



සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

ගුරු මාර්ගෝපදේශය

12 ශ්‍රේණිය

2018 වසර සිට ක්‍රියාත්මක වේ.



සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
භාෂා, මානව ශාස්ත්‍ර හා සමාජ විද්‍යා පීඨය
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය
මහරගම
ශ්‍රී ලංකාව
www.nie.lk





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 වකුයකින් 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 තාර්කිකරණය කිරීමේ ක්‍රියාවලියක ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විෂයමාලා වකුයේ දෙවැනි අදියර අධ්‍යාපන ක්ෂේත්‍රයට හඳුන්වා දීම 2015 වසරේ සිට ආරම්භ කර ඇත.

මෙම තාර්කිකරණ 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 සමඟ සමගාමී ව භාවිත කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

තාර්කිකරණය 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 වැඩ ලෝකයට අවශ්‍ය වන්නා වූ නිපුණතා හා කුසලතාවන්ගෙන් 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 ටී. 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 කුසලතාවෙන් උත්කෘෂ්ට ය. මානව සමාජ සංවර්ධනය කේන්ද්‍ර කොට ගත් රටක්, සමාජයක් බුද්ධිය විසින් හඳුනාගත් 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 ක්‍රමවේද යනු 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 හැකි ය. 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 පන්ති කාමරයේ දී දරුවන් සමඟ ප්‍රත්‍යක්ෂකරණයට පත් විය යුතු ය. එම ඒකාත්මික වීම සඳහා වූ ප්‍රබෝධාත්මක සංස්කෘතියක් ගොඩනගා ගැනීමට ගුරු මාර්ගෝපදේශය පහුරක්, යාත්‍රාවක් කර ගනු ඇතැයි 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 අනුමැතිය : ශාස්ත්‍රීය කටයුතු මණ්ඩලය, ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය

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

විෂය විශේෂඥ සභාය :

මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර මහාචාර්ය ආර්යරත්න ඇතුගල මහාචාර්ය කමල් වලේබොඩ මහාචාර්ය තියොඩෝර් ප්‍රනාන්දු ආචාර්ය මහීම් මෙන්ඩිස් ආචාර්ය ටියුඩර් විරසිංහ ආචාර්ය එස්. රගුරාමි එම්. ඒ. එස්. හරිශ්චන්ද්‍ර	සම්මානිත මහාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ මහාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය මහාචාර්ය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය මහාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, යාපනය විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
---	---

ලේඛක මණ්ඩලය (බාහිර)

විජයානන්ද රූපසිංහ අරුණ ලොකුලියන ධම්මික බණ්ඩාර ජී. ටී. මධුභාෂිණි තිවංකි අබේවර්ධන වික්‍රමසිංහ මිහිරි කුමාරගේ ප්‍රසන්න විමලසූරිය ඉන්දීවරී ජයසේකර	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය ගුරු සේවය, දොන් ජේලික් මහා විද්‍යාලය, හොරණ ගුරු සේවය, දොඩම්ගොල්ල මහා විද්‍යාලය, බිබිල ගුරු සේවය, ආනන්ද බාලිකා විද්‍යාලය, කෝට්ටේ
--	---

ව්‍යාපෘති කමිටුව

එම්. ආර්. ඩබ්. මද්දුම පී. ටී. එම්. රත්නායක ආචාර්ය වාවින්තේ පඤ්ඤානන්ද හිමි	අධ්‍යක්ෂ, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව සහකාර කථිකාචාර්ය, සිංහල භාෂා දෙපාර්තමේන්තුව
---	--

භාෂා සංස්කරණය

ක. ක. ගනුෂ්ක රන්දල	බාහිර කථිකාචාර්ය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
--------------------	---------------------------------------

පටුන

අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය	i
නියෝජ්‍ය අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්ගේ පණිවිඩය	ii
විෂයමාලා කමිටුව	iii
1.0 සන්නිවේදන අධ්‍යයනයෙහි ආරම්භය හා විකාශය	01-12
2.0 සන්නිවේදන පදනම	13-26
3.0 මූලික සන්නිවේදන වර්ග, ස්වරූප සහ ආකෘති	27-51
4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය	52-76
5.0 සංස්කෘතිකාවබෝධය, මාධ්‍යයේ ස්වභාවය සහ එහි බලපෑම	77-90
6.0 මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විචාරය	91- 122

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 ඔස්සේ සිදු කරනු ලබන තොරතුරු හුවමාරුව දක්වා සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පුළුල් වී ඇත. නූතනයේ විශ්වය ම එක පවුලක් වන තරමට මානව අන්තර් සම්බන්ධතා සම්ප කරවීමට සන්නිවේදනය හේතු වී තිබේ.

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ වර්ධනයත් සමඟ ජනමාධ්‍ය ඇතුළු විවිධ දියුණු සන්නිවේදන මෙවලම් 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 කරයි. 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.

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

යුනෙස්කෝ සංවිධානය 1982 වසරේ දී ගෘහන්වල්ටි ප්‍රකාශනය විසින් 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 ම 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 අනුව යි.

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. විෂය නිර්දේශයෙහි සංක්ෂිප්ත ව දක්වා තිබූ විෂය කරුණු මෙහි දී විස්තරාත්මක ව ඇතුළත් කර තිබේ.

සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස හැදෑරීම ආරම්භ වූ ආකාරය, එහි වර්ධනය, සන්නිවේදන විෂයය ශ්‍රී ලංකාවේ අධ්‍යාපන පද්ධතියට හඳුන්වා දීම සහ විෂයය හැදෑරීමේ වැදගත්කම හා අවශ්‍යතාව පිළිබඳ අවබෝධය ලබා දීම මෙම ඒකකය මඟින් සිදු වේ. එමඟින් සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමට 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 අවියෝජනීය සම්බන්ධතාවකි. මිනිසා මිනි මත ජීවත් වීම ආරම්භ කළ දිනයේ සිට මානව සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වේ.
- ප්‍රාථමික සමාජයන්හි විසූ 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 සහ මාධ්‍ය විසින් සමාජය වෙත කරන ලද 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 හැදෑරීම යි.
- මෙහි දී මානව අත්දැකීම් යන්තට 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 දිවෙන 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, හිතිය, චිරත්වය හා ලිංගිකත්වය මතු කරන ආකාරයේ ටෙලි නාට්‍ය, චිත්‍රපට, පුවත්පත්, ගීත ආදිය බහුල ලෙස විකාශනය 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 ලැබිණ.
- මේ සෑම ආකාරයෙන් ම මාධ්‍ය මඟින් සමාජය වෙත එල්ල කළ තියුණු බලපෑම විසින් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ ශාස්ත්‍රීය වශයෙන් අධ්‍යයනය කිරීමට විද්වත්හු පොලඹවනු ලැබූහ.
- ඒ අනුව එක් දහස් නවසිය විසි ගණන්වල දී විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රයන්හි ශික්ෂණය ලබා තිබූ විශේෂඥ දැනුමෙන් යුතු විද්වත්හු ඔවුන්ගේ පර්යේෂණවල අනාවරණ මඟින් 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 යන්ත්‍රණය 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 සහ සන්නිවේදනය, ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය හා ප්‍රජාව යන කරුණු අතර ඇති සම්බන්ධතාවෙන් මතු වන සමාජ ගැටලු පිළිබඳ මෙම විද්වත්හු තව දුරටත් කරුණු ඉදිරිපත් කළහ. මෙම අදහස් සන්නිවේදනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස අධ්‍යයනය කිරීමට අවශ්‍ය පදනම සකස් කළේය.
- මෙයින් පසු සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ස්ථාපනය වීම යුරෝපීය සහ අමෙරිකානු විද්වතුන් රැසකගේ පුරෝගාමිත්වයෙන් අමෙරිකාව කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් සිදු ව ඇත. එහි දී සන්නිවේදන අධ්‍යයනය තව දුරටත් වෙනත් විෂයයන්හි අන්තර්ගත වූ විෂයයක් ලෙස නො ව ස්වාධීන විෂයයක් ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස වර්ධනය වීම සිදු විය.
- 1933 වසරේ සිට 1945 පමණ දක්වා ජර්මනියේ ක්‍රියාත්මක වූ ඇඩොල්ෆ් හිට්ලර්ගේ ඒකාධිපති පාලනය යටතේ එරට විශ්වවිද්‍යාලවලින් පිටමං කරනු ලැබූ විද්වත්හු 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 ලෙවින්, පෝල් ලැසාස්ෆෙල්ඩ්, කාල් හව්ලන්ඩ්, විල්බර් ශ්‍රාම්, ජෝර්ජ් ගර්බර් 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 ලෙවින්
(1890-1947)
Kurt Lewin



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



කාර්ල් අයිවර් හව්ලන්ඩ්
(1912-1961)
Carl Iver Hoyland



විල්බර් ශ්‍රාම්
(1907-1987)
Wilber Schramm



ජෝර්ජ් ගර්බර්
(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 විශ්වවිද්‍යාලය සඳහා නව අධ්‍යයන අංශ ආරම්භ කිරීම පෙන්වා දිය හැකි ය.

- සන්නිවේදන අධ්‍යයනය, ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ඉගැන්වීම ආරම්භ කළ පළමු විශ්වවිද්‍යාලය වන්නේ ඉලිනොයිස් විශ්වවිද්‍යාලය යි.
- 1960 දශකයේ මුල් භාගයේ දී සමාජ විද්‍යාව, දේශපාලන විද්‍යාව, මනෝ විද්‍යාව සහ ඉංග්‍රීසි භාෂාව ආදී විෂය ක්ෂේත්‍ර තුළ අන්තර්ගත ව තිබූ සන්නිවේදන අධ්‍යයනය ස්වාධීන විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස වෙන ම අධ්‍යයනය කිරීම ආරම්භ විය.
- ජනමාධ්‍ය මඟින් ඉදිරිපත් වූ සන්දේශ සහ මාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය ජන ජීවිතයේ සියලු දේ කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කිරීමට හේතු වන බව 60, 70 දශකවල සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ විද්වතුන් විසින් සිදු කරන ලද පර්යේෂණ, අධ්‍යයන මඟින් අනාවරණ කර ගන්නා ලදී.
- විශේෂයෙන් රූපවාහිනි මාධ්‍ය දරුවන් කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම පිළිබඳ මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් වැනි විද්වතුන් සහ විශ්වවිද්‍යාල පර්යේෂණ කණ්ඩායම් විසින් සිදු කරන ලද පර්යේෂණ අධ්‍යයනයන්හි අනාවරණ ගැඹුරින් සාකච්ඡාවට ලක් විය.
- මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් විසින් රූපවාහිනි මාධ්‍ය පිළිබඳ සිදු කරන ලද ප්‍රථම පර්යේෂණ වාර්තාව ඉදිරිපත් කරමින් ඔහු ප්‍රකාශ කර සිටියේ ළමයින්ගේ සමාජ සම්බන්ධතා දුරස් වීම හා රූපවාහිනි 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 තව දුරටත් වාර්තාවෙන් කරුණු ඉදිරිපත් කළේය.
- පෙන්සිල්වේනියානු විශ්වවිද්‍යාලය පර්යේෂණ කණ්ඩායම විසින් ප්‍රවණ්ඩ ක්‍රියා සහිත හා රහිත රූපවාහිනි කාටුන් වැඩසටහන් ළමයින් කණ්ඩායම් දෙකකට නැරඹීමට අවස්ථාව ලබා දී සිදු කළ පර්යේෂණය, මහාචාර්ය විල්බර් ග්‍රාම් සිය පර්යේෂණ අධ්‍යයනය මඟින් ඉදිරිපත් කළ කරුණු තහවුරු කිරීමට සමත් විය.
- මෙහි දී පෙන්සෙල්වේනියානු විශ්වවිද්‍යාල පර්යේෂණ කණ්ඩායම විසින් රූපවාහිනියේ ප්‍රවණ්ඩ ක්‍රියා සහිත වැඩසටහන් නැරඹීම නිසා ළමයින් තුළ ප්‍රධාන වශයෙන් වෙනස්කම් තුනක් සිදු වන බව පෙන්වා දෙන ලදී.
 1. වේදනාත්මක දේ පිළිබඳ දරුවන්ගේ සංවේදිතාව අඩු වීම
 2. දරුවන් ඔවුන් ජීවත් වන 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
- මාධ්‍ය මඟින් සමාජය වෙත සිදු කරනු ලබන බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීම සම්බන්ධයෙන් සිදු කළ පර්යේෂණ අධ්‍යයන හේතුවෙන් සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය තව දුරටත් සංවර්ධනය විය.
- 1960 සහ 70 දශක වන විට ජනමාධ්‍ය විසින් සමාජ වෙත ඵල්ල කළ බලපෑම 80 සහ 90 දශකවල අංකිත තාක්ෂණික මාධ්‍ය මෙවලම් භාවිතයට පැමිණීම සහ වර්තමානය වන විට නව මාධ්‍ය, සමාජ මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරීත්වය සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයේ විෂය පථය තව දුරටත් පුළුල් කිරීමට හේතු වී ඇත.

- සන්නිවේදනය විෂයය සජීව මෙන් ම සක්‍රීය විෂය ක්ෂේත්‍රයකි. සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ නැඟීමක් සමඟ අතීතයේ සිට සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය වර්ධනය වී ඇත.
- එසේ ම වර්තමානයේ සහ අනාගතයේ ද මෙම විෂයය සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව, නවීන සන්නිවේදන මෙවලම් හා ඒවා භාවිත කිරීමේ ස්වභාවය සහ එමඟින් සමාජය වෙත කරනු ලබන බලපෑම අනුව වෙනස් වේ.
- සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයේ 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.

නිපුණතා මට්ටම : 1.2 ශ්‍රී ලංකාවට සන්නිවේදනය විෂයය හඳුන්වා දීම හා එයට පසුබිම් වූ සාධක පිළිබඳ අවබෝධය ලබයි.

කාලච්ඡේද : 03 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 (Junior Campus) 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 එච්වින් ආරියදස විසිනි. එම පාඨමාලාව වසර දෙකකින් පසු අවලංගු වී ඇත.
- මේ සඳහා එවක අධ්‍යාපන ඇමති ධුරය දැරූ අයි. එම්. 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 “ජනසන්නිවේදන 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 එච්වින් ආරියදස සහ ඩී. සී. රණතුංග ඇතුළත් විද්වත් කමිටුව විසින් ප්‍රමුඛත්වය ගන්නා ලදී.
- මහාචාර්ය විමල් දිසානායක සහ මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර විෂයය ඉගැන්වූ ප්‍රථම කථිකාචාර්යවරු වූහ. බාහිර කථිකාචාර්යවරු ලෙස ආචාර්ය එච්වින් ආරියදස, ආචාර්ය පියසෝම මේදිස්, ඩී. බී. නිහාල්සිංහ, කේ. ජයතිලක, මහගම සේකර, ඩබ්ලිව්. ඩී. අමරදේව, ඩී. සී. රණතුංග සහ පියසිරි ගුණරත්න යන විද්වත්හු කටයුතු කළහ.
- මෙයට සමගාමී ව 1972 වසරේ දී ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලයේ ද “පුවත්පත් කලාව” යනුවෙන් ඩිප්ලෝමා පාඨමාලාවක් ආරම්භ කර ඇත. වසරකින් පමණ පසු එම පාඨමාලාව නවතා දමා ඇත.

- එමෙන් ම 60 දශකයේ ලංකාවේ පැවති ලංකා ගුවන්විදුලි සේවය මඟින් හා ලේක්හවුස් ආයතනය මඟින් වෘත්තීය මාධ්‍යවේදීන් සඳහා පුහුණු පාඨමාලා පවත්වා ඇත.
- වර්තමානය වන විට සන්නිවේදන විෂයය පිළිබඳ පාඨමාලා කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය, කොළඹ විශ්ව විද්‍යාලය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලයේ ශ්‍රීපාලි මණ්ඩපය, රජරට විශ්වවිද්‍යාලය, විවෘත විශ්වවිද්‍යාල, නැගෙනහිර විශ්වවිද්‍යාලයේ ත්‍රිකුණාමල මණ්ඩපය සහ යාපනය විශ්වවිද්‍යාලය වැනි විශ්වවිද්‍යාල මඟින් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි.
- 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.
- 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” විෂයය හඳුන්වා දී ඇති අතර 2008 වර්ෂයේ සිට උසස් පෙළ කලා විෂය ධාරාවට ද සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය ඇතුළත් කර තිබේ.
- වර්තමානයේ සන්නිවේදන අධ්‍යයනය හා ඒ සම්බන්ධ ක්ෂේත්‍ර ගණනාවක් ආවරණය වන පරිදි සිංහල, ඉංග්‍රීසි සහ දෙමළ මාධ්‍යයන්ගෙන් ප්‍රායෝගික හා න්‍යායාත්මක අන්තර්ගතයන් සහිත පාඨමාලා රැසක් පෞද්ගලික ආයතන මට්ටමෙන් ද ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතී. මේ අනුව සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයන්හි වෘත්තීය අවස්ථා පුළුල් වීමක් ද දැක ගත හැකි ය.
- සන්නිවේදනය සෑම වෘත්තීයක ම සාර්ථකත්වය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය විෂයයක් වී ඇති බැවින් 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 කරන්න. එහි දී ඔබ ලබාගත් තොරතුරු අනුව ඔබට ඉදිරියට ප්‍රවේශ විය හැකි දේශීය සහ විදේශීය අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍ර, විෂයය දැනුම පෝෂණය කිරීමට උපකාර ලබා ගත හැකි බාහිර සම්පත් පුද්ගලයන්, ආයතන ආදී කරුණු පිළිබඳ විමර්ශනය කරන්න.
4. ශ්‍රී ලංකාවේ සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය වර්ධනය කිරීමට පුරෝගාමී වූ සිංහල, දෙමළ චරිතාපදාන අධ්‍යයනය කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 1.3 සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය ශාස්ත්‍රීය විෂයයක් ලෙස ඉගෙනීමෙහි අවශ්‍යතාව පැහැදිලි කරයි.
- කාලවිච්ඡේද : 07 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හඳුන්වා දෙයි.
 - සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- ප්‍රාථමික පාසලේ සිට විශ්වවිද්‍යාල මට්ටම දක්වාත් වැඩිහිටි අධ්‍යාපනයෙහි සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය පිළිබඳ වැඩසටහන් ආරම්භ කරමින් ප්‍රවලිත කරන ලෙස 1982 වසරේ යුනෙස්කෝ සංවිධානය ගෘහන්වල්ටි ප්‍රකාශයෙන් කළ නිර්දේශයන් පදනම් කොට ගෙන 2006 වසරේ සිට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය පළමු ව 10 සහ 11 ශ්‍රේණි සඳහා අතිරේක විෂයයක් ලෙසත් 2008 සිට අ.පො.ස. (උසස්, 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 අයෙකු බවට පත් කර ලීමේ ක්‍රියාවලිය යි. මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය සමස්තයක් ලෙස සියලු ම මාධ්‍ය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි.
- “සියලු ම මාධ්‍ය” යන්නට වලන රූප ඇතුළත් වික්‍රපට, රූපවාහිනිය, වීඩියෝ පට ආදි සියල්ලත් හඬ මාධ්‍යයට ඇතුළත් ගුවන් විදුලිය, පටිගත කරන ලද සංගීතය ඇතුළත් සියල්ලත්, මුද්‍රිත මාධ්‍යයන්ට සම්බන්ධ පුවත්පත්, සඟරා, පෝස්ටර ආදියත්, නව අංකිත තාක්ෂණය භාවිතයට ගන්නා සියලු මාධ්‍යත් ඇතුළත් වේ.
- යුනෙස්කෝ සංවිධානය පාසලේ ප්‍රාථමික ශ්‍රේණියේ සිට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය ලබා දිය යුතු බවට නිර්දේශ කරන ලද්දේ මේ ආකාරයෙනි.

“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 වැඩසටහන්වල මාධ්‍ය නිෂ්පාදනයන් සම්බන්ධ විචරණයන්, නිර්මාණශීලී ආවේදනයන් පළ කිරීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස ජනමාධ්‍ය භාවිත කළ හැකි ආකාරයත්, ඵලදායී ලෙස මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීම හා සක්‍රීය අයුරින් මාධ්‍ය වැඩසටහන්වලට සහභාගි වීම යන කරුණු පිළිබඳ ව අන්තර්ගත කළ යුතු බවත් ය. ”

- යුනෙස්කෝ සංවිධානය විසින් පාසල් විෂය ධාරාවට මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය විෂයය ඇතුළත් කළ යුතු බව සඳහන් කරන ලද්දේ මෙම කාල වකවානුව වන විට (1980 දශකය) ජනමාධ්‍යයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය ළමා හා තරුණ පරපුර කෙරෙහි ඇති කරන ලද අහිතකර බලපෑම ප්‍රබල වී තිබීම හේතුවෙනි.
- වර්තමානයේ අපරිමිත මාධ්‍ය තාක්ෂණික මෙවලම් ඔස්සේ සිදු වන වේගවත් තොරතුරු ගලනය අසීමාන්තික හා විචිත්‍රවත් මාධ්‍ය ආකෘති, අප්‍රමාණ මාධ්‍ය පරිභෝජනය හමුවේ මාධ්‍ය භාවිතයෙන් පුද්ගලයා වළක්වා තබනු වෙනුවට, තර්ජනය කර සීමා කරනු වෙනුවට මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය නිසි දැනුමෙන් ඔහු සන්නද්ධ කර සුදානම් කළ යුතු බවට ලෝක මතයක් ගොඩනැගෙනුයේ මෙම යුනෙස්කෝ ප්‍රකාශනයන් සමඟිනි.
- මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය යන පුළුල් විෂය ක්ෂේත්‍රය මඟින් විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය ශික්ෂණයන් එයින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වර්ධනය කර ගැනීමටත් මග පෙන්වනු ලබයි.
- සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය උගන්වන ගුරු හවතුන් මෙන් ම විෂයය හදාරන ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යයාවන් ද පාසල් මට්ටමට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යාපනය විෂයය හඳුන්වා දීමේ පසුබිම පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුක්ත වීම ඉතා වැදගත් වේ.
- අ.පො.ස. උසස් පෙළට නියමිත මෙම සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය කොටස් දෙකකින් සමන්විත ය.

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, ක්‍රියාකාරිත්වය 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 අයෙකු 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 බලපෑම් ඇති කරයි.

- යහපත් සන්නිවේදකයෙකු මෙන් ම පුරවැසියෙකු වීමට අවශ්‍ය සන්නිවේදන ඥානයක් විචාරශීලී ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමේ ශික්ෂණයක් දැරුවත් තුළ වර්ධනය කිරීම අවශ්‍ය වේ.
- ඒ අනුව සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව
 - * සන්නිවේදන කුසලතා වර්ධනය
 - * මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව
 - * විචාරශීලී මාධ්‍ය පරිහරණය
 - * අවස්ථෝචිත 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 විෂයයෙහි අවධානයට ගන්නා විෂය ක්ෂේත්‍ර පැහැදිලි කරන්න.
2. සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හැදෑරීමේ අවශ්‍යතාව විචාරාත්මක ව විග්‍රහ කරන්න.

පාරිභාෂික පද

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

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*, 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, ස්පර්ශය, ආසුරණය, දැකීම, කතා කිරීම, විඳීම, 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 වචනයෙහි අර්ථය 'මැනවින් දැනුම් දීම' යන්න යි.
- දෙමළ භාෂාවෙන් සන්නිවේදනය යන්න 'තොඩර්පාඩල් ' යනුවෙන් හඳුන්වයි. එහි අදහස "සබඳතා පැවැත්වීමේ ක්‍රියාවලිය" යන්න යි.
- සාමාන්‍ය සන්නිවේදන අවස්ථාවන්හි දී තොරතුරු ගැනීම සහ දීම (හුවමාරුව) සඳහා භාවිත කරනු ලබන්නේ පංචේන්ද්‍රියන් ය.
- මිනිසා නිර්මාණය කර ගත් භාෂාව හේතුවෙන් වඩාත් සංකීර්ණ අදහස් හා සංකල්ප පිළිබඳ තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමේ හැකියාව උදා 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 විණි.
- ජනමාධ්‍යවල ආගමනයත් සමඟ තොරතුරු රාශියක් විශාල පිරිසක් වෙත එක වර, කඩිනමින් බෙදා හැරීමේ හැකියාව ලැබිණි.

ඇගයීම :

1. සන්නිවේදනය යන්නෙහි අර්ථය පැහැදිලි කරමින් එය හඳුන්වා දෙන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 2.2 සන්නිවේදනයෙහි ස්වභාවය අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.
- කාලච්ඡේද : 16 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. සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය පිළිබඳ හඳුනාගත 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 ගැටලුකාරී තත්ත්වයන් උද්ගත විය හැකි ය.

- සන්නිවේදනය සංකේතාත්මක ය.

සන්නිවේදනය යනු සංකේතමය ක්‍රියාකාරිත්වයකි. 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 අතිශය 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 වැරදුණ හොත් වෙනත් අර්ථයක් ඇති වී සන්දේශය ව්‍යාකූල වන හෙයිනි.

- 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. සන්නිවේදනය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ඒ හා සම්බන්ධ තවත් සාධක බොහොමයක් පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කිරීමට සිදු වේ.

ඕනෑ ම 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 අන් 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 තවදුරටත් 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 පැහැදිලි ය. අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය හැරුණු කොට අන් සියලු සන්නිවේදන වර්ග

තාක්ෂණය නිසා කලින් කලට විවිධ පරිවර්තනයන්ට ලක් වීම වැළැක්විය නොහැකි සංසිද්ධියක් බවට පත් ව 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 හැකි ය. සංස්කෘතිය ද සන්නිවේදනයේ විවිධත්වයට හේතු වන වැදගත් සාධකයක් ලෙස සැලකිය හැකි වෙයි. රට රටවල විවිධ සමාජයන්හි පවතින විවිධාකාර සංස්කෘති හා උපසංස්කෘතීන්හි දක්නට ලැබෙන සන්නිවේදනය ආශ්‍රිත ක්‍රියාකාරකම්වල විවිධතා පිළිබඳ සොයා බැලීමෙන් මෙම තත්ත්වය තේරුම් ගැනීමට පුළුවන. අනෙක් අතට, සංස්කෘතිය ද කාලයත් සමඟ වෙනස් වන්නකි. එකී වෙනස්කම්වලට අනුරූප ව සන්නිවේදනයේ ද වෙනස්කම් ඇති විය හැකි ය.

- සන්නිවේදනය ඒක මාර්ගික මෙන් ම ද්වි-මාර්ගික වුවකි. 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 පෙන්වුම් 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 යන්න බොහෝ දුරට තොරතුරු පදනම් කොට ගත්තකි. දැනුම උත්පාදනයට තොරතුරු සන්නිවේදනය මූලික වෙයි. ඒ අනුව සන්නිවේදනය දැනුම මත ගොඩනැගෙන බලයේ පදනම සන්නිවේදනය යි. අනෙක් අතට බලය සහ නායකත්වය අතර ඇත්තේ අවියෝජනීය සබඳතාවකි. නායකයාට සිය කණ්ඩායමේ සහයෝගය අහිමි වූ දුට නායකත්වය අහිමි වෙයි. එනිසා නායකත්වය ලැබීමට, දැරීමට හා රැක ගැනීමට සෙසු අයගේ පක්ෂපාතීත්වය අත්‍යවශ්‍ය වේ. ඊට අන් අයගේ එකඟතාව, අනුමැතිය හා කැමැත්ත දිනා ගත යුතු ය. ඒ සඳහා නායකයා හොඳ සන්නිවේදකයෙකු විය යුතු ය. සන්නිවේදනය බලය වන බව මෙහි දී ද තහවුරු වෙයි. ආගමික, අධ්‍යාපනික, දේශපාලනික, වාණිජ ආදී කවර ක්ෂේත්‍රයක වුව ද මෙම තත්ත්වය විද්‍යමාන වේ.

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

ඇගයීම:

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

- නිපුණතා මට්ටම : 2.3 සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග විග්‍රහ කරයි.
- කාලච්ඡේද : 16 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ මූලිකාංග හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් 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 අත්තර්ගත මූලික අංග මොනවා ද යන්න පැහැදිලි ව අවබෝධ කර ගැනීම අතිශය 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 දැ ප්‍රායෝගික ව එදිනෙද සන්නිවේදන අවස්ථාවන්හි දී භාවිත 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 අවස්ථානුකූල 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. මෙය මානව සන්නිවේදනය ඇසුරින් තේරුම් ගැනීම පහසු වේ. අපගේ සිතේ ඇති වන අදහස්, හැඟීම් තව අයෙකු හා සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා සංකේත උපයෝගී කර ගනිමින් සන්දේශ බවට පරිවර්තනය කළ යුතු ය. මෙම ක්‍රියාවලිය ආකේතකරණය යි.

3. සන්දේශය

සන්නිවේදකයා අනෙක් පාර්ශ්වය සමඟ හුවමාරු කර ගන්නා තොරතුර සන්දේශය යි. එය අදහසක්, මතයක්, ආකල්පයක් වැනි විවිධ ස්වරූපයන් ගැනීමට ඉඩ තිබේ. පණිවිඩයක් හැමවිට ම සංකේත ඇසුරින් ගොඩ නැගේ. සංකේත යන්න වචන, ශබ්ද, වර්ණ, හැඩ රූව ආදී වශයෙන් 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 මඟිනි. සාමාන්‍යයෙන් එදිනෙද සන්නිවේදනයේ දී භාවිත කරන නාලිකා වන්නේ පංචේන්ද්‍රිය යි. ඒ අතරින් ඇස (දැකීම) සහ කන (ඇසීම) බහුල ලෙස යොදා ගැනේ. තාක්ෂණයේ ආගමනයත් සමඟ මෙකී නාලිකා/මාධ්‍යවල සිදු ව ඇති පරිවර්තනයන් හඳුනා ගැනීම අතිශය වැදගත් වේ.

5. ග්‍රාහකයා

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

6. විකේතකරණය

සියලු සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියන්හි දැකිය හැකි වේ. මෙය මානව සන්නිවේදනය ක්‍රියාවලියේ දී සිදු වන ආකාරය විමසා බැලීමෙන් පැහැදිලි කර ගත හැකි ය. අප වෙත ලැබෙන සන්දේශයක් සමන්විත ව ඇත්තේ සංකේතවලිනි. එම සංකේතවලින් කියවෙන දේ අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා සංකේත අර්ථකථනය කර ගත යුතු ය. එසේ ඉදිරිපත් වන සන්දේශයෙහි අන්තර්ගත සන්දේශ අර්ථකථනය කර එමඟින් ඉදිරිපත් කෙරෙන අර්ථය අවබෝධ කර ගැනීමේ 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 තවදුරටත් ඉහළ නංවාලීමට අවශ්‍ය වන පියවර ගත හැකි වේ.

තව ද ප්‍රතිපෝෂණය ධනාත්මක හෝ සෘණාත්මක විය හැකි අතර 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 මැදිහත් වන ඕනෑම තත්ත්වයක් සෝෂාවක් හෙවත් බාධාවක් ලෙස හැඳින්වේ. ප්‍රධාන බාධක වර්ග දෙකකි.

- මාධ්‍ය බාධක/නාලිකාව හා සම්බන්ධ බාධක - නාලිකාවේ හෙවත් මාධ්‍යයේ 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. මේවා ද බොහෝ විට ඉහත සඳහන් ප්‍රධාන බාධක වර්ගවලින් එකකට අයත් වේ. උදාහරණ - තාක්ෂණික බාධාවක් නාලිකාව/මාධ්‍ය හා සම්බන්ධ බාධාවක් වේ.

9. අත්දැකීම් පසුතලය

පුද්ගලයා සතු පූර්ව අත්දැකීම් සමූහය මෙමඟින් අදහස් කෙරේ. සන්නිවේදක - ග්‍රාහක පාර්ශ්ව අතර සමාන ආකාරයේ පූර්ව අත්දැකීම් වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇති විට සන්නිවේදන කාර්ය පහසු වේ.

10. සන්දර්භය

මෙමඟින් 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 ගනියි. 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 : 06 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 ඉදිරිපත් වී ඇති නිර්වචන ඉතා ප්‍රයෝජනවත් ය. විවිධ විද්වතුන් හා ආයතනික සංවිධාන මඟින් ඉදිරිපත් කර ඇති සන්නිවේදනය පිළිබඳ නිර්වචන අතර සාමාන්‍යයක් දක්නට නොලැබුණ ද ඒවා මඟින් 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 කිසිවෙකු, යම් කිසිවක්, කිසියම් නාලිකාවකින් යම් කිසිවෙකුට කිසියම් බලපෑමක් කිරීම සඳහා ප්‍රකාශ කරනු ලබන දෙය සන්නිවේදනය යි.”

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

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

“සන්නිවේදනය යනු යම් තැනක දී නිර්මාණය කර ගත් හෝ තෝරාගත් පණිවිඩයක් 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 විත්ත ස්වභාවයක් ඇති වීම සන්නිවේදනය යි”

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

- සන්නිවේදනය පිළිබඳ වාල්ස් එච්. කුලිගේ (Charles Horton Cooley) නිර්වචනය
 “මානව සම්බන්ධතා රඳවා සිටින්නා වූත්, වර්ධනය කරන්නා වූත්, 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, 1990

ඇගයීම:

1. සන්නිවේදන යන්න නිර්වචන ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
2. සන්නිවේදනය පිළිබඳ විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රවල විද්වතුන් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති නව නිර්වචන 05ක් එක්රැස් කරන්න. ඒවා මගින් සන්නිවේදනය යන්න පිළිබඳ විවිධ පැතිකඩ ඔස්සේ කර ඇති විචරණ පැහැදිලි කරන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 2.5 සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන් පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 18 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 මඟින් 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 සම්ප සම්බන්ධතාවක් පෙන්නුම් කරයි. නිදසුනක් ලෙස උපදෙස් සම්පාදනයේ දී තොරතුරු සම්පාදනය හා විනෝදාස්වාද සම්පාදනය කාර්යන් ද 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 පසු ව සාකච්ඡා කළ හැකි ය.

i. තොරතුරු සම්පාදනය/අධ්‍යාපනය

සෑම සන්දේශයක් 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 මඟින් 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 මඟින් 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 ඒවායේ කිසියම් සංවිධානාත්මක හෝ අර්ථකථනාත්මක ඉදිරිපත් කිරීමක් පෙන්වුම් කරයි. පරිගණකයක් භාවිත කර ලිපියක් සකස් කර ගන්නේ කෙසේ දැ යි ඔබ තවත් අයෙකු දැනුවත් කිරීම නිදසුනක් ලෙස ගනිමු. එය උපදෙස් සම්පාදනයකි. ඔබ එහි දී පරිගණකය සම්බන්ධ මූලික තොරතුරුවලට අමතර ව එම කාර්ය සිදු කරන අයුරු, ඊට සම්බන්ධ විවිධ මෙවලම්වල, ක්‍රියාකාරීත්වය ආදිය පැහැදිලි කරමින් සංවිධානාත්මක ඉදිරිපත් කිරීමක නියැලෙන්නෙහි ය. එය තොරතුරු සම්පාදනයෙන් ඔබ්බට ගිය 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 සන්දේශ මගින් යමෙකු සිතන පතන ආකාරයේ හෝ කටයුතු කරන ආකාරයේ වෙනසක් සිදු කිරීම අරමුණු කරයි. එනම් ආකල්පමය හෝ වර්ගාමය වෙනසක් ඇති කිරීම යි. මෙය පෙලඹවීම් කාර්ය යි. එදිනෙදා විවිධ කටයුතු සඳහා තවත් පාර්ශ්වයක සහභාගිත්වය අවශ්‍ය වන අවස්ථාවල දී අපට ඒ අය ඒ සඳහා පොලඹවා ගැනීමට සිදු වේ. 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 ආකර්ෂණීය ලෙස හා ආයාසයකින් තොර ව සිදු කිරීමට විනෝදාස්වාදය යොදා ගත හැකි ය. සන්නිවේදන අවස්ථාවට උචිත ලෙස හාසය මුසු කර ගැනීමේ අපූරු කුසලතාව හොඳ සන්නිවේදකයෙකු සතු ව නිතැතින් 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.

- ජනමාධ්‍ය බිහි වීමත් සමඟ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය තව තවත් පුළුල් විය. විශාල පිරිසකට එක වර තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමට මේ නිසා හැකි විය. පහත දැක්වෙන්නේ ඉහත දැක් වූ කාර්යයන්ට අමතර ව ජන සන්නිවේදනයට ම විශේෂිත වූ කාර්යයන් ය. 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

අත්දැකීම් පසුකලය	- Frame of Experience
අධ්‍යාපනය	- Education
අර්ථකථනය	- Interpretation
ආකේතකරණය	- Encoding
කාර්යය	- Funtion
ග්‍රාහකයා	- Receiver
සෝෂා/බාධා	- Noise
තොරතුරු	- Information
නාලිකාව	- Channel
නිර්වචනය	- Definition
පෙලඹවීම	- Persuasion
ප්‍රතිපෝෂණය	- Feedback
බලපෑම	- Effect
විකේතකරණය	- Decoding
විනෝදාස්වාදය	- Entertainment
ස්වභාවය	- Nature
සන්දර්භය	- Context
සන්දේශය	- Message
සන්නිවේදකයා	- Communicator
සමාජානුයෝජනය	- Socialization
සහසම්බන්ධය	- Correlation
සුපරීක්ෂණය	- Surveillance

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. Dominic, Joseph, R., *Dhynamic of Mass communication*, USA, Mae Grow: Hill (Publisher) 2010
5. James Waston and Anne Hill, *A Dictionary of Communication and Media Studies*, India, Universal book stall, 1991
6. Narula, Uma, *Mass Communication Theory and Practice*, New Delhi, 1994

3. මූලික සන්නිවේදන වර්ග, ස්වරූප හා ආකෘති

නිපුණතාව : 3.0 සන්නිවේදන වර්ග, ස්වරූප හා ආකෘති පිළිබඳ න්‍යායාත්මක කරුණු අවබෝධ කර ගනිමින් ඒවා අවස්ථෝචිත 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 නම් 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.
 - ජන සන්නිවේදනය යනු කුමක් ද යි විග්‍රහ කරයි.
 - අතථ්‍ය 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 (Intrapersonal Communication)
 2. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය (Interpersonal Communication)
 3. සමූහ සන්නිවේදනය (Group Communication)
 4. මහජන සන්නිවේදනය (Public Communication)
 5. ජන සන්නිවේදනය (Mass Communication)
 6. අතථ්‍ය සන්නිවේදනය (Virtual Communication)

- සන්නිවේදන වර්ග යන්නට ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ 'Types of Communication' ලෙස භාවිත වේ.

1. අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය (Intrapersonal Communication)

- තමා තමා සමඟ ම සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය යි. සෑම පුද්ගලයකු ම තම මනස හා සම්බන්ධ වෙමින් සන්නිවේදනයේ යෙදෙයි.
- අපගේ පංච ඉන්ද්‍රියයන් වන ඇස, කන, නාසය, දිව, සම යන ඉන්ද්‍රියයන්ට දැනෙන රූප, ශබ්ද, ගන්ධ, රස, ස්පර්ශ යන උත්තේජනයන්ට ප්‍රතික්‍රියා දැක්වීම මෙහි දී ප්‍රධාන වේ.
- පුද්ගල මනෝභාවයන්, පෞද්ගලික අත්දැකීම්, පෞද්ගලික අවශ්‍යතා හා සංකල්ප තමන් විසින් ම තමන් තුළ විමර්ශනයට ලක් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ.
- විවිධාකාර මූලාශ්‍රයන් හරහා අප වෙත ලැබෙන්නා වූ තොරතුරු පදනම් කරගෙන අප තුළ ම සංවාදයක් ගොඩ නැගේ. මෙය සිදු වන්නේ අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය මඟිනි. එය තීරණ ගැනීමට පුද්ගලයාට ඉවහල් වේ.
- ස්ව සංකල්පය ගොඩ නැගීමට අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය උපකාර වේ.
- තම මනස අභ්‍යන්තරයේ සිදු වන සන්නිවේදනයක් බැවින් බහු පුද්ගල සබඳතාවක් දක්නට නොලැබේ.
- අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී පුද්ගල ස්මෘතික ශක්තිය වැදගත් වේ.
- සංජානනය අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනයේ මූලිකාංගයකි.
- අතැම් අවස්ථාවල දී අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය, පුද්ගල වර්ග හා ඉරියව්වලින් දැනගත හැකි වේ.
- අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දැක්වේ.
 1. පෞරුෂ වර්ධනයට
 2. ස්ව සංකල්ප පෝෂණයට
 3. චින්තනය ගොඩ නංවා ගැනීමට
 4. මතක තබා ගැනීම සඳහා
 5. තීරණ ගැනීමට
 6. විචාරශීලීත්වය වර්ධනය කර ගැනීමට
 7. නිර්මාණශීලීත්වය ඔප් නංවා ගැනීමට

2. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය (Interpersonal Communication)

- අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය යනු පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ කිහිප දෙනෙකු අතර සන්දේශ හුවමාරු කර ගැනීමයි. (Defleur and Dennis, 2002)
- පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ වැඩි දෙනෙකු අතර සිදුවන තොරතුරු හුවමාරුව අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය යි. (Berger, Charles. R., 2008)
- අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය කිහිප දෙනෙකු අතර සිදු වීමේ දී ඒ අතර සිටින දෙදෙනෙකු අතර වුව ද සන්නිවේදනයක් සිදු විය හැකි ය. එය යුගල (dyadic) සන්නිවේදනය යි.
- විවිධ අරමුණු පෙරදැරි ව දෛනික සන්නිවේදනයේ දී සෑම පුද්ගලයෙකුට ම බොහෝ අවස්ථාවල දී අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ යෙදීමට සිදු වේ. මෙය කිහිප ආකාරයකට සිදු වේ.

1. මුහුණට මුහුණලා කෙරෙන පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය

2. යන්ත්‍ර සහායක පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය

- මෙම සන්නිවේදනයේ දී සන්නිවේදකයා තරමට ම ග්‍රාහකයා ද වැදගත් වන්නේ ය.
- අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය මූලික ව සමාජ සම්බන්ධතා ගොඩනැගේ.
- අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය මුහුණට මුහුණලා ආසන්න ව සිදු වීමේ දී වාචික හා අවාචික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම භාවිත කළ හැකි වේ. මෙහි දී බාධක අවම කරගත හැකි ය.
- අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධයෙන් මෙන් ම ආචාරශීලී ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමෙන් දෙපාර්ශ්වයට ම ඵලදායී ප්‍රතිඵල ලබා ගත හැකි ය.
- අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දැක්වේ.

1. වඩාත් පහසුවෙන් අන්තර් ක්‍රියාකාරී (Interactive) සන්නිවේදනයක යෙදීමට ඇති හැකියාව

2. අනෙකුත් සන්නිවේදන වර්ගයන්ට සාපේක්ෂ ව පෙළඹවීමේ හැකියාව වැඩි වීම

3. අන්තර් සම්බන්ධතා වර්ධනය කර ගැනීමට හැකි වීම

4. පහසුවෙන් අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය හා විශ්වාසය තහවුරු කර ගත හැකි වීම

5. වඩා තීව්‍ර සහවේදනයකට (empathy) අවකාශ සැලසීම

3. සමූහ සන්නිවේදනය (Group Communication)

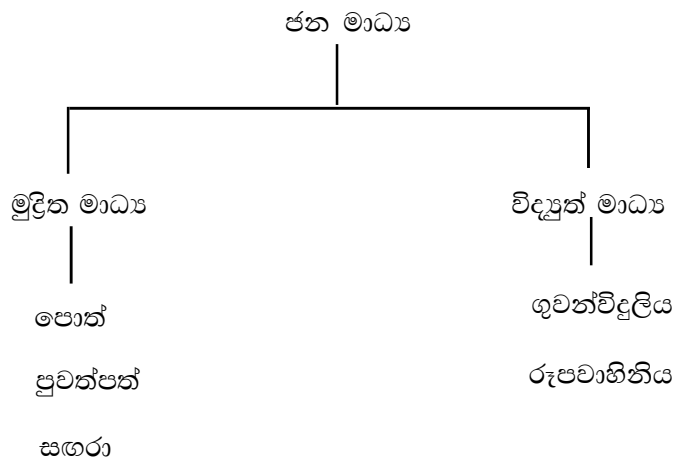
- කිසියම් පිරිසක් හෙවත් සමූහයක් පොදු අරමුණක් ඇති ව එකට එක් ව සිදු කරන සන්නිවේදනය සමූහ සන්නිවේදනය යි.
- මෙහි දී සමූහ යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කුඩා පිරිසකි. එනම් සීමා සහිත ප්‍රමාණයකින් යුතු සමූහයකි. සමූහයේ එකිනෙකා සමඟ පහසුවෙන් සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව පවතී.
- මේ නිසා පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයේ තරම් සමීප බවක් 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 විධි ක්‍රම කිහිපයක් පහත දැක්වේ.
 - 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
 - ආචාරශීලීභාවය
 - වගකීම හා වගවීම ආදිය මේ අතර වේ.
- සමූහ සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දැක්වේ.
 1. සමාජීය පොදු කාර්යයන්වල දී ඉවහල් වීම
 2. විවිධ මති මතාන්තර, අදහස් හා යෝජනා දැන ගැනීමට හැකි වීම
 3. පුද්ගල සන්නිවේදන කුසලතා වර්ධනය කර ගැනීමට අවස්ථාව සැලසීම
 4. සහභාගි වන පිරිසගෙන් ප්‍රතිචාර සහ ප්‍රතිපෝෂණ ලබා ගැනීමට හැකි වීම
 5. දැනුම, සම්පත් ආදිය බෙදා හදා ගැනීමේ හැකියාව

4. මහජන සන්නිවේදනය (Public Communication)

- ජන සමූහයක් වෙත සිදු කරන සන්නිවේදනය මහජන සන්නිවේදනය නම් වේ. ප්‍රසිද්ධ රැස්වීම්, දේශන, විවිධ සැමරුම් උත්සව ආදිය මීට අයත් ය.
- මහජන සන්නිවේදනයේ දී සන්නිවේදකයා සහ ග්‍රාහකයා දෘශ්‍යමාන වුවත් හඬ ශ්‍රවණය කිරීමට හැකි වුවත් සමීප සන්නිවේදන කාර්යයක් සිදු නො වේ.
- මහජන සන්නිවේදනය සඳහා බොහෝ අවස්ථාවල දී තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත කරනු ලබයි.
- මහජන සන්නිවේදනය සාර්ථක ව සිදු වීමට නම් සන්නිවේදකයා ඉදිරිපත් කරනු ලබන සන්දේශය ග්‍රහණය කර ගැනීමට හැකි සීමාවක ග්‍රාහකයා රැඳී සිටිය යුතුය.
- මහජන සන්නිවේදනයේ දී ලැබෙන ප්‍රතිපෝෂණය නිසි ආකාරයෙන් අර්ථ කථනය කර ගැනීම අපහසු විය හැකි අතර ප්‍රතිපෝෂණය ද සීමා සහිත වේ.
- මහජන සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන්නේ බොහෝ දුරට නිවාස, කාර්යාල වැනි පෞද්ගලික ව කිහිප දෙනෙකු රැස් වන ස්ථානයක නො වේ. ශ්‍රවණාගාර, පොදු ජනතාවට ඒකරාශී විය හැකි පොදු ක්‍රීඩාංගණ සහ සම්මන්ත්‍රණ ශාලා ආදී ස්ථානවල යි.
- යම් කරුණක් පිරිසකට දැනුම් දීමට හෝ පොළඹවා ගැනීමට හෝ විනෝදාස්වාදය, සතුට, ප්‍රබෝධය ලබා දීම සඳහා මහජන සන්නිවේදනය යොදා ගත හැකි ය. උදා : මැතිවරණ රැලි, සංගීත සංදර්ශන ආදී
- රැස්ව සිටින පිරිසට අදාළ වන පරිදි අන්තර්ගතය සකස් කර ගත හැකි නම් වඩාත් යෝග්‍ය වේ. එය සීමා සහිත පිරිසකට පමණක් අදාළ වන විට අන් අයගේ අවධානය ගිලිහේ.
- ඇතැම් අවස්ථාවල දී විශාල පිරිසක් ඒකරාශී වීම නිසා ඇති වන ව්‍යාකූල භාවය හේතුවෙන් ද අවධානය යොමු කර ගැනීම අපහසු විය හැකි ය.
- මහජන සන්නිවේදනයේ දී ග්‍රාහක පිරිස විවිධ ජන කොට්ඨාසයන්ගෙන් සමන්විත විය හැකි ය.
- මහජන සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දක්වේ.
 1. කිසියම් අරමුණක් සඳහා ජන සමූහයක් පොළඹවා ගැනීමට හැකි වීම
 2. ප්‍රස්තුත කරුණු පිළිබඳ වැඩිදුර දැනුවත් කිරීමක් සිදු කිරීම සඳහා යොදා ගත හැකි වීම
 3. ප්‍රතිරූප ගොඩ නංවා ගැනීමට උපකාර වීම
 4. කිසියම් මතයක් නිර්මාණය කිරීමට හේතු වීම
 5. විවිධ පාර්ශවවල අවධානය දිනා ගැනීමට හැකි වීම

5. ජන සන්නිවේදනය (Mass Communication)

- එකිනෙකා නොහඳුනන විශාල ජන පිරිසකට ජනමාධ්‍ය හරහා එකවර සන්දේශයක් ලබා දීමේ ක්‍රියාවලිය ජන සන්නිවේදනය යි. (Hiebert,Ungurait,Bohn, 1988)
- 'වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් යාන්ත්‍රික මාධ්‍ය වහල් කොට ගෙන පුළුල් ලෙසත් ක්ෂණිකවත් අඛණ්ඩවත් විශාල වූත් විවිධ වූත් ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රයන් වෙත සන්දේශය පතුරවමින් යම් බලපෑමක් ඇති කිරීමේ ක්‍රියාවලිය යි. (Defleur and Dennis, 2002)
- ජන සන්නිවේදනය සඳහා භාවිත කරනු ලබන ජනමාධ්‍ය මූලික වශයෙන් මෙසේ බෙදා දැක්විය හැකි ය.



- අතිවිශාල ජන පිරිසක් එකවර ඉලක්ක කර ගනිමින් තොරතුරු බෙදා දෙයි.
- සන්දේශය පොදු ය. අන්තර්ගතය සෑමට විවෘත වේ.
- ග්‍රාහක පිරිස විෂම ජාතිය පිරිසක් වේ. එමෙන් ම ජන සන්නිවේදනයේ ග්‍රාහක පිරිස සමාජයක සාමූහික ව විශේෂිත වූ පිරිසකි.
- සමාන්‍යයෙන් සංකීර්ණ විධිමත් ආයතනික රටාවක් දක්නට ලැබේ.
- ජන සන්නිවේදනය සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. විවිධ ජන සන්නිවේදන ආකෘති මගින් මෙම ක්‍රියාවලිය සරල ව පැහැදිලි කර ගත හැකි වේ.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ ඉදිරිපත් වී ඇති විවිධ ආකෘති අතරින් ඊ. එල්ඩන් හයිබර්ට් (Ray Eldon Hiebert), ඩොනල්ඩ් ආර්. අන්ගුරේට් (Donald R. Ungurait), තෝමස් ඩබ්ලිව්. බෝන් (Thomas W. Bohn) යන විද්වතුන් තිදෙනා ඉදිරිපත් කළ HUB ආකෘතිය පිළිබඳ මෙහි දී කරුණු ඉදිරිපත් කෙරේ.
- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය එක් තැනකින් ආරම්භ වී ගොස් ප්‍රතිපෝෂණය ලෙස ආපසු හැරී එන ආකාරය මෙමගින් විග්‍රහ කෙරේ.

- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන විවිධ ප්‍රධාන අංශ පිළිබඳ මෙම ආකෘතිය මඟින් විග්‍රහ කර ඇත.

01' සන්නිවේදකයෝ (Communicators)

02. කේත (Codes)

03. දොරටුපාලකයෝ (Gatekeepers)

04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)

05. නියාමකයෝ (Regulators)

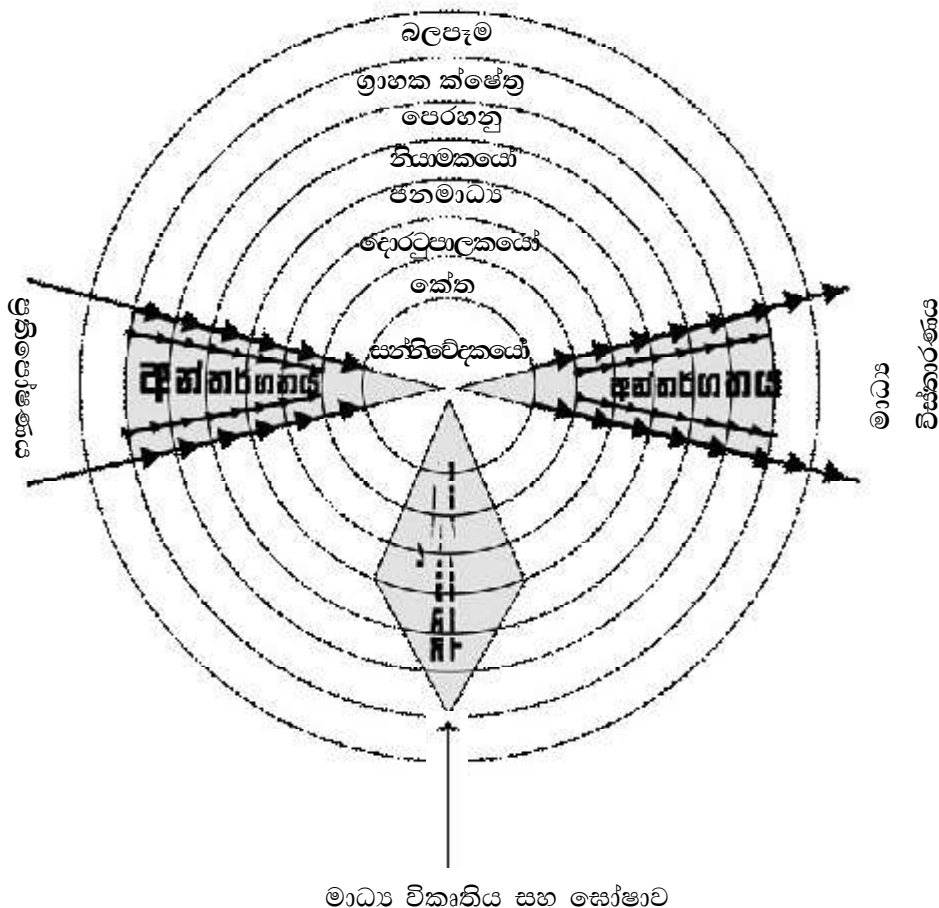
06. පෙරහනු (Filters)

07. ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍ර (Audience)

08. බලපෑම් (Effects)

- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ජනමාධ්‍ය ආයතන හිමිකාරිත්වය, දේශපාලන බලය, සමාජ සම්බන්ධතා මඟින් විවිධ සීමා හා පාලනයන් ජනමාධ්‍ය තුළ සිදු වේ.

- ප්‍රතිපෝෂණය, මාධ්‍ය විස්තාරණය සහ ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ඇති වන මාධ්‍ය විකෘතිය සහ සෝෂාව වැනි කරුණු පිළිබඳ ව ද මෙම ආකෘතියෙහි දක්වා ඇත.



01. සන්නිවේදකයෝ (Communicators)

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

02. කේත (Codes)

- කේත යනුවෙන් මෙහි දී අදහස් කරනු ලබන්නේ සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගනු ලබන සංකේත පද්ධතියකි.

03. දොරටුපාලකයෝ (Gate Keepers)

- දොරටුපාලකයෝ යනු කුමක් සන්නිවේදනය කරන්නේ ද යන්නත් එය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේ ද යන්නත් පිළිබඳ තීරණ ගන්නා පුද්ගලයෝ ය. දොරටුපාල ක්‍රියාව නිසා මාධ්‍ය සන්දේශ වාරණයට ලක් වේ.

04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)

- ජනමාධ්‍යයන්ගෙන් තොර ව ජන සන්නිවේදනයක් සිදු නො වේ. ජනමාධ්‍ය යනු සන්දේශයක් යවනු ලබන හුදු යාන්ත්‍රික ක්‍රියාවලියක් නොවේ. ජනමාධ්‍ය යනු ජනතාව එයින් බලාපොරොත්තු වන කාර්යයන් ඉටු කිරීමෙහි ලා නිර්මාණය වූ සමාජ ආයතනයන් ය.

05. නියාමකයෝ (Regulators)

- සෘජු ව ම මාධ්‍ය ආයතන හා සම්බන්ධ නො වූණ ද මාධ්‍ය කටයුතු හා සම්බන්ධ වූ ඒවා පාලනය කරන ආයතන හා පුද්ගලයෝ සිටිති. ඔවුන් පනවන රෙගුලාසි නිසා සන්දේශවල කිසියම් පාලනයක් සිදු වේ. නිදසුනක් ලෙස රාජ්‍ය කොමිෂන් සභා, උසාවි, වෘත්තීය සංවිධාන, පාරිභෝගිකයන් සහ බලපෑම් කණ්ඩායම් යන ආදී අය විවිධාකාරයෙන් මෙම නියාමන කාර්යය හා සම්බන්ධ 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)

- ජනමාධ්‍ය සන්දේශ අවබෝධ කර ගැනීමට, පිළිගැනීමට, ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට හෝ මතක තබා ගැනීමට ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රයේ සාමාජිකයන් යොදා ගනු ලබන ඔවුන් සතු අත්දැකීම් පසුතලය පෙරහන් යනුවෙන් අදහස් වේ.

07. ග්‍රාහකයෝ (Receivers)

- ජන සන්නිවේදන ග්‍රාහකයන් පිරිස විෂම ජාතිය, සාපේක්ෂ ව විශාල වූ, එකිනෙකා නොහඳුනන, ශාරීරික ව හා භාවාත්මක ව ජන සන්නිවේදකයාගෙන් සහ ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රයේ සාමාජිකයන්ගෙන් වෙන් වූ පිරිසකගේ එකතුවකි.
- 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 පුළුල් වේ. නූතන සමාජය අධික ලෙස මාධ්‍ය ග්‍රහණයට හසු වූවකි. එබැවින් එකිනෙකින් ලැබෙන තොරතුරු ප්‍රමාණය ද විශාල ය.

08. බලපෑම් (Effects)

- මෙහි දී බලපෑම යන්න දෙයාකාර වේ.
 1. සමාජය කෙරෙහි බලපෑම
 2. පුද්ගලයා කෙරෙහි බලපෑම
- බලපෑම ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ ඉතා වැදගත් අංගයක් වන අතර එය අතිශය සංකීර්ණ වූවකි.

09. ප්‍රතිපෝෂණය (Feedback)

- එසැනින් ලැබෙන්නා වූ ප්‍රතිචාරය, තරමක් පසු වී ලැබෙන ප්‍රතිචාර හෝ ග්‍රාහක කණ්ඩායම්වලින් ලැබෙන ප්‍රතිචාර හෝ සංඛ්‍යා වශයෙන් හෝ මූල්‍යමය වශයෙන් ප්‍රකාශයට පත්වීමයි.

10. මාධ්‍ය විකෘතිය සහ සෝෂාව (Media distortion and noise)

- ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී මාධ්‍ය විකෘතිය හා බාධක තත්ත්වයන් ඇති වීමට වැඩි ඉඩකඩක් ඇත. බාධක තත්ත්වයන් ජනමාධ්‍යයන්ගේ විවිධත්වය අනුව විවිධකාර විය හැකි ය.

11. මාධ්‍ය විස්තාරණය (Media Amplification)

- මාධ්‍ය විස්තාරණය යන්න වටහාගත යුත්තේ කිසියම් කරුණක් සම්බන්ධයෙන් වැඩි අවධාරිත බලයක් මාධ්‍යගත කිරීම වශයෙනි. එය පුද්ගලයෙකු කෙරෙහි හෝ පොදු ක්‍රියාදාමයක් හෝ දෘෂ්ටි කෝණයක් පිළිබඳ ව හෝ වැඩි අවධාරිත බලපෑමක් ඇති කරයි. එය මාධ්‍ය විස්තාරණය යි.
- 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 සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දැක්වේ. මෙම කරුණු පුළුල් අර්ථයෙන් ගත යුතු ය.

1. ප්‍රජානනය (Cognition) / දැනුම ලබා ගැනීම
2. අපසරණය (Diversion)/ විකල්ප වෙත යොමු කිරීම
3. සමාජ උපයෝගීතාව (Social Utility)
4. ආපසු ගැනීම කිරීම (Withdrawal) (Dominic, Joseph, R., 2010)

6. අතරා සන්නිවේදනය (Virtual Commiunication)

- 20 වන සියවසෙන් පසු තාක්ෂණික දියුණුව හේතුවෙන් ජනමාධ්‍ය ආකෘති හා අන්තර්ගත වෙනස්කම් රැසකට බඳුන් විය.
- වර්තමාන ගෝලීය ප්‍රවණතා හා තාක්ෂණික වර්ධන ක්‍රියාවලියේ විකාශයේ එක් අවස්ථාවක් ලෙස අරාස සන්නිවේදනය හැඳින්විය හැකි ය.
- Virtual යන ඉංග්‍රීසි වචනයේ සිංහල අර්ථය මලලසේකර ශබ්ද කෝෂයට අනුව ‘නාමික ව නොවූව ද ප්‍රායෝගික ව, අතෘත්වික, මවන ලද (කයින් නැති) අරාස, අරාසතාව’ යන අර්ථ සපයා ඇත. (මලලසේකර ශබ්දකෝෂය, 6 වන සංස්කරණය, 2014)
- අරාස සන්නිවේදනය යනු ‘නව තොරතුරු තාක්ෂණයන්ගේ මැදිහත් වීම හේතුවෙන් වේනාන්විත ව හෝ අවේනනික ව හෝ අන්තර්ගතයන්, අභිප්‍රායයන්, ක්‍රියාකාරීන් විද්‍යමාන වීමට, විපරීත වීමට, ආදේශනය වීමට හෝ නිර්මාණය වීමට අවකාශය සලසන තොරතුරු, සන්නිවේදනයන් සහ ක්‍රියාකාරකම් වේ.’ බව උමෙයා විශ්වවිද්‍යාලය විසින් නිර්වචනය කර ඇත.
- අරාස සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන සංරචකය වන්නේ අන්තර්ජාලයයි. විද්‍යුත් තැපෑල (email) , විඩියෝ සම්මන්ත්‍රණ (Video conferences) , සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි (Social networking) සහ මාර්ගගත කතාබහ (Online chatting) සඳහා මාධ්‍ය වන්නේ අන්තර්ජාලය යි. ජංගම දුරකථනය ඔස්සේ ලබා දෙන සන්දේශයන් ද අරාස සන්නිවේදනයට අයත් වේ.
- අරාස සන්නිවේදනය විශේෂතා රැසකින් සමන්විත ය. එම විශේෂතා අතරින් කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.
 - කාර්යක්ෂම ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
 - අඩු පිරිවැය
 - ආරක්ෂිත බව
 - ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය අංග සහිත ව සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
 - එක වර පුද්ගලයන් රැසක් සමඟ සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ හැකියාව
 - භෞතික වශයෙන් ඉඩකඩ අවශ්‍ය නොවීම

- අතපා සන්නිවේදනයේ ප්‍රයෝජන කිහිපයක් පහතින් දක්වේ.

1. අධ්‍යාපන කාර්යය සඳහා
2. සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගැනීමට
3. ව්‍යාපාරික කටයුතු සාර්ථක ව කාර්යක්ෂම ව සිදු කර ගැනීමට
4. ප්‍රචාරණ කටයුතු සඳහා
5. නිර්මාණාත්මක කාර්යය සඳහා වින්තනය පුබුදුවාලීමට

ඇගයීම

1. අභිමත භාවනාව, යාඥාව වැනි වින්ත 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 උලෙලක්, මාධ්‍ය දින සංස්කෘතික වැඩසටහනක් සංවිධාන කිරීමේ දී පැවති සමූහ සන්නිවේදන කාර්යයක සන්නිවේදන අවස්ථා විග්‍රහ කරන්න.
4. දේශපාලන, ආගමික, සාහිත්‍ය, විනෝද, කලා, පොදු සේවා අරමුණ ඉටු කර ගැනීම සඳහා සංවිධාන කරන ලද මහජන සන්නිවේදන අවස්ථාවකට සහභාගි වී එහි ග්‍රාහකයා ආකර්ෂණය කර ගැනීමට යොදාගත් සන්නිවේදන උපක්‍රම විග්‍රහ කරන්න.
5. ජන සන්නිවේදන මාධ්‍ය සතු ලක්ෂණ ඇසුරින් තෝරාගත් ලක්ෂණ අභිමත විද්‍යුත් හෝ මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිත ඇසුරින් විමර්ශනය කරන්න.
6. පෞද්ගලික ව ඔබ අත්විඳි අතපා සන්නිවේදන අවස්ථාවක ලක්ෂණ විග්‍රහ කරන්න.

- 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 ඉදිරිපත් කිරීම කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදන ස්වරූප යන්න ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් Forms of Communication ලෙස අර්ථ දැක්වේ. මෙහි දී පළමු ව ස්වරූප යන්නෙහි වාච්ඡාර්ථය පිළිබඳ ව විමසා බැලීම වැදගත් වේ.
- මහා සිංහල ශබ්දකෝෂයට අනුව **ස්වරූප - (1)** තමාගේ ම රූපය, ආකාරය, හැඩය, පෙනුම, **(2)** ස්වභාවය, තත්ත්වය, ගතිය, තොරතුරු, ඇති සැටිය, ආරංචිය, ප්‍රවෘත්තිය, පණිවුඩය, විස්තරය 1962 පි.
- සන්නිවේදනයේ විවිධ ස්වරූප ගණනාවක් ඇත. ඒ අතර වාචික, නිර්වාචික, කථන, ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය ලිඛිත, රූපණය සහ විධිමත් අවිධිමත් ආදී ස්වරූප වේ.
- මෙම සන්නිවේදන ස්වරූප, කුසලතා ලෙස වර්ධනය කර ගත හැකි ය. එමඟින් සාර්ථක සන්නිවේදනයකට මඟ පෙන්වයි.

1. වාචික සන්නිවේදනය (Verbal Communication)

- කිසියම් භාෂාවක පවතින ශබ්ද රටා සහ වචන රටා භාවිත කරමින් සිදු කරන සන්නිවේදනය වාචික සන්නිවේදනය යි.
- වාචික සන්නිවේදනයේ කාර්යය
 - ඉගැන්වීම, උපදෙස් දීම හා මඟ පෙන්වීම
 - පුද්ගලයන් අතර තොරතුරු හුවමාරුව
 - මානව සබඳතා පවත්වා ගැනීම
 - සිතෙහි ඇතිවන භාවයන් ප්‍රකාශයට පත් කිරීම
 - පුද්ගල පෞරුෂය ඇති කිරීම හා විවිධ කාර්යයන් ඉටු කර ගැනීම

වාචික සන්නිවේදන කුසලතා

- යමක් ප්‍රබල ලෙස ඉදිරිපත් කිරීමට සන්නිවේදකයෙක් සතු විය යුතු වාචික සන්නිවේදන කුසලතා වැදගත් වේ. ඒ සඳහා
 - වාග් කෝෂය පුළුල් කර ගැනීම
 - තමා සතු අදහස් හා තොරතුරු ඇතුළත් දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම
 - පෙර සුදනම
 - ඉදිරිපත් කිරීමේ කුසලතා වැඩි දියුණු කර ගැනීම
 - යෝග්‍ය භාෂාවක් භාවිතය
 - පෞද්ගලික අනන්‍යතාවක් හා ස්වීයත්වයක් 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 තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම නිර්වාචික සන්නිවේදනය යි.
- නිර්වාචික සන්නිවේදනය ප්‍රධාන වශයෙන් සංඥා භාෂාව (Sign Language) හා හෙවත් සිරුරු බස (Body Language) 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. දුම් බීම තහනම් ලකුණ, ගැහැණු සහ පිරිමි රූප, මාර්ග සංඥා, ආලෝක සංඥා, බෙර හඬ, සයිරන් නලා හඬ, චිත්‍ර, කාටූන් සිතියම් ආදිය ඇතුළත් වේ.
- සිරුරු බස යන්නට මුහුණෙන් ඉදිරිපත් වන ප්‍රකාශනයන්, ඉරියව්, ඉඟි, මුද්‍රා, නර්තන විලාස අභිනයන් ආදිය අන්තර්ගත වේ.
- සිරුරු බසින් සන්නිවේදනය වන අර්ථ රටකින් රටකට, ජන වර්ගයකින් ජන වර්ගයකට වෙනස් විය හැකි ය. උදාහරණයක් ලෙස දෙදෙනෙකු හමු වී සුඛ ප්‍රාර්ථනා කරන අයුරු විමසන්න.
- සාර්ථක සන්නිවේදනයක යෙදීමට සංඥා භාෂාව සහ සිරුරු බස ඇතුළත් නිර්වාචික සන්නිවේදනය ඵලදායී ලෙස භාවිත කළ හැකි ය.

3. කථන සන්නිවේදනය (Oral Communication)

- මුඛින් පිටවන වචන හා ශබ්ද අනුසාරයෙන් විවිධ අර්ථ ජනනය කිරීම කථන සන්නිවේදනය යි. භාෂාවක් භාවිතයෙන් අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමක් සිදු වන බැවින් දෛනික සන්නිවේදනයේ බොහෝ අවස්ථාවල දී කථන ස්වරූපය භාවිත වේ.
- වාචික සන්නිවේදනයෙන් කථන සන්නිවේදනය වෙනස් වේ. වාචික සන්නිවේදනයේ දී වචන ශබ්ද නැගීමත් හෝ ලිඛිත ව භාවිත කළත් කථන සන්නිවේදනයේ දී එය මුඛින් පිට වන වදන්වලට පමණක් සීමා වේ. කථන සන්නිවේදනය ආචාරශීලී ව, ආකර්ෂණීය ව, අර්ථපූර්ණ ව භාවිත කළ යුතු ය.
- කථනය පුද්ගලයෙකු සතු වර්ධනය කළ හැකි කුසලතාවකි. මනා සවන් දෙන්නෙකු වීම කථන සන්නිවේදන කුසලතා වර්ධනය කර ගැනීමට හේතු වේ.
- කථන සන්නිවේදනය,
 - * එය නිරායාසයෙන් සිදු වේ.
 - * ස්වාභාවික ය.
 - * අන් අයට පහසුවෙන් අවබෝධ කරගත හැකි ය.
 - * ග්‍රාහකයා අනුව වචන තෝරා ගත හැකි ය.
 - * නිර්වාචික සන්නිවේදනයේ උදව් ලබා ගත හැකි ය.
 - * සන්නිවේදකයා, ඉදිරිපත් කරන්නා සෑම විට ම ශාරීරික ව පෙනී සිටියි.
- ග්‍රාහක මණ්ඩලයට අනුව කථන සන්නිවේදනය වෙනස් වේ. උදාහරණ ලෙස පූජ්‍ය පක්ෂය සමග කථනයේ යෙදීම, දරුවෙකු සමග කථනයේ යෙදීම
- කථන සන්නිවේදනය කුසලතා සාක්ෂරතාව සඳහා, චින්තනය වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා හා ඉගෙනීම වැනි කරුණු සඳහා අත්‍යවශ්‍ය වේ.
- කථන සන්නිවේදනය කුසලතා වර්ධනයට හේතු වන කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.
 - සවන් දීම
 - කියවීම
 - දක්ෂ කථිකයන්ගේ කතා අනුකරණය කිරීම
 - කථන පුහුණුව
 - තනි පුද්ගලයෙකුට ඇමතීම
 - සමූහයක් ඇමතීම
 - හඬ නගා උච්චාරණය කිරීම
 - විවිධ දේ කථනයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම (උදාහරණ ලෙස නාට්‍ය දෙබස්, වාර්තා කථන ආදී)

4. රූපණය (Performing)

- ක්‍රියාකාරකමක් වශයෙන් හෝ වෘත්තීයයක් වශයෙන් යම් රංගනයක යෙදීම මෙයින් අදහස් වේ.
- රූපණ යන්තෙහි වාච්‍යාර්ථය - දැක්වීම, විස්තර කිරීම, වර්තමානය නිරූපණය කිරීම, මවා පෙන්වීම ලෙස මහා සිංහල ශබ්දකෝෂයෙහි සඳහන් කරයි. (විජේතුංග හරිස්චන්ද්‍ර, 2017)
- රංගනයේ යෙදීමෙන් යම් යම් අර්ථ සන්නිවේදනය කළ හැකි ය.
- ප්‍රාථමික මානවයාගේ සිට වර්තමානය දක්වා ම රංගනය මඟින් සන්නිවේදන කාර්යයන් සිදු ව ඇත.
- අදාළ පරිදි යොදා ගැනීමෙන් සන්නිවේදනය වඩාත් ඵලදායී කර ගැනීම සඳහා රූපණය ඉතා වැදගත් වේ.
- ආචාරශීලී ව කතා බහේ යෙදීමේ සිට පුද්ගල ජීවිතයේ සියලු සන්නිවේදන කාර්යයන් සඳහා රූපණය උපකාර වේ.
- උපකරණ භාවිතය, හැඩ ගැන්වීම්, ඇඳුම් පැළඳුම් වැනි දේ භාවිතයෙන් රූපණය ප්‍රබල කර ගත හැකි ය.
- රූපණ කුසලතා වර්ධනයට හේතු වන කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.
 - රූපණ අවස්ථා නිරීක්ෂණය
 - අනුකරණය
 - විවිධ අවස්ථා අනුව රූපණය වෙනස් වන ආකාරය අවබෝධ කර ගැනීම

උදා :- කමිකයකුගේ කතාවක්, ගුරු භූමිකාව, නිවේදක භූමිකාව, රංගන ශිල්පියෙකුගේ භූමිකාව, විවාද කණ්ඩායමක සමාජකයන්ගේ ස්වභාවය

 - විවිධ සන්නිවේදන අවස්ථා රූපණයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම

5. ලිඛිත සන්නිවේදනය (Written Communication)

- භාෂාව හා සංකේත මඟින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම ලිඛිත සන්නිවේදනය යි.
- ලිඛිත සන්නිවේදනය යන්නට ලිපි, දැන්වීම්, චක්‍රලේඛ, වාර්තා, පුවත්පත්, සඟරා ආදිය උදාහරණ වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.
- ලිඛිත සන්නිවේදනය නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාකාරකමකි.

- ලිඛිත සන්නිවේදනය සඳහා සාක්ෂරතාව අත්‍යවශ්‍ය වේ.
- ලිඛිත සන්නිවේදනයෙන් කියවීමට හැකි ජනතාව සඳහා තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කරයි.
- කථන සන්නිවේදනයට සාපේක්ෂ ව වඩාත් සංවිධානාත්මක ව ගොඩනැගිය හැකි ය.
- අනාගත භාවිතය සඳහා තොරතුරු ගබඩා කර තැබිය හැකියාව ඇත.
- අධ්‍යාපනය, නිර්මාණාත්මක ලේඛන කාර්යය, ආයතනික කටයුතු සහ නීතිමය කාර්යය ආදී කාර්යය සඳහා ලිඛිත සන්නිවේදනය ඉතා අවශ්‍ය වේ.
- නිවැරදි ලෙස ලේඛනය සිදු නොවූණහොත් වැරදි අවබෝධ ඇති වීමේ අවධානම පවතී.
- ලිඛිත සන්නිවේදනය කුසලතා වර්ධනයට හේතු වන කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.
 - ලිවීමේ කුසලතා හඳුනා ගැනීම
 - සාක්ෂරතා හැකියාව
 - පොත පත කියවීම
 - නිරවුල් ව පැහැදිලි ව සංවිධානාත්මක ව ලිපි ලේඛන ලිවීම
 - නිර්මාණශීලී භාවය වර්ධනය කර ගැනීම

6. ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය (Audio Communication)

- සවන් දීම පදනම් කර ගත් ශබ්ද මාධ්‍යයයේ ඕනෑම වර්ගයක සම්ප්‍රේෂණ ස්වරූපයක් ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය.
- ශබ්දය හෙවත් හඬ යන්න ජීවී හෝ අජීවී වස්තූන්ගෙන් හෝ මාධ්‍යයන් මගින් ඉදිරිපත් වේ.
- මෙහි දී සිදු වන්නේ යමක් ශ්‍රවණය කිරීමෙන් යම් අදහසක් තේරුම් ගැනීම යි. ස්වාභාවික ශබ්ද, කෘත්‍රීම ශබ්ද, සංගීතය, නිහඬ බව, සාකච්ඡා, කවි ගායනා, දේශන, කථා ආදිය මෙයට අයත් ය.
- ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය අද්‍යයනයේ තාක්ෂණය හා බද්ධ ව ඇති නිසා විවිධ ස්වරූපයේ හඬ මෙවලම් භාවිතයට පැමිණ ඇති අතර හඬ සංරක්ෂණය කර ගැනීමේ ක්‍රම ද දියුණු තත්ත්වයට පත් ව ඇත. සංයුක්ත තැටි, ශ්‍රවණය කළ හැකි පොත්, සංගීත තැටි ආදිය එවැනි මෙවලම් කිහිපයකි.
- පුද්ගලයෙකුගේ හඬ මගින් ඔහුගේ ශක්‍යතාව, පෞරුෂය, දෘක්ම, චිත්තනය, ස්වර විශේෂතා ආදිය පමණක් නො ව අධ්‍යාත්මික ගති ලක්ෂණ (විවාහ බව, අවංක බව වැනි ගුණාංග) පවා අවබෝධ කර ගත හැකි ය.
- ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය අතීතයේ ආදි මානවයාගේ සිට ප්‍රබල සන්නිවේදන ස්වරූපයක් ලෙස භාවිත කර ඇත.

- ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය කුසලතා වර්ධනයට හේතු වන කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.
 - මැනවින් සවන් දීම
 - විවිධ හඬවල් වෙන් කර හඳුනා ගැනීම
 - ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය අවස්ථා අධ්‍යයනය කිරීම
 - විවිධ ශබ්ද භාවිත කරමින් නිර්මාණ කිරීම

7. දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය (Visual Communication)

- ඇස උපයෝගී කොට ගෙන දැකීමෙන් හා බැලීමෙන් අදහස් හා තොරතුරු එක් රැස් කර ගන්නේ නම් එම සන්නිවේදනය දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය යි.
- ප්‍රාථමික මානවයාගේ පටන් අද්‍යයනය දක්වා සන්නිවේදන කාර්යය සඳහා දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය භාවිත කර ඇත.
- දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය යන්නට සංඥා, මුද්‍රණාක්ෂර, ග්‍රාෆික නිර්මාණ, චිත්‍ර සටහන්, වර්ණ, සජීවීකරණය, චිත්‍රපට ආදී වූ අංග රැසක් අයත් වේ.
- සංකේත හා දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීම සංඥාර්ථවේදය (Semiotics) ලෙස හඳුන්වයි.
- වර්තමානයේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුවත් සමඟ දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය ප්‍රබල වී ඇත.
- අන්තර්ජාලය, සමාජ මාධ්‍ය, රූපවාහිනි මාධ්‍ය ආදියෙහි ඉතා නිර්මාණශීලී ව හා ආකර්ෂණීය ලෙස දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය භාවිත වේ.
- දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය කුසලතා වර්ධනයට හේතු වන කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.
 - රූප මැනවින් දැකීම
 - රූප හඳුනා ගැනීම
 - අධ්‍යාපනික කාර්යය සඳහා රූප භාවිතයට ගැනීම
 - දෘශ්‍ය සන්නිවේදන අංග යොදා ගනිමින් නිර්මාණ කිරීම

8. විධිමත් සන්නිවේදනය (Formal Communication)

- සන්නිවේදකයා පැහැදිලි ව හඳුනාගත හැකි සන්නිවේදන අවස්ථාවකි.
- සෑම විට ම නිල වශයෙන් ඉදිරිපත් වන කිසියම් වගකීමක් සහිත ලේඛනයක් හෝ ප්‍රකාශයකි.
- නිල වාර්තා, සිහි කැඳවීම් (memo), ලිපි ශීර්ෂය (Letter Head) සහිත ලිපි, ගැසට් නිවේදන, නිල විද්‍යුත් තැපැල් ආදී ලිඛිත ප්‍රකාශන විධිමත් සන්නිවේදනයට උදාහරණ කිහිපයකි.

- ලිඛිත ප්‍රකාශන මෙන් ම නිල වශයෙන් සිදු කරනු ලබන ප්‍රකාශනයන් විධිමත් සන්නිවේදනය යටතට ගැනේ. උදා: වාර්ෂික අයවැය ප්‍රකාශන, රාජ්‍ය නායකයන් සිදු කරනු ලබන නිල ප්‍රකාශ, රාජ්‍ය ආයතනවල නිල මාධ්‍ය ප්‍රකාශකගේ ප්‍රකාශන, කැබිනට් ප්‍රකාශක නිශ්චිත ධුරාවලියක් සහිත ක්‍රියාවලියකි.
- විධිමත් සන්නිවේදනය නිශ්චිත ධුරාවලියක් සහිත ක්‍රියාවලියකි.
- විධිමත් සන්නිවේදනය වඩාත් ප්‍රතිඵලදායී සන්නිවේදන ස්වරූපයකි.
- විධිමත් සන්නිවේදනය කිසියම් ආකාරයක ක්‍රියාපටිපාටියකට අනුගත ව පියවර ගණනාවකින් යුක්ත ව ක්‍රියාත්මක වේ.
- විධිමත් සන්නිවේදනයේ දී භාවිත වන නිල ලේඛන හා ප්‍රකාශන අවශ්‍ය අවස්ථාවන්හි දී උපුටා දැක්වීම සඳහා යොදාගත හැකි ය.

9. අවිධිමත් සන්නිවේදනය (Informal Communication)

- මූලාශ්‍රය පැහැදිලි ව හඳුනාගත නොහැකි සන්නිවේදන අවස්ථාවකි.
- කිසිදු නිල ස්වභාවයක් නොමැත. (උදා: කට කතා, ඔප දූප, කැලෑ පත්තර ආදී)
- නිල ප්‍රකාශයක් හෝ විධිමත් සන්නිවේදනයක් නොමැති අවස්ථාවල දී අවිධිමත් සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වේ.
- අවිධිමත් සන්නිවේදන ප්‍රකාශන වේගයෙන් පැතිරේ.
- අවිධිමත් සන්නිවේදනය ජනතාවගේ හැඟීම්, ආකල්ප, විරෝධතා ආදිය ප්‍රකාශ කිරීමට ඉඩකඩ සලසා දෙයි.
- නූතන සන්නිවේදන තාක්ෂණ ක්‍රම භාවිතයෙන් අවිධිමත් සන්නිවේදනය වඩාත් ප්‍රබල ව හා ආකර්ෂණීය ව සිදු කරනු ලබයි.

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 : 25 යි
- ඉගෙනුම් පල :
 - සන්නිවේදන ආකෘති හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදු වන ආකාරය පිළිබඳ ආකෘති ඇසුරින් පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- සන්නිවේදනය විවිධ අංග ලක්ෂණවලින් සමන්විත සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි. සන්නිවේදනයේ මෙම ස්වභාවය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා සන්නිවේදන ආකෘති උපකාර වේ.
- සමාජ ක්‍රියාවලියක් හෝ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක ස්වභාවය පැහැදිලි කරනු ලබන විස්තරයක් ආකෘති මඟින් ඉදිරිපත් කෙරේ. බොහෝ අවස්ථාවල දී මේ සඳහා රූප සටහන් ද භාවිත කරනු ලබයි.
- එමෙන් ම සන්නිවේදන ආකෘති මඟින්,
 - සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ විද්‍යමාන වන දේ සාරාංශ කර දැක්වීම
 - තොරතුරු ගලා යාම පෙන්වීම
 - සන්නිවේදකයාගේ හා ග්‍රාහකයාගේ ස්වරූපය, දක්ෂතා හා ප්‍රබලත්වය පෙන්වීම
 - මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය සිදු වන ආකාරය
 - සන්නිවේදනයේ ස්වභාවය අවශ්‍යතාව, අවස්ථාව ආදිය හඳුනා ගැනීම යන කරුණු කිහිපයක් සිදු වේ.
- 'සන්නිවේදනය හා සම්බන්ධ මූලික අංග ලක්ෂණ කිහිපයක් සන්නිවේදන ආකෘතියක් මඟින් ඉදිරිපත් කරනු ලැබේ. සන්නිවේදනයෙහි සැබෑ ස්වරූපය වටහා ගැනීමට උපකාරී වන මූලික ලක්ෂණ කිහිපයක් තෝරා, ඒවා අතර පවත්නා අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධය මතු කොට දැක්වීම සන්නිවේදන ආකෘතියකින් ඉටු වන ප්‍රධාන කර්තව්‍යවකි.' යනුවෙන් මහාචාර්ය විමල් දිසානායක මහතා මානව සන්නිවේදනය කෘතියේ සන්නිවේදන ආකෘති යන්න විග්‍රහ කර ඇත.
- සංකීර්ණ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සරල ව පැහැදිලි කිරීම සඳහා විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රවල විද්වතුන් විසින් විවිධ දෘෂ්ටි කෝණයන්ගෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කරමින් ආකෘති ගණනාවක් ඉදිරිපත් කර ඇත.
- සන්නිවේදකයා, ග්‍රාහකයා, බලපෑම, සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික ක්‍රියාවලිය ආදිය කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් විවිධ ආකෘති වර්ග ඉදිරිපත් කර ඇත.
- මෙහි දී සන්නිවේදනය පිළිබඳ රේඛීය හා රේඛීය නොවන ආකෘති පමණක් සාකච්ඡා කෙරේ.
 1. රේඛීය ආකෘති (Linear Models)
එක් පාර්ශ්වයක සිට අනෙක් පාර්ශ්වයට පමණක් තොරතුරු ගලා යාම පෙන්වයි.

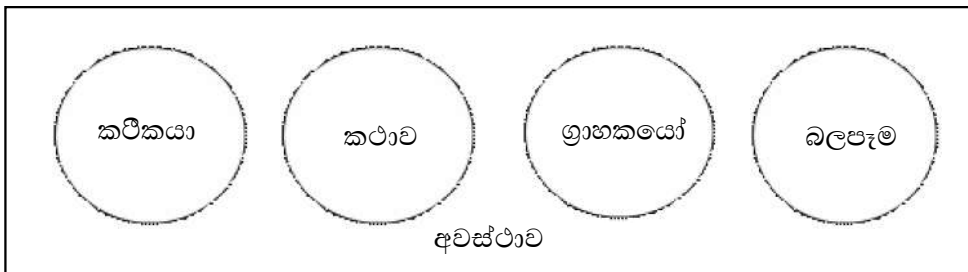
2. රේඛීය නොවන ආකෘති (Non Linear Models)

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

- ප්‍රධාන සන්නිවේදන ආකෘති 4ක් පිළිබඳ මෙහි දී අවධානය යොමු කෙරේ.
 1. ඇරිස්ටෝටල් ආකෘතිය
 2. හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්ට් ආකෘතිය
 3. ක්ලෝඩ් ශැනොන් හා චොරන් විචර් ආකෘතිය
 4. ග්‍රාම් - ඔස්ගුඩ් ආකෘතිය

1. ඇරිස්ටෝටල් ආකෘතිය

- ශ්‍රීසියේ ප්‍රකට දර්ශනිකයෙකු වූ ඇරිස්ටෝටල් පඬිවරයා (ක්‍රි.පූ. 384 322) 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.
- මෙම ආකෘතිය මඟින් ප්‍රධාන වශයෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය මූලිකාංග පහක් පිළිබඳ ව පැහැදිලි කරයි.



කථිකයා : සන්දේශය ඉදිරිපත් කරන්නා මෙමඟින් අර්ථ දැක්වේ. කථකයා විසින් ඉලක්ක ගත කණ්ඩායමට හා අවස්ථාවට ගැලපෙන ලෙස සිය කථාව සැලසුම් කරගත යුතු ය. එමඟින් ග්‍රාහක පිරිස තුළ යම් බලපෑමක් හෝ නැතහොත් පෙලඹවීමක් ඇති කිරීමට හැකි විය යුතුය.

කථාව : කථිකයා ඉදිරිපත් කරන තොරතුර යි. කථාව ග්‍රාහකයා පොලඹවන සුළු එකක් විය යුතුය. දියුණු සන්නිවේදන තාක්ෂණයක් කිසිසේත් 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. මෙහි ශ්‍රාවකයා අක්‍රීය සවන් දෙන්නෙක් පමණි.

අවස්ථාව : සන්දේශය ලබා දීමට හේතු වන තත්ත්වය මෙයින් අදහස් වේ.

බලපෑම : සන්නිවේදනය සිදු කරන්නේ නිශ්චිත අරමුණක් පෙරදැරි ව ය. ශ්‍රාවකයා යම් අදහසක් වෙත පොලඹවා ගැනීම සඳහා යි.

• 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. හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල් ආකෘතිය

• අමෙරිකානු ජාතික දේශපාලන විද්‍යා මහාචාර්යවරයකු වූ හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල් (1902 - 1978) විසින් 1948 දී ඉදිරිපත් කරන ලද අදහස් ඇසුරෙන් ගොඩනඟන ලද ආකෘතියකි. පළමුවන ලෝක යුද්ධයේ දී භාවිත කළ ප්‍රචාරණ විධි ක්‍රම පිළිබඳ ලැස්වෙල් විසින් අධ්‍යයනය කර ඇත.

• ඔහු ඉදිරිපත් කර ඇති ආකෘතිය ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් 5කින් සමන්විත ය.

1. කවුද ? (Who says ?) - සන්නිවේදකයා
2. කුමක් කියයි ද? (What ?) - සන්දේශය
3. කුමන නාලියකින් ද? (In which channel ?)
4. කාට ද ? (To whom ?) - ශ්‍රාවකයා
5. කුමන බලපෑමක් සඳහා ද? (With what effect ?)

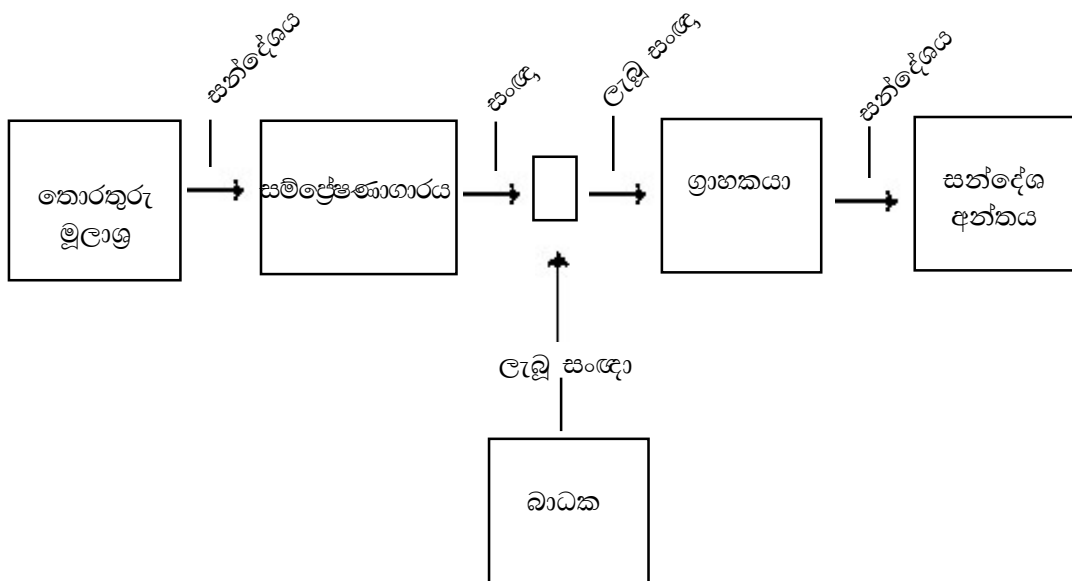


• මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා:

1. මෙය රේඛීය සන්නිවේදන ආකෘතියකි.
2. ප්‍රතිපෝෂණය සහ බාධක මෙම ආකෘතියේ සඳහන් නොවේ.
3. මෙමගින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී සිදුවන බලපෑම පිළිබඳ වැඩි අවධානයක් යොමු කර ඇත.

3. ශැනොන් හා විවර් ආකෘතිය

- අමෙරිකානු ජාතික ගණිතඥයන් දෙදෙනෙකු වූ ක්ලෝඩ් ශැනොන් (1916 - 2001) සහ චොරන් විවර් (1894 - 1978) යන දෙදෙනා විසින් 1949 දී සන්නිවේදනය පිළිබඳ මෙම ගණිතමය ආකෘතිය ඉදිරිපත් කර ඇත.
- සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික ක්‍රියාවලිය කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කර ඇති මෙහි මිනිසා හා යන්ත්‍ර සූත්‍ර මගින් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය වෙත සිදු කරනු ලබන බලපෑම ද විග්‍රහ කර ඇත.



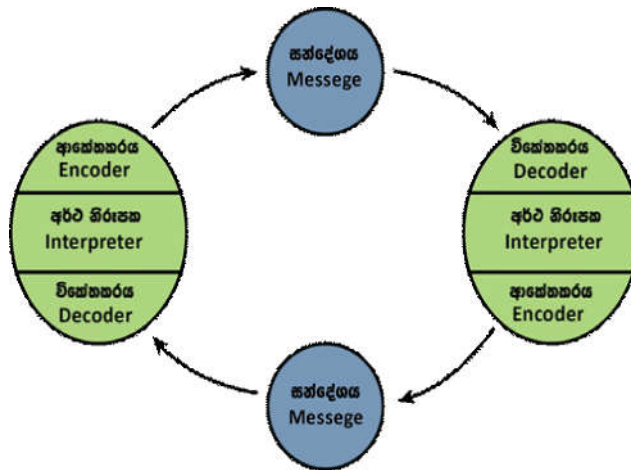
- මෙම ආකෘතියෙහි ප්‍රධාන කරුණු කිහිපයක් ඇතුළත් වේ.
 1. තොරතුරු මූලාශ්‍රය (Information Sources)
 2. සන්දේශය (Message)
 3. සම්ප්‍රේෂණාගාරය (Transmitter)
 4. සංඥාව (Signal)
 5. බාධක (Noise)
 6. ග්‍රාහකයා (Receiver)
 7. සන්දේශ අන්තය (Destination)
- තොරතුරු මූලාශ්‍රය හෙවත් සන්නිවේදකයා ලබා ගන්නා සන්දේශය තාක්ෂණික 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 නාලීය බාධා (Channel Noise) විය හැකි ය.

• මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා

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

4. ඔස්ගුඩ් ග්‍රාම් ආකෘතිය

- විල්බර් ග්‍රාම් (1907- 1987) හා චාර්ල්ස් ඔස්ගුඩ් (1933 උපත ලබා ඇත.) විසින් මෙම සන්නිවේදන ආකෘතිය 1954 දී හඳුන්වා දී ඇත. මෙම විද්වතුන් දෙදෙනා සමාජ විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රයට සම්බන්ධ අය වන නිසා සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ සමාජ විද්‍යාත්මක දෘෂ්ටිකෝණයෙන් විග්‍රහ කර තිබේ.



- මෙම ආකෘතියේ සන්නිවේදකයා ආකේතකරණ ලෙසත් ග්‍රාහකයා විකේතකරණ ලෙසත් දක්වා ඇත. සන්නිවේදකයාට හා ග්‍රාහකයාට ලැබෙන සන්දේශය ඔවුන් විසින් අර්ථ කථනය කර ගනියි.
- සන්දේශය මගින් 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 අවස්ථාවෙන් පෙන්වා දෙයි.
- මෙම ආකෘතියේ විශේෂතා
 1. මෙය රේඛීය නොවන වක්‍රීය සන්නිවේදන ආකෘතියකි.
 2. සන්නිවේදකයා සේ ම ග්‍රාහකයා ද සන්නිවේදනයට වැදගත් වේ.
 3. ආකේතකරණය, විකේතකරණය, අර්ථකථනය යන අවස්ථා පැහැදිලි කර තිබීම
 4. සන්නිවේදනය අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් බව
 5. ප්‍රතිපෝෂණය යන්න ද මෙයට අන්තර්ගත කර තිබේ.

ඇගයීම

1. සන්නිවේදන ආකෘති පිළිබඳ උදාහරණ සහිත ව පැහැදිලි කරන්න.
2. පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදන අවස්ථාවක් තෝරා ගන්න. ඔබ තෝරාගත් එම අවස්ථාව කැමති ආකෘති දෙකක් යොදා ගෙන විග්‍රහ කරන්න.

පාරිභාෂික පද

අතථ්‍ය සන්නිවේදනය	-	Veritual communication
අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය	-	Intger personal communication
අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය	-	Intrapersonal communication
කථන සන්නිවේදනය	-	Oral communication
ජන සන්නිවේදනය	-	Mass communication
දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය	-	Visual communication
නිර්වචන සන්නිවේදනය	-	Nonverbal communication
මහජන සන්නිවේදනය	-	Public communication
ලිඛිත සන්නිවේදනය	-	Written communication
චාචන සන්නිවේදනය	-	Verbal communication
සන්නිවේදන ආකෘති	-	Models of communication
සන්නිවේදන වර්ග	-	Types of communication
සන්නිවේදන ස්වරූප	-	Forms of communication
සමූහ සන්නිවේදනය	-	Group communication
ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය	-	Audio communication

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ නාමාවලිය

1. දිසානායක, විමලේ, මානව සන්නිවේදනය, ලේක් හවුස් සමාගම, කොළඹ, 1977
2. Berger, Charles R., Interpersonal Communication: The International Encyclopedia of Communication, New York, Wiley Blackwell, 2008
3. Bittner, John R. Mass Communication: An Introduction, U.S.A, 1986
4. Charles, Wright R., Mass Communication, New York, 1971
5. DeFleur and Dennis, Understanding Mass Communication, 7th Edition, U.S.A, 2002
6. Domimic, Joseph, R., The Dynamics of Mass Communication, 10th Edition, New York, 2010
7. James Waston and Anne Hill, A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991
8. MacBride Sean, Many Voices, One World, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, New York, 1980
9. Murphy, Herta A., Herbert W. Hildebrandt, and Thomas Jane P., Effective Business Communications, 7th edition, Mc Graw - Hill, 1997
10. Stewart L., Tubbs and Moss Sylvia, Human Communication, 7th Edition, Singapore, 1994

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 සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හැඳින්වීම, අන්තර්ගත ලක්ෂණ හා කාර්යභාරය

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන, අවට පරිසරයෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය.
- මේවා සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වේ. මෙම මාධ්‍ය ගැමි ජන සමාජවල අඛණ්ඩ ව පැවත එයි. මේවාට නියත කර්තෘත්වයක් නොමැත. එසේ ම තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් සිදු කරනු ලබන්නකි.
- මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා ශබ්ද සංඥා (Sound signal) (බෙර, සක්හඬ, නලා හඬ, හුව ආදී) හා දෘශ්‍ය සංඥා (Visual signal) (දුම, කොළ අතු එල්ලීම, කොඩි, සලකුණු තැබීම ආදී) උපයෝගී කර ගෙන ඇත.
- මෙම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට මෙන් ම විවිධ සංස්කෘතික හා පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකි. ඒවායෙහි සුවිශේෂතා කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

01. සරල ව්‍යුහ (Simple Structure)

සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධ කර ගත හැකි සරල ව්‍යුහයන්ගෙන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සකස් වී තිබීම පිළිබඳ මෙමඟින් අදහස් කෙරේ. ගැමි සමාජ හා සංස්කෘතික සම්බන්ධතා කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් වඩාත් සංකීර්ණ නො වූ පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත්වලින් ගොඩනගා ගත් සරල ව්‍යුහයන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල දක්නට ලැබේ. උදාහරණ ලෙස ගොක් කොළ කෙසෙල් ගස් ආදී ද්‍රව්‍ය විවිධ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල දී භාවිත කිරීම දැක්විය හැකි ය.

02. තේමාත්මක අන්තර්ගතය (Thematic Content)

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල දී තේමාවට ගැලපෙන සේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගැනීම පිළිබඳ මෙමඟින් අදහස් කෙරේ. රෝගවලින් ආරක්ෂා වීම, හව හෝග ආරක්ෂා කර ගැනීම, විශ්වාසයන්, විනෝදය, විශ්‍රාන්තිය, භාව ප්‍රකාශන මෙලෙස ගනු ලබන තේමාවන්ට උදාහරණ කිහිපයකි.

03. නම්‍යශීලීත්වය (Flexibility)

අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාවයට ගැලපෙන ආකාරයෙන් සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම පහසුවෙන් සකස් කර ගත හැකි වීම මින් අදහස් කෙරෙයි. කුඹුර, කමත, ගහ කොළ ආදිය අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාව අනුව භාවිතයට ගැනීම මෙහි දී සිදු වේ.

04. සංස්කෘතික සන්දර්භය (Cultural Context)

සංස්කෘතික සන්දර්භය යන්නෙන් අදහස් කෙරෙන්නේ වාරිත වාරිත, ඇදහිලි විශ්වාස, කලා ක්‍රම, හා දැනුම් පද්ධති ඒ ඒ සංස්කෘතීන්ට අනුව භාවිත කිරීමයි. ඒ ඒ වෘත්තීන්ට, අවස්ථාවන්ට හා අවශ්‍යතාවන්ට අනුව සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල සංස්කෘතික සන්දර්භ වෙනස් වේ. නිදසුනක් ලෙස විනෝදය සැපයීම, සෙත් පැතීම දැක්විය හැකි ය.

05. අවම පිරිවැය (Minimum Cost)

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමයන්හි දී අවම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා සම්පත් බොහෝ විට උපයෝගී කර ගැනේ. ඒ අනුව අවම පිරිවැයකින් කාර්ය ඉටු කර ගත හැකි ය. මෙහි දී ශ්‍රමය හුවමාරු වීම මඟින් ද පිරිවැය අවම කර ගැනීමට අවස්ථාව උදා වේ. උදාහරණ ලෙස සාමූහික ව එක් වී පිරිත් මණ්ඩපයක් සකස් කිරීම, තොවිලයක්, ගම්මඩුවක් පැවැත්වීමේ දී මිනිස් ශ්‍රමය හා පරිසරයෙන් හොයාගත් ද්‍රව්‍ය ආධාර කර ගැනීම ආදිය හේතුවෙන් පිරිවැය අවම වන ලෙස කාර්යය ඉටු කර ගත හැකි ය.

- මෙම කරුණුවලට අමතර ව ජනමූල පදනම, විශ්වාස හා ගරු කිරීම, පොදු පිළිගැනීම් හා පොදු යහපත, පාරම්පරික ව උරුම වීම, දේශීය සංස්කෘතික අනන්‍යතාව හා භාවිතය පහසු වීම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල සුවිශේෂතා ලෙස දැක්විය හැකි ය.

සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධි ක්‍රම

01. ජන කවි

- ගැමි ජීවන රටා පදනම් ව ජන කවි බිහි වී ඇත. ජනකවි ගැමි ජනතා ව්‍යවහාරයෙන් පැවත එන කර්තෘත්වය හඳුනාගත නොහැකි ගායනා විශේෂයකි. ගැමි ජනයාගේ ජීවන දෘෂ්ටිය, ඇදහිලි, විශ්වාස, අවශ්‍යතා, වෘත්තීය තොරතුරු, දැනුම, සාම්ප්‍රදායික ඥානය, විවේකය, විශ්‍රාන්තිය, දුක් වේදනා, සිතූම් පැතුම් ආදිය මෙමගින් සන්නිවේදනය කරයි.
- ජන කවි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ගැමි ජනයාගේ 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. සරල බස් වහරක් භාවිත කිරීම
 - iii. නිර්මාණකරුවා කවරෙක් ද යි හඳුනාගත නොහැකි වීම
 - iv. ඒ ඒ ප්‍රදේශයට ආවේනික ලක්ෂණවලින් සමන්විත වීම
 - v. දීර්ඝ කාලයක් මුළුල්ලෙහි මිනිසුන් අතර ජනශ්‍රැතියක් ලෙස පැවතීම
 - vi. ජන කවි නිර්මාණය සඳහා ජීවන අත්දැකීම් පාදක කර ගැනීම
- අව්‍යාජත්වය, සරලත්වය, සංක්ෂිප්තභාවය, සංයමය, කතා ව්‍යවහාර ලක්ෂණ, ශබ්ද රටා හා පොදු ජනයාගේ සිතූම් පැතුම්වලට සමීප වචන කෝෂය හේතුවෙන් ජනකවිය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයෙහි සුවිශේෂ වී ඇත.
- ජනකවි විවිධ වර්ග රාශියක් ඇත. ඒ අතර,

උදා:- දරු නැළවිලි, ගොයම් කවි, කමත් කවි, පාරු කවි, නෙළුම් කවි, තහංචි කවි, රබන් කවි, ටිකා සිපද, තෙතඟු කවි

02. ජනකතා

- ජනකතා වූ කලී යම් සිද්ධියක් මුල, මැද, අගයන අංගයන් මනාව ගළපන ලද ජනයාගේ ජීවන අරගලය, අපේක්ෂා, ආශා, දුක්බදෝමනස්ස හා ගවේෂණ යනාදිය පිළිබිඹු කරන කතන්දර විශේෂයකි.
- ජනකතා අවශේෂ ජනශ්‍රැති මෙන් මුඛ පරම්පරාගත ව උපත ලබා ඒ අනුව ව්‍යවහාරයේ පවතියි.
- ජනකතාවේ විවිධ වර්ග ඇත. උත්පත්ති කතා, සත්ව කතා, දේව කතා, වෘක්ෂලතා කතා, ආශ්චර්ය කතා, අත්භූත කතා, භාසෝත්පාදක කතා, උපහාස කතා, සුරංගනා කතා ආදී වශයෙන් වර්ගවලට බෙදිය හැකි ය.
- ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය මෙවැනි ජනකතාවලින් නිරූපණය වේ.
- ජනකතාවලින් ප්‍රාදේශීය වාග් ව්‍යවහාරවල පවත්නා ආවේනික ලක්ෂණ හඳුනාගත හැකි ය.

03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම

- මෙම අංග ඇතුළත් වන ප්‍රධාන විෂය ධාරාව ලෙස හැඳින්විය හැකි වන්නේ ජනශ්‍රැති විද්‍යාවයි. එහි දී භාවිත වන යෙදුම් කිහිපයක් ලෙස අභිචාර, යාතු කර්ම, ඇදහිලි, විශ්වාස ආදිය දැක්විය හැකි ය. මෙහි දී යාතු කර්ම යන්නට ශබ්දකෝෂාර්ථ ලද නොහැකි නමුත් ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ ritual යන යෙදුමට අර්ථ පූර්ණ යෙදුමක් ලෙසින් යාතු කර්ම හා අභිචාර විධි යන යෙදුම් භාවිත කළ හැකි වේ.
- Ritual යන්නෙන් යම් යම් අදෘශ්‍යමාන වස්තූන් ඇමතීම ඒවායින් පිහිටක් ලබා ගැනීම වැනි ක්‍රියාවන් (කර්මයන්) අපේක්ෂා කෙරේ. කිසියම් ප්‍රජාවකට අයත් යාතු කර්ම විවිධාකාර වේ. යාතු කර්ම යන්නට නිශ්චිත අර්ථ කථනයක් දී නොමැති වුව ද පූජා විධි නැතහොත් ශුද්ධ වූ නිමිත්තකරණයක් ලෙස එය සැලකේ. යාතු කර්ම වැදුම් පිදුම්වලට පමණක් සීමා නොවී සංවිධිත ආගම්වල ක්‍රියාකාරී අංගයක් ලෙස පවතින අතර විවාහ අවමංගල්‍ය උත්සවවලදී ද භාවිත වේ.
- සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි තවත් සුවිශේෂ විධි ක්‍රම ලෙස ශාන්තිකර්ම, යාතුකර්මවල එන කොහොඹා කංකාරිය, වලියක් මංගල්‍යය, කඩවර කංකාරිය, බලි ශාන්තිකර්මය ආදිය හඳුනාගත හැකි ය.
- ශාන්තිකර්ම මඟින් ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම, සශ්‍රීකත්වය ප්‍රාර්ථනා කිරීම, පැපොල, සරම්ප වැනි බෝ වන රෝගවලින් සහ අපල උපද්‍රවවලින් අත්මිදීම, විනෝදාර්ථ අපේක්ෂාව ආදිය සලසා ගැනීම සිදු කරයි.
- මෙහි දී නර්තනය, රංගනය, වාදනය, විවිධ කථන ස්වරූප හා විවිධ සැරසිලි ක්‍රම භාවිත කෙරේ. රූපණයේ දී නර්තනය හා වෙස් ගැන්වීම මඟින් රූපණ අවස්ථාවන් ගොඩනඟා ගනියි. මේවායේ බොහෝ සංවාද පවතී. සංවාද සරල හා භාසෝත්පාදක ස්වරූපයක් ගන්නා අතර යකැදුරා විසින් ආකූරයා, නොපෙනෙන බලවේග මෙන් ම නරඹන්නන් සමඟ අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම ද සිදු වේ.
- හින්දු සංස්කෘතියට අනුගත ව වඩිමෝඩි, තෙන්මෝඩි, කාමන්කුත්තු, නාට්ටුක්කුත්තු, තෙරුක්කුත්තු වැනි විවිධ ශාන්තිකර්ම භාවිත කරන බව විද්‍යමාන වේ. එමෙන් ම මේවා සශ්‍රීකත්ව වර්ධන ශාන්තිකර්මයන් ය.

04. ගැමි නාටක

- ගැමි නාටක යනු කිසියම් කතා පුවතක් හෝ කතා පුවත් කිහිපයකින් සැදුම් ලද්දා වූ කලා අංගයක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය. කෝලම්, සොකරි, රූකඩ ආදිය නිදසුන් කිහිපයකි.
- ගැමිනාටක විෂයෙහි උඩරට ප්‍රදේශවල පත්තිනි දේවතාවිය මූලික කර ගෙන පවත්වනු ලබන සොකරි ජන නාටකයන්, පහතරට ප්‍රදේශවල පවත්වන කෝලම් ජන නාටකයන් මෙන් ම රූකඩ විශේෂිත වේ. හවහෝග විනාශ වීමට අදාළ ලෙඩ රෝග, වසංගත හා

පළිබෝධ හානි ආදියෙන් සිදු වන විනාශයෙන් ඒවා ආරක්ෂා කර ගැනීමට, මිනිසුන්ට වැලඳෙන ව්‍යාධි වසංගත හා අපල උපද්‍රවවලින් ආරක්ෂා වීම හා විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම සොකරී ගැමි නාටකයෙන් අපේක්ෂා කරයි.

- සොකරී නාට්‍යය රඟ දක්වනු ලැබුවේ ගෝයම් කපා පාගා අවසන් වූ විට කමත රංග භූමිය කොට ගෙන ය.
- 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.
- ගැමි නාටකවල දී කවි කීම හා හිටිවන සංවාද උපයෝගී කර ගනු ලබයි. මෙහි දී සම්පූර්ණ නාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයීම්බර 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 හඳුනාගත හැකි ය.
- ගැමි නාටක ප්‍රබල සන්නිවේදන අවස්ථා ජනනය කරයි. කවි ගායනා, හිටිවන කවි සංවාද මෙන් ම රංගන නරඹන්නන්ගේ ප්‍රබෝධයටත් සන්නිවේදන සහභාගීත්වය ලබා ගැනීමටත් භාවිත කරන ආකාරය හඳුනාගත හැකි ය. සළපාලිය මෙයට උදාහරණයකි.

03. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ වැදගත්කම

- ✓ දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පාදනය
වැඩිහිටි පරම්පරාවෙන් බාල පරම්පරාවට අවශ්‍ය දැනුම ලබා දීම සිදු වේ.
- ✓ 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 ඔස්සේ පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට හුවමාරු කළ හැකි ය.
- ✓ භාව ප්‍රකාශනය
සිතෙහි ගොඩනැගුණු දුක් දොම්නස්, සතුට යනාදි මනෝභාවයන් ප්‍රකාශනයේ දී තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට භාවිත කරන විධි ක්‍රමයක් ලෙස සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගැනේ.

✓ අභිතකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම

සමාජයේ යම් අභිතකර සිද්ධි, වර්ත විවේචනය කරමින් භාසය උපහාසය මුසු කරමින් ගැමි ජනතාව දැනුවත් කිරීම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය මගින් සිදු විය. උදාහරණ ලෙස පොලිස් කෝලම, ආරච්චි කෝලම දැක්විය හැකි ය.

✓ 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.

• නූර්ති, නාඩගම්, හා ටීටර් ජන පදනමකින් ආරම්භ වූ කලා මාධ්‍යයන් ය. ඉන්දීය ආභාෂයන්ගෙන් සමන්විත මෙම කලා මාධ්‍ය ශ්‍රී ලාංකේය ජන සංස්කෘතික අංග ලෙස සමාජගත ව පවති.

• සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවලින් අපේක්ෂිත සන්නිවේදන අර්ථයන් ද මෙහි දී විමසිය යුතු වේ. ඒ අතර උපදෙස් සම්පාදනය, පෙළඹවීම, විවේචනය, ඒත්තු ගැන්වීම සහ විනෝදාස්වාදය ලබා දීම ආදී කරුණු අවධානයට ගත හැකි ය. 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.
4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය වැඩසටහනක් නරඹා එහි සන්නිවේදන ලක්ෂණ පැහැදිලි කරන්න.

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

කාලච්ඡේද : 16 යි.

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

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

යුධ පුවත් වාර්තා කර ගැනීම සඳහා තොරතුරු බෙදා හැරීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය පසු කාලීන ව ජන මාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය විය. 1922 දී ජෝන් ඊන් සාම්වරයා විසින් යුධ තොරතුරු ලබා දීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය ජනයා වෙනුවෙන් භාවිත කරන ලෙස ප්‍රථමවරට ප්‍රකාශ කරන ලදී. ජනමාධ්‍ය බිහිවීමට ප්‍රධාන සාධකය වන්නේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයන්හි සිදුවන වර්ධනයයි. මේ අනුව ජනමාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත, පොත්, සඟරා, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි ය.

ජනමාධ්‍ය නිර්වචන

- ජන සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීම යොදනු ලබන උපාංග ජනමාධ්‍ය යි.
- නූතන සමාජයේ පවතින ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය ලෙස පොත්, සඟරා, පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි බව ඩිෆ්ලුවර් හා ඩෙනිස් ‘ජනසන්නිවේදන අවබෝධය’ කෘතියේ දක්වා ඇත.
- ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂයට අනුව,

“අදායමාන ව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේ නම් එය ජනමාධ්‍ය වේ”

“ජනමාධ්‍ය ලෙස අර්ථකථනය කරන්නේ පුළුල් ප්‍රදේශයක විසිරී පවතින බහුවිධ, අදායමාන ග්‍රාහක කොට්ඨාසයකට ආමන්ත්‍රණය කරනු ලබන මාධ්‍ය වේ.”

ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා

1. තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය
2. ක්ෂණික හා අධ්‍යයනයකින් යුක්ත ය.
3. සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහයකින් සමන්විත ය.
4. වෘත්තීය සන්නිවේදකයෝ සිටිති.
5. බහු විධ දොරටු පාලක ක්‍රියාවලියකට යටත් ය.
6. බහු විධ ග්‍රහකත්වයකින් යුක්ත ය.
7. ප්‍රමාදිත ප්‍රතිපෝෂණයක් දක්නට ලැබේ.
8. බොහෝ විට වාණිජත්වය පදනම් කර ගනියි.

ජනමාධ්‍යයේ කාර්යභාරය

- අධ්‍යාපනය ලබා දීම, තොරතුරු සම්පාදනය, පෙලඹවීම සහ විනෝදාස්වාදය යනාදි සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන් ජනමාධ්‍ය මගින් ද ඉටු කරයි. ජනමාධ්‍යට සුවිශේෂ වූ කාර්යභාරයන් කිහිපයක් යුනෙස්කෝ Many Voices One World කෘතියේ මෙලෙස සඳහන් වේ.

✓ සුපරීක්ෂණය (Servilance)

සාමාජය තුළ ජීවත්වන පුද්ගලයා දැන ගත යුතු තොරතුරු එක් රැස් කිරීම මෙන් ම ආරක්ෂණ තොරතුරු පිළිබඳ දැනුවත් කිරීම, සමාජීය අවශ්‍යතා, ආපදා තොරතුරු එක්රැස් කිරීම සහ කඩිනමින් ඒවා පිළිබඳ සමාජය දැනුවත් කිරීම ආදිය සුපරීක්ෂණය යන්නට ඇතුළත් වේ.

✓ අර්ථකථනය (Interpretation)

විවිධ සිද්ධීන් සහ තොරතුරුවල අර්ථ පැහැදිලි කිරීම, විචරණය කිරීම සහ අදාළ සමාජීය ප්‍රතිචාර ලබා ගනිමින් තොරතුරු විශ්ලේෂණය කර ඉදිරිපත් කිරීම යනාදිය මෙයට ඇතුළත් වේ.

✓ සහසම්බන්ධය (Correlation)

ජනමාධ්‍ය සන්දේශ මගින් පුද්ගලයන් සහ ආයතන අතර අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව ගොඩනැගීම ප්‍රධාන වශයෙන් මෙයින් අදහස් කෙරේ. සමාජ ස්ථායීතාව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා ජනමාධ්‍යයේ සහසම්බන්ධතා කාර්යය උපකාර වේ.

✓ සමාජානුයෝජනය (Sociolization)

පුද්ගලයා සමාජයට අනුගත ව හැසිරීම පිළිබඳ ඉගෙනුම, සමාජය පිළිබඳ දැනුම සහ වටිනාකම් ඉදිරිපත් කිරීම, ඒවා ජනතාව වෙත ලබා දීම හා සමාජයේ පොදු ගැටලු හා අභියෝග හඳුනා ගැනීමට සැලැස්වීම ජනමාධ්‍යයේ සමාජ කාර්ය යි.

- ජනමාධ්‍ය කාර්ය භාරය පිළිබඳ ව හැරලේඩ් ඩී. ලැස්වෙල් මෙලෙස දක්වයි.

01. සුපරීක්ෂණය
02. ප්‍රවෘත්ති ලොව පුරා බෙදා හැරීම
03. ප්‍රේක්ෂක මතය හා අදහස් හැඩගැස්වීමේ හැකියාව

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

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

- මෙයට අමතර ව ජනමාධ්‍ය මඟින් ඉටු කරන කාර්යයන් රැසක් ඇත.

- 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 සමාජයට සිදු වන හානිය වළක්වා ගැනීමට ජනමාධ්‍ය ක්‍රියා කළ යුතු ය. එසේ වුවත් බොහෝ විට සිදු වන්නේ ජනමාධ්‍ය පාලක පන්තියේ දෘෂ්ටිවාදයන් ක්‍රියාත්මක කිරීමයි.

- සමකාලීන සමාජ විඥානය හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වීම

ජනමාධ්‍ය මඟින් නව ජීවන ක්‍රම, නව සිරිත් විරිත්, නව ඇඳුම් පැලඳුම්, නව බඩු භාණ්ඩ ආදිය අරභයා ප්‍රබෝධයක් සහ සහකම්පනයක් ඇති කරවයි. එමෙන් ම ජනතාව තුළ සමාජ ප්‍රගතියට හිතකර වූ නවීනත්වයක් පිළිබඳ හැඟීමක් ඇති කිරීමට ද ජනමාධ්‍ය උපකාරී වේ.

- ග්‍රාහක රසඥතාව පුළුල් කිරීමට සහය වීම
- නවෝත්පාදන විසරණය සඳහා තොරතුරු කේන්ද්‍රස්ථානයක් බවට පත් වීම
- ඥාන වර්ධනය සඳහා උපයෝගී වීම

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය විවිධාකාර ය. එනම් මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස යි. මුද්‍රිත මාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත්, පොත සහ සඟරා, හඳුනාගත හැකි අතර විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස ගුවන්විදුලිය,

රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි ය. තාක්ෂණයට අනුව ඩිජිටල් මාධ්‍යයේ ආගමනයෙන් ජනමාධ්‍ය තවත් ආකාරයකට වර්ග කෙරේ.

පුවත්පත

- පුවත්පත මුල් ම සංවිධිත ජනමාධ්‍ය යි. ප්‍රවෘත්තිවලින් සමන්විත යන මුඛ්‍ය අර්ථය පැවතිය ද පුවත්පත ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංගවලින් යුක්ත ය. පුවත්පත් යනු ‘ප්‍රවෘත්ති ප්‍රසිද්ධ කරණ පත්‍රය’ ලෙස සුමංගල ශබ්දකෝෂය (පිටුව 629) දක්වා ඇත.

- මෙයට අමතර ව පුවත්පත පිළිබඳ නිර්වචන කිහිපයක් විමසා බැලීම සුදුසු වේ.
- සුවිශේෂ භූගෝලීය කලාපයක වෙසෙන බහුතර ජනතාවට අයත් පොදු රුචිකත්වයන් අඩංගු ප්‍රවෘත්ති දැක්වෙන දිනපතා හෝ සතිපතා නිකුත් වන ප්‍රකාශනයකි. යුනෙස්කෝ සංවිධානය ‘ පුවත්පත යන්න මෙසේ හඳුන්වා දී ඇත.

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත්කරන, එකට නොබඳින ලද ප්‍රකාශනයකි.”

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

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

“පුවත්පත මුද්‍රිත ප්‍රකාශනයකි. එය එකට ගොනු වූ කටු ගසා අමුණා නැති කඩදාසි ගොනුවකි. එය දිනපතා සතිපතා වශයෙන් පළ විය හැකි ය. ඊට ප්‍රවෘත්ති, ඡායාරූප, විශේෂාංග හා වෙළෙඳ දැන්වීම් ඇතුළත් වේ. විශේෂ නමක් ද එයට යොදා ඇත.”

- මෙම සරල විගහය වඩාත් සවිස්තරාත්මක ව මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍රයන් විසින් සන්නිවේදන ශබ්දාකරයේ මේ ආකාරයෙන් විග්‍රහ කර ඇත.

‘Newspaper – දිනපතා සතිපතා හෝ වාරානුකූල ව පුවත් සැපයීම සඳහා පුවත් සැපයීමේ අරමුණෙන් පළමුවෙන් පටන් ගත් පත්‍රිකා විශේෂයකි. එහෙත් කාලානුරූප ව පුවත්පත යනු හුදු පුවත් සැපයීම සඳහා ම වෙන් වූ මාධ්‍යක් වෙනුවට ඊට වඩා විවිධ අංගෝපාංගයන් ඇතුළු වූ ප්‍රකාශන විශේෂයක් ලෙස හැඳින්විණි. පුවත්පත සඳහා ආරම්භයේ දී දෙනු ලැබූ නිර්වචනය වෙනස් වී ඇත්තේ තාක්ෂණය හේතු කොටගෙනයි. නවීන දිනපතා පුවත්පතක් හෝ සතිපතා පුවත්පතක් විශේෂාංග රැසකින් සමන්විත ය. දේශීය හා විදේශීය පුවත් සම්පාදනය හැරුණු කොට ඡායාරූප, කාටූන්, චිත්‍ර, තීරු රචනා, වෙළෙඳ දැන්වීම්, කතු වැකි, නිර්මාණාංග වැනි අංග ඇතුළත් වේ. පුවත්පත් වර්ග ද කිහිපයක් ඇත. සාමාන්‍ය තොරතුරු සම්පාදනය හා විශේෂාංග ඇතුළත් පුවත්පත් හැරුණු විට විවිධ විෂයන්ට යොමු වූණු විශේෂ වර්ගයේ පුවත්පත් බිහි වී තිබේ. ලමා, කාන්තා, ක්‍රීඩා, විද්‍යා, සිනමා ඉන් කිහිපයකි.’

පොත්

- ‘පොත්’ යන්නට සුමංගල ශබ්දකෝෂය ‘(ලියූ හෝ මුද්‍රිත) ග්‍රන්ථය’ ලෙස දක්වයි.
- ලියූ හෝ මුද්‍රිත හෝ අමුද්‍රිත හෝ කොළ එකට එක් කොට තනාගත් ලේඛන මිටිය පොත ලෙස හඳුනාගත හැකි බව හරිස්චන්ද්‍ර විජේතුංග මහතාගේ මහා සිංහල ශබ්දකෝෂය 1163 පිටුවේ දක්වා ඇත.
- නූතන ජනමාධ්‍ය ඉතිහාසය ආරම්භ වූවායයි සලකනු ලබන්නේ පොත මඟිනි. මෙය සමාජයේ වෙනසක් ඇති කිරීමට හේතු විය. මෙහි දී සඳහන් කළ යුතු ප්‍රධාන කරුණක් වනුයේ තාක්ෂණික මාර්ගවලින් එතෙක් පැවති වෙනත් මාධ්‍ය එනම්, අතින් ලියන ලද හෝ මුවින් ප්‍රකාශ කරන ලද දේ මුද්‍රිත ව ඉදිරිපත් කිරීම පොතයි. එහි දී සිදු වූයේ ජනතාව අතර ප්‍රසිද්ධ ව තිබූ ග්‍රාම්‍ය භාෂාවලින් පමණක් නිර්මිත වූ දේ මුද්‍රිත පොතක් ලෙස ඉදිරිපත් වීමයි.
- එපමණක් නොව එහි දිගු විමක් ලෙස දේශපාලන හා ආගමික පත්‍රිකා සහ tracts (මධ්‍යගත යුගයේ චින්තනය වෙනස් කිරීමට හේතු වූ පත්‍රිකා විශේෂයකි.) පොත් බවට පත් විය.
- මෙහි මුල් පියවර වශයෙන් නීති, අණපනත්, රාජාඥා සහ රජයට සම්බන්ධ ලිපි ලේඛන පොත් බවට පත් විය.
- මේ අකාරයට බලන කළ පොත සමාජයේ වෙනස් වීමකට සහ පිබිදීමකට හේතු වී ඇත.
- සන්නිවේදන තාක්ෂණ අභිවර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විද්‍යුත් පුවත්පත් (E newspapers) නිර්මාණය වී තිබේ. මේ අනුව පරිගණක පාදක ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය බහුල ව සිදුවන අතර විද්‍යුත් පුවත් (E news) ජංගම දුරකථන මඟින් ලබා ගැනීමට ද අවකාශ උදා වී තිබේ.
- එසේම පුවත්පත් අන්තර්ජාලයට එක් කිරීම නිසා පුවත්පත් කියවීමේ ස්වරූපය වෙනස්කම් සිදු වීමෙන් තිබෙන බව නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය.

සඟරා

- සතිපතා හෝ මාසික ව ලිපි ලේඛන හෝ ඡායාරූප ඇතුළත් තනි ලේඛනයක් ලෙස ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය සඟරාව යන්න අර්ථ දක්වයි.
- යුනෙස්කෝ සංවිධානය සඟරාව යන්න මෙසේ හඳුන්වා දී ඇත.
 “එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත්කරන, එකට බදින ලද ප්‍රකාශනයකි.”
- 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, ත්‍රෛමාසික, අර්ධ වාර්ෂික හා වාර්ෂික ලෙස සිදු කළ හැකි ය.

- කලාව, ආගම, ක්‍රීඩා, කෘෂිකර්මය, විද්‍යාව වාණිජ්‍යය, ආර්ථිකය, දේශපාලනය, ගෘහ විද්‍යාව, සංස්කෘතිය, ක්‍රීඩා හා අධ්‍යාපනය යනාදී තේමා ඔස්සේ පළ කෙරේ.
- මුද්‍රිත මාධ්‍යයක් ලෙස පුවත්පතකට සාපේක්ෂ ව සඟරාවල වෙනස්කම් ද දැක ගත හැකි ය. සඟරා ලිපි දිගු කාලයක් සුරැකි ව ගබඩා කර ගැනීමෙන් දැනුම ලබා ගත හැකි වේ. බොහෝ විට දෛනික තොරතුරු අන්තර්ගත නො වේ.

ගුවන්විදුලිය

- ගුවන්විදුලිය පළමු විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය වේ. හඬ සම්ප්‍රේෂණය කරන මාධ්‍යයක් වශයෙන් ගුවන්විදුලිය බිහි වූයේ තාක්ෂණික වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙසයි. අධි සංඛ්‍යාත ප්‍රත්‍යාවර්තක ධාරා අනුසාරයෙන් ජනිත කරවන චුම්බක තරංග උපයෝගී කර ගනිමින් සම්බන්ධිත කරන රැහැන් රහිත ව එක් තැනක සිට හඬ විසුරුවා හැරීම ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ දී සිදු වේ.
- ගුවන්විදුලිය ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යකි. එය හඬ ආත්මය කර ගත් මාධ්‍යයකි. හඬ යන්න මිනිස් හඬ, සංගීතය හා බාහිර ශබ්ද ලෙස කොටස් තුනකට බෙදිය හැකි ය. මෙම සෑම ශබ්දයක ම විශේෂතාවක් පවතින අතර මෙහි දී එක් දිශානතියකට පමණක් සන්දේශ ගෙන යාම සිදු කරයි.
- දුරකථනය හා ටෙලිග්‍රෆ් තාක්ෂණ වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ගුවන්විදුලිය බිහි විය.
- ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය විධිමත් ලෙස ආරම්භ වන්නේ 1914 -15 කාලයේ දී ය. ප්‍රථම ලෝක සංග්‍රාම සමයේ දී හමුදා කටයුතු සඳහා භාවිත විය. ගුවන්විදුලිය රැහැන් රහිත යන අර්ථයෙන් වයර්ලස් යනුවෙන් හැඳින්විය. මෙමඟින් වැඩි දුර ප්‍රමාණයකට සන්දේශ විකාශනය කළ හැකි ය.
- ගුවන්විදුලිය පසු කාලීන ව ගෘහස්ථ උපකරණයක් ලෙස ජනතාව අතර ජනප්‍රියත්වයට පත් විය. සංස්කෘතික වෙනසක් ඇති කිරීමට ද විනෝදාස්වාදය හා තොරතුරු සම්පාදනය ද එහි ප්‍රධාන භූමිකාවක් විය.

ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

- ක්ෂණික ය.
- පුළුල් කලාපයක් ආවරණය කරයි.
- එක් දිශාවකට සන්දේශ ගමන් කරයි.
- සරල, ජංගමශීලී මාධ්‍යයකි.
- එක් වරක දී තේරුම් ගත හැකි ලෙස සන්දේශ ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.
- එක් එක් ග්‍රාහක කොටස් ඉලක්ක කර ගනිමින් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.
- අන්තර්ජාතික, ජාතික, ප්‍රාදේශීය යන ප්‍රජා ගුවන්විදුලි ජාලා ඇති කර ගත හැකි ය.
- ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස පරිකල්පන ශක්තිය ගොඩනැගීම අතින් ප්‍රබල ය.
- රූපවාහිනියට සාපේක්ෂ ව අඩු වියදම් සහිත මාධ්‍යයකි.

රූපවාහිනිය

- රූපවාහිනිය ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යකි. ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සංකලනය මෙය ජනප්‍රිය මාධ්‍යයක් වීමට හා පුද්ගල මනස කෙරෙහි ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් කිරීමට හේතු විය.
- රූපවාහිනිය ලෝකයේ ප්‍රබලතම ජනමාධ්‍ය ලෙස සැලකේ. ලෝකය පුරා සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලන, සංස්කෘතික ප්‍රවණතා නිර්මාණය කිරීමෙහි ලා මෙම මාධ්‍ය දීර්ඝ කාලීන ව බලපෑම් කර තිබේ.
- අධ්‍යාපනික මාධ්‍යක් ලෙස ආරම්භ වන රූපවාහිනිය නිසා ලෝකයේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජ බිහි කිරීමට රූපවාහිනි මාධ්‍ය බෙහෙවින් බලපා ඇත.
- අධ්‍යාපනය, තොරතුරු සම්පාදනය, විනෝදාස්වාදය හා පෙලඹවීම යන කාර්යය රූපවාහිනි මාධ්‍ය මඟින් ඉටු වන කාර්ය ලෙස හඳුනාගත හැකි ය.
- රූපවාහිනි මාධ්‍ය දෛනික ජීවිතයේ ජීවන රටාවන්ට විවිධ බලපෑම් කරන අතර ආකල්ප, දැනුම, සහ හැසිරීම් සකස් කිරීමට හේතු වී ඇති බව ද වටහා ගත යුතු වේ.
- වර්තමානය වන විට රූපවාහිනිය දේශපාලනික හා ව්‍යාපාරික අර්ථයෙන් වඩාත් පුළුල් භාවිත වන බව දක්නට ලැබේ.

රූපවාහිනි මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

- ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යකි.
- විවිධාකාර අන්තර්ගතයන්ගෙන් සහ විචිත්‍රවත් ආකෘතිවලින් සමන්විත ය.
- පෞද්ගලික ගෘහස්ථ සමීපතාවකින් යුක්තය.
- ආකර්ෂණීය මාධ්‍යයකි.
- පුද්ගලයාගේ පූර්ණ අවධානය ග්‍රහණය කරගන්නා මාධ්‍යකි.
- සංකීර්ණ තාක්ෂණයක් සහිත ය.
- විධිමත් ආයතනගත සංවිධාන ව්‍යුහයකින් සමන්විත ය.
- ජාතික ජාත්‍යන්තර ලක්ෂණවලින් යුක්තය.

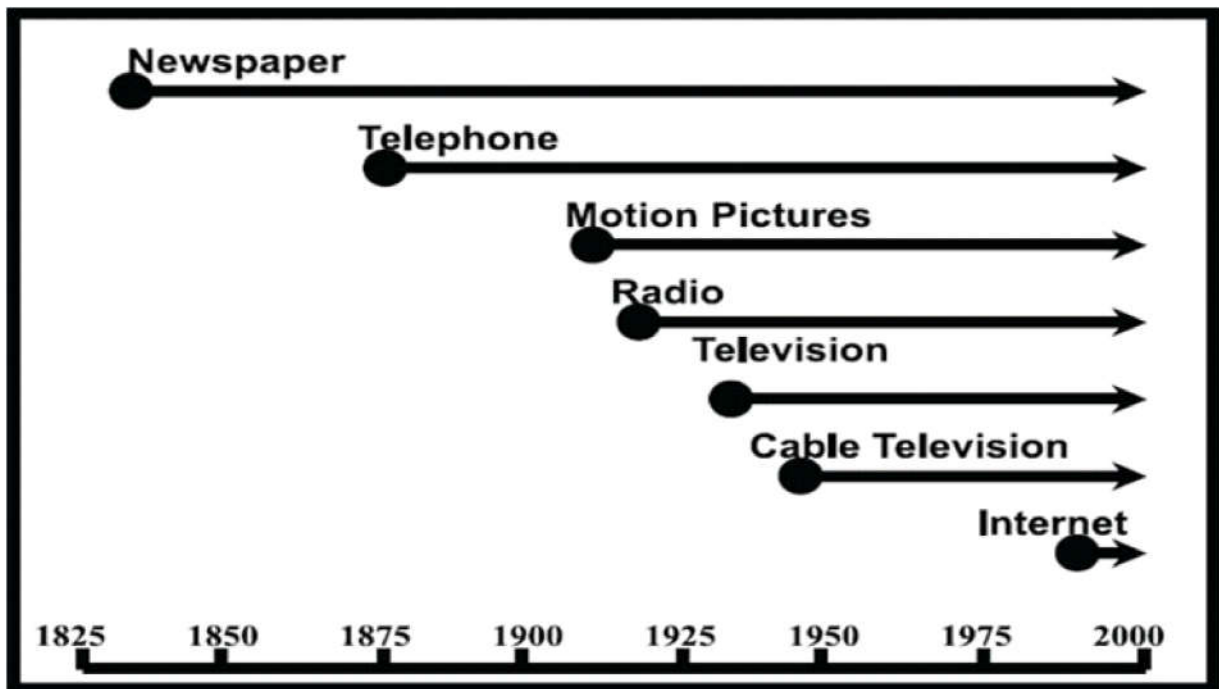
සිනමාව

- මුල් යුගයේ දී එනම් පළමුවන ලෝක යුධ සමය පැවති කාලයේ ප්‍රචාරණ මාධ්‍යක් ලෙස සිනමාව භාවිත වූ අතර රූපවාහිනි මාධ්‍යයේ ව්‍යාප්තිය සමඟ ප්‍රධාන කලා මාධ්‍යයක් බවට පත් විය.

ජන සන්නිවේදන විකාශයේ වැදගත් සංධිස්ථාන

- මිනිසා භාෂාවක් නිර්මාණය කර ගැනීමේ සිට ජනමාධ්‍ය බිහි කර ගැනීම සහ එහි විකාශය පිළිබඳ යම් අවබෝධයක් ගුරුවරයා වෙත තිබිය යුතු ය.
- එය සියලු පාඩම් ඒකක ඉගැන්වීමේ දී ගුරුභවතාට ප්‍රයෝජනවත් වේ. කාල රේඛාවක් (Timeline) සකස් කර ගැනීමෙන් ප්‍රධාන සන්ධිස්ථාන පිළිබඳ සමස්තය වටහා ගැනීමට අවශ්‍ය කරුණු ඒකරාශී කරගත හැකි ය.
- ජන සන්නිවේදන විකාශයේ කාල රේඛාව ලෝකයේ සංධිස්ථාන හා දේශීය සංධිස්ථාන වශයෙන් වෙන් වෙන් ව හෝ එක් ව සකස් කර ගත හැකි ය. වචන මෙන් ම රූප ද මේ සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි වේ. මේ සඳහා ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවන්ගේ සහභාගීත්වය ලබා ගැනීමට හැකි ය.

කාල රේඛාව (Timeline)



ජනසන්නිවේදන ආකෘති

- මේ යටතේ HUB ආකෘතිය 3 වන පාඩමේ සන්නිවේදන වර්ගවල දී ජන සන්නිවේදන වර්ගය යටතේ සාකච්ඡා කර ඇත. (පිටුව 33)

නිපුණතා මට්ටම : 4.3 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය හඳුනා ගනිමින් ඒවායෙහි 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 මාධ්‍ය යි. මෙම දත්ත, බිත්දුවන් එකක් අතර අංකිත තාක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්ට හඳුන්වා දක්විය හැකි ය.
- නව මාධ්‍ය දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ බිහි වූවකි.
- දුරකථනය ප්‍රධාන වශයෙන් කථන, හා සංඥා මත රඳී පවතී. රැහැන් සහිත දුරකථන ක්‍රියාවලිය මේ වන විට රැහැන් රහිත වී ඇති අතර එය අංකිත දුරකථන තාක්ෂණය දක්වා වර්ධනය වී ඇත.
- අන්තර්ජාලය නව මාධ්‍යයක් 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 නව මාධ්‍ය බිහි විය.
- නව මාධ්‍ය බිහි වීම සඳහා ආර්ථික සමාජ, දේශපාලන, තාක්ෂණය ආදී ක්ෂේත්‍රවල වෙනස්කම් බලපා ඇත. ඒ අතර තොරතුරු තාක්ෂණයේ වර්ධනය වීම ද ප්‍රධාන වේ.
- ටිම් බර්නස් ලී (Tim Berners Lee) විසින් ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය (World Wide Web - www) පිළිබඳ අදහස ඉදිරිපත් කිරීමත් සමග නව මාධ්‍යයේ වර්ධනය වේගවත් විය.
- විවිධ මාධ්‍ය සමීප වීම සහ එක් වීම එනම් අභිසාරිතාව නව මාධ්‍ය ව්‍යාප්ත වීම කෙරෙහි බලපෑ ප්‍රබල සාධකයකි. මෙය නව සන්නිවේදන තාක්ෂණ වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයකි.

නව මාධ්‍ය ලක්ෂණ

- නව මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ කිහිපයක් මෙහි දී හඳුනාගත හැකි ය.

- ❖ අංකිතකරණය (Digitalisation)
- ❖ ජාලගතකරණය (Networking)
- ❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය (Interactive)
- ❖ අධිපාඨනීයත්වය (Hypertextuality)
- ❖ ස්වයංකරණය (Automation)
- ❖ දත්ත සංචිතකරණය (Database)
- ❖ වේගවත් සන්දේශකරණය (Fastest massaging)

❖ අංකිතකරණය (Digitalisation)

අංකිතකරණය යනු අංකිත තාක්ෂණයේ ඒකාබද්ධතාවයි. දෛනික ජීවිතයේ සමස්ත ක්‍රියාකාරීත්වය සමග අංකිත තාක්ෂණය බැඳී පවතී. තාක්ෂණයට නතුව පවතින ලෝකයේ සංවර්ධනය අංකිතකරණය මගින් විද්‍යමාන වේ. පහසුවෙන් ලබා ගැනීමට හැකිවන ආකාරයට දත්ත පරිගණක ගත කිරීම අංකිතකරණය මගින් සිදුවන බව අර්ථ දැක්විය හැකි ය.

❖ ජාලගතකරණය (Networking)

තොරතුරු ජාලා එකිනෙකට සම්බන්ධ කිරීම ජාලගතකරණයයි. ස්ථානීය ක්ෂේත්‍ර ජාලගතකරණය (Local Area Network - LAN) හා පුළුල් ක්ෂේත්‍ර ජාලගතකරණය (Wide Area Network - WAN) මූලික අවස්ථාව වේ. පුළුල් විස්තීර්ණ ජාලගතකරණයක් ලෙස ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලගතකරණය (World Wide Web - WWW) සඳහන් කළ හැකි ය.

❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය (Interactive)

ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රියාව පරිගණකය හෝ රූපවාහිනිය මාධ්‍ය කොට ගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. දත්ත ලබා ගැනීමට උපදෙස් ලබා දීම ක්ෂණික ව තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීම සහ ප්‍රතිචාර දැක්වීම සඳහා භාවිත කරන මානව සංවාදශීලීත්වය අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය යි.

❖ අධිපාඨනීයත්වය (Hypertextuality)

විද්‍යුත් සබඳතා භාවිත කරමින් එක් පඬිතයක් වෙතින් වෙනත් පඬිතයක් වෙත ළඟා වීමට ඇති සබඳතාව අධිපාඨනීයත්වය යි. මෙම පඬිතයන් එකිනෙක හා බැඳී පවතින නිසා පුළුල් ව පඬිත කරා ළඟා වීමට හැකි වීම මෙහි ඇති වාසිදායකත්වය යි. උදාහරණ ලෙස මාර්ගගත දත්ත පඬිතයක සම්බන්ධ මගින් විවිධ තොරතුරු මූලයන්ට ළඟා වීමට ඇති හැකියාව දැක්විය හැකි ය.

❖ ස්වයංකරණය (Automation)

ස්වයංකරණය යනු නව තාක්ෂණය උපයෝගී කරගනිමින් දත්ත හුවමාරු කරගැනීම සඳහා භාවිත ස්වයංක්‍රීය ක්‍රියාවලියකි. පූර්ව උපදේශවලට අනුව සක්‍රීය වන සෘජු මානව එළඹුමකින් තොරව ග්‍රාහකයා වෙත පණිවිඩ හුවමාරුව සඳහා උපයෝගී කරගනු ලබන ක්‍රියාවලියකි.

❖ දත්ත සංචිතකරණය - Database

මූලික දත්ත එකතුවකි. පරිගණක විධි ක්‍රමවලට අනුව ලබා ගැනීමට හැකි ආකාරයෙන් දත්ත ගබඩා කර තිබේ. දත්ත සංචිත සංකීර්ණ ස්වභාවයකින් යුක්ත ය. මෙම සංචිතවලින් අවශ්‍ය පුද්ගලයෙකුට දත්ත ලබාගත හැකි ය. උදාහරණයක් ලෙස පුවත්පතක වෙබ් අඩවියක දත්ත සංචිතයේ පවතින පුවත් ලබා ගැනීමට ඇති අවකාශය සඳහන් කළ හැකි ය.

❖ වේගවත් සන්දේශකරණය - Fastest Messaging

නව මාධ්‍ය අතීතය වේගයෙන් සන්නිවේදන පණිවිඩ හුවමාරු කිරීමේ ශක්‍යතාවෙන් යුක්ත ය. තොරතුරු සංචිතකරණය මෙන් ම ඒවා අවශ්‍ය අවස්ථාවල දී පහසුවෙන් ලබා ගැනීමටත් පුළුල් ග්‍රාහකයන් පිරිසක් අතර වේගාත්මක ව හුවමාරු කර ගැනීමටත් හැකි වීම විශේෂ ලක්ෂණයකි.

- මෙහි දී නව මාධ්‍ය භාවිතයේ දී සංස්කෘතික ව්‍යුහ හා 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

- සමාජ මාධ්‍ය යනු නව මාධ්‍යවල දියුණු අවස්ථාවකි. එසේම එය නව මාධ්‍යවලින් ම පැන නැඟුණකි. දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය මෙහි ප්‍රභව අංග වේ.
- මෙමඟින් නව මාධ්‍ය සංකල්පයන් ගොඩනැඟී ඇති අතර එහි සුවිශේෂ ප්‍රවණතාවක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය (Social Media) හඳුනාගත හැකි ය.
- සමාජ මාධ්‍යයේ විශේෂත්වය වන්නේ නිර්මාණය කිරීම, අන්තර්ගතය හුවමාරු කර ගැනීම හා සහභාගිත්වය යි. මෙය සමාජ මාධ්‍ය ජාලා තුළ සිදු වන්නකි.
- පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් අතර සබැඳි ජාලවල සන්දේශ හුවමාරු කර ගැනීමෙන් සමාජ ජාල ගොඩනැඟී ඇත.
- මෙහි දී පරිශීලකයෝ ඩෙස්ක් ටොප් පරිගණක, සහ ලැප්ටොප් පරිගණක, ස්මාර්ට්ෆෝන්, වෙබ් අඩවි තාක්ෂණය ඔස්සේ සමාජ මාධ්‍ය වෙත අවතීර්ණ වෙති.
- පෞද්ගලික තොරතුරු මුදා හැරීමට හැකියාව ලැබී තිබීම මෙහි ව්‍යාප්තියට ප්‍රබල ව බලපෑවේ ය.
- සමාජ මාධ්‍ය මාර්ග ගත සන්නිවේදන නාලිකා ප්‍රජා පාදක එළඹුම් සමඟ ඒකාබද්ධ කරයි. එමඟින් අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය, ඒකාබද්ධතාව, අන්තර්ගතයන් හුවමාරු කිරීම සිදු කරනු ලැබේ.

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 හඳුනාගත හැකි ය.

✓ Facebook 

ජනප්‍රිය නිදහස් සමාජ ජාල අඩවියකි. පරිශීලකයන්ට ඡායාරූප හා විඩියෝ එක් කිරීමට, පණිවිඩ යැවීමට, සජීව විස්තර ප්‍රචාරය සහ අන්‍යයන් සමඟ සබඳතා ගොඩනංවා ළීමට හැකි වී ඇත. මෙය ලෝකයේ වැඩිම පිරිසක් පරිශීලනය කරනු ලබන සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිය වේ. මෙමඟින් ව්‍යාපාර, වෙළෙඳ නාම ද ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය.

✓ Twitter 

කෙටි පණිවිඩ හුවමාරු කළ හැකි සමාජ ජාල මාධ්‍යයකි. අකුරු 140ක් ඇතුළත් Twitter එකකින් තමාගේ තොරතුරු ලෝකය පුරා බෙදා හැරිය හැකි වේ. බොහෝ විට ප්‍රසිද්ධ සමාගමක් මෙන් ම ජනප්‍රිය පුද්ගලයෝ ද නිල ට්විටර් ගිණුමක් (Official Twitter Account) පවත්වා ගෙන යති.

✓ LinkedIn 

ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව සහ වෘත්තික ප්‍රජාව සඳහා නිර්මාණය කර ඇති වෙබ් අඩවියකි. එය විශේෂයෙන් භාවිත වන්නේ වෘත්තික ජාලකරණයක් සඳහායි. මෙම වෙබ් අඩවියේ මූලික අරමුණ වනුයේ ලියාපදිංචි වූ සාමාජිකයන්ට තම වෘත්තීය දැනුමෙන් අභිමත පුද්ගලයන් සමඟ ජාල ගොඩනැංවීම සහ ලේඛනගත කිරීමට ඉඩ සැලසීම යි. උදාහරණයක් ලෙස ව්‍යාපාරිකයෝ, රැකියාවල නිරත සහ රැකියා අපේක්ෂා කරන්නෝ ස්වකීය ජීව දත්ත ඇතුළත් කර ඇත.

✓ Pinterest 

අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ඡායාරූප හුවමාරු කිරීම සහ වර්ගීකරණය සඳහා මඟ පෙන්වයි. මෙහි දී ප්‍රධාන අවධානය දායකවන වේ. රූපයක් මත ක්ලික් කිරීමෙන් මුල් මූලාශ්‍රය වෙත ගෙන යයි. ඔබ සපත්තු යුගලයක් සහිත විස්තරයක් මත ක්ලික් කළ හොත් එය මිල දී ගත හැකි ස්ථානය පැහැදිලි කරයි. මෙම සමාජ ජාල වෙබ් අඩවියේ බහුතර පරිශීලකයෝ කාන්තාවෝ ය. මේ අනුව කාන්තාවන්ගේ ප්‍රියතම සමාජ ජාලයක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකි ය.

✓ Instagram 

ජායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදා හදා ගැනීම පදනම් වූ සමාජ මාධ්‍යයකි. Facebook, Twitter වැනි ජනප්‍රිය සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිවලට මේවා යොමු කළ හැකි ය.




✓ Skype 




විදුලි සංදේශ යෙදවුමකි. මෙමඟින් හඬ, වීඩියෝ හා කණ්ඩායම් ඇමතුම් සහ සම්මන්ත්‍රණ සිදු කළ හැකි ය. ඒ සඳහා පරිගණක, ජංගම දුරකථන, හෝ වෙනත් අංකිත තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත කළ හැකි වේ.

✓ Viber 

මෙමඟින් කෙටි පණිවිඩ, හඬ, වීඩියෝ ඇමතුම් සහ ජායාරූප බෙදා හදා ගත හැකි ය. එමෙන් ම Viber out නම් විශේෂාංගය හරහා පරිශීලකයන් නොවන අයට ද ඇමතීම් කළ හැකි ය.

• මීට අමතර ව WhatsApp -  QQ -  We chat - 

Qzone -  Tumblr -  Google+ - 

Baidu Tieba -  Sinaweibo -  snapchat - 

Vkontakte -  Reddit -  වැනි ලොව පුරා ජනප්‍රිය වූ

සමාජ ජාල, වෙබ් අඩවි රැසක් ක්‍රියාත්මක වේ.

සමාජ මාධ්‍යයේ යහපත් හා අයහපත් බලපෑම්

යහපත් බලපෑම්

- 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 වර්යාවන් සඳහා යොමු කර ලීමට ද මෙමඟින් හැකියාව ලැබී ඇත. මෙහි දී සමාජ මාධ්‍යයේ ධනාත්මක බලපෑම් සමාජීයකරණයට බලපෑම් එල්ල කරන ආකාරය මෙසේ දැක්විය හැකි ය.
- විරෝධාකල්ප ප්‍රවලිත කිරීමට ඇති අවකාශය
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයන් වීම
- දැනුම හුවමාරු කර ගත හැකි වීම
- එක් මාධ්‍යයකින් තව මාධ්‍යයකට යාමට 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

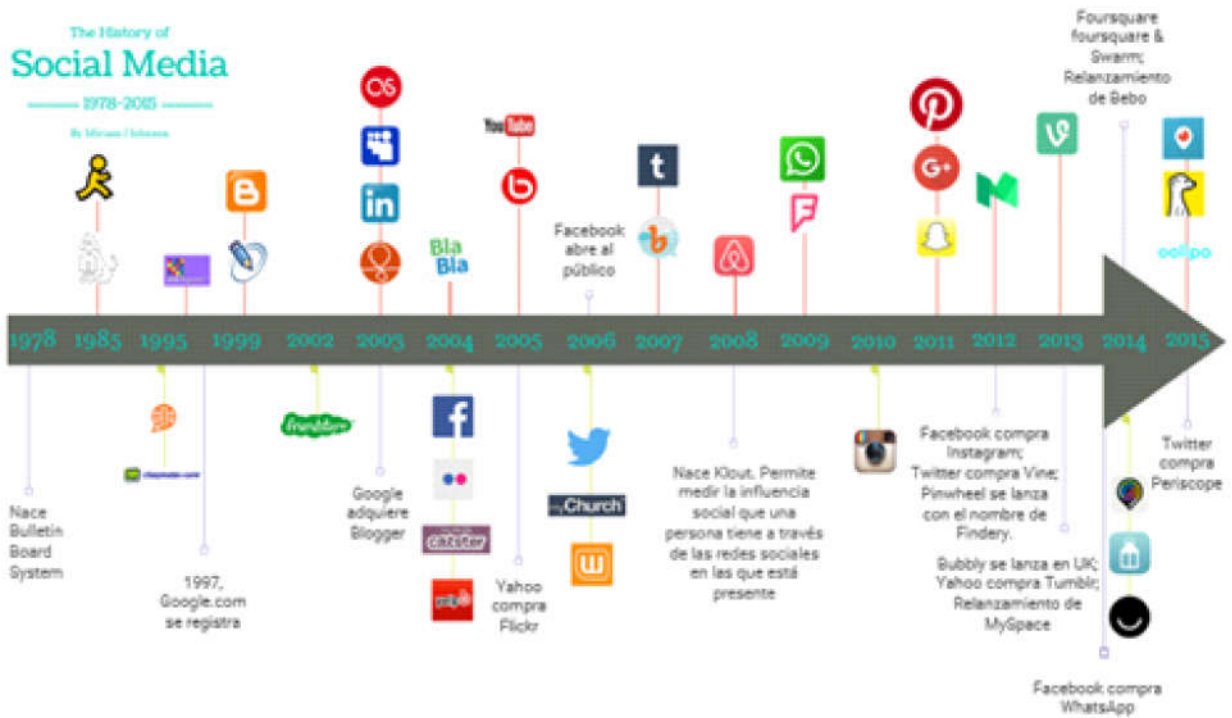
අයහපත් බලපෑම්

- මීට අමතර ව සමාජ මාධ්‍ය විසින් අයහපත් බලපෑම් ද සිදු කරනු ලබයි.
- මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල, දරුණු හුදෙකලාව, බේදජනක සියදිවි නසා ගැනීම් වැනි ගැඹුරු මානසික හා සමාජීය කම්පන ඇති කිරීම
- පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටලු මතු වීම, ස්ථාන හෙළි දරවී වීම හා අවසරයකින් තොර ව පරිශීලකයන්ගේ ගිණුම්වලට ඇතුළු වීම
- සමාජිකයන්ගේ පෞද්ගලික දත්ත සමාජ ජාලා සංවිධාන වෙතින් වෙනත් පාර්ශවයන් වෙත ලබා දීම
- සයිබර් හිරිහැර
- ප්‍රවණ්ඩ ක්‍රියාවලට පෙලඹවීම
- වැරදි තොරතුරු පල කිරීම
- ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම

නව මාධ්‍ය සහ සමාජ මාධ්‍ය කාර්යභාරය

1. තොරතුරු සම්පාදනය (Information)
2. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය (Entertainment)
3. අධ්‍යාපනය (Education)
4. සමාජානුයෝජනය (Socialization)

- සමාජ මාධ්‍ය ඉතිහාසය කාලරේඛාවක් මඟින් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.



ඇගයීම

1. නව මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා දෙන්න.
2. නව මාධ්‍යයේ කාර්යභාරය නිදසුන් සහිත ව විස්තර කරන්න.
3. සමාජ මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා එහි කාර්යභාරය පැහැදිලි කරන්න.
4. 'වර්තමානය වන විට සමාජ මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය හේතුවෙන් විවිධ ගැටලු මතු වී ඇත.' විමසන්න.
5. නව මාධ්‍ය මඟින් 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 හුවමාරුව කාණ්ඩ හතරකට වර්ග කළ හැකි වේ. ඒ පිළිබඳ අවබෝධය නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා වර්ධනයට වැදගත් වේ.
 - සෙවුම් යන්ත්‍ර (Search engine)

සන්නිවේදනය විෂයය සම්බන්ධ විෂයය කරුණු සෙවීමට විවිධ සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිත කළ හැකි වේ.
 - එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - ඊ මේල් (e mail)
 - බොහෝ පිරිසකගේ සිට බොහෝ පිරිසක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - බ්ලොග් (Blog)
 - 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 අයෙකු 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 හා සමාජ මාධ්‍ය හැකියා, කුසලතා භාවිතය

1. රූපයක් බාගත කරන්නේ කෙසේ ද?
 2. මාර්ගගත කතාවක පෙළට සබැඳියක් (Link) එකතු කරන්නේ කෙසේ ද?
 3. ඡායාරූපයක් ගෙන සංස්කරණය කිරීම සහ වෙබ් පිටුවක එය ඇතුළත් කරන්නේ කෙසේ ද?
 4. වෙබ් පිටුවක විඩියෝවක් සඳහා කේතයක් ඇතුළු කර එය ප්‍රතිනිර්මාණය කරන්නේ කෙසේ ද?
 5. කතාවකට අදාළ සබැඳි (Link) සොයා ගනිමින් ඒවා එකතු කිරීම සිදු කරන්නේ කෙසේ ද? යන අවබෝධය
- 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 විඩියෝ කතා කිරීම, පාර්භෝගික සේවා සහ තම අදහස් දක්වමින් සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම වැනි කාර්ය කළ හැකි වේ.

ඇගයීම

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

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

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. මහේන්ද්‍ර එස්., **සන්නිවේදන ශබ්දකරය**, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ 10. 1997
2. Brown, L. The New Shorter Oxford English Dictionary Thumb Index Edition. Volum 1- A – M., Oxford University Press: London, 1993
3. DeFleur and Dennis, Understanding Mass Communication, Houghton Mifflin Company, Boston, USA, 1991
4. Eldon Ray Hiebert & Others., *Mass Media*: Newyork, 1987
5. Joshep R. Dominic, Dynamics of Mass Communication, 2010

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.

- 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 අනුකූලව 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. මූලින් 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 මූලින් 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 කවීකයෙකු 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 කෘත්‍රීම ක්‍රියාකාරිත්වයේ ප්‍රතිඵල ලෙස අවබෝධ කර ගත්තේ ය.
- ‘සංස්කෘතිය’ යන්න පිළිබඳ විවිධ නිර්වචන ඉදිරිපත්වී තිබේ.

* කල්චර් (culture) යන වචනය සමාජ හා මානව විද්‍යාවේ යෙදෙන අයුරින් පළමු වරට යොදා ගනු ලැබුවේ ඊ.බී. ටයිලර් (E.B. Tylor) 1871 දී රචිත ආදි කල්පිත 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. මැලිනොවිස්කි (B. Malinowski) 1944 දී සංස්කෘතියේ විද්‍යාත්මක න්‍යායයන් (Scientific Theory of Culture) කෘතියේ සංස්කෘතිය විග්‍රහ කර ඇත.

“උපකරණ, පාරිභෝගික ද්‍රව්‍යය, විවිධ සමාජීය සමූහයන්ගේ ව්‍යුහමය ලක්ෂණ, මානව සංකල්පනා, ශිල්ප, විශ්වාස හා චාරිත්‍රයන්ගෙන් අනුබද්ධ සමස්තය සංස්කෘතිය යි. ”

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

(Dynamic of Mass Communication - 2010)

- නූතන අවධිය වන විට අශිෂ්ට මිලේච්ඡ ස්වභාවික අදාශ්‍යමාන 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. සමාජයටවත්, පුද්ගලයාටවත් සංස්කෘතියෙන් තොර ව පැවතිය නො හැකි ය. මිනිස් ජීවිතය සම්බන්ධ ව සංස්කෘතියේ භූමිකාව සෑම දාක ම සේ ම වර්තමානයේ දී ද මූලික වන්නේ ය. සමාජය සංස්කෘතිය, සන්නිවේදනය සහ පුද්ගලයා යන සංරචක අතර ඇත්තේ අවියෝජනීය සම්බන්ධතාවක් පමණක් නො ව අන්‍යෝන්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයකි.
- සමාජය, සංස්කෘතිය, සහ පුද්ගලයා යන මූලික සංරචක පවතින්නේ සහ ක්‍රියාත්මක වන්නේ සන්දේශනය ඔස්සේ සිදු වන සමාජ අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය 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 සහ 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 වන්නේ ය.
- සමාජය සහ පුද්ගලයා අතර සම්බන්ධතාව නිරන්තරව ම ප්‍රතිනිෂ්පාදනය කළ යුතු ය. සමාජය 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 සහ 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 ජීවත් වීම සඳහා අවශ්‍ය වන්නා වූ ජීවන ශෛලිය, වර්ග රටා, මනෝවිද්‍යාත්මක යාන්ත්‍රණ, සමාජීය ප්‍රතිමාන සහ වටිනාකම් ඊට ඇතුළත් ය. තමන් පොදුවේ චින්තනය සහ සවිඥානිකභාවය 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 ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය ඇතුළු නව මාධ්‍යය ද ඇතුළත් වේ.

ඇගයීම

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

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

කාලච්ඡේද : 24 යි.

- මාධ්‍යයේ වර්ධනයත් 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 (Traditional Culture)
- ජන සංස්කෘතිය (Mass Culture)
- සම්භාව්‍ය සංස්කෘතිය (Classical Culture)
- ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය (Popular Culture)
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය (Media Culture)
- ගෝලීය සංස්කෘතිය (Global Culture)

සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය (Traditional Culture)

- 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 අවිභේදනීය 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 (Mass Culture)

- ජන සංස්කෘතිය යනු සාම්ප්‍රදායික සමාජයෙහි මූලික සහ ආධිපත්‍යයීය සංස්කෘතිය වන්නේ ය. ජන සංස්කෘතිය සහ සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය අතර ඇත්තේ පොදුභාවයකි. ජන සංස්කෘතිය ජනයාගේ සාමූහික ක්‍රියාකාරීත්වයේ ප්‍රතිඵලයකි. එය ජනතා උරුමයේ අවයෝජනීය කොටසකි.
- ලෝකයේ විවිධ ජනවර්ග 6000ක් 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 ඍජු ලෙස ම සමස්ත සමාජ ක්‍රියාවලිය සමඟ ම සම්බන්ධ වන්නේ ය.
- ජනතාවගේ දෛනික ශ්‍රම ක්‍රියාකාරීත්වය සහ ජන සංස්කෘතිය අතර ඇත්තේ ඍජු 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 චිත්තකයෝ 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 වර්ධනීය අවස්ථාවකි.

- ජන සංස්කෘතික මූලයන් කාර්මික, නාගරික සහ ජන 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 ජනතාවක් 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.
(මෙම පාඩමේ දී එය සම්පාදනය කළ ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ විසින් ජන යන වචනයට "සංහතික" යන්න යොදන ලද නමුත් දැනට මෙම සමස්ත පාඨමාලාවට ම " ජන" යන්න සම්මත ව අන්තර්ගත ව ඇති බැවින් ඊට අප අනුගත වීමු.)

ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය (Popular Culture)

- ජන සංස්කෘතියේ වඩාත් ම ජනාකර්ෂණීය කොටස ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය වේ. එනම් ජන සංස්කෘතියේ සම්පිණ්ඩිත 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 දුර්ලභකම වෙනුවට මෙහි ඇත්තේ අතිරික්තයක් සහ සුලභකමකි.
- මෙය කාටත් පහසුවෙන් රසවිදිය 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 ධනෝග්වර නිෂ්පාදන ක්ෂේත්‍රයෙහි ව්‍යාපාරයක් වීම, එනම් සංස්කෘතික ක්ෂේත්‍රය වෙළෙඳ පොළ ක්ෂේත්‍රයක් බවට පත් වීම සෞන්දර්යාත්මක වටිනාකම වෙළෙඳ පොළ මිල මඟින් විතැන්වීම, සංස්කෘතික නිර්මාණවල ගුණාත්මකභාවයේ ඉරණම තීරණය කරන සාධකය බවට ජනමාධ්‍ය 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 දක්මක් 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 (Media Culture)

- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය මානව වර්ගයාගේ සංස්කෘතික පරිණාමයේ මෑතක 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 ජනමාධ්‍ය 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 සියවසෙහි මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සඳහා අවශ්‍ය වූ සංකල්පීය පදනම නිර්මාණය කළ එක් පුරෝගාමියෙකු බවට පත් වූයේ වෝල්ටර් ඛෙන්ජර්මන් ය. විද්‍යාව සහ තාක්ෂණය නිසා කලාත්මක සහ මාධ්‍ය පෙළෙහි සිදු වන තීරණාත්මක වෙනස්කම් රාශියක් පෙන්වා දුන්නේ 20 වැනි සියවසේ තුන්වන දශකයේ දී ය. තාක්ෂණික ප්‍රතිනිෂ්පාදනයේ අතිදෘවැත්ත 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, ගුණභාවය පරමාදර්ශීභාවය, සදනනිකභාවය, 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 මුද්‍රිත, 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 සතුටේ, 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 මැක්ලූහන්ගේ 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 සන්දේශ,මාධ්‍ය සහ අර්ථ,

මාධ්‍ය සහ මාධ්‍ය සන්දේශ සංජානනය ආදී ප්‍රශ්න පිළිබඳ ව පුළුල් පර්යාලෝකයකින් විග්‍රහ කළේ ය.

- මාෂල් මැක්ලුහන්ගේ මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සංකල්පයට අනුව මුළු මානව ශිෂ්ටාචාරය ප්‍රධාන අවධි තුනකට බෙද දැක්විය හැකි ය. ප්‍රාග් ලිඛිත සංස්කෘතික අවධිය, ලිඛිත-මුද්‍රිත සංස්කෘතික අවධිය සහ දෘශ්‍ය සංස්කෘතික අවධිය ඊට ඇතුළත් වේ. මාෂල් මැක්ලුහන්ගේ 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 ව්‍යාප්තියක් 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 මැක්ලුහන් උපමාත්මක ව හඳුන්වන්නේ අංග ජේදනය (Amputation) වශයෙනි.
- මාධ්‍ය සංස්කෘතිය සමකාලීන සමාජයෙහි ඉටු කරන කාර්යයන් අතර විඥපන (තොරතුරු) කාර්ය, සන්නිවේදනාත්මක කාර්ය, දෘෂ්ටිවාදී කාර්ය, ප්‍රතිෂ්ඨාපන 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 සන්දේශන නිර්මාණකරණයේ සංස්කෘතිය ඇතුළත් වන්නේ ය. මාධ්‍ය පාදකව සිදු වන සමස්ත මානව ක්‍රියාවලිය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය වේ.

ගෝලීය සංස්කෘතිය (Global Culture)

- 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 අද්‍යතන 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 ප්‍රතිවිරුද්ධ 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 අමෙරිකානු සමාගම්වලට ය. වෙළෙඳ දැන්වීම් මගින් බලහත්කාරයෙන් ලෝකයට ආරෝපණය කරන්නේ බටහිර ජන සංස්කෘතියේ ප්‍රමිතීන් ය. “යුරෝපා ප්‍රමිතීන්” “බටහිර ආකෘති” “අමෙරිකානු වර්ග” සියලු ජාතික සංස්කෘතික සිතමාව, සාහිත්‍යය, රූපවාහිනී, සංගීත, ප්‍රාසංගික කලා සහ ලේඛන ආදී නිර්මාණවලට ඇතුළු වී තිබේ. ලොව වඩාත් ජනප්‍රිය චිත්‍රපට 100න් 88ක් අමෙරිකානු ඒවා වන අතර ලොව පුරා රටවල ආනයනය කරන රූපවාහිනී වැඩසටහන් අතරින් 75% අමෙරිකානු 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

- සීතල යුද්ධය පැවැති කාලයේ ඊට සම්බන්ධ වූ පාර්ශ්වයන් විසින් එකිනෙකාට බලපෑම් කිරීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස සංස්කෘතිය ද මූලික වශයෙන් යොදා ගන්නා ලදී. එසේ ම අමරිකානු ව්‍යාපාරිකයන්ට, 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 මඟින් 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 සංස්කෘතික 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 සම්පීසමතා 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 හඳුනාගත 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 පරික්ෂා කර බැලීමේ හා ඒවා මඟහරවා ගැනීමේ පියවරක් වශයෙන් විවිධ සංස්කෘතීන්ගේ සුවිශේෂතා අධ්‍යයනය කිරීමට ලක් කෙරේ.
- මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍රයන් සන්නිවේදන ශබ්දාකාරයේ දක්වන පරිදි "මූලින් 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 සංස්කෘති තුළනය කිරීම යනුවෙන් හැඳින් ගත යුතු ය. එම අධ්‍යයනය අන්තර් සංස්කෘතික අධ්‍යයනය යනුවෙන් හැඳින්වේ. 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 වර්යාවන්, 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, විවිඳ ආකෘතිවලින්, වාණිජ වටිනාකම් සහිත ව විවිධ සංස්කෘතීන්හි අංග හුවමාරු වේ. විවිධ සංස්කෘතීන් පිළිබඳ ව අධ්‍යයනය කිරීම හා අවබෝධ කර ගැනීම විචාරශීලී 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.

- මාධ්‍ය බලපෑම යන්න හඳුන්වා දෙයි.
- මාධ්‍ය මඟින් 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 සමඟ පුළුල් සම්බන්ධතාවක් පමණක් නො ව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පද්ධතිය පාදක ව සංස්කෘතිය හා සන්නිවේදනය වර්ධනය වූ බව පෙන්වා දිය යුතු ය.
- නූතන යුගයේ දී මූලින් 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 සමඟ ම සංස්කෘතිය බිහි වීමේ, පැවැත්මේ, ක්‍රියා කිරීමේ, ව්‍යාප්තිකරණයේ, යාන්ත්‍රණයේ සහ මාදිලියේ ප්‍රබල විපර්යාසයක් ඇති විය.
- වර්තමානයේ ජනමාධ්‍ය, සමාජයේ මානසිකත්ව පැතිකඩ කෙරෙහි ද ජන විඥානය කෙරෙහි ද සමාජ විඥානය කෙරෙහි ද පුද්ගල ස්ව විඥානය කෙරෙහි ද සංස්කෘතිය කෙරෙහි ද අතිවිශාල බලපෑමක් කරනු ලබයි. මේ අනුව පුද්ගල පෞරුෂ හැඩ ගැසීම කෙරෙහි ජනමාධ්‍ය පද්ධතිය බලපෑම තීරණාත්මක වේ.
- සමකාලීන ලෝකයේ 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 වර්ගවලට සිදු වන බලපෑම ප්‍රබල වේ. මෙම බලපෑම ධනාත්මක සේ ම සෘණාත්මක ද යහපත් මෙන් ම අයහපත් ද සක්‍රීය මෙන් ම නිෂ්ක්‍රීය ද වන්නේ ය.
- විශේෂයෙන් අද්‍යාතන තොරතුරු සහ සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරීත්වයේ තාක්ෂණික පද්ධතිය ප්‍රමාණාත්මක ව මෙන් ම ගුණාත්මක ව වර්ධනය වීම ද ව්‍යාපාරික අභිසාරීකරණය ද ජනමාධ්‍ය එහි අන්තර්ගතයන් 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 ක්‍රියාවලියක් සමඟ 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 අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ප්‍රාදේශීය, ජාතික, කලාපීය, ජාත්‍යන්තර සහ ගෝලීය ස්වභාවයන් සහ ප්‍රවණතා පිළිබඳ ව ද අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

P

ඇගයීම

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

පාරිභාෂික පද

සංස්කෘතිය	- Culture
සංස්කෘතිය නිර්වචන	- Definitions of Culture
සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතිය	- Traditional Culture
ජන සංස්කෘතිය	- Mass 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. මහේන්ද්‍ර, එස්., සන්නිවේදන ශබ්දාකරය, කොළඹ, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, 1997
2. සෙනෙවිරත්න, අනුරාධ, සංස්කෘතිය හා සමාජය, කොළඹ, ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, 1996
3. Dominic, Joseph, R., Dynamic of Mass communication, USA, Mae Grow: Hill (Publisher) 2010

6. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විචාරය

- නිපුණතාව : 6.0 ජනමාධ්‍ය මඟින් ඉදිරිපත් වන අසීමාන්තික තොරතුරු සමුදාය අතුරෙන් සාමාජීය සත්ත්වයෙකු ලෙස තමාට අවශ්‍ය තොරතුරු තෝරා බේරා ගනිමින් විචාරශීලී 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 : 28 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 මෙවලම 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 සාක්ෂරතාව ලෙස ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය දක්වයි.
- පුළුල් අර්ථයෙන් ගත් කල සාක්ෂරතාව යනු, මුද්‍රිත හා ලිඛිත ද්‍රව්‍ය භාවිත කරමින් සංකීර්ණ පාඨ හඳුනා ගැනීමට, අවබෝධ කර ගැනීමට, අර්ථකථනය කර ගැනීමට, නිර්මාණය කිරීමට සන්නිවේදනය කිරීමට 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 ලෙසත් සාක්ෂරතාව යන්න භාවිත කර ඇත.
- සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික දියුණුව නිසා සන්නිවේදන මෙවලම් භාවිතයට ගැනීම හේතුවෙන් ඊට සමගාමී ව සාක්ෂරතා සංකල්ප ද විවිධ ක්ෂේත්‍ර 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 මඟින් ඉදිරි පත් වන විවිධ සන්දේශ කියවා වටහා ගැනීමටත් ඒවා 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 බැලීමත් 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 මාධ්‍යයට 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 යුතු ව වටහා ගැනීමත් ස්වකීය සන්දේශ නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය භාවිත කිරීමත් පිළිබඳ ඉගැන්වීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය යි. එය විසි එක් වන සියවසේ කුසලතාව යි.
4. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු

මාධ්‍යයන්ට ප්‍රවේශ වීම
 මාධ්‍යයන් විශ්ලේෂණය
 මාධ්‍යයන් ඇගයීම
 මාධ්‍ය නිර්මාණය සහ
 මාධ්‍යයන් තුළ ක්‍රියාශීලී ව කටයුතු කිරීමේ සමත් බව යි.

- ජාතික මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සඳහා ජාතික ආයතනය, අමෙරිකාව -

මෙහි දී මාධ්‍ය යනුවෙන් තොරතුරු සම්පාදනය කර විකාශනය කිරීම සඳහා භාවිත කරනු ලබන මෙවලම් සහ නොයෙකුත් විද්‍යුත් සහ අංකිත මාධ්‍යය ද, මුද්‍රිත 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 සාක්‍ෂරතා කාර්යයකි.
- මාධ්‍ය සන්දේශ ක්‍රියාවලිය හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව, මාධ්‍ය සන්දේශයන්හි බලපෑම හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව, මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීමේ හා ඒ සම්බන්ධ කතිකාවතක් ගොඩනැගීමේ හැකියාව, මාධ්‍ය සන්දේශය සංජානනය කිරීමේ හැකියාව, මාධ්‍ය සන්දේශය ඇගයීමේ හැකියාව යන අංශ පිළිබඳ ඉගැන්වීම සඳහා මෙම ඒකකයේ ඉදිරි නිපුණතා මට්ටම් සියල්ලෙහි ඇතුළත් කරුණු අධ්‍යයනය කිරීම ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇත.
- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාවේ තෙවැන්නේ සිද්ධාන්ත ඇත. මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව ගොඩනැගෙන්නේ ස්ව කේන්ද්‍රය/ස්ව පථය (Personal Locus), ඥාන ව්‍යුහ (Knowledge Structures) සහ කුසලතා (Skills) යන මූලික සිද්ධාන්ත ඇසුරිණි. මෙම සිද්ධාන්ත තුන මාධ්‍යයන් පිළිබඳ ව පුද්ගලයකුගේ පර්යාලෝක පුළුල් කර ගැනීම සඳහා ඉතා අවශ්‍ය ය. යමෙකුගේ ස්ව කේන්ද්‍රය වන්නේ ඔහුගේ ශක්තිය සහ සැලසුම යි. ඒ සඳහා අවශ්‍ය අමු ද්‍රව්‍ය ඇසුරින් ඥාන ව්‍යුහ ගොඩ නැගේ. හැකියා නැතහොත් කුසලතා යන්න ඊට උපකාරී වන මෙවලම් බවට පත් වේ.

ස්ව කේන්ද්‍රය/ස්ව පථය : (Personal Locus)

- ස්ව කේන්ද්‍රය සෑදී ඇත්තේ තමන් ගමන් කරවන තම ඉලක්ක ඇසුරෙනි. එම ඉලක්ක නැතහොත් අරමුණු මඟින් තමන්ට තොරතුරු සැපයේ. තමන්ට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් තමා උකහා ගන්නා අතර අනවශ්‍ය තොරතුරු ප්‍රතිකේෂ්ප කරයි. තමාගේ අවසාන අරමුණු හා ඉලක්කයන් ගැන දැනුමක් තමා සතුව පවතින විට තොරතුරු සපයා ගැනීම සඳහා ගමන් කරවන බලය ශක්තිමත් නම් තමා ඒ සඳහා තමාගේ කාය ශක්තිය වැය කරයි. එහෙත් ස්ව කේන්ද්‍රය දුර්වල නම් එනම් අවසාන විශේෂ ඉලක්ක ගැන දැනුමක් තමාට නොමැති නම් තමා ඒ සඳහා ගමන් කරවන බලයක් දුර්වල වේ. මෙවැනි තත්ත්වයක් යටතේ තමා පාලනය කිරීමට මාධ්‍යයන්ට ඇති ඉඩකඩ වැඩි වන අතර මාධ්‍ය මඟින් සිදු වන තොරතුරු සැපයීමේ ක්‍රියාවලිගේ බලපෑම්වලට යටත් වීමට ඔබට සිදු වේ.
- තමාගේ ස්ව කේන්ද්‍රය දෙ ආකාරයකින් ක්‍රියාත්මක වේ. එනම් විඥානික හා අවිඥානික වශයෙනි. ස්ව කේන්ද්‍රය විඥානික ව ක්‍රියාත්මක වන විට තමාගේ තෝරා ගැනීමේ බලය වැඩි වී තීරණ තීන්දු ගැනීම පහසු කෙරේ. තමාගේ ස්ව කේන්ද්‍රය අවිඥානික ව ක්‍රියාත්මක වන විට තමා ගන්නා තීරණ සහ නිගමන පාලනය කිරීමට තමාට නො හැකි වන අතර තමාගේ සම්පූර්ණ අනුදනුමෙන් තොර ව යම් යම් තීරණයන්ට යටත් වීමට නොහොත් වහල් වීමට තමන්ට සිදු වේ. මේ දෙ ආකාරයෙන් ම තමාගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් වීමට ඉඩ ප්‍රස්තාව තිබේ. එහෙත් තමා අවිඥානික ව ස්ව කේන්ද්‍රය ක්‍රියාත්මක කරන විට තමාට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් තෝරා බේරා ගැනීම පහසුවෙන් පාලනය කළ හැකි ය. තමාගේ ස්ව කේන්ද්‍රය අවිඥානික ව ක්‍රියාත්මක වන විට මාධ්‍යයන්ට වැඩි බලපෑමක් කළ හැකි ය.

- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව යනු නිරන්තර ව සිදු වන දිගු ක්‍රියාවලියක් මිස අවසාන ක්‍රියාවක් නොවේ. එම නිසා මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව වැඩි කර ගැනීමෙන් ස්ව කේන්ද්‍රය වැඩි වැඩියෙන් භාවිත කිරීමටත් නිෂ්ඵල ගුණවත් බවින් අඩු මාධ්‍යයන්ගෙන් ආරක්‍ෂා වී, ඒවාට හිස නො නැමීමටත් පුද්ගලයකුට හැකි වේ.

ඥාන ව්‍යුහ (Knowledge Structures)

- ඥාන ව්‍යුහ යනු පුද්ගල මනසක තැන්පත් වී ඇති සැකසුණු තොරතුරු කට්ටලයකි. ඥාන ව්‍යුහයන් ස්වයං සිද්ධ ව නැතහොත් අහම්බෙන් උරුම නො වන අතර ඒවා ඉතා සැලකිල්ලෙන්, ඉතා නිවැරදි ව ගොඩනඟා ගත යුතු ය. ඥාන ව්‍යුහවල ඇත්තේ සාමාන්‍ය කරුණු පමණක් ම නො ව ඒවා ගොඩනැගෙන්නේ එක්තරා සැලැස්මක් අනුව යම් යම් තොරතුරු තෝරා බේරා ගැනීමෙනි. එවැනි තෝරා ගැනීම් කිරීම සඳහා අපට කුසලතා අවශ්‍ය ය. මෙම කුසලතා අපගේ උපකරණ නැතහොත් මෙවලම් බවට පත් වේ.
- මෙම කුසලතා ප්‍රයෝජනයට ගෙන සිද්ධි ගණනාවක් ඇසුරින් යම් යම් තොරතුරු ප්‍රයෝජනයට ගෙන අනෙක් තොරතුරු ඉවත දැමීමට හෝ ප්‍රතිකේෂ්‍ය කිරීමට අපට හැකි වේ. මාධ්‍ය තොරතුරු ඇසුරින් අපට අවශ්‍ය තොරතුරු අප තෝරා බේරා ගත් විට ඒවා අපට ආවේණික තොරතුරු ලෙස හැඬ ගැස්වෙන අතර, අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන්ගේ යම් ස්ථානයක මෙම තොරතුරු තැන්පත් වේ. මෙම ඥාන ව්‍යුහ නිසා අප සතු තොරතුරුවල යම් රටාවක් දැකින්නට 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.
- ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනඟා ගැනීමට අතිශයින් ඉවහල් වන මූලික ද්‍රව්‍ය “තොරතුරු” වේ. එහෙත් සෑම තොරතුරක් ම ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනඟා ගැනීමට ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ නැත. සමහර තොරතුරු අනුවිත, නො ගැඹුරු, නිෂ්ඵල තොරතුරු වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් රූපවාහිනි වැඩසටහන්වල නම් ආදිය ගත හැකි ය. යම් අයෙකුගේ දැනුම යම් වැඩසටහනක බාහිර හෝ මතුපිට තොරතුරු වන රූපවාහිනි වැඩසටහනක ඇසෙන තේමා ගීතවල වචන, එහි රඟපාන චරිත චර්ග හෝ ඔවුන්ගේ නම් ගම් ආදිය සහ පසුතල දර්ශනවල ස්වභාවය පමණක් ම නම් එම පුද්ගලයා ක්‍රියා කරන්නේ මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාවේ අඩු මට්ටමක සිට ය. මක්නිසා ද එවැනි තොරතුරුවලින් ගම්‍ය වන්නේ “කුමක් ද” යන ප්‍රශ්නයට පිළිතුර පමණි. ඊට වඩා වැදගත් වන පිළිතුරු සොයා ගත හැක්කේ “කෙසේ ද?” “ඇයි?” යන ප්‍රශ්න නැඟීමෙනි. එහෙත් “කෙසේ ද?” “ඇයි?” යන ප්‍රශ්න නැඟීමට පෙර “කුමක් ද?” යන ප්‍රශ්නයට පිළිතුරක් ද 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 අතර දැනුම යනු යම් ව්‍යුහයක්, ආකෘතියක් අනුව, සංවිධානාත්මක බවකින් යුක්ත ව සාමාන්‍යයෙන් දිගට ම පවතින, අර්ථවත් සහ වටිනා දෙයකි. තොරතුරු සන්දේශවල අඩංගු වී ඇති දැනුම තිබෙන්නේ පුද්ගලයකුගේ මනස නැතහොත් සිත තුළ ය. අර්ථකථනය කළ යුතු දෙයක් තොරතුරු මගින් පුද්ගලයෙකුට ලැබෙන අතර අර්ථකථනය කර ගත් යමක් පුද්ගලයකුගේ දැනුම තුළ අඩංගු ය.

- තොරතුරු සෑදී ඇත්තේ කරුණු මඟිනි. ලී කැබලි කිහිපයක් නිවසක් නො වෙන්නාක් මෙන් කරුණු පමණක් ම දැනුම ද නො වේ. දැනුමට ව්‍යුහයක් මෙන් ම අර්ථය තේරුම් ගැනීම සඳහා වචනවල සම්බන්ධයක් ද අවශ්‍ය ය. සන්දේශ සහ තොරතුරු මූලද්‍රව්‍ය ය යි උපකල්පනය කළොත් එම මූල ද්‍රව්‍යවලින් යමක් කිරීමට හැකි මෙවලම් හෝ උපකරණ වශයෙන් සමත් කම හෝ කුසලතාව දැක්විය හැකි ය. මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාවෙන් යුතු උසස් දියුණු පුද්ගලයකුගේ එක් ලක්‍ෂණයක් වන්නේ “තොරතුරු” ඥාන ව්‍යුහයන් බවට පත් කිරීමට හැකි කුසලතාව යි.
- 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 සන්දේශය (Message) තර්ථ තොරතුරු (Factual Information), සමාජීය තොරතුරු (Social Information) යන්න ය. සන්දේශ යනු අප වෙත තොරතුරු ගෙන එන උපකරණ ය. සන්දේශ තුළ තොරතුරු අඩංගු වී තිබේ. සන්දේශ යැවීම සඳහා රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය, සංයුක්ත තැටි, ඉලෙක්ට්‍රොනික් තැටි, පොත් පත් සහ සඟරා, පුවත්පත්, අන්තර්ජාලයේ පිටු, කතාබහ, පන්ති කාමරවල දේශනා ආදී නොයෙකුත් මාධ්‍ය අපට භාවිත කළ හැකි ය.
- සන්දේශයක් තුළ තොරතුරු වර්ග දෙකක් ඇතුළත් වී තිබේ. එනම් තර්ථ තොරතුරු (Factual) සහ සමාජීය තොරතුරු (Social) යන තොරතුරු ය. තර්ථ කරුණු නොහොත් යථා තොරතුරු යනු සැකසී ඇති නොහොත් අර්ථය තහවුරු නො වූ කරුණු ය. යථා තොරතුරක් මෙන් නොව සමාජීය තොරතුරක් පිළිගත් මතිමතාන්තර අනුව සකස් වන නිසා එහි එන සෑම දෙයක් ම සැබෑ ය යි නිල වශයෙන් තහවුරු කර ගත නො හැකි ය. මෙයින් සමාජීය තොරතුරු ගුණාත්මක බවින් අඩු බවක් හෝ ඒවායේ සත්‍යතාවක් නොමැති බවක් හෝ අදහස් නො කෙරේ. සමාජීය සම්බන්ධතා නොහොත් ප්‍රතික්‍රියා නිරීක්‍ෂණය කිරීමෙන් ගත් කරුණු සමාජීය තොරතුරුවල අඩංගු ය. උදාහරණයක් වශයෙන් හැඩට හැඳ පැලඳීමට උපදෙස්, සංයමයෙන් ප්‍රිය මනාප භාවයෙන් කතාබහේ යෙදීමට උපදෙස්, ක්‍රීඩා කිරීමට උපදෙස්, නිරෝගී බව රැක ගැනීමට උපදෙස් ආදිය සමාජීය තොරතුරුවලට අයත් ය.
- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව ගැන කතා කරන විට ක්‍ෂේත්‍ර කිහිපයක ඥාන ව්‍යුහයන් ලබා ගැනීම ගැන සාකච්ඡා කිරීමට අපට සිදු වේ. එනම් මාධ්‍ය බලපෑම්, මාධ්‍යයන් තුළ අඩංගු කරුණු, මාධ්‍ය කර්මාන්තය, ව්‍යාපාරික කටයුතු සහ සැබෑ ලොවේ සිදු වන කරුණු ආදිය යි. මෙම ක්‍ෂේත්‍ර ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය වන අයුරු අවබෝධ කර ගත් 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 මඟින් ගලා එන තොරතුරු විශ්ලේෂණය කර ඒවායේ ගුණාත්මක භාවය පිරික්සිය හැකි ය. උදාහරණයක් ලෙස ක්‍රිකට් හෝ පාපන්දු ක්‍රීඩාවේ යෙදුණු අයෙකුට එම තරගයන් පෙන්වන රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල දී ඒ ඒ ක්‍රීඩකයන් ක්‍රීඩා කරන ආකාරය එම ක්‍රීඩාවල නොයෙදුණු අයෙකුට වඩා අගය කළ හැකි ය.
- ඥාන ව්‍යුහයන් නිසා මාධ්‍ය මඟින් ගලා එන නව තොරතුරු තේරුම් ගැනීමට අවශ්‍ය සම්බන්ධය, පසුබිම අපට ලැබේ. අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් තරමට තමා මාධ්‍යය සාක්‍ෂරතාවයේ නිපුණත්වයක් ලැබූ අයෙක් ද? මාධ්‍ය ලෝකය මඟින් මුදාහරින විවිධ වැඩසටහන් හා සාපේක්‍ෂව සසඳා බලන විට තමා දන්නා වැඩසටහන ගැන පමණක් තමාට මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව ඇත.

මක්නිසාද එම වැඩසටහන ගැන පමණක් ම ඥාන ව්‍යුහයන් සෑදී ඇත්නම් තමාගේ දැනුම එම වැඩසටහනට ම පමණක් සීමා වේ. අන් වැඩසටහන් පිළිබඳ අවබෝධයක් හෝ ඥාන ව්‍යුහ නොතිබිය හැකි ය.

- එවැනි අනෙකුත් වැඩසටහන් ගැන තමා තුළ දැනුමක් නැතහොත් ජනමාධ්‍යවල සැබෑ හිමිකරුවන් කවුද, ඒවා පාලනය කරන්නේ කවුද, කෙසේද, මාධ්‍ය වැඩි දියුණු වන්නේ කෙසේ ද, යම් යම් දේ ඇතැම් මාධ්‍යයන් මඟින් නිතර නිතර පෙන්වනු ලැබුවත් එම දේවල් ම තවත් මාධ්‍යයන් මඟින් නො පෙන්වන්නේ ඇයි ද යන්න අවබෝධ කර ගැනීමට තමාට නො හැකි ය. එහෙත් තමාගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් හා වැඩි දියුණු කර ගැනීමෙන් මාධ්‍ය ක්‍ෂේත්‍රයේ තිබෙන, සිදුවෙන සෑම දෙයක් පිළිබඳ ව ම විශාල වික්‍රයක් තම මනසෙහි ගොඩනගා ගත හැකි ය.

කුසලතා (skills)

- “කුසලතා” නැතහොත් මාධ්‍ය සමත්කම් අපට ලැබෙන්නේ යම් ක්‍රියාවක නිතර යෙදී ඒ පිළිබඳ ව පළපුරුද්දක් ලබා ගැනීමෙනි. උදාහරණයක් වශයෙන් අපගේ මාංශපේෂීන් නිතර අභ්‍යාසයේ යෙදවෙත් ඒවා අපට ශක්තිමත් කරගත හැකි ය. ව්‍යායාම් සහ අභ්‍යාසවල අප නොයෙදුනොත් අපගේ මාංශ පේෂීන් වැඩි වර්ධනයක් නොවෙනු ඇත.
- මාධ්‍ය කුසලතා වශයෙන් මාධ්‍ය විශ්ලේෂණය, මාධ්‍ය තක්සේරුකරණය, කාණ්ඩවලට බෙදා ගැනීම, අනුමාන කිරීම, විග්‍රාහාත්මක බව, නව ප්‍රස්තුත ගොඩ නැඟීම, අනවශ්‍ය දේ බැහැර කරමින් නිගමනවලට එළඹීම, සන්දේශයක අඩංගු ප්‍රධාන ම දේවල් පැහැදිලි ලෙස සංස්ලේෂණය කිරීම සහ සාරාංශ කර ගැනීම ආදී කරුණු දක්විය හැකි ය. ඒවා ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් මෙසේ දැක්විය හැකි ය. analysis, evaluation, grouping, induction, deduction, synthesis and abstraction.
- “මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව”යනු සන්නිවේදන මාධ්‍ය මඟින් නිරන්තරයෙන් ගලා එන “සන්දේශ” නැතහොත් “තොරතුරුවලට” අප නිරාවරණය හෝ විවෘත වෙද්දී එම සන්දේශ ක්‍රියාකාරී ව 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, අමු ද්‍රව්‍ය හා ඒ සඳහා අප මෙහෙයවන කැමැත්තක් හෝ ලැදියාවක් අවශ්‍ය ය. එම උපකරණ අපගේ “කුසලතා” හෝ සමත්කම් ය. මාධ්‍ය මඟින් සහ සැබෑ ලෝකය ඇසුරින් ලැබෙන තොරතුරු හෝ සන්දේශ අමු ද්‍රව්‍ය බවට පත් වේ. අපගේ ස්ව කේන්ද්‍රයෙන් (Personal Locus) කැමැත්ත නැතහොත් ලැදියාව පැන නැගේ.
- ‘මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තවදුරටත් පැහැදිලි කිරීම සඳහා උපකාරී වන එහි තවත් වැදගත් අංශ දෙකක් ඇත. පළමුවැන්න මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැඩි මාන සංඛ්‍යාවකින් යුතු සංකල්පයක් (multi dimensional) බව ය. එහි ප්‍රයෝජනවත් ප්‍රියජනක මුහුණත් කීපයක් ඇත. එහි අන්තර්ගත ව තිබෙන දෙය අගය කිරීම සඳහා පර්යාලෝක ගණනාවකින් අප ඒ දෙස බැලිය යුතු ය. දෙවනුව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව අඛණ්ඩතාවකින් යුතු දෙයක් බව යි. එය ප්‍රභේදයක් නොවේ.

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව විවිධ මාන සංඛ්‍යාවකින් යුක්ත ය. 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.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ලබා ගැනීම සඳහා සංජානන තොරතුරු ම පමණක් නොව විත්තවේගී, සෞන්දර්යාත්මක සහ සදාචාර පැතිකඩ නොහොත් මානයන්ගෙන් ලැබෙන තොරතුරු ද අවශ්‍ය ය. මෙම මාන සතර අපගේ අවබෝධය තවදුරටත් පුළුල් කරයි.
- සංජානනය මානයෙන් යම් කිසිවක් පිළිබඳ ව දින වකවානු, නම් ගම් නිර්වචන පිළිබඳ විස්තර අපට ලබා දේ. අපගේ මොළය තුළ තිබෙන තොරතුරු ලෙස සංජානන තොරතුරු සැලකිය හැකි ය.
- විත්තවේගී නැතහොත් හැඟීම් මානයෙන් හැඟීම් පිළිබඳ තොරතුරු එනම් ආදරය, වෛරය, කෝපය, සතුට හා කනගාටුව, කනස්සල්ල, සතුටු වූ අවස්ථා, බියට පත් වූ අවස්ථා, සබකෝලය අත්දැකූ අවස්ථාවේ හැඟීම්, වෙනත් සමහර හැඟීම් පිළිබඳ අවබෝධයක් ඇතැම් අයට නැත. එහෙත් තවත් සමහර දෙනෙක් ඉතා සංවේදී ව නොයෙකුත් හැඟීම් මාධ්‍යයන් ඔස්සේ අත්දකිති, අත්විඳිති.
- වැඩසටහන් නිෂ්පාදකවරුන් මෙම හැඟීම් ඉතා ලේසියෙන් හඳුනාගත හැකි සංකේත සහ ඉඟි මඟින් තම වැඩසටහන්වලට ඇතුළත් කරන අතර ඒවා අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් 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 රචකයන්ට, නිෂ්පාදකවරුන්ට හා නළු නිලියන්ට අවශ්‍ය ය. මෙම ඉඟි අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් මාධ්‍ය නරඹන ග්‍රාහකයන්ට ද අවශ්‍ය ය.
- සෞන්දර්ය මානය කෙලෙස යම් සන්දේශයක්, තොරතුරක් නිර්මාණය කළ යුතු ද යන්න කියා දෙයි. මෙම මානයෙන් අප මනින මිනුම් දඬු භාවිතයෙන් හොඳ ලේඛකයින්, ඡායාරූපකරුවන්, පසුතල සකසන්නන්, ගායක ගායිකාවන් අපට හඳුනාගත හැකි ය.
- සෞන්දර්ය මානයෙන් ලැබෙන තොරතුරු අපගේ දෑස් හා දෙසවන පින්වන නැතහොත් ඒ ඇසුරින් අප අත්විඳින තොරතුරු ලෙස සැලකිය හැකි ය. අප සමහර දෙනෙකුට ඡායාරූප ගැනීමට හොඳ ඇසක්, සංගීතය විඳීමට කියුණු දෙසවනක් තිබේ.
- සදාචාරාත්මක මානය 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 නිගමනවලට පිවිසීමට මෙම තොරතුරු අපට ඉවහල් වේ. මාධ්‍යයකින් විකාශනය වන වර්තමාන ගන්නා තීරණය කොයින්තරම් 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 යම් චිත්‍රපටියක් නරඹන විට අපට 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 සාක්ෂරතා අඛණ්ඩතා ලක්ෂණය පෙන්නුම් කරන්නකි. එය එක ප්‍රභේදයක් (category) පමණක් නො වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබ උසස් පෙළ හදාරණ සිසුවෙක්/සිසුවියක් හෝ එසේ නො වේ යයි හෝ ඔබ ශ්‍රී ලංකාවේ පුරවැසියෙකු හෝ එසේ නො වේ යයි යනුවෙන් මධ්‍ය සාක්ෂරතාව අංශවලට හෝ ප්‍රභේදවලට බෙදා දැක්විය නො හැක.
- යම් පුද්ගලයෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව බිංදුවයි, සියයි යනුවෙන් ගණනය කළ නො හැකි ය. මෙයින් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තිබෙන ප්‍රමාණයට වඩා වැඩි දියුණු කර ගැනීමට සෑම කෙනෙකුට ම හැකි බව ය.
- පුද්ගලයෙකුගේ පර්යාලෝකය ශක්තිමත් හා පුළුල් වන්නේ ඔහු සතු ඥාන ව්‍යුහයන් කට්ටල ගණන සහ ඒවායේ ගුණාත්මක භාවය මත ය. මිනිසුන්ගේ පර්යාලෝක සීමා වූ විට ඔවුන්ගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ද ඉතා දුර්වල අගයක පවතී. පටු, කෘත්‍රීම, සංවිධානය නො වූ ඥාන ව්‍යුහයන් ඔවුන් සතු ය. ඒ නිසා මාධ්‍ය මගින් ගලා එන සන්දේශ හරි හැටි අවබෝධ කර ගැනීමට ශක්තියක් ඔවුන්ට නැත.

• උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ඇති කර ගැනීමෙන් ලැබෙන ප්‍රයෝජන

ඩබ්. ජේම්ස් පොටර්ට (2011) අනුව උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ලබා ගැනීමෙන් හෝ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව දියුණු කර ගැනීමෙන් ලැබෙන ඵල ප්‍රයෝජන කරුණු තුනක් ඔස්සේ සාකච්ඡා කළ හැකිය.

1. විවිධ මාධ්‍ය පණිවිඩ ලබා ගැනීමේ කැමැත්ත වැඩි වීම
2. අපගේ මානසික වර්ධන පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව
3. මාධ්‍ය පාලනය කිරීමට බලයක් ලැබීම

1. විවිධ මාධ්‍ය පණිවිඩ ලබා ගැනීමේ රුචිය වැඩි වීම

- විවිධ මාධ්‍ය නොයෙකුත් දේවල් පිළිබඳ විස්තර සමූහයක් තෝරා ගැනීමට අපට ඉදිරිපත් කරයි. උදාහරණයක් වශයෙන් අන්තර්ජාලයට සුළු වේලාවකට හෝ අප පිවිසිය හොත් එයින් අපට ලබා ගත හැකි දැනුමේ සීමාවක් නොමැති බව අපට වැටහේ.
- නොයෙකුත් විෂයයන් පිළිබඳ තේමාවන් ගැන පොත්පත් රාශියක් ලොව පුරා ලියවේ. වසරකට නිකුත් වන වාර සඟරා ද දස දහසකට අධික ය. කේබල් නාලිකා පමණක් පන්සියයකට අධික ප්‍රමාණයක් ඇත.
- බොහෝ විට සිදු වන්නේ විවිධ ජනමාධ්‍ය අපගේ තෝරා ගැනීමේ ඉඩකඩ යම් ආකාරයකට සීමා කර ඔවුන්ගේ නාලිකාව පමණක් නැරඹීමේ පුරුද්ද අප තුළ ඇති කිරීමට උත්සාහ කිරීමයි.

- එම නාලිකා මගින් විකාශනය වන වැඩසටහන් පමණක් නැරඹීමට පුරුදු පුහුණු වුණොත් එම මාධ්‍ය ව්‍යාපාර හිමිකරුවන්ට ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර අවදානම අඩු කරගෙන අනෙකුත් මාධ්‍යයන් ඉක්මවා තමන්ගේ මාධ්‍යය ඉදිරියට ගෙන යාමත් මාධ්‍ය අතර තිබෙන නිරන්තර තරඟයෙන් ඉවත් වී අපගේ පර්යාලෝකය සීමා කිරීමක් කළ හැකි ය.
- එලෙස මාධ්‍ය බලපෑම්වලට යටත් නො වී ඔබගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සහ ඥාන ව්‍යුහයන් සංඛ්‍යාව ඔබ වැඩි දියුණු කර ගත හොත් ගුණාත්මක බවින් ඉහළ මාධ්‍යයන් ම නිතර සොයා ගැනීමට පෙලඹෙන නිර්භීත ගවේෂකයෙකු බවට ඔබ පත් වන්නෙහි ය.

2. අපගේ මානසික වර්ෂා පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව

- අපගේ මනස ඔබගේ ස්ව කේන්ද්‍රය තමන්ගේ මාධ්‍ය සන්දේශවලට අනුකූල ව හුරු පුරුදු කර ගැනීමට මාධ්‍ය අයිතිකරුවන් නිරන්තරයෙන් ගන්නා උත්සාහය පරාජය කර තමා බල ගැන්වීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වර්ධනය වීමේ දී සිදු වේ.
- මාධ්‍ය මගින් ගලා එන විවිධ මතිමතාන්තර, අදහස් උදහස් පාලනය කිරීමට පෞද්ගලික ව අප සැමට හැකියාවක් නැතත් අපගේ මතය, මානය ඒ ඒ නාලිකාවන්ට හරවා එයම ම හුරු පුරුදු කර ගැනීමට විවිධ නාලිකා දරන උත්සාහය අපට පාලනය කළ හැකි ය.

3. මාධ්‍ය පාලනය කිරීමට බලයක් ලැබීම.

- විවිධ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ඒකායන අභිලාෂය තම මාධ්‍ය ව්‍යාපාරයන්ගෙන් උපරිම ලාබයක් ලැබීම ය. ග්‍රාහකයාගේ සිත, ඇස හා දෙසවන ආදිය ආකර්ෂණය කර ගෙන ඔහුගේ මුළු අවධානයව නැවත නැවතත් තම සන්දේශවලට ම යොමු කර ගනිමින් ඔබ ව ඒ කෙරෙහි ඇද බැඳ තබා ගැනීමට මාධ්‍ය හිමිකරුවෝ සැලසුම් කරති.
- තමන්ගේ ලාභය උපරිම කර ගැනීම සඳහා ග්‍රාහකයා හවුල් කර ගැනීම ඔවුන්ගේ එකම අභිලාෂය යි. මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ව්‍යාපාරික අරමුණු හා ග්‍රාහක අරමුණු ද එක හා සමාන නම් එයින් ඔවුන්ට ජය අයත් වේ.
- මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ග්‍රහණයෙන් ගැල වී ස්වාධීන ව ක්‍රියා කර තමාගේ ඉලක්කයන් සාක්ෂාත් කර ගැනීමට මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව පුද්ගලයා බලගන්වයි. නන් අයුරින් සීමා වූ මාධ්‍යවලට වඩා විකල්ප මාධ්‍ය තෝරා බේරා ගනිමින් වඩාත් යෝග්‍ය මාධ්‍ය තෝරා ගැනීමට බලයක් උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් හිමි කර ගැනීමෙන් ලැබේ.

ඒ අනුව,

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව කුමක් ද, එහි විවිධ පැතිකඩ මොනවා ද, මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ලබා ගැනීමෙන් ලැබෙන ඵල ප්‍රයෝජන ගැන ද මෙම පාඩමෙන් අපි කතා කර ඇත්තෙමු. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැඩි දියුණු වන්නේ අපගේ පර්යාලෝක ගණන වැඩි වීමෙන් බව ද අපි කීවෙමු.

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතා ප්‍රභේද අනුව වර්ග කළ නො හැකි ය. පුද්ගලයෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ඊට අඩු හෝ වැඩි අංශකයකින් පැවතිය හැකි ය.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවේ තවත් ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් නම් එහි විවිධ පැතිකඩ ඇති බව ය. එනම් එය බහු මාන සහිත බවයි.
- එය වැඩි දියුණු කරගත හැකි වන්නේ සංජානන දැනුම, හැඟීම් වින්දනයෙන් ලැබෙන දැනුම සෞන්දර්යාත්මක මානයෙන් ලැබෙන දැනුම හා සදාචාරාත්මක වටිනාකම් නිවැරදි ව හඳුනා ගෙන ප්‍රගුණ කිරීමෙන් ලැබෙන දැනුම සංකලනය වීමෙනි.
- යමෙකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ස්ථර තුනක් මත ගොඩනැගේ. එනම් ස්ව කේන්ද්‍රය, ඔහු සතු ඥාන ව්‍යුහ කට්ටල ගණන් හා ඔහු ඇති කර ගන්නා සමත්කම් නොහොත් කුසලතා එම ත්‍රිත්වය යි.
- සමත්කම් නොහොත් කුසලතා යනු විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ගලා එන තොරතුරු සංකලනය කර අපගේ ඥාන ව්‍යුහ කට්ටල වැඩි ගණනක් අයිති කර ගැනීමට අප ලබන පළපුරුද්ද යි.
- අපගේ කුසලතා නොහොත් සමත්කම් මාධ්‍ය ඔස්සේ ගලා එන මූලද්‍රව්‍ය තෝරා ගැනීමට අපට උදව් වන උපකරණ වේ. අපගේ ස්ව කේන්ද්‍රය අප සැම ඒ සඳහා පොළඹවයි.
- උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් හිමි පුද්ගලයෙකුට තමා හමුවේ ඇති සන්දේශය අඩංගු දේ විනිවිද දැකිය හැකි ය. තමන්ගේ සිතැඟියාවන්ට වහල් නො වී ස්වයං පාලනයෙන් තමන්ට අවශ්‍ය ගුණාත්මක මාධ්‍යයන් හඳුනා ගෙන ඒවා තක්සේරු කිරීම මේ නිසා පහසු වේ.
- සක්‍රීය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තිරයේ ඉදිරිපස වැටෙන, නරඹන්නට යෙදෙන කියවන්නට ලැබෙන සෑම දෙයක් ගැන ම විචාරශීලී ව විමසීමට අපට මඟ පෙන්වයි.

ඇගයීම

1. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යන්න නිර්වචන ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
2. උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ඇති කර ගැනීම සඳහා ස්ව කේන්ද්‍රය, ඥාන ව්‍යුහය කට්ටල හා කුසලතා අවශ්‍ය වේ. විමසන්න.
3. උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් අත්පත් කර ගැනීමෙන් ඔබට ලැබෙන එල ප්‍රයෝජන උදාහරණ සහිත ව සාකච්ඡා කරන්න.

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

කාලච්ඡේද : 22 යි.

- ඉගෙනුම් පල :
- මාධ්‍ය විචාරය යන්න හඳුන්වා දෙයි.
 - මාධ්‍ය විචාරයේ අවශ්‍යතාව විස්තර කරයි.
 - මාධ්‍ය විචාරයට සම්බන්ධ විවිධ අංග විස්තර කරයි.
 - තෝරා ගත් 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, අර්ථකථනය හා අගය කිරීම මාධ්‍ය විචාරයේ ප්‍රධාන සාධක වන්නේය. එමඟින් සිදු කරනුයේ නිර්මාණය පැහැදිලි කිරීම, ආකෘතිය විශ්ලේෂණය කිරීම හා එහි ඇති අගයයන් විමර්ශනය කිරීම යි. විචාරාත්මක චින්තනය පෞරුෂයෙන් යුතු සන්නිවේදන වර්තයක් බවට පත් වීමට 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 ගැනීමෙහි ලා මාධ්‍ය විචාරය වැදගත් වේ. විචාරශීලීත්වයෙන් තොර ව නූතන මාධ්‍ය භාවිතය හා ප්‍රවණතා හඳුනා ගැනීම දුෂ්කර ය. මාධ්‍ය හමුවේ විචාරකයා යන වර්තය වෙනුවට ග්‍රාහකයා ම විචාරකයා ද වන්නේ ය.

- මාධ්‍ය විචාරයේ දී විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඉදිරිපත් වන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු වේ. මාධ්‍ය මඟින් විවිචුවත් ආකෘති ඔස්සේ ගලා එන සන්දේශ සාමාන්‍ය පුද්ගලයාගේ මනසෙහි එයට ඇලීමක් ඇති කරවයි. එය මාධ්‍යයට වහල් වීමකි. මාධ්‍ය විචාරය අවශ්‍ය වන්නේ මෙම මාධ්‍ය වහල් භාවයෙන් පුද්ගලයා මුදවා ගැනීම පිණිස ය.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවේ අඩුකම හා විචාරශීලීත්වයේ උෞනතාව හේතු කොට ගෙන පුද්ගලයා මාධ්‍යයට හසු වේ. එම නිසා මාධ්‍ය පුද්ගලයාගේ දෛනික ජීවිතයට, ඔවුන් සතු විශ්වාසයනට සහ සදාචාරයනට ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් කරන බැවින් මෙම තත්ත්වයෙන් මිදීම සඳහා විචාරශීලීත්වය අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මීට අමතර ව මාධ්‍ය දෛනික ජීවිතයට බලපාන ආකාර ප්‍රමාණයට, තරුණයාට, කාන්තාවන්ට ආදී වශයෙන් විමසිය හැකි ය.

1. මාධ්‍ය හා දෛනික ජීවිතය

- මාධ්‍ය තොරතුරු හා විනෝදාස්වාදය සඳහා මූලාශ්‍රයකි. එබැවින් මාධ්‍ය වඩාත් අපගේ ඵදිනෙදා ජීවිතයට සම්බන්ධ ව පවතී. විවිධ මාධ්‍ය මඟින් ආදරය, විලාසිතා, සම්බන්ධතා හා වෙනත් දේ නැරඹීමට ඇතැම් යෙහවනයන් කැමති ය. ඇතැම් අය අන්තර්ජාලයේ ඇති ව්‍යාසන සහිත දේ ඇතුළත් වෙබ් අඩවිවල සැරිසැරීමට ප්‍රිය කරති. කාමෝද්දීපන වැඩසටහන් නැරඹීමට වැඩිහිටියන් කැමති ය. ඇතැම් දෙනෙක් ප්‍රවාහිනි, ආහාර, සෞඛ්‍ය හා ව්‍යායාම වැනි වැඩසටහන් නරඹති. දිනකට රූපවාහිනිය දෙස පැය දෙකහමාරක් පමණ ලොව බොහෝ ළමුන් බලා සිටින බව පර්යේෂණ මඟින් තහවුරු කොට තිබේ. විවිධ මාධ්‍ය වැඩසටහන් බලවත් ලෙස පිරිමි හා ගැහැනු ළමයින්ගේ භූමිකා කෙරෙහි බලපායි.
- නූතන මාධ්‍ය ලෝකයෙහි පවත්නා විවිධාකාර වූ සන්දේශ එතරම් ගුණාත්මක භාවය කෙරෙහි අවධානය යොමු නො කරයි. සිනමාහල්වල සිනමා භාවිත මඟින් ලිංගික දර්ශන හා ප්‍රචණ්ඩත්වය අධික ව දක්වන රූපවලට නිරන්තරයෙන් නිරාවරණය වීම සිදු වේ. මත්ද්‍රව්‍ය හා මත්පැන් පානය, ලිංගික හැසිරීම සහ කාම මිථ්‍යාවාරය වැනි දේවල් ගැන සැලකිලිමත් වන්නවුන්ගේ ප්‍රධාන ආරංචි මාර්ගයක් වන්නේ මාධ්‍ය බව ඇතැම් විශේෂඥයන්ගේ විශ්වාසය යි. මාධ්‍ය අපට මේ දේවල් පෙන්වයි. අපට හෙළිදරවු කරයි. එවිට අපි සියලු දෙනා ම පාහේ සිතන්නේ ඔවුන් එය කරනවා නම් අප නොකළ යුත්තේ මන් දැ” යි යනුවෙනි.
- පසුගිය සියවසෙහි ලොව විශ්වීය යෙහවනයන්ට මාධ්‍ය මඟින් සිදු වූ අහිතකර බලපෑම ක්ෂණික ආහාර පුරුද්ද යි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ලොව දස ලක්ෂ සංඛ්‍යාත යෙහවනයෝ අද තරබාරුකමට එරෙහිව සටන් කරති. ඔවුන් මාධ්‍ය මඟින් ආහාර වෙළෙඳ දැන්වීම් දහස් ගණනකට නිරාවරණය වීම මෙයට හේතුව බව හඳුනා ගෙන ඇත.
- මාධ්‍ය කෙරෙහි අපගේ කිසිදු පාලනයක් නැත. එබැවින් මාධ්‍ය අපගේ දෛනික ජීවිතයෙහි නිරන්තර භූමිකාවක් ඉටු කරයි. මාධ්‍ය විසින් අපගේ පෙනුම, විශ්වාසයන්, ආශාවන් සහ මතයන් හසුරුවමින් බලපෑම් ඇති කර ඇත. එපමණක් නො ව අප වටා ඇති නගර හා මාවත්වල දෛනික ජීවිතයට බලපාන බිල්බෝඩ් හා පෝස්ටර් යනාදිය මඟින් අපගේ භෞතික පරිසරය ද මාධ්‍ය විසින් නිර්මාණය කර ඇත. මේ සියල්ල දෛනික ව ග්‍රාහකත්වය කෙරෙහි බල නො පාන්නේ ද? යන්න අප විමසිය යුතු ය.

2. මාධ්‍ය සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද

- මාධ්‍ය හා දෘෂ්ටිවාද යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය විචාරයට විවිධ දෘෂ්ටිවාද ගණනාවක් මඟ පෙන්වන්නේ ය යන්න යි. විවිධ විචාරයන්හි ආභාසය ලබමින් මාධ්‍ය විචාරය පෝෂණය කර ගත හැකි ය.
- මාක්ස්වාදී විචාරය, මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය හා ස්ත්‍රීවාදී විචාරය මෙහිලා ප්‍රමුඛ වේ.

මාක්ස්වාදී විචාරය
- මාක්ස්වාදී විචාරයෙහි ප්‍රමුඛ අදහස වන්නේ ධනේශ්වර සමාජයේ අවශ්‍යතා හා වරප්‍රසාද ලත් සහ පවත්නා බල ව්‍යුහය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පවතින බව යි. එබැවින් මාධ්‍ය

කලාව ද නිෂ්පාදන කාර්ය ද මාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයාට විවිධ දේ පැවරීම, පතුරවා හැරීම හා පරාවර්තනය කිරීම පිළිබඳ මාධ්‍ය විචාරයෙන් විමර්ශනය කෙරේ. මාධ්‍යවල පවත්නා ආර්ථික හා සංස්කෘතික පදනමත් බලය හා මුදල් ඉලක්ක කොට මාධ්‍ය නිර්මාණ බිහිවීමත් මෙමගින් විශ්ලේෂණය කළ හැකි ය. එසේ ම මෙම විචාරයට අනුව ධනය හා බලය පිළිබඳ අසමතුලිතතාව සහිත සමාජීය ආයතන මාධ්‍ය විසින් ශක්තිමත් කරනු ලබන ආකාරයත්, මාධ්‍ය ආධිපත්‍යය මගින් පවත්වා ගෙන යනු ලබන ආකාරයත් විමසිය හැකි ය. මෙවැනි විචාර චින්තන නූතන ග්‍රාහකයාට අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය

- මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරකයෝ මනෝවිද්‍යාව ඔස්සේ මාධ්‍ය සන්දේශ අවධානයට ගනිති. ළදරුවන් නොසන්සුන් කිරීමට මාධ්‍ය බලවත් බලපෑම් කරන බව මනෝ විශ්ලේෂණවාදී මතයකි. මෙය අප අවධානයට ගත යුතු ය. වෙළෙඳ දැන්වීම් අපේ මූලික සිහිකල්පනාවන්හි සැඟවුණු සිතුවිලිවලට ආමන්ත්‍රණය කිරීමේ මාර්ගයක් බව ලෝක මනෝ විශ්ලේෂණවාදීහු දක්වති. එමගින් ද අපට නව චින්තන ආලෝකයක් ලැබේ. මේ ඔස්සේ සංකේතාත්මක මාධ්‍ය භාවිතාවන්හි යටි අරුත් විමසිය හැකි ය. ව්‍යාජ සන්නිවේදන හඳුනා ගත හැකි ය. මනෝවිද්‍යාත්මක ව බැලීම මගින් ග්‍රාහක චින්තනය වර්ධනය වේ.
- මනෝ විශ්ලේෂණවාදී විචාරය මගින් මාධ්‍ය සිදුකරන චිත්තවේගී බලපෑම් කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි. මාධ්‍ය මගින් උපදනා සිතුවිලි හා හැඟීම් ආතතියට පත්කරන්නේ කෙසේ ද යන්න විමසයි. එසේ ම වෙළෙඳ දැන්වීම් වැනි මාධ්‍ය ක්‍රියා හේතුවෙන් බිහි වන පුනරුත්ථිතිය මගින් සිදු විය හැකි මානසික බලපෑම් පිළිබඳ අවබෝධයක් ලද හැකි වේ. පූර්ව අත්දැකීම් හා මාධ්‍ය ඇසුර සම්බන්ධ බලපෑම් ග්‍රාහක සාකච්ඡාවට එකතු කිරීම පිණිස ද මෙම විචාර දෘෂ්ටිය උපකාරී කොට ගත හැකි ය. ඊට අමතර ව මාධ්‍ය ඇසුර මගින් ගොඩනැගෙන අන්තර්වර්තී හා අන්තර් පුද්ගල සම්බන්ධතා කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකි ය. මන:කල්පිත ජීවිතවලට තල්ලු කිරීමට මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් හේතුවන අයුරු විමසීමෙන් මාධ්‍ය විචාරය මගින් ප්‍රබල සමාජ පුරවැසියෙකු බිහි කර ගත හැකි බව අවධානයට ගත යුතු වේ.

ස්ත්‍රීවාදී විචාරය

- මෙම විචාරවාදය මතු කරන මූලික පදනම වන්නේ ස්ත්‍රී අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ ව ලිංගිකත්ව සමානාත්මතා පදනම මත සිටි විචාරය කිරීම යි. ස්ත්‍රීවාදී දෘෂ්ටිකෝණය මගින් මාධ්‍යවල කාන්තාවන් අවප්‍රමාණය කරන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරයි. එලෙසින් ජනමාධ්‍යවල කාන්තාවන් අවප්‍රමාණ කිරීමට බලපාන්නා වූ බලය පිළිබඳ ඔවුහු විශ්ලේෂණය කරති. ස්ත්‍රී පුරුෂභාවය පිළිබඳ මෙමගින් උනන්දුවක් දක්වයි. මාධ්‍ය මගින් කාන්තාවන්ට එරෙහිව සිදු වන වෙනස්කම් විශේෂ අවධානයට ගනියි.
- මාධ්‍යවල ගැහැනිය 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 පුරුෂයන් සතු ව පවත්නා බව ද මෙමගින් අපට හඳුනාගත හැකි ය.
- ස්ත්‍රීන් හා ස්ත්‍රීත්වය පිළිබඳ වටිනාකම් බෙදා හැරීම උදෙසා මාධ්‍ය දායක විය යුතු ය. කාන්තා ගැටලු මාධ්‍ය මගින් විකෘති කිරීමෙන් ඒවාට පිතෘ මූලික දෘෂ්ටියක් ලැබේ. ස්ත්‍රීන්ගේ වටිනා බොහෝ පැතිකඩ මාධ්‍ය මගින් නො සලකා හැරීම විචාරයට ගත හැකි විය යුතු ය.

3. මාධ්‍ය සහ සන්නිවේදනයන්හි සම විෂමතා

- සන්නිවේදනය කුමක්ද? එය නිර්මාණය කළේ කාටද? කවු ද? කුමක් සඳහා ද? කුමන මාධ්‍යයකින් ද? යන්න විමසීමෙන් මාධ්‍ය සන්නිවේදනයන්හි සම විෂමතා විචාරය ආරම්භ කළ හැකි වේ. කිසියම් මාධ්‍ය සන්නිවේදනයක් විසුරුවා හැරීම සඳහා නිවැරදි ම ක්‍රමයක් නැත. අපගේ ම දැනුම, විශ්වාසයන්, අත්දැකීම් සහ සාරධර්ම මත පදනම් ව අපි එකිනෙකා වෙත ස් ආකාරයෙන් මාධ්‍ය අර්ථ නිරූපණය කරමු.
- සන්නිවේදනයේ “පෙළ” කුමක්ද? (අප දකින දෙය හෝ අසන දෙය, ලිඛිත හෝ කථික වචන, ඡායාරූප, චිත්‍ර සටහන්, ලාංඡන, නිර්මාණ, සංගීතය, ශබ්ද, ආදිය) එහි එන වචන, රූප හෝ ශබ්ද මඟින් යෝජනා කරන්නේ කුමක්ද? සන්නිවේදනයේ පෙළ (text) යනු කුමක්ද? (එමඟින් සැඟවුණු හෝ නොපෙනෙන අර්ථ ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක්ද?) මාධ්‍ය සන්නිවේදනවල පෙළ (texts) සහ උපපෙළ (subtexts) අඩංගු වේ.
- මාධ්‍ය සන්නිවේදන කුළ පවත්නා වචන, පින්තූර සහ/හෝ ශබ්ද පෙළ (text) වේ. උපපෙළ යනු සන්නිවේදනයේ සැඟවුණු සහ යටත් පවතින අර්ථය යි. මාධ්‍ය නිර්මාණකරු වචන, රූප, ශබ්ද, සැලසුම් සහ අනෙකුත් අංග භාවිත කරමින් සන්නිවේදන සකස් කරන ආකාරය හෙළි කර ගත යුතු ය. මාධ්‍ය නිෂ්පාදකයන්ගේ දෘෂ්ටිකෝණය, ඔවුන්ගේ වටිනාකම් සහ ඒවායේ පක්ෂපාතීත්වය සාකච්ඡා කළ හැකි ය. ඒවායෙහි සැඟවුණු අර්ථයන් ද සොයා ගත හැකි ය.
- මාධ්‍ය සන්නිවේදන, නිර්මාණකරුවන්ගේ වටිනාකම් සහ මත පිළිබිඹු කරයි. සෑම ග්‍රහකයෙකු ම කිසියම් දෘෂ්ටිකෝණයකින් දකියි. මාධ්‍ය මඟින් සන්නිවේදනය කිරීමට අප භාවිත කරන වචන, ශබ්ද සහ රූප අපගේ මත පදනම් ව අපගේ වටිනාකම් සහ ආකල්පයන්ට බලපෑම් කරයි. මෙලෙස පුද්ගලයෝ සන්නිවේදන ඔස්සේ තමන්ගේ ම අර්ථයන් මාධ්‍යයෙන් ලබා ගනිති.
- මාධ්‍යකරුවන් නිශ්චිත ව ඉදිරිපත් කරන සන්නිවේදන, ජනයා ඔවුන්ගේ පූර්ව දැනුම් සහ අත්දැකීම්, ඔවුන්ගේ වටිනාකම් සහ ඔවුන්ගේ විශ්වාසයන් මත පදනම් ව, ඒවා වෙනත් ආකාරයෙන් පිළිගෙන පරිවර්තනය කර ගනිති. මෙයින් අදහස් වන්නේ මාධ්‍යයේ එක ම සන්නිවේදනයන් විවිධ උප පෙළ නිර්මාණය කළ හැකි බවයි. මෙහි දී අප ළඟ ඇති “මාධ්‍ය මෙවලම්” භාවිත කරන්නේ කුමන ආකාරයෙන් ද? එම මාධ්‍ය මඟින් ඉදිරිපත් කරන ලද යහපත් සන්නිවේදන මොනවා ද? කුමනාකාර සාමාන්‍යමක සන්නිවේදන ඉදිරිපත් කරන්නේ ද? යන්න විමසිය යුතු ය.
- මෙම කරුණ යටතේ සියලු ම මාධ්‍ය සන්නිවේදන (රූපවාහිනි වැඩසටහන්, පුවත්පත්, චිත්‍රපටි, වෙළෙඳ දැන්වීම් ආදිය) මිනිසුන් විසින් සාදා හෝ ගොඩනඟා ඇති බව අවධාරණය කෙරෙයි. එම සන්නිවේදන නිර්මාණය කළ තැනැත්තා කවරෙක් ද යන්නත්, මාධ්‍ය සන්නිවේදන ලබාදීමේ අදහස කුමක් ද යන්නත් අප තේරුම් ගත යුතු ය. එසේ ම මාධ්‍ය සන්නිවේදන අපගේ අදහස්, ආකල්ප හා ක්‍රියාවන්ට බලපායි. අප සියල්ලන්ට ප්‍රචාරණ, ප්‍රචාරක, චිත්‍රපටි, පොස් සංගීත, වීඩියෝ ක්‍රීඩා සහ වෙනත් ආකාර මාධ්‍ය වැඩසටහන් බලපා ඇත.
- මාධ්‍ය බලගතු සංස්කෘතික බලවේගයක් වන්නේ එබැවිනි. වික්තවේගීය බලපෑම වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා මාධ්‍ය සන්නිවේදන හැසිරවිය හැකි ය. චිත්‍රපටි සහ රූපවාහිනි නාට්‍යවල තිර රචනය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා විවිධාකාර භාවිතයන් (කැමරා කෝණ, රාමු කිරීම, වේගී කැපීම්, විශේෂ ප්‍රයෝග, ආලෝක සංගීත සහ ශබ්ද ප්‍රයෝග) භාවිත කෙරෙයි. සඟරා, දැන්වීම් හෝ වෙබ් අඩවි

සඳහා ම වමන්කාර ජනක සන්දේශ නිර්මාණය කරයි. සන්දේශ මඟින් මාධ්‍ය මතවාද හා වටිනාකම් හුවමාරු කර ගනියි.

උදා :- ප්‍රවෘත්ති වාර්තා (ගැටලුවක් හෝ සිද්ධියක් නිරාවරණය කිරීම හැරුණු කොට, ප්‍රවෘත්ති වාර්තා මඟින් බලය හා අධිකාරිත්වය පිළිබඳ උපකල්පන ශක්තිමත් කරයි.) සහ විශේෂිත නිෂ්පාදන විකිණීම හැරුණු කොට වෙළෙඳ දැන්වීම් මඟින් පාරිභෝගිකයන්ගේ වටිනාකම් නිරන්තරයෙන් ප්‍රවර්ධනය කරයි.

4. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය

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

නිදසුනක් ලෙස රූපවාහිනි ප්‍රවෘත්ති ධනෝඥවර ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති තුළ වෙළෙඳ භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරන ක්‍රියාවලියට පිවිසිය හැකි අයුරු විමසිය හැකි ය. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය, ආර්ථික, දේශපාලනික හා සංස්කෘතික බලවේග මත බිහි වේ. මෙලෙසින් මාධ්‍ය ධනෝඥවරයේ උපකරණයකි. සමාජීය ආධිපත්‍යයක තත්ත්ව පවත්වා ගැනීමට ධනවත්තු හා බලවත්තු මාධ්‍ය යොදා ගනිති. එමඟින් ඔවුන්ට රුචි මාධ්‍ය මඟින් දෘෂ්ටිවාදය බෙදාහැරීම කරති. රූපවාහිනි හා සිනමාව වැනි මාධ්‍යවල පවත්නා ආධිපත්‍යයක ස්වරූපය ප්‍රබල ය. රූපවාහිනිය දේශපාලනික හා ව්‍යාපාරික පාර්ශ්ව විසින් මෙහෙයවනු ලබන බැවින් ඒ ඒ බලයන්ට යටත් ව මාධ්‍ය සන්දේශ ගොඩ නැගේ.

- සන්දේශයක මූලාශ්‍රය, ග්‍රාහකයා, පෙළ, උපපෙළ, අභිප්‍රේරණ ප්‍රයෝග හා දෘෂ්ටිකෝණ විචාරයට භාජනය කිරීමෙන් සන්දේශයක ස්වභාවය හඳුනා ගැනීමට හැකි වේ. නූතන මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ පෙළ සන්දේශ (text message) බහුල ව දැකිය හැකි ය. මේ විචාර දෘෂ්ටිය ඔස්සේ එවැනි දේ ද විමසීම යෝග්‍ය වේ.
- මාෂල් මැක්ලූහන් නැමති සන්නිවේදන විශේෂඥයා පවසන්නේ “මාධ්‍යය ම සන්දේශය වේ” යනුවෙනි. එමඟින් මාධ්‍ය තාක්ෂණයන්ගෙන් ද සන්දේශ බිහිවන බව කිය වේ. මීට අමතර ව පරස්පර දෘෂ්ටිත් මාධ්‍ය තුළ පවතින බව අපි දනිමු. එසේ වුව එම පරස්පර විරෝධී දෘෂ්ටිවාද සංකේතාත්මක ව ධනවාදී ලෝක දෘෂ්ටිය ඒකාබද්ධ කිරීමක් ලෙස මෙමඟින් අර්ථ දක්වයි. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය සෘජු හා වක්‍ර ලෙස පැවතිය හැකි ය. කිසියම් ප්‍රවෘත්තියක්, සන්දේශයක්, ආයතනික මාර්ගෝපදේශනය, ආයතනික මාධ්‍ය සම්මුති හෝ අධිපත්‍යවාදී මතය මඟින් සකස් කරන සන්දේශයේ දිශානතීන්ට අනුව ගොඩනැගෙන අයුරු විචාරයට ලක් කළ හැකි ය.

5. මාධ්‍ය ආර්ථිකය

- මාධ්‍ය ආර්ථිකය යනු පසුගිය වසර 40 පුරා සැලකිය යුතු වර්ධනයකට ලක් ව ඇති අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයකි. මාධ්‍ය කර්මාන්තය මත ගොඩනැගෙන මාධ්‍ය ආර්ථිකය වෙළෙඳ දැන්වීම් කරුවන්, ග්‍රාහකයා හා මාධ්‍ය අතර නව සම්බන්ධතාවකි.
- සන්නිවේදනය යනු වෙළෙඳ සංස්කෘතියකි. සන්නිවේදන පද්ධති මඟින් වෙළෙඳපොළ සඳහා යටිතල පහසුකම් සපයයි. මාධ්‍ය ආර්ථිකය මාධ්‍ය අයිතිය අධ්‍යයනය කරන නව ප්‍රවේශයකි. මාධ්‍ය ආර්ථිකය දරා සිටින්නේ තොරතුරු සපයන්නන් හා විනෝදාස්වාදය සපයන සැපයුම්

කරුවන් මත ය. මාධ්‍ය සමාගමක් යනු කුමක් ද සහ එහි අභිප්‍රේරණය කුමක් ද හා ඊට අදාළ තරගකාරී වෙළෙඳපල 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, පාරිභෝගිකයන් හා මාධ්‍ය පරිසරය පිළිබඳ ව ය. එලෙසින් නිෂ්පාදකයන්, නරඹන්නන්, දැන්වීම්කරුවන්, ආණ්ඩුව සහ ප්‍රජාව අතර සබඳතා විශ්ලේෂණය සහ අවබෝධ කර ගැනීමට මාධ්‍ය ආර්ථිකය අපට උපකාර කළ හැකි ය.

6. මාධ්‍ය හා තාක්ෂණය

- ඒ ඒ මාධ්‍යයට අදාළ තාක්ෂණය මෙහි ලා අවධානයට ගැනේ. මුද්‍රිත හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය වූ යාන්ත්‍රික මාධ්‍ය ගුවන් විදුලිය හා රූපවාහිනිය ඔස්සේ විද්‍යුත් බවට පත් විය. ඉන් අනතුරු ව සංඛ්‍යාංක මාධ්‍ය ඔස්සේ විවිධ වූ නව මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් බිහි වී ඇත.
- නූතන මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් අවබෝධ කොට ගත යුත්තේ මානුෂීය අර්බුද විසඳන පදනමින් ය. මාධ්‍ය තාක්ෂණය හා නිදහස විමසිය යුතු ය. නිදසුනක් ලෙස අන්තර්ජාලයෙහි පෞද්ගලිකත්වය හා ප්‍රකාශන නිදහස විචාරය යුතු ය. ගෝලීය වශයෙන් මාධ්‍ය තාක්ෂණය භාවිත වන අයුරු හඳුනාගත යුතු ය. පුරවැසි මාධ්‍ය හා අන්තර්ජාල තාක්ෂණය සංඛ්‍යාංකකරණය හා මාධ්‍ය ව්‍යාපාර කෙරෙහි මාධ්‍ය තාක්ෂණය සම්බන්ධ වේ.
- නව මාධ්‍ය හමුවේ රූපවාහිනි වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ විචියෝ, විචියෝ ක්‍රීඩා, සංයුක්ත ගීත, පරිගණක, ජංගම දුරකථන හා අන්තර්ජාල වශයෙන් භාවිත තාක්ෂණය අප අවබෝධ කොට ගත යුතු වේ. සමාජ ජාල අඩවිවල ඡායාරූප, කතා, විචියෝ හා විවිධ කලාත්මක දෑ හුවමාරු කර ගන්නා 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 අසමතුලිතතාව සහ සමාජ විපරිණාමය පිළිබඳ දැනුවත් වීමට මෙම මාධ්‍ය තාක්ෂණය විමසීම වැදගත් වේ. මාධ්‍ය ගෝලීයකරණයේ වාසි සහ ගැටලු ඒ ඔස්සේ අවධානයට ගත හැකි ය. තාක්ෂණය, ගෝලීයකරණය වැනි කරුණු තේරුම් නොගන්නේ නම් අපට විවිධ ගැටලුවලට මුහුණ දීමට සිදු වනු ඇත.
- විවිධ සමාජීය දෘෂ්ටිකෝණ මඟින් මාධ්‍ය සහ තාක්ෂණය විශ්ලේෂණය කර සාකච්ඡා කිරීම ඉතා වැදගත් විචාරශීලී අවශ්‍යතාවකි. මානව සමාජයේ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය උත්සන්න වී ඇති අයුරු හඳුනා ගැනීමට තාක්ෂණයේ බලපෑම විමසිය යුතු ය. එමෙන් ම වර්තමානයේ තාක්ෂණය නවීන සමාජයක් හා දෛනික ජීවිතයක් බවට පරිවර්තනය කරයි. විශේෂිත කාලවල දී විශේෂිත වූ තාක්ෂණික බලපෑම් හා ඒවායෙහි විශේෂිත ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ විමසීම යනාදිය මෙයට අදාළ වේ.
- සිසු සිසුවියන් විවිධ මාදිලියේ මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් හා ගතිකත්වය (බලය, දේශපාලනය, අනන්‍යතාවයන් ආදිය) විමර්ශනය කරන්නේ කෙසේ ද? මාධ්‍ය තාක්ෂණයන්හි වර්ණාවලි (බලය, දේශපාලනය, අනන්‍යතාවන්) ගවේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය විවේචනාත්මක සහ විශ්ලේෂණ අවබෝධය අත්කර ගැනීම මෙම මාතෘකාව යටතේ සාකච්ඡා කළ හැකි ය.

7. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය

- සංස්කෘතික අවබෝධය මාධ්‍ය විචාරයට අත්‍යවශ්‍ය වේ. සංස්කෘතිය විවිධාකාර ය. ජනප්‍රිය, උප, ප්‍රති, ඉහළ සහ පහළ, ප්‍රභූ, ජන ආදී ලෙස සංස්කෘති වර්ග කළ හැකි වේ. රූපවාහිනිය වැදගත් සංස්කෘතික බලවේගයකි. එය සමාජයේ පරමාදර්ශීය හා යථාර්ථවාදී දර්ශනයන් පිළිබිඹු කෙරෙන නීති හා භූමිකා පිළිබඳ පාඩම් සපයයි. එසේ ම රූපවාහිනිය 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 වර්ග, ඒකාකෘති, ධනාත්මක හා ඍණ සංස්කෘතික වටිනාකම් යනාදිය රූපවාහිනි ආබ්‍යානයනවල බෙදාහදා ගනියි. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතියට අදාළ ගුණාංග, ආකල්ප සහ හැසිරීම් මොනවා ද? මාධ්‍ය භූමිකාවන් මානසික ව, චිත්තවේගී ව, ආර්ථික වශයෙන් හෝ ආත්මීය වශයෙන් විචිත්‍ර ලෙස පින්තාරු කර තිබේ ද? විවිධ වැඩසටහන්වල එන වර්තයන්ගේ වචන සහ ක්‍රියාවන් හා වෘත්තන්වලින් සංස්කෘතික වශයෙන් ඍජු ව සහ වක්‍ර ව සන්නිවේදනය කරනු ලබන්නේ කුමක් ද? මේ ආදී කවිකාවකට මාධ්‍ය විචාරය විවෘත විය යුතු ය.

8. මාධ්‍ය හා මායාව

- සංජානනය කිරීමේ දී පුද්ගලයන් වැරදි අත්විඳිනවා නම් ඒවා මිථ්‍යාවන් ලෙස සැලකේ. මාධ්‍ය සන්දේශවල විකෘති කිරීම් ඇතුළත් වේ. මාධ්‍ය මඟින් ගොඩනගන ජනමත මිථ්‍යාව සමඟ බැඳී පවතී. වෙළෙඳ දැන්වීම්වල දැක්වෙන විවිධ සංඥා මඟින් මිථ්‍යා අර්ථ කථන සැපයේ. ප්‍රචාරකයින් මිථ්‍යාව භාවිත කරයි. අප ක්‍රියා කරන ආකාරය පිළිබඳ ව තීරණය වන්නේ, අප තේරුම් ගන්නා පද්ධතිය ගොඩනංවන ආකාරයට අනුව යි. මාධ්‍ය සන්දේශවල පවත්නා මිථ්‍යාවන් ඉන් වෙන් කොට හඳුනා ගැනීම මින් අදහස් කෙරේ. සත්‍ය හෝ අසත්‍ය දෙයක් මාධ්‍ය මඟින් කාලයක් විසුරුවා හරින විට ඒවා සත්‍ය ලෙස පිළිගැනේ.
- වෙළෙඳ දැන්වීම්වල පෙළ හා රූප මඟින් මිථ්‍යාව ජනනය කරයි. එලෙසින් ම දැන්වීම් තුළ සැඟවුණු අර්ථ පවතී. එබැවින් දැන්වීම්කරුවන් මිථ්‍යාව භාවිත කරන්නේ කෙසේ ද යන්න විචාරය කළ යුතු ය. උදාහරණයක් ලෙස මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ වැඩසටහන්වල කාන්තාව හා අලංකාරය අතර ද මිථ්‍යාව පවතී. කාන්තාව විලාසිතාවක් ලෙසත් වෙළෙඳ භාණ්ඩයක් ලෙසත් යොදා ගන්නේ මිථ්‍යාමය අලංකාරය භාවිත කරමිනි.
- මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය අවබෝධ කර ගැනීමට මෙම මිථ්‍යාව අපට උපකාර කරයි.

- මිථ්‍යාව : අප අදහස් කරන විට, අපට අවශ්‍ය විට පමණක් අපි සන්නිවේදනය කරමු.
- යථාර්ථය : අපි නිතර ම 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 ද්වි මාර්ගික ක්‍රියාකාරිත්වයකි.
- මිථ්‍යාව : අපට අන් අයට තොරතුරු ලබා දිය හැකි බව සාමාන්‍ය වැටහීම යි.

යථාර්ථය : ප්‍රමාණාත්මක තොරතුරු නොමැති ව අන් අයට තොරතුරු ලබාදීමට යැමෙන් ගැටලුකාරී තොරතුරු බිහි වීම සිදු වී තව දුරටත් ඒවා ගැටලුකාරී ව වටහා ගත හැකි ය .

විවාරශීලී ග්‍රාහකයා

- මාධ්‍ය මගින් ලැබෙන සෑම තොරතුරක් ම සෑම රූපණයක් ම නිර්මාණය කර ඇත. නැති නම් 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 සක්‍රිය ග්‍රාහකයෙකි. සක්‍රිය ග්‍රාහකයා, තොරතුරු ලැබෙන්නේ කෙසේ ද, කාගෙන් ද, කොහෙන් ද, යන්න විමසයි. සක්‍රිය ග්‍රාහකයෙක් විශ්වාස කළ හැකි මූලාශ්‍රවලින් තොරතුරු ලැබේ ද යි සෑම විට ම විමසා බලයි. මාධ්‍ය සන්දේශ එම ආකාරයෙන් ම බාර නොගැනීමටත් ඒවා පිළිබඳ ප්‍රශ්න කිරීමටත් සක්‍රිය ග්‍රාහකයා යොමු වේ.
- සක්‍රිය 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 අභියෝග
- ඒවා අනුසාරයෙන් අපගේ ම නිර්මාණ නොයෙකුත් ජනමාධ්‍යයන්ට ලබා දීමේ අභියෝග
- සක්‍රිය 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
- මෙම අධ්‍යයනය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ඇති කර ගැනීම සඳහා පමණක් නො ව විවිධ ජනමාධ්‍ය දෙස විවාරශීලී ව බැලීම සහ ඒවා පිටුපස සිටින අදාශ්‍යමාන බලවේග සහ ග්‍රාහකයන් සහ ජනමාධ්‍ය ඇසුරෙන් යම් යම් දේ පිළිබඳ කවරාකාරයෙන් වටහා ගන්නේ දැයි අධ්‍යයනය කිරීම
- සක්‍රිය 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 ද යන්න අපට පෙන්වා දෙයි. ජනප්‍රිය වන්නේ කෙසේ ද, ජීවිතය සාර්ථක කර ගන්නේ කෙසේ ද, ජීවිතයේ අසාර්ථක භාවය නැති කර ගන්නේ කෙසේ ද, සමාජයෙහි ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රධාන බලවේග, ව - විනාකම් සහ සමාජ සංස්ථාවලට අනුකූල ව පුරුදු පුහුණු වීම අපට ඉගැන්වීමට මාධ්‍ය ක්‍රියා කරයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සෑම පුරවැසියෙකු ම බල ගන්වයි. ජනමාධ්‍යවලින් මවන මායාකාරී ලෝකයෙහි යථාර්ථය හඳුනා ගැනීමට විචාරශීලීත්වය අපට මග පෙන්වයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකයකුගේ සතු විය යුතු කුසලතා
 1. විශ්ලේෂණය (Analysis) - මාධ්‍ය සන්දේශයක අන්තර්ගත ව ඇති හෝ සංයෝග වී ඇති ද්‍රව්‍ය, අංශයන් වෙන් කිරීම
 2. තක්සේරුකරණය (Evaluation) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරුකරණය කිරීම
 3. කාණ්ඩකරණය (Grouping) - මාධ්‍ය සන්දේශය කාණ්ඩවලට බෙදා වෙන් කර ගැනීම
 4. අනුමානය (Induction) - අනුමානය කරමින් මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි අතුළත් දේ අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව පිළිබඳ අනුමාන කිරීම
 5. නිගමනය (Deduction) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි පොදු තත්වයන් ඇසුරින් විශේෂිත යමක් නිගමනය කිරීම
 6. සංස්ලේෂණය (Synthesis) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි සමස්තයට ගළපමින් නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම
 7. විදුර්වකරණය (Abstraction) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි හරය සහ වැදගත් කරුණු ඉතා කෙටියෙන් පැහැදිලි ලෙස දැක්වීම

මෙම කුසලතා මාධ්‍ය විමර්ශිලීත්වයට ම පමණක් සීමා නොවන අතර ඇතැම් කුසලතා අපි එදිනෙදා ජීවත් වීමේ දී ද භාවිත කරන්නෙමු. මෙම කුසලතා භාවිත කිරීම සඳහා යම් දැනුමක් අප සෑම කෙනෙකු තුළ ම තිබෙන අතර මේවා වැඩි වැඩියෙන් ප්‍රගුණ කර මාධ්‍ය තොරතුරු අවබෝධ කර ගැනීම අප සෑම වෙත ඇති අභියෝගයකි.

1. විශ්ලේෂණය (Analysis)

මෙයින් අදහස් වන්නේ සන්දේශයක් තේරුම් ගත හැකි ආකාරයෙන් එය කොටස්වලට වෙන් කර ගැනීම යි. මාධ්‍යයන් මඟින් අප වෙත ලැබෙන සන්දේශයක් හෝ තොරතුරු ඒ අයුරින් ම පිළිගැනීමට හෝ එම තොරතුරු වෙන් වෙන් වශයෙන් ගැඹුරින් ඒවායේ අර්ථ අනුව කොටස්වලට වෙන් කර ඒවා ඉදිරිපත් වී ඇති ආකාරය විභාග කිරීමට හැකි වේ. උදාහරණයක් ලෙස පුවත්පතක පළවන පුවතක් ගත් විට එය ලියන පුවත්පත් කලාවේදියාගේ අදහස ඒ ලියවී ඇති ආකාරයට ම පිළිගැනීමට හෝ එම පුවතේ සමබරතාව පරීක්ෂා කිරීමට අපට හැකි ය. එම පුවත, කවරෙක් ද, කුමක්ද, කවර දිනක දී ද, කුමන ස්ථානයක දී ද මක් නිසා ද යන්නෙන් ප්‍රශ්න කර එය සම්පූර්ණ පුවතක් ද, අසම්පූර්ණ පුවතක් ද යනුවෙන්

2. තක්සේරුකරණය (Evaluation)

මෙයින් අදහස් වන්නේ, ප්‍රවෘත්තියක නැත්නම් තොරතුරක යෝග්‍යතාව හෝ අයෝග්‍යතාව තක්සේරු කිරීම යි. මෙහි දී කළ යුත්තේ, ප්‍රවෘත්තියක ඇතුළත් තොරතුරු යම් මිනුම් දණ්ඩකට, ප්‍රමිතියකට අනුව සමාන කර හෝ සංසන්දනය කර බැලීම යි. මාධ්‍ය විශාරදයන් ලියන මති මතාන්තර තොරතුරුවල ඇතුළත් වන විට ඒවා කට පාඩමින් අපගේ ම සිතූම් පැතුම් බවට පත් කර ගැනීම හෝ ඒවා අපගේ ම අදහස් සමඟ සංසන්දනය කර බැලිය හැකි ය. අපගේ ම ප්‍රමිතීන් හා ඒවා සමාන වුවහොත් ඒවා නිවැරදි මති මතාන්තර හෝ අපගේ මතයන්ට වඩා හොඳ මති මතාන්තර ලෙස අපට පිළිගත හැකි ය. එහෙත් අප තුළ ඇති ප්‍රමිති අනුව ඒවා නුසුදුසු යි හෝ අයෝග්‍යය යි දැනුනොත් ඒවා අපට ප්‍රතික්ෂේප කළ හැකි ය.

3. කාණ්ඩකරණය (Grouping)

තොරතුරක, නැතහොත් ප්‍රවෘත්තියක එන කරුණුවල සමාන අසමාන කොටස් සංසන්දනය කිරීම මෙයින් අදහස් කෙරේ. මේ සඳහා වර්ගීකරණ රීතිය Classification rule අපට උපකාර වේ. යම් යම් දේ වර්ග කළ යුත්තේ කෙසේ ද යි 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 සන්සන්දනය කර බලන විට වඩා අර්ථවත්, ගුණාත්මක බවින් යුතු නිවැරදි වර්ගීකරණයක් අපට සාදා ගත හැකි ය.

4. අනුමානය (Induction)

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

5. නිගමනය (Deduction)

මෙයින් අදහස් වන්නේ පොදු කරුණු උපයෝගී කර ගෙන විශේෂ දෙයක් පැහැදිලි කිරීමට උත්සාහ කිරීම ය. මෙලෙස පොදු දේවල් පිළිබඳ වැරදි ආකල්ප අප තුළ පැවතිය හොත් අනෙකුත් කරුණුත් ඒ අයුරින් වැරදි ලෙස විස්තර කිරීමට අප පෙලඹිය හැකි ය.

6. නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම (Synthesis)

මෙයින් අදහස් වන්නේ තිබෙන කොටස් එකතු කර, අලුත් ව්‍යුහයක් ගොඩ නගා ගැනීම යි. ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා 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, විශ්වසනීයත්වය, ප්‍රසන්න බව අප තක්සේරු කළ යුතු ය. අපට හොඳ ය යි සිතෙන කරුණු අප තුළ තිබෙන ඥාන ව්‍යුහයන් සමඟ එකතු කර ගත යුතු ය. අලුත් ඥාන ව්‍යුහ නිර්මාණය කිරීම හෝ අලුත් රටාවක් සලකා බැලීම මේ නිසා සිදු වේ. ඒ නිසා නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම යනු අපට ලැබෙන අලුත් ම මාධ්‍ය තොරතුරු

රටාවක් සලකා බැලීම මේ නිසා සිදු වේ. ඒ නිසා නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩ නැගීම යනු අපට ලැබෙන අලුත් ම මාධ්‍ය තොරතුරු නැවත සකසා, තෝරා බේරා අප තුළ තිබෙන දැන ව්‍යුහයන් අලුත් කර ගැනීම යි.

7. විශුක්තිකරණය (Abstraction)

මෙයින් අදහස් කෙරෙන්නේ තොරතුරක අඩංගු හරය නිරවුල් ව පැහැදිලි ව කෙටියෙන් සම්පිණ්ඩණය කිරීම යි. උදාහරණයක් වශයෙන් මාධ්‍යයක් මගින් ලබා දෙන සන්දේශයක් තවත් අයෙකුට විස්තර කරන විට හෝ එම සන්දේශය ම නැවතත් අපගේ මනසින් මතක් කර ගන්නා විට අප විසින් මෙම කුසලතාව ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබයි. මෙම කුසලතාව ඉතා හොඳින් පෙන්විය හැක්කේ මාධ්‍යයෙන් ඉදිරිපත් වන සන්දේශයන් කියවෙන පුළුල් අර්ථයෙහි මූලික අදහස ඉතා සංක්ෂිප්ත ව ග්‍රහණය කර ගැනීමෙනි.

ඇගයීම :

1. මාධ්‍ය විචාරය යන්න පැහැදිලි කරන්න.
2. මාධ්‍ය සන්දේශ විචාරාත්මක ව තේරුම් කර ගැනීම දෛනික ජීවිතයේ දී මාධ්‍ය ග්‍රහණයට හසුවීමෙන් පුද්ගලයා වළක්වා තබයි.' විමර්ශනය කරන්න.
3. විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙකු සතු විය යුතු ලක්ෂණ හා විචාරශීලී වීමේ අවශ්‍යතාව පැහැදිලි කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 6.3 මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණය පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව විචාරශීලී ව කටයුතු කරයි.
- කාලච්ඡේද : 22 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීමේ මූලික කරුණු හඳුන්වා දෙයි.
 - තෝරා ගත් මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගැනීමට හැකි මූලික කරුණු කිහිපයක් මෙහි සඳහන් වේ. විවිධ මාධ්‍ය ස්වරූපයන් අනුව සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා තවත් මෙවැනි කරුණු රැසක් අදාළ කර ගත හැකි ය.

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. අර්ථය | - Meaning |
| 2. අදාළ බව | - Appropriateness |
| 3. පෙලඹවීම | - Motivation |
| 4. පක්ෂපාතීත්වය | - Bias |
| 5. විශ්වසනීයත්වය | - Credibility |
| 6. විකෘතිකරණය | - Distortion |
| 7. සඵලතාව | - Effectiveness |
| 8. ශූර මෙහෙයවීම | - Manipulation |
| 9. ඒකාකෘතික බව | - Stereotype |
| 10. ඇගයීම | - Evaluation |

1. අර්ථය

- අර්ථය යනු සෘජු ප්‍රකාශිත නොවන යමක් පිළිබඳ පැහැදිලි ව සන්නිවේදනය කිරීම යි. එනම් එය වචනයක්, පාඨයක්, සංකල්පයක් හෝ ක්‍රියාවක අදහස කියා පෑම යි. මෙලෙසින් අදහස් කරන හෝ ප්‍රකාශිත හෝ ඇඟවුම් කර ඇති දේ අර්ථය නම් වේ.
- එසේ ම අර්ථය යනු යම් දෙයක් පිළිබඳ සමකාලීන පැවැත්මට අදාළ වටිනාකමකි. අර්ථය වාග් විද්‍යාත්මක ව භාෂා භාවිතය මගින් සන්නිවේදනය කරනු ලබයි. අනෙක් අතින් අර්ථය මනෝවිද්‍යාත්මක ආස්ථානයකි. ජීවිතයේ අර්ථය මිනිස් පැවැත්මේ ස්වභාවය පිළිබඳ සංකල්පය යි.

- වාග්විද්‍යාව තුළ භාෂාමය ප්‍රකාශනයක ආරම්භක අර්ථයට වඩා ඇතැම් විට එහි අවසාන අර්ථය වෙනස් විය හැකි ය. නිදසුනක් ලෙස “ආදරය” සහ “දෙවියා” යන යෙදුම්වල විවිධ අර්ථයන් ඇති බව විමසිය හැකි ය.
- සන්නිවේදකයා යම්කිසි අවස්ථාවක දී යමක් ප්‍රකාශ කිරීමෙන් අදහස් වන්නේ කුමක් ද? යන්න සැඟවුණු අරුත් ගෙන දේ. උදාහරණ : “මම ගිහින් එන්නම්” යන්නෙන් ඇඟවුම් කරන්නේ යන බව යි. එන බවක් නො වේ. “මට සීතලයි” යන වාක්‍යයේ අර්ථය කවුළුව වසා දැමීමේ ඉල්ලීමක් හෝ පොරවා ගැනීමට රෙද්දක් ඉල්ලීම විය හැකි ය. එබැවින් මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණයේ දී සන්දේශයෙන් සන්නිවේදනය වන අර්ථ උපදනා අයුරු පරිස්සමින් හඳුනාගත යුතු ය යන්න මෙමඟින් කියවේ.

2. අදාළත්වය

- අදාළත්වය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ සන්දේශයට අදාළ අන්තර්ගතයේ ද ඊට අදාළ ආබ්‍යානය, අනුක්‍රමය, සමබරතාව, සුසංයෝගය හා ප්‍රමාණාත්මක බව මනා ලෙස ගැලපීම යි. ඒ සඳහා තාක්ෂණය ද උචිත විය යුතු ය.
- ජනමාධ්‍ය භාවිතයේ යෝග්‍යතාව, තත්ත්වය, අවශ්‍යතාව සහ මාධ්‍ය ලක්ෂණ අතර ගැලපීම් මත රඳා පවතී. කිසියම් විශේෂිත අරමුණක් සඳහා විශේෂිත සමාජ සන්දර්භයක විශේෂිත ප්‍රේක්ෂකයෙකු වීම ම යෝග්‍යතාවකි. එසේ ම යෝග්‍යතාව යනු කථාවක් වටහා ගත හැකි ප්‍රමාණයකි.
- අපේක්ෂිත අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සන්දර්භයේ අවශ්‍යතාවන්ට ගැලපෙන සුදුසු තාක්ෂණයක් විය යුතු ය. අදාළත්වය එකිනෙකාගේ රුචි අරුචිකම් මත තීරණය විය යුතු වුව ද වඩාත් වැදගත් වන්නේ මනා අවබෝධයකින් යුතු ව විචාරශීලී ව අදාළත්වය තක්සේරු කිරීම යි.

3. අභිප්‍රේරණය

- අභිප්‍රේරණය නිරන්තර ව සිදු කෙරෙන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියකි. මෙහි දී අභිප්‍රේරණය යනු මාධ්‍ය මඟින් පුද්ගල විශ්වාසයන්, ආකල්ප, අභිප්‍රාය, හෝ හැසිරීම කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කර පිළිගැනීමට යටත් කිරීම යි. මාධ්‍ය සන්දේශ කෙරෙහි විශ්වසනීයත්වය ඇති කිරීම අභිප්‍රේරණයකි. විවිධ ලාංඡන මඟින් ඒත්තු ගැන්වීම කළ හැකි ය. බොහෝ විට වාණිජ සන්දේශවලට අප යටත් වන්නේ සන්නාමික ලාංඡන මඟිනි. එපමණක් නො ව ව්‍යාධි සහ විත්තවේග ද සන්දේශ මඟින් අභිප්‍රේරණය කළ හැකි ය.
- අභිප්‍රේරණ ප්‍රධාන මානයන් තුනකි.
 - ආකල්ප වෙනස් කිරීම
 - හැසිරීම් වෙනස් කිරීම
 - කාලයක් සමඟ වෙනස් කිරීම
- මාධ්‍ය අභිප්‍රේරණය මඟින් පුද්ගලයා සිය ආකල්ප, චර්යාවන් වෙනස් කර ගන්නා ආකාරය හඳුනා ගැනීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකි ය. මාධ්‍ය සන්දේශ කිහිපයක් විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් පුද්ගලයා අභිප්‍රේරණය වන ආකාරය විමසා බැලිය හැකි ය.

4. පක්ෂපාතීත්වය

- පක්ෂපාතීත්වය ලෙස සලකනු ලබන්නේ යම් ආකාරයකට එක් පුද්ගලයෙකුට හෝ කණ්ඩායමට විශේෂත්වයක් දැක්වීම යි. පක්ෂපාතීත්වය යනු අගතිය යි. සාධාරණ හේතු හෝ ප්‍රමාණවත් දැනුමක් නොමැති වනිගමනයකට එළඹීම හෝ යම් අදහස් මත පදනම් වූ මතයක් දැරීම යි.

- මෙම ප්‍රවෘත්ති ගැන සලකා බලන්න.

1. "800කට වැඩි පිරිසක් මෙම උද්ඝෝෂණයට සහභාගී වූහ"
2. "1000කට වඩා අඩු ප්‍රමාණයක් විරෝධතා දැක්වීම සඳහා පෙනී සිටියහ."

- ප්‍රවෘත්ති පක්ෂග්‍රාහීත්වය අනාවරණය කරන්නේ කෙසේ ද?

මූලාශ්‍රය තෝරා ගැනීම

මූලාශ්‍රය ගොඩනගන දිශානතිය

සම්මුඛ සාකච්ඡා සඳහා පුද්ගලයන් තෝරා ගන්නා ආකාරය

වාර්තාකරු එම සිදු වීම පවසන ආකාරය

යොදා ගන්නා ඡායාරූප සංස්කරණය ආදිය මත ප්‍රවෘත්ති බිහි වේ.

- ඇතැම් සන්දේශවල යම් නිශ්චිත කරුණු හෝ විස්තර කපා හැර අනෙකක් ඇතුළත් කරනු ලැබේ. ඒ අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇති වේ. පාඨකයන් හෝ නරඹන්නන් කතන්දරය ගැන සිතන ආකාරය මත ද පක්ෂ ග්‍රාහීත්වය වෙනස් විය හැකි ය.

- කිසියම් සන්දේශයක සම්පූර්ණ කථාව තේරුම් ගැනීමට විවිධ මාන කිහිපයක් විමසීම වැදගත් වේ. කථාවක් ඇසුරෙන් මිනිසුන් කම්පා කරවන ආකාරයට ප්‍රවෘත්තියක් ලිවිය හැකි ය. එසේ ම ප්‍රවෘත්ති ස්ථානගත කිරීමට අනුව ද පක්ෂපාතීත්වය ඇති වේ.

- ප්‍රවෘත්තියක ඡායාරූපයට අප සිතන ආකාරයට එරෙහි ව බලපෑම් කළ හැකි ය. පුවත්පත්වල හෝ විද්‍යුත් මාධ්‍ය ප්‍රවෘත්ති විකාශනයේ අවසානයේ ප්‍රවෘත්තිවල වැදගත්කම අඩු ය. නිදසුනක් වශයෙන් ප්‍රවණ්ඩත්වය පිළිබඳ කතාවක් ඇත්තේ පුවත්පතෙහි මුල් පිටුවෙහි නම් එය වඩාත් අවධාරණය වනු ඇත. පුවත්පත පිටුපස කුඩාවට ප්‍රවෘත්තිය හසුරුවන්නේ නම් එය අඩු වැදගත්කමකින් යුක්ත වනු ඇත.

නිදසුන - 1 ශීර්ෂ පාඨ- "මත්කුඩු හොරෙන් ගෙනා ජාතික කතක් ගුවන් තොටුපලේ දී අත් අඩංගුවට"

නිදසුන - 2 සංඛ්‍යාලේඛන - සංඛ්‍යා දත්ත සහ සංඛ්‍යා ලේඛන මත ග්‍රාහකයා සිතන ආකාරය වෙනස් කළ හැකි ය.

"පාසල සඳහා අරමුදල් රැස් කරන්නෙකු 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 ප්‍රචාරකයාගේ හැඟීම් ගැන අපට හැඟෙන ආකාරය වෙනස් කළ හැකි ය. ප්‍රචාරකයා නිවේදකයෙකුගේ හඬ ස්වරයෙන් අපට බලපෑම් කළ හැකි ය.

නිදසුන් - 4

මූලාශ්‍ර පාලනය - කතන්දරය ආරම්භ වන්නේ කොහෙන් ද? කතන්දරයේ මූලාශ්‍රය කවුද? ඔබ ඇසීම හෝ කියවීම කරනුයේ කවරෙකුගේ දෘෂ්ටි කෝණයක් ද?

- සන්දේශයක පක්ෂපාතීත්වය විවිධ අයුරින් සිදු විය හැකි බැවින් ඒවා විචාරාත්මක ව විමසීමෙන් නිසි අවබෝධයකට පැමිණිය හැකි ය. අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරුවලින් මඟ හැරීම, මූලාශ්‍ර තෝරා ගන්නා ආකාරය, කතා තෝරාගන්නා ආකාරය, ස්ථානය තෝරා ගන්නා ආකාරය, හඳුන්වා දෙන ආකාරය අනුව, තොරතුරු ගමන් කරනා වේගය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ගොඩනැගේ.

5. විශ්වසනීයත්වය

- මූලාශ්‍රයේ විශ්වසනීයත්වයට දැනුම ලෙස අධ්‍යාපනය හා අත්දැකීම් ද හැකියාව ලෙස භෞතික හා මානසික සාධක ද අදාළ වේ. අභිප්‍රේරණය ඔස්සේ අගතිය ඇතුළු ආශා විශ්වාසයන් ලෙස විවිධාකාරයෙන් ක්‍රියා කළ හැකි ය. “සන්නිවේදකයෙකුගේ විශ්වසනීයත්වය යනු පිළිගත් විනිශ්චයකි” යන්න මේ සම්බන්ධ ප්‍රකට මතයකි. ලබන්නා මත පදනම් වූ ඉදිරිපත් කිරීමක් 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.

- විශ්වසනීයත්වය සඳහා විශ්ලේෂණ ප්‍රවේශ

ප්‍රාථමික මාන

- විශේෂඥතාව (නිපුණතා)
- විශ්වාස කළ හැකි බව (ආරක්ෂාව)
- කීර්ති නාමය (සැලකිල්ලක් දැක්වීම)
- සමාජීයභාවය
- සිත් ඇදගන්නා සුලු බව

ද්විතියික මාන

ගතිකත්වය

තැන්පත් බව

සමාජීයභාවය

සිත් ඇද ගන්නා සුලු 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 විවෘත ව ඇත.
- මෙලෙසින් විශ්වසනීයත්වය යනු ලබන්නන් විසින් සන්නිවේදකයන්ට ලබා දෙන විචල්‍යයකි. විශ්වසනීයත්වය ඇතැම් විට තහවුරු කරගත නොහැකි ය. එය ආරෝපණය කිරීමේ ස්වභාවයක් ද 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 විශ්වසනීයත්වය 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 යනු ලබන නාලිකා හෝ විවිධ ආකාරයේ මැදිහත්වීම්වලින් සන්දේශය විකෘති කිරීම වලට 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 සම්පාදකයන්ගේ ඉදිරිපත් කිරීම්වලට බලපෑම් කිරීමෙන් විකෘති කිරීම්වලට දායක විය හැකි ය. අතිශයෝක්තියට නැඟීමෙන්, නින්දා කිරීමෙන් සන්දේශයක් විකෘති කළ හැකි ය. අනුවර්තී (harmonic), වක්රෝත්තිභරණය (disambiguation), ප්‍රත්‍යක්ෂණ (cognitive), පාර්ශ්වීය (phase), විස්තර විශාල කිරීම (amplitude), පර්යාලෝකය (perspective) ආදී විකෘතිකරණ බොහෝ සෙයින් පවතී. ඒවා අප විචාරාත්මක ව හඳුනාගත යුතු වේ.

7. සඵලත්වය

- අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵලය ඉදිරිපත් කිරීමේ දී කිසියම් සාර්ථකත්වයක් ලබා කර ගැනීම සඵලත්වය යි. 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.
- මාර්ගෝපදේශ නොමැති ව, අපේ ම සන්දේශය ඇගයීම ආත්මීය ව්‍යායාමයක් වේ. එබැවින් ඒවා මැනීම සඳහා යම් වෛෂයික ප්‍රමිතීන් ඇති කිරීම ප්‍රයෝජනවත් ය.
- ඵලදායී සන්දේශයක් සඳහා ප්‍රධාන ගුණාංග හතරක් තිබේ.

සරල බව (Simplicity)

විශේෂත්වය (Specificity)

ව්‍යුහය (Structure)

ඇලීම (Stickiness)

සරල බව

සන්දේශයක සරල බව සහතික කර ගැනීම සඳහා ප්‍රශ්න දෙකක් ඇසිය යුතු ය.

අරමුණ පැහැදිලි ද?

ප්‍රධාන සන්දේශය පැහැදිලි ද?

සන්දේශයක අරමුණ වනුයේ දැනුම් දීම, ඒත්තු ගැන්වීම හෝ විනෝද වීම ය. අරමුණ දැන ගැනීමෙන් තොරතුරු හා සංවිධානය ගැන අපට හැඟවෙනු ඇත. අප කථන දත්ත මත දැඩි ලෙස රඳා පවතින බව මනෝවිද්‍යාත්මක සත්‍යයකි.

විශේෂත්වය

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

භාෂාව විශේෂිත ද?

භාෂාව අනවශ්‍ය ලෙස සංයුක්ත වේ ද?

සන්දේශය තුළ තෝරා ගත් වචනවලට අදාළ අර්ථකථනයන්ගෙන් බිහිවන මෙම චිත්තවේගීය සම්බන්ධතාව අරමුණට විරුද්ධ ව කටයුතු කරන්නේ ද?

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

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 නරක 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 වෙළෙඳ 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 දැන්වීම්කරුවන් සකසා ගනියි.

ඇලීම

සන්දේශයකට ඇලීම අතිශය සංකීර්ණ මානසික ක්‍රියාවලියකින් සිදු වන්නකි. එයට සමාජ, සංස්කෘතික වටිනාකම් සේ ම සන්දේශය ගොඩනගනා ආකාරය ද බලපායි. විශේෂයෙන් සන්දේශ කෙරෙහි ඇලීමට සරල බව, අනපේක්ෂිත බව, සන්දේශයේ ශක්තිමත්භාවය, විශ්වසනීයත්වය, හැඟීම් උත්පාදනය හා කතන්දරයක් වීම යනාදිය ප්‍රධාන මූලධර්මයන් වේ.

8. ශූර මෙහෙයවීම

- සන්දේශයක ශූර මෙහෙයවීම යනු විශේෂිත අවශ්‍යතාවන්ට අනුකූල වන ප්‍රතිරූපයක් හෝ තර්කයක් නිර්මාණය කරන සම්බන්ධ මාලාවකි.
- එවැනි උපක්‍රමවලට තර්කාන්විත මෙහෙයවීම, මානසික හැසිරවීම, මුළුමනින් ම රැවටීම, පුරසාරම් හා ප්‍රචාරක ශිල්ප ක්‍රම භාවිත කිරීම ඇතුළත් විය හැකි ය. සමහර පුද්ගලයන් හෝ කණ්ඩායම් දක්වන 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 තාක්ෂණය බොහෝ විට යොදා ගැනේ. බෙහෙවින් ප්‍රධාන සිදුවීම් මඟින් දුරස්ථ කිරීම, ඡායාරූප හැසිරවීම හා විවිධයෝ 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 සත්‍යතාව
- සම්බන්ධතාව (Relation) පූර්ව අදහස් මඟින් තහවුරු කර ඇති සංවාදයෙහි සම්බන්ධතාවන්
- ආකාරය (Manner) - යමක් ප්‍රකාශ කර ඇති ආකාරය පිළිබඳ ව අපේක්ෂා

9. ඒකාකෘතික බව

- ඒකාකෘතිකත්වය යනු "සියලු ම සාමාජිකයන්ට නිතර ම යෙදෙන සමූහයක ස්ථාවර මානසික ස්වරූපයකි." විශ්වය පිළිබඳ අපගේ දැනුම බොහෝ විට අසම්පූර්ණ ව අත් දැක ඇති අතර අප විසින් වෙනත් කණ්ඩායම්වල පූර්ව නිගමනවලට අනුකූල වන පරිදි තොරතුරු වෙන් කර ගැනීමට උත්සාහ කරයි.
- ලිංගිකත්වය සහ වාර්ගික හා වාර්ගික අගතීන්ගේ නිසැක ව ම අපේ ඒකාකෘති මතයන් වඩාත් විවාදාත්මක අයුරින් සම්බන්ධ වේ. උනන්දුවක් දක්වන පුද්ගලයන්ගෙන් බොහෝමයක් පුද්ගලයන් පෞද්ගලික ව අත්දැකිය නොහැකි වූ විට පරිසරය පිළිබඳ ඔවුන්ගේ දුප්පත් දැනුම පොහොසත් කිරීම සඳහා අන් අයගේ සාක්ෂි මත රඳා පවතී.
- තොරතුරු හා විනෝදාස්වාදය සඳහා මාධ්‍ය බලගතු ලෙස සමාජ වටිනාකම් සම්ප්‍රේෂණය කරයි. එබැවින් නොකළ සංස්කෘතික බලපෑම නිසා ජනමාධ්‍යවේදීන් ඒකාකෘති හා යථාර්ථයන් අතර පවත්නා වෙනස්කම් අවබෝධ කර ගැනීමටත්, සැබෑ ලෝකයේ වෙනස්කම් සිදු කරන ඒකාකෘති නිරූපණයන්ට එරෙහි ව 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.
- පූර්ව අත්දැකීම්වලින් උපුටා ගත් උපකල්පන මත පදනම් වූ කණ්ඩායම් ඒකාකෘතික ය. ඒකාකෘතිකත්වය යනු නව තොරතුරු හඳුන්වා දීමේ දී එය වෙනස් කිරීමට අසමත් විය හැකි නම් අපි එය අගතියාමි, පක්ෂග්‍රාහී යනුවෙන් හඳුන්වමු. (උදා: ලිංගිකත්වය, ජාතිවාදය)
- සිරස්තලවල ඒකාකෘතික බව මෙසේ විමසිය හැකි ය.

මෙම වර්ග සහ රූපය අපට පවසන්නේ කුමක් ද?

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

ප්‍රේක්ෂකයන්ගේ හැඟීම් කෙරෙහි එවැනි ඒකාකෘති බල පවත්වන බව ගැන සිතන්නේ කෙසේ ද?

මාධ්‍යයන් ඒකාකෘති භාවිත කරන්නේ ඇයි ?

- මිනිසුන් විශාල පිරිසක් එක සමාන ව සිතීම ඒකාකෘතිකත්වය ප්‍රේක්ෂකයන් දිරි ගන්වයි. බොහෝ විට එම අවස්ථාවල ඍණාත්මක ලක්ෂණ හට ගනියි. ඒකාකෘති සමඟ එකඟ වන තොරතුරු තෝරා ගන්නා අතර එකඟ නොවන තොරතුරු නොසලකා හැරීමට ඔවුන් යොමු කරයි.

10. අගැයීම

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

“සන්දේශය ” යනු කුමක් ද?

ඔබ වඩාත් ම කැමති කුමන සන්දේශයන්ට ද? ඒ මන් ද?

මාධ්‍යයෙන් ඔබට ලැබුණු තොරතුරු ඇත්තට ම හොඳ ද?

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

සන්දේශය නිර්මාණය කළේ කවරෙක් ද? 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 වේ ද?

සන්දේශය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේ ද යන්න ග්‍රාහකයාට බලපෑම් කරන්නේ කෙසේ ද?

විවිධ පුද්ගලයන්, ස්ථාන සහ තම සංස්කෘතීන් මාධ්‍යයෙන් නිරූපණය කරන්නේ කෙසේ ද? සාමාන්‍යකරණයක් හෝ ඒකාකෘති තිබේ ද? මිනිස්සු හෝ සංස්කෘතීන් නැති වී තිබේ ද? මිනිසුන්, ස්ථාන සහ සංස්කෘතීන්ගේ නිරූපණයට බලපෑමක් ඇති කරන්නේ කෙසේ ද?

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

සන්දේශය කීමෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක් ද?

සන්දේශය ග්‍රාහකයන්ට කවර ලෙසින් අර්ථවත් වන්නේද?

නිෂ්පාදනය සන්දේශයේ අර්ථය ගෙන එන්නේ කෙසේ ද සහ ඒ ඇයි?

- විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ මෙසේ විශ්ලේෂණය කළ හැකි වේ. පටිගත කරන ලද ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය සන්දේශයක්, ගීතයක්, රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීමක්, වාර්තා වැඩසටහනක්, සමාජ මාධ්‍ය සන්දේශයක් වැනි ඕනෑ ම මාධ්‍ය සන්දේශයක් විචාරයට ලක් කිරීමෙන් විචාරශීලීත්වය වර්ධනය කර ගත හැකි වේ.

- මෙහි දැක්වෙනුයේ ප්‍රචන්දනක 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 ය.



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.

පාරිභාෂක 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. Waston James and Hill Anne , A Dictionary of Communication and Media Studies, India, Universal book stall, 1991
3. Potter James W., Media literacy, 5th edition,U.S.A, 2011