

# 6 වන පාඩම සම්පූර්ණයෙන්ම

## 6.1 මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය.

සාක්ෂරතාවය යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාවයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යනු කවරෙක්ද යන්න පිළිබඳව හඳුනා ගැනීම සඳහා මූලිකවම ඒ පිළිබඳව විවිධ විද්වතුන් විසින් දක්වා ඇති නිර්වචන සැලැකිල්ලට ගැනීම වැදගත්වේ.

ඇමෙරිකානු මාධ්‍ය පර්යේෂකයකු වන ඇලන් රුබින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පහත ලෙස අර්ථ දක්වා තිබේ.

“ සන්නිවේදන සන්දේශ ලබා ගැනීමේදීත් විශ්ලේෂණය කිරීමේදීත් විනිශ්චය කිරීමේදීත් ඇති හැකියාව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයයි. මෙහිදී සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික ක්‍රමවේද හා මූලාශ්‍ර හඳුනා ගැනීම ඒ සඳහා භාවිතා කරන කේත ඒවායින් අරුත් ගැන්වෙන සන්දේශ තෝරා ගැනීම අරුත් දැක්වීම මෙන්ම එකී සන්දේශයන්හි බලපෑම පිළිබඳව හඳුනා ගැනීම මෙයට අයත් වේ”.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව පුළුල් අවධානයක් ලෝකයේ ඇති වන්නේ රුපවාහිනී මාධ්‍යයේ ආගමනයත් සමගයි. එයට හේතුව නම් රුපවාහිනියෙන් සමාජයට සාධනීය බලපෑමකට වඩා නිශේධනීය බලපෑමක් සිදුවීමයි. ඇමෙරිකාව තුළ රුපවාහිනී මාධ්‍ය මගින් සිදු වූ අහිතකර ප්‍රතිඵල නිසා එය යකාගේ පෙට්ටිය නමින් හැඳින්වීය.

මුලින්ම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව සංකල්පය ප්‍රබවය ලබන්නේ 1930 මහා බ්‍රිතාන්‍ය තුලය. ඉන්පසුව ඔස්ට්‍රේලියාව දකුණු අප්‍රිකාව කැනඩාව ඇමෙරිකාව නෙදර්ලන්තය ඉතාලිය ග්‍රීසිය ඔස්ට්‍රියාව ස්විස්ටර්ලන්තය ඉන්දියාව රුසියාව වැනි රටවල පැතිර ගියේය.

ජාත්‍යන්තර මාධ්‍ය ආයතන විසින් ස්වකීය මාධ්‍ය මගින් විවිධ රටවල ඇති කරන විවිධ බලපෑම් පිළිබඳව ජනතාවට අවබෝධයක් ලබාදීමේ අපේක්ෂාවෙන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ලෝකයේ බොහෝ රටවල පාසල් විෂය නිර්දේශයට ඇතුළත් කොට ඇත.

හාෂාවන් ලිවීමට හා කියවීමට ඇති හැකියාව සාක්ෂරතාවය ලෙස හඳුන්වයි. මෙහිදී ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂයේ සාක්ෂරතාවය හඳුන්වා දී ඇති ආකාරය පිළිබඳව විමසීම වැදගත්වේ. එහි සාක්ෂරතාවය යනුවෙන් හඳුන්වා දී ඇත්තේ අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාව යනුවෙනි.

Unesco-education Sector -13.2004 හි දැක්වෙන ආකාරයට සාක්ෂරතාවය යනු මුද්‍රිත ලිඛිත ද්‍රව්‍ය භාවිතා කරමින් සංකීර්ණ පාඨ හඳුනා ගැනීමට අවබෝධකර ගැනීමට අර්ථකථනය කර ගැනීමට නිර්මාණය කර ගැනීමට සන්නිවේදනය කර ගැනීමට සහ සංඛ්‍යාංකනය කර ගැනීමට ඇති හැකියාවයි.

මෙම නිර්වචනය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව පුළුල් විචරණයක් සපයයි.

මෙහිදී සාක්ෂරතාවය හඳුන්වා ඇති ආකාරය පිළිබඳව විග්‍රහ කිරීම වැදගත්වේ.

අතීතයේ දී සාක්ෂරතාවය හදුන්වන ලද්දේ ශූර කථිකත්වය ලෙසයි. ඉන් පසුව ලිඛිත මාධ්‍ය වර්ධනය වීමෙන් පසුව අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාව සාක්ෂරතාවය වශයෙන් හැඳින්වීය.

විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍යයන්ගේ පුළුල්වීම තාක්ෂණික උපකරණ වල වර්ධනයත් සමගම සාක්ෂරතාවය යන සංකල්පය ද විවිධ ක්ෂේත්‍රවල විහිදී ගියේය. නිදසුනක් ලෙස දාග්‍රහ සාක්ෂරතාවය පර්ගණක සාක්ෂරතාවය තොරතුරු සාක්ෂරතාවය තාක්ෂණ සාක්ෂරතාවය වැනි සංකල්ප දැක්විය හැකිය. විශේෂයෙන්ම සාක්ෂරතාවය යන්නෙන් විග්‍රහ කරන්නේ කිසියම් ක්ෂේත්‍රයක ලබා ඇති නිපුණතාවයයි.

මෙහිදී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යනුවෙන් හදුන්වන්නේ කුමක්ද යන්න පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කිරීම වැදගත්වේ. සරලවම මෙම පදයේ අර්ථය විග්‍රහ කලහොත් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වශයෙන් හැඳින්විය හැක්කේ මාධ්‍ය මගින් ලබා දෙන සන්දේශ කියවා එහි අර්ථය වටහා ගැනීමටත් ඒවා භාවිතා කිරීමටත් පවතින හැකියාව සහ නිපුණතාවයයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය බිහිවීමට ඉවහල් වූ සාධක පිළිබඳව වමසීම වැදගත්වේ. දෙවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසුව ජනමාධ්‍ය මගින් සමාජයට සිදු වූ බලපෑම පිළිබඳව විද්වතුන් විසින් සොයා බලන ලදී. එතුළින් ඔවුන්ට පසක්වූයේ මාධ්‍යමගින් ලබා දෙන සන්දේශ වල අන්ර්ගතය අවබෝධ කර ගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් තිබීම වැදගත් බවයි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය බිහිවීය.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය කුමක්ද යන්න පිළිබඳව ලෝකයේ විවිධ ක්ෂේත්‍ර වල විද්වතුන් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති විවිධ නිර්වචන පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කිරීම මෙහිදී වැදගත්වේ. මෙතුළින් පුළුල් අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට හැකිය.

ඩබ්ලිව්.ජේම්ස් පොටර් -1998 දක්වා ඇති නිර්වචනය වැදගත්වේ. අප වෙත ලැබෙන මාධ්‍ය සන්දේශ අර්ථකථනය කර ගැනීමට හා අප කොතරම් දුරට මාධ්‍යයට විවෘත ද යන්න පිළිබඳව පර්යාවලෝකනය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයයි. අප විසින් පර්යාව ලෝකනය ගොඩ නගනු ලබන්නේ අපගේ දැනුම් ව්‍යුහයන් මතයි.

එමෙන්ම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව යුරෝපා කොමිසම විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති විග්‍රහය ද වැදගත්වේ. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යනු සෑම ආකාරයකින්ම ඉදිරිපත් කරන සන්දේශ පර්හරණය කිරීමට විශ්ලේෂණය කිරීමට ඇගයුම් කිරීමට හා නිර්මාණය කිරීමට ලබා ගන්නා හැකියාවයි.

මෙම නිර්වචන වලට අමතරව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය සඳහා ඇමෙරිකාවේ ජාතික ආයතනය විසින්ද නිර්වචනයක් ඉදිරිපත් කර තිබේ.

මාධ්‍යයන්ට ප්‍රවේශවීම මාධ්‍යයන් විශ්ලේෂණය මාධ්‍යයන් ඇගයීම මාධ්‍ය නිර්මාණය හා මාධ්‍යයන් තුළ ක්‍රියාශීලීව කටයුතු කිරීමේ සමත් බව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයයි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.**

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ වර්ධනය අවස්ථාවක් ලෙස මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය හැදින්විය හැකිය. එයත් අර්ථවත් වන්නේ මාධ්‍ය සන්දේශ විචාරශීලී චින්තනයෙන් යුතුව වටහා ගැනීමත් ස්වකීය ස්නදේශ නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය භාවිතා කිරීමත් පිළිබඳව ඉගැන්වීමයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී එහි ප්‍රධාන කාර්යයක් නම් සංකේත සංඥා ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය කර විකාශය කිරීම සහ එසේ විකාශය වන තොරතුරු නැවැත අර්ථවත් වචන බවට හරවා විශ්ලේෂණය කිරීමයි.

මෙහිදී මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය යන්න පිළිබඳව විමසීම වැදගත්වේ. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනයෙන් සිදු කරන්නේ මාධ්‍ය සන්දේශ විචාරශීලීත්වයෙන් යුතුව වටහා ගැනීමටත් තමන්ගේ සන්දේශ නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය භාවිතා කළ යුතු ආකාරය පිළිබඳව ඉගැන්වීමයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යන සංකල්පය ගොඩනැගී ඇති මූලිකාංග තුනක් හඳුනාගත හැකිය.

- ස්වකේන්ද්‍රය/ස්වපථය(Personal locus).
- දැන ව්‍යුහයන්(Knowledge Structure).
- කුසලතා(Skills).

*Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.*

**ස්වකේන්ද්‍රය /ස්වපථය(Personal locus).**

ස්වකේන්ද්‍රය/ස්වපථය සෑදී තිබෙන්නේ පුද්ගලයන්ගේ ඉලක්ක අරමුණු ආශ්‍රයෙනි. නිශ්චිත ඉලක්කයක් හෝ අරමුණක් ඇති පුද්ගලයන් තමන්ගේ ඉලක්කය හෝ අරමුණට අදාළ තොරතුරු මාධ්‍ය වලින් ලබා ගන්නා අතර අනවශ්‍ය තොරතුරු බැහැර කරයි. එමෙන්ම නිශ්චිත ඉලක්කයක් හෝ අරමුණක් ඇති පුද්ගලයන්ගේ ස්වකේන්ද්‍රය / ස්වපථය ශක්තිමත් වන අතර නිශ්චිත ඉලක්කයක් අරමුණක් නොමැති පුද්ගලයන්ගේ ස්වකේන්ද්‍රය / ස්වපථය දුර්වලය. එවැනි දුර්වල ස්වකේන්ද්‍රයක්/ ස්වපථයක් නොමැති පුද්ගලයන් පහසුවෙන් මාධ්‍යවල ග්‍රහණයට නතු වේ.

පුද්ගලයකුගේ සුවකේන්ද්‍රය/ ස්වපථය ආකාර දෙකකට ක්‍රියාත්මක වේ. එනම් විඥානිකව හා අවිඥානික වශයෙනි. පුද්ගලයකුගේ ස්වකේන්ද්‍රය/ස්වපථය විඥානිකව ක්‍රියාත්මක වන විට ඔහුට නිශ්චිත අරමුණක් ඇත. එහෙයින් ඔහුගේ තෝරාගැනීමේ බලය වැඩිය. නමුත් පුද්ගලයකුගේ ස්වකේන්ද්‍රය / ස්වපථය අවිඥානිකව ක්‍රියාත්මක වන විට ඔහුට නිශ්චිත ඉලක්කයක් / අරමුණක් නැත. එමෙන්ම ඔහුගේ තෝරා ගැනීමේ බලය අවමවේ. එවැනි පුද්ගලයෝ පහසුවෙන් මාධ්‍යයේ ග්‍රහණයට හසුවේ.

උදා □ විශ්වවිද්‍යාල ප්‍රවේශය අපේක්ෂා කරන සිසුවෙක් තමන් හදාරන විෂයන්ට අදාළ අධ්‍යාපනික වැඩසටහන් පමණක් රූපවාහිනියෙන් නැරඹීම.

පෙරදිග සංගීතය පිළිබඳව රසඥතාවය වර්ධනය කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන පුද්ගලයකු ගුවන්විදුලියේ විකාශය වන සංගීත වැඩසටහන් අතුරින් පෙරදිග සංගීත වැඩසටහන් පමණක් තෝරාගෙන නැරඹීම.

වර්තමාන දේශපාලන තත්වය පිළිබඳව දැනුම වර්ධනය කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන අයෙකු සතිඅන්ත පුවත්පත් වල දේශපාලන පුවත් පමණක් තෝරාගෙන කියවීම.

දේශීය ටෙලිනාට්‍ය ප්‍රියකරන පුද්ගලයකු රූපවාහිනියෙන් විකාශය වන ටෙලි නාට්‍ය අතුරින් දේශීය ටෙලි නාට්‍ය පමණක් තෝරාගෙන නැරඹීම.

ක්‍රිකට් ක්‍රීඩාව පිළිබඳව ඇල්මක් දක්වන අයෙකු රූපවාහිනියේ විකාශය වන ක්‍රීඩා වැඩසටහන් අතුරින් ක්‍රිකට් ක්‍රීඩාව පිළිබඳ වැඩසටහන් පමණක් නැරඹීම.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනය කර ගැනීමෙන් තමන්ගේ ස්වකේන්ද්‍රය / ස්වපඨය වර්ධනය කර ගැනීමටත් තොරතුරු පරිහීලනයේ දී නිශ්චිත /අරමුණක් ඉලක්කයක් ඇති කර ගැනීමටත් හැකිය. එමෙන්ම මාධ්‍ය මගින් ලබා දෙන අවරගණයේ සන්දේශයන්ට නතු නොවී මාධ්‍ය පරිහීලනය කිරීමේ හැකියාව ලැබේ.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**ඥාන ව්‍යුහ**

ඥාන ව්‍යුහයන් යනු පුද්ගල මනසක තැන්පත්වී ඇති සැකැස්සුනු තොරතුරු කට්ටලයකි. මෙම ඥාන ව්‍යුහයන් පුද්ගලයා විසින් ගොඩනගා ගත යුතුය. ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමට තොරතුරු තෝරා බේරා ගත යුතුය. මේ සඳහා කුසලතා අවශ්‍ය වේ.

ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමට තොරතුරු අවශ්‍ය වුවත් සෑම තොරතුරක්ම ඒ සඳහා ප්‍රයෝජනවත් නොවේ. උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයකින් යුතු පුද්ගලයන් තමන්ට ලැබෙන තොරතුරු ඥාන ව්‍යුහයන් බවට පත් කර ගනියි.

පුද්ගලයකුට යම් කිසි තොරතුරක් මනාව අවබෝධ කර ගැනීමට ඔහු තුළ පවතින මූලික අවබෝධය වැදගත්වේ. උදාහරණය සම්බන්ධ පාඩමක් රූපවාහිනී මාධ්‍ය ඔස්සේ විකාශය වන විට එම පාඩම මනාව තේරුම් ගැනීම සඳහා ගණිත විෂය පිළිබඳව ඊට පෙර ලබා ඇති මූලික අවබෝධය තුළින් එම පාඩම මනාව තේරුම් ගැනීමට උපකාරී වේ.

පුද්ගලයකුට ජනමාධ්‍යයකින් විකාශය වන සන්දේශයක අභ්‍යන්තරය එහි ස්වභාවය එමගින් වන බලපෑම පිළිබඳව මනාව අවබෝධයක් ලබාගත හැක්කේ ඒ පිළිබඳව ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනැගී තිබෙනම් පමණි. තව දුරටත් මෙය විශ්ලේෂණය කලහොත් රූපවාහිනියෙන් විකාශය වන වෙළඳ දැන්වීමක ඇති බලපෑම පිළිබඳව මනාව අවබෝධ කර ගැනීමට නම් දැන්වීම්කරණය පිළිබඳව ලබා තිබෙන මූලික අවබෝධය වැදගත්වේ. එක් එක් විෂයන් පිළිබඳව ලබා ඇති අවබෝධය ඥාන ව්‍යුහයන් වශයෙන් හැදින්විය හැකිය. නිදසුනක් ලෙස පාසලට ගොස් සිසුවෙකු විවිධ විෂයන් පිළිබඳව දැනුම වර්ධනය කර ගනියි. එය ඥාන ව්‍යුහයන් වර්ධනය කර ගැනීමක් ලෙස හැදින් විය

හැකිය. ආර්ථික විද්‍යාව හදාරන සිසුවා ආර්ථික විද්‍යාව පිළිබඳව ඥාන ව්‍යුහයන් වර්ධනය කර ගතිය. ගණිතය හදාරන සිසුවා ගණිතය පිළිබඳව ඥාන ව්‍යුහයන් වර්ධනය කර ගතිය.

මෙම ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනැගීමට ගුරුවරුන්ගෙන් වැඩිහිටියන්ගෙන් මිතුරු කණ්ඩායම් වලින් හෝ ස්වෝත්සාහයෙන් පොත්පත් පරිශීලනය කිරීමෙන් ලබා ගත හැකිය.

මෙය තවත් නිදසුනක් මගින් විස්තර කළහොත් පරිගණකයක් භාවිතා කරණ අයෙක් එහි යම් කිසි දෝෂයක් ඇති වූ විට එය තමාම අවබෝධ කර ගෙන යථා තත්ත්වයට පත් කර ගතිය. ඇතැමෙකුට එසේ කර ගැනීමට හැකියාවක් නොමැත. එක් පුද්ගලයකුට කැඩුණු පරිගණකය තමන්ටම පිළිසතර කර ගැනීමට හැකියාව ලැබෙන්නේත් තවත් පුද්ගලයකුට එසේ කිරීමට නොහැකිවන්නේත් පරිගණක තාක්ෂණය පිළිබඳව පවතින දැනුම මතයි. එනම් පරිගණක තාක්ෂණය සම්බන්ධ ඥාන ව්‍යුහයන් ප්‍රගුණ කළ තැනැත්තාට පරිගණක දෝෂ හඳුනා ගැනීමට දැනුම ඇති අතර එසේ නොමැති අයට තමන්ටම කැඩුණු පරිගණකය පිළිසතර කර ගැනීමට නොහැකි වේ. මෙය සෑම විෂය ක්ෂේත්‍රයටම පොදුය.

පුද්ගලයන්ගේ ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනැගෙන්නේ එක් එක් විෂය ක්ෂේත්‍රයට අනුව ලබා ගන්නා දැනුම අත්දැකීම් හා පුහුණුව තුළිනි. එමෙන්ම පුද්ගලයන්ගේ බුද්ධිමත් භාවයද මෙයට බලපානු ලැබේ.

ඉහත ආකාරයෙන් මාධ්‍ය මගින් ලැබෙන සන්දේශයන් වඩා නිවැරදිව අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා ඒ පිළිබඳව ප්‍රගුණ කර ඇති ඥාන ව්‍යුහයන් ඉවහල් වේ.

ඥාන ව්‍යුහයන් වශයෙන් හැදින්විය හැක්කේ පුද්ගලයන්ගේ මනසේ ක්‍රමාණුකූලව තැන්පත්ව ඇති දැනුම කුසලතා අද්දැකීම් වලින් යුත් තොරතුරු වේ.

ජනමාධ්‍ය මගින් තොරතුරු ලබා ගැනීමේ දී පුද්ගලයා තුළ පවතින ඥාන ව්‍යුහය(දැනුම) මත පදනම්ව ඔහු සුදුසු තොරතුරු ලබාගෙන අනවශ්‍ය තොරතුරු ඉවත දමයි. ඉන් පසුව සුදුසු තොරතුරු තමන්ගේ මනස තුළ තැන්පත් කර ගතිය. ඉන් පසුව තවතවත් තොරතුරු තෝරා ගැනීමට පෙරදී ලබාගත්(ඥාන ව්‍යුහ) දැනුම ඉවහල් වේ. මෙසේ තමන් ක්‍රමයෙන් වර්ධනය කර ගන්නා ඥාන ව්‍යුහයන් අනාගතයේ දී තමන්ට අවශ්‍ය තොරතුරු ලබා ගැනීමට සිතියමක් බවට පත්වේ.

පුද්ගලයන්ගේ ඥාන ව්‍යුහය(දැනුම) වර්ධනයවීම සඳහා තොරතුරු පිළිබඳව ලබා ගන්නා අවබෝධය වැදගත්වේ. නමුත් මෙහිදී සෑම තොරතුරක්ම ඥාන ව්‍යුහ ගොඩනැගීමට උපකාරී නොවේ.

ඥාන ව්‍යුහ ගොඩනැගීම සඳහා තොරතුරු අවශ්‍ය වේ. මෙම තොරතුරු කොටස් දෙකක් යටතේ විග්‍රහ කළ හැකිය. එනම් තථ්‍ය තොරතුරු(Factual) සහ සමාජීය තොරතුරු(Social) වශයෙනි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.**

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනයකර ගැනීම සඳහා ක්ෂේත්‍ර කිහිපයක ඥාන ව්‍යුහයන් ප්‍රගුණ කිරීම වදගත්වේ. එනම් මාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳව අවබෝධය මාධ්‍යයක් තුළ අඩංගු කරුණු පිළිබඳව අවබෝධය මාධ්‍ය කර්මාන්තයන් පිළිබඳව අවබෝධය ව්‍යාපාරික කටයුතු සහ සැබෑ ලොවේ සිදුවන කරුණු පිළිබඳව අවබෝධය මෙම ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳව ඕනෑම අවබෝධයක් ලබාගත් අයෙකුට ජනමාධ්‍ය වලින් ගලා එන තොරතුරු පිළිබඳව මනා අවබෝධයක් ලබාගත හැකිය.

විවිධ විෂයන් ප්‍රගුණ කල අයෙකුට ඉතා පහසුවෙන් මාධ්‍ය මගින් ගලාඑන තොරතුරු විශ්ලේෂණය කළ හැකිය. උදා ක්‍රිකට් පාපන්දු වැනි ක්‍රීඩා ක්ෂේත්‍රවල කටයුතු කොට පලපුරුදු අයෙකුට එම ක්‍රීඩා තරඟ රූපවාහිනියෙන් නරඹන විට ක්‍රීඩකයන්ගේ ක්‍රීඩා කෞෂල්‍ය සාමාන්‍ය පුද්ගලයකුට වඩා හොඳින් අවබෝධ කර ගත හැකිය.

පුද්ගලයන්ගේ ඥාන ව්‍යුහයන් (දැනුම) පුළුල්වන තරමට ඔහුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ද වර්ධනය වේ.

**කුසලතා**

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පිළිබඳව විමසීමේ දී කුසලතා වැදගත් වේ. මෙහිදී කුසලතා යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ කුමක්ද යන්න පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කිරීම වැදගත් වේ. ජනමාධ්‍ය මගින් ලබා දෙන සන්දේශ තෝරා ගැනීමේ හැකියාව සන්දේශ වටහා ගැනීමේ හැකියාව සන්දේශයෙහි අරුත් හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව පළදායිකව සන්දේශයක් නිර්මාණය කිරීමේ හැකියාව කුසලතාව යන්නෙන් හැදින්විය හැකිය. මෙම කුසලතා ක්ෂේත්‍රය ද මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ මූලිකාංගවේ. එය උපාය මාර්ගිකව සංවර්ධනය කළ යුතුවේ.

ඥාන ව්‍යුහයන් වර්ධනය කර ගැනීමට ග්‍රාහක කුසලතා රාශියක් වර්ධනය වී තිබිය යුතුය. මෙම කුසලතා අධ්‍යාපන විද්‍යාව තුළ ප්‍රජානන ආවේදනික මනෝවාලක ලෙස විස්තර කර ඇත. ප්‍රජානන කුසලතා යටතට කරුණු විශ්ලේෂණය කිරීමේ හැකියාව සන්දේශ ඇගයීමේ හැකියාව සම්පිණ්ඩණය කිරීමේ හැකියාව ඇතුළත් වේ. ආවේදනික කුසලතා වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා සන්දේශයක වින්දනාත්මක ස්වභාවය අවබෝධ කර ගැනීම වැදගත්වේ. මනෝවාලක ක්ෂේත්‍රයේ දී අපේක්ෂා කරන්නේ ක්‍රියාකාරීව මැදිහත්වීමට අවශ්‍ය බලගන්වීමයි.

යම් ක්‍රියාවක නිතර යෙදී එම කාර්යය පිළිබඳව පලපුරුද්දක් ඇතිකර ගැනීමෙන් කුසලතා වර්ධනය වේ. උදා ගරීරයේ මාංශ ජේශී වලට නිතර ව්‍යායාම ලබා දීමෙන් ඒවා ශක්තිමත් වේ. රිය පැදවීමේ නිරතවීමෙන් රිය පැදවීම පිළිබඳව මනා අවබෝධයක් ලැබේ. ලේඛනකරණයේ නිතර නිරතවීමෙන් ඒ පිළිබඳව මනා හැකියාවක් ලැබේ. ගායනයේ නිතර නිරතවීමෙන් ගායනය පිළිබඳව මනා පරිචයක් ලැබේ.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

මාධ්‍ය කුසලතා වශයෙන් මාධ්‍ය විශ්ලේෂණය මාධ්‍ය තක්සේරුකරණය කාණ්ඩවලට බෙදා දැක්වීම අනුමාන කිරීම විග්‍රහාත්මක බව නව ප්‍රස්තුත ගොඩනැගීම අනවශ්‍ය දැ බැහැර කරමින් නිගමන වලට එලඹීම සන්දේශයක අඩංගු ප්‍රධාන දේවල් සංස්ලේෂණය කිරීම සහ සාරාංශ කිරීම දැක්විය හැකිය. Analysis, evaluation, grouping, induction, deduction, synthesis and abstraction.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ සන්නිවේදන මාධ්‍ය මගින් අප වෙතට ලැබෙන විවිධ ආකාරයේ තොරතුරු මැනවින් තේරුම් ගැනීමට අපට උපකාරීවන පර්යාය ලෝක කට්ටලයකි(A set of perspectives). මෙම පර්යාය ලෝක ඥාන ව්‍යුහයන් ආශ්‍රේයෙන් ගොඩනගා ගනියි.

ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනැගෙන්නේ පුද්ගලයන්ගේ කුසලතා හෝ සමත්කම් මතයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය තව දුරටත් පැහැදිලිකර ගැනීම සඳහා උපකාරීවන අංශ කිහිපයක් පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම වැදගත්වේ.

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩ මාන සංඛ්‍යාවකින් යුතු සංකල්පයක් බව.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය අඛණ්ඩතාවයකින් යුතු දෙයක් බව.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා තොරතුරු පිළිබඳව අවබෝධය වැදගත්වේ. සාමාන්‍ය අර්ථයෙන් තොරතුරු වශයෙන් හඳුන්වන්නේ පොතකින් දැක්වෙන කරුණු පුවත්පතකින් හෝ ලිපියකින් දැක්වෙන කරුණුය. මේවා සංජානන තොරතුරු ලෙස හැඳින්වේ.

සැබැවින්ම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ලබා ගැනීම සඳහා සංජානන තොරතුරු පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවේ. විත්තවේගී සෞන්දර්යාත්මක සහ සදාචාර මානයන්ගෙන් ලැබෙන තොරතුරු ද අවශ්‍ය වේ.

සංජානන තොරතුරු වශයෙන් පුද්ගලයකුගේ මනස තුළ තැන්පත්ව ඇති තොරතුරු දැක්විය හැකිය. මෙම සංජානන තොරතුරු වලින් පුද්ගලයන් යම් යම් සිද්ධි සිදුවූ දිනවකවානු නම්ගම් නිර්වචන පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගනියි.

විත්තවේගී මානය යන්නෙන් විස්තර කරන්නේ ආදරය වෛරය කෝපය සතුට කනගාටුව කනස්සල්ල සතුටු වූ අවස්ථා බියට පත්වූ අවස්ථා සබකෝලය වැනි හැගීම් ප්‍රකට කෙරේ.

මාධ්‍ය නිෂ්පාදකවරු මෙම හැගීම් ස්වකීය වැඩසටහන් වලට යොදා ගනියි.

සෞන්දර්ය මානයෙන් යම් තොරතුරක් සන්දේශයක් කවර ආකාරයෙන් නිර්මාණය කල යුතුද යන්න පිළිබඳව කියාදෙයි. මෙම සෞන්දර්යමානය වර්ධනය කර ගැනීමෙන් හොඳ ලේඛකයන් ඡායාරූපකරුවන් පසුතල සකසන්නන් ගායකගායිකාවන් හඳුනාගත හැකිය.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය සඳහා සදාචාරාත්මක මානය ද වැදගත්වේ. මෙම මානයෙන් සිරිත් විරිත් භාවයන් හර පද්දති පිළිබඳව තොරතුරු විග්‍රහ කෙරේ.

ඉහත මානයන් ප්‍රගුණ කිරීමෙන් මාධ්‍ය මගින් ලබාදෙන සන්දේශවල ගුණදොස් පැහැදිලිව තේරුම්ගත හැකිය.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය සඳහා ඉහත මානයන් පිළිබඳව ලබා ගන්නා අවබෝධය වැදගත්වේ. නිදසුනක් ලෙස යම් වික්‍රමයක් නරඹන විට මෙම මාන ආශ්‍රයෙන් එය නොයෙක් අයුරින් විග්‍රහ කළ හැකිය. එනම් වික්‍රමය අයිති කුලකය එහි ඉතිහාසය අධ්‍යක්ෂවරයාගේ දෘෂ්ටිය එහි සැගව ඇති තේමාවන් අවබෝධ කර ගැනීමට හැකිවේ.

**මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනයකර ගැනීම තුළින් අත්කරගත හැකි ප්‍රයෝජන.**

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනය කරගත් පුද්ගලයකු කිසිවිටක මාධ්‍යයේ වහලෙක් බවට පත් නොවේ. ඔහු අවබෝධයෙන් යුතුව මාධ්‍ය පරිශීලනය සිදු කරයි. ඩබ්ලිව් ජේම්ස් පෝටර්(2011) මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනය කර ගැනීමෙන් අත්කරගත හැකි ප්‍රයෝජන තුනක් දක්වා ඇත.

- **විවිධ මාධ්‍ය පණිවිඩ ලබා ගැනීමේ රුචිය වැඩිවීම.**

මාධ්‍ය මගින් විශාල තොරතුරු ප්‍රමාණයක් පුද්ගලයන්ට ලබා දේ. නිදසුනක් ලෙස යම් කරුණක් පිළිබඳව අන්තර්ජාලය ඔස්සේ සෙවීම සිදු කළ හොත් ඒ පිළිබඳව තොරතුරු දැක්වෙන වෙබ් අඩවි රාශියක් දක්නට ලැබේ. එමෙන්ම මුද්‍රිත මාධ්‍ය පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී පසක්වන්නේ සමාන තේමාවන් විෂයන් පිළිබඳව ලියවී ඇති පොත්පත් සඟරා දහස් ගණනක් ඇති බවයි. ගුවන්විදුලි නාලිකා රාශියකින් විවිධ ආකාරයේ සංගීත වැඩසටහන් ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන්විකාශය වේ. එමෙන්ම වර්තමානයේ දී රූපවාහිනී නාලිකා රාශියක් පවතී. මේවායින් බොහෝ විට සමාන ආකෘතියේ විවිධ ආකෘතියේ වැඩසටහන් විකාශය කෙරේ. මේ නිසා ආයතන අතර දැඩි තරගකාරීත්වයක් ඇති වී ඇත. මෙම තරගයට මුහුණදීම සඳහා ජනමාධ්‍ය ආයතන විවිධ ආකාරයේ පෙඹවීම් උපක්‍රම භාවිතා කරයි. මෙම පෙලඹවීම් වලට නතු වූ පුද්ගලයකු එක් නාලිකාවක් වෙතට පමණක් නැඹුරු වුවහොත් පුද්ගලයාගේ තෝරා ගැනීමේ අවස්ථාවන් සීමාවේ. එමෙන්ම පුද්ගලයාගේ පර්යාලෝකය සීමා වේ. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය සහ දොන ව්‍යුහයන් ප්‍රගුණ කිරීමෙන් මාධ්‍ය වලින් සිදු කරන විවිධ ආකාරයේ පෙලඹවීම් වලට නතු නොවී ගුණාත්මක බවින් ඉහල වැඩසටහන් තමන්ගේ රුචිකත්වයට අනුව තෝරාගත හැකිය.

- **අපගේ මානසික වර්ෂා පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව.**

මාධ්‍ය මගින් ගලා එන තොරතුරු නිරන්තරයෙන්ම පුද්ගලයාට බලපෑම් සිදු කරයි. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයෙන් යුතු පුද්ගලයා තමන් වෙත ලැබෙන තොරතුරු වටහා ගැනීමට මෙන්ම ඒවායේ



යටි අරුත හඳුනාගැනීමට සමත්වේ. පුද්ගලයන්ගේ මානයන් මාධ්‍ය දෙසට යොමු කිරීමට හැකිවීමෙන් මාධ්‍ය වලින් වන ග්‍රහණයෙන් වැලැකිය හැකිය.

• මාධ්‍ය පාලනය කිරීමට බලයක් ලැබීම.

බොහෝ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ අභිලාෂය වන්නේ මාධ්‍ය ව්‍යාපාර වලින් උපරිම ලාභයක් ලබා ගැනීමයි. මේ සඳහා ග්‍රහකයන්ගේ සිත් ඇස් දෙසවන ආකර්ශනය වන ආකාරයට සන්දේශ නිර්මාණය කරති. ග්‍රහක ආකර්ෂණයෙන් ඔවුන් බලාපොරොත්තු වන්නේ තමන්ගේ ලාභ උපරිම කර ගැනීමයි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ප්‍රගුණ කිරීමෙන් මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ග්‍රහණයෙන් ගැලවී ස්වාධීනව ක්‍රියාකර තමන්ට අවැසි සන්දේශ තෝරා ගැනීමේ හැකියාව පුද්ගලයා තුළ වර්ධනය වේ. එමෙන්ම ජනමාධ්‍ය මගින් සිදු කරන මුලාවෙන් වැලැකී තමන්ට ඇවැසි තොරතුරු විකල්ප මාධ්‍ය වලට යොමුවීමෙන් ලබා ගැනීමේ හැකියාව ද මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයෙන් යුතු පුද්ගලයා තුළ වර්ධනය වේ.

• මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ සුවිශේෂී ලක්ෂණ.

- ❖ පුද්ගලයන්ගේ පාර්ශ්වලෝක ගණන වැඩිවීමෙන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වර්ධනය වේ.
- ❖ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය බහුමාන වලින් යුක්ත වේ. උදා විත්තවේගී මානය සෞන්දර්යාත්මක මානය සදාචාර මානය.
- ❖ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩි දියුණු කර ගැනීම සඳහා ඉහත මානයන් තියුණු කර ගැනීම වැදගත්වේ.
- ❖ පුද්ගලයකුගේ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය ස්ථර තුනක් මත ගොඩ නැගේ එනම් ස්වකේන්ද්‍රය, දොන ව්‍යුහ කට්ටල ගණන, කුසලතා.
- ❖ උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයෙන් යුතු පුද්ගලයකුට තමාට ලැබෙන සන්දේශ විනිවිධ දැකිය හැකිය.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.**

## 6.2 මාධ්‍ය විචාරය.

කිසියම් දෙයක අගය විශ්ලේෂණය කර දැක්වීම විචාරය ලෙස හැදින්විය හැකිය. මෙහිදී මාධ්‍ය විචාරය යන්න පැහැදිලි කර ගැනීම වැදගත්වේ. මාධ්‍ය විචාරය පිළිබඳව විමසීමේ දී එහි ප්‍රධාන සාධක කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය. එනම් විග්‍රහය අර්ථකථනය අගය කිරීමයි. මාධ්‍ය විචාරය මගින් සිදු කරන්නේ නිර්මාණය පැහැදිලි කිරීම ආකෘතිය විශ්ලේෂණය කිරීම හා එහි ඇති අගයන් විමර්ශනය කිරීමයි. යහපත් සන්නිවේදකයකු සතුව පැවැතිය යුතු ධනාත්මක ලක්ෂණයක් නම් විචාරාත්මක චින්තනයයි.

විචාරය පිළිබඳව විමසන විට එය අතීතය දක්වා ඇතට දිවයයි. අතීතයේ සිට වර්තමානය දක්වා වූ කලා නිර්මාණ විචාරය කිරීම පිණිස නොයෙක් සිද්ධාන්ත ගොඩනැගී ඇත.

යම් නිර්මාණයක් විචාරය කිරීමේ දී සලකා බැලිය යුතු ප්‍රධාන කරුණු කිහිපයක් පවතී.

- නිර්මාණයේ තේමාව විමසීම.
- ග්‍රාහක අත්දැකීම් හරහා නිර්මාණයේ ආස්වාදය පැහැදිලි කිරීම.
- ග්‍රාහක අවබෝධය වර්ධනය කිරීම සඳහා විචාරක අද්දැකීම් පාදකකර ගනිමින් නිර්මාණය තේරුම් කිරීම.
- නිර්මාණය ජීවිතයට වැදගත්වන ආකාරය විග්‍රහ කිරීම.

මාධ්‍ය හා සමාජය මැනවින් තේරුම් ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය විචාරය වැදගත්වේ. එමෙන්ම විචාරත්වයෙන් තොරව නූතන මාධ්‍ය භාවිතය හා ප්‍රචණකා හඳුනා ගැනීම දුෂ්කර වේ.

මාධ්‍ය විචාරයේ දී විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඉදිරිපත් කරන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කෙරේ. මාධ්‍ය මගින් ලබාදෙන විචිත්‍රවත් ආකාරයේ සන්දේශ වලට පුද්ගලයන්ගේ මනස තුළ ඇල්මක් ඇති කරවයි. මෙය මාධ්‍යට වහල්වීමක් ලෙස හඳුන්වයි. මාධ්‍ය විචාරය අවැසි වන්නේ මෙම මාධ්‍ය වහල් භාවයෙන් පුද්ගලයා මුදවා ගැනීම සඳහායි.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයේ උභයතාවය සහ විචාරශීලීත්වය මදබව හේතුවෙන් පුද්ගලයා මාධ්‍යයේ වසගයට නතු වේ. එයින් ඔහුගේ දෛනික වර්ගය වලට බලපෑම් සිදුවේ. මෙම බලපෑම් වලින් මිදීම සඳහා විචාරශීලීත්වය අවැසි වේ.

මාධ්‍ය විචාරය මාධ්‍ය හා ග්‍රාහකයා අතර වඩාත් ගුණාත්මක සම්බන්ධයක් ගොඩනගා ගැනීමට ඉවහල් වේ.

**මාධ්‍ය හා දෛනික ජීවිතය.**

පුද්ගලයන් තොරතුරු සහ විනෝදාස්වාදය සපයා ගැනීමට භාවිතා කරන ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයක් වශයෙන් මාධ්‍ය හඳුන්වා දීමට හැකිය. වර්තමානයේ දී පුද්ගලයෝ මාධ්‍ය හා සෘජුව සම්බන්ධ වී සිටිති. පුද්ගලයෝ දෛනික ජීවිතයේ දී විවිධ ආකාරයේ වැඩසටහන් මාධ්‍ය මගින් නරඹති. මෑතකදී සිදු කරන ලද පර්යේෂණයකින් තහවුරු වී ඇත්තේ සාමාන්‍යයෙන් ළමයකු දිනකට පැය දෙක හමාරක් රූපවාහිනිය නරඹන බවයි.

වර්තමානයේ දී මාධ්‍ය මගින් විකාශය වන්නේ ගුණාත්මක බවෙන් තොර සන්දේශයන්ය. මේවායේ ප්‍රචණ්ඩත්වය කාමය වෛරය බිහිසුණු ක්‍රියා පිරි පවතී. මේවා නැරඹීම මගින් නරඹන්නන් තුළ මෙම ක්‍රියා සිදු කිරීමේ නැඹුරුතාවයක් ඇති වේ.

පසුගිය සියවසෙහි මාධ්‍ය මගින් ඉතාමත් අහිතකර අන්දමින් ක්ෂණික ආහාර වර්ග ප්‍රචලිත කළේය. මෙහි ගොදුරු බවට පත් වූයේ යෞවනයන්ය. ක්ෂණික ආහාර වලට ඇබ්බැහිවීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් බොහෝ දෙනෙක් වර්තමානයේ දී දියවැඩියාව අධික තරබාරුකමෙන් පීඩා විදිති. මෙයට හේතුව නම් වෙළඳ දැන්වීම් මගින් සිදු කරන ලද පෙලඹවීමයි.

වර්තමානයේ දී මාධ්‍ය පුද්ගලයන්ගේ ජීවිත වල තීරණ බලවේගය බවට පත්වී තිබේ. පුද්ගලයාගේ සිතූම්පැතුම් ආකල්ප පුරුදු සිරිත්විරිත් ආදිය හසුරුවන බලවේගය බවට පත්වී තිබේ. මේ නිසා මාධ්‍ය මගින් සිදුවන බලපෑම පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම වැදගත්වේ.

**මාධ්‍ය සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද.**

ඕනෑම සන්දේශ නිර්මාණකරුවෙක් සඤානිකව හෝ අවිඤානිකව කිසියම් දෘෂ්ටිවාදයකට නතු ව ක්‍රියා කරයි. එමෙන්ම මාධ්‍ය හා දෘෂ්ටිවාද යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය විචාරයට විවිධ දෘෂ්ටිවාද ගණනාවක් මග පෙන්වන්නේය යන්නය. ප්‍රධාන වශයෙන් දෘෂ්ටිවාද කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

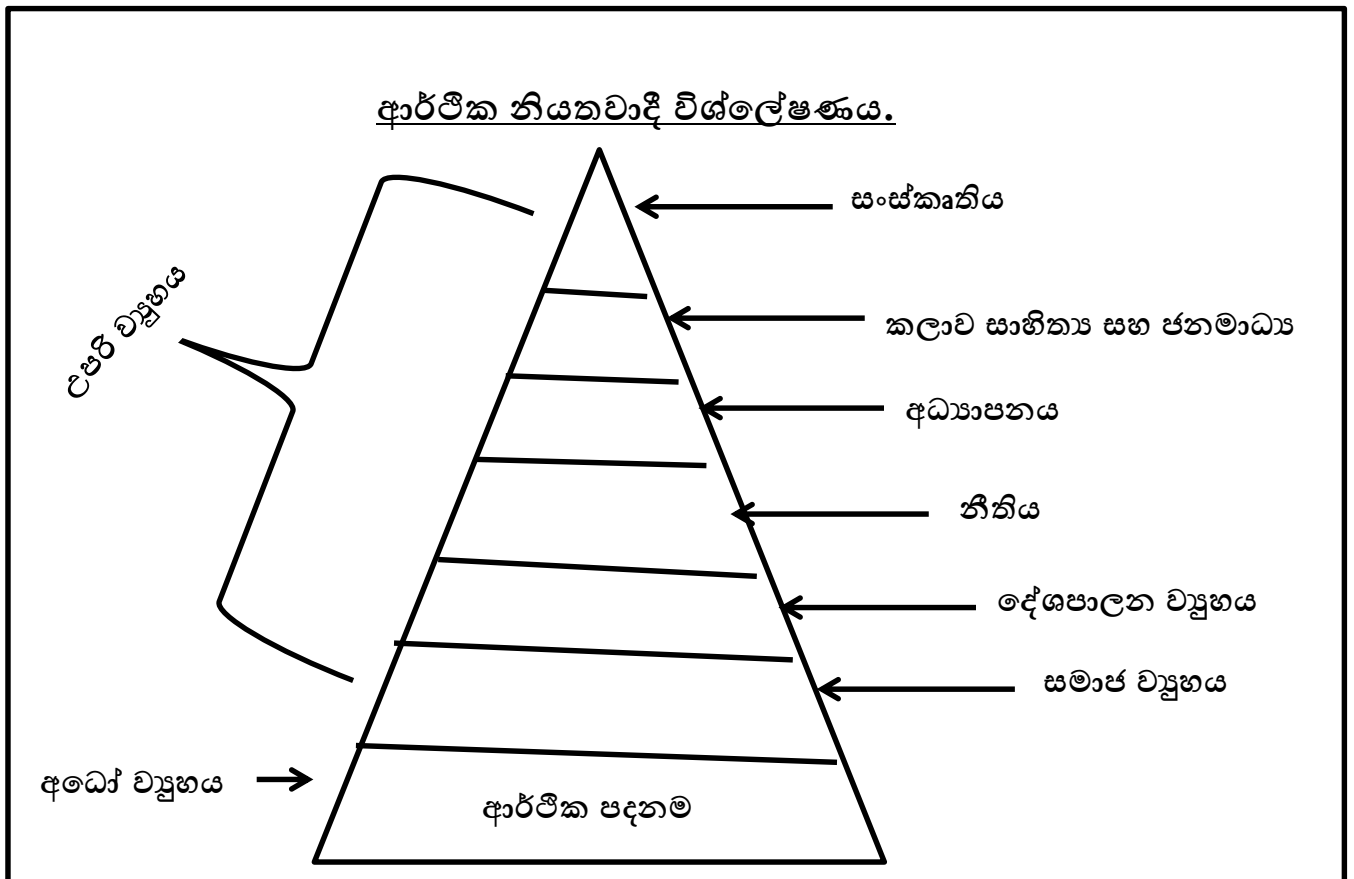
- මාක්ස්වාදී විචාරය.
- මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය.
- ස්ත්‍රීවාදී විචාරය.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.**

මාක්ස්වාදී විචාරය.

මාක්ස්වාදී විචාරයේ පදනම ආර්ථික නියතවාදී සංකල්පයයි. මෙය කල්මාකස් විසින් ඉදිරිපත් කරන ලද සිද්ධාන්තයකි. ඔහු විසින් මෙම සංකල්පය සමාජ විශ්ලේෂණය සඳහා යොදා ගනු ලැබීය. මෙම සංකල්පය සාහිත්‍ය සහ කලා විචාරය සඳහා ද යොදා ගනු ලැබේ.

මාක්ස්වාදී විචාරයෙන් විග්‍රහ කරන ආකාරයට සමාජයේ ජනමාධ්‍ය මෙහෙයවන්නේ ධනේෂ්වර පන්තිය විසිනි. මොවුන් ජනමාධ්‍ය ධනේෂ්වර ආර්ථික අරමුණු ඉටුකර ගැනීම සඳහා මෙහෙයවයි. ඒ තුළින් ධනේෂ්වර පන්තිය පෝෂණය වේ.



මෙම සිද්ධාන්තයට අනුව සමාජයක දේශපාලනය නීතිය අධ්‍යාපනය කලාව සාහිත්‍ය සහ ජනමාධ්‍ය සංස්කෘතිය ගොඩ නැගී ඇත්තේ එම සමාජයේ ආර්ථිකය පදනම් කර ගනිමිනි.

එමෙන්ම සමාජයක සාහිත්‍ය කලා සහ ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය එම සමාජයේ ආර්ථික ක්‍රමය පදනම් කර ගනිමින් ක්‍රියාත්මක වේ.

**මනෝ විශ්ලේෂණවාදී විචාරය.**

මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරකයෝ මනෝ විද්‍යාව ඔස්සේ මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණය කරති. මනෝ විශ්ලේෂණවාදීන්ගේ මතය නම් ළදරුවන් නොසන්සුන් කිරීමට මාධ්‍ය සන්දේශ හේතුවන බවයි. එමෙන්ම වෙළඳ දැන්වීම් පුද්ගලයන්ගේ සැගවුණු සිතිවිලි අවධි කිරීමට සමත්වන බව දක්වා තිබේ.

මනෝ විශ්ලේෂණවාදී විචාරයේ දී මාධ්‍ය සන්දේශ මගින් පුද්ගල මනසට සිදු කරන බලපෑම් පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කරයි. එමෙන්ම මාධ්‍ය සන්දේශ හේතුකොට ගෙන පුද්ගලයාගේ මනස ආතතියට පත්වන ආකාරය විමසයි. එමෙන්ම වෙළඳ දැන්වීම් වැනි සන්දේශ නැවැත නැවැත විකාශය කිරීම(පුනරුක්තිය) හේතුවෙන් පුද්ගලයන්ට සිදුවන මානසික බලපෑම පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කරයි.

සන්නිවේදකයකු සන්දේශයක් සැලසුම් කිරීමේ දී ඔහුගේ මානසික ස්වභාවයන් සවිඥානිකව හෝ අවිඥානිකව සන්දේශය තුළට ගමන් කරන බව මෙමගින් පෙන්වා දී තිබේ.

**ස්ත්‍රීවාදී විචාරය**

පුරුෂයා මූලික කොටගත් සමාජයක ස්ත්‍රීය දෙවන තත්ත්වයට වැටීම දැඩි විවේචනයකට ලක් කරන්නේ ස්ත්‍රීවාදී විචාරකයන්ය. ස්ත්‍රීවාදී දෘෂ්ටි කෝණයෙන් පුරුෂයන් විසින් කාන්තාවන් අවප්‍රමාණ කිරීම සුරා කෑමට ලක් කිරීම පීඩනයට පත් කිරීම හෙලා දකියි.

මොවුන් දක්වන කරුණක් නම් සන්දේශකරණය තවමත් පුරුෂ ආධ්‍යාපනය යටතේ පවත්නා බැවින් සන්දේශ නිර්මාණයේ දී ඒවා ගොඩනැගෙන්නේ පුරුෂ මූලික දෘෂ්ටිය ඔස්සේ බවයි.

එමෙන්ම පුරුෂෝත්තමවාදී දෘෂ්ටිය විසින් සන්දේශවල භූමිකා සැලසුම් කිරීමේදී හා වර්ත නිර්මාණයේ දී ස්ත්‍රීය පිළිබඳව ඒකාකෘතික දෘෂ්ටියකින් යුතුව කටයුතු කිරීම නිසා ඔවුන් ලිංගික භාණ්ඩ ලෙසද දුර්වල සත්ත්ව කොට්ඨාසයක් ලෙස ද ගැඹුරු අර්ථවත් සමාජ දායකත්වයක් දිය නොහැකි පිරිසක් ලෙසද නිරූපණය කරයි.

කලා සහ මාධ්‍ය සන්දේශ වලදී ස්ත්‍රී පුරුෂ භූමිකා නියෝජනය කරන ආකාරය සහ නිරූපණය වන ආකාරය විභාගකර බැලීම සඳහා මෙම දෘෂ්ටිය යොදා ගැනේ.

මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන සන්දේශවල කාන්තා ප්‍රතිරූපය යොදාගන්නේ ප්‍රේක්ෂක ආකර්ශණය ඇද ගැනීමට භාවිතා කරන අලංකාර වස්තුවක් වශයෙනි. නමුත් කාන්තාවන් යොදා

Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.

සිදු කරන දැන්වීම්වල කාන්තාවන්ගේ නිර්මාණශීලීත්වය ශක්තීන් ප්‍රකට නොවන බව ස්ත්‍රීන්වාදීන් දක්වන කරුණකි.

ස්ත්‍රීවාදී දෘෂ්ටිකෝණය තුළ මාධ්‍යවල කාන්තාවන් අවප්‍රමාණ කරන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරයි. එමෙන්ම ජනමාධ්‍ය මගින් කාන්තාවන් අවප්‍රමාණය කිරීමට යොදනු ලබන බලය පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කරයි. එමෙන්ම මොවුන් නගන තර්කය නම් ස්වභාවික ස්ත්‍රීන් මාධ්‍ය තුළ දක්නට නොලබෙන බවයි. එමෙන්ම මොවුන්ගේ අදහස නම් මවුචරුන් භාර්යාවන් දියණියන් පෙම්වතියන් ලිංගික භාණ්ඩ ලෙස මාධ්‍ය තුළ නිරූපණය කරන බවයි. එමෙන්ම මාධ්‍ය වල බලය පුරුෂාධිපත්‍ය තුළ පවතින බව මොවුන්ගේ අදහස වේ.

ස්ත්‍රීවාදීන්ගේ අදහස නම් ස්ත්‍රීන්ගේ වටිනාකම් අගනාකම් ව්‍යාප්ත කිරීම සඳහා මාධ්‍ය දායකවය යුතු බවයි. එමෙන්ම කාන්තා ගැටලු මාධ්‍ය මගින් විකෘති කොට දක්වන බවට ස්ත්‍රීන්වාදීන් මැසිවිලි නගයි. එමෙන්ම ස්ත්‍රීන්ගේ වටිනාකම් මාධ්‍ය වලින් අගය නොකරන බව ස්ත්‍රීවාදීන්ගේ අදහසයි.

**මාධ්‍ය සහ සන්දේශයන්හි සමවිෂමතා.**

මාධ්‍ය සහ සන්දේශයන්හි සමවිෂමතා යන්නෙන් විමසා බලන්නේ සන්දේශය කුමක්ද එය නිර්මාණය කළේ කවුද කාටද කුමක් සඳහාද කුමණ මාධ්‍යයකින්ද පිළිබඳවයි. මාධ්‍ය සන්දේශ විසුරුවා හැරීමට ද නිශ්චිත ක්‍රමවේදයක් නොමැත. එමෙන්ම මාධ්‍ය සන්දේශ තේරුම් ගැනීම සඳහා පුද්ගලයන්ගේ දැනුම විශ්වාස ඇත්දැකීම් සාරධර්ම ආදිය ඉවහල් වේ.

මාධ්‍ය සන්දේශයක පෙළ (Text) යනු කුමක්ද යන්න පිළිබඳව විමසීම වැදගත් වේ. යම් සන්දේශයක් තුළ පවත්නා වචන පින්තූර ශබ්ද පෙළ වශයෙන් හැඳින්වේ. නිදසුනක් ලෙස පුවත්පතක දැන්වීමක් ගතහොත් එහි ඇති අකුරු රූප ආදිය පෙළ වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය.

මෙහිදී සන්දේශයක ඇති අනිත් අංගය නම් උප පෙළයි. උපපෙළ යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ යම් සන්දේශයක සැගවුණු සහ යටින් පවතින අර්ථය වේ. කිසියම් මාධ්‍ය සන්දේශයක යටිපෙළ හඳුනා ගැනීමට සන්දේශය නිෂ්පාදකයාගේ දෘෂ්ටි කෝණය අරමුණු පක්ෂපාතීත්වය පිරික්සීම වැදගත්වේ.

පුද්ගලයන්ගේ දැනුම ආකල්ප කුසලතා යම් සන්දේශයක් අවබෝධ කර ගැනීමේ දී උපකාරී වේ. එමෙන්ම මාධ්‍ය වලින් ලබා දෙන සන්දේශ පුද්ගලයන්ගේ අසහස ආකල්ප වලට බලපායි. විශේෂයෙන්ම මාධ්‍ය නිර්මාණාත්මකව මාධ්‍ය සන්දේශ සකස් කිරීම සඳහා විවිධ කැමරාකෝණ රාමු කිරීම් ඡේදන ක්‍රම ආලෝකය සංගීතරටා භාවිතා කරයි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com, University of Kelaniya.**

**මාධ්‍ය සන්දේශ අධ්‍යයනය**

මාධ්‍ය සන්දේශ අධ්‍යයනය යනු සමාජ සංස්කෘතික වටිනාකම් හා වින්තනය කෙරෙහි බලපවත්නා මාධ්‍ය බලය වේ. පුවත්පත්, රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය වැනි ආයතන නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය.

නිදසුනක් ලෙස රූපවාහිනිය වෙළඳ ප්‍රචාරණය සඳහා වර්තමානයේ දී යොමුවී ඇත. එමෙන්ම දේශපාලන මතවාදයන් සමාජයේ රෝපනය කිරීමට බොහෝ විට මාධ්‍ය යොදා ගනියි. මාධ්‍ය සන්දේශ අධ්‍යයනය සෘජු සහ වක්‍ර ලෙස පැවැතිය හැකිය.

එමෙන්ම විවිධ මාධ්‍ය සඳහා සන්දේශ නිපදවීම වර්තමානයේ දී ජාත්‍යන්තර වශයෙන් පැතිරුණු කර්මාන්තයක් බවට පත්වී තිබේ. ඇමෙරිකාව ඔස්ට්‍රේලියාව ජර්මනිය ජපානය ඉන්දියාව මෙම කර්මාන්තයේ දැවැන්තයෝ වී සිටිති.

ඇමෙරිකාව හොලිවුඩ් චිත්‍රපට ලොව පුරා ව්‍යාප්ත කරද්දී ඉන්දියාව බොලිවුඩ් චිත්‍රපට ලොව පුරා ව්‍යාප්ත කරමින් සිටී. එමෙන්ම ලෝකයේ බොහෝ රටවල්වල රූපවාහිනී නාලිකා මගින් විකාශය කරන්නේ බහුජාතික සමාගම්වල මාධ්‍ය නිෂ්පාදනයන් වේ. මෙම මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පිළිබඳව දැන්වීම් වැඩසටහන් ලොව පුරා ජනමාධ්‍ය මගින් විකාශය කරයි. එමගින් බහුජාතික සමාගම් වල නිෂ්පාදන වලට වෙළඳපොලක් සකස් කරයි.

2000 වර්ෂයේ මෙගා ට්‍රෙන්ඩ්ස් වර්තාවලට අනුව ජාත්‍යන්තර වශයෙන් ප්‍රචාරය වන රූපවාහිනී වැඩසටහන් වලින් 75% කට වඩා නිපදවන්නේ ඇමෙරිකානු සමාගම් විසිනි. එමෙන්ම ආසියානු සහ මැද පෙරදිග කලාපයේ බොහෝ රටවල ප්‍රචාරය වන්නේ ඇමෙරිකානු ඉන්දියානු වෙලිනාට්‍ය හා චිත්‍රපටයි.

වර්තමානය වන විට සමස්ත ලෝකයේම මාධ්‍ය මෙහෙයුම බහුජාතික සමාගම් කිහිපයක ඒකාධිකාරීත්වයට නතු ව තිබේ. ඒවායින් කිහිපයක් නම්.

**වොල්ට් ඩිස්නි සමාගම**

ඇමෙරිකාවේ ABC රූපවාහිනී නාලිකාවල අයිතිය ඇත.

ගුවන්විදුලි ජාල කිහිපයක අයිතිය ඇත.

දුරකථන සමාගම් කිහිපයක් අයත්ය.

පොත් ප්‍රකාශය ආයතන 14ක් අයත්ය.

සගරා ප්‍රකාශන ආයතන 15ක් අයත්ය.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**බර්ටෙස්මන් සමාගම.**

ජර්මන් ප්‍රධාන රූපවාහිනී ආයතන 06ක් අයත්ය.

යුරෝපීය රූපවාහිනී නාලිකා 19ක් සහ ගුවන්විදුලි නාලිකා 23ක් අයත්ය.

සඟරා සහ පුවත්පත් 100කට අධික සංඛ්‍යාවක් හිමිය.

ඉංග්‍රීසි ජර්මන් හා පොත් ප්‍රකාශන ආයතන 76ක් හිමිය.

**වියකොම් සමාගම.**

ඇමෙරිකානු රූපවාහිනී ආයතන 13ක් හිමිය.

කේබල් රූපවාහිනී ආයතන 5ක් හිමිය.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

මෙයට අමතරව තවත් ආයතන කිහිපයක් දැක්විය හැකිය.

- නිවිස් කෝපරේෂන් සමාගම
- සෝනි සමාගම
- T.C.I.
- මේරිසන් කොමියුනිකේෂන් කෝපරේෂන්
- ද හියරිසට් කෝපරේෂන්

මාෂල් මැක්ලූහන් නැමැති සන්නිවේදන විශේෂඥයා පවසන්නේ මාධ්‍යයම සන්දේශයවේ යන්නයි. එයින් පැහැදිලි කරන්නේ මාධ්‍ය තාක්ෂණයෙන් ද සන්දේශ බිහිවන බවයි.

**මාධ්‍ය ආර්ථිකය.**

මාධ්‍ය කර්මාන්තය තුළ ගොඩනැගී ඇති මාධ්‍ය ආර්ථිකය වෙළඳ දැන්වීම්කරුවන් ග්‍රාහකයන් මාධ්‍ය ආයතන වලින් සමන්විත වේ. එමෙන්ම මාධ්‍ය ආර්ථිකය නියෝජනය කරන්නේ තොරතුරු සපයන්නන් හා විනෝදාස්වාදය සපයන සැපයුම් කරුවන්ය. මාධ්‍ය ආර්ථිකය මගින් හඳුනා ගැනීමට උත්සහ කරන්නේ මාධ්‍ය සමාගමක් යනු යනු කුමක්ද එහි අභිපේරණය කුමක්ද ඊට අදාළ තරගකාරී වෙළඳපොළ කුමක්ද යන්නයි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**



මාධ්‍ය හා තාක්ෂණය

ගුට්‍රන්බර්ග් මුද්‍රණයන්ත්‍රය සොයා ගැනීම ජනමාධ්‍ය බිහිවීමට ඉවහල් විය. එමෙන්ම ජනසන්නිවේදනය බිහිවන්නේද ජනමාධ්‍ය බිහිවීමත් සමගයි. මෙය පසුගිය වසර 40ක් පුරා සැලකිය යුතු ලෙස වර්ධනයට ලක් වී ඇති විෂය ක්ෂේත්‍රයකි.

එක් තැනැත්තෙකු සිට විශාල ප්‍රදේශයකට ශබ්ද තරංග මගින් සන්දේශ යැවීමට සිදු කරන ලද පර්යේෂණ වල ප්‍රතිඵල වශයෙන් ගුවන්විදුලිය බිහිවිය. රූපරාමු 24ක් වේගයෙන් කරකවීම හා එමරූප තිරයක් මත ප්‍රක්ෂේපණය කිරීම තුළින් සිනමාව බිහිවිය. රූප සහ කටහඬ එකවර විකාශය කිරීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් රූපවාහිනී තාක්ෂණය බිහිවිය. වර්තමානයේ දී අන්තර්ජාලය මගින් ලෝකය අතඹුලක් බවට පත්කර ඇත.

වර්තමානයේ පුවත්පත් මාධ්‍ය ඩිජිටල් තාක්ෂණය සමග එක්වීම හේතුවෙන් දිනක් තුළ පුවත්පත් ලක්ෂ ගණනක් මුද්‍රණය කර ලොව පුරා බෙදා හරියි. වර්තමානයේ දී මුද්‍රණ තාක්ෂණය පරිගණක තාක්ෂණය සමග මුසුවීමෙන් ඉතා පැහැදිලි ආකර්ශණීය ලෙස පුවත්පත් සගරා මුද්‍රණය කරයි.

සාම්ප්‍රදායික ගුවන්විදුලිය නව්‍යකරණය වී වර්තමානයේ දී අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ලෝකයේ ඕනෑම ප්‍රදේශයක සිට ගුවන්විදුලි නාලිකා වලට සවන්දිය හැකිය.

වර්තමානයේ දී රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ රූපගත කිරීමේ තාක්ෂණය වර්ධනය වී තිබේ. හයිබ්‍රන්ඩ් තාක්ෂණයෙන් බ්ලොක්බ්‍රෝක් තාක්ෂණයට ද ඉන් පසුව ඩී.වී.ඩී.කැමරා එච්.ඩී.වී යනුවෙන් ද රූපවාහිනී තාක්ෂණය වර්ධනය වී තිබේ.

ජංගම දුරකථන තාක්ෂණය ද වර්ධනය වී තිබේ. වර්තමානයේ ජංගම දුරකථන තුළට පරිගණක තාක්ෂණය ගුවන්විදුලි තාක්ෂණය රූපවාහිනී තාක්ෂණය මෙන්ම විඩියෝ කැමරා තාක්ෂණය ද පැමිණ තිබේ. සියළු අංගෝපාංග වලින් සමන්විත ජංගම දුරකථන වර්තමානයේ පුද්ගලයන් සතුව පවතී.

වර්තමානයේ මාධ්‍යවල ඇති වී ඇති වන ප්‍රවණතාවයක් නම් නව මාධ්‍ය බිහිවී තිබීමයි. නව මාධ්‍ය බිහිවීමත් සමගම බ්ලොග් අඩවි ෆෙස්බුක් විද්‍යුත් තැපෑල යන සමාජ මාධ්‍ය ලෝකය පුරා සිසුයෙන් ව්‍යාප්ත වී තිබේ.

විශේෂයෙන්ම පටිගත කිරීමේ තාක්ෂණය වර්තමානය වන විට දියුණු වී තිබේ. වර්තමානයේ දී පටිගත කිරීම සඳහා අතිනවීන තාක්ෂණික මෙවලම් යොදා ගනිය. පටිගත කිරීම පරිගණක තාක්ෂණය සමග බද්දවී තිබේ. මේ සඳහා විශේෂ මුදාකාංග නිෂ්පාදනය කොට තිබේ.

මාධ්‍ය තාක්ෂණයේ වර්ධනයත් සමගම දැකිය හැකි වන ප්‍රවණතාවයක් නම් මානවයා නව තාක්ෂණය හඹා යෑමට පෙළඹී සිටීමයි. වර්තමානයේ බොහෝ පුද්ගලයෝ නවීන ජංගම දුරකථන මිලදී ගැනීමට උසස් තාක්ෂණයෙන් යුතු රූපවාහිනී යන්ත්‍ර සහ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර මිලදී ගැනීමට ඩිජිටල් තාක්ෂණයෙන් යුතු මුද්‍රිත පොතපත පරිශීලනයට යොමුවී තිබීම දක්නට ලැබේ.

**මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය.**

සංස්කෘතිය ආකාර කිහිපයකට වර්ගීකරණය කළ හැකිය. ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය උප සංස්කෘතිය ප්‍රති සංස්කෘති ඉහල සහ පහල සංස්කෘති ප්‍රභූ සංස්කෘති සහ ජන සංස්කෘති ආදී වශයෙනි. රූපවාහිනිය ඇතුළු ජනමාධ්‍ය මගින් ලබා දෙන සන්දේශ හරහා පුද්ගලයාගේ සාම්ප්‍රදායික සංස්කෘතියට බලපෑම් සිදු කරයි. එමෙන්ම නව සිරිත් විරිත් හරපද්දති හඳුනාදීම සිදු කරයි. වෙළඳපොල නිෂ්පාදකයන්ට සුදුසු පරිදි මානවයා හැඩ ගැස්වයි. එමෙන්ම පුද්ගලයාගේ සංස්කෘතිය වෙනස් කිරීමට සුවිශේෂී හැකියාවක් මාධ්‍ය සතුව පවතී.

**මාධ්‍ය හා මායාව**

ජනමාධ්‍ය සන්දේශ වල බහුල වශයෙන් විකෘතිකිරීම් ඇතුළත් වේ. එමෙන්ම බොහොමයක් සන්දේශ මිත්‍යාව සමග බැඳී තිබේ. එමෙන්ම ග්‍රාහකයන්ට මිථ්‍යා අදහස් සංකල්පනා ලබා දේ. සන්දේශ නිෂ්පාදකයන් පුද්ගලයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට මිථ්‍යාව යොදා ගනියි. මාධ්‍ය මගින් විකෘත කරන සන්දේශවල පවතින සුවිශේෂීතාවයක් නම් කාලයක් මිථ්‍යා සන්දේශයක් අඛණ්ඩව විකෘත කරන විට එය සත්‍යයක් ලෙස සමාජයේ පිළිගැනීමට ලක්වීමයි. විශේෂයෙන්ම වෙළඳ දැන්වීම් වල ඇති පෙළ හා රූප මගින් මිථ්‍යාව ජනනය කරයි. අතිශයයෝක්තීන් ජනනය කරයි.

**විවාරශීලී ග්‍රාහකයා**

විවාරශීලී ග්‍රාහකයා යනු සක්‍රීය ග්‍රාහකයකි. ඔහු නිරන්තරයෙන්ම මාධ්‍ය මගින් ලැබෙන සන්දේශ විශ්ලේෂණයට බඳුන් කරයි. මාධ්‍ය සන්දේශ වලින් ලැබෙන සෑම දෙයක්ම එකඟව පිළිනොගනියි. සන්දේශ විශ්ලේෂණය කර බලා සුදුසු සන්දේශ පමණක් තෝරා ගනියි. විවාරශීලී ග්‍රාහකයකු සතු ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

- විවාරශීලී ග්‍රාහකයකු සන්දේශයක් ග්‍රහණය කර ගැනීමට පෙර එය ලැබෙන්නේ කෙසේද? කාගෙන්ද? කොහෙන්ද යන්න විමසයි. එමෙන්ම තොරතුරු ලැබෙන මූලාශ්‍රය විශ්වාස කල හැකි එකක්ද යන්න විමසයි. මාධ්‍ය මගින් ලැබෙන සන්දේශ ප්‍රශ්න කරයි. විමසා බලා අවශ්‍ය සන්දේශ පමණක් තෝරා ගනියි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**විවාරශීලී ග්‍රාහකයකු සතු විය යුතු කුසලතා**

විවාරශීලී ග්‍රාහකයකු සතු වන ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය.

- විශ්ලේෂණය(Analysis).
- තක්සේරුකරණය(Evaluation).
- කාණ්ඩකරණය(Grouping).
- අනුමානය(Induction).
- නිගමනය(Deduction).
- සංස්ලේෂණය(Synthesis).
- විශුක්තිකරණය(Abstraction).

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**විශ්ලේෂණය(Analysis).**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ මාධ්‍ය සන්දේශයක් තේරුම්ගත හැකි වන ලෙස එය කොටස් වලට වෙන් කිරීමයි. මෙහිදී මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන සන්දේශ හෝ තොරතුරු පුද්ගලයකුට ඒ ආකාරයෙන්ම පිළිගත හැකිය. එසේ නොමැති නම් එම සන්දේශ අර්ථ අනුව කොටස් වලට වෙන්කොට බැලිය හැකිය.

නිදසුනක් ලෙස පුවත්පතක පළවී ඇති ප්‍රවෘත්තියක් ගතහොත් එම ප්‍රවෘත්තිය ඒ ආකාරයෙන්ම පිළිගැනීමට හැකිය. නොවසේ නම් එම පුවතේ සමබරතාවය පරීක්ෂාකර බැලිය හැකිය.

සන්දේශයක් පහත ලෙස කොටස් වලට බෙදා පරීක්ෂා කළ හැකිය.

මෙහිදී එම පුවත කවරෙක්ද? කුමක්ද? කවරදිනකද? කුමනස්ථානයකද? මක්නිසාද? යන්නෙන් ප්‍රශ්නකර එය සම්පූර්ණ පුවතක්ද අසම්පූර්ණ පුවතක්ද යන්න පැහැදිලි කර ගත හැකිය.

- පුවත කවරෙකු විසින් පළ කරන ලද්දේද?
- පුවත කුමක්ද?
- පළ කරන ලද දිනය?
- පළ කරන ලද ස්ථානය?
- එම පුවත පළ කිරීමට හේතු?

**තක්සේරුකරණය(Evaluation).**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ සන්දේශයක යෝග්‍යතාවය හෝ අයෝග්‍යතාවය තක්සේරු කිරීමයි. මෙහිදී සිදු කරන්නේ යම් මාධ්‍ය සන්දේශයක් යම් මිණුම් දණ්ඩයකට අනුව සංසදනය කර

බැලීමයි. මෙහිදී යම් සන්දේශයක් අපගේ සිතූම් පැතුම් ආලක්ෂ දැනුමට අනුව සංසදනය කිරීමයි. එසේ සිදු කරන විට එම සන්දේශය අපගේ සිතූම් පැතුම් ආකල්ප දැනුමට සමාන වුවහොත් ඒවා පිළිගත හැකිය. නොහැකි නම් ඒවා බැහැර කළ හැකිය.( මාධ්‍ය සන්දේශයන්හි ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරුකරණය කිරීම).

**කාණ්ඩකරණය(Grouping) - මාධ්‍ය සන්දේශ කාණ්ඩවලට බෙදා වෙන් කිරීම.**

තොරතුරක ප්‍රවෘත්තියක එන කරුණුවල සමාන අසමාන කොටස් සංසදනය කිරීම මෙයින් අදහස් වේ. මේ සදහා වර්ගීකරණය(Classification rule) උපකාරී වේ. මෙහිදී මාධ්‍ය මගින් යම් යම් වර්ගීකරණයන් අපට ඉදිරිපත් කරන අතර ඒවා අප විසින් ගොඩනගා ගත් වටිනාකම් හා වර්ගීකරණයන් සමග සංසදනය කර බලයි.

**අනුමානය(Induction).**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ කුඩා කරුණු ප්‍රමාණයක විද්‍යාත්මක (පැහැදිලිවන) රටාව හඳුනාගෙන ඊට වඩා විශාල කරුණු ප්‍රමාණයක පොදු රටාව හඳුනා ගැනීමයි. උදා ප්‍රවෘත්තියක සිරස්තල විශ්ලේෂණය කර බලා සමස්ත ප්‍රවෘත්තිය පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීම. (මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි ඇතුලත් දේ අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව පිළිබඳව අනුමාන කිරීම).

**නිගමන(Deduction).**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ පොදු කරුණු උපයෝගී කරගෙන විශේෂ දෙයක් පැහැදිලි කිරීමට උත්සහ කිරීමයි. මෙලෙස පොදු දේවල් පිළිබඳව වැරදි ආකල්ප අප තුළ පැවැතිය හොත් අනෙකුත් කරුණුත් ඒ අයුරින් වැරදි ලෙස විස්තර කිරීමට අප පෙලඹිය හැකිය.

**සංස්ලේෂණය(Synthesis).**

නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම යනු අපට ලැබෙන අලුත්ම මාධ්‍ය තොරතුරු නැවැත සකසා තෝරාබෙරා ගෙන ඒවායින් අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන් අලුත්කර ගැනීමයි. නොවසේ නම් මාධ්‍ය සන්දේශ සමස්තයට ගලපමින් නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම.

මෙයින් අදහස් කරන්නේ තිබෙන කොටස් එකතුකර අලුත් ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමයි. ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමට මේවා අවශ්‍ය වේ. මෙහිදී මාධ්‍ය මගින් අලුත් තොරතුරු අප වෙත ගලා එද්දී ඒවා විශ්ලේෂණ කොට ප්‍රයෝජනවත් විශ්වසනීය තොරතුරු තබා ගත යුතුය. එමෙන්ම හොඳ තොරතුරු අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන් සමග එකතු කර ගත යුතුය. මේ නිසා අලුත් ඥාන ව්‍යුහ නිර්මාණය වේ.

Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.

**වියුක්තිකරණය(Analysis).**

තොරතුරක අඩංගු හරය නිරවුල්ව පැහැදිලිව කෙටියෙන් සම්පිණ්ඩනය කිරීමයි. මාධ්‍ය සන්දේශයක් තව පුද්ගලයකුට විස්තර කරන විට හෝ එය මනසෙන් මතක් කර ගන්නා විට මෙම කුසලතාවය උපකාර කරගත හැකිය. මෙහිදී මාධ්‍ය සන්දේශයක පුළුල් අර්ථය සංශීලනය කේරුම් ගනියි.

**6.3 මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම.**

මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා මූලික කරුණු කිහිපයක් පහත ලෙස දැක්විය හැකිය.

- අර්ථය(Meaning).
- අදාළබව(Appropriateness)
- පෙලඹවීම(Motivation)
- පක්ෂපාතීත්වය(Bias)
- විශ්වසනීයත්වය(Readability)
- විකෘතිකරණය(Distortion)
- සඵලතාව(Effectiveness)
- ශූර මෙහෙයවීම(Manipulation)
- ඒකාකෘතිකබව(Stereotype)
- ඇගයීම(Evaluation)

Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.

මාධ්‍ය සන්දේශයක් නිර්මාණය කර ගැනීමට විවිධ ස්වරූප සහ විධික්‍රම භාවිතා කරයි. හිමිකරුවන් සහ අනුග්‍රහකයන් ඔහුව මෙහෙය වති.

එමෙන්ම සන්දේශයක් නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා ඉතාමත් සංකීර්ණ ක්‍රමවේද භාවිතා කරයි. මෙම සංකීර්ණ ප්‍රයෝග නිසා පුද්ගලයන් සන්දේශ වලට ආසක්ත වෙයි. මෙහිදී ග්‍රාහකයන් අසක්ත කර ගන්නා සන්දේශ ආකාර දෙකකට වර්ග කළ හැකිය. එනම් සවිඥානිකව සහ අවිඥානිකවයි. සවිඥානිකව සන්දේශ ග්‍රහනය කර ගන්නා පුද්ගලයා සන්දේශය විශ්ලේෂණය කරයි. එහි ගුණදොසේ හැඳින් ගනියි. අවිඥානිකව සන්දේශය ග්‍රහණය කර ගන්නා පුද්ගලයා සන්දේශයේ වහලෙකු බවට පත්වේ.

පහත දක්වා ඇත්තේ සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීමට උපකාරී වන අංග කිහිපයකි.

**අර්ථය(Meaning)**

මාධ්‍ය සන්දේශයක් මගින් ප්‍රකාශ කරන දේ අර්ථය වශයෙන් හැඳින්විය හැකිය. මාධ්‍ය සන්දේශයක අර්ථය ඇතැම් විට නිශ්චිතව වදන වලට නැගිය නොහැකි හැඟීම් සමුදායක් විය හැකිය. විශේෂයෙන්ම විත්‍රයක් ඡායාරූපයක් හෝ සංගීත බන්ධයක් රස විදින අයතුළ ඇතිවන්නේ කිසියම් භාවමය හැඟීමකි. එමෙන්ම වාචිකව හෝ ලිඛිතව ප්‍රකාශ වන සන්දේශයක නිශ්චිත අදහසක් හෝ හැඟීමක් ග්‍රහණය කර ගත හැකිය. එසේ ඇති වන හැඟීම් හෝ අදහස් පුද්ගලයා තුළ ආකල්පයක් ජනනය කරයි.

ඇතැම් සන්දේශ වල ව්‍යාංගාර්ථ ලෙස ඉස්මතු වේ. ඇතැම් විට වචනයෙන් ජනනය වන අර්ථය ඉක්මවා යන්නක් විය හැකිය. අපූරුයි වැනි වචනයක් හොඳයි යන අර්ථයෙන් මෙන්ම නරකයි යන අර්ථයෙන් ද භාවිතා කළ හැකිය. එහිදී වචනයේ අර්ථයට වඩා එය ප්‍රකාශ කරන ආකාරය අනුව එහි අර්ථය ජනනය වේ.

හොඳ වැඩේ යනුවෙන් ප්‍රකාශ කරන්නේ අගය කිරීමක වඩා තරවටුවක් යන අර්ථයෙනි.

බොහෝ සන්දේශ මගින් මතුපිට අරුත් මෙන්ම යටි අරුතක් ද ජනනය කරයි. ඇතැම් සන්නිවේදකයෝ සන්දේශයේ අන්තර්ගතය ගොතගන්නේ මතුපිට අරුතට වඩා යටි අරුත ඉලක්ක කොට ගෙනයි. එයින් තියුණු බලපෑමක් සමාජයට එල්ලවේ.

මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී සන්දේශයෙන් සන්නිවේදනය වන අර්ථය උපදිනා අයුරු හඳුනා ගැනීම වැදගත්වේ.

**අදාළත්වය.**

මෙහිදී මාධ්‍ය සන්දේශයක් නිර්මාණය කිරීමට යොදා ගන්නා අංගෝපාගයන් මාධ්‍ය සන්දේශයේ තේමාවට අදාලවේ ද යන්න සලකා බැලේ.

නිදසුනක් ලෙස විත්‍රපටියක් ගතහොත් එහි පසුබිම් ගයනා නැටුම් සංගීතය ආදිය විත්‍රපටියේ තේමාවට උචිතදැයි සලකා බැලේ.

යම්කිසි කෘතියක් නිර්මාණය කිරීමේ දී එම කෘතියෙහි අන්තර්ගතය කෘතියේ තේමාවට උචිතද යන්න විමසා බැලීම වැදගත් වේ. නිදසුනක් ලෙස නව කථාවක් ගතහොත් එම නව කථාවේ වර්තන නිරූපණය දෙබස් භාෂාව ආදිය නව කථාවේ තේමාවට උචිත ලෙස පැවැතිය යුතුය.

එමෙන්ම රූපවාහිනී ටෙලි නාට්‍යයක දී එම ටෙලිනාට්‍යයේ තේමාවට අදාළව එහි අන්තර්ගතය සකස් වී ඇති ආකාරය සලකා බැලිය යුතුය. විශේෂයෙන්ම කැමරා කෝණ අංශ රචනා පසුබිම් සංගීතය ආලෝකකරණය කැමරා කෝණ ආදිය ටෙලි නාට්‍යයේ තේමාවට උචිත විය යුතුය.

ඉහත ආකාරයෙන් මාධ්‍ය සන්දේශයක අන්තර්ගතය එහි තේමාවට අදාළ යන්න පිළිබඳව සලකා බැලීම වැදගත්වේ.

**අභිප්‍රේරණය**

අභිප්‍රේරණය යනු මාධ්‍ය මගින් පුද්ගල විශ්වාස ආකල්ප අභිප්‍රායන් හැසිරීම් කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කර පුද්ගලයන් තුළ මාධ්‍ය සන්දේශ පිළිගැනීමට විශ්වාසයන් ඇති කිරීමයි. බොහෝ විට මේ සඳහා විවිධ සන්නාම ලාංඡන භාවිතා කරයි.

අභිප්‍රේරණය කොටස් 03කි.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

- ආකල්ප වෙනස් කිරීම.
- හැසිරීම් වෙනස් කිරීම.
- කාලයත් සමග වෙනස් කිරීම.

ජනමාධ්‍ය තුළ බොහෝ විට වෙළෙඳපොළ ඉලක්ක කර ගත් අභිප්‍රේරණයන් දැකිය හැකිය. එතුළින් පුද්ගලයන්ගේ ආකල්ප පරිවර්තනයක් සිදු කිරීමට අපේක්ෂා කරයි.

මාධ්‍ය මගින් අභිප්‍රේරණය ඇති කිරීම සඳහා විවිධ මුදාකාංග භාවිතා කිරීම තරු සංකල්පය යොදා ගැනීම සංජානන සිද්ධාන්ත යොදා ගනියි.

**පක්ෂපාතීත්වය**

පක්ෂපාතීත්වය යනු එක් පුද්ගලයකුට හෝ එක් කණ්ඩායමකට විශේෂත්වයක් දැක්වීමයි. මෙහිදී සාධාරණ හේතු හෝ ප්‍රමාණවත් දැනුමක් නොමැතිව නිගමනයකට එළඹීමයි.

මෙහිදී මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන ප්‍රවෘත්තියක පක්ෂපාතීත්වය අනාවරණය කර ගන්නා ආකාරය කරුණු කිහිපයක් මත පදනම් වේ.

- මූලාශ්‍රය තෝරා ගැනීම.
- මූලාශ්‍රය ගොඩනගන දිශානතිය තෝරා ගැනීම.
- සම්මුඛ සාකච්ඡා සඳහා පුද්ගලයන් තෝරා ගන්නා ආකාරය.
- වර්තාකරු සිදුවීම පවසන ආකාරය.
- යොදා ගන්නා ඡායාරූප සංස්කරණය ආදිය මත

සන්දේශ වලට ඇතැම් කරුණු කපා හැර අනෙකුත් කරුණු ඇතුළත් කරනු ලැබේ. ඒ අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇතිවේ. යම් ප්‍රවෘත්තියක් ලිවීමට භාවිතා කරන වචන ප්‍රවෘත්තිය ස්ථානගත කරන ආකාරය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇති වේ. උදා සියදිවි නසා ගත් ප්‍රවෘත්තියක් මුල් පිටුවේ පල කිරීම. ගුවන්විදුලියේ හෝ රූපවාහිනියේ ප්‍රවෘත්ති නිවේදකයකු වදන හා තානය භාවිතා කරන ආකාරය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇතිවේ.

විශේෂයෙන්ම සිද්ධියක අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරු මගහැර දැමීම මූලාශ්‍රය තෝරා ගන්නා ආකාරය කපා තෝරා ගන්නා ආකාරය ස්ථානය තෝරා ගන්නා ආකාරය හඳුන්වා දෙන ආකාරය අනුව තොරතුරු ගමන් කරනා වේගය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇතිවේ.

**විශ්වසනීයත්වය**

ජනමාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයකුට ලැබෙන සන්දේශයක් සත්‍ය හෝ අසත්‍ය යැයි ග්‍රාහකයකු පිළිගන්නේ ග්‍රාහකයාගේ අත්දැකීම් හා දැනුම පලදම් කොට ගෙනයි. ග්‍රාහකයාගේ දැනුම සහ අත්දැකීම් පටයට සන්දේශය ගැලපේනම් ග්‍රාහකයා එය විශ්වාස කරයි. නැතිනම් විශ්වාස නොකරයි. සන්දේශයක් කෙරෙහි ග්‍රාහකයකුගේ විශ්වාසය බහුමානව ඇතිවේ. එනම් ප්‍රාථමික මාන සහ ද්විතීක මාන යනුවෙනි.

**විකෘතිකරණය.**

මාධ්‍ය මගින් සන්දේශයක් විකෘති විය හැකි ආකාරයන් කිහිපයකි. සන්දේශය නිර්මාණය කිරීමට යොදා ගන්නා සංකේත හෝ භාෂාව තුළින් සන්දේශ විකෘති විය හැකිය. සන්දේශ ගලා යන මාධ්‍ය මගින් සන්දේශ විකෘති විය හැකිය. සන්දේශයක් සැලසුම් කිරීමේ දී විකෘති විය හැකිය. තාක්ෂණික බාධක සහ අර්ථ බාධක මගින් පණිවිඩයක් විකෘති විය හැකිය.

සන්දේශයක් අතිශයෝක්තියට නැගීමෙන් සංස්කරණය කිරීමෙන් විකෘති විය හැකිය. සන්දේශ විකෘතිකරණ ආකාර කිහිපයක් දැක්විය හැකිය. අනුවර්ති(Harmonic) වක්රෝත්තිකරණය(Disambiguation) ප්‍රත්‍යක්ෂණ(Cognitive) පර්ශ්වීය(phase) විස්තර විශාල කිරීම(Amplitude) පර්යාවලෝකය(Perspectival).

**සඵලත්වය**

සන්දේශය තුළින් අපේක්ෂිත අරමුණු ඉටුවී තිබේද එසේත් නැතිනම් ඉන් ග්‍රාහකයා වෙතට අර්ථවත් බලපෑමක් සිදුවී තිබේද යන්න මෙහිදී විමසීමට ලක්කෙරේ. සන්දේශයක සඵලත්වය පිළිබඳව විමසීමේ දී ඒ සඳහා කරුණු කිහිපයක් ඉවහල් වේ.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J’Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**



**සරලබව**

සංකීර්ණ ආකෘතියක් හෝ භාෂාවක් යොදා සකස් කරන ලද සන්දේශයක් ග්‍රාහකයන්ගේ ආකර්ෂණය දිනා ගැනීමට සමත් නොවේ. සරල ලෙස තොරතුරු අන්තර්ගත කර තිබීම සාර්ථක සන්දේශයක ලක්ෂණ වේ.

**විශේෂත්වය**

සන්දේශයක තිබිය යුතු වන්නේ සන්දේශයට අනන්‍යතාවයක් ගොඩනැගෙන තොරතුරු වේ. මේ තුළින් සන්දේශය තුළ අපූර්වත්වයෙන් හා විශ්වසනීයත්වයක් ගොඩ නැගේ.

**ව්‍යුහගත කිරීම.**

එක් එක් සන්දේශයට අනන්‍ය වූ ආකෘතීන් පවතී. සන්දේශය ඉදිරිපත් කිරීමේ විලාසය හෙවත් ආකෘතිය පිළිබඳව මෙහිදී සලකා බැලේ. ප්‍රවෘත්තියක් ලියන විට හෝ ඉදිරිපත් කරන විට එය විශේෂාංගයකට වඩා වෙනස් ව්‍යුහයක් ඔස්සේ ඉදිරිපත් කරයි.

වෘත්තාන්ත චිත්‍රපටියක ව්‍යුහය ටෙලි නාට්‍ය ව්‍යුහයකට වඩා වෙනස් වේ. වාර්තා චිත්‍රපටියක ව්‍යුහය මේ සියල්ලටම වඩා වෙනස් වේ.

**ඇලීම**

සන්දේශයක් වෙත ග්‍රාහකයාගේ ආකර්ෂණය ලබා ගන්නා ආකාරය මෙහිදී සලකා බැලේ. සන්දේශය ඉදිරිපත් කිරීමේ ව්‍යාප්තභාවය ආකර්ෂණීය උපක්‍රම යොදා ඇති ආකාරය සෞන්දර්යාත්මකබව හෘදය-ගමබව රසවත්බව යන ආදිය ඇලීම සඳහා නිදසුන් වේ.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**ගුර මෙහෙයවීම**

මෙහිදී සන්දේශ නිර්මාණයට අවශ්‍ය තොරතුරු වඩාත් පරිස්සමෙන් තෝරා ගනියි. ඒවා ගොණු කිරීම සඳහා සුදුසු සන්නිවේදන විධි තෝරා ගනියි. අදහස් වඩාත් ප්‍රබලව සන්නිවේදනය කිරීම සඳහා සුදුසු උපක්‍රම භාවිතා කරයි.

මේ යටතේ කරුණු කිහිපයක් පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම වැදගත්වේ.

ප්‍රමාණය - යම් සන්දේශකන් ලබාදිය යුතු සාධාරණ තොරතුරු.

ගුණාත්මකභාවය - සන්දේශයකින් ඉදිරිපත් කර ඇති තොරතුරු වල සත්‍යභාවය.

සම්බන්ධතාවය - පූර්ව අදහස් මගින් තහවුරු කර ඇති සංවාදයන්හි සම්බන්ධතාවයන්

ආකාරය - යමක් ප්‍රකාශ කර ඇති ආකාරය පිළිබඳව අපේක්ෂා

**ඒකාකෘතිකබව**

ඒකාකෘතික බව සන්දේශයක නොතිබිය යුතු ලක්ෂණයකි. ලිංගිකත්වය වාර්ගිකත්වය ආගම කුලය වැනි බොහෝ සාධක පිළිබඳව පූර්ව නිගමන මත ඇබ්බැහි වූ ආකල්ප ජනනය කිරීම ඒකාකෘතිත්වය ඉස්මතු කිරීමයි.

සරෝජා චිත්‍රපටියේ ඒකාකෘතික අදහසක් නම් සෑම දෙමල මිනිසෙක්ම කොටියකි. එමෙන්ම ඇතැම් සන්දේශ වල ඇති ඒකාකෘතික අදහස් කිහිපයක් නම් සෑම ගැහැණියක්ම අවසර ලත් කළ වරදෙහි බැඳේ. පිරිමි විශ්වාස කළ නොහැකි ජාතියක්.

මෙය ග්‍රාහකයා අගතීන් වෙත රැගෙන යාමට හේතුවේ.

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

**ඇගයීම**

සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී පහත සඳහන් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සපයා ගත යුතුය.

- සන්දේශය යනු කුමක්ද
- ඔබ වඩාත් කැමැති කුමණ සන්දේශයට ද ඒ මන්ද
- මාධ්‍යයෙන් ඔබට ලැබුණු තොරතුරු ඇත්තටම හොඳද
- සන්දේශය සාරාංශ කළ හැක්කේ කෙසේද
- ඔබේ සන්දේශය ඔබේ යථාර්ථය විශ්වාස සහ වටිනාකම් සමග සමීපව යෙදෙන ආකාරය කොතරම් සමෘප වන්නේද

සන්දේශය නිර්මාණය කලේ කවරෙක්ද සන්දේශය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී වන අයගෙන් ඔවුන් ප්‍රයෝජන ලබන්නේ කුමණ ආකාර වලින්ද මාධ්‍යකරුවන්ගේ උපකල්පන විශ්වාස සහ වටිනාකම් මොනවාද සන්දේශයේ අරමුණ කුමක්ද එය උපදෙස් දැනුම්දීම විකිණීම ඒත්තු ගැන්වීම් පැහැදිලි කිරීම තර්කකිරීම විනෝදාස්වාදය හෝ වෙනත් යමක්වේද

සන්දේශය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේද යන්න ග්‍රාහකයාට බලපෑම් කරන්නේ කෙසේද

**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

විවිධ පුද්ගලයන් ස්ථාන සහ නම් සංස්කෘතීන් මාධ්‍යයෙන් නිරූපණය කරන්නේ කෙසේද සාමාන්‍යකරණයක් හෝ ඒකාකාරී තිබේද මිනිස්සු හෝ සංස්කෘතීන් නැතිවී තිබේද මිනිසුන් ස්ථාන සහ සංස්කෘතීන්ගේ නිරූපණයට බලපෑමක් ඇති කරන්නේ කෙසේද

මාධ්‍ය පෙල විශ්ලේෂණය කිරීම පහත ලෙස සිදු කළ හැකිය.

- සන්දේශය කීමෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක්ද
- සන්දේශය ග්‍රාහකයන්ට කවර ලෙසින් අර්ථවත් වන්නේද
- නිෂ්පාදනය සන්දේශයේ අර්ථය ගෙන එන්නේ කෙසේද සහ ඒ ඇයි.

ඉහත ආකාරයෙන් ඕනෑම මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කළ හැකිය.



**Udaya Amaraweera, University visiting lecturer.  
BA University of J'Pura, MA & M.Phil in Mass.Com,  
University of Kelaniya.**

