ගෝපදේශය වඩාත් ඵලදායී වීමට නම් අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් සකසා ඇති අදාළ පාඨ ග්‍රන්ථ සමග සමගාමී ව භාවිත කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

තර්කීකරණය කරන ලද විෂය නිර්දේශ, නව ගුරු මාර්ගෝපදේශ හා නව පාඨ ග්‍රන්ථවල මූලික අරමුණු වන්නේ ගුරු කේන්ද්‍රීය අධ්‍යාපන රටාවෙන් මිදී ශිෂ්‍ය කේන්ද්‍රීය අධ්‍යාපන රටාවක් හා වඩාත් ක්‍රියාකාරකම් මත පදනම් වූ අධ්‍යාපන රටාවකට එළඹීම මඟින් වැඩි ලෝකයට අවශ්‍ය වන්නා වූ නිපුණතා හා කුශලතාවන්ගෙන් යුක්ත මානව සම්පතක් බවට ශිෂ්‍ය ප්‍රජාව සංවර්ධනය කිරීම යි.

නව විෂය නිර්දේශ සහ ගුරු මාර්ගෝපදේශ සම්පාදනය කිරීමේ දී ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනයේ ශාස්ත්‍රීය කටයුතු මණ්ඩලයේ ද, ආයතන සභාවේ ද, රචනයේ දී දායකත්වය ලබා දුන් සියලු ම සම්පත්දායකයන්ගේ හා වෙනත් පාර්ශ්වයන්ගේ ද ඉමහත් කැපවීම ඇගයීමට ද මෙය අවස්ථාවක් කර ගනු කැමැත්තෙමි.

ආචාර්ය ඩී. ඒ. ආර්. ජේ. ගුණසේකර

අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්

ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය

මහරගම

නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය

ඉගෙනුම පුළුල් ක්ෂේත්‍රයක විහිද යන්නකි. එය ජීවිත අතිමහත් බවට ද, ඉතා ම සරල බවට ද පත් කරයි. මනුෂ්‍යයා ඉගෙනුම් කුශලතාවෙන් උත්කෘෂ්ට ය. මානව සමාජ සංවර්ධනය කේන්ද්‍ර කොට ගත් රටක්, සමාජයක් බුද්ධිය විසින් හඳුනා ගත් අසම්මතයන් බැහැර කිරීමට ද සුභාවිතයන් මගින් නව ලොවක් නිර්මාණය කර ගැනීමට ද මෙවලම කර ගන්නේ ඉගෙනුම යි.

ඉගෙනුම සඳහා වටිනා යමක් ද, ඉගෙනුම් ක්‍රමවේදයන් හා පහසුකම් ද අධ්‍යාපනය වටා නිර්මාණය විය යුතු ය. විෂය මාලාව, විෂය නිර්දේශය, මාර්ගෝපදේශ, සුසාධ්‍යකාරකයන් ඉගෙනුම් ක්ෂේත්‍රයට එක් වනුයේ මේ ආකාරයෙනි.

නූතන ශ්‍රී ලංකාව ගෝලීය ප්‍රවණතාවන් මෙන් ම පුරාතන උරුමයන් ද සම්මිශ්‍රණය කර ගනිමින් ස්වීය අධ්‍යාපන රටාවක් හිමි කර ගෙන ඇත. කාලීන අවශ්‍යතා මත ප්‍රතිසංස්කරණ හේතුවෙන් වසර අටකට වරක් යාවත්කාලීන වන විෂයමාලාවේ ඉගෙනුම් සම්පතක් ලෙස මෙම ගුරු මාර්ගෝපදේශ නිර්මාණය වේ.

විෂයයෙහි අරමුණුවල සංගතතාව ජාතික මට්ටමින් පවත්වා ගත යුතු ය. එහෙත් ගුරු මාර්ගෝපදේශයන්හි ඉගෙනුම් ක්‍රමවේදයන් අකුරක් වත් වෙනස් නො කොට පිළිපැදිය යුත්තක් නම් නො වේ. විෂය නිර්දේශයෙහි නිපුණතා, නිපුණතා මට්ටම්, සාධනය වීම සඳහා අන්තර්ගතයෙන් ඉගෙනුම් පල සම්ප්‍රාප්තිය පිණිස ඉගෙනුම් ක්‍රමවේද නිර්මාණශීලී ව වෙනස් කර ගැනීමට සුසාධ්‍යකරුවන්ට පැහැදිලි ව ම ඉඩක් ඇති බව සඳහන් කරමි. ශිෂ්‍ය සාධන ප්‍රතිශතය ඉහළ මට්ටමකට ගැනීම සඳහා උදවු වන, පහසුකම් සලසන ගුරු භූමිකාවට කිසියම් ප්‍රවේශයක් සඳහා නිර්මාණය වන ගුරු මාර්ගෝපදේශය ශික්ෂකයාට ද දෙගුරුනට ද භාවිත කළ හැක. අදාළ පෙළ පොතට සහකරුවකු වන ගුරු මාර්ගෝපදේශය තවත් පෙළ පොතක් නොවන බව දැන ගුරුභවතුන් ගුරු මාර්ගෝපදේශය හා අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුවේ සම්පාදිත අදාළ පෙළ පොත යන සම්පත් ද්‍රව්‍ය දෙක ම භාවිත කළ යුතු ය.

ඒ ඒ විෂයයන්හි සාධනය පිළිබඳ ඇගයීම් සිදු කරන ජාතික මට්ටමේ පරීක්ෂකවරයෙකු වුව ද අපේක්ෂා කරන සාධනයන්, විෂය ඉගැන්වීමට මඟ පෙන්වන සුසාධ්‍යකාරකයන් පාඩම අවසානයෙහි පත්ති කාමරයේ දී දරුවන් සමඟ ප්‍රත්‍යක්ෂකරණයට පත් විය යුතු ය. එම ඒකාත්මික වීම සඳහා වූ ප්‍රබෝධාත්මක සංස්කෘතියක් ගොඩනගා ගැනීමට ගුරු මාර්ගෝපදේශය පහුරක්, යාත්‍රාවක් කර ගනු ඇතැ යි ආයාචනා පූර්වක ව අපේක්ෂා කරමි.

ආචාර්ය පූජ්‍ය මාඹුල්ගොඩ සුමනරතන හිමි
පීඨාධිපති, නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්
භාෂා, මානව ශාස්ත්‍ර හා සමාජ විද්‍යා පීඨය
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය.

විෂයමාලා කමිටුව

උපදේශකත්වය හා අනුමතිය : ශාස්ත්‍රීය කටයුතු මණ්ඩලය, ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය

සම්බන්ධීකරණය :
පී. ටී. එම්. රත්නායක මිය : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව,
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය, මහරගම

විෂය විශේෂඥ සහාය :
මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර : සම්මානිත මහාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
මහාචාර්ය ආරියරත්න ඇතුගල : ජ්‍යෙෂ්ඨ මහාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
මහාචාර්ය කමල් වලේබොඩ : මහාචාර්ය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
මහාචාර්ය නියොඩෝර් ප්‍රනාන්දු : මහාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය මහිමි මෙන්ඩිස් : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය ටියුඩර් විරසිංහ : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය,
කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය එස්. රගුරාමි : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, යාපනය විශ්වවිද්‍යාලය
එම්. ඒ. එස්. හරිශ්වන්ද්‍ර : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය

ලේඛක මණ්ඩලය (බාහිර) :
විජයානන්ද රූපසිංහ මයා : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
අරුණ ලොකුලියන මයා : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
ධම්මික බණ්ඩාර මයා : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
ජී. ටී. මධුහාමි මිය : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
තිවංකි අබේවර්ධන වික්‍රමසිංහ මිය : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
මිහිරි කුමාරගේ මිය : ගුරු සේවය, දොන් පේට්‍රික් මහා විද්‍යාලය, හොරණ
ප්‍රසන්න විමලසූරිය මයා : ගුරු සේවය, දොඩම්ගොල්ල මහා විද්‍යාලය, බිබිල
ඉන්දීවරී ජයසේකර මිය : ගුරු සේවය, ආනන්ද බාලිකා විද්‍යාලය, කෝට්ටේ

ව්‍යාපෘති කමිටුව

එම්. ආර්. ඩබ්. මද්දම මයා : අධ්‍යක්ෂ, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
පී. ටී. එම්. රත්නායක මිය : ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
ආචාර්ය වාචින්තේ පඤ්ඤානන්ද හිමි : සහකාර කථිකාචාර්ය, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව

භාෂා සංස්කරණය

ක. ක. ගනුෂ්ක රත්දල මයා : බාහිර කථිකාචාර්ය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

පටුන

අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය	i
නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය	ii
විෂයමාලා කමිටුව	iii
1.0 සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය හා විකාශය	01-09
2.0 සන්නිවේදන පදනම	10-18
3.0 මූලික සන්නිවේදන වර්ග, ස්වරූප සහ ආකෘති	19-38
4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය	39-69
5.0 සංස්කෘතිකාවබෝධය, මාධ්‍යයේ ස්වභාවය සහ එහි බලපෑම	70-84
6.0 මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විවාරය	85-93
ග්‍රන්ථ නාමාවලිය	94

1. සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය හා විකාශය

- නිපුණතාව** : 1.0 සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය, විකාශය, එහි ශාස්ත්‍රීය පසුබිම හා ඉගෙනීමෙහි වැදගත්කම පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව කටයුතු කරයි.
- නිපුණතා මට්ටම** : 1.1 ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය, විකාශය හා ඉගෙනීමෙහි වැදගත්කම හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
- කාලච්ඡේද** : 05 යි.
- ඉගෙනුම් පල** :
- ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය පිළිබඳ පැහැදිලි කරයි.
 - සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි විකාශය පිළිබඳ කරුණු ඉදිරිපත් කරයි.
 - සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස හැදෑරීමේ වැදගත්කම පැහැදිලි කරයි.

හැඳින්වීම

සන්නිවේදනය අත්‍යවශ්‍ය මානවීය ක්‍රියාවලියකි. පුද්ගල අන්තර් සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගැනීම සඳහා සෑම පුද්ගලයෙකුට ම සන්නිවේදනය අත්‍යවශ්‍ය වේ. සන්නිවේදනය යන්නෙහි සරල අර්ථය වන්නේ හැඟීම් දැනීම්, අදහස් සහ දැනුම යනාදිය හුවමාරු කර ගැනීම යි. ප්‍රාථමික සමාජවල විසූ මිනිසුන් විවිධ ශබ්ද, සංඥා, සංකේත භාවිතයෙන් කළ සරල අදහස් හුවමාරුවේ සිට වර්තමානය වන විට ජනමාධ්‍ය හා අංකිත සන්නිවේදන තාක්ෂණ මෙවලම් හරහා සිදු කරනු ලබන තොරතුරු හුවමාරුව දක්වා සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පුළුල් වී ඇත. නූතනයේ විශ්වය එක ම පවුලක් වන තරමට මානව අන්තර් සම්බන්ධතා සම්ප කරවීමට සන්නිවේදනය හේතු වී තිබේ.

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ වර්ධනයත් සමඟ ජනමාධ්‍ය ඇතුළු විවිධ දියුණු සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඔස්සේ සිදු වන අසීමාන්තික තොරතුරු ජනනය, හුවමාරුව හා ව්‍යාප්තිය තනි තනි පුද්ගලයාගේ මනස හා වර්ගාව කෙරෙහිත් පුද්ගලයාගේ සමාජීය අන්තර් සම්බන්ධතා කෙරෙහිත් අවසානයේ සමස්ත සමාජය කෙරෙහිත් ප්‍රබල බලපෑමක් ඇති කරනු ලබයි. එය ඉෂ්ට මෙන් ම අනිෂ්ට බලපෑමක් විය හැකි ය. මාධ්‍ය ඔස්සේ අසීමාන්තික ව, විචිත්‍රවත් ආකෘති ඔස්සේ, ශීඝ්‍රයෙන් ගලා එන තොරතුරු පරිහරණය කිරීමෙන් තොර ව හුදෙකලා පුද්ගල ඒකක ලෙස සමාජයේ තනි ව කටයුතු කිරීමට සක්‍රීය පුරවැසියෙකුට නොහැකි ය.

එසේම පුද්ගලයා සමාජ ජීවියෙකු ලෙස තොරතුරු පරිහරණයෙන් වැළකී සිටීම හෝ ඔහු ව වළකා තැබීම කළ නොහැකි ය. පුද්ගලයාගේ හා සමාජයේ ප්‍රගමණයට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගත යුතු ය. මේ සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ මාධ්‍ය ඔස්සේ ලබා දෙන තොරතුරු තෝරා බේරා ගෙන පරිහරණය කිරීමේ ඥානය යි. මාධ්‍යය විසින් මවන මායාව හා යථාර්ථය වෙන් වෙන් වශයෙන් හඳුනා ගැනීමට ශක්තිය ඇති කරන පුද්ගලයාට අත්‍යවශ්‍ය වන මාධ්‍ය සාක්ෂරතා ඥානයෙන් සහ විවාරශීලී ග්‍රාහකයන් ලෙස කටයුතු කිරීමට අවශ්‍ය ඥානයෙන් ඔහු සන්නද්ධ විය යුතු ය.

යුනෙස්කෝ සංවිධානය 1982 වසරේ දී ගෘහන්වල්ට ප්‍රකාශනය විසින් හා එහි සමුළු වාර කිහිපයක දී ම මාධ්‍යයේ අභිතකර බලපෑමෙන් ළමා හා තරුණ පරපුර මුදවා ගත යුතු බව දක්වන ලදී. එහි දී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙන් හා විචාරශීලී ලෙස මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමේ ඥානයෙන් මෙන් නිර්මාණශීලී චින්තනයෙන් දරුවන් බලසම්පන්න කළ යුතු බව අවධාරණය කරන ලදී. පාසලේ ප්‍රාථමික ශ්‍රේණියේ සිට මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දිය යුතු බවට යුනෙස්කෝ සංවිධානය නිර්දේශ කර සිටියේ ද ඒ අනුවයි. විෂය නිර්දේශයෙහි සංක්ෂිප්ත ව දක්වා තිබූ විෂය කරුණු මෙහි දී විස්තරාත්මක ව ඇතුළත් කර තිබේ.

ඒ අනුව සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හදාරන ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතා ඥානයෙන් හා විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීම පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුක්ත සක්‍රීය සන්නිවේදකයන් මෙන් ම පුරවැසියන් වීම අත්‍යවශ්‍ය ය. ඒ සඳහා මෙම විෂයයෙහි විෂය අන්තර්ගතය පෙළ ගස්වා ඇත.

සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස හැඳෑරීම ආරම්භ වූ ආකාරය, එහි වර්ධනය, සන්නිවේදන විෂයය ශ්‍රී ලංකාවේ අධ්‍යාපන පද්ධතියට හඳුන්වා දීම සහ විෂයය හැඳෑරීමේ වැදගත්කම හා අවශ්‍යතාව පිළිබඳ අවබෝධය ලබා දීම මෙම ඒකකය මගින් සිදු වේ. එමඟින් සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැඳෑරීමට අවශ්‍ය පදනම ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවන් වෙත ලබා දීම අපේක්ෂා කෙරේ.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස් :

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය, විකාශය හා ඉගෙනීමෙහි වැදගත්කම

- සන්නිවේදනයන් මානව අන්තර් සම්බන්ධතාවනුත් අතර ඇත්තේ අවයෝජනීය සම්බන්ධතාවකි. මිනිසා මිනිමත ජීවත් වීම ආරම්භ කළ දිනයේ සිට මානව සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වේ.
- ප්‍රාථමික සමාජයන්හි වසූ ජනයා සිය සරල ජීවන අවශ්‍යතා ඉටු කර ගැනීම සඳහා විවිධ සංඥා, ශබ්ද, සංකේත භාවිත කරමින් ආරම්භ කළ අදහස් ප්‍රකාශනය අද වන විට දියුණු සන්නිවේදන තාක්ෂණික මෙවලම් ඔස්සේ සිදු වන ඉතා සංකීර්ණ ක්‍රියාදාමයක් බවට පත් ව තිබේ.
- සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව, ජනමාධ්‍යයන්ගේ වර්ධනය මාධ්‍ය මගින් සමාජය වෙත කළ බලපෑමේ ස්වභාවය සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය ස්වාධීන විෂයයක් ලෙස වැඩිමටත්, ගැඹුරින් අධ්‍යයනය කිරීමටත් ප්‍රධාන වශයෙන් හේතු විය.
- සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ මානව අත්දැකීම්වල කේන්ද්‍රීය සාධකය ලෙස සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය පිළිබඳ හැඳෑරීමයි.
- මෙහි දී මානව අත්දැකීම් යන්නට සන්දේශ නිර්මාණය, හුවමාරු කර ගැනීම, ඒවා අර්ථකථනය කිරීමේ දී ජනතාව හැසිරෙන, ක්‍රියා කරන ආකාරය කෙසේ ද? යන්න අවබෝධ කර ගැනීම ඇතුළත් වේ.
- සන්නිවේදනය යන්න මිනිසාගේ ආරම්භය තෙක් දිවයන ක්‍රියාවලියක් වුවත් එය ශාස්ත්‍රීය විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස අධ්‍යයනය කිරීම කෙරෙහි ලෝකයේ අවධානය යොමු වන්නේ 20 වන සියවසේ මුල් භාගයේ දී ය.
- කාර්මික විප්ලවය, පළමුවන හා දෙවන ලෝක යුද්ධ හේතුවෙන් සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ සිදු වූ ශීඝ්‍ර දියුණුව ජනමාධ්‍ය බිහි වීම, වර්ධනය හා ව්‍යාප්තිය කෙරෙහි බලපෑවේ ය. මෙම තත්ත්වය සන්නිවේදන විෂයය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේ උනන්දුව හා අවශ්‍යතාව ඉහළ නැංවී ය.

- ලෝක යුද්ධ අවසන් වීමෙන් පසු යුද්ධ තොරතුරු වාර්තා කිරීම හා හුවමාරු කිරීම සඳහා භාවිත කළ මාධ්‍ය ජනතාව වෙනුවෙන් විනෝදාස්වාදය හා තොරතුරු සම්පාදනය කිරීමට යොදා ගන්නා ලදී.
- යුද්ධයෙන් පීඩාවට පත් ව සිටි ජනතාවගේ බිඳ වැටුණු මානසිකත්වය ඉලක්ක කර ගනිමින් මාධ්‍ය ඔස්සේ සරල විනෝදය ගෙන දෙන ක්‍රාසය, හිනිය, චිරත්වය හා ලිංගිකත්වය මතු කරන ආකාරයේ ටෙලි නාට්‍ය, චිත්‍රපට, පුවත්පත්, ගීත ආදිය බහුල ලෙස සම්පාදනය කරනු ලැබිණ.
- මෙකල වාණිජ පරමාර්ථයෙන් මෙන් ම බලය ලබා ගැනීමේ හා තහවුරු කර ගැනීමේ අපේක්ෂාවෙන් ද මාධ්‍ය හිමිකරුවන් විසින් හා දේශපාලන නායකයන් විසින් අත්තනෝමතික ලෙස ජනමාධ්‍ය භාවිතයට ගනු ලැබ ඇත.
- මේ සෑම ආකාරයෙන් ම මාධ්‍ය මගින් සමාජය වෙත එල්ල කළ තියුණු බලපෑම විසින් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ ශාස්ත්‍රීය වශයෙන් අධ්‍යයනය කිරීමට විද්වත්තු පොලඹවනු ලැබූහ.
- ඒ අනුව එක් දහස් නවසිය විසි ගණන්වල දී විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රයන්හි ශික්ෂණය ලබා තිබූ විශේෂඥ දැනුමෙන් යුතු විද්වත්හු ඔවුන්ගේ පර්යේෂණ අනාවරණ මගින් එවක ක්‍රියාත්මක වූ ජනමාධ්‍ය පුද්ගලයා කෙරෙහි හා පුද්ගල සමාජ සම්බන්ධතා කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කරන බව තහවුරු කළහ.
- සන්නිවේදන විෂයය “සන්නිවේදන අධ්‍යයනය” (Communication Studies) නමින් ස්වාධීන විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස හැඳින්වීමට පෙර එය ප්‍රධාන විෂයයන් තුනක් වන මනෝවිද්‍යාව, සමාජ විද්‍යාව හා දේශපාලන විද්‍යාව යන ශික්ෂණවේදයන්හි අන්තර්ගත විය.
- සමාජ විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රයේ වාල්ස් හෝර්ටන් කුලී, දේශපාලන විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයේ චෝල්ටර් ලිප්මාන් සහ අධ්‍යාපන විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයේ ජෝන් ඩුවී යන විද්වතුන්ගේ අදහස් හා පර්යේෂණ අධ්‍යයන විසින් සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස වර්තමාන තත්ත්වයට පත් කිරීමට අවශ්‍ය පදනම සකස් කරනු ලැබිණ.



වාල්ස් කුලී (1864-1929)
Charles Horton Cooley



චෝල්ටර් ලිප්මාන් (1889-1974)
Walter Lippmann



ජෝන් ඩුවී (1859-1952)
John Dewey

- වාල්ස් කුලී ‘සමාජ සංවිධානය’ (1909) කෘතිය ද චෝල්ටර් ලිප්මාන් ‘ජනමතය’ කෘතිය (1922) ද ජෝන් ඩුවී ‘ජනතාව හා ඔවුන්ගේ ගැටලු’ (1927) කෘතිය ද සම්පාදනය කරමින් දැක්වූ අදහස් සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය සංවර්ධනය කළේ ය.
- මානව සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීමේ හා වර්ධනය කිරීමේ යාන්ත්‍රණය සන්නිවේදනය බව වාල්ස් කුලී විග්‍රහ කරන අතර මෙම විද්වත්හු තිදෙනා ම පුද්ගලයාගේ සමාජ ජීවිතයේ වැදගත් ම හා කේන්ද්‍රීය සාධකය සන්නිවේදනය ලෙස හඳුන්වා දෙති.
- වෙනස් වන හා දියුණු වන මාධ්‍ය තාක්ෂණය සංස්කෘතිය කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම,

සන්නිවේදනය, ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය හා ප්‍රජාව යන කරුණු අතර ඇති සම්බන්ධතාවෙන් මතු වන සමාජ ගැටලු පිළිබඳ මෙම විද්වත්තු තව දුරටත් කරුණු ඉදිරිපත් කළහ. මෙම අදහස් සන්නිවේදනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස අධ්‍යයනය කිරීමට අවශ්‍ය පදනම සකස් කරන ලදී.

- මෙයින් පසු සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ස්ථාපනය වීම යුරෝපීය සහ අමෙරිකානු විද්වතුන් රැසකගේ පුරෝගාමීත්වයෙන් අමෙරිකාව කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් සිදු ව ඇත. සන්නිවේදන අධ්‍යයනය තව දුරටත් වෙනත් විෂයයන්හි අන්තර්ගත වූ විෂයයක් ලෙස නො ව ස්වාධීන විෂයයක් ලෙස වර්ධනය වීම සිදු විය.
- 1933 වසරේ සිට 1945 පමණ දක්වා ජර්මනියේ ක්‍රියාත්මක වූ ඇඩොල්ෆ් හිට්ලර්ගේ ඒකාධිපති පාලනය යටතේ එරට විශ්වවිද්‍යාලවලින් පිටමං කරනු ලැබූ විද්වත්තු විශාල ප්‍රමාණයක් අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයට සංක්‍රමණය වූහ. ඔවුහු අමෙරිකානු විශ්වවිද්‍යාල කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ විවිධ ශාස්ත්‍රීය අධ්‍යයනයන්හි නිරත වූහ.
- හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්, කර්ට් ලෙනින්, පෝල් ලැසාස්ෆෙල්ඩ්, කාල් හව්ලන්ඩ්, විල්බර් ශ්‍රාම්, ජෝර්ජ් ගාබ්නර් වැනි විද්වතුන් විසින් ද ක්ලෝඩ් ශැනන් සහ වොරන් විවර් යන ඉංජිනේරු විෂය ක්ෂේත්‍රයේ විද්වතුන් ද විසින් සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ශාස්ත්‍රීය සංවර්ධනයට අවශ්‍ය පදනම සකස් කරන ලදී.



හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්
(1902-1978)
Harold D. Lasswell



කර්ට් ලෙනින්
(1890-1947)
Kurt Lewin



පෝල් එෆ්. ලැසාස්ෆෙල්ඩ්
(1901-1976)
Paul F. Lazarsfeld



කාර්ල් අයිවර් හවුලන්ඩ්
(1912-1961)
Carl Iver Hoyland



විල්බර් ශ්‍රාම්
(1907-1987)
Wilber Schranm



ජෝර්ජ් ගාබ්නර්
(1919-2005)
George Gerbner



වොරන් විවර්
(1894-1978)
Warren Weaver



ක්ලෝඩ් ශැනන්
(1916-2001)
Claude Shannon

- 1940 දශකයේ දී මහාචාර්ය විල්බර් ශ්‍රාම් විසින් සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස ආයතන ගත කිරීමට පියවර ගන්නා ලදී. ඒ අතර ජනමාධ්‍ය පාසල්, සන්නිවේදන පර්යේෂණ ආයතන ස්ථාපිත කිරීම හා විශ්වවිද්‍යාල සඳහා නව අධ්‍යයන අංශ ආරම්භ කිරීම පෙන්වා දිය හැකි ය.
- සන්නිවේදන අධ්‍යයනය, ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ඉගැන්වීම ආරම්භ කළ පළමු විශ්වවිද්‍යාලය ලෙස ඉලිනොයිස් විශ්වවිද්‍යාලය හඳුන්වා දිය හැකි ය.

- කාර්මික විජලවය, පළමු වන සහ දෙවන ලෝක සංග්‍රාම හේතුවෙන් තාක්ෂණික වශයෙන් ජනමාධ්‍යයන්ගේ වර්ධනයක් බහුල වීමක් සිදු විය.
- පළමුවන හා දෙවන ලෝක සංග්‍රාමයන්හි දී මෙන් ම ඇඩෝල්ෆ් හිට්ලර් වැනි පාලකයන් ද මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය දැරූ ව්‍යාපාරිකයන් ද විසින් විවිධ ප්‍රචාරණ හා ප්‍රචර්ධන කටයුතු සඳහා සන්නිවේදන මාධ්‍ය යොදා ගැනීම සහ එහි අහිතකර ප්‍රතිවිපාක සමාජය කෙරෙහි ඇති කළ බලපෑම විඳිවුණු සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ ව විශේෂ අවධානයක් යොමු කිරීමට ප්‍රබල ලෙස හේතු විය.
- 1960 දශකයේ මුල් භාගයේ දී සමාජ විද්‍යාව, දේශපාලන විද්‍යාව, මනෝ විද්‍යාව සහ ඉංග්‍රීසි භාෂාව ආදී විෂය ක්ෂේත්‍රය තුළ අන්තර්ගතව තිබූ සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ස්වාධීන විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස වෙන ම අධ්‍යයනය කිරීම ආරම්භ විය.
- ජනමාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් වූ සන්දේශ සහ මාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය ජන ජීවිතයේ සියලු දේ කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කිරීමට හේතු වන බව 60, 70 දශකවල සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ විඳිවුණු විසින් සිදු කරන ලද පර්යේෂණ අධ්‍යයන මගින් අනාවරණ කර ගන්නා ලදී.
- විශේෂයෙන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය දරුවන් කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම පිළිබඳ මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් වැනි විඳිවුණු සහ විශ්වවිද්‍යාල පර්යේෂණ කණ්ඩායම් විසින් සිදු කළ පර්යේෂණ අධ්‍යයනයන්හි අනාවරණ ගැඹුරින් සාකච්ඡාවට ලක් විය.
- මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් විසින් රූපවාහිනී මාධ්‍ය පිළිබඳ සිදු කළ ප්‍රථම පර්යේෂණ වාර්තාව ඉදිරිපත් කරමින් ප්‍රකාශ කර සිටියේ ළමයින්ගේ සමාජ සම්බන්ධතා දුරස් වීම හා රූපවාහිනී භාවිතය අතර සම්බන්ධතාවක් පවතින බවයි. දෙමව්පියන් සමඟ අඬදබර කරගන්නා දරුවන් තම නොරිස්සුම් සහගත හැඟීම්වලින් පලා යාමට, සිත් වේදනාවන් අමතක කර ගැනීමට රූපවාහිනිය නැරඹීමට යොමු වන බව තවදුරටත් වාර්තාවෙන් කරුණු ඉදිරිපත් කළේය.
- පෙන්සිල්වේනියානු විශ්වවිද්‍යාල පර්යේෂණ කණ්ඩායම විසින් ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා සහිත හා රහිත කාටුන් වැඩසටහන් ළමයින් කණ්ඩායම් දෙකකට නැරඹීමට අවස්ථාව ලබා දී සිදු කළ පර්යේෂණය මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් සිය පර්යේෂණය මගින් ඉදිරිපත් කළ කරුණු තහවුරු කිරීමට සමත් විය.
- මෙහි දී පෙන්සිල්වේනියානු විශ්වවිද්‍යාල පර්යේෂණ කණ්ඩායම් රූපවාහිනියේ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා සහිත වැඩසටහන් නැරඹීම නිසා ළමයින් තුළ ප්‍රධාන වශයෙන් වෙනස්කම් තුනක් සිදු වන බව පෙන්වා දෙන ලදී.
 1. වේදනාත්මක දේ පිළිබඳ සංවේදිතාව අඩු වීම.
 2. දරුවන් ඔවුන් ජීවත්වන පරිසරය හා අවට ලෝකය පිළිබඳ බියක් ඇති කර ගැනීම
 3. අන් අය සමඟ කටයුතු කිරීමේ දී ආක්‍රමණශීලී වන්නටත් ඉක්මනින් ආරවුල් ඇති කරගන්නටත් දරුවන් තුළ නැඹුරුව වැඩි වීම.
- මෙම පර්යේෂණ අධ්‍යයන හේතුවෙන් සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය තව දුරටත් සංවර්ධනය විය.

- 1960 සහ 70 දශක වන විට ජනමාධ්‍ය විසින් සමාජ වෙත එල්ල කළ බලපෑම 80 සහ 90 දශකවල අංකිත තාක්ෂණික මාධ්‍ය මෙවලම් භාවිතයට පැමිණීම සහ වර්තමානය වන විට නව මාධ්‍ය, සමාජ මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරිත්වය සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයේ විෂය පථය තවදුරටත් පුළුල් කිරීමට හේතු වී ඇත.
- සන්නිවේදනය විෂයය සජීව මෙන් ම සක්‍රීය විෂය ක්ෂේත්‍රයකි. සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ නැගීමත් සමඟ අතීතයේ සිට එය වර්ධනය වී ඇත. එසේ ම වර්තමානයේ සහ අනාගතයේ ද මෙම විෂයය සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව, නවීන සන්නිවේදන මෙවලම් හා ඒවා භාවිතයේ ස්වභාවය සහ එමඟින් සමාජය වෙත කරනු ලබන බලපෑම අනුව වෙනස් වන අතර ඉදිරියේදී ද වෙනස් වේ.
- සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයෙන් මෙම ස්වභාවය කෙරෙහි සිසු අවධානය යොමු කළ යුතු වන අතර එම හේතුවෙන් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයෙහි ඉදිරියට යාමට ජාතික හා ජාත්‍යන්තර තලයේ විවිධ අවස්ථා ගොඩනැගී ඇති බව පිළිබඳ ඔවුන් දැනුවත් කළ යුතු වේ.
- සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ ශාස්ත්‍රීය වශයෙන් අධ්‍යයනය කිරීමෙන්,
 - i. ජාතික සහ ජාත්‍යන්තර වශයෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය හා මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය පිළිබඳ අවබෝධය
 - ii. විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමේ කුසලතා වර්ධනය
 - iii. අවශ්‍ය, අදාළ තොරතුරු තෝරා ගැනීමේ හැකියාව
 - iv. ගවේෂණශීලී භාවය, විචාරශීලී චින්තනය දියුණු වීම
 - v. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව
 - vi. යහපත්, ආචාරශීලී හා ඵලදායී මානව අන්තර් සම්බන්ධතා
 - vii. සමාජ ප්‍රගමණය සඳහා සක්‍රීය දායකත්වය
 - viii. නිර්මාණාත්මක චින්තනය හා මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය
 - ix. සංවර්ධනාත්මක හා ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී චින්තනයෙන් පෝෂණය වූ පුරවැසියෙකු වීමට අවශ්‍ය දැනුම, ආකල්ප, කුසලතා හා පුරුදු
 - x. ජන මාධ්‍ය ආයතනයන්හි ක්‍රියාකාරිත්වය පිළිබඳ අවබෝධය පුද්ගලයෙකු තුළ ගොඩනැංවේ.

ඇගයීම

1. සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය හා ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස එහි ආරම්භය විස්තර කරන්න.
2. සන්නිවේදනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස අධ්‍යයනය කිරීමේ වැදගත්කම පැහැදිලි කරන්න.

3. සන්නිවේදනය ශාස්ත්‍රීය විෂයක් ලෙස වර්ධනය වීම කෙරෙහි මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය බලපෑ ආකාරය පිළිබඳ කරුණු රැස් කරන්න. ඒ සඳහා පහත දැක්වෙන කරුණු ඔස්සේ තොරතුරු රැස් කරන්න. එම තොරතුරු සුදුසු ක්‍රමවේද භාවිත කරමින් ඉදිරිපත් කරන්න.

- * කාර්මිකකරණය හා සන්නිවේදන මාධ්‍යයේ වර්ධනය
- * පළමුවන හා දෙවන ලෝක සංග්‍රාම හා මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය
- * ජනමාධ්‍ය බිහි වීම සහ එහි බලපෑම
- * අන්තර්ජාලය ඇතුළු අංකිත සන්නිවේදන තාක්ෂණ මාධ්‍ය මෙවලම්හි දියුණුව

4. සන්නිවේදනය ශාස්ත්‍රීය අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස වර්ධනය කිරීමට දායක වූ පෙර අපරදිග විද්වතුන් හා ඔවුන්ගේ කාර්යභාරය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කර වාර්තාවක් සකස් කරන්න.

DRAFT

- නිපුණතා මට්ටම : 1.2 ශ්‍රී ලංකාවට සන්නිවේදනය විෂයය හඳුන්වා දීම හා එයට පසුබිම් වූ සාධක පිළිබඳ අවබෝධය ලබයි.
- කාලච්ඡේද : 05 යි.
- ඉගෙනුම් පල : • ශ්‍රී ලංකාවට සන්නිවේදන අධ්‍යයනය හඳුන්වා දීම පිළිබඳ විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදන විෂයය ශ්‍රී ලංකාවට ප්‍රථම වරට හඳුන්වා දීම සිදු වන්නේ දෙහිවල කනිෂ්ඨ විශ්වවිද්‍යාලය මූලික වීමෙනි. වර්ෂ 1968 - 1969 කාලයේ දී “පුවත්පත් කලාවේදය (Journalism)” නමින් එහි පාඨමාලාවක් හඳුන්වා දෙන ලදී.
- “පුවත්පත් කලාවේදය” නම් වූ එම පාඨමාලාව සඳහා විෂය නිර්දේශය සකස් කරනු ලැබුවේ ආචාර්ය එච්.විත් ආරියදස විසිනි. එම පාඨමාලාව වසර දෙකකින් පසු අවලංගු වී ඇත.
- මේ සඳහා එවක අධ්‍යාපන ඇමති ධුරය දරූ අයි. ඇම්. ආර්. ඒ. ඊරියගොල්ල මහතා මූලිකත්වය ගෙන කටයුතු කළේ ය.
- 1971 කැරැල්ලෙන් පසු විශ්වවිද්‍යාල සඳහා වෘත්තීය අභිමුඛ පාඨමාලා හඳුන්වා දීමේ දී සන්නිවේදනය විෂයය විශ්වවිද්‍යාල පද්ධතියට හඳුන්වා දී ඇත.
- ඒ අනුව 1973 වසරේ දී කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ “ජනසන්නිවේදනය අධ්‍යයන අංශය” යනුවෙන් නව අධ්‍යයන අංශයක් ප්‍රථම වරට ආරම්භ කරන ලදී.
- මේ සඳහා විශ්වවිද්‍යාල ප්‍රතිපාදන කොමිෂන් සභාව විසින් පත් කරන ලද මහාචාර්ය විමල් දිසානායක, මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර, මහාචාර්ය එම්.බී. ආරියපාල, මහාචාර්ය එදිරිවීර සරච්චන්ද්‍ර, ආචාර්ය එච්.විත් ආරියදස සහ ඩී. සී. රණතුංග ඇතුළත් විද්වත් කමිටුව ප්‍රමුඛත්වය ගන්නා ලදී.
- මහාචාර්ය විමල් දිසානායක සහ මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර විෂයය ඉගැන්වූ ප්‍රථම කථිකාචාර්යවරු වූහ. බාහිර කථිකාචාර්යවරු ලෙස ආචාර්ය එච්.විත් ආරියදස, ආචාර්ය පියසෝම මේදිස්, ඩී. බී. නිහාල්සිංහ, කේ. ජයතිලක, මහගම සේකර, ඩබ්ලිව්. ඩී. අමරදේව, ඩී. සී. රණතුංග සහ පියසිරි ගුණරත්න යන මහත්වරු කටයුතු කළහ.
- මෙයට සමගාමී ව 1972 වසරේ දී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලයේ ද “පුවත්පත් කලාව” යනුවෙන් ඩිප්ලෝමා පාඨමාලාවක් ආරම්භ කර ඇත. වසරකින් පමණ පසු එම පාඨමාලාව නවතා දමා ඇත.

- එමෙන්ම 60 දශකයේ ලංකාවේ පැවති ලංකා ගුවන්විදුලි සේවය මගින් හා ලේක්හවුස් ආයතනය මගින් වෘත්තීය මාධ්‍යවේදීන් සඳහා පුහුණු පාඨමාලා පවත්වා ඇත.
- වර්තමානය වන විට සන්නිවේදන විෂයය පිළිබඳ විශේෂ ශාස්ත්‍රවේදී පාඨමාලා ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රීපාලි මණ්ඩපය, නැගෙනහිර විශ්වවිද්‍යාලය සහ යාපනය විශ්වවිද්‍යාලය මගින් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි.
- කොළඹ, රජරට හා විවෘත විශ්වවිද්‍යාල සන්නිවේදනය පිළිබඳ සාමාන්‍ය ශාස්ත්‍රවේදී පාඨමාලා ආරම්භ කර ඇත.
- ශ්‍රී ලංකාවේ පිළිගත් විශ්වවිද්‍යාල රැසක ව්‍යාප්ත ව තිබෙන මෙම විෂයය සහතික පත්‍ර, ඩිප්ලෝමා, සාමාන්‍ය උපාධි, විශේෂ උපාධි, පශ්චාත් උපාධි, සහ ආචාර්ය උපාධි පාඨමාලා දක්වා අධ්‍යයනය කළ හැකි පාඨමාලා ලෙස ඉතා සංවර්ධිත මට්ටමකට පැමිණ තිබේ.
- 1982 වර්ෂයේ දී යුනෙස්කෝ සංවිධානය විසින් ගෘන්වල්ට් ප්‍රකාශය (Grunwald Declaration) එළි දක්වමින් පාසලේ ප්‍රාථමික ශ්‍රේණියේ සිට උසස් අධ්‍යාපනයෙහිත්, වැඩිහිටි අධ්‍යාපනයෙහිත් මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දිය යුතු බවට කරන ලද නිර්දේශ අනුව යමින් ශ්‍රී ලංකාවේ ද 2006 වසරේ සිට පාසල් මට්ටමට ද සන්නිවේදන විෂයය හඳුන්වා දෙන ලදී.
- ඒ අනුව ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය විසින් 2006 වර්ෂයේ දී ප්‍රථම වරට 10 වන ශ්‍රේණියටත් 2007 වර්ෂයේ දී 11 වන ශ්‍රේණියටත් අතිරේක විෂයයක් ලෙස “සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය” හඳුන්වා දෙන ලදී. 2008 වර්ෂයේ දී උසස් පෙළ කලා විෂය ධාරාවට ද සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හඳුන්වා දී ඇත.
- වර්තමානයේ සන්නිවේදන අධ්‍යයනය හා ඒ සම්බන්ධ ක්ෂේත්‍ර ගණනාවක් ආවරණය වන පරිදි සිංහල, ඉංග්‍රීසි සහ දෙමළ මාධ්‍යයන්ගෙන් පෞද්ගලික ආයතන මට්ටමෙන් ද ප්‍රායෝගික හා න්‍යායාත්මක අන්තර්ගතයන් සහිත පාඨමාලා රැසක් පවතී. මේ අනුව සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයන්හි වෘත්තීය අවස්ථා ද පුළුල් වීමක් දැකිය හැකි ය.
- එමෙන් ම සන්නිවේදන විෂයය සෑම වෘත්තීයක් සඳහා ම අත්‍යවශ්‍ය වී ඇත. එබැවින් ඒ පිළිබඳ හැදෑරීම හා ප්‍රගුණ කිරීම වර්තමානයේ දී ඉතා වැදගත් හා ප්‍රයෝජනවත් වේ.

ඇගයීම

1. ශ්‍රී ලංකාවට සන්නිවේදන අධ්‍යයනය හඳුන්වා දීම පිළිබඳ විස්තරයක් කරන්න.
2. ශ්‍රී ලංකාවේ සන්නිවේදන විෂය ක්ෂේත්‍රයෙහි ඇති ව තිබෙන සංවර්ධනය හා එය ඉගෙනීමෙහි වැදගත්කම සාකච්ඡා කරන්න.
3. ශ්‍රී ලංකාවේ සන්නිවේදනය විෂයය උගන්වනු ලබන විශ්වවිද්‍යාල, ජනමාධ්‍ය ආයතන නිරීක්ෂණය කිරීමට ක්ෂේත්‍ර වාරිකා සංවිධානය කරන්න. ඒවායේ අධ්‍යයන පාඨමාලා, ඒවායේ අන්තර්ගතය, අනාගත අවස්ථා ආදී විවිධ කරුණු ගවේෂණය කර කණ්ඩායම් වශයෙන් හෝ කේවල වශයෙන් වාර්තාවක් හෝ ඉදිරිපත් කිරීමක් කරන්න.
4. ශ්‍රී ලංකාවේ සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය වර්ධනය කිරීමට පුරෝගාමී වූ සිංහල, දෙමළ වරිතාපදාන අධ්‍යයනය කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 1.3 සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ඉගෙනීමෙහි අවශ්‍යතාව පැහැදිලි කරයි.
- කාලච්ඡේද : 10 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හඳුන්වා දෙයි.
 - සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- ප්‍රාථමික පාසලේ සිට විශ්වවිද්‍යාල මට්ටම දක්වාත් වැඩිහිටි අධ්‍යාපනය තුළත් සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය පිළිබඳ වැඩසටහන් ආරම්භ කරමින් ප්‍රචලිත කරන ලෙස 1982 වසරේ යුනෙස්කෝ සංවිධානය ගෘහත්වල්පි ප්‍රකාශයෙන් කළ නිර්දේශයන් පදනම් කොටගෙන 2006 වසරේ සිට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය පළමුව 10 සහ 11 ශ්‍රේණි සඳහා අතිරේක විෂයයක් ලෙසත් 2008 සිට අ.පො.ස. (උ.පෙළ) කලා විෂය ධාරාවටත් හඳුන්වා දී ඇත.
- “මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය” යන්න ක්ෂේත්‍ර ගණනාවක් පිළිබඳ අවධානයට ගනු ලබන පුළුල් විෂය ක්ෂේත්‍රයකි.
- මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය යනු පුද්ගලයා මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙන් යුක්ත අයෙක් බවට පත් කරලීමේ ක්‍රියාවලියයි. මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සමස්තයක් ලෙස සියලුම මාධ්‍ය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි.
- “සියලුම මාධ්‍ය” යන්නට වලන රූප ඇතුළත් චිත්‍රපට, රූපවාහිනිය, වීඩියෝ පට ආදී සියල්ලත් හඬ මාධ්‍යයට ඇතුළත් ගුවන් විදුලිය, පටිගත කරන ලද සංගීතය ඇතුළත් සියල්ලත්, මුද්‍රිත මාධ්‍යයට සම්බන්ධ පුවත්පත්, සඟරා, පෝස්ටර ආදියත්, නව අංකන තාක්ෂණය භාවිතයට ගන්නා සියලු මාධ්‍යයන් ඇතුළත් වේ.
- යුනෙස්කෝ සංවිධානය පාසලේ ප්‍රාථමික ශ්‍රේණියේ සිට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දිය යුතු බවට නිර්දේශ කරන ලද්දේ,

“එයින් සමාජයට මුද්‍රිත මාධ්‍ය හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය විචාරශීලී ව පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය දැනුම, කුසලතා, ආකල්ප පෝෂණය කළ හැකි බවත් එය ජීවත් වීම සඳහා අත්‍යවශ්‍ය නිපුණතාවක් වන බවත් මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දීම සඳහා සකස් කරනු ලබන වැඩසටහන් තුළ මාධ්‍ය නිෂ්පාදනයන් සම්බන්ධ විවරණයන්, නිර්මාණශීලී ආවේදනයන් පළ කිරීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස ජනමාධ්‍ය භාවිත කළ හැකි ආකාරයත්, එලදායී ලෙස මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීම හා සක්‍රීය අයුරින් මාධ්‍ය වැඩසටහන්වලට සහභාගි වීම යන කරුණු පිළිබඳ ව

අන්තර්ගත කළ යුතු බවත් ය. ”

- යුනෙස්කෝ සංවිධානය පාසල් විෂය ධාරාවට මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය විෂයය ඇතුළත් කළ යුතු බව සඳහන් කරන ලද්දේ මෙම කාල වකවානුව වන විට (1980 දශකය) ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය ළමා හා තරුණ පරපුර කෙරෙහි ඇති කරන ලද අහිතකර බලපෑම ප්‍රබල වී තිබීමයි.
- වර්තමානයේ අපරිමිත මාධ්‍ය තාක්ෂණික මෙවලම් ඔස්සේ සිදු වන වේගවත් තොරතුරු ගලනය අසීමාන්තික හා විචිත්‍රවත් මාධ්‍ය ආකෘති, අප්‍රමාණ වූ මාධ්‍ය පරිභෝජනය හමුවේ මාධ්‍ය භාවිතයෙන් පුද්ගලයා වළක්වා තබනු වෙනුවට, තර්ජනය කර සීමා කරනු වෙනුවට මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය නිසි දැනුමෙන් ඔහු සන්නද්ධ කර සූදානම් කළ යුතු බවට ලෝක මතයක් ගොඩනැගෙනුයේ මෙම යුනෙස්කෝ ප්‍රකාශනයත් සමගිනි.
- මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය යන පුළුල් විෂය ක්ෂේත්‍රය මඟින් විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය ශික්ෂණයත් එයින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වර්ධනය කර ගැනීමටත් මග පෙන්වනු ලබයි.
- සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය උගන්වනු ලබන ගුරු භවතුන් පාසල් මට්ටමට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දීමේ පසුබිම පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුක්ත වීම වැදගත් වේ.
- අ.පො.ස. (උසස් පෙළ) ට නියමිත මෙම සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයෙහි විෂය කොටස් දෙකකින් සමන්විතය.

1. සන්නිවේදනය

2. මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

- එහි දී “සන්නිවේදනය” යන විෂය කොටසේ දී සන්නිවේදනය පිළිබඳ නිර්වචන, සන්නිවේදනයේ පදනම, කාර්යභාරය, විවිධ සන්නිවේදන වර්ග, ආකෘති ආදී සන්නිවේදනය පිළිබඳ න්‍යායාත්මක කරුණු හා ඒවා ප්‍රායෝගික ව භාවිත කිරීමේ කුසලතා පිළිබඳ අවධානය යොමු කෙරේ.
- මාධ්‍ය අධ්‍යයනය යන විෂය කොටසේ දී මාධ්‍ය පිළිබඳ ව ඉගෙනීම, හැදෑරීම, මාධ්‍යයේ ස්වභාවය, අන්තර්ගතය, ඓතිහාසික පරිණාමය, ක්‍රියාකාරීත්වය හඳුනා ගැනීම මෙන් ම මාධ්‍ය පුද්ගලයාට සමාජයට සංස්කෘතියට බලපාන ආකාරය පිළිබඳ ව හැදෑරීම සිදු වේ.
- “සන්නිවේදනය” මානව අන්තර් සම්බන්ධතා පැවැත්වීමේ අත්‍යවශ්‍ය ම සහ ප්‍රමුඛතම මෙවලමක් ලෙස හඳුනාගත හැකි ය. එබැවින් සන්නිවේදන කුසලතාව සෑම අයෙක් ම සතු විය යුතු සහ ප්‍රගුණ කළ යුතු හැකියාවක් වන බව අවධානයට ගත යුතු වේ.
- මාධ්‍ය අධ්‍යයනය මඟින් විචාරශීලීභාවයෙන් යුතු ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය අවබෝධය සහ ශික්ෂණය ලබා දේ. එයින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වර්ධනය වේ.
- ප්‍රාථමික සමාජවල ජීවත් වූ මානවයන් භාවිතයට ගත් ශබ්ද, සංඥා, සංකේතයන්ගේ සිට ජනමාධ්‍යන් වර්ධනය වීමත් වර්තමානය වන විට අංකිත තාක්ෂණික මාධ්‍ය මෙවලම් දක්වා වර්ධනය වූ සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමයන් සමාජය කෙරෙහි ඇති බලපෑම් ඇති කරනු ලබයි.

- යහපත් සන්නිවේදකයෙකු මෙන් ම පුරවැසියෙකු වීමට අවශ්‍ය සන්නිවේදන ඥානයක් විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමේ ශික්ෂණයක් දැරුවත් තුළ වර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය වේ.
- ඒ අනුව සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව
 - * සන්නිවේදන කුසලතා වර්ධනය
 - * මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව
 - * විචාරශීලී මාධ්‍ය පරිහරණය
 - * අවස්ථාවෝචිත භාෂා භාවිතය
 - * මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය පිළිබඳ අවබෝධය
 - * මාධ්‍යයේ පුද්ගල හා සමාජ බලපෑම
 - * තොරතුරු පරිහරණය කිරීමේ අවබෝධය
 - * මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම හා නියාමනය පිළිබඳ අවබෝධය
 - * යහපත් පුරවැසියෙකු ලෙස සංවර්ධනයට දායක වීම
 - * නිර්මාණශීලී සන්නිවේදන කුසලතා ආදී කරුණු ඔස්සේ විග්‍රහ කිරීම අවශ්‍ය වේ.

ඇගයීම

1. සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය මගින් අවධානයට ගනු ලබන විෂය ක්ෂේත්‍ර පැහැදිලි කරන්න.
2. සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව විචාරාත්මක ව විග්‍රහ කරන්න.

පාරිභාෂික පද

1. සන්නිවේදනය - Communication
2. මාධ්‍ය අධ්‍යයනය - Media Studies
3. මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය - Media Education
4. ගෘන්චල්ට් ප්‍රකාශනය - Grunwald Declaration

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ හා ප්‍රකාශන

1. දිසානායක, විමල්, මානව සන්නිවේදනය, කොළඹ, සීමාසහිත ලේක් හවුස් ඉන්වෙස්ට්මන්ට්ස් සමාගම, 1977
2. De Fleur and Dennis, Understanding Mass Communication, Boston, USA, Houghton Mifflin Company, 1991.
3. James Waston and Anne Hill, A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991
4. Roger s, Everett M., A History of Communication Study: A Biographical Approach. New York: The free press. 1994
5. UNESCO Declaration on Media Education, International Symposium on Media Education, Grunwald, Federal Republic of Germany, 22 January, 1982

2. සන්නිවේදනයේ පදනම

- නිපුණතාව : 2.0 සන්නිවේදනය, එහි ස්වභාවය, මූලිකාංග හා කාර්යභාරය පිළිබඳ විමර්ශනශීලී අවබෝධයෙන් යුතු ව එදිනෙද ජීවිතයේ සන්නිවේදන කාර්ය සාර්ථක කර ගැනීමේ දී භාවිත කරයි.
- නිපුණතා මට්ටම : 2.1 සන්නිවේදනය යන්න හඳුන්වා දෙයි.
- කාලච්ඡේද : 04 යි.
- ඉගෙනුම් පල : • සන්නිවේදනය යන්න හඳුනා ගෙන අර්ථය පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදනය හඳුනා ගැනීම

- තොරතුරු හුවමාරුව සන්නිවේදනය යි.
- මානව සන්නිවේදනය මානව සමාජ සම්භවය තරම් ම පැරණි ය.
- සන්නිවේදනය දෛනික ජීවිතය හා සම්බන්ධ වූවකි.
- මානවයෙකු වශයෙන් අප සිදු කරන සිතීම, ස්පර්ෂය, ආඝ්‍රානය, දැකීම, කතා කිරීම, විඳීම, කතා කිරීම, කියවීම, ලිවීම, විනෝද වීම ආදී වූ සෑම කාර්යයක් ම සන්නිවේදනය හා සෘජු ව හෝ වක්‍ර ව හෝ සම්බන්ධතාවක් දක්වයි.
- පුද්ගල හා සමාජ සම්බන්ධතාවන්ගේ පදනම සන්නිවේදනය යි.
- සන්නිවේදනය බිඳ වැටුණු විට ඒ හා බැඳුණු සමස්ත පද්ධතිය ම ව්‍යාකූල වේ.
- යහපත් සන්නිවේදනයක් පවතී නම් එය බොහෝ පුද්ගල-සමාජ ගැටලු අවම කර ගැනීමට හේතු වේ.
- එහෙයින් සන්නිවේදනය පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීම, අධ්‍යයනය කිරීම හා ප්‍රගුණ කිරීම වැදගත් ය.

- සන්නිවේදනය යන පදයේ පෘථුල අර්ථය 'දැන ගත් දේ දැන ගැනීමට සැලැස්වීම' යන්න යි.
- ඉංග්‍රීසි communication යන පදය ලතින් භාෂාවේ 'පොදු බවට පත් කිරීම' යන අරුත සහිත 'communis' යන වාංමූලයෙන් බිඳී ආවකි.
- සිංහලයේ සන්නිවේදනය යන වචනය 'සං + නි + විද් + ට් + වේදනය' යනුවෙන් සකස් වී ඇත. එහි අර්ථය මැනවින් දැන ගැනීම යන්න යි.
- දෙමළ භාෂාවෙන් සන්නිවේදනය යන්න තොඩර්පාඩල් යනුවෙන් හඳුන්වයි. එහි අදහස "සබඳතා පැවැත්වීමේ ක්‍රියාවලිය" යන්නයි.
- සාමාන්‍ය සන්නිවේදන අවස්ථාවන්හි දී තොරතුරු ගැනීම සහ දීම (හුවමාරුව) සඳහා භාවිත කරනු ලබන්නේ පංචෙන්ද්‍රියන් යි.
- මිනිසා නිර්මාණය කර ගත් භාෂාව හේතුවෙන් වඩාත් සංකීර්ණ අදහස් හා සංකල්ප පිළිබඳ තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමේ හැකියාව උද විණි.
- භාෂා සම්භවය සමඟ අදහස් හා සංකල්ප පිළිබඳ දැනුම පුළුල් විය.
- ලේඛනය ආරම්භයත් සමඟ තොරතුරු ගබඩා කර කල් තබා ගැනීමට පදනම සකස් විය.
- සන්නිවේදන තාක්ෂණය වැඩි දියුණු වීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස තොරතුරු හුවමාරුව කඩිනම් වුණි.
- ජනමාධ්‍යවල ආගමනයත් සමඟ තොරතුරු රාශියක් විශාල පිරිසක් වෙත එක වර, කඩිනමින් බෙදා හැරීමේ හැකියාව ලැබිණි.

ඇගයීම :

1. අර්ථය පැහැදිලි කරමින් සන්නිවේදනය යන්න හඳුන්වා දෙන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 2.2 සන්නිවේදනයෙහි ස්වභාවය අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 24 යි.

ඉගෙනුම් පල : • සන්නිවේදනයෙහි ස්වභාවය පිළිබඳ විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදනයෙහි ස්වභාවය

සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය තේරුම් ගැනීමට නම් ඊට ආවේණික ගුණාංග නැතහොත් පොදු ගති ලක්ෂණ කවරේ ද යන්න විමසා බැලිය යුතු වෙයි. හඳුනා ගත හැකි එවැනි පොදු ගති ලක්ෂණ කිහිපයක් ඇති අතර ඒ එක් එක් ලක්ෂණය පිළිබඳ ව තරමක් විස්තර සහිත ව සාකච්ඡා කිරීම ප්‍රයෝජනවත් ය.

- සන්නිවේදනය අරමුණු සහගත ය.

අප ඕනෑ ම අවස්ථාවක දී සන්නිවේදනයේ යෙදෙන්නේ කිසියම් අරමුණක් ඇති ව යි. තොරතුරක් ලබා දීම හෝ ලබා ගැනීම, කුතුහලය සමනය කර ගැනීම, වින්දනයක් ලබා ගැනීම වැනි කවර හෝ අරමුණක් එකී සන්නිවේදනය පිටුපස ඇති බව පැහැදිලි ය. තොරතුරු ලබා දෙන පාර්ශ්වය හා ලබා ගන්නා පාර්ශ්වය අතර මෙම අරමුණ පිළිබඳ පැහැදිලි අවබෝධයක් ඇත්නම් සන්නිවේදනය සාර්ථක වීමට ඉඩ තිබේ. එහෙත් මේ සම්බන්ධයෙන් පරස්පරතා පවතී නම් ගැටළුකාරී තත්ත්වයන් උද්ගත විය හැකි ය.

- සන්නිවේදනය සංකේතාත්මක ය.

සන්නිවේදනය යනු සංඥාමය ක්‍රියාකාරිත්වයකි. සංකේත ගොඩ නැගෙන්නේ සංඥාව ඇසුරෙනි. තොරතුරක් නැතහොත් සන්දේශයක් යනු සංකේතවලින් සමන්විත වූවකි. මේ අනුව වචන, සංඥා, ලකුණු, මුද්‍රා, ඉඟි, සිතියම්, සිතුවම්, අකුරු පමණක් නො ව ශබ්ද පවා සැලකිය යුතු වන්නේ සංකේත ලෙස ය. විවිධ වූ වස්තු, පුද්ගලයන්, ස්ථාන මෙන් ම අභියෝග සංකීර්ණ හැඟීම්, අදහස්, සංකල්ප ආදිය පිළිබඳ තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට අපට හැකියාව ලැබී ඇත්තේ සංකේත පදනම් කර ගෙන සිදු කරන මෙම සන්නිවේදන ගනුදෙනුව නිසා ය. සංකේත තෝරා ගැනීම ඉතා පරෙස්සමින් සිදු කළ යුතු කාර්යයකි. මන්ද සංකේත තෝරා ගැනීම වැරදුණහොත් වෙනත් අර්ථයක් ඇති වී සන්දේශය ව්‍යාකූල වේ.

- සන්නිවේදනය සන්දර්භානුගත ය.

කවර හෝ සන්නිවේදනයක් සිදු වන්නේ කිසියම් සන්දර්භයක් තුළ යි. මෙමඟින් අදහස් කෙරෙන්නේ අදාළ සන්නිවේදන සිදු වන 'වටපිටාව' නැතහොත් 'පරිසරය' යි.

සන්නිවේදන කාර්යය හා සන්දර්භය අතර සෘජු සම්බන්ධතාවක් පවතී. සන්දර්භයට ගැලපෙන ලෙස සන්නිවේදන කාර්යය සකස් විය යුතු වේ. නිදසුනක් ලෙස අවමංගලෝත්සවයක් අදාළ සන්දර්භය ලෙස සලකන්න. ඊට අදාළ ව සන්නිවේදනයන් සිදු වන ආකාරය විමසා බැලීමෙන් මෙම තත්ත්වය පැහැදිලි කර ගත හැකි වේ.

මෙකී 'සන්දර්භය' යන්න හුදු භෞතික වටපිටාවට පමණක් ලඝු කළ යුතු නො වේ. මන් ද විටෙක පුද්ගලයන්, ස්ථාන, වෘත්තිය, සංස්කෘතිය වැනි දේ පවා සන්දර්භය යන්නට අඩංගු විය හැකි හෙයිනි.

- සන්නිවේදනය ක්‍රියාපටිපාටියකි.

සන්නිවේදනය කිසි විටකත් හුදෙකලා ව පවතින වෙනස් නොවන දෙයක් නො වේ. එය නිරන්තරයෙන් කාලයත් සමඟ වෙනස් වෙයි. එනිසා ම සන්නිවේදනය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීම හුදු භාණ්ඩයක් පිළිබඳ ව අධ්‍යයනය කිරීමට වඩා වෙනස් වූවකි. එනිසා සන්නිවේදනය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේ දී සාධක බොහොමයක් පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීමට සිදු වේ.

ඕනෑම සන්නිවේදන අවස්ථාවක කිසියම් ක්‍රියාවලියක් සිදු වේ. නිදසුනක් ලෙස ලිඛිත සන්නිවේදන අවස්ථාවක් ගනිමු. එහි දී පියවර ගණනාවක් පසු කිරීමට සිදු වෙයි. එම ක්‍රියාවලිය හා සම්බන්ධ සිතීම, සැලසුම් කිරීම, ලිවීම, සංස්කරණය කිරීම, නැවත ලිවීම ආදී විවිධ අවස්ථා ගණනකින් පසු ව යි, අවසන් ප්‍රතිඵලය වෙත එළැඹෙන්නේ. මෙසේ අත් ඕනෑ ම සන්නිවේදන අවස්ථාවක දී ඊට අනුරූප වූ ක්‍රියාවලියක් සිදු වන අයුරු නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය.

- සන්නිවේදනය විවිධාකාර වේ.

සන්නිවේදන වර්ග හා ස්වරූප පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීමෙන් ම එහි විවිධාකාර බව පිළිබඳ මූලික අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේ. මේ එක් එක් සන්නිවේදන වර්ග හා ස්වරූප විවිධ වූ සන්දර්භයන්හි දී නැවතත් විවිධ වෙනස්කම් හා පරිවර්තනයන්ට භාජනය වන බව දක්නට පුළුවන. පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයට වඩා කණ්ඩායම් සන්නිවේදනය වෙනස් වෙයි. කථන සන්නිවේදනයට වඩා ලිඛිත සන්නිවේදන ස්වරූපය වෙනස් වෙයි. කථන සන්නිවේදන ස්වරූපය ආගමික සන්දර්භයක දී එක ආකාරයකටත් දේශපාලන සන්දර්භයක දී ඊට වඩා වෙනස් ආකාරයකටත් සිදු වෙයි.

තාක්ෂණයේ ආගමනයත් සමඟ සන්නිවේදනය වෙනස්කම් රැසකට බඳුන් වූ බව පැහැදිලිය. අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය හැරුණු කොට අන් සියලු සන්නිවේදන වර්ග තාක්ෂණය

නිසා කලින් කලට විවිධ පරිවර්තනයන්ට ලක් වීම වැලැක්විය නොහැකි සංසිද්ධියක් බවට පත්ව තිබේ. අප භාවිතයට ගන්නා විවිධ සන්නිවේදන විධි ක්‍රම හා මෙවලම්හි වෙනස්වීම් හා අලුත් වීම් පිළිබඳ ව පරීක්ෂාකාරී ව අවධානය යොමු කිරීමෙන් මේ බව වටහා ගත හැකිය.

සංස්කෘතිය ද සන්නිවේදනයේ විවිධත්වයට හේතු වන වැදගත් සාධකයක් ලෙස සැලකිය හැකි වෙයි. රට රටවල විවිධ සමාජයන්හි පවතින විවිධාකාර සංස්කෘති හා උප සංස්කෘතින්හි දක්නට ලැබෙන සන්නිවේදනය ආශ්‍රිත ක්‍රියාකාරකම්වල විවිධතා පිළිබඳ සෙයා බැලීමෙන් මෙම තත්ත්වය තේරුම් ගැනීමට පුළුවන.

- සන්නිවේදනය ඒක මාර්ගික මෙන් ම ද්වි-මාර්ගික වූවකි.

සන්නිවේදනය ගනුදෙනුවක් බව කීවෙමු. එනම් තොරතුරු ලබා ගැනීමක් හා ලබා දීමක් යන කාර්යයන් දෙක ම එහි දී සිදු වේ. මෙම ගනුදෙනුවට සම්බන්ධ වන පාර්ශ්ව දෙක ම ඊට සක්‍රීය ව දායක වීමෙන් ඉහළ ප්‍රතිඵල අපේක්ෂා කළ හැකි ය. සන්නිවේදන අවස්ථා බහුතරයක් ද්වි-මාර්ගික තත්ත්වයක් පෙන්නුම් කරන බව පෙනේ. එහෙත් ඉඳ හිට මීට වෙනස් වූ ඒක මාර්ගික සන්නිවේදනයන් සිදු වන අවස්ථා ද නැත්තේ නො වේ.

- සන්නිවේදනය බලය වේ.

දැනුම බලය වේ යන්න ප්‍රසිද්ධ කියමනකි. දැනුම යනු තොරතුරුයි. දැනුම උත්පාදනයට තොරතුරු සන්නිවේදනය මූලික වෙයි. ඒ අනුව සන්නිවේදනය දැනුම මත ගොඩනැගෙන බලයේ පදනමයි. අනෙක් අතට බලය සහ නායකත්වය අතර ඇත්තේ අවිභේදනීය සබඳතාවයකි. නායකයාට සිය කණ්ඩායමේ සහයෝගය අහිමි වූ දට නායකත්වය අහිමි වෙයි. එනිසා නායකත්වය ලැබීමට, දැරීමට හා රැකගැනීමට සෙසු අයගේ පක්ෂපාතිත්වය අත්‍යවශ්‍ය වේ. අන් අයගේ එකඟතාව, අනුමැතිය හා කැමැත්ත දිනා ගත යුතු ය. ඒ සඳහා නායකයා හොඳ සන්නිවේදකයෙක් විය යුතු ය. සන්නිවේදනය බලය වන්නේ එහෙයිනි. ආගමික, අධ්‍යාපනික, දේශපාලනික, වාණිජ ආදී කවර ක්ෂේත්‍රයක වුව ද තත්ත්වය විද්‍යමාන වේ.

සියලු ආකාරයේ සන්නිවේදන වර්ග 'බලය' උත්පාදනයට අවශ්‍ය පසුබිම සැකසීමට උදව් වෙයි. අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය තර්කානුකූල චිත්තයේ වර්ධනයටත්, පුද්ගලාන්තර සහ කණ්ඩායම් සන්නිවේදනය පුද්ගල-මහජන සබඳතා දියුණු කිරීමටත් ජනසන්නිවේදනය ප්‍රසිද්ධිය, ජනප්‍රියත්වය භාවය හා ප්‍රතිරූප ගොඩනැගීමටත් සෘජු ව හා වක්‍ර ව දායක වෙයි. මේ සියල්ල අඩු-වැඩි වශයෙන් බලය නිර්මාණය වීමට අවශ්‍ය පදනම ශක්තිමත් ව ගොඩ නගයි.

ඇගයීම:

- සන්නිවේදනයෙහි ස්වභාවය උදාහරණ සහිත ව පැහැදිලි කරන්න.
- ඔබ කැමති මාධ්‍ය සන්දේශයක් තෝරා ගෙන සන්නිවේදන ස්වභාවය හා බැඳුණු ලක්ෂණ එහි ගැබ් වී ඇති ආකාරය පරීක්ෂා කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 2.3 සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග විග්‍රහ කරයි.
- කාලච්ඡේද : 18 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
- සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග හඳුනා ගෙන ඉදිරි පත් කරයි.
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග පිළිබඳ වෙන් වෙන් වශයෙන් පැහැදිලි කරයි.
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තේරුම් ගැනීමට මූලිකාංග පිළිබඳ අවබෝධය අවශ්‍ය බව තේරුම් ගෙන අදහස් දක්වයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග

සන්නිවේදනය තේරුම් ගැනීමටත් එය සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක කිරීමටත් එකී ක්‍රියාවලියේ අන්තර්ගත මූලික අංග මොනවා ද යන්න පැහැදිලි ව අවබෝධ කර ගැනීම අනිශ්චය වැදගත් වූවකි. එසේ ම එකී අංග ඉහළ ගුණත්වයකින් යුතු සන්නිවේදනයක් සඳහා කෙසේ දයක වන්නේ ද යන්න පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීම ද මෙහි ලා ප්‍රයෝජනවත් ය. වඩාත් වැදගත් වන්නේ මෙකී අංග සම්බන්ධයෙන් ඉගෙන ගන්නා දෑ ප්‍රායෝගික ව ඵලදායී සන්නිවේදන අවස්ථාවන්හි දී ක්‍රියාත්මක කිරීම යි.

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලික අංග අතරින් වඩාත් වැදගත් වන්නේ මොනවා ද යන්න පිළිබඳ විවිධ මත තිබේ. කෙසේ නමුත් මෙහි දී ප්‍රධාන අංග 09ක් පිළිබඳ ව සාකච්ඡා කිරීමට අපේක්ෂා කෙරේ.

1. සන්නිවේදකයා

තවත් පාර්ශ්වයක් සමඟ තොරතුරු, අදහස්, මත, ආකල්ප ආදිය හුවමාරු කර ගන්නා තැනැත්තා සන්නිවේදකයා යි. පුද්ගලයෙකු පමණක් නො ව කණ්ඩායමක්, සංවිධානයක්, ආයතනයක් වුව ද සන්නිවේදක ස්ථානය නියෝජනය කළ හැකි ය. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ සැලකිය යුතු මට්ටමක පාලනයක් කිරීමේ හැකියාව සන්නිවේදකයා සතු වේ.

2. ආකේතකරණය

සෑම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක දී ම සිදු වේ. මානව සන්නිවේදනය ඇසුරින් තේරුම් ගැනීම පහසු වේ. අපගේ සිතේ ඇති වන අදහස්, හැඟීම් තව අයෙක් හා සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා සන්දේශ බවට පරිවර්තනය කළ යුතු ය. මෙම ක්‍රියාවලිය ආකේතකරණය යි.

3. සන්දේශය

සන්නිවේදකයා අනෙක් පාර්ශ්වය සමඟ හුවමාරු කර ගන්නා තොරතුරු සන්දේශය යි. එය අදහසක්, මතයක්, ආකල්පයක් වැනි විවිධ ස්වරූපයක් ගැනීමට ඉඩ තිබේ. පණිවිඩයක් හැමවිට ම සංකේත ඇසුරින් ගොඩ නැගේ. සංකේත විවිධාකාර විය හැකි ය. ඒවා තෝරා ගැනීම පරිස්සමෙන් සිදු කළ යුතු වෙයි. මන් ද, සංකේත වැරදුණහොත් පණිවිඩය ද වැරදීමට ඉඩ ඇති හෙයිනි.

4. නාලිකාව/මාධ්‍යය

සන්නිවේදක ස්ථානයේ සිට අපේක්ෂිත පාර්ශ්වය වෙත සන්දේශය ගෙන යනු ලබන්නේ නාලිකාව මගිනි. සාමාන්‍යයෙන් එදිනෙදා සන්නිවේදනයේ දී භාවිත කරන නාලිකා වන්නේ පංචේන්ද්‍රිය යි. ඒ අතරින් ඇස (දෑකීම) සහ කන (ඇසීම) බහුල ලෙස යොදා ගැනේ.

5. ග්‍රාහකයා

සන්නිවේදකයා විසින් සිය සන්දේශය හුවමාරු කර ගැනීමේ අපේක්ෂාව ඇති ව ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ කවුරුන් වෙත ද හේ ග්‍රාහකයා යි. ග්‍රාහකයන් විශාල ප්‍රමාණයක් ඇති විට ඒ හැම දෙනා 'ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රය' ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියෙහි ග්‍රාහකයා ද සන්නිවේදකයා හා සමාන වැදගත් බවක් උසුලයි.

6. විකේතකරණය

සියලු සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියන්හි දැකිය හැකි වේ. මානව සන්නිවේදනය ක්‍රියාවලියේ දී සිදු වන ආකාරය විමසා බැලීමෙන් පැහැදිලි කරගත හැකි ය. අප වෙත ලැබෙන පණිවිඩයක් සමන්විතව ඇත්තේ සංකේතවලිනි. එම සංකේතවලින් කියවෙන දේ අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා සංකේත අර්ථකථනය කරගත යුතු ය. එම ක්‍රියාවලිය විකේතකරණය ලෙස හැඳින්වේ.

7. ප්‍රතිපෝෂණය

සන්නිවේදකයා සන්දේශයක් ලබා දුන් පසු ග්‍රාහකයා ඒ සම්බන්ධයෙන් සන්නිවේදකයා වෙත ලබා දෙන නිරීක්ෂණය කළ හැකි ආකාරයේ ප්‍රතිචාරය හඳුන්වන්නේ ප්‍රතිපෝෂණය යනුවෙනි. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ සාර්ථකත්වය සම්බන්ධයෙන් ප්‍රතිපෝෂණය අතිශය ප්‍රයෝජනවත් ය. ලැබෙන ප්‍රතිපෝෂණයට අනුව සන්නිවේදයේ ගුණාත්මක බව ඉහළ නංවාලීමට අවශ්‍ය වන පියවර ගත හැකි වේ.

ප්‍රතිපෝෂණය ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක විය හැකි අතර ම ප්‍රතිපෝෂණය ලැබීමට ගත වන කාලය අනුව එය ක්ෂණික හෝ ප්‍රමාද ප්‍රතිපෝෂණයක් ලෙස හඳුනා ගැනීමට පුළුවන.

8. සෝෂා/බාධා

සන්නිවේදක ස්ථානයේ සිට ග්‍රාහක ස්ථානය දක්වා සන්දේශය සම්ප්‍රේෂණය වීමේ දී ඊට අවහිර වන ලෙස ඇති වන ඕනෑ ම තත්ත්වයක් සෝෂාවක් හෙවත් බාධාවක් ලෙස හැඳින්වේ. ප්‍රධාන බාධක වර්ග දෙකකි.

- මාධ්‍ය බාධක/නාලිකාව හා සම්බන්ධ බාධක - නාලිකාවේ ඇති වන දෝෂ සහගත තත්ත්වයන් නිසා ඇති වේ.
- අර්ථ බාධක - සන්දේශයේ අර්ථය හරි හැටි ග්‍රහණය කර ගැනීමට නොහැකි වන විට උද්ගත වේ.

ඉහත සඳහන් ප්‍රධාන බාධක / සෝෂා වර්ග දෙකට අතිරේක ව තවත් කිහිපයක් සමහර පෙළ පොත්වල ඇතුළත් ව තිබේ. ඒවා නම් පාරිසරික බාධක, තාක්ෂණික බාධක, ශාරීරික බාධක, මානසික බාධක ආදිය යි.

9. අත්දැකීම් පසුතලය

පුද්ගලයා සතු පූර්ව අත්දැකීම් ප්‍රමාණය මෙමගින් අදහස් කෙරේ. සන්නිවේදක - ග්‍රාහක පාර්ශ්ව අතර සමාන ආකාරයේ පූර්ව අත්දැකීම් වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇති විට සන්නිවේදන කාර්ය අසීරු ය.

10. සන්දර්භය

මෙමගින් අදහස් කෙරෙන්නේ අදාළ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදු වන්නා වූ වටපිටාව යි. සන්දර්භය පැහැදිලි ලෙස ම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය මත බලපෑම් ඇති කරයි. හොඳ සන්නිවේදකයෙක් හැම විට ම සිය සන්නිවේදනය ඊට පාදක වන සන්දර්භයට උචිත ලෙස සකස් කර ගනී. මෙසේ ඊට අනුගත නොවීම විවිධ සන්නිවේදන ගැටලුවලට හේතු විය හැකි ය.

11. බලපෑම

සෑම සන්නිවේදනයක් ම කිසියම් බලපෑමක් ඇති කිරීමේ අපේක්ෂාවෙන් සිදු කෙරේ. එකී බලපෑමේ ස්වභාවය විවිධාකාර වන්නට පුළුවන. වරෙක එය ආකල්පමය හෝ වර්ගාමය හෝ වෙනසක් ඇති කිරීම ඉලක්ක කර සිදු කරන සන්නිවේදනයක් විය හැකි අතර තවත් විටෙක ලාභය වැනි මූල්‍ය ප්‍රතිලාභයක් අරමුණු කර ගත හැකි ය. කෙසේ නමුත් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ සාර්ථකත්වය තීරණය වන්නේ අපේක්ෂිත බලපෑම සාක්ෂාත් කර ගත්තේ ද යන්න මත යි.

ඇගයීම :

1. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග නම් කරන්න.
2. එම මූලිකාංග වෙන් වෙන් වශයෙන් විස්තර කරන්න.
3. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තේරුම් ගැනීම සඳහා මූලිකාංග උපකාරී වන ආකාරය ප්‍රායෝගික උදාහරණ සහිත ව විස්තර කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 2.4 සන්නිවේදනය යනු කුමක් ද යන්න නිර්වචනය කරයි.
- කාලච්ඡේද : 10 යි.
- ඉගෙනුම් පල : • සන්නිවේදනය යනු කුමක් ද යන්න නිර්වචන ඇසුරින් පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදනය පිළිබඳ නිර්වචන

සන්නිවේදනය පිළිබඳ ව මූලික අවබෝධයක් ලැබීමට ඒ සම්බන්ධයෙන් ඉදිරි පත් වී ඇති නිර්වචන ඉතා ප්‍රයෝජනවත් ය. විවිධ විද්වතුන් හා ආයතනික සංවිධාන මගින් ඉදිරිපත් කර ඇති සන්නිවේදනය පිළිබඳ නිර්වචන අතර සාමාන්‍යයක් දක්නට නොලැබුණ ද ඒවා මගින් ඉදිරිපත් කෙරෙන මූලික සාධක පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීමෙන් සන්නිවේදනය සම්බන්ධයෙන් වඩාත් අර්ථවත් විවරණයක් සපයා ගත හැකි වේ.

- සන්නිවේදනය පිළිබඳ හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්ගේ (Harold D. Lasswell) නිර්වචනය - 1948

“යම් කිසිවෙක්, යම් කිසිවක්, කිසියම් නාලිකාවකින් යම් කිසිවෙකුට කිසියම් බලපෑමක් සඳහා කියනු ලබන දෙය සන්නිවේදනයයි.”

Source: Harold D. Lasswell, The Structure and function of Communication in Society in Lyman Bryson, ed., The Communication of Ideas New York, Harper & Row, 1948

- සන්නිවේදනය පිළිබඳ ශැනොන් සහ විබර්ගේ (Shannon and Weaver) නිර්වචනය - 1949

“සන්නිවේදනය යනු යම් තැනක දී නිර්මාණය කරගත් හෝ තෝරාගත් පණිවුඩයක් ඒ ආකාරයෙන් ම හෝ ඊට සමාන ලෙස වෙනත් තැනක දී ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමයි”

Source: Shannon & Weaver, W. The Mathematical Theory of Communication. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949

- සන්නිවේදනය පිළිබඳ විල්බර් ශ්‍රාම්ගේ (Wilbur Schramm) නිර්වචනය - 1954

“තොරතුරු ගැබ් වූ සංඥාවක් කරණ කොට ගෙන දෙපාර්ශ්වයක් අතර එක හා සමාන චිත්ත ස්වභාවයක් ඇති කිරීම සන්නිවේදනයයි”

Source: Bittner, John R., Mass Communication: An Introduction, U.S.A., 1986

- සන්නිවේදනය පිළිබඳ වාල්ස් කුලීගේ (Charles Horton Cooley) නිර්වචනය - 1909
 “මානව සම්බන්ධතා රඳවා සිටින්නාවූත්, වර්ධනය කරන්නාවූත්, සියලු සංකේත මෙන් ම, ඒවා දේශයෙන් දේශයට ප්‍රවාහනය කිරීමටත්, කාලයේ බැඳුම්වලින් ඔබ්බට ගොස් සුරක්ෂිත කර ගැනීමටත් උපකාරී වන උපක්‍රම සන්නිවේදනය යි.”

මූලාශ්‍රය : දිසානායක, විමල්, මානව සන්නිවේදනය, කොළඹ, සීමාසහිත ලේක් හවුස් ඉන්වෙස්ට්මන්ට්ස් සමාගම, 1977

- ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂයේ නිර්වචනය
 “අදහස, දැනුම යනාදිය භාෂණය හෝ ලේඛනය හෝ සංඥා මගින් ප්‍රදානය කිරීම, ප්‍රකාශ කිරීම හෝ හුවමාරු කර ගැනීම සන්නිවේදනය යි.”

Source: The Oxford Dictionary, Eighth Edition, Oxford University, Delhi, 1990

ඇගයීම :

- සන්නිවේදන යන්න නිර්වචන ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
- සන්නිවේදනය පිළිබඳ විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රයන්වල විද්වතුන් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති නව නිර්වචන 05 ක් එක්රැස් කරන්න. ඒවා මගින් සන්නිවේදනය යන්න විවිධ පැතිකඩ ඔස්සේ කර ඇති විවරණ පැහැදිලි කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 2.5 සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන් පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.
- කාලච්ඡේද : 24 යි.
- ඉගෙනුම් පල : • සන්නිවේදනයේ කාර්යභාරය පිළිබඳ නිදසුන් දක්වමින් පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සන්නිවේදනයේ කාර්ය

- සන්නිවේදනය මගින් මූලික කාර්ය 04ක් ඉටු කෙරෙන බව එය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස වර්ධනය වීම ආරම්භ වූ මුල් යුගයේ සිට ම පිළිගනු ලැබිණ. එම කාර්ය 04 නම්,
 - i. තොරතුරු සම්පාදනය
 - ii. උපදෙස් සම්පාදනය/අධ්‍යාපනය
 - iii. පෙලඹවීම
 - iv. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය
- මෙම කාර්යයන් වෙන වෙන ම ගෙන සාකච්ඡාවට බඳුන් කළ හැකි නමුදු ඇතැම් විට එකිනෙක අතර සමීප සම්බන්ධතාවක් පෙන්නුම් කරයි. නිදසුනක් ලෙස උපදෙස් සම්පාදනයේදී තොරතුරු සම්පාදනය හා විනෝදාස්වාද සම්පාදනය කාර්යයන් ද එක වර සිදු විය හැකි ය. කෙසේ නමුත් මෙකී කාර්යයන් කේවල ලෙස සලකා බැලීමෙන් වඩාත් ගැඹුරින් ඒවා අවබෝධ කර ගැනීමට අවස්ථාව සැලසෙයි. මෙහි දී වැඩි අවධානයක් යොමු කරන්නේ සාමාන්‍ය සන්නිවේදන තත්ත්වයන් සම්බන්ධයෙන් වන අතර ජන සන්නිවේදනය පිළිබඳ ව පසුව සාකච්ඡා කළ හැකි ය.

i. තොරතුරු සම්පාදනය/අධ්‍යාපනය

සෑම පණිවිඩයක් ම තොරතුරක් ලෙස සැලකිය හැකි අතර සෑම සන්නිවේදන අවස්ථාවක දී ම අඩු වැඩි වශයෙන් යම් ආකාරයක තොරතුරු සම්පාදනයක් සිදු වේ. තොරතුරු සම්පාදන කාර්යය ගුණාත්මක බවින් වඩාත් ඉහළ අගයක් ගන්නේ එකී තොරතුරුවල නිරවද්‍යතාව වඩාත් ඉහළ මට්ටමක පැවතීම මත යි.

ලිපිනයක් ලබා දීම, භාණ්ඩයක මිල ගණන් පැවසීම, රැකියාවක් සඳහා ඉල්ලුම් කිරීමේ දී ජීව දත්ත පත්‍රිකාවක් ලබා දීම, මාර්ග ආලෝක සංඥා මගින් නැවතීමට හෝ පිටත් වීමට දන්වා සිටීම ආදී වූ විවිධ අවස්ථා රැසක් තොරතුරු සම්පාදන කාර්යය හා සම්බන්ධ අවස්ථා ලෙස දැක්වීමට හැකි ය.

අනෙක් අතට දුරකථන නාමාවලි, පන්ති නම් ලැයිස්තු, භූගෝලීය සිතියම්, කාටූන් වැනි දෑ මගින් ද සිදු කෙරෙන්නේ ඉහතින් සඳහන් කළ තොරතුරු සම්පාදන කාර්යයට අදාළ ඒවා ය. තොරතුරු සම්පාදනය විවිධ ආකාරයෙන් සිදු විය හැකි බව මේ අනුව පෙනී යයි. එසේ ම වත්මන් කාල වකවානුවෙහි තොරතුරු සම්පාදන කාර්යය බොහෝ දුරට වාණිජ මුහුණුවරක් ගත් ලාභ උපයන ක්‍රියාවලියක් බවට පත් ව තිබේ.

ii. උපදෙස් සම්පාදනය/අධ්‍යාපනය

මෙහි දී ද තොරතුරු සම්පාදනයක් මූලික වශයෙන් සිදු වන නමුත් ඉන් ඔබ්බට ගිය ක්‍රියාකාරී ස්වභාවයක් උසුලන්නා වූ යමක් ද සිදු වෙනු දැකිය හැකි ය. එය හුදු කරුණු දැක්වීමකට සීමා නොවී කිසියම් සංවිධානාත්මක හෝ අර්ථකථනාත්මක ඉදිරිපත් කිරීමක් පෙන්නුම් කරයි. පරිගණකයක් භාවිත කර ලිපියක් සකස් කර ගන්නේ කෙසේ දැයි ඔබ තවත් අයෙකු දැනුවත් කරන නිදසුනක් ලෙස ගනිමු. එය උපදෙස් සම්පාදනයකි. ඔබ එහි දී තොරතුරුවලට අමතර ව එම කාර්ය සිදු කරන අයුරු, ඊට සම්බන්ධ විවිධ මෙවලම්, ඒවායේ ක්‍රියාකාරීත්වය ආදිය පැහැදිලි කරමින් සංවිධානාත්මක ඉදිරිපත් කිරීමක් නියැලේ. එය උපදෙස් සම්පාදනයක් නැතහොත් අධ්‍යාපන කාර්යයක් වන්නේ එහෙයිනි. දේශන, වැඩමුළු, සම්මන්ත්‍රණ, පෙළ පොත් ආදිය මගින් මූලික වශයෙන් සිදු කරනුයේ අධ්‍යාපන කාර්යයක් බව මේ අනුව පැහැදිලි විය යුතු ය.

iii. පෙලඹවීම

සමහර පණිවිඩ මගින් යමෙකු සිතන පතන ආකාරයේ හෝ කටයුතු කරන ආකාරයේ වෙනසක් සිදු කිරීම අරමුණු කරයි. එනම් ආකල්පමය හෝ වර්ගාමය වෙනසක් ඇති කිරීම යි. මෙය පෙලඹවීම් කාර්යයයි. එදිනෙදා විවිධ කටයුතු සඳහා තවත් පාර්ශවයක සහභාගිත්වය අවශ්‍ය වන අවස්ථාවල දී අපට ඒ අය ඒ සඳහා පොලඹවා ගැනීමට සිදුවේ. පෙලඹවීමේ කාර්යය අරමුණු කරගත් සන්දේශ බොහෝ විට සිතාමතා සැලසුම් සහගත ව සකස් කරනු ලබයි. කථනය, ලේඛනය, රූපමය ඉදිරිපත් කිරීම් ආදී විවිධ වූ උපාය-උපක්‍රම මේ සඳහා යොදා ගත හැකි වේ. එමෙන් ම අවශ්‍යතාව, අවස්ථාව, අදාළ බව වැනි ආනුෂංගික අනෙකුත් වැදගත් සාධක පිළිබඳ ව ද අවධානය යොමු කරමින් වඩාත් සංවිධානාත්මක ව ඉදිරිපත් කිරීම මත මෙම සන්දේශවල සාර්ථකත්වය රඳා පවතී. නිදසුන් ලෙස වෙළෙඳ දැන්වීම් දැක්විය හැකි ය.

iv. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය

සන්නිවේදන කාර්යයන් අතර විනෝදාස්වාද සම්පාදනය ද වැදගත් වූවකි. සන්නිවේදනය සමඟ විනෝදය එකතු වූ විට එය වඩාත් සිත්ගන්නා වූ අත්දැකීමක් බවට පත් වේ. ඉහතින් දක්වන ලද කවර සන්නිවේදන කාර්යයක් වුව ද ආකර්ශනීය ලෙස හා ආයාසයකින් තොර ව සිදු කිරීමට විනෝදාස්වාදය යොදා ගත හැකි ය. සන්නිවේදන අවස්ථාවට උචිත ලෙස භාසා මුසු කර ගැනීමේ අයුරු කුසලතාව හොඳ සන්නිවේදකයෙකු සතු ව තිබුණිත් ම පවතී. දෙදෙනෙකු අතර සංවාදයක දී, පිරිසක් අමතා කරන දේශනයක දී මෙන් ම ලිඛිත සන්නිවේදන අවස්ථාවක දී පවා මෙම කුසලතාව අතිශය ප්‍රයෝජනවත් ය. අතිශය කාර්ය බහුල, ආතතියෙන් පිරි ජීවිතයක් ගත කරන වත්මන් සමාජයේ සාමාජිකයන්ට මෙය එක්තරා අයුරකින් ඉහිල් වීමක් හා සැහැල්ලුවක් ගෙන දෙන්නකි. කෙසේ නමුත් සන්නිවේදනයේ දී මෙහි සීමාවන් පිළිබඳ ව අවබෝධයෙන් කටයුතු කිරීම ද වැදගත් ය.

- ජන මාධ්‍ය බිහි වීමත් සමඟ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තව තවත් පුළුල් විය. විශාල පිරිසකට එක වර තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමට මේ නිසා හැකි විය. මෙම ක්‍රියාවලිය ජනසන්නිවේදනය යි. පහත දැක්වෙන්නේ ජනසන්නිවේදනයේ කාර්ය වේ. හතර වන පාඩමේ ජනමාධ්‍ය පිළිබඳ විග්‍රහ වන අවස්ථාවේ මෙම කරුණු පිළිබඳ වැඩි දුර විස්තර ඇතුළත් වේ.

- i. සුපරීක්ෂණය
- ii. අර්ථකථනය
- iii. සහසම්බන්ධය
- iv. සමාජානුයෝජනය

ඇගයීම :

1. සන්නිවේදනය සතු කාර්යභාරය උදාහරණ සහිත ව පැහැදිලි කරන්න.

පාරිභාෂික පද

සන්නිවේදන ස්වභාවය	- Nature of communication
සන්නිවේදන නිර්වචනය	- Definitions of Communication
සන්නිවේදනයේ කාර්යය	- Functions of Communication
සන්නිවේදකයා	- Communicator
ආකේතකරණය	- Encoding
සන්දේශය	- Message
නාලිකාව	- Channel
ග්‍රාහකයා	- Receiver
විකේතකරණය	- Decoding
ප්‍රතිපෝෂණය	- Feed Back
චෝෂා/බාධා	- Noise
අත්දැකීම් පසුතලය	- Experience
සන්දර්භය	- Context
බලපෑම	- Effect
තොරතුරු සම්පාදනය	- Information
අධ්‍යාපනය	- Education
පෙළඹවීම	- Persuasion
විනෝදාස්වාදය	- Entertainment
සුපරීක්ෂණය	- Surveillance
අර්ථකථනය	- Interpretation
සහසම්බන්ධය	- Correlation
සමාජානුයෝජනය	- Socialization

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. දිසානායක, විමල්, මානව සන්නිවේදනය, කොළඹ සීමාසහිත ලේක් හවුස් ඉන්වෙස්ට්මන්ට්ස් සමාගම, 1977
2. Bittuer, John R. Mass Communication: An Introduction U.S.A, 1986
3. Charles, Wright R., Mass Communication, New York, 1971
4. James Waston and Anne Hill, A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991

3. මූලික සන්නිවේදන ප්‍රභේද, ස්වරූප හා ආකෘති

- නිපුණතාව : 3.0 සන්නිවේදන වර්ග, ස්වරූප හා ආකෘති පිළිබඳ න්‍යායාත්මක කරුණු අවබෝධ කර ගනිමින් ඒවා අවස්ථාපිත ව භාවිත කරයි.
- නිපුණතා මට්ටම : 3.1 සන්නිවේදන වර්ග පිළිබඳ අවබෝධ කර ගනිමින් අවස්ථානුකූල ව භාවිත කරයි.
- කාලච්ඡේද : 30 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
- සන්නිවේදන වර්ග නම් කරයි.
 - සන්නිවේදන වර්ග වෙන් වෙන් වශයෙන් විස්තර කරයි.
 - සන්නිවේදන වර්ග පිළිබඳ න්‍යායාත්මක කරුණු ප්‍රායෝගික ව භාවිත කිරීමෙන් සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීමට හැකි වන බව පිළිගෙන කටයුතු කරයි.
 - අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය හා ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කරයි.
 - අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය යන්න පැහැදිලි කරයි.
 - ආචාරශීලී ව අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ යෙදෙයි.
 - වගකීම හා වගවීමෙන් යුතු ව සමූහ සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ අවශ්‍යතාව හඳුනා ගනිමින් ඒ අනුව කටයුතු කරයි.
 - සමූහ සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය හා එහි විශේෂතා හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
 - සමූහ සන්නිවේදනය යන්න හඳුනා ගනිමින් ඒ අනුව කටයුතු කරයි.
 - මහජන සන්නිවේදනය යන්න පැහැදිලි කරයි.
 - ජනසන්නිවේදනය යනු කුමක් ද යි විග්‍රහ කරයි.
 - අතරා සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය හා ක්‍රියාවලිය හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
 - සන්නිවේදන වර්ගයන්හි ප්‍රායෝගික අවශ්‍යතාව හා ඵලදායීත්වය විග්‍රහ කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදන වර්ග
1. අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය
 2. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය
 3. සමූහ සන්නිවේදනය
 4. මහජන සන්නිවේදනය
 5. ජනසන්නිවේදනය
 6. අතරා සන්නිවේදනය

- සන්නිවේදන වර්ග සඳහා මූලික පදනම වන්නේ සන්නිවේදන ස්වභාවය හා එයට සම්බන්ධ වන පුද්ගල සංඛ්‍යාව යි.

1. අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය (Intrapersonal Communication)

සමස්ත සන්නිවේදනයේ මූලාරම්භය අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය යි. සෑම පුද්ගලයකු ම තම මනස හා සම්බන්ධ වෙමින් සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය මෙයට අයත් ය. අපගේ පංච ඉන්ද්‍රියයන් වන ඇස, කන, නාසය, දිව, සම යන ඉන්ද්‍රියයන්ට දූතෙන් රූප, ශබ්ද, ගන්ධ, රස, ස්පර්ශ යන උත්තේජනයන්ට ප්‍රතික්‍රියා දැක්වීම මෙහි දී සිදු වේ.

- පුද්ගල මනෝභාවයන්, පෞද්ගලික අත්දැකීම්, පෞද්ගලික අවශ්‍යතා හා සංකල්ප තමන් විසින් ම තමන් තුළ විමර්ශනයට ලක් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. තමන් තුළ ම සිදු වන සන්නිවේදනය නිසා ස්වයං සන්නිවේදනය ලෙසත් එක් පුද්ගලයකු තුළ පමණක් සිදු වන නිසා ඒකපුද්ගල සන්නිවේදනය ලෙසත් හැඳින්වේ.
- විවිධාකාර මූලාශ්‍රයන් හරහා අප වෙත ලැබෙන්නා වූ තොරතුරු රැස් කිරීම, ඒවා මතකයේ තැන්පත් කර ගැනීම, නිවැරදි ලෙස ග්‍රහණය කර ගැනීම ආදිය සිදු වන්නේ අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය පදනම් කර ගනිමිනි. මෙහි දී පුද්ගලයාට ස්වයං සංවාදවල යෙදීමටත් ඒ අනුව තීරණ ගැනීමටත් සිදු වේ. එය ස්ව සංකල්ප (self concept) නම් වේ.

අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ :

1. තම සිත අභ්‍යන්තරයේ සිදු වන සන්නිවේදනයක් බැවින් බහු පුද්ගල සබඳතාවක් දක්නට නොලැබීම
2. සිත හෙවත් මනස ප්‍රමුඛ ව සිදු වීම
3. පුද්ගල මතකය හා සම්බන්ධ වීම
4. සංජානනයන් අර්ථකථනය කර ගැනීමට හැකි වීම
5. පංච ඉන්ද්‍රියයන්ට දූතෙන් උත්තේජන මත ප්‍රතිචාර දැක්වීම
6. තීරණ ගැනීමට ඉවහල් වීම
7. ස්ව සංකල්ප පෝෂණය
8. ආත්ම භාෂණ ක්‍රියාවලියක් වීම
9. ප්‍රතිචාර/ප්‍රතිපෝෂණයන් නිරායාසයෙන් සිදු වීම
10. බාහිර ව නිශ්චිත ව නිරීක්ෂණය කළ නොහැකි වුවත් වර්යා හා ඉරියව් අනුව ඇතැම් අවස්ථාවල දී තීරණ ගත හැකි වීම

අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන:

1. පෞරුෂ වර්ධනයට
2. ස්ව සංකල්ප පෝෂණයට
3. චින්තනය ගොඩ නංවා ගැනීමට
4. තීරණ ගැනීමට
5. විචාරශීලීත්වය වර්ධනය කර ගැනීමට
6. නිර්මාණශීලීත්වය ඔප් නංවා ගැනීමට

2. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය (Interpersonal Communication)

- අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය යනු දෙදෙනෙකු අතර සිදු වන සන්නිවේදනය ලෙස දිගු කලක් අර්ථ කථනය කර ඇති අතර මේ වන විට ද එය භාවිත කෙරේ.
- එහෙත් ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ Interpersonal Communication යන යෙදුමට අනුව එය අන්‍යෝන්‍ය සන්නිවේදනය ලෙස අර්ථ දැක්වීම නිවැරදි ය.
- ඒ අනුව මෙම සන්නිවේදන අවස්ථාවට පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ කිහිප දෙනෙකු සම්බන්ධ වී සිටීම හඳුනාගත හැකි ය.
- විවිධ අරමුණු පෙරදැරි ව දෛනික සන්නිවේදනයේ දී සෑම පුද්ගලයෙකුට ම බොහෝ අවස්ථාවල දී අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ යෙදීමට සිදු වේ. මෙය කිහිප ආකාරයකට සිදු වේ.
 1. අභිමුඛ පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය - මෙම සාම්ප්‍රදායික පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයේ දී පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු මුහුණට මුහුණ ලා සඳී ව සන්නිවේදනයේ යෙදේ.
 - * මව දරුවා සුරතල් කිරීම
 - * වෛද්‍යවරයා රෝගියා පරීක්ෂා කිරීම
 2. අනභිමුඛ පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය
දුරස්ථ ව සිටින අවස්ථාවල දී විවිධ ක්‍රමෝපායයන් හරහා හා තාක්ෂණික උපකරණ මෙවලම් භාවිතයෙන් නොයෙකුත් විධික්‍රම හරහා මෙහි දී සන්නිවේදනයේ යෙදීමට හැකි වේ.
 - ලිපි හුවමාරුවක්
 - කෙනෙකුට ෆැක්ස් යන්ත්‍රයෙන් ලිඛිත පණිවිඩයක් යැවීම
 - නව මාධ්‍ය විධික්‍රම හරහා විවිධ තොරතුරු හුවමාරුව
- මෙම සන්නිවේදනයේ දී සන්නිවේදකයා තරමට ම ග්‍රාහකයා ද වැදගත් වන්නේ අනෙක් සන්නිවේදන ප්‍රභේදයන්ට සාපේක්ෂ ව පෙලඹවීමේ හැකියාව තීව්‍ර බැවිනි. සමාජයේ යහපැවැත්ම, සංවර්ධනය මෙන් ම සමාජයේ අයහපත්, විනාශය ළඟා කරවීමට ද අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය මුල් කර ගත හැකි ය. එබැවින් සභානුභූතියෙන් මෙන් ම ආචාරශීලී ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමෙන් දෙපාර්ශ්වයට ම ඵලදායී ප්‍රතිඵල ලබා ගත හැකි ය.
- විවිධ අරමුණු පෙරදැරි ව සෑම පුද්ගලයෙක් ම බොහෝ අවස්ථාවල දී අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ යෙදේ. ඒ අතර,
 - තොරතුරු හුවමාරුව
 - දැනුම ලබා ගැනීම හා ලබා දීම
 - උපදෙස් ලබාදීම/ලබා ගැනීම
 - දුක සැප බෙදා ගැනීම
 - අයැදීම
 - ආයාචනා කිරීම
 - ප්‍රශ්න විසඳා ගැනීම

- අන්‍යෝන්‍ය විශ්වාසය තහවුරු කර ගැනීමේ හැකියාව
 - උදවු උපකාර ලබා ගැනීමට
 - විවිධ ක්‍රියාවලි විශ්ලේෂණය කිරීමට
- ආදිය ප්‍රධාන වේ.

අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ :

1. පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු අතර සන්නිවේදනය සිදු වීම
2. සජීවී ව සන්නිවේදන කාර්යය සිදු වන බැවින් සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයාට අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධයෙන් යුතු ව සන්නිවේදනයෙහි යෙදීමේ හැකියාව (ග්‍රාහක කේන්ද්‍රීය සන්නිවේදනය)
3. මුහුණට මුහුණ ලා සන්නිවේදනයෙහි යෙදීමේ හැකියාව
4. වාචික මෙන් ම අවාචික සන්නිවේදන විධික්‍රම භාවිතය
5. සම්මුඛ ව සිදු වන අවස්ථාවල දී පිරිවැයක් මෙන් ම මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව සිදු වීම
6. ප්‍රතිචාර ප්‍රතිපෝෂණය එම අවස්ථාවේ දී ම ලබා ගත හැකි වීම
7. බාධක අවම කර ගත හැකි වීම
8. අනෙකා තුළ උත්තේජනයක් ඇති කොට පෙලඹවීම හා බලපෑම ප්‍රබල ව සිදු කළ හැකි වීම
9. සන්නිවේදක ග්‍රාහක භූමිකා හුවමාරු වීම
10. නැවත නැවත යමක් අවධාරණය කිරීමේ හැකියාව
11. දූරස්ථ ව සිටින අවස්ථාවල දී වුව ද තාක්ෂණික උපකරණ මෙවලම් භාවිතයෙන් සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
12. භාවාත්මක වර්ගවත් සෘජු ව ම ප්‍රකට කිරීමේ හැකියාව
13. රහස්‍ය බව සුරැකීමේ හැකියාව
14. සහවේදන හැකියාව වර්ධනය
15. කාල අවකාශ සීමාවන් පැන නොනැගීම
16. පුද්ගල පෞරුෂය හඳුනා ගත හැකි වීම
17. අන්තර්පුද්ගල සබඳතා ශක්තිමත් කිරීමට හේතු වීම

3. සමූහ සන්නිවේදනය (Group Communication)

- කිසියම් පිරිසක් හෙවත් සමූහයක් පොදු අරමුණක් ඇති ව එකට එක් ව සිදු කරන සන්නිවේදනය සමූහ සන්නිවේදනය යි.
- සාම්ප්‍රදායික සමූහ සන්නිවේදනයේ දී එක් අයෙකු සමූහයකට ඇමතීමේ සංකල්පය (One to many) ඉක්මවා නව මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය තාක්ෂණික විධික්‍රම හරහා සමූහයක් සමූහයකට ඇමතීම (Many to Many) දක්වා අද්‍යයනයේ මෙය පුළුල් ව පැතිරී ඇත. එහි දී විවිධ සමූහයන්ට විවිධ ස්ථානයන්හි සිට සන්නිවේදනයේ යෙදිය හැකි ය.

උදා: Web group, Conference call, Group messages, Facebook messaging

- මේ නිසා පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයේ තරම් සමීප බවක් ද ජන සන්නිවේදනය තරම්

දුරස්ථ බවක් ද සමූහ සන්නිවේදනයේ නැත. සමූහයට එක් වන පිරිස එකිනෙකා හඳුනන්නන් හෝ නොහඳුනන්නන් විය හැකි ය. අදාළ අවස්ථාව විධිමත් ව සැලසුම් කර ගැනීමෙන් සමූහ සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගත හැකි ය. එහි දී සන්නිවේදකයාට ඉවහල් කර ගත හැකි විධික්‍රම කිහිපයක් වේ.

- පෙර සූදානම
- අරමුණු සහගත බව
- අවාචික සන්නිවේදන විධික්‍රම භාවිතය
- විවිධ තාක්ෂණික උපකරණ මෙවලම් භාවිතය
- ප්‍රදීපාගාර උපක්‍රමය
- ආකර්ෂණීය කථන විලාසය
- ග්‍රාහක කේන්ද්‍රීය සන්නිවේදනය
- ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර පිළිබඳ ව සැලකිලිමත් වීම
- කාල කළමනාකරණය
- මනා සංවිධානය
- ආචාරශීලීත්වය
- වගකීම හා වගවීම ආදිය මේ අතර වේ.

සමූහ සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ :

1. පුද්ගලයන් පිරිසක් හෝ කණ්ඩායමක් සම්බන්ධ වීම
2. කණ්ඩායම් නායකත්වය ඉස්මතු වීම
3. නිශ්චිත අරමුණකට අනුව සිදු වීම
4. සහභාගි වන පිරිසගෙන් අදහස් හා යෝජනා ලබා ගැනීමට හැකි වීම
5. සමූහය සම්මුඛ ව සිටීම
6. දුරස්ථ සන්නිවේදනය සිදු කිරීමේ දී විවිධ තාක්ෂණික උපකරණ මෙවලම් භාවිත කිරීමට හැකි වීම
7. නියමිත කාල රාමුවක්, න්‍යාය පත්‍රයක් අනුව ක්‍රියාත්මක කිරීමට හැකි වීම
8. කඩිනම් ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
9. ඒක මාර්ගික හෝ ද්විමාර්ගික සන්නිවේදනය
10. සජීවී ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව

4. මහජන සන්නිවේදනය (Public Communication)

- ජන සමූහයකට හෙවත් එක ම ස්ථානයක පුළුල් ප්‍රදේශක විසිරී සිටින ජන සමූහයකට මහා පරිමාණයෙන් සිදු කරන ඕනෑම සන්නිවේදනයක් මහජන සන්නිවේදනය නම් වේ.
- ප්‍රසිද්ධ රැස්වීම්, දේශන, විවිධ සැමරුම් උත්සව ආදිය මීට අයත් ය. සමූහ සන්නිවේදනයේ දී මෙන් සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහක සමූහය මුහුණට මුහුණ ලා සිටිය ද ඔවුනොවුන් දෘශ්‍යමාන වුවත් හඬ ශ්‍රවණය කිරීමට හැකි වුවත් සමීප ව සන්නිවේදන කාර්ය සිදු නො වේ.

- විවිධ මත දරන එකිනෙකා හඳුනන මෙන් ම නො හඳුනන පුද්ගලයන්ගෙන් ද සමන්විත ය.

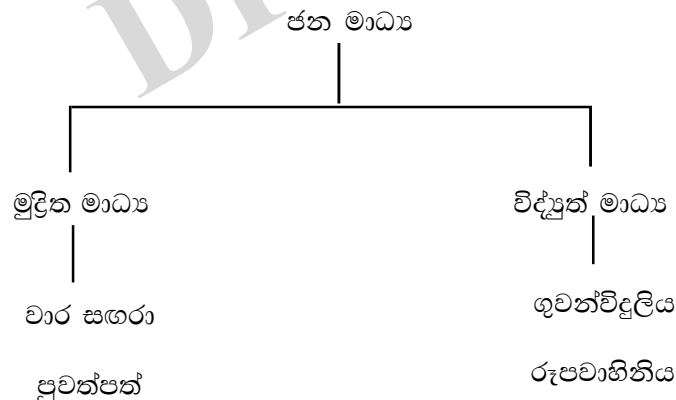
මහජන සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ :

- එක ම ස්ථානයක පුළුල් පරාසයක විහිදි සිටින විශාල පිරිසකට තොරතුරු එක වර ලබා දිය හැකි වීම
- විවිධ තාක්ෂණික උපකරණ මෙවලම් භාවිත කිරීමේ හැකියාව
- ඉලක්ක පිරිසකගෙන් ඔබ්බට විශාල සමූහයකට තොරතුරු ලබා දීමේ හැකියාව
- ග්‍රාහකයාගේ බලපෑම් සෘජු ව ම දැක්විය හැකි වීම.
- මතයක් ඇති කිරීමට අපේක්ෂා කරන අතර ඒ සඳහා කේන්ද්‍ර වූ පෙලඹවීම් ක්‍රියාවලියකින් සමන්විත ය.

උදා: මැතිවරණ රැළියක්

5. ජන සන්නිවේදනය (Mass Communication)

- ජනස්කන්ධයකට විද්‍යුත් හෝ මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිත කරමින් සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය ජන සන්නිවේදනය යි.
- මුද්‍රිත මාධ්‍ය වශයෙන් පුවත්පත් හා වාර ප්‍රකාශනත් විද්‍යුත් මාධ්‍ය වශයෙන් ගුවන් විදුලිය හා රූපවාහිනියත් අදළ වේ.



- ජන සන්නිවේදනය පිළිබඳ අර්ථකථනය කරමින් 'ජන සන්නිවේදන අවබෝධය' (Understanding Mass Communication) ග්‍රන්ථයේ මෙසේ දක්වා ඇත.

'වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් යාන්ත්‍රික මාධ්‍ය වහල් කොට ගෙන පුළුල් ලෙසත් ක්ෂණිකවත් අඛණ්ඩවත් සන්දේශය විශාල වූත් විවිධ වූත් ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රයන් වෙත පතුරවමින් යම් බලපෑමක් ඇති කිරීමේ ක්‍රියාවලිය යි. (ඩිග්ලවර් සහ ඩෙනිස්)

- ජන සන්නිවේදනය සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. විවිධ ජන සන්නිවේදන ආකෘති මඟින් මෙම ක්‍රියාවලිය සරල ව පැහැදිලි කර ගත හැකි වේ.

- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ ඉදිරිපත් වී ඇති විවිධ ආකෘති අතරින් රේ. එල්ඩන් හයිබර්ට් (Ray Eldon Hiebert), ඩොනල්ඩ් ආර්. අන්ගුරේට් (Donald R. Ungurait), තෝමස් ඩබ්ලිව්. බෝන් (Thomas W. Bohn) යන විද්වතුන් තිදෙනා විසින් ඉදිරිපත් කළ HUB ආකෘතිය පිළිබඳ මෙහි දී කරුණු ඉදිරිපත් කෙරේ.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ඒකපාර්ශ්වීය (One way communication) වුවක් නො ව ද්විපාර්ශ්වීය (Two way communication) වුවක් බව මෙයින් පැහැදිලි කරයි.
- ජලය මතුපිටට යමක් විසි කළ විට ජලයේ නැංවෙන ජල තරංග තටාකයක කෙළවර දක්වා ගමන් කර ආපසු හැරී එන්නාක් මෙන් ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ද එක් තැනකින් ආරම්භ වී ගොස් ප්‍රතිපෝෂණය ලෙස ආපසු හැරී එන ආකාරය මෙමගින් විග්‍රහ කෙරේ.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන විවිධ ප්‍රධාන අංග පිළිබඳ මෙම ආකෘතිය මගින් විග්‍රහ කර ඇත.

01. සන්නිවේදකයෝ (Communicators)

02. සංඥා (Codes)

03. දොරටුපාලකයෝ (Gatekeepers)

04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)

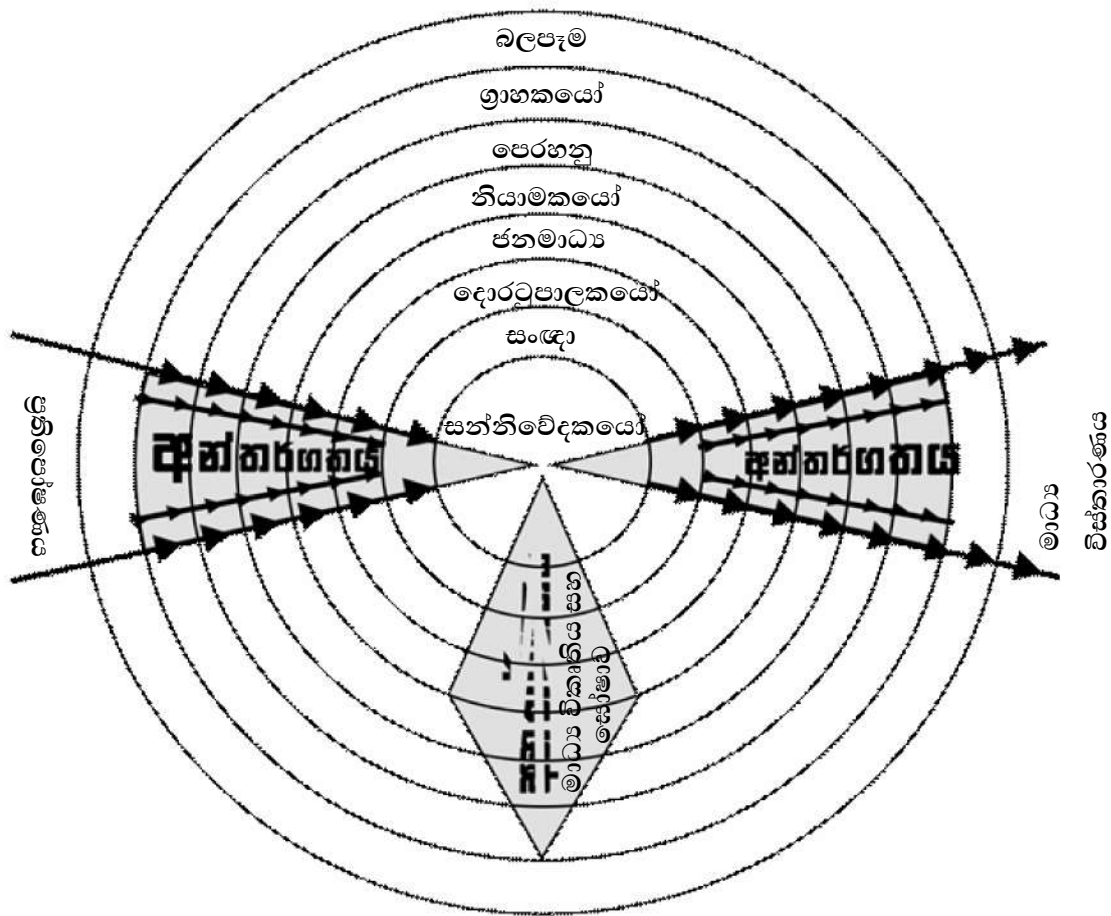
05. නියාමකයෝ (Regulators)

06. පෙරහනු (Filters)

07. ශ්‍රාහකයෝ (Audience)

08. බලපෑම් (Effects)

- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ජනමාධ්‍ය ආයතන හිමිකාරිත්වය, දේශපාලන බලය, සමාජ සම්බන්ධතා මගින් විවිධ සීමා හා පාලනයන් ජනමාධ්‍ය තුළ සිදු වේ.
- ප්‍රතිපෝෂණය, මාධ්‍ය විස්තාරණය සහ ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ඇති වන මාධ්‍ය විකෘතිය සහ සෝෂාල වැනි කරුණු පිළිබඳ ව ද මෙම ආකෘතියෙහි දක්වා ඇත.



01. සන්නිවේදකයෝ (Communicators)

- මෙහි සන්නිවේදකයෝ යන්නෙන් අදහස් වන්නේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවක නිරත වන පුද්ගලයන් ය. මෙහි දී සමාජයේ විවිධ තරාතිරමිවල පුද්ගලයන් මෙන් ම ආයතන ද සන්නිවේදකයාගේ භූමිකාව ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය.

02. සංඥා (Codes)

- සංඥා යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ සන්නිවේදකයා විසින් සිය අදහස් ප්‍රකාශනය සඳහා යොදා ගනු ලබන සංකේත ආදිය යි. විෂය ක්ෂේත්‍රය අනුව භාවිත කරන සංඥා වෙනස් වේ. සංගීතය, විද්‍යාව, භාෂාව වැනි විවිධ ක්ෂේත්‍ර අනුව ඒවාට යොදා ගනු ලබන සංකේත පවතී. මීට අතිරේක ව පුවත්පතක පිටුවක් සකස් කරන ආකාරය, එහි ඇති ඉඩකඩ ප්‍රමාණය, චිත්‍රපටයක කැමරාකෝණ සහ රූපරාමු, සංස්කරණ උපක්‍රම ආදිය සංඥා ලෙස හඳුන්වා ඇත.
- භාෂාව, රූප ආදිය පමණක් නො ව ඒවා භාවිතයට ගන්නා ආකාරය ද මෙයට අයත් වේ.

03. දොරටුපාලකයෝ (Gate Keepers)

- දොරටුපාලකයෝ යනු ජනමාධ්‍යයේ සන්නිවේදන පාලනය කරන පුද්ගලයෝ ය. එය ග්‍රාහක යහපත සඳහා මෙන් ම අයහපත සඳහා ද බලපෑ හැකි ය. දොරටුපාල ක්‍රියාව නිසා මාධ්‍ය සන්නිවේදන වාරණයට ද ලක් වේ.

04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)

- ජනමාධ්‍ය පිළිබඳ ව හඳුන්වා දෙන විට ඒවා ගුණාංග කිහිපයක් යටතේ විග්‍රහ වේ. එනම්
 - අධික වේගයෙන් සන්නිවේදනය කිරීම
 - විද්‍යුත් උපකරණ භාවිතය
 - විශාල පිරිසකට එකවර සන්නිවේදනය කළ හැකි වීම
- පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, සිනමාව වැනි මාධ්‍ය ජනමාධ්‍යන් වේ.

05. නියාමකයෝ (Regulators)

- සෘජු ව ම මාධ්‍ය ආයතන නො වුණ ද මාධ්‍ය කටයුතු හා සම්බන්ධ වූ ඒවා පාලනය කරන ආයතන හා පුද්ගලයෝ සිටිති. ඔවුන් පනවන රෙගුලාසි නිසා කිසියම් පාලනයක් සිදු වේ. නිදසුනක් ලෙස රාජ්‍ය කොමිෂන් සභා, උසාවි, විවිධ සංවිධාන, පර්යේෂණ ආයතන බලපෑම් සහිත කණ්ඩායම් මාධ්‍ය පරිපාලකයන් යන ආදීන් මුල් වී ප්‍රතිපත්ති තීරණ ගැනීමෙන් මාධ්‍ය සැලසුම් කිරීම සිදු වේ.
- එසේ ම ඉහත සඳහන් කළ ආයතන හා පුද්ගලයන් පනවන නීතිරීති නිසා ජනමාධ්‍ය සන්නිවේදන යම් වාරණයකට භාජනය වේ.
- ලෝකයේ සමහර රටවල ජනමාධ්‍ය නාලිකාවන් මෙන් ම මාධ්‍ය ආයතන සඳහා බලපෑම් කරන දැන්වීම් ආයතන ද බහුජාතික සමාගම් ද නියාමකයන් ලෙස සැලකිය හැකි ය.

06. පෙරහනු (Filters)

- ජන සමාජයක විවිධ සමාජ ආයතන පවතී. එසේ ම පුද්ගල සම්බන්ධතා ද විවිධ ය. ඔවුන්ගේ සමාජ මට්ටම් ද වෙනස් ය. ආගම, රැකියාව, සමාජ පන්ති යනාදී විවිධතා සමාජයක දක්නට ඇත. යම් සන්නිවේදනයක් සකස් වීමේ දීත් ඒවා ජනතාව අතට පත්වීමේ දීත් මේ බාධක අතරින් ගමන් කළ යුතු ය.
- පැරණි සමාජයේ ජනමත නායකයන් නිසා සන්නිවේදනයක් අදාළ ග්‍රාහක පිරිස් වෙත ගමන් කිරීමේ දී යම් සකස්වීම්වලට භාජනය විය. එසේ ම වර්තමාන සමාජයෙහි ද යම් සන්නිවේදනයක් අවසානයේ ග්‍රාහකයා අතට පත් වන විට පෙරහනුවලට හසු වනු ඇත.

- හර්බට්, අන්ගුරේට්, බොන් යන විද්වතුන් විසින් පෙරහනු හැඳින්වීමේ දී භාෂාමය වශයෙන් හෝ සංඥාමය වශයෙන් හෝ ඇති විය හැකි බාධකයන් ද සන්දේශයක් තේරුම් ගැනීම සඳහා බලපාන බව පෙන්වා දෙනු ලැබේ. එබැවින් පෙරහනු පිළිබඳ මෙම ආකෘතියේ දී කරන ලද විග්‍රහය වෙනත් සන්නිවේදන විද්‍යාඥයින් සිය ආකෘතිවල දී විග්‍රහයට භාජනය කොට නැත.

07. ග්‍රාහකයෝ (Receivers)

- ජනමාධ්‍යවලට හසු වන ග්‍රාහක කණ්ඩායම ඉතා විශාල වූවකි. ජල තටාකයක දිය රැළි ආරම්භයේ දී සුළු ප්‍රමාණයකින් ආරම්භ වුව ද, අවසානයේ දී විශාල ප්‍රදේශයකට විසිර යන්නා සේ ජනමාධ්‍යවලට හසුවන ග්‍රාහක කණ්ඩායම ද පෘථුල වේ. නූතන සමාජය අධික ලෙස මාධ්‍ය ග්‍රහණයට හසු වූවකි. එබැවින් එකිනෙකින් ලැබෙන තොරතුරු ප්‍රමාණය ද විශාල ය.
- මෙම විද්‍යාඥයන් තිදෙනා ඉදිරිපත් කොට ඇති ආකෘතියේ දී ග්‍රාහකයන් සිටින ස්ථානය පරීක්ෂා කරන විට පැහැදිලි වන්නේ සන්නිවේදකයාගේ සිට කරුණු රාශියක් පසු කර ගෙන පුළුල් කවයක දී ග්‍රාහකයා හමු වන බව ය. එනම් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය අවසානය දක්වා ගමන් කිරීමේ දී ස්ථර ගණනාවක් පසු කර ගෙන යන බව ය.

08. බලපෑම් (Effects)

- පණිවිඩයක් ග්‍රාහකයා වෙත ලැබීමෙන් පසු ඔහු තුළ ඇති වන ක්‍රියාකාරී වෙනස පණිවිඩයෙන් සිදු වන බලපෑමකි. සෑම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක ම බලාපොරොත්තු වන්නේ කිසියම් බලපෑමක් සිදු කිරීම ය. එය අරමුණු සහිත ව හා අරමුණු රහිත ව සිදු විය හැකි ය.
- එසේ ම සිදු වන බලපෑම යහපත් බලපෑමක් හෝ අයහපත් බලපෑමක් හෝ විය හැකි ය. යම් පණිවිඩයක් අග්‍රස්ථානය බවට පත් වන්නේ ද බලපෑමෙනි. සන්නිවේදන ආකෘතිවල දී පණිවිඩයක් ග්‍රාහකයා වෙතට ලැබීමෙන් සිදු වන බලපෑම පිළිබඳ විවිධ අවස්ථාවල දී සන්නිවේදන විද්‍යාඥයන් විවරණය කොට තිබේ.
- මෙම ජනසන්නිවේදන ආකෘතියේ සීමා පිළිබඳ සලකා බැලීමේ දී තොරතුරු ගලා යෑමේ සීමා, පණිවිඩය අන්තර්ගත කිරීමේ සීමා, යොදා ගන්නා මාධ්‍ය සීමා, ග්‍රාහක කණ්ඩායම්වල ඇති සීමා යනාදිය දැක්විය හැකි ය.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සරල ව පැහැදිලි කර ගැනීම සඳහා විවිධ ආකෘති ඉදිරිපත් වී ඇත. එම ආකෘති අධ්‍යයනය කිරීමෙන් තවදුරටත් ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පැහැදිලි කර ගත හැකි ය.

- ජන සන්නිවේදනය සතු විශේෂ ලක්ෂණ කිහිපයකි.

1. විධිමත් සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහය
2. පොදු පණිවිඩ විසරණය
3. අසීමාන්ත ග්‍රාහක සංඛ්‍යාවක් විසිරී පැතිරී සිටීම
4. ප්‍රතිපෝෂණය නොලැබීම හෝ ප්‍රමාද වීම
5. වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් දක්නට ලැබීම
6. බහුවිධ දෙරටුපාලකයන් දක්නට ලැබීම
7. ක්ෂණික හා අඛණ්ඩ බව
8. සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අසම්මුඛ වීම
9. බොහෝ විට ලාභ ඉපයීම ප්‍රධාන අරමුණ වීම ද පොදු සේවා අරමුණුවලින් සමන්විත වන අතර බොහෝ විට ලාභ ලැබීමේ අරමුණින් යුක්ත වීම
10. දියුණු තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය
11. නිරන්තර තරගකාරිත්වය

6. අතථ්‍ය සන්නිවේදනය (Virtual Communication)

- 20 වන සියවසෙන් පසු තාක්ෂණික දියුණුව හේතුවෙන් ජනමාධ්‍ය ආකෘතීන් හා අන්තර්ගතයන් වෙනස්කම් රැසකට බඳුන් විය.
- වර්තමාන ගෝලීය ප්‍රවණතා හා තාක්ෂණික වර්ධන ක්‍රියාවලියේ විකාශනයේ එක් අවස්ථාවක් ලෙස අථ්‍ය සන්නිවේදනය වේ.
- අථ්‍ය සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන සංරචකය වන්නේ අන්තර්ජාලයයි. විද්‍යුත් තැපෑල, වීඩියෝ සම්මන්ත්‍රණ, සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි සහ මාර්ග ගත කතාබහ සඳහා මාධ්‍ය වන්නේ අන්තර්ජාලයයි. ජංගම දුරකථනය ඔස්සේ ලබා දෙන පණිවිඩ ද මෙයට අයත් වේ.
- අධ්‍යාපන කාර්යය සඳහා මෙන් ම මානව අන්තර් සම්බන්ධතා ගොඩනඟා ගැනීමටත් ව්‍යාපාරික අරමුණු ඉටු කර ගැනීමටත් ආදී වශයෙන් ඉතා ප්‍රයෝජනවත් ආකාරයෙන් අථ්‍ය සන්නිවේදනය භාවිත කළ හැකි වේ.

අතථ්‍ය සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ

- කාර්යක්ෂම ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
- අඩු පිරිවැය
- ආරක්ෂිත බව
- ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය දර්ශන සහිත ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
- එක වර පුද්ගලයන් රැසක් සමඟ සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
- භෞතික වශයෙන් ඉඩකඩ අවශ්‍ය නොවීම

ඇගයීම

1. අභිමත භාවනාව, යාඥාව වැනි චිත්ත ඒකාග්‍රතා අභ්‍යාසයක නිරත වී තමාගේ සිත හැසිරෙන ආකාරය විශ්ලේෂණය කරන්න. (සද්ධර්ම රත්නාවලියේ භාගනෙය කථා වස්තුව ඇසුරින් මනස විස්තර කරන්න.)
2. එක් දිනක් තුළ ඔබ මුහුණ දුන් අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදන අවස්ථා විග්‍රහ කරන්න.
3. පාසලේ කලා උළෙලක්, මාධ්‍ය දින සංස්කෘතික වැඩසටහනක් සංවිධාන කිරීමේ දී පැවති සමූහ සන්නිවේදන අවස්ථාවල සන්නිවේදන අවස්ථා විග්‍රහ කරන්න.
4. දේශපාලන, ආගමික, සාහිත්‍ය, විනෝද, කලා, පොදු සේවා අරමුණ ඉටුකර ගැනීම සඳහා සංවිධාන කරන ලද මහජන සන්නිවේදන අවස්ථාවකට සහභාගි වූ එහි ග්‍රාහකයා ආකර්ෂණය කර ගැනීම යොදාගත් සන්නිවේදන උපක්‍රම විග්‍රහ කරන්න.
5. ජන සන්නිවේදන මාධ්‍ය සතු ලක්ෂණ ඇසුරින් තෝරාගත් ලක්ෂණ අභිමත විද්‍යුත් හෝ මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිත ඇසුරින් විමර්ෂණය කරන්න.
6. පෞද්ගලිකව ඔබ අත්විඳි අත්‍යවශ්‍ය සන්නිවේදන අවස්ථාවක ලක්ෂණ විග්‍රහ කරන්න.

DRAFT

- නිපුණතා මට්ටම : 3.2 සන්නිවේදන ස්වරූප පිළිබඳ පැහැදිලි කරමින් භාවිතයේ දී යොදා ගනියි.
- කාලච්ඡේද : 10 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
- විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප හඳුන්වා දෙයි.
 - සන්නිවේදන ස්වරූප භාවිත වන ආකාරය නිදසුන් දක්වමින් පැහැදිලි කරයි.
 - විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප පිළිබඳ අවබෝධයෙන් ඉදිරි පත් කිරීම කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය එක ම වුවත් එහි බහුවිධ ස්වරූපයක් දක්නට ලැබේ. අවස්ථාව, අවශ්‍යතාව, ශක්‍යතාව ආදිය මත එම ස්වරූප තීරණය වේ.
- ආදි මානවයා තොරතුරු හුවමාරු කර ගත් නිර්වාචික හෙවත් අවාචික ස්වරූපයේ දී විවිධ සංඥා, සංකේත, ඉගිබිඟි, සිතියම්, හඬ ආදිය භාවිත විය.
- මුඛින් නිකුත් වූ හඬ ඔස්සේ වාචික සන්නිවේදනයට යොමු වීම හා ඒ ඇසුරින් ශ්‍රව්‍ය ස්වරූපය සන්දේශකරණයේ දී භාවිතයට ගන්නා ලදී.
- කථන සන්නිවේදනයේ පැවති සීමා නිසා ලිඛිත සන්නිවේදන ස්වරූපයක අවශ්‍යතාවය පැන නැගුනි.
- භාෂාවක් පදනම් කර ගෙන කථන හෝ ලිඛිත ස්වරූපයෙන් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම වාචික සන්නිවේදන ස්වරූපයේ දී සිදු වේ.
- මිනිසා විසින් අතීතයේ පටන් අද දක්වා රූප තම සන්නිවේදන කාර්යයන් සඳහා යොදා ගෙන ඇත. රූප භාවිත කිරීම දෘශ්‍ය ස්වරූපයේ දී සිදු වේ.
- මෙම සන්නිවේදන ස්වරූප ඵලදායී ලෙස භාවිතයට ගැනීමෙන් සාර්ථක සන්නිවේදනයක් සිදු කළ හැකි වේ.
- මෙම සන්නිවේදන ස්වරූපයන් මනාව ප්‍රගුණ කිරීම පුද්ගල පෞරුෂය සංවර්ධනයට ද අවස්ථාව උදා කරයි.

1. වාචික සන්නිවේදනය (Verbal Communication)

කිසියම් භාෂාවක් පදනම් කර ගෙන වචන භාවිත කරමින් සිදු කෙරෙන සන්නිවේදනය වාචික සන්නිවේදනය යි.

වාචික සන්නිවේදනයේ කාර්ය

- පුද්ගලයන් අතර තොරතුරු හුවමාරුව
- ආදරය, කරුණාව, දයාව වැනි ගුණාංග පිළිබිඹුව
- විවිධ කාර්යන් ඉටු කර ගැනීම
- ඉගැන්වීම, උපදෙස් දීම හා මග පෙන්වීම
- පෙළඹවීම
- සාමය, සමාදානය හා ගැටලු සමථයකට පත් කිරීම
- සිතෙහි ඇතිවන ආවේග පිට කිරීම
- පුද්ගල පෞරුෂය ඇති කිරීම
- සමාජීය පැවැත්ම
- මානව සබඳතා හැසිරවීම හා පාලනය

වාචික සන්නිවේදන නිපුණතා

- යමක් ප්‍රබල ලෙස ඉදිරිපත් කිරීමට සන්නිවේදකයා සතු වාචික සන්නිවේදන නිපුණතා වැදගත් වේ. ඒ සඳහා

- වාග් කෝෂය පුළුල් කර ගැනීම
- තමා සතු අදහස් හා තොරතුරු ඇතුළත් දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම
- පෙර සූදානම
- ඉදිරිපත් කිරීමේ කුසලතා වැඩි දියුණු කර ගැනීම
- යෝග්‍ය භාෂාවක් භාවිතය
- පෞද්ගලික අනන්‍යතාවක් හා ස්වයත්වයක් ගොඩ නගා ගැනීම
- වගකීමෙන් යුතු ව වචන භාවිතය

2. නිර්වාචික සන්නිවේදනය (Non verbal communication)

ලිඛිත හෝ කථන වචන භාවිතයෙන් තොරව එක් පුද්ගලයෙක් විසින් තවත් පුද්ගලයෙක් වෙත අර්ථවත් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම නිර්වාචික සන්නිවේදනය ලෙස තවදුරටත් පැහැදිලි කරගත හැකි ය.

- නිර්වාචික සන්නිවේදනය ප්‍රධාන වශයෙන් සංඥා භාෂාව හා දේහ භාෂාව ලෙස ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදා දක්වයි.
- සංඥා භාෂාව සඳහා ශ්‍රව්‍ය සංඥා හා දෘශ්‍ය සංඥා ඇතුළත් වේ.
- සංඥා භාෂාව (Sign language) යන්නට සියලු ආකාරයේ සංකේත, සංඛ්‍යා, පින්තූර, රූපසටහන්, පෝස්ටර් ඡායාරූප, ශබ්ද සංඥා, පෝස්ටර් චිත්‍ර, කාටූන්, සිතියම් ඇතුළත් වේ.

- පහසුවෙන් ග්‍රහණය කර ගත හැකි සහ මතක තබා ගත හැකි, ලෝකය පුරා පොදුවේ භාවිත වන දෘශ්‍ය සංඥා හා ශ්‍රව්‍ය සංඥා රැසක් ඇත. දුමි බීම තහනම් ලකුණ, ගැහැණු සහ පිරිමි රූප, මාර්ග සංඥා, ආලෝක සංඥා, බෙර හඬ, සයිරන් නලා හඬ, චිත්‍ර, කාටුන් සිතියම් ඇතුළත් වේ.
- දේහ භාෂාව යන්නට මුහුණෙන් ඉදිරිපත් වන ප්‍රකාශනයන්, ඉරියව්, අභිනයන් ආදී සියල්ල අන්තර්ගත වේ.
- සාර්ථක සන්නිවේදනයක් වීමට නිර්වාචික සන්නිවේදන ඵලදායී ලෙස භාවිත කළ හැකි ය.

කථන සන්නිවේදනය (Oral Communication)

- මුවින් පිටවන වචන හා ශබ්ද අනුසාරයෙන් විවිධ අර්ථ ජනනය කිරීම යි. භාෂාවක් භාවිතයෙන් අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමක් සිදු වන බැවින් දෛනික සන්නිවේදනයේ බොහෝ අවස්ථාවල දී කථන ස්වරූපය භාවිත වේ.
- මෙය වාචික සන්නිවේදනයෙන් වෙනස් වේ. වාචික ස්වරූපයේ දී වචන ශබ්ද නඟමින් හෝ ලිඛිත ව භාවිත කළත් කථන සන්නිවේදනයේ දී එය මුවින් පිට වන වදන්වලට පමණක් සීමා වේ. කථන සන්නිවේදනය ආචාරශීලීව ආකර්ෂණීය ව අර්ථපූර්ණව භාවිත කළ යුතුය.

කථන සන්නිවේදනය:

- සන්නිවේදකයා හා ශ්‍රාහකයා අතර වාචික සන්දේශ හුවමාරු කිරීම කථන සන්නිවේදනයයි.
- අපගේ හැඟීම් වචන ඔස්සේ සන්නිවේදනය කිරීම කථන සන්නිවේදනය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය.
- කථන සන්නිවේදන ස්වරූප
 - * අවිධිමත්/විධිමත් මුහුණට මුහුණ ලා කෙරෙන කතාබහ, කතාව
 - * සම්මුඛ සාකච්ඡා
 - * කණ්ඩායම්/සමූහ සාකච්ඡා, විවාද
 - * රැස්වීම්
 - * සමුළු
 - * දේශන හා ඉදිරිපත් කිරීම් ආදී
- කථන සන්නිවේදනය,
 - * එය නිරායාසයෙන් සිදු වේ
 - * ස්වාභාවිකය
 - * අන් අයට පහසුවෙන් අවබෝධ කරගත හැකි ය.
 - * ශ්‍රාහකයා අනුව වචන තෝරා ගත හැකි ය.
 - * නිර්වාචික සන්නිවේදනයේ උදව් ලබා ගත හැකි ය.
 - * සන්නිවේදකයා ඉදිරිපත් කරන්නා සැම විට ම ශාරීරික ව පෙනී සිටියි.

- එමෙන් ම කථන සන්නිවේදනයේ දී
 - * මුඛින් නිකුත් වන වචන ක්ෂණයෙන් නැසී යයි.
 - * කථන වචන තාවකාලිකය. ලිඛිත සන්නිවේදනය මෙන් කල් තබා ගත නො හැකිය.
 - * ඇසුරු දේ සැනෙකින් අමක වී යා හැකි ය.
 - * විවිධ සංස්කෘතිවල පුද්ගලයන්, කථනයේ දී භාවිත කරන අවස්ථාවේ යෙදා ගන්නා නිර්වාචික සංඥා විවිධ විය හැකි ය. වැරදි ආකාරයෙන් සංදේශය තේරුම් ගත හැකි ය.

ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය (Audio Communication)

- යමක් ශ්‍රවණය කිරීමෙන් යම් අදහසක් තේරුම් ගැනීම යි. ස්වාභාවික ශබ්ද, කෘත්‍රිම ශබ්ද, සංගීතය, නිහඬ බව, සාකච්ඡා, කවි ගායනා, දේශන, කථා ආදිය මෙයට අයත් ය.
- පුද්ගලයෙකුගේ හඬ ඇසීමෙන් ඔහුගේ ශක්‍යතාව, පෞරුෂය, සංකල්ප, ස්වර විශේෂතා ආදිය පමණක් නො ව අධ්‍යාත්මික ගති ලක්ෂණ (විවෘත බව, අවංක බව වැනි ගුණාංග පවා අවබෝධ කර ගත හැකි ය.)
- ප්‍රබල සන්නිවේදන භාවිතයක් වන ජනශ්‍රැතිකාංග පාරම්පරික ව පැවත ආවේ මුඛ පරම්පරාගතව ය. ඒ අතර ගැමි විශ්වාසයන් හා බැඳී පවතින විවිධ සන්නිවේදනාර්ථ වේ. හූනන් හඬ නැගීම, උලමා හැඬලීම ද මේ අතර වේ.
- ශ්‍රව්‍ය ස්වරූපය අද්‍යතනයේ තාක්ෂණය හා බද්ධව ඇති නිසා විවිධ ස්වරූපයෙන් භාවිත වේ. (CD)

දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය (Visual Communication)

- දැකීමෙන් හා බැලීමෙන් අත්පත් වන අදහසක් ඇත්නම් එය දෘශ්‍ය ස්වරූපය නම් වේ.
- ප්‍රාථමික මානවයාගේ පටන් අද්‍යතනය දක්වා විවිධ අවස්ථාවල දී මෙම ස්වරූපය භාවිත කෙරේ. අනුකරණය කර පෙන්වීමට සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම භාවිතය (ගින්දර, දූම, කොළ අතු එල්ලීම, කොඩි ලෙළ දීම)
- ආදි මානවයා තම අත්දැකීම් අන් අයට පිළිබිඹු කිරීමට ගල් ගුහාවන්හි සිතුවම් ඇඳීම ආදිය මගින් ප්‍රබල සාක්ෂ්‍ය සපයයි.
- විවිධ කැටයම්, මූර්ති, ප්‍රතිමා, ස්මාරක නිර්මාණය වූයේ ආදි ක්‍රෝ මැග්නන් නම් මානවයා සඳ පහන් ඇති රූපය හෝ අවු රශ්මිය ඇති විටෙක පුද්ගල සෙවණැලි පිටපත් කිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි.
- මුල් යුගයේ සිනමාවේ පැවතියේ ද නිහඬ චිත්‍රපට ය. වාලි වැප්ලින්ගේ සිනමා කෘති නිහඬ සිනමාවේ අනන්‍යතාව මැනවින් පෙන්වා දුන් දෘශ්‍ය සන්නිවේදන ස්වරූපයකි.
- ඇසින් දැකිය හැකි දේ සීමාවක් නැත. චිත්‍ර, කාටූන්, පෝස්ටර්, රූප සටහන්, ඡායාරූප ආදිය මගින් විවිධ සන්නිවේදන කාර්ය මතු කෙරේ.

ලිඛිත සන්නිවේදනය (Written Communication)

- ලිඛිත මාදිලියකින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම ලිඛිත සන්නිවේදනයයි. ලිඛිත මාදිලියට ලිපි, දුන්වීම්, චක්‍රලේඛ, වාර්තා, පුවත්පත්, සඟරා ආදිය දැක්විය හැකි ය..
- ලිඛිත සන්නිවේදනය නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාකාරකමකි.
- ලිඛිත සන්නිවේදනය
 - * කියවීමට හැකි ජනතාව සඳහා තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමේ හැකියාව
 - * කථන සන්නිවේදනයට සාපේක්ෂව වඩාත් සංවිධානාත්මක ව ගොඩනැගිය හැකි වේ.
 - * අනාගත භාවිතය සඳහා තොරතුරු ගබඩා කර තැබිය හැකි ය.
 - * ප්‍රයෝජනවත් කාර්යය සඳහා, අධ්‍යයනය, නීතිමය කාර්ය සඳහා භාවිත කළ හැකි වීම.
- ලිඛිත සන්නිවේදනය සඳහා,
 - * සාක්ෂරතාව අවශ්‍ය වීම
 - * විධිමත් වන නිසා පෞද්ගලික බැඳීම් නොසලකා හැරීම
 - * නිවැරදි ලෙස ලේඛනය සිදු නොවූණහොත් වැරදි අවබෝධ ඇති වීම සිදු විය හැකි ය.

ඇගයීම

1. විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප නිදසුන් සහිත ව පැහැදිලි කරන්න.
2. ඔබ කැමති සන්නිවේදන ස්වරූප එකක් හෝ කිහිපයක් භාවිත කරමින් සන්දේශයක් ඉදිරිපත් කරන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 3.3 සන්නිවේදන ආකෘති පිළිබඳ න්‍යායාත්මක කරුණු අවබෝධයෙන් යුතු ව විග්‍රහ කරයි.

කාලච්ඡේද : 10 යි

ඉගෙනුම් පල :

- සන්නිවේදන ආකෘති හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
- සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදු වන ආකාරය පිළිබඳ ආකෘති ඇසුරින් පැහැදිලි කරයි.

පාඨම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඨම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදනය විවිධ අංග ලක්ෂණවලින් සමන්විත සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. සන්නිවේදනයේ මෙම ස්වභාවය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා සන්නිවේදන ආකෘති උපකාර වේ.
- සන්නිවේදන ආකෘති මගින් සංකීර්ණ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය රූපකාකාරක ව දැක්වීම සිදු කරයි.
- එමෙන් ම සන්නිවේදන ආකෘති මගින්
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ විද්‍යමාන වන දේ සාරාංශ කර දැක්වීම
 - තොරතුරු ගලා යාම පෙන්වීම
 - සන්නිවේදන හා ග්‍රාහකයාගේ ස්වරූපය දක්ෂතා පෙන්වීම
 - මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය සිදු වන ආකාරය
 - සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය අවශ්‍යතාව, අවස්ථාව ආදිය හඳුනා ගැනීම
- ආකෘති ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකි.

1. රේඛීය ආකෘති (Linear Models)

එක් පාර්ශ්වයක සිට අනෙක් පාර්ශ්වයට පමණක් තොරතුරු ගලා යාම පෙන්වයි.

2. රේඛීය නොවන ආකෘති (Non Linear Models)

මෙහි දී සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ද්විපාර්ශ්වික ව, චක්‍රාකාර මෙන් ම විවිධාකාර ස්වරූපයන්ට විහිදී ගලා යයි. ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර, සන්නිවේදකයා මෙන් ම ග්‍රාහකයාගේ ක්‍රියාකාරිත්වය මත සන්දේශයේ ස්වභාවය වෙනස් විය හැකි ය.

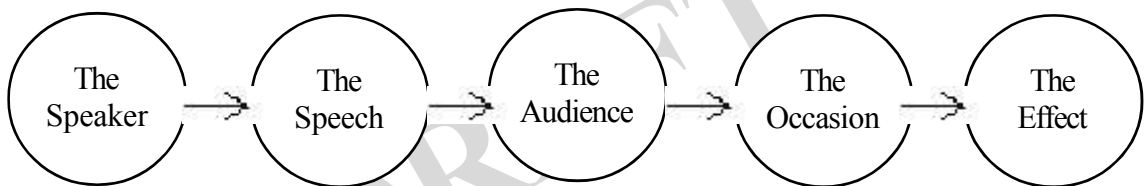
මෙම දී ප්‍රධාන සන්නිවේදන ආකෘති 4ක් පිළිබඳ අවධානය යොමු කෙරේ.

1. ඇරිස්ටෝටල් ආකෘතිය
2. හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්
3. ක්ලෝඩ් ශැනොන් හා වොරන් විවර් ආකෘතිය
4. ශ්‍රාම් ඔස්ගුඩ් ආකෘතිය

1. ඇරිස්ටෝටල් ආකෘතිය

ග්‍රීසියේ ප්‍රකට දර්ශනිකයෙකු වූ ඇරිස්ටෝටල් පඬිවරයා විසින් කථන සන්නිවේදන තත්ත්වයන් පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කරමින් රචනා කරන ලද වාග් අලංකරණ ශාස්ත්‍රයට අදාළ රිටොරික් (Rhetoric) නම් ග්‍රන්ථයේ සන්නිවේදනය සම්බන්ධ කරුණු සඳහන් වේ.

- සන්නිවේදනය සිදු වීමට මෙන් ම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සාර්ථක වීමට මූලික අංග පහක් අවශ්‍ය බව මෙම ආකෘතියෙහි දක්වා ඇත.



කථිකයා : සන්දේශය ඉදිරිපත් කරන්නා මෙමගින් අර්ථ දැක්වේ. එහෙත් එය කථිකයා යන්නට සීමා නො වී විවිධ භූමිකා ඇතුළත් ව පුළුල් පරාසයක විහිදෙන බව අවබෝධ කර ගත යුතු ය.

කථාව : කථිකයා ඉදිරිපත් කරන තොරතුර යි. දියුණු සන්නිවේදන තාක්ෂණයක් කිසි සේත් නො තිබූ එකල කණ්ඩායම් වශයෙන් සන්නිවේදනය කිරීමේ දී භාවිත වූ කථාව හෙවත් දේශනය මෙහි දී ඉවහල් කර ගෙන ඇත.

ශ්‍රාවකයා : කථාව හෝ දේශනය අසා සිටින්නන් පිළිබඳ ව මින් කියැවේ. අසා සිටීමෙන් ඔබ්බට ගොස් රස විඳින්නෙකු, විචාරකයෙකු, අසන්නෙකු ආදී තත්ත්වයන් මෙහි දී විග්‍රහ නො කෙරේ.

අවස්ථාව : සන්දේශය ලබා දීමට වඩාත් සුදුසු මොහොත පිළිබඳ ව මින් කියවේ. ශ්‍රාවකයාගේ තත්ත්වය, ග්‍රහණය කර ගැනීමට හැකියාව හෝ නොහැකියාව පිළිබඳ ව මෙහි දී අවධානය යොමු කෙරේ.

බලපෑම : සන්නිවේදනය සිදු කරන්නේ නිශ්චිත අරමුණක් පෙරදැරි ව ය.

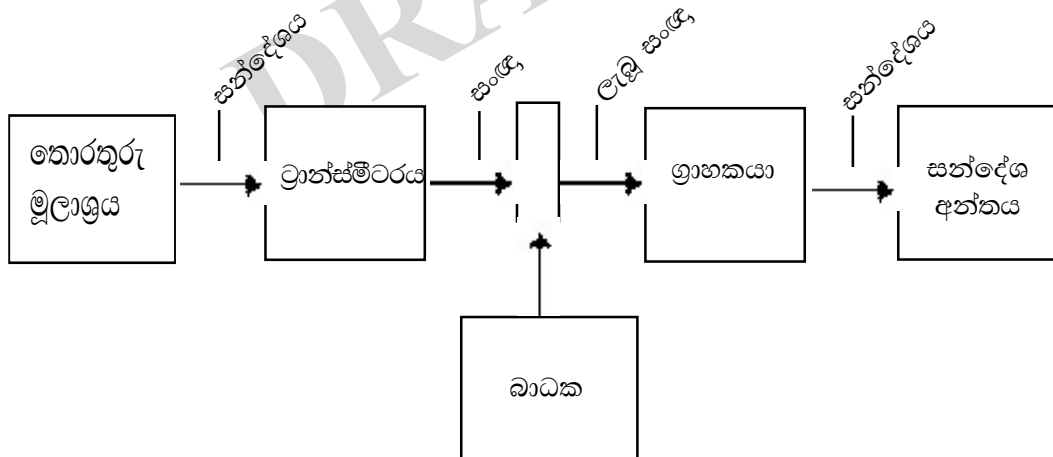
මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා:

1. මූලික අංග පහක් පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීම
2. ඒක මාර්ගික ආකෘතියක් වීම
3. ප්‍රතිචාර ප්‍රතිපෝෂණයන් පිළිබඳ ව සඳහන් නොවීම
4. සමකාලීන සන්නිවේදන කාර්යභාරය පිළිබඳ ව පමණක් අවධානය යොමු කොට කරුණු විග්‍රහ කිරීම
5. නූතන සංකීර්ණ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය විවරණය කිරීමට ප්‍රමාණවත් නොවීම

2. ශැනොන් හා විවර් ආකෘතිය (1949)

අමෙරිකානු ජාතික ගණිතඥයන් දෙදෙනෙකු වූ ක්ලෝඩ් ශැනොන් සහ චොරන් විවර් යන දෙදෙනා විසින් සන්නිවේදනය පිළිබඳ මෙම ගණිතමය ආකෘතිය ඉදිරිපත් කර ඇත.

සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික ක්‍රියාවලිය කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කර ඇති මෙහි මිනිසා හා යන්ත්‍ර සූත්‍ර මඟින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය වෙත සිදු කරනු ලබන බලපෑම ද විග්‍රහ කර ඇත.



මෙම ආකෘතියෙහි ප්‍රධාන කරුණු කිහිපයක් ඇතුළත් වේ.

1. තොරතුරු මූලාශ්‍රය (Information Sources)
2. සන්නිවේදනය (Message)
3. සම්ප්‍රේෂණාගාරය (Transmitter)
4. ග්‍රාහකයා (Receiver)
5. සංඥාව (Signal)
6. බාධක (Noise)
7. සන්නිවේදන අන්තය (Destination)

තොරතුරු මූලාශ්‍රය හෙවත් සන්නිවේදකයා ලබා ගන්නා සන්දේශය තාක්ෂණික ක්‍රියාදාමයකට යටත් වී කටහඬ විද්‍යුත් සංඥා බවට පරිවර්තනය කරයි.

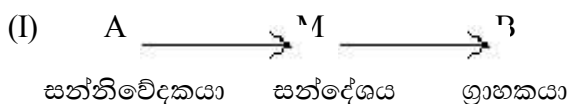
මෙහි දී සන්දේශය විකාශය කළ හැකි සංඥා බවට පත් කර ග්‍රාහකයා වෙත ඉදිරිපත් වේ. සංඥා, සංකේතවලින් හෙබි සන්දේශය මාධ්‍යයක් හරහා ගමන් කිරීමේ දී විවිධ බාධක තත්ත්වයන්ට ලක් වේ. ඒවා අර්ථ බාධා (Semantic Noise) මෙන් ම මාධ්‍ය බාධා (Channel Noise) විය හැකිය.

මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා

1. ටේබ්ලය ආකෘතියක් වීම
2. සන්නිවේදනයට බලපාන බාධක තත්ත්වයන් පිළිබඳ ව මුල් වරට අදහස් ඉදිරිපත් කිරීම
3. ප්‍රතිචාර ප්‍රතිපෝෂණය පිළිබඳ ව අවධානය යොමු නොකිරීම
4. සම්ප්‍රේෂණ හා ප්‍රතිග්‍රහණ ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කිරීම
5. තාක්ෂණික දෘෂ්ටිකෝණයකින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය විමසා බැලූ ආකෘතියකි

3. ශ්‍රාමී ඔස්ගුඩ් ආකෘතිය

විල්බර් ශ්‍රාමී හා වාර්ල්ස් ඔස්ගුඩ් විසින් මෙම සන්නිවේදන ආකෘතිය හඳුන්වා දී ඇත. මෙම විද්වතුන් දෙදෙනා සමාජ විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රයට සම්බන්ධ අය වන නිසා සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක දෘෂ්ටි කෝණයෙන් විග්‍රහ කර තිබේ.

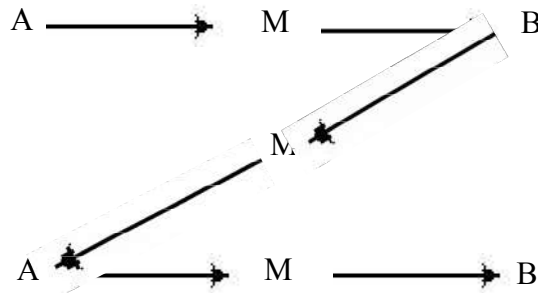


සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලික අවස්ථාව වන මෙහි තොරතුරු එක් දිශාවකට පමණක් ගමන් කරයි. එනම් ග්‍රාහකයාට (B) සන්නිවේදනය ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වීමට මෙහි අවස්ථාවක් නැත.



දෙවන පියවර මඟින් ශ්‍රාමී විග්‍රහ කරනුයේ සන්නිවේදකයාට (A) මෙන් ම ග්‍රාහකයාට (B) ද සිය අදහස් සහ යෝජනා ආදිය ඉදිරිපත් කරමින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වීමට අවස්ථාව ඇති බවයි.

(III)

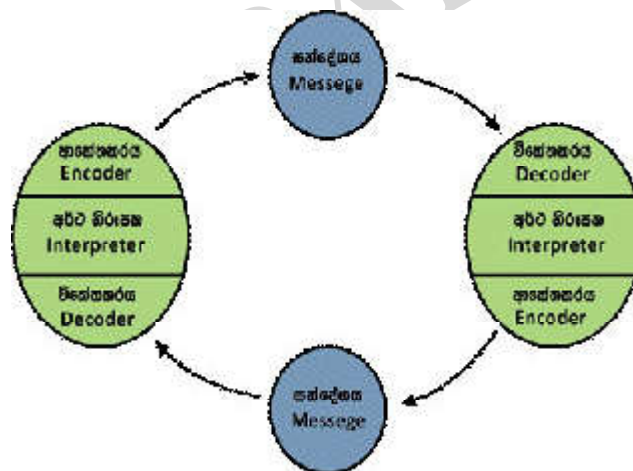


මෙම තෙවන අවස්ථාවේ දී ශ්‍රාමී පෙන්වා දෙනුයේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය එක් ස්ථානයකින් ආරම්භ වී තවත් ස්ථානයකින් අවසන් වන ක්‍රියාවලියක් නොවන බවයි. එය සන්නිවේදකාගෙන් ග්‍රාහකයාටත් ග්‍රාහකයාගෙන් සන්නිවේදකයාටත් ආදී වශයෙන් භූමිකා හුවමාරුවෙමින් අඛණ්ඩ ව සිදු වන ක්‍රියාවලියකි.

මෙහි දී සන්දේශය යන්න වැදගත් වන බව දක්වන ශ්‍රාමී එමඟින් සන්නිවේදනයට සහභාගී වන පාර්ශව අතර සම්බන්ධතාව සමීප කළ හැකි බවත් එම හේතුවෙන් සන්දේශයෙහි අන්තර්ගතය සහ එය සම්පාදනය කරන ආකාරය පිළිබඳ අවධානයට ගත යුතු බවත් සඳහන් කරයි.

ශ්‍රාමී විසින් ඉහත අවස්ථාව තව දුරටත් පෝෂණය කිරීම සඳහා වාර්ල්ස් ඔස්ගුඩ් නම් සමාජ විද්‍යාඥයාගේ ද සහාය ඇති ව සිටින අවස්ථාවේ දී 'ඔස්ගුඩ් ශ්‍රාමී ආකෘතිය' ඉදිරිපත් කර ඇත.

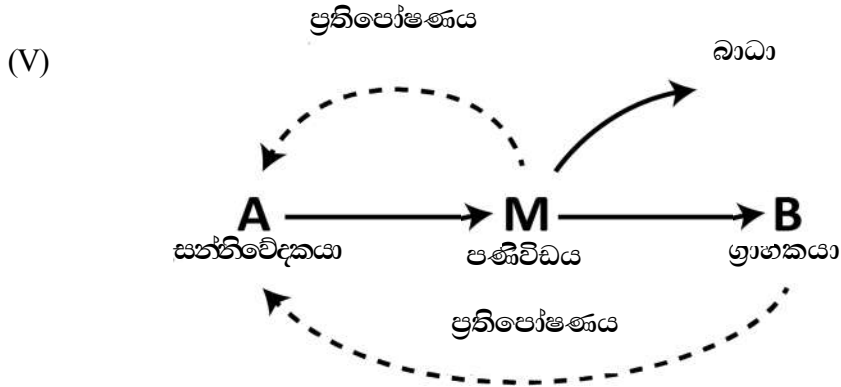
IV



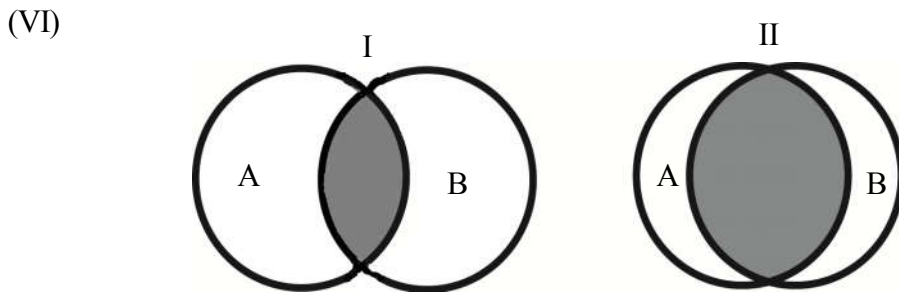
මෙම ආකෘතියේ සන්නිවේදකයා ආකේතකරණ ලෙසත් ග්‍රාහකයා විකේතකරණ ලෙසත් දක්වා ඇත. සන්නිවේදකයාට හා ග්‍රාහකයාට ලැබෙන සන්දේශය ඔවුන් විසින් අර්ථ කථනය කර ගනියි.

සන්දේශය මඟින් සන්නිවේදකයා සහ ග්‍රාහකයා අතර සම්බන්ධතාව ගොඩනගන අතර එම භූමිකා හුවමාරු වෙමින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය අඛණ්ඩ ව සිදු වේ.

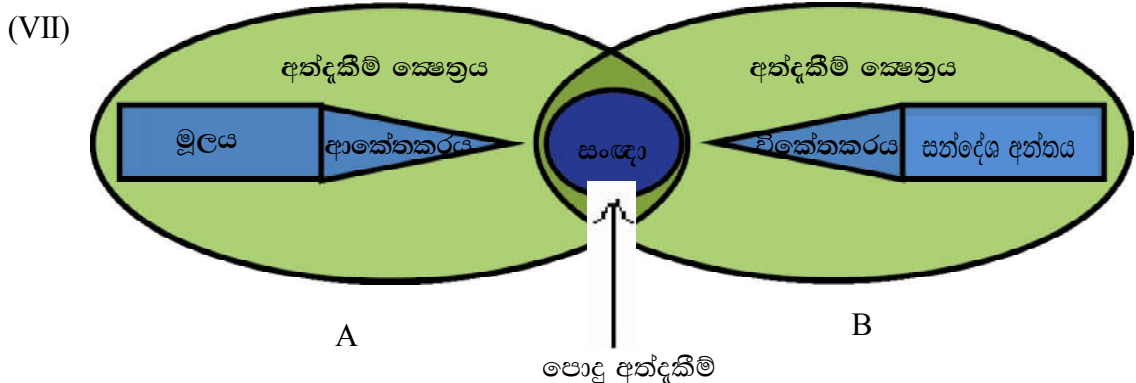
ඒ අනුව සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය එක් තැනකින් ආරම්භ වී තවත් තැනකින් අවසන් නො වී වක්‍රීය ව ගමන් කරන බව ශ්‍රාමී ඔස්ගුඩ් මෙම සිටිවන අවස්ථාවෙන් පෙන්වයි.



මෙම අවස්ථාව මගින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය කෙරෙහි බලපාන ඉතා වැදගත් කරුණු දෙකක් වන ප්‍රතිපෝෂණය (Feed Back) සහ බාධක (Noise) පිළිබඳ අවධානය යොමු කර ඇත.



මෙම අවස්ථාව මගින් පොදු අත්දැකීම් පසුපස සන්දේශ අන්තය කර ඇත. රූප සටහනට අනුව I වන අවස්ථාවේ A සහ B ගේ පොදු අත්දැකීම් අඩු බවක් (රූප සටහනේ කළු පැහැයෙන් දක්වා ඇති කොටස) දක්වා ඇති අතර II වන අවස්ථාවේ දී A සහ B ගේ පොදු අත්දැකීම් ප්‍රමාණය වැඩිය. මෙහි දී A සහ B ගේ පොදු අත්දැකීම් සමාන වීම නිසා සන්නිවේදනය සාර්ථක වේ.



කිසියම් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක් ඵලදායක වීමට නම් එයට සහභාගී වන පුද්ගලයන්ගේ අත්දැකීම් පසුතලය, සමාජ තත්වය, පරිසරයේ බලපෑම සහ අධ්‍යාපන මට්ටම ආදී කරුණු හේතු වේ. සන්නිවේදනය සඳහා සහභාගීවන්නන් අතර සමාන සංස්කෘතික වටපිටාවක්, සමාජ පසුබිමක් සහ අත්දැකීම් පසුතලයක් පවතින විට සන්නිවේදනය වඩාත් සාර්ථක වේ.

මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා

1. පියවර කිහිපයකින් යුතු ව ආකෘතිය ඉදිරිපත් කිරීම
2. සන්නිවේදකයා සේ ම ග්‍රාහකයා ද සන්නිවේදනයට වැදගත් වේ.
3. ආකේතකරණය, විකේතකරණය, අර්ථකථනය යන අවස්ථා පැහැදිලි කර තිබීම
4. සන්නිවේදනය අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් බව
5. ප්‍රතිචාර/ප්‍රතිපෝෂණය, බාධක, අත්දැකීම් පසුතලය යනාදී කරුණු විග්‍රහ කර තිබීම

ඇගයීම

1. ඔබ කැමති මාධ්‍ය සන්දේශයක් තෝරා ගන්න. විවිධ සන්නිවේදන ආකෘති මඟින් විග්‍රහ කර ඇති අංග එම සන්දේශයෙහි ඇතුළත් ව ඇති ආකාරය අධ්‍යයනය කරන්න.
2. සන්නිවේදන කාර්ය සාර්ථක වීමට හෝ අසාර්ථක වීමට ප්‍රතිචාර, ප්‍රතිපෝෂණ, බාධක, අත්දැකීම් පසුතලය, සංස්කෘතිය සහ භාෂාව ආදී කරුණු බලපාන ආකාරය ප්‍රායෝගික උදාහරණ දක්වමින් විස්තර කරන්න.

පාරිභාෂික පද

සන්නිවේදන වර්ග	-	Types of communication
අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය	-	Intrapersonal communication
අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය	-	Intger personal communication
සමූහ සන්නිවේදනය	-	Group communication
මහජන සන්නිවේදනය	-	Public communication
ජන සන්නිවේදනය	-	Mass communication
අතථ්‍ය සන්නිවේදනය	-	Vertual communication
සන්නිවේදන ස්වරූප	-	Forms of communication

කථන සන්නිවේදනය	-	Oral communication
දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය	-	Visual communication
ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය	-	Audio communication
ලිඛිත සන්නිවේදනය	-	Written communication
සන්නිවේදන ආකෘති	-	Models of communication
වාචික සන්නිවේදනය	-	Verbal communication
නිර්වාචික සන්නිවේදනය	-	Nonverbal communication

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ නාමාවලිය

1. Bittner, John R. Mass Communication: An Introduction U.S.A, 1986
2. Charles, Wright R., Mass Communication, New York, 1971
3. James Waston and Anne Hill, A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991

4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය

නිපුණතාව : 4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය පිළිබඳ අර්ථකථනය කරමින් හා ඒවායේ සුවිශේෂතා අධ්‍යයනය කරමින් විවිධ සන්නිවේදන කාර්යයන්හි දී ප්‍රායෝගික ව භාවිත කරයි.

නිපුණතා මට්ටම : 4.1 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යි අර්ථකථනය කරමින් එහි සුවිශේෂතා පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 8 යි.

ඉගෙනුම් පල :

- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යි අර්ථ කථනය කරයි.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධික්‍රම නම් කර පැහැදිලි කරයි.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල වැදගත්කම විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම් සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හැඳින්වීම, අන්තර්ගත ලක්ෂණ හා කාර්ය භාරය

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන නූතනයේ දී පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය.
- මේවා සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ ඒවායෙහි ම ක්‍රියාත්මක වේ. එමෙන් ම කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ජන සමාජවල අඛණ්ඩ ව පැවැති නියත කර්තෘවයක් නොමැති කාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත නොවන ගැමි සාමූහිකත්වයක් දක්නට ලැබේ.
- මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි (Prehistorical) ශබ්ද සංඥා (Sound signal) බෙර, සක්හඬ, නලා වර්ග, හුව, දෘශ්‍ය සංඥා (Visual signal) දූම, කොළ අතු එල්ලීම, සලකුණු තැබීම යනාදිය හරහා සන්නිවේදනය කර ඇත. ප්‍රාථමික සමාජයෙහි සත්ත්ව හැඩතල කොඩි ද තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය සඳහා භාවිත කරන ලදී. සන්නිවේදනයට උපයෝගී කර ගන්නා අතර එහි දී කොඩි ඔසවන ප්‍රමාණය, කොඩියේ ප්‍රමාණය අනුව අර්ථ වෙනස් වීම යනාදී ආචාරික ක්‍රමවේදයන් ඇසුරෙන් ද අදහස් හුවමාරු කර ගෙන ඇත. මෙම සාම්ප්‍රදායික ක්‍රමවේද රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයෙන් ප්‍රදේශයට විවිධ සංස්කෘතින් සහ පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.
- මීට අමතර ව පංචේන්ද්‍රියන් ද උපයෝගී කර ගෙන සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය සිදු වේ. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ දී සුරාංගනා කථා, මිථ්‍යා කථා, යෙදුම්, උපහැරණ කවි, සින්දු ජන ගායනා මෙන්ම කෙම් ක්‍රම ද භාවිත වේ.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය අන්තර්ගත ලක්ෂණ

පාරිසරික, සංස්කෘතික, සමාජීය, ආගමික යනාදී ක්ෂේත්‍ර ආශ්‍රිත ව ගොඩනැගුණු සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල විවිධ ලක්ෂණ හඳුනා ගත හැකි ය. මෙය පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකි. මෙයට ගැමි සංස්කෘතියට අදාළ අරමුණු, පරමාර්ථ, සිතූම් පැතුම් ජීවන රටා සහ ඊට අදාළ ආර්ථික හැකියා ආදී සාධක අයත් වේ. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය තුළ අන්තර්ගත මෙකී ලක්ෂණ පහත ආකාරයට සරල වර්ගීකරණයකට ලක් කළ හැකි ය.

01. සරල ආකෘති (Simple Form)

සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධ කර ගත හැකි සරල ආකෘති රටාවලින් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සකස් වී තිබීම මෙමගින් අදහස් කෙරේ. ගැමිජන සමාජය හා සංස්කෘතික සම්බන්ධතාව කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් වඩාත් සංකීර්ණ නො වූ පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත්වලින් ගොඩනඟා ගත් සරල ආකෘති සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල දක්නට ලැබේ. එහි දී පරිසරය මූලික කර ගත් සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන රටාවන්ට අනුව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය බිහි කර තිබීම දක්නට ලැබේ.

02. තේමා අන්තර්ගතය (Thematic Content)

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල දී එය ඉදිරිපත් කරන අරමුණට ගැළපෙන සේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගත යුතු ය. මෙම අරමුණු අතර, රෝගවලින් ආරක්ෂා වීම, හව හෝග ආරක්ෂා කිරීම, විශ්වාසයන්, විනෝදය, විග්‍රාන්තිය, භාව ප්‍රකාශන මේ අතර වේ.

03. නම්‍යශීලී බව (Flexibility)

අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාවයට ගැළපෙන ආකාරයෙන් සන්දේශය පහසුවෙන් සකස් කරගත හැකි වීම මින් අදහස් කෙරෙයි.

04. සංස්කෘතික සම්බන්ධය (Cultural Context)

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධික්‍රම ගොඩනැගී තිබෙන්නේ මෙම සංස්කෘතික බැඳීමෙහි ප්‍රතිඵල ලෙස යි. සංස්කෘතික සන්දර්භය යන්නෙන් අදහස් කෙරෙන්නේ වාරිත්‍ර වාරිත්‍ර, ඇදහිලි විශ්වාස, කලාව, දැනුම යනාදී මානවයාගේ සංස්කෘතික අංගයන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගන්නා ආකාරය මෙමගින් පැහැදිලි කර ගත හැකි ය. වෘත්තීය අනුව, අවස්ථාව අනුව (විනෝදජනක/ශාන්තිකර්ම) සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතික සන්දර්භය වෙනස් වේ.

05. පිරිවැය අවම වීම

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය නූතනය මෙන් නො ව පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා විධික්‍රම උපයෝගී කර අදහස් හුවමාරු කිරීමත් සිදු කරන බැවින් එය සාපේක්ෂ ව අවම පිරිවැයකින් සන්නිවේදනය කළ හැකි ක්‍රමවේදයන්ගෙන් ගොඩනැගී තිබේ.

06. පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගැනීම

සම්ප්‍රදායික විධික්‍රමවල දී මානවයා තම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා අමුද්‍රව්‍ය උපයෝගී කර ගෙන අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම මෙමගින් අදහස් කරයි. ශාන්තිකර්ම සහ යාතුකර්මවල මෙන් ම ගැමි නාටකවල උපයෝගී කර ගන්නා වේශ නිරූපණය, යනාදී අවස්ථාවල දී උපකරණ, සැරසිලි, වෙස්මුහුණු උපයෝගී කර ගනු ලබන්නේ පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් වේ.

2. ප්‍රාථමික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම හා සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය සඳහා ප්‍රාථමික මිනිසා විවිධාකාර විධික්‍රම උපයෝගී කර ගෙන තිබේ. ඒ අතර හුව, දූම, කොඩි, වර්ණ, කොළ අතු එල්ලීම ආදිය භාවිත කර ඇත. පරිසරය සහ මිනිසා අතර පැවැති අන්‍යෝන්‍ය සබඳතාව මෙමගින් විදහා පායි. තම අවශ්‍යතා උදවු උපකාර මෙන් ම හැඟීම් දැනීම් ප්‍රකාශනයට මෙමගින් මානවයාට හැකි සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධික්‍රම කිහිපයක් පහත වේ.

01 ජන කවි

ජන ජීවිත ආශ්‍රයතාව මත ජන කවි බිහි වී ඇත. ජනකවි ගැමි ජනතාව අතරේ ම ආරක්ෂා වී එන නිර්මාණකරුවා කවුරුන්දැයි නො දන්නා කාව්‍ය විශේෂයකි. ගැමි ජනයාගේ ජීවන දෘෂ්ටිය ඇදහිලි, විශ්වාස, අවශ්‍යතා, දුක් වේදනා, සිතූම් පැතුම් මෙමගින් සන්නිවේදනය කරයි. පරිසරය, ජීවිතය සහ අත්දැකීම් ඇසුරු කර ගෙන පණිවිඩ යැවීම මෙන් ම ප්‍රතිපෝෂණ ලබා ගැනීම හරහා ජනකවි ප්‍රාථමික මිනිසාගේ සන්නිවේදන අවශ්‍යතා සපුරා ලයි. එමෙන් ම ජනකවි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් සමාජ, ආර්ථික, සංස්කෘතික, ආගමික තොරතුරු හෙළිදරවු කර ගත හැකි ය. මෙහි දී සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රමයක් ලෙස ජනකවිවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ කිහිපයකි.

- i. මුඛ පරම්පරාගත ව පැවතීම
- ii. සාමාන්‍ය මිනිසුන්ගේ ජීවන රටාවට ගැළපෙන සරල බස් වහරක් භාවිතය
- iii. නිර්මාණකරුවා කවුරුන්දැයි නොදැනීම
- iv. විශාල ප්‍රදේශයක පැතිර පැවතීම - ග්‍රාමීය ප්‍රදේශීය ජන අවශ්‍යතාවලට නිර්මාණය වී තිබේ. පුළුල් පැතිරී යාමක් නිර්මාණය කළ හැකි ය. ප්‍රතිනිර්මාණය, ප්‍රතිඋත්පාදන ලක්ෂණවලින් සමන්විතය.
- iv. දීර්ඝ කාලයක් මුළුල්ලෙහි මිනිසුන් අතර ජනශ්‍රැතියක් ලෙස පැවතීම

අව්‍යාජත්වය, සරලත්වය, සංක්ෂිප්තභාවය, සංයමය, කථා ව්‍යවහාර ලක්ෂණ, ශබ්ද රටා හා පොදු ජනයාගේ සිතූම් පැතුම්වලට සමීප වචන කෝෂය හේතුවෙන් ජනකවිය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයෙහි සුවිශේෂ වී ඇත. මෙහි දී විවිධ ජනකවි වර්ග හඳුනා ගත හැකි ය.

උදා:- දරු නැළවිලි, ගොයම් කවි, කමක් කවි, පාරුකවි, නෙළුම් කවි, තහංචි කවි, රබන් කවි, ටිකා සිවුපද, තෙතඟු කවි

02. ජනකථා

මුඛ පරම්පරාගත ව මානව අත්දැකීම් සහ උපදේශ ලබා දීමේ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමයක් ලෙස මෙය ගොඩනැගිණි. ජනකථාවල පවත්නා විශ්ව විභජන ඥාන උල්පත ලෙස සැලකෙන්නේ ආඥානවේදය හෙවත් වෘත්තවේදයයි. චින්තනව ග්‍රාහකයා තුළ අභිප්‍රේරණයක් ඇති කරයි. ජනකථාවේ විවිධ වර්ග ඇත. උත්පත්ති කතා, සත්ව කතා, දේව කතා, වෘක්ෂ ලතා කතා, ආශ්චර්ය කතා, අත්භූත කතා, භාසොත්පාදක කතා ආදී වශයෙන් වර්ගවලට බෙදිය හැකි ය. ජනකථාවල දක්නට ලැබෙන තවත් ලක්ෂණයක් වනුයේ සාමාජීය නුවණක් ඊට අන්තර්ගත වී තිබීම යි.

එමෙන් ම ජනකතාවල ප්‍රදේශීය වාග්ව්‍යවහාරය හඳුනා ගත හැකි ය. මෙය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රබල වන්නේ ගැමි ජනතාවගේ ආර්ථික ආගමික, සංස්කෘතික ක්‍රියාකාරකම් හුවමාරු කිරීම නිසා ය. එමෙන් ම ප්‍රබල මානසික තෘප්තියක් ලබා දීමට ද මෙමගින් හැකියාව ලැබේ. දැනුම හුවමාරු කිරීම් ක්‍රමවේදයක් ලෙස ද මෙය වැදගත් වේ.

03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි තවත් සුවිශේෂ විධි ක්‍රමයක් ලෙස ශාන්තිකර්ම, යාතුකර්ම හඳුනා ගත හැකි ය. කොහොඹා කංකාරිය, වලියක් මංගල්‍යය, කඩවර කංකාරිය, බලි ශාන්තිකර්මය ආදිය හඳුනා ගත හැකි ය. මෙමගින් අපේක්ෂා කරන්නේ ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම, පැපොල, සරම්ප වැනි බෝ වන රෝගවලින් සහ අපල උපද්‍රවවලින් අත්මිදීම, විනෝදාර්ථ අපේක්ෂාව මෙමගින් සිදු වේ. මේවාහි රූපණය, සංවාද හා අභිනයන් භාවිතයෙන් සන්නිවේදනය සිදු කෙරේ. හින්දු සංස්කෘතියට අනුගතව වඩ්ටෝඩි, තෙලිටෝඩි, කාමන්කොන්තු, නාටුකන්තු, තෙලික්කුන්තු වැනි විවිධ ශාන්තිකර්ම භාවිත කරන බව විද්‍යමාන වේ.

එමෙන් ම මෙය සශ්‍රීකත්ව වර්ධන ශාන්තිකර්මයකි.

04. ගැමි නාටක

- ගැමි නාටක යනු කිසියම් කතා පුවතක් හෝ කතා පුවත් කිහිපයකින් සැදුම් ලද්දා වූ කලා අංගයක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය. නිදසුන් ලෙස කෝලම්, සොකරි, රූකඩ ආදිය නම් කළ හැකි ය.
- ගැමිනාටක විෂයෙහි උඩරට ප්‍රදේශවල පත්තිනි දේවතාව මූලික කරගෙන පවත්වනු ලබන සොකරි ජන නාටකයන්, පහතරට ප්‍රදේශවල පවත්වන කෝලම් ජන නාටකයන් මෙන් ම නාඩගම් මුඛ්‍ය වේ. හවහෝග විනාශ වීමට අදාළ ලෙඩ රෝග, වසංගත හා පලිබෝධ හානි ආදියෙන් සිදු වන විනාශයෙන් ඒවා ආරක්ෂා කර ගැනීමට මිනිසුන්ට වැලඳෙන ව්‍යාධි වසංගත හා අපල උපද්‍රවවලින් ආරක්ෂා වීම සොකරි ගැමි නාටකයෙන් අපේක්ෂා කරයි.
- සොකරි නාට්‍යය රග දක්වනු ලබන්නේ ගොයම් කපා පාගා අවසන් වූ විට කමත රංග භූමිය කොට ගෙන ය. මෙය ගම්මුත් විවේක ගන්නා කාලය වන බැවින් වටකුරු කමත රගමඬලක් කොට ගෙන සොකරි නාටකයෙන් විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම සුවිශේෂ වේ.

- මීට අමතර ව කෝලම් හෙවත් වෙස් මුහුණු නාටක ද ගැමි නාටක විෂයෙහි ප්‍රධාන වේ. මෙය වෙස් මුහුණු නාටක ලෙස දක්වන්නේ ලියෙන් සාදන ලද වර්ණවත් වෙස් මුහුණු පැලඳීම නිසා ය.
- කෝලම් යන වචනය දෙමළ ශබ්දයක් වන අතර එහි මුල් තේරුම නළුවකු විසින් පලඳින ලද වේශය යන්න යි. සිංහලයෙහි කෝලම් යන වචනයට ඇත්තේ ආරූඪ කර ගන්නා විලාසය යන අර්ථය යන්න යි.
- කවි කීම හා හිටිවන සංවාද මෙහි දී මාධ්‍ය ලෙස උපයෝගී කර ගනී. මෙහි දී සම්පූර්ණ නාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයම්බර කතාව, මනමේ කතාව, ගම කතාව ආදිය නිදසුන් ය. කෝලම් යනු විනෝදය පිණිස කරන්නක් යැ යි වචනාර්ථයෙන් පැවසුණ ද ගර්භණීන් සඳහා පැවැත්වූ අභිචාර ක්‍රමයක් ලෙසත්, සශ්‍රීකත්වය පරමාර්ථ කොට ගන්නක් ලෙසත් හඳුනා ගත හැකි ය.

03. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයේ වැදගත්කම

- ✓ විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

ගැමි ජනතාව තම විනෝදය සඳහා සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගෙන ඇත. අස්වනු නෙළීමත් සමඟ තම කාන්සිය, මහන්සිය නිවා ගැනීම සඳහා සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයන් භාවිත කොට තිබේ.

- ✓ හැඟීම් පළ කිරීම

සිතෙහි ගොඩ නැගුණු දුක් දොම්නස්, සතුට යනාදී මනෝභාවයන් ප්‍රකාශනයේ දී තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට භාවිත කරන විධි ක්‍රමයක් ලෙස සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගැනේ.

- ✓ උපදේශාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකි වීම

ආගමික, සාරධර්ම, සංස්කෘතික වටිනාකම් ඇතුළු සෞඛ්‍ය, අධ්‍යාපනය, විවිධ ජීවන අත්දැකීම් හුවමාරු කිරීම සඳහා භාවිත කර ඇත.

- ✓ සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකි වීම

ඇඳහිලි, විශ්වාස, චාරිත්‍ර චාරිත්‍ර, කලාව, දැනුම, නීති රීති, සිරිත් විරිත් යනාදිය සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට හුවමාරු කළ හැකි ය.

- ✓ දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පාදනය

වැඩිහිටි පරම්පරාවෙන් බාල පරම්පරාවට අවශ්‍ය සාමාජීය දැනුම ලබා දීම සිදු වේ.

සාම්ප්‍රදායික විධික්‍රම භාවිතයෙන් මානවයා තම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා අමුද්‍රව්‍ය උපයෝගී කර ගෙන අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම මෙමගින් අදහස් කරයි.

ඇගයීම

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යන්න පැහැදිලි කරන්න.
2. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ගේ සුවිශේෂ ලක්ෂණ හා වැදගත්කම තෝරාගත් නිදසුන් කිහිපයක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
3. 'සන්නිවේදන කාර්යය සාර්ථක ව ඉටු කර ගැනීමට සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධි ක්‍රම භාවිත කළ හැකි ය.' උදාහරණ ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.

DRAFT

නිපුණතා මට්ටම : 4.2 විවිධ ජනමාධ්‍ය ප්‍රභේද හඳුනා ගනිමින් ඒවායේ විශේෂතා අවබෝධයෙන් යුතු ව විග්‍රහ කරයි.

කාලච්ඡේද : 16 යි.

ඉගෙනුම් පල :

- ජනමාධ්‍ය යනු කුමක් ද යන්න අර්ථකථනය කරයි.
- ජනමාධ්‍යයේ සුවිශේෂතා විස්තර කරයි.
- ජනසන්නිවේදන ආකෘති නිදසුන් සහිත ව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම් සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- “අදායම්මානව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේ නම් එය ජනමාධ්‍ය වේ”
- “ජනමාධ්‍ය ලෙස අර්ථකථනය කරන්නේ පුළුල් ප්‍රදේශයක විසිරී පවතින බහුවිධ, අදායම් ග්‍රාහක කොට්ඨාසයකට ආමන්ත්‍රණය කරනු ලබන මාධ්‍ය වේ.”
- The institutions of public communication that have as their physical channel of transmission a mass medium television radio, motion pictures. news papers, books, magazines and recordings.

ජනමාධ්‍යවල ලක්ෂණ

1. වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් සිටියි
2. දොරටු පාලකයන් ගණනක් ඇත
3. ක්ෂණික හා අඛණ්ඩ
4. ප්‍රමාදිත ප්‍රතිපෝෂණය
5. සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහය
6. තාක්ෂණික අපකරණ භාවිතය
7. විෂම ජනනය ග්‍රාහකයන් පිරිසක්
8. බොහෝ විට ලාභය මුල්කර ගනියි

ජනමාධ්‍යයේ කාර්ය භාරය

- සාමාන්‍ය සන්නිවේදන කාර්යයන් ද ජනසන්නිවේදනයේ දී ඉෂ්ට කරයි. ඒවා නම්, අධ්‍යාපනය ලබා දීම, තොරතුරු සම්පාදනය, පෙළඹවීම හා විනෝදාස්වාදය ලබා දීමයි.
- මෙහි දී ජනමාධ්‍ය සමාජ පරිවර්තනය සඳහා අවශ්‍ය නව තාක්ෂණය, නව දැනුම, නව ආකල්ප, සමාජ ගත කරන අතර සමාජ භූමිකාවන් නිවැරදි කිරීමට අවශ්‍ය නව චින්තනයන් ගොඩ නංවා ලීම ද හඳුනා ගත හැකි ය. එහෙත් ජනසන්නිවේදනයට විශේෂිත කාර්යයන් ද කිහිපයක් වේ.

- ✓ සහසම්බන්ධතා ගොඩනැගීම
- ✓ අර්ථකථනය
- ✓ සුපරීක්ෂණය
- ✓ සමාජානුයෝජනය

ජනමාධ්‍ය කාර්යයන් පිළිබඳ විවිධ විද්වතුන් ද මත ඉදිරිපත් කර ඇත.

- ජනමාධ්‍ය කාර්ය භාරය පිළිබඳ ව ආචාර්ය හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල් මෙලෙස දක්වයි.

01. පරිසරය ආරක්ෂා කර ගැනීමට රුකුල් දීම
02. පරිසරයට බලපාන සාමාජිකාංග සම්බන්ධ කිරීම
03. සමාජ උරුමය අඛණ්ඩ ව ව්‍යාප්ත කිරීම

- මහාචාර්ය විල්බර් ශ්‍රාම් ද ජනමාධ්‍ය ඉටු කළ යුතු ප්‍රධාන භූමිකා 03ක් දක්වයි.

01. ආරක්ෂකයෙකුගේ භූමිකාව
02. සාකච්ඡා මණ්ඩපයක භූමිකාව
03. ගුරුවරයෙකුගේ භූමිකාව

- ජනමාධ්‍ය පවතින්නේ එය ක්‍රියාත්මක සමාජයේ පාලක පන්තියේ දෘෂ්ටිවාදයට අනුව ය.

- සංවර්ධනය සඳහා ජන මාධ්‍යයන්ට දේශගුණයක් බිහි කළ හැකි ය.

එනම් ලොව පුරා භාවිත කළ සහ දැනට භාවිත කරන තොරතුරු වෙත මාධ්‍ය අවධානය යොමු කර එය උත්තේජනාත්මක ලෙස ප්‍රචාරණය කිරීමෙන් පොදු ජනමතයක් ගොඩ නංවා ලිය හැකි ය.

- ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මුර සෙබලකුගේ භූමිකාව ඉටු කිරීම

මෙහි මූලික අදහස වන්නේ පොදු ජනතාව වෙත එල්ල වන විවිධාකාර තර්ජනයන් කෙරෙහි විමසිලිමත් වීම හා ඊට එරෙහි ව හඬ නැගීම යි.

මෙහි දී රාජ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය කෙරෙහි විශේෂ සැලකිල්ලක් යොමු කෙරේ. සමාජ ක්‍රියාවලියේ දී පාලකයෝ අත්තනෝමතික ලෙස ක්‍රියා කරත් නම් සමාජ හක්තියෙන් යුතු ව ජන මාධ්‍ය සමාජයට සිදු වන හානිය වළක්වා ගැනීමට ජනමාධ්‍ය ක්‍රියා කරයි.

- සමකාලීන සමාජයේ පවතින විඥානයේ මහිමයක් ඇත්නම් එය හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වීම.

ජනමාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රභවය කරණ කොට ගෙන නව ජීවන ක්‍රම, නව සිරිත් විරිත්, නව ඇඳුම් පැලඳුම්, නව බඩු භාණ්ඩ ආදිය අරභයා ප්‍රබෝධයක් සහ සහකම්පනයක් ඇති වීම වෙනුවට රට වැසියන් තුළ සමාජ ප්‍රගතියට හිතකර වූ නවීනත්වයක් පිළිබඳ හැඟීමක් ඇති කර ලීමට ජනමාධ්‍ය මහෝපකාරී වේ.

- ග්‍රාහක රසඥතාව පුළුල් කිරීමට උත්සුක වන ක්‍රියාදාමයන් නිර්මාණය කරයි.

ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය මගින් ප්‍රචාරය කරනු ලබන සංගීතාංග, නාට්‍ය යනාදිය විශාල පිරිසකට ආස්වාදනය කරලීමේ හැකියාව ජන මාධ්‍ය හේතුවෙන් ඇති ව තිබේ. පැරණි කාලවල

සුළු පිරිසකට පමණක් සීමා වී තිබූ කලා අංගයක් පොදු ජනයාගේ උරුමයක් බවට පත් ව ඇත්තේ ජන මාධ්‍යයේ සුවිශේෂ කාර්ය භාරය නිසා ය.

- නවෝත්පාදන විසර්ජන සඳහා තොරතුරු කේන්ද්‍රස්ථානයක් බවට පත් වීම

ජන මාධ්‍ය මගින් සමාජයේ විවිධ පුද්ගලයන්ට තම අදහස් විසර්ජනය කිරීමේ හැකියාව ලැබී තිබේ. විවිධාකාරයෙන් ලබා ගන්නා ප්‍රතිපෝෂණයෙන් මෙම අදහස් පිළිබඳ වෙළෙඳ පොළේ ක්‍රියාකාරීත්වය හඳුනා ගත හැකි ය. මෙය සමාජ, දේශපාලන, සංස්කෘතික හා ආර්ථික වැනි සාධක මත ගොඩ නැගී තිබීම හඳුනා ගත හැකි ය.

- ඥාන වර්ධනය සඳහා උපයෝගී වීම

මීට අමතර ව ජන සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්හි කාර්යයන් තව දුරටත් විමසීමේ දී ප්‍රවෘත්ති හා තොරතුරු දැනුම් දීම, විවරණ හා විවේචන, ජනතාව උනන්දු කර වීම හා මහජන ශූභ සාධන, විනෝදය හා සතුට ගෙන දීම, වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ කටයුතු යනාදියෙන් ද පැහැදිලි කර ගත හැකි ය.

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය විවිධාකාර ය. එනම් මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස යි. මුද්‍රිත මාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත සහ වාර සඟරා හඳුනා ගත හැකි අතර විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස ගුවන්විදුලිය රූපවාහිනිය හඳුනා ගත හැකි ය. තාක්ෂණයට අනුව ඩිටල් මාධ්‍යයේ ආගමනයෙන් ජනමාධ්‍ය තවත් ආකාරයකට වර්ග කෙරේ.

පුවත්පත

- පුවත්පත යනු අඛණ්ඩ ව ක්‍රමානුකූල ව නිකුත් කරන ප්‍රකාශනයකි. එය කාලීන ව වර්තමානයේ දක්නට ලැබෙන නොයෙකුත් සිදු වීම් පුළුල් ආකාරයෙන් ප්‍රවෘත්ති ලෙස ඉදිරිපත් කරන්නකි.
- සුවිශේෂ භූගෝලීය කලාපයක වෙසෙන බහුතර ජනතාවට අයත් පොදු රුචිතාවන් අඩංගු ප්‍රවෘත්ති දැක්වෙන දිනපතා හෝ සතිපතා බැගින් නිකුත් වන ප්‍රකාශනයකි. යුනෙස්කෝව පුවත්පත හඳුන්වා දී ඇති අයුරු මෙසේ ය.

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත්කර එක වර නොබඳින ලද ප්‍රකාශනයකි”

- ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ පුවත්පත හැඳින්වෙන්නේ Newspaper ලෙස යි. ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය පුවත්පත නිර්වචනය කරන්නේ මෙසේ ය.

“A printed publication (usually daily or weekly) containing the news, advertisements, literary matter and other items and or public interest.”

“මහජනයා උනන්දුව දක්වන ප්‍රවෘත්ති, වෙළෙඳ දැන්වීම්, සාහිත්‍ය හා සම්බන්ධ කරුණු හා අනෙකුත් අංශ ඇතුළත් ව දිනපතා හෝ සතිපතා පළ කරන මුද්‍රිත පත්‍රය පුවත්පත යි.

- “එඩිටින් එමර්” පුවත්පතක දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ 07ක් දක්වා තිබේ.

01. මුද්‍රිත හා මාර්ග ගත මුද්‍රණය නිකුත් වීම
02. නියමිත කාල පරතරයක් තුළ නිකුත් කිරීම
03. කාලීන බව හා නැවුම් බවකින් යුක්ත වීම
04. ආගම හෝ ව්‍යාපාරික වැනි විශේෂිත මාතෘකා මත පදනම් නො වූ පොදු අවශ්‍යතා පදනම් කර ගත් ප්‍රවෘත්ති ඇතුළත් වීම
05. සාමාන්‍ය සාක්ෂරතාව ඇති අයෙකුට වුව ද කියවිය හැකි වීම
06. කාලීන බවකින් යුක්ත වීම
07. කාලාන්තරයක් තිස්සේ පැවතීම
08. ජනමත ගොඩ නැගීම
09. ව්‍යාප්තිය පහසු කිරීම
10. විවිධ පාඨක රුචිකත්වයට අනුව ගොඩනැගීම

සම්මත ලෙස මුද්‍රණය කර මාර්ගයෙන් ආදි කල්පිත ක්‍රමෝපායන් යොදමින් මුද්‍රිත හා අවිච්ඡිද්‍රිත යන යෙදුම්වලින් බිත්ත වී අවුත් තාක්ෂණික ක්‍රියා මාර්ගයකට පිවිස මුද්‍රිත හා විද්‍යුත් යනුවෙන් බිහි වූ ක්‍රමවේදයෙන් බිහි වූ පත්‍රිකා විශේෂයක් ප්‍රචත්ත යනුවෙන් හැඳින්වේ.

වාර සඟරා

- වාර ප්‍රකාශන සඟරා යන ආකෘතියෙහි ප්‍රකාශන සඳහා Magazines, Periodicals සහ Journal යන වචන භාවිත කෙරේ.
- අමෙරිකා ජාතික ඉතිහාසඥයෙක් හා සන්නිවේදකයෙක් විසින් සඟරාව පිළිබඳව මෙලෙස අර්ථ දක්වයි.

“එකතු කොට බඳින ලද ප්‍රකාශනයක්, කුඩා හෝ විශාල කාල පරතරයක් සහිත ව නොකඩවා පළ කරන විවිධත්වයෙන් යුත් කියවීමට දැ ඇති විනෝදාස්වාදය සමඟ දැඩි ලෙස සබඳතාවක් දක්වන මුද්‍රිත ප්‍රකාශනයකි.” - සඟරාව පිළිබඳ ඉතිහාසය පොත

- සඟරාවක් යනු යම් ක්ෂේත්‍රයක් අරමුණු කර ගෙන හෝ යම් පාඨක පිරිසක් ඉලක්ක කර ගෙන නිශ්චිත කාල සීමාවල දී පළ වන කෙටි ලිපි හා රූප සටහන් සහිත ප්‍රකාශනයකි. වාර ප්‍රකාශන නමින් ද මෙය හැඳින්වේ. සඟරා පළ කිරීම මාසික, ද්විමාසික, ත්‍රිමාසික, අර්ධ වාර්ෂික හා වාර්ෂික ලෙස සිදු කළ හැකි ය.
- කලාව, ආගම, ක්‍රීඩා, කෘෂිකර්මය, විද්‍යාව වාණිජ්‍යය, ආර්ථික, දේශපාලන, ගෘහ විද්‍යාව, සංස්කෘතිය ක්‍රීඩා හා අධ්‍යාපනය යනාදී තේමා ඔස්සේ පළ කෙරේ.
- මුද්‍රිත මාධ්‍යයක් ලෙස ප්‍රචත්තකට සාපේක්ෂ ව සඟරාවල වෙනස් කම් ද දැකගත හැකි ය. සඟරා ලිපි දිගු කාලයක් සුරැකි ව ගබඩා කර ගැනීමෙන් දැනුම ලබා ගත හැකි වේ. දෛනික තොරතුරු අන්තර්ගත නො වේ.

ආමන්ත්‍රණය කරන බව මාර්ගල් මැක්ලහන් පෙන්වා දී ඇත. යම් කිසි දුර ප්‍රමාණයක් හරහා චලනය වන රූප සහ ශබ්ද ලබා ගනිමින් හා විකාශය සඳහා බහුල ව භාවිත කරන පද්ධතියකි.

- මෙය ජනප්‍රිය මාධ්‍යයක් වීමට බලපෑ ප්‍රධාන හේතුව ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සම්පීඩනයක් වීම යි. එමෙන් ම රූපවාහිනිය ප්‍රබල සමාජ පරිවර්තනයක් සිදු කර තිබේ.

ජන සන්නිවේදන විකාශයේ වැදගත් සංධිස්ථාන

ක්‍රි.පූ 3000- 1700

පුවත්පත

සුමේරියානුවන් විසින් ශබ්ද විද්‍යාත්මක මෙවලමක් ලෙස කීලාකෂර පිටපත් (Cuneiform script & මැටි පුවරු මත සටහන් කරන ලදී

ක්‍රි.ව. 105

චීනයේ විසූ සායිලුන් (Tsay Lun) නැමැති අත්තැන්පුර සේවකයා විසින් කඩදාසි ප්‍රථමයෙන් නිපදවන ලදී. ඉවත ලන රෙදි කඩමලු, පත් වර්ග සහ ශාක අතු භාවිතයෙන් මෙම කඩදාසි නිපදවා තිබේ.

ක්‍රි.ව. 868

ලෝකයේ ඉපැරණිතම මුද්‍රිත ග්‍රන්ථය ලෙස සැලකෙන මහායාන බුදු සමයට අයත් ත්‍රිපිටක ග්‍රන්ථයක් වූ වජ්‍ර සූත්‍රය වොංඨී නැමැති චීන රාජකයෙකු විසින් තමාගේ මිය ගිය දෙමාපියන්ට පිං පිණිස මුද්‍රණය කරනු ලැබ ඇත.

ක්‍රි.ව. 1455

ජර්මානු ජාතික ජොහැන්‍රික් ගුටෙන්බර්ග් (Johannes Gutenberg) විසින් මුද්‍රණ යන්ත්‍රය නිපදවා බයිබලය මුද්‍රණය කරන ලදී. මෙය බටහිර ලෝකයේ පළමු මුද්‍රිත ග්‍රන්ථය යි.

1665

එංගලන්තයේ පළමු වැනි සත්‍ය පුවත්පත ලෙස “The Oxford Gazette” බිහි විය.

1702

The Daily Courant එනම්, දිනපතා පළ වන පළමු ඉංග්‍රීසි පුවත්පත ලන්ඩනයේ දී ප්‍රකාශයට පත් කරන ලදී.

1721

පළමු ඇමරිකානු පුවත්පත ලෙස The New England Courant ජේම්ස් ෆැන්ක්ලින් විසින් පළ කරන ලදී.

1783

The Pennsylvania Evening Post ඇමරිකාවේ ප්‍රථම දිනපතා පුවත් පත වේ.

1819

ඉන්දියාවේ පළමු නිත්‍ය පුවත්පත ලෙස Samachar ඉංග්‍රීසි බසින් පළ විය.

1832

The Colombo Journal ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම පුවත්පතකි.

1860

“ලංකාලෝකය” ප්‍රථම සිංහල පුවත්පත යි.

1862

“ලක් මිණි පහණ” රජයේ ලියාපදිංචි කළ ප්‍රථම සිංහල පුවත්පත යි.

ගුවන් විදුලිය

1844

සැමුවෙල් මෝස් විසින් පළමු ටෙලිග්‍රැෆික් පණිවිඩය (විදුලි පණිවිඩය) යවන ලදී. මේ සමග පණිවිඩ හුවමාරුව ඉතා ඉක්මනින් කළ හැකි විය.

1888

විද්‍යාගාර පරීක්ෂණ මගින් ජර්මන් විද්‍යාඥයකු වන “Heinrich Hertz” විසින් රේඩියෝ තරංගවල පැවැත්ම විස්තර කරන ලදී.

1901

ගුග්ලිමෝ මාර්කෝනි විසින් රේඩියෝ තරංග යොදා ගනිමින් සංකේතාත්මක පණිවිඩයක් යවමින් අන්ලාන්තික් සාගරය ඔස්සේ ගුවන්විදුලි සන්නිවේදන අත් හදා බලා තිබේ.

1906

“Reginald Fessenden” වායු තරංග යොදා ගනිමින් හඬ සහ සාහිත්‍ය විකාශනය කිරීමට ද සමත් විය.

1916

හැරල්ඩ් පවර් සිය රේඩියෝ සමාගම මත අමෙරිකානු රේඩියෝ සහ පර්යේෂණ සමාගම විසින් ටෆ්ට්ස් (Tufts) විශ්වවිද්‍යාලයේ සිට ලොව ප්‍රථම අඛණ්ඩ ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය විකාශනය කර තිබේ.

1935

එඩ්වින් ආම්ස්ට්‍රොන්ග් (Edwin Armstrong) විසින් FM (Frequency Modulation) රේඩියෝව වැඩි දියුණු කරන ලදී.

1924

ලංකාවෙහි ප්‍රථම වරට එළිමහන් ගුවන්විදුලි විකාශනයක් ලෙස සංගීත සංදර්ශනයක් විසිරුවා හරින ලදී.

1925

ට්‍රාන්ස්මිටරයක් භාවිතා කරමින් ශ්‍රී ලංකාවෙහි නිතිපතා අඛණ්ඩ ගුවන්විදුලි විකාශ කටයුතු පවත්වා තිබේ.

සිනමාව

1826

ප්‍රංශ ජාතික ජෝසෆ් නිසිපෝනිප්සේ (Joseph Nicephore Niepce) නම් රසායන විද්‍යාඥයා විසින් ලෝකයේ ප්‍රථම වරට රූපයක් රඳවා ගත හැකි ක්‍රමයක් සොයා ගන්නා ලදී.

1978

එඩ්වඩ් මුරග්බ්‍රස් ස්ටීරිස්කෝප් කැමරා 24ක් භාවිතයෙන් අශ්ව ධාවන තරගයක් සාර්ථක ව ඡායාරූප ගත කර තිබේ.

1882

Etienne – Jules Marey විසින් කලානුරූපී ව ඡායාරූප ගත කිරීමේ තුවක්කුවක් සොයා ගන්නා ලදී. එමගින් තස්පරයකට අඛණ්ඩ ඡායාරූප 12ක් ගත හැකි ය.

1891

ප්‍රෙඩ් ඕටිස් නැමැති පුද්ගලයා කිවිසුම අරින දර්ශනයක් රූ ගත කොට තිබේ. මෙය කැමරාවක් ඉදිරියේ කර ලද ප්‍රථම රඟපෑම යි.

1894

චාල්ස් ග්‍රැන්සිස් ජෙන්කින් සිය ප්‍රක්ෂේපණ උපකරණය වන පැන්ටෝස්කෝප් උපකරණය භාවිත කරමින් මහජනතාව ඉදිරියේ ප්‍රථම වරට ප්‍රදර්ශනයක් කර ලී ය. එහි දී පිංතූර ප්‍රක්ෂේපණය කර ඇත.

1895

ලොව ප්‍රථම මහජන වලන රූප ඉදිරිපත් කිරීම බර්ලින්හි එම්ල් සහ මැක්ස් ස්කැලැන්ඩොනෝ විස්කි යන අය විසින් සිය බයිස්කෝප් (**Biscope**) උපකරණය ඔස්සේ සිදු කරන ලදී.

1896

නිව්යෝර්ක් නුවර කොස්ටර් ඇන්ඩ් බියෙල් සංගීත ශාලාවේ දී වලනය වන රූප පෙළක් තිරයක් මත ප්‍රක්ෂේපණය කරන ලදී. එය අමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ ප්‍රථම ප්‍රක්ෂේපණ අවස්ථාව යි.

1927

සිනමාවට හඬ එකතු විය. ඒ වොනර් සහෝදරයන්ගේ The Jazz Singer චිත්‍රපටය සමගිනි.

1947

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම චිත්‍රපටය ලෙස “කඩවුණු පොරොන්දුව” තිරගත විය.

1956

ලාංකේය ගැමි පරිසරය විදහා දැක්වෙන ප්‍රථම චිත්‍රපටය ලෙස “රේඛාව චිත්‍රපටය” තිරගත විය.

රූපවාහිනිය

1873

විලෝග්බ් ස්ටීන් විසින් සෙලනියම් මූලද්‍රව්‍ය භාවිතයෙන් Photo Conductivity උපකරණය සොයා ගැනීම

1887

පෝල් නිප්කෝව් විසින් ස්කෑන් කැටිය (Scanning Disk) සොයා ගැනීම

1926

ජෝන්ලොග් බෙයාර්ඩ් සාර්ට්ක ම ආකාරයේ රූපවාහිනි ක්‍රමය ලොවට ඉදිරිපත් කළේ ය.

1936

ලොව ප්‍රථම මහජන රූපවාහිනි සේවාව උතුරු ලන්ඩනයේ වික්ටෝරියා ඇලෙක්සැන්ඩ්‍රා මාලිගයේ සිට සම්ප්‍රේෂණය කරන ලදී.

1953

ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ ෆෙඩරල් (FCC) විසින් වර්ණ රූපවාහිනි පද්ධතියක් පළ කරන ලදී.

1979

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම රූපවාහිනි නාලිකාව ලෙස ස්වාධීන රූපවාහිනිය ආරම්භ විය.

1982

ජපන් රජයේ ආධාර මත ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනි සංස්ථාව බිහි විය.

ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය

- ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සන්නිවේදන ආකෘති මගින් හඳුනාගත හැකි ය.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සඳහා තොරතුරු මූලාශ්‍රය, සන්නිවේදකයා, සන්දේශය, බාධක යන ලක්ෂණ අඩුවැඩි වශයෙන් පවතී.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සංකීර්ණ වූවකි. මෙම ක්‍රියාවලිය ආයතන හිමිකාරිත්වය, දේශපාලන, සමාජ සම්බන්ධතා මගින් විවිධ සීමා හා පාලනයක් ජනමාධ්‍ය තුළ සිදු වේ.
- ඒ හැරුණු විට විවිධ නියාමනයන්ට යටත්ව ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය වෙනස් වේ. ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය වේගයෙන් වෙනස් වේ. සරල වේ. විවිධ අන්තර්ගතයන් ජනමාධ්‍යවල නිර්මාණය වේ.
- මේවා අනෙකුත් මාධ්‍යවල භාවිත වන ආකාරයට සැකසේ. වඩා වැදගත් වන්නේ තොරතුරු හා විනෝදය ලබා දීමයි. ජනමාධ්‍යයකට බිහි වීමේ ක්‍රියාවලිය පියවර ගණනක් සිදු වේ. ප්‍රවෘත්ති ජනයාට බලපායි. ඒ නිසා වඩා විධිමත්ව ප්‍රවෘත්ති සැකසීම ජනමාධ්‍යයේ වගකීමකි.
- මෙම ක්‍රියාවලිය ජන සන්නිවේදන ආකෘති මගින් රූපකාර ව සරල ලෙස පැහැදිලි කර ගත හැකි ය. මෙහි දී HUB ආකෘතිය විමසා බැලීමෙන් ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය අවබෝධ කර ගත හැකි වේ. (33 වන පිටුවෙහි ඇති HUB ආකෘතිය විමසන්න.)

නිපුණතා මට්ටම : 4.3 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය හඳුනා ගනිමින් ඒවාහි සමාජ කාර්යභාරය පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 10 යි.

- ඉගෙනුම් පල :
- නව මාධ්‍ය යන්න හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
 - නව මාධ්‍යයන්ගේ කාර්යභාරය පැහැදිලි කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යන්න පැහැදිලි කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍යයන්ගේ කාර්යභාරය විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

නව මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- නව මාධ්‍ය යනු අංකිත තාක්ෂණය ඔස්සේ තොරතුරු අංකිත කිරීම, ශබ්දය, වචන, දත්ත, ග්‍රැෆික්ස්, චිත්‍ර, රූප, වීඩියෝ හඳුන්වා ඒවා ඉතා පහසුවෙන් පිටපත් කර අඩු පිරිවැයක් යටතේ ඉතා වේගයෙන් බෙදා හැරිය හැකි මාධ්‍යයි. මෙම දත්ත, හඬ, ශබ්ද බිංදුවන් එකත් අතර අංකිත තාක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්ට හඳුන්වා දක්විය හැකි ය.
- නව මාධ්‍ය දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ බිහි වූවකි.
- දුරකථනය ප්‍රධාන වශයෙන් කථන, හා සංඥා මත රැඳී පවතී. රැහැන් සහිත දුරකථන ක්‍රියාවලිය මේ වන විට රැහැන් රහිත වී ඇති අතර එය අංකිත දුරකථන තාක්ෂණය දක්වා වර්ධනය වී ඇත.
- එමඟින් දුරකථන ජාලයේ කාර්ය, ශක්‍යතාව සහ ගුණාත්මක බව වැඩි දියුණු විය. මෙම ක්‍රියාවලියේ දී සෙලියුලර් ජාල සමාජය (IG) ඩිජිටල් දුරකථන ජාල සමාජය (TG) අධිවේග දත්ත ජාල සමාජය හා බ්‍රොඩ් බ්‍රැන්ඩ් ජංගම දුරකථන තාක්ෂණය (3G) ALL-IP ජාල සමාජය (4G) දක්වා මෙන් ම වන්දිකා තාක්ෂණික දුරකථන සන්නිවේදනය දක්වා ද වර්ධනය වීම දැක ගත හැකි ය.
- අන්තර්ජාලය නව මාධ්‍යක් ලෙස සැලකිය හැකි වන්නේ එමඟින් ජාල ගත වේගවත් තොරතුරු හුවමාරුවක් සිදු වන බැවිනි. 1960 දශකයේ පරිගණකය ආශ්‍රයෙන් එකිනෙකා අතර විශේෂයෙන් පර්යේෂණ පදනම් කර ගෙන විද්‍යාව සම්බන්ධ තොරතුරු සංසරණය හා යුද හමුදා ක්ෂේත්‍රවලට අවශ්‍ය තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට ගත් උත්සාහයේ ප්‍රතිඵල ලෙස මෙය බිහි විය.
- නව මාධ්‍ය බිහි වීම සඳහා පාදක වූ ආර්ථික සමාජ, දේශපාලන, තාක්ෂණය ආදී ක්ෂේත්‍රවල වෙනස් කම් බලපා ඇත. ඒ අතර තොරතුරු තාක්ෂණයේ දිගු වීම ප්‍රධාන වේ.

- මීට අමතර ව අභිසාරිතා සංකල්පය ගොඩනැගීම ද මීට හේතු වී තිබේ. නව මාධ්‍ය ඇති වීමත් සමඟ ඇති වූ මෙම විපර්යාසයන් අධ්‍යයනය කළ විද්වතුන් අතර
 1. මාර්ශල් මැක්ලූහන් (Marshall McLuhan)
 2. ෆ්‍රීඩ්‍රික් කෙට්ලර් (Friedrich Kittler)
 3. බර්නාඩ් ස්ටීග්ලර් (Bernard Stiegler)
 4. මැනුවෙල් කැස්ටෙල් (Manuel Castell) ආදීහු වෙති.
- මොවුන් නව මාධ්‍ය බිහි වීම, විකාශය, අන්තර්ගතය, එහි බලපෑම පිළිබඳ අධ්‍යයනය කර ඇත.

නව මාධ්‍ය ලක්ෂණ

- නව මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ කිහිපයක් මෙහි දී හඳුනා ගත හැකි ය.
 - ❖ සංඛ්‍යාංකකරණය - Digitalization
 - ❖ ජාලගතකරණය - Networking
 - ❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය - Interactive
 - ❖ අධිපාඨනීයත්වය - Hypertextuality
 - ❖ ස්වයංක්‍රියත්වය - Automation
 - ❖ දත්ත ගබඩාකරණය - Databased
 - ❖ අධිවේග සංදේශකරණය
- මෙහි දී නව මාධ්‍යභාවිතයේ දී සංස්කෘතික ව්‍යුහ, අවකාශය ජය ගත හැකි ය. නූතන මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන තොරතුරුකරණයේ වේගයට වඩා වැඩි වේගයකින් මෙමඟින් තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට හැකි වී ඇත. මෙහි දී ලොව පුරා මිනිසුන් අතර දුරස්ථ භාවය අවම කිරීමක් හෝ සමීප කිරීමක් සිදු වේ.

සමාජ මාධ්‍ය යනු:

- නව මාධ්‍යවල දියුණු අවස්ථාවක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය හඳුනා ගත හැකි ය. එය නව මාධ්‍ය තුළින් ම පැන නැගුණකි.
- දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය මෙහි ප්‍රභව අංග වේ. මෙමඟින් නව මාධ්‍ය සංකල්පයන් ගොඩනැගී ඇති අතර එහි සුවිශේෂ ප්‍රවණතාවක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය (Social Media) හඳුනා ගත හැකි ය.
- පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් අතර සබැඳි ජාල සංවර්ධනයෙන් සමාජ ජාල ගොඩනැගී ඇති අතර මෙහි දී පරිශීලකයෝ ඩෙස්ක් ටොප් පරිගණක, සහ ලැප්ටොප් පරිගණක, ස්මාර්ට්ෆෝන්, වෙබ් අඩවි තාක්ෂණය ඔස්සේ සමාජ මාධ්‍ය සේවා වෙත අවතීර්ණ වෙති.
- මේ අනුව බිහි වූ සමාජ ජාල මාධ්‍ය වෙබ් අඩවිවල හවුල් තොරතුරු බෙදා ගැනීම සහ අන්තර්ජාල සහයෝගීතාකරණය පහසු කරන පද්ධතිය වෙබ් 2.0 වේ. 2000 වර්ෂයේ අගභාගයේ සිට මෙම සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලනය විශාල ලෙස වර්ධනය විය. තම පෞද්ගලික තොරතුරු මුදා හැරීමට හැකියාව ලැබී තිබීම මෙහි ව්‍යාප්තියට ප්‍රබල ව බලපෑවේ ය.

- සමාජ මාධ්‍ය යන වචනය කොටස් 06ක සංකලනයකි.

01. Social Forum

නිද : කපුටා, අනංමං, එළකිරි, සිංහයා

02. Social Networking

නිද : My space, tagged, social networking, forum meeting

03. Collaborative Projects

නිද : Wikipedia

04. Blogs and micro blogs

නිද: Twitter

05. Content Communities

නිද : U tube

06. Virtual game world and virtual social worlds

(Social Media Categories - Presentation by Dr. Athugala)

- මෙමගින් සන්නිවේදනයේ සාමාජිකත්වයෙහි බිහි වූ ජාලකරණයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය පිළිබඳ හඳුනා ගත හැකි ය.

සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ක්‍රියාකාරීත්වය

- බෙදා ගැනීම සඳහා කෙටි පණිවිඩ යැවීම, ඡායාරූප බෙදා ගැනීම සහ ලැබීම සිදු කිරීම ද වාර්තා කිරීම මෙන් ම විඩියෝ මත අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට හැකි වීමෙන් ද එහි ක්‍රියාකාරීත්වය ගොඩනැගීම හඳුනා ගත හැකි වේ. මෙලෙස ගොඩනංවා ඇති ක්‍රියාකාරීත්වය හරහා විවිධ සමාජ මාධ්‍ය සමාජ ජාල ගොඩනංවා තිබීම හඳුනා ගත හැකි ය.

✓ Facebook

ජනප්‍රිය නිදහස් සමාජ ජාල අඩවියකි. පරිශීලකයන්ට ඡායාරූප හා විඩියෝ එක් කිරීමට පණිවිඩ යැවීමට සහ අන්‍යයන් සමඟ සබඳතා ගොඩනංවා ලීමට හැකි වී ඇත. මෙය ලෝකයේ ලොකු ම සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිය වේ. මෙමගින් ව්‍යාපාර, වෙළෙඳ නාම ද ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය.

✓ Twitter

කෙටි පණිවිඩ හුවමාරු කළ හැකි සමාජ ජාල මාධ්‍යයකි. අතුරු 140ක් ඇතුළත් Twitter

එකකින් තමාගේ තොරතුරු ලෝකය පුරා බෙදා හැරිය හැකි වේ. සෑම ප්‍රසිද්ධ සමාගමක් මෙන් ම ජනප්‍රිය පුද්ගලයෝ Official Twitter Account එකක් පවත්වා ගෙන යති.

✓ LinkedIn

ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව සඳහා සුවිශේෂයෙන් නිර්මාණය කර ඇති වෙබ් අඩවියකි. මෙම වෙබ් අඩවියේ මූලික අරමුණ වනුයේ ලියාපදිංචි වූ සාමාජිකයන්ට තමන් වෘත්තීය දැනුමෙන් විශ්වාස කරන පුද්ගලයන් අතර ජාල ගොඩනැංවීම සහ ලේඛනගත කිරීමට ඉඩ සැලසීම යි.

✓ Pinterest

අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සොයා ගන්නා ලද ඡායාරූප හුවමාරු කිරීම සහ වර්ගීකරණය සඳහා මඟපෙන්වයි. මෙහි දී ප්‍රධාන අවධානය දෘශ්‍යමාන වේ. රූපයක් මත ක්ලික් කිරීමෙන් මුල් මූලාශ්‍රය වෙත ගෙන යයි. ඔබ සපත්තු යුගලයක් සහිත විස්තරයක් මත ක්ලික් කළ හොත් එය මිල දී ගත් ස්ථානය පැහැදිලි කරයි. මෙම සමාජ ජාල වෙබ් අඩවියේ සියයට 50කට වැඩි පරිශීලකයෝ ප්‍රමාණයක් කාන්තාවෝ වෙති. මේ අනුව කාන්තාවන්ගේ ප්‍රියතම සමාජ ජාලයක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකි ය.

✓ Instagram

ඡායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදා හදා ගැනීමට පදනම් වූ සමාජ මාධ්‍යයකි. Facebook, Twitter වැනි ජනප්‍රිය සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිවලට මේවා යොමු කළ හැකි ය. මෙය Photo Sharing සඳහා යොදා ගත හැකි අතර මෙහි 95%ක් පමණ පරිශීලකයන් ෆේස්බුක් ගිණුම් හිමියන් වීම විශේෂත්වය යි.

✓ Skype

Microsoft ආයතනයේ හිමිකාරිත්වය මත ක්‍රියාත්මක වන මෙමගින් හඬ ඇමතුම්, වීඩියෝ ඇමතුම් කණ්ඩායම් සම්මන්ත්‍රණ කළ හැකි ය.

✓ Viber

භාෂා 30කට වැඩි ගණනකින් ලබා ගත හැකි මෙම බහු භාෂා සමාජ ජාලය මගින් කෙටි පණිවිඩ, හඬ ඇමතුම්, වීඩියෝ ඇමතුම්, ඡායාරූප බෙදා හදා ගත හැකි ය. එමෙන් ම Viber out නම් විශේෂාංගය හරහා පරිශීලකයන් නොවන අයට ද ඇමතීම කළ හැකි ය.

මීට අමතර ව Whats App, qq, We chat, Qzone, Tumblr, Google+ Baidu Tieba, Sinaweibo, Line, shap chat, Vkontakte, Reddit වැනි ලොව පුරා ජනප්‍රිය වූ සමාජ ජාල, වෙබ් අඩවි රැසක් ක්‍රියාත්මක වේ.

සමාජ මාධ්‍යයේ යහපත් හා අයහපත් ලක්ෂණ

- ලොව පුරා සමාජ මාධ්‍ය වේගයෙන් වර්ධනය වෙමින් තිබේ. ළමයින්, යෞවනයන් මෙන් ම වැඩිහිටියන් ද මෙම සමාජ මාධ්‍ය අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයේ බලපෑමට නතු ව තිබේ. එය පුද්ගලයාට සහ සමාජයට විවිධාකාරයෙන් බලපෑම් කරයි.
- පරිහරණය කරන කෙනාට සංස්කරණය කළ හැකි වීම
- ග්‍රාහකයාට කැමති ලෙස පරිහරණය කළ හැකි වීම
- කෘෂික වීම
- ප්‍රයෝජනවත් ලෙස වෙනස් කිරීමට මෙන් ම අහිතකර වර්ගයන් සඳහා යොමු කර ලීමට ද මෙමගින් හැකියාව ලැබී ඇත. මෙහි දී සමාජ මාධ්‍යයේ ධනාත්මක බලපෑම් සමාජීයකරණයට බලපෑම් එල්ල කරන ආකාරය මෙසේ දැක්විය හැකි ය.
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයන් වීම
- දැනුම හුවමාරු කර ගත හැකි වීම
- එක් මාධ්‍යයකින් තව මාධ්‍යයකට යෑමට හැකි වීම
- අන්තර්ගතය නිර්මාණය කළ හැකි වීම

සිසුන්ට කඩදාසිවල ලිවීමට වඩා බ්ලොග් භාවිත කළ හැකි වීම, ගුරුවරුන් සඳහා දැනුම, කුසලතා වර්ධනය කළ හැකි වීම, දුරස්ථ ඉගෙනුම් ක්‍රියාවලියට යොදා ගත හැකි වීම

- ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

භාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීමට පහසු සහ සරල පිරිවැය අඩු ක්‍රමයකි. තම වෙළෙඳ සන්නාම ප්‍රවර්ධනය කර ලීමට ද යොදා ගත හැකි ය.

- පුද්ගල නිර්මාණශීලීත්වය බෙදා හදා ගත හැකි වීම
- ගැටලු සහ හැඟීම් ප්‍රකාශනයට හැකි වීම
- කාර්යක්ෂම සහ අඩු වියදමකින් තොරතුරු හුවමාරු කළ හැකි වීම
- දේශීය හා ජාත්‍යන්තර සන්දර්භවල විවාද, සාකච්ඡා කුසලතා වර්ධනය කළ හැකි වීම

මීට අමතරව සමාජ මාධ්‍ය විසින් සාමාන්‍යමය බලපෑම් ද සිදු කරනු ලබයි.

- මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල, දරුණු හුදකලාව, බේදජනක සියදිවි නසා ගැනීම් වැනි ගැඹුරු මනාසමාජීය ප්‍රතිඵල ඇති කිරීම
- ග්‍රාහකයන් ළබැඳියන් වී තිබීම

- පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටලු මතු වීම, ස්ථාන හෙළි දරවු වීම හා අවසරයකින් තොර ව පරිශීලකයන්ගේ ගිණුම්වලට ඇතුළු වීම
- සයිබර් හිරිහැර
- ප්‍රවණිත ක්‍රියාවලට පෙළඹවීම

සමාජ මාධ්‍ය කාර්යභාරය

- අන්තර්ජාලය ඔස්සේ විවිධ තොරතුරු නිර්මාණ බෙදා හදා ගත හැකි වීම
- තොරතුරු සාකච්ඡා කිරීම හා වෙනස් කිරීමට හැකි වීම
- දැනුම ගබඩා කිරීමේ පහසුව සහ හුවමාරු කළ හැකි වීම
- ව්‍යවසායයන්ට, ලාභ නොලබන සංවිධාන, නීතිවේදී සංවිධාන, දේශපාලන පක්ෂ හා ආණ්ඩුවලට ඵලදායී සන්නිවේදනයක් ගොඩනගා ගැනීම පහසු වීම
- පුද්ගලයන් සංවිධානය කළ හැකි වීම
- බොහෝ විට කිසි දුර වාරණයකින් තොර ව තොරතුරු සමාජගත කිරීමට ලැබෙන අසීමාන්ත ඉඩකඩ භාවිත කිරීමට හැකි වීම
- පවතින සමාජ මත වෙනස් කිරීමට හැකි වීම
- විවිධ මාධ්‍ය ක්‍රමවේද එකකට වඩා වැඩි ගණනක් එක වර භාවිත කිරීමෙන් පණිවිඩයක් සාර්ථක ව ග්‍රාහක ගත කර ලිය හැකි වීම
- පුද්ගලයන් වැඩි පිරිසකට ආමන්ත්‍රණය කළ හැකි වීම
- ප්‍රධාන ධාරාවේ මාධ්‍ය මගින් සමාජ ගත කළ නොහැකි තරාය ලෝකයේ තොරතුරු හුවමාරු කළ හැකි වීම

ඇගයීම

1. නව මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා දෙන්න.
2. නව මාධ්‍යයේ කාර්ය භාරය නිදසුන් සහිත ව විස්තර කරන්න.
3. සමාජ මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා දෙන්න.
4. වර්තමානය වන විට සමාජ මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරිත්වය හේතුවෙන් විවිධ ගැටලු මතු වී ඇත.' විමසන්න.
5. නව මාධ්‍ය මගින් මාධ්‍ය සන්දේශයක් නිර්මාණය කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 4.4 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කුසලතා ප්‍රදර්ශනය කරයි.
- කාලච්ඡේද : 12 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
- නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කරමින් සන්දේශ සකස් කර ඉදිරිපත් කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කරමින් සන්දේශ සකස් කර ඉදිරිපත් කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ දී කාණ්ඩ හතරකට වර්ග කළ හැකි වේ. ඒ පිළිබඳ අවබෝධය නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා වර්ධනයට වැදගත් වේ.
- සෙවුම් යන්ත්‍ර (Search engine)
- එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - ඊ මේල්
- බොහෝ පිරිසකගේ සිට බොහෝ පිරිසක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - බ්ලොග්
- එක් අයෙකුගේ සිට එක් අයෙකුට එක් අයෙකුගේ සිට කිහිප දෙනෙකුට සිදු වන සන්නිවේදනය - අන්තර්ජාලය මගින් සිදු වන කතා (Chat)
- බොහෝ පිරිසකගේ සිට එක් අයෙකු දක්වා හෝ එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙක් දක්වා හෝ එක් අයෙකුගේ සිට බොහෝ අය දක්වා සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය.
- නව මාධ්‍ය කුසලතා නව මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන්නන්ට මෙන් ම පරිහරණය කරන්නන්ට ද වැදගත් වේ.
- නව මාධ්‍ය භාවිතයේ දී තිබිය යුතු නිපුණතා,
 1. රූපයක් බාගත කරන්නේ කෙසේ ද?
 2. මාර්ග ගත කතාවක පෙළට සබැඳියක් (Link) එකතු කරන්නේ කෙසේ ද?
 3. ඡායාරූපයක් ගෙන සංස්කරණය කිරීම සහ වෙබ් පිටුවක එය ඇතුළත් කිරීම
 4. වෙබ් පිටුවක විඩියෝවක් සඳහා කේතයක් ඇතුළු කර එය ප්‍රතිනිර්මාණය කරන ආකාරය

- සමාජ මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කුසලතා, මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන්නන්ට මෙන් ම පරිහරණය කරන්නන්ට ද වැදගත් වේ.
- ලේඛනය - බොහෝ සමාජ මාධ්‍ය පෝස්ට්ස් පාඨ ඇතුළත් වන අතර බොහෝ දෙනෙකු පෙළ පාදක කර ගෙන ඇත. එයින් අදහස් වන්නේ සමාජ මාධ්‍යවලින් යවන ලිපි ඵලදායී වීමට නම් පාඨ යොදා පැහැදිලි ආකර්ෂණීය සන්දේශයන් නිර්මාණය කළ යුතු වන බව යි. එහි දී භාෂාව හැසිරවීම කෙරෙහි සැලකිලිමත් විය යුතු ය.
- නිර්මාණ, සජීවී වීඩියෝ කතා කිරීම, පාර්භෝගික සේවා සහ තම අදහස් දක්වමින් සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම වැනි කාර්ය කළ හැකි වේ.

ଅଢ଼ଗଣିତ

1. විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් සකස් කරන්න. ඒ මඟින් තොරතුරක් යැවීමට කටයුතු කරන්න.
2. ගුරු භවතාගේ ද සහයෝගය ලබා ගනිමින් මාධ්‍ය සමාජය සඳහා බ්ලොග් අඩවියක් නිර්මාණය කරන්න.
3. සෙවීම් යන්ත්‍රයක් ආධාරයෙන් ජනමාධ්‍යට සම්බන්ධ වැදගත් තොරතුරක් විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් මඟින් ගුරුභවතාට යවන්න.

පාරිභාෂික පද

සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය	-	Traditional Media
ජනමාධ්‍ය	-	Mass Media
නව මාධ්‍ය	-	New Media
සමාජ මාධ්‍ය	-	Social Media

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. Eldon Ray Hiebert & Others., 1987, Mass Media: Newyork
2. Joshep R. Dominic, 2010, Dynamics of Mass Communication
3. DeFleur and Dennis, 1991 Understanding Mass Communication, Houghton Mifflin Company, Boston, USA,

5. සංස්කෘතිකාවබෝධය, මාධ්‍යයේ ස්වභාවය සහ එහි බලපෑම

නිපුණතාව : සංස්කෘතිය යන්න අවබෝධ කර ගනිමින් මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය හේතුවෙන් සංස්කෘතියේ ඇති වූ වෙනස් වීම් හා බලපෑම පිළිබඳ දැනුවත් ව විචාරශීලී ව කටයුතු කරයි.

නිපුණතා මට්ටම : 5.1 සංස්කෘතිය, එහි ස්වභාවය හා විශේෂතා අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 08 යි.

ඉගෙනුම් පල :

- සංස්කෘතිය යන්න පැහැදිලි කරයි.
- සංස්කෘතියේ ස්වභාවය හා විශේෂතා පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

හැඳින්වීම

- සංස්කෘතිය බිහි වූයේ සහ වර්ධනය වූයේ මානවයාගේ සම්බන්ධතා සමඟ ම බව පෙන්වා දිය යුතු ය. අන් සියලු සත්ත්වයන්ගෙන් මිනිසා ගුණාත්මක ලෙස වෙනස් ව හඳුනා ගැනීමේ මූලික ම සාධකය සංස්කෘතිය වේ.
- සංස්කෘතිය යනු ප්‍රකෘතියේ විකෘතිය යි. සංස්කෘතිය පරිණාමයේ දී සහ එය වර්ධනයේ දී ප්‍රකෘතියේ නියමයන්ට සීමා නො වෙමින් සංස්කෘතියට සහ සමාජයට අදාළ නියමයන්වලට අනුකූල ව කටයුතු කරයි. මානවයා සිය සමාජ සහ පෞද්ගලික ජීවිතය සංවිධානය කර ගන්නේ ඊට අනුකූල ව ය. ප්‍රකෘතිය මානව අවධානයට හා ක්‍රියාකාරිත්වයට නතු වීමෙන් ගොඩනැගෙන සහ නිර්මාණය කරන සියලු වටිනාකම් සංස්කෘතිය ලෙස සැලකිය හැකි ය.
- සංස්කෘතිය මිනිසා විසින් මිනිසාගේ ලැදියා සහ අවශ්‍යතා ඉටු කිරීමේ අරමුණින් සිදු වන අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියකි. මුලින් ම Culture යන වචනය බිහි වූයේ ලතින් භාෂාවෙහි වන අතර එය cultus යන වචනයෙන් බිඳී ආවකි. සංස්කෘතිය යන වචනයේ මූලික අර්ථය යම් දෙයක් වගා කිරීම, පිළිසකර කිරීම, රෝපණය කිරීම යන්න ය.
- මෙම වචනය කෘෂිකර්මාන්තය (Agriculture) සඳහා මුලින් භාවිත කරන ලද්දේ මාර්කස් පර්සියස් කැටෝ (Marcus Porcius Cato 234-149) විසිනි. ඉන් අනතුරු ව රෝම ජාතිකයන් සංස්කෘතිය

යන වචනය විශේෂණයක් ලෙස භාවිතයට ගනිමින් එය භාෂාවේ සංස්කෘතිය, හැසිරීමේ සංස්කෘතිය ආදී වශයෙන් යොදා ගනිමින් එය මිනිසාගේ සංස්කෘතිය දක්වා සමීප විය. එසේ ම රෝම කවියෙකු දාර්ශනිකයෙකු සහ රාජ්‍ය පාලකයෙකු වූ මාර්කස් ටුලියස් සීසර් (Marcus Tullius Cicero 106-43) විසින් මානව අධ්‍යාත්මිකත්වයට අදාළ ව සංස්කෘතිය යන වචනය භාවිත කරන ලදී. ඔහු ආත්මයේ සහ බුද්ධියේ සංස්කෘතිය ලෙස දර්ශනය සැලකූ අතර මිනිසාගේ බුද්ධිය සහ ආධ්‍යාත්මය පරිපූර්ණත්වයට පත් කර ලීමේ සංස්කෘතික ගුණයක් දර්ශනයට ඇති බව සීසර් පෙන්වා දුන්නේ ය.

- සංස්කෘතිය යන වචනය ප්‍රථම වරට සංකල්පයක් ලෙස භාවිතයට පැමිණියේ 17 වන සියවසේ දී ය. සැමුවෙල් පුගෙන්ඩොර්ග් නම් ජර්මානු නීතිවේදියා සංස්කෘතිය මිනිසාගේ හස්ත නිර්මාණ එනම් කෘත්‍රිම ක්‍රියාකාරිත්වයේ ප්‍රතිඵල ලෙස අවබෝධ කර ගත්තේ ය.
- 'සංස්කෘතිය' යන්න පිළිබඳ විවිධ නිර්වචන ඉදිරිපත්වී තිබේ.

* කල්ටර් (culture) යන වචනය සමාජ හා මානව විද්‍යාවේ යෙදෙන අයුරින් පළමු වරට යොදා ගනු ලැබුවේ ඊ.බී. ටයිලර් (E.B. Tylor) 1871 දී රචිත ආදි කල්පික සංස්කෘතිය (Primitive culture) කෘතියේ ය.

* ටයිලර්ට අනුව සංස්කෘතිය යනු, "සංස්කෘතිය හෝ සහ්‍යත්වය යනු දැනුම, ඇදහිලි, කලා, නීති, සදාචාර, සිරිත් විරිත් හා මිනිසා සමාජයේ ජීවත් වන පුද්ගලයෙකු වශයෙන් ලබාගත් අනෙකුත් කුමන විධියක හෝ පුරුදු හා හැකියාවන් ඇතුළත් සංකීර්ණ සමස්තය යි. "

* බී. මැලිනොව්ස්කි (B. Malinowski) 1944 දී සංස්කෘතියේ විද්‍යාත්මක න්‍යායයන් (Scientific Theory of Culture) කෘතියේ සංස්කෘතිය විග්‍රහ කර ඇත.

"උපකරණ, පාරිභෝගික ද්‍රව්‍යය, විවිධ සමාජීය සමූහයන්ගේ ව්‍යුහමය ලක්ෂණ, මනාව සංකල්පනා, ශිල්ප, විශ්වාස හා චාරිත්‍රයන්ගෙන් අනුබද්ධ සමස්තය සංස්කෘතිය යි. "

* සංස්කෘතිය යනු සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. සමාජය එකට බැඳ තබන පොදු චරිතාකම්, විශ්වාස, සමාජ ක්‍රියාකාරකම්, නීති, කල්පිතයන් යන්න සංස්කෘතියට ඇතුළත වේ.

(Dynamic of Mass Communication - 2010)

- නූතන අවධිය වන විට අශිෂ්ට මිලේච්ඡ ස්වභාවික අදායමාන මැඬපැවැත්විය නොහැකි බලවේගවල ප්‍රතිපාර්ශ්වය ලෙස සංස්කෘතිය තේරුම් ගනී. ඒ අනුව සංස්කෘතිය යනු උගත් බව අධ්‍යාපනය ලත් බව, ශික්ෂිත බව සහ සවිඥානිකතාව ආදියෙන් පිරිපුන් බව යි.
- සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදනය එකිනෙකට අන්තර් සම්බන්ධිත ක්‍රිත්වයකි.
- 18 වැනි සියවසේ සිට මාධ්‍ය යන වචනය ජන සන්නිවේදන මාධ්‍යයටත් ඓතිහාසික මුල් ම වාහකයා වන පුවත්පත් හැඳින්වීම සඳහාත් යොදා ගන්නා ලදී. 19 වන සියවස මැද භාගය වන විට එය විශේෂ මාධ්‍ය සම්බන්ධතා (තැපැල්, විදුලි සංදේශ) ආධාරයෙන් සන්දේශ ව්‍යාප්ත කිරීම, ප්‍රචාරය කිරීම බහුලීකරණය කිරීම අර්ථයෙන් භාවිතයට ගන්නා ලදී. පුවත් පත වෙළෙඳ ප්‍රචාරණයේ අතරමැදියෙකු ලෙස මාධ්‍ය සංකල්පය ව්‍යවහාරයට ගන්නා ලද්දේ 20 වන සියවස ආරම්භයේ සිට ය.

- සමාජය, සංස්කෘතිය සහ පුද්ගලයා චේන්ද්‍රිය ව එකිනෙක වෙන් කළ නොහැකි ලෙස සහසම්බන්ධිත ය. සමාජයට වත්, පුද්ගලයාට වත් සංස්කෘතියෙන් තොර ව පැවතිය නො හැකි ය. මිනිස් ජීවිතය සම්බන්ධ ව සංස්කෘතියේ භූමිකාව සැම දාක ම සේ ම වර්තමානයේ දී ද මූලික වන්නේ ය. සමාජය සංස්කෘතිය, සන්නිවේදනය යන පුද්ගලයා සහ සංරචක අතර ඇත්තේ අවයෝජනීය සම්බන්ධතාවක් පමණක් නො ව අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයකි.
- සමාජය, සංස්කෘතිය, සහ පුද්ගලයා යන මූලික සංරචක පවතින්නේ සහ ක්‍රියාත්මක වන්නේ සන්දේශනය ඔස්සේ සිදු වන සමාජ අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය නිසා ය.
- පුද්ගලයා සහ සමාජය අතර සංකීර්ණ සම්බන්ධතාවක් පවතී. සමාජය යනු පුද්ගලයන්ගේ හුදු එකතුවක් පමණක් නො ව, එය මූලික වශයෙන් සංකීර්ණ අන්තර් සම්බන්ධතා පද්ධතියකි.
- පුද්ගලයාගේ ප්‍රභවයට හැඩගැස්මට, හැදියාවට ශික්ෂණයට සහ ගතිලක්ෂණවලට සමස්තයක් ලෙස තමා ජීවත් වන සමාජය බලපායි. එසේ ම පුද්ගල වාර්ගික ජනවාර්ගික ජාතික ජනතා විශේෂතා අදාළ සමාජයේ හැඩගැස්මට අදාළ වේ. මෙවැනි සංකීර්ණ සමාජයක් පවත්වා ගෙන යෑම සඳහා සංස්කෘතිය ඇතුළු එහි අනෙක් සියලු මෙවලම් අත්‍යවශ්‍ය වන්නේය. ඊට සන්නිවේදනය, කලාව, ආගම, දේශපාලනය, විනය, සිනමාව, දෘෂ්ටිවාදය ප්‍රචාරණය ආදිය ඇතුළත් වේ. ඒවා එක් අතකින් සමාජ පද්ධතියේ විවිධ කොටස් වන අතර අනෙක් අතින් සමාජය පවත්වා ගෙන යාම සඳහා යොදා ගන්නා මාධ්‍ය ද වන්නේය.
- සමාජය සහ පුද්ගලයා අතර සම්බන්ධතාව නිරන්තරව ම ප්‍රතිනිෂ්පාදනය කළ යුතු ය. සමාජ සංකීර්ණ පද්ධතියක් පමණක් නො ව එය ගතික සක්‍රිය පරිණාමයට ලක් වන ඒකකයකි.
- නිරන්තරව වෙනස් වන්නා වූ සමාජයෙහි තත්ත්වයන්ට, කොන්දේසිවලට පුද්ගලයා හුරු කළ යුතු ය. එම තත්ත්වයන්ට සරිලන ආකාරයට හැඩගැස්විය යුතු ය. එම ක්‍රියාවලිය හුදු පුද්ගලික ක්‍රියාවලියක් පමණක් නො ව එය ආයතනිකගත සවිඥානික ක්‍රියාවලියකි.
- මෙම ක්‍රියාවලිය සමාජානුයෝජනය යි. එහි අර්ථය වන්නේ වෙනස් වන සමාජ සංස්කෘතික තත්ත්වයන්ට පුද්ගලයා අනුවර්තනය කිරීම ය, ප්‍රතිහැඩගැස්වීම ය. මෙය පුද්ගලයෙකුගේ උපතේ සිට ම සිදු වන ක්‍රියාවලියකි. ඒ සඳහා මානව සමාජයෙහි සුවිශාල ආයතන සංඛ්‍යාවක් සම්බන්ධ වන්නේ ය. පවුල, පාසල, ආගමික ස්ථාන, දේශපාලන පක්ෂ, විවිධ පුරවැසි සංවිධාන, විශ්වවිද්‍යාල ජන මාධ්‍ය නිදර්ශන ලෙස දැක්විය හැකි ය.
- පෞද්ගලික ජීවිතයේ විවිධ කාලවල දී සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලිය විවිධ ස්වරූපයෙන් සහ විවිධ මට්ටමින් සිදු වේ. තමා ජීවත් වන සමාජයෙහි වඩාත් හොඳින් සහ සාර්ථක ව ජීවත්වීම සඳහා අවශ්‍ය වන්නා වූ ජීවන ශෛලිය, වර්ග රටා, මනෝවිද්‍යාත්මක යාන්ත්‍රණ, සමාජීය ප්‍රතිමාන සහ වටිනාකම් ඊට ඇතුළත් ය. තමන් පොදුවේ චින්තනය සහ යමෙක් සවිඥානික භාවය අත්පත් කර ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සමාජානුයෝජනය ලෙස සැලකේ.

- සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලිය මුළු ජීවිත කාලය පුරා ම සිදු වුවත් පුද්ගල ජීවිතයේ ප්‍රාරම්භක අවධියේ විශේෂයෙන් ළදරු, ළමා, ගැටවර වර්ධන මට්ටම්වල දී ඊට සුවිශේෂ අවධානයක් යොමු කරනු ලැබේ. ප්‍රාරම්භක සමාජානුයෝජන ක්‍රියාවලිය සහ ඊට සම්බන්ධ වන කාරකයන් (ආයතන) වන පවුල, ළදරු පාසල, වැඩිහිටියන් ආදීන් විසින් පුද්ගලයාගේ අනාගත පෞරුෂය සහ දැක්ම හැඩ ගැස්වීමෙහි ලා ප්‍රබල බලපෑමක් සිදු කරනු ලැබේ. අද්‍යයනයේ දී මෙයට ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය ඇතුළු නව මාධ්‍යය ද ඇතුළත් වේ.

ඇගයීම

- සංස්කෘතිය යන්න නිර්වචන ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- පුද්ගලයා, සමාජය හා සංස්කෘතිය අතර පවතින සබඳතාව නිදසුන් දෙමින් පැහැදිලි කරන්න.

DRAFT

නිපුණතා මට්ටම : 5.2 සංස්කෘති අධ්‍යයනයෙන් සංස්කෘති අතර ඇති විවිධතා හඳුනා ගෙන සංසන්දනාත්මක ව පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 24 යි.

ඉගෙනුම් පල :
 • මාධ්‍යයේ වර්ධනයක් සමඟ සංස්කෘතිය වෙනස් වූ ආකාරය පැහැදිලි කරයි.
 • මෙම සංස්කෘතිවල විවිධතා හා විශේෂතා පිළිබඳ වෙන් වෙන් වශයෙන් විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සමාජයෙහි මානවයාගේ ක්‍රියාකාරිත්වය බහුවිධ වේ. එසේ ම ඔවුන් අයත් වන සමාජ ස්ථර අනුව ද එකී ක්‍රියාකාරිත්වයේ ස්වභාවය වෙනස් වේ. එම ක්‍රියාකාරිත්වයේ විකාශය සමඟ සංස්කෘතිය බිහි විය.
- මිනිසාගේ ක්‍රියාකාරිත්වය සම්බන්ධ ව නිරන්තර ව ප්‍රධාන ක්ෂේත්‍ර දෙකක් ලෙස ස්වභාවධර්මය (ප්‍රකෘතිය) සහ සමාජය (විකෘතිය) හැඳින්විය හැකි ය. එම අංශ දෙක ම සංස්කෘතිය තුළ දක්නට ලැබේ.
- සමකාලීන නූතන මානවයාගේ පරිණාමයේ දී සැලකිය යුතු සංස්කෘතික ප්‍රභේද සමූහයක් නිර්මාණය වී ඇති බව පෙනේ.
 - සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය
 - ජන සංස්කෘතිය
 - සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය
 - ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය
 - මාධ්‍ය සංස්කෘතිය
 - ගෝලීය සංස්කෘතිය

සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය

- එය උත්තරීතර වූ ද පූජනීය වූ ද පරිශුද්ධ වූ ද ජීවන ක්‍රියාකාරිත්වයේ සංවිධාන ප්‍රභේදයකි. එය මූලික වශයෙන් උත්තරීතර සහ පූජනීය සංකේත පද්ධතියක් මත ගොඩනැගී තිබේ.
- සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය මනුෂ්‍ය වර්ගයාගේ ඉතිහාසයේ දීර්ඝතම කාලයන්හි සහ වර්තමානයේ ද පවතින්නකි. එය ජනතාව ම නිර්මාණය කරන ඔවුන් ජෛව සමාජය සහ මානව ද්‍රව්‍යයේ ආවේණික ගති ලක්ෂණවලට අනුකූල ව නිර්මාණය වී ඇති අදාළ ජනතාවගේ උරුමයකි.
- සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතියේ පෝෂණයට ජන සන්නිවේදනයේ භූමිකාව සුවිශාල ය. ජන සන්නිවේදනය සහ සාම්ප්‍රදායික සමාජය අතර අවියෝජනීය භාවයක් පවතී.

- කාර්මික සමාජයේ ක්‍රියාකාරීත්ව පාදක කොට ගෙන සාම්ප්‍රදායික සමාජ සංස්කෘතිය නූතන සමාජ සංස්කෘතියක් බවට පත් වීම ආරම්භ විය. එනම් මධ්‍ය යුගයෙහි සංස්කෘතියේ වර්ධනය නිමාවට පත් කරමින් එය නූතන යුගයට ප්‍රවිෂ්ට විය. නූතන යුගයේ සංස්කෘතිය මූලික වශයෙන් ප්‍රධාන ප්‍රවණතා දෙකක් ඔස්සේ වර්ධනය විය. එක් අතකින් මානව වාදය, බුද්ධිවාදය, විද්‍යාව, දර්ශනවාදය, අධ්‍යාපනය ආදී උසස් වටිනාකම් පාදක ව වර්ධනය වූ සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය ද අනෙක් අතින් විශේෂයෙන් ම 20 වන සියවසේ දෙවන භාගයේ දී ජන සංස්කෘතිය (mass culture) සමාජයෙහි ප්‍රමුඛතම ස්වරූපය බවට පත් විය.

ජන සංස්කෘතිය

- ජන සංස්කෘතිය යනු සාම්ප්‍රදායික සමාජයෙහි මූලික සහ ආධිපත්‍යායික සංස්කෘතිය වන්නේ ය. ජන සංස්කෘතිය සහ සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය අතර ඇත්තේ පොදුභාවයකි. ජන සංස්කෘතිය ජනයාගේ සාමූහික ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රතිඵලයකි. එය ජනතා උරුමයේ අවයෝජනීය කොටසකි.
- ජන සංස්කෘතිය නිර්මාණය වන්නේ ජන වාර්ගිකත්වයන් පාදක කොට ගෙන ය. ලෝකයේ විවිධ ජනවර්ග 6000 පමණ ඇති අතර ඒ සෑම ජන වාර්ගිකත්වයකට ම සිය ජන සංස්කෘතියක් තිබේ. මූලික වශයෙන් සාම්ප්‍රදායික සමාජ අවකාශවල සිය පරිණාමයේ විවිධ මට්ටම්වල ජීවත් වන ජනවර්ග සහ ඔවුන්ගේ සංස්කෘති දැවැන්ත විවිධත්වයක් නිර්මාණය කරන්නේ ය.
- ජන සංස්කෘතිය සාමූහික ප්‍රභවයක් වන අතර එහි නිර්මාණ අකර්තෘකාරක වේ. ජන සංස්කෘතිය ජනතාවගේ බිම් මට්ටමේ ලැදියා සහ අවශ්‍යතා නියෝජනය කරන්නේ ය. එය ජනතාවගේ නිර්මාණයක් වන අතර එහි ඇත්තේ පොදු වටිනාකම් ය. ජන සංස්කෘතිය සෘජු ලෙස ම සමස්ත සමාජ ක්‍රියාවලිය සමඟ ම සම්බන්ධ වන්නේය.
- ජනතාවගේ දෛනික ශ්‍රම ක්‍රියාකාරීත්වය සහ ජන සංස්කෘතිය අතර ඇත්තේ සෘජු සහ අවයෝජනීය සම්බන්ධතාවකි.
- ජන සංස්කෘතිය පාදක ව සම්භාව්‍ය සංස්කෘතීන් බිහි වන අතර ජන සංස්කෘතියට සාපේක්ෂව සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය උසස් සදාචාරාත්මක වූ ද බුද්ධිමය වූ ද ශක්‍යතාවකින් සමන්විත වන්නේය.
- සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය මානව සමාජයේ පරිණාමයේ නිශ්චිත මට්ටමක් සමඟ සම්බන්ධ අතර එය නිර්මාණය කරනු ලබන්නේ ඊට විශේෂ බුද්ධිමය සහ කලාත්මක හැකියාවක් ඇති පුද්ගලයින් විසිනි. ඔවුන් අතර ප්‍රකට ලේඛකයෝ, කලාකරුවෝ, සංගීතඥයෝ, නර්තනවේදීහු චින්තකයෝ සිටිති. එම නිර්මාණ උසස් කලාත්මක සහ සෞන්දර්යාත්මක වටිනාකමකින් අනූන වන අතර ඒවායේ බුද්ධිමය සහ සදාචාරාත්මක මට්ටම ද උසස් තලයක පවතී.
- සමාජ සහ මිනිසාගේ වර්ධනයට බුද්ධිමත් මිනිසාගේ මානව වාදයේ, සබුද්ධිකවාදයේ උසස් පරමාදර්ශයන්ගේ සහ මානව සන්තාවේ උසස් ප්‍රාරම්භයන්ගේ සක්‍රීය දයකත්වය නියෝජනය කරන මානව සංස්කෘතියේ විශේෂ ප්‍රභේදයක් ලෙස සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය හැඳින්විය හැකි ය. එය විද්‍යාවේ, අධ්‍යාපනයේ සහ කලාවේ උසස් ජයග්‍රහණවල ප්‍රතිඵලයකි.

- ජන සංස්කෘතිය සම්ප්‍රදායික මානවවාදී සංස්කෘතියෙන් මූලික වශයෙන් වෙනස් වන්නේ ය. ජන සංස්කෘතිය මානව සමාජ පරිණාමයේ ප්‍රතිඵලයක් වූ අතර එය කාර්මික සහ පශ්චාත් කාර්මික සමාජයෙහි වර්ධනය අවස්ථාවකි.
- ජන සංස්කෘතික මූලයන් කාර්මික, නාගරික, සංහතික නිෂ්පාදන මාදිලිය සමඟ සම්බන්ධ ය. ජන සංස්කෘතිය බුද්ධිමය, සද්චාරාත්මක, කලාත්මක සහ මානුෂීය මට්ටම සම්භාව්‍ය සංස්කෘතියට වඩා බොහෝ පහත් සහ ප්‍රාථමික මට්ටමක පවතී. එය දශ ලක්ෂ සංඛ්‍යාත මිනිස් සංහතිකයන් සඳහා නිර්මාණය කරන්නක් නො ව නිෂ්පාදනය කරන්නකි.
- ජන සංස්කෘතිය (mass culture) යන පාරිභාෂිකය ප්‍රථමයෙන් භාවිත කළ 1957 ලිපි සංග්‍රහය සම්පාදනය කළේ ඩේවිඩ් වයිට් (D. White) සහ බර්නාඩ් රොසෙන්බර්ග් (B. Rosenberg) යන අය යි.

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය

- ජන සංස්කෘතියේ වඩාත් ම ජනාකර්ෂණීය කොටස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය වේ. එනම් ජන සංස්කෘතියේ සම්පීණ්ඩිත සාරය ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය වේ. සමහර අවස්ථාවල දී Mass Culture සහ Popular Culture පර්යාය පද ලෙස ද භාවිත කරනු පෙනේ.
- 20 වන සියවසේ දී පරිභානියට පත් වූ සම්භාව්‍ය සංස්කෘතියට විකල්පයක් ලෙස ක්‍රමානුකූල ව ජන සංස්කෘතිය හා එහි උපරි ස්වරූපය ලෙස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය වර්ධනය වන්නට විය.
- ජනප්‍රිය සංස්කෘතියේ විශේෂ ලක්ෂණ අතර එය නොගැඹුරු වීම, සරල වීම, මහා පරිමාණකව නිෂ්පාදනය වීම, සියලු දෙනාට ම සමීප වීම, සම්භාව්‍ය සංස්කෘතියේ වූ හිඟකම සහ දුර්ලභ කම වෙනුවට මෙහි ඇත්තේ අතිරික්තයක් සහ සුලභ කමකි.
- මෙය කාටත් පහසුවෙන් රසවිඳිය හැකි වීම, මෙහි බුද්ධිමය සද්චාරාත්මක සහ කලාත්මක මට්ටම හීන වීම, මෙහි පරිභෝජකයන් පොදු ජනතාව වීම නිසා මෙය පරිහරණය කිරීමට, ඇසුරු කිරීමට ස්ථානයක් හෝ වේලාවක් විශේෂ ශ්‍රමයක්, පරිශ්‍රමයක්, මුදලක් මෙන් ම විශේෂ බුද්ධිමය සහ අධ්‍යාපන මට්ටමක් අවශ්‍ය නොවේ.
- එසේ ජන සහ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය ධනෝත්තර නිෂ්පාදන ක්ෂේත්‍රයෙහි ව්‍යාපාරයක් වීම, එනම් සංස්කෘතික ක්ෂේත්‍රය වෙළෙඳ පොළ ක්ෂේත්‍රයක් බවට පත් වීම සෞන්දර්යාත්මක වටිනාකම වෙළෙඳ පොළ මිල මගින් විකුන්වීම, සංස්කෘතික නිර්මාණවල ගුණාත්මකභාවයේ ඉරණම තීරණය කරන සාධකය බවට ජන මාධ්‍ය පත් වීම, නිර්මාණවල ගුණාත්මක භාවය තීරණය කරන නිර්ණායක බවට සෞන්දර්ය, අධ්‍යාපනය, මානව වාදය, සද්චාරය තව දුරටත් පත් නොවීම දැක්විය හැකි ය.
- වර්තමානයේ මෙම සංස්කෘතියේ නිර්මාපකයන්, නිෂ්පාදකයන් වන්නේ සාමාන්‍ය බුද්ධි මට්ටමක් ඇති, මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ නිර්මාණාත්මක හැකියාවක් ඇති, මතුපිට දෘක්ෂමක් ඇති පිරිසකි. මෙම ජන සහ ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය කර්මාන්තයක් බවට පත් වී ඇති අතර එහි ප්‍රධාන භූමිකා දරන අය අතර ව්‍යාපාරිකයන්, සංවිධායකයන් ආදීන් දැක්විය හැකි ය.

මාධ්‍ය සංස්කෘතිය

- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව වර්ගයාගේ සංස්කෘතික පරිණාමයේ මැතක දී බිහි වූ නවතම සංස්කෘතික ප්‍රභේදයක් ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. විශේෂයෙන් 20 වැනි සියවස මැද දී සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ ප්‍රමාණවත් වශයෙන් බිහි වූ සංස්කෘතිකවේදය (culturology) විෂයයේ ළදරුවෙකු ලෙස මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යන ක්ෂේත්‍රය බිහි ව වර්ධනය වන්නට විය.
- සංස්කෘතියෙහි ජන මාධ්‍ය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ඓතිහාසික ස්වරූපයක් ගන්නා අතර එය සමාජ අවශ්‍යතා මත තත්ත්වාරෝපණය වෙමින් පුද්ගල සමාජානුයෝජනයට සහ සංස්කෘතියේ ක්‍රියාකාරිත්වයට උපකාරී වන්නේ ය.
- ලෝක සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ ළදරුවෙකු ලෙස මාධ්‍ය සංස්කෘතිය නම් වූ පාරිභාෂික වචනය බිහි වන්නේ 20වන සියවසේ තෙවන කාර්තුවේ දී ය.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමකාලීන සංස්කෘතියේ සුවිශේෂ අංගයකි. එය මානව සමාජ පරිණාමයේ විඥපන (තොරතුරු) අවධියට අයත් සංස්කෘතික ප්‍රභේදයකි.
- එනම් මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු විඥපන (තොරතුරු) සමාජයේ සංස්කෘතිය වන්නේ ය. මාධ්‍ය යන සංකල්ප ද 20 වන සියවසට අයත් සංකල්පයක් වන අතර එය ප්‍රාරම්භක වශයෙන් භාවිතයට ගන්නා ලද්දේ ජන සංස්කෘතියේ අංග අර්ථවත් කිරීම සඳහා ය.
- 20 වැනි සිය වසෙහි මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සඳහා අවශ්‍ය වූ සංකල්පීය පදනම නිර්මාණය කළ එක් පුරෝගාමියෙකු බවට පත් වූයේ චෝල්ටර් බෙන්ජමින් ය. විද්‍යාව සහ තාක්ෂණය නිසා කලාත්මක සහ මාධ්‍ය පෙළෙහි සිදු වන තීරණාත්මක වෙනස් කම් රාශියක් පෙන්වා දුන්නේ 20 වැනි සියවසේ තුන්වන දශකයේ දී ය. තාක්ෂණික ප්‍රතිනිෂ්පාදනයේ අතිදිවැන්න හැකියාව නිසා මුල් කෘතිය සහ අනුපිටපත (කොපිය) අතර පවතින සමාජීය සහ කලාත්මක වෙනස් කම් අතුරුදහන් වන්නේ ය.
- මේ තත්ත්වය තුළ මාධ්‍ය සන්නිවේදන සන්දේශනවල සහ කලා නිර්මාණවල විශේෂත්වය, අද්විතීයත්වය, ප්‍රභාව, ගුප්තභාවය පරමාදර්ශීභාවය, සද්‍යනිකභාවය, උත්කෘෂ්ටභාවය සහ ශ්‍රේෂ්ඨත්වය විකාශය වී ගොස් ඒවා අර්ථ හා රස රහිත එනම් හර සුන් හා රස සුන් (රස හීන) පෙළ බවට පත් වන්නේ ය. වර්තමාන මූලික, ගුවන්විදුලි, රූපවාහිනී සමාජ මාධ්‍ය සන්දේශනවල ඇති බහුතරයක මේ තත්ත්වය නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය.
- ප්‍රතිනිෂ්පාදන තාක්ෂණය කලා සහ සන්නිවේදන සන්දේශන සාම්ප්‍රදායික ක්ෂේත්‍රයෙන් ඉවත් කොට එහි අද්විතීයභාවය හා ගුණාත්මකභාවය අහිමි කර එය ජන හා ප්‍රාථමික දෙයක් බවට පත් කරයි.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ පෙළෙහි මූලික ලක්ෂණය වන්නේ එය පෞද්ගලික සතුවේ, ප්‍රීතියේ, වින්දනයේ පරිභෝජනයේ සිට ප්‍රාථමික ජන පරිභෝජනයේ විහිදී ගිය, බහුවිධ ස්වරූප සහ ශෛලීන් බවට පත් වීම යි.
- විශේෂයෙන් සමකාලීන අර්ථයෙන් මාධ්‍ය සංස්කෘතිය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා මාෂල් මැක්ලූහන් ගේ දයකත්වය සුවිශාල ය. ඔහු මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංකල්පය නිර්මාණය කිරීමෙහි ලා සහ එය පෝෂණය කිරීමෙහි ලා විශාල සංකල්පීය දයකත්වයක් සැපයී ය. මාෂල් මැක්ලූහන්

ප්‍රථම වරට මාධ්‍ය සහ සමාජය, මාධ්‍ය සහ සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදන මාධ්‍ය සහ අර්ථ, මාධ්‍ය සහ මාධ්‍ය සන්නිවේදන සංජානනය ආදී ප්‍රශ්න පිළිබඳ ව පුළුල් පර්යාලෝකයකින් විග්‍රහ කළේ ය.

- මාෂල් මැක්ලහන්ගේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංකල්පයට අනුව මුළු මානව ශිෂ්ටාචාරය ප්‍රධාන අවධි තුනකට බෙද දක්විය හැකි ය. ප්‍රාග් ලිඛිත සංස්කෘතික අවධිය ලිඛිත-මුද්‍රිත සංස්කෘතික අවධිය සහ දෘශ්‍ය සංස්කෘතික අවධිය ඊට ඇතුළත් වේ. මාෂල් මැක්ලහන්ගේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය පිළිබඳ සංකල්ප ඉතා පුළුල් ස්වභාවයක් ගන්නා අතර ඊට මිනිස් ක්‍රියාකාරිත්වයට ආධාරක වන සියලු මාධ්‍ය ඇතුළත් වේ. මෙම මාධ්‍ය නිරන්තරව ම වර්ධනය වන අතර එය මිනිසාගේ බාහිර ප්‍රසාරණයක්, විහිදීමක් සහ දිගුවක් ලෙස සලකයි.
- මිනිසාගේ දේහයේ, පංචේන්ද්‍රියන්ගේ, සංවේදනවල සහ ශක්‍යතාවල සෘජු තාක්ෂණික ප්‍රසාරණයක් සහ ව්‍යාප්තියක ලෙස සිදු වීමට සමගාමී ව ඒවා මිනිසාගෙන් ඉවත් වී පරාරෝපණය වී ඒවා ම මිනිසාට එරෙහිව බාහිර බලයක් ලෙස ක්‍රියා කරයි. මේ ආකාරයට මාධ්‍ය සංස්කෘතියෙහි මිනිසා අන්‍යාක්‍රමණය වීම මැක්ලහන් උපමාත්මක ව හඳුන්වන්නේ අංග ජේදනය (Amputation) වශයෙනි.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමකාලීන සමාජයෙහි ඉටු කරන කාර්යයන් අතර විශ්‍යපන (තොරතුරු) කාර්ය, සන්නිවේදනාත්මක කාර්ය, දෘෂ්ටිවාදී කාර්ය, ප්‍රතිස්ථාපන කාර්ය, නිර්මාණාත්මක කාර්ය, අනුකලනාත්මක කාර්ය (Intergration) හා අතරමැදි කාර්ය වේ.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයෙහි පවතින ද්‍රව්‍යමය සහ අධ්‍යාත්මික වටිනාකම්වල සමස්තය වන්නේ ය. එසේ ම ඒවා සමාජය තුළ ප්‍රතිනිෂ්පාදනයට සහ ක්‍රියාත්මක වීමට ඓතිහාසික වශයෙන් හැඩගැසුණු පද්ධතිය හා ක්‍රමය ද ඊට ඇතුළත් වන්නේ ය.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය යනු පුද්ගලයා සමාජානුයෝජනය කිරීම සඳහාත් සමාජ මතය හැඩගැස්වීම සඳහාත් උපකාර වන්නා වූ මානව සංහතිය විසින් සිය සංස්කෘතික ඓතිහාසික ප්‍රගමණයේ දී ගොඩනගා ගන්නා ලද තොරතුරු සන්නිවේදනාත්මක මාධ්‍යයන්ගේ සම්ප්‍රේෂණය වේ.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තවත් ආකාරයකට අර්ථවත් කරන්නේ නම් එය විවිධ මහාද්වීප සහ රටවල් අතර ද පුද්ගලයා සහ සමාජය අතර ද, රාජ්‍ය සහ සමාජය අතර ද සක්‍රීය ව ක්‍රියා කරන තොරතුරු සන්නිවේදනාත්මක මාධ්‍යයන්ගේ සමස්තය වේ. මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තොරතුරු යුගයේ සංස්කෘතියේ සුවිශේෂී ප්‍රභේදයකි.
- ඒ අනුව මාධ්‍ය සංස්කෘතියට තොරතුරු නිෂ්පාදනයේ සංස්කෘතිය තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණයේ සංස්කෘතිය, තොරතුරු සංජානනයේ සංස්කෘතිය, තොරතුරු අවබෝධයේ සංස්කෘතිය, තොරතුරු පරිහරණයේ සංස්කෘතිය, තොරතුරු ඇගයීමේ සංස්කෘතිය, තොරතුරු සන්නිවේදන නිර්මාණකරණයේ සංස්කෘතිය ඇතුළත් වන්නේ ය. මාධ්‍ය පාදකව සිදු වන සමස්ත මානව ක්‍රියාවලිය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය වේ.

ගෝලීය සංස්කෘතිය

- මානව වර්ගයාගේ සමාජ පරිණාමය වර්තමානය වන විට ගෝලීය මට්ටමක් දක්වා වර්ධනය වී ඇත. ගෝලීයකරණය වර්තමාන මිනිසාගේ ජීවිතයේ සියලු ම ක්ෂේත්‍ර ස්පර්ශ කරන්නේ ය. ගෝලීයකරණය, ගෝලීය සම්ප්‍රදය යන සංකල්පය මුලින් 1981 දී භාවිතයට එක් කරන ලද්දේ ජෝන් මැක්ලීන් (John MacLean) වන අතර ගෝලීය සංස්කෘතිය යන අදහස 1985 දී රොබර්ට්සන් විසින් හඳුන්වා දෙන ලදී.

- ගෝලීයකරණය මූලික වශයෙන් ආර්ථික ක්‍රියාවලියක් වන අතර නිෂ්පාදන බලවේගවල සහ නිෂ්පාදන සම්බන්ධතාවල ලෝක පරිමාණ ව ව්‍යාප්ත වීම සහ සියලු ජාතික, ප්‍රාදේශීය නිෂ්පාදන මාදිලි අභිබවා ගිය පාරජාතීය (Transnational), බහුජාතික (Multinational) සමාගම්වල ක්‍රියාකාරීත්වය මගින් ලොව පුරා විසිරී පැතිරී පවතින විවිධ ආර්ථික ක්‍රියාකාරකම් ඒකීය සමස්තයක් ලෙස ඒකාබද්ධ ව මෙහෙයවීම ආර්ථිකයේ ගෝලීයකරණය නම් වේ.
- ආර්ථිකයේ ගෝලීයකරණයට සමගාමී ව දේශපාලනයේ, සංස්කෘතියේ, අධ්‍යාපනයේ, මාධ්‍යයේ, ආදී මානව ක්‍රියාකාරීත්වයේ සියලු ම ක්ෂේත්‍ර ගෝලීයකරණයට ලක් වීම අද්‍යයන මානව සමාජ පරිණාමයේ ප්‍රබල ප්‍රවණතාවකි.
- මානව සමාජ පරිණාමයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස වර්තමානයේ නිර්මාණය වී ඇති ගෝලීය උපරි සමාජය (Global Super Society) සහ ඊට අයත් උපරි ආර්ථිකයේ, උපරි රාජ්‍යයේ, උපරි දෘෂ්ටිවාදයේ, උපරි සංස්කෘතියේ, උපරි මාධ්‍ය සංස්කෘතියේ බලපෑමට, ආධිපත්‍යයට නතු වීම සමකාලීන ගෝලීය වර්ධනයේ විශේෂත්වයකි.
- ඒ අනුව ගෝලීය සංස්කෘතිය යනු අන් කිසිවක් නො ව ගෝලීය උපරි සමාජයේ අනුදැනුම සහ මගපෙන්වීම යටතේ ලොව සියලු ජාතික, වාර්ගික සංස්කෘතීන් විනාශ කරමින් ව්‍යාප්ත වන ජන සංස්කෘතිය යි.
- මෙම සංස්කෘතිය මූලික වශයෙන් සාම්ප්‍රදායික, ජන සහ ජාතික සංස්කෘතික ප්‍රභේදවල ප්‍රතිවිරෝධී වන්නේ ය.
- සමකාලීන සංස්කෘතික ගෝලීයකරණයේ දී යථාර්ථවාදී ව සිදු වන්නේ අධිරාජ්‍යවාදී ආකෘතියක් ක්‍රියාත්මක වීම ය. නිදර්ශනයක් ලෙස බොහෝ ජාතික රූපවාහිනී නාලිකාවල ආධිපත්‍යය දරන්නේ ගෝලීය උපරි සමාජය නියෝජනය කරන පාරජාතික සමාගම්වල රූපවාහිනී නිෂ්පාදන ය. ගෝලීය තොරතුරු ප්‍රවාහයෙන් 85% අයත් වන්නේ ගෝලීය උපරි සමාජ සමාගම් පහකට ය.
- සියලු ජාතික සංස්කෘතීන් ඒකාකාර වීම සහ සමජාතිකරණය වීම ගෝලීය ගැටලුවක් බවට පත් වී තිබේ.
- ලෝකයේ දූවැන්ත වෙළෙඳ දැන්වීම් සමාගම් දහයෙන් නවයක් ම අයත් වන්නේ උතුරු ඇමෙරිකානු සමාගම්වලට ය. වෙළෙඳ දැන්වීම් මගින් බලහත්කාරයෙන් ලෝකයට ආරෝපණය කරන්නේ බටහිර ජන සංස්කෘතියේ ප්‍රමිතීන් ය. “යුරෝපා ප්‍රමිතීන්” “බටහිර ආකෘති” “ඇමෙරිකානු වර්ග” සියලු ජාතික සංස්කෘතික සිතමාව, සාහිත්‍යය, රූපවාහිනී, සංගීත, ප්‍රාසංගික කලා සහ ලේඛන ආදී නිර්මාණවලට ඇතුළු වී තිබේ. ලොව වඩාත් ජනප්‍රිය චිත්‍රපට 100න් 88ක් ඇමෙරිකානු ඒවා වන අතර ලොව පුරා රටවල ආනයනය කරන රූපවාහිනී වැඩසටහන් අතරින් 75% ඇමෙරිකානු ඒවා ය.
- සංස්කෘතියේ ගෝලීයකරණය මගින් සියලු ම ජාතික සංස්කෘතීන්වලට ආවේණික වූ ආහාර සංස්කෘතිය, භාෂා භාවිතය, විලාසිතා සංස්කෘතිය අධ්‍යාපන සංස්කෘතිය, ජාතික චින්තන සංස්කෘතිය ආදිය තර්ජනයට ලක් වෙමින් පවතී. ගෝලීය ජන සංස්කෘතිය පැතිරීම නිසා සියලු ජාතික සංස්කෘතීන් ඒකාකාර වීම සහ සමජාතිකරණය වීම ගෝලීය ගැටලුවක් බවට පත් වී තිබේ.

- සමකාලීන සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණික පදනම මත සහ ජාලගත සංඛ්‍යාංක ව්‍යුහ මත වර්ධනය වන සමකාලීන ගෝලීය සංස්කෘතික වර්ධනයේ මූලික ප්‍රතිවිරෝධතාව ස්ථානගත වන්නේ ගෝලීය උපරි සමාජ ජන සංස්කෘතිය සහ ජාතික සමාජවල ජාතික, ජනවාර්ගික සංස්කෘතික අන්‍යෝන්‍යතාව, විශේෂයෙන් අතර ය.
- සමකාලීන ගෝලීය ජන සංස්කෘතිය සම්ප්‍රදායික සංස්කෘතියට උරුම වූ, ආවේණික ව භූගෝලීය, කාල-අවකාශ සිත් නැති වී යන අතර පුද්ගලයා ගෝලීය ජාලගත ආභාසි අවකාශය තුළ විවෘත වී, ද්‍රාවණය වී යන්නේ අන්තර්ජාලීය සන්නිවේදන සංස්කෘතියේ නියමානුකූලතාවන්ට යටත්ව ය.

අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනය

- සිතල යුද්ධය පැවැති කාලයේ ඊට සම්බන්ධ වූ පාර්ශ්වයන් විසින් එකිනෙකාට බලපෑම් කිරීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස සංස්කෘතිය ද මූලික වශයෙන් යොදා ගන්නා ලදී. එසේ ම අමරිකානු ව්‍යාපාරිකයන්, දේශපාලකයන්ට සහ රාජ්‍ය සේවා නිලධාරීන්ට වෙනත් රටවල ජාතීන්, ජන වර්ග සහ සංස්කෘතීන් සමඟ වැඩ කටයුතු කර ගෙන යාම සඳහා ඒ ඒ රටවල සංස්කෘතීන් සම්ප්‍රදායන් දැන ගැනීමේ අවබෝධ කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාව දැඩි ලෙස දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු ව 1950 ගණන්වල දී දැනෙන්නට විය.
- ඒ සඳහා 1947 වසරේ දී අමරිකානු රජය මගින් විදේශ සේවා ආයතනය (Foreign Service Institute -FIS) ආරම්භ කරන ලදී. එම ආයතනය විසින් අන්තර් සංස්කෘතික, හරස් සංස්කෘතික, අන්තර්වාර්ගික සංස්කෘතික සන්නිවේදනය ආදී ක්ෂේත්‍රවල වර්ධනය සහ ව්‍යාප්තිය සඳහා සුවිශාල මෙහෙවෙරක් සිදු කරන ලදී. විශේෂයෙන් අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදනය නම් වූ සංකල්පය උපත ලබන්නේ 1954 වසරේ දී ය.
- එය එඩ්වර්ඩ් ටී. හෝල් (Edward T. Hall) සහ ජෝර්ජ් එල්. ට්‍රේගර් (George L. Trager) යන පර්යේෂකයන් දෙදෙනා පළ කළ ' සංස්කෘතිය සන්නිවේදනය ලෙස : ආකෘති සහ විශ්ලේෂණය' (Culture as Communication : A Model and Analysis) සහ ඉන් පසු ව එඩ්වර්ඩ් ටී. හෝල් 1950 දී පළ කළ නිහඬ භාෂාව (The Silent Language) කෘතිය අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයේ තවත් ගැඹුරට අධ්‍යයනය කරමින් සංස්කෘතියේ සමස්ත ක්‍රියාවලිය අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා පමණක් නො ව විවිධ සංස්කෘතීන්වල වර්ගාත්මක, දෛනික උපපද්ධති අධ්‍යයනය කිරීම කෙරෙහි සංස්කෘතිකවේදීන්ගේ වැඩි අවධානය යොමු විය.
- මිනිසා පුද්ගලයා අවට ලෝකයට අනුවර්තනය කර ගන්නා ප්‍රධාන ම උපකරණයක් ලෙස අන්තර් සංස්කෘති සන්නිවේදනය හැඳින්විය හැකි ය.
- අන්තර් සංස්කෘතික සන්නිවේදනය/අධ්‍යයනය යනු විවිධ ජාතික සංස්කෘතීන්වලට අයත් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සහභාගී වන පාර්ශ්ව දෙදෙනෙකු අතර පවතින, හුවමාරු වන අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය වේ.
- මානව වර්ගයාට සෑම දා කම වගේ වෙනත් සංස්කෘතීන් දැන හඳුනා ගැනීමේ කුතුහලයක් පවතී. විවිධ මානව කණ්ඩායම් අතර සංස්කෘතික, වර්ගාත්මක හැසිරීම් රටා, ආකල්ප ආදිය අතර සමවිසමතා සොයා බැලීමටත්, සමහර සංස්කෘතික සම්ප්‍රදායන් සැලකිය යුතු මට්ටමෙන් වෙනස්

වන්නේත් සමහර අවස්ථාවල දී එකිනෙකට පරස්පර වන්නේත් ඇයි ද යන්න සොයා බලා අනාවරණය කර ගැනීමට මිනිසා විසින් අතීතයේ සිට ප්‍රයත්න දරන ලදී.

- මෙහි දී ඇතැම් සංස්කෘති උසස් ලෙස දකින්නටත් ඇතැම් සංස්කෘති පහත් ය යි සලකමින් ඒවායේ වටිනාකම් හා හර පද්ධතිවලට නිග්‍රහ කිරීමටත් සංස්කෘති අතර පවතින සම අසමතා විවිධතා පිළිබඳ විවිධ අදහස් ව්‍යාප්ත වීමත් සිදු විය. මෙවැනි පසුබිමක සංස්කෘති පිළිබඳ අධ්‍යයනය කළ යුතු බවට විද්වතුන් අතර කතිකාවත් හා සංවාද මෙන් ම පර්යේෂණ අධ්‍යයනයන් හා න්‍යායයන් බිහි වීමත් එය අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනය විෂයයේ සංවර්ධනයටත් හේතු විය.
- විවිධ සංස්කෘති දරාගෙන ජීවත් වන මිනිසා හා බැඳුණු අප්‍රමාණ සංස්කෘතික ප්‍රකාශනයන් සමුදායක් පවතින අතර මේවා අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ඒ ඒ මානව සම්බන්ධතාවන්ගේ සහ සන්නිවේදනයේ පවතින සුවිශේෂතා හඳුනා ගත හැකි වේ.
- විශේෂයෙන් ම සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව සමඟ ලෝකයේ සංස්කෘතීන් පිළිබඳ සමීප ව අධ්‍යයනය කිරීමට සිදු ව තිබේ. ආර්ථික, සමාජීය, දේශපාලනික ගවේෂණ කටයුතු සඳහා සංස්කෘතියෙන් සංස්කෘතියට ඒවායේ වෙසෙන මිනිසුන් හුවමාරු වීම කරණ කොට ගෙන ඇති වූ සංස්කෘතික අනවබෝධයන් හා සට්ටනයන් පරීක්ෂා කර බැලීමේ හා ඒවා මගහරවා ගැනීමේ පියවරක් වශයෙන් විවිධ සංස්කෘතීන්ගේ සුවිශේෂතා අධ්‍යයනය කිරීමට ලක් කෙරේ.
- මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍රයන් සන්නිවේදන ශබ්දාකරයේ දක්වන පරිදි "මුලින් ම මානව විද්‍යාවේ සහ සමාජ විද්‍යාවේ කාර්යභාරයක් වුව ද මෑතක දී සිට සංස්කෘතීන් පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීම සන්නිවේදන විෂය ක්ෂේත්‍රයට එක් වී ඇත. සන්නිවේදන විෂය ක්ෂේත්‍රයේ දී එය විවිධ සංස්කෘතීන් තුළනය කිරීම යනුවෙන් හැඳින් ගත යුතු ය. එම අධ්‍යයනය අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනය යනුවෙන් හැඳින් වේ. මෙම විෂය ධාරාව සන්නිවේදන අධ්‍යයනයේ ප්‍රවණතාවක් ලෙස සැලකේ. එහි දී එක් සංස්කෘතියක පවතින සමාජ සාධක අධ්‍යයනය කොට ඒ සාධක වෙනත් සංස්කෘතියක සාධකයන් හා සන්සන්දනය කිරීම එක් අරමුණකි.
- ඒ අනුව එක් සංස්කෘතියක් අධ්‍යයනය කිරීමෙන් හඳුනාගනු ලැබූ සාරධර්ම, මානව වර්ගාවන්, ජනශ්‍රතිකාංග වෙනත් සංස්කෘතියක එම සාධක හා සමඟ සැසඳිය හැකි ය. ඒ අනුව එක් සංස්කෘතියක් පිළිගන්නා දේ තවත් සංස්කෘතියක් විසින් එක්කෝ නොපිළිගැනීම හෝ ආගන්තුක ය යි සැලකීම හෝ හැඳින් ගත හැකි ය. "
- සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ ශීඝ්‍ර දියුණුවත් සමඟ රටරටවල ජාතික සංස්කෘති සමීප කර තිබේ. සන්නිවේදන තාක්ෂණය ඔස්සේ වඩාත් නිර්මාණාත්මක ස්වරූපයෙන්, විවිත්‍ර ආකෘතිවලින්, වාණිජ වටිනාකම් සහිත ව විවිධ සංස්කෘතින්හි අංග හුවමාරුව වේ. විවිධ සංස්කෘතීන් පිළිබඳ ව අධ්‍යයනය කිරීම හා අවබෝධ කර ගැනීම විවාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට මඟ පෙන්වයි.

ඇගයීම

1. විවිධ සංස්කෘතික ප්‍රභේද පිළිබඳ ඒවාට ආවේණික සුවිශේෂ ලක්ෂණ ඇසුරෙන් වෙන් වෙන් ව පැහැදිලි කරන්න.
2. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ නව ප්‍රවණතාවක් ලෙස අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනයේ වැදගත්කම නිදසුන් දක්වමින් පැහැදිලි කරන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 5.3 සංස්කෘතිය කෙරෙහි ජනමාධ්‍යයන්ගේ බලපෑම පිළිබඳ විශ්ලේෂණාත්මක ව කරුණු දක්වයි.

කාලච්ඡේද : 12 යි.

ඉගෙනුම් පල :
 • මාධ්‍ය බලපෑම යන්න හඳුන්වා දෙයි.
 • මාධ්‍ය මගින් සංස්කෘතිය කෙරෙහි ඇති කරනු ලබන බලපෑම විවාරාත්මක ව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සංස්කෘතිය, මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදනය යන්න එකිනෙකට වෙන් කළ නොහැකි ප්‍රථම ත්‍රිත්වයකි. නූතන යුගය දක්වා සංස්කෘතිය සහ සන්නිවේදනය සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සමග පුළුල් සම්බන්ධතාවක් පමණක් නො ව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පද්ධතිය පාදක ව සංස්කෘතිය හා සන්නිවේදනය වර්ධනය වූ බව පෙන්වා දිය යුතු ය.
- නූතන යුගයේ දී මුලින් ම පුවත්පත්, සඟරා බිහි වීමත් පසු ව ඡායාරූපකරණය, සිනමාව, ගුවන් විදුලිය සහ රූපවාහිනිය ආදී ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය බිහි වීමත් පශ්චාත් නූතන යුගයේ දී අන්තර්ජාලය ඇතුළු පරිගණක පාදක සමාජ මාධ්‍ය බිහි වීමත් සමග ම සංස්කෘතිය බිහි වීමේ, පැවැත්මේ, ක්‍රියා කිරීමේ, ව්‍යාප්තිකරණයේ, යාන්ත්‍රණයේ සහ මාදිලියේ ප්‍රබල විපර්යාසයකට ලක් විය.
- වර්තමානයේ ජනමාධ්‍ය සමාජයේ මානසිකත්ව පැතිකඩ කෙරෙහි ද ජන විඥානය කෙරෙහි ද සමාජ විඥානය කෙරෙහි ද පුද්ගල ස්ව විඥානය කෙරෙහි ද සංස්කෘතිය විසින් අතිවිශාල බලපෑමක් කරනු ලැබේ. පුද්ගල පෞරුෂ හැඩ ගැසීම කෙරෙහි ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය බලපෑම තීරණාත්මක වේ.
- සමකාලීන ලෝකයන්හි තොරතුරු ප්‍රවාහ කොතෙක් දුරට විවිධත්වයකින් සමන්විත වන්නේ ද යත් ඒවා නිසි පරිදි තේරුම් කර ගැනීම තනි පුද්ගලයෙකුට පමණක් නො ව විශේෂඥයන්ට පවා දුෂ්කර කාර්යයකි. ඒ නිසා එම තොරතුරු ප්‍රවාහවලට නතු වන්නන් වෙත සිදු වන බලපෑම අතිමහත් ය.
- වර්තමානයේ ජනමාධ්‍ය යනු මිනිසුන්ගේ මානසික හා සමාජ තත්ත්වය කෙරෙහි බලපාන බලසම්පන්න සාධකයකි. විශේෂයෙන් තරුණ, ශිෂ්‍ය සහ ළමා මානසිකත්වයට සහ ඔවුන්ගේ වර්ගාවලට සිදු වන බලපෑම ප්‍රබල වේ. මෙම බලපෑම ධනාත්මක සේ ම සෘණාත්මක ද යහපත් මෙන් ම අයහපත් ද සක්‍රිය මෙන් ම නිෂ්ක්‍රිය ද වන්නේ ය.
- විශේෂයෙන් අද්‍යතන තොරතුරු සහ සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරීත්වයේ තාක්ෂණික පද්ධතිය ප්‍රමාණාත්මක ව මෙන් ම ගුණාත්මක ව වර්ධනය වීම ද ව්‍යාපාරික අභිසාරීකරණය ද ජනමාධ්‍ය අන්තර්ගත පුද්ගල සහ සංස්කෘතික විඥානය කෙරෙහි සිදු කරනු ලබන බලපෑම වර්ධනය වීමට හේතු වී ඇත.
- මානවයාගේ ආරම්භයේ සිට ම ඓතිහාසික වශයෙන් ඇති වූ විවිධ මාධ්‍ය පුද්ගලයා සහ සමාජය කෙරෙහි සිදු කර ඇති බලපෑම සමාජ සංවර්ධන ක්‍රියාවලියත් සමග උත්සන්න වී ඇති අතර එහි ද

එක් එක් මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ස්වරූප පුද්ගලයා සහ සමාජය වෙත සිදු කරන බලපෑම ඒ ඒ මාධ්‍ය ප්‍රභේදයේ සහ ස්වරූපයේ මෙන් ම විවිධ මාධ්‍ය අතර ඇති සම්බන්ධතාවේ ස්වභාවය අනුව විවිධ මට්ටම් ගෙන තිබේ.

- ඒ අනුව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ බලපෑමේ ස්වභාවයට වඩා නූතන ජනමාධ්‍යයේ බලපෑම වෙනස් වන්නේ ය. එසේ ම පශ්චාත් නූතන යුගයේ ක්‍රියාත්මක වන නව මාධ්‍යයන්ගේ බලපෑම ජනමාධ්‍යවල බලපෑමට වඩා විශේෂතා දරන්නේ ය.
- මීට අමතර ව ඒ සෑම යුගයක ම වූ මාධ්‍යවල බලපෑම වෙනස් වන්නා සේ ම එක් යුගයක පවතින විවිධ මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ස්වරූපවල බලපෑමේ විශේෂතා ද දක්නට ලැබේ. සමකාලීන ජනමාධ්‍යයන්ගේ බලපෑම ප්‍රාදේශීය, ජාතික, කලාපීය, ජාත්‍යන්තර සහ ගෝලීය ස්වභාවයන් සහ ප්‍රවණතා පිළිබඳ ව ද අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

p

p

ඇගයීම

1. ' මාධ්‍ය පුද්ගලයා, සමාජය හා සංස්කෘතිය කෙරෙහි ඉෂ්ට මෙන් ම අනිෂ්ට ආකාරයෙන් ද බලපානු ලබයි.' විවාරාත්මක ව විමසන්න.

පාරිභාෂික පද

සංස්කෘතිය	- Culture
සංස්කෘතිය නිර්වචන	- Definitions of Culture
සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය	- Traditional Culture
ජන සංස්කෘතිය	- Folk Culture
සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය	- Classical Culture
ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය	- Popular Culture
මාධ්‍ය සංස්කෘතිය	- Media Culture
ගෝලීය සංස්කෘතිය	- Global Culture
අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනය	- Cross Cultural Studies
මාධ්‍ය බලපෑම	- Media Effect

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. සෙනෙවිරත්න, අනුරාධ, සංස්කෘතිය හා සමාජය, කොළඹ, ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, 1996
2. Dominic, Joseph, R., Dynamic of Mass communication, USA, Mae Grow: Hill (Publisher) 2010

6. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විවාරය

නිපුණතාව : 6.0 ජනමාධ්‍ය මගින් ඉදිරි පත් වන අසීමාන්තික තොරතුරු සමුදාය අතුරෙන් සාමාජීය සත්ත්වයෙකු ලෙස තමාට අවශ්‍ය තොරතුරු තෝරා බේරා ගනිමින් විවාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමටත් මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දැනුම ජීවිතයට ආදේශ කර ගැනීමටත් ක්‍රියා කරයි.

නිපුණතා මට්ටම : 6.1 මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යන්න පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව මාධ්‍ය සාක්ෂරතා මූලිකාංග විග්‍රහ කරයි.

කාලච්ඡේද : 30 යි.

ඉගෙනුම් පල :

- සාක්ෂරතාව යන්න හඳුන්වා දෙයි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු කුමක් දැ යි නිර්වචන ඇසුරින් පැහැදිලි කරයි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතා මූලිකාංග පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙහි වැදගත්කම හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව පිළිබඳ අවබෝධය ප්‍රායෝගික ව භාවිත කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

හැඳින්වීම

මානව සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන මෙවලම් ලෙස භාෂාව හැඳින්විය හැකි ය. භාෂාවක් යනු සංඥා, සංකේත සමුදායකින් සැදුම් ලත් රටා සමුදායකි. මානවයා තම අදහස්, හැඟීම් ප්‍රකාශනයේ දී භාෂාව යොදා ගනියි.

- භාෂාවක් ලිවීමට හා කියවීමට ඇති හැකියාව සාක්ෂරතාව ලෙස හඳුන්වයි. සාක්ෂරතාව යන්න සරලාර්ථයෙන් මෙසේ හැඳින්වුව ද වර්තමානය වන විට එම අදහස පුළුල් වී ඇත.
- "අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාව (ability to read and write, ODE, 709) Oxford English Dictionary - මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හැඳින්වීමක් - මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර,
- පුළුල් අර්ථයෙන් ගත් කල සාක්ෂරතාව යනු, මුද්‍රිත හා ලිඛිත ද්‍රව්‍ය භාවිත කරමින් සංකීර්ණ පාඨ හඳුනා ගැනීම, අවබෝධ කර ගැනීමට, අර්ථකථනය කර ගැනීමට, නිර්මාණය කිරීමට සන්නිවේදනය කිරීම සහ සංඛ්‍යාංකනය කර ගැනීමට ඇති හැකියාව යි.

UNESCO - Education Sector – 13, 2004

- පැරණි කාලයේ ශූර කථිකත්වය ලෙසත් ලිඛිත මාධ්‍ය වර්ධනයෙන් පසු අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාව සාක්ෂරතාව යන්න ලෙසත් භාවිත කර ඇත.
- සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික දියුණුව නිසා සන්නිවේදන මෙවලම් භාවිතයට ගැනීම හේතුවෙන් ඊට සමගාමී ව සාක්ෂරතා සංකල්ප ද විවිධ ක්ෂේත්‍රයන් ඔස්සේ පුළුල් විය.
- දෘශ්‍ය සාක්ෂරතාව, ශ්‍රව්‍ය සාක්ෂරතාව, පරිගණක සාක්ෂරතාව, තොරතුරු සාක්ෂරතාව, තාක්ෂණ සාක්ෂරතාව, සංඛ්‍යාංක සාක්ෂරතාව එම ක්ෂේත්‍ර අතර වේ.
- සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ දී මේ සියල්ල සමස්තයක් ලෙස ගත් කල මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ලෙස හඳුන්වයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු කුමක් ද?

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ ජනමාධ්‍ය මගින් ඉදිරි පත් වන විවිධ සන්දේශ කියවා වටහා ගැනීමටත් එය භාවිත කිරීමටත් පවතින හැකියාව, නිපුණතාව හා දැනුම යි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව විෂයයක් ලෙස බිහි වීමට පසුබිම සකස් වන්නේ ජනමාධ්‍ය ව්‍යාප්ත වීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. II වන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු ඇති වූ ජනමාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ සොයා බැලීම් සමඟ මාධ්‍ය අන්තර්ගතය අවබෝධ කර ගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙස මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව අධ්‍යාපනය හා සම්බන්ධ වී ඇත.

නිර්වචන

1. අප වෙත ලැබෙන මාධ්‍ය සන්දේශ අර්ථකථනය කර ගැනීමට හා අප කොතරම් දුරට මාධ්‍යට විවෘත ද යන්න පිළිබඳ පර්යාලෝකය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යි. අප විසින් පර්යාලෝක ගොඩනඟා ගනු ලබන්නේ අපගේ දැනුම් ව්‍යුහයන් මත යි. (ඩබ්ලිව්. ජේම්ස් පොටර් - 1998)
2. “මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු මාධ්‍යයෙන් සෑම ආකාරයකින් ම ඉදිරි පත් කරන සන්දේශ පරිහරණය කිරීමට, විශ්ලේෂණය කිරීමට, ඇගයීමට හා නිර්මාණය කිරීමට ලබා ගන්නා හැකියාව යි.” (යුරෝපා කොමිසම)
3. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය - මාධ්‍ය සන්දේශ විචාරශීලී චින්තනයෙන් යුත ව ස්වකීය සන්දේශ නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය භාවිත කිරීමත් පිළිබඳ බැලීමටත් ඉගැන්වීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය යි. එය විසි එක් වන සියවසේ කුසලතාව යි. (අන්තර්ජාලය)
4. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු
 - මාධ්‍යයන්ට ප්‍රවේශ වීම
 - මාධ්‍යයන් විශ්ලේෂණය
 - මාධ්‍යයන් ඇගයීම
 - මාධ්‍ය නිර්මාණය සහ
 - මාධ්‍යයන් තුළ ක්‍රියාශීලී ව කටයුතු කිරීමේ සමත් බව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයි.
 -ජාතික මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය සඳහා ජාතික ආයතනය, අමෙරිකාව

මෙහිදී මාධ්‍ය යනුවෙන් තොරතුරු සම්පාදනය කර විකාශනය කිරීම සඳහා මෙවලම් වන නොයෙකුත් විද්‍යුත් සහ අංකිත මාධ්‍යය ද, මූලික මාධ්‍යය ද, රූපමය සංඥා ආශ්‍රිත මාධ්‍ය ද අදහස් කෙරේ.

5. සංකේත සංඥා ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය කර විකාශනය කිරීම සහ එසේ විකාශනය වන තොරතුරු නැවත අර්ථවත් වන බවට හරවා විශ්ලේෂණය කිරීම ද මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ සමත් කමකි.
6. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ තෙවැන්නෙහි සිද්ධාන්ත ඇත. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ගොඩනැගෙන්නේ ස්ව කේන්ද්‍රය/පථය (Personal Locus) ඥාන ව්‍යුහයන් (Knowledge Structures) සහ කුසලතා (Skills) යන මූලික සිද්ධාන්ත ඇසුරිණි. මෙම සිද්ධාන්ත තුන මාධ්‍යයන් පිළිබඳ ව පුද්ගලයකුගේ පර්යාලෝක පළල් කර සාදා ගැනීම සඳහා ඉතා අවශ්‍යය. ඔබගේ ස්ව පනය ඔබගේ ජවය සහ සැලසුමයි. මුල ද්‍රව්‍ය ඇසුරින් ඥාණ ව්‍යුහයන් ගොඩ නැගේ. සමත්කම නොහොත් දක්ෂතා උපකරණ නොහොත් ඒ සඳහා උපකාරී වන මෙවලම් බවට පත්වේ.

ස්ව කේන්ද්‍රය : (Personal Locus)

- ඔබගේ ස්ව කේන්ද්‍රය සෑදී ඇත්තේ ඔබ ගමන් කරවන ඔබගේ ඉලක්ක ඇසුරෙනි. ඔබගේ ඉලක්ක නැතහොත් ගෝලයන් ඔබට තොරතුරු සැපයේ. ඔබට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් ඔබ උකහා ගන්නා අතර අනවශ්‍ය තොරතුරු ඔබ නොසලකා හෝ ප්‍රතික්ෂේප කරයි. ඔබගේ අවසාන අරමුණු හා ඉලක්කයන් ගැන දැනුමක් ඔබ සතුව පවතින විට තොරතුරු සපයා ගැනීම සඳහා ඔබට ගමන් කරවන බලය ශක්තිමත් නම් ඔබ ඒ සඳහා ඔබගේ කාය ශක්තිය වැය කරයි. එහෙත් ඔබගේ ස්ව පනය දුර්වල නම් එනම් ඔබගේ අවසාන විශේෂ ඉලක්ක ගැන දැනුමක් ඔබට නොමැති නම් ඔබ ඒ සඳහා ගමන් කරවන බලයන් දුර්වල වේ. මෙවැනි තත්ත්වයක් යටතේ ඔබ ව පාලනය කිරීමට මාධ්‍යයන්ට ඇති ඉඩකඩ වැඩි වන අතර මාධ්‍ය තුළින් සිදු වන තොරතුරු සැපයීමේ ක්‍රියාවලියන්ගේ බලපෑම්වලට යටත් වීමට ඔබට සිදු වේ.
- ඔබගේ ස්ව පනය දෙආකාරයකින් ක්‍රියාත්මක වේ. එනම් විඥානික හා අවිඥානික වශයෙනි. ස්ව පනය විඥානිකව ක්‍රියාත්මක වන විට ඔබේ තෝරා ගැනීමේ බලය වැඩි වී තීරණ තීන්දු ගැනීම පහසු කෙරේ. ඔබගේ ස්ව පනය අවිඥානිකව ක්‍රියාත්මක වන විට ඔබ ගන්නා තීන්දු, නිගමන පාලනය කිරීමට ඔබට නො හැකි වන අතර ඔබගේ සම්පූර්ණ අනුදැනුමෙන් තොරව යම් යම් තීරණයන්ට යටත් වීමට නොහොත් වහල් වීමට ඔබට සිදු වේ. මේ දෙආකාරයෙන් ම ඔබගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් වීමට ඉඩ ප්‍රස්ථා තිබේ. එහෙත් ඔබ විඥානිකව ස්ව පනය ක්‍රියාත්මක කරන විට ඔබට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් තෝරා බේරා ගැනීම පහසුවෙන් ඔබට පාලනය කළ හැකි ය. ඔබගේ ස්ව පනය අවිඥානිකව ක්‍රියාත්මක වන විට මාධ්‍යයන්ට ඔබට වැඩි බලපෑමක් කළ හැකි ය.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යනු නිරන්තර දිගු ක්‍රියාවලියක් මිස අවසාන ක්‍රියාවක් නො වේ. එම නිසා මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩිකර ගැනීමෙන් ස්ව පනය වැඩි වැඩියෙන් භාවිත කිරීමටත් නිශ්චල ගුණවත් බවින් අඩු මාධ්‍යයන්ගෙන් ආරක්ෂා වී, ඒවාට හිස නො නැමීමටත් පුද්ගලයකුට හැකි වේ.

ඥාන ව්‍යුහයන් (Knowledge Structures)

ඥාන ව්‍යුහයන් යනු පුද්ගල මනසක තැන්පත් වී ඇති සැකසුණු තොරතුරු කට්ටලයකි. ඥාන ව්‍යුහයන් ස්වයං සිද්ධව නැතහොත් අහම්බෙන් උරුම නො වන අතර ඒවා ඉතා සැලකිල්ලෙන්, ඉතා නිවැරදි ව ගොඩනගා ගත යුතු ය. ඥාන ව්‍යුහයන් තුළ ඇත්තේ සාමාන්‍ය කරුණු පමණක්

ම නොව ඒවා ගොඩනැගෙන්නේ එක්තරා සැලැස්මක් අනුව යම් යම් තොරතුරු තෝරා බේරා ගැනීමෙනි. එවැනි තෝරා ගැනීම් කිරීම සඳහා අපට කුසලතා කට්ටලයක් අවශ්‍යය. මෙම කුසලතා අපගේ උපකරණ නැතහොත් මෙවලම් බවට පත් වේ.

- මෙම උපකරණ ප්‍රයෝජනයට ගෙන සිද්ධි ගණනාවක් ඇසුරින් යම් යම් තොරතුරු ප්‍රයෝජනයට ගෙන අනෙක් තොරතුරු ඉවත දැමීමට හෝ ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට අපට පුළුවන. මාධ්‍ය තොරතුරු ඇසුරින් අපට අවශ්‍ය තොරතුරු අප තෝරා බේරා ගත් විට ඒවා අපට ආවේනික තොරතුරු ලෙසට හැඩ ගැස්වෙන අතර, අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන්ගේ යම් ස්ථානයකට මෙම තොරතුරු තැන්පත් වේ. මෙම ඥාන ව්‍යුහ නිසා අප සතු තොරතුරුවල යම් රටාවක් දකින්නට ලැබෙන අතර, මෙම තොරතුරු රටාව අපට තව තවත් තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා මඟ පෙන්වන සිතියමක් බවට පත් වේ. මෙම සිතියම, අනාගතයේ දී තොරතුරු ලබා ගත යුත්තේ කවර තැනකින් ද කෙසේ ද යන්නත් දැනටමත් අප තුළ තිබෙන තොරතුරු නැවත ඥාන ව්‍යුහයන්ගෙන් ආපසු ලබා ගැනීමටත් මඟ පෙන්වයි.
- “තොරතුරු” ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩ නගා ගැනීමට අතිශයින් ඉවහල් වන මූලික ද්‍රව්‍ය වේ. එහෙත් සෑම තොරතුරක් ම ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩ නගා ගැනීමට ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ නැත. සමහර තොරතුරු අනුවිත, නො ගැඹුරු, නිශ්ඵල තොරතුරු වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල නම් හෝ ඡනප්‍රිය සංගීතවලට අදාළ ස්වර ගත හැකි ය. යම් අයෙකුගේ දැනුම යම් වැඩසටහනක බාහිර හෝ මතුපිට තොරතුරු වන රූපවාහිනී වැඩසටහනක ඇසෙන තේමා ගීතවල වචන, එහි රඟපාන චරිත චර්ග හෝ ඔවුන්ගේ නම් ගම් ආදිය පසුතල දර්ශනවල ස්වභාවය පමණක් ම නම් එම පුද්ගලයා ක්‍රියා කරන්නේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ අඩු මට්ටමක සිට ය. මක්නිසාද එවැනි තොරතුරුවලින් ගම්‍ය වන්නේ “කුමක්ද?” යන ප්‍රශ්නයට පිළිතුර පමණි. ඊට වඩා වැදගත් වන පිළිතුරු සොයා ගත හැක්කේ “කෙසේද?” “ඇයි?” යන ප්‍රශ්න නැගීමෙනි. එහෙත් ඔබ “කෙසේද?” “ඇයි?” යන ප්‍රශ්න නැගීමට පෙර “කුමක්ද?” යන ප්‍රශ්නයට පිළිතුරක් දැන සිටිය යුතු ම ය.
- එදිනෙදා ජීවිතයේ දී බොහෝ විට “තොරතුරු” සහ “දැනීම” නොහොත් ඥානය එක සමාන අර්ථයෙන් යෙදෙයි. එහෙත් එම වචන දෙක අතර විශාල වෙනසක් ඇති බව අප දැන ගත යුතු ය. “තොරතුරු” ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වෙනස් වන අනිත්‍යය වන අතර දැනුම යම් ව්‍යුහයක්, ආකෘතියක් අනුව, සංවිධානාත්මක බවකින් යුක්තව සාමාන්‍යයෙන් දිගටම පවතින, තේරුමක් ඇති වැදගත් දෙයකි. “තොරතුරු” පණිවිඩයන් තුළ අඩංගු වී ඇති දැනුම තිබෙන්නේ පුද්ගලයකුගේ මනස නැතහොත් සිත තුළ ය. අර්ථකථනය කළ යුතු දෙයක් තොරතුරු මගින් පුද්ගලයෙකුට ලැබෙන අතර, අර්ථකථනය කරගත් යමක් පුද්ගලයකුගේ දැනුම තුළ අඩංගු ය.
- තොරතුරු සෑදී ඇත්තේ කරුණු මගිනි. ලී කැබලි කිහිපයක් නිවසක් නොවෙන්නාක් මෙන් කරුණු පමණක් ම දැනුම ද නොවේ. දැනුමට ව්‍යුහයක් මෙන් ම අර්ථය තේරුම් ගැනීම සඳහා වචනවල සම්බන්ධයක් ද අවශ්‍ය ය. පණිවිඩ සහ තොරතුරු මූලද්‍රව්‍ය යයි උපකල්පනය කළොත් එම මූල ද්‍රව්‍යවලින් යමක් කිරීමට පුළුවන් මෙවලම් හෝ උපකරණ වශයෙන් සමත්කම හෝ කුසලතාවය දක්විය හැකි ය. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයෙන් උසස් දියුණු පුද්ගලයකුගේ එක් ලක්ෂණයක් වන්නේ “තොරතුරු” ඥාන ව්‍යුහයන් බවට පත් කිරීමට පුළුවන් බව ය.
- සන්නිවේදනයෙන් ලැබෙන “තොරතුරු” සහ “දැනුම” අතර තිබෙන වෙනස ගැන කතා කිරීමේ දී පහත සඳහන් නිර්වචන ද අපට ප්‍රයෝජනවත් ය. මෙම නිර්වචන තොරතුරු හා සම්බන්ධ ය. එනම් පණිවිඩය (Message) සිද්ධි ඇසුරින් ලැබෙන තොරතුරු (Factual Information), සමාජීය තොරතුරු (Social Information) යන්න ය. පණිවිඩ අප වෙත තොරතුරු ගෙන එන

උපකරණයන් ය. පණිවිඩ තුළ තොරතුරු අඩංගු වී තිබේ. පණිවිඩ යැවීම සඳහා රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය සංයුක්ත තැටි, ඉලෙක්ට්‍රොනික් ක්‍රීඩා තැටි, පොත් පත් සහ සඟරා, පුවත්පත්, අන්තර්ජාලයේ පිටු, කතාබහ, පංති කාමරවල දේශනා ආදී නොයෙකුත් මාධ්‍යය අපට භාවිත කළ හැකි ය.

- පණිවිඩයක් තුළ තොරතුරු වර්ග දෙකක් ඇතුළත් වී තිබේ. එනම් තත්ත්ව කරුණු (Factual) සහ සමාජීය තොරතුරු (social) යන තොරතුරු ය. තත්ත්ව කරුණු නොහොත් යථා තොරතුරු යනු සැකසී නැති නොහොත් අර්ථය තහවුරු නො වූ කරුණු ය. යථා තොරතුරක් මෙන් සමාජීය තොරතුරක් පිළිගත් මතිමතාන්තර අනුව සකස් වන නිසා නිල වශයෙන් එහි එන සෑම දෙයක් ම සැබෑ යයි නිල වශයෙන් තහවුරු කර ගත නො හැක. මෙයින් සමාජීය තොරතුරු ගුණාත්මක බවින් අඩු බවක් හෝ ඒවායේ සත්‍යතාවයක් නොමැති බවක් අදහස් නො කෙරේ. සමාජීය සම්බන්ධතා නොහොත් ප්‍රතික්‍රියා නිරීක්ෂණය කිරීමෙන් ගත් කරුණු සමාජීය තොරතුරුවල අඩංගු ය. උදාහරණයක් වශයෙන් හැඩට හැඳ පැළඳීමට උපදෙස්, සංයමයෙන් ප්‍රිය මනාපයෙන් කතාබස් කිරීමට උපදෙස්, ක්‍රීඩා කිරීමට උපදෙස්, නිරෝගී බව රැකගැනීමට උපදෙස් ආදිය සමාජීය තොරතුරුවලට අයත් ය.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ගැන කතා කරන විට ක්ෂේත්‍ර පහක ඥාන ව්‍යුහයන් ලබා ගැනීම ගැන සාකච්ඡා කිරීමට අපට සිදු වේ. එනම් මාධ්‍ය බලපෑම්, මාධ්‍යයන් තුළ අඩංගු කරුණු, මාධ්‍ය කර්මාන්තය නොහොත් ව්‍යාපාරික කටයුතු, සහ සැබෑ ලොවේ සිදු වන කරුණු ආදිය යි. මෙම පස් වැදෑරුම් ක්ෂේත්‍ර ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය වන අයුරු අවබෝධ කරගත් විට ගලා එන තොරතුරු නිසි පරිදි තක්සේරු කර යථාර්ථය පිළිබඳ නිවැරදි තීරණයන් ගැනීමට කෙනෙකුට බලය ලැබේ.
- ලෝකයේ විවිධ ක්ෂේත්‍රවල වැඩ කර පළපුරුදු අයට ඉතා පහසුවෙන් මාධ්‍ය මගින් ගලා එන තොරතුරු විශ්ලේෂණය කර ඒවායේ ගුණාත්මක භාවය පිරික්සිය හැකි ය. උදාහරණයක් වශයෙන් යම් දේශපාලන පක්ෂයක් නියෝජනය කරන අපේක්ෂකයකුට ඔහුගේ හෝ ඇයගේ මැතිවරණ ව්‍යාපාරවලට ආධාර කළ අයෙකුට මැතිවරණයකදී මාධ්‍ය හැසිරෙන ආකාරය එවැනි අත්දැකීමක් නැති අයෙකුට වඩා පහසුවෙන් අවබෝධ කරගත හැකි ය. තවත් සරල උදාහරණයක් ගතහොත් ක්‍රිකට් හෝ පාපන්දු ක්‍රීඩාවේ යෙදුනු අයෙකුට එම තරගයන් පෙන්වන රූපවාහිනි වැඩසටහන්වල දී ඒ ඒ ක්‍රීඩකයන් ක්‍රීඩා කරන ආකාරය එම ක්‍රීඩාවල නොයෙදුණු අයෙකුට වඩා අගය කළ හැකි ය.
- ඥාන ව්‍යුහයන් නිසා මාධ්‍ය මගින් ගලා එන නව තොරතුරු තේරුම් ගැනීමට අවශ්‍ය සම්බන්ධය, පසුබිම අපට ලැබේ. අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන් වැඩි හා පළල් වූ තරමට ජනමාධ්‍යවලින් ගලා එන විවිධ තොරතුරු සංකලනය කර තේරුම් ගැනීමට ආත්ම ශක්තියක් ලැබේ. තවත් උදාහරණයක් ගතහොත් යම් රූපවාහිනි නාලිකාවක විකාශනය වන යම් වැඩසටහන් මාලාවක් පිළිබඳ පළල් ඥාන ව්‍යුහයක් ඔබ සතු යයි උපකල්පනය කරමු. ඔබ එහි එන සියලු ම වර්තයන්ගේ නම් ගම් දන්නවා යයි සිතමු. එම වැඩසටහන් මාලාව තුළ එම වර්ත මුහුණ දුන් විවිධ අවස්ථා පවා ඔබ දන්නවා යයි සිතමු. ඔබ එම වර්තවල ඉතිහාසය එම වර්ත ක්‍රමක්‍රමයෙන් වැඩුණු ආකාරය පවා දන්නවා යයි සිතමු. මේ සෑම කරුණක් ගැන ම ඔබ තුළ මනා දැනුමක් තිබුනොත් ඕනෑම වේලාවක දී එම වැඩසටහන ගැන යමක් කීමට ඔබට පුළුවන.
- ඔබ මාධ්‍යය සාක්ෂරතාවයේ නිපුණත්වයක් ලැබූ අයෙක් ද? මාධ්‍ය ලෝකයේ එන විවිධ වැඩසටහන් හා සාපේක්ෂව සසඳා බලන විට ඔබ දන්නා වැඩසටහන ගැන පමණක් ඔබට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ඇත. මක්නිසාද එම වැඩසටහන ගැන පමණක් ම ඔබගේ ඥාන ව්‍යුහයන් සෑදී

ඇත්නම් ඔබගේ දැනුම එම වැඩසටහනට ම පමණක් සීමා වේ. අන් වැඩසටහන් ගැන අවබෝධයක් හෝ ඥාන ව්‍යුහ ඔබට නොතිබීමට පුළුවන.

- එවැනි අනෙකුත් වැඩසටහන් ගැන ඔබ තුළ දැනුමක් නැතහොත් ජනමාධ්‍යවල සැබෑ හිමිකරුවන් කවිද, ඒවා පාලනය කරන්නේ කවිද, කෙසේද, මාධ්‍ය වැඩි දියුණු වෙන්නේ කෙසේ ද, යම් යම් දේවල් සමහර මාධ්‍යයන් මගින් නිතර නිතර පෙන්වනු ලැබුවත් එම දේවල් ම තවත් මාධ්‍යයන් මගින් නො පෙන්වන්නේ ඇයි ද යන්න අවබෝධ කර ගැනීමට ඔබට නො හැකි ය. එහෙත් ඔබගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පළල් හා වැඩි දියුණු කර ගත හොත් මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ තිබෙන, සිදුවෙන සෑම දෙයක් පිළිබඳ ව ම විශාල විත්‍රයක් ඔබගේ සිත තුළ සාදා ගත හැකි ය.

කුසලතා (skills)

- “කුසලතා” නැතහොත් මාධ්‍ය සමත්කම් අපට ලැබෙන්නේ යම් ක්‍රියාවක නිතර යෙදී ඒ පිළිබඳව පළපුරුද්දක් ලබා ගැනීමෙනි. උදාහරණයක් වශයෙන් අපගේ මාංශපේෂීන් නිතර අභ්‍යාසයේ යෙදවෙත් ඒවා අපට ශක්තිමත් කරගත හැකි ය. ව්‍යායාම්, අභ්‍යාසවල අප නොයෙදුනොත් අපගේ මාංශ පේෂීන් වැඩි වර්ධනයක් නොවෙනු ඇත. මාධ්‍ය කුසලතා වශයෙන් මාධ්‍ය විශ්ලේෂණය, මාධ්‍ය තක්සේරුව, කාණ්ඩවලට බෙදා ගැනීම, අනුමාන කිරීම, නිග්‍රහාත්මක බව, නව ප්‍රස්තුත ගොඩ නැගීම පණිවිඩයක අඩංගු ප්‍රධාන ම දේවල් පැහැදිලි ලෙස සාරාංශ කිරීම කිව හැකි ය. ඒවා ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් මෙසේ දක්විය හැක. (analysis, evaluation, grouping, induction, deduction, synthesis and abstraction.)
- “මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව” යනු ජන සන්නිවේදන තුළින් ගලා එන “පණිවිඩ” නැතහොත් “තොරතුරු” වලට අප නිරාවරණය හෝ විවෘත වෙද්දී එම පණිවිඩ ක්‍රියාකාරීව අර්ථ නිරූපණය කර ගැනීම සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි “පර්යාලෝක” කට්ටලයකි. (A set of perspectives) මෙම පර්යාලෝක අප සාදා ගන්නේ ඥාන ව්‍යුහයන් (Knowledge Structures) ඇසුරිනි. මෙම ඥාන ව්‍යුහයන් සාදා ගැනීම සඳහා ආධාර වන උපකරණ හෝ මෙවලම් මූල ද්‍රව්‍ය හා ඒ සඳහා අප මෙහෙයවන කැමැත්තක් හෝ ලැදියාවක් අවශ්‍ය ය. එම උපකරණ අපගේ “කුසලතා” හෝ සමත්කම් ය. මාධ්‍ය තුළින් සහ සැබෑ ලෝකය ඇසුරින් ලැබෙන තොරතුරු හෝ පණිවිඩ මූල ද්‍රව්‍යය නොහොත් අමු ද්‍රව්‍ය බවට පත් වේ. අපගේ ස්ව පථයෙන් (Personal Locus) කැමැත්ත නැතහොත් ලැදියාව පැන නැගේ. (W James Potter 2011 p.19 , Media literacy 5th edition) මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය, ඩබ්.ජේම්ස් පොටර්

"Media literacy is a set of perspectives that we actively use to expose ourselves to the mass media to interpret the meaning of the messages we encounter. We build our perspectives from knowledge structures to build our knowledge structures. We need tools, raw material and willingness. The tools are our skills. The material is information from the media and from the real world. The willingness comes from our personal locus.

- “පර්යාලෝකයක්” යනු කුමක් ද? උදාහරණයක් ලෙස ඔබට පෘථිවිය පිළිබඳ ඉගෙනීමට අවශ්‍ය යයි සිතමු. ඒ සඳහා ආධාරකයක් හැටියට අඩි සියයක් දිග විශාල කුලුනක් සාදා, එය මත නැගී එය පෘථිවිය පිළිබඳ ඉගෙනීමට ඔබට උදවු වන පර්යාලෝකයක් ලෙස සැලකිය හැකි ය. ගස් වැල් වලින් මුවා නොවී බොහෝ විට ඉතා ඇත සෑම දිසාවක් දෙස ම හොඳින් පෘථිවිය දෙස බැලිය හැකි පර්යාලෝකයක් ඔබ සාදා ගෙන ඇත. ඔබගේ කුලුන වනාන්තරයක තිබුණොත් ඔබ නිගමනය කරන්නේ පෘථිවිය ගස් වැල්වලින් පිරී ඇත කියා ය. ඔබගේ කුලුන තිබෙන්නේ නගරයකට යාබඳ ප්‍රදේශයක නම්, ඔබ නිගමනය කරන්නේ පෘථිවිය වැසි තිබෙන්නේ නිවාස වලින්, පාරවල් සහ සාප්පු සංකීර්ණ මගින් යනුවෙනි.
- මෙම සෑම පර්යාලෝකයක් ම පෘථිවිය පිළිබඳ එකිනෙකට වෙනස් අදහසක් ඔබට ගෙන එයි. මේ ගැන නොයෙකුත් වාද විවාද පැන නැගිය හැකි අතර මොන අයුරින් වාද කළත් එම වාදවිවාදවලින් ප්‍රයෝජනයක් නැත. පෘථිවිය පිළිබඳ පැහැදිලි චිත්‍රයක් සාදා ගැනීමට ඔබට අවශ්‍ය නම් ඔබ කළ යුත්තේ එවැනි කුලුනු ගණනාවක් තනාගෙන පෘථිවිය පිළිබඳ ඔබගේ පර්යාලෝකයන් පළල් කර ගැනීමයි.
- ‘මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය’ තවදුරටත් පැහැදිලි කිරීම සඳහා උපකාරී වන එහි තවත් වැදගත් අංශ දෙකක් ගැන කතා කිරීමට සිදු වේ. එනම් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩි මාන සංඛ්‍යාවකින් යුතු සංකල්පයක් (multidimensional) බවය. එහි ප්‍රයෝජනවත් ප්‍රියජනක සමකලා මුහුණත් කීපයක් ඇත. එය තුළ තිබෙන දෙය අගය කිරීම සඳහා පර්යාලෝක ගණනාවකින් අප ඒ දෙස බැලිය යුතු ය. දෙවනුව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය අඛණ්ඩතාවකින් යුතු දෙයක් බවයි. එය ප්‍රභේදයක් නොවේ.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය විවිධ මාන සංඛ්‍යාවකින් යුක්තය. සාමාන්‍යයෙන් ‘තොරතුරු’ යයි අප සිතන්නේ පොතකින් දැක්වෙන කරුණු, පුවත් පතකින් හෝ සඟරා ලිපියකින් කියවෙන කරුණු ය. එහෙත් මෙම තොරතුරු එක වර්ගයකට අයත් ය. එනම් සංජානන තොරතුරු ය. (cognitive) මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයක් ලබා ගැනීම සඳහා සංජානන තොරතුරු ම පමණක් නොව චිත්තාවේගී, සෞන්දර්යාත්මක සහ සදාචාර පැතිකඩ නොහොත් මානයන්ගෙන් ලැබෙන තොරතුරු ද අවශ්‍ය ය. මෙම මාන සතර අපගේ අවබෝධය තවදුරටත් පළල් කරයි. සංජානනය මානයෙන් යම් කිසිවක් පිළිබඳ ව දින වකවානු, නම් ගම් නිර්වචන පිළිබඳ විස්තර අපට ලබා දේ. අපගේ මොළය තුළ තිබෙන තොරතුරු සැටියට සංජානන තොරතුරු සැලකිය හැකි ය.
- චිත්තවේගී නැතහොත් හැඟීම් මානයෙන් හැඟීම් පිළිබඳ තොරතුරු එනම් ආදරය, වෛරය, කෝපය, සතුට හා කණගාටුව, කණස්සල්ල, සතුටු වූ අවස්ථා, බියට පත් වූ අවස්ථා, සබකෝලය අත්දුටු අවස්ථාවේ හැඟීම්, සමහර හැඟීම් ගැන අවබෝධයක් සමහරුන්ට නැත. එහෙත් තවත් සමහර දෙනෙක් ඉතා සංවේදීයි ව නොයෙකුත් හැඟීම් මාධ්‍යයන් තුළින් අත්දකිති. උදාහරණයක් වශයෙන් කෝපය, හය, රාගය, වෛරය අත්විඳීමට අප සෑම කෙනෙකුට ම පුළුවන.

වැඩසටහන් නිෂ්පාදකවරුන් මෙම හැඟීම් ඉතා ලේසියෙන් හඳුනා ගත හැකි සංකේත සහ ඉඟි මගින් තම වැඩසටහන්වලට ඇතුළත් කරන අතර ඒවා අවබෝධ කරගැනීම සඳහා උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයක් යමෙකුට අවශ්‍ය නැත.

- එහෙත් අප සමහර දෙනෙකුට අන් අයට වඩා ප්‍රතිවිරුද්ධත්වය, වියවුල් බව, සැකමුසු බව ආදී සංඥා තේරුම් ගත හැකි ය. මෙවැනි හැඟීම් ජනනය කිරීම සඳහා නොයෙකුත් ශිල්පීය උපක්‍රම මාධ්‍ය රචකයින්ට, නිෂ්පාදකවරුන්ට හා නලු නිලියන්ට අවශ්‍ය ය. මෙම ඉඟි අවබෝධ කරගැනීම සඳහා උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයක් මාධ්‍ය නරඹන ග්‍රාහකයින්ට ද අවශ්‍ය ය.
- සෞන්දර්ය මානය කෙලෙස යම් පණිවිඩයක්, තොරතුරක් නිර්මාණය කළ යුතු ද යන්න කියා දෙයි. මෙම මානයෙන් අප මනින මිනුම් දඬු තුළින් හොඳ ලේඛකයින්, ඡායාරූපකරුවන්, පසුතල සකසන්නන්, ගායක ගායිකාවන් අපට හඳුනාගත හැක.
- සෞන්දර්ය මානයෙන් ලැබෙන තොරතුරු අපගේ දෙඇස් හා දෙසවන පිත්වන නැතහොත් ඒ ඇසුරින් අප අත්විඳින තොරතුරු හැටියට සැලකිය හැකි ය . අප සමහර දෙනෙකුට ඡායාරූප ගැනීමට හොඳ ඇසක්, සංගීතය විඳීමට තියුණු දෙසවනක් තිබේ.
- සදාචාරාත්මක මානය නොහොත් පැතිකඩ, නොයෙකුත් වටිනාකම් පිළිබඳ තොරතුරු අපට ලබා දෙයි. අප සිත් තුළ හෝ හෘද සාක්ෂිය තුළ තිබෙන මිනුම් දඬු ආශ්‍රිත ව ගොඩනැගුණු තොරතුරු මේ ගණයට අයත් වේ. යම් යම් ක්‍රියාවන්ගේ හොඳ හෝ නරක පිළිබඳ ව නිගමන වලට පිවිසීමට මෙම තොරතුරු අපට ඉවහල් වේ. මාධ්‍යයකින් විකාශනය වන වර්තමාන ගන්නා තීරණය කොයිතරම් දුරට සදාචාරාත්මක ද යන්න මේ ඇසුරින් අපි නිගමනය කරමු.
- ඔබගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවට අනිවාර්යයෙන් ම ඉහත සඳහන් මාන හෝ පැතිකඩ ද ඇතුළත් විය යුතු ය. උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබ යම් චිත්‍රපටියක් නරඹන විට ඔබට එය නොයෙක් අයුරින් විශ්ලේෂණය කළ හැකි ය. එම චිත්‍රපටිය අයිති කුලකය, එහි ඉතිහාසය, අධ්‍යක්ෂවරයාගේ දෘෂ්ටිය, එහි සැඟවී ඇති මූලික තේමාව ඔබට විස්තර කළ හැකි ය. එහෙත් ඒ ඇසුරින් ඔබගේ හැඟීම් අවදි නොවුණහොත් ඔබ කරන්නේ යම් විභාගයකට අවශ්‍ය අභ්‍යාසයක් පමණකි.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය අඛණ්ඩතා ලක්ෂණය පෙන්නුම් කරන්නකි. එය එක ප්‍රභේදයක් (category) පමණක් නොවේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබ එක්කෝ උසස් පෙළ හදාරණ සිසුවෙක්/සිසුවියක් හෝ එසේ නොවේ. ඔබ ශ්‍රී ලංකාවේ පුරවැසියෙකු හෝ එසේ නොවේ යනුවෙන් මධ්‍ය සාක්ෂරතාවය අංශවලට හෝ ප්‍රභේදවලට බෙදා දැක්විය නො හැක.
- තාපය මැනීමට ගන්නා උපකරණයක් මෙන් එක අංශයක සිට තවත් අංශයකට ගමන් කරයි. මෙයින් අප අදහස් කරන්නේ යම් පුද්ගලයෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය බිංදුවයි හෝ එක් අන් අන්තය සියයි යනුවෙන් ගණනය කිරීමට අපට නො හැකි බවයි. මෙයින් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය තිබෙන ප්‍රමාණයට වඩා වැඩි දියුණු කර ගැනීමට සෑම කෙනෙකුට ම පුළුවන් බව ය. පුද්ගලයෙකුගේ පර්යාලෝකය ශක්තිමත් හා පළල් වන්නේ ඔහු සතු ඥාන ව්‍යුහයන් කට්ටල ගණන සහ ඒවායේ ගුණාත්මක භාවය මත ය. මිනිසුන්ගේ පර්යාලෝක සීමා වූ විට ඔවුන්ගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ද ඉතා දුර්වල අගයක පවතී. පටු කෘත්‍රිම සංවිධාන නොවූ ඥාන ව්‍යුහයන් ඔවුන් සතු ය. ඒනිසා මාධ්‍ය තුළින් ගලා එන පණිවිඩ හරිහැටි අවබෝධ කරගැනීමට ශක්තියක් ඔවුන්ට නැත.

3. මාධ්‍ය පාලනය කිරීමට බලයක් ලැබීම.

විවිධ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ඒකායන අභිලාෂය තම මාධ්‍ය ව්‍යාපාරයන්ගෙන් උපරිම ලාභයක් ලැබීම ය. ඔබගේ සිත, ඇස හා දෙසවන ආදිය ආකර්ශනය කරගෙන ඔබගේ මුලු අවධානය නැවත නැවතත් තම පණිවිඩ තුළට ඔබ ව ඇදගැනීමට මාධ්‍ය හිමිකරුවන් සැදී පැහැදී සිටිති.

තමන්ගේ ලාභය උපරිම කර ගැනීම සඳහා ඔබ ව හවුල් කර ගැනීම ඔවුන්ගේ එකම අභිලාෂය යි. මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ව්‍යාපාරික අරමුණු හා ඔබගේ අරමුණු ද එක හා සමාන නම් එයින් ඔවුන්ට ජය අයත් වේ.

මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ග්‍රහණයෙන් ගැලවී ස්වාධීන ව ක්‍රියාකර ඔබගේ ඉලක්කයන් සාක්ෂාත් කර ගැනීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ඔබට බලගන්වයි. නන් අයුරින් සීමා වූ මාධ්‍යවලට වඩා විකල්ප මාධ්‍ය තෝරා බේරා වඩාත් යෝග්‍ය මාධ්‍ය තෝරා ගැනීමට බලයක් උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයක් හිමිකර ගැනීමෙන් ඔබට ලැබේ.

ඒ අනුව,

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය කුමක්ද, එහි විවිධ පැතිකඩ කුමක්ද, මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ලබාගැනීමෙන් ලැබෙන ඵල ප්‍රයෝජන ගැන ද මෙම පාඩමෙන් අපි කතා කර ඇත්තෙමු. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩි දියුණු වන්නේ අපගේ පර්යාලෝක ගණන වැඩිවන බව ද අපි කීවෙමු.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ප්‍රභේද අනුව වර්ග කළ නො හැකි ය. පුද්ගලයෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ඊට අඩු හෝ වැඩි අංශකයකත් පැවතිය හැකි ය. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ තවත් ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් නම් එහි විවිධ පැතිකඩ ඇති බව ය. එනම් එය බහු මානාකාරය. එය වැඩි කරගත හැක්කේ සංජානන දැනුම, හැඟීම් වින්දනයෙන් ලැබෙන දැනුම සෞන්දර්යාත්මක මානසෙන් ලැබෙන දැනුම හා සදාචාරාත්මක චරිතාකම් නිවැරදි ව හඳුනා ප්‍රගුණ කිරීමෙන් ලැබෙන දැනුම සංකලනය වීමෙනි.

යමෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ස්ථාවර තුනක් මත ගොඩනැගේ. එනම් ස්ව පතය, ඔහු සතු ඥාන ව්‍යුහ කට්ටල ගණන් හා ඔහු ඇතිකර ගන්නා සමත්කම් නොහොත් කුසලතා මතයි.

සමත්කම් නොහොත් කුසලතා යනු විවිධ මාධ්‍ය තුළින් ගලා එන තොරතුරු සංකලනය කර අපගේ ඥාන ව්‍යුහ කට්ටල වැඩි ගණනක් අයිති කරගැනීමත් අප ලබන පළපුරුද්දයි. අපගේ කුසලතා නොහොත් සමත්කම් මාධ්‍ය තුළින් ගලා එන මූලද්‍රව්‍ය තෝරා ගැනීමට අපට උදව් වන උපකරණ වේ. අපගේ ස්ව පතය අප සෑම ඒ සඳහා පොළඹවයි.

උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයක් හිමි පුද්ගලයෙකුට තමා හමුවේ ඇති පණිවිඩයක අඩංගු දේ විනිවිද දැකිය හැක. තමන්ගේ සිතැගියාවන්ට වහල් නොවී ස්වයං පාලනයෙන් තමන්ට අවශ්‍ය ගුණාත්මක මාධ්‍යයන් හඳුනාගෙන ඒවා තක්සේරු කිරීම මේ නිසා පහසු වේ.

නිපුණතා මට්ටම : 6.2 මාධ්‍ය විචාරය හා එයට සම්බන්ධ විවිධාංග හඳුනා ගෙන විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 24යි.

ඉගෙනුම් පල :

- මාධ්‍ය විචාරය යන්න හඳුන්වා දෙයි.
- මාධ්‍ය විචාරයේ අවශ්‍යතාව විස්තර කරයි.
- මාධ්‍ය විචාරයට සම්බන්ධ විවිධ අංග විස්තර කරයි.
- තෝරාගත් මාධ්‍ය සන්දේශයක් විචාරයට ලක් කරයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකයා යන්න හඳුන්වා දෙයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙකු සතු ගුණාංග අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

හැඳින්වීම :

කිසියම් දෙයක අගය විශ්ලේෂණය කර දැක්වීම විචාරය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. විග්‍රහය, අර්ථකතනය හා අගය කිරීම මාධ්‍ය විචාරයේ ප්‍රධාන සාධක වන්නේය. එමගින් සිදු කරනුයේ නිර්මාණය ප්‍රවර්ගය පැහැදිලි කිරීම, ආකෘතිය විශ්ලේෂණය කිරීම හා එහි ඇති අගයයන් විමර්ශනය කිරීම යි. විචාරාත්මක චින්තනය පෞරුෂයෙන් යුතු සන්නිවේදන වර්තයක් බවට පත්වීමට තිබිය යුතු අත්‍යවශ්‍ය ගුණාංගයකි. අතීතයේ සිට වර්තමානය දක්වා කලා නිර්මාණ විචාරය කිරීම පිණිස නොයෙක් සිද්ධාන්ත ගොඩනැගී ඇත. කිසියම් නිර්මාණයක තේමාව, ග්‍රාහක අත්දැකීම් හරහා එහි ඇති ආස්වාදය පැහැදිලි කර දීම, ග්‍රාහක අවබෝධය වර්ධනය කිරීම සඳහා විචාරක අත්දැකීම් පාදක කර ගනිමින් නිර්මාණය තේරුම් කිරීම සහ එම නිර්මාණය ජීවිතයට වැදගත් වන ආකාරය විග්‍රහ කර දීම විචාරයේ දී වැදගත් වන මූලික කරුණු කිහිපයකි. මාධ්‍ය හා සමාජය වටහා ගැනීමෙහිලා මාධ්‍ය විචාරය වැදගත් වේ. විචාරශීලීත්වයෙන් තොර ව නූතන මාධ්‍ය භාවිතය හා ප්‍රචණතා හඳුනා ගැනීම දුෂ්කර ය. මාධ්‍ය හමුවේ විචාරකයා යන වර්තය වෙනුවට ග්‍රාහකයා ම විචාරකයා ද වන්නේය.

- මාධ්‍ය විචාරයේ දී විවිධ මාධ්‍ය හරහා ඉදිරිපත් වන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු වේ. මාධ්‍ය මගින් විවිත්‍රවත් ආකෘති ඔස්සේ ගලා එන සන්දේශ සාමාන්‍ය පුද්ගලයාගේ මනස තුළ එයට ඇලීමක් ඇති කරවයි. ඒ මාධ්‍යයට වහල් වීමකි. මාධ්‍ය විචාරය අවශ්‍ය වන්නේ මෙම මාධ්‍ය වහල්භාවයෙන් පුද්ගලයා මුදවාගැනීම පිනිසය.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ අඩුකම හා විචාරශීලීත්වයේ උෞතතාව හේතු කොට ගෙන පුද්ගලයා මාධ්‍යයට හසු වේ. එසේ හසුවීමෙන් මාධ්‍ය පුද්ගලයාගේ දෛනික ජීවිතයට, ඔවුන් සතු විශ්වාසයට සහ සදාචාරයට ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් කරන බැවින් මෙම තත්ත්වයෙන් මිදීම සඳහා විචාරශීලීත්වය අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මීට අමතර ව මාධ්‍ය දෛනික ජීවිතයට බලපාන ආකාර ළමයාට, තරුණයාට, කාන්තාවන්ට ආදී වශයෙන් විමසිය හැකිය.

- මාධ්‍ය තොරතුරු හා විනෝදාස්වාදය සඳහා මූලාශ්‍රයකි. එබැවින් මාධ්‍ය වඩාත් අපගේ ඵලදායී ජීවිතයට සම්බන්ධ ව පවතී. විවිධ මාධ්‍ය තුළින් ආදරය, විලාසිතා, සම්බන්ධතා හා වෙනත් දේ නැරඹීමට ඇතැම් යෞවනයන් කැමතිය. ඇතැම් අය අන්තර්ජාලය හරහා ඇතිවන ව්‍යසන සහිත වෙබ් අඩවිවල සැරිසැරීමට ප්‍රියකරයි. කාමෝද්දීපන වැඩසටහන් වැඩිහිටියන් නැරඹීමට කැමතිය. ප්‍රවාහිනි, ආහාර, සෞඛ්‍ය හා ව්‍යායාම වැනි වැඩසටහන් තරඹයි. දිනකට රූපවාහිනිය දෙස පැය දෙකහමාරක් පමණ ලොව බොහෝ ළමුන් බලා සිටින බව පර්යේෂණ මගින් තහවුරු කොට තිබේ. විවිධ මාධ්‍ය වැඩසටහන් බලවත් ලෙස පිරිමි හා ගැහැනු ළමයින්ගේ භූමිකා කෙරෙහි බලපායි.
- නූතන මාධ්‍ය ලෝකය තුළ පවත්නා විවිධාකාර වූ සංදේශ එතරම් ගුණාත්මකභාවය කෙරෙහි අවධානය යොමු නොකරයි. සිනමාහල්වල සිනමා භාවිත මගින් ලිංගික දර්ශන හා ප්‍රචණ්ඩත්වය අධික රූපවලට නිරන්තරයෙන් නිරාවරණය වීම සිදුවේ. මත්ද්‍රව්‍ය හා මත්පැන් පානයට ලිංගික හැසිරීම සහ කාම මිථ්‍යාවාරය වැනි දේවල් ගැන සැලකිලිමත් වන්නවුන්ගේ ප්‍රධාන ආරංචි මාර්ගයක් වන්නේ මාධ්‍ය බව ඇතැම් විශේෂඥයින්ගේ විස්වාසයයි. මාධ්‍ය අපට මේ දේවල් පෙන්වයි. අපට හෙළිදරව් කරයි. අපි හැමෝම සිතන්නේ “ඔවුන් එය කරන්නේ නම් අප නොකළ යුත්තේ මන්දැ” යි යනුවෙනි.
- පසුගිය සියවස තුළ විශ්වීය යෞවනයන්ට මාධ්‍ය මගින් සිදු වූ අහිතකර බලපෑම ක්ෂණික ආහාර පුරුද්ද යි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ලොව දස ලක්ෂ සංඛ්‍යාත යෞවනයින් අද තරබාරුකමට එරෙහිව සටන් කරයි. ඔවුන් මාධ්‍ය මගින් ආහාර වෙළෙඳ දැන්වීම් දහස් ගණනකට නිරාවරණය වීම මෙයට හේතුව බව හඳුනා ගෙන ඇත.
- මාධ්‍ය කෙරෙහි අපගේ කිසිදු පාලනයක් නැත. එබැවින් මාධ්‍ය අපගේ දෛනික ජීවිතය තුළ නිරන්තර භූමිකාවක් ඉටු කරයි. අපගේ පෙනුම, විශ්වාසයන්, ආශාවන් සහ මත හසුරුවමින් හා බලපෑම් ඇති කර ඇත. එපමණක් නොව අප වටා ඇති නගර හා මාවත් තුළ දෛනික ජීවිතයට බලපාන බිල්බෝඩ් හා පෝස්ටර් යනාදිය මගින් අපගේ භෞතික පරිසරය ද මාධ්‍ය විසින් නිර්මාණය කර ඇත. මේ සියල්ල දෛනික ව ග්‍රහකත්වයකට බලනොපාන්නේ ද? යන්න අප විමසිය යුතුයි.

2. මාධ්‍ය සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද

- මාධ්‍ය හා දෘෂ්ටිවාද යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය විචාරයට විවිධ දෘෂ්ටිවාද ගණනාවක් මගින් මග පෙන්වන්නේය යන්නයි. විවිධ විචාරයන්හි ආභාශය ලබමින් මාධ්‍ය විචාරය පෝෂණය කරගත හැකිය.
- මාක්ස්වාදී විචාරය, මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය හා ස්ත්‍රීවාදී විචාරය මෙහිලා ප්‍රමුඛ වේ.

මාක්ස්වාදී විචාරය

- මාක්ස්වාදී විචාරයෙහි ප්‍රමුඛ අදහස වන්නේ ධනේශ්වර සමාජයේ අවශ්‍යතා හා වරප්‍රසාද ලත් පවත්නා බල ව්‍යුහය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පවතින බවයි. එබැවින් මාධ්‍ය කලාව ද නිෂ්පාදන කාර්ය මෙහෙයින් මාධ්‍ය මගින් ග්‍රහකයාට විවිධ දේ පැවරීම, පතුරවා හැරීම

හා පරාවර්තනය කිරීම පිළිබඳ මාධ්‍ය විචාරයෙන් විමසයි. මාධ්‍ය තුළ පවත්නා ආර්ථික හා සංස්කෘතික පදනමක් බලය හා මුදල් ඉලක්ක කොට මාධ්‍ය නිර්මාණ බිහිවීමත් මෙමගින් විශ්ලේෂණය කළ හැකිය. එසේම මෙම විචාරයට අනුව ධනය හා බලය පිළිබඳ අසමතුලිතතාව සහිත සමාජීය ආයතන, මාධ්‍ය විසින් ශක්තිමත් කරනු ලබන ආකාරයත්, මාධ්‍ය ආධිපත්‍යය මගින් පවත්වාගෙන යනු ලබන ආකාරයත් විමසිය හැකිය. මෙවැනි විචාර චින්තනත් නූතන ග්‍රාහකයාට අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය

- මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරකයෝ මනෝවිද්‍යාව ඔස්සේ මාධ්‍ය සංදේශ අවධානයට ගනියි. ළදරුවන්ට නොසන්සුන් කිරීමට මාධ්‍ය බලවත් බලපෑම් කරන බව මනෝ විශ්ලේෂණවාදී මතයකි. මෙය අප අවධානයට ගත යුතුය. වෙළඳ දැන්වීම් අපේ මූලික සිහිකල්පනාවන්හි සැඟවුණු සිතුවිලිවලට ආමන්ත්‍රණය කිරීමේ මාර්ගයක් බව ලෝක මනෝ විශ්ලේෂණවාදීන් දක්වයි. එමගින් ද අපට නව චින්තන ආලෝකයක් ලැබේ. මේ ඔස්සේ සංකේතාත්මක මාධ්‍ය භාවිතාවන්හි යටි අරුත් විමසිය හැකිය. ව්‍යාජ සන්නිවේදන හඳුනා ගත හැකි ය. මනෝවිද්‍යාත්මක ව බැලීම මගින් ග්‍රාහක චින්තනය වැඩේ.
- මනෝ විශ්ලේෂණවාදී විචාරය මගින් මාධ්‍ය මගින් සිදුවන චින්තනවේගී බලපෑම් කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි. මාධ්‍ය මගින් උපදනා සිතුවිලි හා හැඟීම් ආතතියට පත්කරන්නේ කෙසේද යන්න විමසයි. එසේම වෙළඳ දැන්වීම් වැනි මාධ්‍ය ක්‍රියා මගින් බිහිවන පුනරුත්ථාපනය මගින් සිදුවිය හැකි මානසික බලපෑම් පිළිබඳ අවබෝධයක් ලද හැකි වේ. පූර්ව අත්දැකීම් හා මාධ්‍ය ඇසුර සම්බන්ධ බලපෑම ග්‍රාහක සාකච්ඡාවට එකතු කිරීම පිණිස ද මෙම විචාර දෘෂ්ටිය උපකාරී කොට ගත හැකිය. ඊට අමතර ව මාධ්‍ය ඇසුර මගින් ගොඩනැගෙන අන්තර් වර්ගී හා අන්තර් පුද්ගල සම්බන්ධතා කෙරෙහි අවධානය යොමුකළ හැකිය. මනස් කල්පිත ජීවිතවලට තල්ලු කිරීමට මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් හේතුවන අයුරු යනාදිය විමසීමෙන් මාධ්‍ය විචාරය මගින් ප්‍රබල සමාජ පුරවැසියෙක් බිහිකර ගත හැකි බව අවධානයට ගත යුතු වේ.

ස්ත්‍රීවාදී විචාරය

- මෙම විචාරවාදය මතු කරන මූලික පදනම වන්නේ ස්ත්‍රී අයිතිවාසිකම් පිළිබඳව ලිංගිකත්ව සමානාත්මතා පදනම මත සිටි විචාරය කිරීමයි. ස්ත්‍රීවාදී දෘෂ්ටිකෝණය මගින් මාධ්‍ය තුළ කාන්තාවන් අවප්‍රමාණය කරන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරයි. එලෙසින් ජනමාධ්‍ය තුළ කාන්තාවන් අවප්‍රමාණ කිරීමට බලපාන්නා වූ බලය පිළිබඳ ඔවුන් විශ්ලේෂණය කරයි. ස්ත්‍රී පුරුෂභාවය පිළිබඳ මෙමගින් උනන්දුවක් දක්වයි. මාධ්‍ය මගින් සිදුවන කාන්තාවන්ට එරෙහි වෙනස්කම් කිරීම විශේෂ අවධානයට ගනියි.
- මාධ්‍ය තුළ ගැහැණිය ඒකාකෘතික ලෙස නිරූපණය කරන බව නිරීක්ෂණය කරන මෙම විචාර සිද්ධාන්තය මගින් ස්වාභාවික ස්ත්‍රීන් මාධ්‍ය තුළ දක්නට නොලැබෙන බව විශ්වාස කරයි. මව්වරුන්, භාර්යාවන්, දියණියන්, පෙම්වතියන් ලිංගික භාණ්ඩ ලෙස නිරූපණය කරන අයුරු මෙම විචාර දෘෂ්ටිය මගින් විමසයි. විශේෂයෙන් මාධ්‍ය ආධිපත්‍ය පිරිමින් මත පවත්නා බවද මෙමගින් අපට හඳුනාගත හැකි ය.
- ස්ත්‍රීන් හා ස්ත්‍රීත්වය පිළිබඳ වටිනාකම් බෙදා හැරීම උදෙසා මාධ්‍ය දායක විය යුතුය. කාන්තා ගැටලු මාධ්‍ය මගින් විකෘති කිරීම මගින් ඒවාට පීතෘ මූලික දෘෂ්ටියක් ලැබේ. ස්ත්‍රීන්ගේ වටිනා බොහෝ පැතිකඩ මාධ්‍ය මගින් නොසලකා හැරීම විචාරයට ගත හැකි විය යුතු ය. එබැවින්

කාන්තාවන්ට වඩාත් යථාර්ථවාද කෙරෙන්නකි. මෙම විචාරය මගින් මාධ්‍යයක් ඉල්ලා සිටියි. මේ ආදී විවිධ දෘෂ්ටිවාද අසුරු කරගනිමින් මාධ්‍ය විචාරය වර්ධනය වන අයුරු අධ්‍යයනය කළ හැකිය.

3. මාධ්‍ය සහ සන්නේදයන්හි සම විසමතා

- සන්නේදය කුමක්ද? එය නිර්මාණය කළේ කාටද? කවුද? කුමක් සඳහා ද? කුමන මාධ්‍යයකින් ද? යන්න විමසීමෙන් මාධ්‍ය සන්නේදයන්හි සම විසමතා විචාරය ආරම්භ කළ හැකි වේ. කිසියම් මාධ්‍ය සන්නේදයක් විසුරුවා හැරීම සඳහා නිවැරදි ම ක්‍රමයක් නැත, අපගේ ම දැනුම, විශ්වාසයන්, අත්දැකීම් සහ සාරධර්ම මත පදනම් ව අපි එකිනෙකා වෙනස් ආකාරයෙන් මාධ්‍ය අර්ථ නිරූපණය කරයි.
- සන්නේදයේ “පෙළ” කුමක්ද? (අප දකින්නේ හෝ අසන්නේ, ලිඛිත හෝ කථික වචන, ඡායාරූප, චිත්‍ර සටහන්, ලාංඡන, නිර්මාණ, සංගීතය, ශබ්ද, ආදිය) එහි එන වචන, රූප හෝ ශබ්ද මගින් යෝජනා කරන්නේ කුමක්ද? සන්නේදයේ පෙළ (text) යනු කුමක්ද? (එමගින් සැඟවුණු හෝ නොපෙනෙන අර්ථ ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක්ද?) මාධ්‍ය සන්නේදවල පෙළ (texts) සහ උපපෙළ (subtexts) අඩංගු වේ.
- මාධ්‍ය සන්නේදය කුළු පවත්නා වචන, පින්තූර සහ/හෝ ශබ්ද පෙළ වේ. උපපෙළ යනු සන්නේදයේ සැඟවුණු සහ යටින් පැවති අර්ථයයි. මාධ්‍ය නිර්මාණකරු වචන, රූප, ශබ්ද, සැලසුම් සහ අනෙකුත් අංග භාවිත කරමින් සන්නේදය එකතු කරන ආකාරය හෙළි කළ යුතුය. මාධ්‍ය නිෂ්පාදකයින්ගේ දෘෂ්ටිකෝණය, ඔවුන්ගේ වටිනාකම් සහ ඒවායේ පක්ෂපාතිත්වය සාකච්ඡා කළ හැකිය. සැඟවුණු අර්ථයන් සොයා ගත හැකිය.
- මාධ්‍ය සන්නේදය නිර්මාණකරුවන්ගේ වටිනාකම් සහ මත පිළිබිඹු කරයි. සෑම ග්‍රාහකයෙකුම කිසියම් දෘෂ්ටිකෝණයකින් දකී. මාධ්‍ය මගින් සන්නිවේදනය කිරීමට අප භාවිත කරන වචන, ශබ්ද සහ රූප අපගේ මත පදනම්ව අපගේ වටිනාකම් සහ ආකල්පයන්ට බලපෑම් කරයි. මෙලෙස පුද්ගලයන් සන්නේදය ඔස්සේ තමන්ගේ ම අර්ථයන් මාධ්‍යයෙන් ලබා ගනී.
- මාධ්‍යකරුවන් නිශ්චිත ඉදිරිපත් කරන සන්නේදය, ජනයා ඔවුන්ගේම පූර්ව දැනුම් සහ අත්දැකීම්, ඔවුන්ගේ වටිනාකම් සහ ඔවුන්ගේ විශ්වාසයන් මත පදනම්ව, ඒවා වෙනත් ආකාරයෙන් පිළිගෙන පරිවර්තනය කර ගනී. මෙයින් අදහස් වන්නේ මාධ්‍යයෙන් එකම සන්නේදයෙන් විවිධ උප පෙළ නිර්මාණය කළ හැකි බවයි. අප ලඟ ඇති “මාධ්‍ය මෙවලම්” භාවිත කරන්නේ කුමන ආකාරයෙන්ද? එම මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන ලද යහපත් සන්නේදය මොනවාද? කුමනාකාර සංඛ්‍යාත්මක සන්නේදය ඉදිරිපත් කරන්නේද?
- මෙම කරුණ යටතේ සියලුම මාධ්‍ය සන්නේදය (රූපවාහිනී වැඩසටහන්, පුවත්පත්, චිත්‍රපටි, වෙළඳ දැන්වීම් ආදිය) මිනිසුන් විසින් සාදා හෝ ගොඩනගා ඇති බව අවධාරනය කරයි. එම සන්නේදය නිර්මාණය කළ තැනැත්තා කවුද යන්නත්, මාධ්‍ය සන්නේදය ලබාදීමේ අදහස් කුමක්ද යන්න අප තේරුම් ගත යුතුය. එසේම මාධ්‍ය සන්නේදය අපගේ අදහස්, ආකල්ප හා ක්‍රියාවන්ට බලපායි. එහෙත් අපි එය පිළිගැනීමට කැමති වේ. නමුත් අප සියල්ලන්ටම ප්‍රචාරණ, ප්‍රචාරික, චිත්‍රපටි, පොස්ටර් සංගීත. වීඩියෝ ක්‍රීඩා සහ වෙනත් ආකාර මාධ්‍ය ක්‍රම බලපා ඇත.
- මාධ්‍ය බලගතු සංස්කෘතික බලවේගයක් වන්නේ එබැවිනි. විත්තවේගීය බලපෑම වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා මාධ්‍ය සන්නේදය හැසිරවිය හැක. චිත්‍රපටි සහ රූපවාහිනී නාට්‍යවල තිර රචනය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා විවිධාකාර භාවිතයන් (කැමරා කෝණ, රාමු කිරීම, වේගී කැපීම්, විශේෂ ප්‍රයෝග, ආලෝක සංගීත සහ ශබ්ද ප්‍රයෝග) භාවිත කරයි. සඟරා, දැන්වීම් හෝ වෙබ් අඩවි

සඳහා ම වමන්කාර ජනක ග්‍රාහීය නිර්මාණය කරයි. සංදේශ මගින් මාධ්‍ය මතවාදී හා වටිනාකම් හුවමාරු කර ගනී. විවක්ෂණශීලීත්වය හා සාරධර්ම උපුටා දක්වා ඇත.

උදා :- ප්‍රවෘත්ති වාර්තා (ගැටළුවක් හෝ සිද්ධියක් නිරාවරණය කිරීම හැරුණු කොට, ප්‍රවෘත්ති වාර්තා මගින් බලය හා අධිකාරිත්වය පිළිබඳ උපකල්පන ශක්තිමත් කරයි) සහ වෙළඳ දැන්වීම් (විශේෂිත නිෂ්පාදන විකිණීම හැරුණු කොට වෙළඳ දැන්වීම් මගින් පාරිභෝගිකයින්ගේ වටිනාකම් නිරන්තරයෙන් ප්‍රවර්ධනය කරයි.)

4. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය

- මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය යනු සමාජ සංස්කෘතික වටිනාකම් හා චින්තනය කෙරෙහි බලපවත්නා මාධ්‍ය බලයයි. පුවත්පත්, සඟරා, රූපවාහිනිය, ගුවන් විදුලිය, අන්තර්ජාලය මෙලෙස ආධිපත්‍ය දරන ආයතන ලෙස සැලකිය හැකි ය. මෙම මාධ්‍ය අපගේ සංස්කෘතියේ ද චින්තනයේ ද ආධිපත්‍ය දරයි.

නිදසුනක් ලෙස රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති ධනෝෂ්වර ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති තුළ වෙළඳ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරන ක්‍රියාවලියට පිවිසිය හැකි අයුරු විමසිය හැකි ය. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය ආර්ථික, දේශපාලනික හා සංස්කෘතික බලවේග මත බිහි වේ. මෙලෙසින් මාධ්‍ය ධනෝෂ්වරයේ උපකරණයකි. සමාජයීය ආධිපත්‍යයක තත්ත්ව පවත්වා ගැනීමට ධනවතුන් හා බලවතුන් මාධ්‍ය යොදා ගනී. එමගින් ඔවුන්ට රුචි මාධ්‍ය මගින් දෘෂ්ටිවාදය බෙදාහැරීම කරයි. රූපවාහිනී හා සිනමාව වැනි මාධ්‍ය තුළ පවත්නා ආධිපත්‍යයක ස්වරූපය ප්‍රබලය. රූපවාහිනිය දේශපාලනික හා ව්‍යාපාරික පාර්ශ්ව විසින් මෙහෙයවනු ලබන බැවින් ඒ ඒ බලයන්ට යටත්ව මාධ්‍ය සංදේශ ගොඩ නැගේ.

- සන්දේශයක මූලාශ්‍රය, ග්‍රාහකයා, පෙළ, උප පෙළ, අභිප්‍රේරණ ප්‍රයෝග හා දෘෂ්ටිකෝණ විචාරයට භාජනය කිරීමෙන් සංදේශයක ස්වාභාවය හදුනා ගැනීමට හැකිවේ. නූතන මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ පෙළ සංදේශ (text message) බහුලව දැකිය හැකි ය. මේ විචාර දෘෂ්ටිය ඔස්සේ එවැනි දේ ද විමසීම යෝග්‍ය වේ.
- මාෂල් මැක්ලූහන් නැමති සන්නිවේදන විශේෂඥයා පවසන්නේ "මාධ්‍ය ම සංදේශය වේ" යනුවෙනි. එමගින් මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් මගින් ද සංදේශ බිහිවන බව කියැවේ. මීට අමතරව පරස්පර දෘෂ්ටි මාධ්‍ය තුළ පවතින බව අපි දනිමු. එසේ වුව එම පරස්පර විරෝධී දෘෂ්ටිවාද සංකේතාත්මකව ධනවාදී ලෝක දෘෂ්ටිය ඒකාබද්ධ කිරීමක් ලෙස මෙමගින් අර්ථ දක්වයි. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය සෘජු හා වක්‍ර ලෙස පැවතිය හැකි ය. කිසියම් ප්‍රවෘත්තිමය සංදේශයක් ආයතනික මාර්ගෝපදේශනය, ආයතනික මාධ්‍ය සම්මුති හෝ අධිපත්‍යවාදී මතය මගින් සකස් කරන සංදේශයේ දිශානතින්ට අනුව ගොඩනැගෙන අයුරු විචාරය කළ හැකිය.

5. මාධ්‍ය ආර්ථිකය

- මාධ්‍ය ආර්ථිකය යනු පසුගිය වසර 40 පුරා සැලකිය යුතු වර්ධනයකට ලක් ව ඇති අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයකි. මාධ්‍ය කර්මාන්තය මත ගොඩනැගෙන මාධ්‍ය ආර්ථිකය වෙළඳ දැන්වීම් කරුවන්, ග්‍රාහකයා හා මාධ්‍ය අතර නව සම්බන්ධතාවකි. ජනමාධ්‍ය ආර්ථිකය ආර්ථික විද්‍යා, සංකල්ප, හා ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳ අධ්‍යයනය සඳහා සාර්ව ආර්ථික හා ක්ෂුද්‍ර ආර්ථික යන කරුණු අධ්‍යයනය කිරීමයි. සන්නිවේදනය යනු වෙළඳ සංස්කෘතියකි. සන්නිවේදන පද්ධති මගින් වෙළෙඳපොළ සඳහා යටිතල පහසුකම් සපයයි. මාධ්‍ය ආර්ථිකය මාධ්‍ය අයිතිය අධ්‍යයනය කරන නව ප්‍රවේශයකි. මාධ්‍ය ආර්ථිකය දරා සිටින්නේ තොරතුරු සපයන්නන් හා විනෝදාශ්වාදය සපයන සැපයුම්

කරුවන් මතය. මාධ්‍ය සමාගමක් යනු කුමක්ද සහ එහි අභිප්‍රේරණය කුමක්ද හා ඊට අදාළ පවත්නා තරගකාරී වෙළඳපල කුමක්ද යනාදිය හඳුනා ගැනීම මාධ්‍ය ආර්ථිකයට අයත් වේ.

- මාධ්‍ය යනු, ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රයේ සිට නිර්මාණාත්මක අදහස් දක්වා පුළුල් විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ආවරණය වන සංකීර්ණ කර්මාන්තයකි. කෙසේ වෙතත්, මූලික මට්ටමේ දී මාධ්‍ය ආර්ථික අධ්‍යයනය අවධානය යොමු කරන්නේ කර්මාන්තයේ ප්‍රධාන සමාගම්, පාරිභෝගිකයින් හා මාධ්‍ය පරිසරය පිළිබඳවයි. එලෙසින් නිෂ්පාදකයින්, නරඹන්නන්, දැන්වීම්කරුවන්, ආණ්ඩුව සහ ප්‍රජාව අතර සබඳතා විශ්ලේෂණය සහ අවබෝධ කර ගැනීමට මාධ්‍ය ආර්ථිකය අපට උපකාර කළ හැකිය.

6. මාධ්‍ය හා තාක්ෂණය

- ඒ ඒ මාධ්‍යයට අදාළ තාක්ෂණය මෙහිලා අවධානයට ගැනේ. මුද්‍රිත හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය වූ යාන්ත්‍රික මාධ්‍ය ගුවන් විදුලිය හා රූපවාහිනිය ඔස්සේ විද්‍යුත් බවට පත්විය. ඉන් අනතුරු ව සංඛ්‍යාංකන මාධ්‍ය ඔස්සේ විවිධ වූ නව මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් බිහි වී ඇත.
- නූතන මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් අවබෝධ කොට ගත යුත්තේ මානුෂීය අර්බුද විසඳන පදනමිනි. මාධ්‍ය තාක්ෂණය හා නිදහස විමසිය යුතු ය. නිදසුනක් ලෙස අන්තර්ජාල පෞද්ගලිකත්වය හා ප්‍රකාශන නිදහස විවාද යුතු ය. ගෝලීය වශයෙන් මාධ්‍ය තාක්ෂණය භාවිත වන අයුරු හඳුනා ගත යුතු ය. පුරවැසි මාධ්‍ය හා අන්තර්ජාල තාක්ෂණය සංඛ්‍යාංකනකාරණය හා මාධ්‍ය ව්‍යාපාර කෙරෙහි මාධ්‍ය තාක්ෂණය සම්බන්ධ වේ.
- නව මාධ්‍ය හමුවේ රූපවාහිනී, වෙළඳ ප්‍රචාරණ විචියෝ, විචියෝ ක්‍රීඩා, සංයුක්ත ගීත, පරිගණක, ජංගම දුරකථන හා අන්තර්ජාල වශයෙන් භාවිත තාක්ෂණය අප අවබෝධ කොට ගත යුතු වේ. සමාජ ජාලා අඩවිවල ඡායාරූප, කතා, විචියෝ හා විවිධ කලාත්මක දෑ හුවමාරු කරගන්නා තාක්ෂණය පිළිබඳ විමසිය යුතු ය.
- නව මාධ්‍ය ලෝකයේ ඇති සත්‍ය යථාර්ථය වටහා ගත හැකි වන්නේ එවන් විචාරාත්මක පරිසරයක පමණි. නූතන සමාජයේ තාක්ෂණය හා මාධ්‍ය භාවිතයෙන් සිදු වන සමාජ සමතුලිතතාවය සහ සමාජ විපරිතාමය පිළිබඳ දැනුවත් වීමට මේ මාධ්‍ය තාක්ෂණය විමසීම වැදගත් වේ. මාධ්‍ය ගෝලීයකරණයේ වාසි සහ ගැටළු ඒ ඔස්සේ අවධානයට ගත හැකි ය. තාක්ෂණය ගෝලීයකරණය තේරුම් නොගන්නේ නම් අප විවිධ ගැටලු වලට මුහුණ දෙනු ඇත.
- විවිධ සමාජීය දෘෂ්ටිකෝණයකින් මාධ්‍ය සහ තාක්ෂණය විශ්ලේෂණය කර සාකච්ඡා කිරීම ඉතා වැදගත් විචාරශීලී අවශ්‍යතාවයකි. මානව සමාජයේ අන්තර්ක්‍රියාකාරිත්වය උත්සන්න වී ඇති අයුරු හඳුනා ගැනීමට තාක්ෂණයේ බලපෑම විමසිය යුතු ය. එමෙන්ම වර්තමානයේ තාක්ෂණය නවීන සමාජයක් හා දෛනික ජීවිතයක් බවට පරිවර්තනය කරයි. විශේෂිත කාලවල දී විශේෂිත වූ තාක්ෂණික බලපෑම් හා ඒවායෙහි විශේෂිත ක්‍රියාකාරිත්වය පිළිබඳ විමසීම යනාදිය මෙයට අදාළ වේ.
- සිසු සිසුවියන් විවිධ මාදිලියේ මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් හා ගතිකත්වය (බලය, දේශපාලනය, අනන්‍යතාවයන් ආදිය) විමර්ශනය කරන්නේ කෙසේද? මාධ්‍ය තාක්ෂණයන්හි වර්ණාවලි (බලය, දේශපාලනය, අනන්‍යතාවයන්) ගවේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය විවේචනාත්මක සහ විශ්ලේෂණ අවබෝධය අත්කර ගැනීම මෙම මාතෘකාව යටතේ අපට සිදුකළ හැකි ය.

7. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය

සංස්කෘතික අවබෝධය මාධ්‍ය විචාරයට අත්‍යාවශ්‍ය වේ. සංස්කෘතික විවිධාකාරය, ජනප්‍රිය, උප - , ප්‍රති -, ඉහළ සහ පහළ -, ප්‍රභූ, ජන ආදී ලෙස සංස්කෘතින් වර්ගීකරණය වේ. රූපවාහිනිය වැදගත් සංස්කෘතික බලවේගයකි. එය සමාජයේ පරමාදර්ශය හා යථාර්ථවාදී දර්ශනයන් පිළිබිඹු කෙරෙන නීති හා භූමිකාවන් පිළිබඳ පාඩම් සපයයි. එසේම රූපවාහිනී යනු සමාජයීය, වෘත්තීය හා ලිංගික ක්‍රියා, සමාජ පන්තිය, පරිත්‍යාග හා අනුකූලතාව, ජාතිය සහ වාර්ගිකත්වය පිළිබිඹු කරන, විවේචනාත්මක ලෙස හැඩගස්වන, සමාජීය ආයතනයකි.

- සමාජ, වෘත්තීය සහ ලිංගික චරිත, ඒකාකෘති, ධනාත්මක හා සෘණ සංස්කෘතික චරිතාකම් යනාදිය රූපවාහිනී ආබ්‍යාසයන් තුළ බෙදාහදා ගනී. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතියට අදාළ ගුණාංග, ආකල්ප සහ හැසිරීම් මොනවාද? මාධ්‍ය භූමිකාවන් මානසික ව, චිත්තවේගී ව, ආර්ථික වශයෙන් හෝ ආත්මික වශයෙන් විචිත්‍ර ලෙස පින්තාරු කර තිබේ ද? විවිධ වැඩසටහන්වල එන චරිතයන්ගේ වචන සහ ක්‍රියාවන් හා වෘත්තාන්ත තුළින් සංස්කෘතික වශයෙන් සෘජුව සහ වක්‍රව සන්නිවේදනය කරනු ලබන්නේ කුමකින් ද? මේ ආදී කථිකාවකට මාධ්‍ය විචාරය විවෘත විය යුතු ය.

8. මාධ්‍ය හා මායාව

- සංජානනය කිරීමේදී පුද්ගලයන් වැරදි අත්විඳිනවා නම් ඒවා මිත්‍යාවන් ලෙස සැලකේ. මාධ්‍ය සන්දේශ තුළ විකෘති කිරීම් ඇතුළත් වේ. මාධ්‍ය මගින් ගොඩනගන ජන මත මිත්‍යාව සමග බැඳී පවතී. වෙළෙඳ දැන්වීම් වල දැක්වෙන විවිධ සංඥා මගින් මිත්‍යා අර්ථ කථන සැපයේ. ප්‍රචාරකයින් මිත්‍යාව භාවිත කරයි. අප ක්‍රියා කරන ආකාරය පිළිබඳව තීරණය වන්නේ, අප තේරුම් ගන්නා පද්ධතිය ගොඩනංවන ආකාරයට අනුවයි. මාධ්‍ය සංදේශවල පවත්නා මිත්‍යාවන් ඉන් වෙන්කොට හඳුනා ගැනීම මින් අදහස් කෙරේ. සත්‍ය හෝ සත්‍ය විය නොහැකි දෙයක් මාධ්‍ය තුළින් කාලයක් විසුරවා හරින විට ඒවා සත්‍ය ලෙස පිළිගැනේ.
- වෙළෙඳ දැන්වීම් වල පෙළ හා රූප මගින් මිත්‍යාව ජනනය කරයි. එලෙසින්ම දැන්වීම් තුළ සැඟවුණු අර්ථ පවතී. එබැවින් දැන්වීම්කරුවන් මිත්‍යාව භාවිත කරන්නේ කෙසේ ද යන්න විචාරය කළ යුතුය. මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ වැඩසටහන්හි කාන්තාව හා අලංකාරය අතර ද මිත්‍යාව පවතී. කාන්තාව විලාසිතාවක් ලෙසත් වෙළෙඳ භාණ්ඩයක් ලෙසත් යොදා ගන්නේ මිත්‍යාමය අලංකාරය භාවිත කරමිනි.
- මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය අවබෝධ කර ගැනීමට මෙම මිථ්‍යාවන් අපට උපකාර කරයි.

මිථ්‍යාව : අප අදහස් කරන විට, අපට අවශ්‍ය විට පමණක් අපි සන්නිවේදනය කරමු.

යථාර්ථය : අපි නිතරම සන්නිවේදනය කරමු.

මිථ්‍යාව : වචනවල අර්ථ පවතී. අපි ඒවා සන්නිවේදනය කරන්නෙමු.

යථාර්ථය : වචනවල විශේෂිත අර්ථයක් නැත; අර්ථය හටගන්නේ ග්‍රාහකයා තුළ ය.

මිථ්‍යාව : සන්නිවේදනය පුද්ගලයෙකුට යමක් පැවසීමට අපට ඇති ඒක මාර්ගික ක්‍රියාවකි.

යථාර්ථය : සන්නිවේදනය මූලික වශයෙන් දෙයාකාර ක්‍රියාකාරිත්වයකි.

මිථ්‍යාව : අපට අන් අයට තොරතුරු ලබා දිය හැකි බව සාමාන්‍ය වැටහීමයි.

යථාර්ථය : ප්‍රමාණාත්මක තොරතුරු නොමැතිව අන් අයට තොරතුරු ලබාදීමට යෑමෙන් ගැටළුකාරී තොරතුරු බිහි වීම සිදු වී තවදුරටත් ඒවා ගැටළුකාරී ව වටහා ගත හැකිය .

විවාරශීලී ග්‍රාහකයා

- මාධ්‍ය මගින් ලැබෙන සෑම තොරතුරක් ම සෑම රූපණයක් ම නිර්මාණය කර ඇත. නැතිනම් සකස් කර ඇත. සත්‍ය හෝ යථාර්ථය එමගින් පිළිබිඹු නො වේ. මාධ්‍යයන්ගෙන් ආකූල වූ සමාජ පරිසරයක ජීවත් වන පුද්ගලයන් ලෙස ජනමාධ්‍ය තේරුම් ගැනීම, විමර්ශනාත්මක ව මාධ්‍ය සන්දේශ වටහා ගැනීම සහ මාධ්‍යයේ මායාව හා යථාර්ථය තේරුම් ගැනීම ඇතුළු මාධ්‍ය සාක්ෂරතා ලක්ෂණ විවාරශීලී ග්‍රාහකයෙකු සතු විය යුතු ය.
- විවාරශීලී ග්‍රාහකයා සක්‍රීය ග්‍රාහකයෙකි. සක්‍රීය ග්‍රාහකයා තොරතුරු ලැබෙන්නේ කෙසේ ද, කාගෙන් ද, කොහෙන් ද, යන්න විමසයි. සක්‍රීය ග්‍රාහකයෙක් විශ්වාස කළ හැකි මූලාශ්‍රවලින් තොරතුරු ලැබේ දැ යි සැමවිට ම විමසා බලයි. මාධ්‍ය සන්දේශ එම ආකාරයෙන් ම බාර නොගැනීමටත් ඒවා පිළිබඳ ප්‍රශ්න කිරීමටත් සක්‍රීය ග්‍රාහකයා යොමු වේ.
- සක්‍රීය මාධ්‍ය ග්‍රාහකත්වය අපට නිසඟයෙන් හෝ සහජයෙන් හෝ ලැබෙන බලයක් නො ව එය හැදෑරිය යුතු විෂයයකි. “එමගින් නොයෙකුත් ජනමාධ්‍ය, ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය, නව තාක්ෂණය පිළිබඳ ව විවාරශීලී ව විමසා බැලීමට අවස්ථාව ලබා දේ.” (ඩග්ලස් කෙල්නර් - 1979)

විවාරශීලී ග්‍රාහකත්වය කෙරෙහි බලපාන සාධක

- ජනමාධ්‍ය සහ ඒවායේ ග්‍රාහකයන් පිළිබඳ ව තොරතුරු ලබා ගැනීමෙන් ලැබෙන බලගැන්වීම පිළිබඳ හැදෑරීම
- ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය මගින් ලැබෙන තොරතුරු මෙන් විකල්ප ජනමාධ්‍ය මගින් ලැබෙන තොරතුරු ලබා ගැනීමේ වැදගත්කම හා අභියෝගය
- ඒවා අනුසාරයෙන් අපගේ ම නිර්මාණ නොයෙකුත් ජනමාධ්‍යයන්ට ලබා දීමේ අභියෝගය
- සක්‍රීය සහ විවාරශීලී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව මගින් මාධ්‍යයේ පිටුපස තිබෙන නොයෙකුත් බලවේග පිළිබඳ දැනුවත් වීම
- ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, ජාතිය, වර්ගය, කුලය, ලිංගිකත්වය, ජනමාධ්‍ය මගින් ප්‍රතිනිර්මාණය වීම පිළිබඳ හැදෑරීම
- මෙය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවට නො ව විවිධ ජනමාධ්‍ය ලෙස විවාරශීලී ව බැලීම සහ ඒවා පිටුපස සිටින අදෘශ්‍යමාන බලවේග සහ ග්‍රාහකයන් එය ජනමාධ්‍ය ඇසුරෙන් යම් දෙයක් පිළිබඳ ව කවරාකාරයෙන් වටහා ගන්නේ දැයි අධ්‍යයනය කිරීම
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයෙකු සෑම විට ම තමා කළ යුතු දේ සිතිය යුතු දේ නොසිතිය යුතු දේ ගැන විවාරශීලී ව කල්පනා කිරීම

- නොයෙකුත් ජනමාධ්‍ය සමාජයේ කවරාකාර මිනිසුන් හෝ ස්ත්‍රීන් විය යුතු බව අපට උගන්වන හා පෙන්වා දෙන බව ජනප්‍රිය වන්නේ කෙසේ ද ජීවිතය සාර්ථක කර ගන්නේ කෙසේ ද ජීවිතයේ අසාර්ථක භාවය නැති කර ගන්නේ කෙසේ ද සමාජයෙහි දිව යන ප්‍රධාන බලවේග, වටිනාකම් සහ සමාජ සංස්ථාවලට අනුකූල ව පුරුදු පුහුණු වීම අපට උගන්වයි.
- ඉහත සඳහන් කරුණුවලින් අපට සනාථ වන්නේ විචාරශීලී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සෑම පුරවැසියෙකු ම බල ගන්වන බව යි. ජනමාධ්‍යවලින් මවන මායාකාරී ලෝකයක යථාර්ථය හඳුනා ගැනීමට අපට මග පෙන්වන බව යි.
- සක්‍රීය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තිරයේ ඉදිරිපස වැටෙන නරඹන්නට යෙදෙන කියවන්නට ලැබෙන සෑම දෙයක් ගැන ම විචාරශීලී ව විමසීමට අපට මග පෙන්වයි.
- මාධ්‍ය විචාරශීලී ග්‍රාහකයකුගේ ලක්ෂණ හෝ කුසලතා
 1. විශ්ලේෂණය (Analysis) නැතහොත් සංයෝග වී තිබෙන ද්‍රව්‍ය වෙන් කිරීම.
 2. Evaluation ඇගයීම නොහොත් ගුණ හා අගුණ සොයා බැලීම.
 3. Grouping - සමාන, අසමාන කණ්ඩායම් වලට බෙදා වෙන් කර ගැනීම.
 4. Induction අනුමානය යමක් අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව නිගමනය කිරීම.
 5. Deduction නිගමනය පොදු නියමයන් ඇසුරින් විශේෂිත යමක් නිගමනය කිරීම.
 6. Synthesis නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම
 7. සම්පීඩනය පණිවිඩයක හරය සහ වැදගත් කරුණු ඉතා කෙටියෙන් පැහැදිලි ලෙස දැක්වීම.

මෙම සමත්කම් නැතහොත් කුසලතා මාධ්‍යයන්ට ම පමණක් සීමා නොවන අතර මෙම කුසලතා සමහරක් අපි ඵදිනෙදා ජීවත් වීමේ දී භාවිත කරගන්නෙමු. මෙම කුසලතා භාවිත කිරීම සඳහා යම් දැනුමක් අප සෑම කෙනෙකු තුළ ම තිබෙන අතර මේවා වැඩි වැඩියෙන් ප්‍රගුණ කර මාධ්‍ය තොරතුරු අවබෝධ කරගැනීම අප සෑමගේ අභියෝගයකි. මාධ්‍ය ඇගයීම සඳහා යොදා ගැනීම මෙසේ විස්තර කළ හැකි ය.

1. විශ්ලේෂණය

මෙයින් අදහස් වන්නේ පණිවිඩයක් තේරුම්ගත හැකි කොටස් කීපයකට කඩා ගැනීම ය. මාධ්‍යයන් මගින් අප ඉදිරියට එන පණිවිඩ හෝ තොරතුරු ඒ අයුරින් ම පිළිගැනීමට හෝ එම තොරතුරු වෙන් වෙන් වශයෙන් ගැඹුරින් ඒවායේ අර්ථ අනුව කොටස් වලට කඩා ඒවා ඉදිරිපත් වී ඇති ආකාරය විභාග කිරීමට අපට පුළුවන. උදාහරණයක් ලෙස පුවත්පතක පළවෙන පුවතක් ගත් විට එය ලියන පුවත්පත් කලාවේදියාගේ අදහස ඒ ලිය වී ඇති ආකාරයට ම පිළිගැනීමට හෝ එම පුවතේ සමබරතාවය පරීක්ෂා කිරීමට අපට පුළුවන. එම පුවත, කවිද, කුමක්ද, කවර දිනක දී ද, කුමන ස්ථානයක දී ද මක්නිසා ද යන්නෙන් ප්‍රශ්න කර එය සම්පූර්ණ පුවතක් ද, අසම්පූර්ණ පුවතක් ද යන්නෙන් නිගමනයන්ට එළඹිය හැකි ය.

2. වටිනාකම් තක්සේරුව

මෙයින් අදහස් වන්නේ, ප්‍රවෘත්තියක නැත්නම් තොරතුරක යෝග්‍යතාවය හෝ අයෝග්‍යතාවය තක්සේරු කිරීමයි. අප මෙය කළ යුත්තේ ප්‍රවෘත්තියක ඇතුළත් තොරතුරු යම් මිනුම් දණ්ඩකට, ප්‍රමිතයකට අනුව සමාන කර හෝ සංසන්දනය කර බැලීමයි. මාධ්‍ය විශාරදයින් ලියන මති මතාන්තර තොරතුරුවල ඇතුළත් වන විට ඒවා කට පාඩමින් අපගේ ම සිතූම් පැතුම් බවට පත් කර ගැනීම හෝ ඒවා අපගේ ම අදහස් සමග සංසන්දනය කර බැලිය හැකි ය. අපගේ ම ප්‍රමිතියන් හා ඒවා සමාන වුවහොත් ඒවා නිවැරදි මති මතාන්තර හෝ අපගේ මතයන්ට වඩා හොඳ මති මතාන්තර ලෙස අපට පිළිගත හැකි ය. එහෙත් අප තුළ ඇති ප්‍රමිතියන් අනුව ඒවා නුසුදුසු හෝ අයෝග්‍ය යයි දැනුනොත් ඒවා අපට ප්‍රතික්ෂේප කළ හැකි ය.

3. සමාන අසමාන කොටස්වලට බෙදා ගැනීම

තොරතුරු, නැතහොත් ප්‍රවෘත්තියක එන කරුණුවල සමාන අසමාන කොටස් සංසන්දනය කිරීම මෙයින් අදහස් කෙරේ. මේ සඳහා වර්ගීකරණ නීති රීතිය Classification rule අපට උපකාරී වේ. යම් යම් දේ වර්ග කළ යුත්තේ කෙසේ දැයි මාධ්‍යය අපට කියා දෙන අතර, එය ඒ ආකාරයෙන් ම අප පිළිගත්තොත් ඔවුන්ගේ වර්ගීකරණය අනුව කටයුතු කිරීමට අපට සිදු වේ. එහෙත් එම මාධ්‍ය වර්ගීකරණයන්ගේ හොඳ නරක අප පිළිගත් වටිනාකම් සහ අපගේ ම වර්ගීකරණයන් අනුව සංසන්දනය කර බැලුවොත් වඩා අර්ථවත්, ගුණාත්මක බවින් යුතු නිවැරදි වර්ගීකරණයක් අපට සාදා ගත හැකි ය.

4. අනුමානය

මෙයින් අප අදහස් කරන්නේ කුඩා කරුණු ප්‍රමාණයක විද්‍යමාන වන රටාව හඳුනාගෙන ඊට වඩා විශාල කරුණු ප්‍රමාණයක පොදු රටාව හඳුනා ගැනීමයි. උදාහරණයක් වශයෙන් ජනමත විචාරයක ප්‍රතිඵල අප විභාග කර බැලුවොත් බොහෝ දෙනා කරන්නේ මාධ්‍ය තුළින් ගලා එන තොරතුරු මත ම පමණක් සැබෑ මහජන මතය එය යි සිතීම ය. බොහෝ විට සැබෑ තත්ත්වය එසේ විය නො හැකි ය.

5. නිගමනය

මෙයින් අදහස්වන්නේ පොදු කරුණු උපයෝගී කරගෙන විශේෂ දෙයක් පැහැදිලි කිරීමට උත්සාහ කිරීම ය. මෙලෙස පොදු දේවල් පිළිබඳ වැරදි ආකල්ප අප තුළ තිබුනොත් අනෙකුත් කරුණුන් ඒ අයුරින් වැරදි ලෙස විස්තර කිරීමට අප පෙළඹිය හැකි බව ය.

6. නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම

මෙයින් අදහස් වන්නේ තිබෙන කොටස් එකතු කර, අලුත් ව්‍යුහයක් ගොඩ නගා ගැනීමයි. ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩ නගා ගැනීමේ දී මෙය අපගේ ප්‍රාථමික සමත්කමක් නැතහොත් කුසලතාවයකි. අලුත් තොරතුරු මාධ්‍යයන් මගින් අප වෙත ගලා එද්දී ඒවා අප විශ්ලේෂණය හෝ කුඩා ප්‍රයෝජනවත් තොරතුරු කාණ්ඩ ලෙස ද තබා ගත යුතු ය. එම කරුණුවල ප්‍රයෝජනවත්භාවය, විශ්වාසනීයත්වය, ප්‍රසන්න බව අප තක්සේරු කළ යුතු ය. අපට හොඳයයි සිතෙන කරුණු අප තුළ තිබෙන ඥාන ව්‍යුහයන් සමග එකතු කර ගත යුතු ය. අලුත් ඥාන ව්‍යුහයන් නිර්මාණය කිරීම හෝ අලුත් ඥාන ව්‍යුහ නිර්මාණය කිරීම හෝ අලුත් රටාවක් සලකා බැලීම මේ නිසා සිදු වේ. ඒ නිසා නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩ නැගීම යනු

- වාග් විද්‍යාව තුළ භාෂාමය ප්‍රකාශනයක අර්ථය, ඇතැම් විට එහි ආරම්භක අර්ථයට වඩා අවසාන අර්ථය වෙනස් විය හැකිය. නිදසුනක් ලෙස “ආදරය” සහ “දෙවියා” යන යෙදුම්වල විවිධ අර්ථයන් ඇති බව විමසිය හැකි ය.
- සන්නිවේදකයා යම්කිසි අවස්ථාවකදී යමක් ප්‍රකාශය කිරීමෙන් අදහස් වන්නේ කුමක් ද? යන්න සැලකිල්ලට ගත් අරුත් ගෙන දේ. උදාහරණ ; “මම ගිහින් එන්නම්” යන්නෙන් ඇඟවුම් කරන්නේ යන බව යි. එන බවක් නොවේ. “මම සිතලයි” යන වාක්‍යයේ අර්ථය කවුළුව වසා දැමීමේ ඉල්ලීමක් හෝ පොරවා ගැනීමට රෙද්දක් ඉල්ලීම විය හැකිය. එබැවින් විවාරකයා මාධ්‍යයෙන් සන්නිවේදන අර්ථ උපදනා අයුරු පරිස්සමින් හඳුනාගත යුතුය යන්න මෙමගින් කිය වේ.

2. අදාළත්වය

- අදාළත්වය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ සංදේශයට අදාළ අන්තර්ගතයේ ද ඊට අදාළ ආබ්‍යානය, අනුක්‍රමය, සමබරතාවය, සුසංයෝගය හා ප්‍රමාණාත්මක බව මනාලෙස ගැලපීමයි ඒ සඳහා තාක්ෂණය ද උචිත විය යුතුය.
- ජනමාධ්‍ය භාවිතයේ යෝග්‍යතාව තත්ත්වය, අවශ්‍යතාව සහ මාධ්‍ය ලක්ෂණ අතර ගැලපීම් මත රඳා පවතී. කිසියම් විශේෂිත අරමුණක් සඳහා විශේෂිත සමාජ සන්දර්භයක් තුළ විශේෂිත ප්‍රේක්ෂකයෙක්වීමට යෝග්‍යතාවයකි. එසේම යෝග්‍යතාව යනු කථාවක් වටහා ගත හැකි ප්‍රමාණයකි.
- අදාළත්වයේ ප්‍රතිවිරෝධතාව වන්නේ නුසුදුසුකමකි. සුදුසු බව තත්ත්වයන් අනුව යන අරුත ද මෙහි වේ. සුදුසු” අර්ථ දැක්වීම අර්ථ නිරූපණයට යටත් ය. අදාළ සන්දේශය වන්නේ සංස්කෘතිය, ආර්ථිකය, පරිසරය සහ තාක්ෂණය සුදුසු ලෙස භාවිතයයි.
- අපේක්ෂිත අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සන්දර්භයේ අවශ්‍යතාවන්ට ගැලපෙන සුදුසු තාක්ෂණයක් විය යුතුය. අදාළත්වය එකිනෙකාගේ රුචි අරුචිකම් මත තීරණය විය යුතු වුව ද වඩාත් වැදගත් වන්නේ මනා අවබෝධයකින් යුතු ව විවාරශීලී ව අදාළත්වය තක්සේරු කිරීමයි.

3. අභිප්‍රේරණය

- අභිප්‍රේරණය නිරන්තර ව සිදු කෙරෙන සන්නිවේදය ක්‍රියාවලියකි. මෙහි දී අභිප්‍රේරණය යනු මාධ්‍ය මගින් පුද්ගල විශ්වාසයන්, ආකල්ප, අභිප්‍රාය, හෝ හැසිරීම කෙරෙහි බලපෑම් කර පිළිගැනීමට යටත් කිරීමයි. මාධ්‍ය සන්දේශ කෙරෙහි විශ්වසනීයත්වය ඇති කිරීම අභිප්‍රේරණයකි. විවිධ ලාංඡන මගින් ඒත්තු ගැන්වීම කළ හැකිය. බොහෝවිට වාණිජ සන්දේශවලට අප යටත් වන්නේ සංනාමික ලාංඡන මගිනි. එපමණක් නොව ව්‍යාධි චිත්තවේග ද සන්දේශ මගින් අභිප්‍රේරණය කළ හැකි ය.
- අභිප්‍රේරණ ප්‍රධාන මානයන් තුනකි.

ආකල්ප වෙනස් කිරීම

හැසිරීම් වෙනස් කිරීම

කාලයත් සමඟ වෙනස් කිරීම

නිදසුන් - 2

සංඛ්‍යාලේඛන - සංඛ්‍යා දත්ත සහ සංඛ්‍යා ලේඛන මත ග්‍රාහකයා සිතන ආකාරය වෙනස් කළ හැකි ය.

“පාසල සඳහා අරමුදල් රැස් කරන්නෙක් උපයා ගත්තේ රුපියල් 1,100 ක් පමණි.”

“පාසලේ සාර්ථක අරමුදල් රැස් කරන්නෙක් රුපියල් 1000 කට වඩා වැඩියෙන් උපයා ගනී.”

නිදසුන් - 3

වචන තේරීම සහ තානය - මාධ්‍යවේදීන් භාවිත කරන වචන හා තානය කතන්දරයට බලපෑම් කළ හැකි ය. ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක වචන භාවිත කිරීමෙන් ප්‍රචණ්ඩය ගැන අපට හැඟෙන ආකාරය වෙනස් කළ හැකි ය. ප්‍රචණ්ඩ ප්‍රචාරකයෙකුගේ හඬ ස්වරයෙන් අපට බලපෑම් කළ හැකි ය.

නිදසුන් - 4

මූල්‍ය පාලනය - කතන්දරය ආරම්භ වන්නේ කොහෙන්ද? කතන්දරයේ මූල්‍යය කවුද? ඔබ ඇසීම හෝ කියවීම කරනුයේ කවරෙකුගේ දෘෂ්ටි කෝණයක්ද?

- සන්දේශයක පක්ෂපාතීත්වය විවිධ අයුරින් සිදුවිය හැකි බැවින් ඒවා විචාරාත්මකව විමසීමෙන් නිසි අවබෝධයකට පැමිණිය හැකි ය. අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරුවලින් මග හැරීම, මූල්‍ය තෝරාගන්නා ආකාරය, කතා තෝරාගන්නා ආකාරය, ස්ථානය තෝරාගන්නා ආකාරය, හඳුන්වා දෙන ආකාරයට අනුව, තොරතුරු ගමන් කරනා වේගය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ගොඩනැගේ.

5. විශ්වාසනීයත්වය

- මූල්‍යයේ විශ්වසනීයත්වයට දැනුම ලෙස අධ්‍යාපනය හා අත්දැකීම් ද හැකියාව ලෙස භෞතික හා මානසික සාධක ද අදාළ වේ. අනිප්‍රේරණය ඔස්සේ අගතිය ඇතුළු ආශාවන් විශ්වාසයන් ලෙස විවිධාකාරයෙන් ක්‍රියා කළ හැකියි “සන්නිවේදකයෙකුගේ විශ්වසනීයත්වය යනු පිළිගත් විනිශ්චයකි” යන්න මේ සම්බන්ධ ප්‍රකට මතයකි. ලබන්නා මත පදනම් වූ ඉදිකිරීමක් ලෙස විශ්වසනීයත්වය පවතී. එනම් සන්නිවේදකයා නව විශ්වාසයක් ලබා දුන්න ද ලබන්නා විශ්වාස නොකරන්නේ නම් එය ප්‍රතික්ෂේප වේ. එසේම බහු-මානී ලෙස විශ්වසනීයත්වය හට ගනියි. එනම් විවිධ මානයන්ට අනුව විශ්වාස ඇති වන බවයි. විශ්වසනීයත්වයේ කොටසක් නොවේ.
- විශ්වසනීයත්වය සඳහා විශ්ලේෂණ ප්‍රවේශ

ප්‍රාථමික මාන

විශේෂඥතාව (නිපුණතාව)

විශ්වාස කළ හැකි බව (ආරක්ෂාව)

කීර්ති නාමය (සැලකිල්ලක් දැක්වීම)

ද්විතියික මානයන්

ගතිකත්වය

තැම්පත් බව

සමාජීයභාවය

සිත් ඇදගන්නා සුළු බව

- විශ්වසනීයත්වය යනු “ගෞරවණීය ප්‍රභවය” ලෙස ද හැඳින්වේ. එසේම විශ්වසනීයත්වය පුද්ගලික ය. භාරකාරත්වය ඔබේ විශ්වාසවන්තභාවය ගැන කතා කරයි. අන් අය ඔබ කෙරෙහි විශ්වාසය තබන විට ඔවුන් ඔබගේ බලපෑමට විවෘතව ඇත.
- මෙලෙසින් විශ්වසනීයත්වය යනු ලබන්නන් විසින් සන්නිවේදකයන්ට ලබා දෙන විචල්‍යයකි. විශ්වසනීයත්වය ඇතැම්විට තහවුරු කරගත නොහැකි ය. එය ආරෝපණය කිරීමේ ස්වභාවයක් ද එහි පවතී. විශ්වසනීයත්වය තක්සේරු කිරීම සඳහා සරල නීතියක් නොමැත.
- විශ්වසනීයත්වය තක්සේරුකිරීමට විනිශ්චය අවශ්‍ය වේ. විනිශ්චය යන්න එම විෂය ක්ෂේත්‍රයට පදනම් දැනුම මත රඳා පවතී. මෙලෙසින් මාධ්‍ය සන්දේශ කෙරෙහි විශ්වාසනීයත්වය ඇති වන අයුරු පිළිබඳ අප සන්දේශ විචාරයට එළඹිය යුතු ය.

6. විකෘතිකරණය

- සන්නිවේදන විකෘතිය විකෘතිකරණය නමින් හැඳින්වේ. සන්දේශය තොරතුරු සන්නිවේදනය කරන සංකේතාත්මක ආකෘති යි. සංකේතාත්මක සන්නිවේදනය අප වැඩි වැඩියෙන් භාවිත කරන විට සංකේතවලට අප විසින් දෙනු ලබන අර්ථය නිවැරදි ව සන්නිවේදනය කළ නොහැකි ය.
- එක් පාර්ශ්වයක් විසින් වෙනත් පාර්ශ්වයකට ගෙන යන නාලිකා හෝ විවිධ ආකාරයේ මැදිහත්වීම්වලින් සන්දේශය විකෘති කිරීම්වලට ලක් වේ. සන්දේශයක තේරුම් ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ දී අන්‍යෝන්‍ය අර්ථය, ස්වරය හෝ වචන සම්පූර්ණයෙන් ම අල්ලා ගැනීමට නොහැකි විය හැකි ය. එක් අතකින් විකෘතිකරණය යනු වෙනස් කිරීමකි.
- ප්‍රතිපෝෂණ නොලැබීම නිසා මාධ්‍ය සම්පාදකයින්ගේ ඉදිරිපත් කිරීම්වලට බලපෑම් කිරීමෙන් විකෘති කිරීම්වලට දායක විය හැකි ය. අනිශේක්තියට නැඟීමෙන්, නින්දා කිරීමෙන් සන්දේශයක් විකෘති කළ හැකි ය. අනුවර්තී (harmonic), වක්‍රෝත්තිහරණය (disamdiguation), ප්‍රත්‍යක්ෂණ (cognitive), පාර්ශ්වීය (phase), විස්තර (විශාල කිරීම)(amplitude), පර්යාලෝකය (perspective) ආදී විකෘතිකරණ බොහෝ සෙයින් පවතී. ඒවා අප විචාරාත්මක ව හඳුනා ගත යුතු වේ.

7. සඵලත්වය

- අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵලය ඉදිරිපත් කිරීමේ දී කිසියම් සාර්ථකත්වයක් ලබා දීම සඵලත්වයයි. සන්දේශයේ ගුණාත්මක භාවය, නිෂ්පාදන ගුණත්වය සහ ඒත්තු ගැන්වීම මගින් ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශනයේ සඵලතාව ඇති වේ. ශක්තීන් හා දුර්වලතා හඳුනා ගැනීම සඳහා මූලෝපායික ප්‍රශ්න කිරීම මගින් සන්දේශයේ සඵලදායීතාව ඇගයීම වැදගත් වේ.
- අපගේ සන්නිවේදනයේ බොහෝ දුර්වල විනිශ්චයකරුවන් අපම ය. ඔබේ සන්දේශයට ප්‍රතික්‍රියාවක් ලැබුණු විට ඔබ කවදා හෝ වැරදි ලෙස තේරුම්ගෙන තිබේද? සන්දේශයක අර්ථය අභිප්‍රාය විය හැකි අතර එම සන්දේශය ලබන්නාට පැහැදිලි වනු ඇත.
- මාර්ගෝපදේශ නොමැතිව, අපේ ම සන්දේශය ඇගයීම ආත්මීය ව්‍යායාමයක් විය හැකි ය. එබැවින් ඒවා මැනීම සඳහා යම් වෛෂයික ප්‍රමිතීන් ඇති කිරීම ප්‍රයෝජනවත් වේ.
- ඵලදායී සන්දේශයක් සඳහා ප්‍රධාන ගුණාංග හතරක් තිබේ.

සරල බව (Simplicity)

විශේෂත්වය (Specificity)

චක්‍රය (Structure)

ඇලීම (Stickiness)

සරල බව

අපගේ සන්දේශයක සරල බව සහතික කර ගැනීම සඳහා අපගෙන් ප්‍රශ්න දෙකක් අසා ගත යුතු ය.

අරමුණ පැහැදිලි ද?

ප්‍රධාන සන්දේශය පැහැදිලි ද?

සන්දේශයක අරමුණ වනුයේ දැනුම් දීමට, ඒත්තු ගැන්වීමට හෝ විනෝද වීම ය. අරමුණ දැන ගැනීමෙන් තොරතුරු හා සංවිධානය ගැන අපට හඟවනු ඇත. මනෝවිද්‍යාත්මක ව අප කථන දත්ත මත දැඩි ලෙස රඳා පවති.

විශේෂත්වය

විශේෂත්වය යනු භාෂාවේ තේරීම සහ එහි භාවිතයයි. භාෂාව ගැන අපට අපගෙන් ම අසා ගත හැකි ය.

භාෂාව විශේෂිත ද?

භාෂාව අනවශ්‍ය ලෙස සංයුක්ත වේ ද?

සන්දේශය තුළ තෝරාගත් වචනවලට අදාළ අර්ථකථනයන්ගෙන් බිහිවන මෙම චිත්තවේගීය සම්බන්ධතාවන් මගේ අරමුණට විරුද්ධ ව කටයුතු කරන්නේ ද?

අතිරේක තේරුමක් ඇති වචන භාවිත කිරීමෙන් වැරදි අර්ථකථනයක් බිහිවිය විය හැකි ද?

භාෂාව විශේෂිත බව හඳුනාගත යුතු ය. ඇතැම් වචන සැඟවුණු චිත්තවේගීය අර්ථයන් ගෙන යයි. බොහෝ අර්ථයන් හෝ අර්ථකථන සහිත වචන භාවිතය ප්‍රවේශමෙන් විචාරයට ලක් කළ යුතු ය.

ව්‍යුහගත කිරීම

සන්දේශ ව්‍යුහගත කිරීම අනුක්‍රමික ව සිදුවන්නකි. සන්දේශ හොඳ තරක ලෙස ව්‍යුහගත කළ හැකි ය. එයට පවත්නා සංස්කෘතික හා සමාජ වටිනාකම් බලපෑම් කරයි. සන්දේශ ව්‍යුහගත වීම ග්‍රාහකයා සිතන ආකාරයට අනුව සිදුවන්නකි. අප අපගේ සිතුවිලිවලට අනුව තොරතුරු ගලපා ගනියි.

දැන්වීම් ව්‍යුහගත කිරීමකි. එක් අර්ථයකින් වෙළඳ දැන්වීමක් යනු භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සඳහා පාරිභෝගිකයන්ගේ දැනුවත්භාවය හා ආකල්ප නිර්මාණය කිරීම, ශක්තිමත් කිරීම හෝ වෙනස් කිරීමයි. ඒ සඳහා ප්‍රයෝගාත්මක මාධ්‍යමය (ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය, ලිඛිත) ව්‍යුහයක් දැන්වීම් සකසා ගනියි.

ඇලීම

සන්දේශයකට ඇලීම අතිශය සංකීර්ණ මානසික ක්‍රියාවලියකින් සිදුවන්නකි. එයට සමාජ, සංස්කෘතික වටිනාකම් බලපානවා සේ ම සන්දේශය ගොඩ නගන ආකාරය ද බලපායි. විශේෂයෙන් සන්දේශ කෙරෙහි ඇලීමට සරල බව, අනපේක්ෂිත බව, සන්දේශයේ ශක්තිමත්භාවය, විශ්වාසනීයත්වය, හැඟීම් උත්පාදනය හා කතාන්දරයක් වීම යනාදිය ප්‍රධාන මූලධර්මයන් වේ.

8. ශූර මෙහෙයවීම

- සන්දේශය ශූර මෙහෙයවීම යනු විශේෂිත අවශ්‍යතාවන්ට අනුකූල වන ප්‍රතිරූප හෝ තර්කයක් නිර්මාණය කරන සම්බන්ධ තාක්ෂණ මාලාවකි.
- එවැනි උපක්‍රමවලට තර්කාන්විත මෙහෙය වීම, මානසික හැසිරවීම, මුළුමනින් ම රැවටිල්ල, පුරසාරම් හා ප්‍රචාරක ශිල්ප ක්‍රම භාවිත කිරීම ඇතුළත් විය හැකි ය.. සමහර පුද්ගලයන් හෝ කණ්ඩායම්හි මත නිශ්චය කර ගැනීමෙන් වැළකී සිටීම නිසා තොරතුරු හෝ දෘෂ්ටි කෝණයන්, තර්ක හෝ වෙනත් ස්ථානයක අවධානය වෙනතකට හැරවිය හැකි ය.
- පුරුෂයන්ගේ ආකල්ප සැකසීම, මහජන සම්බන්ධතා, ප්‍රචාරය, අලෙවිකරණය තුළ භාවිත වේ. එක් එක් සන්දර්භය සඳහා පරමාර්ථය බෙහෙවින් වෙනස් වන අතර පුළුල් තාක්ෂණයන් බොහෝ විට යොදා ගැනේ. බෙහෙවින් ප්‍රධාන සිදුවීම් මඟින් දුරස්ථ කිරීම, ඡායාරූප හැසිරවීම හා වීඩියෝ හැසිරවීම මඟින් සිදු කෙරේ.
- සන්දේශය ශූර මෙහෙයවීමට සන්දේශයේ අංග වෙනස් කිරීමට බලපාන ප්‍රාථමික සංරචක පහත පරිදි වේ.

ප්‍රමාණය (Quantity) - යම් සන්දේශයකින් ලබා දිය යුතු සාධාරණ තොරතුරු

ගුණාත්මකභාවය (Quality) - කිසියම් සන්දේශයක ඉදිරිපත් කර ඇති තොරතුරුවල සත්‍යතාවය

සම්බන්ධතාවය (Relation) පූර්ව අදහස් මගින් තහවුරු කර ඇති සංවාදයෙහි සම්බන්ධතාවන්

ක්‍රමය (Manner) - යමක් ප්‍රකාශ කර ඇති ආකාරය පිළිබඳ ව අපේක්ෂාවන්

9. ඒකාකෘතිකත්වය

- ඒකාකෘතිකත්වය යනු “සියලු ම සාමාජිකයින්ට නිතර ම යෙදෙන සමූහයක ස්ථාවර මානසික ස්වරූපයකි.” විශ්වය පිළිබඳ අපගේ දැනුම බොහෝ විට අසම්පූර්ණ ව අත්දැක ඇති අතර අප විසින් වෙනත් කණ්ඩායම්වල පූර්ව නිගමනවලට අනුකූල වන පරිදි තොරතුරු වෙන් කර ගැනීමට උත්සාහ කරයි.
- ලිංගිකත්වය සහ වාර්ගික හා වාර්ගික අගතින්ගේ නිසැක ව ම අපේ ඒකාකෘති මත වඩාත් විවාදාත්මක අයුරින් සම්බන්ධ වේ. උනන්දුවක් දක්වන පුද්ගලයන්ගෙන් බොහෝමයක් පුද්ගලයන් පෞද්ගලිකව අත්දැකිය නොහැකි වූ විට පරිසරය පිළිබඳ ඔවුන්ගේ දූෂ්පත් දැනුම පොහොසත් කිරීම සඳහා අන් අයගේ සාක්ෂි මත රඳා පවතී.
- තොරතුරු හා විනෝදාස්වාදය සඳහා මාධ්‍යයන් බලගතු ලෙස සමාජ වටිනාකම් සම්ප්‍රේෂණය කරති. එබැවින් නොකළ සංස්කෘතික බලපෑම නිසා ජනමාධ්‍යවේදීන් ඒකාකෘති හා යථාර්ථයන් අතර පවත්නා වෙනස්කම් අවබෝධ කර ගැනීමටත්, සැබෑ ලෝකයේ වෙනස්කම් සිදු කරන ඒකාකෘති නිරූපණයන්ට එරෙහිව ස්ථිරසාර නිරීක්ෂණයන් පවත්වා ගැනීමටත් සදාචාරාත්මක වගකීමක් ඇත.
- ඒකාකෘති භාවිත කිරීම මගින් අවංකභාවය පිළිබඳ මූලික මිනිස් වටිනාකම් උල්ලංඝනය කිරීම ද කළ හැකි ය. කෙසේ වෙතත් එබඳු දැවැන්ත සංස්කෘතික ඒකාකෘතික ස්වභාවයන් මත යථාර්ථය පදනම් වේ. ඇතැම් ඒකාකෘති යනු සම්පූර්ණයෙන් ම අසත්‍ය වේ.
- පුළුල් ව පවත්වා ගෙන යනු ලබන යම් පුද්ගලයෙකුගේ හෝ කාරණයක් පිළිබඳ ව ස්ථාවරයක් හා අභිශයෝක්තියෙන් යුත් ප්‍රතිරූප හෝ සංකල්පයන් යි සමාජ මනෝවිද්‍යාව තුළ ඒකාකෘති යනු එක්තරා වර්ගයක පුද්ගලයන් පිළිබඳ ව පවත්නා පොදුවේ විශ්වාසයකි.
- පූර්ව අත්දැකීම්වලින් උපුටාගත් උපකල්පන මත පදනම් වූ කණ්ඩායම් ඒකාකෘතික ය. ඒකාකෘතිකත්වය යනු නව තොරතුරු හඳුන්වා දීමේදී එය වෙනස් කිරීමට අසමත් විය හැකි නම් අප එය අගතිගාමී, පක්ෂග්‍රාහී යනුවෙන් හඳුන්වනු ලැබේ (උදා: ලිංගිකත්වය, ජාතිවාදය)
- සිරස්තලවල ඒකාකෘතික බව මෙසේ විමසිය හැකි ය.

මෙම වර්ත සහ රූපය අපට පවසන්නේ කුමක් ද?

මෙම ඒකාකාරී ස්වරූපයන් හා ඒවා භාවිත කරන ආකාරය පිළිබඳ ව හැඟෙන්නේ කෙසේද ?

ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ හැඟීම් කෙරෙහි එවැනි ඒකාකෘති බල පවත්වන බව ගැන සිතන්නේ කෙසේද?

මාධ්‍යයන් ඒකාකෘති භාවිත කරන්නේ ඇයි ?

- මිනිසුන් විශාල පිරිසක් එක සමාන ව සිටීම ඒකාකෘතිකත්වය ප්‍රේක්ෂකයන්ට දිරිගන්වයි. බොහෝවිට එම අවස්ථාවල සාමාන්‍යමය ලක්ෂණ හට ගනියි. ඒකාකෘති සමඟ එකඟ වන තොරතුරු තෝරා ගන්නා අතර එකඟ නොවන තොරතුරු නොසලකා හැරීමට ඔවුන් යොමු කරයි.

10. අගැයීම

- අගයුම් රාමුව “කුසලතා කට්ටලයක් පමණක් නොව අත්දැකීම් පිළිබඳ ආකල්පයකි. එය සාමාන්‍යයෙන් නිශ්චිත ව යමක් සිදු කරන රහස් පරීක්ෂණයකි. ඒ අනුව විශ්ලේෂණය මගින් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සපයයි.

“සන්දේශය ” යනු කුමක්ද?

ඔබ කුමන සන්දේශයන්ට ඔබට වඩාත් ම කැමති ද? ඒ මන්ද?

මාධ්‍යයෙන් ඔබට ලැබුණු තොරතුරු ඇත්තට ම හොඳ ද?

සන්දේශය සාරාංශගත කළ හැක්කේ කෙසේද? ඔබේ සන්දේශය ඔබේ යථාර්ථය, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් සමඟ සමීප ව යෙදෙන ආකාරය කෙතරම් සමීප වන්නේ ද?

සන්දේශය නිර්මාණය කළේ කවුද? සන්දේශය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී වන අයගෙන් ඔවුන් ප්‍රයෝජන ලබන්නේ කුමන ආකාරවලින් ද? මාධ්‍යකරුවන්ගේ උපකල්පන, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් මොනවාද?

සන්දේශයේ අරමුණ කුමක් ද? එය උපදෙස්, දැනුම් දීම, විකිණීම, ඒත්තු ගැන්වීම, පැහැදිලි කිරීම, තර්ක කිරීම, විනෝදාස්වාදය හෝ වෙනත් යමක් වේද?

සන්දේශය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේද යන්න ග්‍රාහකයාට බලපෑම් කරන්නේ කෙසේද?

විවිධ පුද්ගලයින්, ස්ථාන සහ තම සංස්කෘතීන් මාධ්‍යයෙන් නිරූපනය කරන්නේ කෙසේද? සාමාන්‍යකරණයක් හෝ ඒකාකෘති තිබේද? මිනිස්සු හෝ සංස්කෘතීන් නැති වී තිබේද? මිනිසුන්, ස්ථාන සහ සංස්කෘතීන්ගේ නිරූපණයට බලපෑමක් ඇති කරන්නේ කෙසේද?

- ශිෂ්‍යයන් අන් අය සමඟ වැඩ කිරීම හා සාකච්ඡා කිරීම, ශිෂ්‍යයන් අතර සාකච්ඡාවක් ප්‍රවර්ධනය කිරීම, පන්ති විවාද, ඉදිරිපත් කිරීම් හෝ වෙනත් ක්‍රියාකාරකම් ගණනාවක් මගින් ශිෂ්‍යයින්ගේ වැඩ ගැන ගැඹුරින් හා ඔවුන්ගේ සිතුවිලි වැඩි දියුණු කරන ක්‍රමයන් පිළිබිඹු කිරීම සඳහා ඵලදායී මාර්ගයක් විය හැකි ය.

- ජනමාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ මූලික සංකල්ප අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා හිතකාමී ප්‍රවේශයක් වන මාධ්‍ය ත්‍රිකෝණාකාර ආයුධ තුනක් වටා සංවිධානය කර ඇති ඉඟි යොදා ගනිමින් මාධ්‍ය පෙළ විශ්ලේෂණය කරයි.

සන්දේශයකීමෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක්ද?

සන්දේශය ග්‍රාහකයින්ට කවරඅර්ථවක් වන්නේද?

නිෂ්පාදනය සන්දේශයේ අර්ථය ගෙන එන්නේ කෙසේද සහ ඒ ඇයි?

- විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ මෙසේ විශ්ලේෂණය කළ හැකි වේ. පටිගත කරන ලද ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය සන්දේශයක්, ගීතයක්, රූපවාහිනි වෙළෙඳ දැන්වීමක්, වාර්තා වැඩසටහනක්, සමාජ මාධ්‍ය සන්දේශයක් වැනි ඕනෑම මාධ්‍ය සන්දේශයක් විචාරයට ලක් කිරීමෙන් විචාරශීලීත්වය වර්ධනය කර ගත හැකි වේ.
- මෙහි දක්වෙනුයේ පුවත්පතක මුල් පිටුව සරල ලෙස විශ්ලේෂණය කර ඇති ආකාරය යි. මෙවැනි සරල විශ්ලේෂණයක සිට අන්තර්ගතයේ ඇතුළත් කරුණු සම්බන්ධයෙන් ද ගැඹුරු විශ්ලේෂණයක් දක්වා මාධ්‍ය සන්දේශය විග්‍රහ කළ හැකි වේ. එමඟින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ඇති කර ගැනීමට අවශ්‍ය දැනුම සහ අවබෝධය ඇති කර ගත හැකි වේ.



ඇගයීම :

1. ඔබ කැමති මාධ්‍ය සන්දේශයක් තෝරා ගෙන ඉහත කරුණු ඔස්සේ එය විශ්ලේෂණය කරන්න.
2. ඔබගේ සහ ඔබේ මිතුරන්ගේ මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණයන් සන්සන්දනාත්මක ව අධ්‍යයනය කරමින් ඒ පිළිබඳ සාකච්ඡා කරන්න.

පාරිභෝගික පද

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව - Media Literacy

මාධ්‍ය විචාරය - Media Criticism

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. De Fleur and Dennis, Understanding Mass Communication, Boston, USA, Houghton Mifflin Company, 1991.
2. James Waston and Anne Hill, A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991
3. W. James Potter, 2011, Media literacy, 5th edition, U.S.A

DRAFT