

04 වන පාඩම සම්පූර්ණයෙන්ම

4.1 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හැදින්වීම සහ විශේෂතා

මානව සම්භවයේ සිට අද්‍යයනය දක්වා මානවයා විවිධ ආකාරයේ සන්නිවේදන ක්‍රමවේද භාවිතා කරයි. මානව සම්භවයේ මුලු යුගයේදී ඉතාමත් සරල සන්නිවේදන ක්‍රමවේද භාවිතා කළ මානවයා ස්වකීය අවශ්‍යතා සංකීර්ණ වීමත් සමගම පුළුල් සන්නිවේදන ක්‍රමවේද භාවිතා කිරීමට පටන් ගත්තේය.

සමස්තයක් වශයෙන් අතීත මානවයා භාවිතා කරන ලද සන්නිවේදන ක්‍රමවේද ප්‍රධාන කොටස් දෙකක් යටතේ වර්ග කළ හැකිය.

ශබ්ද සංඥා(Sound Signal)

දෘශ්‍ය සංඥා(Visual Signal)

අණබෙර ගැසීම හුකීම විවිධ නලා වර්ග පිබීම සණ්ඨාර හේවිසි වාදනය ආදිය අතීත මානවයා භාවිතා කරන ලද ශබ්ද සංඥා ක්‍රමවේද වශයෙන් හැදින්විය හැකිය.

දුම් ගැසීම ගිණිදැල්වීම කොල අතු එල්ලීම සලකුණු තැබීම දෘශ්‍ය සංඥා ක්‍රම වශයෙන් හැදින්විය හැකිය.

ඉහත ශබ්ද සංඥා සහ දෘශ්‍ය සංඥා ආගමික කටයුතු සඳහා අතීතයේ රජුගේ පණිවිඩ ජනතාවට දැනුම්දීම සඳහා මංගල සහ අවමංගල පුවත් දැනුම්දීම සඳහා බෝවෙන රෝග පිළිබඳව ජනතාවට දැනුම්දීම සඳහා භාවිතා කළේය.

මෙම සන්නිවේදන ක්‍රමවේදයන් සම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවේද යනුවෙන් හඳුන්වනු ලැබේ. මෙහි ඇති සුවිශේෂීතාවය වන්නේ මේවා රටකින් රටකට ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට සංස්කෘතියකින් සංස්කෘතියකට වෙනස් වන බවයි. එමෙන්ම මෙම සන්නිවේදන ක්‍රමවේදන වලට කතෘත්වයක් නොමැත. ඒවා එම සමාජයෙන්ම උපත ලබා ඇත.

ඉහත දක්වන ලද ශබ්ද සංඥා සහ දෘශ්‍ය සංඥා යන සන්නිවේදන ක්‍රමවේද වලට අමතරව මානවයා සිය පංචේන්ද්‍රියන්ගේ ශක්‍යතා (හැකියාවන්) ඔස්සේ ගොඩනගා ගන්නා ලද තවත් සන්නිවේදන ක්‍රම රැසක් ලෝකය පුරාම විවිධ සමාජ වලින් හමුවේ. එම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන මාධ්‍ය පහත පරිදි වර්ග කළ හැකිය.

1. කටකපා ඕපාදූප හැලි
2. ජනකවි ජනගීත ගායනා
3. ජනනාට්‍ය හා විසුළු කපා

4. ජන කතන්තර තේරවිලි වෘත්තාන්ත
5. බෙරවාදන හා ජන සංගීත රටා
6. වෙස් මුහුණු රංගන හා රූකඩ නාට්‍ය
7. වාරික්‍රමය උත්සව
8. අභිචාර හා ශාන්තිකර්ම.

ජනකවි

උදා: පැල් කවි, පාරුකවි, පතල් කවි, කරත්ත කවි, බඹරකවි, නෙළුම් කවි.

ජනගායනා

අඩහැරපෑම, ටිකාසිව්පද, විරිදු ගී, වැළපුම් ගී.

බෙරවාදන

අඩබෙරය, හේවිසි වාදනය, පංසලේ තේවාච, පිංබෙරය, මළ බෙරය.

ජන නාට්‍ය

සොකරි, කෝලම්, සදකිදුරු, තෙරුක්කුත්තු හා කාම කුත්තු, ජනුටා ගීත නාටක.

ජනනර්තන

ලී කෙලි නැටුම, කළගෙඩි නැටුම, කුළු නැටුම, සුවිසි නර්තනය.

ජනකතන්දර හා තේරවිලි

හෝ තඹුවාගේ කථාව, අන්දරේගේ කථාව, මහදැන මුත්තාගේ කථාව, තුන් තේරවිලි

අභිචාර විධි හා යාතු කර්ම

කොහොඹයක් කංකාරිය, දහඅට සන්නිය, කිරිමඩුව, පහන් මඩුව, මැණික්පාල ශාන්තිය, අලුත් සහල් මංගල්‍ය, මුට්ටි මංගල්‍ය.

විවිධ උත්සව හා සැණකෙළි

පාස්කු උත්සවය, පන්සලේ කඩින පිංකම, පිරිත් පිංකම, අලුත් අවුරුදු උත්සවය, පෙරහැර.

මෙයට අමතරව විවිධ කෙම් ක්‍රම ඇදහිලි හා විශ්වාස දේව යක්ෂ පූජා හා සම්ප්‍රදායික වත් පිළිවත් ද මෙයට අයත්වේ.

මෙහිදී සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පිළිබඳව පුළුල් දෘෂ්ටි කෝණයකින් විශ්ලේෂණය කල යුතු වේ. ඒ අනුව විද්‍යාත්මකව සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පැහැදිලි කල හොත්

“ කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු දැනුම විවේකය විනෝදය සඳහා භාවිත වන අවට පරිසරයෙන් සපයාගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රමයයි”.

එමෙන්ම මෙම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය එක් පරම්පරාවකින් තවත් බාල පරම්පරාවකට දැනුම ඥානය සිරිත් විරිත් හා ජීවන ශෛලය රැගෙන යන වාහකයක් ලෙසද හැදින්විය හැකිය.

වර්තමානයේ බහුලව භාවිතා වන නූතන මාධ්‍ය සමග මෙම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සැසැදීමේ දී හඳුනාගත හැකි සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් පවතී.

සරල ව්‍යුහය

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම සඳහා භාවිතා කර ඇත්තේ ඉතාමත්ම සරල ආකෘතීන් වේ. විශේෂයෙන්ම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සඳහා යොදා ගන්නා මෙවලම් නිර්මාණය සඳහා බොහෝ වට භාවිතා කරන්නේ අවට පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා ද්‍රව්‍යයන්ය. නිදසුනක් ලෙස රබාන බෙරය නලාව වෙස් මුහුණ ආදිය නිර්මාණය කිරීම සඳහා ගන්නේ ගස්වල කඳන් පදම්කල සතුන්ගේ හම් සැහැල්ලු ලී ය. මේයා ගැමි පරිසරයෙන් සොයා ගත හැකිය.

එමෙන්ම ජනකවි ජනනැටුම් ජනනාට්‍ය නිර්මාණය කිරීම සඳහා යොදා ගෙන ඇති තේමාවන් ද ඉතාමත්ම සරලය. එමෙන්ම බොහෝ විට මේවා සඳහා යොදා ගෙන ඇත්තේ කට වහරයි. සරල භාෂාවකි. තේමාවන් සඳහා ගැමියන්ගේ ජීවිත වෘත්තීන් අත්දැකීම් ඉවහල් කර ගෙන තිබේ.

තේමාත්මක අන්තර්ගතය.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය නිර්මාණය වී ඇත්තේ කවර හෝ තේමාවක් පාදක කර ගනිමිනි. එසේ නොමැති නම් කිසියම් අරමුණක් ඉලක්ක කර ගනිමිනි. නිදසුනක් ලෙස ජන කවි ගත හොත් ජනකවි වලින් විවිධ වෘත්තීන්වල ගැටලු පීඩා පිලිබිඹු කරයි. එමෙන්ම යහපත් පුද්ගලයන් වශයෙන් ජීවත්වීමට උපදේශ ලබා දීමට ඇතැම් කවි නිර්මාණය වී තිබේ.

ජන නාට්‍ය විවිධ පුද්ගලික වෙනුවෙන් නිර්මාණය වී තිබේ. ජන රංගනයන් ශාන්ති කර්ම, රෝග පීඩා සමනය කර ගැනීම වෙනුවෙන් නිර්මාණය වී තිබේ. ජනකථා වලින් සමාජයට උපදේශ ලබා දේ.

නමාස්කරණය.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ජනමාධ්‍ය මෙන් ප්‍රජාව සමග දුරස්ථ කටයුතු නොකරයි. ප්‍රජාවට ඉතාමත්ම සම්පව ක්‍රියා කරයි. ගැමි මාධ්‍ය රඟ දක්වන පාත්‍රයෝ හා ප්‍රේක්ෂකයන් අතර සෘජු ප්‍රතිපෝෂණ හා ප්‍රතික්‍රියා මාලාවක් නාට්‍ය රඟ දක්වන අතර විටින් විට සිදුවේ. මේ නිසා නරඹන ප්‍රේක්ෂකයන්ට උචිත පරිදි අවස්ථානෝචිතව සන්දේශය වඩාත් හොඳින් වෙනස් කර ගැනීමට හැකිවේ.

සංස්කෘතික සන්දර්භය.

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන මාධ්‍ය නිරන්තරයෙන්ම එකී සමාජයේ පිළිගැනීම් අගනාකම් සමග අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් බැඳී තිබේ. ගැමි නාට්‍ය, ශාන්ති කර්ම, තොවිල් ආදිය ආරම්භ කිරීමට ප්‍රථම බුලත් දී ආරාධනා කිරීම, ශාන්ති කර්ම ආරම්භ කිරීමට පෙර පිංපෙත් පැමිණවීම, ආගමික කටයුතු ආරම්භ කිරීමට පෙර හේවිසි වාදනය කිරීම නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

අවම පිරිවැය.

ගැමි මාධ්‍ය රඟ දැක්වීම සඳහා වේදිකා තැනීමේ දී රංග උපකරණ සඳා ගැනීමේ දී බොහෝ විට ස්වභාවික පරිසරයේ ඇති අමුද්‍රව්‍ය ඉවහල් කර ගනියි. ඒ සඳහා විශාල වියදමක් දැරීමට අවශ්‍ය නොවේ. එමෙන්ම සාමූහික සහජීවනයක් ද දැකිය හැකිය. මේ සඳහා මිනිස් ශ්‍රමය මූලික වේ. උදා තොවිලයක් පැවැත්වීමේ දී තොවිල් මණ්ඩපය සකස් කිරීමට ගැමියන් එකතු වේ. අවශ්‍ය මෙවලම් මිනස් ශ්‍රමය යොදා එකතු කර ගනියි.

ඉහත විස්තර කරන ලද කරුණු වලට අමතරව මේවා තුළ පහත සඳහන් සුවිශේෂී ලක්ෂණ ද දැකිය හැකිය.

ජනමූල පදනම - සම්භවය වී ඇත්තේ ගැමි පරිසරයෙනි.

විශ්වාසය හා ගරු කිරීම - මෙම මාධ්‍ය වලට ගැමි සමාජය තුළ ඉමහත් ගෞරවයක් පවතී.

පොදු පිළිගැනීම පොදු යහපත - මේවා බොහෝ විට පොදු අරමුණක් උදෙසා ක්‍රියාත්මක වේ. උදා: ගමට සෙත් පැතීම සඳහා ශාන්තිකර්මයක් පැවැත්වීම.

පාරම්පරිකව උරුමවීම - ගැමි නාට්‍ය රඟ දක්වන ශිල්පීන් සහ ඒවායේ දැනුම පාරම්පරිකව උරුම වේ.

දේශීය සංස්කෘතික අන්‍යෝන්‍යතාවය හා භාවිතයේ පහසුව - අපගේ සංස්කෘතික ලක්ෂණ මත මෙම මාධ්‍ය පදනම් වී ඇත. එමෙන්ම අවශ්‍යතාවට සරිලන

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධික්‍රම.

ජන කවි

ජනකවි වල නිශ්චිත කතෘත්වයක් හඳුනාගත නොහැක. ජනකවි තුළින් ගැමියන්ගේ ජීවිතවලට බලපෑම් අවශ්‍යතාවයන් ආකල්ප ජීවන තොරතුරු ආදිය පිළිබිඹු වේ.

ජනකවි පිළිබඳව අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ඒවායේ දක්නට ලැබෙන සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

මුඛ පරම්පරාගතව පැවැත්වීම

ජන කවි වල නිශ්චිත කතෘත්වයක් හෝ ආරම්භ වූ කාලයක් ද හඳුනා ගත නොහැක. ජන කවි පාරම් පරිකව මුඛ පරම්පරාවෙන් පැවැත එයි. එමෙන්ම ජනකවි ලිඛිත හෝ සංරක්ෂණයක් ලෙස දක්නට නොලැබේ.

සරල බස් වහරක් භාවිතා කිරීම.

නිදසුනක් ලෙස කුමණ ආකාරයක ජන කවියක් ගත්ත ද සෑම ජන කවියක් තුළම හඳුනාගත හැකි විශේෂ ලක්ෂණයක් නම් සරල සුගම බස්වහරක් යොදා ගෙන තිබීමයි. විශේෂයෙන්ම එදිනෙදා භාවිතා කරන කථාව්‍යවහාරය බහුලව යොදා ගෙන තිබේ.

නිර්මාණකරුවා කවරෙක්දැයි හඳුනාගත නොහැකිවීම.

ජනකවි නිර්මාණය වූ කාලයක් හෝ නිර්මාණය කල නිශ්චිත පුද්ගලයකු හඳුනාගත නොහැක. ඒවා පාරම්පරිකව මුඛ පරම්පරා ගතව පැවැති එයි.

ඒ ඒ ප්‍රදේශයට ආවේනික ලක්ෂණ වලින් යුක්තවීම.

දිවයිනේ විවිධ ප්‍රදේශවල භාවිතාවන ජනකවි වෙනවෙනම ගෙන විමර්ශනය කල හොත් පසක් වන්නේ ඒ ඒ ප්‍රදේශවල පවතින එකිනෙකට වෙනස් සමාජ සංස්කෘතික ලක්ෂණ මේවා තුළ අන්තර්ගත වන බවයි.

දීර්ඝ කාලයක් මුළුල්ලෙහි මිනිසුන් අතර ජනශ්‍රැතියක් ලෙස පැවතීම.

ජන කවි නිර්මාණය වීමට බලපාන ලද පුද්ගලයන්ගේ ජීවන අත්දැකීම්, පුද්ගල චරිත පිළිබඳ ජන ප්‍රවාද, විවිධ විශ්වාසයන් දීර්ඝ කාලයක් සමාජයේ පැවැතිය ඒවා වේ. ඒවා විකාශය වීමෙන් ජනකවි නිර්මාණය වී ඇත.

ජනකවි නිර්මාණයවීම සඳහා ජීවන අත්දැකීම් පාදක කර ගැනීම.

බොහෝ ජනකවි සඳහා ඉවහල් වී ඇත්තේ පුද්ගලයන්ගේ වෘත්තීන් වල අත්දැකීම්, ජීවිත අත්දැකීම් හා උපදෙස් ලබා දීම් ආදිය වේ.

ජනකවි වර්ග

උපදේශ ලබා දෙන ජනකවි

ගොඩැල්ලේ තරම දැනගෙන ලීද	කපනු
බොරැල්ලේ තරම දැනගෙන උඩ	පනිනු
කඩුල්ලේ තරම දැනගෙන වට	බදිනු
තමන්ගේ තරම දැනගෙන වැඩ	කරනු

පැල්කවි

ලස්සන හිමවනේ මාවී	පැසෙන්නේ
දුක්දෙන අලි ඇතුන් පන්නා	හරින්නේ
රැක්මෙන දෙවියනේ වෙලබන	බුදින්නේ
දුප්පතකම නිසයි මා පැල්	රකින්නේ

පතල් කවි.

ඉන්නේ දුම්බරයි මහ කළු ගලක්	යට
කන්නේ කරවලයි රටහාලේ	බතට
බොන්නේ බොරදියයි පුරුවෙ කල	පවට
යන්නේ කවදාද මව්පියො	දකින්නට

කරත්ත කවි

තණ්ඩලේ දෙන්නා දෙපොලේ	දක්වනවා
කටුකැලේ ගාල නොලිභාවද	දෙනවා
හපුතලේ කන්ද දැකලා	බඩදනවා
පවකළ ගොතෝ ඇදපන් හපුතලේ	යනවා

විවිධ තේමාවන් පාදක කොටගෙන රචනා වී ඇති කවි.

කෙල්ලෝ කුඩාකළ සෙල්ලම් බත්	පිසිති
කොල්ලො වැල්ලෙ හීද බොරු වළවල්	කපති
ගුල්ලෝ ලී අරටු විදිනට තැත්	කරති
බල්ලෝ හදේ හෙවනැල්ලට උඩු	බුරති

පාරු කවි.

රූන් කියා ගග පහලට	ගලන්නේ
පාන් පැයේ ඉදලයි ඔරු	පදින්නේ
මාන්සියට තඹයක් තව	නොදුන්නේ
රේන්දයා කොහි ගියේදැයි	නොදන්නේ

ජනකථා

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පිළිබඳව විමසීමේ දී ජන කථාවලට සුවිශේෂී ස්ථානයක් හිමිවේ. ග්‍රාමීය සමාජවල ජීවත්වන පුද්ගලයන් ස්වකීය විවේක කාලය අන්‍යයන් සමඟ ගත කිරීමේ දී මෙම ජන කථා පවැසිය. මෙහිදී වැඩිහිටි පුද්ගලයකු විසින් මෙම කථා ස්වකීය දරු මුණුබුරන්ට කියා දෙනු ලැබීය.

ජනකථා වල ආකෘතිය විමසීමේ දී පසක් වන්නේ කිසියම් සිද්ධියක මුල මැද අග ගලපන ලද කථන්තර බවයි. මේවායේ තේමාවන් ග්‍රාමීය සමාජයෙන්ම සකස් කර ගෙන තිබේ. එමෙන්ම මෙම ජනකථා වලට කතෘත්වයක් සොයා ගත නොහැක. මේවා මුඛ පරම්පරා ගතව පැවැත එයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ විවිධ ප්‍රදේශවලට ආවේනික ජනකථා වර්ග රාශියක් හඳුනාගත හැකිය. මෙහි ආකෘතිය රසවත්ය. සෑම කථාවකින්ම පාහේ යම් ආදර්ශයක් අසන්නාට බලා දීමට උත්සහ කරයි. එමෙන්ම ජනකථා කථන සන්නිවේදනය මත පදනම් වී ඇත.

ජනකථා වර්ග කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය. උදා: උත්පත්ති කථා, සත්ත්ව කථා, දේව කථා, වෘක්ෂලතා කථා, අත්භූත කථා, උපහාස කථා, සුරංගනා කථා වශයෙනි.

අන්දරේගේ කථා, මහදැන මුත්තාගේ කථා, ගමරාළගේ කථා, ප්‍රසිද්ධ ජන කථා කිහිපයකි.

ජනකථා වල සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

සත්‍ය හෝ මිත්‍යා මූලාශ්‍ර මත ජනකථා බිහිවී තිබීම.

ජනකථා මගින් සමාජීය අධ්‍යාපන කාර්යයක් සිදුවේ.

ජනකථා තුළ ගැමි ජනයා සතු විවිධ විශ්වාසයන් ඇදහිලි සාරධර්ම සිරිත් ඇතුළත් වී තිබීම.

මකරා, බෝදිලිමා, ගරුඩා, ඇත්කද ලිහිණියා, ගුරුළා වැනි මිත්‍යා සත්ත්ව වර්ග ඇතුළත්ව තිබීම.

ජනකථා ඉතා ආශ්වාද ජනක වන අතර ඒවා කථනය හා රූපණය සමඟ ද යොදා ගත හැකිවීම.

ශාන්ති කර්ම හා යාතු කර්ම

ශාන්ති කර්ම සහ යාතු කර්ම ග්‍රාමීය සමාජවල ජනප්‍රිය සන්නිවේදන මාධ්‍යයකි. පුද්ගලයන්ගේ මානසික ගැටලු වලට සහනය සලසාදීමේ අටියෙන් ග්‍රාමීය සමාජවල මේවා රඟ දක්වයි. එමෙන්ම විවිධ අභිචාර විධි මේවා සම්බන්ධව තිබේ.

ග්‍රහදෝෂයන්ගෙන් සිදුවන වපත් සමනය කර ගැනීමටත් ලෞකික ජීවිතයේ අපේක්ෂා යහපත් කර ගැනීම උදෙසා ග්‍රාමීය සමාජවල මේවා රඟ දක්වයි.

යාතු කර්මවල කිසියම් ප්‍රාසංගික බවක් ද දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම යාතු කර්ම තුළ සිදුවන සෑම ක්‍රියාකාර කමක්ම නිර්මාණශීලී වේ.

යාතු කර්ම වලදී කවි ගායනා කරන අතර ඊට ආවේනික බෙරවාදන විශේෂයක් ද උපයෝගී කර ගනියි.

ජනශ්‍රැති විද්‍යාව තුළ ශාන්ති කර්ම හා යාතු කර්ම පිළිබඳව සාකච්ඡා කෙරේ. ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් **Ritual** යනුවෙන් යාතු කර්ම හඳුන්වයි.

ශාන්ති කර්ම පිළිබඳව සැලකීමේ දී ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම සශ්‍රීකත්වය ප්‍රාර්ථනා කිරීම බෝවෙන රෝග වලින් අත් මිදීම අපල සඳහා ආරක්ෂාව සලසා ගැනීම වැනි අරමුණු වෙනුවෙන් භාවිතා වේ.

හින්දු සංස්කෘතිය පිළිබඳව විමසීමේ දී වඩ්මෝඩ් තෙන්මෝඩ් කාමකුත්තු නාට්ටුක්කුත්තු නේරුත්තුක්කු වැනි ශාන්ති කර්ම භාවිතා වේ.

දිවයිනේ විවිධ ප්‍රදේශවල සෙත් ශාන්තිකරුවන් විසින් ප්‍රබන්ධ කල නාට්‍ය අතිවිශාල සංඛ්‍යාවක් යාතු කර්ම හා බැඳී පවතී.

ඇතත් පතිනි දෙවි අණසක පැතිර ගියත් මුළු	දියනේ
යසත් පාපු තෙද බලයෙන් ලොව සනඳුර දුරුව	යනේ
ඇතත් සියළු පින මායම් දුරුව පතිනි සෙත්	කරනේ
ඉසත් නළල දෙනෙත් නාස මුව තුළ දොස් දුරුව	යනේ

ගැමි නාටක

ශ්‍රී ලංකාවේ ගැමි නාටක කලාව ආගමික පුද පූජාවන් පිළිවෙත් හා බැඳී තිබේ. ගැමි නාටක යන්න කවරක්ද යන්න පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කල හොත් පසක් වන්නේ කිසියම් කථා පවතක් හෝ කථා පුවත් කිහිපයකින් සැදුම් ලද්දා වූ කලාංගයක් බවයි.

කෝලම් සොකරි දහඅට සන්නිය රූකඩ කලාව මෙන්ම පාස්කු නාට්‍ය සම්ප්‍රදාය ද ගැමි නාටක වශයෙන් හඳුන්වා දීමට හැකිය. මෙම එක් එක් නාට්‍ය සම්ප්‍රදායන් සඳහා ඊටම ආවේණික වූ ගෞලින් සහ ආකෘතීන් ගොඩනැගී ඇත.

මෙම ගැමි නාටක විවිධ අරමුණු පාදක කර ගනිමින් රඟ දක්වනු ලැබේ. ලෙඩ රෝග වලින් ආරක්ෂාවීමට වසංගත වලින් ආරක්ෂාවීමට වගා වගා උපද්‍රව වලින් ආරක්ෂාවීමට අපල උපද්‍රව දුරුකර ගැනීමට මෙන්ම විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම යන අරමුණු මූලික වේ.

සොකරි නාට්‍ය කුඹුරු අස්වනු නෙලීමෙන් අනතුරුව එම කමතේ රඟ දැක්වීමට ගැමියෝ පුරාණයේ පුරුදුව සිටියහ. එහි එයට ආවේණික කථා පුවතක් දක්නට ලැබේ.

සාම්ප්‍රදායික පාස්කු නාට්‍යයෙහි කථා තේමාව ක්‍රිස්තුස්වහන්සේගේ එල්ලා මැරීම පිළිබඳ පුවතයි. මෙහි වර්ත නිරූපනය සඳහා අවස්ථාව ලැබෙන්නේ පාරිමිපරික උරුමයෙනි. ගමෙහි ප්‍රජාව එහි රංගන කාර්යයේ යෙදෙති.

කෝලම් නාට්‍ය වෙස් මුහුණු නාටක වශයෙන් ද හඳුන්වනු ලැබේ. මෙසේ වෙස් මුහුණු නාටක ලෙස දක්වන්නේ එහි පාත්‍රයෝ ලියෙන් සාදන ලද වර්ණවත් වෙස් මුහුණු පැලැදීම නිසාය.

කෝලම යන වචනාර්ථය පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කල හොත් පසක් වන්නේ නළුවෙකු විසින් පලදින වේෂය යන්නයි. එය ද්‍රවිඩ අර්ථයකි. සිංහලෙන් මෙහි අර්ථය ආරුඩකර ගන්නා විලාශය යන්නයි.

කෝලම් නාට්‍ය විරෝධාකල්ප බහුල නාට්‍ය කලා සම්ප්‍රදායක් ලෙස දැක්විය හැකිය. එහි උපත විවිධ වත් පිළිවෙත් හා බැඳී තිබේ. කෝලම් වල මූලාරම්භය ඉන්දියාවේ ද්‍රවිඩ ජන නැටුම් කරා දිවෙන්නේය.

කෝලම් වල ඉතිහාසය පිළිබඳව විමසීමේ දී පසක්වන්නේ කෝලම් මූලින්ම රඟ දක්වා ඇත්තේ දඹදිව රජෙකුගේ බිසවකට ඇතිවූ දොල දුකක් සංසිදුවීමටය. එමෙන්ම කෝලම් වල උපත දඹදිව බරණැස් නුවරින් ආරම්භ වී යැයි මතයක් පවතී.

පසුකාලීනව කෝලම් නාට්‍ය විශේෂය දේශීය උරුමට දේශීය අත්දැකීම් පාදක කර ගෙන වර්ධනය විය. කෝලම් සම්ප්‍රදායට අයත් කෝලම් රාශියක් තිබේ. පොලිස් කෝලම, ආරච්චි

කෝලම, ජස කෝලම, මුදලි කෝලම, අණබෙර කෝලම, හේවා කෝලම, බයිකෝලම, ගම කෝලම, ලන්දේසි කෝලම, ආඩි කෝලම, නාග කන්‍යා කෝලම, රාස්ස කෝලම

කෝලම් රඟ දැක්වීම සඳහා එළිමහන් බිමක රවුම් අංගනයක් භාවිතා කරයි. කෝලම් රඟ දැක්වීමේ පරමාර්ථ ලෙස ගර්භණි මාතාවන් සඳහා පැවැත්වූ අභවාර ක්‍රමයක් ලෙසත්, සශ්‍රීකත්වය පරමාර්ථ කොට ගත්තක් ලෙසත් දැක්විය හැකිය.

හේවා කෝලමේ සබයට පැමිණ ගයනා කරන කවියක්

දියත පතල උසිරට බරණැස නරනිදු	ලාගේ
සමත රාජ කාරියකර කරුණා ලාබ	ඔහුගේ
අනත යුදෙන් ජයගත් බව අසුවද මෙම	ලාගේ
සපනි මෙමා සබයට ආවයි සිහරජ	වාගේ

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ වැදගත්කම.

පුරාණ ගැමි සමාජවල සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විවිධ අවශ්‍යතා සඳහා උපයෝගී කර ගනු ලැබීය. සැබැවින්ම ග්‍රාමීය සමාජවල සිරිත් විරිත් වර්ධන හර පද්ධති වල සංකලනයෙන් මෙම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය නිර්මාණය වී තිබේ. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය වල වැදගත්කම පිළිබඳව මෙහිදී විශ්ලේෂණය කිරීම වැදගත්වේ.

දැනුම ඉගෙනුම් සම්පාදනය.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පිළිබඳව විමසීමේ දී ඒවා තුලින් සිදු වන්නේ සන්නිවේදන හුවමාරුවක්ම පමණක් නොවේ. අතීතයේ සිට පාරම්පරිකව පැවැත එන සිරිත් විරිත් හර පද්ධති සංස්කෘතික අගනාකම් වලින් සමන්විත ඥාන ගබඩාවක් වශයෙන් හැදින්විය හැකිය. මෙම ඥානය එක් පරම්පාවකින් තවත් පරම්පාවකට රැගෙන යන මාධ්‍ය වන්නේ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයයි. විශේෂයෙන්ම බාල පරම්පරාවකට තම සංස්කෘතිය පිළිබඳව විධිමත් අවබෝධයක් මේවා නැරඹීමෙන් ලැබේ.

උපදේශනාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකිවීම.

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන මාධ්‍ය වල ග්‍රාමීය ගැමි සමාජයේ ඥානය අගනාකම් දැනුම අන්තර්ගත වී තිබෙන බව විද්‍යාමාන වූ කරුණකි. එමෙන්ම මේවා කෙරෙහි එකී සමාජ වල සිටින පුද්ගලයන්ගේ විශ්වසනීයත්වය ඉහලය. එමනිසා සංවර්ධන කාර්යයන් වලදී සංවර්ධන

සන්දේශ ඉලක්කගත ප්‍රජාව වෙත රැගෙන යන වාහකයක් ලෙස මේවා යොදා ගත හැකිය. එමෙන්ම පුද්ගලයන් තුළ පවතින සාමාන්‍ය ආකල්ප තුරන්කිරීම සඳහාත් අවිද්‍යාත්මක ආකල්ප ඉවත් කොට පුද්ගලයන්ගේ හැසිරීම් වෙනස් කිරීම සඳහාත් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ඉවහල් කර ගත හැකිය.

සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකිවීම.

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම ග්‍රාමීය සමාජ වල සංස්කෘතික අනන්‍යතාවය පල කරයි. එබැවින් වෙනත් රටක පුද්ගලයන්ට අප සංස්කෘතිය පිළිබඳව අවබෝධ කර දීමේ දී හා එහි වැදගත්කම පසක් කොට දීමේ දී මෙම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ක්‍රම උපයෝගී කර ගත හැකිය.

එමෙන්ම මෙම නාට්‍ය රඟ දැක්වීමට පූර්වයෙහි සිදු කරන වත් පිළිවෙත් පිළිබඳව වෙනත් අයෙකුට මානාව අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට මෙම මාධ්‍ය ඉවහල් වේ. උදා: බුලත් දී පිළිගැනීම වතුර වීදුරුවක් අල්ලා ආහාරයට ආහාරයට ආරාධනා කිරීම, හේවිසි මගුල් බෙරවයා ගෞරවය පල කිරීම දැක්විය හැකිය.

සැබැවින්ම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු දැනුම් කෝෂයකි. එහි අංග ඉගැනීම තුළින් හෙල සංස්කෘතිය පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයක් ලබාගත හැකිය. එමෙන්ම අප සංස්කෘතියේ අනන්‍යතාවයන් අන්‍ය සංස්කෘතීන් වලට ඒත්තු ගැන්වීමේදීත් පාරම්පරිකව ඒවා රැගෙන යාම සඳහාත් මෙම මාධ්‍ය වැදගත්වේ.

භාව ප්‍රකාශය.

ගැමි සමාජයේ මිනිසුන් තම හෘදයාංගම හැඟීම් වන පාළුව කාන්සිය දුක ප්‍රේමය ගෘහාරය විරෝධාකල්ප සතුට ප්‍රකාශ කිරීම සඳහා මෙම මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගනු ලබයි. ඒ සඳහා ජනකථා, ප්‍රස්ථාව පිරුළු, නර්තන, ජනනාට්‍ය වැදගත්වේ.

අභිනකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම.

අතීත සමාජවල ජීවත් වූ ප්‍රභවරයන් ගැමියන් සිදු කරන ලද සමාජයට අභිනකර ක්‍රියා අඥාන ක්‍රියා පිළිබඳව උපහාසාත්මක කරුණු මෙම මාධ්‍ය මගින් ඉදිපත් කරයි. නිදසුනක් ලෙස මහදැන මුත්තාගේ කථාව, කැකිල්ලේ රජපුරුවන්ගේ කථාව, ආරච්චි කෝලම පොලිස් කෝලම දැක්විය හැකිය.

විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකිවීම.

ගැමි ජනතාවගේ මූලික ජීවනෝපාය මාර්ගය කෘෂිකර්මාන්තය විය. එමෙන්ම කෘෂිකාර්මික කටයුතු වල දවස පුරා නිරතවීමෙන් පසුව ලැබෙන විවේක කාලය විනෝදයෙන් ගත කිරීම සඳහා තේරවිලි කවි රූකඩ නාට්‍ය වැනි සන්නිවේදන මාධ්‍ය ඉවහල් කර ගත්තේය.

4.2 ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම සහ එහි විශේෂතා.

වර්තමානයේ දී ජනමාධ්‍ය ලෝකය වෙලාගෙන ඇති අතර ආණ්ඩුවක සතරවන බලවේගය වශයෙන්ද හඳුන්වයි. ජනමාධ්‍ය වල බිහිවීම හා එහි සුවිශේෂීතා පිළිබඳව විවිධ අදහස් උදහස් පවතින අතර මෙහිදී ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම වැදගත්වේ. කාර්මික විප්ලවය ඇති වී ධනවාදී සමාජ ක්‍රමය ව්‍යාප්ත වන්නට වූ විට පුද්ගලයන්ගේ අවශ්‍යතාවයන් ද සංකීර්ණවිය. එම සංකීර්ණ අවශ්‍යතා වලට සරිලන ආකාරයෙන් මානවයාගේ සන්නිවේදනය ද වර්ධනය විය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් මානව සන්නිවේදනය යාන්ත්‍රික ස්වරූපයක් ගත්තේය. එකවර වඩා පුළුල් ජන සමාජයක් වෙත සන්නිවේදනය සිදු කිරීම සඳහා විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍ය බිහිවිය. මෙම සන්නිවේදන මාධ්‍යවල ක්‍රමික විකාශයෙන් ජනමාධ්‍ය බිහිවිය.

පළමු සහ දෙවන ලෝක යුද්ධ වලදී යුධ තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා භාවිතා කළ සන්නිවේදන මාධ්‍ය පසු කාලයේ දී යුද්ධයෙන් පිඩාවට පත් ජනතාවට සරල විනෝදාස්වාදයක් ලබා දීමට භාවිතා කළේය. එමෙන්ම 1922 දී ජෝන්රිත් සම්වරයා විසින් සදහන්කර ඇත්තේ යුධ තොරතුරු ලබා දීමට භාවිතා කල මාධ්‍ය ජනතාව වෙනුවෙන් භාවිතා කරන ලෙසයි.

එමෙන්ම ජනමාධ්‍ය බිහිවීම සඳහා බලපාන ලද ප්‍රධාන සාධකයක් වශයෙන් දැක්විය හැක්කේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයෙහි සිදු වූ වර්ධනයයි. මෙය කාර්මික විප්ලවයේ පළමු සහ දෙවන ලෝක යුද්ධ කාල වලදී සිදුවිය.

ජනමාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත් පොත් සඟරා ගුවන්විදුලිය සහ රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකිය.

ජනමාධ්‍ය යනු කවරක්ද යන්න පිළිබඳව විද්‍යාත්මකව විශ්ලේෂණය කිරීම මෙහිදී වැදගත්වේ. මේ සඳහා විවිධ ක්ෂේත්‍රවලට අයත් විද්වතුන් විසින් ජනමාධ්‍ය හඳුන්වා ඇති ආකාරය විමසීම තුළින් ජනමාධ්‍ය යන්න කවරක්ද යන්න පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයක් ලබාගත හැකිය.

ඩිල්ලුවර් සහ ඩෙනිස් ජනසන්නිවේදන අවබෝධය නැමැති කෘතියේ ජනමාධ්‍ය ලෙස පොත්පත් සඟරා පුවත්පත් ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය හඳුන්වා දී ඇත. මෙම නිර්වචනය තුළින් පැහැදිලි

වන්නේ කාර්මික විප්ලවය තුළින් බිහිවූ තාක්ෂණික මාධ්‍ය ජනමාධ්‍ය වශයෙන් හඳුන්වා දී ඇති බවයි.

ජනමාධ්‍ය පිළිබඳව තවදුරටත් විමසීමේ දී ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂයේ ජනමාධ්‍ය හඳුන්වා දී ඇති ආකාරය විමසීම වැදගත්වේ.

“අදහසමානව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේ නම් එය ජනමාධ්‍ය වේ”.

මෙම අර්ථදැක්වීම විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී පසක්වන්නේ එකිනෙකා නොහඳුනන හා ගණනය කල නොහැකි ග්‍රාහකයන් පිරිසකට යම් මාධ්‍යයක් උපයෝගී කරගෙන සන්නිවේදනය කිරීම ජනමාධ්‍ය බවයි.

ඉහත අර්ථදැක්වීම් වලට අමතරව ජනමාධ්‍ය පිළිබඳව දක්වා ඇති තවත් අර්ථකථන පිළිබඳව විමසීමේ දී පහත නිර්වචනය වැදගත්වේ.

“ජනමාධ්‍ය ලෙස අර්ථකථනය කරන්නේ පුළුල් ප්‍රදේශයක විසිරී පවතින බහුවිධ අදාශ්‍ය ග්‍රාහක කොට්ඨාසයකට ආමන්ත්‍රණය කරනු ලබන මාධ්‍යය වේ”.

ඉහත නිර්වචනය තුළින් ද පසක්වන්නේ ජනමාධ්‍ය වලින් ආවරණය වන ග්‍රාහක සමූහය අතිවිශාල බවයි.

මෙහිදී ඉහතින් දක්වා ඇති නිර්වචන සියල්ලටම වඩා වෙනස් අර්ථදැක්වීමක් පිළිබඳව විමසීම වැදගත් වේ.

“ජනසන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීමට යොදනු ලබන උපාංග ජනමාධ්‍යයයි”.

සැබැවින්ම මෙම අර්ථදැක්වීම තුළින් විග්‍රහ කරනු ලබන්නේ ජනසන්නිවේදනයේ දී යොදා ගන්නා තාක්ෂණික උපාංග පිළිබඳවයි. නොවසේනම් සන්දේශයක් ග්‍රාහකයා වෙතට සන්නිවේදනය කරන මාධ්‍ය පිළිබඳවයි.

ජනමාධ්‍ය තුළ අනෙකුත් මානව සන්නිවේදන මාධ්‍ය වලට වෙනස් සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය.

රූපවාහිනිය ගුවන් විදුලිය පුවත්පත යන මාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයන් වෙත තොරතුරු රැගෙන යාමේ දී තාක්ෂණික ක්‍රියාවලියක් හරහා එම කාර්යය සිදුවේ. නිදසුනක් ලෙස ගුවන් විදුලියකින් සන්දේශයක් විකාශය කිරීම සඳහා අධිබලැති සම්ප්‍රේෂණ යන්ත්‍ර භාවිතා කරයි. එමෙන්ම

සන්දේශ ග්‍රාහකයා ග්‍රහනය කර ගන්නේද තාක්ෂණික උපකරණයක් මගිනි. එනම් ගුවන් විදුලි යන්ත්‍රයකිනි. රූපවාහිනියට ද මෙම ලක්ෂණ පොදුය. පුවත්පතක් ගතහොත් පුවත්පතේ පල කිරීම සඳහා තොරතුරක් අක්ෂර රූප බවට පත් කිරීමට පරිගණක යන්ත්‍ර මුද්‍රණ යන්ත්‍ර යොදා ගනු ලැබේ. මේ ආකාරයෙන් විමර්ශණය කිරීමේ දී ජනමාධ්‍ය තාක්ෂණික ක්‍රියාවලියක් මත පදනම් වන බවයි.

ක්ෂණික හා අඛණ්ඩතාවයකින් යුක්තවීම.

ප්‍රධාන ජනමාධ්‍යයක් වශයෙන් සැලැකෙන පුවත්පත ගතහොත් එහි අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් දක්නට ලැබේ. පුවත්පත් දිනපතා සතිපතා හෝ සතිඅන්ත වශයෙන් අඛණ්ඩව මුද්‍රණය වේ. එමෙන්ම ගුවන්විදුලිය සහ රූපවාහිනිය පැයවිසිහතර පුරාම අඛණ්ඩව ක්‍රියාත්මක වේ.

බොහෝ විට ගුවන්විදුලි සහ රූපවාහිනී නාලිකා වලින් සමාජයේ සිදුවන විවිධ සිදුවීම් පිළිබඳ ප්‍රවෘත්ති ක්ෂණිකව එසැණ පුවත් තුළින් විකාශය කරයි. එසේම විවිධ සිදුවීම් සජීවීව විකාශය කරයි. පුවත්පත ද මේ මග යමින් පෙරදින සිදුවූ පුවත් විස්තරාත්මකව පසුදින පල කරයි.

සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහයකින් සමන්විතවීම.

සෑම ජනමාධ්‍ය ආයතනයක් තුළම හදුනාගත හැකි සංකීර්ණ ආයතනික ව්‍යුහයක් පවතී. පුවත්පත් ආයතනයක් ගත හොත් පුවත්පත් ආයතනයේ අංශ ගණනාවක් පවතී. එමෙන්ම එක් එක් අංශයට පැවැරුණු කාර්යයන් රැසක් ද පවතී. එක් එක් අංශවල විවිධ වෘත්තිකයන් කටයුතු කරනු ලැබේ. ගුවන්විදුලි සහ රූපවාහිනී ආයතන වල ව්‍යුහය ද මේ හා සමාන වේ. ගුවන්විදුලි රූපවාහිනී පුවත්පත් ආයතන වල ඇති විවිධ අංශවලින් සන්දේශ සැකසී අවසානයේ දී ග්‍රාහකයා දක්වා ගමන් කරයි.

වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් සිටීම.

ජනමාධ්‍ය ආයතන වල බොහෝ විට කටයුතු කරන්නේ වෘත්තීය සන්නිවේදකයන්ය. පුවත්පත් ආයතන වල කතෘවරු සංස්කරණ ශිලපීන් වාර්තාකරුවන් වැනි වෘත්තිකයන් රාශියක් සිටී. ගුවන්විදුලි සහ රූපවාහිනී ආයතන වල නිවේදකයන් කැමරාකරුවන් වාර්තාකරුවන් වැනි වෘත්තිකයන් කටයුතු කරති.

බහුවිධ දොරටු පාලන ක්‍රියාවලියකට යටත්වීම.

වාර්තාකරුවෙකු ලබා දෙන සන්දේශයක් එපරිදිම ජනමාධ්‍ය තුළින් විකාශය නොකරයි. විවිධ අදියර යටතේ එය සංශෝධනයකට ලක් වේ. සන්දේශයක් සංශෝධනය සඳහා රජයේ තීරණ

මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ආකල්ප සිවිල් සංවිධාන වල විවිධ අදහස් නීතිමය කරුණු බලපායි. මේවාට අනුගතව ජනමාධ්‍ය සන්දේශ විභාගය කළ යුතුවේ.

බහුවිධ ග්‍රාහකත්වයකින් යුක්තවීම.

ජනමාධ්‍යයකින් ලබා දෙන සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගන්නා පිරිස අති විශාල වේ. මෙම පිරිස ස්ත්‍රී පුරුෂ බාල තරුණ මහළු උගත් නුගත් ග්‍රාමීය නාගරික වශයෙන් විවිධාකාර වේ. ජනමාධ්‍ය ආයතන මෙම සියළු දෙනාම ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා විවිධ උපක්‍රම භාවිතා කරයි.

ප්‍රමාදී ප්‍රතිපෝෂණයක් දක්නට ලැබීම.

ජනමාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයන් වෙත ක්ෂණිකව සහ අණ්ඩව තොරතුරු ලබා දුන්නද ඒ සඳහා ග්‍රාහකයන්ගෙන් ලැබෙන ප්‍රතිපෝෂණය ප්‍රමාදීව ලැබේ. විශේෂයෙන්ම විද්‍යුත් මාධ්‍ය මගින් විකාශය කරන ඇතැම් වැඩසටහන් සඳහා සජීවීව පුද්ගලයන් සම්බන්ධකර ගත්ත ද ඒ සඳහා අවසර ලැබෙන්නේ සීමිත පිරිසකටයි. එමෙන්ම මේ සතියේ පුවත්පතේ පලවෙන පුවත් පිළිබඳව පාඨකයන්ගේ අදහස් යෝජනා පලවන්නේ ලබන සතියේ නිකුත්වන පුවත්පතේය. මේ අනුව ජනමාධ්‍ය ආයතනවල ප්‍රතිපෝෂණය නොමැතිවීම හෝ ප්‍රමාදීව සිදුවේ.

බොහෝ විට වාණිජත්වය පදනම්කර ගැනීම.

ජනමාධ්‍ය වල පවතින සුවිශේෂී ලක්ෂණයක් නම් ලාභ අපේක්ෂාවෙන් ක්‍රියාත්මක වීමයි. පෞද්ගලික මාධ්‍ය ආයතන වල අපේක්ෂාව උපරිම ලාභ ලබා ගැනීමයි. රජයේ මාධ්‍ය වුවද වර්තමානයේ ලාභ අපේක්ෂාවෙන් ක්‍රියාත්මක වේ. එමෙන්ම බොහෝ ප්‍රේක්ෂකයන් සංඛ්‍යාවක් ආකර්ෂණය කර ගැනීම උදෙසා විවිධ ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරයි. වාණිජ අපේක්ෂාවන් සාධනය කර ගැනීම ජනමාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණයකි.

ජනමාධ්‍යයේ කාර්යභාරය

රටක සිවුවන බලවේගය වශයෙන් හඳුන්වනු ලබන ජනමාධ්‍යයට සුවිශේෂී බලයක් පවතී. පුද්ගලයන්ගේ ආකල්ප වෙනස් කිරීමටත් ඔවුන් තුළ ධනාත්මක සහ සෘණාත්මක වර්ගවත් රෝපණය කිරීමටත් ජනමාධ්‍යයට හැකියාවක් පවතී.

ජනමාධ්‍ය මගින් ඉටුකරනු ලබන කාර්යයන් පිළිබඳව විමසීමේ දී පොදු කරුණු කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය. අධ්‍යාපනය ලබාදීම තොරතුරු සම්පාදනය පෙලඹවීම හා විනෝදාස්වාදයයි.

මෙහිදී සමාජයේ සිදුවන සිදුවීම් පිළිබඳව අධ්‍යාපනික වශයෙන් වැදගත් කරුණු පිළිබඳව ජන මාධ්‍ය මගින් පුද්ගලයන් නිරන්තරයෙන්ම දැනුවත් කරයි. එමෙන්ම සමාජයේ සිදුවන විවිධ සිදුවීම් පිළිබඳව ද තොරතුරු ලබාදීම සිදු කරයි. වර්තමානයේ දී ජනමාධ්‍ය මගින් පුද්ගලයන් යහපත් හා අයහපත් කාර්යයන් සඳහා පෙලඹවීම දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම විඩ්‍යාවට පත්වී සිටින පුද්ගලයන්ට සංගීතය ටෙලිනාට්‍ය චිත්‍රපට මගින් ජනමාධ්‍ය විනෝදාස්වාදය සපයයි.

ජනමාධ්‍ය මගින් සිදු කරන කාර්යන් පිළිබඳව විමසීමේ දී යුනෙස්කෝ සංවිධානය මගින් පළ කරන ලද **Many Voice One Word** නැමැති කෘතිය වැදගත්වේ. මෙම කෘතියෙන් ජනමාධ්‍ය මගින් සිදු කරන කාර්යයන් කිහිපයක් දක්වා ඇත.

සුපරීක්ෂණය(Surveillance).

මෙහිදී ආරක්ෂාව පිළිබඳ තොරතුරු විවිධ පුද්ගල සහ සමාජ අවශ්‍යතා පිළිබඳ තොරතුරු එක්රැස් කොට ඒවා පිළිබඳව ජනතාව දැනුවත් කිරීම මෙයට අයත්වේ.

මෙම අදහසම ලැස්වේල් විසින් පරිසරය ආරක්ෂා කිරීමට රුකුල්දීම යනුවෙනුත් විල්බර් ශ්‍රාම් විසින් ආරක්ෂකයකුගේ භූමිකාව වශයෙනුත් දක්වා ඇත.

ජනමාධ්‍ය නිරන්තරයෙන්ම සමාජයේ සිදුවන සමාජයට හිතකර සහ අහිතකර බලපෑම් පිළිබඳව අවධානයෙන් සිට ඒවා පිළිබඳව ජනතාව දැනුවත් කරයි. උදා: සිරස විමර්ශන ක්‍රියමිවොච් හෙලිදරවුව බැලුම්ගල වැනි රූපවාහිනී සහ ගුවන් විදුලි වැඩසටහන් දැක්විය හැකිය.

අර්ථකථනය(Interpretation).

මෙයින් පැහැදිලිවන්නේ විවිධ සිද්ධීන් තොරතුරු පිළිබඳව සමාජයට පැහැදිලිකර දීමයි.

බොහෝ විට රාජ්‍ය මාධ්‍ය යම් යම් තොරතුරු රජයේ බලාධිකාරියට අනුකූලව විකාශය කරයි. පෞද්ගලික මාධ්‍ය තොරතුරු අර්ථකථනය කරන්නේ හිමිකාරීත්වයේ දෘෂ්ටියට අනුකූලවයි. ඇතැම් මාධ්‍ය සමබර ආකාරයෙන් තොරතුරු විකාශය කරයි.

සහසම්බන්ධය(Correlation).

සමාජය ස්ථාවරව පවත්වාගෙන යාම සඳහාත් පුද්ගලයන් සහ ආයතන අතර මනා සම්බන්ධතාවයක් ඇති කිරීම සඳහාත් සහසම්බන්ධය වැදගත්වේ.

මෙහිදී ජනතාව සහ පාලකයන් අතර හෝ ජනතාව සහ නිලධාරීන් එකට මුණගැහෙන වේදිකාවක් බවට පත් කිරීමට සහසම්බන්ධව වැදගත්වේ. උදා ගොවියන් සහ කෘෂි කර්ම උපදේශකයන් එකට මුණ ගස්වා කෘෂි ගැටළු මාධ්‍ය ඔස්සේ සාකච්ඡා කිරීම.

සමාජානුයෝජනය(Socialization)

සමාජයේ නව ප්‍රවණතා සමාජ සංස්ථා පිළිබඳව දැනුම අවබෝධය ලබාදීම මෙයින් අදහස් වේ. උදා: විවිධ රටවල සංස්කෘතිකාංග පිළිබඳව ජනමාධ්‍ය ඔස්සේ පුද්ගලයන් දැනුවත් කිරීම.

ජනමාධ්‍ය මගින් සිදුකරන කාර්යයන් පිළිබඳව මහාචාර්ය හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල් ද අදහස් දක්වා ඇත. ඔහු ජනමාධ්‍යයෙන් සිදු වන කාර්යයන් තුනක් දක්වයි.

සුපරීක්ෂණය

සමාජය තුළ විවිධ අක්‍රමිකතා ගැටුම් පිළිබඳව අවදියෙන් හිඳ ඒවා පිළිබඳව පුද්ගලයන් දැනුවත් කිරීම.

ප්‍රවෘත්ති ලොව පුරා බෙදා හැරීම.

රටක සමාජයක සිදුවන විවිධ සිදුවීම් ප්‍රවෘත්ති ඔස්සේ ලෝකය පුරා සිටින පුද්ගලයන්ට දැනුම්දීම.

ප්‍රේක්ෂක මතය හා අදහස් හැඩගැස්වීමේ හැකියාව.

නව මතයක් නව නිෂ්පාදනයක් පිළිබඳව විස්තර පුද්ගලයන්ට ඉදිරිපත් කොට ඔවුන් තුළ ඒ කෙරෙහි නැඹියාවක් ඇති කිරීම.

මහාචාර්ය විල්බර්ග්‍රාම් විසින් ද ජනමාධ්‍ය මගින් සිදුවන කාර්යභාර්ය කිහිපයක් දක්වා ඇත.

ආරක්ෂකයකුගේ භූමිකාව

සමාජයකට රටකට සිදුවන සතුරු උපද්‍රව ස්වභාවික විපත් පිළිබඳව පූර්වයෙන් ජනතාව දැනුවත් කොට ඔවුන් තුළ පෙර සූදානමක් ඇති කිරීම. උදා සුනාමි තත්ත්වයක් ඇති වීමට පූර්වයෙන් පුද්ගලයන් දැනුවත් කිරීම.

සාකච්ඡා මණ්ඩපයක භූමිකාව.

විවිධ ගැටලු සහිත පුද්ගලයන් සහ පාලකයන් නිලධාරීන් එක්තැනකට එක් කොට දෙපාර්ශවය අතර සාකච්ඡා පැවැත්වීම.

ගුරුවරයකුගේ භූමිකාව.

අධ්‍යාපන තොරතුරු ලබාදීම. විවිධ රටවල සංස්කෘතීන් පිළිබඳව තොරතුරු ජනතාවට ලබා දීම.

ඉහත අදහස් විමර්ශනය කිරීමේ දී පසක්වන්නේ ජනමාධ්‍ය තුළ සුවිශේෂී හැකියාවන් පවතින බවයි. මෙයට අමතරව ජනමාධ්‍ය සතු තවත් වැදගත් කාර්යයන් කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මුර සෙබලකුගේ භූමිකාව ඉටු කිරීම.

රටක ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදය ඇති කිරීම සඳහාත් අඛණ්ඩව පවත්වා ගෙන යාම සඳහාත් ජනමාධ්‍යයට සුවිශේෂී හැකියාවක් පවතී. විශේෂයෙන්ම මැතිවරණ සමයන් වලදී ජනතාව නිවැරදි දේශපාලන තීරණයන් සඳහා යොමු කිරීමට ජනමාධ්‍යයට සහය විය හැකිය. රටක දේශපාලන ව්‍යුහය තුළ සිදුවන දූෂණ අක්‍රමිකතා පිළිබඳව ජනතාව දැනුවත් කිරීම ජනමාධ්‍යට කළ හැකි කාර්යයකි.

සමකාලීන සමාජ විඥානය හඳුනා ගැනීමට උපකාරීවීම.

සමාජය සිසුයෙන් වෙනස් වේ. විශේෂයෙන්ම වාණිජ කරණය වූ සමාජයක මෙම ලක්ෂණ බහුලව හඳුනාගත හැකිය. ආහාර රටාවන් සිරිත්විරිත් ජීවන ක්‍රම පර්භෝජන භාණ්ඩ පිළිබඳ රුචිකත්වය සිසුයෙන් වෙනස් වේ. මේ පිළිබඳව තොරතුරු ව්‍යාප්ත කිරීමට ජනමාධ්‍යයට සුවිශේෂී හැකියාවක් පවතී.

ග්‍රාහක රසඥතාව පුළුල් කිරීමට සහයවීම.

විවිධ රටවල සංගීත රටාවන් නවීන සහ පැරැණි ගීත නාට්‍ය ගීත විවිධ සංස්කෘතීන් වලට අයත් කලා නිර්මාණ ජනමාධ්‍ය මගින් පුද්ගලයන්ට ලබාදීම තුළින් ග්‍රාහක රසවින්දනය පුළුල් වේ.

නාවෝත්පාදන විසරණය සඳහා තොරතුරු කේන්ද්‍රස්ථානයක් බවට පත් කිරීම.

සමාජය තුළ නිරන්තරයෙන්ම වෙනස්වීම් සිදුවේ. විශේෂයෙන්ම වෛද්‍ය විද්‍යාත්මක ක්ෂේත්‍රයේ ජීව විද්‍යාත්මක ක්ෂේත්‍රයේ අභ්‍යවකාශ ක්ෂේත්‍රයේ වැනි ක්ෂේත්‍ර වල නව සොයා ගැනීම් පිළිබඳව දැනුම ක්ෂණිකව සමාජගත කිරීම ජනමාධ්‍ය වලින් සිදුවේ. එතුලින් සමාජය නිරන්තරයෙන්ම නවීකරණය වෙයි.

ඥාන වර්ධනය සඳහා උපයෝගී වීම.

විවිධ විෂයන් පිළිබඳ දැනුම නව විද්‍යාත්මක සොයා ගැනීම් පිළිබඳව දැනුම කලා නිර්මාණ පිළිබඳ දැනුම යන ආදී විවිධ ක්ෂේත්‍රවලට අයත් දැනුම් සම්ප්‍රේෂණයක් ජනමාධ්‍ය මගින් සිදුවේ. මේවායින් පුද්ගලයන්ගේ දැනුම වර්ධනය වේ.

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය.

කාර්මික විප්ලවයෙන් පසුව ක්‍රමයෙන් වැඩි වර්ධනය වූ ජනමාධ්‍ය අද්‍යක්‍යය වන විට ලෝකයම වෙලා ගෙන තිබේ. එමෙන්ම පුද්ගලයාගේ රුචි අරුචිකම් තීරණය කරනු ලබන්නේ ජන මාධ්‍ය මගිනි. මෙසේ වර්ධනය වී ඇති ජනමාධ්‍ය පහත ආකාරයට වර්ගීකරණය කළ හැකිය.

මුද්‍රිත මාධ්‍ය

විද්‍යුත් මාධ්‍ය

මුද්‍රිත මාධ්‍ය

පුවත්පත් පොත් සහ සඟරා

විද්‍යුත් මාධ්‍ය

ගුවන්විදුලිය රූපවාහිනිය අන්තර්ජාලය

පුවත්පත

පුවත්පත යන්න කුමක්ද පිළිබඳව මෙහිදී විද්‍යාත්මකව විශ්ලේෂණය කිරීම වැදගත්වේ.

සුමංගල ශබ්දකෝෂයේ පුවත්පත පිළිබඳව ඉදිරිපත් කර ඇති විවරණය මෙහිදී සලකා බැලීම වැදගත් වේ. එහි පුවත්පත හඳුන්වා දී ඇත්තේ “ප්‍රවෘත්ති ප්‍රසිද්ධ කරණ පත්‍රය” යනුවෙනි.

මෙයින් පැහැදිලි වන්නේ තොරතුරු අඩංගු කොට සකස් කරන ලද මුද්‍රිත ප්‍රකාශනයක් පුවත්පතක් ලෙස හැඳින්විය හැකි බවයි.

ඉහත නිර්වචනයට අමතරව පුවත්පත පිළිබඳව ඉදිරිපත් කර ඇති තවත් නිර්වචන කිහිපයක් පිළිබඳව සලකා බැලීම වැදගත්වේ.

යුනෙස්කෝ සංවිධානය විසින් ද පුවත්පත පිළිබඳව සුවිශේෂී හැඳින්වීමක් සිදු කර ඇත. “සුවිශේෂී භූගෝලීය කලාපයක වෙසෙන බහුතර ජනතාවට අයත් පොදු රුචිකත්වයක් අඩංගු ප්‍රවෘත්ති දැක්වෙන දිනපතා හෝ සතිපතා නිකුත්වන ප්‍රකාශනයකි”.

මෙම නිර්වචනය පිළිබඳව විමසීමේ දී පසක්වන්නේ යම් නිශ්චිත භූගෝලීය සීමාවක වෙසෙන ජනතාව ඉලක්ක කොටගෙන අඛණ්ඩව ප්‍රකාශයට පත් කරන ප්‍රකාශය පුවත්පත බවයි.

මෙයට අමතරව පුවත්පත පිළිබඳව ඇති තවත් නිර්වචනයක් දෙසට අවධානය යොමු කිරීම වැදගත් වේ.

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩව ප්‍රකාශයට පත්කරන එකට නොබදින ලද ප්‍රකාශනයකි”.

මෙහිදී ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂයේ පුවත්පත නිර්වචනය කර ඇති ආකාරය පිළිබඳව විමසීම වැදගත්වේ.

“මහජනයා උනන්දුව දක්වන ප්‍රවෘත්ති වෙළඳ දැන්වීම් සාහිත්‍ය හා සම්බන්ධ කරුණු හා අනෙකුත් අංශ ඇතුළත්ව දිනපතා හෝ සතිපතා පළ කරන මුද්‍රිත ප්‍රකාශය පුවත්පතයි”.

මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍ර විසින් සන්නිවේදන ශබ්දාකරයේ පුවත්පත පිළිබඳව මේ ආකාරයෙන් විග්‍රහයක් සිදු කර තිබේ.

“දිනපතා සතිපතා හෝ වාරානුකූලව පුවත් සැපයීම සඳහා පුවත් සැපයීමේ අරමුණෙන් පලමුවෙන්ම පටන්ගත් පත්‍රිකා විශේෂයකි. එහෙත් කලානුරූපව පුවත්පත යනු හුදු පුවත් සැපයීම සඳහාම වෙන්වූ මාධ්‍යයක් වෙනුවට ඊට වඩා විවිධ අංගෝපාංගයන් ඇතුළු වූ ප්‍රකාශන

විශේෂයක් ලෙස හැදින්විනි. පුවත්පත සඳහා ආරම්භයේ දී දෙනු ලැබූ නිර්වචනය වෙනස් වී ඇත්තේ තාක්ෂණය හේතු කොට ගෙනයි. නවීන දිනපතා පුවත්පතක් හෝ සතිපතා පුවත්පතක් විශේෂාංග රැසකින් සමන්විතය. දේශීය හා විදේශීය පුවත් සම්පාදනය හැරුණු විට ඡායාරූප කාටූන් චිත්‍ර කීරු රචනා වෙළඳ දැන්වීම් කතු වැකි නිර්මාණාංග වැනි අංග ඇතුළත් වේ. පුවත්පත් වර්ග ද කිහිපයක් ඇත. සාමාන්‍ය තොරතුරු සම්පාදනය හා විශේෂාංග ඇතුළත් පුවත්පත් හැරුණු විට විවිධ විෂයන්ට යොමු වූණු විශේෂ වර්ගයේ පුවත්පත් බිහිවී තිබේ. ළමා පුවත්පත් ක්‍රීඩා පුවත්පත් විද්‍යා තොරතුරු පිළිබඳ පුවත්පත් සිනමා පුවත්පත් ඉන් කිහිපයකි”.

පුවත්පත් මාධ්‍ය ලිඛිත මාධ්‍යයක් වුවද වර්තමානයේ දී රූපවාහිනියෙන් එල්ලවී ඇති අභියෝග වලට මුහුණ දීම සඳහා ඡායාරූප කාටූන් දීප්තිමත් වර්ණ බහුලව යොදා ගනියි.

පුළුල් ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රයක් ඉලක්ක කරන බැවින් සරල භාෂාවක් භාවිතා කරයි.

පුවත්පත තොරතුරු ලබාදීමට පමණක් නොව සමාජය තුළ පොදු විඥානයක් ගොඩ නැගීමට ද ඉවහල් වේ.

අන්තර්ජාලය ව්‍යාප්තවීමත් සමගම බොහෝ පුවත්පත් විද්‍යුත් පුවත්පත් වශයෙන් අන්තර්ජාලයේ පල වේ.

පොත්

ජනමාධ්‍යයේ පැරැණිතම අංගයක් වශයෙන් පොත් නැතහොත් ග්‍රන්ථ හඳුන්වාදීමට හැකිය. පුවත්පත් මෙන් නොව පොත් දීර්ඝ කාලයක් පරිශීලනය සඳහා තබා ගනියි. එමෙන්ම මේවා විවිධ තේමාවන් කෙන්ද්‍ර කොට ගනිමින් විවිධ කතුවරුන් විසින් රචනා කරයි. විශේෂයෙන්ම අධ්‍යාපනික පොත් විනෝදාස්වාදය සඳහා රචනා වූ පොත් ආගමික ප්‍රචාරණය සඳහා රචිත පොත් චරිතාපදානයන් ආදී වශයෙන් මේවා වර්ග කර දැක්විය හැකිය.

පොත් යන්න පිළිබඳව සුමංගල ශබ්ද කෝෂයේ ඇති විවරණය පිළිබඳව සලකා බැලීම වැදගත්වේ. එහි පොත් යන්න හඳුන්වා දී ඇත්තේ ලියූ හෝ මුද්‍රිත ග්‍රන්ථය යනුවෙනි.

මෙම විග්‍රහය පිළිබඳව විමසීමේ දී පසක්වන්නේ පොත් වශයෙන් හැදින්විය හැක්කේ යම් මාතෘකාවක් අරභයා ලියවුණු මුද්‍රණය කරන ලද ප්‍රකාශයක් බවයි.

මේ පිළිබඳව තවදුරටත් විමසීමේ දී පසක්වන්නේ හරස්වන්ද්‍ර විජේතුංග මහතාගේ මහා සිංහල ශබ්දකෝෂයයි. එහි පොත් යන්න විග්‍රහකර ඇත්තේ “ලියූ හෝ මුද්‍රිත හෝ අමුද්‍රිත හෝ කොළ එකට එක් කොට තනාගත මිටිය යන්නයි”.

පොත් විධිමත්ව විකාශය වීමට පෙර යුරෝපයේ රජයේ නීතිරීති අනුපනත් රාජාඥා ආදිය මුද්‍රණය කොට බෙදා හැර තිබේ. ක්‍රමයෙන් මේවා පොත් දක්වා වර්ධනය විය.

විශේෂයෙන්ම ග්‍රන්ථකරණය විවේකී මනසකින් සිදු කල යුතු කාර්යයකි. එමෙන්ම භාවිතා කරන භාෂාව තේමාව ස්වරූපය අනුව උසස් මට්ටමක පවත්වා ගෙන යෑම වැදගත්වේ.

අන්තර්ජාල ව්‍යාප්තියත් සමග අන්තර්ජාල පොත් හෙවත් (e-book) ව්‍යාප්ත වෙමින් තිබේ. මේවා පරිගණක වලින් මෙන්ම ජංගම දුරකථන ඔස්සේ ද පරිශීලනය කළ හැකිය. එමෙන්ම ගබඩා කිරීම සඳහා විශාල ඉඩකඩක් අවශ්‍ය නොවේ.

සගරා

සගරා යනු පුවත්පතට වඩා වෙනස් වූ ප්‍රකාශනයකි. සගරා සමාන්‍යයෙන් මාසිකව හෝ වාර්ෂිකව යන ආදී වශයෙන් ප්‍රකාශයට පත් වේ. සගරාවක් යනු පුවත්පතකට වඩා ප්‍රමාණයෙන් කුඩා එකට බදින ලද කඩදාසි ගොණුවකි. සගරා විවිධ තේමාවන් ඔස්සේ ප්‍රකාශයට පත් වේ.

මෙහිදී සගරාවක් යනුවෙන් ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂයේ දක්වා ඇති විග්‍රහය පිළිබඳව විමසීම වැදගත් වේ. එහි දක්වා ඇත්තේ.

“ සතිපතා හෝ මාසිකව ලිපි ලේඛන හෝ ඡායාරූප ඇතුළත් තනි ලේඛනයක් යනුවෙනි.”

සගරාවන් සමාජයේ සිටින විවිධ පිරිස් ඉලක්ක කරගෙන මාසිකව සතිපතා ද්විමාසිකව ත්‍රේයිමාසිකව අර්ධ වාර්ෂික හා වාර්ෂික ලෙස පළවේ. එමෙන්ම කලාව ආගම ක්‍රීඩාව කෘෂිකාර්මික විද්‍යාව වාණිජ්‍යය ආර්ථිකය දේශපාලනය ගෘහ විද්‍යාව සංස්කෘතිය ක්‍රීඩා අධ්‍යාපනය යන තේමා ඔස්සේ විවිධ ඡායාරූප වර්ණ උපයෝගී කර ගනිමින් පළවේ.

එමෙන්ම සගරා යනු කුමක්ද යන්න පිළිබඳව යුනෙස්කෝ සංවිධානය විසින් අර්ථ දක්වා ඇති ආකාරය විමසීම වැදගත්වේ.

“ එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩව ප්‍රකාශයට පත් කරන එකට බදින ලද ප්‍රකාශනයකි.”

පුවත්පත බොහෝවිට ප්‍රවෘත්ති සඳහා ප්‍රමුඛතාවය ලබා දුන්නද සගරාවක අන්තර්ගත වන්නේ ශාස්ත්‍රීය විශ්ලේෂණාත්මක කරුණුය. එමෙන්ම විස්තරාත්මක ලිපි සගරා වල දැකිය හැකිය.

සගරාවල දෛනික තොරතුරු අඩංගු නොවන අතර මේවා දිගු කාලයක් සුරකිව තබා ගනිමින් පරිශීලනය කළ හැකිය.

ගුවන්විදුලිය.

ගුවන්විදුලිය පලමු විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය වේ. හඬ සම්ප්‍රේෂණය කරන මාධ්‍යයක් වශයෙන් මෙය ප්‍රචලිතය. එමෙන්ම ගුවන් විදුලිය හඬ ආත්මය කරගත් ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයකි. හඬ යන්න මිනිස් හඬ, සංගීතය හා බාහිර ශබ්ද ලෙස කොටස් තුනකට වර්ග කළ හැකිය. 1980 දී ගුග්ලිමෝ මාකෝනි විසින් ගුවන්විදුලිය හඳුන්වා දුන්නේය.

ගුවන්විදුලිය බිහිවූයේ දුරකථනය සහ ටෙලිග්‍රාෆ් තාක්ෂණයේ වර්ධනයත් සමගයි. එමෙන්ම ගුවන්විදුලිය විධිමත් ලෙස ආරම්භ වන්නේ 1914 -1915 අතර කාලයේදීය. ගුවන්විදුලි තාක්ෂණය ප්‍රථම ලෝක සංග්‍රාම සමයේ දී හමුදා කටයුතු සඳහා යොදවා ගත්තේය. එමෙන්ම රැහැන් රහිත යන අර්ථයෙන් වයර්ලස් යනුවෙන් හඳුන්වයි.

වර්තමානය වන විට ගුවන්විදුලිය සරල මාධ්‍යයක් බවට පත්වී තිබේ. ශ්‍රාවකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ගුවන්විදුලිය නාට්‍ය, සංගීතය, සංවාද යොදා ගනියි.

අනුග්‍රාහක දැන්වීම් මගින් පිරිවැය ආවරණය කරගෙන ලාභයක් ද උපයා ගනු ලැබේ. එමෙන්ම ගුවන් විදුලිය ශ්‍රවණය කිරීම වෙනුවෙන් ශ්‍රාවකයාට කිසිදු පිරිවැයක් දැරීමට සිදු නොවේ.

භාෂා සාක්ෂරතාවය නොමැති අයට පවා ගුවන්විදුලිය ශ්‍රවණය කළ හැකිය. වර්තමානයේ දී ගුවන් විදුලිය අන්තර්ජාලය සමග ද සම්බන්ධ වී තිබේ. මෙය වෙබ් රේඩියෝ නමින් හඳුන්වයි. ගුවන්විදුලිය නම්‍යශීලී මාධ්‍යයකි. වෙනත් කාර්යයන් අතරතුරේදී පවා ශ්‍රවණය කළ හැකිය.

ගුවන් විදුලිය මාධ්‍යයේ හඳුනාගත හැකි මූලික ලක්ෂණ කිහිපයක් පවතී.

ක්ෂණික බව

ගුවන් විදුලියෙන් ලබා දෙන සන්දේශ ග්‍රාහකයන්ට ක්ෂණිකව ශ්‍රවණය කළ හැකිය.

එක් දිශානතියකට සන්දේශ ගමන් කරයි.

සරල ජංගමශීලී මාධ්‍යයකි.

පුද්ගලයකුට කිසියම් කාර්යයක් සිදු කරමින් වුවද ගුවන් විදුලියට සවන්දිය හැකිය. එමෙන්ම වර්තමානයේ දී ජංගම දුරකථන තුළ රථවාහන තුළද කුඩා ගුවන් විදුලි යන්ත්‍ර කිහිපයක් නිසා මෙසේ සරල මාධ්‍යයක් බවට පත් වී තිබේ.

එක්වරකදී තේරුම්ගත හැකි ලෙස සන්දේශ ඉදිරිපත් කළ හැකිය.

ගුවන් විදුලියකින් වරක් ඉදිරිපත් කල සන්දේශ නැවැත වරක් විකාශය නොවේ. එමෙන්ම වරකදී විකාශය වන්නේ එක් සන්දේශයක් පමණි.

එක් එක් ග්‍රාහක කොටස් ඉලක්ක කර ගනිමින් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කළ හැකිය.

ගුවන් විදුලිය මගින් බාල තරුණ මහළු යන ආදී වශයෙන් එක් එක් ජන කොටස් ඉලක්ක කර ගෙන වැඩසටහන් විකාශය කරයි. එමෙන්ම වෙළෙන්දන් ධීවරයන් ආදී වශයෙන් විවිධ රැකියා වලට අයත් වෘත්තීයයන් ඉලක්ක කර ගෙනද වැඩසටහන් විකාශය කරයි.

අන්තර්ජාතික, ජාතික, ප්‍රදේශීය, ප්‍රජා ගුවන්විදුලි, ආදී ගුවන් විදුලි නාලිකා ඇත.

වර්තමානයේ දී ජාතික වශයෙන් ක්‍රියාත්මක වන ගුවන්විදුලි නාලිකා රාශියක් තිබේ. එයට අමතරව එක් එක් ප්‍රදේශවල තිබෙන සුවිශේෂී තොරතුරු ජනගත කිරීම සඳහා ප්‍රදේශීය ගුවන්විදුලි සේවා ක්‍රියාත්මක වේ. එයට අමතරව අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ද ගුවන්විදුලි නාලිකා ක්‍රියාත්මක වේ. එමෙන්ම අන්තර් ජාතික වශයෙන්ම ගුවන් විදුලි නාලිකා ක්‍රියාත්මක වේ.

ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස පරිකල්පනය ශක්තිය ගොඩනැගීම අතින් ප්‍රබලය.

ගුවන් විදුලිය ශ්‍රවණය මුල් කොටගත් මාධ්‍යයකි. එහි සන්දේශ මනාව අර්ථකථනය කර ගැනීමට නම් පරිකල්පන ශක්තියක් ශ්‍රවකයාට තිබිය යුතුය. එනම් සන්දේශවල අර්ථය මනසෙන් මෙනෙහි කිරීමෙන් පරිකල්පන ශක්තිය වර්ධනය කර ගත හැකිය.

රූපවාහිනියට සාපේක්ෂව වියදම් අඩු මාධ්‍යයකි.

රූපවාහිනී යන්ත්‍ර ගුවන් විදුලි යන්ත්‍ර වලට සාපේක්ෂව අවම මිලකින් යුක්තය. එසේම නඩත්තු කිරීම සඳහා වැය වන්නේ ඉතාම අඩු මුදලකි.

රූපවාහිනිය.

ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් වූ රූපවාහිනිය ලොවට හඳුන්වා දීම 1926 දී ජෝන් ලොගී බ්ලොයාර්ඩ් විසින් කළේය. මෙය ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය. එමෙන්ම රූපවාහිනී සම්ප්‍රේෂණය 1936 දී ප්‍රථම වරට සිදුවිය. 1979 වන විට ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනිය ව්‍යාප්තවීම ආරම්භ විය.

විශේෂයෙන්ම අධ්‍යාපනය තොරතුරු සම්පාදනය විනෝදාස්වාදය හා පෙළඹවීම යන කාර්යයන් රූපවාහිනිය මගින් ඉටු වන ප්‍රධාන කාර්යයන් වශයෙන් හඳුන්වා දිය හැකිය.

රූපවාහිනිය සඳහා සන්දේශය නිර්මාණය කිරීම අධික පිරිවැය සහිත කරුණකි. එමෙන්ම වර්තමානයේ දී අන්තර්ජාල ව්‍යාප්තියත් සමගම රූපවාරනී විකාශයද අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සිදුවේ. වාර්තමානයේ දැකිය හැකි ප්‍රවණතාවයක් නම් රූපවාහිනිය වාණිජ කරණයට ලක්වී තිබීමයි.

රූපවාහිනියේ මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයකි.

රූපවාහිනියේ ශබ්දය සහ රූපය යන දෙයෙහිම ක්‍රියාත්මක වේ. මේ නිසා මෙය ගුවන් විදුලියට වඩා ඉහල සංවේදීතාවයෙන් යුක්තවේ. රූපවාහිනියේ ශ්‍රව්‍ය ලක්ෂණ ලෙස සංගීතය ගීත නිවේදකයන්ගේ කථා දැක්වීය හැකිය. දෘශ්‍ය ලක්ෂණ ලෙස රූප වර්ණවත් දැන්වීම් අක්ෂර පාඨ දැක්වීය හැකිය.

විවිධාකාර අන්තර්ගතයන්ගෙන් සහ විවිත්‍රවත් ආකෘතිවලින් සමන්විතය.

රූපවාහිනිය මගින් විවිධ වර්ගයේ වැඩසටහන් විකාශය වේ. විවිධ වැඩසටහන් මගින් සමාජ කණ්ඩායම් විවිධ අධ්‍යාපනික කණ්ඩායම් ආමන්ත්‍රණය කරයි. දේශපාලන වැඩසටහන් විනෝදාස්වාදී වැඩසටහන් ශාස්ත්‍රීය සංගීත වැඩසටහන් රූපවාහිනියෙන් විකාශය වේ. එමෙන්ම විවිධ සංස්කෘතීන්ට වලට අයත් සමාජ වල තොරතුරුද විකාශය වේ.

පෞද්ගලික ගෘහස්ත සම්පතාවයකින් යුක්තය.

රූපවාහිනියෙන් ලබා දෙන සන්දේශ සෘජුවම පුද්ගලයාගේ මනසට බලපානු ලැබේ. මෙතුලින් පුද්ගලයාගේ වර්යාවන් වෙනස්වීය හැකිය. එමෙන්ම රූපවාහිනියෙන් විකාශය වන සන්නේශ එක් එක් පුද්ගලයාට විවිධ ආකාරයෙන් බලපානු ලැබේ. ගෘහස්ත පරිසරයේ සම්බන්ධතාවයන් වර්ධනය කිරීමට දුර්වල කිරීමට රූපවාහිනී සන්දේශ බලපානු ලැබේ.

ආකර්ෂණීය මාධ්‍යයකි.

ශ්‍රව්‍ය සහ දෘශ්‍ය යන දෙයෙහිම ක්‍රියාත්මක වන බැවින් ආකර්ෂණීය බැවින් ඉහලය. රූපවාහිනියේ සන්දේශවල දීප්තිමත් වර්ණ ආකර්ෂණීය වදන් තියුණු සංගීත භාවිතා වන බැවින් ක්ෂණිකව ප්‍රේක්ෂකයන් එයට ආසක්ත වේ.

පුද්ගලයාගේ පූර්ණ අවධානය ග්‍රහණය කර ගන්නා මාධ්‍යයකි.

රූපවාහිනිය අධි සංවේදී මාධ්‍යයක් බැවින් ක්ෂණිකව ප්‍රේක්ෂකයා එයට ආසක්ත වේ. එමෙන්ම පහසුවෙන් මොලයේ රසායනික ක්‍රියාවලියට බලපෑම් ඇති කරයි. පුද්ගල පංචේන්ද්‍රියම එයට ආසක්ත වේ.

සංකීර්ණ තාක්ෂණයක් සහිතය.

තාක්ෂණයේ වර්ධනයත් සමගම රූපවාහිනියේ තාක්ෂණය ද වර්ධනය වෙමින් ඉදිරියට ගමන් කරයි. අතීතයේ දී ප්‍රමාණයෙන් විශාල වූ රූපවාහිනිය වර්තමානය වන විට කුඩා වී තිබේ. එසේම 3D ආදී නවීන තාක්ෂණික පහසුකම් නිසා සජීවී මාධ්‍යයක් බවට පත් වී තිබේ.

විධිමත් ආයතනගත සංවිධාන ව්‍යුහයකින් සමන්විතය.

රූපවාහිනී ආයතනයක් ගත හොත් එහි ප්‍රවෘත්ති අංශය සංගීත අංශය දැන්වීම් අංශය ආදී අංශ ගණනාවක් ඇත. එසේම නිවේදකයන් වාර්තාකරුවන් සංස්කරණ ශිල්පීන් කැමරා ශිල්පීන් ආදී වශයෙන් වෘත්තීන් ගණනාවක් ක්‍රියාත්මක වේ.

ජාතික ජාත්‍යන්තර ලක්ෂණ වලින් යුක්තය.

රූපවාහිනිය මගින් දේශීය සංස්කෘතියට මෙන්ම විදේශ සංස්කෘතිවලට අදාළ සන්දේශ විකාශය කරයි. මෙතුලින් විවිධ සංස්කෘතීන් වලට අයත් තොරතුරු පුද්ගලයකුට නිවසේ සිට නැරඹිය හැකිය.

සිනමාව

සිනමාව යනු ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය හා ප්‍රක්ෂේපණ මාධ්‍යයකි. රූපයක් වලනය කරමින් යමක් ප්‍රකාශ කිරීමට ගත් සාර්ථක උත්සාහයක් ලෙසට සිනමාව හැදින්විය හැකිය.

1865 දී ජූලියස් මරේ නැමැත්තෙකු විසින් කැමරා තුවක්කුව නිපදවීමත් සමගම සිනමාව ආරම්භවීම සඳහා මුල්ම අඩිතාලම වැටුණි. එමෙන්ම 1891 තෝමස් අල්වා එඩ්සන් විසින් නිකටෙස්කෝප් යන්ත්‍රය නිපදවීය. මෙය සිනමාවේ ප්‍රාථමික යුගයයි. මෙමගින් සිදු කරන්නේ

කුඩා පෙට්ටියකට ඇස තබා රූප නැරඹීමයි. මෙය වැඩිදියුණු කොට 1896 වර්ෂයේ දී මියුට්ස්කොප් යන්ත්‍රය නිපදවීය. මෙය සිනමාව ආරම්භවීමට මූලික අඩිතාලම දමන ලදී.

4.3 නව මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම.

අංකිත මාධ්‍ය **Digital** මාධ්‍ය හරහා සිදුවන සන්නිවේදනය නව මාධ්‍ය වශයෙන් හැදින්විය හැකිය.

අන්තර්ජාලය ව්‍යාප්තවීමත් සමගම ඩිජිටල් තාක්ෂණය හෙවත් අංකිත තාක්ෂණය බිහිවීය. මෙම අංකිත හෙවත් ඩිජිටල් තාක්ෂණය අංක බින්දුවත් එකත් අතර වූ තාක්ෂණික ක්‍රමයකි. නව මාධ්‍ය භාවිතයෙන් ශබ්ද වචන දත්ත ග්‍රැෆික්ස් චිත්‍ර රූප මෙන්ම වීඩියෝ පටද අන්තර්ජාලය ඔස්සේ විශාල ග්‍රාහක පිරිසකට යැවිය හැකිය. මේ සඳහා අවම පිරිවැයක් වැයවේ. නව මාධ්‍ය අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ක්‍රියාත්මක වේ.

එමෙන්ම නව මාධ්‍ය බිහිවීම සඳහා ආර්ථික සමාජ දේශපාලනික ක්ෂේත්‍රයේ සිදුවූ විවිධ වෙනස්කම් බලපා ඇත. එයට අමතරව තොරතුරු තාක්ෂණයේ සිදුවූ වර්ධනය ද නව මාධ්‍ය බිහිවීමට ඉවහල් වී ඇත. රැහැන් ඔස්සේ ක්‍රියාත්මක වූ දුරකථනය අද්‍යයතනය වන විට රැහැන් රහිත මාධ්‍යයක් බවට පත්වී තිබේ. එමෙන්ම විම්බර්නස්ලී(Tim Berners Lee) විසින් ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය(World Wide Web –www) පිළිබඳව ඉදිරිපත් කරන ලද අදහස් මගින්ද නව මාධ්‍යයේ වර්ධනය වෙගවත්වීය. නව මාධ්‍ය සඳහා නිදසුන්: ස්මාර්ට් දුරකථන, අයිපෑඩ්, ටැබ් යන්ත්‍ර, ලැප්ටොප් පරිගණක, ඩෙස්ක්ටොප් පරිගණක, ඩිජිටල් කැමරා, ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර.

ඩිජිටල් තාක්ෂණය මුසු වූ ජාලමය සම්බන්ධතා සහිත අන්තර්ක්‍රියාකාරී තාක්ෂණයක් ලෙස නව මාධ්‍ය හැදින්විය හැකිය. අන්තර්ජාලය ජංගම දුරකථනය පරිගණක ටැබ් යන්ත්‍ර ඩිජිටල් කැමරා යන්ත්‍ර මේ සඳහා නිදසුන් වේ. සක්‍රීය ප්‍රතිපෝෂණයක් සහ නිර්මාණශීලීව සන්නිවේදනය කිරීමේ හැකියාවක් මෙම උපකරණ සතුවේ.

නව මාධ්‍ය තුළ හඳුනාගත හැකි සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් තිබේ.

අංකිතකරණය(Digitalization)

නව මාධ්‍ය මෙවලම් වන පරිගණක යන්ත්‍ර, ඩිජිටල් කැමරා, ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර, ජංගම දුරකථන වල තොරතුරු ගබඩා වන්නේ අංකිත තාක්ෂණය නැතිනම් ඩිජිටල් තාක්ෂණය මගිනි.

ජාලගතකරණය(Networking).

පරිගණක ජංගම දුරකථන වැනි නව මාධ්‍යවල තොරතුරු ජලගත කිරීම සඳහා අන්තර්ජාල සබඳතා අවශ්‍යවේ. එමෙන්ම තොරතුරු ජාල ගත වී වෙබ් අඩවි වල ඒකරාශීවී පවතී. මෙවැනි ජාලගත කිරීම් සඳහා නිදසුන් ලෙස.

Local Area Network –LAN

Wide Area Network –WAN

World Wide Web – WWW

හඳුන්වා දිය හැකිය.

අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය(Interaction).

නව මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන තොරතුරු වලට ග්‍රාහකයන්ට සෘජුව ප්‍රතිචාර දැක්වීමට හැකිය. අන්තර්ජාලය හරහා විකාශය වන විවිධ වැඩසටහන් වලට **Like** හෝ **Dislike** කිරීමට **Comments** දැමීමට ප්‍රේක්ෂකයන්ට හැකිය. එමෙන්ම දත්ත ලබා ගැනීමට හා තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීමේ පහසුකම ඇත.

අභිසාරී මාධ්‍ය සංකල්පය(Convergent Media).

මෙමගින් බොහෝ මාධ්‍ය එකට මුණගැසී ඒකාකෘතවීම්ය.

අධිපාඨනීයත්වය(Hyper textually)

නව මාධ්‍ය පරිශීලකයන්ට තමන්ට අවැසි තොරතුරක් සොයා ගැනීම සඳහා අන්තර්ජාල සෙවුම් යන්ත්‍ර උපකාර කර ගත හැකිය. ගූගල්, ෆොක්ස්, යාහු වැනි සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිතයෙන් අදාළ තොරතුරු ස්වකීය ජංගම දුරකථනයට, පරිගණක යන්ත්‍රයට ගෙන්වා ගත හැකිය.

ස්වයංකරණය(Automation).

මෙයින් අදහස් කරන්නේ තොරතුරු සම්ප්‍රේෂණය කිරීමයි. නව මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නෙකුට තමන්ට අවැසි තොරතුරු **e-mail, youtube,** වැනි පහසුකම් භාවිතයෙන් ලක්ෂ සංඛ්‍යාත පිරිසකට එකවර යැවිය හැකිය.

දත්ත සංචිතකරණය(Database).

නව මාධ්‍ය උපකරණ වන ජංගම දුරකථනය පරිගණක යන්ත්‍ර ටැබ් යන්ත්‍ර වල දත්ත විශාල ප්‍රමාණයක් ගබඩා කර තැබිය හැකිය. එනමුත් එසේ ගබඩාකරන ලද දත්ත වලින් අවශ්‍ය අවස්ථාවලදී තමන්ට උචිත දත්ත පහසුවෙන් තෝරා ගත හැකිය.

වේගවත් සන්දේශකරණය(Fastest Messaging).

නව මාධ්‍ය තුළ අති සීඝ්‍රයෙන් සන්දේශ හුවමාරු වේ. තප්පර කිහිපයක් තුළ **e-mail** පණිවුඩයක් ලෝකය පුරාම යැවිය හැකිය. එමෙන්ම ඒවා සමාන කාලයක් තුළ එයට ප්‍රතිචාරයක් ද ලබා ගත හැකිය. නව මාධ්‍ය තුළ සන්දේශ හුවමාරුව කාලය හා අවකාශය ඉක්මවා ගමන් කරයි.

පරිහරණය කිරීමට විශේෂ දැනුවත්වීමක් අවශ්‍යවීම.

වේගවත් බව.

භූගෝලීය සීමා අතික්‍රමණය කිරීම.

තොරතුරු නැවැත පරිශීලනය කිරීමේ හැකියාව.

පුළුල් විෂය පථයක් ග්‍රහණය කළ හැකිවීම.

සමාජ මාධ්‍ය

සමාජ මාධ්‍ය තුළ පුද්ගලයන්ට කණ්ඩායම් වශයෙන් ක්‍රියා කල හැකිය. පුද්ගලයන්ට ස්වකීය ප්‍රතිරූප වර්ධනය කර ගැනීමට හැකිවේ. එමෙන්ම පුද්ගලයන්ට අව්‍යාජ ප්‍රතිරූප මෙන්ම ව්‍යාජ ප්‍රතිරූපයන් ද මෙම මාධ්‍ය හරහා ප්‍රචලිත කළ හැකිය. සමාජ ජාලා මාධ්‍ය වර්තමානයේ දී පුද්ගල සම්බන්ධතා වර්ධනයට ද ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා ද විවිධ දේශපාලන කටයුතු සඳහා ද යොදා ගනියි.

සමාජ මාධ්‍ය තුළ සුවිශේෂී ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය. එනම් නිර්මාණය කිරීම අන්තර්ගතය හුවමාරු කර ගැනීම හා සහභාගිත්වයයි.

සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයෝ ඩෙස්ක්ටොප් පරිගණක යන්ත්‍ර ලැප්ටොප් පරිගණක යන්ත්‍ර ස්මාට්ෆෝන් ටැබ් යන්ත්‍ර වැනි නව මාධ්‍ය උපකරණ භාවිතා කරති.

සමාජ මාධ්‍ය තුළ දක්නට ලැබෙන සුවිශේෂී ලක්ෂණයක් නම් නීතිරීති නියාමනයන් දක්නට නොලැබේ. එමෙන්ම පරිශීලකයන්ට තමන්ගේ අවශ්‍යතාවයන්ට අනුව මෙම මාධ්‍ය භාවිතා කළ හැකිය.

වර්තමානයේ දී බොහෝ සංවිධාන කණ්ඩායම් උප සංස්කෘතීන් සමාජ මාධ්‍ය හරහා ගොඩනැගී ඇත.

සමාජ මාධ්‍ය හරහා පණිවිඩ යැවීමට ජායාරූප පල කොට බෙදා හදා ගැනීමට සජීවීව පුද්ගලයන් සමග සංවාදයේ යෙදීමට හැකිය. එමෙන්ම යම් අරමුණක් වෙතට පුද්ගලයන් ඒකරාශී කිරීමට මෙමගින් හැකිවේ.

සමාජ මාධ්‍ය මගින් අපේක්ෂා කරන කාර්යයන් තුනකි.

සමාජානුයෝජනය.

තොරතුරු හුවමාරුව.

බල සම්බන්ධතා.

සමාජ මාධ්‍ය මගින් සැලසෙන වාසි.

අඩු පිරිවැයකින් දත්ත ලබා ගැනීම.

කඩිනම් තොරතුරු හුවමාරුව.

ජායාරූප හා වීඩියෝපට හුවමාරුව.

එකවර විශාල පිරිසක් ඇමැනීමට හැකිවීම.

ආයතනයක හෝ පුද්ගල ප්‍රතිරූප ගොඩනගා ගත හැකිවීම.

ඉලක්කගත තොරතුරු අවශ්‍ය අයට ලබාදීම.

භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රවර්ධනය.

සමාජ මාධ්‍ය මගින් සැලැසෙන අවාසි.

හුදකලා පුද්ගලයන් බිහිවීම.

පෞද්ගලික තොරතුරු අනවසරෙන් ලබා ගැනීම.

අනවශ්‍ය පෙලඹවීම් ඇතිවීම.

හිමිකාරීත්වය පිළිබඳව තොරතුරු නොමැතිවීම.

ක්‍රියාකාරීත්වය අනුව සමාජ මාධ්‍යවල විවිධ ප්‍රභේද හඳුනාගත හැකිය.

Facebook

මෙම මුදාකාංගය මාර්ක් සකර්බර්ග් විසින්(Mark Zuckerberg)විසින් 2004 වර්ෂයේ දී සොයා ගන්නා ලදී. ලෝකයේ ජනප්‍රිය සමාජ ජාල වෙබ් අඩවියකි. මේ හරහා ඡායාරූප හුවමාරුකර ගැනීමට මිතුරන් ඇති කර ගැනීමට අන්තර්ජාලය ඔස්සේ කථාබහ කිරීමට හැකිය. එමෙන්ම තමන්ගේ ස්වරූපය ප්‍රතිරූපය අන්‍යයන් අතර ජනප්‍රිය කිරීමට හැකිය. මෙය ව්‍යාපාර කටයුතු වලදී භාවිතා කරයි. මෙම මුදාකාංගය පරිශීලකයන්ට තමන්ටම සුවිශේෂී වූ ගිණුමක් සකස් කර ගැනීමටත් මුර පදයක් භාවිතා කරමින් එය ආරක්ෂා කර ගැනීමට හැකිය.

Twitter

කෙටි පණිවිඩ තොරතුරු හුවමාරු කරගත හැකි සමාජ ජාල මාධ්‍යයකි. මෙහි එක් පණිවිඩයකට ඇතුළත් කල හැකි අකුරු සංඛ්‍යාව 140කට සීමාවේ. ලෝකයේ ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයන් තමන්ගේ නිල පණිවිඩ සහ අනෙකුත් තොරතුරු ලොව පුරා යැවීමට මෙම මාධ්‍ය භාවිතා කරයි. Jock Dorsey නැමැති පුද්ගලයකු 2006 වසරේ දී සොයා ගන්නා ලදී. මෙම මුදාකාංගය පරිගණක වල මෙන්ම ජංගම දුරකථන වලද භාවිතා වේ.

Linkedin

Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke and Jean –Luc Vaillant විසින් 2003 වසරේ දී සොයා ගන්නා ලදී. මෙහි මූලික අරමුණ වන්නේ වෙබ් අඩවියේ ලියා පදිංචි වූ සමාජිකයන්ට තම වෘත්තීය දැනුමෙන් අනිමත පුද්ගලයන් සමඟ ජාල ගොඩනගා ගැනීමට සහ ලේඛනගත කිරීමට ඉඩ සැලසීමයි. මෙහි ව්‍යාපාරිකයෝ රැකියා නියුතු වූවන් සහ රැකියා අපේක්ෂා කරන්නෝ ස්වකීය දත්ත ඇතුළත් කරයි.

Pinterest.

මෙය Ben Silbermann, Evan Sharp, Paul Sciarra විසින් 2010 මාර්තු මස හඳුන්වා දෙන ලදී. මෙම මුදාකාංගය හරහා ඡායාරූප හුවමාරු කර ගැනීමට වර්ගීකරණය කිරීමට හැකියාව ඇත.

Instagram

මෙමගින් ඡායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදාහදා ගැනීමේ හැකියාව පවතී. මෙය **Facebook** සමාගමට අයත් වූවකි. **Kevin Systrom** සහ **Mike Krieger** විසින් 210 ඔක්තෝම්බර් මාසයේ දී හඳුන්වා දී ඇත. එමෙන්ම පළ කරන ඡායාරූප සඳහා **Like** කිරීමට මනාපය පළ කිරීමට(**Content**) කිරීමට හැකිය.

Skype

මෙය **Niklas Zennstrom, Janus Fanus Friis** විසින් 2003 වර්ෂයේ දී සොයා ගන්නා ලදී. එමෙන්ම **Skype** මුදාකාංගය **Estonians Ahti Heinla, Priit Kasesalu** සහ **Jann Talliu** විසින් නිපදවන ලදී. මෙහි පළමු සංස්කරණය(**Beta Version**) 2003 අගෝස්තු මස 29 දින නිකුත් කරන ලදී.

මෙම මුදාකාංගය මගින් හඬ, වීඩියෝ, කණ්ඩායම් ඇමැතුම්, සම්මන්ත ආදිය සිදු කළ හැකිය. එමෙන්ම ජංගම දුරකථන හා පරිගණක වල භාවිතා කරයි.

Viber

Talmon Marco සහ **Igor Magazinnik** විසින් 2010 සොයා ගන්නා ලදී. මෙමගින් කෙටි පණිවිඩ වීඩියෝ ඇමැතුම් ඡායාරූප හුවමාරු කරගත හැකිය. මෙම පහසුකම ජංගම දුරකථන පරිගණක තුළ පවතී.

මෙම මුදාකාංග වලට අමතරව තවත් මුදාකාංග ගණනාවක් ඇත.

Whats App, Qzone, Baidu Tieba, Vkon takte, QQ, Tumbr, Sinaweido, Reddit, We chat, Google+, Snapchat

සමාජ මාධ්‍යයේ යහපත් බලපෑම

තොරතුරු සංස්කරණය කල හැකිවීම.

සමාජ මාධ්‍ය තුළ යමෙක් තොරතුරු පළ කරන්නේ නම් ඔහුට තමන්ගේ රුචිකත්වය අනුව ඒවා විවිධ වෙනස්කම් වලට ලක් කල හැකිය. එමෙන්ම පළ කරන ලද තොරතුරු මුරපද යොදා ආරක්ෂා සහිතව තැබිය හැකිය. එපමණක් ද නොව පළ කරන ලද තොරතුරු බොහෝ කාලයක් ගොස් නැවත එයට වෙනත් කොටස් එකතු කිරීමට එහි කොටස් සංශෝධනය කිරීමට ද හැකිය.

ග්‍රාහකයාට කැමැති ලෙස පරිහරණය කළ හැකිවීම.

වෙබ් නිර්මාපකයන් විද්‍යුත් ලිපින භාවිතා කරන්නන් තමන්ගේ නිර්මාණශීලීත්වය අනුව සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලනය කරති. එමෙන්ම පරිශීලකයාට කාලය හා අවකාශය ඉක්මවා දිනයේ ඕනෑම කාලයක සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කිරීමට හැකිය. එමෙන්ම ලෝකයේ ඕනෑම තැනැතක සිට ජංගම දුරකථන මගින් පරිගණක යන්ත්‍ර ටැබ් යන්ත්‍ර මගින් ඕනෑම වෙබ් අඩවියකට සම්බන්ධ විය හැකිය. තමන්ගේ රුචිකත්වයට අවශ්‍යතාවයට අදාළ තොරතුරු පමණක් වෙබ් අඩවි වලින් තෝරා ගත හැකිය.

ක්ෂණිකවීම.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නන්ට එම මාධ්‍ය හරහා ලෝකයේ කවර හෝ ස්ථානයකට ඕනෑම තොරතුරක් තප්පර කිහිපයක් ඇතුළත යැවීමට හැකිය. එමෙන්ම සංවාද කවුලු(Chat Room) හරහා ලෝකයේ කවර තැනැතක සිටින පුද්ගලයකු සමඟ වුවද ක්ෂණිකව කතාබහ(Chat) කළ හැකිය. ඡායාරූප පළ කිරීමේදීත් වීඩියෝ පළ කිරීමේදීත් මෙම ක්ෂණිකව වැදගත් වේ. එමෙන්ම තොරතුරු ගලනය සිසුගාමී වේ.

විරෝධාකල්ප ප්‍රචලිත කිරීමේ හැකියාව.

සමාජය තුළ ඇති සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි විවිධ මතවාද ව්‍යාප්ත කිරීම සඳහා භාවිත කළ හැකිය. විශේෂයෙන්ම ත්‍රස්තවාදී කටයුතු වලට සත්ත්ව හිංසනයට ආදී වශයෙන් සමාජ විරෝධී ක්‍රියා සඳහා ප්‍රතිරෝධයන් මෙම මාධ්‍ය හරහා ගොඩනැගිය හැකිය.

සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයන් සක්‍රීය ග්‍රාහකයන් වේ.

සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයන් අතර අක්‍රීය ග්‍රාහකයන් හඳුනාගත නොහැක. අවස්ථානොචිතව සන්නිවේදකයා ග්‍රාහකයකු බවටත් ග්‍රාහකයා සන්නිවේදකයකු බවටත් පත්වේ. තමන් පරිශීලනය කරන වෙබ් අඩවියේ සඳහන් තොරතුරු වලට **Commet** කිරීමට **Like, Unlike** කිරීමේ පහසුකම පවතී.

දැනුම හුවමාරු කරගත හැකිවීම.

දේශකයන්ට විද්වතුන්ට පාසල් සිසුන්ට තමන්ගේ ක්ෂේත්‍රය නියෝජනය කරන ලෝකයේ කවර හෝ ප්‍රදේශයක සිටින පුද්ගලයකු සමඟ තමන්ගේ දැනුම හුවමාරු කර ගැනීමට නොදන්නා තොරතුරු පිළිබඳව දැනුවත්වීමට හා පවතින දැනුම අලුත්කර ගැනීමට හැකිය.

එක් මාධ්‍යකින් තවත් මාධ්‍යයකට යාමේ පහසුකම.

අන්තර්ජාලය තුළ වෙබ් අඩවි ලක්ෂ සංඛ්‍යාත ගණනාවක් ක්‍රියාත්මක වේ. යම් වෙබ් අඩවියකට ප්‍රවේශ වූ විට ඒ ආශ්‍රිතව තොරතුරු ඇතුළත් වෙබ් අඩවි රාශියකට ප්‍රවේශවීමේ මාර්ග(Link)පෙන්වයි. මෙමගින් එම වෙබ් අඩවියට ගොස් තමන්ට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගත හැකිය.

අන්තර්ගතය නිර්මාණය කළ හැකිවීම.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නෙකුට තමන්ගේ වෙබ් අඩවි විද්‍යුත් ගිණුම් වල ආකෘතිය තමන්ට අවශ්‍ය පරිදි නිර්මාණශීලීව සකස් කර ගත හැකිය.

ඉගෙනුම් ක්‍රියාවලියේ වර්ධනයට ඉවහල් වේ.

සාම්ප්‍රදායික ඉගෙනුම් ක්‍රියාවලිය පොත්පත් දේශන විභාගමන පදනම් වී තිබේ. සමාජ මාධ්‍ය හරහා එක් එක් විෂයන් සම්බන්ධව ලෝකයේ සොයා ගන්නා නව දැනුම ක්ෂණිකව තමන්ගේ පරිගණකයට ජංගම දුරකථනයට ටැබ් යන්ත්‍රයට කැඳවා ගත හැකිය. එපමණක් නොව ලේඛනකරණය වෙනුවට **Blog** ක්‍රමය භාවිතා කළ හැකිය.

ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා යොදාගත හැකිවීම.

වර්තමානයේ දී විවිධ ව්‍යාපාර ලෝකය පුරා ප්‍රචලිත වී තිබේ. එමෙන්ම අලෙවිකරණය සම්බන්ධයෙන් නව ප්‍රවණතාවයන් ඇතිවෙමින් පවතී. ව්‍යාපාරිකයන්ට ව්‍යාපාරික තොරතුරු ක්ෂණිකව හුවමාරු කර ගැනීමටත් ව්‍යාපාරික කටයුතු පිළිබඳ සකවිභා පැවැත්වීමටත් වර්තමානයේ දී බහුල වශයෙන් සමාජ මාධ්‍ය යොදා ගනු ලැබේ.

වෙළඳ ප්‍රචාරණය සඳහා යොදා ගනියි.

නිෂ්පාදකයන් තමන්ගේ නිෂ්පාදන පිළිබඳ තොරතුරු ලෝකය පුරා ව්‍යාප්ත කිරීමට මෙම මාධ්‍ය ඉවහල් කරගනු ලැබේ. එමෙන්ම වර්තමානයේ දී සමාජ මාධ්‍ය හරහා සිදු කරන වෙළඳ ප්‍රචාරණය ඉමහත් ලෙස ජනප්‍රිය වී තිබේ. මෙහිදී ජනමාධ්‍ය මගින් වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය කිරීමේ දී වැය වෙන පිරිවැයට වඩා අවම පිරිවැයක් අන්තර්ජාලය හරහා වෙළඳ ප්‍රචාරණ කටයුතු සිදු කර ගැනීමට වැයවේ. මේ නිසා වර්තමානයේ දී අන්තර්ජාලය හරහා වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය කිරීම ව්‍යාපාරිකයන් අතර ජනප්‍රිය වී තිබේ.

පුද්ගල නිර්මාණශීලීත්වය බෙදා හදා ගැනීමට හැකිවීම.

පුද්ගලයන් තුළ විවිධ කුසලතා පවතී. ඇතැම් පුද්ගලයන්ට කවි ගීත නිසදැස් රචනා කිරීමට ඉහල කුසලතාවයක් පවතී. ඇතැම් පුද්ගලයන් තුළ චිත්‍ර කර්මය පිළිබඳව ඉහල ශක්‍යතාවයක් පවතී. මෙවැනි පුද්ගලයන්ට තමන්ගේ නිර්මාණශීලීත්වය භාවිතා කොට තමන්ගේ හැකියාවන් ප්‍රදර්ශනය කිරීමට සකස් කරන වෙබ් අඩවියේ විවිධ නිර්මාණ පළ කිරීමටත් වෙබ් අඩවිය අලංකරණය කිරීමටත් හැකිය. එමෙන්ම වෙනත් වෙබ් අඩවි නිර්මාපකයන් හා සම්බන්ධ වෙමින් තම දැනුම අලුත් කර ගැනීමටත් ඒවාට තමන්ගේ අදහස් **commet, Like, Unlike** දැක්වීමටත් හැකිය.

ගැටලු සහ හැඟීම් ප්‍රකාශ කල හැකිවීම.

සමාජ මාධ්‍ය තුළ විවිධ වෙබ් අඩවි පවතී. ඇතැම් වෙබ් අඩවි විනෝදාස්වාදය ලබා දෙන අතර ඇතැම් ඒවා වෛද්‍ය උපදේශන සේවා සඳහා නිර්මාණය කොට තිබේ. ඇතැම් වෙබ් අඩවි අධ්‍යාපන තොරතුරු ලබාදීම සඳහා නිර්මාණය කර තිබේ. සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නන්ට මේවා සමග සම්බන්ධ වී විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීමට වෛද්‍ය උපදෙස් ලබා ගැනීමට අධ්‍යාපනික තොරතුරු ලබාගත හැකිය.

දේශීය සහ ජාත්‍යන්තර සන්දර්භවල විවාද සාකච්ඡා කුසලතා වර්ධනය කළ හැකිවීම.

සමාජ මාධ්‍ය තුළ ගොඩනැගෙන අන්තර් සබන්ධතා විශ්ව ව්‍යාප්ත වී ඇත. ඇතැම් අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවි තුළ විවිධ කණ්ඩායම් සිටී. එම කණ්ඩායම් විවිධ අපේක්ෂා අරමුණු සම්බන්ධතා වෙනුවෙන් පෙනී සිටිති. මොවුන් ලෝකය පුරා ව්‍යාප්ත වී සිටිති. මොවුන්ට එකිනෙකා අතර අන්තර් සම්බන්ධතා පැවැත්වීමටත් ස්වකීය මතය ලෝකය හමුවේ එලිදරවු කිරීමටත් හැකිය. එමෙන්ම ව්‍යාපාරික ප්‍රජාවන් රාජ්‍ය තාන්ත්‍රිකයන් විද්වතුන්ට සිය අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමට ඉවහල් වන ජනමණ්ඩපයක් වශයෙන් මෙම මාධ්‍ය හැදින්විය හැකිය.

සමාජ මාධ්‍ය මගින් පුද්ගලයාට යහපත් බලපෑම් රාශියක් ලැබෙන නමුත් ඒ තුළින් අයහපත් බලපෑම් ද සිදුවේ.

මානසික අසමතුලිතතාව ඇතිවීම.

අන්තර්ජාලය තුළ විවිධ අපගාමී වෙබ් අඩවි ක්‍රියාත්මක වේ. ප්‍රවන්ධක්‍රියා දර්ශන සහිත වෙබ් අඩවි අසහාය වෙබ් අඩවි මත්ද්‍රව්‍ය භාවිතයට පොලඹවන වෙබ් අඩවි ආදිය මෙහිලා ප්‍රමුඛ වේ. මේවා බහුලව පරිශීලනය කිරීමට යොමු වීමෙන් පුද්ගලයාගේ මනස විකෘති විය හැකිය.

පෞද්ගලිකත්වයට හානි සිදුවීම.

සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයන් අන්තර්ජාලය තුළ විවිධ ගිණුම් පවත්වා ගෙන යයි. ඒවා තුළ ඇතැම් විට පෞද්ගලික තොරතුරු රහසිගත තොරතුරු මුර පද යොදා සුරකිව තබා තිබේ. ඇතැම් පුද්ගලයන් රහස් මේවාට ඇතුළු වී තොරතුරු ලබා ගෙන ඒවා ප්‍රසිද්ධ කරයි. එමෙන්ම බැංකු වැනි මූල්‍ය ආයතන වල නිල වෙබ් අඩවි වලට ඇතුළු වී ඒවායේ රහස් තොරතුරු ලබා ගෙන මූල්‍ය වංචා සිදු කරති.

සයිබර් හිරිහැර

සයිබර් හිරිහැර අන්තර්ජාල පරිශීලකයන් මුහුණ දෙන ප්‍රධාන ගැටලු වලින් එකකි. සයිබර් අබරාධකරුවන් අන්තර්ජාලයට සම්බන්ධ වී සිටින පරිශීලකයන්ගේ පරිගණක වලින් රහස්‍ය තොරතුරු ලබා ගනියි. එමෙන්ම විවිධ පරිගණක වෛරස් වර්ග අන්තර්ජාලයට මුදාහැර අන්තර්ජාලයේ ක්‍රියාකාරීත්වය අඩපන කරයි.

ප්‍රවන්ධ ක්‍රියාවලට පෙලඹවීම.

අන්තර්ජාලය තුළ පවතින සමාජ වෙබ් අඩවි බොහෝ විට ඇතැම් පුද්ගලයන් විවිධ සමාජ විරෝධී ක්‍රියා සඳහා භාවිතා කරයි. නිදසුනක් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සිදු කරන මත්ද්‍රව්‍ය විකිණීම අවිආයුධ වෙළඳාම දැක්විය හැකිය.

සාවද්‍ය තොරතුරු සහ ව්‍යාජ ගිණුම් පවත්වාගෙන යාම.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරන්නන් වර්තමානයේ දී මුහුණ දෙන ප්‍රධාන ගැටලුවක් නම් සාවද්‍ය තොරතුරු හා ව්‍යාජ ගිණුම් වලට හසුවීමයි. සයිබර් අපරාධකරුවෝ ව්‍යාජ ගිණුම් පවත්වා ගෙන

යමින් අන්තර්ජාලය හරහා විවිධ සාපරාධී ක්‍රියා සිදු කරති. එමෙන්ම ජනප්‍රිය පුද්ගලයන්ගේ වර්තමාන සාකච්ඡා කිරීම සඳහා විවිධ ව්‍යාජ තොරතුරු පළ කිරීම ව්‍යාජ වෙබ් අඩවි පවත්වා ගෙන යාම දැක්විය හැකිය.

නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍යයන්හි හඳුනාගත හැකි කාර්යභාරයන් කිහිපයක් පවතී.
(නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය වල කාර්යභාරය).

- තොරතුරු සම්පාදනය

නව මාධ්‍ය සමාජ මාධ්‍ය තුළ දැකිය හැකි සුවිශේෂී ලක්ෂණයක් නම් තොරතුරු හුවමාරුවයි. ජංගම දුරකථන ටැබ් යන්ත්‍ර පරිගණක යන්ත්‍ර ආදී සියලුම නව මාධ්‍ය තොරතුරු හුවමාරුව තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීම මත පදනම් වී තිබේ. මෙම තොරතුරු අධ්‍යාපනික තොරතුරු විනෝදාස්වාදී තොරතුරු වශයෙන් වර්ග කළ හැකිය.

- අධ්‍යාපනය

වර්තමානයේ දී විද්වතුන් පාසල් සිසුන් විවිධ ක්ෂේත්‍රවල ප්‍රවීණයන් තමන්ගේ දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා මෙන්ම දැනුම හුවමාරුකර ගැනීම සඳහා සමාජ මාධ්‍ය භාවිතා කරයි.

- සමාජානුයෝජනය.

පුද්ගලයන්ට ස්වකීය සබඳතා අලුත්කර ගැනීමට නව මිතුරන් ඇතිකර ගැනීමට සමාජ ජාල වෙබ් අඩවි පහසුකම් සලසා ඇත. සමාජ වෙබ් අඩවි වල සජීවීව තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා විවිධ මෙවලම් හඳුන්වා දී ඇත. මේ හරහා ලෝකයේ ඕනෑම තැනක සිටින පුද්ගලයකු සමග සජීවීව තොරතුරු හුවමාරු කර ගත හැකිය.

4.4 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කුසලතා.

වර්තමානය වන විට නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය අතිශය ජනප්‍රිය වී තිබේ. ලෝක ජනගහණයෙන් බහුතරයක් මෙම මාධ්‍ය පරිශීලනය කරයි.

නව මාධ්‍ය පරිශීලනය කිරීමේ දී එය යම් දැනුවත්භාවයකින් හා අවබෝධයකින් යුක්තව පරිශීලනය කිරීම වැදගත්වේ. එමෙන්ම නව මාධ්‍ය සමග කටයුතු කිරීමේ දී පුද්ගලයකු තුළ ඇතිකර ගතයුතු මූලික කුසලතා කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

ඒවා නම්

- පණිවිඩ සකස් කිරීම
- අන්තර්ගත කිරීම
- අවකාශය නිර්මාණය කර ගැනීම
- ව්‍යාප්ත කිරීම

නව මාධ්‍ය පරිශීලකයෙක් අන්තර්ජාලයේ පළ කිරීම සඳහා සන්දේශයක් සකස් කිරීමේ දී එය නිර්මාණශීලීව සිදු කිරීම වැදගත්වේ. එමෙන්ම එහි අන්තර්ගත කළ යුතු කරුණු පිළිබඳව සැලකිලිමත්වීම වැදගත්වේ. වෙබ් අඩවියේ අදාළ සන්දේශය පළ කිරීම සඳහා යම් ඉඩක් සකස් කර ගැනීම ද වැදගත්වේ. එමෙන්ම විවිධ වෙබ් අඩවි හා සම්බන්ධ වෙමින් සන්දේශය ව්‍යාප්ත කිරීම (Link) සිදු කළ හැකිය.

නව මාධ්‍ය තුළ සිදුවන තොරතුරු හුවමාරුව කාණ්ඩ හතරක් යටතේ වර්ග කළ හැකිය.

- සෙවුම් යන්ත්‍ර (Search Engine).
- විද්‍යුත් ලිපිනය(e – mail).
- බ්ලොග්(Blog)
- අන්තර්ජාලය මගින් සිදුවන කථා(Chat).

සෙවුම් යන්ත්‍ර (Search Engine).

අන්තර්ජාලය ඔස්සේ පුද්ගලයකුට අවශ්‍ය තොරතුරු සොයා ගැනීම සඳහා සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිතා කරයි. සෙවුම් යන්ත්‍රයකට ගොස් තමන්ට අවශ්‍ය කරුණ එහි සටහන් කළ විට එයට අදාළ තොරතුරු සහිත වෙබ් අඩවිවල විස්තර රැසක් දිස්වේ. එමෙන්ම මේ හරහා කාලීන තොරතුරු අධ්‍යාපනික තොරතුරු ව්‍යාපාරික තොරතුරු මෙන්ම විඩියෝ පටද ලබා ගැනීමේ හැකියාව පවතී.

Google

ලෝකයේ අතිශය ජනප්‍රිය සෙවුම් යන්ත්‍රයකි. ලෝක ජනගහනයෙන් 73% පමණ මෙය භාවිතා කරයි.

e-mil (විද්‍යුත් තැපෑල)

විද්‍යුත් තැපෑල පණවිඩ යැවීම සඳහා භාවිතා කරයි. විශේෂයෙන්ම භාවිතා කරන්නාට තමන්ගේ ගිණුම හරහා ලෝකයේ ඕනෑම තැනැතක සිටින පුද්ගලයකුට හෝ කිහිප දෙනෙකුට ක්ෂණිකව පණවිඩ යැවිය හැකිය. එමෙන්ම භාවිතා කරන්නාට තමන්ගේ ගිණුම මුරපද යොදා ආරක්ෂා කර ගත හැකිය.

Blog

පුද්ගලයකුට නිර්මාණාත්මක ලිපි ඡායාරූප විඩියෝ දර්ශන ඇතුළත් කොට බ්ලොග් එකක් සකස් කර ගත හැකිය. මේවා නිර්මාණය කිරීමේ දී තමාගේ රුචිකත්වයට හා අවශ්‍යතාවයට අනුව පිටු සැකැසුම් ආකෘති තෝරාගත හැකිය. **Blogger** ප්‍රධාන වෙබ් අඩවියට ප්‍රවේශවීමෙන් මෙම පහසුකම ලබා ගත හැකිය.

Chat

මෙම පහසුකම මගින් භාවිතා කරන්නාට සජීවීව ලෝකය පුරා සිටින පුද්ගලයන් සමඟ තොරතුරු හුවමාරු කර ගත හැකිය. මේවායේ ශ්‍රව්‍ය සහ දෘශ්‍ය පහසුකම් පවතී. පරිගණක යන්ත්‍ර ටැබ් යන්ත්‍ර සහ ස්මාර්ට් දුරකථන වල මෙම පහසුකම පවතී.

බහුලව භාවිතා කරන අනෙකුත් සෙවුම් යන්ත්‍ර **Bing, Yahoo, Ask.com, Aol.com, Baidu, DuckDuckgo, Wolframalpha, Internet Archive.**