සන්නිවේදනය
හා
මාධ්‍ය අධ්‍යයනය
11 ශ්‍රේණිය

අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සියලු ම පෙළපොත් ඉලෙක්ට්‍රොනික් මාධ්‍යයෙන් ලබා ගැනීමට www.edupub.gov.lk වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන්න.

පළමු වන මුද්‍රණය 2015
දෙවන මුද්‍රණය 2016
තෙවන මුද්‍රණය 2017
සිව්වන මුද්‍රණය 2018
පස්වන මුද්‍රණය 2019
හයවන මුද්‍රණය 2020

සියලු හිමිකම් ඇවිරිණි.

ISBN 978-955-25-0429-7

ශ්‍රී ලංකා ජාතික ගීය

ශ්‍රී ලංකා මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා
සුන්දර සිරිබරිනී, සුරැඳි අති සෝබමාන ලංකා
ධාන්‍ය ධනය නෙක මල් පලතුරු පිරි ජය භූමිය රම්‍යා
අපහට සැප සිරි සෙත සදනා ජීවනයේ මාතා
පිළිගනු මැන අප භක්ති පූජා
නමෝ නමෝ මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා
ඔබ වේ අප විද්‍යා - ඔබ ම ය අප සත්‍යා
ඔබ වේ අප ශක්ති - අප හද තුළ භක්ති
ඔබ අප ආලෝකේ - අපගේ අනුප්‍රාණේ
ඔබ අප ජීවන වේ - අප මුක්තිය ඔබ වේ
නව ජීවන දෙමිනේ නිතින අප පුබුදු කරන් මාතා
ඥාන වීර්‍ය වඩවමින රැගෙන යනු මැන ජය භූමි කරා
එක මවකගෙ දරු කැල බැවිනා
යමු යමු වී නොපමා
ප්‍රේම වඩා සැම භේද දුරැර ද නමෝ නමෝ මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා

අපි වෙමු එක මවකගෙ දරුවෝ
එක නිවසෙහි වෙසෙනා
එක පාටැති එක රුධිරය වේ
අප කය තුළ දුවනා

එබැවිනි අපි වෙමු සොයුරු සොයුරියෝ
එක ලෙස එහි වැඩෙනා
ජීවත් වන අප මෙම නිවසේ
සොඳින සිටිය යුතු වේ

සැමට ම මෙත් කරුණා ගුණෙනී
වෙළී සමගි දමිනී
රන් මිණි මුතු නො ව එය ම ය සැපතා
කිසි කල නොම දිරනා

ආනන්ද සමරකෝන්

"අලුත් වෙමින්, වෙනස් වෙමින්, නිවැරදි දැනුමෙන්
රටට වගෙ ම මුළු ලොවට ම වෙන්න නැණ පහන්"

ගරු අධ්‍යාපන අමාත්‍යතුමාගේ පණිවුඩය

ගෙවී ගිය දශක දෙකකට ආසන්න කාලය ලෝක ඉතිහාසය තුළ සුවිශේෂී වූ තාක්ෂණික වෙනස්කම් රැසක් සිදුවූ කාලයකි. තොරතුරු තාක්ෂණය, සන්නිවේදනය ප්‍රමුඛ කරගත් සෙසු ක්ෂේත්‍රවල ශීඝ්‍ර දියුණුවත් සමඟ වත්මන් සිසු දරු දැරියන් හමුවේ නව අභියෝග රැසක් නිර්මාණය වී තිබේ. අද සමාජයේ පවතින රැකියාවල ස්වභාවය නුදුරු අනාගතයේ දී සුවිශේෂී වෙනස්කම් රැසකට ලක් වනු ඇත. එවන් වටපිටාවක් තුළ නව තාක්ෂණික දැනුම සහ බුද්ධිය කේන්ද්‍ර කරගත් සමාජයක වෙනස් ආකාරයේ රැකියා අවස්ථා ද ලක්ෂ ගණනින් නිර්මාණය වනු ඇත. ඒ අනාගත අභියෝග ජයගැනීම වෙනුවෙන්, ඔබ සවිබල ගැන්වීම අධ්‍යාපන අමාත්‍යවරයා ලෙස මගේත්, අප රජයේත් ප්‍රමුඛ අරමුණයි.

නිදහස් අධ්‍යාපනයේ මාහැඟි ප්‍රතිලාභයක් ලෙස නොමිලේ ඔබ අතට පත් වන මෙම පොත මනාව පරිශීලනය කිරීමත්, ඉන් අවශ්‍ය දැනුම උකහා ගැනීමත් ඔබේ ඒකායන අරමුණ විය යුතු ය. එමෙන් ම ඔබේ මවුපියන් ඇතුළු වැඩිහිටියන්ගේ ශ්‍රමයේ සහ කැපකිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස රජය විසින් නොමිලේ පාසල් පෙළපොත් ඔබ අතට පත් කරනු ලබන බව ද ඔබ වටහා ගත යුතු ය.

ලෝකය වේගයෙන් වෙනස් වන වටපිටාවක, නව ප්‍රවණතාවලට ගැළපෙන අයුරින් නව විෂය මාලා සකස් කිරීමටත්, අධ්‍යාපන පද්ධතිය තුළ තීරණාත්මක වෙනස්කම් සිදු කිරීම සඳහාත් රජයක් ලෙස අප කටයුතු කරන්නේ රටක අනාගතය අධ්‍යාපනය මතින් සිදු වන බව අප හොඳින් ම අවබෝධ කරගෙන සිටින බැවිනි. නිදහස් අධ්‍යාපනයේ උපරිම ප්‍රතිඵල භුක්ති විඳිමින්, රටට පමණක් නොව ලොවට ම වැඩදායී ශ්‍රී ලාංකික පුරවැසියකු ලෙස නැඟී සිටින්නට ඔබ ද අදිටන් කරගත යුතු වන්නේ එබැවිනි. ඒ සඳහා මේ පොත පරිශීලනය කිරීමෙන් ඔබ ලබන දැනුම ද ඉවහල් වනු ඇති බව මගේ විශ්වාසයයි.

රජය ඔබේ අධ්‍යාපනය වෙනුවෙන් වියදම් කරන අතිවිශාල ධනස්කන්ධයට වටිනාකමක් එක් කිරීම ද ඔබේ යුතුකමක් වන අතර, පාසල් අධ්‍යාපනය හරහා ඔබ ලබා ගන්නා දැනුම හා කුසලතා ඔබේ අනාගතය තීරණය කරන බව ද ඔබ හොඳින් අවබෝධ කර ගත යුතු ය. ඔබ සමාජයේ කුමන තරාතිරමක සිටිය ද සියලු බාධා බිඳ දමමින් සමාජයේ ඉහළ ම ස්තරයකට ගමන් කිරීමේ හැකියාව අධ්‍යාපනය හරහා ඔබට හිමි වන බව ද ඔබ හොඳින් අවධාරණය කර ගත යුතු ය.

එබැවින් නිදහස් අධ්‍යාපනයේ උපරිම ප්‍රතිඵල ලබා, ගෞරවනීය පුරවැසියකු ලෙස හෙට ලොව දිනන්නටත් දේශ දේශාන්තරවල පවා ශ්‍රී ලාංකේය නාමය බබළවන්නටත් ඔබට හැකි වේවා! යි අධ්‍යාපන අමාත්‍යවරයා ලෙස මම ශුභ ප්‍රාර්ථනය කරමි.

අකිල විරාජ් කාරියවසම්
අධ්‍යාපන අමාත්‍ය

පෙරවදන

ලෝකයේ ආර්ථික, සමාජීය, සංස්කෘතික හා තාක්ෂණික සංවර්ධනයත් සමඟ අධ්‍යාපන අරමුණු වඩා සංකීර්ණ ස්වරූපයක් ගනී. මිනිස් අත්දැකීම්, තාක්ෂණික වෙනස්වීම්, පර්යේෂණ සහ නව දර්ශක ඇසුරෙන් ඉගෙනීමේ හා ඉගැන්වීමේ ක්‍රියාවලිය ද නවීකරණය වෙමින් පවතියි. එහිදී ශිෂ්‍ය අවශ්‍යතාවලට ගැළපෙන ලෙස ඉගෙනුම් අත්දැකීම් සංවිධානය කරමින් ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලිය පවත්වාගෙන යාම සඳහා විෂය නිර්දේශයේ දැක්වෙන අරමුණුවලට අනුකූලව, විෂයානුබද්ධ කරුණු ඇතුළත්ව පෙළපොත සම්පාදනය වීම අවශ්‍ය ය. පෙළපොත යනු ශිෂ්‍යයාට ඉගෙනීමේ උපකරණයක් පමණක් නොවේ. එය ඉගෙනුම් අත්දැකීම් ලබා ගැනීමටත් නැණ ගුණ වර්ධනයටත් චර්යාමය හා ආකල්පමය වර්ධනයක් සහිතව ඉහළ අධ්‍යාපනයක් ලැබීමටත් ඉවහල් වන ආශීර්වාදයකි.

නිදහස් අධ්‍යාපන සංකල්පය යථාර්ථයක් බවට පත්කරමින් 1 ශ්‍රේණියේ සිට 11 ශ්‍රේණිය දක්වා සියළුම පෙළපොත් රජයෙන් ඔබට තිළිණ කෙරේ. එම ග්‍රන්ථවලින් උපරිම ඵල ලබන අතර ම ඒවා රැක ගැනීමේ වගකීම ද ඔබ සතු බව සිහිපත් කරමි. පූර්ණ පෞරුෂයකින් හෙබි, රටට වැඩදායී යහපත් පුරවැසියකු වීමේ පරිචය ලබා ගැනීමට මෙම පෙළපොත ඔබට උපකාරී වෙතැයි මම අපේක්ෂා කරමි.

මෙම පෙළපොත් සම්පාදනයට දායක වූ ලේඛක, සංස්කාරක හා ඇගයුම් මණ්ඩල සාමාජික මහත්ම මහත්මීන්ටත් අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්ය මණ්ඩලයටත් මාගේ ස්තුතිය පළ කර සිටිමි.

ඩබ්ලිව්. එම්. ජයන්ත වික්‍රමනායක,
අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් ජනරාල්,
අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව,
ඉසුරුපාය,
බත්තරමුල්ල.
2019.04.10

නියාමනය හා අධීක්ෂණය

ඩබ්ලිව්. එම්. ජයන්ත වික්‍රමනායක	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් ජනරාල්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

මෙහෙයවීම

ඩබ්ලිව්.ඒ.නිර්මලා පියසීලි	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් (සංවර්ධන), අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සම්බන්ධීකරණය

පාලිත අරවින්ද වීරක්කොඩි	සහකාර කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව
එච්. ඒ. අයි. ප්‍රභාෂිනී උපතිස්ස	සහකාර කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සහය සම්බන්ධීකරණය

එච්. එල්. හේතුනි අනුරුද්ධිකා	සංවර්ධන නිලධාරි, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

ලේඛක මණ්ඩලය

කේ. එච්. සී. මනෝජ් හේවගේ	ගුරු සේවය, ඔරුබැඳිවැව මධ්‍ය මහා විද්‍යාලය, මහියංගනය
කළණි ඉරෝෂා ධර්මසිරි	ගුරු සේවය, රත්න කනිෂ්ඨ විද්‍යාලය, හෝකන්දර
ක්‍රිෂාන්ත සම්පත් බණ්ඩාර	ගුරු සේවය, මකුළුගස් වැව මහා විද්‍යාලය, දේවහූව
වත්සලා ගමගේ	ගුරු සේවය, ශ්‍රී රාහුල මහා විද්‍යාලය, මුල්ලේරියාව නවනගරය
කුමුදිනී ප්‍රේමරත්න	ගුරු සේවය, ශාන්ත ඇග්නස් බාලිකා මහා විද්‍යාලය, බලංගොඩ
ගංගා හරෝෂණී සමරසේකර	ගුරු සේවය, කුමර විද්‍යාලය, රත්නපුර
ජී. පෝල් ඇන්තනී	විශ්‍රාමික නියෝජ්‍ය කොමසාරිස්, ශාන්ත සිල්වෙස්ටර් පාර, ගල්කිස්ස
එස්. කුමාර්	ගුරු සේවය, හයිලන්ඩ් විද්‍යාලය, හැටන්
එස්. සේතුරත්නම්	ගුරු සේවය, හයිලන්ඩ් විද්‍යාලය, හැටන්

සංස්කරණය

මහාචාර්ය රෝහණ ලක්ෂ්මන් පියදාස	අංශාධිපති, ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ	මණ්ඩපාධිපති, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
සේනානි හරිස්චන්ද්‍ර	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සිංහල හා ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර විශ්වවිද්‍යාලය
ඒ. නීලමනී	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය, මහරගම
ආචාර්ය එස්. රගුරාම්	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සන්නිවේදන සහ ව්‍යාපාර අධ්‍යයනාංශය, නැගෙනහිර විශ්වවිද්‍යාලය, ත්‍රිකුණාමලය

භාෂා සංස්කරණය

කුමුදු කරුණාරත්න	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, සිංහල අධ්‍යයනාංශය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

චිත්‍ර

එච්. එම්. එස්. කේ. කරුණාරත්න	ගුරු සේවය, ඩඩ්ලි සේනානායක මධ්‍ය මහා විද්‍යාලය, තෝලංගමුව

පිටකවර නිර්මාණය

චමින්ද හපුආරච්චි	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

පරිගණක සහය

ජී. ඩබ්. ශෂිකා මධුමාලි	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

පටුන

01	තොරතුරු වාර්තාකරණය	1
02	මුද්‍රිත මාධ්‍යය	17
03	ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය	44
04	රූපවාහිනී මාධ්‍යය	68
05	නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය	88
06	විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය	100

01 තොරතුරු වාර්තාකරණය

අභිමතාර්ථ

අප ජීවත් වන සමාජයෙහි, සෑම මොහොතක දී ම විවිධ දේ සිදු වේ. ඇතැම් සිදුවීම් විධිමත්ව වාර්තා වන අතර බොහෝ ඒවා අවිධිමත්ව සන්නිවේදනය වේ. සමාජය සිදුවීම්, තොරතුරු හා ප්‍රවෘත්තිවලින් පිරී ඇති බැවින් ඒවා වාර්තා කිරීම සඳහා විවිධ ක්‍රමවේද භාවිත කරයි.

මෙම පරිච්ඡේදයෙන් ඔබට තොරතුරු යනු කුමක්දැයි හඳුනාගත හැකි අතර සිදුවීම්, තොරතුරු හා ප්‍රවෘත්ති අතර සම්බන්ධතාව ද අධ්‍යයනය කළ හැකිය. එසේ ම මෙමඟින් තොරතුරු රැස් කිරීම මෙන්ම තොරතුරු වාර්තාකරණය පිළිබඳව ද අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට ඔබට හැකි වනු ඇත.

1.1 තොරතුරු හැඳින්වීම

තොරතුරු යනු මොනවා ද? මෙම ප්‍රශ්නයට නිශ්චිත පිළිතුරක් සැපයීම තරමක් අසීරු කරුණකි. මන්ද යත්, තොරතුරුවලට ඇත්තේ සාපේක්ෂ වටිනාකමක් වන බැවිනි. එක් අයෙකුට අදාළ වන, වැදගත් වන තොරතුරක් තවත් කෙනෙකුට කිසිදු වැදගත්කමක් නොමැති නිෂ්ඵල වූ යමක් විය හැකිය.

ඉතා සරලව දක්වන්නේ නම් තොරතුරු යනු සකස් කරන ලද දත්ත නැතහොත් කරුණු සමූහයකි. එකී තොරතුරුවල ගුණාත්මකබව රඳා පවත්නා මූලික සාධක කිහිපයක් හඳුනාගත හැකි වේ. එහි දී ඒවායේ නිවැරදිබව හා නිශ්චිතබව ඉතා වැදගත්ය. එසේ ම කාලෝචිත මෙන්ම සහේතුකව සංවිධානය කළා වූ තොරතුරු වැඩි අගයකින් යුක්ත වෙයි. තව ද කිසියම් සන්දර්භයක දී අර්ථාන්විතබවක් උසුලන, ඊට අදාළබවක් දක්වන තොරතුරුවලට ඇත්තේ ඉහළ වටිනාකමකි. එපමණක් නොව ඉහළ ගුණාත්මකබවකින් යුත් තොරතුරු ප්‍රස්තුත කාරණය පිළිබඳ දැනුම හා අවබෝධය දියුණු කරන අතර ඒ පිළිබඳව අප තුළ වූ අවිනිශ්චිතතා අවම කිරීමට සමත් වෙයි.

සෑම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක දී ම අප හුවමාරු කර ගන්නා පණිවිඩ කිසියම් ආකාරයක තොරතුරකි. අප යම් අයෙකුගේ නම හෝ ලිපිනය විමසා දැන ගත්තත්, තවත් කෙනෙකුට දුරකථන අංකයක් ලබා දුන්නත්, ලිපියක් ලියුවත්, රැකියා ඉල්ලුම්පතක් පිරවූවත් ඒ සෑම අවස්ථාවක දී ම සිදු කරනුයේ තොරතුරු හුවමාරුවකි. එනම්, තොරතුරු ලබා දීමක් හෝ ලබා ගැනීමකි. සන්නිවේදනය 'තොරතුරු ගනුදෙනුවක්' ලෙස හඳුන්වන්නේ එහෙයිනි.

1.1.1 මිනිසා හා තොරතුරු අතර සම්බන්ධතාව

මිනිසා හා තොරතුරු අතර පවතින්නේ අවියෝජනීය සම්බන්ධතාවකි. මිනිසා සහජයෙන් ම උරුම කර ගත් කුතුහලය හේතුවෙන් තමා අවට ලෝකයේ ඇති තොරතුරු පිළිබඳව උනන්දුවෙන් පසු වේ. මේ උනන්දුව නිසා ම මානව සබඳතා පවත්වා ගෙන යාමේ දී තොරතුරු වැදගත් කාර්යයක් ඉටු කරයි.

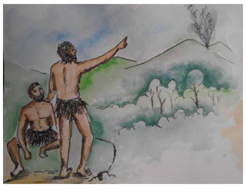
තොරතුරු ලබා ගැනීමේ මාර්ග විවිධ වේ. නිරීක්ෂණය, කියවීම, පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය හා නූතන තාක්ෂණික ක්‍රම භාවිතය ඒ අතර ප්‍රධාන වෙයි.

මිනිසා හා තොරතුරු අතර පවත්නා සම්බන්ධතාව වැදගත් වන ආකාර බොහොමයක් හඳුනාගත හැකිය. ඉන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- පුද්ගල අවශ්‍යතා සපුරාලීමට
- තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියට
- පුද්ගල සබඳතා ගොඩනැගීමට
- අධ්‍යාපන කටයුතුවලට
- ගැටලු නිරාකරණයට
- නිර්මාණශීලී චින්තනයට

1.1.2 තොරතුරු කාර්යය

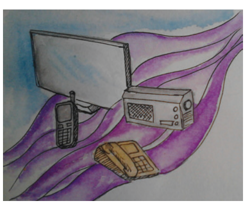
අතීතයේ සිට වර්තමානය දක්වා සමාජ අවධීන්හි මිනිසා තොරතුරු දැනගත් ආකාරය මෙන්ම තොරතුරු මඟින් ඉටු කරනු ලැබූ සමාජීය කාර්යභාරය ද ක්‍රමිකව සංවර්ධනය විය. මේ පිළිබඳ සවිස්තරාත්මක තොරතුරු 10 ශ්‍රේණිය පෙළපොතේ 'මානව සන්නිවේදනයේ විකාශනය' කොටසෙහි අතුළත්ව ඇත.



1.1 රූපය

1.2 රූපය

1.3 රූපය



1.4 රූපය

ඉඟි බිඟි, සංඥා සහ මුඛයෙන් නිකුත් වූ හඬ

↓

ගින්දර, දුම, බෙරහඬ, කොළ අතු ආදිය භාවිතය

↓

ගුහා චිත්‍ර හා සටහන්

↓

කථන භාෂාව

↓

රූපාක්ෂර හා සංකේතාක්ෂර

↓

හෝඩිය බිහි වීම

↓

විවිධ දෑ යොදාගෙන ලිවීම (ශාක පත්‍ර, සම්, ගල් පතුරු ආදිය)

↓

කඩදාසිය නිර්මාණය කර ගැනීම

↓

අතින් පිටපත් කර පොත් සෑදීම

↓

මුද්‍රණය සඳහා ලී අච්චු / මැටි අච්චු භාවිතය

↓

මිනිසුන් හෝ සතුන් මඟින් පණිවිඩ යැවීම

↓

මුද්‍රණ යන්ත්‍රය සොයා ගැනීම සහ පුවත්පත් බිහිවීම

↓

විදුලි හා විද්‍යුත් සංඥා තාක්ෂණය බිහි වීම

↓

දුරකථනය, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය ආරම්භය

↓

අන්තර්ජාලය සහ ඒ ආශ්‍රිත නව මාධ්‍ය බිහි වීම

1.1.3 තොරතුරු දැන ගැනීමේ අවශ්‍යතාව

මානව සමාජයට තොරතුරු කොතරම් වැදගත් වේ ද යන්න ඔබට දැනටමත් අවබෝධ වී ඇත. පුද්ගලයාට තනි තනිව තම ජීවිතය පවත්වා ගැනීමට ද, පොදුවේ සමාජ ක්‍රියාකාරකම්වල යෙදීමට ද තොරතුරු විශාල ප්‍රමාණයක් අවශ්‍ය වේ. පුද්ගලයා යනු සමාජයේ කොටස්කරුවෙකු වන බැවින් පුද්ගලයා හා සමාජය කොටස් දෙකකට බෙදා වෙන් කිරීම අපහසුය. එහෙත් අධ්‍යයනයේ පහසුව සඳහා තොරතුරු දැන ගැනීමේ අවශ්‍යතාව ප්‍රධාන කොටස් දෙකකින් ඉදිරිපත් කළ හැකිය.

1. තොරතුරු දැන ගැනීමේ පුද්ගල අවශ්‍යතාව
2. තොරතුරු දැන ගැනීමේ සමාජ අවශ්‍යතාව

තොරතුරු දැන ගැනීමේ පුද්ගල අවශ්‍යතාව

පුද්ගලයා තනිව ගත් කල, ඔහුට තම මූලික අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉෂ්ට කර ගැනීම සඳහා පෞද්ගලික මට්ටමින් තොරතුරු රැස් කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාව ඇති වේ. ඒ සඳහා ඔහු විවිධ ක්‍රම ඔස්සේ, විවිධ මූලාශ්‍ර භාවිතයෙන් තොරතුරු රැස් කරයි. පුද්ගලයා රැස් කර ගන්නා තොරතුරු, එමඟින් ඉටු කර ගන්නා අවශ්‍යතා පදනම් කර ගනිමින් හඳුනා ගැනීම පහසු වනු ඇත.

- ආහාර, ඇඳුම්, නිවාස වැනි මූලික අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීමට
- එදිනෙදා ජීවිතයේ කටයුතු සම්බන්ධයෙන් තීරණ ගැනීමට
- සමාජය සමග අන්තර් සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීමට
- දෛනිකව මතු වන ගැටලු නිරාකරණය කර ගැනීමට
- අධ්‍යාපන හා වෘත්තීය කටයුතු සඳහා

අවට සමාජය දෙස අවධානය යොමු කිරීමේ දී පුද්ගලයෙකුට තොරතුරු අවශ්‍ය වන මෙවැනි අවස්ථා රාශියක් ඔබට හඳුනා ගත හැකිය. එසේ හඳුනා ගන්නා එක් අවශ්‍යතාවක් නැවතත් උප කොටස් ගණනාවකට බෙදිය හැකි බව ද ඔබට වැටහෙනු ඇත.

පුද්ගලයෙකු සම්මුඛ පරීක්ෂණයක් සඳහා යාමට සූදානම් වන අවස්ථාවක් සලකා බලමු. එහි දී ඔහුට අදාළ දිනට සුදුසු ඇඳුම, රැගෙන යා යුතු ලියකියවිලි, එකී ස්ථානයට ළඟා විය යුතු වේලාව, ප්‍රවාහන ක්‍රමය, ගමන් මාර්ගය, කාලගුණ තත්ත්වය සහ තවත් බොහෝ කරුණු පිළිබඳ තොරතුරු අවශ්‍ය වේ. ගමන් මාර්ගය තීරණය කිරීමේ දී මාර්ගයේ තත්ත්වය, තෝරා ගත් මාර්ගයෙන් ගමන් කිරීමේ දී යා යුතු දුර, මාර්ග තදබදය ආදී උප කරුණු ගණනාවක් කෙරෙහි ද සැලකිලිමත් වීමට සිදු වේ.

තොරතුරු දැන ගැනීමේ සමාජීය අවශ්‍යතාව

එක් එක් පුද්ගලයාට වෙන් වෙන්ව අවශ්‍ය නොවුව ද, ඔහු ද සාමාජිකයෙකු වන යම් සමාජ සංවිධානයකට, ආයතනයකට හෝ කණ්ඩායමකට පොදුවේ අවශ්‍ය වන තොරතුරු ද පවතී. මෙම තොරතුරු සමාජ අවශ්‍යතා පාදකව වෙන් කර හඳුනා ගත හැකිය. ඒ අනුව,

- රාජ්‍ය ආයතනවල කටයුතු පවත්වා ගැනීම
- පෞද්ගලික ව්‍යාපාර හා වෙනත් ආයතන පවත්වාගෙන යාම
- සමාජ සුභ සාධන සංවිධානවල කටයුතු
- විවිධ දේශපාලනික සංවිධානවල කාර්යයන්
- විවිධ ජන කොටස්වල සංස්කෘතික වටිනාකම් පවත්වාගෙන යාම
- විවිධ ආගමික කණ්ඩායම්වල කටයුතු පවත්වාගෙන යාම
- සියලු ආයතන, සංවිධාන, සමාජ කණ්ඩායම් හා රජය අතර අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීම

සඳහා අවශ්‍ය වන තොරතුරු නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

ඔබ ද සාමාජිකයෙකු වන ඔබේ පාසල නැමැති ආයතනය වෙත අවධානය යොමු කරන්න. පාසලෙහි සිදුවන විවිධාකාර කටයුතු අතරින්, උදෑසන රැස්වීම සංවිධානය කිරීමේ අවස්ථාව සලකා බලමු. එය සංවිධානය කරන කණ්ඩායමට විවිධ තොරතුරු අවශ්‍ය වේ. රැස්වීම පවත්වන කාලය, ඇතුළත් විය යුතු අංග, ඒවා ඉදිරිපත් කරන්නේ කවුරුන් ද යන වග, රැස්වීම පවත්වන ස්ථානය, එම ස්ථානය පිළියෙල කළ යුතු ආකාර, යොදාගත යුතු සම්පත්, ඒවා සපයා ගන්නා ආකාරය යනාදී වශයෙන් විශාල තොරතුරු ප්‍රමාණයක් අවශ්‍ය වේ.

මේ අනුව තොරතුරු පෞද්ගලිකව එක් පුද්ගලයෙකුට ද පොදුවේ සමාජයට ද අවශ්‍ය වන බව ඔබට තව දුරටත් වැටහෙන්නට ඇත. මෙම අවශ්‍යතා සාර්ථකව සපුරා ගැනීමට නම් ලබා ගන්නා තොරතුරුවල විශ්වසනීයත්වය, ගුණාත්මකභාවය, අදාළත්වය හා නිවැරදිබව අතිශය වැදගත්ය.

ඔබ පාසල් ශිෂ්‍යයෙකු ලෙස යම් කාර්යයක් සඳහා තොරතුරු රැස් කරන විට ඉහත කී ගුණාංග පිළිබඳ විමසිලිමත් වීමෙන් වැඩි සාර්ථකත්වයක් අත් කර ගත හැකි වේ.

1.2 සිදුවීම්, තොරතුරු හා ප්‍රවෘත්ති

දැල්පන්දු ලෝක කුසලාන තරග බිමට පිවිසීමට

ශ්‍රී ලංකා පිල අද දිවයිනෙන් බැහැර වෙති

මෙම 07 වැනිදා ඇරඹීමට නියමිත දැල්පන්දු ලෝක කුසලාන තරගාවලියට සහභාගීවන ක්‍රීඩිකාවන් 12 දෙනෙකු සහ නිලධාරීන් 7 දෙනෙකුගෙන් සමන්විත ශ්‍රී ලංකා කණ්ඩායම අද (03වැනිදා) පෙරවරුවේ ශ්‍රී ලංකාවෙන් බැහැරවීමට නියමිතය.

පෙරවරු 7.25ට 'ශ්‍රීලංකන්' ගුවන් යානයකින් සිංගප්පූරුව බලා යෑමට නියමිත ශ්‍රී ලංකා කණ්ඩායමට, සිඩ්නි දක්වා යන ගුවන්යානයට ගොඩවීමට ප්‍රථම සිංගප්පූරු ගුවන්තොටුපළේ පැය 9ක තරම් දීර්ඝ කාලයක් රැඳී සිටීමට සිදුව තිබේ. ඒ අනුව ඔවුන් සිඩ්නි නගරය වෙත ළඟාවන විට එරට වේලාවෙන් 4 වැනිදා පෙරවරුව වනු ඇත.

මූලාශ්‍රය : දිවයින පුවත්පත
2015 අගෝස්තු 03
(නම් ගම් ඉවත් කරන ලදී)

අක්කා : නංගි, මෙන්න මේ කට්ටිය පිටරට ගිහින් කියලා පත්තරේ තියෙනවා.

නංගි : කවුද ගිහින් තියෙන්නෙ? ඉතින් අපේ ලොකු නැන්දත් රට ගියෙ, ඒක පත්තරේ දැම්මෙ නෑනෙ.

අක්කා : අනේ නංගි... ඒක ප්‍රවෘත්තියක් නෙමෙයිනෙ. මේ ගිහින් තියෙන්නෙ, ජාතික දැල් පන්දු කණ්ඩායමනෙ.

නංගි : ඉතින් කොහොම ද ඕක ප්‍රවෘත්තියක් වෙන්නෙ?

අක්කා : නංගි, **එක මොහොතක දී රටේ ලෝකෙ ගොඩක් තැන්වල කොච්චර දේවල් වෙනව ද? ඒවට අපි කියන්නෙ සිදුවීම් කියලා.** ඒ හැම එකක් ම තොරතුරක් වෙන්නෙත් නෑ ප්‍රවෘත්තියක් වෙන්නෙත් නෑ.

නංගි : හරි ඉතින්, එහෙනම් මට කියලා දෙන්නකො සිදුවීම් තොරතුරු වෙන්නෙ කොහොම ද, තොරතුරු ප්‍රවෘත්ති වෙන්නෙ කොහොම ද කියලා. එතකොට මට පුළුවන් ඒ ගැන බිත්ති පුවත්පතට ලිපියක් ලියන්න.

අක්කා : **යම් සිදුවීමක් කිසියම් කෙනෙක් නිරීක්ෂණය කරලා ඒක තවත් කෙනෙකුට සන්නිවේදනය කරනවා නම් අන්න ඒ දේට අපි කියනවා තොරතුරු කියලා.**

නංගි : එතකොට ප්‍රවෘත්ති?

අක්කා : 'ප්‍රවෘත්ති' ගැන විවිධ අය විවිධ අදහස් දක්වල තියෙනවා. සරලව ගත්තොත් **වාර්තා කිරීමට තරම් වැදගත්කමක් තියෙන, සමාජයේ අවධානයට ලක් වෙන්න ඕන, සමාජය තුළ උනන්දුවක් ඇති කරන තොරතුරක් ප්‍රවෘත්තියක් කියලා කියන්න පුළුවන්.**

නංගි : හරි, හරි දැන් මට තේරුණා අක්කෙ.

අක්කා : ප්‍රවෘත්ති ගැන විවිධ විද්වත් පුද්ගලයෝ ප්‍රකාශ කරපු අදහස් මම එකතු කරගෙන තියෙනවා. ඔයාට මේ ගැන තවත් කරුණු දැනගන්න ඕන නම් ඒවායින් කීපයක් දෙන්නම් කියවන්න.

නංගි : අන්න හොඳයි. එහෙනම් දැන්ම ම දෙන්නකො. මම ඉක්මනට ම ලිපිය ලියලා ඔයාටත් පෙන්නනන්නම්.

ක්‍රියාකාරකම 01

සිදුවීම්, තොරතුරු හා ප්‍රවෘත්ති අතර වෙනස පැහැදිලි කරමින් බිත්ති පුවත්පතට ලිපියක් සකස් කරන්න.

1.2.1 ප්‍රවෘත්ති හඳුනා ගැනීම

"ප්‍රවෘත්ති යනු ජනතාවට බලපාන්නා වූත්, ඔවුන් තුළ උනන්දුවක් ඇති කරන්නා වූත්, මෑත කාලීන වැදගත් සිදුවීමකට අදාළ අලුත් තොරතුරකි"

. පෝල් ඩී මැසෙනියර් .

" 'බල්ලෙකු, මිනිසෙකු සපා කෑ විට' ප්‍රවෘත්තියක් නොවූවත් 'මිනිසෙකු, බල්ලෙකු සපා කෑ විට' ප්‍රවෘත්තියක් වේ"

. චාර්ල්ස් ඇන්ඩර්සන් ඩානා .

"හැම උද්වේගකර ආරංචියක් ම ප්‍රවෘත්තියකි"

- මිල්ටන් බ්‍රෂ් -

ප්‍රවෘත්තියක අන්තර්ගතය හා ස්වභාවය සලකා බැලීමේ දී ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්ති ප්‍රභේද දෙකක් හඳුනා ගත හැකිය.

1. දෘඪ පුවත්

විශාල පිරිසකට බලපෑමක් ඇති කළ හැකි, ජාතික හෝ ජාත්‍යන්තර මට්ටමේ වැදගත්කමකින් යුත්, කාලීන වටිනාකමක් සහිත පුවත් 'දෘඪ පුවත්' ලෙස හැඳින්වේ. බොහෝ විට දිනපතා පුවත්පත්වල මුල් පිටුවේ ඇත්තේ දෘඪ පුවත්ය. රජය විසින් ගනු ලබන තීරණ, හදිසි ආපදා තත්ත්ව, දේශපාලනික, ආර්ථික හා සංස්කෘතික වැදගත්කමකින් යුතු දේ උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.

2. මෘදු පුවත්

සමාජයට වැඩි බලපෑමක් ඇති නොකරන එහෙත් වැඩි දෙනාගේ අවධානය හා කැමැත්ත දිනා ගන්නා, මානව හැඟීම්වලට ආමන්ත්‍රණය කරන පුවත් මෘදු පුවත් ලෙස හැඳින් වේ. මෙහි භාෂාව නිර්මාණශීලීය. බොහෝ විට මෙවැනි පුවත් කියවීමෙන් ග්‍රාහකයා වින්දනයක් ලබයි.

1.2.2 ප්‍රවෘත්තියක වටිනාකම කෙරෙහි බලපාන සාධක

කිසියම් සිද්ධියක ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකම තීරණය කිරීමෙහිලා බලපාන සාධක රැසක් හඳුනා ගත හැකි අතර ඉන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

1. කාලීනබව (Timeliness)
2. සමීපබව (Proximity)
3. අදාළ බව (Relevance)
4. කැපීපෙනීම (Prominence)
5. ගැටුම් (Conflicts)
6. මානව ළැදියාව (Human Interest)
7. බලපෑම හා වැදගත්කම (Impact and Importance)
8. අසාමාන්‍යබව (Unusualness)

යම් ප්‍රවෘත්තියක මෙම සාධක එකක් හෝ කිහිපයක් ඇතුළත් විය හැකිය.

1. කාලීනබව (Timeliness)

ප්‍රවෘත්තියකට ඉහළ වටිනාකමක් හිමිවීමට නම් එය ඉදිරිපත් කරන කාලයට අදාළ සිදුවීමක් විය යුතුය. බොහෝ විට කාලය ගත වීමත් සමග යම් සිදුවීමක ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකම අඩු වීමක් සිදු වේ.

2. සමීපබව (Proximity)

මිනිස්සු තමා ජීවත් වන ප්‍රදේශයට, තම සංස්කෘතියට, තම රටට, දන්නා හඳුනන හෝ අගය කරන පුද්ගලයින්ට අදාළ තොරතුරු දැන ගැනීමට රුචි කරති. ග්‍රාහකයාට, යම් තොරතුරක සමීපබව වැඩිවන තරමට එහි ප්‍රවෘත්තිමය අගය ද වැඩි වේ. නිදසුන් ලෙස වෙනත් රටක පාසල් ශිෂ්‍යයෙකු ලෝක ශූරතා තරගාවලියකට සහභාගී වීමෙන් ලබා ගන්නා ජයග්‍රහණය පිළිබඳව අපේ රටේ ශිෂ්‍යයෙක් දක්වන්නේ අඩු උනන්දුවක් විය හැකිය. එහෙත් එම ශිෂ්‍යයා ම තම පාසලේ සගයෙකු ලබා ගන්නා සමස්ත ලංකා ජයග්‍රහණයක් කෙරෙහි වඩා වැඩි අවධානයක් යොමු කරනු ඇත.

3. අදාළබව (Relevance)

පුද්ගල ජීවිතවලට බලපාන ප්‍රවෘත්ති කෙරෙහි ජනයා වැඩි වශයෙන් උනන්දු වේ. කිසියම් තොරතුරක් ප්‍රවෘත්තියක් බවට පත්වීමට නම් ග්‍රාහකයාට එහි අදාළත්වයක් තිබිය යුතුය. තොරතුරුවල වටිනාකම ඉහළ යාමට ද මෙකී අදාළත්වය ඍජුව ම බලපායි. නිදසුන් ලෙස සාමාන්‍ය පෙළ විභාගයේ ප්‍රතිඵල නිකුත් වීම එයට පෙනී සිටි සිසුන්ට හා ඔවුන්ගේ ඥාතීන්ට, පාසලට මෙන්ම අසල් වැසියන්ට ද අදාළ වේ. එහෙත් එය පොදුවේ සියලු දෙනාට ම අදාළ නොවිය හැකිය.

4. කැපී පෙනීම (Prominence)

සමාජයේ ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයන් හා ප්‍රසිද්ධ ස්ථාන වටා නිර්මාණය වන තොරතුරු ඉහළ වටිනාකමකින් යුක්තය. ජනප්‍රිය නළු නිළියන්, ක්‍රිකට් ක්‍රීඩකයන්, දේශපාලඥයින් ආදී පුද්ගලයින්ගේ තොරතුරු ඇසුරින් ප්‍රවෘත්ති බිහි වේ. එසේ ම ජාත්‍යන්තර සහ දේශීය වශයෙන් සමාජයට බලපෑම් එල්ල කළ හැකි ආයතන හා සංවිධාන පිළිබඳ තොරතුරු ද ප්‍රවෘත්ති ලෙස ඉදිරිපත් වේ. මෙවැනි ප්‍රවෘත්ති දැන ගැනීමට ජනයා වැඩි රුචිකත්වයක් දක්වති. මෙයට හේතු වන්නේ 'කැපී පෙනීම' නමැති සාධකය මඟින් ප්‍රවෘත්තියක වටිනාකම වැඩි කිරීමයි.

5. ගැටුම් (Conflicts)

ගැටුම් හැමවිට ම ප්‍රවෘත්ති වටිනාකමකින් යුක්තය. ඊට හේතුව ගැටුම පුද්ගලයාට, සමාජයට මෙන්ම රටට ද බලපෑම් එල්ල කිරීමයි. ඇතැම් විට එය සමාජ, සංස්කෘතික හෝ දේශපාලනික අදහස් හේතුවෙන් ඇති වන මත ගැටුමක් විය හැකිය. එසේ නැතහොත් ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියා, ඇණ කොටා ගැනීම්, යුධ තත්ත්ව වැනි භෞතික ගැටුමක් විය හැකිය.

6. මානව ළැදියාව (Human Interest)

මානව ආකර්ෂණය දිනා ගන්නා සිදුවීම් ප්‍රවෘත්ති ලෙස ඉදිරිපත් වීමේ සම්භාවිතාව වැඩිය. බොහෝ දෙනා භාව සංවේදී, උද්වේගකර පුවත්වලට වැඩි ඇල්මක් දක්වති.

මෙහි දී ආදරය, ශෝකය, සංත්‍රාසය, වෛරය, ක්‍රෝධය වැනි භාව ප්‍රස්තුත කර ගනී. යම් ප්‍රවෘත්තියක මෙම සාධකය වඩාත් ඉස්මතු වීම හේතුවෙන් සමාජයට ප්‍රබල බලපෑමක් එල්ල නොවූව ද එය ප්‍රවෘත්තියේ වටිනාකම වැඩි කිරීමට හේතු වේ.

7. **බලපෑම හා වැදගත්කම** (Impact and Importance)

ප්‍රවෘත්තියක වටිනාකම වැඩි වීම සඳහා, සාමාජයට එම ප්‍රවෘත්තිය මඟින් සිදු කරන බලපෑමේ ප්‍රමාණය ද හේතු වේ. වැඩි පිරිසකට වැඩි බලපෑමක් එල්ල කරන සහ වැඩි වැදගත්කමක් ඇති ප්‍රවෘත්තියක පවත්නා වූ ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකම ද වැඩිය. නවතම දේශපාලන අර්බුදයක්, අලුතින් පැනවූ නීතියක් හෝ බද්දක්, වැටුප් වැඩි වීමක්, ඉන්ධන මිල ඉහළ යාමක් වැනි සිදු වීමක් ඇසුරින් ලියවෙන ප්‍රවෘත්ති නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

8. **අසාමාන්‍යබව** (Unusualness)

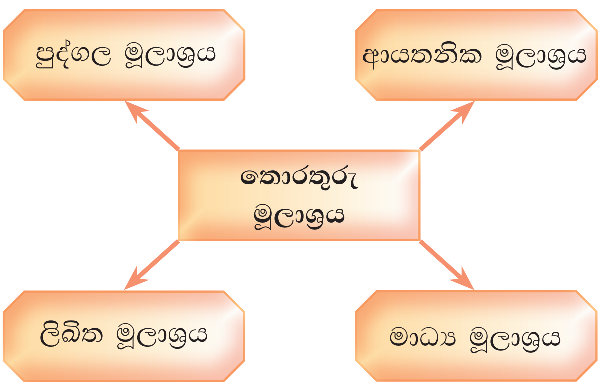
ලෝකයේ සිදුවන අමුතු, අදහාගත නොහැකි සිදුවීම් පිළිබඳ තොරතුරු ප්‍රවෘත්ති වටිනාකමකින් යුක්ත වේ. එයට හේතුව එවැනි ප්‍රවෘත්තියක ඇති 'අසාමාන්‍යබව' නමැති සාධකයයි. ප්‍රථම වතාවට සිදු වූ දෙයක්, කිසිසේත් ම බලාපොරොත්තු නොවන ආකාරයේ සිදුවීමක්, සාමාන්‍යයෙන් සිදු වේ යැයි විශ්වාස කළ නොහැකි සිදු වීමක් ආදියෙහි මෙම ගුණාංගය අන්තර්ගත වේ.

1.3 තොරතුරු රැස් කිරීම

1.3.1 තොරතුරු මූලාශ්‍රය

තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා පාදක කර ගන්නා දෙය තොරතුරු මූලාශ්‍රයයි. තොරතුරු රැස් කර තිබෙන ඕනෑම භෞතික ආකාරයක් හෝ ඕනෑම පුද්ගලයෙකු හෝ මීට අයත් වේ.

සන්නිවේදන කාර්යයට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා යොදා ගත හැකි තොරතුරු මූලාශ්‍රය කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.



පුද්ගල මූලාශ්‍රය

යම් අවශ්‍යතාවක් සඳහා තොරතුරු රැස් කිරීමේ දී එම තොරතුරු ලබා දෙන්නේ පුද්ගලයෙක් නම් එය පුද්ගල මූලාශ්‍රය ලෙස හැඳින්විය හැකිය.

උදාහරණ :- ගුරුවරුන්
දේශපාලඥයින්
දෙමාපියන් හා වැඩිහිටියන්
ග්‍රාම නිලධාරීන්
විද්වතුන්

ආයතනික මූලාශ්‍රය

තොරතුරු ලබා ගැනීමට භාවිත කරන, ආයතන ආශ්‍රිත මූලාශ්‍රය මේ යටතට ගැනේ. මෙම ආයතන රාජ්‍ය, පෞද්ගලික හෝ වෙනත් ඕනෑම සමාජ සංවිධානයක් විය හැකිය.

උදාහරණ :- රාජ්‍ය අමාත්‍යංශ හා දෙපාර්තමේන්තු
පෞද්ගලික කර්මාන්ත ශාලා
සුභ සාධක සංගම්
රාජ්‍ය නොවන සංවිධාන
මූල්‍ය ආයතන

මාධ්‍ය මූලාශ්‍රය

රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය, පුවත්පත යනාදී ජන මාධ්‍ය මෙන්ම නව මාධ්‍ය ද මාධ්‍ය මූලාශ්‍රය යටතට ගැනේ. මෙය තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා යොදා ගනු ලබන ජනප්‍රිය මූලාශ්‍රය වර්ගයකි.

උදාහරණ :- රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති
සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි
ගුවන්විදුලි වැඩසටහන්
පුවත්පත් විශේෂාංග

ලිඛිත මූලාශ්‍රය

ලිඛිත ආකාරයෙන් තොරතුරු ගබඩා කර ඇති ප්‍රභවයන් ලිඛිත මූලාශ්‍රය වර්ගයට අයත් වේ. එසේ ම තාක්ෂණයේ දියුණුවත් සමග තොරතුරු ගබඩා කර තැබීම සඳහා බිහි වූ සංගත තැටි (CD), සැනෙලි ධාවක (Flash Drives) ආදිය ද ලිඛිත මූලාශ්‍රය ලෙස සැලකිය හැකිය. ලිඛිත මූලාශ්‍රය, නූතන ලේඛන සුරැකුම් ක්‍රමවල සිට ඈත අතීතයේ දී සටහන් තැබූ පුස්කොළ පොත්, ටැම් ලිපි දක්වා දිවයයි.

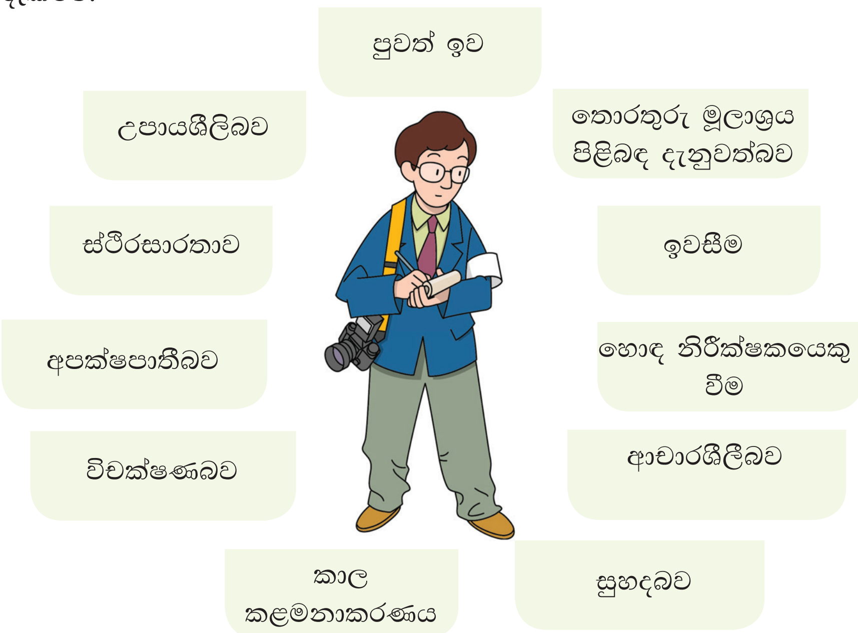
උදාහරණ :- සංගත තැටි
චරිතාපදාන
විවිධ පත පොත
සඟරා
ලේකම් මිටි
පුස්කොළ පොත්
සෙල් ලිපි

1.3.2 තොරතුරු රැස්කරන්නා තුළ තිබිය යුතු ගුණාංග

තොරතුරු රැස් කිරීම ප්‍රවේසමෙන් සිදු කළ යුතු කාර්යයකි. එය සාර්ථක වීමට නම් තොරතුරු රැස් කරන්නා කුසලතා පූර්ණ අයෙකු විය යුතුය. එසේ ම රැස් කරන තොරතුරුවල නිවැරදිබව, ගුණාත්මකබව, විශ්වසනීයත්වය ආරක්ෂා වීම සඳහා ද මෙකී ගුණාංග වැදගත් වේ.

මෙම ගුණාංග මත පිහිටා කටයුතු කරන පුද්ගලයා හොඳ තොරතුරු රැස් කරන්නෙකු බවට පත් වන අතර ම සාර්ථකව තම කාර්යය ඉටු කර ගැනීමට ද සමත් වනු ඇත.

තොරතුරු රැස් කරන්නෙකු සතු විය යුතු මූලික ගුණාංග කිහිපයක් පහත සටහනෙහි දැක්වේ.



1.3.3 තොරතුරු රැස් කිරීමේ ශිල්පීය ක්‍රම

තොරතුරු රැස් කර ගැනීම සඳහා විවිධ ශිල්පීය ක්‍රම යොදා ගනු ලැබේ. යොදා ගන්නා ශිල්පීය ක්‍රමය අවශ්‍ය තොරතුරුවල ස්වභාවය, භාවිත කරන මූලාශ්‍රය, අවශ්‍ය තොරතුරු ප්‍රමාණය, තොරතුරු අවශ්‍ය වන කාරණය යන කරුණු මෙන්ම තොරතුරු රැස් කරන්නාගේ රුචිකත්වය හා ස්වභාවය මත ද වෙනස් වේ.

තොරතුරු රැස් කිරීම සඳහා භාවිත කරන ශිල්පීය ක්‍රම කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- සම්මුඛ සාකච්ඡා
- ප්‍රශ්නාවලි
- නිරීක්ෂණය
- ලේඛන පරිශීලනය
- බුද්ධි කලම්බනය

සම්මුඛ සාකච්ඡා

පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ කිහිප දෙනෙකු අතර සිදු වන අදහස් හුවමාරුවක් මඟින් තොරතුරු රැස් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. මෙය මුහුණට මුහුණලා සිදු කෙරෙන කතා බහක්, දූරකථන සංවාදයක් හෝ වෙනත් ආකාරයෙන් සිදු කරන සංවාදයක් විය හැකිය.

ප්‍රශ්නාවලි

ප්‍රශ්නාවලිය යනු නිශ්චිත මාතෘකාවක් යටතේ ගොඩ නගා ගන්නා ලද ප්‍රශ්න අඩංගු ලිඛිත සටහනකි. මෙහි දී දත්ත දායකයාගෙන් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු ලබා ගැනීම සිදු වේ.

නිරීක්ෂණය

තොරතුරු රැස් කිරීම සඳහා නිරීක්ෂණ ක්‍රමය ද භාවිත කළ හැකිය. මෙය ප්‍රධාන කොටස් දෙකකි. එනම්,

1. සෘජු නිරීක්ෂණය
2. සහභාගීත්ව නිරීක්ෂණය යනුවෙනි.

ලේඛන පරිශීලනය

විවිධ ලේඛන ඇසුරෙන් තොරතුරු ලබා ගැනීම ද විශ්වසනීය ක්‍රමයකි. ලිපි, පනත්, චක්‍රලේඛ, ලොග් පොත් ආදී ලේඛන භාවිතයෙන් තොරතුරු ලබා ගැනීම උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.

බුද්ධි කලම්බනය

කිසියම් තේමාවක්, අරමුණක් පිළිබඳව පුද්ගලයන් සමූහයකගේ විවිධ අදහස් ඒකරාශී කර ගැනීමෙන් තොරතුරු රැස් කිරීම මෙයින් අදහස් වේ. මෙහි දී අදහස් සියල්ල සටහන් කරගෙන ඒවා විමර්ශනය කරමින් විශ්ලේෂණය කරමින් අවශ්‍ය තොරතුරු හෙළි කර ගනී.

1.3.4 තොරතුරු රැස් කිරීමේ දී සැලකිය යුතු කරුණු

තොරතුරු රැස් කිරීම ඉතා සැලකිලිමත්ව සිදු කළ යුතුය. එසේ ම කුමන ශිල්පීය ක්‍රමයක් භාවිත කළ ද තොරතුරුවල විශ්වසනීයත්වය ආරක්ෂා කිරීමට ගත හැකි ක්‍රියාමාර්ග අනුගමනය කළ යුතු වේ. මේ සඳහා වීඩියෝ යන්ත්‍ර භාවිතය, හඬ පට භාවිතය, ඡායාරූප ලබා ගැනීම සිදු කළ හැකිය. එය තොරතුරු ලබා දෙන්නාගේ කැමැත්ත මත සිදු කළ යුතු අතර ඒ සම්බන්ධව ලිඛිත සටහනක් ලබා ගත හැකි නම් වඩාත් සුදුසුය. තොරතුරු රැස් කිරීමේ ක්‍රියාවලියෙහි සහ රැස් කරන තොරතුරුවල ගුණාත්මකභාවය ආරක්ෂා කිරීම සඳහා භාවිත කරන ආචාර ධර්ම සහ වැදගත් කරුණු ගණනාවක් හඳුනාගත හැකිය. ඒ අතරින් කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- පෞද්ගලිකත්වයට හානි කරන හෝ හෙළි කිරීමට අකමැති තොරතුරු ඉල්ලා නොසිටිය යුතුය.
- තොරතුරු ලබා දෙන පුද්ගලයා හෙවත් දත්ත දායකයා වෙහෙසට පත් නොකළ යුතුය.

- ලබාගන්නා තොරතුරුවල රහස්‍යභාවය ආරක්ෂා කළ යුතුය.
- අදාළ තොරතුරු පමණක් විමසිය යුතුය.
- තොරතුරු රැස් කිරීමේ දී සත්‍ය තොරතුරු මිස තම මතය සනාථ වන තොරතුරු රැස් නොකළ යුතුය.
- යම් තැනකින් උපුටා ගන්නා තොරතුරු වේ නම් එම උපුටාගත් මූලාශ්‍රය නිවැරදිව දැක්විය යුතුය.
- සදාචාරයට හානි වන තොරතුරු ලබා ගැනීමෙන් වැළකිය යුතුය.
- සෑම පුද්ගලයෙකුගේ ම කීර්ති නාමයට ගරු කරමින් අනවශ්‍ය පෙළඹවීම්වලින් තොරව තොරතුරු ලබා ගත යුතුය.
- කෙනෙකුගේ පුද්ගල ජීවිතයට හානි වන තොරතුරු රැස් කිරීමෙන් වැළකිය යුතුය.
- ජාති භේද, ආගම් භේද ඉස්මතු කර වන තොරතුරු ලබා ගැනීමෙන් වැළකිය යුතුය.
- පෞද්ගලික වාසි අපේක්ෂාවෙන් තොරතුරු රැස් නොකළ යුතුය.

1.4 තොරතුරු වාර්තාකරණය

තොරතුරු වාර්තාකරණයේ ප්‍රධාන අවස්ථා දෙකක් හඳුනා ගත හැකිය. එනම්, සාමාන්‍ය සමාජයෙහි පුද්ගලයන් අතර තොරතුරු හුවමාරු වීම සහ ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයයි. මෙම අවස්ථා දෙකෙහි දී ම බහුල වශයෙන් යොදා ගන්නා වාර්තාකරණ ක්‍රම දෙකක් දක්නට ලැබේ.

1. ඍජු වාර්තාකරණය
2. නිර්මාණාත්මක වාර්තාකරණය

ඍජු වාර්තාකරණය

යම් සිදුවීමක් එය සිදු වූ ආකාරයෙන් ම ඉදිරිපත් කිරීම මෙයින් අදහස් කෙරේ. සාමාන්‍ය සමාජයේ දී සිද්ධියක් පිළිබඳව කෙටියෙන් හා ඉක්මනින් තමා අවට සිටින්නන් දැනුම්වත් කළ යුතු අවස්ථාවක දී ඍජු වාර්තාකරණය යොදා ගනී. ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශවල දක්නට ලැබෙන්නේ ඍජු වාර්තාකරණයයි.

නිර්මාණාත්මක වාර්තාකරණය

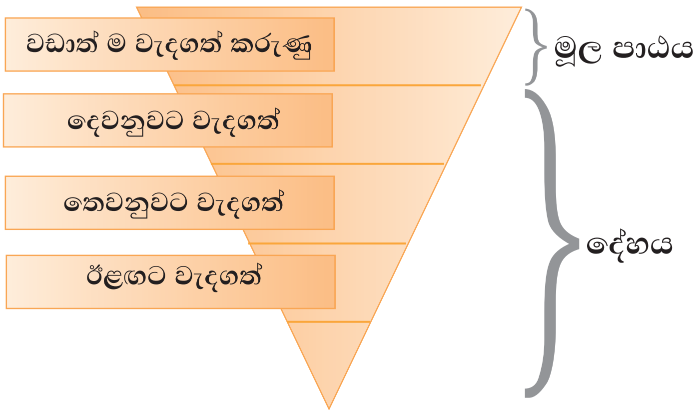
සිද්ධියක් ඉදිරිපත් කිරීමේ දී ඍජු වාර්තාකරණයෙන් මිදී ආකර්ෂණීය ලෙස ඉදිරිපත් කිරීම නිර්මාණාත්මක වාර්තාකරණයයි. සාමාන්‍ය කතා බහේ දී සිදු වීමක් පිළිබඳ තොරතුරු ඉදිරිපත් කරන විට පෙර අත්දැකීම් ද ඇසුරු කර ගනිමින් සවිස්තරාත්මකව ප්‍රකාශ කිරීම නිදසුනක් ලෙස දැක්විය හැකිය. කිසියම් සමාජ අත්දැකීමක් කෙටි කතාවක්, රචනයක්, චිත්‍රයක්, චිත්‍රපටයක්, පුවත්පත් විශේෂාංගයක් ආදී ක්‍රම මඟින් ඉදිරිපත් කිරීම ද නිර්මාණාත්මක වාර්තාකරණයට අයත් වේ.

පාසල් ශිෂ්‍යයකු වශයෙන් ඔබට නොයෙක් අවස්ථාවල දී තොරතුරු වාර්තා කිරීමට සිදු වේ. උදැසන රැස්වීමට හෝ පාසලේ බිත්ති පුවත්පතට ප්‍රවෘත්ති ඉදිරිපත් කිරීමට ඔබට

පැවරෙනු ඇත. නැතහොත් පාසලේ සඟරාවකට නිර්මාණාත්මක ලිපියක් ලිවීමට සිදු වනු ඇත. එවන් අවස්ථාවල දී ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය සහ නිර්මාණාත්මක රචනය සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රමවේද පිළිබඳ මූලික අවබෝධයක් ලබා තිබීම වැදගත්ය.

ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය

ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය විශාල පිරිසක් ඉලක්ක කර ගනිමින් සිදු කරනු ලැබෙන්නකි. මෙහි දී සමාජයේ විවිධ තරාතිරමේ, විවිධ වයස් කාණ්ඩවල විවිධාකාර පුද්ගලයින් ආමන්ත්‍රණය කිරීමට සිදු වේ. එහෙයින්, අන්තර්ගත කරුණු ආයාසයකින් තොරව, පහසුවෙන් සහ අඩු කාලයකින් ග්‍රහණය කර ගත හැකි වන පරිදි ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය කළ යුතුය. ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරුවන් මේ සඳහා බහුලව 'යටිකුරු පිරමීඩ ආකෘතිය' යොදා ගනී.



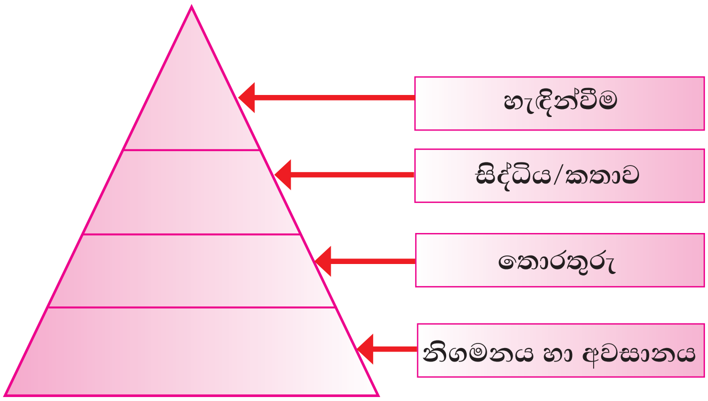
1.5 රූපය : යටිකුරු පිරමීඩ ආකෘතිය

ප්‍රවෘත්තියක වඩාත් ම වැදගත් කරුණු පළමු ඡේදයේ දැක්වේ. එය මූල පාඨය ලෙස හඳුන්වන අතර අදාළ සිද්ධියේ සාරාංශයක් එහි ඇතුළත් වේ. එහි දී කවුද? කුමක් ද? කවර අවස්ථාවක ද? කොහේ ද? කෙසේ ද? කුමක් නිසා එසේ සිදු විණි ද? ආදී කරුණු සම්පිණ්ඩනය කර දක්වයි. ඉන්පසු ලියැවෙන ඡේද 'දේහය' නම් වේ. වැදගත්කමෙහි අවරෝහණ පිළිවෙළින් කරුණු ඉදිරිපත් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ.

මෙම ක්‍රමය භාවිතයෙන් ප්‍රවෘත්ති රචනය මාධ්‍ය ආයතනවලට මෙන්ම ග්‍රාහකයාට ද වැදගත්ය. අදාළ ප්‍රවෘත්තියට ලබා දිය හැකි ඉඩකඩ සීමිත වන අවස්ථාවක දී ප්‍රවෘත්තියේ හරයට හානි නොවන පරිදි අවසාන කොටස් ඉවත් කිරීමට හැකි වීම සන්නිවේදකයා ලෙස ක්‍රියා කරන ආයතනයට ලැබෙන වාසියකි. එසේ ම තම කාලය ඉතිරි කර ගනිමින් පහසුවෙන් වැදගත් කරුණු ග්‍රහණය කර ගත හැකි වීම පාඨකයා ලබන ප්‍රධාන වාසියකි.

නිර්මාණාත්මක රචනය

නිර්මාණාත්මක රචනය ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයට වඩා වෙනස් ස්වරූපයක් ගනී. උදාහරණ ලෙස පුවත්පතෙහි ම ඇති නවකතාවක, විශේෂාංග ලිපියක වාර්තාකරණය දැක්විය හැකිය. උඩුකුරු පිරමීඩ ආකෘතිය මෙහි දී භාවිත කරන එක් ස්වරූපයකි. මෙම ආකෘතියේ දී තොරතුරු අදියරෙන් අදියර පිළිවෙළට ඉදිරිපත් කරනු ලැබේ.



නිර්මාණාත්මක රචනයක් අදාළ මාතෘකාව පිළිබඳ සාර්ථක හැඳින්වීමකින් ආරම්භ කළ යුතුය. ඉන් අනතුරුව කතාවේ ඇතුළත් තොරතුරු සවිස්තරව ඉදිරිපත් කෙරේ. උච්චතම අවස්ථාව නිගමනය සමග අවසානයෙන් සමන්විත වේ.

1.6 රූපය : උඩුකුරු පිරමීඩ ආකෘතිය

බිත්ති පුවත්පතකට හෝ සඟරාවකට නිර්මාණාත්මක ලිපියක් සකස් කිරීමට උඩුකුරු පිරමීඩය ඔබට මඟ පෙන්වනු ඇත.

1.4.1 තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමේ දී සැලකිය යුතු කරුණු

තොරතුරුවලට මනා පිළිගැනීමක් හිමි වීමට ඒවා පහත ගුණාංගවලින් සමන්විත විය යුතුය.

1. නිවැරදිබව
2. සමතුලිතබව
3. පැහැදිලිබව
4. විශ්වසනීයත්වය

1. නිවැරදිබව

තොරතුරකට අදාළ සෑම කරුණක් ම සත්‍ය විය යුතු අතර අදාළ තොරතුර නැවත සනාථ කර ගැනීමට හැකි වීම මත එහි නිවැරදිබව ආරක්ෂා වේ.

ජන සමාජය වෙත මුදා හරින පණිවිඩය වගකීමෙන් යුක්ත වීමට නම් එය නිවැරදි වීම අත්‍යවශ්‍යය. තොරතුරුවල අන්තර්ගත සියලු සිදුවීම්, පුද්ගල නම්, ගම්, තරාතිරම් දින වකවානු ආදී ප්‍රකාශ කරන සියලු දේ සත්‍ය විය යුතු අතර ඒවායේ නිවැරදිභාවය තහවුරු කර ගත හැකි විය යුතුය.

එසේ ම ඉදිරිපත් කරන තොරතුර සම්බන්ධව නිවැරදි කරුණු යටපත් කොට නොවැදගත් කරුණු ඉස්මතු කර දැක්වීමෙන් එම ප්‍රවෘත්තියේ නිවැරදිබව ගිලිහි යා හැකිය.

2. සමතුලිතබව

සමතුලිතබව යනු පුද්ගලික ළැදියාව, වාසි, අභිමතාර්ථ, නැඹුරුව ආදියෙන් තොරව අදාළ සියලු පාර්ශව නියෝජනය වන පරිදි තොරතුරු වාර්තා කිරීමයි.

සමතුලිතබව හෙවත් තුලනාත්මකබව තොරතුරුවල තිබිය යුතු ම ගුණාංගයකි. ඉදිරිපත් කිරීමට අපේක්ෂිත තොරතුරුවල අංශ කිහිපයක් තිබිය හැකිය. මත භේදයට තුඩු දිය හැකි කරුණු අඩංගු වී තිබිය හැකිය. එහි දී සෑම දෙයක් ම තුලනය කරමින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම තොරතුරුවල වටිනාකම ඉහළ නැංවීමට හේතු වේ. එසේ ම සිදු වීමෙහි ඇති වැදගත් කරුණුවලට අවධානය යොමු නොකොට අභිමත තොරතුරු දෙස

පමණක් තම අවධානය යොමු කිරීමෙන් ද සමතුලිතබව බිඳ වැටේ. වාර්තාකරුගේ බුද්ධිය, තීක්ෂණබව සහ සැලකිලිමත්බව තොරතුරෙහි ගුණාත්මකබවට හේතු වේ. තොරතුරු සම්පාදනයට අදාළ පුවත පිළිබඳ පැහැදිලි කිරීමට ඉඩ තිබුණ ද තම මතය ගෙන හැර දැක්වීමට ඔහුට ඉඩක් නැත. වාර්තාකරු සමාජය කෙරෙහි වගකීමෙන් කටයුතු කළ යුතු අතර වාර්තාකරණය ගුණාත්මක වීමට නම් කිසිදු පක්ෂග්‍රාහීබවක් නොදැක්විය යුතුය.

3. පැහැදිලිබව

සරල හා නිරවුල් භාෂාවකින් යුක්ත වීම, තාක්ෂණික වචන අවම වශයෙන් භාවිත කිරීම ඉදිරිපත් කරන තොරතුරුවල පැහැදිලිබවට හේතු වේ.

තොරතුරු වාර්තාකරණයේ දී ඉදිරිපත් කරන කරුණු නිවැරදි ලෙස ග්‍රහණය කර ගත හැකි භාෂා රටාවක් යොදා ගැනීම වාර්තා කරන්නාගේ වගකීමයි. වාර්තා කරන තොරතුරු පැහැදිලි විය යුතුය. සංකීර්ණ වාක්‍ය රටා, වැරදි උච්චාරණ හෝ අපැහැදිලි රූපමය දර්ශනවලින් තොර විය යුතුය. ග්‍රාහකයා අනවශ්‍ය වෙහෙසකට පත් නොකළ යුතු අතර සිදුවීම පැහැදිලිව අවබෝධ කර ගැනීමට ඉඩ ප්‍රස්තා තිබිය යුතුය. උගත් නූගත් සැමට ම පහසුවෙන් අවබෝධ කර ගත හැකි වදන් මාලාවක් ඔස්සේ සිත් ඇද ගන්නා ලෙස ම කරුණු ඉදිරිපත් විය යුතුය.

4. විශ්වසනීයත්වය

නිවැරදිබව, සමතුලිතබව හා නිරවුල්බව එක්වීමෙන් අදාළ තොරතුරු කෙරෙහි විශ්වසනීයත්වය ගොඩ නැගේ. ඉන් එක් අංශයක් හෝ බිඳ වැටීමෙන් එය සීමා විය හැකිය.

ප්‍රවෘත්තියක විශ්වසනීයත්වය නිර්මාණය වන ආකාරය පිළිබඳ සරල සමීකරණයක් යුනෙස්කෝ සන්නිවේදන විශේෂඥ **පෝල් ඩී. මැසෙනියර්** (Paul de Maeseneer) දක්වයි.

A	+	B	+	C	=	C
Accuracy		Balance		Clarity		Credibility
නිවැරදිබව		සමතුලිතබව		පැහැදිලිබව		විශ්වසනීයත්වය

ක්‍රියාකාරකම 02

තොරතුරු වාර්තාකරණයට ප්‍රායෝගික ක්‍රියාකාරකම්

1. පාසලට 25 වසරක් පිරීම නිමිති කරගෙන "අපේ පාසල - එදා සහ අද" මැයෙන් බිත්ති පුවත්පතට ලිපියක් සකස් කිරීමට ඔබට පැවරුණේ යැයි සිතන්න. ඒ අනුව තොරතුරු රැස් කිරීම හා වාර්තාකරණයට අදාළ වගුව පුරවන්න.

භාවිත මූලාශ්‍රය	තොරතුරු රැස් කරන්නෙකු ලෙස ඔබ පෙන්නුම් කළ ගුණාංග	භාවිත කළ ශිල්ප ක්‍රම	අනුගමනය කළ ආචාර ධර්ම හා ක්‍රියාමාර්ග

2. පාසල් මාධ්‍ය සමාජය මඟින් එළි දක්වන මාසික පුවත්පතෙහි පළ කිරීම සඳහා පාසලේ විශේෂ සිදුවීමක් ඇසුරින් යටිකුරු පිරමීඩයට අනුකූලව ප්‍රවෘත්ති ලිපියක් සම්පාදනය කරන්න.

02 මුද්‍රිත මාධ්‍යය

අභිමතාර්ථ

සමාජයෙහි විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍ය බිහිවෙමින් පැවතිය ද මුද්‍රිත මාධ්‍යය වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරමින් සිටී. ඔබ ද අධ්‍යාපනික හෝ සමාජයීය අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් විවිධ මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිත කරනු නිසැකය. එබැවින් මුද්‍රිත මාධ්‍ය පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීම ඔබට බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇත.

මෙම පරිච්ඡේදය මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ ඓතිහාසික වර්ධනය සහ විවිධ මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප පිළිබඳව විස්තර කරයි. එමෙන්ම මුද්‍රිත මාධ්‍ය අතර පුවත්පතෙහි සුවිශේෂීබව ද තවදුරටත් ඔබගේ අවධානයට යොමු කෙරෙනු ඇත. එහි දී පුවත්පත් වර්ගීකරණය කළ හැකි ක්‍රම, පුවත්පතක අන්තර්ගතය සහ පුවත්පතේ නිර්මාණාත්මක ආකෘති පිළිබඳව විස්තර සහිතව අධ්‍යයනය කිරීමට ඔබට අවස්ථාව ලැබේ.

2.1 මුද්‍රිත මාධ්‍ය හැඳින්වීම

ආදි මානවයා ජීව විද්‍යාත්මක පරිණාමයට සමගාමීව සිය සන්නිවේදන කුසලතා හා ක්‍රමෝපායයන් ද සංවර්ධනය කරගත්හ. හඬ සංකේතාත්මකව යොදාගනිමින් කථන භාෂාවක් ගොඩනඟා ගත් ඔවුහු පසුකාලීනව මෙම කථන භාෂාව මඟින් අදහස් කළ දෑ සටහන් කර තබා ගැනීමට උත්සුක වූහ. විවිධ සංඥා, සංකේත, චිත්‍ර, සටහන් සහ අක්ෂර නිර්මාණය කර ගැනීම මෙන්ම සටහන් කිරීම ආරම්භ වන්නේ මෙම අවශ්‍යතාව මතය. මෙසේ සටහන් තබා ගැනීම සඳහා පරිසරයේ විවිධ ස්ථාන හා සකස් කරගත් දෑ යොදා ගැනිණි. ගල් පතුරු මත ලිවීමේ සිට කඩදාසියේ ලිවීම දක්වා ලේඛන ක්‍රම අත්හදා බැලීම සිදු වූයේ මෙවැනි පසුබිමක් යටතේය.

2.1.1 ලේඛනයේ විකාශනය

මානව සන්නිවේදනයේ මූලික අවශ්‍යතා පමණක් නොව සංකීර්ණ සමාජ අවශ්‍යතා ද ලේඛනය මඟින් ඉටුකරයි. ඒ අනුව විවිධ කාලවකවානුවල සිදු වූ සමාජ, ආර්ථික හා දේශපාලනික සංසිද්ධිවලට සාපේක්ෂව එහි සාධනීය වෙනස්කම් ඇති විය. ලේඛනයේ විකාශනය අධ්‍යයනයේ පහසුව සඳහා ඓතිහාසික යුග ඔස්සේ පහත පරිදි විවරණය කළ හැකිය.

ලේඛනයේ විකාශනය

පුරාතන යුගය

- ★ රේඛා, සංඥා, සංකේත, චිත්‍ර හා සටහන්, රූපාක්ෂර හා අක්ෂරමාලා යනාදිය;

  ගස් කඳන්, කඳුබෑවුම්, ගල් ගුහා බිත්ති, ලෝකඩ පතුරු, ගල් පතුරු, ලී කැබලි, මැටි පුවරු, බදාම පුවරු, සත්ව හම්, විවිධ ශාක පත්‍ර, කඩදාසි වැනි දේ මත සටහන් කිරීම

මධ්‍යතන යුගය

- ★ ලී අච්චු අකුරු නිපදවීම
- ★ ලී ඵලක මුද්‍රණය
- ★ පදම් කළ මැටි අකුරු නිපදවීම
- ★ ලෝහ අකුරු නිපදවීම
- ★ උත්තල මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වීම
- ★ මුද්‍රණ යන්ත්‍රය බිහි වීම
- ★ මුද්‍රිත පොත් බිහි වීම
- ★ මුද්‍රිත පුවත්පත් බිහි වීම

නූතන යුගය

- ★ සමතල මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වීම
- ★ ඕෆ්සෙට් මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වීම
- ★ පරිගණකය නිපදවීම
- ★ ෆැක්ස් යන්ත්‍රය නිපදවීම
- ★ ඩිජිටල් මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වීම

(අ) පුරාතන යුගය

ඉහත සටහනේ ද දැක්වෙන පරිදි රේඛා, සංඥා, සංකේත, චිත්‍ර සහ රූපාක්ෂර ආදිය විවිධ ස්ථානවල සටහන් කිරීම පුරාතන යුගයේ මුල් කාලයේ දී සිදු විය. මෙම යුගයෙහි නිර්මාණය වූ අක්ෂරමාලා කඩදාසි මත සටහන් කිරීම ලේඛන විකාශනයේ වැදගත් සංධිස්ථානයකි. අක්ෂරමාලා සකස් කරගැනීමේ දී ෆිනිෂියන්, ඇසිරියන් හා හීබෘ ජාතිකයන් පෙරමුණ ගත්තා ලද අතර ග්‍රීක, ලතින් හා අරාබි අක්ෂරමාලා බිහිවන්නේ ඔවුන්ගේ ආභාසයෙනි. තමන්ට ම අනන්‍ය වූ අක්ෂරමාලාවක් බිහිකර ගත් චීනයෙහි ආභාසය, වෙළඳ හා සංස්කෘතික සබඳතා හරහා ජපානය සහ කොරියාව වැනි රටවල ද ව්‍යාප්ත විය.

පුරාතන මානවයා ස්වභාවික ද්‍රව්‍ය හා සකස් කළ ද්‍රව්‍ය මත සටහන් තබන අතර ම විවිධ කඩදාසි වර්ග ද අත්හදා බැලූහ. ටිබෙටයේ **බයිලාන් ශාක පත්‍රිකා** ද (Tibetan Paper) චීනයේ **ගොයම් ශාක පත්‍රිකා** ද (Rice Paper) ඊජිප්තුවේ **පැපිරස් පතුරු** ද එවැනි කිහිපයකි. ක්‍රි.ව. 105 දී චීන ජාතික ට්සායි ලූන් (Tsai Lun) විසින් කඩදාසිය නිපදවනු ලැබීම සියලු අත්හදා බැලීම්වල සාර්ථක ම ප්‍රතිඵලය විය. මෙලෙස ලේඛන ක්‍රම සන්නිවේදන මාධ්‍ය ලෙස සංවර්ධනය වීම ඇරඹිණි. එය වර්තමාන මුද්‍රිත මාධ්‍යවල ප්‍රාග් ස්වරූපය යැයි පැවසීම නිවැරදිය. ඉන් කිහිපයක් විමසා බලමු.

ප්‍රාග් මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප

- රෝමයේ 'ඇක්ටා ඩියුර්නා' (Acta Diurna) නම් රාජ්‍ය නිවේදන (ජූලියස් සීසර් පාලන සමයේ රාජ්‍යය තුළ සිදුවීම් මහජනතාවට හා රජයේ නිලධාරීන්ට දැන ගැනීම පිණිස ගල් හෝ ලෝහ පතුරු මත සටහන් කර ජනාකීර්ණ ස්ථානවල එල්ලා තිබී ඇත).
- ජපානයේ ඉයෝමියුරි (Yomiuri) හෙවත් කවාරබාන් (Kawaraban) නම් මැටි පුවරු පුවත්පත.
- බ්‍රිතාන්‍යයේ අතින් ලියන ලද පුවත් ලිපි.
- රුසියාවේ Courant (කෝරන්ට්) නමින් වූ අතින් ලියූ පුවත්පත්.
- ප්‍රවෘත්තිමය අවශ්‍යතා සඳහා භාවිත කළ මැටි හෝ ඉටි ගාන ලද ලෑලි.

ලොව විවිධ ජාතීන් විසින් තම සංස්කෘතියට සහ පරිසරයට ගැළපෙන පරිදි අක්ෂර ද ඒවා ලිවීමට කඩදාසි ද සොයා ගනු ලැබූ නමුත් එතෙක් මුද්‍රණ ශිල්පය හඳුනාගෙන තිබුණේ නැත.

මේ කාලය වන විට 'එක් ලේඛනයකින් වැඩි පිටපත් සංඛ්‍යාවක් ලබා ගැනීම සඳහා සුදුසු ක්‍රියාදාමය කුමක් ද?' යන ගැටලුවට ඔවුහු පිළිතුරු සොයමින් සිටියහ. ඒ සඳහා ඔවුන් පෙළඹ වූ හේතු කිහිපයකි.

- අත්පිටපත් විශාල සංඛ්‍යාවක් එකවර ලිවීම දුෂ්කර හා වෙහෙසකර වූ කාර්යයක් වීම.
- එක් අයෙකුට තනිව සිදු කළ නොහැකි වීම හා විවිධ අය පිටපත් කිරීමෙන් ලේඛනයේ විවිධ වෙනස්කම්, දෝෂ, අඩුපාඩු පැවතීම.
- කල්ගත වීම.
- පිරිවැය වැඩි වීම.

මුද්‍රණ ශිල්පය සඳහා පදනම සැකැසෙන්නේ මෙවැනි පසුබිමක් යටතේය.

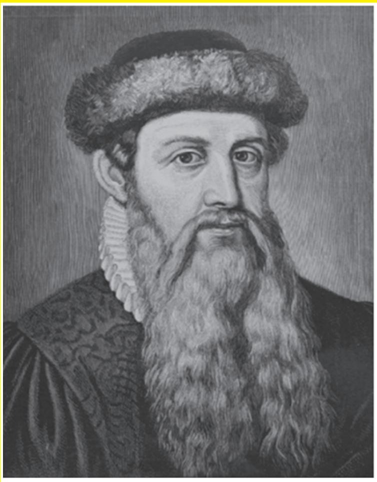
❖ උත්තල මුද්‍රණ ශිල්පය

ලී අච්චු මඟින් මුද්‍රණය උත්තල මුද්‍රණ ශිල්පයේ ප්‍රාථමික අවස්ථාවයි. අකුරුවල මුද්‍රණය වන කොටස උඩට නෙරා තිබීම හේතුවෙන් මෙය උස්තල හෙවත් අකුරු තෙරපුම (Relief Printing, Letter Press) නමින් ද හැඳින්වේ.

චීනය මෙම ක්‍රමය මඟින් ක්‍රි.ව 868 දී පමණ ලොව ප්‍රථම ග්‍රන්ථය ලෙස සැලකෙන මහායාන බෞද්ධ ග්‍රන්ථයක් වූ **වජ්‍ර සූත්‍රය** මුද්‍රණය කර තිබේ. යුරෝපීය ජාතිකයන් ද පසුකාලීනව ශාන්ත ක්‍රිස්ටෝපර් මුනිඳුන්ගේ රුවක් ලී අච්චු මඟින් මුද්‍රණය කොට තිබේ. කල් යත් ම මෙම ක්‍රමයේ ඇති දුර්වලතා අවබෝධ කර ගත් චීන මුද්‍රණකරුවෝ සිනිඳු මැටි වර්ගයකින් සකසා ගත් අකුරු හා සංකේත මුද්‍රණ කටයුතු සඳහා යොදා ගැනීමට පෙළඹුණහ.

චීනය ලී අච්චු මඟින් මුද්‍රණ කටයුතු සිදු කරන විට පවා යුරෝපය ලේඛන පිටපත් ලබාගත්තේ අතින් ම ලිවීමෙනි. චීනයේ මෙම මුද්‍රණ ක්‍රමවේද අරාබි වෙළෙඳුන් මඟින් ආසියාවට ද පසුකාලීනව යුරෝපයට ද ව්‍යාප්ත විය. ඔවුහු තම ශිල්පීය හැකියාවන් හා භෞතික සාධක ඉවහල් කරගෙන විවිධ මුද්‍රණ ක්‍රමවේද අත්හදා බලන්නට වූහ.

❖ ලෝහ අකුරු නිර්මාණය හා මුද්‍රණ යන්ත්‍රය නිපදවීම



2.1 රූපය - ජොහැන්ස් ගුටෙන්බර්ග්

ජර්මානු ජාතික **ජොහැන්ස් ගුටෙන්බර්ග්** (Johannes Gutenberg) කාර්මිකයෙකු වීමට සිහින මැවූවෙකි. රන්, රිදී, පිත්තල, වානේ, යකඩ, හා තඹ උණු කිරීම මෙන්ම ඒවායින් විවිධ දේ සැකසීම ඔහුගේ සිත් ගෙන තිබිණි. එවැනි පසුබිමක ජීවත් වූ නිසා ම මුද්‍රණය සඳහා ලී හෝ මැටි අකුරු වෙනුවට ලෝහ අකුරු යොදා ගැන්ම ඔහුගේ අභිප්‍රාය විය. ඒ අනුව ගුටෙන්බර්ග් විසින් ජර්මන් හෝඩිය ලෝහ අකුරින් නිර්මාණය කරනු ලැබීම මුද්‍රණ ඉතිහාසයේ වැදගත් සංධිස්ථානයක් විය. යන්ත්‍රයක් නැති අඩුව ගුටෙන්බර්ග්ට දැනෙන්නේ මෙම අවස්ථාවේ දී ය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් මිදි යුෂ ලබා ගැනීම සඳහා භාවිත කළ සරල සම්පීඩන යන්ත්‍රයක් අනුසාරයෙන් ක්‍රි.ව 1440 දී ඔහු විසින් අතින් ක්‍රියා කර විය හැකි මුද්‍රණ යන්ත්‍රය නිපදවනු ලැබිණි.

ඒ අනුව ලොව ප්‍රථම මුද්‍රණ යන්ත්‍රය මඟින් පළමුවරට මුද්‍රණය වන්නේ 'ලතින් ව්‍යාකරණය' යි. දෙවනුව බයිබලයේ ලතින් පිටපත් 200ක් මුද්‍රණය කෙරිණි.

කෙසේ වුව ද ක්‍රි.ව. 1500 පමණ වන විට යුරෝපය පුරා උත්තල මුද්‍රණාලය රැසක් ව්‍යාප්ත වී තිබිණි.

❖ මුද්‍රිත පුවත්පත් බිහි වීම

THE LONDON GAZETTE.

Published by Authority.

From Monday, Septemb 3. to Monday, Septemb 10. 1666.

2.2 රූපය - ලන්ඩන් ගැසට් පුවත්පත

මුද්‍රිත පුවත්පත් මුලින් ම ජර්මනිය, එංගලන්තය, ප්‍රංශය හා ඇමරිකාව යන රටවල 17 වන ශතවර්ෂයේ දී පමණ බිහි විය. එංගලන්තයේ ආරම්භ කළ **ලන්ඩන් ගැසට්** පුවත්පත ඒ අතර වැදගත් තැනක් හිමිකර ගනියි. මේවා අවධානය යොමු කරන ලද්දේ වෙළෙඳුන්ගේ හා නාගරිකයන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීම පිළිබඳවය. කෙසේ නමුත් ප්‍රංශයේ **ලාගැසතේ** (La Gazette) පුවත්පත ප්‍රංශ රජයේ උවමනාවන් පරිදි දේශපාලන තොරතුරු පළ කිරීම සඳහා අවධානය යොමු කරන ලදී. මෙම ශතවර්ෂය මධ්‍යයේ දී සඟරා මෙන්ම දිනපතා පුවත්පත් ද පළ විය. යුරෝපීය යටත් විජිතවාදයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙසින් යටත් රටවල ද පුවත්පත් බිහි විය. ප්‍රථම ඉන්දීය පුවත්පත වූ **බෙංගාල් ගැසට්** (Bengal Gazette) පළවන්නේ ද ඒ අනුවයි.

(ආ) නූතන යුගය

2.3 රූපය - නවීන මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක්

වර්ෂ 1793 දී සමතල මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වූයේ ජර්මනියේ ඇලොයිස් සෙනෙෆෙන්ඩර් නම් වූ නීති ශිෂ්‍යයා විසින් අහඹු සිදුවීමක් දිගින් දිගට ම පර්යේෂණයට ලක් කරනු ලැබීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. ගල් පතුරක වූ සටහනක් කඩදාසිය මතට ගැනීම මෙහි ආරම්භක අවස්ථාව විය. සිලින්ඩර දෙකක් යොදා ගනිමින් මුද්‍රණ තහඩු සකස් කළ මෙම නව මුද්‍රණ ක්‍රමය **ලිතෝග්‍රැෆි** (Lithography) ලෙස නම් කෙරිණි. ජලය හා තෙල් මිශ්‍ර නොවීම මෙහි මූලධර්මය විය. පසුව ඇමෙරිකානු ජාතික අයිරා රබෙල් (Ira Rubel) මෙය මුද්‍රණ සිලින්ඩර තුනක් දක්වා වැඩි කොට **ඕෆ්සෙට් ලිතෝග්‍රැෆි** (Offset Lithography) ක්‍රමය හඳුන්වා දීම සිදු විය. වර්ණ හතරක මූලධර්මය භාවිත කිරීම එහි සුවිශේෂීත්වයට හේතුවක් විය. එලෙස භාවිත වූයේ නිල් (සයන්), රතු (මැජන්ටා), කහ සහ කළු යන වර්ණයන්ය. මෙලෙස බිහි වන නවීන ඕෆ්සෙට් මුද්‍රණ යන්ත්‍රය මුද්‍රණ කලාවේ නව ඉසව් කරා යන්නට ප්‍රබල දායකත්වයක් සපයනු ලැබීය. ඕෆ්සෙට් මුද්‍රණය පහසු, කඩිනම් හා වර්ණවත් වීම ඊට හේතු විය.

ලෝකය පුරා තාක්ෂණය දියුණු වීම මුද්‍රණ කර්මාන්තයට ද සෘජුව ම බලපාන ලදි. ඒ අනුව ෆැක්ස් හා පරිගණක ආදී යන්ත්‍ර බිහි වීම මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ සංවර්ධනයට හේතු විය. පරිගණකය මුල්කරගත් **ඩිජිටල් (Digital) මුද්‍රණය** නූතන මුද්‍රණ ක්ෂේත්‍රයට නැතුව ම බැරි අංගයක් වී තිබේ. එලෙසින් ම අන්තර්ජාලය මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිතය දැවැන්ත පරිවර්තනයකට පත් කොට ඇති බැව් පෙනේ. අද ලොව ඕනෑම අයකුට වෙබ් අඩවි තුළ තොරතුරු හෝ දැනුම සටහන් කළ හැකි අතර ඕනෑම අයකුට එය පරිශීලනය කිරීමට ද හැකිය. වර්තමානයේ අන්තර්ජාල ලේඛන භාවිතය ඉතා සුලබ, පහසු හා අසීමාන්තික සිදුවීමක් බවට පත්ව තිබේ. මෙම ලේඛනවල පිටපතක් ලබා ගැනීම ද තත්පර ගණනකින් සිදු කළ හැකි වීම සුවිශේෂත්වයකි.

2.1.2 ශ්‍රී ලංකාවේ ලේඛන විකාශනය

සමස්ත ලෝක වාසීන් මෙන්ම පැරණි ශ්‍රී ලාංකිකයන් විසින් ද ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයේ සිට ම සිය අවශ්‍යතා සඳහා විවිධ ලේඛන භාවිත කරන ලදි. තන්තිරිමල සිතුවම්, කිතුල්ගල බෙලිලෙන, කුරුවිට බටදොඹලෙනෙන් හමු වී ඇති සටහන් යනාදිය මේ සඳහා සාක්ෂ්‍යයන්ය. කෙසේ වුව ද, ලංකාවේ ලේඛන කලාව පිළිබඳ නිශ්චිත තොරතුරු ලැබෙන්නේ ක්‍රි.පූ 3 සියවසෙහි සිදු වූ මහින්දාගමනයෙන් අනතුරුවය.

(අ) පුරාතන යුගය

- **ලෙන් ලිපි**

  සංඝයා වහන්සේලාගේ වාසය පිණිස ගල්ගුහා පූජා කළ බව එම ගුහා බිත්තිවල කෙටි ශිලා ලේඛන ලෙස කොටා තිබීම.

- **ටැම් ලිපි**

  රාජ්‍ය පාලනයට අදාළ තොරතුරු ගල් කණු මත කොටා තිබීම. (මේවා ලෙන් ලිපිවලට වඩා සවිස්තරාත්මක ඉදිරිපත් කිරීම්ය.)

- **පුවරු ලිපි**

  රජවරු විසින් මහජනතාවගේ දැන ගැනීම පිණිස විවිධ නීතිරීති ප්‍රසිද්ධ කරමින් ඉදි කරන ලද පුවරු.

- **ශිලා ලේඛන හෙවත් සෙල්ලිපි**

  රාජ ආඥා, පුණ්‍ය කටයුතු, ඉඩම් පිළිබඳ තොරතුරු මහජනතාවට දැන්වීම පිණිස යොදා ගත් ශෛලමය ලිපි.

- **සන්නස්**

  රජු විසින් පිරිනැමෙන පදවි, නින්දගම් මෙන්ම රාජ ආඥා පිළිබඳ දන්වා සිටීම සඳහා යොදා ගත් ලේඛන

- **අකුරු ලියූ මැටි වළං කැබලි**
- **අකුරු කෙටූ කාසි**
- **ප්‍රතිමා ආසන, මුරගල්, උළුවහු, සඳකඩපහණ වැනි දෑ මත කළ ලිවීම්**
- **රන්, රිදී, තඹපත් ලියවිලි**
- **පුස්කොළ හෙවත් තල්පත් ලියවිලි**

2.4 රූපය - ඉපැරණි ශ්‍රී ලාංකික කාසි

2.5 රූපය - මිහින්තලා සෙල්, ටැම් හා පුවරු ලිපි

මෙරට පුරාතන ලේඛන දකුණු ඉන්දීය පල්ලව අක්ෂර ආභාසය ලබා ඇති බව සනාථ වී ඇත. ත්‍රිපිටකය ග්‍රන්ථාරූඪ කිරීම, සංස්කෘත භාෂාවෙන් ලියැවී තිබූ පොතපත සිංහලයට නැගීම, අටුවා සාහිත්‍යය සඳහා විවරණ සැපයීම ආදිය ලේඛන ඉතිහාසයේ සංධිස්ථාන ලෙස සැලකේ. ක්‍රි.ව. 4 දී දීපවංශය ද, ක්‍රි.ව. 5 දී මහාවංශය ද රචනා වීම එහි ම වර්ධනීය අවස්ථා ලෙස දැක්විය හැකිය.

ක්‍රි.ව 1250 පමණ වන විට සිංහල භාෂාව වියරණ නීතිරීති සහිතව දියුණු වී තිබීමෙන් ම මෙරට ලේඛන කලාව අත්පත් කරගෙන තිබූ වර්ධනය වටහා ගත හැකිය. විශේෂයෙන් ම සිංහල, පාලි, සංස්කෘත, දෙමළ ආදී භාෂාවන්ගෙන් සාහිත්‍ය කෘති නිර්මාණය වීම මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ විකාශනය උදෙසා විශාල මෙහෙයක් සිදුකරන ලදි.

මෙම කාලවකවානුව තුළ යටත්විජිතකරණයේ අතුරු ඵල භුක්ති විඳීමට මෙරට වැසියන්ට සිදු විය. එලෙස ඒ ඒ රාජ්‍යයන් විසින් භාවිත ලේඛන ස්වරූප මෙරට සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා යොදා ගැනිණි. ලිපි, පෙත්සම්, තෝම්බු වැනි විවිධ ලේඛන භාවිතය සිදුවන්නේ ඒ ආකාරයෙනි. කිසියම් කරුණක් සම්බන්ධ මහජන විරෝධතාව පෙත්සමකින් අනාවරණය වූ අතර ඉඩම් භුක්ති විඳීම සම්බන්ධ තොරතුරු තෝම්බුවලින් ප්‍රකාශ කෙරිණි. පෘතුගීසි තෝම්බුව එවැන්නකි.

(ආ) නූතන යුගය

මුද්‍රණ ශිල්පය මෙරටට හඳුන්වා දෙන ලද්දේ ලන්දේසීන් විසිනි. ලංකාවේ මුහුදුබඩ ප්‍රදේශ අල්ලාගත් ලන්දේසින් විසින් ක්‍රිස්තියානි ධර්මය ප්‍රචලිත කිරීමේ අරමුණින් එම ඇදහිලි ක්‍රම සිංහල හා දෙමළ භාෂාවලට පරිවර්තනය කර පුස්කොළ පිටපත් සකස් කරන ලදී. මේ අතර කොළඹ ලන්දේසි යුද ගබඩාවේ භාරකරු වූ **ගේබ්‍රියල් ස්කේද්** (Gabriel Schade) විසින් සිංහල අච්චු අකුරු නිර්මාණය කරනු ලැබීම මෙරට මුද්‍රණ ඉතිහාසයේ සන්ධිස්ථානයක් ලෙස දැක්විය හැකිය. වර්ෂ 1707 දී පමණ **රුවල්** නම් ලන්දේසි ජාතිකයා විසින් ලී බ්ලොක් මඟින් සිංහල අකුරු කපා පොතක් නිර්මාණය කරන ලද බව ද වාර්තා වේ. **පිලාත්** නම් ආණ්ඩුකාරවරයාගේ නියෝගයක් පරිදි ප්‍රථම සිංහල මුද්‍රණාලය කොළඹ දී ඇරඹෙන්නේ 1737 දී ය. වර්තමානයේ බොරැල්ලේ පිහිටි රජයේ මුද්‍රණාලය එදා ඇරඹූ මුද්‍රණාලයේ ම වර්ධනයකි.

යාපනය මනිපායිහි 1841 දී දෙමළ මුද්‍රණාලයක් ආරම්භ කිරීමෙන් සහ බුලත්ගම ධම්මාලංකාර හිමියන්ගේ ප්‍රධානත්වයෙන් 1862 වර්ෂයේ ගාල්ලෙහි ''ලංකෝපකාරය'' නම් වූ මුද්‍රණාලයක් ආරම්භ වීමෙන් විද්‍යමාන වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ මුද්‍රණ ශිල්පයේ විකාශනයයි.

ඉන් පසුව විවිධ පුවත්පත් ආයතන ආරම්භ විය. මේ කාලයේ දී ප්‍රජාතාන්ත්‍රීය ලක්ෂණ දරන සඟරා බිහි වීම, විකල්ප මත දරන මුද්‍රිතාංග පළ කිරීම ආදිය සිදු වී තිබේ. නූතන ස්වරූප දක්වා මුද්‍රිත මාධ්‍ය විකාශනය වීම ඇරඹෙන්නේ එලෙසය. එමෙන්ම ගෝලීයකරණය වූ සමාජ පරිසරය තුළ නූතන තාක්ෂණයේ දායකත්වය නොඅඩුව ලබා ගැනීමට ද වත්මන් ශ්‍රී ලාංකීය මුද්‍රණ කර්මාන්තය කටයුතු කරමින් සිටී. මෙය මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ සංවර්ධනය සඳහා හේතු වී තිබේ.

2.2 මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප

2.6 රූපය

මවක සහ පුතෙකු අතර ඇති වූ ඉහත දෙබසින් මාධ්‍ය ස්වරූප හා ඒවා භාවිත කොට ඇති ආකාරය පිළිබඳ දළ සිතුවමක් මවා ගත හැකි වේ. තොරතුරු බහුල වූ පරිසරයක එකම සිදුවීම ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය, විවිධ වූ ස්වරූපයන් පවත්වාගෙන යන්නේ මන්ද? ඊට හේතු කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- මාධ්‍ය ආයතන අතර පවතින තරගකාරීත්වය
- මාධ්‍ය ආයතනවල පවත්නා වාණිජ අරමුණු සහ සමාජ අරමුණු
- එක් එක් ග්‍රාහකයාගේ ස්වභාවය වෙනස් වීම
- එක් එක් ග්‍රාහකයාගේ රුචිකත්වය විවිධ වීම
- ග්‍රාහකයන්ගේ සමාජ පසුබිම
- ග්‍රාහකගත කළ යුතු අවස්ථාව වෙනස් වීම

මෙලෙස තොරතුරුවල විවිධ ගුණාංග ගැබ්ව ඇති බැවින් විවිධ ස්වරූපයෙන් මාධ්‍ය යොදා ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ අන්තර්ගත සුවිශේෂී ගුණාංග හේතුවෙන් එය අපට අත්‍යවශ්‍ය මාධ්‍යක් බවට පත් වී ඇත. එවැනි ලක්ෂණ කීපයක් පහත දැක්වේ.

මුද්‍රිත මාධ්‍යය ලක්ෂණ

- සාක්ෂරතාව හා පරිකල්පනය වර්ධනය වේ.
- මුද්‍රිත මාධ්‍ය කිසිවකුගේ බලපෑමකින් තොරව තමාට කැමති නම් පමණක් කියවිය හැකිය.
- කියවීමේ රටාව තීරණය කරන්නේ ග්‍රාහකයාය.
- මුද්‍රිත මාධ්‍ය ගබඩා කිරීම සඳහා විශේෂ පහසුකම් අවශ්‍ය නැත.
- බාල හෝ ඉස්තරම් යන කුමන කඩදාසියකින් නිමැවුව ද අන්තර්ගතයට ඇති බලපෑම අඩුය.
- අධ්‍යාපනික කාර්යයන්වල දී තොරතුරු ගොනු වශයෙන් ලබා ගැනීම සඳහා මුද්‍රිත මාධ්‍ය වැදගත් මෙහෙයක් ඉටු කරයි.

මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ විවිධ ස්වරූප

මුද්‍රිත මාධ්‍ය විවිධ ස්වරූපයෙන් භාවිත කරයි. පණිවිඩයේ ස්වභාවය අනුව මෙම ස්වරූප සකස් වේ. එදිනෙදා භාවිත කරන සමීපතම මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප කීපයක් හඳුනා ගනිමු.

- පොත්
- පුවත්පත්
- සඟරා
- පෝස්ටර්
- අත් පත්‍රිකා

2.2.1 පොත්

'පිටු 49කට නොඅඩු වාර සඟරා හෝ මුද්‍රිත කඩදාසි ගොනුව' පොතක් බව යුනෙස්කෝව අර්ථකථනය කරයි. එසේ ම වෙනස් ආකාරයෙන් 'පොත' යන සංකල්පය අර්ථකථනය කරන අවස්ථා ද දැක ගත හැකිය. පොදුවේ ගත් විට පිටකවරයකින් සමන්විත වීම, ඇතුළු පිටු තදින් එකට බැඳ තිබීම පොතක බාහිර ලක්ෂණ වේ. මෙලෙස පොත් බැඳීම කටුගසා, ගම්වලින් අලවා, නූල්වලින් මසා හෝ යාන්ත්‍රිකව සිදු කළ හැකිය.

2.7 රූපය - දඟර බැඳීම
(Spiral Binding)

2.8 රූපය - කටු ගැසීම
(Staple Binding)

2.9 රූපය - දෘඪ බැඳීම
(Hard Binding)

පොතක අන්තර්ගතය එකිනෙකට වෙනස් වන අතර ඒවා විවිධ ක්ෂේත්‍ර පාදක කොට ගෙන රචනා වේ. මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප අතර පොතට සුවිශේෂී ස්ථානයක් හිමි වන්නේ එමගින් පාඨකයාගේ ඇතිවිය හැකි විවිධ පරිවර්තන හේතුවෙනි. පොත් කියවීම සඳහා පාඨකයාට තුළ සාක්ෂරතා හැකියාව පැවතිය යුතු අතර නිරන්තර පොත් කියවීම හේතුකොටගෙන එය වර්ධනය වේ. පරිකල්පන හැකියාව, භාෂා ඥානය, විචාරාත්මක චින්තනය, දැනුම හා අවබෝධය වැඩි වීම පොත් පරිශීලනයේ ප්‍රමුඛ වාසි අතර වේ. පාඨකයා කියවීමෙන් ජීවිත ආදර්ශ ලබාගන්නා අතර බොහෝ ඇසූ පිරූ තැන් ඇති මිතුරකු හා සමාන ඇසුරක් ද පොත හා ගොඩනගා ගනී.

අමතර දැනුමට

පොතක ISBN අංකය මගින් එය ජාත්‍යන්තර පිළිගැනීමට ලක් වේ. ශ්‍රී ලංකාවෙහි පළවන පොතකට ISBN අංකය හා සූචිකරණ දත්ත ලබාදෙනුයේ ජාතික පුස්තකාල හා ප්‍රලේඛන සේවා මණ්ඩලය විසිනි.

ISBN (International Standard Book Number) - ජාත්‍යන්තර සම්මත පොත් අංකය

ලෝකයේ පුවත්පතට ද පළමුව බිහි වූ මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූපය පොතයි. ලී අච්චු හෙවත් එලක මුද්‍රණ (Wood Block Printing) මගින් ලොව සකස් කළ පළමු පොත, චීනයේ මහායාන බෞද්ධ පොතක් වූ වජ්‍ර සූත්‍රයයි. උත්තල මුද්‍රණ ක්‍රමයෙන් (Letter Press Printing) නිම වූ පළමු පොත ජර්මනියේ ජොහැන් ගුටෙන්බර්ග්ගේ 'ලතින් ව්‍යාකරණය' නම් වේ. ගුටෙන්බර්ග්ගේ දෙවන පොත වූ 'ලතින් බයිබලය' ද ඓතිහාසික එකකි. ශ්‍රී ලංකාවේ පළමු සිංහල පොත ලෙස සැලකෙන්නේ පිටු 41කින් යුක්ත වූ 'ලන්දේසි යාඥා පොත' යි.

2.10 රූපය - ලතින් බයිබලය

2.11 රූපය - වජ්‍ර සූත්‍රය

2.12 රූපය - සිංහල මහා වංශය

2.2.2 පුවත්පත්

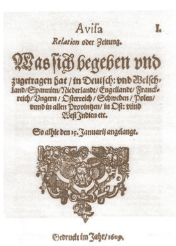
'මහජනතාව උනන්දුවක් දක්වන ප්‍රවෘත්ති, වෙළෙඳ දැන්වීම්, සාහිත්‍ය සම්බන්ධ කරුණු හා අනෙකුත් අංග ඇතුළත්ව දිනපතා හෝ සතිපතා පළ කරන මුද්‍රිත ස්වරූපය' පුවත්පත බව ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂය අර්ථ දක්වා ඇත. ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල පනතෙහි නිර්වචනය අනුව 'පොදු පුවත්, ආරංචි හෝ සිදුවීම් ඇතුළත් කොට මුද්‍රණය කරනු ලබන හෝ පළ කරනු ලබන දෙය' පුවත්පතක් බව හඳුනාගත හැකිය. පුවත්පත් යනු 'ප්‍රවෘත්ති අඩංගු පත්‍රිකා' යන්න සාමාන්‍ය ව්‍යවහාරයයි.

මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප අතර පුවත්පත වැදගත් වන්නේ එය ප්‍රබල ජන මාධ්‍යයක් වන බැවිනි. ඒ අනුව පුවත්පතක සුවිශේෂී ලක්ෂණ වන්නේ සිය **අන්තර්ගත ආකෘති** මඟින් කාලීන, පාඨකයාට සමීප හා අදාළ වූ, උණුසුම් තොරතුරු ලබාදීමයි. මෙවැනි තොරතුරු ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග, තීරු ලිපි, කාටූන්, ඡායාරූප යනාදී ආකෘති මඟින් ඉදිරිපත් කළ හැකිය. මෙම ආකෘති නිර්මාණශීලීව හා හරවත්ව භාවිත කිරීමෙන් පාඨකයා කරා සාර්ථක ව තොරතුරු සන්නිවේදනය කළ හැකිය. ප්‍රවෘත්තියක කාලීනබව සැණෙකින් වියැකී යන බැවින් නිරන්තරව නැවුම් ප්‍රවෘත්ති ඇතුළත් කරමින් පුවත්පත් සකස් කළ යුතු වීම මාධ්‍යවේදීන්ට අභියෝගයක් බවට පත් වේ. කඩිනමින් ප්‍රවෘත්ති රැස් කිරීම හා ඉදිරිපත් කිරීම තුළ කාලීනබව ආරක්ෂා වේ.

පුවත්පත්වල පළ වන ලිපි, ගොනු ලෙස සකසා මාධ්‍ය ආයතන, පුස්තකාල, ලේඛනාරක්ෂණ ආයතනයන්හි ගබඩා කර තිබෙනු දැකගත හැකි වේ. මෙවැනි පුවත් ලිපි ගොනු ශාස්ත්‍රීය පර්යේෂණ සඳහා ඉවහල් කොට ගැනේ.

පුරාතන යුගයේ රෝමයේ Acta Diurna රාජ්‍ය නිවේදන නූතන පුවත්පත්වල ඓතිහාසික ආරම්භය විය. පසු කාලීනව බටහිර රටවල සිදු වූ මුද්‍රණ ශිල්පයේ ව්‍යාප්තිය පදනම් කරගනිමින් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර මුද්‍රණය සංවර්ධනය විය. ජර්මනියේ 'Avrizo Relation Oder Zeitung' එංගලන්තයේ 'Weekly News' ප්‍රංශයේ 'La Gasette' අමෙරිකාවේ 'Publick Occurrences both forreign and domestick' එවැනි පුවත්පත්ය. මුල් කාලයේ එංගලන්තය, අමෙරිකාව වැනි රටවල් විසින් පුවත්පත් මුද්‍රණයේ දී වැඩි අවධානයක් යොමු කරන ලද්දේ වෙළඳුන් හා නාගරිකයන්ගේ අවශ්‍යතා කෙරෙහිය.

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම ඉංග්‍රීසි පුවත්පත 'කලම්බු ජර්නල්' (1832) ය. පළමු සිංහල පුවත්පත 'ලංකාලෝකය' (1860) වන අතර ලියාපදිංචි කළ පළමු සිංහල පුවත්පත 'ලක්මිණි පහන' (1862) යි. ශ්‍රී ලාංකික ප්‍රථම දෙමළ පුවත්පත 'උදායි තාරකායි' (1864) ය.


Avisa I.
Relation oder Zeitung.
Was sich begeben vnd zugetragen hat / in Deutsch: vnd Welschland / Spannien / Niederlandt / Engellandt / Franckreich / Vngern / Osterreich / Schweden / Polen / vnnd in allen Provintzen / in Ost: vnnd West Indien etc.
So alhie den 15. Januarij angelangt.
Gedruckt im Jahr / 1609.

2.13 රූපය - ඇවිරිසෝ රිලේෂන් ඔඩර් ස්ඉටන්ග්

Colombo Journal.

2.14 රූපය - කලම්බු ජර්නල්

2.15 රූපය - දිනමිණ

2.2.3 සඟරා

සඟරාවක් යනු යම් ක්ෂේත්‍රයක් අරමුණු කරගෙන හෝ යම් පාඨක පිරිසක් ඉලක්ක කර ගෙන නිශ්චිත කාලසීමාවල දී පළ වන, කෙටි ලිපි සහ රූප සටහන් සහිත ප්‍රකාශනයකි. සඟරා 'වාර ප්‍රකාශන' නමින් ද හැඳින්වේ. සඟරා පළ කිරීම මාසික, ද්වීමාසික, ත්‍රෛමාසික, අර්ධවාර්ෂික හා වාර්ෂික ලෙස සිදු කළ හැකිය. එමෙන්ම විද්‍යාව, කලාව, කෘෂිකර්මය, වාණිජ්‍යය, සමාජය, ආර්ථිකය, දේශපාලන, ගෘහ විද්‍යාව, සංස්කෘතිය, ආගම, විනෝදාංශ, ක්‍රීඩා හා අධ්‍යාපන යනාදී ඕනෑම තේමාවක් ඔස්සේ සඟරා පළ කරනු දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම එකම සඟරාවක විවිධ තේමා හා විෂයයන්ට අදාළ ලිපි අන්තර්ගත වීමේ හැකියාව ද පවතී.

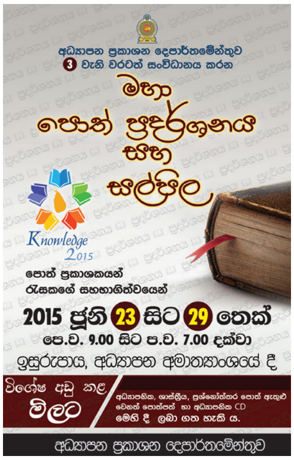
යම් සඟරාවකට ලිපි ලබා ගැනීම, තෝරා ගැනීම, අනුමැතිය ලබා ගැනීම, සංස්කරණය හා පළ කිරීමට අදාළ සියලු ම කටයුතු සංස්කාරක මණ්ඩලයක් මඟින් සිදු කිරීම සාමාන්‍ය ක්‍රියා පිළිවෙතයි. එසේ ම පුවත්පත් මාධ්‍ය ආයතන විසින් ම සඟරා පළ කරනු ලැබීම ද සුලභ කරුණකි.

සඟරා ලිපි, පර්යේෂණාත්මක දත්ත හා වටිනා තොරතුරුවලින් යුතුය. ඓතිහාසික තොරතුරු, සංකල්ප විග්‍රහ කිරීම්, විවිධ අර්ථකථන, දෘෂ්ටිකෝණ, මතවාද එහි අන්තර්ගත වේ. මේ අනුව පුවත්පත්වලට සාපේක්ෂව සඟරා ලිපි දිගු කාලයක් සුරැකිව ගබඩා කරගනිමින් දැනුම ලබාගත හැකි වීම සුවිශේෂ ලක්ෂණයකි.

ලොවපුරා සඟරා පළ කිරීම ඇරඹී ඇත්තේ 17වන ශතවර්ෂයේ මැද භාගයේ දී පමණය. මුල්කාලයේ එංගලන්තයේ මුද්‍රණය වූ සඟරා සාහිත්‍යමය පළ කිරීම් විය. ප්‍රංශ විප්ලවය අවධියේ ධනවාදී ප්‍රජාතාන්ත්‍රික සඟරා මුද්‍රණය වී ඇති බැව් සනාථ වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ පළමු සිංහල සඟරාව වූ 'මාසික තෑග්ග' ක්‍රිස්තියානි ආගම ඇගයීමේ පරමාර්ථයෙන් බිහි වූවකි.

2.16 රූපය - ලොව ජනප්‍රියතම සඟරා කිහිපයක්

2.2.4 පෝස්ටර්



2.17 රූපය - පෝස්ටරයක්

'යම්කිසි තොරතුරක් පිළිබඳව අදාළ පුද්ගලයන් දැනුම්වත් කිරීම සඳහා ප්‍රසිද්ධ ස්ථානයක ප්‍රදර්ශනය කරනු ලබන දැන්වීම' පෝස්ටරයක් ලෙස හැඳින්වේ. වෙළෙඳ, දේශපාලන, සමාජීය තොරතුරු අන් අයට දැන්වීම සඳහා පෝස්ටර් යොදා ගනී. පෝස්ටර් භාවිතය මගින් ප්‍රචාරණය මෙන්ම පොළඹවා ගැනීම ද අරමුණු කෙරේ. පෝස්ටර් භාවිතය සාර්ථක වීමට නම් මිනිස් නෙත සැණින් ගැටෙන පරිදි ජනාකීර්ණ ස්ථානවල, පහසුවෙන් කියවිය හැකි ලෙස ප්‍රදර්ශනය කළ යුතු වේ. පුවත්පත් මුද්‍රණ කඩදාසියේ සිට විවිධ ප්‍රමිතියේ කඩදාසි, පොලිතීන් ආදී විවිධ දේ මේ සඳහා යොදාගත හැකිය. වර්ණවත්, නිර්මාණශීලි හා සරල භාෂා රටාවන්ගෙන් යුත් පෝස්ටර් ක්ෂණික ජනතා ආකර්ෂණයෙහි සමත් වේ.

මුල්කාලීනව අතින් ඇඳීමෙන් පමණක් ම පෝස්ටර් නිම කළ ද වර්තමානය වන විට උත්තල, සමතල, තිර, ඩිජිටල් ආදී මුද්‍රණ ශිල්ප ක්‍රම අනුව පෝස්ටර් නිර්මාණය වඩා ජනප්‍රිය වී ඇත. යොදා ගන්නා මුද්‍රණ ක්‍රම හා ද්‍රව්‍ය අනුව ඒ සඳහා දැරිය යුතු පිරිවැය ද වෙනස් වේ.

නියමිත හා සුදුසු ස්ථානවල පමණක් පෝස්ටර් ඇලවීමෙන් පරිසර හානි මෙන්ම වෙනත් ගැටලුවලින් මිදීමේ හැකියාව ලැබේ. එසේ ම විවිධ උත්සව හා ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදු වන තරගකාරී කාලසීමාවල දී සදාචාරාත්මක ලෙස පෝස්ටර් භාවිතය තුළින් සිදු විය හැකි විවිධ ගැටුම් අවම කරගත හැකි වේ.

2.2.5 අත්පත්‍රිකා

2.18 රූපය - අත්පත්‍රිකාවක්

අත්පත්‍රිකාවක් යනු, යම්කිසි තොරතුරක් පිළිබඳ මහජනතාව වෙත ඍජුව දැනුම්දීම සඳහා අතින් අත බෙදා හරින මුද්‍රිත පත්‍රිකා විශේෂයක් වේ. වෙන්දේසියක්, රැස්වීමක්, උත්සවයක්, විවෘත කිරීමක් වැනි දේ පිළිබඳ අන් අයට ඍජු ලෙස දැනුම්දීම පිණිස අත්පත්‍රිකා යොදාගත හැකිය. ජනතාව බහුලව ගැවසෙන පන්සල්, සතිපොළ, නගර මධ්‍යය ආදී ස්ථානවල දී නොමිලේ ම අත්පත්‍රිකා බෙදා හැරීම සිදු කෙරේ. පුවත්පත් හරහා අත්පත්‍රිකා බෙදීම සිදු කරන අවස්ථා ද දැකගත හැකිය.

අත්පත්‍රිකාවක් මගින් අවශ්‍ය කරුණු ඉතා කෙටියෙන්, සරලව, සිත් ඇදගන්නා සුළු භාෂාවකින් ඉදිරිපත් කරන තරමට ඒ සඳහා වන ආකර්ෂණය වැඩි වේ. පරිගණක ප්‍රයෝග ද මේ සඳහා යොදාගත හැකිය.

2.3 පුවත්පත් අන්තර්ගතය හඳුනා ගැනීම

මහජනතාවට තොරතුරු ලබා දීමේ ක්‍රියාවලියෙහි පුවත්පතට හිමිවන්නේ ප්‍රමුඛ ස්ථානයකි. වාණිජ තොරතුරු, භාණ්ඩ මිල ගණන්, භාණ්ඩ සංසරණ විධි වැනි තේමා මුල්කාලීන පුවත්පත් මඟින් වාර්තා කෙරිණි. එහෙත්, ප්‍රංශ විප්ලවය සමයේ බිහි වූ ඇතැම් පුවත්පත් දේශපාලනික පුවත් වාර්තා කිරීම සුවිශේෂී අවස්ථාවකි. මෙලෙස කල්යත් ම පුවත්පත සතු විවිධ ශක්‍යතා අවබෝධ කරගත් පිරිස් හා ආයතන එහි ගමන් මඟ තීරණය කිරීමෙහි ලා තීරණාත්මක බලවේග බවට පත් වූහ. විශේෂයෙන් ම මුද්‍රණ තාක්ෂණයේ සංවර්ධනය පුවත්පත් කලාවේ විකාශනය සඳහා සෘජු බලපෑමක් සිදු කරන ලදි.

ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය වැනි විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්හි ආගමනය මෙන්ම අන්තර්ජාලය වැනි නව මාධ්‍යයන්ගේ එළැඹීම පවා මුද්‍රිත පුවත්පතේ ජනප්‍රසාදය අඩුවීමට හේතු වූයේ නැත. සිදු වූයේ ජන මාධ්‍ය ඒකීය පද්ධතියක් ලෙස දියුණු වීම ම පමණි.

පුවත්පත ගුරුවරයකුගේ භූමිකාව ඉටු කරමින් අධ්‍යාපන කාර්යයෙහි නිරත වන අයුරු පැහැදිලිව ම දැකගත හැකිය. විටෙක එය අනාරක්ෂිතබව, අවදානම පිළිබඳ ඔබට ඉඟි කරමින් සමාජ ආරක්ෂණ කාර්යභාරය ද ඉටු කරයි. ස්වාභාවික පරිසරය පවා අවදානම් සහගත නම් ඒ පිළිබඳ තොරතුරු හා උපදේශන සේවා ලබා දෙයි. විටෙක පුවත්පත ජන මාධ්‍යයක් ලෙස තමා සතු බලය අනුව සමාජ මතවාදය නිර්මාණයෙහි පෙරමුණ ගනී. සමාජය තුළ විනිශ්චයකරුවකුගේ භූමිකාව ඉටුකරමින් ඔබට නීතියේ රැකවරණය ද සලසයි. පුවත්තෙහි අන්තර්ගත මෙම ගුණාංග හා ශක්‍යතා නිසි ලෙස හඳුනා ගන්නේ නම් එහි ඵලදායීතාව වැඩිය. එය පුවත්පතෙහි අරමුණු හා පරමාර්ථ මෙන්ම ගතිලක්ෂණ හඳුනා ගැනීම සම්බන්ධයෙන් ද වැදගත් වේ.

2.3.1. පුවත්පත් වර්ගීකරණ

පුවත්පත බහුජන මාධ්‍යයකි. පුරාතන, මෙන්ම නූතන යුගයේ දී පවා එය සතු අනන්‍යතාව රැකගැනීමට සමත් වී ඇත්තේ සෑමවිට ම කාලීන සමාජ අවශ්‍යතා ඉන් පිළිබිඹු කරන බැවිනි. ඒ අනුව පුවත්පත නම්‍යශීලී මාධ්‍යයකි. විවිධ සමාජ අවධි, ආර්ථික හා දේශපාලන ප්‍රතිසංස්කරණ, තාක්ෂණික යුග අනුව හැඩගැසෙන්නට පුවත්පත සතු හැකියාව අතිමහත්ය. එවැනි පසුබිමක දී පුවත්පත් විවිධ ආකාරයෙන් වර්ග කරනු ලැබේ. පහත දැක්වෙන්නේ එවැනි කීපයකි.

(අ) ප්‍රමාණය (Size)
(ආ) පළ වන වාරය (Term)
(ඇ) කේන්ද්‍රීය විෂය (Subject)
(ඈ) භාවිත කරන පාඨකයා (Reader)

(අ) ප්‍රමාණය (Size)

පුවත්පතෙහි විවිධ ගුණාංග හා සමාජීය අවශ්‍යතාව පදනම් කරගෙන ඒවායෙහි ප්‍රමාණය තීරණය කරනු ලැබේ. සුලභව භාවිත කරන එවැනි ප්‍රමාණ දෙවර්ගයක් පහත දක්වා ඇත.

(i) බ්‍රෝඩ්ෂීට් (Broadsheet)
(ii) ටැබ්ලොයිඩ් (Tabloid)

(i) බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පත් (Broadsheet)

2.19 රූපය - සිළුමිණ - බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පත

පළල් පිටු සහිත පුවත්පත් බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පත් නමින් හැඳින්වේ. මෙය සාම්ප්‍රදායික පුවත්පත් ප්‍රමාණයයි. ජාතික මට්ටමේ ප්‍රවෘත්ති පළ වන උසස් ප්‍රමිතියේ ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරකම් අන්තර්ගත වූ පුවත්පත් මෙම ප්‍රමාණයෙන් මුද්‍රණය කෙරේ. ශ්‍රී ලංකාවේ දිනපතා හා සති අන්තයේ පළ වන ඉංග්‍රීසි, දෙමළ, සිංහල ජාතික පුවත්පත් සියල්ල ම පාහේ බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පත් බව පිළිගැනේ.

(ii) ටැබ්ලොයිඩ් පුවත්පත් (Tabloid)

2.20 රූපය - විදුසර - ටැබ්ලොයිඩ් පුවත්පත

බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පතක පිටුවකින් හරි අඩක විශාලත්වයෙන් යුත් පුවත්පත් ටැබ්ලොයිඩ් පුවත්පත් ලෙස හැඳින්වේ. කුඩා පිටු සහිත පුවත්පත් යන්න ද මින් හැඟවේ. ඡායාරූප වැඩි ප්‍රමාණයක් අන්තර්ගත කරන, රසවින්දනය හා කලා නිර්මාණ, මෘදු සංවේදී හා විනෝදාත්මක, ත්‍රාසජනක තොරතුරු, අපරාධ වාර්තා පළ කිරීම මෙවැනි පුවත්පත්වල ලක්ෂණ වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ කාන්තා, ළමා, යොවුන් පුවත්පත් රැසක් ම පළවන්නේ ටැබ්ලොයිඩ් ආකෘතියෙනි. එසේ ම සතිඅන්ත ජාතික පුවත්පත් සමග ටැබ්ලොයිඩ් අතිරේක කීපයක් ම එකවර බෙදාහැරීමට ද පුවත්පත් ආයතන කටයුතු කරනු දැකිය හැකිය. ටැබ්ලොයිඩ් පුවත්පත්වල පවතින සරල හා ආකර්ෂණීය ආකෘති හේතුවෙන් ම ඊට වැඩි පාඨක ප්‍රතිචාර හිමිවනු දැකිය හැකිය.

ශ්‍රී ලංකාවේ රජයට කොටස් හිමි ප්‍රධාන ම පුවත්පත් මාධ්‍ය ආයතනය වන සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම සිය ජාතික පුවත්පත් සියල්ල බ්‍රෝඩ්ෂීට් ප්‍රමාණයෙන් සකස් කරයි. 'ෆුල් ඩිමයි' ලෙස මාධ්‍යවේදීන් විසින් මේවා හඳුන්වනු ලැබේ. සරසවිය, තරුණී, මිහිර, බුදුසරණ, සුබසෙත, විදුසර වැනි පුවත්පත් ටැබ්ලොයිඩ් ප්‍රමාණයෙන් මුද්‍රණය කෙරේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් සඳහා බහුලව යොදා ගන්නේ එකී ආකෘති දෙක බව පෙනී යයි. කෙසේ වුව ද 1980න් පසු යුගයේ පළ කළ යොවුන් හා චිත්‍රකතා පුවත්පත් ටැබ්ලොයිඩ් භාග ප්‍රමාණයෙන් ද යුතු විය.

මේ හැර බර්ලීනර් (Berliner), කොම්පැක්ට් (Compact) යනාදී පුවත්පත් ප්‍රමාණ ද ලෝකයේ ඇතැම් රටවල විශේෂයෙන් ම යුරෝපාකරයේ මේ වන විටත් භාවිත කෙරේ.

බ්‍රෝඩ්ෂීට් පුවත්පත	ටැබ්ලොයිඩ් පුවත්පත
▫ පළල් පිටු සහිත පුවත්පත්ය ▫ ජාතික හා අන්තර්ජාතික තේමාවලින් යුක්තය ▫ උසස් මට්ටමේ ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරකම්වලින් යුක්තය ▫ නිශ්චිත හා විධිමත් ආකෘති සහිතය	▫ පළල් පිටුවලින් හරි අඩක පුවත්පත්ය ▫ සරල තේමාවන්ගෙන් යුක්තය ▫ මෘදු, සංවේදී, විනෝදාත්මක හා ත්‍රාසජනක විශේෂාංගවලින් යුක්තය ▫ ආකර්ෂණීය හා සරල ආකෘතිවලින් යුක්තය

(ආ) වාරය (Term)

යම් පුවත්පතක් පළ වන්නේ නිශ්චිත කාලසීමාවකට අනුව ද එය පුවත්පත පළ කෙරෙන වාරය ලෙස හැඳින්වේ. ඕනෑම පුවත්පතකට නිශ්චිත වූ මුද්‍රණ වාරයක් පවතී. එනම්,

- දිනපතා උදෑසන
- දිනපතා සවස
- සති අන්ත
- සතිපතා හෝ සතිමැද
- දෙසති
- මාසික
- වාර්ෂික යනාදී වශයෙනි

(ඇ) විෂය (Subject)

මුල්කාලීනව ආගමික, ආර්ථික හා දේශපාලනික විෂය ක්ෂේත්‍රවලට අදාළ පුවත්පත් ලෝකය පුරා බිහි විය. ශ්‍රී ලංකාවේ මුල්කාලීනව පළ වූ බොහෝ පුවත්පත් ක්‍රිස්තියානි ආගම ප්‍රචලිත කිරීමේ අරමුණින් පළ කළ ඒවාය. **ඥානාර්ථ ප්‍රදීපය** එවැන්නකි. පසුව බෞද්ධ දර්ශනය මුල්කරගත් පුවත්පත් ද මෙරට පළ විය. නිදහස් ව්‍යාපාර අවධියේ ජාතික හැඟීම් කුළුගැන්වෙන, ජාත්‍යාලය පතුරුවන පුවත්පත් පළ විය. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම දේශපාලන පක්ෂය වූ ලංකා සමසමාජ පක්ෂය හා අනතුරුව ආරම්භ කරන ලද සෑම දේශපාලන පක්ෂයකට ම සම්බන්ධ පුවත්පත් ද බිහි වී ඇති බැව් පෙනේ. ඇතැම් පුවත්පත්, ලේඛකයන්, විචාරකයන්, කවියන් සහ භාෂා විශාරදයන් බිහි කිරීමට ද මඟ පෙන්වීය. ඒවා සංස්කෘතික හා භාෂා විෂය සම්බන්ධ පුවත්පත් යටතට ගැනේ.

ජන මාධ්‍යවල මූලික අරමුණක් වන්නේ අධ්‍යාපනික කාර්යයයි. හුදෙක් අධ්‍යාපනික කාර්යයේ පමණක් ම නියුතු පුවත්පත් ද දක්නට ලැබේ. එවැනි පුවත්පත් මඟින් විද්‍යාව, ගණිතය, වාණිජ්‍යය, භූගෝල විද්‍යාව, සෞඛ්‍යය, සෞන්දර්ය ආදී පාසල් විෂය මාලා ආවරණය කරන ලිපි පළ කෙරේ. ඇතැම් විට පහ ශ්‍රේණිය ශිෂ්‍යත්ව, අ.පො.ස. (සා/පෙ), (උ/පෙ) ආදී කඩඉම් විභාග හා තරග විභාග ද ඉලක්ක කරගනී.

ක්‍රීඩාව, දේශීය මෙන්ම ජාත්‍යන්තරව ද ජනප්‍රියත්වයට පත් වූ ක්ෂේත්‍රයකි. ක්‍රීඩාව මඟින් සාමය, සමගිය, සහෝදරත්වය, සහජීවනය එක්තැන් කරයි. මුළු මහත් ලෝකය ම ක්‍රීඩා අංශය කෙරෙහි මෙතරම් අවධානයක් දක්වන්නේ එබැවිනි. එය සැලකිල්ලට ගනිමින් ක්‍රීඩා විෂයට අදාළ පුවත්පත් ද මුද්‍රණය වනු දක්නට ලැබේ.

ටෙලිනාට්‍ය, සිනමාව, වේදිකාව, ඡායාරූප, සිතුවම් ආදිය ඇසුරෙන් ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය කෙරෙහි ද පුවත්පත් ස්වකීය අවධානය යොමු කරයි. ඒ අනුව එම කලාවන්ගේ අභිවෘද්ධිය සඳහා එම විෂයට අදාළ පුවත්පත්වලින් ලැබෙන්නේ අනගි සහායකි.

ඉතා සරල විනෝදාස්වාදයෙන් අනූන ක්ෂේත්‍ර ආවරණය කිරීම අරබයා මුද්‍රණය වන පුවත්පත් බොහෝ පවතී. විශේෂයෙන් ම සමාජයේ ආකර්ෂණය දිනාගත් චරිත හා බැඳුණු නොයෙක් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම මෙවැනි පුවත්පත්වලින් සිදු වේ. මෙහි දී ඔවුන්ගේ පෞද්ගලිකත්වය අනවශ්‍ය ලෙස අනාවරණය වීම හේතුවෙන් විවිධ ගැටලු පවා උද්ගත විය හැකිය. මීට අමතරව නවීන ගෘහභාණ්ඩ, ගෘහ අලංකරණ, අත්කම්, විනෝදාංශ, විවිධ අලේපන වැනි දෑ පිළිබඳව ද මෙවැනි පුවත්පත් මඟින් වාර්තා කරයි.

පවුල් දිවියේ සුරක්ෂිතභාවය තහවුරු කරන ආකාරයේ කාන්තා පුවත්පත් ද ගෘහණියන් අතර ඉතා ජනප්‍රියය.

සිතුවම් මඟින් කතා කීමේ 'චිත්‍රකතා පුවත්පත්' දැනට දශක 3-4කට පෙර ශ්‍රී ලංකාවෙහි ජනප්‍රිය වී පැවතිණි. මෙහි දී චිත්‍ර මඟින් චරිත හා අදාළ පරිසරය නිර්මාණය කරමින් කතා රචනා කිරීම සිදු විය. ටෙලිනාට්‍යයක් නැරඹීම හා සමාන වින්දනයක් මෙමඟින් ලබා දීම විශේෂත්වයකි.

ජ්‍යොතිෂ විෂය ධාරාවේ පුවත්පත් ද මෙරට ජනප්‍රියත්වයක් අත්පත් කරගෙන තිබෙන බැව් පෙනේ.

(ඈ) පාඨකයා (Reader)

විවිධ පාඨක කණ්ඩායම් ඉලක්ක කර ගනිමින් මුද්‍රණය වන පුවත්පත් ද පවතී. මෙම පුවත්පත් හැඳින්වෙන්නේ ම එම පාඨක කණ්ඩායමේ නමිනි. කාන්තා පුවත්පත්, ළමා පුවත්පත්, යොවුන් පුවත්පත්, කම්කරු පුවත්පත් යනු එලෙස පාඨකයා අනුව වර්ගීකරණය වූ ඒවායි.

වාර්තා කෙරෙන මාතෘකා			
කාන්තා පුවත්පත්	ළමා පුවත්පත්	යොවුන් පුවත්පත් (ස්ත්‍රී/පුරුෂ)	කම්කරු පුවත්පත්
ඉවුම්පිහුම්	චිත්‍ර ඇඳීම	නවකතා	කම්කරු නීති
මැහුම්ගෙතුම්/අත්කම්	පාඨ කිරීම	කෙටිකතා	කම්කරු ගැටලු
කාන්තා අයිතිවාසිකම්	විවිධ පාඩම්	සඳැස්	කම්කරු නඩු විභාග
පවුල් දිවියේ ගැටලු	ආදර්ශ කතා	නිසඳැස්	කම්කරු ප්‍රඥප්ති
දූදරු සෞඛ්‍යය	භාෂා දැනුම	යොවුන් ගැටලු	මානව හිමිකම්
නිවසේ ආර්ථිකය	විනෝදාංශ	යොවුන් හැඟීම්	කම්කරු අයිතිවාසිකම්
ගෙවත්තේ අසිරිය	ක්‍රීඩා	යොවුන් අභියෝග	ආයතනික දූෂණ
සුරතල් සතුන්	ප්‍රහේලිකා	යොවුන් නිර්මාණ	වැඩබිම් තුළ හැසිරීම්
....	....	....	....
....	....	....	....
....	....	....	....
....	....	....	....

පාඨකයා වෙනුවෙන් ම මුද්‍රණය වන පුවත්පත් ඒ ඒ පාඨක කණ්ඩායම් අතර අතිශය ජනප්‍රියත්වයට පත්වේ. මේ හේතුවෙන් ම අදාළ පුවත්පත් විසින් විවිධ දිනුම් ඇදීම්, අවුරුදු උළෙළ, පුණ්‍ය උත්සව, වැඩමුළු, දීපව්‍යාප්ත තරගාවලි, වෛද්‍ය සායන ආදිය සංවිධානය කරනු ලැබේ. එය අදාළ පාඨක පිරිස නිශ්චිතව රඳවා ගැනීම සඳහා උපක්‍රමයක් බවට පත් වී ඇත.

පාඨකයා අනුව පුවත්පත් පළ කිරීමේ විශේෂතා

- මිල දී ගන්නා පුද්ගලයා තුළ තම පාඨකත්වය පිළිබඳ හැඟීමක් ඇති වීම.
- අදාළ පණිවිඩය සුදුසු පාඨකයා වෙත ම ලැබීම.
- පුවත්පත සඳහා නිශ්චිත පාඨක සමාජයක් ඇති වීම.
- පුවත්පත ආශ්‍රිතව වෙනත් වැඩසටහන් ද ක්‍රියාත්මක වීම (ව්‍යාපෘති, ප්‍රදර්ශන, වැඩමුළු).
- විශේෂ සමාජීය අවශ්‍යතා සඳහා පහසුවෙන් යොදාගත හැකි වීම. (උදා: ඩෙංගු මර්දන ව්‍යාපාරය, යොවුන් වියේ ගැටලු විසඳීම, නව කම්කරු නීති ප්‍රතිසංස්කරණ)

2.3.2 පුවත්පත් අන්තර්ගතය

පුවත්පත් අන්තර්ගතය යනු කුමක් ද?

පුවත්පතක අඩංගු වන තොරතුරු පුවත්පත් අන්තර්ගතය යනුවෙන් හැඳින්වේ. මෙම තොරතුරු පහත ආකෘති ඔස්සේ පුවත්පතෙහි පෙළ ගස්වා ඇත.

- ප්‍රවෘත්ති
- සංස්කාරක වැකිය
- විශේෂාංග (විචාර/ වාර්තා/ සංවාද)
- කාටුන්
- තීරු ලිපි
- ඡායාරූප වාර්තා
- වෙළඳ දැන්වීම්

පුවත්පත්වල ස්වභාවය, හැඩතල, ස්වරූපය පිළිබඳ යමෙක් විමසා බලන්නේ නම් ඉහත ආකෘති එකින් එක මැනවින් පරිශීලනය කළ යුතුය. පුවත්පත හඳුනාගත හැක්කේ එම අන්තර්ගතය නිසි ලෙස විමර්ශනය කිරීමෙන් පමණි.

ප්‍රවෘත්ති

'කාලීන වූත්, නැවුම් වූත්, කැපීපෙනෙන්නා වූත්, පොදු ජනතාවට අදාළ හා සමීප ජන මාධ්‍ය මඟින් වාර්තා කළ හැකි, බලපෑම් සහගත තොරතුරු' ප්‍රවෘත්ති යනුවෙන් සැලකිය හැකිය. සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලන, ගවේෂණාත්මක යනාදී ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ සකස් කළ ප්‍රවෘත්ති ආකෘති පවතී. පුවත්පත්වල පළ වන බොහෝ ලිපි ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකමින් යුතු ය. පුවත්පතක ප්‍රමුඛ ම ප්‍රවෘත්තිය ප්‍රධාන සිරස්තලය යටතේ පළ වේ. පළමු පිටුවේ කැපීපෙනෙන ස්ථානයක එය පළ කෙරේ. එය 'ලීඩ් නිවුස්' ලෙස ද භාවිතයේ පවතී. අනෙකුත් ප්‍රවෘත්ති විවිධ සිරස්තල යටතේ පුවත්පතේ විවිධ පිටුවල පළ වේ.

▫ සංස්කාරක වැකිය

කර්තෘ මණ්ඩලයක ප්‍රධාන කර්තෘවරයා පුවත්පත අරබයා ලියන සටහන මේ ආකාරයෙන් හැඳින්වේ. මෙය පුවත්පත් සමාජයෙහි කතු වැකිය නමින් ද හැඳින්වේ. මෙහි දී ප්‍රකාශ වන මතය ප්‍රධාන කර්තෘගේ පෞද්ගලික අදහස නොවන අතර එමඟින් පුවත්පතේ හිමිකරුගේ අරමුණු, දේශපාලන අරමුණු, වාණිජ අරමුණු සහ සමාජය පිළිබඳ සමස්ත කර්තෘ මණ්ඩලය ම දරන මතය විදහා දැක්වේ. පුවත්පතෙහි රිද්මය කතුවැකිය ඔස්සේ හඳුනාගත හැකිය. පුවත්පත් කලාවේදීන් විසින් මෙම පිටුව හඳුන්වනු ලබන්නේ 'වැකි පිටුව' නමිනි.

▫ විශේෂාංග (විචාර/ වාර්තා/ සංවාද) ලිපි

විශේෂාංග ලිපි රචකයා සතුව පුවත් ඉව, අසාමාන්‍ය හා සුවිශේෂ තොරතුරු ග්‍රහණය කර ගැනීමේ හැකියාව, නිර්මාණශීලි ආකෘති යොදමින් එම තොරතුරු රචනා කිරීමේ හැකියාව පැවතිය යුතුය. එනම් තමා විසින් ග්‍රහණය කරගනු ලැබූ දේ ග්‍රාහකයාට ඉතා සුදුසු ම ආකාරයට සන්නිවේදනය කිරීමට යොදා ගන්නා විධික්‍රම යන්නයි. මේ හේතුවෙන් විශේෂාංග ලිපිවල සංවාද, දෙබස්, කවිපන්ති, උද්ධෘත පාඨ, වර්ණනා, විචාරයන්, යෝජනා යනාදී ආකෘති ඇතුළත් වීමට හැකිය. ඒ ඒ රචකයාගේ නිර්මාණශීලිත්වය අනුව යොදා ගන්නා ආකෘතිය තීරණය වේ. කෙනෙක් කාව්‍යමය භාෂාවක් යොදාගන්නා අතර තව අයෙක් ඍජු හා දැඩි ප්‍රකාශ සහිතව විශේෂාංගය පෙළගැස්විය හැකිය. කෙසේ වුව ද විශේෂාංග රචකයා විසින් භාෂා භාවිතය හා වදන් හැසිරවීම මනා සංයමයෙන් යුක්තව, ආකර්ෂණීය ලෙසින් සිදු කළ යුතු වන්නේ විවේකීව කියවා රසවිඳිය හැකි ගුණාංග එහි ගැබ්විය යුතු බැවිනි. මෙවැනි විශේෂාංගවල පවා ප්‍රවෘත්තිමය අගයක් ද අන්තර්ගත වේ.

▫ කාටූන්

කාටූන් මඟින් හාස්‍යය, උපහාසය සමග එක් වූ වැදගත් තොරතුරු නිර්මාණශීලීව පාඨකයා වෙත ලබා දීම සිදු කෙරේ. කාටූන් සඳහා බොහෝ විට යොදා ගන්නේ කාලීන වැදගත් සිදුවීම් හෝ ඊට පෙර දිනයේ රට තුළ කතාබහට ලක්වුණු වැදගත් ම ප්‍රවෘත්තිය වේ. විවිධ චරිත, ස්ථාන සඳහා සංකේතාත්මක රූප යොදා ගනිමින් කාටූන් නිර්මාණය සිදු කෙරේ. එම සංකේත රූප මඟින් අදාළ චරිතය හඳුනා ගැනීමට පාඨකයාට හැකියාව ලැබේ. කාටූන් යනු උපහාසය නිර්මාණශීලිව යොදා ගනිමින් සමාජ විවරණයක නිරත වන ආකෘතියකි.

▫ තීරු ලිපි

තීරු ලිපි ද තොරතුරු ප්‍රකාශ කිරීම සඳහා යොදාගත හැකි නිර්මාණශීලී පුවත්පත් ආකෘතියකි. මුල්කාලීන පුවත්පත්වල හිස් වූ ස්ථාන පිරවීම සඳහා තීරු ලිපි යොදා ගැනිණි. ඒ අනුව ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංග යනාදිය පිටුවලට ඇතුළත් කිරීමෙන් පසු ඉතිරි වන කුඩා තීරුවලට ගැළපෙන ලෙස තීරු ලිපි ලිවීම සිදු කෙරිණි. කාලානුරූපීව තීරු ලිපියක් මඟින් තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීමේ ප්‍රබලත්වය වටහාගත් පුවත්පත් කර්තෘ මණ්ඩල විසින් තීරු ලිපි කලාව සංවර්ධනය කරන ලදි. මේ වන විට එය වෙනම විශේෂාංග ආකෘතියක් බවට පත්ව ඇත. ඒ අනුව බොහෝ පුවත්පත්වල අනිවාර්ය ඉඩක් තීරු ලිපි සඳහා වෙන් කර දී ඇත.

වර්තමානයේ වෘත්තීය මාධ්‍යකරණයෙහි අත්දැකීම් බහුල හා නව සමාජ දැක්මකින් යුත් නිර්මාණශීලී ලේඛකයන් තීරු ලිපි රචකයන් ලෙස කටයුතු කරනු දැකගත හැකිය.

- **ඡායාරූප වාර්තා**

වචන දහසකින් කිව නොහැකි දේ එක ඡායාරූපයකින් පළ කළ හැකිය. ප්‍රවෘත්ති හෝ විශේෂාංග සමග ඡායාරූප යෙදූ විට තොරතුරුවල අර්ථය වැඩි වේ. ඇතැම් පුවත්පත්, පෙළ (Text) නොයොදා ඡායාරූප පමණක් ම පළ කළ ද පණිවිඩය අවබෝධ කර ගැනීමට අපහසුතාවයක් නැත.

- **වෙළෙඳ දැන්වීම්**

පුවත්පත් ආයතන විසින් ලාභ ලැබීමේ චේතනාවෙන් වෙළඳ දැන්වීම් පළ කරනු ලැබේ. මෙම ආයතනවල සේවක පඩිනඩි, දෛනික පිරිවැය, අලුත්වැඩියා හා නඩත්තු වැනි බොහෝ වියදම් පියවනු ලබන්නේ වෙළඳ දැන්වීම් මඟින් උපයාගනු ලබන ආදායමෙනි. ඇතැම් පුවත්පත් වාණිජ අරමුණු වෙනුවෙන් වැඩි අවධානයක් යොමු කරමින් වෙළඳ දැන්වීම් සඳහා වැඩි ඉඩක් වෙන් කරයි. මෙහි දී අනෙකුත් අන්තර්ගත ආකෘති සාරාංශ කිරීමට, අඩු කිරීමට හෝ ඉවත් කිරීමට සිදු වේ. එය පුවත්පත් අන්තර්ගතයේ ගුණාත්මකභාවයට බලපෑම් ඇතිකිරීමට හේතු වේ.

2.3.3 පුවත්පත් අන්තර්ගතයේ විශේෂතා හඳුනා ගැනීම

කාලානුරූපීව අන්තර්ගතය වෙනස් වේ

ලෝකයේ බොහෝ රටවල් සේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් ද කාලානුරූපීව සිය අන්තර්ගතය පෙළගස්වයි. ආගමික හා ජාතික වැදගත්කමින් යුත් උත්සව අවස්ථාවන්හි දී පමණක් නොව මැතිවරණ ව්‍යාපාර වැනි සමාජීය සිදුවීම්වලට අදාළ කාලසීමා වෙනුවෙන් ද අන්තර්ගතය කැප කිරීමට පුවත්පත් ආයතන පෙළඹේ. එපමණක් නොව ස්වභාවික ආපදා අවස්ථාවන්හි දී පවා පුවත්පත් කාලානුරූපීව වාර්තා කිරීම හා විමර්ශනය කිරීම සිදුකරයි. මෙහි දී පුවත්පත් අන්තර්ගතයෙහි පවතින සමබරතාවය ගිලිහී, ඒකාකාරී ස්වරූපයක් මතුවිය හැකිය. හදිසි ආපදා වැනි කාලීන අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් බොහෝ විට ඉවත් කිරීමට සිදු වන්නේ විවිධ විශේෂාංග ලිපි වේ. මෙහි දී පුවත්පතෙහි ආකෘතිමය සමබරතාව ගිලිහී යා හැකිය. විශේෂයෙන් ම මැතිවරණ සමයන්හි දී පුවත්පත් අන්තර්ගතයේ සාමාන්‍ය ස්වරූපය බලපෑමට ලක්වන්නේ ඡන්ද අපේක්ෂකයන්ගේ සංවාද, සාකච්ඡා පමණක් නොව දැන්වීම් ද පුවත්පත ආක්‍රමණය කරන බැවිනි.

අන්තර්ගතයෙහි මුද්‍රණ ශිල්පීය විවිධතා දැකිය හැකිය

අන්තර්ගත ආකෘති විවිධ හැඩගැන්වීම්වලින් යුක්ත නොවේ නම් ඒ සඳහා වන පාඨක ආකර්ෂණය හීන විය හැකිය. විවිධ අකුරු මෝස්තර, අකුරු ප්‍රමාණය, වර්ණ ආදිය සෘජුව ම පුවත්පත් පාඨකයාගේ ආකර්ෂණය සඳහා හේතු වන කරුණුය. ප්‍රධාන ශීර්ෂ පාඨය දෙස බැලූ කල මෙය අවබෝධ වෙයි. තද කළු පසුබිමක සුදු අකුරු හෝ විශාල අකුරු, විවිධ මෝස්තරයේ අකුරු යනාදිය යොදා ගන්නේ අවධානය වැඩි කිරීමටයි. විශේෂාංග ලිපි වැනි ආකෘති සඳහා මෙම ලක්ෂණ යොදා ගැනීමෙන් පාඨකයා තුළ කියවීමේ රුචිකත්වය වඩවයි.

අන්තර්ගත ආකෘති කොතරම් කාලීන හා හරවත් වුව ද එහි වර්ණ එකිනෙක නොගැළපේ නම්, අකුරු කියවීමට අපහසු ප්‍රමාණයේ නම්, කිසිදු ප්‍රයෝග (Effects) භාවිතයකින් තොරව දෙනෙත්වලට ඒකාකාරී බවක් ගෙනේ නම් අන්තර්ගතය පාඨකයා වෙතින් ප්‍රතික්ෂේප විය හැකියි. මෙකී කරුණු හේතුවෙන් මුද්‍රණ තාක්ෂණය යොදා ගනිමින් වඩා උචිත ලෙස ආකෘති ඉදිරිපත් කිරීමට පිටු සැකසුම් අංශ විසින් කටයුතු කරනු ලැබේ.

අන්තර්ගතය සඳහා නිර්මාණශීලී ආකෘති භාවිතය

පුවත්පතක් යනු සමාජය විනිවිද දකිමින් තොරතුරු විමර්ශනය කොට සමාජ මතවාද ඇති කළ හැකි ජන මාධ්‍යයකි. මෙහි දී ඇතැම් තොරතුරු ඍජුව ඉදිරිපත් කිරීම ගැටලු සහිතය. එහි දී වක්‍රව හෝ තම මතය සමාජගත කිරීමට මාධ්‍යවේදීන්ට හැකියාව තිබිය යුතුය. නිර්මාණශීලී ආකෘති යොදාගත හැකි වන්නේ මෙවිටය. තීරු ලිපි, කාටූන් මීට උදාහරණ වේ.

මෙම ආකෘති සඳහා සංකේත යොදා ගනිමින් හාස්‍ය හා උපහාස රසය සමග ම අවශ්‍ය පණිවිඩය ග්‍රාහකගත කරනු ලැබේ. මේවා නිර්මාණශීලී බැවින් පාඨක ආකර්ෂණයට ලක්වේ. සංකේතාර්ථ භාවිතයෙන් සත්‍යය වක්‍රව අනාවරණය කිරීම හේතුවෙන් අන්තර්ගතය වඩාත් ප්‍රබල වේ.

අන්තර්ගතයෙහි පෙළ හා රූපය ගැළපීම.

පුවත්පතක පෙළ (Text) යනු ‘අකුරු භාවිතයට ගනිමින් ඉදිරිපත් කරන දේ’ යන්න සරල අර්ථයයි. අකුරු, වචන, වාක්‍ය, ඡේද, සිරස්තල යන කොටස් පෙළ නමින් හැඳින්වේ. රූපය යනු ඡායාරූප, සිතුවම්, කාටූන්, රූප සටහන් යනාදියයි.

යම් පුවත්පත් ආකෘතියක පෙළ හා රූපය ගැළපිය යුත්තේ ඇයි?

එකම රාමුවක කොටුවීමට අපේ දෙනෙත් අකමැති වීම විද්‍යාත්මක සත්‍යයකි. ඇසට අපහසුතාවයක් නොවීමට නම් වෙනස් අංග අවශ්‍යය. පුවත්පත් කලාවේ දී අප ඒවා හඳුන්වන්නේ රූප යනුවෙනි. පෙළ හා රූප මනාව සංකලනය කිරීම පුවත්පත් පිටු සැකසුම් කලාවෙහි නිර්මාණශීලි ක්‍රියාකාරකමකි. පෙළ හා රූපය සමබර කරමින් පුවත්පත් අන්තර්ගතය පවත්වාගෙන යෑම මඟින් පාඨක ආකර්ෂණයට අමතරව අන්තර්ගතය හරවත් කිරීම ද අවබෝධය වර්ධනය කිරීම ද සිදු කරයි. උදාහරණයක් ලෙස ලෝකාන්තයේ අසිරිය පිළිබඳ විශේෂාංග ලිපියක් ගනිමු. පෙළ හරවත් හා වර්ධනය කරන ස්වභාව සෞන්දර්ය පිළිබඳ ඡායාරූප සහ පරිසර දූෂණය දැක්වෙන ඡායාරූප ද එක් කිරීම අන්තර්ගතයේ තේමාව ශක්තිමත්ව වර්ධනය කිරීමට හේතුවක් වේ. කාලීන දේශපාලන විචාර සමග සංකේතාර්ථ දෙන කාටූන් යොදා ගැනීම ද අන්තර්ගතය සමබර කරමින් එහි අගය වැඩි කරන අවස්ථාවකි.

විද්‍යුත් පුවත්පත් (Electronic news paper/ e - news paper) භාවිතය.

මුද්‍රිත පුවත්පතෙහි නවතම ප්‍රවණතාවය වන්නේ 'විද්‍යුත් පුවත්පත' යි. අන්තර්ජාල සම්බන්ධතාවය ඔස්සේ ප්‍රවෘත්ති, ඡායාරූප, වීඩියෝ වැනි තොරතුරු උඩුගත කිරීම් සිදු කොට (Upload) එය විද්‍යුත් ගොනු ලෙස සංවර්ධනය කරමින් හා යාවත්කාලීන කරමින් (Update) අන්තර්ජාලයෙහි පුවත්පත් පළ කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. වෙබ් අඩවියක් නොවුණ ද වෙබ් අඩවියක යම් යම් ලක්ෂණ විද්‍යුත් පුවත්පතක අන්තර්ගත වීමේ හැකියාව පවතී. විද්‍යුත් පුවත්පත මුද්‍රිත පුවත්පතකින් වෙනස් වන ප්‍රධාන ම සාධකය වන්නේ, විද්‍යුත් පෙළ හා රූප එහි අන්තර්ගත වීමයි. තාක්ෂණික ක්‍රියාදාමයන්ට අනුගත වූ හා තාක්ෂණය රුචිකරන, කාර්යබහුල වුව ද පුවත්පත් පරිශීලනය කරන්නට කැමති පාඨකයින්ට විද්‍යුත් පුවත්පත යන්න වටිනා දත්ත ගබඩාවකි.

අන්තර්ජාල පාඨකයන් පරිහරණය කරන විද්‍යුත් පුවත්පත් ආකාර දෙකකි.

(i) මුද්‍රිත පුවත්පතෙහි ම විද්‍යුත් පිටපත (e-paper)

මුද්‍රණය කිරීම සඳහා සැලසුම් කරන පුවත්පත ම, විද්‍යුත් ස්වරූපයෙන් අන්තර්ජාලයට එක් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. මෙමඟින් වැඩි පාඨක පිරිසක් අතර පුවත්පත සංසරණය වේ. විදෙස්ගත ශ්‍රී ලාංකිකයින්ට පවා මෙරට පුවත්පත් එලෙසින්ම කියවීමේ පහසුව ලැබේ.

(ii) අන්තර්ජාලයෙහි පමණක් ම පළ කෙරෙන විද්‍යුත් පුවත්පත් (Online Edition)

විද්‍යුත් පුවත්පත් ක්‍රියාවලියෙහි ජනප්‍රිය ම ප්‍රවණතාවය මෙයයි. මෙහි දී ඉදිරිපත් කරන ප්‍රවෘත්තිවල කොටසක් ආරම්භක වෙබ් පිටුවෙහි දක්නට ලැබෙන අතර අවශ්‍ය නම් සබැඳිය (link) හරහා සම්පූර්ණ ප්‍රවෘත්තිය ම කියවිය හැකිය. පුවත්පත පවත්වාගෙන යන පාර්ශවය, නිරන්තරව ප්‍රවෘත්ති යාවත්කාලීන කරයි.

විද්‍යුත් පුවත්පත්වල පොදු ලක්ෂණ කීපයක් පහත දැක්වේ.

- ක්ෂණිකව පුවත් දැන ගැනීමේ හැකියාව.
- ගබඩා කර තබා ගැනීමේ පහසුව.
- නැවත නැවත කියවිය හැකි වීම.
- තොරතුරු විෂයන් අනුව වර්ග කරමින් පළ කොට තිබීම.
- යාවත්කාලීන කිරීමේ පහසුකම් වැඩි වීම.
- ක්ෂණික පාඨක ප්‍රතිචාර ලැබීම.

2.3.4 පුවත්පත් භාවිතයේ ප්‍රායෝගික ක්‍රියාකාරකම්

2.21 රූපය

උඩමළුව සෝමතිලක මහා විද්‍යාලයේ සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය හදාරන සිසුන්ට ප්‍රායෝගික ක්‍රියාකාරකමක නිරත වීමට අවස්ථාව ලැබී ඇත. මුද්‍රිත මාධ්‍ය පිළිබඳව මෙතෙක් න්‍යායිකව හැදෑරූ සිසුන්ට ප්‍රායෝගිකව එය අත්හදා බලන්නට ලැබීම වටිනා අත්දැකීමක් විය. විෂය භාර සමරවීර ගුරු මහතා විසින් පළමු පාසල් වාරය ආරම්භයේ දී ම සිය සිසුන් කණ්ඩායම පාසල හා අවට සිදුවන ප්‍රවෘත්ති වටිනාකමකින් යුත් තොරතුරු එක් රැස් කිරීම සඳහා යොමු කෙරිණි. අනතුරුව පන්ති කාමරයෙහි රැස් වූ ගුරුතුමා හා සිසුහු පුවත්පතක් නිර්මාණය කිරීමේ ප්‍රායෝගික ක්‍රියාකාරකම අත්හදා බලන්නට වූහ.

ගුරුතුමා : මං කැමතියි ඔයාලා එක්රැස් කළ ප්‍රවෘත්ති සඳහා සුදුසු තොරතුරු කීපයක් දැන ගන්න.

සිසුන් විසින් එක්රැස් කරන ලද ප්‍රවෘත්ති සිරස්තල

- සෝමතිලක විද්‍යාලයට නව පරිගණකාගාරයක් හිමිවන ලකුණු
- සෝමතිලක පියසෙන් ළමා ලේඛිකාවක් බිහි වේ.
- සෝමතිලක විද්‍යාලය ඉදිරිපිට කහ ඉරක් නැත.
- සෝමතිලකය කොට්ඨාස ක්‍රීඩාවලින් පළමු තැන දිනා ගනී.
- සෝමතිලක සිසුහු පොලිතින්, ප්ලාස්ටික් පිටු දකිති.
- විද්‍යාල බිත්ති සිතුවමින් හැඩ කිරීමට සැරසේ.
- සෝමතිලක ශිෂ්‍ය භටයන්ගෙන් සුපිරි දස්කමක්
- පෝෂණ ගැටලු සහිත සෝමතිලක සිසුන්ට දිවා ආහාර වැඩපිළිවෙළක්
- විද්‍යාල පිවිසුම ඉදිරිපිට මාරක වළක්
- සෝමතිලක ශිෂ්‍ය නායකයෝ ශ්‍රමදානයක් මෙහෙයවති.

ගුරුතුමා : ඔයාලා විවිධ අංශ ඔස්සේ ප්‍රවෘත්ති රැස් කිරීම සතුටට කාරණයක්. සනිරූ කතුවැකිය ලියන්න. කර්තෘ මණ්ඩලයට නම් කරපු කණ්ඩායම මේ තොරතුරු ලියන්නත් භාෂා සංස්කරණ කටයුතුවලටත් සූදානම් වෙන්න.

ප්‍රවෘත්ති ලියමු

- අනවශ්‍ය විස්තර කිරීම් ඉවත් කර සාරාංශගත තොරතුරු සකස් කළ යුතුයි.
- ව්‍යාකරණ රීති, අක්ෂර වින්‍යාසය හා භාෂා රටා නිවැරදිව ම අනුගමනය කළ යුතුයි.
- පෙළ ආරම්භයේ දී ම ඉලක්කම්වලින් ආරම්භ නොකළ යුතුයි.
  උදා - 1948 දී ශ්‍රී ලාංකිකයෝ බ්‍රිතාන්‍ය අධිරාජ්‍යයෙන් නිදහස ලැබූහ (X).
  ශ්‍රී ලාංකිකයෝ බ්‍රිතාන්‍ය අධිරාජ්‍යයෙන් 1948 දී නිදහස ලැබූහ (√).
- අතීතය සඳහන් කරමින් පෙළ ආරම්භ නොකළ යුතුය.
  ඊයේ කඩුවෙල ප්‍රදේශයේ සිදු වූ මාරක රිය අනතුරකින් පුද්ගලයෝ පස්දෙනෙක් මරණයට පත් වූහ (X).
  කඩුවෙල ප්‍රදේශයේ ඊයේ සිදු වූ මාරක රිය අනතුරකින් පුද්ගලයෝ පස්දෙනෙක් මරණයට පත් වූහ (√).
- කුමක් ද, කවුරුන් විසින් ද, කවර අවස්ථාවක දී ද, කොහේ ද, කෙසේ ද, කුමන හේතුවක් නිසා ද? (W5 and H) යන ප්‍රවෘත්ති අංග පළමු ඡේදයෙහි අන්තර්ගත කළ යුතුයි.
- දිගු වාක්‍ය නොලිවිය යුතුයි.
- ප්‍රවෘත්ති මූලාශ්‍රය අනිවාර්යයෙන් ම පළමු ඡේදයෙහි අඩංගු විය යුතුය.
- ප්‍රවෘත්තියේ වැදගත්කම ඉහළ සිට පහළට අඩු වී යන ආකාරයට (යටිකුරු පිරමීඩ ආකෘතිය) එය සකස් කළ යුතුයි.

මලික : සර් මේ තොරතුරු පරිගණකවලින් මුද්‍රණය කරන්න බැරි ද?

ගුරුතුමා : පුළුවන්. අත් පිටපතේ භාෂා නිවැරදි කිරීම් සිදු කළාට පස්සෙ පරිගණක අකුරු සංයෝජනය ආරම්භ කරන්න පුළුවන්.

මලික : සර්, පරිගණක පිටපත මම හදන්න ද? මට හොඳට ටයිප් කරන්න පුළුවනි.

ගුරුතුමා : කොච්චර හොඳ ද?

මලික: සර් වඩා හොඳ පැකේජ් එක මොකක් ද?

ගුරුතුමා: නිවැරදිව අකුරු සංයෝජනය කළ හැකි සිංහල, දෙමළ පැකේජ් ගොඩක් තිබෙනවා. ඕනෑම භාෂාවකට පරිවර්තනය කළ හැකි නිසා යුනිකේත (Unicode) අකුරු යොදා ගන්න එක හොඳයි. අන්තර්ජාලය භාවිතයෙන් ඕනෑම කෙනෙකුට මේ අකුරු පැකේජ නොමිලේ ම බාගන්න (Download) පුළුවනි.

හරි අපි දැන් සෝදුපත් කියවන්න තවත් කීපදෙනෙක් නම් කරමු.

සේමිලා: සර් සෝදුපත් කියවනවා කියන්නේ මොකක් ද?

ගුරුතුමා: සෝදුපත් කියවීම කියන්නෙ අත් පිටපත හා මුද්‍රිත පිටපත සංසන්දනය කරමින් නිවැරදි කිරීම සඳහා කියවීමයි. සාමාන්‍යයෙන් පුවත්පත් ආයතනවල එක් ලිපියක් කියවීම සඳහා එකවර දෙදෙනෙක් යොදවනවා. සමහර පරිගණක පිටපත් කිරීම්වල දී අත්පිටපතේ කොටස් මඟහැරිලා තියෙන්න පුළුවන්. සෝදුපත් කියවීමේ දී මෙහෙම මඟහැරුණු කොටස් නැවත එක් කළ යුතු වෙනවා. සෝදුපත් කියවන අය භාෂා දැනුමෙන් පොහොසත් වෙන්න ඕන. එතකොට භාෂා සංස්කාරකවරයාට මඟහැරුණු භාෂාත්මක දෝෂ පෙන්වා දීලා නිවැරදි කිරීම සඳහා යෝජනා ඉදිරිපත් කරන්න පුළුවන්.

සනිරු: සර්, මලිකයි මමයි සෝදුපත් කියවන්න ද?

ගුරුතුමා: කොච්චර වටින අදහසක් ද? දැන් ඔක්කොම කටයුතු සූදානම් වෙලාතේ තියෙන්නේ, පිටු සැකසීමත් ඉක්මනට ම සැලසුම් කරගමු.

ඉනුකි: පිටු සකසන්නේ කොහොම ද සර්?

ගුරුතුමා: මාධ්‍ය ඒකකයේ තියෙන පරිගණකයට ඇඩෝබි පේජ්මේකර් (Adobe Page Maker) මෘදුකාංගය දැනටමත් ඇතුළත් කරල තියෙන නිසා පිටු සැකසීම අපට පහසු වේවි.

ඉනුකි: මට හරියට ම තේරුණේ නෑ සර්.

ගුරුතුමා: මුලින් ම පුවත්පතට නිශ්චිත ප්‍රමාණයක් හදා ගනිමු. ලංකාවේ බ්‍රෝඩ්ෂීට් (ෆුල් ඩිමයි), ටැබ්ලොයිඩ් වගේ ප්‍රමාණ යොදාගත්තත් අපට, පහසු ප්‍රමාණයක් පාසල් පුවත්පත සඳහා යොදාගමු. A3 කඩදාසි ප්‍රමාණය වුනත් කමක් නෑ. ඊට පස්සේ ලිපිවල පරිගණක පිටපත් එකිනෙක අරගෙන සුදුසු විදිහට ස්ථානගත කරමින්, ඉඩ මනාව හසුරුවමින් පුවත්පත් සැකිල්ල නිර්මාණය කරමු.

චත්තුලි: පත්තරේ ලස්සන කරන්නේ කොහොමද සර්?

ගුරුතුමා: ඇයි විවිධ අකුරු ප්‍රමාණ, වර්ණ, පරිගණක ප්‍රයෝග තියෙන්නේ. අපි ඒවා යොදමු. ගැලපෙන විදියට ඡායාරූපත් එක් කර ගනිමු.

මාලකා:	සර් මම කාටූන් එකකුත් අඳින්න ද?
ගුරුතුමා:	කොච්චර හොඳ ද? අපි කාටූන් එක ස්කෑන් කරලා පුවත්පතට එක් කරගමු. ඒ වගේ ම තැනින් තැන ඉඩ ඉතිරි වුණොත් පොඩි කවි පන්ති, නිසඳැස්, තීරු ලිපි ටිකකුත් එකතු කරමු.
සනිරු:	සර් පත්තරේ එකට බැඳලා තියෙන්නේ කොහොම ද?
ගුරුතුමා:	A3 කඩදාසිය පිටු දෙකක් විදියට සකසල ඉන් පස්සෙ මැදින් නවමු. වැඩි ආරක්ෂාවක් ඕන නම් මැදින් කටු ගහමු. ඒත් ඔයාලා දැකලා තියෙන පත්තර සියල්ල ම වගේ මැදින් දෙකට නමලා නේද තියෙන්නෙ?
සනිරු:	ඔව් ඔව් ඇත්තමයි.
ඉනුකි:	සර් දැන්නම් මට හිතෙන්නේ අපිත් පත්තරයක් හැදුව කියලමයි. අපට කොච්චර දේවල් කරන්න පුළුවන් ද කියලා හිතන කොටත් ආඩම්බරයක් දැනෙනවා.
ගුරුතුමා:	මටත් සතුටුයි ඔයාලා එහෙම හිතන එක ගැන. කෝ කවුරුත් පත්තරේට නමක් යෝජනා කළේ නෑනේ.
සියල්ලෝම:	සර් අපි ඔක්කොම ඒ ගැන හිතුවා 'අපේ විත්ති' නම හොඳයි නේද?
ගුරුතුමා:	හැබැයි දරුවනේ, අපි මෙතෙක් කළේ අපට ඕන දේවල්නේ. ඒත් පත්තර කලාව එහෙම කරන්න පුළුවන් දෙයක් නෙමෙයි. අපි මේ පිටු පළ කිරීමට පෙර ඒ සඳහා විදුහල්පතිතුමාගේ අනුමැතිය ලබාගත යුතුයි. යම් යම් නීතිමය ගැටලු, විද්‍යාලයේ කීර්තියට බලපාන කරුණු තිබුනොත් එතුමා පරීක්ෂා කරලා නැවත වතාවක් සංස්කරණය කරයි. ඒ අනුව අනුමැතිය දෙයි.
සනිරු:	සර්, දොරටුපාල සංකල්පය ද එතන දී ක්‍රියාත්මක කරන්නේ?
ගුරුතුමා:	ඔව් ඒත් ඒ යහපත් චේතනාවෙන්. ඔයාලට ඒක පැහැදිලියි නේද?
සියල්ලෝම:	ඔව් සර්.

පුවත්පත් නිර්මාණයේ මූලික පියවර

- තොරතුරු එක් රැස් කිරීම
- ප්‍රවෘත්ති හෝ විශේෂාංග වර්ගීකරණය
- ප්‍රවෘත්ති රචනය
- භාෂා සංස්කරණය
- පරිගණක අක්ෂර සංයෝජනය
- සෝදුපත් කියවීම
- පිටු සැකසුම
- නැවතත් යම් යම් සංස්කරණ සිදු කිරීම
- සකස් කොට අවසන් කළ පිටු සඳහා වගකිවයුතු අයෙකුගේ අනුමැතිය ලබා ගැනීම.
- පුවත්පත ප්‍රකාශයට පත් කිරීම

ක්‍රියාකාරකම 01

කේවල

1. විවිධ ඓතිහාසික යුගවල ලෝකයේ ලේඛන ක්‍රමවල විශේෂතා පැහැදිලි කරන්න.
2. විෂය හා පාඨකයා අනුව වර්තමානයේ ශ්‍රී ලංකාවේ පළවන පුවත්පත්වල අන්තර්ගතය විමර්ශනය කර වාර්තාවක් සකස් කරන්න.
3. පුවත්පත් අන්තර්ගතය හා බැඳුණු විශේෂතා හඳුන්වන්න.

සමූහ

පන්තිය කණ්ඩායම් කීපයකට බෙදී පහත දැක්වෙන මුද්‍රිත මාධ්‍ය ස්වරූප නිර්මාණය කරන්න.

- සිසු නිර්මාණ එළිදක්වන සඟරාවක්
- පාසල් මාධ්‍ය සතිය පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සඳහා පෝස්ටරයක්
- ලෝක ජනමාධ්‍ය දිනය නිමිති කරගත් අත්පත්‍රිකාවක්
- සතියක් තුළ පාසලෙහි සිදු වූ සිදුවීම් ඇසුරෙන් සතිපතා පුවත්පතක්

03 ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය

අභිමතාර්ථ

ගුවන්විදුලිය යනු හඬ පදනම් කරගත් තාක්ෂණය හා සබැඳි අතිශය විස්මයජනක විද්‍යුත් මාධ්‍යයකි. එය සෑමවිට ම මිනිසා හා බද්ධවෙමින් සමාජ සංවර්ධනයෙහි ලා දායකත්වය සපයන පොදු ජන සන්නිවේදන කාරකයකි.

මෙම පරිච්ඡේදයෙන් අපේක්ෂා කෙරෙන්නේ ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ නිර්මාණාත්මක හා තාක්ෂණික අංග සංකලනය කරමින් ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය පිළිබඳ අවබෝධය වර්ධනය කිරීමයි. එහි දී ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ස්වභාවය, එහි ලක්ෂණ, වැඩසටහන් ආකෘති පරිහරණය පිළිබඳව ඔබගේ දැනුම හා කුසලතා ද ඉහළ නැංවේ. එමඟින් ගුවන්විදුලිය අවබෝධයෙන් පරිශීලනයට අවශ්‍ය කරුණු පිළිබඳව ඔබව දැනුම්වත් කෙරේ. එසේ ම ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් නිර්මාණය කිරීම පිළිබඳ මඟ පෙන්වීමක් ද ඔබට ලැබෙනු ඇත.

3.1 ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය හැඳින්වීම

3.1 රූපය

ගුවන්විදුලිය යනු ජන මාධ්‍යයකි. එහි අදහස ගුවන්විදුලියට එකම අවස්ථාවක දී විශාල ජන සංඛ්‍යාවක් ආමන්ත්‍රණය කිරීමට හැකි බවයි. ක්‍රිකට් තරගයක් පැවැත්වෙන අවස්ථාවක දී ම ඒ පිළිබඳ විස්තරයක් රටේ විවිධ ප්‍රදේශවල දහස් සංඛ්‍යාත ජනතාවට අසා දැන ගැනීමට ලැබීම මෙයට උදාහරණයකි. එසේ ම ගුවන්විදුලිය තාක්ෂණික මාධ්‍යයකි. ශබ්දය හෙවත් හඬ හා භාෂාව මුල් කර ගනිමින් එය ක්‍රියාකරයි. නූතන මාධ්‍ය කෙතරම් බිහි වුව ද අදටත් ලෝකයේ ඇතැම් ප්‍රදේශවල ජනතාව අතර වඩාත් ප්‍රචලිත මාධ්‍ය වන්නේ ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය බව සන්නිවේදන විචාරකයන්ගේ මතයයි. ඒ සඳහා විවිධ හේතු බලපායි. ඉතා සරලව පරිහරණය කළ හැකි වීම එක් හේතුවකි. එලෙස ම එය ඇසෙන මාධ්‍යයක් වන හෙයින් වෙනත් කාර්යයක යෙදෙමින් වුව ද ශ්‍රවණය කිරීමට ද හැකියාව ඇත.

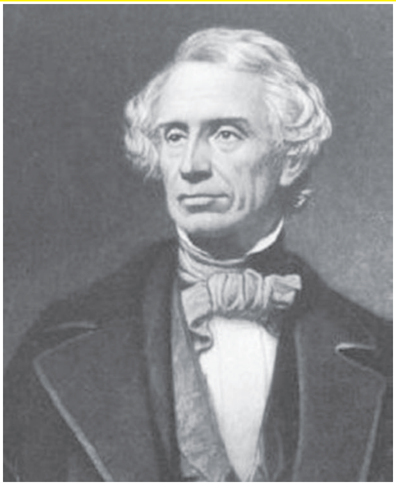
3.1.1 ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ආරම්භය

නවීන සන්නිවේදන මාධ්‍ය බිහිවීමට සියවස් ගණනාවකට පෙර පවා මිනිස්සු විවිධ උපක්‍රම මඟින් සිය අසල්වාසීන් සමග අදහස් හුවමාරු කර ගත්හ. ක්‍රමයෙන් සමාජ සම්බන්ධතා සංකීර්ණ වීමත් සමග සන්නිවේදනයේ ද කැපී පෙනෙන පෙරළියක් ඇති විය. සන්නිවේදනය සඳහා තාක්ෂණය යොදා ගැනීම මෙම පෙරළියේ වැදගත් සන්ධිස්ථානයකි. මෙය පියවර කිහිපයකින් සිදු වූ ක්‍රියාදාමයක ප්‍රතිඵලයකි. මේ ඔස්සේ බිහි වූ ප්‍රථම විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස ගුවන්විදුලිය හඳුනාගත හැකිය.

3.1.2 ගුවන්විදුලිය බිහි වීම කෙරෙහි බලපෑ මූලික සොයා ගැනීම්

ගුවන්විදුලිය බිහි වීමේ මූලාරම්භය වූයේ 19වන සියවසේ දී සිදු කරන ලද තාක්ෂණික සොයා ගැනීම් සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා යොදාගත හැකි බව අවබෝධ කර ගැනීමයි. රැහැන් ඔස්සේ විදුලි සංඥා යැවීම හෙවත් විද්‍යුත් සංඥා සම්ප්‍රේෂණය කිරීම පිළිබඳව අත්හදා බැලීම් කළ **සැමුවෙල් එෆ්. බී. මෝර්ස්** මෙහි ලා පුරෝගාමී මෙහෙවරක් ඉටු කළ අයෙකි.

එකිනෙකට දුරින් පිහිටි ස්ථාන විදුලි සංදේශ රැහැන් පද්ධතියක් මඟින් සම්බන්ධ කොට කිසියම් ප්‍රමිතියකට අනුව සකස් කළ කෙටි හා දිගු විද්‍යුත් සංඥා ඒ ඔස්සේ සම්ප්‍රේෂණය කිරීම මඟින් කාර්යක්ෂම ලෙස පණිවුඩ හුවමාරු කරගත හැකි බව මෝර්ස් සොයා ගත්තේය. මෙම සංඥා ක්‍රමය මැනවින් හැදෑරූ අයෙකුට ඉතා පහසුවෙන් පණිවිඩය පරිවර්තනය කරගත හැකි බව ද ඔහු වැඩි දුරටත් පෙන්වා දුන්නේය. **මෝර්ස් සංඥා ක්‍රමය** නමින් හැඳින්වූ මෙය ඉතා වේගයෙන් ලෝකය පුරා ව්‍යාප්ත විය. මේ මඟින් ඉතා දුර බැහැර පෙදෙස්වලට ද කඩිනමින් පණිවිඩ යැවිය හැකි විය. ආධුනික ගුවන්විදුලි මෙහෙයුම්කරුවන් විසින් ඇතැම් සුවිශේෂ කටයුතු සඳහා අද පවා මෙම සංඥා ක්‍රමය භාවිත කරනු ලැබේ.



3.2 රූපය - සැමුවෙල් එෆ්.බී. මෝර්ස්

මෝර්ස් සංඥා උපයෝගී කරගත් මෙම ප්‍රාථමික විදුලි සංදේශ ක්‍රමය නොබෝ කලකින් ම දූරකථනය හඳුන්වා දීම දක්වා දියුණු විය. මිනිසුන් රැහැන් සහිත දූරකථනය භාවිතයෙන් එකිනෙකා ඇමතූ මුල් අවධියේ දී පවා රැහැනින් තොරව පණිවිඩ හුවමාරු කරගත හැකි (Wireless) ක්‍රමයක් පිළිබඳව විද්‍යාඥයෝ පර්යේෂණ කළහ.

රැහැන් රහිත සම්ප්‍රේෂණ ක්‍රමයේ ආරම්භකයා නිශ්චිතව සඳහන් කිරීම තරමක් අසීරු කටයුත්තකි. එක ම අවධියක දී රටවල් කිහිපයක සිදු කළ පර්යේෂණ රැසක දැනුම් සම්භාරය ඒ සඳහා දායක විය. එහෙත් විදුලි සංඥා භාවිත කොට එක් ස්ථානයකින් තව ස්ථානයකට රැහැනකින් තොරව පණිවිඩයක් යැවූ ප්‍රථම පුද්ගලයා **ඉතාලි ජාතික ගුග්ලි එල්මෝ මාර්කෝනි** නැමැත්තාය.

3.3 රූපය - ඉතාලි ජාතික ගුග්ලි එල්මෝ මාර්කෝනි

ඔහුගේ වයර්ලස් ටෙලිග්‍රැෆි (Wireless Telegraphy) නමින් හැඳින්වූ ක්‍රමයට අනුව පණිවිඩ යවන ලද්දේ මොර්ස් සංඥා උපයෝගී කරගැනීමෙනි. මුල් වරට අත්ලාන්තික් සාගරය හරහා ඉංග්‍රීසි **S** අකුර නොරැහැන් සම්ප්‍රේෂණය මඟින් යැවීමෙන් සිය සොයා ගැනීම ප්‍රායෝගිකව සනාථ කිරීමට මාර්කෝනිට හැකි විය. බොහෝ කලක් ගත වන තෙක් මෙකී ක්‍රමය භාවිත කරමින් නැව් සහ ගොඩබිම අතර කාලගුණ වාර්තා සහ නාවික ගමනාගමන තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනිණ. අනතුරකට ලක්ව අත්ලාන්තික් සාගරයේ ගිලෙමින් තිබූ ටයිටැනික් නමැති නැවේ ගමන් කළ මගීන් රැසකගේ දිවි බේරා ගනු ලැබුවේ මාර්කෝනිගේ මෙම රැහැන් රහිත විදුලි සංඥා ක්‍රමය ආධාරයෙනි. ගිලෙන නැවේ සිට නිකුත් කෙරුණු සංඥාවලට අනුව වෙනත් නැව් පැමිණ මගීන් සැලකිය යුතු පිරිසක් බේරා ගෙන ඇත.

ඊට අමතරව පළමුවන හා දෙවන ලෝක යුද්ධ සමයේ දී මිත්‍ර පාක්ෂික රටවල් අතර තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමටත් මෙම රැහැන් රහිත ක්‍රමය භාවිත කර ඇත. කාර්මික විප්ලවයත් සමග ලොවපුරා පැතිර ගිය ආර්ථික ක්‍රියාවලියේ දී පතල් කම්කරුවන් තම ස්වාමියා හෝ සෙසු සගයන් සමග තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට ද රැහැන් රහිත සංඥා ක්‍රමය යොදාගෙන ඇත. බොලීවියාවේ මිනිරන් පතල් කම්කරුවන් අතර පැවති තොරතුරු හුවමාරු ක්‍රමය මෙයට උදාහරණයකි.

එහෙත් මෙකී සෑම අවස්ථාවක දී ම හුවමාරු වූයේ, අකුරු හා සංකේත ඇතුළත් පණිවිඩ පමණි. මිනිස් කටහඬ හෝ වෙනත් ශබ්ද ආදිය හුවමාරු කිරීමේ ක්‍රමවේද ඒ වන තුරුත් බිහි වී නොතිබිණි.

3.1.3 ගුවන්විදුලියේ සංවර්ධන අදියර

3.4 රූපය

කල්යාමේ දී රැහැන් රහිත සංඥා භාවිතය ශීඝ්‍රයෙන් ව්‍යාප්ත විය. මේ අතරතුර අජීවී විද්‍යුත් සංඥා වෙනුවට කටහඬ හා සංගීතය වැනි සජීවී සංඥා සම්ප්‍රේෂණයට ඇති හැකියාව පිළිබඳව නිරතුරුව අත්හදා බැලීම් සිදු විය. එම පර්යේෂණවල ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් වර්ෂ **1916 වන විට ප්‍රථම ගුවන්විදුලි පණිවිඩය ප්‍රචාරය කර ගැනීමට හැකි විය.** ඉක්බිතිව ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථාන කිහිපයක් ම බිහිවූ අතර නිත්‍ය ගුවන්විදුලි සේවාවන් ද ඇරඹිණ.

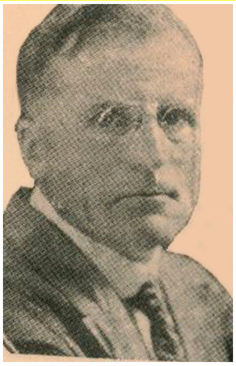
මුල් අවධියේ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය 'යුගයේ ආශ්චර්ය' යනුවෙන් හැඳින්විණ. මේ කාලයේ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය හැසිරවීම මඳක් කරදරකාරී වූ බෙහෙවින් විශාල, මෙවලමක් විය. 1950 පමණ දක්වා භාවිත වූ එම යන්ත්‍රය අද අප භාවිත කරන 'ට්‍රාන්සිස්ටර්' ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර හා සසඳන විට බෙහෙවින් නොදියුණු බව කිවයුතුය.

- වෑල්වය වෙනුවට යොදාගත හැකි ට්‍රාන්සිස්ටර් ක්‍රමය සොයා ගැනීම හේතුවෙන් ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය ප්‍රමාණයෙන් කුඩා එකක් වූ අතර ක්‍රමයෙන් ඉතා පහසු මිලකට ලබා ගැනීමට ද හැකි විය.
- ට්‍රාන්සිස්ටර් ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය අද ලොව පුරා මිනිසුන් අතර බෙහෙවින් භාවිත වන ලාභදායක සන්නිවේදන මෙවලමක් බවට පත්ව තිබේ.
- ඉතා ප්‍රශස්ත හඬක් ලබා දෙන ගුවන්විදුලි සේවා ජංගම දූරකථනයේ පවා ක්‍රියාත්මක වෙයි.

3.1.4 ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ආරම්භය

- ශ්‍රී ලංකාව බ්‍රිතාන්‍ය යටත් විජිතයක්ව තිබූ හෙයින් බ්‍රිතාන්‍යයේ ගුවන්විදුලි සේවා ආරම්භ කළ කාලයෙහි දී ම ශ්‍රී ලංකාවට ද, ගුවන්විදුලිය හඳුන්වා දී ඇත.
- විදුලි සන්දේශ ඉංජිනේරු තනතුර භාර ගැනීමට පැමිණි බ්‍රිතාන්‍ය ජාතික **එඩ්වඩ් හාපර්** මහතා මෙරට ගුවන්විදුලි විකාශනයේ නිර්මාතෘවරයා ලෙස ඉතිහාසගත වී ඇත.

ඔහුගේ සහයෙන් පිහිට වූ **ලංකා වයර්ලස් සමාජය** හෙවත් **ලංකා ආධුනික ගුවන්විදුලි සංගමයෙන්** මෙරට ගුවන්විදුලි සේවය ආරම්භ කිරීමට පුරෝගාමී මෙහෙයක් සිදු විය.



3.5 රූපය . එඩ්වඩ් හාපර් මහතා

- ගුවන්විදුලිය වෙනුවෙන් ම පත් කළ කමිටු දෙකක වාර්තා සැලකිල්ලට ගනිමින් 1924 ජූනි 24 වනදා ගුවන්විදුලි මණ්ඩලය පත් කිරීමත් සමග මෙරට ගුවන් විදුලිය නිල වශයෙන් ආරම්භ විය.
- කොළඹ තරුණ ක්‍රිස්තියානි සංගම් ශාලාවේ සිට, ශ්‍රී ලංකා ඉංජිනේරු සංගම් වාර්ෂික මහා සභා රැස්වීමේ දී ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරයක් සිදු කළ බව වාර්තා වේ.

- ආණ්ඩුකාර සර් විලියම් හෙන්රි මැනිංගේ ප්‍රකාශයක් ද විදුලි සන්දේශ දෙපාර්තමේන්තුවේ සවි කළ ට්‍රාන්ස්මීටරයක් ඔස්සේ විකාශනය කර තිබේ.
- එංගලන්තයෙන් ගුවන්විදුලි උපකරණ ලැබීමෙන් පසු **1925 දෙසැම්බර් 16** වන දා එවකට ආණ්ඩුකාර **ශ්‍රීමත් හියු ක්ලිෆඩ් මහතා** විසින් නව ගුවන්විදුලි සේවය විවෘත කරන ලද්දේ **ආසියාවේ ප්‍රථම ගුවන්විදුලි සේවය** ලෙසිනි.
  මෙය බ්‍රිතාන්‍ය අධිරාජ්‍යයේ යටත් විජිතයක ස්ථාපිත කරන ලද **ප්‍රථම ගුවන්විදුලි සේවය** ද වේ.

3.1.5 ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් ආරම්භය

- 1926 වසර වන විට ශ්‍රී ලාංකික ශිල්පීන් විසින් දේශීය වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කෙරුණි.
- 1927 වසර වන විට අලුතෙන් ඇරඹූ වැඩසටහන් අතරට ගුවන්විදුලි කෙටි නාට්‍ය හා ක්‍රීඩා වැඩසටහන් ද එක් විය. ප්‍රථම සිංහල සජීවී සංගීත වැඩසටහන ප්‍රචාරය වූයේ ද 1927 වසරේ දී ය.
- 1930 දී නව ගුවන්විදුලි සම්ප්‍රේෂණාගාරයක් පිහිටු වීම හේතුවෙන් වැඩසටහන් ප්‍රචාරය තව තවත් පුළුල් විය.
- 1946 වසරේ දී නවීන ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානයක් ටොරින්ටන් චතුරස්‍රයේ ආරම්භය විය.
- 1949 ඔක්තෝබර් 05 වන දා **ගුවන්විදුලි සේවාව සඳහා වෙන ම රාජ්‍ය දෙපාර්තමේන්තුවක් ස්ථාපිත කිරීම සිදු විය.**
- එහි පළමු අධ්‍යක්ෂ ධූරය දැරුවේ **ජෝන්.එන්. ලැම්ප්සන් මහතාය.**

3.6 රූපය - ඩී. එම්. කොළඹගේ මහතා

- මෙම යුගයේ ගුවන්විදුලිය **'රේඩියෝ සිලෝන්'** (Radio Ceylon) **නමින් ප්‍රචලිත විය.**
- 50 දශකය ආරම්භයේ දී ම සිංහල, ද්‍රවිඩ හා ඉංග්‍රීසි භාෂා තුනෙන් ම වැඩසටහන් විකාශනය වූ අතර මුදල් අය කර දැන්වීම් ප්‍රචාරය අරමුණු කොට ගත් වෙළඳ සේවය ආරම්භ වූයේ 1950 වසරේ දී ය.
- මෙරට ගුවන්විදුලි සේවයේ පළමු සිංහල නිවේදකයා වූයේ ඩී. ඇම්. කොළඹගේ මහතාය.
- 1972 වසරේ දී ලංකාව, ශ්‍රී ලංකා ජනරජය බවට පත් වීම හේතුවෙන් ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථා නාමය ඉදිරියෙන් ද 'ශ්‍රී' එකතු වී **ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව** බවට පත් විය. ගී තැටි රැසක් නිෂ්පාදනය කොට අලෙවි කිරීම ද මෙකල සිදු වූ සුවිශේෂී සිදුවීමකි.

3.1.6 ප්‍රාදේශීය හා ප්‍රජා ගුවන්විදුලි සේවා ආරම්භය

- ප්‍රධාන නාලිකාවට අමතරව ප්‍රාදේශීය හා ප්‍රජා ගුවන්විදුලි සේවා ආරම්භය ද සිදු විය. **ප්‍රථම ප්‍රාදේශීය සේවය 'රජරට සේවය' නමින්, 1979 අප්‍රේල් 12 දී ආරම්භ කෙරිණි.**
- දෙවන ප්‍රාදේශීය සේවය 1980 පෙබරවාරි 03 දා **රුහුණු සේවය** නමින් මාතර පිහිටුවීය.
- 1981 ඔක්තෝබර් 01 දා සිට **'මහවැලි ප්‍රජා ගුවන්විදුලි සේවය'** ද එම වසරේ ම අගෝස්තු 26 FM Sterio සේවය ද ඇරඹීම වැදගත් සිදුවීම් වේ.
- 1983 අප්‍රේල් 13 වන දා තෙවන ප්‍රාදේශීය සේවය වන **'මහනුවර සේවය'** ආරම්භ විය.

පෞද්ගලික ගුවන්විදුලි සේවා

- 90 දශකය මුල දී පෞද්ගලික අංශයට ද ගුවන්විදුලි සේවා ඇරඹීමට අවස්ථාව ලැබීම සුවිශේෂී සිදුවීමකි. ඒ අනුව 'FM 99' නමින් නව ගුවන්විදුලි සේවයක් ඇරඹුණ ද එහි පුළුල් ව්‍යාප්තියක් දක්නට නොවීය. සංගීත වැඩසටහන් ප්‍රචාරය ප්‍රමුඛ කොට ගත් එහි ශ්‍රාවක පිරිස ද සීමිත විය.
- අනතුරුව 1993 වසරේ දී පුද්ගලික ගුවන්විදුලි සේවයක් වූ T.N.L සේවය ආරම්භ කරන ලදි.
- 1994 වසරේ පෞද්ගලික ගුවන්විදුලි නාලිකාවක් ලෙස ආරම්භ වූ සිරස FM ගුවන්විදුලිය මෙතෙක් පැවති ගුවන්විදුලි වැඩසටහන්වල ස්වරූපයෙහි කැපී පෙනෙන වෙනසක් ඇති කිරීමට සමත් විය.

3.1.7 ගුවන්විදුලියේ නව ප්‍රවණතා

3.7 රූපය - ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලි සේවා කිහිපයක්

- ගුවන්විදුලි සන්නිවේදනයේ සංවර්ධනයත් සමග ධනාත්මක මෙන්ම සෘණාත්මක වෙනස්කම් ද ඇති වන්නට විය. අද වන විට වැඩි වශයෙන් මෙහි අහිතකර ප්‍රතිවිපාක සමස්ත සමාජය කරා පැතිර පවතී. ගුවන්විදුලි භාෂාවේ ස්වරූපය හා වැඩසටහන්වල ගුණාත්මකභාවය පිළිබඳ ප්‍රශ්න පැන නැගුණේ මෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙසිනි. පුද්ගලික ව්‍යාපාර ප්‍රාග්ධනය, ගුවන්විදුලි සේවා වෙත සංසරණය වීම හේතුවෙන් වැඩසටහනක ගුණාත්මකභාවයට වඩා ලාභ අරමුණ ප්‍රමුඛස්ථානයෙහි ලා සැලකිණ.
- වර්තමානයේ පෞද්ගලික ගුවන් විදුලි නාලිකා රැසක් ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක වේ.

- එසේ ම අන්තර්ජාලය හරහා ක්‍රියාත්මක වන Web Radio ද නවීන සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ පෙරළියකි. බහු මාධ්‍ය පරිසරයෙහි මෙම රේඩියෝ වර්ගය වඩාත් ප්‍රචලිත වී තිබේ. ගුවන්විදුලි සන්නිවේදනය සඳහා වූ අන්තර්ජාල ප්‍රවේශය ඉහළ යාමත් සමග Web Radio ප්‍රභේද ලොව පුරා ව්‍යාප්ත වෙමින් පවතී.

3.8 රූපය - වෙබ් රේඩියෝ ලාංඡන කිහිපයක්

3.1.8 ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ස්වභාවය

පාසලේ 11 වන ශ්‍රේණියේ ඉගෙනුම ලබන සෙනුදි සහ 9 වන ශ්‍රේණියේ ඉගෙනුම ලබන ඇගේ සොහොයුරා වූ රදිනු අතර ඇති වූ දෙබසක කොටසක් පහත දැක්වේ.

සෙනුදි : මල්ලී, දැන් ඔය බණ කතාව ඇහුවා ඇති. අපි යමුකෝ. මගේ යාළුවෝ ටික බලාගෙන ඇති පරක්කු වෙනවනේ.

රදිනු : අනේ අක්කේ තව ටිකකින් යමුකෝ

අත්තම්මා: අනේ පුතේ මල්ලිට මේ බණ කතාව ඉවර වෙනකං අහන්න දුන්න නම් හොඳයි.

සෙනුදි: ඒක නම්.... එහෙම තමයි, අත්තම්මේ....... ඒත් මගේ යාළුවෝ බලාගෙන ඉන්නවා. චෙනුකිගේ උපන්දින උත්සවයට පරක්කු වෙන නිසා අපි යමු. මට තනියම යන්නත් තිබුණා..... ඒත් අම්මයි තාත්තයි කැමති නැහැනේ....... හරි මල්ලී, මම ඔය බණ වාහනේ යන ගමන් අහන්න දාලා දෙන්නම්.

(සෙනුදි, රදිනු හා රියදුරු මහතා ගමන යාම සඳහා පිටත් වේ. වාහනයේ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය ක්‍රියාත්මක කොට ධර්ම දේශනයට සවන් දෙයි.)

රියදුරු මහතා : අනේ දැන් ලෝකෙ කොච්චර දියුණුයි ද? ගෙදර දී වාහනයේ දී මේ ඕනම තැනක අපට ඕන විදියට රේඩියෝ එක අහන්න පුළුවන්නේ......

සෙනුදි: ඒක නම් ඇත්ත ...... ඉන්නකෝ අපි ඉතුරු ටික චෙනුකිගේ අම්මගේ ජංගම දූරකථනය ඉල්ලගෙන අහමු

රදිනු: ඔව් අක්කේ, මේ බණ කථාව අපේ යාළුවන්ටත් අහන්න තිබුණා නම් හොඳයි නේද? ඒත්.... අපි කොහොම ද ජංගම දූරකථනයෙන් ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන්නේ.... දැන් අපි උපන්දින සැමරුමට යන තැනට ඒක ඇහෙයි ද?

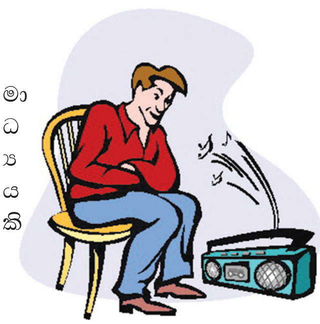
සෙනුදි: මේකනේ මල්ලී, ගුවන්විදුලිය කියන්නේ **පහසුවෙන් පරිහරණය කළ හැකි මාධ්‍යයක්. ඕනම තැනකට ගෙන යන්න වගේ ම ඕනම තැනක ඉඳලා අහන්නත් පුළුවන්.**

රියදුරු මහතා: ඇයි ගුවන්විදුලිය **ක්‍රියාත්මක කරන්න අපි කාටත් පුළුවන්.** ජංගම දූරකථනවලත් ගොඩක් පැහැදිලිව ඇහෙන ගුවන්විදුලි සේවා තියෙනවනේ.

සෙනුදි:	ඒක තමයි මාමේ, අපේ සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය අධ්‍යයන ටීචර් කිව්වේ ගුවන්විදුලිය **ජංගමශීලී, අඩු වියදම් සහිත, භූගෝලීය බාධක නැති ජන මාධ්‍යයක් කියලා.**
රදිනු:	මට නම් මේ බණ මට ම **කියපු** එකක් වගේ දැනුනේ. රූපවාහිනියේ බලනවා වගේ නෙමෙයි, මට මේ බණ කතා අහනකොට බුද්ධ කාලයේ **සිදුවීම් මැවිලා පෙනෙනවා වගේ.......**
සෙනුදි:	හරි..... හරි...... ඒ තමයි මල්ලී **ජන මාධ්‍යයක් විදියට ගුවන්විදුලියේ විශේෂ ලක්ෂණය.** දහස් සංඛ්‍යාත අසන්නන්ට එකවර ඇමතුවත් අපට දැනෙන්නේ ඒ අමතන්නේ මට විතරයි කියලා. ඒ කියන්නේ ගුවන්විදුලිය **පුද්ගල පාදක මාධ්‍යයක්. ඒ වගේ ම ඒක පරිකල්පනීය මාධ්‍යයක්.**
රදිනු:	පරිකල්පනීය මාධ්‍යයක් කියන්නේ මොකක් ද අක්කේ?
සෙනුදි:	ඒ කියන්නේ මල්ලී.... ගුවන්විදුලියෙන් හඬ, එහෙම නැත්නම් ශබ්දය හා වචන උපයෝගී කරගෙන අපට ළඟ නැති දෙයක් මවලා පෙන්වන්න පුළුවන් කියන එකයි.

ගුවන්විදුලිය යනු අති විශාල ජන සංඛ්‍යාවක් කරා විවිධාකාර තොරතුරු ක්ෂණිකව ලබා දිය හැකි බෙහෙවින් ප්‍රබල ජන මාධ්‍යයකි. ශබ්ද සන්නිවේදනයේ උපරිම ඵලයක් වන එය විශ්ව ව්‍යාප්ත ලාභදායී මාධ්‍යයකි.

ගු ව න් වි දු ලි ය — ජන / ප්‍රබල සන්නිවේදන / ශ්‍රවණ / හඬ / සුහද / කථක / ජංගමශීලී / පුද්ගල කේන්ද්‍රීය / ශ්‍රැති ගෝචර — මා ධ්‍ය ය කි



ගුවන් විදුලිය ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස හඬ පදනම්ව ක්‍රියාත්මක වේ. මෙම හඬ,

1. මිනිස් හඬ
2. සංගීතය
3. බාහිර ශබ්ද → ස්වාභාවික ශබ්ද / නිර්මාණාත්මක ශබ්ද

ලෙස වෙන් කළ හැකිය. බාහිර ශබ්ද, ස්වාභාවික ශබ්ද හා නිර්මාණය කරගත් ශබ්ද ලෙස කොටස් දෙකකි. මෙම සෑම ශබ්දයක ම විශේෂතා පවතී.

3.1.9 ගුවන්විදුලියේ ප්‍රබලතා

❒ **ගුවන්විදුලිය අතිශය ක්ෂණික මාධ්‍යයකි**

ගුවන්විදුලිය සෙසු මාධ්‍යවලට සාපේක්ෂව අතිශය ක්ෂණික මාධ්‍යයකි. එක විට විශාල අසන්නන් පිරිසකට සන්නිවේදනය කිරීමට හැකි වුව ද ගුවන්විදුලිය අතිශයින් පුද්ගල පාදක මාධ්‍යයකි. එය ශ්‍රවණය කරන සෑම අසන්නෙක් විසින් ම තොරතුරු ග්‍රහණය කරගනු ලබන්නේ එකිනෙකට වෙනස්ව තම තමන්ට පුද්ගලික වූ ආකාරයෙනි. ගුවන්විදුලිය පෞද්ගලික ශ්‍රවණ මාධ්‍යයක් බැවින් පුද්ගලයාගේ පරිකල්පනීය (Imagination) ශක්තිය දියුණු කිරීමට සමත් මාධ්‍ය ලක්ෂණවලින් එය සමන්විත වේ.

❒ **ගුවන්විදුලිය එසැනින් අසන්නන්ට යොමු වේ**

ගුවන්විදුලි තරංග ඉතා වේගයෙන් ගමන් කරයි. මේ නිසා නිවේදකයා ගුවන්විදුලි මැදිරියේ සිට ඉදිරිපත් කරන සෑම වචනයක් හා ශබ්දයක් ම ඒ මොහොතෙහි ම අසන්නාගේ සවනට යොමු වේ.

❒ **ගුවන්විදුලිය සමග ශ්‍රාවකයාට පහසුවෙන් සම්බන්ධ විය හැකිය.**

එනම් ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් තේරුම් ගැනීම සඳහා අසන්නෙකුට කියවීමේ හෝ ලිවීමේ හැකියාව වැනි විශේෂ හැකියා කිසිවක් අවශ්‍ය නොවේ.

❒ **ගුවන්විදුලියට භූගෝලීය බාධක විරලය**

සාමාන්‍යයෙන් ගුවන්විදුලි විකාශන සැලසුම් කරනු ලබන්නේ රටේ සෑම ප්‍රදේශයක ම වෙසෙන්නන්ට ශ්‍රවණය කිරීමට හැකි වන අයුරිනි. ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ මෙකී සුවිශේෂී හැකියාව හේතුවෙන් දුර බැහැර සිටින ගුවන්විදුලි අසන්නාට මෙන්ම විදේශ රටවල වෙසෙන අසන්නන්ට ද අවශ්‍ය වැඩසටහන එක ම මොහොතක ශ්‍රවණය කළ හැකි වේ.

❒ **ගුවන්විදුලිය අඩු වියදම් මාධ්‍යයකි**

නවීන ජනමාධ්‍ය අතරින් වඩාත් අඩු මුදලක් වැයකොට භාවිත කළ හැකි මාධ්‍යයක් ලෙස ගුවන්විදුලිය හැඳින්විය හැකිය. ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයක් සතු ඕනෑම අසන්නෙකුට දිවා රෑ දෙකෙහි දී ම ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් ශ්‍රවණය කිරීමට වැයවන්නේ ඉතා සුළු මුදලකි.

- ❒ **ගුවන්විදුලිය පහසුවෙන් හැසිරවිය හැකි මාධ්‍යයකි**

ගුවන්විදුලිය බෙහෙවින් ජංගමශීලී (Mobile) මාධ්‍යයකි. ව්‍යසන හා කලබලකාරී අවස්ථාවල දී ඉතා කඩිනමින් විශේෂ ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් සකස් කොට ප්‍රචාරය කළ හැකි වීම ද මීට අයත්ය. ඊට සාපේක්ෂ වශයෙන් පුවත්පතකට හෝ රූපවාහිනියට එතරම් කඩිනමින් අවස්ථානුකූලව වෙනස් විය නොහැක.

මෙවැනි ප්‍රබලතාවලින් යුතු වුව ද ජනමාධ්‍යයක් වශයෙන් **ගුවන්විදුලිය සතු සීමා සහ දුබලතා** ද පවතී.

3.1.10 ගුවන්විදුලියේ දුබලතා

- ❒ **ගුවන්විදුලිය හුදෙක් ශබ්දය පාදක වූ මාධ්‍යයකි**

සිය තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණ කාර්යය සඳහා ගුවන්විදුලියට ශබ්දය මත පමණක් රඳා පැවතීමට සිදුව තිබේ. ගුවන්විදුලි ශ්‍රාවකයෙකුට තිරයක් මත දිස්වන රූපයක් හෝ සටහනක් හෝ දැකගත නොහැක.

- ❒ **ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් කනට ඇසෙන්නේ එක් වරක් පමණි**

නැවත ප්‍රචාරයක් නොකළහොත් ගුවන්විදුලි වැඩසටහනකින් ඉදිරිපත් කෙරෙන පණිවිඩයකට සවන්දීමට අසන්නෙකුට ලැබෙන්නේ එක් අවස්ථාවක් පමණි. පුවත්පතක පොතක හෝ විස්තර පත්‍රිකාවක පළ වන තොරතුරක් යළි යළිත් කියවා අවබෝධ කර ගැනීමට ඉඩ ලැබෙන නමුත්, වරක් ප්‍රචාරය වූ ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් නැවත ශ්‍රවණය කිරීමට අවකාශ නොලැබේ.

- ❒ **අසන්නාගේ අවධානය ගුවන්විදුලි වැඩසටහනින් ඉවතට යොමු වීමට ඇති ඉඩකඩ වැඩිය**

ගුවන්විදුලි වැඩසටහනේ නිෂ්පාදනය හොඳ මට්ටමක නොපවතී නම් හෝ ගුවන්විදුලි සේවාවේ ශ්‍රවණ තත්ත්වය දුර්වල නම් අසන්නා ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රය ක්‍රියා විරහිත කිරීමට පෙළඹේ. එහෙත් රූපවාහිනී වැඩසටහනක මේ තත්ත්වය බෙහෙවින් වෙනස් වේ. අන්තර්ගතය කුමක් වුවත් රූපවාහිනියේ වර්ණවත් චලන චිත්‍ර නරඹන්නා ආකර්ෂණය කිරීමේ සමත් වේ. එමෙන්ම පාඨකයෙකුට එක ම පුවත්පතක පිටු පෙරළා බලමින් තමන් කැමති පුවතක් හෝ විශේෂාංගයක් තෝරා ගෙන කියවීමේ හැකියාව පවතී.

- ❒ **ගැඹුරු සංකීර්ණ අදහස් ග්‍රාහකගත කිරීමේ අපහසුතාව**

ගුවන්විදුලිය වූ කලී වඩාත් සුහදශීලී ශබ්ද මාධ්‍යයකි. එහි දී වඩාත් ගැඹුරු අදහස් අසන්නන්ට පහසුවෙන් අවබෝධ වන ලෙස ඉදිරිපත් කිරීම ඇතැම් විට අපහසු විය හැකිය. ඡායාරූප, රූප සටහන්, ආදර්ශන ආදිය පෙන්වා විස්තර කිරීමේ හැකියාව නොමැති වීම ද මෙයට හේතුවකි.

3.2 ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් ප්‍රභේද

ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක, අඩංගු වන දේ හෙවත් **'අන්තර්ගතය'** මෙන්ම වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරන ආකාරය හෙවත් **'ආකෘතිය'** කෙරෙහි ද සැලකිලිමත් වීම අනිවාර්ය වේ. ස්වකීය ඉදිරිපත් කිරීමට වඩාත් උචිත ක්‍රමය පළමුව තීරණය කළ යුතුය. කවිය, ගීතය, කෙටිකතාව, නවකතාව, නාට්‍යය, සිනමාව ආදී කලාංග ඇසුරින් අදාළ වැඩසටහන් පෝෂණය කරගත හැකිය.

11 ශ්‍රේණිය C පන්ති කාමරය

(ලක්ෂිකා, ඔෂානි, පාරමී, සෙලීනා, බුමිඳු ඇතුළු සිසු දරුවන්)

(ගුවන්විදුලියේ ප්‍රචාරය වන වැඩසටහන් පිළිබඳව විමසීමක් කරන ලෙසට පැවරුමක් දී තිබිණ)

ගුරුතුමිය : ආයුබෝවන් ළමයි. කොහොම ද? මම කියපු ක්‍රියාකාරකම කළා ද.........? දවස් දෙකක නිවාඩුවක් නිසා හොඳට අධ්‍යයනය කරන්න ඇති කියලා හිතනවා.

ලක්ෂිකා : ඔව් ටීචර්, මම සෙනසුරාදා ඉරිදා දවස් දෙකේ ම රේඩියෝ එක ඇහුවා. සෙනසුරාදා හවස දෙකට දේශීය ආහාර රටාවේ වැදගත්කම හා ආයුර්වේද ඖෂධ පිළිබඳ වැඩසටහනක් ප්‍රචාරය වුණා.

ගුරුතුමිය : කොහොම ද........? ඒ වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරපු විදිය ගැන ලක්ෂිකාට හිතෙන්නේ මොනව ද?

ලක්ෂිකා : වැඩසටහන සංවාදයක් විදියටයි ඉදිරිපත් වුනේ. බොහො ම සරල හා සුහදශීලි විදියට වැඩසටහන ඉදිරිපත් කළා. අතරින් පතර සිංදුවක් ගියා. ආ....කෙටි ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශයකුත් ප්‍රචාරය වුණා ටීචර්.

ඔෂානි : ටීචර් මම අහපු වැඩසටහනත් එහෙමයි........ පැයක කාලයකට ගොඩාක් දේවල් ගියා...... ඒත් මට ඒ එකක්වත් හරිහැටියකට තේරුම් ගන්න බැරිවුනා.

බුමිඳු : මට නම් හරියට වැඩසටහනක් අහන්න ම බැරිවුනා.

ගුරුතුමිය : ඒ මොකද? දවස් දෙකක් ම තිබුණනේ බුමිඳු.

බුමිඳු : මම රේඩියෝ එක දාපු හැමවෙලේක ම නිවේදකයාගෙ හරි නිවේදිකාවගෙ හරි කතාවක්, නැත්තං වෙළඳ දැන්වීමක්. ඒ නිසා වැදගත් දෙයක් අහන්න බැරි වුණා.

සෙලීනා : ඒ වුනාට ටීචර් මම නම් හොඳ වැඩසටහනක් ඇහුවා. මම ලබන ඉරිදා වෙනකම් ඉන්නේ ඒ වැඩසටහනේ ඉතුරු කොටසට අහන්න.

ගුරුතුමිය : මොකක් ද........ සෙලීනාට අහන්න ලැබුණ වැඩසටහන?

සෙලීනා: ඒක ටීචර් වාර්තා වැඩසටහනක්. අපේ රටේ වෙස් මුහුණු කලාව ගැන හරි ලස්සනට කරුණු ඉදිරිපත් වුණා. නිවේදකයාගෙයි කීපදෙනෙකුගෙයි අදහස් ඉදිරිපත් වුණා. වැඩසටහන අතරමැද දුරකථන සංවාදවලින් අසන්නාවත් සජීවීව සම්බන්ධ කර ගත්තා. ප්‍රචාරය වෙච්ච ගීතත් වෙස් මුහුණු කලාව ගැන කියවෙන අපි මීට ඉස්සෙල්ලා අහපු නැති ඒවා.........

ගුරුතුමිය: දැන් ඔයාලට තේරෙනව ද? ගුවන්විදුලියේ විවිධ විදියේ වැඩසටහන් විකාශනය වෙනවා. සමහර ඒවා අහන්න අපි කැමතියි. තවත් ඒවා නීරසයි. **ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් විවිධ හැඩතල ඒ කියන්නේ ආකෘති ගණනාවකට අයත් වෙනවා.** ඒ සෑම ආකෘතියකට ම ඊට ම ආවේණික ලක්ෂණ තියනවා. අපි දැන් ඒ මොනවා ද කියලා බලමු.

ගුවන්විදුලියක ප්‍රචාරය කෙරෙන විවිධ වැඩසටහන් ඒවායේ අන්තර්ගතය හා ඉදිරිපත් කරන ආකාරය අනුව ප්‍රධාන ප්‍රභේද කිහිපයක් යටතේ හඳුනාගත හැකිය.

- ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන්
- සඟරාමය වැඩසටහන්
- නාට්‍යමය වැඩසටහන්
- සංගීත වැඩසටහන්
- සජීවී වැඩසටහන්
- සම්මුඛ සාකච්ඡා

ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් සඳහා උපයෝගී කරගන්නා ආකෘති කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

3.9 රූපය

1. කථා (Talk)
2. සම්මුඛ සාකච්ඡා (Interview)
3. සාකච්ඡා (Discussion)
4. සංවාද (Dialogue)
5. වාර්තාමය (Documentary)
6. විචිත්‍රාංග (Features)
7. සඟරාමය (Magazines)
8. ගුවන්විදුලි නාට්‍ය (Redio Drama)
9. සජීවී විස්තර ප්‍රචාර (Running Commetary)
10. වාර්තා කථන (Eye Witness Accounts)
11. නිවේදන (Announcement)
12. ප්‍රශ්න විචාරාත්මක වැඩසටහන් (Quiz)
13. දූරකථන සංවාද (Telephone Conversations)
14. ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් (News)
15. සංගීත වැඩසටහන් (Music)

මෙම වැඩසටහන් සජීවී ලෙස හෝ පටිගත කර විසුරුවා හරිනු ලැබේ.

1. කථා (Talk)

බොහෝ දෙනෙකුට පුරුදු පැරණි ම වැඩසටහන් ශෛලිය වන්නේ සෘජු කථා ආකෘතියයි. නමින් ම කියවෙන පරිදි ගුවන්විදුලි කථාව යනු එක් පුද්ගලයෙකු විසින් කරනු ලබන සෘජු වාචික ඉදිරිපත් කිරීමකි. විවිධත්වය අඩු බැවින් මෙම ආකෘතිය මඟින් අසන්නන් රඳවා තබා ගැනීමේ කාලය සීමාසහිත වේ.

2. සම්මුඛ සාකච්ඡා (Interview)

අලුත් තොරතුරු ලබා ගැනීමේ හා නව ආකල්ප මතුකර ගැනීමේ අපේක්ෂාවෙන් සම්මුඛ සාකච්ඡා පවත්වනු ලැබේ. මෙහි දී ප්‍රශ්නකරු වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරන්නා වන අතර පිළිතුරු දෙන්නා වන්නේ සම්මුඛ සාකච්ඡාවට සහභාගී වන පුද්ගලයාය. සාකච්ඡාව මෙහෙයවීමේ දී සරල, සුන්දර, තේරුම් ගැනීමට පහසු වචන භාවිතයෙන් වැඩසටහනට ආකර්ෂණයක් ලැබේ.

3. සාකච්ඡා (Discussion)

සාකච්ඡාවක් යනු කිසියම් ප්‍රස්තුතයක් ඔස්සේ පුද්ගලයන් කිහිප දෙනෙකු විසින් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමයි. නිවේදකයෙකු විසින් සාකච්ඡාව මෙහෙයවනු ලැබේ. සාකච්ඡාවක් නිදහසේ ගලාගෙන යාමට සැලැස්වීම හොඳ අදහස් ප්‍රකාශනයකට ඉඩ සැලසීමකි. විවිධ මතවාද මෙන්ම විවිධාකාර හඬවල් කිහිපයක් ද අඩංගු වන බැවින් ඒ සඳහා අසන්නන්ගේ ආකර්ෂණය දිනා ගැනීම ද පහසු වේ.

4. සංවාද (Dialogue)

සංවාද වැඩසටහනක් බොහෝ දුරට සාකච්ඡා වැඩසටහනකට සමාන වුව ද ඒවා අතර සුළු වෙනස්කම් තිබේ. මේ සඳහා සහභාගී වන්නේ ශිල්පීන් දෙදෙනෙකු පමණි. බොහෝවිට ඔවුන් එක ම ක්ෂේත්‍රයක් පිළිබඳව කථා කරන දෙදෙනෙකු විය හැකිය. සාමාන්‍යයෙන් කවි සංවාදයක් හෝ පාසලේ වෙනත් සංවාදයක් පවත්වන විටක දී දෙපාර්ශවයක් විසින් පක්ෂ විපක්ෂ අදහස් ඉදිරිපත් කළ ද ගුවන්විදුලි සංවාදයක දී පිළිගත් සම්ප්‍රදාය වන්නේ එක ම කරුණක් ඔස්සේ දෙදෙනා ම කරුණු ඉදිරිපත් කිරීමයි. මෙහි දී එකිනෙකා පෝෂණය වන අදහස් ඉදිරිපත් කිරීම ද සුවිශේෂී වූවකි. සංවාදයක් සඳහා මෙහෙයවන්නකුගේ සහභාගී වීම අත්‍යවශ්‍ය නොවේ.

5. වාර්තාමය වැඩසටහන් (Documentary)

කිසියම් මාතෘකාවක් සම්බන්ධයෙන් තත්‍ය ආකාරයෙන් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම මෙවැනි වැඩටසහනකින් සිදුකෙරේ. මෙහි දී යොදා ගැනෙන්නේ සත්‍ය සිදුවීම් හා සත්‍ය පුද්ගලයන් ය. මෙය ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන්වලට ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වන ආකෘතියකි.

6. විචිත්‍රාංග (Features)

එක් විෂයක් හෝ විෂය කරුණක් පිළිබඳව විවිධ දෘෂ්ටි කෝණ හා අංශවලින් බලා නිර්මාණය වන විශේෂාංග, ගුවන්විදුලි විචිත්‍රාංග ලෙස හැඳින්විය හැකිය. හැකිතාක් දුරට තොරතුරු හා අදහස් මෙන්ම තර්ක විතර්ක අසන්නට සැලැස්වීම මින් සිදු කෙරේ. මෙහි දී සෙසු වැඩසටහන් ආකෘති වුව ද යොදාගෙන වැඩසටහන විචිත්‍රවත් කළ හැකිය. වාර්තාමය වැඩසටහනක දී මෙන් නොව සත්‍ය සිදුවීම් වෙනුවට නිර්මාණශීලී අවස්ථා යොදා ගනිමින් වැඩසටහන තවත් ආකර්ෂණීය තත්ත්වයට පත් කළ හැකිය.

7. සඟරාමය වැඩසටහන් (Magazines)

ගුවන්විදුලි සඟරා වැඩසටහන් මුද්‍රිත සඟරා මෙන්ම විවිධ විෂයයන් හෝ විවිධ කරුණු පදනම් කරගෙන ගොඩනගා ගන්නකි. බොහෝ විට එකිනෙකට සම්බන්ධ තොරතුරු මෙමඟින් ඉදිරිපත් කෙරේ. ආකෘතිකමය වශයෙන් විචිත්‍රාංගයකට සමාන වුව ද ගුවන්විදුලි සඟරාවක දී සිදු කෙරෙන්නේ එක ම කරුණක් සම්බන්ධයෙන් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමක් නොවේ. එහෙයින් විවිධත්වයෙන් යුත් කරුණු ඉදිරිපත් කිරීමටත් නොයෙකුත් අංශවලට අසන්නා යොමු කිරීමටත් මෙමඟින් හැකි වේ. සඟරාමය වැඩසටහනක එක් එක් හඬ පිටුවල **පිරි සැලසුම හෙවත් ස්වරූපය** බොහෝ විට එකිනෙකට වෙනස් වේ. මේ වෙනස ඇතිවන්නේ කථා, කෙටි විචිත්‍රාංග, ප්‍රවෘත්තිමය අංග, සම්මුඛ සාකච්ඡා වැනි වෙනස් ශෛලියේ අංග ඇතුළත් කිරීම නිසාය.

8. ගුවන්විදුලි නාට්‍යය (Redio Drama)

ගුවන්විදුලි නාට්‍යයක දී කිසියම් සිද්ධියක් හෝ කතාවක් උචිත දෙබස් යොදාගෙන ඉදිරිපත් කිරීම සිදු වේ. ශබ්ද මාධ්‍යයක් වන ගුවන්විදුලිය මඟින් රංගනය, පරිසරය, දෙබස් ආදී සියල්ල චිත්ත රූප මැවීමට සමත් වන පරිදි ඉදිරිපත් කිරීම පහසු කාර්යයක් නොවේ.

මුවන් පැලැස්ස, කඩමණ්ඩිය, ආයුබෝවේවා වැනි ගුවන්විදුලි නාට්‍ය අදත් වැඩිහිටි පරපුරේ මතකයෙහි රැඳී ඇත්තේ සුන්දර ලෙසිනි. ඓතිහාසික සිදුවීම්, සංග්‍රාම, ප්‍රේම කතා, හා සමාජ ගැටලු ගුවන්විදුලි නාට්‍ය සඳහා බොහෝ විට වස්තු විෂය වී තිබේ.

9. සජීවී විස්තර ප්‍රචාර (Running Commentary)

කිසියම් සිදුවීමක් පිළිබඳව එම මොහොතේ ම කෙරෙන විස්තර ප්‍රචාරයක් මින් අදහස් කෙරේ. අවශ්‍ය පසුබිම් තොරතුරු හා සිදුවීම් අසන්නාට මනා ලෙස පරිකල්පනය කිරීමට හැකි වන පරිදි විසිතුරු අන්දමින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. ක්‍රිකට් තරගයක් සජීව ලෙස නැරඹීමෙන් තොරව වුව ද ක්‍රීඩා පිටියේ සජීවී අත්දැකීමක් විඳ ගත්තා සේ දැනෙන ලෙස සිදු කරන විස්තර ප්‍රචාරවලට ඔබ කොතෙකුත් සවන් දී ඇත. නිදහස් දින උත්සවය, විවිධ විවෘත කිරීමේ උත්සව වැනි අවස්ථාවල විස්තර ප්‍රචාර මඟින් අසන්නා අදාළ සිද්ධිය සමග සජීවී ලෙස සම්බන්ධ කිරීමට සමත් දක්ෂ විස්තර ප්‍රචාරකයෝ සිටිති.

10. වාර්තා කථන (Eye Witness Accounts)

යම් සිද්ධියක් සිදු වීමෙන් පසුව එය විස්තර කිරීම 'වාර්තා කථන' යන්නෙන් අදහස් කෙරේ. සිද්ධිය වූ අවස්ථාවේ ඇති සැබෑ සම්බන්ධතා හා කතා යනාදිය එක් කරමින් විවිධ ලෙස වාර්තා කථන ඉදිරිපත් කරයි. ගංවතුර, නායයාම් වැනි ආපදා අවස්ථා මෙන්ම රාජ්‍ය තාන්ත්‍රික උත්සවයක් සම්බන්ධ තොරතුරු ද මෙලෙස ඉදිරිපත් කළ හැකිය. බොහෝ විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්වල විකාශය කෙරෙන 'අද පාර්ලිමේන්තුවෙන්' නමැති විශේෂාංගය වාර්තා කථන සඳහා උදාහරණයකි.

11. නිවේදන (Announcements)

ඉතාමත් කෙටි කාලයකින් සිත් ඇදගන්නා ලෙස තොරතුරක් හෝ පණිවිඩයක් ඉදිරිපත් කිරීම නිවේදන මඟින් සිදු කෙරේ. බොහෝ විට වැඩසටහන් අතරතුර ප්‍රචාරය කෙරෙන වෙළඳ දැන්වීම්, නිවේදනවල ඇතුළත් ඇතැම් ගීත ඛණ්ඩ හෝ දෙබස් ශ්‍රාවකයා විසින් නිතර මුමුනනු හෝ වහරනු ලැබීම, ඒවා ඔවුන්ගේ සිත්වල හොඳින් රැඳී ඇති බවට නිදසුනකි.

නිවේදන කොටස් තුනකි එනම්,

1. කටහඬ පමණක් යොදා ගන්නා අවධාරිත නිවේදන (Spot Announcements)
2. කිංකිණි නිවේදන (Jingles)
3. වෙළඳ නිවේදන (Advertisements) වශයෙනි.

මෙම නිවේදනවල අරමුණ කිසියම් විශේෂ පණිවුඩයක් අවධාරණාත්මක ලෙස ඉදිරිපත් කිරීමයි.

12. ප්‍රශ්න විචාරාත්මක වැඩසටහන් (Quiz Programmes)

සාමාන්‍ය පැන විසඳුම් තරග මේ නමින් හැඳින්වේ. මෙහි ඇති විශේෂත්වය නම් අසන්නාට ද තරගයට සහභාගී වී සිය දැනුම උරගා බැලීමට හැකි වීමයි. වින්දනයක් මෙන්ම තොරතුරු ද දැන ගැනීමට ලැබෙන බැවින් ප්‍රශ්න විචාරාත්මක වැඩසටහන් සාමාන්‍යයෙන් අසන්නන්ගේ සිත් ඇද ගනී.

13. දූරකථන සංවාද (Telephone Conversations)

දූරකථනය රටේ ඕනෑම තැනෙක සිට එසැණින් සන්නිවේදන සම්බන්ධතා ගොඩනගන මෙවලමකි. වැඩි පිරිසකගේ සක්‍රීය සහභාගීත්වය ලබාගත හැකි ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් සඳහා දූරකථන සංවාද යොදාගත හැකිය. අද වන විට බොහෝ ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් සඳහා විවිධාකාරයෙන් දූරකථන සංවාද යොදා ගනු ලැබේ.

14. ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් (News)

ගුවන්විදුලි ප්‍රවෘත්ති සලකනු ලබන්නේ ද වැඩසටහන් ආකෘතියක් වශයෙනි. ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්ති, පැයේ පුවත්, පුවත් ලුහුඬින් වැනි ප්‍රවෘත්ති ප්‍රචාර මෙන්ම ප්‍රවෘත්ති සංදර්ශන, ප්‍රවෘත්ති අටුවා, පුවත් පසුබිම, ප්‍රවෘත්ති විමර්ශන ඇතුළු වැඩසටහන් රැසක් ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් ලෙස සැලකේ. ගුවන්විදුලි නාලිකාවකට ඉහළ ග්‍රාහක අවධානයක් ලබා ගැනීම සඳහා ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශන ඉවහල් වේ. රටේ සිදුවන දේ ක්ෂණිකව දැන ගැනීමට ග්‍රාහකයන් දැඩි කැමැත්තක් දැක්වීම මීට හේතුවයි. ප්‍රවෘත්ති යනු විශේෂ අවධානයකින් ග්‍රහණය කරන වැඩසටහනක් වන හෙයින් එහි භාෂා භාවිතය ඉහළ වැදගත්කමක් දරයි. ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් කල් දැමිය නොහැක. ඒවා ඉතා කඩිනමින් නිරවුල්ව හා පැහැදිලිව ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

15. සංගීත වැඩසටහන් (Music)

ශබ්දය හෙවත් හඬ පදනම් කරගත් ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ ප්‍රබල පරාසයක් සංගීත වැඩසටහන් මඟින් ආවරණය කරනු ලැබේ. අද වන විට ගුවන්විදුලි ගීත අතිශය ජනප්‍රියත්වයක් ලබා ඇත. ඒවා ග්‍රාහක අත්දැකීම් බවට පත්ව ඇත්තේ ඔවුන්ගේ සිත්වල ඇඳී තිබෙන චිත්ත රූප ඇසුරෙනි. ගුවන්විදුලියේ කථන වැඩසටහන් හැරුණු විට සෙසු සියලු වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය වන්නේ සංගීතය යොදා ගැනීමෙනි. කුමන වැඩසටහනක වුව ද තේමාව සකස් වන්නේ ද සංගීතය යොදා ගනිමිනි.

බොහෝ වැඩසටහන්වල දී පසුබිම් සංගීතය මගින් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කරන්නන් DJ හෙවත් DISC JOKEY යන නමින් හඳුන්වයි.

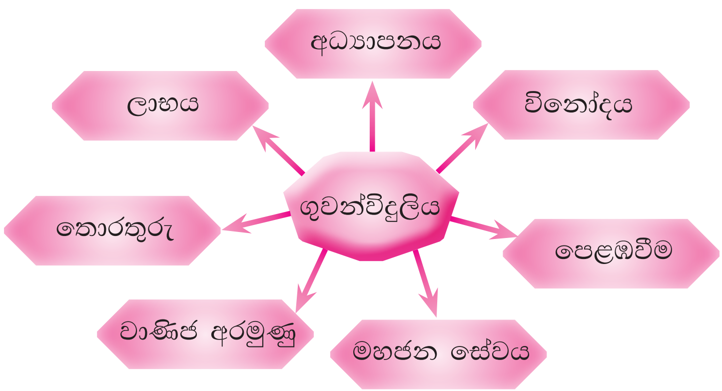
3.3 ගුවන්විදුලිය පරිශීලනය

ගුවන්විදුලිය අපට තොරතුරු සම්පාදනය කරයි. එසේම එය අධ්‍යාපනය ද ලබා දෙයි. විනෝදාස්වාදය ලබා දීමෙහි ලා ප්‍රබල භූමිකාවක් ද ඉටු කරයි. එසේ ම යහපත් මෙන්ම අයහපත් පෙළඹවීම් කරා අපව යොමු කරවයි.

3.10 රූපය -

ශ්‍රාවකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ගුවන්විදුලි වැඩසටහන් නිෂ්පාදකයෝ විවිධ උපාය මාර්ග අනුගමනය කරති. වාණිජ අරමුණු හා මහජන සේවා අරමුණු අතර ගැටෙමින් වර්තමාන මාධ්‍ය තම මෙහෙවර ඉටු කරයි. එහි දී ජනමාධ්‍යයක් ලෙස ගුවන්විදුලියෙන් අපේක්ෂිත අරමුණු හා දැක්ම වෙනස් වීමට ද පුළුවන. මේ නිසා එවන් අවස්ථාවක ශ්‍රාවකයෙකු ලෙස ඔබ, ගුවන්විදුලිය නියමාකාරයෙන් පරිශීලනය කිරීමෙහි නිපුණතාවක් ලබා ගත යුතුය. ශ්‍රවණය කරන ඕනෑම නාලිකාවක් මධ්‍යස්ථව විමසමින් ඒවායේ වැඩසටහන් තෝරා බේරා ගනිමින් භාවිත කිරීම වඩාත් යෝග්‍ය වේ.

අද දවසේ ගුවන්විදුලි ශ්‍රාවකයා ජාතික, අන්තර්ජාතික හා පෞද්ගලික ගුවන්විදුලි නාලිකා රැසකින් ලෝකය තම දෙසවන් අභියසට කැඳවා ගනී. එහි දී අපගේ වයස් මට්ටමට, සංස්කෘතියට, අප ජීවත් වන පරිසරයට ගැළපෙන වැඩසටහන් නිසි ලෙස තෝරා බේරා ගෙන ශ්‍රවණය කිරීමට අප සැලකිලිමත් විය යුතුය.



ක්‍රියාකාරකම 01

සති අන්තයේ දිනයක දී නිවසේ ගුවන්විදුලිය ක්‍රියාත්මක කර නිදහසේ ශ්‍රවණය කරන්න. ඔබට අභිමත පරිදි විවිධ නාලිකා වෙත සුසර කරමින් පහත පත්‍රිකා පුරවන්න.

1
නාලිකාව ....
ශ්‍රවණය කළ වේලාව ....
ප්‍රචාරය වූ වැඩසටහන..........
ඉලක්ක ග්‍රාහක කණ්ඩායම ....

2
නාලිකාව ....
වැඩසටහන් නාමය ....
ශ්‍රවණය කළ කාලය ....
ඒ පිළිබඳ ඔබේ අදහස ....

3
නාලිකාව ....
වැඩසටහන් නාමය ....
ප්‍රචාරය වූ වෙළඳ දැන්වීම් ගණන ....
වැඩසටහන විකාශය වූ වේලාව ....

4
නාලිකාව ....
වැඩසටහන් නාමය ....
භාෂාව භාවිත කළ අන්දම ....
නිවේදක භූමිකාව පිළිබඳ ඔබේ අදහස ....

ක්‍රියාකාරකම 02

1. මෙවැනි පත්‍රිකා කිහිපයක් සකස් කරන්න.
2. පන්තිකාමරයේ දී ඊට අදාළ විවෘත සාකච්ඡා මණ්ඩපයක් සූදානම් කර ගන්න.
3. ගුවන්විදුලි පරිශීලනය පිළිබඳ ඔබේ අදහස් දක්වමින් පුවත්පත් වාර්තාවක් ලියන්න.

ක්‍රියාකාරකම 03

(සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයභාර ගුරුතුමියගේ අනුදැනුම මත පන්ති කාමරය තුළ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයක් ක්‍රියාත්මක කරන්න. එය විනාඩි 20ක් පමණ නිශ්ශබ්දව ශ්‍රවණය කරන්න. ඒ අතර විවිධ නාලිකා වෙත සුසර කරන්න.)

- *මෙහි දී ඔබ විවිධ වර්ගයේ ගීත ඉදිරිපත් කරන භාෂාව විවිධාකාරයෙන් භාවිත කරන ගුවන්විදුලි නාලිකාවලට සවන් දෙන්නට ඇත.*
- *ඇතැම් විට ශාස්ත්‍රීය සාකච්ඡාවකට හෝ සංවාදයකට හෝ සවන් දෙන්නට ඇත.*
- *තවත් අවස්ථාවක ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශයක් හෝ ප්‍රවෘත්ති ලුහුඬින් ඉදිරිපත් කිරීමක් ශ්‍රවණය කරන්නට ඇත.*
- *නිවේදකයාගේ හෝ නිවේදිකාවගේ කතා හා විවිධ වෙළඳ දැන්වීම් ඇසෙන්නට ඇත.*

පන්තියේ සියලු ම දෙනා එක්ව ඉහත ශ්‍රවණය කළ වැඩසටහන්වල යොදා ගත් කථන භාෂාව, වැඩසටහන් ආකෘතිය, ඉලක්ක ග්‍රාහක කණ්ඩායම, වැඩසටහනේ අරමුණ, හා ඒවායින් සමාජයට ලබා දෙන පණිවිඩ පිළිබඳව විචාරශීලී කතිකාවක යෙදෙන්න. අනතුරුව පාසල් බිත්ති පුවත්පත සඳහා ලිපියක් සම්පාදනය කරන්න.

ගුවන්විදුලිය පරිශීලනය කිරීමේ දී ඔබ විසින් අවධානයට යොමු කළ යුතු කරුණු හා අවස්ථා රැසක් පවතින බව මෙහි දී ඔබට වැටහෙනු ඇත.

3.3.1 ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ සරල ක්‍රියාවලිය

ගුවන්විදුලි තරංග විද්‍යුත් චුම්භක තරංග වර්ගයකි.

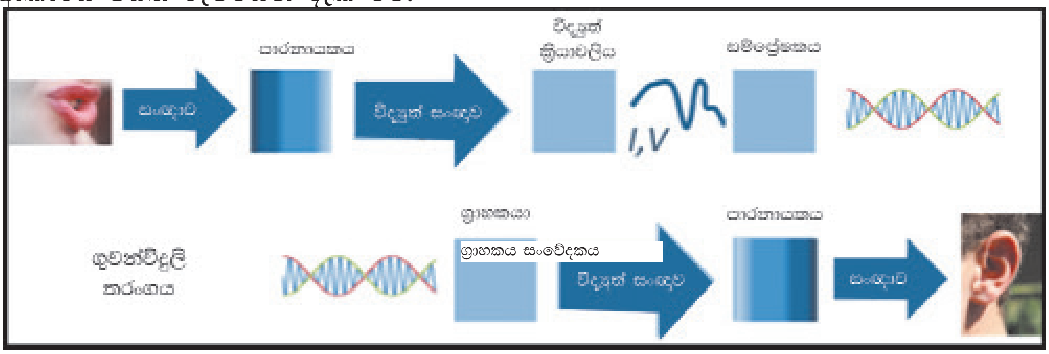
ලොවපුරා ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථාන සිය සම්ප්‍රේෂණ සඳහා ගුවන්විදුලි තරංග කිහිප වර්ගයක් භාවිත කරයි.

බහුලව භාවිත කෙරෙන්නේ,

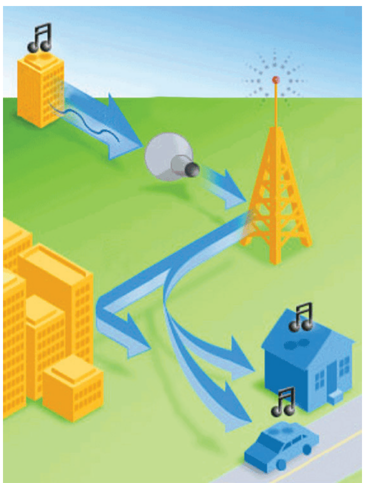
1. මධ්‍යම තරංග (Medium Wave - MW / Amplitude Modulation - AM)
2. කෙටි තරංග (Short Wave - SW / High Frequency)
3. සංඛ්‍යාත මූර්ජන තරංග (Frequency Modulation - FM)

යනුවෙන් හැඳින්වෙන තරංග වර්ග තුනකි.

කටහඬ විද්‍යුත් චුම්භක තරංගයක් බවට පත් කර ශ්‍රාවකයා වෙත ගෙන යන ආකාරය පහත රූපයෙන් දැක් වේ.



3.11 රූපය



3.12 රූපය
ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානයකින් බෙදා හරින සංගීත ඛණ්ඩයක් ග්‍රාහකස්ථාන වෙත ලැබීම.

විද්‍යුත් චුම්භක සංඥා ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානයේ සිට සම්ප්‍රේෂණ කුලුනට ගමන් කිරීමෙන් පසු විකාශන කටයුතු සිදු කරනු ලැබේ. උඩුගුවනේ විවිධ පරාසයන්ගෙන් ගමන් ගන්නා විද්‍යුත් චුම්භක තරංග ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයේ සංවේදකය මඟින් හසුකරගනු ලබයි. පසුව එම සංඥාවට අදාළ ශබ්ද තරංග ස්පීකරය මඟින් නිපදවීම සාමාන්‍ය ගුවන්විදුලි සම්ප්‍රේෂණ රටාවයි. එහෙත් නූතන අංකිත ගුවන්විදුලියේ දී ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානය හා සම්ප්‍රේෂණ කුලුන අතර සංඥා සම්පිණ්ඩන උපකරණයක් ක්‍රියාත්මක වේ.

විද්‍යුත් චුම්භක සංඥා ඔස්සේ සම්ප්‍රේෂණය කිරීමෙන් තොරව අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ශ්‍රවණය කිරීමට හැකි ගුවන්විදුලි සේවාවන් ද ක්‍රියාත්මක වේ. ගුවන්විදුලි තරංග සම්ප්‍රේෂණයක් සිදු නොවන බැවින් මෙය ඉතාමත් සරල මෙන්ම අවම වියදම් සහිත ක්‍රියාවලියකි. ඒ නිසා මෙය ලොව පුරා වඩාත් වේගයෙන් ව්‍යාප්ත වනු දැකිය හැකිය. Web Radio ලෙස හඳුන්වන්නේ මේවායි. මේ සඳහා වෙබ් අඩවියක් අවශ්‍ය වේ. මෙහි දී

ගුවන්විදුලි මධ්‍යස්ථානය ලෙසින් පරිගණකය ක්‍රියාත්මක වන අතර විකාශන කුලුන මඟින් සිදු කළ කාර්යය අන්තර්ජාලය මඟින් සිදු කරයි. පරිගණකය ආධාරයෙන් සියලු ම කාර්යයන් ඉටු වන නිසා අවම පිරිවැයකින් සිදු කළ හැකිය.

ගුවන්විදුලියට පිටපත් සම්පාදනය කිරීම

'**ගුවනට ලිවීම**' සැබවින් ම තරමක් අසීරු කටයුත්තකි. අද ශබ්ද සන්නිවේදනය ලෝකයේ ප්‍රබලතම මාධ්‍යක් බවට පත් වී තිබේ. ස්වාභාවික ශබ්දය හා නාදය, ක්‍රමයෙන් තාක්ෂණික ලෝකයේ ප්‍රගතිය සමග එක් වී ගුවන්විදුලිය උපත ලබා ඇති බව ගුවනට ලිවීමේ දී සිහියේ තබා ගත යුතුය.

ඉතා සරල අර්ථයෙන් ගත් කල ගුවන්විදුලියේ වැඩසටහනක් යනු, **ආරම්භය, අන්තර්ගතය හා අවසානයක් සහිත මනා පෙළගැස්මකින් යුත් ක්‍රියාදාමයකි.** පිටපත් රචනය එහි තීරණාත්මක සාධකයකි. එය වැඩසටහනක දළ සැලැස්මයි. පිටපත් රචනා කිරීමේ දී මූලික වශයෙන් සැලකිලිමත් විය යුතු කරුණු දෙකකි. එනම්,

1) හඳුනා ගැනීම.
2) පෙර සූදානම.

හඳුනා ගැනීමේ දී පිටපත් රචකයා තමා ලියන වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරන්නේ

- කාට ද?
- කුමන වෙලාවට ද?
- මොනවා ද? (ඇයි?)
- කුමන කරුණක් සඳහා ද?

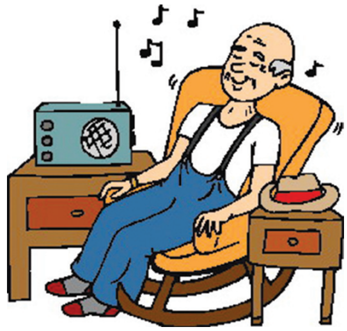
යන අංග කෙරෙහි සැලකිලිමත් විය යුතුය.

එසේ ම පිටපත් රචකයාට මනා පෙර සූදානමක් ද තිබිය යුතුය. එහි දී,

- වැඩසටහනේ පරමාර්ථය
- වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරන මාදිලිය.
- ඒ සඳහා භාවිත කරන ආකෘතිය.
- තම ග්‍රාහක කණ්ඩායම.
- වැඩසටහන ඉදිරිපත් කරන ගුවන් කාලය

යන කරුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතුය. මෙලෙස පිටපත් රචකයා තමා රචනා කරන වැඩසටහන් පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයක් ලබා ගත යුතුය. එසේ ම තම වැඩසටහනෙහි ඉලක්ක ග්‍රාහක පිරිස පිළිබඳව ද මනා දැනුමකින් සිටිය යුතුය. එනම් ග්‍රාහකයාගේ සමාජ, ආර්ථික හා අධ්‍යාපන මට්ටම, රසවින්දන මට්ටම යනාදිය පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කළ යුතුය.

3.13 රූපය



3.14 රූපය

ගුවන්විදුලි පිටපත් රචනයේ දී සපුරාලිය යුතු තවත් කොන්දේසි හතරක් ඇත. එනම්,

1) භාෂාවේ ස්වරූපය

ලියන්නේ කියවීමට නොව කථා බහටය. එය ලේඛන ව්‍යවහාරය නොව කථන ව්‍යවහාරයකි.

2) ආමන්ත්‍රණ ස්වරූපය

ලිවිය යුත්තේ එක් පුද්ගලයෙකු අරභයාය. එනම් පුද්ගලික ඇමතුමකි. එය ඔබ හා මම අතර කෙරෙන්නකි. එම ආමන්ත්‍රණය මිත්‍රශීලී විය යුතුය.

3) ශ්‍රවණ ස්වරූපය

ඇසෙන්නේ එක් වරක් පමණි. එහෙයින් ඇසූ මුල් අවස්ථාවේ දී ම අසන්නාට තේරුම් යා යුතුය.

4) ශබ්ද ස්වරූපය

යොදා ගන්නේ ශබ්දය පමණක් බැවින් ශබ්දය මගින් සියලු දේ මනසේ චිත්‍රණය විය යුතුය.

ඔබ ලියන දේ ප්‍රකාශ කිරීමට අවශ්‍යය. හිතන්න. කියන්න. ඉන්පසු ලියන්න.

හොඳ පිටපත් රචකයෙකුට විෂය අන්තර්ගත දැනුමට අමතරව,

- වැඩසටහන් ආකෘති පරිහරණය
- අසන්නාගේ ගති ස්වභාවය
- අසන්නාගේ අවධානය ලබා ගැනීම, සහ උනන්දුව පවත්වා ගැනීමේ විධි ක්‍රම
- නිර්මාණාත්මක ලෙස විස්තර කිරීම
- භාෂා ප්‍රවීණතාව, ඉදිරිපත් කිරීමේ ශෛලිය හා ශිල්ප ක්‍රම පිළිබඳ දැනුම මෙන්ම අවබෝධය ද අවශ්‍ය වේ.

- විෂය හා මාධ්‍ය නිපුණත්වය
- අවංක උත්සාහය
- දිගු කාලීන අභ්‍යාසය
- දැඩි උනන්දුව
- තත් කාර්යය කෙරෙහි ඇති ඇල්ම

යන ගුණාංග මගින් හොඳ පිටපත් රචකයකු බිහි කරයි.

ගුවන්විදුලිය සඳහා පිටපතක් සම්පාදනයේ දී

- සරල වචන හා වාක්‍ය භාවිත කළ යුතුය.
- සෑමවිට ම සවන් දීමෙන් ග්‍රහණය කර ගැනීමට සුදුසු පරිදි ලිවිය යුතුය.
- වාක්‍යයක් අවසන් කිරීමේ විරාම ලක්ෂණ පැහැදිලි ලෙස සටහන් කළ යුතුය.

- ප්‍රකාශනයේ වෙනස් වීම් පැහැදිලිව දැක්විය යුතුය.

එනම්, පිටපත ඉදිරිපත් කරන්නාට පිටපත දුටු සැනින් එය ඉදිරිපත් කළ යුතු ආකාරය අවබෝධ විය යුතුය.

උදාහරණ :- ඔයා බත් කෑවද? (සාමාන්‍ය)
ඔයා බත් කෑවද ! (විස්මය)
ඔයා .... බත් .... කෑවද? (දුර සිට)

- සංගීත ඛණ්ඩයක් යෙදීම. නිහඬ බව ආදිය පැහැදිලිව දැක්වීම

මෙහි දී යොදා ගන්නා සංගීත ඛණ්ඩයේ ස්වභාවය ආදිය පැහැදිලිව සටහන් කළ යුතුය.

යම් වාක්‍යයක් විශේෂ ආකාරයේ ස්රූපයෙන් කියනවානම් එය ලියා, යටින් විශේෂ කර දැක්විය යුතුය. අවධාරණය කළ යුතු තැන් යටින් ඉරි ගසයි. එනම් ශබ්ද ප්‍රයෝග පැහැදිලිව සටහන් කර ඒ යටින් ඉරක් ඇඳිය යුතුය.

උදාහරණ :- SFX දුම්රිය නැවතුමක ශබ්ද (Sound Effects)
දුම්රිය නිවේදන ශෛලියෙන් කියයි.
අවස්ථාව මාරු කරන සංගීත ඛණ්ඩයක් (Bridge Music)
තමාට....... ම .... (සීතාට)

- වාක්‍යයක් අවසන් කිරීමේ විරාම ලක්ෂණ පැහැදිලි ලෙස සටහන් කිරීම.

පිටපත ඉදිරිපත් කරන ශිල්පියාට ගැටලුවක් ඇති නොවන ලෙස විරාම ලක්ෂණ ආදිය යෙදිය යුතුය. වාක්‍යයක් අවසන් කිරීම නැවතීමේ තිත මඟින් ද නිශ්ශබ්දතාවක් හෝ වෙනත්, විරාම මඟින් දැක්විය යුතු කරුණක් ඒ අයුරින් ද ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

උදාහරණ :- 1) මරන්න, එපා බේරන්න.
මරන්න එපා, බේරන්න.

2) තැඹිලි ගෙඩි පිටින්, ගෙන ඒම තහනම්.
තැඹිලි ගෙඩි, පිටින් ගෙන ඒම තහනම්.

- ඡේදයන් නිසි පරිදි වෙන් කිරීම, වචනවල අර්ථ නිසි ලෙස ගැළපීම, අදාළ ඡේදයේ වචන නිසි පරිදි වෙන් කිරීම ද අවශ්‍ය වේ.
- ක්‍රි.පූ. / පූ.භා. වැනි සංකෂිප්ත පද නොයෙදිය යුතුය. ඒ වෙනුවට ක්‍රිස්තු උපතට පෙර, උදෑසන වැනි විස්තරාත්මක පද යොදන්න.
- සංඛ්‍යා සහ ඉලක්කම් හැකි තරම් සරලව හා මතක තබා ගත හැකි අයුරින් ඉදිරිපත් කරන්න.

එනම් කොප්පරා ටොන් 497362 යන්න අපට වඩා අසා හුරු පුරුදු ටොන් ලක්ෂ පහකට ආසන්න ප්‍රමාණයක් යනුවෙන් ඉදිරිපත් කළ හැකිය. එහෙත් නිශ්චිතව නිවැරදි සංඛ්‍යා ඉදිරිපත් කිරීමට අවශ්‍ය වන අවස්ථා ද ඇති බව මතක තබා ගත යුතුය.

- කිරුම් මිනුම් වඩා පහසුවෙන් තේරුම් යන සේ ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

සාමාන්‍ය වාර්තාවක මෙන් වැඩසටහන් පිටපතේ ඡේද සඳහා අංක යෙදීම අවශ්‍ය නොවේ. එහෙත් නාට්‍යයක් වැනි විවිධ ශිල්පීන්ගේ සහභාගිත්වයෙන් යුතු වැඩසටහන් පිටපතක එක් එක් දෙබස හෝ අංගය අනුපිළිවෙලින් අංක යොදා තැබීම වැඩසටහන නිෂ්පාදනයේ දී ශිල්පීන් මෙහෙයවීමට පහසුවකි.

- තාක්ෂණික බස්වහර හා ශිල්පීය වාංමාලා යෙදීමේ දී ප්‍රවේශම් විය යුතුය.
- පමණට වඩා අධික තොරතුරුවලින් පිටපත පිරවීමට උත්සාහ නොගත යුතුය.
- සිද්ධියක අවස්ථා මාරු කිරීමේ දී සුදුසු උපක්‍රම භාවිත කළ යුතුය.

වාද්‍ය, සංගීත, දෝංකාර මුසු කිරීම, භාෂා භාවිතය, ශබ්ද ප්‍රයෝග මාරු කිරීම වැනි ක්‍රම භාවිත කළ හැකිය.

- නිෂ්පාදනයේ දී අවශ්‍ය තාක්ෂණික උපදෙස් පිටපතේ සඳහන් කළ යුතුය.
- ගුවන්විදුලි පිටපත් රචකයා තම පිටපත් ලිවීමේ දී එම පිටපත නිවේදකට හෝ නිෂ්පාදකවරයාට නිවැරදිව උච්චාරණය කළ හැකි ආකාරයට එහි උච්චාරණ විධි නිවැරදිව දැක්විය යුතුය. එසේ ම එක සමාන වචන ශබ්ද ගැටෙන යෙදුම් නුසුදුසුය. එසේ වූ විට කියන දෑ පැහැදිලි වන්නේ අඩුවෙනි.

උදා :- 1) ඉගෙන ගන්නාට ඉගනීමට ඉගනීම උගන්වන්න.
2) පත්‍රයේ චිත්‍රය චිත්‍රණය කළේ මා මිත්‍ර චිත්‍රගේ පුත්‍රයා සචිත්‍රය.
3) රතු රට කජු සුදු රට කජු රජරට රටකජු

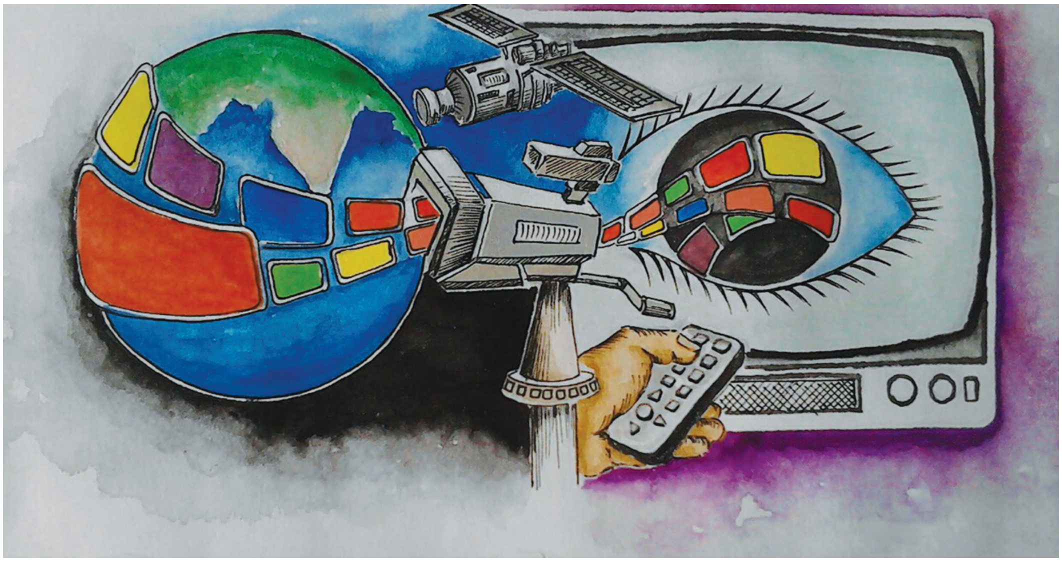
නිවැරදි භාෂා ප්‍රතිපත්තියක් ගොඩ නැංවීමෙහිලා ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය ශක්තිමත් මාර්ගෝපදේශකයෙකි. මෙහි දී ප්‍රකට කෙරෙනුයේ ද්විතීය වශයෙන් අවිධිමත් අධ්‍යාපන කාරකයෙකු මෙන්ම සමාජ සංවිධායකයෙකු ලෙස මෙකී මාධ්‍යය දක්වන ශක්‍යතාවයි. භාෂාමය වශයෙන් වැරදි ව්‍යවහාර හා දුර්වල උච්චාරණ විධි පිළිබඳව පිටපත් රචකයා සැලකිලිමත් විය යුතු වන්නේ එහෙයිනි.

ක්‍රියාකාරකම 04 - කණ්ඩායම් ක්‍රියාකාරකමකි.

★ ගුවන්විදුලි සඟරාමය වැඩසටහනක් නිර්මාණය කිරීම

1. කාලය විනාඩි 15යි.
2. ඉලක්ක ග්‍රාහක කණ්ඩායම - පාසලේ 6 - 11 වසර දක්වා සිසුන්
3. තේමාව - ඔබේ කණ්ඩායමේ අභිමතය පරිදි තෝරා ගන්න
4. සරල පිටපතක් සකස් කරන්න.
5. අවශ්‍ය සෙසු වැඩසටහන් අංග සැලසුම් කරන්න.
6. ගුරුතුමා හෝ ගුරුතුමියගේ මඟ පෙන්වීම යටතේ කණ්ඩායමේ සියලුමදෙනාගේ දායකත්වය මේ සඳහා ලබා ගන්න.

04 රූපවාහිනී මාධ්‍යය



අභිමතාර්ථ

දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය මානව සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ පැරණිතම විධික්‍රමයකි. දෘශ්‍ය සංඥා විද්‍යුත් ක්‍රමවේදයක් ඔස්සේ ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීමට දැරූ උත්සාහයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙසින් සිනමා මාධ්‍ය බිහි විය. සිනමා මාධ්‍ය මත පදනම් වෙමින් සිනමාව අතික්‍රමණය කළ ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යක් ලෙස රූපවාහිනිය හඳුන්වා දිය හැකි ය. එය ගෘහස්ථ මෙන්ම සජීවී මාධ්‍යකි. ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සංඥා විද්‍යුත් චුම්බක සංඥා බවට පරිවර්තනය කරමින් විසුරවා හැරීම රූපවාහිනියේ මූලික තාක්ෂණික ක්‍රියාවලියයි. එම ක්‍රියාවලිය ගෙවී ගිය දශක කිහිපය ඔස්සේ බහුවිධ අංශයන්ගෙන් දියුණු වී තිබේ. නිවසේ ආලින්දයේ ස්ථානගත වූ රූපවාහිනිය අතේ ගෙන යා හැකි හෝ අන්තර්ජාලය ඔස්සේ නැරඹිය හැකි තත්ත්වයට වෙනස් වී තිබේ. රූපවාහිනියේ හැඩය පවා සැලකිය යුතු වෙනස්කම් රැසකට භාජනය වූ අතර ත්‍රිමාණ දසුන් සහිත රූපවාහිනී සම්ප්‍රේෂණ ක්‍රමවේදය එහි නවමු අත්දැකීමයි. අද දවසේ නිවසේ ස්ථානගතව ඇති රූපවාහිනිය අනාගතයේ දී අවැසි තැන දී මැවෙන තිර මාධ්‍යක් බවට පත් කිරීම රූපවාහිනී තාක්ෂණයේ මීළඟ ඉලක්කයයි.

නංගී	:	අම්මේ, අම්මේ, මේ බලන්නකෝ...
අම්මා	:	ඇයි? මොකද දුව මේ කලබලෙන් කෑ ගහන්නේ?
නංගී	:	අනේ, අම්මේ අයියාට අපූරු සෙල්ලම් බඩුවක් තෑගි හම්බවෙලා
අම්මා	:	මොකක් ද මලිඳු, මේ නංගි කියන්නේ?
මලිඳු	:	ඔව් අම්මේ, අමල්ගේ අම්මා රට ඉඳන් ඇවිත්. ඉතිං අමල් මට තෑග්ගක් දුන්නා.
අම්මා	:	කෝ බලන්න. ඇත්තමයි අපූරු සෙල්ලම් බඩුවක්
නංගී	:	අනේ අම්මේ, මේ කැමරාවෙන් කොහොම ද රූප පේන්නේ?
මලිඳු	:	මම ඒක කියලා දෙන්නම් අද අපේ සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය සර් මට ඒක කියලා දුන්නා.
අම්මා	:	එහෙනම් මලිඳු අපිට ඒක කියලා දෙන්නකෝ
මලිඳු	:	මේ කැමරාවේ මැද තියෙනවා චක්‍රාකාර විනිවිද පෙනෙන ප්ලාස්ටික් රවුමක්. ඒක සමාන කොටස්වලට බෙදලා මේ රූප ඇඳලා තියෙන්නේ. අපි ඇහැ තියන තැන තියෙන්නේ කුඩා උත්තල කාචයක්. ඒක හරියටම අර රූප කෙළින් තියෙන්නේ. ඉදිරියෙන් එන ආලෝකය රූප තැටියට වැටිලා කාචයෙන් අපිට රූපය විශාල වෙලා පේනවා. මේ බොත්තම ඔබන කොට එතෙන්ට වෙන රූපයක් එනවා,
අම්මා	:	හොඳයි පුතා, දැන් පුතා කියන්න ඕක ඔයාගේ පාඩමට අදාළ වෙන්නෙ කොහොම ද?
මලිඳු	:	අම්මේ රූපවාහිනිය නිර්මාණය කරන්න විවිධ අය ගත්ත උත්සාහයේ සමහර තැන්වල දී මේ වගේ නිර්මාණ එයාලට උදව් වෙලා තියෙනවා, ඊළඟ පියවර විදිහට රූපවාහිනිය නිර්මාණය කර ගන්න.
අම්මා	:	ඔව් පුතේ මිනිසා සඳ තරණය කරපු සිද්ධිය ඒ කාලේ දියුණු රටවල රූපවාහිනියෙන් පෙන්වලා තියෙනවා. ඒත් ඒ කාලේ අපිට ඒක අහන්න ලැබුනේ ගුවන්විදුලියෙන්
නංගී	:	දැන් නම් අම්මේ අපිට රූපවාහිනිය තියෙන නිසා ලෝකෙ ඕනම දෙයක් ගෙදර ඉඳන්ම බලා ගන්න පුළුවන්
අම්මා	:	ඒකනේ පුතේ ඔයාලා දැන් දියුණු ලෝකයේ බුද්ධිමත් දරුවෝ.

4.1 රූපවාහිනී මාධ්‍ය හැඳින්වීම

රූප හා වෙනත් දෘශ්‍ය මෙවළම් යොදා ගනිමින් සන්නිවේදනය කිරීම මානව සන්නිවේදනයේ පැරණිතම සන්නිවේදන ක්‍රමයකි. මානවයා ඈත අතීතයේ සිට ම සිය අත්දැකීම් සිතුවමට නැගීමට විවිධ උත්සාහයන් දරා තිබේ. පසුපසින් ඇති අලෝකය නිසා වස්තුවකට ඉදිරියෙන් සෙවණැලි ඇති වන බව පැරණි මානවයින් අත්දැකීමෙන් අවබෝධ කොට ගැනීම නව සන්නිවේදන රටාවක මූලාරම්භය විය. ගිනිමැළයකින් හෝ හිරු කිරණින් ලැබෙන අලෝකයට ඉදිරියෙන් සිය අතැඟිලි මෙහෙයවමින් ගල් ගුහා බිත්ති මත සෙවණැලි රූප මැවීමට ආදි මානවයාට හැකි විය. දුර ප්‍රමාණය අනුව රූපයේ ප්‍රමාණය තීරණය කළ හැකි බව අවබෝධ කොට ගැනීමට තවත් බොහෝ කලක් ගත වන්නට ඇත. මේ සියලු සිද්ධාන්ත මත පදනම් වෙමින් පසු කලක චලන රූප මාධ්‍ය මානව සන්නිවේදනයට එක් විය. අද වන විට රූපවාහිනිය මානව සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ අත්‍යවශ්‍ය ම අංගයකි. එය බොහෝ සෙයින් මිනිසාට සමීපව ඇති අතර ම විශාල බලපෑමක් ද සිදු කරයි.

4.1.1 චලන චිත්‍රයේ ආරම්භය

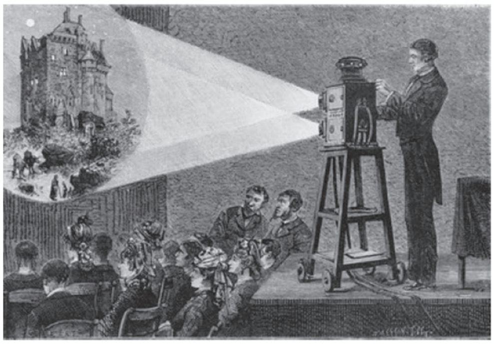
චලන චිත්‍රයේ මූලාරම්භය වූයේ ආලෝක ප්‍රභවයකට ඉදිරියෙන් හෝ පසු පසින් සෙවණැලි ඇති වීමේ සංසිද්ධිය තම සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා යොදා ගැනීමට හැකි බව අවබෝධ කර ගැනීමයි.

11 වන හා 12 වන සියවස් වන විට චීනයේ අපූරු ප්‍රසංග විශේෂයක් ව්‍යාප්ත විය. ඒවා 'සෙවණැලි නාට්‍යය' නමින් හඳුන්වා තිබේ. සෙවණැලි රූප (Silhouette) මැවීමේ විශේෂ ශිල්පීන් විය. ඔවුහු තැනින් තැනට යමින් සෙවණැලි නාට්‍ය සංදර්ශන පැවැත් වූහ. ආලෝකය ඉදිරියේ දෑත් හා වෙනත් උපකරණ තැබූ විට ඒවායේ සෙවණැලි තිරයක් මතට පතිත වේ. ඊට උචිත හඬ පසුබිමෙන් නිකුත් කිරීම හේතුවෙන් ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය වඩාත් වැඩි වූ බැව් සඳහන් වේ. එහෙත් මේ ක්‍රමයේ දී වර්ණ හෝ වෙනත් විශේෂතා දැකිය නොහැකි වූ අතර අඳුරු කළු පැහැති සෙවණැලි තිරය මත දැකිය හැකි විය.

4.1 රූපය - සෙවණැලි නාට්‍ය දර්ශනයක්

17වන සියවසේ දී සෙවණැලි නාට්‍ය තව දුරටත් වර්ධනය වීමට හේතු වූයේ 'මැජික් ලන්තෑරුම' නම් උපකරණයයි. එය නිපදවූ පුද්ගලයා පිළිබඳ අදහස් කිහිපයක් පවතී. ඒ අතරින් පොදුවේ පිළිගත් අදහස වන්නේ ජර්මන් ජාතික පූජකවරයෙකු වූ 'ඇතනේසියස් ක්රේචර්' විසින් උත්තල කාචයක් තුළින් ආලෝකය ගමන් කරවීමට සැලැස්වීමෙන් 'මැජික් ලන්තෑරුම' නිර්මාණය කළ බවයි. එය ලෝක ඉතිහාසයේ ප්‍රථම ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය ලෙසින් හැඳින්විය හැකිය.

4.2 රූපය - මැජික් ලන්තෑරුම



4.3 රූපය - මැජික් ලන්තෑරුම යොදා ගෙන ඉදිරිපත් කළ දර්ශනයක්

18වන සියවස වන විට මැජික් ලන්තෑරුම වේගයෙන් ව්‍යාප්ත වෙමින් තිබිණ. මැජික් ලන්තෑරුම යොදා ගනිමින් ප්‍රංශයේ 'පැන්තස් මැගෝරියා' නම් දර්ශන පැවැත් වූ බව සඳහන් වේ. මැජික් ලන්තෑරුම මගින් ඇති කළ ආන්දෝලනය හේතුවෙන් කාචය හා ප්‍රක්ෂේපණය පිළිබඳ ලොවපුරා පර්යේෂණ හා අත්හදා බැලීම් සිදු වන්නට විය. ශ්‍රී ලංකාවේ ජාතික පුනරුදයට ඉහවල් වූ දේශන පැවැත් වූ අනගාරික ධර්මපාලතුමා මැජික් ලන්තෑරමක් භාවිත කළ බව ඉතිහාසයේ සඳහන් වේ. එමගින් දේශන සඳහා ප්‍රේක්ෂකයන් පොළඹවා ගැනීමට හැකි වී තිබේ.

සරල අත්හදා බැලීමක් කරන්න.

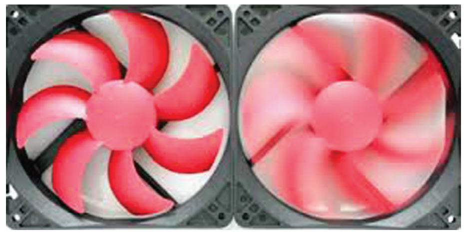
දැල් වූ විදුලි පන්දමක දිප්තිමත් ආලෝකය බිත්තියක සිට අඩි 10-15 ක් අතර දුරක සිට බිත්තියට එල්ල කර මේසයක් හෝ ආධාරකයක් මත රඳවන්න. දැන් ඔබේ නිදහස් දෑත විදුලි පන්දමේ ආලෝකය ඉදිරියේ තබා චලනය කරන්න. එම සෙවණැල්ල බිත්තිය මත පතිත වේ. දෑත් විදුලි පන්දමේ සිට බිත්තිය දෙසට ගෙන යන විට සෙවණැල්ල කුඩා වන අතර විදුලි පන්දම දෙසට ළංකරන විට සෙවණැල්ල විශාල වේ. මෙම අත්හදා බැලීම රාත්‍රි කාලයේ දී හෝ ආලෝකයෙන් තොර කාමරයක් තුළ දී නම් වඩාත් සාර්ථක වේ.

4.4 රූපය

4.1.2 දෘෂ්ටියේ අඛණ්ඩතාවය (Persistence of Vision)

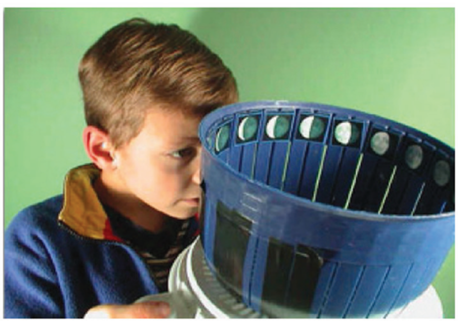
කැරකෙන විදුලි පංකාවක් නිරීක්ෂණය කරන්න. ක්‍රමයෙන් එහි වේගය වැඩි වන විට පෙති අතර පරතරය වෙන් වෙන්ව දැකිය නොහැකි වේ. නැවත එහි වේගය අඩුවන විට ක්‍රමයෙන් පෙති අතර පරතරය දැකීමට හැකි වේ. වේගයෙන් චලනය වන වස්තුවක එක් එක් පිහිටීම් අතර පරතය දැකිය නොහැකි වන ආකාරයට මිනිස් ඇස සකස් වී තිබේ. මේ බව විද්‍යාත්මකව අවබෝධ කර ගැනීම චලන රූපයේ ආරම්භය විය.

4.5 රූපය - ගිනි බෝල කරකවන්නෙකුගේ ගිනි වළල්ල සම්පූර්ණ ගිනි වළල්ලක් ලෙසින් දර්ශනය වීම.



4.6 රූපය - විදුලි පංකාවක් වේගයෙන් කරකැවෙන විට පෙති අතර පරතරය දැකිය නොහැකි වීම.

මිනිස් ඇසට යම් රූපයක් ග්‍රහණය වීමෙන් පසු එම රූප ඉතාමත් කෙටි කාලයක් ඇසේ මතකය මත රඳා පවතී. මෙය තත්පරයකින් ඉතා කුඩා භාගයක (ආසන්න වශයෙන් තත්පර 0.04ක් පමණ) අගයක් ගනී. එම නිසා දෙවන රූපය දකින විට පළමු රූපය පිළිබඳ මතකයක් ඇස මත තැන්පත් ව තිබේ. එම මතකය අහෝසි වීමට පෙර තවත් රූපයක් දකින්නේ නම් එම රූප දෙක අතර වෙනසක් නොපෙනේ. එක් රූපයක් ඇසේ මතකයේ රැඳෙන කාලයට වඩා අඩු කාල පරතරයක් සහිතව රූප පෙළක් චලනය වන විට එම රූප අතර පරතරය ඇසට හසු නොවේ.

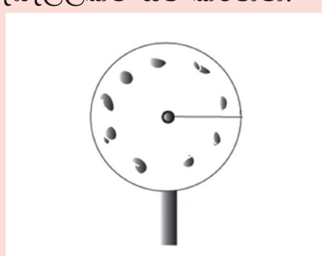


4.7 රූපය - දෘෂ්ටියේ අඛණ්ඩතා නියමය පැහැදිලි කරන ක්‍රීඩා භාණ්ඩයක්

දෘෂ්ටියේ අඛණ්ඩතාවය පිළිබඳ සිද්ධාන්තය සොයා ගැනීම සිනමා මාධ්‍යයේ බිහිවීමට විශාල දායකත්වයක් සැපයීය. සිනමා පටය තුළ ඇත්තේ එක පෙළට ලබාගත් ඡායාරූප සමූහයකි. සිනමා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය ආධාරයෙන් ඒවා වේගයෙන් ධාවනය කරවන විට රූප, අඛණ්ඩ දර්ශනයක් ලෙසින් දැකිය හැකිය.

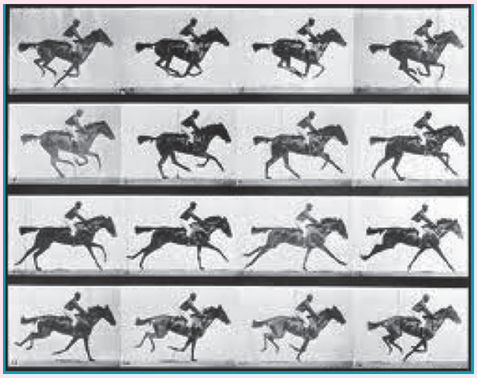
ක්‍රියාකාරකම 01

කාඩ්බෝඩ් කැබැල්ලකින්, අරය සෙන්ටිමීටර් 10ක් පමණ වන වෘත්තයක් කපා ගන්න. එහි දාරයේ සමාන දුරින් රතු පැහැ තිත් තබන්න. අනතුරුව ඇණයක ආධාරයෙන් වෘත්තයේ හරි මැදින් බිත්තියට හෝ ලී කැබැල්ලකට සවි කරන්න.

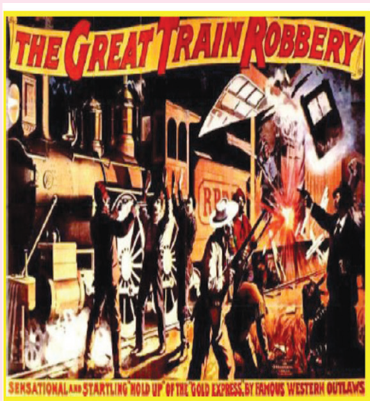


කාඩ්බෝඩ් රවුම වේගයෙන් කරකවන විට තිත් සියල්ල රතු පැහැ රවුමක් ලෙසින් දැකිය හැකිය. ක්‍රමයෙන් වේගය අඩු වන විට එම තිත් සියල්ල වෙන් වෙන්ව දැකිය හැකිය.

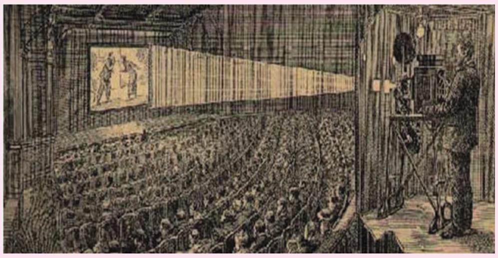
1839 දී 'ඩැගියුරේ' විසින් නිශ්චල ඡායාරූපය හඳුන්වා දෙනු ලැබීම හා 'ජෝර්ජ් ඊස්ටමන්' විසින් 'සෙලියුලොයිඩ්' සේයා පටලය සොයා ගනු ලැබීම ද සුවිශේෂ සිදුවීම් ලෙස සඳහන් වේ. ඡායාරූප ශිල්පය දියුණුවීමත් සමග වේගයෙන් සිදුවන සිදුවීමක ඡායාරූප පෙළක් ලබා ගැනීමට හැකි විය. එසේ ලබාගත් ඡායාරූප පෙළ මැජික් ලන්තෑරුම ආධාරයෙන් ප්‍රක්ෂේපණය කිරීමෙන් මුල් සිදු වීමට බොහෝ දුරට සමාන දර්ශනයක් ලබා ගත හැකි විය. මෙකී සිද්ධාන්තය ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා සුදුසු විවිධ උපකරණ මෙම යුගයේ නිර්මාණය විය. මෙම සොයා ගැනීම් සියල්ල මත පදනම් වෙමින් විසිවන සියවස වන විට සිනමා ප්‍රදර්ශනය කිරීමේ හැකියාව මානව වර්ගයා සතු විය.



දුවන අශ්වයකුගේ පාද පිහිටන ආකාරය පරීක්ෂා කිරීමට ලබාගත් ඡායාරූප පෙළකි. මෙම ඡායාරූප පෙළ නැවත වේගයෙන් චලනය කිරීමේ දී මුල් සිදුවීමට සමාන දර්ශනයක් ලබා ගත හැකි විය.



සිනමා කර්මාන්තයේ විවිධ අත්හදා බැලීම් සිදු වූ යුගයේ දී ලුමියේ සහෝදරයින් විසින් විවිධ දර්ශන ප්‍රක්ෂේපණ සිදු කරන ලදී. සිනමාවට කලාත්මක බවක් ලබා දීමේ අරමුණින් කතා වස්තු රූගත කිරීමේ අවශ්‍යතාව ඒ සමග ඇති විය.



1895 වර්ෂය වන විට යුරෝපය තුළ සිනමාශාලා (Motion Picture Theatre) ව්‍යාප්ත වී තිබේ

අභ්‍යාසය

1. දෘෂ්ටියේ අඛණ්ඩතාව පරිසරය ආශ්‍රිතව දැකිය හැකි අවස්ථා ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.

2. ඔබේ ගුරුවරයාගේ සහය ඇතිව දෘෂ්ටියේ අඛණ්ඩතා සිද්ධාන්තය පැහැදිලි වන ක්‍රීඩා භාණ්ඩ කිහිපයක් නිර්මාණය කරන්න.

4.1.3 කථා නාද (හඬ සහිත) චිත්‍රපට බිහිවීම

මුල් යුගයේ චිත්‍රපට කර්මාන්තයේ ප්‍රබලතම අභියෝගය වුයේ රූපය සමග හඬ සම්බන්ධ කිරීමයි. චිත්‍රපටියේ මුල් යුගය "නිහඬ සිනමා යුගය" ලෙසින් හැඳින්වේ.

නිහඬ සිනමාව තම හැකියා ප්‍රදර්ශනයට ආශිර්වාදයක් කොටගත් නිර්මාණ ශිල්පියෙකු ලෙස එංගලන්තයේ උපත ලද නාට්‍යකරුවෙකු වූ චාලි චැප්ලින් හැඳින්විය හැකිය. ඔහු සිනමා ඉතිහාසයේ නොමද ගෞරවාදරයට පාත්‍ර වූ විශිෂ්ට රංගධරයෙකි.

4.8 රූපය - චාලි චැප්ලින් (Charlie Chaplin) හා ඔහුගේ සිනමා නිර්මාණයක පෝස්ටරයක්

මූලාශ්‍රය - අන්තර්ජාලය

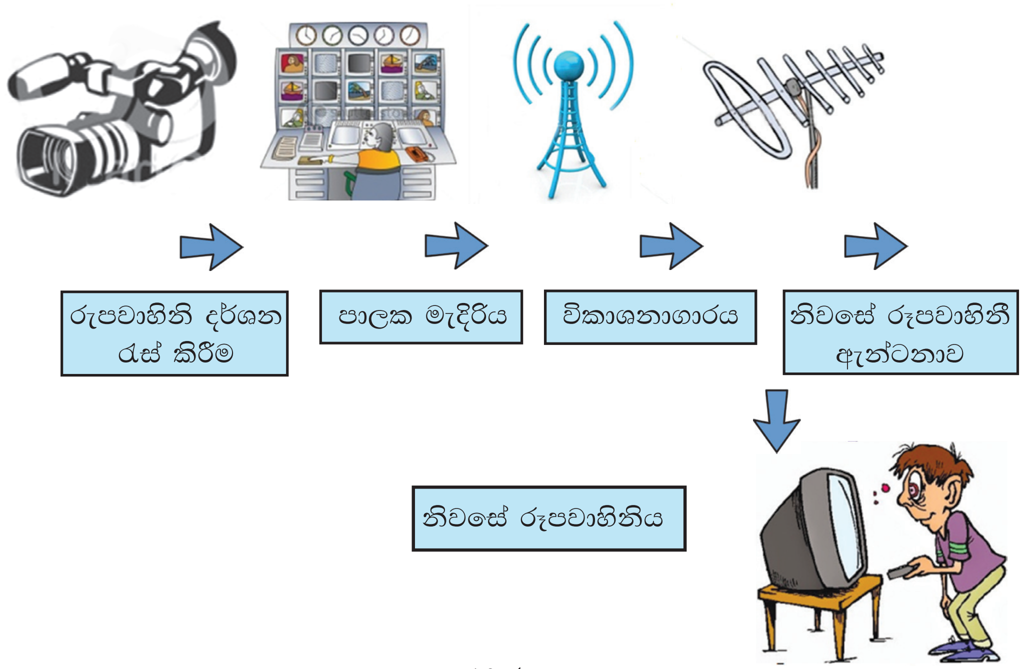
1920 පමණ වන විට රූපය සමග හඬ ප්‍රක්ෂේපණය කිරීමේ ගැටලුව විසඳා ගනිමින් සිනමාවේ නව යුගයක් ඇරඹීමට හැකි විය. පසුව සංස්කරණ ක්‍රම, වර්ණ හා ගුණාත්මක හඬ භාවිතය ආදී බොහෝ තාක්ෂණික විධික්‍රම ක්‍රමානුකූලව සිනමාවට එක් විය.

නූතන චිත්‍රපටය, කලා මාධ්‍යයක් මෙන්ම මහා පරිමාණ තාක්ෂණික හා සංස්කෘතික කර්මාන්තයකි. පරිගණක සජීවීකරණ, ත්‍රිමාණරූපී කැමරාකරණ, ත්‍රිමාණශබ්ද ප්‍රයෝග ආදියෙන් එය අනූනය. අනාගතයේ සිනමා කර්මාන්තය සතු අභියෝගය වන්නේ චිත්‍රපටයෙහි ප්‍රේක්ෂකයා ජීවත්වන ආකාරයේ හැඟීම් දැනෙන සේ චිත්‍රපට නිපදවීමයි.

4.1.4 රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ආරම්භය

චලන රූප නිවසේ ආලින්දයට රැගෙන ඒම මිනිසාට ඇති වූ මීළඟ අවශ්‍යතාවයි. සිනමා තාක්ෂණයේ සොයා ගැනීම් නව මාධ්‍යයක ආරම්භක පියවර විය. එම මාධ්‍ය රූපවාහිනියයි. 1900 වන විට රූපවාහිනිය යන අදහස සහිත වචනයක් රුසියානු ඉංජිනේරුවරයෙකු දේශනයක දී යොදා ගෙන තිබේ. එමෙන්ම 1909 වන විට යුරෝපයේත් එය ව්‍යාප්ත වී තිබේ. 1930 වන විට යුරෝපා ජන ජීවිතයට බලපෑමක් සිදුකළ හැකි මාධ්‍යයක් තරමට මෙම ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සන්නිවේදන මෙවලම ව්‍යාප්ත විය. ක්‍රමයෙන් එය සිනමාව මෙන් කලා මාධ්‍යයකට පමණක් සීමා නොවී ජන ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු ගෙන එන සමීපත ම ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් බවට පත් විය.

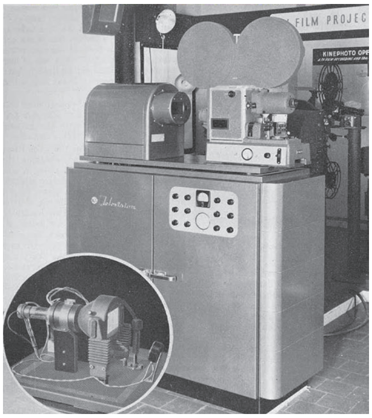
රූපවාහිනී මාධ්‍යය සඳහා යොදා ගන්නා තාක්ෂණය, සිනමා මාධ්‍යයට යොදා ගන්නා තාක්ෂණයෙන් තරමක් වෙනස් වූවකි. සිනමාවෙහි දැකිය නොහැකි රූප සම්ප්‍රේක්ෂණ ක්‍රමයක් රූපවාහිනී මාධ්‍යයෙහි වේ. හඬ විසුරුවා හැරීමේ තාක්ෂණය සොයා ගැනීමත් සමග දූරකථනය, ගුවන්විදුලිය ආදී සන්නිවේදන ක්‍රම බිහිවිය. එම තාක්ෂණය වර්ධනය කරමින් රූප (දෘශ්‍ය සංඥා) විසුරුවා හැරීම පිළිබඳව ද විද්‍යාඥයෝ රැසක් පර්යේෂණ පවත්වන්නට වූහ. රූපය කුඩා තිත් බවට පරිවර්තනය කොට එම කුඩා තිත් විද්‍යුත් ක්‍රමයකට විසුරුවා හැරීමේ ක්‍රමවේදය මෙහි දී වඩාත් සාර්ථක විය. එම කුඩා තිත් මඟින් නැවත රූපය නිර්මාණය කළ හැකි පරිදි නිපදවූ යන්ත්‍ර විය. එය රූපවාහිනියේ මුල් අවස්ථාවයි. මෙම ක්‍රමවේදය බොහෝ දුරට යාන්ත්‍රික ස්වරූපයක් දැරූ බැවින් **යාන්ත්‍රික රූපවාහිනී ක්‍රමවේදය** (Mechanical Television System) ලෙසින් හඳුන්වනු ලැබීය.



4.9 රූපය

4.1.5 රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ආරම්භයට හේතු වූ විවිධ සොයා ගැනීම්

1923 දී **ව්ලැඩිමීර් ස්වෙරිකින්** (Vladimir Zworykin) රූප නිපදවීමට අවශ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණය සොයා ගැනීමට සමත් විය. එය වර්ධනය කරමින් 1924 දී ඔහු විසින් නිපදවන ලද නව උපකරණය 'කිනෙස්කෝප්' (Kinescope) නම් විය. 1925 වන විට බ්‍රිතාන්‍ය ජාතික **ජෝන් ලෝගී බෙයාඩ්** (John Logie Baird) විසින් යාන්ත්‍රික රූපවාහිනී ක්‍රමවේදය (Mechanical Television System) යොදා ගනිමින් මිනිස් මුහුණක් ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීම මෙම යුගයේ විශේෂ සිදුවීමකි.



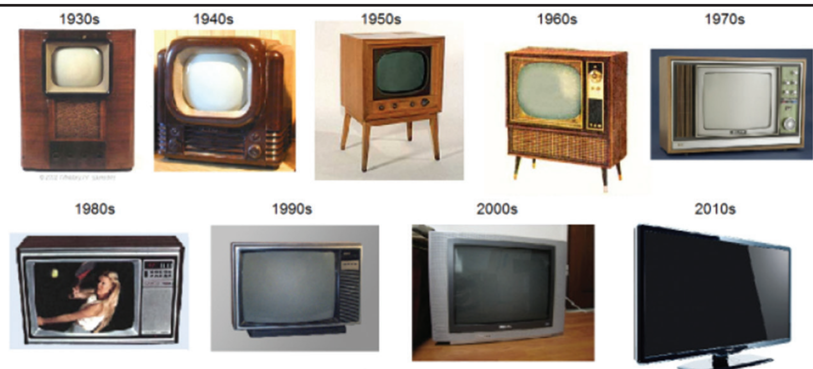
4.10 රූපය - කිනෙස්කෝප් (Kinescope) උපකරණය

1996 වර්ෂයේ නොවැම්බර් 21 හා 22 දෙදින එක්සත් ජාතීන්ගේ මහා මණ්ඩලයේ මූලිකත්වයෙන් ප්‍රථම ලෝක රූපවාහිනී සම්මේලනය (World Television Forum) පැවැත්විණ. ඒ අනුව සෑම වර්ෂයක ම නොවැම්බර් 21 ලෝක රූපවාහිනී දිනය යනුවෙන් නම් කෙරිණ. 1997 නොවැම්බර් 21 දින ප්‍රථම ලෝක රූපවාහිනී දින සැමරුම පවත්වන ලදි.

වර්ෂ 1930 දී නැවත වරක් ව්ලැඩිමීර් ස්වෙරිකින් (Vladimir Zworykin) විසින් තම උපකරණය දියුණු කරමින් ඉලෙක්ට්‍රොනික රූපවාහිනී ක්‍රමවේදයක් හඳුන්වා දෙනු ලැබීය. මේ ආකාරයට නොනවත්වා සිදු වූ පර්යේෂණ රැසක ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් 1933 දී ඇමරිකාවේ ප්‍රථම රූපවාහිනී විකාශන ආයතනය පිහිටුවන ලදී.

1936 දී ජර්මනියේ පැවති ඔලිම්පික් උලෙළ හා 1937 දී මහා බ්‍රිතාන්‍යයේ හයවන ජෝර්ජ් රජුගේ මෞලී මංගල්‍යය සජීවී ආකාරයෙන් විකාශනය කොට තිබේ. මුල් යුගයේ පටිගත කිරීම් හා සංස්කරණය පිළිබඳ තාක්ෂණය වර්ධනය වී නොතිබීම හේතුවෙන් රූපවාහිනියේ සියලු වැඩසටහන් සජීවී ආකාරයෙන් විසුරුවා හරින ලදී.

1936 වන විට මහා බ්‍රිතාන්‍යයේ බී. බී. සී (B.B.C) ආයතනයත් ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ එන්. බී. සී (N.B.C) ආයතනය හා සී. බී. සී (C.B.C) ආයතනයත් පොදු ජනතාව උදෙසා මහජන සේවා රූපවාහිනී නාලිකා ආරම්භ කරන ලදී. නව ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍ය වඩාත් ජනප්‍රිය වෙමින් 1944 වන විට ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයෙහි රූපවාහිනී යන්ත්‍ර 44 000 ක් පමණ දැකිය හැකි විය. මුල් යුගයේ රූපවාහිනී විකාශන කළු සුදු ආකාරයෙන් වූ අතර 1960 වන විට වර්ණ රූපවාහිනී විකාශන ක්‍රම ව්‍යාප්ත වූ බව සඳහන් වේ. 1959 වන විට ඉන්දියාවේ ප්‍රථම රූපවාහිනී නාලිකාව වූ දූරදර්ශන් නාලිකාව ආරම්භ වූ අතර ඉන්දියාවේ වර්ණ රූපවාහිනී ව්‍යාප්තිය ඇරඹෙන්නේ 1982න් පසුවය.



4.11 රූපය - කාලයත් සමග රූපවාහිනී යන්ත්‍රයේ හැඩය හා තාක්ෂණය වෙනස් වන්නට විය

4.1.6 ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනියේ ආරම්භය හා ව්‍යාප්තිය

ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනිය පිළිබඳ ඉතිහාසය 1979 වර්ෂය දක්වා දිව යයි. වර්තමාන ටී.එන්.එල් (TNL) නාලිකා ප්‍රධානී ශාන් වික්‍රමසිංහ මහතා මෙරට රූපවාහිනී ඉතිහාසයේ පුරෝගාමී භූමිකාවක් නිරූපණය කළේය. ඔහු විසින් 1976 වර්ෂයේ දී ප්‍රථම වරට රූපවාහිනී විකාශනයක් අත්හදා බලන ලදී. එය කොළඹ සිට සැතපුම් 10ක පමණ දුරට විකාශනය වී තිබේ. ඒ වන විට මෙරට රූපවාහිනී යන්ත්‍ර ව්‍යාප්ත ව නොතිබූ අතර අතැම් ස්ථානවල තිබූ අතළොස්සක් රූපවාහිනී යන්ත්‍ර මගින් එම විකාශය නැරඹිය හැකි විය. 1979 දී ශාන් වික්‍රමසිංහ මහතා විසින් පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකාවකට රජයෙන් අවසර ඉල්ලා සිටියේය. ඔහුගේ සහයට 'අනිල් විජේවර්ධන' මහතා ද ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ 'පැසිපික් කොමියුනිකේෂන්' ආයතනයේ 'බොබ් ක්‍රිස්ටි' මහතා ද එක් වූහ.

4.12 රූපය - ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව

4.13 රූපය - ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාවේ පාලක මැදිරියක්

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම රූපවාහිනී නාලිකාව වූ 'ස්වාධීන රූපවාහිනී' නාලිකාව පෞද්ගලික නාලිකාවක් ලෙස ආරම්භ කරන ලද්දේ 1979 අප්‍රේල් 14 දිනයි. එහෙත් නොබෝ දිනකින් එනම් 1979 ජූනි මස 05 වන දින සිට පෞද්ගලික දේපළ රජයට පවරා ගැනීමේ පනත යටතේ එය රජයට පවරා ගනු ලැබිණ.

1982 දී ජපන් රජයේ පරිත්‍යාගයක් ලෙසින් ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව ආරම්භ කිරීම ද මෙරට රූපවාහිනී ඉතිහාසයේ වැදගත් සංසිද්ධියකි. මෙරට රූපවාහිනී විකාශන දිගු කලක් රජයේ ඒකාධිකාරයට යටත්ව පැවතිණි. පසු කාලයේ දී පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකා රැසක් ආරම්භ විය. දැනට ශ්‍රී ලංකාවෙහි රූපවාහිනී නාලිකා 40කට අධික සංඛ්‍යාවක් ක්‍රියාත්මක වේ. විකාශන මධ්‍යස්ථාන 24කින් එම නාලිකා සිය විකාශන කටයුතු සිදු කරයි. මේ වන විට මෙරට රූපවාහිනී යන්ත්‍ර දශලක්ෂ හතරකට අධික සංඛ්‍යාවක් ක්‍රියාත්මක වන අතර ප්‍රේක්ෂක පිරිස දශලක්ෂ දාහතරකට වඩා වැඩි බව සමීක්ෂණවලින් අනාවරණය වී තිබේ. ගෙවී ගිය කෙටි කාලයෙහි රූපවාහිනිය ප්‍රමුඛ පෙළේ සන්නිවේදන සහකරුවෙකු බවට පත් වී ඇති බව මින් පැහැදිලි වේ.

4.14 රූපය - ශ්‍රී ලංකාවේ දැනට ක්‍රියාත්මක රජයේ හා පෞද්ගලික රූපවාහිනී නාලිකා කිහිපයක්

4.1.7 රූපවාහිනියේ නව ප්‍රවණතා

රූපවාහිනී මාධ්‍ය මේ වන විට ලෝකයේ නවීන තාක්ෂණික ප්‍රවණතා සමඟින් එක්ව තිබේ. රූපවාහිනිය, හෙට දවස සඳහා පූර්ව සූදානමකින් යුත් මාධ්‍යක් ලෙස ද හඳුන්වා දිය හැකිය. එහි හැඩයේ සිට වැඩසටහන් ආකෘතිය දක්වා බොහෝ දේ ගෙවී ගිය වසර 50ක පමණ කාලය තුළ වෙනස් වෙමින් තිබේ. එම වෙනස්කම් අපි අත්විඳිමින් සිටින්නෙමු. චන්ද්‍රිකා තාක්ෂණය සහ අන්තර්ජාලය හේතුවෙන් රූපවාහිනිය වඩාත් ප්‍රබල මාධ්‍යයක් වී තිබේ. මුල දී නිවසේ ගෘහ භාණ්ඩයක් වූ රූපවාහිනිය අතේ ගෙන යා හැකි උපාංගයක් බවට පත් වූයේ කෙටි කලකිනි. නිවසේ සියලු දෙනා එක්ව නැරඹූ රූපවාහිනිය අද තනි තනිව නරඹන තත්ත්වයට පත්ව ඇත. මේ වන විට රූපවාහිනී මාධ්‍ය ගෝලීය ජන මාධ්‍යක් බවට පත් වී තිබේ.

4.15 රූපය - රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ නව තාක්ෂණික ප්‍රවණතා දැක්වෙන ඡායාරූප පෙළක්

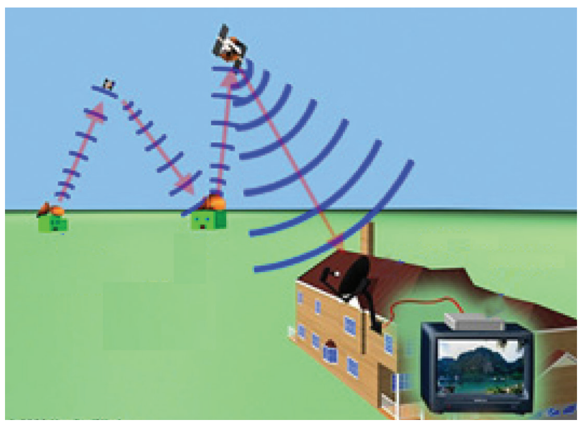
අංකිත රූපවාහිනී තාක්ෂණය (Digital Television Technology)

4.16 රූපය

ලෝකයේ සෑම තාක්ෂණික උපකරණයක් මෙන්ම රූපවාහිනිය ද ප්‍රතිසම (Analog) තාක්ෂණයෙන් අංකිත (Digital) තාක්ෂණයට පරිවර්තනය වෙමින් පවතී. එමගින් ගුණාත්මක බවින් ඉහළ, වැඩි රූපවාහිනී නාලිකා ප්‍රමාණයක්, විකාශනය කිරීමේ හැකියාව ඇතිවේ. අංකිත තාක්ෂණයේ භාවිතයත් සමග රූපවාහිනිය ද අතේ ගෙන යා හැකි හෝ ජංගම දුරකථනයෙන් නැරඹිය හැකි උපකරණයක් තරමට ම කුඩා වී තිබේ. ශ්‍රී ලංකාවේ ද අංකිත රූපවාහිනී විකාශන ක්‍රම ආරම්භ කිරීමට අවශ්‍ය මූලික කටයුතු සිදු වෙමින් පවතී. නුදුරු ආනාගතයේ දී රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ අංකිත අත්දැකීම ඔබටත් විඳීමට අවස්ථාව උදා වනු ඇත.

චන්ද්‍රිකා තාක්ෂණික රූපවාහිනී විකාශනය

චන්ද්‍රිකා තාක්ෂණය ඔස්සේ රූපවාහිනී වැඩසටහන් විසුරුවා හැරීමේ ක්‍රමය මේ වන විට ලොව පුරා ව්‍යාප්ත වී තිබේ. මෙතෙක් ජාතික වශයෙන් සීමා වූ රූපවාහිනී නාලිකා ජාත්‍යන්තර මට්ටමින් නැරඹීමේ හැකියාව ද උදා වේ. ඒ අනුව රූපවාහිනියේ නාලිකා බොහෝ ප්‍රමාණයක් අතරින් ඔබට අවශ්‍ය නාලිකාව තෝරා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. මේ සඳහා අවශ්‍ය සේවාවන් සපයන ආයතන ගණනාවක් දැකිය හැකිය. භූගෝලීය බාධක හේතුවෙන් විකාශන කුලුනුවලට හසු නොවන ඕනෑම ස්ථානයකට වුව ද පැහැදිලි දසුන් ලබා ගැනීම සඳහා චන්ද්‍රිකා තාක්ෂණය උපකාරී වේ. භූගෝලීය වශයෙන් විශාල රටවල විකාශන කුලුනු සවි කිරීමට වඩා ප්‍රායෝගික මෙන්ම ලාබදායී ක්‍රමවේදයක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකිය.



4.17 රූපය - චන්ද්‍රිකා විකාශනයක්

ත්‍රිමාණ රූපවාහිනී තාක්‍ෂණය

4.18 රූපය

සිනමා නිර්මාණයක් හෝ රූපවාහිනී වැඩසටහනක් පවතින තාක්ෂණය යටතේ දර්ශනය වන්නේ තල දෙකක් හෙවත් ද්විමාන ආකාරයටය. නමුත් මිනිස් ඇසට රූපයක දිග, පළල සහ ගැඹුර යනුවෙන් ආකාර තුනක් හෙවත් ත්‍රිමාණ රූපයක් දැකිය හැකිය. රූපවාහිනිය තුළින් ත්‍රිමාණ ආකාරයේ දර්ශන ලබා ගැනීමේ හැකියාව මේ විට සාර්ථක ලෙස භාවිතයේ පවතී. විශේෂයෙන් සකස් කළ ඇස් කණ්ණාඩි යුගලක් පැළඳීමෙන් ත්‍රිමාණ දර්ශන නැරඹීමට හැකිය. අනාගතයේ දී රූපවාහිනී තිරයකින් තොරව ත්‍රිමාණ ආකාරයේ රූපවාහිනී දර්ශන මැවීම පිළිබඳව විද්‍යාඥයින් අත්හදා බැලීම් සිදු කරයි.

මේ ආකාරයට රූපාවාහිනී මාධ්‍යයේ අනාගත ප්‍රවණතා රැසක් වර්ධනය වෙමින් පවතී. සෙවණැලි නාටකයෙන් ඇරඹි චලන රූප සිහිනය, මානව වර්ගයාගේ අද්වීතිය සන්නිවේදන මෙවලමක් බවට පත් වෙමින් තිබේ.

ක්‍රියාකාරකම 01

ඔබේ ගුරුවරයාගේ සහය ඇතිව රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ නව ප්‍රවණතා පිළිබඳව අන්තර්ජාලයේ මූලාශ්‍ර ගවේෂණය කරන්න. ඔබ සොයාගත් තොරතුරු බිත්ති පුවත්පත් ලිපියක් ලෙසින් සකසා පාසලේ ප්‍රදර්ශනය කරන්න.

අභ්‍යාසය

1. පාසලේ දී ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ඉතිහාසය පිළිබඳ කෙටි වාර්තාවක් සකස් කරන්න.
2. 'රූපවාහිනිය පාසල් දරුවාට දැනුම් ගබඩාවකි.' ඉහත ප්‍රකාශයට පක්ෂව හෝ විපක්ෂව ඔබේ අදහස් දක්වන්න.
3. රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ යහපත් හා අයහපත් ප්‍රතිඵල වගු ගත කරන්න

4.1.8 රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ලක්ෂණ

රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ දක්නට ලැබෙන ප්‍රධානතම ලක්ෂණය වන්නේ ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ලක්ෂණයයි. එහෙත් නූතන රූපාවාහිනී මාධ්‍ය තවත් බොහෝ ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ දියුණු වෙමින් පවතී. ගැඹුරින් හැදෑරීමේ දී එහි තවත් විශේෂතා රැසක් හඳුනාගත හැකිය.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයකි

රූපවාහිනිය ප්‍රබලතම ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයකි. එහි දී ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය දිනාගත හැකි පරිදි විචිත්‍ර වර්ණ හා හඬ යොදා ගත හැකිය. එහෙයින් ගුවන්විදුලියේ මෙන් රූපය මනසින් මවා ගැනීමට අවශ්‍ය නොවේ. මුද්‍රිත මාධ්‍යයෙහි මෙන් ඒකාකාරී ස්වභාවයක් ද නැත. සිනමාවට සාපේක්ෂව නිවස තුළ දී ම විනෝදාස්වාදය හා තොරතුරු ලබා ගැනීමේ අවස්ථාව රූපවාහිනී මාධ්‍යය මඟින් ලබා දේ.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සමීප මාධ්‍යයකි

ලෝකයේ ම තොරතුරු ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයෙන් ආලින්දයට ගෙනෙන බැවින් රූපවාහිනිය වඩා ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණයට ලක් වී තිබේ. සිනමා ශාලාවකට යාම හෝ මුදල් ගෙවා ප්‍රවේශපත්‍ර ලබා ගැනීම මේ සඳහා අවශ්‍ය නොවේ. මේ සමීප බව නිසා ම පුද්ගලයන් ගේ සිතුම් පැතුම්, ජීවන රටා ආදී සියල්ලට ම බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව රූපවාහිනී මාධ්‍ය සතුය.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය සජීවී මාධ්‍යයකි

රූපවාහිනිය සජීවී ගුණයෙන් යුක්ත ප්‍රධාන මාධ්‍යයකි. ලෝකයේ ඕනෑම ස්ථානයක සිදුවන සිදුවීම් වඩාත් වේගයෙන් හා ආකර්ෂණීය ආකාරයෙන් අප වෙත ලබා දෙන එක් මාධ්‍යයක් වන්නේ රූපවාහිනියයි. අපේ රටේ ජනතාවට වඩාත් සමීප ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යය ලෙස රූපවාහිනිය හැඳින්විය හැකිය.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය ජන මාධ්‍යයකි

එක්වරක දී නිශ්චිතව නොදන්නා අති විශාල ග්‍රාහක සමූහයකට තොරතුරු ගෙන යා හැකි බැවින් රූපවාහිනී මාධ්‍ය ජන මාධ්‍යක් ලෙසින් හැඳින්වේ. මෙතරම් විශාල පිරිසකට විශ්වසනීය අන්දමින් තොරතුරු ගෙන යාමේ හැකියාව රූපවාහිනිය සතු වන්නේ එහි ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍යභාවය හේතුවෙනි.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය අස්ථායි මාධ්‍යයකි

පුවත්පතක් හෝ පොතක් අපට අවශ්‍ය වේලාවක පරිශීලනය කළ හැකිය. සංයුක්ත තැටියක අඩංගු ගීතයකට විවේකයේ දී තැටි ධාවන යන්ත්‍රය භාවිතයෙන් සවන් දිය හැකිය. එහෙත් රූපවාහිනිය මඟින් විසුරුවා හරිනු ලබන සන්දේශයක් ගිලිහී ගිය හොත් නැවත ග්‍රහණය කර ගැනීම අපහසුය. (ඇතැම් තාක්ෂණික ක්‍රම මඟින් මෙය සිදු කළ හැකි වුව ද එය තවමත් සාමාන්‍ය ග්‍රාහකයාට අසීරු කාර්යයකි.) එම නිසා රූපවාහිනිය අස්ථායී මාධ්‍යක් ලෙසින් හඳුන්වනු ලැබේ. මේ හේතුවෙන් සන්දේශය විසුරුවා හරින මොහොතේ ම ග්‍රහණය කරගත යුතු අතර නැවත නැවත පරිශීලනය කරමින් ගිලිහී ගිය කරුණු ග්‍රහණය කර ගැනීම අපහසුය.

□ රූපවාහිනී මාධ්‍ය වියදම් අධික මාධ්‍යයකි

සෙසු මාධ්‍ය හා සැසඳීමේ දී රූපවාහිනී මාධ්‍ය වියදම් අධික මාධ්‍යයකි. රූපවාහිනී මාධ්‍යයට අදාළ සන්දේශ සකස් කිරීමේ දී විවිධ වෘත්තිකයන් ගණනාවකගේ සහය ලබාගත

යුතුය. රූපවාහිනී මැදිරියක ක්‍රියාකාරීත්වය පවත්වා ගෙන යාමට ද නිර්මාණාත්මක හා තාක්ෂණික ශිල්පීන් ගණනාවකගේ සහය අවශ්‍ය වේ. එසේම තාක්ෂණික උපකරණවලට වැය වන පිරිවැය අධික වීම නිසා ද සමස්තයක් වශයෙන් රූපවාහිනී මාධ්‍ය සෙසු මාධ්‍යයන්ට සාපේක්ෂව අධික පිරිවැයක් සහිත මාධයක් ලෙස සලකනු ලබේ. රූපවාහිනී කර්මාන්තය මේ වන විට අවම ශ්‍රමයකින් හා අවම පිරිවැයකින් වැඩසටහන් නිර්මාණය කළ හැකි ආකාරයට හැඩ ගැසෙමින් පවතී.

රූපවාහිනී රියැලිටි වැඩසටහන් හෙවත් යථාකාර වැඩසටහන්වල ප්‍රධානතම ලක්ෂණය වන්නේ පිටපත් සකස් නොකිරීම හා සංස්කරණය නොකිරීමය. මේ අකාරයට පූර්ව නිෂ්පාදන හා පසු නිෂ්පාදන පියවර තුළ යම් යම් කොටස් ඉවත් කිරීම නිසා වියදම් අවම කරගත හැකිය.

4.2 රූපවාහිනී වැඩසටහන් ප්‍රභේද

රූපවාහිනිය ජනප්‍රිය වීමත් සමග ග්‍රාහක පිරිස වඩාත් පුළුල් විය. එවන් කණ්ඩායමක විවිධ අදහස් හා රුචිකත්ව සහිත පිරිස් දැකිය හැකිය. ඇතැම් විට ඔවුන් සියලු ම දෙනා එක් පොදු වැඩසටහනකින් තෘප්තිමත් කළ නොහැකිය. එම නිසා රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ දියුණුවත් සමග ම විවිධ ග්‍රාහක කණ්ඩායම් ඉලක්ක කරගත් විවිධ වැඩසටහන් බිහි වන්නට විය. වැඩසටහන් සකස් කිරීමේ දී ග්‍රාහකයාගේ සමාජ, සංස්කෘතික, දේශපාලනික ආදී බහුවිධ අවශ්‍යතා පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමට සිදු වේ. ඇතැම් නාලිකා සම්පූර්ණයෙන් ම එක් ප්‍රේක්ෂක කණ්ඩායමක් ඉලක්ක කර වැඩසටහන් විකාශය කරයි. පොදු ග්‍රාහක කණ්ඩායම් ඉලක්ක කරගත් නාලිකාවල තෝරාගත් වැඩසටහන් කාල සටහනකට අනුව විකාශනය කරයි. විකාශනය කරන්නා වූ වැඩසහන් ප්‍රභේද අනුව නාලිකාවේ ජනප්‍රියත්වය හා ප්‍රේක්ෂක පිරිස තීරණය වේ. රූපවාහිනී වැඩසටහන්, ප්‍රභේද රාශියක් යටතේ වර්ග කළ හැකි අතර ඉන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- ප්‍රවෘත්ති
- වාර්තා වැඩසටහන්
- ටෙලිනාට්‍ය
- සංගීත වැඩසටහන්
- සාකච්ඡා, සංවාද
- සඟරාමය වැඩසටහන්
- යථාකාරී රූපවාහිනී වැඩසටහන්
- සජීවී විකාශ

☐ ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන්

ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන් ලෝකයේ රූපවාහිනී නාලිකා වැඩි ප්‍රමාණයක දැකිය හැකි වැඩසටහන් වර්ගයකි. මෙම වැඩසටහන් සඳහා තොරතුරු රැස් කිරීමට මාධ්‍යවේදීන් අතර දැඩි තරගකාරීත්වයක් දැකිය හැකිය. ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහනක වටිනාකම වැඩි වන්නේ ක්ෂණිකව ග්‍රාහකයාට තොරතුරු ලබා දෙන තරමටය. ඇතැම් ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන් විවිධ අනුකොටස් ගණනාවකින් යුක්තව ඉදිරිපත් කෙරේ. එවැනි

වැඩසටහන් **ප්‍රවෘත්ති සඟරාමය වැඩසටහන්** යනුවෙන් හැඳින්වේ. බොහෝ ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් සජීවී ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කරන අතර අවශ්‍ය දර්ශන පමණක් කලින් සකස් කොට තබා ගනු ලබයි. ඇතැම් රූපවාහිනී නාලිකා දිනය පුරා ම ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් පමණක් ඉදිරිපත් කරනු ලබයි. එවැනි නාලිකා ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය වැඩිකර ගැනීම සඳහා ප්‍රවාත්ති අදහස මුල් කොට ගත් විවිධ වැඩසටහන් ආකෘති භාවිත කරයි. ප්‍රවෘත්ති, සම්මුඛ සාකච්ඡා, ගවේෂණාත්මක ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන්, ප්‍රවෘත්ති විවේචන හා විශ්ලේෂණ ඒ අතර වැඩි වශයෙන් දැකිය හැකිය. රූපවාහිනී නාලිකාවක වටිනාකම සැලකිය යුතු අගයකින් වැඩි කිරීමට සමත් වැඩසටහන් ප්‍රභේදයක් ලෙස ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන් දැක්විය හැකිය.

□ රූපවාහිනී වාර්තා වැඩසටහන්

සිනමා නිර්මාණයක හෝ ටෙලි නාට්‍යයක මෙන් සෞන්දර්යාත්මක බවකින් ද ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහනක මෙන් තොරතුරුමය ගුණයකින් ද යුත් වැඩසටහන් වාර්තා වැඩසටහන් ලෙස හැඳින්වේ. ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහනකට වඩා වැඩි කාලයක් යොදා ගනිමින් වාර්තා වැඩසටහනක් නිර්මාණය කළ හැකි ය. මෙය බොහෝ විට පසුබිම් කථනයක් සහිතව හෝ නාට්‍යමය ජවනිකාවක් මෙන් දෙබස් සහිතව රසවත් වන්නකි. කිසියම් වටිනාකමක් සහිත මාතෘකා සම්බන්ධයෙන් වාර්තා වැඩසටහන් නිර්මාණය වේ. පුරාවිද්‍යාත්මක වටිනාකම්, සංවර්ධනාත්මක තොරතුරු, දේශපාලනික හෝ ආර්ථික විශ්ලේෂණ, චරිතාපදාන, අධ්‍යාපනික හා ආගමික ආදී විවිධ ප්‍රවේශ මේ සඳහා භාවිත කරයි. මේ අතරින් ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන සිදුවීම් මුල්කොටගත් වාර්තා වැඩසටහන් වඩාත් ජනප්‍රිය වේ. ඇතැම් වාර්තා වැඩසටහන් සඳහා දීර්ඝ කාලයක් තිස්සේ තොරතුරු රැස් කරන්නට ද සිදු වේ.

□ නාට්‍යමය හා විචිත්‍රාංග වැඩසටහන්

නාට්‍යමය හා විචිත්‍රාංග වැඩසටහන් රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ ආරම්භක වකවානුවේ සිට ම පැවති වැඩසටහන් වර්ගයකි. ප්‍රේක්ෂක විනෝදාස්වාදය උදෙසා රූපවාහිනී නාට්‍ය බිහි විය. මේවා මුල් යුගයේ දී වේදිකා නාට්‍ය චිත්‍රාගාර තුළ රූගත කරමින් විකාශනය කර ඇත. විවිධ තේමා මුල්කරගනිමින් නිපදවන ටෙලි නාට්‍ය, තෝරාගත් කාල සටහනකට අනුව විකාශනය වේ. මෙරට මුල් ම රූපවාහිනී නාට්‍ය වන්නේ 1984 වර්ෂයේ දී **ඩී. බී. නිහාල්සිංහ මහතා** විසින් නිර්මාණය කරන ලද 'දිමුතු මුතු' මාලා නාට්‍යයි.
රූපවාහිනී ටෙලිනාට්‍ය වර්ග තුනක් දැකිය හැකිය.

- ඒකාංගික නාට්‍ය - එක් කොටසකින් අවසන් වේ
- ප්‍රාසංගික නාට්‍ය - කොටස් ගණනාවක් දැකිය හැකිය
- විවිධාංගික නාට්‍ය - කොටසින් කොටස කතාවේ තේමාව වෙනස් වේ.

මෙයට අමතරව රූපවාහිනී ටෙලි නාට්‍ය කලාවෙහි නව පරිච්ඡේදයක් ආරම්භ කරමින් 'මෙගා ටෙලි නාට්‍ය' නම් නව නාට්‍ය ප්‍රභේදයක් දැකිය හැකිය. මේවා අඩු වියදමින් කොටස් වැඩි ගණනක් සහිතව නිර්මාණය වේ. බොහෝ විට පටිගත කිරීම් සිදුවන අතරතුර විකාශනය කිරීම විශේෂත්වයකි.

රූපවාහිනී විචිත්‍රාංග වැඩසටහන් විවිධ වයස් කාණ්ඩ අනුව ද වර්ග කළ හැකිය. ඒ අනුව ළමුන් සඳහා විනෝදාස්වාදය ලබා දෙන කාටූන්, කතාන්දර හා වෙනත් වැසටහන් ද රූපවාහිනී විචිත්‍රාංග වැඩසටහන් ගණයට අයත් වේ. ඕනෑම වයස් කාණ්ඩයක් සඳහා වූ මෙවැනි විචිත්‍රාංග වැඩසටහන් ද දැකිය හැකිය.

නූතන රූපවාහිනියේ වඩාත් ජනප්‍රිය ම රූපවාහිනී විචිත්‍රාංගය ලෙසින් යථාකාර රූපවාහිනී (Reality TV) වැඩසටහන් දැක්විය හැකිය. රූපවාහිනී වැඩසටහන් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියෙහි තිබූ වෘත්තීය සීමා හා සෞන්දර්යාත්මක නියම වෙනස් කරමින් නව ආකාරයේ රූපවාහිනී වැඩසටහන් සංස්කෘතියක් හඳුන්වා දීම යථාකාර රූපවාහිනී කලාව මඟින් සිදු විය. සම්මත රූප රාමු, සම්මත නිෂ්පාදන ක්‍රම වෙනුවට වඩාත් වෙනස් ආකාරයක වැඩසටහන් මෙහි දැකිය හැකිය.

❑ සංගීත වැඩසටහන්

සංගීත වැඩසටහන් රූපවාහිනී මාධ්‍යයෙහි තවත් ජනප්‍රිය ප්‍රාසංගික වැඩසටහන් වර්ගයකි. ප්‍රේක්ෂක ආකර්ෂණය අනුව ඉහළ වටිනාකමක් දැකිය හැකිය. මුල් යුගයේ දී ගායක ගායිකාවන් මැදිරිය තුළ ගීත ගායනා කළ අතර පසු කලෙක ගීත ගායනය අතරතුර රංගනයක් හෝ දර්ශනයක් ඉදිරිපත් කිරීම සිදු විය. අද වන විට ගීත සඳහා රූප රචනා කිරීම වඩාත් ජනප්‍රිය අංගයක් බවට පත් වී තිබේ.

සංගීත වැඩසටහන්,

- මැදිරි නිෂ්පාදන
- සජීවී ඉදිරිපත් කිරීම්
- බාහිර පටිගත කිරීම්

ආදී ලෙසින් දැක්විය හැකිය. සාම්ප්‍රදායික සංගීතය මෙන්ම ජනප්‍රිය සංගීතය ද යොදා ගත් විවිධ ශෛලියේ සංගීත වැඩසටහන් ද නූතන රූපවාහිනියේ දැකිය හැකිය.

ක්‍රියාකාරකම 02

ඔබ රූපවාහිනිය නරඹන වේලාවෙහි විකාශනය වන වැඩසටහන් පහත වගුව අනුව බෙදා දක්වමින් රූපවාහිනී වැඩසටහන් ප්‍රභේද පිළිබඳ තවදුරටත් අවබෝධයක් ලබාගන්න.

උපදෙස්

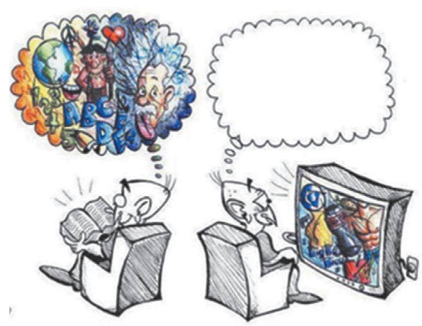
නාලිකාවේ නම හා වැඩසටහනේ නම සඳහන් කරන්න. ඉන්පසු පහත සූචිය භාවිත කරමින් වැඩසටහන් ප්‍රභේදයට අදාළ කොටුවේ කතිරයක් යොදන්න

නාලිකාව	වැඩසටහනේ නම	ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන්						කලාත්මක හා විචාරාත්මක වැඩසටහන්							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

වැඩසටහන් තෝරා ගැනීමේ සුචිය

1	ප්‍රවෘත්ති විකාශ	7	නාට්‍යමය වැඩසටහන්
2	ප්‍රවෘත්ති සාකච්ඡා	8	සංගීත වැඩසටහන්
3	පුවත් සගරා වැඩසටහන්	9	යථාකාර වැඩසටහන්
4	පුවත් සංවාද	10	ජීවන රටා වැඩසටහන්
5	සජීවී පුවත් කථන	11	ක්‍රීඩා වැඩසටහන්
6	වාර්තා වැඩසටහන්	12	ආගමික වැඩසටහන්
		13	ළමා වැඩසටහන්
		14	වෙනත් විචිත්‍රාංග

4.3 රූපවාහිනී මාධ්‍යය පරිශීලනය



4.19 රූපය

රූපවාහිනී මාධ්‍ය පරිශීලනය සඳහා ග්‍රාහකයා සක්‍රීය ආකාරයෙන් සහභාගී කර ගැනීම සම්බන්ධව විවිධ අදහස් හා විවේචන පවතී. රූපවාහිනී මාධ්‍යය ගෝලීය මාධ්‍යයක් ලෙසින් තොරතුරු සම්පාදනයට අමතරව සංස්කෘතික, සමාජ හා දේශපාලනික ක්‍රියාකාරකම් හා සම්බන්ධ වී තිබේ. පර්යේෂකයන් පෙන්වා දෙන පරිදි, රූපවාහිනිය නැරඹීම දෛනික ජීවිතයේ ප්‍රධාන කටයුත්තක් වන තරමට ම මිනිසා එහි බලපෑමට නතුව තිබේ.

අවබෝධයෙන් රූපවාහිනිය පරිශීලනය කරමු

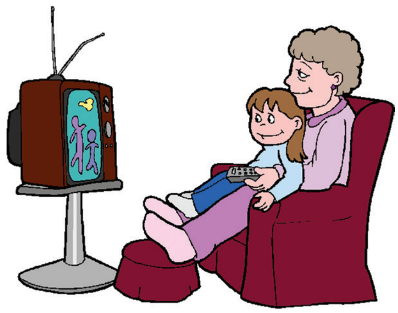
- ඕනෑම ජනමාධ්‍යක් ඔස්සේ ලැබෙන තොරතුරු විචාරශීලීව හා අවබෝධයෙන් විමසා බැලීම ග්‍රාහකයාගේ වගකීම වේ. මෙය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ අංගයකි. රූපවාහිනිය මගින් විකාශනය වන සියලු සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගැනීමට අවශ්‍ය නොවේ. තම අවශ්‍යතාවට අනුව, ගුණාත්මක හා හරවත් වැඩසටහන් පමණක් තෝරා ගැනීම සෑම ග්‍රාහකයෙකුගේ ම වගකීමකි. කුඩා දරුවන්ට නම් ඒ සඳහා වැඩිහිටියන්ගේ මග පෙන්වීම අවශ්‍ය වේ. එවිට දරුවන්ට ඵලදායි ලෙස රූපවාහිනිය පරිශිලනය කිරීමේ පුරුද්ද ඇති වේ.
- රූපවාහිනිය අනුකරණය කිරීම හෝ ඒ පිළිබඳ විශ්වාසයන් ගොඩනංවා ගැනීම ද අවබෝධයෙන් සිදු කළ යුතුය. රූපවාහිනිය සෑමවිට ම සත්‍ය නොවිය හැකිය. රූපවාහිනී වැඩසටහන්වල ඇති වික්‍රමාන්විත සිද්ධි, චරිත හෝ අත්දැකීම් අනුකරණය කිරීමෙන් අහිතකර ප්‍රතිඵල ඇති විය හැකිය. සන්දේශ පිළිබඳ විශ්වාසයන් ඇතිකර ගැනීමෙන් ඇතැම් විට සමාජීය ගැටලු ද මතු විය හැකිය.

- වෙළඳපොළ අවශ්‍යතා මගින් සෙසු ජනමාධ්‍ය මෙන්ම රූපවාහිනිය ද පාලනය කරන අවස්ථා දැකිය හැකිය. වැඩසටහන් අතර ඔවුන්ගේ ප්‍රචාරණ වැඩපිළිවෙළ ක්‍රියාත්මක වේ. මෙහි දී විචාරශීලීව මාධ්‍ය පරිශීලනය කිරීමට ග්‍රාහකයා වග බලා ගත යුතුය.

ක්‍රියාකාරකම 03

ඔබේ පාසලේ මාධ්‍ය සමාජය මඟින් රූපවාහිනී පරිශීලනය පිළිබඳ දේශන මාලාවක් සංවිධානය කරන්න. ඉන් පසු එයට සහභාගී වූ සිසුන්ගේ රූපවාහිනී වැඩසටහන් තෝරා ගැනීමේ හැකියාව පිළිබඳ තොරතුරු රැස් කරන්න.

4.4 රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ සමාජ බලපෑම


4.20 රූපය

ලෝකය පුරා රූපවාහිනී නාලිකා 15 000ක් පමණ ක්‍රියාත්මක වේ. දිනපතා එම නාලිකා නරඹන ප්‍රේක්ෂක පිරිස කෝටි 300 ඉක්මවන බව ද වර්තා වේ. එම පිරිසෙන් සියයට හැටක ප්‍රමාණයක් ඔබ වැනි නව යොවුන් දරුවන්ය. ඔවුන් සතියක දී පැය 20ත් 30ත් අතර කාලයක් රූපවාහිනිය නැරඹීම වෙනුවෙන් වෙන් කරයි.

රූපවාහිනී මාධ්‍ය මඟින් සමාජයට ඇති කරන බලපෑම පිළිබඳව විවිධ ආකාරයෙන් විශ්ලේෂණය කළ හැකිය. එමඟින් ග්‍රාහක කණ්ඩායම් තුළ මානසික හා චර්යාත්මක වෙනස්කම් ඇති කිරීමට සමත් වේ. මෙය සමාජීය වශයෙන් බලපෑමක් ඇති කරන අතර ම ළමා පරිකල්පනයට ද බලපෑම් කරයි. නූතන ළමා පරපුරේ විෂම චර්යා කෙරෙහි ද රූපවාහිනිය දැඩි බලපෑමක් ඇති කරන බව අනාවරණය වී තිබේ.

☐ රූපවාහිනියේ සංස්කෘතික බලපෑම

රූපවාහිනී මාධ්‍ය පොදු සමාජය වෙත වඩාත් සමීප මාධ්‍යයක් බැවින් එමඟින් එල්ලවන සංස්කෘතික බලපෑම ද විශාලය. රූපවාහිනී වැඩසටහන් පොදුවේ බහුතර ජනතාව ඉලක්ක කරමින් සම්පාදනය කරයි. එම නිසා ඒවායේ අන්තර්ගත වන එක් සංස්කෘතියකට අදාළ කරුණු අනෙක් සංස්කෘතීන්වලට අයත් ජනතාව වෙත ද සම්ප්‍රේෂණය වේ. වර්තමානය වන විට විවිධ සංස්කෘතික ලක්ෂණ සම්මිශ්‍රණය වූ සමාජයක් ඇති වීමට ද මෙය බලපා ඇත. එසේ ම විවිධ විදේශීය චිත්‍රපට, ටෙලිනාට්‍ය ආදිය දේශීය නාලිකා මඟින් විකාශය වීම සහ ජාත්‍යන්තර රූපවාහිනී නාලිකා නැරඹීමේ පහසුකම් ව්‍යාප්ත වීම නිසා විදේශීය සංස්කෘතීන්ගේ ලක්ෂණ දේශීය ජනතාවගේ සංස්කෘතික ජීවිත කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කරනු දැකගත හැකිය.

☐ රූප මාධ්‍ය ප්‍රචණ්ඩත්වය

ඇතැම් රූපවාහිනී වැඩසටහන් මඟින් පුද්ගලයා තුළ ප්‍රචණ්ඩත්වය ඇති කිරීමක් සිදු වේ. සංස්කෘතික ගැටලු, අපරාධ, මත්ද්‍රව්‍ය ආදිය ඉස්මතු කර දැක්වීම මඟින් ග්‍රාහක මනස දූෂණය වීමත් ක්‍රියාකාරකම් ප්‍රචණ්ඩ වීමත් සිදුවේ. විදේශීය රූපවාහිනී කතා මාලා බොහොමයක ප්‍රචණ්ඩත්වය පාදක කොටගත් සිදුවීම් අන්තර්ගතව තිබීම මෙම තත්ත්වයට ඍජුව ම බලපා තිබේ. බටහිර වැඩසටහන් අනුව යමින් නිෂ්පාදිත දේශීය වැඩසටහන්වල ද මෙම ලක්ෂණ බහුලව දැකිය හැකිය.

☐ වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ අනිසි බලපෑම

බොහෝ රටවල ක්‍රියාත්මක වන රූපවාහිනී නාලිකා වැඩි ප්‍රමාණයක් නඩත්තු වන්නේ ව්‍යාපාරික ආයතනවල අනුග්‍රහකත්වයෙනි. තම භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවිය වෙනුවෙන් ග්‍රාහකයා නතු කර ගැනීම සඳහා ඔවුන් විවිධ ආකාරයෙන් පොළඹවා ගැනීම සිදු වේ. මේ මඟින් සමාජයට ඇතිවන අනිසි බලපෑම අතිවිශාලය. එහෙත් මුදල් ඉපයීම මාධ්‍ය නාලිකාවල අවශ්‍යතාව වන බැවින් ව්‍යාපාරික ආයතනවල දැන්වීම් ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට ශ්‍රී ලංකාවේ ජනමාධ්‍ය ආයතනවලට හැකියාවක් නොමැත. එහෙයින් නූතන රූපවාහිනී වෙළඳ ප්‍රචාරණයේ බලපෑමෙන් ග්‍රාහකයා මුදවා ගැනීම අසීරු කටයුත්තක් වී තිබේ.

විශේෂයෙන් කුඩා දරුවන් අතර තරගකාරීත්වය ඇතිවීමට, විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳ දරුවන්ට වැරදි අවබෝධයක් ඇති කිරීමට ප්‍රචාරක දැන්වීම් හේතු විය හැකිය. එම තත්ත්වය පාලනය කිරීමේ අරමුණින් ළදරුවන් හා කුඩා දරුවන් සම්බන්ධ ප්‍රචාරක දැන්වීම් පාලනය කිරීමේ නීති රීති ද හඳුන්වා දී තිබේ.

දිනෙන් දින අලුත් වන වෙළඳ ප්‍රචාරක සිද්ධාන්ත හා ක්‍රමවේද ඔස්සේ සිදු වෙමින් පවතින මහා පරිමාණ වෙළඳ ප්‍රචාරණ බලපෑමෙන් මිදීමට රූපවාහිනී ග්‍රාහකයාට අසීරුය. එහෙත් රූපවාහිනී මාධ්‍යය පිළිබඳ මනා අබෝධය හා විචාරශීලීත්වය මඟින් මෙම බලපෑම අවම කරගැනීමට හැකි වේ.

ක්‍රියාකාරකම 04

'රූපවාහිනී මාධ්‍යය ළමා මනසට අහිකර බලපෑම් ඇති කරයි', 'රූපවාහිනී මාධ්‍යය ළමා මනසට අහිකර බලපෑම් ඇති නොකරයි' යනුවෙන් විවාදයක් සංවිධානය කරන්න.

05 නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය

අභිමතාර්ථ

සන්නිවේදනය මානව සමාජයේ වැදගත් ම ක්‍රියාකාරකම්වලින් එකකි. වර්තමානයේ දී, සන්නිවේදනය සඳහා ඉතා සරල ක්‍රමවල සිට වඩාත් සංකීර්ණ සහ නිර්මාණාත්මක ක්‍රම දක්වා වූ විවිධ උපායමාර්ග යොදා ගනී. ග්‍රාහකයාගේ ආකර්ෂණය ලබා ගැනීම, සන්නිවේදකයාගේ තෘප්තිය වැනි අරමුණු මෙන්ම වාණිජ පරමාර්ථ ද මෙහි ගැබ් වී ඇත.

ඈත අතීතයේ සිට ම මාධ්‍ය සන්නිවේදනයේ දී මෙන්ම සාමාන්‍ය පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනයේ දී ද නිර්මාණාත්මක ක්‍රම භාවිත කෙරිණි. ඒ අනුව සන්නිවේදන කාර්යයන් සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා විවිධ නිර්මාණ මූලාශ්‍රය යොදා ගනු ලැබේ.

නිර්මාණාත්මක ප්‍රකාශනය විවිධ සීමා හා ප්‍රමිතීන්ට අනුකූලව සිදුකරනු ලැබේ. එහි දී ආචාර ධර්ම සහ නීතියට වැදගත් ස්ථානයක් හිමි වේ. මෙහි දී ඇතැම් විට සමාජයේ පොදු ආචාර ධර්ම සහ නීතී උල්ලංඝනය වන බැවින් මාධ්‍ය නිර්මාණ, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය අතර පවතින සම්බන්ධතාව වටහා ගැනීම වැදගත්ය.

මෙම පාඩමේ දී ඔබට නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ විවිධතා, යොදා ගනු ලැබූ මූලාශ්‍රය පිළිබඳව සහ සන්නිවේදනයේ දී පිළිපැදිය යුතු ආචාර ධර්ම හා නීති පිළිබඳව ද මූලික අවබෝධයක් ලැබෙනු ඇත.

5.1 නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය හැඳින්වීම

සාමාන්‍ය සමාජයෙහි සිදු වන සන්නිවේදනයේ දී මෙන්ම මාධ්‍ය මඟින් කෙරෙන සන්නිවේදනයේ දී ද නිර්මාණාත්මකභාවයට වැඩි වැදගත්කමක් හිමි වේ. විශේෂයෙන් ම ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍යවල වාණිජ පරමාර්ථ ඉටු කර ගැනීම සඳහා නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන විධික්‍රම භාවිතය ශීඝ්‍රයෙන් ඉහළ යමින් පවතී. එය මේ වන විට තරගයක් දක්වා ම වර්ධනය වී ඇත.

මාධ්‍ය හා නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය එකිනෙක බැඳී පවතින අතර පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන ජන මාධ්‍ය ද අන්තර්ජාලය, පරිගණකය, ජංගම දූරකථනය වැනි නව මාධ්‍ය ද නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය හා සම්බන්ධව සන්නිවේදන කාර්යයෙහි නිරත වන බව දැකගත හැකිය. නාට්‍ය, ගීත, කාව්‍ය, කෙටිකතා, නවකතා වැනි නිර්මාණ, මාධ්‍ය සමග සංකලනය වී ඇති අතර දැන්වීම්, තීරු ලිපි, විශේෂාංග, වාර්තා වැඩසටහන් පමණක් නොව ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් ද නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ ඇසුර ලබයි. ප්‍රවෘත්ති යනු නිර්මාණ විශේෂයක් ද? ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන භාවිතයක් බවට පත් කිරීම කෙතරම් සුදුසු ද? යන්න කෙරෙහි වෙනම ම අවධානය යොමු කළ යුතුය. කෙසේ වෙතත් මාධ්‍යයට නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයෙන් බැහැරව පැවතිය නොහැකි තරමට මාධ්‍ය හා නිර්මාණ එකිනෙක බැඳී පවතී. මෙහි දී අප වඩාත් අවධානය යොමු කළ යුතු කරුණ වන්නේ ඕනෑම නිර්මාණයක් මානව සමාජයේ යහපැවැත්ම උදෙසා ම විය යුතු බවයි.

එසේ ම එදිනෙදා සිදු වන සන්නිවේදනයේ දී ද තම අභිමානය ඉහළ නංවා ගැනීම, ප්‍රශංසා ලැබීම, වාණිජ කටයුතු, පොදු පුරවැසි අවශ්‍යතා, දේශපාලන අවශ්‍යතා, වෘත්තීය කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම, කැපී පෙනීම, අවධානය යොමු කර ගැනීම ආදී අරමුණු පෙරදැරිව මිනිස්සු තම සන්නිවේදන කාර්යය නිර්මාණාත්මකව සිදු කිරීමට පෙළඹී සිටිති.

5.1.1 නිර්මාණය සහ නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය

නිර්මාණය යන සංකල්පය පහසුවෙන් නිර්වචනය කිරීමට හැකි සංකල්පයක් නොවේ. ඊට හේතුව එය පුළුල් පරාසයක විහිදී පැවැතීමයි. බොහෝ විද්වතුන් මේ සම්බන්ධයෙන් විවිධ මත පළ කර තිබේ. එක් එක් නිර්මාණ වර්ග පිළිබඳ නිර්වචන වෙන් වෙන් වශයෙන් ගොඩ නැගී තිබේ. නිදසුන් ලෙස කාව්‍ය නිර්මාණ, චිත්‍ර නිර්මාණ, නාට්‍ය නිර්මාණ පිළිබඳ නිර්වචන දැක්විය හැකිය.

මෙම සියලු අර්ථ දැක්වීම් සලකා බලමින්, නිර්මාණය යන්න පහත සඳහන් පරිදි සරලව දැක්විය හැකිය.

නිර්මාණය යනු,

නැවුම්බව හා සුවිශේෂබව සහිත ප්‍රයෝජනවත්, අර්ථසම්පන්න අදහසක් ඔස්සේ බිහි වන යමකි. නිර්මාණයක් ගුණාත්මක සන්නිවේදන කාර්යය ඉටු කර ගැනීම සඳහාත් ඉහළ රුචිකත්වයක් ඇති කිරීම සඳහාත් ඉවහල් වේ.

යම් පුද්ගලයෙකු යම් තොරතුරක් සන්නිවේදනය කිරීමේ දී ඔහුට ප්‍රධාන වශයෙන් හැකියා දෙකක් තිබීම වැදගත් වේ.

1. භාෂා හැකියාව
2. සන්නිවේදන හැකියාව

භාෂා හැකියාව, භාවිතයත් සමග ප්‍රගුණ කරගත හැකි හැකියාවකි. එහෙත් සන්නිවේදන හැකියාව ප්‍රගුණ කරගත හැකි වන්නේ ග්‍රාහකයා පොළඹවා ගැනීමෙන් සන්දේශ ග්‍රාහක ගත කර ගැනීමට කටයුතු කිරීමෙනි. මෙම සන්නිවේදන හැකියාව සඳහා නිර්මාණ කාර්යය ඉතා වැදගත් වේ. යම් තොරතුරක් අපූර්ව ආකාරයෙන් ආකර්ෂණීය ලෙස ග්‍රාහකගත කිරීමත් එමගින් ග්‍රාහකයා සන්නිවේදන කාර්යය සඳහා පොළඹවා ගැනීමත් ඒ අනුව සිදු වේ.

උදාහරණයක් ලෙස බුදුරජාණන් වහන්සේ පිරිනිවන් පා බොහෝ කලකට පසුව ද උන්වහන්සේගේ මහා කරුණාව වස්තු විෂය කරගත් නිර්මාණකරුවා බුදුරජාණන් වහන්සේගේ ප්‍රතිමා නිර්මාණය කිරීම සිදු කරයි. එමෙන්ම බුද්ධ චරිතය හා බැඳි සිද්ධි වස්තු විෂය කරගනිමින් චිත්‍ර, නාට්‍ය, ගීත යනාදිය ද බිහි කරයි.

5.1.2 නිර්මාණයක ගුණය හඳුනා ගැනීම.

සන්නිවේදන කාර්යයේ දී ලිඛිතව හෝ වාචිකව හෝ වෙනත් ඕනෑම ආකාරයකින් යමක් ඍජුව ප්‍රකාශ කළ හැකිය. එහෙත් ඍජුව ප්‍රකාශ කිරීමට වඩා එම ප්‍රකාශය යම් වින්දනයක් ද ලැබෙන ලෙස ඉදිරිපත් කළ විට එයට වැඩි අවධානයක් යොමු වේ.

එම වින්දනය ඔබට ලැබෙන්නේ එම ප්‍රකාශනයෙන් යම් අපූර්වත්වයක් අත් විඳිය හැකි හෙයිනි. මෙම අපූර්වත්වය තම ප්‍රකාශනය තුළ ගැබ් කිරීම සෑම පුද්ගලයෙකුට ම කළ නොහැකි ය. සියලු දෙනා ම කතා කරන නමුත් සියලු දෙනා ම ලියන නමුත් ඒ සියල්ල නිර්මාණශීලී නොවේ. නිර්මාණශීලීව සන්නිවේදනය සිදු කිරීමට නම් නිර්මාණ ගුණය පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා තිබීම වැදගත්ය.

නිර්මාණයක ගුණාංග බොහොමයක් අන්තර්ගත වන අතර, ඉන් වැදගත් ගුණාංග කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- නැවුම්බව
- සුවිශේෂීබව
- ප්‍රයෝජනවත්බව
- අර්ථ සම්පන්නබව
- ගුණාත්මක සන්නිවේදනයක් සිදු වීම
- ඉහළ රුචිකත්වයක් ඇති කිරීම
- සංවේදීබව
- සියුම් ලෙස සිතීමේ හැකියාව

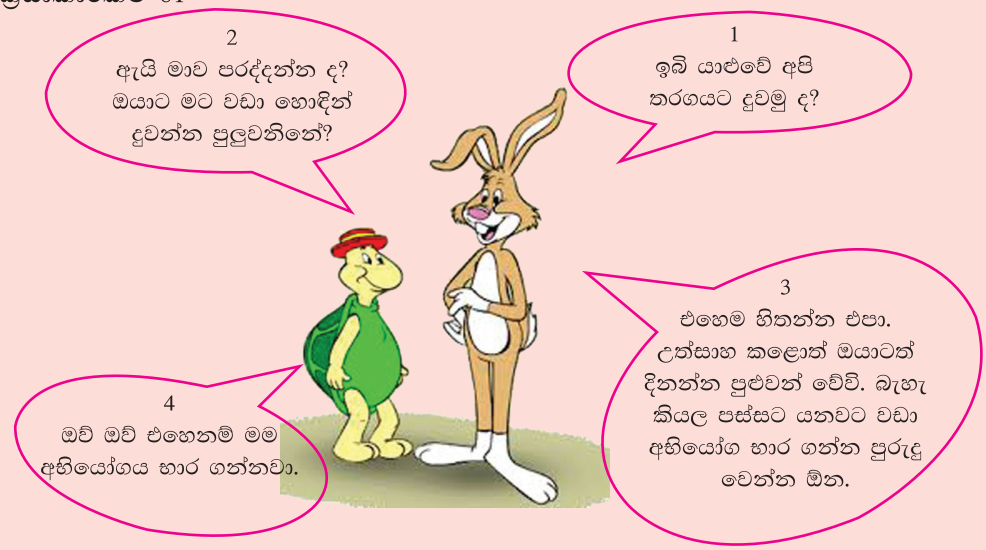
ඉහත සඳහන් ගුණාංග ඇතුළත් වන පණිවුඩය තුළ ගොඩනැගෙන්නේ නිර්මාණාත්මක බවකි. එය සන්නිවේදනය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය ගුණාංගයකි. සරල සමාජවලට වඩා සංකීර්ණ සමාජයෙහි නිර්මාණාත්මකබව අදාළ වන්නේ සමාජය තරගකාරිත්වයෙන් යුතු වන බැවිනි. එය ආකර්ෂණීය මෙන්ම වඩාත් ඵලදායී වන්නේ සමාජ අන්තර් ක්‍රියාවලියෙහි දීය.

5.1.3 එකම අත්දැකීම විවිධාකාරයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම

නිර්මාණ විවිධ ස්වරූපයෙන් දැක ගත හැකි අතර එකම නිර්මාණය වුව ද විවිධ දෘෂ්ටිකෝණයෙන් විවරණය කළ හැකිය. එකම පණිවුඩය හෝ අත්දැකීම ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, පුවත්පත මෙන්ම නව මාධ්‍ය මගින් විවිධ ස්වරූපයෙන් ඉදිරිපත් වේ. එසේ ම එකම මාධ්‍යයක වුවත් එකම සිදුවීම සම්බන්ධ තොරතුරු ඉදිරිපත් කරනු ලබන ආකාරය ආයතනානුබද්ධව හා පුද්ගලානුබද්ධව වෙනස් වේ. පුවත්පත් කිහිපයක එකම සිදුවීම වෙනස් ආකාරයකින් දක්වා ඇති අවස්ථා නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

ගුවන්විදුලිය සඳහා නිර්මාණකරණයේ දී ශ්‍රවණ මාධ්‍ය පිළිබඳව පුළුල් අවධානයක් යොමු කළ යුතු අතර, රූපවාහිනිය සඳහා නිර්මාණකරණයේ දී ශ්‍රවණය මෙන්ම රූප පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කළ යුතුය. පුවත්පතේ දී පාඨකයාට ගෝචර වන ලිඛිත භාෂාවක් අනුගමනය කරයි.

ක්‍රියාකාරකම 01



ඉහත සිදුවීම තේමා කොට ගනිමින් ගුරුතුමාගේ සහය ඇතිව කණ්ඩායම් තුනකට බෙදී රූපවාහිනියෙහි සහ ගුවන්විදුලියෙහි විකාශනය කිරීමට සුදුසු ආකාරයේ කුඩා ඒකාංගික නාට්‍යය දෙකක් ද පුවත්පතෙහි පළ කිරීම සඳහා විශේෂාංග ලිපියක් ද සකස් කර පන්ති කාමරයේ දී ඉදිරිපත් කරන්න.

5.1.4 නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ ප්‍රාදේශීය විවිධතා

නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී පුද්ගලයාගේ බාහිර අත්දැකීම් එනම් භූ ගෝලීය පරිසරය, සංස්කෘතිය, හුරුපුරුදු, විශ්වාසයන්, ඇවතුම් පැවතුම් හා ප්‍රාදේශීය භාෂා භාවිතය නිර්මාණයට නිරායාසයෙන් ම එකතු වේ.

උදාහරණයක් ලෙසින් ප්‍රාදේශීයව බිහි වන නර්තන සම්ප්‍රදායන් ප්‍රාදේශීයව පවතින ඇවතුම් පැවතුම් විශ්වාස මත ගොඩ නැගීම දැක්විය හැකිය. පහතරට නර්තනය දකුණේ යක් තොවිල්, බලි තොවිල් ආශ්‍රිතව බැඳුණු සම්ප්‍රදායන් මුල් කර ගෙන බිහි වෙන අතර

උඩරට නර්තනය උඩරට සමාජයෙහි මුල් බැසගත් කොහොඹායක් කංකාරිය හා බැඳුණු සම්ප්‍රදායන් මුල් කරගෙන බිහි වෙයි.

නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ගැමියන් තම සිතුම් පැතුම් කවියට නැගීමේ දී ප්‍රාදේශීය විවිධතා උකහා ගෙන තිබේ. ඇළ දොළ ගංගා ආශ්‍රිත ප්‍රදේශවල පාරුකවි බිහි වෙද්දී කුඹුරු ගොවිතැන ආශ්‍රිත ප්‍රදේශවල පැල්කවි බිහි වේ. වැදි ජනයා ජීවත්වන ප්‍රදේශවල වැදි ගී බිහි වන්නේ ප්‍රාදේශීයව ඔවුන් භාවිත කරන භාෂා රටා මුල් කර ගනිමිනි.

ප්‍රාදේශීය වශයෙන් බිහිවන සම්ප්‍රදායන් නිර්මාණයට අපූර්වත්වය ගෙන දෙයි. නිර්මාණයක නිර්මාණශීලීත්වය වැඩි කිරීමටත් එය සමාජගත කිරීමටත් නිර්මාණකරුවාට මේ ඔස්සේ හැකියාව ලැබේ. මෙම ප්‍රාදේශීය විවිධත්වය නිසා මාධ්‍යවලට ද ඒ ඒ කණ්ඩායම් ආමන්ත්‍රණය කිරීම සඳහා වෙනස් ආකාරයේ සන්නිවේදන උපක්‍රම භාවිත කිරීමට සිදු වේ. ප්‍රාදේශීය පුවත්පත්, ප්‍රාදේශීය ගුවන්විදුලි නාලිකා ආදිය බිහි වී ඇත්තේ ද මෙම අවශ්‍යතාව නිසාය. මේවා එකම සිදුවීමක් හෝ ප්‍රවෘත්තියක් ඒ ඒ ප්‍රදේශයට අනන්‍ය ව විවිධ ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කරනු දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම නිර්මාණාත්මක මාධ්‍ය සන්නිවේදනයේ දී ඒ ඒ මාධ්‍යයට අදාළ විශේෂතා ඇති බව ද සැලකිය යුතුය.

5.2. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ දී යොදා ගන්නා ප්‍රකාශන විධි

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය වඩාත් නිර්මාණාත්මකව සිදු කිරීම සඳහා විවිධ ප්‍රකාශන විධි භාවිත කරනු දක්නට ලැබේ. විශේෂයෙන් ම මාධ්‍ය ඔස්සේ කෙරෙන සන්නිවේදනය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමේ දී මෙම ප්‍රකාශන විධි වඩාත් පැහැදිලිව හඳුනාගත හැකිය.

5.2.1 භාෂාත්මක ප්‍රකාශන විධි

භාෂාව මුල් කර ගෙන සන්නිවේදනය සිදු කිරීම භාෂාත්මක ප්‍රකාශනය ලෙස හැඳින්වේ. බොහෝ විට මෙය අනෙකුත් ප්‍රකාශන විධිවල පදනම ලෙස ද ක්‍රියා කරයි. ජන මාධ්‍යවල මෙන්ම නව මාධ්‍යවල ද වැඩිපුර ම භාවිත වන්නේ භාෂාත්මක ප්‍රකාශනයයි. යම් සිදුවීමක් පිළිබඳ තොරතුරු සමාජය වෙත ගෙන යාමේ දී එහි ආකර්ෂණීයත්වය මෙන්ම ගුණාත්මකබව ද මේ ඔස්සේ වැඩි දියුණු කළ හැකිය. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ දී යොදා ගැනෙන භාෂාත්මක ප්‍රකාශන විධික්‍රම ලෙස උපමා උපමේයන්, ප්‍රස්තාව පිරුළු, කෙටිකතා, ව්‍යංග්‍යාර්ථ සහිත භාෂා රටාවන් හඳුනා ගත හැකිය. කවිය, කෙටිකතාව, නවකතාව, නාට්‍ය ආදිය භාෂාත්මක ප්‍රකාශනය භාවිත කරන නිර්මාණ සඳහා නිදසුන් වේ.

5.2.2 ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශන විධි

ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශනය, මානව සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා තවත් ප්‍රකාශන ස්වරූපයකි. හූව, බෙරහඬ, නළා හඬ වැනි සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ගෙන් ආරම්භ වූ ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශනය වර්තමානය වන විට ඉතා දියුණු තත්ත්වයකට පත්ව තිබේ. එය ස්වාධීන ප්‍රකාශන ස්වරූපයක් ලෙස මෙන්ම වෙනත් සන්නිනවේදන ස්වරූප සමග එක්ව ද භාවිත වේ.

ගුවන්විදුලිය නිර්මාණාත්මක ශ්‍රව්‍ය ප්‍රකාශන බිහි කිරීමේ සුවිශේෂී මාධ්‍යයක් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. හඬ, නිහඬබව, සංගීතය හා ශබ්ද ඇසුරින් ගුවන්විදුලිය ක්‍රියාත්මක වේ. එහෙයින් එය හුදු ශබ්ද මාධ්‍යය ඉක්ම වූ නිර්මාණාත්මක ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයකි. ගුවන්විදුලි ශ්‍රාවකයා අදහස් අවබෝධ කරගන්නේ පරිකල්පනයෙනි. එහෙයින් ගුවන්විදුලි සන්නිවේදකයා පරිකල්පනීය භාෂාවක් භාවිත කළ යුතුය. ගුවන්විදුලියේ සෑම වැඩසටහනකට ම එය අදාළ වේ. ප්‍රවෘත්තියක් ඉදිරිපත් කිරීමේ දී වුව ද නිවේදකයාගේ හඬ, කථන ස්වරූපය වැදගත් වේ. ගුවන්විදුලියේ නිහඬබව මඟින් ද යම් යම් දෑ සන්නිවේදනය කළ හැකිය. සංගීතය සුදුසු පරිදි යොදාගැනීමෙන් නිර්මාණාත්මකව යමක් සන්නිවේදනය කළ හැකිය.

5.2.3 දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි

සන්නිවේදනයේ නිර්මාණාත්මකබව ඇති කර ගැනීම සඳහා බහුලව යොදා ගන්නා ප්‍රකාශන විධියක් ලෙස දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය හඳුනාගත හැකිය. දැකීම මඟින් අවබෝධ කර ගත හැකි යම් තොරතුරක් ලබා දීම මෙහි දී සිදු වේ. ආදි මිනිසා ඉතා සරල සංඥා, සංකේත, ඉඟි බිඟි හා චිත්‍ර ආදිය මඟින් දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය සිදු කළහ. වර්තමානය වන විට දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය වඩාත් දියුණු තත්ත්වයක පවතී.

දෘශ්‍ය ප්‍රකාශනය සඳහා

- අකුරු
- අභිනය
- ඡායාරූප
- චිත්‍ර
- සංකේත
- සංඥා
- වගු
- ප්‍රස්තාර

ආදී බොහෝ දේ යොදා ගනී.

දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා අවස්ථාවලට උදාහරණ ලෙස දැන්වීම්, ප්‍රදර්ශන පුවරු, අත් පත්‍රිකා, සඟරා ආදී දැකීමෙන් පමණක් පණිවිඩ ලබා ගන්නා ක්‍රම දැක්විය හැකිය.

5.1 රූපය : දෘශ්‍ය මායා ආශ්‍රිත ඡායාරූපයක්

යමක් දෙස මතු පිටින් බැලූ විට පෙනෙන දෙයට වඩා එහි ගැඹුරු අර්ථයක් තිබිය හැකිබව පෙන්වීම සඳහා සුදුසු ඡායාරූපයකි.

5.2.4 ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි

ශබ්දය සහ රූපය යන අංශ දෙක ම යොදා ගනිමින් යම් තොරතුරක් ප්‍රකාශ කිරීම ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි ලෙස හැඳින්වේ. රූපවාහිනිය, සිනමාව ආදියෙහි යොදා ගැනෙන්නේ මෙම ප්‍රකාශන ස්වරූපයයි. එසේ ම ජංගම දුරකථනය, පරිගණකය හා අන්තර්ජාලය ආශ්‍රිත නව මාධ්‍යවල ද ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධි භාවිත වේ.

යම් තොරතුරක් හෝ සංකල්පයක් සජීවී බවින් යුක්තව නිර්මාණාත්මකව ඉදිරිපත් කිරීමේ හැකියාව ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන සතුව ඇත. ශබ්දය හා රූපය ප්‍රබල ලෙස භාවිත වීම මීට හේතු වේ.

සෙසු ප්‍රකාශන විධිවලට සාපේක්ෂ වශයෙන් ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය ප්‍රකාශන විධිවල ග්‍රාහකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ මට්ටමක පවතී. ඊට හේතු වී ඇත්තේ මෙමඟින් ග්‍රාහකයා වෙත ලබා දෙන තොරතුරු අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ මට්ටමක පැවතීමයි.

5.3. මාධ්‍ය නිර්මාණ, ආචාර ධර්ම සහ නීතිය

නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනයේ යෙදෙන මාධ්‍යකරුවාගේ සමාජ වගකීම නියාමනය වන්නේ කෙසේ ද? ඒ සඳහා ප්‍රධාන වශයෙන් මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම හා නීතිය යොදා ගැනේ. ආචාර ධර්ම වඩා මෘදු නියාමන උපකරණයක් ලෙසත් නීතිය දෘඪ නියාමන උපකරණයක් ලෙසත් හඳුනා ගත හැකිය. ආචාර ධර්ම කඩ කළ විට නිශ්චිත දඬුවම් හිමි නොවේ. එහෙත් නීතිය උල්ලංඝනය කළ විට නිශ්චිත දඬුවම් හිමි වේ. ආචාර ධර්ම කැමති නම් අනුගමනය කළ හැකිය. එහෙත් නීතිය අනිවාර්යෙන් පිළිපැදිය යුතුය.

5.3.1 මාධ්‍ය නිර්මාණ හා ආචාර ධර්ම

නිර්මාණකරුවකු හෝ වර්තාකරුවකු හෝ ජනතාවගේ යහපත පිණිස සන්නිවේදන කාර්යයෙහි යෙදීම ඉතා වැදගත් කරුණකි. නවකතාකරුවා සිය රචනයෙන් සමාජ මෙහෙවරක් කළ යුතුය. කෙටිකතාකරුවා, කවියා හෝ සංගීත ශිල්පියාට ද වෙනත් ඕනෑම නිර්මාණකරුවකුට ද මෙය අදාළය. නිර්මාණයක් පරිශීලනය කරන රසිකයා ආනන්දයෙන් ප්‍රඥාව කරා ගෙන යාම නිර්මාණකරුවාගේ වගකීම වන බව පිළිගත් මතයයි. එයින් අදහස් කරන්නේ නිර්මාණකරුවා කිසියම් වගකීමක් හිස දරන්නකු වන බවයි.

විවිධ මාධ්‍ය ආයතන ස්වාධීන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම පද්ධති සකස් කර ගෙන ඒ අනුව කටයුතු කරනු දැකිය හැකිය. එසේ ම මාධ්‍යවේදීන් ස්වයං වාරණයක සිට කටයුතු කිරීම ද දැකිය හැකිය. නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන කාර්යයේ යෙදීමේ දී සමාජයට අයහපතක් වන්නේ නම් එවන් කාර්යයන්හි නොයෙදීමට තරම් විනයක් මාධ්‍යවේදියාට හෝ නිර්මාණකරුවාට තිබිය යුතුය. එය ඉතා වැදගත් නියාමන ක්‍රමයක් යැයි කිව හැකිය. මන්ද බාහිර නීතිරීති හෝ ආචාර ධර්ම පද්ධතිවලට වඩා මාධ්‍යවේදියා ම ස්වේච්ඡාවෙන් සමාජ වගකීමකින් කටයුතු කිරීම වඩාත් ප්‍රායෝගික මෙන්ම සාර්ථක උපක්‍රමයක් වන බැවිනි.

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ වූ විවිධ ආචාර ධර්ම පද්ධති දැකිය හැකිය.

- ජනමාධ්‍යවේදීන්ගේ ජාත්‍යන්තර සම්මේලනයේ ආචාර ධර්ම මාලාව
- ශ්‍රී ලංකා කර්තෘ සංසදයේ වෘත්තීය ප්‍රතිපත්ති මාලාව
- ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩල පනතේ ආචාර ධර්ම ලේඛනය
- නිදහස් මාධ්‍ය සංසදයේ ආචාර ධර්ම මාලාව

5.3.2. මාධ්‍ය නිර්මාණ හා නීතිය

කිසියම් රටක සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරිත්වය ආචාර ධර්ම මගින් පමණක් පාලනය කළ නොහැකිය. ඒ සඳහා ශක්තිමත් නීති පදනමක් ද තිබිය යුතුය. එයට ප්‍රධාන ම හේතුව වන්නේ සෑම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී රටක ම පාහේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය ඉහළින් ම අගය කිරීමයි. එකී නිදහස නිසා ම මාධ්‍ය නිර්මාණ සමාජයට හිතකර මෙන්ම අහිතකර ප්‍රතිඵල ද ඇති කරයි.

මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ නිදහස් මතවාදය බටහිර රටවල් කේන්ද්‍ර කරගෙන ආරම්භ වූ අතර පසුව ලෝකයේ බොහෝ රටවල එය ව්‍යාප්ත විය. ජෝන් මිල්ටන්, ජෝන් ලොක්, ජෝන් ස්ටුවට් මිල්, තෝමස් ජෙෆර්සන් වැනි සමාජ ප්‍රතිසංස්කරණවාදීහු ජන මාධ්‍ය නිදහස අවධාරණය කළහ. ඔවුන්ට අනුව කිසියම් රටක ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයට එරට පාලකයින් බාධා නොකළ යුතුය. ජන මාධ්‍යයට ස්වාධීනව, නිදහස්ව කටයුතු කිරීමේ අයිතිය හිමි විය යුතුය. එහෙත් පසු කාලීනව එම නිදහස ම සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිඵල ඇති කිරීමට ද හේතු විය. එහෙයින් ප්‍රකාශන අයිතිය ආරක්ෂා කළ යුතු සේම ප්‍රකාශන නිදහස හේතුවෙන් සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිඵල ඇති වේ නම් එයට ද ප්‍රතිකර්ම තිබිය යුතුය.

ප්‍රකාශන නිදහස රටකට පමණක් සීමා වූවක් නොව සමස්ත ලෝකයට ම පොදු වූවකි. ලොව මෙතෙක් ප්‍රකාශයට පත්ව ඇති මූලික මානව අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ උසස් ම ප්‍රකාශනය ලෙස සැලකෙන එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය විසින් ප්‍රකාශිත මානව හිමිකම් පිළිබඳ විශ්ව ප්‍රකාශනයේ 19 වන වගන්තියේ මෙසේ දක්වා ඇත.

"තම නිදහස් මතය දැරීමට හා ප්‍රකාශ කිරීමට සෑම පුද්ගලයෙකුට ම අයිතිය ඇත. අනුන්ගේ බාධාවක් නොමැතිව තම මත දැරීමටත් දේශ සීමා නොසලකා කවර මාධ්‍යයකින් හෝ තොරතුරු ලැබීමට හා දීමටත් ඇති අයිතිය ඊට ඇතුළත් ය."

ශ්‍රී ලංකාව එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානයේ සාමාජික රටකි. එහෙයින් මානව හිමිකම් පිළිබඳ විශ්ව ප්‍රකාශනයේ ඇතුළත් කරුණු ක්‍රියාත්මක කිරීමට ශ්‍රී ලංකාව ද බැඳී සිටියි. 1978 ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ ප්‍රකාශන නිදහස තහවුරු කර ඇත්තේ පහත ආකාරයෙනි.

"14 (1) සෑම පුරවැසියෙකුටම

(අ) භාෂණයේ නිදහසට සහ ප්‍රකාශනය ඇතුළු අදහස් පළ කිරීමේ නිදහසට හිමිකම් ඇත්තේ ය."

ඉහත ප්‍රතිපාදන මගින් ප්‍රකාශන නිදහස තහවුරු කළ ද එය කිසියම් සීමාවකට යටත් විය යුතුය. එසේ නොවුනහොත් සීමා රහිත නිදහස සමාජයට අහිතකර ප්‍රතිවිපාක ඇති කරනු ඇත. ආණ්ඩුක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ ම ප්‍රකාශන නිදහසට යම් යම් සීමා ඇති කෙරෙන අනු ව්‍යවස්ථා දැකිය හැකිය. 15 (2) හා (7) අනු ව්‍යවස්ථා මගින් මීට අදාළ ප්‍රධාන සීමා පනවා තිබේ.

එසේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය භාවිතයට අදාළ තවත් විවිධ නීතිමය තත්ත්ව දැකිය හැකිය. ප්‍රසිද්ධ රැඟුම්පාලක මණ්ඩලය, විදුලි සන්දේශ නියාමන කොමිෂන් සභාව ආදී

නියාමන ආයතන ඒ අතර ප්‍රධාන වේ. නිර්මාණකරුවාට සිය නිර්මාණකරණ විෂයයෙහි කවර නිදහසක් තිබුණ ද එය නියාමනයට ලක් විය යුතු බව රැගුම්පාලක මණ්ඩල ක්‍රියාකාරිත්වයෙන් කියැවේ. එසේ නොවුනහොත් සමාජයට අහිතකර නිර්මාණ සමාජගත වනු ඇත. නව මාධ්‍යයක් ලෙස සමාජයට වැඩි බලපෑමක් එල්ල කරන අන්තර්ජාලය නියාමනයට විදුලි සන්දේශ නියාමන කොමිෂන් සභාව ආදී නියාමන ආයතන අවශ්‍ය වේ. මෑතක දී ශ්‍රී ලංකාවේ අසභ්‍ය වෙබ් අඩවි විශාල ප්‍රමාණයක් තහනමට ලක් විය. අන්තර්ජාලය සම්බන්ධයෙන් ඇති ප්‍රධාන ම ගැටලුව වන්නේ එය පාලනය කිරීමට නීති සම්පාදනය කිරීම අසීරු කරුණක් වීමයි.

මාධ්‍ය නිර්මාණ පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමේ දී නවකතාව, කෙටිකතාව, කවිය වැනි නිර්මාණ පාලනයට හෝ නියාමනයට නීති සම්පාදනය නොවීම විශේෂිත කරුණකි. නවකතාකරුවකුට, කෙටිකතාකරුවකුට හෝ කවියකුට ඉතා පුළුල් නිදහසක් ඇතිව සිය නිර්මාණකරණයෙහි යෙදීමට අවස්ථාව හිමිව තිබේ. එහෙයින් ම ඔවුන් සමාජ වගකීමකින් යුතුව ස්වයං විනයකින් කටයුතු කිරීම අතිශයින් වැදගත් වේ. ස්වකීය නිර්මාණවලින් සමාජයට අයහපතක් නොවන බවට විශ්වාසයක් ඔවුන්ට ම තිබිය යුතුය. මෑත කාලීනව සම්මාන ඉලක්ක කර ගනිමින් ප්‍රකාශනය කරන ලද බොහෝ නවකතා අනවශ්‍ය පරිදි ලිංගිකත්වය මතු කර දක්වන බවට ඇතැම් විචාරකයෝ පෙන්වා දුන්හ. සිය නිර්මාණය සාධාරණීකරණය කිරීමට නිර්මාණකරුවාට ඇතැම්විට නිදහස ඇතත් එමඟින් සමාජයට අයහපතක් වන්නේ නම් එය වැළැක්වීමට පියවර ගැනීම ද අත්‍යවශ්‍ය වේ.

රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය හා පුවත්පත යන ප්‍රධාන ජන මාධ්‍ය පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීමේ දී මේ සෑම මාධ්‍යයක් ම පවත්වා ගෙන යාමට බලපත්‍රක් හෝ ලියාපදිංචි වීමක් අවශ්‍ය වීම වැදගත් කරුණකි. එමඟින් මාධ්‍ය භාවිතය කිසියම් ප්‍රමාණයකින් පාලනයට යටත් කළ හැකිය. කෙසේ වුව ද ගීත, ගුවන්විදුලි නාට්‍ය, ටෙලිනාට්‍ය, දැන්වීම් වැනි නිර්මාණ නියාමනයට නීතිමය ප්‍රතිපාදන නොමැති වීම ගැටලුවකි. ඒ අනුව මාධ්‍ය නිර්මාණකරණය ඇතැම්විට සමාජයට විවිධ ගැටලු ඇති කරමින් පවතින බැවින් පරිහරණය කළ යුත්තේ ප්‍රවේසමෙනි.

5.3.3. මාධ්‍ය භාවිතය

මාධ්‍ය කර්මාන්තයක් බවට පත්ව තිබේ. කර්මාන්තයක මූලික අරමුණ ලාභ ලැබීමයි. වර්තමාන මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය දැවැන්ත ව්‍යාපාරයක් බවට පත්ව ඇති අතර, එහි මූලාරම්භය මුද්‍රිත මාධ්‍යයේ බිහිවීම දක්වා දිව යයි. ගුටෙන්බර්ග් විසින් මුද්‍රණ ශිල්පය ලොවට දායාද කිරීමෙන් පසු විලියම් කැක්ස්ටන් විසින් මුද්‍රණ ශිල්පය යුරෝපය පුරා ව්‍යාප්ත කරන ලදී. එහි එක් ප්‍රතිඵලයක් වූයේ පොත්පත් ප්‍රකාශ කිරීමට අදාළ ව ප්‍රකාශන හිමිකම් පිළිබඳ පනතක් බ්‍රිතාන්‍ය පාර්ලිමේන්තුවට ඉදිරිපත් වීමයි. ලොව ප්‍රථම ප්‍රකාශන හිමිකම් නීතිය ලෙස 1910 අප්‍රේල් 10 වන දින සම්මත වන එම නීතිය රැජිනගේ ව්‍යවස්ථාව (Queen Ann's Statute) ලෙස හැඳින්විණි. මෙම ව්‍යවස්ථාව පොත් සඳහා පමණක් සීමා වූ අතර, මේ අනුව යම් කෘතියක් ප්‍රකාශයට පත් කිරීමේ දී කර්තෘට කිසියම් ගෙවීමක් සිදු කිරීමට ප්‍රකාශකයින්ට සිදු විය. මෙසේ ඇරඹුණු ප්‍රකාශන හිමිකම් නීතිය වර්තමානය වන විට සෑම මාධ්‍යයකට ම අදාළව ක්‍රියාත්මක වෙමින් තිබේ.

නිර්මාණාත්මක හැකියාව බුද්ධිමය දේපළකි. එය සෑම පුද්ගලයකු ම සතු දේපළක් නොවේ. ලෝක බුද්ධිමය දේපළ සංවිධානයේ වර්ගීකරණයට අනුව බුද්ධිමය දේපළ වර්ග දෙකකි.

1. නව සොයා ගැනීම්, වෙළඳ ලකුණු හා කාර්මික සැලසුම් අයත් කාර්මික දේපළ
2. සාහිත්‍යමය, සංගීතමය, චිත්‍රමය, ඡායාරූපමය හා ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය කාර්යයන් අයත් වන ප්‍රකාශන හිමිකම්

මෙහි දී අපගේ අවධානයට යොමු වන්නේ ප්‍රකාශන හිමිකම් පිළිබඳව පමණි. නිර්මාණකරුවකු දිරිමත් කිරීමට සමාජය විසින් නිර්මාණකරුවාට ගෙවීමක් කළ යුතුය. අනෙක් අතට නිර්මාණකරුවා සිය ජීවිතය පවත්වා ගැනීමටත් ස්වකීය නිර්මාණ අගය තහවුරු කරගැනීමටත් කිසියම් අය කිරීමක් කළ යුතුය. එම අය කිරීම ප්‍රකාශකයාගෙන් හෝ ඍජුව ම ග්‍රාහකයාගෙන් විය හැකිය. මෙම ප්‍රකාශන හිමිකම කාලයත් සමග වෙනස් වෙමින් සංවර්ධනය වනු දැකිය හැකිය. 1948 එක්සත් ජාතීන්ගේ මානව හිමිකම් ප්‍රකාශනයේ මෙසේ සඳහන් වේ.

27 වන වගන්තිය

(1) ප්‍රජාවගේ සංස්කෘතියට සහභාගි වීමට, කලාව රසවිඳීමට හා විද්‍යාත්මක නවීන කාර්යයන් හා ඒවායේ ප්‍රතිලාභ බෙදාහදා ගැනීමට සෑම කෙනෙකුට ම නිදහස් අයිතියක් තිබේ.

(2) යම් විද්‍යාත්මක, සාහිත්‍යමය හෝ කලාත්මක නිෂ්පාදනයක කර්තෘ යම් අයෙක් වේ ද, එම තැනැත්තාට තම ස්වතන්ත්‍ර නිර්මාණයේ සදාචාරාත්මක හා ද්‍රව්‍යාත්මක අයිතිය ආරක්ෂා කර ගැනීමට අයිතිය ඇත්තේ ය.

ප්‍රකාශන හිමිකම විශ්ව මට්ටමින් ක්‍රියාත්මක වන අතර ශ්‍රී ලංකාවේ ද ප්‍රකාශන හිමිකම සම්බන්ධයෙන් නීති සම්පාදනය වී තිබේ. ඒ අනුව 1979 අංක 52 දරන බුද්ධිමය දේපළ පනත හඳුන්වාදීම වඩාත් සුවිශේෂී සිදුවීමකි. එය යම් යම් සංශෝධනවලට ලක්ව වර්තමානයේදී 2003 අංක 36 දරන බුද්ධිමය දේපළ පනත ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතී. එකී පනතේ 6(1) වගන්තිය පහත දක්වා ඇත.

6 (1) (මෙහි මින් මතු "කෘතිය" යනුවෙන් සඳහන් කරනු ලබන) විශේෂයෙන් පහත සඳහන් නිර්මාණ ඇතුළත් වන ශාස්ත්‍රීය, කලා සහ විද්‍යාත්මක පරාසයකට ඇතුළත් පහත සඳහන් මුල් බුද්ධිමය නිර්මාණ, ශාස්ත්‍රීය, කලාත්මක සහ විද්‍යාත්මක නිර්මාණ වශයෙන් ආරක්ෂා කරනු ලැබිය යුතුය ඃ-

(අ) පොත්, පත්‍රිකා, ලිපි, පරිගණක වැඩසටහන් හා වෙනත් ලියවිලි;
(ආ) කථා, දේශන, ඇමතීම්, අනුශාසනා සහ වෙනත් වාචික කෘති;
(ඇ) නාටකීය හෝ ගීත නාටකීය කෘති, අභිරූපණ, නෘත්‍ය, විද්‍යාත්මක කෘති සහ වේදිකා සඳහා වන නිෂ්පාදන වශයෙන් නිෂ්පාදිත වෙනත් කෘති;
(ඈ) ඡේදයේ නිශ්චිතව සඳහන් කෘති, වේදිකාගත කිරීම සඳහා නිෂ්පාදනය කිරීම සහ එවැනි නිෂ්පාදන සඳහා යෝග්‍ය ජනප්‍රවාද ප්‍රකාශන වේදිකාගත කිරීම සඳහා නිෂ්පාදනය කිරීම;
(ඉ) සංගීතය සමග ගයන වචන ඇතුළත් හෝ නොවන සංගීතමය කෘති;
(ඊ) ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය කෘති;

(උ) ගෘහ නිර්මාණ ශිල්පීය කෘති;
(ඌ) චිත්‍ර, පින්තාරු කිරීම්, මූර්ති, කැටයම්, ලිතෝ මුද්‍රණ, විචිත්‍ර ගෙත්තම් සහ වෙනත් ලලිත කලාත්මක කෘති;
(එ) ඡායාරූප ශිල්පීය කෘති;
(ඒ) ව්‍යවහාරික කලා කෘති;
(ඔ) භූගෝලවිද්‍යාව හා භූ ලක්ෂණ විද්‍යාව, ගෘහ නිර්මාණ ශිල්පීය හෝ විද්‍යාව හා සම්බන්ධ සිතියම්, පිඹුරු කටු සටහන් සහ ත්‍රිමාණ කෘති.

නිර්මාණකරුවකු නව නිර්මාණයක් කිරීමේ දී සිය බුද්ධිය මෙහෙයවයි. බුද්ධිමය දේපළ විෂයයෙහි සුවිශේෂ ලක්ෂණයක් වන්නේ, එය වෙනත් චංචල හෝ නිශ්චල දේපළ මෙන් ස්පර්ශ කළ නොහැකි දේපළක් වීමයි. එනම් බුද්ධිමය දේපළ යනු අස්පර්ශනීය දේපළකි. බුද්ධිමය දේපළ සම්බන්ධ අයිතිවාසිකම් දෙවර්ගයකි.

(1) ආර්ථික අයිතිවාසිකම්
(2) සදාචාර අයිතිවාසිකම්

කිසියම් නිර්මාණයක හිමිකරුවාට එනම් කර්තෘට සිය නිර්මාණයේ ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ලැබීමට ඇති අයිතිය ආර්ථික අයිතිය ලෙස හැඳින්වේ. කර්තෘට සිය කෘතියේ අයිතිය සම්පූර්ණයෙන් විකිණීමට, බදු දීමට හෝ කුළියට දීමට නීතිමය අයිතියක් තිබේ. ඒ සඳහා කර්තෘ අදාළ අයිතිය ලිඛිතව පැවරිය යුතුය. කිසියම් කෘතියක් ප්‍රකාශකයකුට පැවරීමෙන් පසු එම කෘතිය ප්‍රති නිෂ්පාදනය කරනු ලබන පිටපත් ප්‍රමාණය මත කිසියම් මූල්‍ය ප්‍රතිලාභයක් ලැබීමට කර්තෘට අයිතියක් තිබේ. එම අයිතිය කර්තෘ භාගය (Royalty) ලෙස හැඳින්වේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ යම් කෘතියක් නිර්මාණය කළ වහා ම ප්‍රකාශන හිමිකම ලැබෙන අතර ඇමරිකාවේ එම හිමිකම ලැබෙන්නේ කෘතිය ලියාපදිංචි කිරීමෙන් පසුවය. ශ්‍රී ලංකාවේ කිසියම් කෘතියකට ලැබෙන ප්‍රකාශන හිමිකම කර්තෘගේ ජීවිත කාලය තුළ ද ඉන්පසු වසර 75ක කාලයක් දක්වා ද බලපැවැත්වේ. එතැන් සිට එය පොදු සමාජ අයියක් ඇති දේපළක් බවට පත්වීම දැනට ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක බුද්ධිමය දේපළ පනතට අනුව සිදු වේ.

කිසියම් නිර්මාණයක කර්තෘගේ අනන්‍යතාව පිළිබඳව පවතින අයිතිය, සදාචාර අයිතිවාසිකම් ලෙස හැඳින්වේ. එය ආර්ථික අයිතිවාසිකම මෙන් අන්‍යයන්ට පැවරිය නොහැකිය. නිර්මාණයක ආර්ථික අයිතිවාසිකම අනෙකෙකුට පැවරුව ද එම නිර්මාණයට අදාළ ව නිර්මාණකරුවාගේ නම සඳහන් කිරීමට ඇති අයිතිය මින් තහවුරු වේ.

කවර රටක වුව ද ප්‍රකාශන හිමිකම පිළිබඳ නීතියෙන් නිර්මාණකරුවා සතු බුද්ධිමය දේපළ ආරක්ෂා කිරීම සිදු වේ. එය ඉතා වැදගත් වන්නේ නිර්මාණකරුවන් නිර්මාණකරණයෙහි දිරිමත් කිරීම සඳහාය. ශ්‍රී ලංකාවේ බුද්ධිමය දේපළ පනත උල්ලංඝනය කරන්නකුට එරෙහිව නඩු පැවරීමෙන් පසු මහේස්ත්‍රාත්වරයකු ඉදිරියේ පැවැත්වෙන නඩු විභාගයකින් අදාළ අය වරදකරුවකු වුවහොත් රුපියල් පන්ලක්ෂය නොඉක්මවන දඩයකට හෝ මාස හයක් නොඉක්මවන සිර දඬුවමකට හෝ ඒ දෙකට ම හෝ යටත් කළ හැකිය.

මාධ්‍ය භාවිතය පිළිබඳ නීති හා ආචාර ධර්ම සකස් කර ඇත්තේ නිර්මාණකරුවන්ගේත් ග්‍රාහකයන්ගේත් යහපත පිණිසය. එහෙයින් ඒවා ක්‍රියාත්මක කිරීම ඉතා වැදගත්ය. එවිට මාධ්‍ය භාවිතය සමාජයට හිතකර එකක් වන අතර, එය සමාජ සංවර්ධනයට දායක වනු නිසැකය.

ක්‍රියාකාරකම 02

1. ජන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සහ නීතිය ආරක්ෂා කිරීමේ වැදගත්කම පිළිබඳ වචන 300 - 350ත් අතර ප්‍රමාණයෙන් යුක්ත පුවත්පත් ලිපියක් සම්පාදනය කරන්න.

2. 'ජන මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම හා නීතිය ආරක්ෂා කිරීමේ වැදගත්කම' පිළිබඳ පුවත්පත්වල පළ වන ලිපි රැස්කර පොත් පිංචක් සකස් කරන්න.

3. මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම සහ නීතිය කඩ වන ආකාරයෙන් පුවත්පතෙහි පළ වන ලිපි, ගුවන්විදුලියෙහි සහ රූපවාහිනියෙහි විකාශනය වන වැඩසටහන් ලැයිස්තුගත කරන්න.

06 විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය

අභිමතාර්ථ

සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර පවතින්නේ ද්වී මාර්ගික සබඳතාවකි. හුදෙක් සන්නිවේදක කේන්ද්‍රීය නොවී ග්‍රාහකයා පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කිරීමෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ස්වරූපයක් ලබා දිය හැකිය. මේ සඳහා සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර මනා අවබෝධයක් තිබීම අවශ්‍ය වේ. මෙම සබඳතාව ශක්තිමත් වන තරමට සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සාර්ථක වේ.

සන්නිවේදනයේ දී සන්නිවේදකයා සතුව විවිධ අරමුණු තිබිය හැකිය. සන්නිවේදනයේ මතුපිට අරමුණු මෙන්ම සැඟවුණු අරමුණු හඳුනා ගැනීම ද ග්‍රාහකයාට වැදගත් වෙයි. මාධ්‍ය පරිහරණයේ දී විචාරශීලී වීමෙන් මාධ්‍යයෙන් ඇති විය හැකි අයහපත් බලපෑම අවම කර ගත හැකිය. ඒ සඳහා එක් එක් මාධ්‍ය සංසන්දනාත්මකව හා තනි තනිව අධ්‍යයනය කිරීමේ කුසලතාවන් වර්ධනය කර ගත යුතුය. ග්‍රාහකයින් මාධ්‍ය පිළිබඳ විචාරශීලී වීමෙන් මෙන්ම මාධ්‍ය වෙත ක්‍රියාකාරී ලෙස ප්‍රතිචාර දැක්වීමෙන්, මාධ්‍ය මඟින් පොදු සමාජ අරමුණු ඉටු කරවා ගැනීමට ද අවකාශ සැලසේ.

එක් එක් මාධ්‍ය සතු අධ්‍යාපනය ලබා දීමේ ශක්‍යතා ද විවිධාකාර වේ. මාධ්‍ය නිර්මාණශීලී ලෙස මෙන්ම වගකීමෙන් යුතුව පරිහරණය කිරීම විචාරශීලී ග්‍රාහකත්ව නිපුණතාවන්ට අයත් වේ.

6.1 විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය

6.1.1 විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය හඳුනා ගැනීම

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක් සාර්ථක වන්නේ සන්නිවේදක හා ග්‍රාහක දෙපාර්ශවයේ ම සක්‍රිය දායකත්වය නිසා බව ඔබ දැනටමත් අවබෝධ කර ගෙන ඇත. ඵලදායී සන්නිවේදනය මඟින් සන්නිවේදක අරමුණු මෙන්ම ග්‍රාහක අරමුණු ද ඉටු විය යුතුය. ජන මාධ්‍ය පරිහරණය සම්බන්ධයෙන් ද එම අදහස එලෙසින් ම අදාළ වුවත් ජන මාධ්‍යයේ එවැනි සර්ව සුබවාදී භාවිතයක් පවතී ද යන්න පිළිබඳ ග්‍රාහකයින් අවදියෙන් පසුවීම වැදගත්ය. විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය අවශ්‍ය වන්නේ එබැවිනි. මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයින් අතර ද්වි මාර්ගික සම්බන්ධතාවක් ගොඩනැගීම කෙරෙහි විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය ඉතා වැදගත් වේ.

විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය

විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය යනු මාධ්‍ය මඟින් ග්‍රාහක ගත වන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීමට හා වගකීමෙන් යුතුව පරිහරණය කිරීමට ඇති නිපුණතාවයි. මාධ්‍ය සන්දේශ විවිධ අරමුණු පෙරදැරිව නිර්මාණය කෙරෙයි. ඉන් සමහර අරමුණු පැහැදිලිව හඳුනාගත හැකිය. එහෙත් ඇතැම් සැඟවුණු අරමුණු හඳුනා ගැනීමට තරම් විචාරශීලීත්වයක් ග්‍රාහකයාට තිබිය යුතුය. මාධ්‍ය යන්නට රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය, පුවත්පත්, සඟරා, වෙබ් අඩවි ආදිය ගත හැකියි. මෙහි දී වගකීම යනුවෙන් අදහස් වන්නේ තමාට මෙන්ම සමාජයට ද හානිකර නොවන අයුරින් මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමයි.

මාධ්‍ය දෙස අවිශ්වාසයෙන් හෝ සැකයෙන් බලන්නේ කුමක් නිසා ද යන ගැටලුව යම් අයෙකුට ඇති විය හැකිය. ඕනෑම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක දී සන්නිවේදකයා නිශ්චිත අරමුණක පිහිටා කටයුතු කරයි. එම අරමුණ සන්නිවේදකයාගේ, ග්‍රාහකයාගේ හෝ පොදු සමාජයේ යහපතට හෝ අයහපතට හේතු විය හැකිය.

විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙකු බවට පත්වීමට නම් ග්‍රාහකයා විසින් සන්නිවේදක අරමුණු මොනවාදැයි හඳුනා ගැනීම වැදගත් වේ.

සන්නිවේදක අරමුණු හඳුනා ගැනීම

ගුරුතුමාගේ ද සහාය ඇතිව පන්ති කාමරයේ දී පහත ක්‍රියාකාරකමෙහි යෙදෙන්න.

එක් අයෙක් පන්තියේ කෙළවර සිටින සිසුවකුට යමක් රහසින් පවසන්න. ඉන් පසුව එම රහස වාඩිවී සිටින පිළිවෙලට එකිනෙකාට හුවමාරු කර ගන්න. අවසාන සිසුවාට අසන්න ලැබුණු රහස මුල් ම සිසුවා පැවසූ රහස සමග සසඳා බලන්න. බොහෝ විට මුල් ප්‍රකාශයට වෙනස් ප්‍රකාශයක් අවසානයේ දැකිය හැකි වේ.

මෙහි දී සිදුවන්නට ඇත්තේ කුමක් ද?

- යමෙකුට අමතක වීම හේතුවෙන් හෝ නිසි ලෙස ශ්‍රවණය නොවීම හේතුවෙන් හෝ ප්‍රකාශය විකෘති වීම

- තමන්ගේ රුචිකත්වය අනුව කිසියම් අයෙකු විසින් තොරතුරු වෙනස් කිරීම
- යමෙකු විසින් යම් අරමුණකින් සිතා මතා ම තොරතුරු විකෘති කිරීම

ආදී බොහෝ දේ සිදුවිය හැකිය.

මේ අනුව යම් සන්නිවේදන කටයුත්තක දී තමාට ලැබෙන තොරතුරක් කිසියම් වෙනසකට ලක් කර ඉදිරිපත් කිරීමට ඉඩ ඇති බව ඔබට වැටහෙනවා ද?

පන්ති කාමරයේ දී මෙය හාස්‍ය උපදවන කරුණක් වුව ද, සමාජයේ දී එවැනි සිදුවීම් බරපතල ගැටලු ඇති කිරීමෙහි හේතු විය හැකිය.

යමෙක් මූලාශ්‍රයේ එන තොරතුරු මෙලෙස සිතාමතා විකෘති කිරීමට උත්සාහ දරන්නේ ඇයි ?

1. යම් අවස්ථාවක් තම වාසියට හරවා ගැනීමට
2. තමා වරදක් කර ඇති විට එය සඟවා ගැනීමට හෝ එහි දෝෂාරෝපණය වෙනත් අයෙකුට පැවරීමට
3. තම පාර්ශවයට මිනිසුන් හරවා ගැනීමට හෝ
4. වාදයකින් ජය ගැනීමට

විය හැකියි.

එසේ නම් තවත් කෙනෙක් හෝ ආයතනයක් හෝ ප්‍රකාශ කළ පමණින්

ඔබ එය විශ්වාස කරනවා ද?

ඔබ එය ප්‍රශ්න කරනවාද?

විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙක් සන්නිවේදකයා සන්නිවේදනය කරන පණිවිඩය ප්‍රශ්න කරයි.

- මා වෙත මෙම පණිවිඩය ඉදිරිපත් කළේ ඇයි?
- පණිවිඩය මා වෙත ප්‍රබලව ලබා දීමට භාවිත කළ උපක්‍රම මොනවා ද?
- ඉදිරිපත් කරන්නාගේ සමාජ, දේශපාලනික, සංස්කෘතික වටපිටාව කෙබඳු ද?

වැනි ප්‍රශ්න නැගීමෙන් සන්නිවේදකාගේ සැබෑ අරමුණු හඳුනාගත හැකි වේ.

උදාර පාසලේ 11 ශ්‍රේණියේ ඉගෙනුම ලබයි. ඔහුගේ මල්ලී ඉගෙනුම ලබන්නේ 6 වන ශ්‍රේණියේය. උදාර නිවසට පැමිණෙන විට තම සහෝදරයා ජනප්‍රිය රූපවාහිනී නාලිකාවක් ඉතා ඕනෑ කමින් නරඹමින් සිටින බව පෙනුණි.

උදාර : මල්ලී මොකක් ද ඔයා බලන වැඩසටහන?

මල්ලී : අයියෙ, මේ ටෙලි නාට්‍ය බලන අයට සල්ලි දිනා ගන්න පුලුවන්. මම මේ බලා ඉන්නේ ඒකයි. ටෙලි නාට්‍ය බලන ගමන් සල්ලිත් ලැබෙනවා.

උදාර : මල්ලි ඔයා වගේ අය හිතන්නේ මාධ්‍ය අපට දෙන හැම දෙයක්ම අපේ යහපතට ලබා දෙනවා කියල. ඔයාට සල්ලි ලැබේවි. ඒත් ඒ සල්ලි වෙනුවෙන් තව ගොඩක් දේවල් නැති වේවි. අනෙක ඔයා දිනයි ද කියල කවුද දන්නෙ?

මල්ලී : මට මොනවද නැති වෙන්නෙ?

උදාර : ඔයාට පාඩම් කරන්න තියන කාලය නැති වෙනවා. අනෙක අපේ ටීචර් කිව්වා ළමයි සමහර රූපවාහිනී වැඩසටහන් බලල වැඩිහිටියෝ වගේ හැසිරෙන්න පුරුදු වෙනවා කියල. ළමා වයසේ දී අපට කරන්න ගොඩක් දේවල් තියනවානේ. අපි ඒ ගැන හිත යොමු කරන්න ඕන.

බලන්න මල්ලී, ඔයා දවසට පැය හතරක් පහක් රූපවාහිනිය ඉස්සරහ ගත කරනවානේ. ඒ වෙලාව පාඩම් කළා නම් කොච්චර හොඳ ද? ඔය ටෙලිනාට්‍ය බලන්න පටන් ගත්තට පස්සේ ඔයාගේ වාර විභාග ලකුණුත් අඩුවුණා කියල අම්ම කියනවා මම අහගෙන. ඒ විතරක් ද වෙළඳ දැන්වීම් වල දකින දකින දේ ඉල්ලලා තාත්තට කරදර කරනවා. ඔයා දැන් හවසට යාළුවොත් එක්ක සෙල්ලම් කරන්න යන්නෙත් නැහැ නේද? ටික දවසකින් ඔයාට යාළුවොත් නැති වේවි.

මල්ලී : එතකොට අයියා අපි ඊයෙ බලපු ස්වභාවික වෘක්ෂලතා ගැන වැඩසටහන ඔයාගෙ විද්‍යාව පාඩමටත් වැදගත් වුණා කිව්ව නේද?

උදාර : ඔව් මල්ලී, ඒ වගේ අපට ප්‍රයෝජනවත් දේත් මාධ්‍යවල ප්‍රචාරය වෙනවා. ඒවා තෝරා බේරා ගන්න අපට පුළුවන් වෙන්න ඕන.

ඉහත සංවාදයේ උදාරගේ සහෝදරයා අවිචාරවත්ව මාධ්‍ය පරිහරණය කරන්නෙක් බවට පත් වන්නේ ඒවායේ බලපෑම පිළිබඳ අවබෝධයක් නොමැතිව කටයුතු කරන නිසාය. එහෙත් තම සහෝදරයාගේ මග පෙන්වීම යටතේ මාධ්‍යයේ අහිතකර බලපෑම හා මාධ්‍ය සන්දේශ තෝරා ගෙන පරිහරණය කිරීම පිළිබඳ අවබෝධයක් ඔහුට ලබා ගත හැකි විය. ඔබට ද මෙවැනි මග පෙන්වීම් ඔබගේ හිත මිතුරන් වෙත ලබා දිය හැකිය.

මාධ්‍ය බොහෝවිට උත්සාහ දරන්නේ බාහිර ආකර්ෂණයෙන් යුතු දේ ලබා දී ග්‍රාහකයා ග්‍රහණය කරගැනීමටය. ත්‍යාග, මුදල්, සුන්දරත්වයෙන් යුතු දේ, පුදුම එළවන සුළු දේ ලබා දීමෙන් තමාට රිසි පරිදි ග්‍රාහකයා හැසිරවීමට මාධ්‍ය කටයුතු කරයි. එමඟින් ග්‍රාහකයා ලවා ව්‍යාපාරිකයින්ගේ අභිප්‍රායන් ඉටුකර ගැනීමට අවශ්‍ය පසුබිම ද සකසා දෙයි.

මාධ්‍යයේ මතුපිටින් නොපෙනෙන මෙම යටි අරමුණ විචාරශීලී ග්‍රාහකයා හඳුනා ගනියි. ඒ අනුව තමාට අවශ්‍ය කරන හා ප්‍රයෝජනවත් දේ පමණක් තෝරා බේරාගෙන කටයුතු කිරීමට ඔහු උත්සුක වෙයි.

එපමණකින් නොනැවතී මාධ්‍ය වෙත ස්වකීය ප්‍රතිචාර දක්වමින් මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයෙහි ගුණාත්මක වෙනසක් ඇති කිරීමට විචාරශීලී ග්‍රාහකයා උත්සාහ දරයි. මේ සඳහා පෞද්ගලිකව මෙන්ම සාමූහිකව ද මාධ්‍ය වෙත ප්‍රතිචාර දැක්වීම කළ හැකිය. මේ අනුව මාධ්‍ය පාලනය කිරීමේ අවියක් ලෙස විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය යොදා ගත හැකිය.

විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු සතු විය යුතු නිපුණතා

- ජන මාධ්‍ය මඟින් ඉදිරිපත් කරන දේ නිසි ලෙස අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව
- මාධ්‍ය මඟින් සඟවන දේ කුමක්දැයි අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව
- ජන මාධ්‍ය කටයුතු කරන්නේ කුමන අරමුණකින් ද යන්න තේරුම් ගැනීමේ හැකියාව
- ජන මාධ්‍ය උත්සාහ දරන්නේ තමා කෙබඳු පුද්ගලයකු බවට පත් කිරීමට ද යන්න අවබෝධ කර ගැනීමේ හැකියාව
- ග්‍රාහකයා පොළඹවා ගැනීමට මාධ්‍ය විසින් ගන්නා උපාය මාර්ග තේරුම් ගැනීමට ඇති හැකියාව
- මාධ්‍ය කුමක් ඉදිරිපත් කළ ද තමාට අවශ්‍ය දේ පමණක් තෝරා බේරා ගෙන පරිහරණය කිරීමට ඇති හැකියාව
- මාධ්‍ය වෙත මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ තමාගේ ප්‍රතිචාර පෞද්ගලිකව හා සංවිධානාත්මකව ඉදිරිපත් කිරීම මඟින් මාධ්‍ය සමග අන්තර් සබඳතාවක් පවත්වා ගැනීමට ඇති හැකියාව

මාධ්‍ය කෙරෙහි විචාරශීලී වීම, මාධ්‍ය පරිහරණයෙන් පමණක් ලබා ගත හැකි නිපුණතාවක් නොවේ. ඒ සඳහා සමාජය පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් ද තිබිය යුතුය.

- පොත් පත්, සඟරා ආදිය කියවීමෙන් දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම
- ඇසූ පිරූ තැන් ඇති අය ඇසුරු කිරීම
- තමා අවට සමාජයේ සිදු වන දේ පිළිබඳ විචාරශීලී වීම
- සමාජයේ මාධ්‍ය හිමිකරුවන් හා මාධ්‍ය මෙහෙය වන පිරිස්වල හැසිරීම් පිළිබඳ අවබෝධයෙන් සිටීම
- වෙළඳපොළ ක්‍රියාකාරිත්වය පිළිබඳ අවබෝධයෙන් සිටීම

විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය ශක්තිමත් කරයි.

6.1.2 ජන මාධ්‍ය විචාරය

ජන මාධ්‍ය මඟින් සිදුවන අයහපත් බලපෑමෙන් මිදී සිටීමට නම් ග්‍රාහකයා විචාරශීලී වීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මාධ්‍ය සන්දේශ විනිවිද දැකීමට ඇති හැකියාව මාධ්‍ය අධ්‍යයනය පිළිබඳ අත්දැකීමෙන් ම ලැබිය යුත්තකි. විනිවිද දැකීම යනු සන්දේශවල මතුපිටින් පෙනෙන

අර්ථය පමණක් නොව සැඟවුණු අර්ථය ද හඳුනා ගැනීමට ඇති හැකියාවයි. ඉතා සුන්දර යැයි ග්‍රාහකයාට සිතෙන සන්දේශයක් සමාජයට අහිතකර බලපෑම් ඇති කිරීමට ඉඩ ඇත. එමෙන් ම යම් සන්දේශයක අප නොදකින හරයක් පවතින්නට ද ඉඩ ඇත. කෙසේ වෙතත් මෙය වටහා ගැනීමට අවශ්‍ය වන්නේ මාධ්‍ය සන්දේශයක් දෙස විවිධ දෘෂ්ටි කෝණයෙන් බැලීමේ හැකියාවයි. මේ සඳහා ග්‍රාහකයාගේ විචාරශීලී චින්තනය ප්‍රයෝජනවත් වේ. පොදු ග්‍රාහකයාගේ විචාරශීලී චින්තනය සංවර්ධනය වීමට මාධ්‍ය විචාරකයින්ගේ මැදිහත් වීම ද වැදගත් වේ.

මාධ්‍ය විචාරයේ දී සන්දේශය හුදකලා කොට සැලකීම සාධාරණ නොවන අතර ඊට අදාළ පසුබිම් සාධක පිළිබඳ හැදෑරීම ද අත්‍යවශ්‍ය වේ. මෙහි දී එක් එක් මාධ්‍ය හා මාධ්‍ය සන්දේශ තනි තනිව මෙන්ම එකිනෙක සංසන්දනාත්මකව ද අධ්‍යයනය කළ හැකිය. සන්දේශයකින් ඉදිරිපත් වන අදහස කුමක් ද යන්න තීරණය වීමට බොහෝ සාධක හේතුවෙයි.

- මාධ්‍ය ආයතනයේ හිමිකාරිත්වය
- මාධ්‍ය හා සම්බන්ධ ආර්ථික හා සමාජ සාධක
- අදාළ කාලයේ පවතින දේශපාලන වාතාවරණය
- සංස්කෘතික පසුබිම

මාධ්‍ය විචාරකයා

මාධ්‍ය විචාරකයා යනු මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා අතර සම්බන්ධය ශක්තිමත් කරන්නෙකි. මාධ්‍ය හා මාධ්‍ය සන්දේශවල සැබෑ ස්වභාවය ග්‍රාහකයා වෙත හඳුන්වා දීම මාධ්‍ය විචාරකයාගේ කාර්යභාරයයි. බොහෝ ග්‍රාහක පිරිස් මාධ්‍ය සන්දේශ විනිවිද දැකීමේ හැකියාවෙන් තොරවූවෝ වෙති. මාධ්‍ය සන්දේශවල හරය, එහි සමාජ බලපෑම, මතු පිට හා සැඟවුණු අරුත් පිළිබඳ ග්‍රාහකයා දැනුවත් කිරීම විචාරකයා අතින් සිදුවිය යුතුය. එහෙයින් ග්‍රාහකයා මාධ්‍ය විචාරය පිළිබඳ අවධානයෙන් පසුවීම වැදගත් ය. පුවත් පත්, ග්‍රන්ථ, සඟරා හෝ අන්තර්ජාලයේ පළවන විචාර ඇසුරෙන් මාධ්‍ය පිළිබඳ තම දෘෂ්ටිය පුළුල් කර ගැනීමට උනන්දු විය යුතුය.

ස්වයං අධ්‍යයනය සඳහා

එකම දිනයක පුවත්පත් දෙකක ඇතුළත් ප්‍රවෘත්ති මොනවාදැයි සටහන් කර ගන්න. මෙහි දී ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්තිය හා පළමු පිටුවේ සඳහන් ප්‍රවෘත්ති වෙනම සටහන් කර ගන්න. පහත කරුණු නිරීක්ෂණය කරන්න.

- පුවත්පත් දෙකේ වෙනස් ප්‍රවෘත්ති තෝරා ගෙන ඇති අවස්ථා
- ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්තිය වෙනස් වී ඇති අවස්ථා
- එකම ප්‍රවෘත්තියේ සමහර වැදගත් තොරතුරු ඇතුළත් නොකර ඇති අවස්ථා
- එකම ප්‍රවෘත්තියට එක් පුවත්පතක් වැඩි අවධානයක් සහ අනෙක් පුවත්පත අඩු අවධානයක් ලබා දී ඇති අවස්ථා

මෙම නිරීක්ෂණයේ දී මාධ්‍ය ආයතනයේ හිමිකාරිත්වය, ඉලක්කගත ග්‍රාහක පිරිස, සමකාලීන සමාජ දේශපාලනික පසුබිම ආදිය පිළිබඳ සැලකිලිමත් විය යුතුය.
මේ ආකාරයෙන් රූපවාහිනී හෝ ගුවන්විදුලි නාලිකා දෙකක් හෝ කිහිපයක් පිළිබඳව ද අධ්‍යයනය කළ හැකිය.

ක්‍රම ක්‍රමයෙන් ජන මාධ්‍ය සන්දේශ නිරීක්ෂණය කිරීමට හුරු වීම මඟින් විචාරශීලී ග්‍රාහකත්ව නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගත හැකිය. ඒ සඳහා මාධ්‍ය හැසිරීම පිළිබඳ මනා අවබෝධයකින් පසු විය යුතුය.

එකම වේලාවේ රූපවාහිනී නාලිකා දෙකක විකාශනය වන වැඩසටහන් මොනවාදැයි ඔබ නිරීක්ෂණය කර තිබේද? බොහෝ විට එකම වේලාවේ තරගකාරී නාලිකා විසින් එක සමාන වැඩසටහන් විකාශනයෙන් ප්‍රේක්ෂකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ තරගයක යෙදී සිටියි. උත්සව සමයේ දී, මැතිවරණ ප්‍රතිඵල විකාශනය වැනි විශේෂ අවස්ථාවල දී, වැඩි දෙනෙක් රූපවාහිනී නරඹන සවස් කාලයේ මෙම තරගය තියුණු ලෙස ක්‍රියාත්මක වෙයි.

ජන මාධ්‍ය මඟින් නොයෙකුත් උපාය මාර්ග යොදමින් ග්‍රාහකයා ආකර්ෂණය කර ගනියි. ග්‍රාහකයෝ දීර්ඝ කාලයක් රූපවාහිනිය ඉදිරියේ වාඩි වී සිටිති. මාධ්‍යයෙන් ලබා දෙන උපදෙස් පිළිපදිති. එහෙත් එම කාලය තුළ දී ග්‍රාහකයාට සැබවින් ම ප්‍රයෝජනවත් යමක් ලබා දී ඇත් ද යන්න විමසා බැලිය යුතුය. බොහෝ විට මෙමඟින් ග්‍රාහකයා තම කාලය සහ මුදල් මෙන්ම ස්වාධීන චින්තනය ද අහිමි කර ගෙන ඇත.

6.1.3 මාධ්‍ය සඳහා ප්‍රතිචාර ඉදිරිපත් කිරීම

මාධ්‍ය සඳහා ප්‍රතිචාර ඉදිරිපත් කරන්නේ කුමක් නිසා ද?

මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා අතර ක්‍රියාවලිය ඵලදායී ලෙස ප්‍රතිසංවිධානය කර ගැනීමේ අපේක්ෂාව ඉටු කර ගැනීම සඳහා ය.

මේ අනුව මාධ්‍ය සඳහා ප්‍රතිචාර දැක්වීම යනු සන්දේශ සංවර්ධනීය ක්‍රියාදාමයකි. මාධ්‍ය දැනට වඩා ග්‍රාහක හිතවාදී ලෙස කටයුතු කිරීමට පොළඹවන ක්‍රියාදාමයකි. මෙය එක් අතකින් ග්‍රාහකයා විසින් මාධ්‍ය පාලනය කිරීමකි. මේ සඳහා ග්‍රාහකයා ශක්තිමත් විය යුතුය.

ග්‍රාහකයකුට තනිව හෝ සංවිධානය වී මාධ්‍ය වෙත ප්‍රතිචාර ඉදිරිපත් කළ හැකිය. ඔබගේ පාසලේ මාධ්‍ය සමාජය මඟින් සංවිධානාත්මකව මාධ්‍ය වෙත ප්‍රතිචාර දැක්විය හැකිය. සංගමයේ ප්‍රතිචාරය ලිපියක් ලෙස සකස් කොට විදුහල්පතිගේ අනුමැතිය යටතේ මාධ්‍ය සමාජයේ ලේකම්ගේ අත්සනින් යුතුව අදාළ ආයතනය වෙත යොමු කළ හැකිය. එමෙන්ම ග්‍රාහක ප්‍රතිචාරය සහිත ලිපිය සමග ග්‍රාහක පිරිසකගේ අත්සන් ඉදිරිපත් කිරීම මඟින් ද වැඩි බලපෑමක් සිදු කළ හැකිය.

මාධ්‍ය වෙත ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ දී

- මාධ්‍ය සන්දේශවල ප්‍රබලතා හා දුර්වලතා
- මාධ්‍ය සන්දේශවල යහපත් හා අයහපත් ලක්ෂණ
- යෝජනා හා චෝදනා
- තමාට හෝ සමාජයට සිදුවන අයහපත් බලපෑම

ඉදිරිපත් කළ හැකිය. ඒ සඳහා නොයෙකුත් ක්‍රම යොදා ගනු ලැබේ.

මාධ්‍ය වෙත ප්‍රතිචාර ඉදිරිපත් කළ හැකි ක්‍රම

- තැපැල්පත්
- දුරකථන ඇමතුම්
- විද්‍යුත් තැපෑල
- කෙටි පණිවිඩ
- සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි
- පුවත්පත්වලට ලිපි සම්පාදනය
- ලිපියක් ලෙස සකසා ප්‍රතිචාර දන්වා යැවීම
- මාධ්‍ය පා ගමනක් හෝ උද්ඝෝෂණයක් සංවිධානය කිරීම

බොහෝ විද්‍යුත් මාධ්‍ය වැඩසටහන්වල දී ප්‍රතිචාර දන්වා යැවීම සඳහා ක්‍රම ඉදිරිපත් කරයි. එම ප්‍රතිචාර අදාළ වැඩසටහනෙහි නිර්මාණකරුවන්ගේ අවධානයට යොමු වෙයි.

6.1 රූපය

එමෙන්ම පුවත්පත්වල පාඨකයින්ට තම අදහස් හා ගැටලු පළ කිරීමට පිටුවක් වෙන් කර තිබෙනු දැකිය හැක. මාධ්‍ය පිළිබඳ තම ප්‍රතිචාර එලෙස පළ කිරීමෙන් මාධ්‍යකරුවන්ගේ සහ සමස්ත සමාජයේ අවධානය ඒ කෙරෙහි ලබා ගත හැකිය.

පා ගමන හෝ උද්ඝෝෂණය කලහකාරී ලෙස සිදුකරන්නක් නොව, මාධ්‍ය කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කිරීමේ අරමුණෙන් සාමකාමී ලෙස සිදුකරන අදහස් ප්‍රකාශනයකි. මාධ්‍යයේ සහ පොදු ජනතාවගේ අවධානය පහසුවෙන් දිනා ගත හැකි ක්‍රමවේදයක් ලෙස මෙම ක්‍රමය හැඳින්විය හැකිය. පුවත්පත් වාර්තාවක් හෝ ලිපියක් මගින් යමෙකුට යම් හානියක් සිදුවුණි නම් ඒ පිළිබඳ කටයුතු කිරීමට පුවත්පත් පැමිණිලි කොමිෂන් සභාව පිහිටුවා ඇත. එම ආයතනයට එවැනි සිදුවීමක් දැනුම් දීමෙන් අගතියට පත් පාර්ශවයට සාධාරණයක් ඉටු කර ගත හැකිය.

6.2 ජන මාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා

ජන මාධ්‍ය/ නූතන මාධ්‍ය	නව මාධ්‍ය
පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, සිනමාව	කෙටි පණිවිඩ (SMS), සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි (Social Networks) ඇතුළු වෙබ් අඩවි (Web), විද්‍යුත් තැපෑල (e-mail), අන්තර්ජාලයේ පළ කරන පුවත්පත් ආදිය

6.2.1 ජන මාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ භාවිතය

තාක්ෂණයේ සංවර්ධනය සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය හා අත්වැල් බැඳ ගැනීම හේතුවෙන් ඇති වූ මාධ්‍ය ප්‍රභේද ලෙස ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය හැඳින්විය හැකිය. මානව සන්නිවේදනය සීමා කෙරුණු භූගෝලීය සාධක ජය ගැනීමට මෙම මාධ්‍ය ඔස්සේ මිනිසාට හැකි විය. මේ මඟින් ඕනෑම දුරක සිටින අයෙකු සමග පහසුවෙන් සහ ක්ෂණිකව තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට හැකි වී තිබේ. ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරීත්වය පුළුල් සමාජ වෙනසක් ඇති කිරීම සමත් විය. ඊට ඒවායෙහි දක්නට ඇති සුවිශේෂී ලක්ෂණ බලපා ඇත.

ජන මාධ්‍යයේ සුවිශේෂ ස්වභාවය හා එහි බලපෑම

පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනී මාධ්‍ය මඟින් එකවර සමස්ත සමාජයක් වෙත පණිවුඩ ලබා දිය හැකිය. මෙමඟින් සමාජයේ බහුතර ජනයා තුළ පොදු හැඟීමක් ඇති කිරිමට ජනමාධ්‍යට හැකි වී තිබේ. පෙර දින රාත්‍රියේ රූපවාහිනියේ හෝ ගුවන් විදුලියේ ප්‍රවෘත්ති විකාශයේ ඇතුළත් වූ තොරතුරු පිළිබඳ උදෑසන බොහෝ දෙනා එක්ව කතා බහ කරන්නේ එහෙයිනි. එමෙන්ම පුවත්පත් කිහිපයක් වුව ද එකම දිනක එකම ප්‍රවෘත්තියක් මුල් කර ගනිමින් ප්‍රධාන ශීර්ෂපාඨ පළ වන අතර ඒ කෙරෙහි සියලු පාඨකයන්ගේ අවධානය යොමු වේ. මේ පිළිබඳ වැඩි වැටහීමක් ලබා ගැනීමට ජන සන්නිවේදන මාධ්‍යය පිළිබඳ 10 ශ්‍රේණියේ දී ඉගෙන ගත් කරුණු ද ඉවහල් වනු ඇත.

ජන මාධ්‍යයේ පොදු තොරතුරු හේතුකොට ගෙන සමාජයේ විවිධ පුද්ගලයින් එකම ආකාරයෙන් කටයුතු කිරීම දක්නට ලැබෙයි. පුද්ගලයින් වෘත්තීය, වයස, අධ්‍යාපන මට්ටම, ස්ත්‍රී පුරුෂ බව, සමාජ ස්ථරය ආදියෙන් වෙනස් වූවත් ඔවුන්ගේ රුචිකත්ව හා ජීවන රටා සමාන වීම ජන මාධ්‍ය මුල් කරගත් සමාජයේ ලක්ෂණයකි.

- බොහෝ දෙනෙකුගේ ප්‍රියතම ගීතය වන්නේ අදාළ කාල වකවානුව තුළ වැඩියෙන්ම ජන මාධ්‍යවල ප්‍රචාරය වන ගීතයයි.
- බොහෝ දෙනා කැමති ම ක්‍රීඩාව වන්නේ ජන මාධ්‍යවල වැඩි ම ඉඩක් වෙන් කර ඇති නිතර අසන්නට සහ දකින්නට ඇති ක්‍රීඩාවයි.
- වැඩි දෙනෙක් පරිහරණය කරන්නේ ජන මාධ්‍යවල වැඩි වශයෙන් ම ඉස්මතු කර දක්වන භාණ්ඩ හා සේවාවන්ය.

කෙසේ වෙතත් අද සමාජයට ජන මාධ්‍යයෙන් බැහැරව කටයුතු කිරීමට හැකියාවක් නොමැත. එය ජනතාවගේ එදිනෙදා ජීවිතයේ අවශ්‍යතාවක් බවට පත්ව ඇත. දෛනිකව විනෝදය, අවට ලෝකය පිළිබඳ තොරතුරු, අධ්‍යාපනය, සංස්කෘතිය ආදිය බෙදා හදා ගැනීමට ජන මාධ්‍ය අවශ්‍යව ඇත.

නව මාධ්‍යයේ සුවිශේෂ ස්වභාවය හා එහි බලපෑම

මෑත යුගයේ බිහි වූ පෙරළිකාර තාක්ෂණය වන අංකිත තාක්ෂණය (Digital Technology) පදනම් කර ගෙන නව මාධ්‍ය බිහි විය. නව මාධ්‍ය උපකරණවල ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් වන්නේ පෞද්ගලිකව පරිහරණය කිරීමේ ඇති හැකියාවයි.

ජන මාධ්‍යයෙන් ඇති වූ බලපෑමට වෙනස් වූ තත්ත්වයක් නව මාධ්‍ය මඟින් සමාජයෙහි ඇති වේ. ජන මාධ්‍ය මඟින් පොදු හැඟීමක් ඇති කළ ද නව මාධ්‍ය මඟින් සමාජයේ සාමාජිකයින් හුදකලා කිරීමක් සිදු වේ. එමෙන්ම තම රුචිකත්වය අනුව වෙන් වෙන් වශයෙන් තොරතුරු පරිහරණය කිරීමට හැකියාව ලැබේ. පරිගණක, ටැබ්ලට් පරිගණක, ජංගම දූරකථන, ආදී උපකරණ ආශ්‍රිත අංකිත රූපවාහිනීය, අංකිත ගුවන්විදුලිය, විද්‍යුත් තැපැල, සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි වැනි මාධ්‍ය මඟින් සමාජයට මෙවැනි බලපෑම් ඇති කෙරෙයි.

නව මාධ්‍යයේ ස්වභාවය

- භූගෝලීය වශයෙන් සීමා නොවීම
- ග්‍රාහකයාට අභිමත පරිදි සන්දේශ තෝරා ගැනීමට හැකි වීම
- පරිගණකය, ජංගම දූරකථනය වැනි බහුමාධ්‍ය උපකරණ ආශ්‍රිතව භාවිත කිරීමට හැකි වීම
- ඕනෑම අවස්ථාවක, ඕනෑම ස්ථානයක සිට භාවිත කළ හැකි වීම
- ගෝලීය වශයෙන් ව්‍යාප්තිය සිදු වීම
- සම්බන්ධ වන සියලු දෙනාට ම අන්තර් ක්‍රියාකාරී ලෙස තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට හා සංස්කරණය කිරීමට ඇති හැකියාව

6.2.2 මාධ්‍ය ග්‍රාහක විවිධතා

පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය සහ රූපවාහිනිය ආදී විවිධ ජන මාධ්‍ය පරිහරණයේ දී ග්‍රාහකයින් සන්දේශ සම්බන්ධයෙන් දක්වන ප්‍රතිචාර විවිධාකාර වේ. ඒ අනුව ග්‍රාහකයින්ගේ

- වයස් මට්ටම
- සංස්කෘතිය
- අධ්‍යාපනය
- ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය
- රස වින්දනයෙහි ස්වභාවය
- දැනුම හා අවබෝධය
- විචාරශීලීත්වය

ආදී සාධක පදනම් කර ගෙන මෙම ග්‍රාහක විවිධතා ඇති වේ. ග්‍රාහකයින් මාධ්‍ය සන්දේශ සම්බන්ධයෙන් කටයුතු කරන ආකාරය අනුව කාණ්ඩ දෙකකට බෙදා දැක්විය හැකිය.

- නිෂ්ක්‍රීය ග්‍රාහකයා
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයා

නිෂ්ක්‍රීය ග්‍රාහකයා

මාධ්‍යයෙන් එන සන්දේශ කිසිදු විචාරයකින් තොරව භාර ගැනීමට සූදානමින් සිටින්නේ නිෂ්ක්‍රීය ග්‍රාහකයාය. මෙම පිරිස සමාජයේ බහුතර ජන පිරිසකි. මාධ්‍ය හා ව්‍යාපාරික අනුග්‍රාහකත්වය විසින් තමාට අවශ්‍ය කරන සමාජ මතය ගොඩනැගීම සඳහා

බොහෝ විට මෙම ග්‍රාහක කණ්ඩායම යොදා ගනු ලබයි. මෙම පිරිස මාධ්‍ය සමග නිතර සම්බන්ධතා පවත්වති. එමෙන්ම මාධ්‍ය කෙරෙහි වැඩි විශ්වාසයක් තබති. විද්‍යුත් මාධ්‍යයට නිතර දූරකථන ඇමතුම් ලබා ගනිමින් ඉල්ලීම් කරන්නේ, කෙටි පණිවිඩ, තැපැල් පත් ආදිය මඟින් වැඩසටහන් හා මාධ්‍යකරුවන් අවිචාරවත්ව වර්ණනා කිරීමට ඉදිරිපත් වන්නේ ද මෙකී නිෂ්ක්‍රීය ග්‍රාහක පිරිසයි. එලෙස ප්‍රතිචාර නොදැක්වූව ද මාධ්‍යයෙන් ගෙන එන වැඩසටහන්, ලිපි හෝ නොයෙක් සන්දේශවලට අනුව තම දෛනික කටයුතු හැඩ ගස්වා ගැනීම නිෂ්ක්‍රීය ග්‍රාහකයින්ගේ ස්වභාවයයි.

සක්‍රීය ග්‍රාහකයා

සක්‍රීය ග්‍රාහකයා මාධ්‍ය සන්දේශවල යහපත් අයහපත් බලපෑම පිළිබඳ මනා අවබෝධයකින් යුතුව කටයුතු කරයි. එමෙන්ම මාධ්‍යයෙන් එන සන්දේශ තම අවශ්‍යතාව අනුව තෝරා බේරා ගෙන පරිහරණය කිරීමේ හැකියාව ද ඔවුන් සතුව පවතී. මාධ්‍ය වෙත ක්‍රියාකාරී ලෙස ප්‍රතිචාර දැක්වීමටත් ග්‍රාහක සමාජය දැනුවත් කරමින් මාධ්‍ය හා ග්‍රාහක සම්බන්ධය ශක්තිමත් කිරීමටත් ඔවුහු වැඩි දුරටත් කටයුතු කරති. එවැනි ග්‍රාහකයින් මාධ්‍ය වෙත බලපෑම් කිරීමට සමත්වන අතර එමගින් මාධ්‍ය හා ග්‍රාහක සම්බන්ධය වඩාත් ඵලදායී කිරීමට මඟ පෑදෙයි. ග්‍රාහක අවශ්‍යතා අනුව මාධ්‍ය හැඩ ගැස්වීමට ක්‍රියාකාරී ග්‍රාකයින්ගේ මැදිහත් වීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. පහත විස්තරයේ 'තීක්ෂණ' සක්‍රීය ග්‍රාහකයකු ලෙස කටයුතු කර ඇත.

> තීක්ෂණ 11 ශ්‍රේණියේ ඉගෙනුම ලබන සිසුවෙකි. දිනක් ඔහු රූපවාහිනියෙන් දුටු වෙළඳ දැන්වීමක් නිසා කැළඹීමකට පත් විය. ඉතා රසවත් ආහාරයක් තම මවට හොරෙන් කෑමට ගන්නා දරුවකු එම දැන්වීමෙන් නිරූපණය කර තිබුණි.
>
> මෙමගින් කුඩා ළමුන්ට නරක ආදර්ශයක් ලැබෙන බව තීක්ෂණ පාසල් මාධ්‍ය සමාජයේ දී පැවැත් වූ කතාවක ප්‍රකාශ කර සිටියේය. එම දැන්වීම විකාශනය කළ රූපවාහිනී නාලිකාවට මේ පිළිබඳ අප්‍රසාදය දන්වා යැවිය යුතු බවට තීක්ෂණ කළ යෝජනාවට මාධ්‍ය සංගමයේ සියලු දෙනාගේ ම එකඟතාව පළ විය.
>
> ඒ අනුව මාධ්‍ය සංගමයේ ලේකම් විසින් අදාළ කරුණ පිළිබඳ ලිපියක් සකස් කොට මාධ්‍ය ආයතනය වෙත යවනු ලැබීය.

6.2.3 ජන මාධ්‍ය අරමුණු හා ග්‍රාහක අරමුණු

ජන මාධ්‍ය පැවැත්ම තීරණය වන්නේ ග්‍රාහක පිරිස මතයි. එහෙයින් මාධ්‍ය ආයතන ග්‍රාහක අරමුණු ඉටු කිරීම කෙරෙහි වැඩි උනන්දුවක් දැක්විය යුතුය. එහෙත් මාධ්‍ය ආයතන පවත්වාගෙන යාමේ දී ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන මූල්‍ය ප්‍රතිපාදන සපයා ගැනීම කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කළ යුතු වේ. තව ද මාධ්‍ය හිමිකරුවන් සතු විවිධ න්‍යාය පත්‍ර ද තිබිය හැකිය. ඉන් ඇතැම් ඒවා සමාජ යහපත වෙනුවෙන් ද, ඇතැම් ඒවා පෞද්ගලික අපේක්ෂා ඉටුකර ගැනීම සඳහා ද වේ.

මාධ්‍ය පවත්වාගෙන යාම ප්‍රධාන අරමුණු දෙකක් ඔස්සේ සිදු විය හැකිය.

- මහජන සේවාවක් ලෙස මාධ්‍ය පවත්වාගෙන යාම
- වාණිජ පරමාර්ථයෙන් මාධ්‍ය පවත්වාගෙන යාම

පොදු ජනතාවට රස වින්දනය සමග අධ්‍යාපනය හා සංවර්ධනාත්මක තොරතුරු ලබා දීම මහජන සේවා මාධ්‍යවල අරමුණ වේ. ආරම්භක යුගයේ දී ශ්‍රී ලංකා රජයට අයත් ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී මාධ්‍ය ද මහජන සේවා මාධ්‍ය සේ ක්‍රියාත්මක විය. මාධ්‍ය ආයතන වාණිජ පරමාර්ථයෙන් කටයුතු කිරීමේ දී තරගකාරී ලෙස වැඩි ග්‍රාහක පිරිසක් රඳවා ගැනීමට උත්සාහ කරයි. එහි දී පොදු ජනතාව වෙත සේවාවක් ලබා දීම වෙනුවට තෝරා ගත් පිරිසක් වෙත තෝරා ගත් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කිරීම මගින් ජනප්‍රියත්වය රඳවා ගැනීමට යොමු විය හැකිය.

මාධ්‍ය යනු කර්මාන්තයකි

තොරතුරු අලෙවිය වර්තමාන ලෝකයේ වඩාත් ඉහළ වටිනාකමකින් යුතු ව්‍යාපාර ගණයට එක්ව ඇත. මාධ්‍ය යනු තොරතුරු අලෙවිය පදනම් කර ගත් ව්‍යාපාරයකි. වැඩි වටිනාකමක් ලැබෙන්නේ වැඩියෙන් අලෙවි කළ හැකි තොරතුරුවලටය. වැඩි ලාභයක් අපේක්ෂා කරන විට සන්නිවේදනයේ සමාජීය අරමුණු යටපත් වීම මාධ්‍ය කර්මාන්තය තුළ දැකිය හැකි ලක්ෂණයකි.

අද මාධ්‍ය කර්මාන්තයෙහි තියුණු තරගකාරීත්වයක් දැකිය හැක. මාධ්‍ය ආයතන හිමිකරුවෝ තරගය ජයගැනීමට නොයෙක් ප්‍රයෝග යොදති.

ක්‍රියාකාරකම 01 (ජන මාධ්‍ය අරමුණු හඳුනා ගැනීමට)

එකම දිනයක පළ වන වෙනස් පුවත්පත්වල හෝ විද්‍යුත් මාධ්‍යවල එකම ප්‍රවෘත්තිය වෙනස් ආකාරයෙන් වාර්තා කර තිබෙන ආකාරය දැක ගත හැකිය.

බස්ලොරි ගැටුමෙන් තිදෙනෙකුට තුවාල	**අධික වේගයෙන් ආ බස් රිය ලොරියේ ගැටී තිදෙනෙකුට තුවාල සිදු කරයි.**

මෙම වාර්තා දෙක එකම සිදුවීම දෙයාකාරයකට අර්ථ ගන්වා ඇති බව ඔබට නිරීක්ෂණය කළ හැකිය. පළමු වාර්තාවෙන් සිදුවීම මැදිහත්ව වාර්තා කර ඇත. එහෙත් දෙවන වාර්තාවෙන් වරද බස් රථය පැද වූ රියදුරු වෙත පවරා ඇත.
මෙලෙස විවිධාකාරයෙන් අර්ථකථනය කිරීමෙන් බලාපොරොත්තු වන්නේ කුමක් ද?

- කුමක් හෝ සැඟවීම
- යමක් ඉස්මතු කිරීම හෝ
- නැති දෙයක් නිර්මාණය කිරීම හෝ විය හැකිය.

පුවත්පත්, රූපවාහිනී නාලිකා හා ගුවන්විදුලි නාලිකා කිහිපයක් මෙලෙස සංසන්දනාත්මකව අධ්‍යයනය කර බලන්න. එක් එක් මාධ්‍ය ආයතනවල අරමුණු වෙනස් වීම කෙරෙහි බලපාන ප්‍රධාන සාධක වන්නේ මාධ්‍ය හිමිකාරිත්වය සහ ව්‍යාපාරික අනුග්‍රාහකත්වයයි.

ජන මාධ්‍ය ඇසුරට යොමු වන ග්‍රාහකයින්ට ද මාධ්‍ය භාවිතයෙන් අපේක්ෂිත අරමුණු රැසක් තිබිය හැකිය.

ක්‍රියාකාරකම 02 (ග්‍රාහක අරමුණු හඳුනා ගැනීම සඳහා)

පහත සඳහන් ප්‍රශ්න අතරින් එකක් ඔබගේ මිතුරන් දස දෙනෙකුට යොමු කර ඔවුන් ලබා දෙන පිළිතුරු සටහන් කර ගන්න.

- ඔබ පුවත්පත් කියවන්නේ ඇයි?
- ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන්නේ ඇයි?
- රූපවාහිනිය නරඹන්නේ ඇයි?

දැනුම ලබා ගැනීම	උදාහරණ : ප්‍රශ්න විචාරාත්මක වැඩසටහන් ඇසීම
තොරතුරු දැන ගැනීම	
විනෝදය ලබා ගැනීම	

ඉහත ක්‍රියාකාරකම ඇසුරින් ඔබ ජන මාධ්‍ය ඇසුරු කරන ග්‍රාහකයින්ගේ අරමුණු හඳුනා ගන්නට ඇත. තම සාමාන්‍ය ජීවිතයේ කටයුතු යහපත්ව පවත්වාගෙන යාමට ජන මාධ්‍යයෙන් අනුබලයක් ලැබේය යන විශ්වාසය ඔවුන් තුළ පවතින බව ඔබට වැටහෙනවා ඇත.

ජන මාධ්‍ය අරමුණු හා ග්‍රාහක අරමුණු අතර එකඟතා හා පරස්පරතා ඇති බව මේ ඇසුරින් විග්‍රහ කර ගත හැකිය. මහජන සේවාවක් ලෙස පවත්වා ගෙන යනු ලබන මාධ්‍ය ආයතනයක් ග්‍රාහක අරමුණු කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කරනු ඇත. එහෙත් අද බහුලව දක්නට ලැබෙන්නේ වාණිජ පරමාර්ථයෙන් කටයුතු කරන මාධ්‍ය ආයතනයි. ලාභය අරමුණු කර ගැනීම හේතුවෙන් මාධ්‍ය පරමාර්ථ හා ග්‍රාහකයින්ගේ සමාජ පරමාර්ථ අතර පරස්පරතා වැඩි වශයෙන් දැකිය හැකිය. මේ අනුව ග්‍රාහකයින් අපේක්ෂා කරන ආකාරයට සමාජය කෙරෙහි වගකීමෙන් යුතුව කටයුතු කිරීම මාධ්‍ය මඟින් ඉටුවන්නේ ද යන්න ගැටලුවකි.

6.2.4 මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා අතර අන්‍යෝන්‍ය බලපෑම

සාමාන්‍යයෙන් සන්නිවේදකයා ග්‍රාහකයා කෙරෙහි මෙන්ම ග්‍රාහකයා සන්නිවේදකයා කෙරෙහි ද සමාන බලපෑමකින් යුක්ත වීමෙන් සාර්ථක සන්නිවේදනයක් සිදු වෙයි. මාධ්‍ය හා මාධ්‍ය ග්‍රාහකයා අතර ද එවැනි සබඳතාවක් අපේක්ෂා කෙරෙයි. මෙහි දී මාධ්‍ය යනුවෙන් හැඳින්නේ ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍යයන්ය.

එහෙත් වර්තමාන මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වය තුළ මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා අතර එවැනි ද්වි මාර්ගික වූ අන්‍යෝන්‍ය බලපෑමක් දක්නට ලැබෙන්නේ ද යන්න විමසා බැලිය යුතුය.

මාධ්‍ය මඟින් ග්‍රාහකයින්ගේ ජීවිතයේ බොහෝ අංශ කෙරෙහි බලපෑම් සිදු කරන බව නොරහසකි. වත්මන් සමාජයේ ජන ජීවිතයේ සිදු වන වෙනස්කම් බොහොමයක් මාධ්‍ය මූලික කර ගෙන සිදු වෙයි.

- මාධ්‍ය මඟින් ග්‍රාහකයින්ගේ චර්යා වෙනස් කරයි.

ජනප්‍රිය විලාසිතා, ප්‍රිය කරන ආහාර, කතා කරන භාෂාව, පරිහරණය කරන උපකරණ ආදිය මාධ්‍ය සන්දේශ මඟින් හඳුන්වා දෙනු ලැබූ ඒවා වේ.

- මාධ්‍ය විසින් පුද්ගලයින්ගේ දෛනික න්‍යාය පත්‍රය හසුරුවනු ලැබේ.

  උදෑසන අවදි වීම, පාඩම් කිරීම, ආහාර ගැනීම, විවේකය ගත කිරීම වැනි දෛනික කටයුතු සැලසුම් කරන්නේ ද මාධ්‍යයේ වැඩසටහන්වලට අනුවය.

- මාධ්‍ය විසින් ග්‍රාහකයන්ගේ සිතුවිලි, ආකල්ප හසුරුවනු ලැබේ.

  හොඳ - නරක, යහපත් - අයහපත්, සදාචාරය, අනාගත අපේක්ෂා, කලාත්මක රසවින්දනය වැනි මනෝමූලික සාධකවලට පවා මාධ්‍යයේ බලපෑම් එල්ල වෙයි.

මාධ්‍ය කෙරෙහි ග්‍රාහක බලපෑම

මාධ්‍ය පවත්වාගෙන යනු ලබන්නේ ග්‍රාහකයින් වෙනුවෙනි. එහි අර්ථය වන්නේ ග්‍රාහකයින් නොමැතිව මාධ්‍යයට පැවැත්මක් නොමැති බවයි. එසේ නම් මාධ්‍ය වෙත බලපෑම් කිරීමට ග්‍රාහකයින්ට ද හැකියාවක් ඇත. යම් මාධ්‍ය සන්දේශයක් ග්‍රාහකයින් ප්‍රතික්ෂේප කරන්නේ නම් තවදුරටත් එම සන්දේශවලින් මාධ්‍යයට ඵලක් නැත.

මාධ්‍යය ද ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර පිළිබඳ සැලකිලිමත් වන බව දකින්නට ඇත. මුද්‍රිත මාධ්‍ය මෙන්ම විද්‍යුත් මාධ්‍ය ද ලිපි, තැපැල් පත්, විද්‍යුත් තැපෑල, කෙටි පණිවිඩ, සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි ආදිය යොදා ගනිමින් ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර ලබා ගනියි. බොහෝ විද්‍යුත් මාධ්‍ය වැඩසටහන් අවසානයේ, තම වැඩසටහන පිළිබඳ යෝජනා හා චෝදනා ඉදිරිපත් කරන මෙන් ග්‍රාහකයින්ගෙන් ඉල්ලා සිටියි. එහෙත් එවැනි වැඩසටහන්වලට ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර ඉදිරිපත් කිරීමේ දී බහුලව දැකිය හැකි වන්නේ වැඩසටහන අගය කරමින් එවනු ලැබූ ප්‍රතිචාර පමණි. මෙමගින් මාධ්‍ය තමා පිළිබඳ අගය කරන ප්‍රතිචාර පමණක් එවීමට ග්‍රාහකයින්ට වක්‍ර බලපෑමක් ඇති කරන බව පෙනේ. මේ අනුව සිදු වන්නේ ග්‍රාහක ප්‍රතිචාරවලට මාධ්‍ය අනුගත වනවාට වඩා මාධ්‍යයට අවශ්‍ය වන ප්‍රතිචාර ග්‍රාහකයින් ලවා ගෙන්වා ගැනීමයි.

සැබෑ ග්‍රාහක ප්‍රතිචාරවලට මාධ්‍ය කර්මාන්තයෙහි අඩු වටිනාකමක් ලබා දී ඇති බව පෙනෙයි. බොහෝ ග්‍රාහකයින් ද මාධ්‍යයට අවශ්‍ය පරිදි කටයුතු කරනවා විනා තම සැබෑ අවශ්‍යතා පිළිබඳ දැනුවත්ව කටයුතු කරන බවක් දක්නට නොලැබෙයි. අවශ්‍ය වන්නේ ග්‍රාහකයින් නිසි පරිදි ප්‍රතිචාර දක්වමින් මාධ්‍ය තම අවශ්‍යතාවන්ට අනුව හැඩගස්වා ගැනීමයි.

අභ්‍යාසය

1. ජන මාධ්‍ය මගින් අපට ලැබෙන ප්‍රයෝජන ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
2. නව මාධ්‍ය මගින් අපට ලැබෙන ප්‍රයෝජන ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
3. ජන මාධ්‍ය මගින් ඇති වන අයහපත් බලපෑම් ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
4. නව මාධ්‍ය මගින් ඇති වන අයහපත් බලපෑම් ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
5. පුවත්පත්, ගුවන්විදුලි නාලිකා හා රූපවාහිනී නාලිකා දෙක බැගින් ගෙන ඒවා පවත්වා ගෙන යන ආයතන පිළිබඳ තොරතුරු සොයන්න. මේ සඳහා ඔබට විවිධ තොරතුරු මූලාශ්‍රය පරිහරණය කිරීමට සිදු වනු ඇත. එම ආයතනවල, ඔබ හඳුනා ගත් අරමුණු සහ අදාළ මාධ්‍යවල හැසිරීම අතර සම්බන්ධයක් ඇත්දැයි නිරීක්ෂණය කරන්න. මේ පිළිබඳ පන්තියේ දී සෙසු අය සමග ද සාකච්ඡා කරන්න.

6.3 ළමයා හා මාධ්‍ය

6.3.1 ළමයා හා මාධ්‍ය භාවිතය

පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, පරිගණකය, ජංගම දූරකථනය, අන්තර්ජාලය වැනි මාධ්‍ය මිනිස්සු ස්වකීය තොරතුරු අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීම සඳහා යොදා ගනිති. මේ විවිධ පුද්ගලයන් එක් එක් මාධ්‍ය පරිහරණය කරන ආකාරය වෙනස්ය. ඒවා පරිහරණය කිරීමට අවශ්‍ය කරන දැනුම ද වෙනස්ය. එමෙන්ම එක් එක් මාධ්‍ය පරිහරණයෙන් ලැබෙන රසය ද වෙනස්ය. එහෙයින් එක් එක් ග්‍රාහකයින් විවිධ මාධ්‍ය පරිහරණය කෙරෙහි දක්වන්නේ වෙනස් රුචිකත්වයන්ය.

අද ළමයා ද මාධ්‍ය භාවිතය සම්බන්ධයෙන් සැලකිය යුතු දායකත්වයක් දරයි. බොහෝ මාධ්‍ය ළමයින් ඉලක්ක කර ගනිමින් සන්දේශ ඉදිරිපත් කරයි. අනෙකුත් වැඩිහිටි ග්‍රාහක කණ්ඩායම්වලටත් වඩා මාධ්‍ය අන්තර්ගතය ළමයා වෙනුවෙන් වෙන් කරනු දැකිය හැකිය. ළමා ග්‍රාහකයා ඉලක්ක කර ගනිමින් රූපවාහිනී වැඩසටහන්, නාට්‍ය, කාටූන් හා වෙනත් චිත්‍රපට, වෙළඳ දැන්වීම්, ගීත, සඟරා, පුවත්පත් පිටු නිර්මාණය වනු පෙනේ. පාසල් නිවාඩු සමය ආරම්භ වීමත් සමග ම බොහෝ රූපවාහිනී නාලිකාවල සතියේ දින වැඩසටහන් පෙළ ගැස්ම ළමුන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ම සකස් වන බව ඔබට නිරීක්ෂණය කළ හැකිය.

ළමයා තම පවුලෙන්, පාසලෙන් හෝ ආගම ඇසුරෙන් ලබන ආභාසය හා සමාන වූ බලපෑමක් මාධ්‍ය මඟින් ද ලබා ගනී.

ළමයා වැඩි රුචිකත්වයක් දක්වන්නේ කුමන මාධ්‍ය කෙරෙහි ද යන්න සොයා බැලිය හැකිය.

ළමා ග්‍රාහකයින්ගේ මාධ්‍ය භාවිතය පිළිබඳ සරල සමීක්ෂණයක් මඟින් අවබෝධ කරගත හැකිය. මාධ්‍ය පරිහරණය කරන ආකාරය විමසා සිසුන් විසි දෙනෙකුගෙන් පහත සඳහන් වගුව සම්පූර්ණ කර ගන්න. මෙහි දී සත්‍ය තොරතුරු ම සටහන් කර ගැනීම වැදගත්ය.

	නම	රූපවාහිනිය නරඹන කාලය (පැය)		ගුවන්විදුලිය ශ්‍රවණය කරන කාලය (පැය)		පුවත්පත් නරඹන ආකාරය (පිළිතුරට අදාළ කොටුවේ √ ලකුණ යොදන්න)				පරිගණකය හෝ ජංගම දූරකථනය භාවිත කරන වාර ගණන	
		දිනකට	සතියකට	දිනකට	සතියකට	දිනපතා	සතිපතා	කලාතුරකින්	කිසිසේත් කියවන්නේ නැත	දිනකට	සතියකට
1											
2											
3											
4											
5											

රැස්කර ගත් තොරතුරු පහත වගුවට ඇතුළත් කරන්න. සිසුන් බහුතරයක් පරිහරණය කරන මාධ්‍ය සොයා ගන්න. සමහර මාධ්‍ය බහුල වශයෙන් පරිහරණය කිරීමටත් ඇතැම් මාධ්‍ය අවම වශයෙන් පරිහරණය කිරීමටත් හේතු මිතුරන් සමග සාකච්ඡා කරන්න.

දිනකට රූපවාහිනී නරඹන කාලය (පැය)	ළමුන් සංඛ්‍යාව	සතියකට රූපවාහිනී නරඹන කාලය (පැය)	ළමුන් සංඛ්‍යාව
1 ට අඩු		1 ට අඩු	
1-5 අතර		1-5 අතර	
5 ට වැඩි		5 ට වැඩි	

දිනකට ගුවන්විදුලිය අසන කාලය (පැය)	ළමුන් සංඛ්‍යාව	සතියකට ගුවන්විදුලිය අසන කාලය (පැය)	ළමුන් සංඛ්‍යාව
1 ට අඩු		1 ට අඩු	
1-5 අතර		1-5 අතර	
5 ට වැඩි		5 ට වැඩි	

පුවත්පත් දිනපතා කියවන සංඛ්‍යාව	පුවත්පත් සතිපතා කියවන සංඛ්‍යාව	පුවත්පත් කලාතුරකින් කියවන සංඛ්‍යාව	කිසිසේත් පුවත්පත් කියවන්නේ නැති සංඛ්‍යාව

6.3.2 ළමයා පාරිභෝගිකයකු ලෙස

ග්‍රාහකයින් දිනා ගැනීම මාධ්‍යයේ ප්‍රධාන අපේක්ෂාවයි. රූපවාහිනී නාලිකා, ගුවන්විදුලි නාලිකා සහ පුවත්පත් තම ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රය පුළුල් කර ගැනීමෙහිලා නොයෙකුත් උපක්‍රම ක්‍රියාත්මක කරයි. ඒ අනුව ග්‍රාහකයින්ගේ රුචිකත්වය සොයා බලමින් ඔවුන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට හැකි වන ලෙස මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කිරීමට උත්සුක වේ.

මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින් සම්බන්ධයෙන් වැඩි උනන්දුවක් දක්වන්නේ ඇයි දැයි යන්න පිළිබඳ ඔබ කෙදිනකවත් විමසා බැලුවා ද?

ග්‍රාහකයින් යනු මාධ්‍යයට සම්පත් උල්පතකි. මක්නිසා ද මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ ග්‍රාහකයින්ගේ පාරිභෝගික වටිනාකම මතය. ජන මාධ්‍යයට වැඩි ව්‍යාපාරික අනුග්‍රාහකත්වයක් ලබා ගත හැකි වන්නේ ග්‍රාහක මණ්ඩලය පුළුල් වන තරමටය.

ව්‍යාපාරික අනුග්‍රාහකයින්ට අනුව මාධ්‍ය ග්‍රාහකයින් යනු පාරිභෝගිකයින්ය. ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතාව මත ග්‍රාහකයින් වෙළඳපොළේ ඇති භාණ්ඩ මිල දී ගැනීමට පොළඹවන්නේ මාධ්‍ය මඟිනි. මාධ්‍ය පරිහරණය කරන සෑම ග්‍රාහකයකුගේ ම පාරිභෝජන හැකියාව පිළිබඳ තක්සේරුවක් මාධ්‍යකරුවන් සතු වේ. ළමයින්, තරුණයින්, වැඩිහිටියන්, ගෘහණියන්, වෘත්තිකයින්, කම්කරුවන්, නාගරිකයින්, ගැමියන් ආදී විවිධ ග්‍රාහක කණ්ඩායම්වල මිල දී ගැනීමේ අවශ්‍යතා වෙනස්ය. මේ එක් එක් කණ්ඩායම ඉලක්ක කර ගත් වෙළඳ ආයතන මාධ්‍ය සන්දේශවලට මුවා වී නොයෙකුත් භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීමට යෝජනා කරයි.

6.2 රූපය - ළමුන් ඉලක්ක කරගත් වෙළඳ දැන්වීමක්

මේ අතරින් ළමයාට ඇත්තේ ඉහළ පාරිභෝගික වටිනාකමකි. ඍජුව ම මුදල් වැය කිරීමට හැකියාවක් නොමැති වුව ද තම දෙමව්පියන් ලවා අවශ්‍ය දේ මිල දී ගැනීමට හැකියාව පවතී. මෙහි දී මාධ්‍ය හා ව්‍යාපාරිකයින් වැඩි වශයෙන් ළමුන් ඉලක්ක කර ගන්නේ ඔවුන් පොළඹවා ගැනීමට ඇති පහසුව හේතුවෙනි.

ග්‍රාහක කණ්ඩායම	ඉලක්ක කරගෙන ඉදිරිපත් කරන සන්දේශ	යෝජනා කරන මිල දී ගැනීම්
ළමුන්	කාටූන් චිත්‍රපට, ළමා කතා, අධ්‍යාපනික වැඩසටහන්, දැනුම මිනුම වැඩසටහන්, විනෝද ක්‍රීඩා	පැණි බීම, ක්ෂණික හා කෘත්‍රිම ආහාර, ක්‍රීඩා උපකරණ, සෙල්ලම් බඩු
තරුණ තරුණියන්	චිත්‍රපට, සංගීත වැඩසටහන්, විනෝදජනක වැඩසටහන්	ජංගම දූරකථන, නවීන විලාසිතාවේ ඇඳුම් පැළඳුම්, රූපලාවන්‍ය ද්‍රව්‍ය, සංචාරක සේවා
වැඩිහිටියන්	ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන සන්දේශ, සමාජාවබෝධය ලැබෙන සංවාද	රක්ෂණ ආවරණ, බැංකු හා සෞඛ්‍ය සේවා
ගෘහණියන්	කාන්තා වැඩසටහන්, ජ්‍යෝතිෂ, පවුලේ සෞඛ්‍ය පිළිබඳ සන්දේශ, ආරක්ෂාව පිළිබඳ සන්දේශ	ළදරු නිෂ්පාදන, ළමා පෝෂණය හා සම්බන්ධ නිෂ්පාදන, ගෘහ උපකරණ

මාධ්‍යයට ග්‍රාහකයා වැදගත් වන්නේ තමාට අනුග්‍රහය දක්වන ව්‍යාපාරිකයාගේ නිෂ්පාදන මිල දී ගැනීම හේතුවෙනි. වැඩියෙන් මිල දී ගන්නා පාරිභෝගිකයින්ට මාධ්‍යයේ වැඩි වටිනාකමක් හිමිවෙයි. නොයෙකුත් ව්‍යාපාරික අනුග්‍රහය යටතේ මුද්‍රිත හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය මඟින් ලබා දෙන ත්‍යාග හිමි වන්නේ සහ තරගවලින් ජය ගන්නේ මෙසේ වැඩියෙන් මිල දී ගැනීම සිදු කරන ග්‍රාහකයින්ටය. ජන මාධ්‍ය අන්තර්ගතය තුළ වැඩි වශයෙන් ම දැකිය හැකි වන්නේ තරුණ හා ළමා ග්‍රාහකයා ඉලක්ක කරගත් සන්දේශ වේ. මෙම කණ්ඩායම් දෙක පහසුවෙන් මිල දී ගැනීම සඳහා පොළඹවා ගත හැකි වීම ඊට හේතුවයි.

ක්‍රියාකාරකම 03

ලංකාවේ බොහෝ දෙනෙක් රූපවාහිනී නරඹන සවස 6.30 ත් රාත්‍රී 9.30 ත් අතර කාලයේ දී රූපවාහිනී නාලිකා තුනක් පැය බැගින් වෙන වෙන ම නරඹන්න. ඒවායේ විකාශනය වූ වෙළඳ දැන්වීම් පහත වගුවේ සටහන් කරන්න. ඒවායේ ඉලක්කගත ග්‍රාහක කණ්ඩායම කුමක්දැයි විමර්ශනය කරන්න. උදාහරණයක් දක්වා ඇත.

වැඩසටහනේ/ දැන්වීමේ නම	ඉලක්කගත ග්‍රාහක කණ්ඩායම
බිස්කට් වෙළඳ දැන්වීම	ළමුන්

6.3.3 ළමයා කෙරෙහි මාධ්‍යයේ බලපෑම

එරංග : සුමේද ඔයා ඊයේ ටීවී එකේ බෙන් ටෙන් කාටුන් එක බැලුව ද?

සුමේද : ඔව් මම නම් කැමති ඒකේ තියන සටන් දර්ශනවලට තමයි. බෙන් ටෙන් පරද්දන්න නම් කාටවත් බැහැ.

එරංග : මම නම් තාත්තට කියල බෙන් ටෙන් කැප් එකයි, ඔරලෝසුවකුයි, සපත්තුයි ගත්ත.

තරනි : මම නම් ඊළඟට බලන්නේ "මියුසික් රික්වෙස්ට්" ප්‍රෝගෑම් එක. ඒකෙ ප්ලේ ලිස්ට් එකේ ලස්සන මියුසික් වීඩියෝස් තියනවා.

සුමේද : ඔව්, හින්දි මූවී සෝන්ග්ස් එහෙමත් තියනවා නේ. මම අලුත් ම සින්දු මොනවද කියල දැනගන්නේ ඒ ප්‍රෝග්‍රෑම් එකෙන්.

එරංග : ටීවී එකේ අලුතින් දාන වෙළඳ දැන්වීමේ තියන බිස්කට් වර්ගය මම අද ගෙනාවා.

තරන : ඒ ඇඩ් එකේ ඉන්න ළමයා සැරසිලා ඉන්නේ බෙන් ටෙන්ගේ පෙනුම ලැබෙන විදියටයි.

සුමේද : අද එරංගත් හරියට බෙන්ටෙන් වගෙයි.

එරංග : කාටුන් එකයි, මියුසික් රික්වෙස්ට් එකයි බලල තමයි මම පාඩම් කරන්න පටන් ගන්නෙ.

සුමේද : ඇයි ඔයගොල්ලො පරිසර සැරිසර වැඩසටහන බලන්නේ නැද්ද? ඉස්කෝලෙ විද්‍යාවටයි, භූගෝල විද්‍යාවටයි අදාළ විෂය කරුණු ගොඩක් ඒ වැඩසටහනෙන් දැනගන්න පුලුවනි.

ඉහත දැක්වෙන්නේ ළමයින් කිහිප දෙනෙක් ජනප්‍රිය රූපවාහිනී වැඩසටහන් කිහිපයක් සම්බන්ධයෙන් සිදු කරන ලද සංවාදයකි. එම රූපවාහිනී වැඩසටන්වල අන්තර්ගතය ළමුන් කෙරෙහි ඇති කරන යහපත් හා අයහපත් බලපෑම පහත සාධක ඇසුරින් විමසා බලන්න.

- ඔවුන්ගේ විලාසිතා කෙරෙහි
- රස වින්දනය හැඩගැස්වීම කෙරෙහි
- දෛනික කටයුතු සැලසුම් කිරීම කෙරෙහි
- කතා කරන භාෂාව කෙරෙහි
- ඔවුන්ගේ අධ්‍යාපනය කෙරෙහි

මාධ්‍ය මගින් සමාජයට එල්ල වන බලපෑම පිළිබඳ ප්‍රධාන මත දෙකක් දැකිය හැක.

1. මාධ්‍ය මගින් සමාජයට යහපත් බලපෑමක් ඇති වේ.
2. මාධ්‍ය මගින් සමාජයට අයහපත් බලපෑමක් ඇති වේ.

ඕනෑම සමාජයක වැදගත් ම පුරවැසියා ලෙස සලකනු ලබන්නේ ළමයා ය. ළමයාට හිතකාමී පරිසරයක නිදහසේ වැඩෙන්නට ඉඩ හැරීම වැඩිහිටි සමාජයේ යුතුකමක් හා වගකීමක් වේ. එහෙත් වර්තමාන මාධ්‍ය භාවිතය ළමයා සම්බන්ධයෙන් කටයුතු කරන ආකාරය පිළිබඳව සෑහීමකට පත් විය නොහැක. මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය ළමයාගේ සාමාන්‍ය වර්ධනයට අයහපත් ලෙස බලපෑම් එල්ල කරයි. සාම්ප්‍රදායිකව ළමයාගේ සමාජ දිවිය හැඩගස්වනු ලබන්නේ වැඩිහිටියන් විසිනි. මෙම කාර්යය අද බොහෝ දුරට ඉටුකරනු ලබන්නේ ජන මාධ්‍යයයි.

- **සාම්ප්‍රදායික භාෂාව වෙනස් වීම**

රූපවාහිනී, ගුවන්විදුලි වැඩසටහන්වල භාවිත කරන සිංහල හා ඉංග්‍රීසි මිශ්‍ර භාෂාව පරිහරණය කිරීමට ග්‍රාහකයින් පුරුදු වීම සිදු වේ.

- **අවර ගණයේ රසවින්දනයට හුරු වීම**

අනවශ්‍ය ලෙස ලිංගිකත්වය හුවා දක්වන, සරල විනෝදය පමණක් ගෙන දෙන මාධ්‍ය වැඩසටහන් මගින් ළමයාගේ රසවින්දන ශක්තිය හා බුද්ධිය මොට කිරීම සිදු විය හැකිය.

- **මාධ්‍ය වැඩසටහන් වලින් නිරූපණය කරන චරිත ළමුන්ගේ වීරයන් බවට පත්වීම**

කාටූන්, චිත්‍රපට, ටෙලි නාට්‍ය ආදිය මගින් මතුකරන මනඃකල්පිත වීර චරිත ළමුන්ගේ පරමාදර්ශ බවට පත් වෙයි. එම චරිත යොදා ගෙන සිදු කරන වෙළඳ ප්‍රචාරණයට ළමුන් පහසුවෙන් හසු වීම මෙහි අනිසි ප්‍රතිඵලයයි.

- **අපගේ සමාජ සංස්කෘතියට නොගැළපෙන විලාසිතාවලට යොමු වීම**

මාධ්‍ය මගින් සුලබව ඉදිරිපත් කරන විදේශීය සංස්කෘතියට සමීප වූ විලාසිතාවන්හි පවතින ආකර්ෂණීය බව හේතුවෙන් දේශීය දේ බැහැර කිරීමේ ප්‍රවණතාවක් ඇතිවිය හැකිය.

- **මාධ්‍ය මඟින් ප්‍රචණ්ඩකාරී සිදුවීම් නිතර ඉදිරිපත් කිරීමෙන් ළමයා ප්‍රචණ්ඩත්වයට යොමු වීම**

පුවත්පත්, රූපවාහිනිය, අන්තර්ජාලය වැනි මාධ්‍යවල අන්තර්ගත සන්දේශවල ප්‍රචණ්ඩත්වය සහිත තොරතුරු දක්නට ලැබෙයි. ඒවා නිතර පරිහරණය කිරීම නිසා ළමුන් ප්‍රචණ්ඩත්වයට හුරු වීම අයහපත් බලපෑමකි. නිදසුන් ලෙස,

- ප්‍රචණ්ඩකාරී දර්ශන ඇතුළත් කාටූන්
- අපරාධ, සාහසික ක්‍රියා හා ගැටුම් අවස්ථා පිළිබඳ ප්‍රවෘත්ති
- ප්‍රචණ්ඩ සිදුවීම් වාර්තා කරන වීඩියෝ දර්ශන හා ඡායාරූප
- ගැටුම් නිරූපණය කරන ටෙලිනාට්‍ය
- ප්‍රචණ්ඩත්වයෙන් යුතු ක්‍රීඩා වැඩසටහන් (මල්ලවපොර වැනි)
- ඇතැම් චිත්‍රපට
- ඇතැම් පරිගණක ක්‍රීඩා

ආදිය දැක්විය හැකිය.

- **ඵලදායී නොවන හුරු පුරුදුවලට යොමු වීම නිසා තම කාලය හා ධනය නිකරුණේ වැය කිරීම**

අධික ලෙස රූපවාහිනිය නැරඹීමට ඇබ්බැහි වීම, පරිගණක ක්‍රීඩාවලට ඇබ්බැහි වීම, වෙළඳ දැන්වීම්වලින් ඉදිරිපත් කරන නොයෙකුත් ප්‍රයෝජනවත් නොවන ආහාර ලබා ගැනීමට හුරුවීම ආදිය ඵලදායී නොවන හුරු පුරුදු කිහිපයකි. සාමාන්‍යයෙන් ළමයකු දිනකට පැය 5 - 6 ක පමණ කාලයක් රූපවාහිනිය ඉදිරියේ ගත කරන බව සමීක්ෂණ වාර්තා පෙන්වා දෙයි. රූපවාහිනිය ළමුන් ක්‍රීඩා පිටියෙන් ඈත් කර තබයි. ශාරීරික ව්‍යායාම ප්‍රමාණවත් ලෙස නොලැබීම නිසා ළමුන් අතර බෝ නොවන රෝග බහුලව වාර්තා වේ. මෙම තත්ත්වයට අනවශ්‍ය ආහාර පුරුදු ද හේතු වී ඇත.

- **මාධ්‍ය මඟින් උසස් කොට සලකන නමුත් තමාට ඉටු කර ගත නොහැකි, ඵලදායී නොවන අපේක්ෂාවන් පසු පස හඹා යාම නිසා ජීවිතය අසාර්ථකත්වයට පත් වීම**

මාධ්‍ය මඟින් ග්‍රාහකයින් තුළ නොයෙකුත් උසස් අපේක්ෂාවන් ඇති කරවයි. මින් බොහෝ දේ ළමයා තමා වෙත ඇද බැඳ තබා ගැනීමට ගන්නා උපාය මාර්ග බව ඇතැම් ග්‍රාහකයින් තේරුම් නොගනී. ත්‍යාග ලබා දීම, සුපිරි තරු බිහි කිරීම වැනි ප්‍රයෝග මඟින් ග්‍රාහකයින් ඇඳ බැඳ තබා ගැනීමෙහි සමත් වේ. බොහෝ අය ඒ පිළිබඳ බලාපොරොත්තු තබා ගනිමින් මාධ්‍ය ඇසුරේ ම ජීවත් වෙති. එහෙත් එවැනි අවස්ථා හිමි වන්නේ ඉතාමත් සීමිත පිරිසකට බවත්, තම කාලය හා ධනය නිකරුණේ නාස්ති වන බවත් එම ග්‍රාහකයින් වටහා ගන්නේ නැත.

මාධ්‍යයෙන් සමාජයට ඇති වන්නේ අයහපත් බලපෑම් පමණක් ම නොවේ. පුද්ගල හා සමාජ සංවර්ධනය කෙරෙහි මාධ්‍යයට කළ හැකි බලපෑම ද සලකා බැලිය යුතුය. අධ්‍යාපනය ලබා දීම සඳහා මාධ්‍ය ඵලදායීව යොදා ගැනීම පිළිබඳ අද සමාජයේ අවධානය යොමු විය යුතුය.

6.3.4 මාධ්‍යයෙන් ඉගෙනීම

මාධ්‍යයෙන් සමාජයට සිදු කළ හැකි බලපෑම සලකා බලන විට එය අධ්‍යාපනය සඳහා ඵලදායී ලෙස යොදා ගත හැකි බව පෙනෙයි. ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ බුද්ධිමත්ව මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමයි. එක් එක් මාධ්‍ය පරිහරණයෙන් ළමුන්ට ලබා ගත හැකි ඉගෙනුම් අවකාශ මොනවා ද යන්න හඳුනා ගනිමු.

පුවත්පත් මඟින්

- කියවීමට ඉගෙන ගැනීම
- වාග් කෝෂය පුළුල් වීම
- වාක්‍ය රටා නිර්මාණය කිරීමට ඉගෙන ගැනීම
- විවිධ අදහස් තොරතුරු, ප්‍රවෘත්ති තමන්ගේ දැනුමට එක් කර ගැනීම
- පරිකල්පන ශක්තිය වැඩි දියුණු වීම
- මානසික විවේකයෙන් කටයුතු කරන්නට හුරු වීම
- රස වින්දනය ලබා ගැනීම

ගුවන්විදුලිය මඟින්

- ශ්‍රවණය හුරු වෙයි.
- විවිධ වචන හා වාක්‍ය රටා උගනී.
- විවිධ කතා විලාස උගනී.
- පරිකල්පන ශක්තිය දියුණු වේ.
- සෞන්දර්යාත්මක සිතිවිලි පෝෂණය වේ.
- සංගීතයට, ගායනයට හා වින්දනයට හුරු වෙයි.

රූපවාහිනිය මඟින්

- බොහෝ දේ ඇසින් දැකීමට හුරු වෙයි.
- රසඥතාව දියුණු වේ.
- සිරිත් විරිත් උගනියි.
- රස විඳීමට උගනියි.
- අධ්‍යාපනය ප්‍රියජනක කරවයි.
- සංස්කෘතිය උගනියි.

පරිගණකය, අන්තර්ජාලය මඟින්

- මිතුරන් අතර දැනුම හා තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම
- ජාතික හා ලෝක මට්ටමින් දැනුම හා තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම
- බහු මාධ්‍ය පරිහරණය මඟින් ඉන්ද්‍රිය සංවේදනයන් දියුණු වීම
- ලෝකය පිළිබඳ අවබෝධය ලබා ගැනීමට හැකි වීම
- විවිධ ජන කණ්ඩායම් හා සංස්කෘතීන් පිළිබඳ ඉගෙනීමට හැකි වීම
- විවිධ විෂයයන්ට අදාළ තොරතුරු රැස් කළ හැකි වීම
- අධ්‍යාපනය ප්‍රියජනක වීම.
- වෙනත් භාෂා ඉගෙනීම පහසු කරවීම.

අභ්‍යාසය

1. ඔබේ මව් බස හැර වෙනත් භාෂාවකින් (ද්‍රවිඩ හෝ ඉංග්‍රීසි) පළ කෙරන පුවත් පතක් ගෙන එහි ඔබ නොදන්නා අලුත් වචන සොයා ඒවායේ තේරුම සොයා ගන්න.
2. ගුරුවරුන්ගේ, වැඩිහිටියන්ගේ, මිතුරන්ගේ සහ ඔබගේ අදහස් එක් කොට විවිධ රූපවාහිනී නාලිකාවල විකාශනය වන ළමුන්ට අධ්‍යාපනික වැදගත්කමකින් යුතු වැඩසටහන් ලයිස්තුවක් සකස් කරන්න.

6.4 විචාරශීලීත්වය හා නව මාධ්‍ය ආචාරධර්ම

මාධ්‍ය මෙහෙයවන මාධ්‍යකරුවන්ට ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් තිබිය යුතු බව ඔබ මේ වනවිට අවබෝධ කරගෙන ඇත. ආචාර ධර්ම මගින් නිරූපණය කරන්නේ මාධ්‍යකරුවා සමාජය කෙරෙහි දක්වන වගකීමයි. යහපත් මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් පවතින සමාජයක මාධ්‍යකරුවෝ තමා වෙසෙන සමාජයේ යහපත හා ආරක්ෂාව වෙනුවෙන් ස්වකීය මාධ්‍ය භාවිත කරති. මාධ්‍යකරුවා ආචාර ධර්ම ආරක්ෂා කිරීම කෙරෙහි උනන්දුවක් දක්වන්නේ නම් ග්‍රාහකයාට ද සිය සමාජ ජීවිතය යහපත්ව ගත කිරීමට අවස්ථාව සැලසෙයි.

එමෙන්ම සමාජයේ යහපැවැත්ම ආරක්ෂා කර ගැනීම කෙරෙහි ග්‍රාහකයින්ට ද වගකීමක් ඇත. මාධ්‍ය ග්‍රාහක අචාර ධර්ම ආරක්ෂා කිරීම වැදගත් වන්නේ එබැවින්ය. මාධ්‍ය වෙත නිසි ප්‍රතිචාර දක්වමින් විචාරශීලීව කටයුතු කිරීම මාධ්‍ය ග්‍රාහකයාගේ වගකීමක් වන්නේ ය. නව මාධ්‍යය පරිහරණය හා එහි බලපෑම ප්‍රබලව පවතින වර්තමානයේ සංයමයකින් යුතුව නව මාධ්‍ය පරිහරණ කිරීම පිළිබඳ වැඩි අවධානයක් යොමුව ඇත.

6.4.1 පරිගණක ආචාර ධර්ම

පරිගණකය අද සමාජයේ සෑම අයෙකුට ම සමීප උපකරණයකි. සෑම ක්ෂේත්‍රයක් සමඟ ම පරිගණකය සම්බන්ධ වීමෙන් වැඩ කටයුතු පහසු වී ඇත. පරිගණකය මගින් බොහෝ දේ කළ හැකි හෙයින් එහි යහපත් ප්‍රතිඵල මෙන්ම අයහපත් ප්‍රතිඵල ද දැකිය හැකිය. වගකීමෙන් තොරව පරිගණකය පරිහරණය කිරීමෙන් ඔබට මෙන්ම ඔබ අවට සමාජයේ ජීවත් වන අයට ද සිදු වන්නේ අකටයුත්තකි. පරිගණක භාවිත කිරීමේ දී පහත දැකවෙන අචාර ධර්ම පිළිපැදීම සුදුසුය.

පරිගණක ආචාර ධර්ම කිහිපයක්

1. අන් අයට හානි දායක ලෙස පරිගණකය භාවිතයෙන් වැළකීම
2. අන් අයගේ පරිගණක ගත දත්ත, ලිපි ගොනු ආදිය පරිහරණ කිරීමෙන් වැළකීම
3. වංචනික කටයුතු සඳහා පරිගණකය යොදා නොගැනීම
4. අනවසර මෘදුකාංග භාවිතයෙන් වැළකීම
5. තමාට පරිබාහිර පරිගණක ජාලයන්ට අනවසරයෙන් ඇතුළු වීමෙන් වැළකීම
6. සදාචාර විරෝධී හා නීති විරෝධී ක්‍රියා සඳහා පරිගණකය භාවිත නොකිරීම
7. පරිගණක ක්‍රීඩා, අන්තර්ජාලය හා සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි ආදියට ඇබ්බැහි වීමෙන් තමන්ගේ එදිනෙදා කටයුතුවලට සහ මානසික සමබරතාවට හානි වන ආකාරයෙන් පරිගණකය භාවිතයෙන් වැළකීම

6.4.2 ජංගම දූරකථන ආචාර ධර්ම

මෑත කාලීනව භාවිතයට පැමිණි අති දියුණු සන්නිවේදන උපකරණයක් ලෙස ජංගම දූරකථනය වඩාත් ප්‍රචලිත වී ඇත. එය පුද්ගල ජීවිතයේ කටයුතු පහසු කර වීම නිසා වර්තමානයේ ජංගම දූරකථනය සෑම අයකුගේ ම පෞද්ගලික උපකරණයක් බවට පත්ව ඇත. නමුත් නිසි අචාර ධර්ම භාවිතයට නොගැනීම නිසා ජංගම දූරකථය මඟින් සිදු වන සමාජ අපචාර ක්‍රියාවන්ගේ ප්‍රමාණය ද ඉහළ යමින් පවතියි.

දූරකථනය හික්මීමෙන් යුතුව පරිහරණය කිරීම දියුණු සමාජයක ලක්ෂණයයි. ඒ සඳහා පහත සඳහන් ජංගම දූරකථන ආචාර ධර්ම ඔබට මග පෙන්වීමක් ලබා දෙනු ඇත.

ජංගම දූරකථන ආචාර ධර්ම කිහිපයක්

1. අන් අය රැවටීම සඳහා භාවිත නොකිරීම
2. අන් අය කාර්ය බහුල, නිදන හෝ විවේක ගන්නා අවස්ථාවල දී ඔවුන්ට බාධා වන පරිදි භාවිත නොකිරීම.
3. ඇමතුම ලබා දෙන්නා හෝ ලබා ගන්නා වෙත ආචාරශීලී ලෙස කතා කිරීම
4. අන් අයට බාධා වන අයුරින් ශබ්ද නගා ජංගම දූරකථනයෙන් කතා නොකිරීම
5. සිනමා ශාලා, පුස්තකාල, රැස්වීම් වැනි පොදු ස්ථානවල දී ජංගම දූරකථනය ක්‍රියා විරහිත කර හෝ නිශ්ශබ්ද කර තැබීම
6. ජංගම දූරකථනය ඔස්සේ පැමිණෙන නාඳුනන ඇමතුම් හෝ කෙටි පණිවිඩවලට අනවශ්‍ය පරිදි ප්‍රතිචාර දැක්වීමෙන් වැළකී සිටීම
7. අන් අයගේ ජංගම දූරකථනවල ඇතුළත් තොරතුරු අනවසරයෙන් භාවිත කිරීමෙන් වැළකීම

6.4.3 සමාජ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම

නව සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ දියුණුව හේතුවෙන් ලෝකය ම සම්බන්ධ කරමින් බිහි වූ අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදන ජාලයක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය හැඳින්විය හැකිය. Face book, Twitter යනු අද ජනප්‍රිය සමාජ මාධ්‍ය ජාල වෙබ් අඩවි වේ. සමාජ මාධ්‍ය, මානව සමාජය වෙත මෙතෙක් නොවූ විරූ සන්නිවේදන අත්දැකීමක් ලබා දීමට සමත් වී තිබේ.

සමාජ මාධ්‍ය මානව සන්නිවේදන සීමා මායිම් ඉක්මවා යාම යහපත් මෙන්ම අයහපත් බලපෑම් එල්ල කිරීමට ද හේතු වී ඇත. ඒවා වගකීමෙන් යුතුව පරිහරණ නොකිරීම පෞද්ගලිකව තමාට මෙන්ම පොදුවේ සමාජයට ම හානි දායකය.

සමාජ මාධ්‍ය ආචාර ධර්ම කිහිපයක්

1. තමා පිළිබඳ සත්‍ය තොරතුරු වසන් කරමින් අන් අය රැවටීමෙන් වැළකීම
2. වැරදි හා අසත්‍ය තොරතුරු ජාලයට එක් කිරීමෙන් වැළකීම
3. තමන්ගේ පෞද්ගලික තොරතුරු අනවශ්‍ය අය වෙත ලබා දීමෙන් වැළකී සිටීම
4. සමාජ සදාචාරයට හානි නොවන සේ භාවිත කිරීම
5. අන් අයගේ පෞද්ගලිකත්වයට හානි නොවන සේ භාවිත කිරීම

මිනිසා විසින් දියුණු තොරතුරු සන්නිවේදන මාධ්‍ය බිහිකර ගනු ලැබුවේ තම සන්නිවේදන කටයුතු පහසු කර ගැනීම සඳහාය. එහෙත් අද එකී සන්නිවේදන මාධ්‍ය මිනිස් ජීවිතය කෙරෙහි නොයෙක් ආකාරයෙන් බලපෑම් කරන ප්‍රබල සාධකයක් බවට පත්ව ඇත. මිනිස් බුද්ධියේ මහිමයෙන් බිහි වූ සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඵලදායී ලෙස භාවිත කිරිම බුද්ධිය මෙහෙයවා සිදු කළ යුත්තක් බව මෙහි දී අවධාරණය කළ යුතුය.

අභ්‍යාසය

ඔබ කැමති මාධ්‍ය සන්දේශයක් තෝරා ගන්න. එම සන්දේශය පහත සඳහන් ප්‍රශ්න ඔස්සේ විශ්ලේෂණය කරන්න.

1. සන්දේශය ඉදිරිපත් කරන්නේ කවුද?
2. සන්දේශය මගින් ඉලක්ක කරන ග්‍රාහකයා කවුද?
3. සන්දේශය ඉදිරිපත් කිරීමේ අරමුණ කුමක් ද?
4. සන්දේශය කෙරෙහි ග්‍රාහක අවධානය ලබා ගැනීමට යොදා ගන්නා උපාය මාර්ග මොනවා ද?
5. සන්දේශයෙන් ඍජුව නොකියවෙන සඟවා ඇති දේ මොනවා ද?
6. සන්දේශය නිසා ග්‍රාහකයා තුළ සිදුවන වෙනස කුමක් ද?

i විශ්ලේෂණය මගින් සොයා ගත් කරුණු පන්තියට ඉදිරිපත් කරන්න.
ii ඒ ඇසුරින් ලිපියක් සකස් කර පාසලේ බිත්ති පුවත්පතේ පළ කරන්න.
iii එම ලිපිය ජාතික පුවත් පතක පළ කිරිම සඳහා යොමු කරන්න.