

12 වන පාඨම සම්පූර්ණයෙන්ම

12.1 සන්නිවේදන සමීක්ෂණ

පර්යේෂණය හඳුනා ගැනීම.

සමීක්ෂණය යන්න හඳුනා ගැනීමට පෙර පර්යේෂණයක් යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ කුමක්දැයි පැහැදිලි කර ගැනීම වැදගත් වේ.

පර්යේෂණයක් යනුවෙන් හඳුන්වනු ලබන්නේ යම් කරුණක් පිළිබඳව නව දැනුමක් සොයා යෑමට සිදු කරනු ලබන ක්‍රියාවලියකි. එමෙන්ම යම් කරුණක් පිළිබඳව පවතින දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා සිදු කරනු ලබන ක්‍රියාවලියක් වශයෙන් ද හැදින්විය හැකිය. එමෙන්ම පර්යේෂණයක් යනු දැනුම වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා සිදු කරනු ලබන ගවේශනයක් වශයෙන් ද හැදින්විය හැකිය. එමෙන්ම පර්යේෂණයක් තුළින් යම් කරුණක් පිළිබඳව පුළුල් විශ්ලේෂණයක් සිදු කළ හැකිය. මෙතුළින් යම් කරුණක් පිළිබඳව විද්‍යාත්මක තොරතුරු එක් රැස් කළ හැකිය. මෙය තව දුරටත් සරලව පැහැදිලි කළ හොත් තෝරාගත් මාතෘකාවකින් මතු කර ගනු ලැබූ ගැටලුවකට විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදයක් මගින් තොරතුරු සොයා යෑම නැතිනම් ගවේෂණය කිරීමයි. ඉංග්‍රීසි භාෂාවෙන් පර්යේෂණය(**Research**) යනුවෙන් හඳුන්වනු ලැබේ. පර්යේෂණ විවිධ ක්ෂේත්‍ර අරභයා සිදු කළ හැකිය. උදා: අන්තර්ජාලය පරිශීලනය කෙරෙහි තරුණයන් දක්වන ලැදියාව පිළිබඳව සිදු කරනු ලබන පර්යේෂණයක්, කාටුන් චිත්‍රපට ළමයින්ගේ ගතිලක්ෂණ වෙනස් කිරීමට බලපානු ලබන ආකාරය පිළිබඳව සිදු කරනු ලබන පර්යේෂණයක්.

පර්යේෂණ සිදු කිරීම සඳහා විවිධ ක්‍රමවේද භාවිතා කරනු ලැබේ. එසේ භාවිතා කරනු ලබන ක්‍රමවේද කිහිපයක් වශයෙන් නිරීක්ෂණ ක්‍රමවේද, සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය දැක්විය හැකිය. එමනිසා පර්යේෂණයක් සිදු කිරීම සඳහා භාවිතා කරනු ලබන ක්‍රමවේදයක් වශයෙන් සමීක්ෂණ ක්‍රමය දැක්විය හැකිය.

මෙහිදී තවදුරටත් පර්යේෂණයක් යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ කුමක්ද යන්න පිළිබඳව පැහැදිලි කර ගැනීම වැදගත්වේ.

පර්යේෂණය යන්නෙන් කිසියම් සංසිද්ධියක් පිළිබඳව විමසීම හා සෙවීම මගින් සත්‍යතාව ඔප්පු කිරීම සඳහා වන ක්‍රියාවලියක් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. එසේම කිසියම් ගැටලුවක් පිළිබඳව විද්‍යාත්මකව හා ක්‍රමානුකූලව අධ්‍යයනය කිරීම පර්යේෂණයකින් සිදුවේ.

මෙහිදී පර්යේෂණය යනු කුමක්දැයි **Oxford Advanced Learners' Dictionary** හි දක්වා ඇත්තේ “ කුමණ හෝ දැනුම් ක්ෂේත්‍රයක් පිළිබඳව ඉතා සැලකිල්ලෙන් සොයා බැලීම හෝ විමසීම මගින් කරුණු එකතු කර ගැනීමයි”.

සන්නිවේදන පර්යේෂණ ආරම්භය සහ විකාශය.

මාධ්‍ය සහ සමාජය අතර පවතින සම්බන්ධය බලපෑම මෙන්ම එහි වැදගත්තම ද පරීක්ෂා කරනු ලබන සමාජීය විද්‍යා විෂයක් ලෙස ජන සන්නිවේදනය හඳුනාගත හැක. ජන සන්නිවේදනය ද ගැටලු විසඳීම සඳහා විද්‍යාත්මක ක්‍රමය භාවිතා කරන බැවින් මෙම විෂය ද විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රයට අයත් වේ. සන්නිවේදන පර්යේෂණ ඉතිහාසය පරීක්ෂා කිරීමේ දී එහි ඉතිහාසය 70 වෙනි සියවසේ ආරම්භක දශකය දක්වා දිව යයි. එමෙන්ම ඇතැම් විද්වතුන් පෙන්වා දෙන්නේ මේ ඉතිහාසය 1880 වර්ෂය දක්වාම පැරණි බවයි.

මුලින්ම 1910 දී ජර්මානු සමාජ විද්‍යාඥයෙකු වූ මැක්ස් වෙබර් ජනමාධ්‍ය සමාජ විද්‍යාව යන සංකල්පය ව්‍යවහාරයට එක් කළේය. මේ කාලය වන විට ජනමාධ්‍ය සමාජ ජීවිතයට ප්‍රබල බලපෑමක් එල්ල කිරීමට සමත්ව තිබූ අතර එම හේතුව නිසාම ජනමාධ්‍ය අධ්‍යයනය සහ ගවේෂණය කෙරෙහි සමාජයේ සක්‍රීය කොටස්වල අවධානය යොමු විය.

සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමවේදයන්ගේ ස්වභාවය සහ වර්ධනයට මූලික වශයෙන් ඉහළින් වි ඇත්තේ ශාස්ත්‍රීය වුවමනාවන් වලට වඩා වෙළඳ සහ දේශපාලන අවශ්‍යතාවයන්ය. 1880 දශකයේ දී ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ මැනිවරණ ව්‍යාපාරවලදී විශේෂයෙන්ම පුවත්පත් මගින් සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රම භාවිතයට ගෙන තිබේ.

එමෙන්ම සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණවල පුළුල් වර්ධනයට සහ ව්‍යාප්තියට ධනවාදී සමාජ ක්‍රමයේ වර්ධනයත් සමගම බිහි වූ වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරණ කර්මාන්තය අතිවිශාල කාර්යභාරයක් ඉටු කළේය.

සන්නිවේදනය පිළිබඳව සිදු කරනු ලැබූ පර්යේෂණවල ඉතිහාසය 20 වන සියවසේ මුල් කාල පරිච්ඡේදය දක්වා ඇතට දිවයයි. ජනමාධ්‍ය සමාජය තුළ සිසුයෙන් වර්ධනය වීමත් සමගම පුද්ගලයන්ට හා සමාජයට ඒවායින් බලපෑම් සිදු විය. මෙම බලපෑම් පිළිබඳව සෙවීමට විවිධ විද්වතුන් පෙරමුණ ගනු ලැබූහ. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් සන්නිවේදන පර්යේෂණ ක්‍රමවේද බිහිවිය. සමාජ විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රම මගින් ග්‍රාහක මණ්ඩල අධ්‍යයනය කිරීමේ අවශ්‍යතාවය මුලින්ම පෙන්වා දුන්නේ වෙළඳ දැන්වීම් සහ ප්‍රචාරක ආයතන මගිනි.

කාර්මික විප්ලවයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් යුරෝපීය සමාජය සමාජ ආර්ථික වශයෙන් ද ආචාරධර්ම සාරධර්ම වශයෙන් ද තාක්ෂණික විප්ලවයකට හසු විය. සමාජයේ ඇති වූ යහපත් මෙන්ම අනිෂ්ට විපාක දැකීමෙන් සමාජ සේවකයෝ, ආගම් නායකයෝ, සමාජ විද්‍යාඥයෝ මානව විද්‍යාඥයෝ ආදිහු මවිතයට පත් වූහ. සමාජයේ ඇතිවූ වෙනස ගැඹුරින් අධ්‍යයනය කිරීම සඳහා ඔවුහු විවිධ පර්යේෂණ පවත්වන්නට වූහ. ධනවත්හු පෞද්ගලික ආයතන සංවිධාන සහ විශ්වවිද්‍යාල මෙම පර්යේෂණ සඳහා මූල්‍යමය මෙන්ම ක්‍රමවේදය අතින් ද උදව් කළහ. මේ අනුව යුරෝපය පුරා පර්යේෂණ රැල්ලක් ඇති විය. ගණිතඥයෝ සහ සංඛ්‍යා ලේඛන විද්‍යාඥයෝ පර්යේෂණ ක්‍රමවේද වඩාත් විද්‍යානුකූල තත්ත්වයට ගෙන ආහ. යුරෝපයේ ඇති වූ මෙම සමාජ පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියේ එක් වැදගත් අංගයක් බවට ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ ද පවත්වන්නට විට.

සන්නිවේදනය පිළිබඳව කරන ලද පර්යේෂණ ක්‍රමයෙන් ජන සන්නිවේද පර්යේෂණ බවට පත්වීමට ප්‍රධාන හේතුවක් වූයේ සෑම සමාජයකටම ජන මාධ්‍යයෙන් එල්ල වූ අනිවාර්ය බලපෑමයි.

එම බලපෑම

ඉෂ්ට,

අනිෂ්ට,

අනිවාර්ය යනුවෙන්ද?

අතුරු බලපෑම් වශයෙන් ද?

ආකල්ප වෙනස්වීම්,

වර්ගවන්ති වෙනස්වීම්,

නව දැනුම උකහා ගැනීම,

පෙළඹවීම,

විනෝදාස්වාද මට්ටම,

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

නව ඉගැන්වීම් ක්‍රම,

යනාදී ලෙස ප්‍රභේද විමත් සමග ජන සන්නිවේදන ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වෙනස්වීමකට ලක් විය.

මෙසේ ජන මාධ්‍ය ක්‍රමයෙන් සමාජය වෙත බලපෑම එල්ල කිරීම වේගවත් වන විට ඒ සම්බන්ධයෙන් වූ සොයා බැලීම් ද ක්‍රමානුකූලව වර්ධනය වූ බවක් පෙනෙයි. යම් යම් විද්වතුන් විසින් ජන සන්නිවේදන මාධ්‍ය පිළිබඳව නොයෙක් පර්යේෂණ සිදු කළත් විධිමත් ක්‍රමවේයක් ලෙස සන්නිවේදන පර්යේෂණ පිළිබඳව විමර්ශනය කළ හැකි වන්නේ 1927 හැරල්ඩ් ලැස්වෙල් නම් සන්නිවේදන විද්‍යාඥයා විසින් පළ කරනු ලැබූ **Propaganda Technique in the World War** නැමැති කෘතියෙනි.

ලැස්වෙල් මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙන් සිදු කරනු ලබන පර්යේෂණ ප්‍රධාන ප්‍රශ්න පහක් මත පදනම් විය. කවුද? කුමක්කියන්නේද? කුමන මාධ්‍යයකින්ද? කවුරුන් හට කුමන බලපෑමක් සඳහා ද? යනුවෙනි.

ලැස්වේල්ට සමගාමීව සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය සම්බන්ධයෙන් පර්යේෂණ සිදු කළ අනෙක් ප්‍රමුඛතම පුද්ගලයකු වශයෙන් පොල් ෆිලික්ස් ලැසාස් ෆෙල්ඩ් හැදින්විය හැකිය. කොලොම්බියා විශ්වවිද්‍යාලයේ ව්‍යවහාරික සමාජ පර්යේෂණ ආයතනය මුල් කර ගනිමින් සන්නිවේදනය සිදු වන සෑම ක්ෂේත්‍රයක් පිළිබඳවම සොයා බැලූ ලැසාස් ෆෙල්ඩ් මිනිස් සම්බන්ධතාවයන් සිදු වන සෑම අංශයක් පිළිබඳව පර්යේෂණ සිදු කරන ලදී.

ඔහුගේ විශේෂ අවධානය ගුවන් විදුලි වැඩසටහන් සහ ශ්‍රාවකයන් කෙරෙහි යොමු වූ අතර එය ලොව පැවති පුළුල්ම පර්යේෂණ අධ්‍යයනයක් විය.

ක්‍රම ක්‍රමයෙන් මාධ්‍ය මගින් සමාජය කෙරෙහි සිදු කරනු ලබන බලපෑම තීව්‍ර වූ අතර ඒ සම්බන්ධයෙන් වන පර්යේෂණයන් ද එයට සමගාමීව වර්ධනය විය. විශේෂයෙන්ම ජනමාධ්‍යයන් සමාජ ජීවිතයට එල්ල වූ බලපෑම පිළිබඳව අධ්‍යයනය පර්යේෂණ 60 සහ 70 දශකයන්හි වැඩි වශයෙන් සිදු විය. විල්බර්ග්‍රාම් ළමුන් සහ රූපවාහිනියේ බලපෑම සම්බන්ධයෙන් සිදු කරනු ලැබූ පර්යේෂණයන්ට පුළුල් අවධානයක් යොමු විය. මේ ආකාරයෙන් ජනමාධ්‍ය පර්යේෂණ ක්ෂේත්‍රය ගොල්ය වශයෙන් වර්ධනය වීමට සමගාමීව ශ්‍රී ලාංකේය මාධ්‍ය ඉතිහාසය තුළින්ද විවිධ සන්නිවේදන පර්යේෂණ සිදු විය.

ශ්‍රී ලංකාවේ නිල වශයෙන් ජනමාධ්‍ය සම්බන්ධ පර්යේෂණ ආරම්භ වන්නේ 1956 ජූලි මස 02 දින ශ්‍රී ලංකා ගුවන් විදුලි සේවාව තුළ ශ්‍රවණ පර්යේෂණ ඒකකයක් පිහිටුවීමෙනි. එහි ප්‍රධාන කාර්යය වූයේ ගුවන් විදුලි වැඩසටහන්වලට සහභාගි වන අයගේ සංඛ්‍යාව සොයා බැලීම සහ ඒ සඳහා අසන්නන්ගේ ප්‍රතිචාර දැනගැනීමත්ය. ඒ හැර ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර ප්‍රමාණය සොයා බැලීම, වැඩසටහන්වල ජනප්‍රියතාව ඇගයීමට ලක් කිරීම සහ එකී වැඩසටහන්වල ප්‍රයෝජන සොයා බැලීම ආදිය මෙහි සෙසු කාර්යභාරය වී ඇත. එම අරමුණ පෙරදැරි කොටගෙන 1957 සැප්තැම්බර් මස 30 වන දා සිට ඔක්තෝම්බර් 06 වැනිදා අවසන් වන සතිය තුළ ගුවන්ගත කරන ලද වැඩසටහන් පිළිබඳ පැවැත් වූ විධිමත් පර්යේෂණය අප ගුවන් විදුලි ශ්‍රවණ පර්යේෂණ ඉතිහාසයේ වැදගත්කම ප්‍රකට කරන මුල් කාලීන සිදුවීමකි.

රූපවාහිනි මාධ්‍ය අරමුණු කොට ගෙන සිදු කරනු ලබන පර්යේෂණ පිළිබඳව හැදෑරීමට 1982 මාර්තු මස ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනි සංස්ථාවට අනුබද්ධ ඒකකය පිහිටුවනු ලැබීය. එහි මූලික අරමුණ

වුයේ වැඩසටහන් සඳහා තොරතුරු සැපයීමයි. රූපවාහිනී වැඩසටහන් විකාශන කළ යුතු වේලාව, රූපවාහිනී යන්ත්‍ර බෙදී ඇති ආකාරය පිළිබඳව සිදු කළ පර්යේෂණ මෙම අංශයෙන් සිදු කිරීමට සැලසුම් කළ පළමු පර්යේෂණය ලෙස දැක්විය හැකිය. නමුත් රූපවාහිනී සංස්ථාවේ 1982 වාර්ෂික වාර්තාවේ දක්වා ඇති පරිදි එම පර්යේෂණය එම අවස්ථාවේ දී සිදු කිරීමට රූපවාහිනී සංස්ථාවට නොහැකි වූ අතර එය ශ්‍රී ලංකා සංවර්ධන හා පර්යේෂණ ආයතනය වශයෙන් පිහිටුවා ඇති ආයතනයකට බාර දෙනු ලැබීය.

රූපවාහිනීය මූලික සමීක්ෂණයක් ආරම්භ කරනු ලැබුවේ 1982 මැයි මාසයේදී ය. එමෙන්ම 1979 – 2000 කාල වකවානුවට අදාළව සිදු කරනු ලැබූ ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනීය සහ ළමා පරපුර යන පර්යේෂණය වැදගත් වේ. එය පරිපාලන දිස්ත්‍රික්ක 17ක් ආවරණය වන සේ 8355 ක නියැදියකින් දත්ත ලබා ගැනීම සඳහා යොදා ගනු ලැබූ අතර නියැදියෙන් 2828 ක් ළමුන් විය.

සන්නිවේදන සමීක්ෂණ හඳුනා ගැනීම.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.
විද්‍යාත්මක පර්යේෂණ සිදු කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා වැදගත් ක්‍රමවේදයක් වශයෙන් සමීක්ෂණ ක්‍රමවේදය හැඳින්විය හැකිය.

වර්තමානයේ පර්යේෂකයන් විසින් පර්යේෂණ සිදු කිරීම සඳහා භාවිතා කරනු ලබන ජනප්‍රිය ක්‍රමවේදයක් වශයෙන් සමීක්ෂණය හඳුන්වා දීමට හැකිය. සමීක්ෂණයක දී පෞද්ගලික සාකච්ඡා මගින්, ප්‍රශ්නාවලියක් ලබා දීම මගින් පුද්ගලයන්ගෙන් තොරතුරු ලබා ගනියි. එමෙන්ම පුද්ගලයන්ගේ පෞද්ගලික තොරතුරු, පවුලේ තොරතුරු යන ආදී තොරතුරු ද මේ හරහා ලබා ගත හැකිය.

එමෙන්ම සමීක්ෂණය යනු කරුණු සෙවීමේ අධ්‍යයනයකි. එය නිශ්චිත වේලාවක ජනගහනයකින් හෝ නියැදියකින් සෘජුවම දත්ත රැස් කිරීම සහ සම්බන්ධ පර්යේෂණ ක්‍රමයකි.

ලෝකයේ වඩාත් ප්‍රසිද්ධ මහජන සමීක්ෂණය එක්සත් ජනපදයේ සංගණනය වන අතර එය සෑම වසර දහයකට වරක් සිදුවේ.

සමීක්ෂණ ශාස්ත්‍රාලිය, රජයේ සහ ව්‍යාපාර සඳහා යොදා ගනී. තම පුරවැසියන්ට වඩා හොඳ සේවයක් කිරීම සඳහා රජයන් ඔවුන්ගේ ජනගහනය පිළිබඳව දැන ගැනීමට සමීක්ෂණ භාවිතා කරන අතර දේශපාලන අපේක්ෂකයන් ජන්ද දායකයන්ගේ මනාපයන් සහ මතයන් මැන බැලීම සඳහා ද භාවිතා කරයි. පාරිභෝගික ආකල්ප සහ අත්දැකීම් පිළිබඳතොරතුරු රැස් කිරීම සඳහා ව්‍යාපාරිකයන් සමීක්ෂණ භාවිතා කරයි. ශාස්ත්‍රීය විද්‍යාවේදී ජන විකාශ සංඛ්‍යා ලේඛන සහ සමාජ පර්යේෂණ වැනි ක්ෂේත්‍රවල සමීක්ෂණ සිදු කෙරේ.

වර්තමානයේ දී දේශීය සහ විදේශීය වශයෙන් සෑම රටකම ඇති මාධ්‍ය ආයතන සමීක්ෂණ සඳහා නැඹුරු වී තිබේ. එතුළින් මාධ්‍ය ආයතන වල වැඩසටහන් වල තත්ත්වය, ගුණාත්මකතාවය මෙන්ම ජනප්‍රිය වැඩසටහන් වල අගයන් මැනීම(Rating) සමීක්ෂණ ක්‍රමය යොදා ගනු ලැබේ. සමීක්ෂණයක දී තොරාගත් පුද්ගලයන් පිරිසකට ප්‍රශ්නාවලියක් ලබා දීමෙන්, සම්මුඛ සාකච්ඡා මගින්, නිරීක්ෂණ, අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය, සිද්ධි අධ්‍යයනය, අන්තර්ජාලය හරහා තොරතුරු විමසීමෙන්, තැපැල් මාර්ගිකව තොරතුරු ලබා ගැනීම සිදු කරනු ලැබේ.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer
ගෘහවලට ප්‍රකාශය දක්වන්නේ ළමයින් හා තරුණයන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයෙන් යුතු විචාරශීලී ග්‍රාහකයන් බවට පත් කළ යුතු බවයි. පර්යේෂණ හා සමීක්ෂණ වැනි විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේද මගින් මාධ්‍යයේ බලපෑම ක්‍රමවත්ව අධ්‍යයනය කිරීමෙන් දරුවන්ගේ විචාරශීලීත්වය සහ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවය පෝෂණය වීමට පිටුබලයක් ලැබෙන බව යුනෙස්කෝ සංවිධානය පෙන්වා දෙයි. 1982 ගෘහවලට ප්‍රකාශය පිළිබඳ අදහස් සංවර්ධනය කරමින් පැරිස් න්‍යාය පත්‍රය මගින් ඉදිරිපත් කර ඇති කරුණු 12 න් එක් නිර්දේශයක් වන්නේ ද මාධ්‍ය සම්බන්ධව පර්යේෂණ සිදු කිරීමට ගුරුභවතුන් හා සිසු දරුවන් යොමු කළ යුතු බවයි.

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය සමීක්ෂණය(වැදගත්කම)

මානව සම්බන්ධතා පවත්වා ගෙන යාමේ ක්‍රියාවලිය සන්නිවේදනය මත රඳා පවතී. සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව ජනමාධ්‍යයේ බිහිවීම හා ව්‍යාප්තිය මානව සම්බන්ධතා සංකීර්ණ කිරීමට හේතු වී ඇත.

- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ (ග්‍රාහක සමීක්ෂණ) මගින් මාධ්‍ය පිළිබඳ ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර කෙබඳු ද මාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයා කෙරෙහි ඇති කරනු ලබන බලපෑම කවරාකාර ද යන්න හඳුනාගත හැකිය.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජන මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය ආශ්‍රිතව සමීක්ෂණ සිදු කෙරේ. ග්‍රාහකයා, පාඨකයා, ශ්‍රාවකයා, නරඹන්නා, ප්‍රේක්ෂකයා සහ පරිශීලකයා දත්ත දායකයන් ලෙස යොදා ගනු ලැබේ.
- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ මගින් සන්නිවේදකයා, නාලිකාව, සන්දේශය ග්‍රාහකයා හා බලපෑම ආදියෙහි තත්ත්වය, ජනප්‍රියත්වය, ගුණාත්මකභාවය, ආකර්ෂණීය බව, තාක්ෂණික භාවිතය හා සමාජ බලපෑම පිළිබඳව හා ග්‍රාහකයාගේ කැමැත්ත අදහස් මතවාද යෝජනා ලබා ගත හැකිය.
- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ විශේෂ අවස්ථාවක දී හෝ වාරානුකූලව පැවැත්විය හැකිය. එමගින් මාධ්‍යවල හැසිරීම් රටා පිළිබඳව අවබෝධ කරගත හැකිය.

සමීක්ෂණ අර්ථකථනය

සමීක්ෂණය යන්න පිළිබඳව ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශිෂ්‍ය ශබ්දකෝෂය(Oxford Learner’s Dictionary) හි සඳහන් කරන්නේ සාමාන්‍ය ජනතාවගේ අදහස් හා හැසිරීම් පිළිබඳ විමර්ශනය කිරීම යනුවෙනි.

Survey යන්නෙහි අර්ථය ලෙස මලලසේකර ශබ්ද කෝෂයේ දක්වන්නේ සෝදිසි කරනවා සමීක්ෂණය කරනවා සමීක්ෂණය යන්නයි.

සමීක්ෂණය යනු තෝරාගත් නිශ්චිත භූමි කලාපයක වාසය කරන මිනිසුන්ගෙන් තොරතුරු රැස් කිරීමට යොදා ගන්නා ක්‍රමවේදයකි.

ප්‍රජාවක ක්‍රියාකාරකම් හා ඒවා නිර්මාණය වී ඇති ආකාරය පිළිබඳව සමාජ විද්‍යාත්මක ආකල්ප ඔස්සේ විමසා බැලීම දී යොදා ගන්නා ප්‍රමාණාත්මක දත්ත එකතු කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි - මර්ක් ඒබ්‍රහම්(Mark Abraham).

සමාජ තත්ත්වයක් හෝ සමාජ ප්‍රශ්නයක් ක්‍රමවත්ව හා විධිමත්ව විග්‍රහ කිරීමයි - හර්මන් එන්. මොර්ස් (Herman N. Morse).

ගැටලුවක් හෝ සංසිද්ධියක් පිළිබඳව විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදයක් ඔස්සේ සොයා බැලීම සඳහා සිදු කරන පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියක දී ඊට අදාළ දත්ත දායකයාගෙන් සෘජුවම තොරතුරු ඒකරාශී කර ගැනීම සඳහා භාවිත කරන උපාය මාර්ගයක් ලෙස ද සමීක්ෂණය හඳුනා ගත හැකිය.

සමීක්ෂණය මගින් පුද්ගලයන්ගේ පෞද්ගලික තොරතුරු අදහස් මතවාද යෝජනා ක්‍රියාකාරකම් හැසිරීම් ආකල්ප ආදිය පිළිබඳ තොරතුරු(දත්ත) ලබා ගත හැකිය.

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියක දී ප්‍රාථමික දත්ත එක්රැස් කර ගනියි.

ගැටලුවක් පිළිබඳව විද්‍යාත්මක ක්‍රමයක් ඔස්සේ දත්ත (තොරතුරු) එක් රැස් කර ගනු ලබයි.

සමීක්ෂණ විධික්‍රම

සමීක්ෂණ වලදී දත්ත රැස්කර ගැනීම සඳහා ක්‍රමවේද කිහිපයක් භාවිතා කරයි.

- ප්‍රශ්නාවලිය
- සම්මුඛ සාකච්ඡා
- දුරකථන සංවාද
- තැපෑල
- විද්‍යුත් තැපෑල
- අන්තර්ජාලය

සමීක්ෂණ වර්ග

- විස්තරාත්මක සමීක්ෂණ (**Descriptive Survey**)
- විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණ (**Analytical Survey**)

විස්තරාත්මක සමීක්ෂණ

කිසියම් ගැටලුක් පිළිබඳව විවිධ මානවලින් තොරතුරු ඒකරාශී කිරීම මෙහිදී සිදු කරයි. නිදසුනක් ලෙස රූපවාහිනී නාලිකාවක කිසියම් කාලසීමාවක් තුළ ප්‍රචාරය වන වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රමාණය, ඒවායේ වර්ගය, තත්ත්වය, ප්‍රචාරය වූ කාලය, පිළිබඳව මේ හරහා තොරතුරු ලබා ගත හැකිය.

මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ දී සමකාලීන මාධ්‍ය හැසිරීම, මාධ්‍ය ආයතන, වැඩසටහන් සහ වෙනත් මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් සම්බන්ධ විස්තරාත්මක සමීක්ෂණ සිදු කළ හැකිය.

එමෙන්ම ගමක ඇති රූපවාහිනී යන්ත්‍ර ප්‍රමාණය, රූපවාහිනී නරඹන පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රමාණය, වැඩියෙන්ම නරඹන රූපවාහිනී නාලිකාව, ශ්‍රවණය කරනු ලබන ගුවන්විදුලි නාලිකාව යන ආදී විස්තර සොයා ගැනීමට මෙම සමීක්ෂණ ක්‍රමය භාවිතා කරයි.

විස්තරාත්මක සමීක්ෂණයකින් ලබා ගන්නා දත්ත මගින් සිද්ධිය හෝ බලපෑම පිළිබඳව ගැඹුරු අවධානයක් යොමු නො කෙරේ.

නිදසුනක් ලෙස සියදිවි නසා ගැනීම පිළිබඳව මාධ්‍ය වාර්තාකරණය වැනි පර්යේෂණයක දී යම් කාල සීමාවක් තුළ වාර්තා පළ වී ඇති ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණය, එකම තොරතුර විවිධ මාධ්‍ය තුළ වාර්තා වී ඇති ආකාරය වැනි තොරතුරු පිළිබඳ අධ්‍යයනයක් මෙම සමීක්ෂණ ක්‍රමය හරහා සිදු කළ හැකිය. එමෙන්ම මේ හරහා යම් පුද්ගලයෙක්, ආයතනයක්, සිදුවීමක් පිළිබඳ තොරතුරු ඒකරාශී කළ හැකිය.

ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක තොරතුරු මෙමගින් එක්රැස් කර ගනියි.

විස්තරාත්මක සමීක්ෂණය තුළින් කිසියම් ප්‍රවනතාවයක ව්‍යාප්තිය, සංයුතිය, ප්‍රමාණය ආදිය පිළිබඳව සොයා බලනු ලැබේ.

විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණ

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ දී විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණයක් මගින් සිදු කෙරෙන්නේ කිසියම් ගැටලුවක් හෝ අවස්ථාවක් හෝ වැඩසටහනක් හෝ පිළිබඳව විද්‍යාත්මක ප්‍රවේශයකින් සොයා ගනු ලබන දත්ත අදාළ සමීක්ෂණයේ අරමුණුවලට යටත්ව විග්‍රහාත්මකව විමසා බැලීමයි. එමෙන්ම මෙමගින් ඇතැම් තත්ත්වයන් පවතින්නේ මන්ද යන්න විස්තර කිරීමට සහ පැහැදිලි කිරීමට උත්සහ ගනු ලබයි. එමෙන්ම උපකල්පන පරීක්ෂා කිරීම සඳහා විචල්‍යයන් දෙකක් හෝ ඊට වැඩි ගණනක් පරීක්ෂා කරනු ලැබේ.

මෙහිදී කිසියම් ගැටලුවක්, අවස්ථාවක්, වැඩසටහනක් පිළිබඳව විද්‍යාත්මකව ලබාගන්නා දත්ත විශ්ලේෂණය කරයි. එමෙන්ම කිසියම් ගැටලුවකට අදාළ වන හේතු, එතුළින් වන බලපෑම මෙහිදී විග්‍රහ කරනු ලැබේ. උදා: අන්තර්ජාලය හරහා පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රවණත්වය වර්ධනය වේද? වෙළඳ දැන්වීම් ප්‍රචාරය කිරීමෙන් පුද්ගලයන් තුළ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට වැඩි නැඹුරුතාවයක් ඇතිවේද? **Facebook** භාවිතය නිසා පුද්ගලයන්ගේ සමාජ සම්බන්ධතා බිඳ වැටේද? වෙළඳ ප්‍රචාරණ දැන්වීමක් විසින් භාණ්ඩයක් මිල දී ගැනීම කෙරෙහි ග්‍රාහකයා වෙත කරනු ලබන බලපෑම කෙබඳු ද?

මෙහිදී ගැටලුවක් විවිධ මාන වලින් විශ්ලේෂණය කෙරේ.

සමීක්ෂණ භාවිතයේ වාසි

- කෙටි කාලයක දී ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා දත්ත රැස්කර ගැනීමට හැකි බැවින් ඒ සඳහා වන වියදම අවම වීම.
- දුරකථනය, අන්තර්ජාලය, තැපෑල වැනි ක්‍රම මගින් දුරස්ථව හිඳිමින් ග්‍රාහකයන්ගෙන් තොරතුරු ලබා ගත හැකි වීම.
- දත්තදායකයන් විශාල ප්‍රමාණයකින් තොරතුරු ලබාගත හැකිවීම.
- මෘදුකාංග භාවිතා කර හෝ නොකර දත්ත රැස්කිරීමට විශ්ලේෂණය කිරීමට හැකිවීම.
- මාර්ගගත(online) ක්‍රමවේද මගින් විශේෂ මෘදුකාංග යොදාගෙන (App) ක්ෂණිකව දත්ත රැස්කිරීමටත් විශ්ලේෂණය කිරීමටත් හැකිවීම.
- විශේෂ මෘදුකාංග භාවිතා කොට විශාල දත්ත සංඛ්‍යාවක් පරීක්ෂා කිරීමට විශ්ලේෂණය කිරීමට හැකිවීම.
- ආකල්ප මතවාද විශ්වාස වාර්ශාරටා සිදුවීම් වටිනාකම් යනාදිය පිළිබඳව පුළුල් පරාසයක පවතින තොරතුරු රැස්කර ගැනීමේ හැකියාව.
- නිවැරදි ප්‍රමිතියට අනුව සිදු කිරීමෙන් දෝෂ අවම කර ගත හැකිවීම.

සමීක්ෂණ භාවිතයේ අවාසි

- නිවැරදි සත්‍ය තොරතුරු අවංක භාවයෙන් යුක්තව ලබාදීමට දත්තදායකයන් උනන්දු නොවීම.
- ඇතැම් තොරතුරු(ආදායම් මට්ටම වැනි) හෙළි කිරීමෙන් තමාට අවාසිදායක තත්ත්වයක් ඇති වෙතැයි පවත්නා සැකය මත සත්‍ය හෙළි නොකිරීමට දත්ත දායකයන් කටයුතු කළ හැකිය.

- තොරතුරු ලබා දීමේදී අපක්ෂපාතිභව ආරක්ෂා කර ගැනීමට දත්ත දායකයා අපොහොසත්වීම.
- දත්ත දායකයා පිළිතුරු සපයන මොහොතේ සිටින මානසික මට්මට ලබා දෙන පිළිතුරෙහි ගුණාත්මකභාවය කෙරෙහි බලපෑම.
- ප්‍රශ්න හරිහැටි තේරුම් ගැනීමට නොහැකි වීමෙන් ලබා දෙන පිළිතුරු දෝෂ සහගත වීම.
- සමීක්ෂණ මගින් අතිත තත්ත්ව පිළිබඳ දත්ත රැස් කර ගත නොහැකි වීම.
උදා: මුල්කාලයේ දී ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් කියවූ පාඨකයන් පිළිබඳ තොරතුරු.
- සංකීර්ණ ගැටලු සම්බන්ධයෙන් පුද්ගල වර්ගයා අදහස් ආකල්ප මැනිය නොහැකිවීම.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

- ප්‍රශ්නාවලියක් මගින් දත්ත රැස් කරන විට විස්තරාත්මක ගැඹුරු පිළිතුරු ලබාගත නොහැකි වීම.

12.2 සන්නිවේදන සමීක්ෂණයක් සිදු කරනු ලබන ආකාරය.

සන්නිවේදන පර්යේෂණයක් (සමීක්ෂණයක්) සිදු කිරීම සඳහා යම් විධිමත් ක්‍රමවේදයක් අනුගමනය කළ යුතුය. මේ සඳහා පහත පියවර අනුගමනය කිරීම වැදගත් වේ.

- ගැටලුව හඳුනා ගැනීම.
- අරමුණ හඳුනා ගැනීම.
- මාතෘකාව තීරණය කිරීම.
- දත්ත රැස් කිරීම.
- දත්ත විශ්ලේෂණ කිරීම.
- නිගමන.
- වාර්තාව ලිවීම.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

ගැටලුව හඳුනා ගැනීම

සමීක්ෂණයක් ආරම්භ වන්නේ ගැටලුවක් හඳුනා ගැනීමෙනි. පර්යේෂණයක් සිදු කිරීමට තෝරාගත් ක්ෂේත්‍රයට අදාළ පොතපත ලේඛන පරිශීලනය කිරීමෙන් ගැටලුවක් හඳුනාගත හැකිය. පූර්වයෙහි සමීක්ෂණය නොකල ගැටලුවක් අධ්‍යයනය කිරීමෙන් නව දැනුමක් ලබාගත හැකිය. සන්නිවේදන පර්යේෂණයක් සඳහා පහත ක්ෂේත්‍ර ආශ්‍රයෙන් ගැටලුවක් හඳුනාගත හැකිය.

සමාජ මාධ්‍ය භාවිතය, ගුවන්විදුලි මාධ්‍යට සවන්දීම, මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිතය, රූපවාහිනිය නැරඹීම, ජංගම දුරකථන භාවිතය.

සමීක්ෂණයක සාර්ථකත්වය හෝ අසාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ පර්යේෂණ ගැටලුව තෝරා ගැනීම සකස් කිරීම මතය.

පර්යේෂණ ගැටලු සඳහා නිදසුන්

- ශ්‍රී ලංකාවේ වැඩියෙන්ම අලෙවිවන පුවත්පත කුමක්ද?
- ශ්‍රී ලංකාවේ ජනප්‍රියම ගුවන්විදුලි නාලිකාව කුමක්ද?
- රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ වැඩියෙන්ම ජනප්‍රිය ඒකාංගික ටෙලිනාට්‍ය ද මෙඟා ටෙලි නාට්‍ය ද?

අරමුණු හඳුනා ගැනීම

සමීක්ෂණයක දී අරමුණු යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කිසියම් ගැටලුවක් පිළිබඳ සමීක්ෂණයක් සිදු කිරීමට හේතු පැහැදිලි කිරීම හා එම හේතු මත සමීක්ෂණයේ ප්‍රතිඵලය ගොඩ නැගීමයි.

මෙහිදී යම් කාල රාමුවක් තුළ ඉටු කර ගැනීමට හැකි අරමුණු පමණක් සමීක්ෂණයක් සඳහා තෝරා ගැනීම වැදගත් වේ. එමෙන්ම අරමුණු මගින් සමීක්ෂණයකට පහත සඳහන් වාසි අත්කර ගත හැකිය.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

- අරමුණු සමීක්ෂණයකට නිසි මග පෙන්වීමක් සිදු කරයි.
- මාතෘකාවේ රාමුව තුළ පර්යේෂකයා රඳවා තැබීමට කටයුතු කරයි.
- අනවශ්‍ය දත්ත රැස් කිරීමෙන් වැළැකි සිටිය හැකිය.

සමීක්ෂණයක(පර්යේෂණයක) එක් ප්‍රධාන අරමුණක් හෝ අරමුණු කිහිපයක් තිබිය හැකිය.

උදා:

- I. ශ්‍රී ලංකාවේ වැඩියෙන්ම අලෙවි වන කාන්තා පුවත්පත හඳුනා ගැනීම.
- II. ශ්‍රී ලංකාවේ වැඩි පිරිසක් ශ්‍රවණය කරන ගුවන්විදුලි නාලිකාව හඳුනා ගැනීම.
- III. මානසික ආතතිය අවම වන ආකාරයෙන් අන්තර්ජාලය පරිශීලනය කරන ආකාරය හඳුනා ගැනීම.
- IV. රූපවාහිනී මාධ්‍ය තුළ වැඩියෙන්ම ජනප්‍රිය ටෙලිනාට්‍ය වර්ගය හඳුනා ගැනීම.

මාතෘකාව තීරණය කිරීම.

සමීක්ෂණයක් සිදු කිරීම සඳහා යෝග්‍ය ගැටලුවක් තෝරා ගැනීමෙන් පසුව සුදුසු මාතෘකාවක් නිර්මාණය කර ගත යුතුය. එමෙන්ම තමන් තෝරාගත් මාතෘකාව පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයක් පර්යේෂකයා සතුවිය යුතුය. තමන් පර්යේෂණය සිදු කිරීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳව ලියවි ඇති පොතපත කියවීමෙන් සුදුසු මාතෘකාවක් තෝරා ගත යුතුය. එමෙන්ම මීට ප්‍රථම වෙනත් පර්යේෂකයෙක් තමා තෝරාගත් මාතෘකාව පිළිබඳව පර්යේෂණ කර තිබුණ ද තමන්ට අවශ්‍ය ආකාරයට එහි දිශාව වෙනස් කර ගත හැකිය. මෙයට අමතරව මාතෘකාව පුළුල් වපසරියක පැතිර ඇත්නම් මාතෘකාව අනු මාතෘකාව ඔස්සේ පැහැදිලි කරගත යුතුය. එමගින් මාතෘකාව යම් යම් කොටස්වලට සීමා කර ගැනීම මාතෘකාව පැහැදිලි කර ගැනීමට මෙන්ම දත්ත සපයා ගැනීමට ද පහසු වනු ඇත.

උදා:

I. ශ්‍රී ලංකාවේ සතිපතා පුවත්පත් කියවන පාඨකයන්ගේ රුචිකත්වය අධ්‍යයනය කිරීම.

- II. ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලි නාලිකා ශ්‍රවණය කරන ශ්‍රාවකයන්ගේ රුචිකත්වය අධ්‍යයනය කිරීම.
- III. අන්තර්ජාලය පරිශීලනය කිරීම මානසික ආතතිය වර්ධනය වීමට ඉවහල්වේද යන්න පිළිබඳව අධ්‍යයනය කිරීම.
- IV. රූපවාහිනි ප්‍රේක්ෂකයන් අතර ජනප්‍රිය ටෙලිනාට්‍ය වර්ගය අධ්‍යයනය කිරීම.

දත්ත රැස් කිරීම

සමීක්ෂණයක දී රැස් කර ගන්නා දත්ත කොටස් දෙකකට වර්ග කර දැක්විය හැකිය.

- ප්‍රමාණාත්මක දත්ත
- ගුණාත්මක දත්ත

ප්‍රමාණාත්මක දත්ත

පර්යේෂකයා විසින් ලබා ගන්නා සංඛ්‍යාත්මක දත්ත මේ යටතට ගත හැකිය. උදා: ශ්‍රී ලංකාවේ රූපවාහිනී නරඹන ප්‍රේක්ෂකයන් ප්‍රමාණය, රූපවාහිනියෙන් සතියකට විකාශය වන ටෙලිනාට්‍ය ප්‍රමාණය, ශ්‍රී ලංකාවේ අන්තර්ජාලය පරිශීලනය කරන පරිශීලකයන්ගේ ප්‍රමාණය.

මෙය තවදුරටත් පැහැදිලි කළ හොත් සංඛ්‍යා මගින් තහවුරු කළ හැකි සමාජ සබඳතා සහ මානව වර්ගයන් පිළිබඳ පර්යේෂණ මෙම ගණයට අයත් වේ. විශේෂයෙන්ම සමාජ මිණුම් මේ සඳහා භාවිත වේ. කිසියම් කර්මාන්ත ශාලාවක සේවක සංඛ්‍යාව, නිෂ්පාදනය වියදම ආදී දැ පිළිබඳ නිවැරදි සංඛ්‍යාත්මක දත්ත ඉදිරිපත් කළ හැක. එසේම සමාජයේ අපරාධ, දුෂණ වැනි සිදුවීම් මෙන්ම වෙනත් කරුණු පිළිබඳව ද සංඛ්‍යාත්මක කරුණු ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කළ හැකිය. නිදසුනක් ලෙස

- ආයතනයක් යම් කාලසීමාවක් තුළ වෙළඳ පොළට හඳුන්වා දෙන ලද භාණ්ඩ ප්‍රමාණය.
- යම් කාල සීමාවක් තුළ අලෙවි නොවූ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය. දැක්විය හැකිය.

ගුණාත්මක දත්ත

යම් දෙයක ගුණාංග, එයට ආවේනික වූ ලක්ෂණ මෙමගින් පෙන්වා දෙනු ලබයි. උදා: මෙහා ටෙලිනාට්‍ය වල පවතින සුනිශේෂී ලක්ෂණ, ගුවන්විදුලි නාට්‍යවල සුවිශේෂී ලක්ෂණ.

එමෙන්ම ගුණාත්මක පර්යේෂණ සංඛ්‍යාත්මකව ඔප්පු කළ නොහැකිය. වැඩි වශයෙන් මානව විද්‍යා අධ්‍යයන අංශවල මෙබඳු පර්යේෂණ දක්නට ලැබේ. යම් සිදු විමක වර්ගාත්මක ස්වරූපය වඩාත් ගැඹුරින් හැදෑරිය හැකි වන්නේ ගුණාත්මක පර්යේෂණ පර්යේෂණ තුළිනි. එහිදී මිනිසුන් පුද්ගලික ලෙස හෝ සාමූහික වශයෙන් ගෙන ඔවුන්ගේ විවිධ ගුණ එකතු කොට විග්‍රහ කළ හැකිය. නිදසුනක් වශයෙන් මිනිසුන් හැසිරෙන්නේ කෙසේ ද? ඔවුන්ගේ විශ්වාස ඇදහිලි ආකල්ප රටාවන් ගොඩ නැගී ඇත්තේ කෙසේ ද? ඔවුන් එකෙනෙකා අතරේ පවතින පවුල් සම්බන්ධතාවයේ ස්වරූපය කෙසේද? යන ගැටලු සඳහා විසදුම් ලබා ගත හැකි වන්නේ ගුණාත්මක පර්යේෂණ ක්‍රමය තුළිනි.

පර්යේෂණයක දී පර්යේෂකයා සොයා ගන්නා තොරතුරු (දත්ත) කොටස් දෙකක් යටතේ වර්ගීකරණය කළ හැකිය.

- ප්‍රාථමික දත්ත
- ද්විතීක දත්ත

ප්‍රාථමික දත්ත

සමීක්ෂකයා විසින්ම සොයා ගන්නා දත්ත මේ නමින් හැදින් වේ. නිදසුනක් ලෙස සමීක්ෂකයා සම්මුඛ සාකච්ඡා මගින්, ප්‍රශ්නාවලියක් දත්තදායකයන්ට ලබා දීම තුළින් රැස් කර ගන්නා දත්ත මෙයට අයත් වේ.

ද්විතීක දත්ත

සමීක්ෂකයා විසින් පොතපත කියවීමෙන්, විවිධ ලේඛන පරීක්ෂා කිරීමෙන්, විවිධ පර්යේෂණ ග්‍රන්ථ පරිශීලනය කිරීමෙන් සොයා ගන්නා දත්ත මේ නමින් හඳුන්වනු ලැබේ.

සමීක්ෂණයක දී දත්ත රැස් කිරීම සඳහා ක්‍රමවේද කිහිපයක් භාවිතා කරයි.

- ප්‍රශ්නාවලිය
- සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය

ප්‍රශ්නාවලිය

මෙහිදී කිසියම් ගැටලුවක් තෝරා ගනිමින් විධිමත්ව ගොඩනගා ගනු ලබන ප්‍රශ්න මාලාවක් තෝරාගත් නියැදියකට ඉදිරිපත් කර පිළිතුරු ලබා ගැනීම සිදු කරයි. ප්‍රශ්නාවලියක මූලිකම දත්තදායකයාගේ ජීවදත්ත පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගත යුතුය. එනම් ස්ත්‍රී/පුරුෂ භාවය, වයස් කාණ්ඩය, රැකියාව, අදායම් තත්ත්වය, අධ්‍යාපන මට්ටම යනාදිය වේ.

- සමාජය පිළිබඳ තොරතුරු රැස් කර ගැනීමේ ප්‍රවලිත විධි ක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රශ්නාවලිය හඳුනා ගත හැකිය.
- ගැටලුවට අදාළ විසඳුම් කරා එළඹීමට අවශ්‍ය දත්ත ලබා ගත හැකි ලෙස ප්‍රශ්නාවලිය සැකසිය යුතුය.
- සමීක්ෂණ සිදු කිරීමේ දී එහි මූලික අරමුණට ගැළපෙන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය සැකසිය යුතුය.
- ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා නිශ්චිත පිළිතුරු ලබා දීමට දත්තදායකයාට පහසුවන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය සකස් කළ යුතුය.

- අධ්‍යාපන මට්ටම, වයස් සීමාව, ආදායම් මට්ටම, භාෂාව යනාදී දත්ත දායකයන්ගේ ස්වභාවය හඳුනා ගෙන ඊට ගැළපෙන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය ගොඩනැගිය යුතුය.
- සෘජු පිළිතුරු නො ලැබෙතියි අපේක්ෂා කරන ප්‍රශ්න වක්‍රාකාරව විමසිය යුතුය.
- ප්‍රශ්නාවලියට සීමා සහිත ප්‍රශ්න ප්‍රමාණයක් ඇතුළත් කළ යුතුය.
- ප්‍රමුඛතාව අනුව ප්‍රශ්න පෙළ ගැස්විය යුතුය.

ප්‍රශ්නාවලිය සකස් කිරීමේ දී පහත සඳහන් කරුණු වලින් වැළකිය යුතුය.

- පක්ෂපාත පිළිතුරු අපේක්ෂාවෙන් ප්‍රශ්න ඇසීම.
- දීර්ඝ ප්‍රශ්න ඇසීම.
- අනුමාන ප්‍රශ්න ඇසීම
- ව්‍යාකූල ප්‍රශ්න ඇසීම
- දත්තදායකයන් අපහසුතාවයට පත්වන ප්‍රශ්න ඇසීම
- එකම ප්‍රශ්නය නැවැත නැවැත ඇසීම

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

ප්‍රශ්නාවලියක ආකෘතියක්

වැඩිම විදුහලේ උසස් පෙළ දරුවන්ගේ රූපවාහිනි නැරඹීමේ ලැදියාව පිළිබඳ සමීක්ෂණය.

01. 1.1 නරඹන්නාගේ නම.....

1.2 ඉගෙනුම ලබන වසර.....

1.3 ස්ත්‍රී / පුරුෂ බව.....

02. 2.1 රූපවාහිනි වැඩසටහනක් නැරඹීම සඳහා ඔබේ නිවසේ රූපවාහිනි යන්ත්‍රයක් තිබේද?

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

2.2 ඔබ දිනපතා රූපවාහිනිය නැරඹීම සඳහා ගත කරන කාලය පැය

03. ඔබ නැරඹීමට කැමැති රූපවාහිනි නාලිකාව සහ ඒ තුළ ඔබ නරඹන වැඩසටහන සඳහන් කරන්න.

ජාතික රූපවාහිනිය

ස්වාධීන රූපවාහිනිය

සිරස රූපවාහිනිය

04. ඔබ නැරඹීමට වඩා කැමැති වැඩසටහන සලකුණු කරන්න.

ලමා වැඩසටහන්

අධ්‍යාපනික වැඩසටහන්

වෙළු නාට්‍ය

කාටූන්

05. ඔබ රූපවාහිනී නරඹන වේලාවන්

පාසලට පිටත්වීමට පෙර

Udaya Amaraweera university visiting lecturer.

පාසලෙන් පසු සවස

සවස 6 -9 අතර

රාත්‍රී 9 න් පසුව

සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය

දත්ත රැස් කිරීමේ ක්‍රම ශිල්පයක් ලෙස සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය වැදගත් වේ. මේ මගින් යම් පර්යේෂණ ගැටලුවක් පිළිබඳව ගැඹුරින් තොරතුරු ලබා ගත හැකිය.

- කිසියම් ප්‍රශ්නයකට අදාළ පිළිතුරු හෝ තොරතුරු ලබා දෙන්නාගේ(දත්ත දායකයාගේ) වචනවලින් ම ලබා ගැනීම සම්මුඛ සාකච්ඡාවක දී සිදු වේ.

- කලින් සුදානම් කර ගත් ප්‍රශ්නාවලියකට අනුව සම්මුඛ සාකච්ඡාව පැවැත්වේ.
- සාකච්ඡාව පවත්වන මොහොතේ දී දත්ත දායකයාගේ ප්‍රතිචාර අනුව නව ප්‍රශ්න එකතු කිරීම හා පැවති ප්‍රශ්න සංශෝධනය කිරීම කළ හැකිය.
- සම්මුඛ සාකච්ඡා මෙහෙයවන්නා (සමීක්ෂකයා) හා ප්‍රතිචාර දක්වන්නා අතර පමණක් සාකච්ඡාව සිදු වීම ඵලදායක වේ.
- අසන ප්‍රශ්න වලට ලබා දෙන පිළිතුරු වලට අමතරව දත්ත දායකයා නිරීක්ෂණය කිරීමෙන්, ඔහුගේ සිතිවිලි, හැගීම්, ක්‍රියාකාරකම්, ආකල්ප, මතය හා බලාපොරොත්තු වැනි දේ පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගත හැකිය.
- සාකච්ඡාවට බඳුන් වන්නා පිළිබඳ පූර්ව අවබෝධයකින් සම්මුඛ සාකච්ඡාව මෙහෙයවීම කළ යුතුය.
- සාකච්ඡාවට බඳුන් වන්නා සමග සුභදතාව වර්ධනය කර ගැනීමෙන් සාකච්ඡාව පවත්වා ගෙන යා යුතුය.

සම්මුඛ සාකච්ඡා පහත පරිදි කොටස් කිහිපයක් යටතේ වර්ග කර දැක්විය හැකිය.

- විධිමත් සම්මුඛ සාකච්ඡා
- අවිධිමත් සම්මුඛ සාකච්ඡා
- සායනික සම්මුඛ සාකච්ඡා
- ඉලක්ක සම්මුඛ සාකච්ඡා
- ගැඹුරු සම්මුඛ සාකච්ඡා

නියැදිය

- සමීක්ෂකයකුට සමස්ත ජනගහණය ම සමීක්ෂණය කළ නොහැකි විට සමස්තය නියෝජනය වන පරිදි තෝරා ගන්නා කොටස නියැදිය වේ.
- හොදින් සංකලනය වූ කුඩා නියැදියකින් සමස්තය පිළිබඳ නිගමන වලට ඵලඹිය හැකිය.
- නියැදිය තෝරා ගැනීමේ දී අපක්ෂපාත භාවය ආරක්ෂා කර ගත යුතුය.
- සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක පදනමකින් නියැදිය තෝරා ගැනීම සිදු කළ යුතුය.
- නියැදිය තෝරා ගැනීමේ විවිධ ක්‍රම පවතින අතර ගැටලුවේ ස්වභාවය අනුව අදාළ නියැදි වර්ගය තෝරා ගැනීම පිළිබඳ අවධානය යොමු කළ යුතුය.

නියැදිය තෝරා ගන්නා සරල ක්‍රමයක් පහත දැක්වේ.

පන්තියක සිටින සිසුන් 50 දෙනෙකු අතුරින් 10 දෙනෙකුගෙන් යුතු නියැදියක් තෝරා ගැනීමට අවශ්‍ය විටක තුණ්ඩු කැබැලි 50 ක් ගෙන ඉන් 10ක් 1 -10 දක්වා අංකනය කර ඉතිරිය සඳහා 0 යොදන්න. පසුව අහඹු ලෙස සිසුන් 50 දෙනාටම තුණ්ඩු කැබැලි ලබා දෙන්න. නියැදිය ලෙස තේරී පත්වන්නේ අංක 1 සිට 10 දක්වා අංක සහිත තුණ්ඩු ලබා ගත් සිසුන් පමණි. මෙය අහඹු නියැදි ක්‍රමය ලෙස හඳුන්වයි.

පන්තියක සිටින සිසුන් 50ක් අතුරින් 25 දෙනෙකු තෝරා ගැනීමට අවශ්‍ය විටක නාම ලේඛනයට අනුව ඔත්තේ හෝ ඉරට්ටේ පිළිවෙලට නියැදිය තෝරා ගත හැකිය. මෙය අහඹු ස්ථාවර නියැදියයි.

දත්ත විශ්ලේෂණය

සමීක්ෂණය ඔස්සේ ලබාගත් දත්ත ක්‍රමවත්ව ගොනු කිරීම හා සැකසීම මගින් විග්‍රහාත්මක ව අගය කිරීම දත්ත විශ්ලේෂණයයි.

සීමා සහිත දත්ත ප්‍රමාණයක් ඇති විටක සමීක්ෂකයාට මෘදුකාංග භාවිතයෙන් තොරව තමන් විසින්ම දත්ත ගොනු කිරීම හා විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු කර ගත හැකි අතර ප්‍රමාණාත්මකව වැඩි අවස්ථාවලදී ඒ සඳහා යොදා ගත හැකි මෘදුකාංග ලෙස **SPSS, Excel, ATLAS.ti. Minitab** යනාදිය දැක්විය හැකිය.

දත්ත අතර පවත්නා සම්බන්ධතාව හඳුනා ගැනීම එක් දත්තයකට සාපේක්ෂව තවත් දත්තයක් / දත්ත වෙනස්වන ආකාරය හඳුනා ගැනීම යනාදිය දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී සිදු කෙරේ.

නිදසුනක් ලෙස ඉගෙනුම් උපකරණයක් ලෙස පාසල් සිසුන් නව මාධ්‍ය භාවිත කරන ආකාරය පිළිබඳව සිදු කරන සමීක්ෂණයක දී ග්‍රාමීය හා නාගරික පාසල්වල ශිෂ්‍යයන් නව මාධ්‍ය භාවිතයට ගන්නා ආකාරයෙහි වෙනස හඳුනා ගැනීම හා පවුලේ ආදායම ඊට බලපා ඇති ආකාරය විශ්ලේෂණය කිරීම කළ හැකිය.

සමීක්ෂණයක දී ප්‍රශ්නාවලියක් හෝ සම්මුඛ සාකච්ඡාවකින් ලබා ගන්නා දත්ත අමු දත්ත (**Raw Data**)වශයෙන් හඳුන්වනු ලබන අතර ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා මූලික සැකසීමක් සිදු කළ යුතුය. ඒ සඳහා යොදා ගත හැකි ක්‍රම ගණනාවක් ඇත.

- ප්‍රතිගත
- වගු
- මාතය
- මධ්‍යස්ථය
- මධ්‍යයනය
- අනුපාත

ප්‍රතිශත

ප්‍රතිශතය යනු 100න් කොටස් වන අතර එය 100 න් හරයක් (පහළ) සහිත භාගයකට සමාන වේ. 15% යන්නෙන් අදහස් වන්නේ 100 න් කොටස් 15% ක් වන අතර එය 15/100 භාගයකට සමාන වේ.

87% යන්නෙන් අදහස් වන්නේ 100 න් කොටස් 87/100 භාගයකට සමාන වේ.

සමස්ත ප්‍රමාණයෙන් කිසියම් කිසියම් උපඛණ්ඩයක් සියයට අගයක් ලෙස හඳුන්වයි.

ප්‍රතිශත සංඛ්‍යා දැක්වීමේ දී % සංකේතය යොදා ගැනේ.

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී සාමාන්‍යකරණය අගයක් දැක්වීමක් ලෙස ප්‍රතිශත යොදා ගැනේ.

උදා:

ලමයින් 60ක් සිටින පන්තියක ලමයින් 15 දෙනෙක් දිනපතා රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති නරඹති. එය ප්‍රතිශතයක් ලෙස දැක්වීමේ දී

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

$$\frac{15 \times 100}{60} = 25\%$$

කාලයත් සමග සිදුවන වෙනස්වීම් ප්‍රමාණය ගණනය කිරීම සහ ආරම්භක ප්‍රමාණයට සාපේක්ෂව වැඩි වීමක් හෝ අඩු කිරීමක් ප්‍රකාශ කිරීමට ප්‍රතිශත යොදා ගනු ලැබේ.

වගු

සමීක්ෂණය ඔස්සේ එකතු කර ගන්නා ලද දත්ත පිළිවෙලකට සැකසීම වගු මගින් සිදු කරයි.

වගුවක ඡේලි වලට හා තිරුවලට දත්ත ඇතුළත් කිරීමෙන් ඒවා ඉතා ඉක්මණින් හා පහසුවෙන් පැහැදිලිව හඳුනා ගැනීමේ අවස්ථාව ලැබේ.

වගුවක ආකෘතියක්

Magazine Title	Publication Date	Article Title & Author Name	Page Numbers
Edge "Splatoon"	7 th May	Witcher 3	Pg 21
Edge "Splatoon"	7 th May	Dawn of Titans	Pg 55
Edge "Splatoon"	7 th May	Bloodborne	Pg 113
Edge "Bloodborne Verdict"	9 th April	Swords & Shields II	Pg 43
Edge "Bloodborne Verdict"	9 th April	Bravely Second	Pg 57
Edge "Bloodborne Verdict"	9 th April	Studio Profile	Pg 103
Empire "Avengers"	March 2015	Avengers	Pg 63
Empire "Avengers"	March 2015	Avengers (Cpt America)	Pg 70
Empire "Avengers"	March 2015	Avengers (Thor)	Pg 71

ප්‍රස්තාර

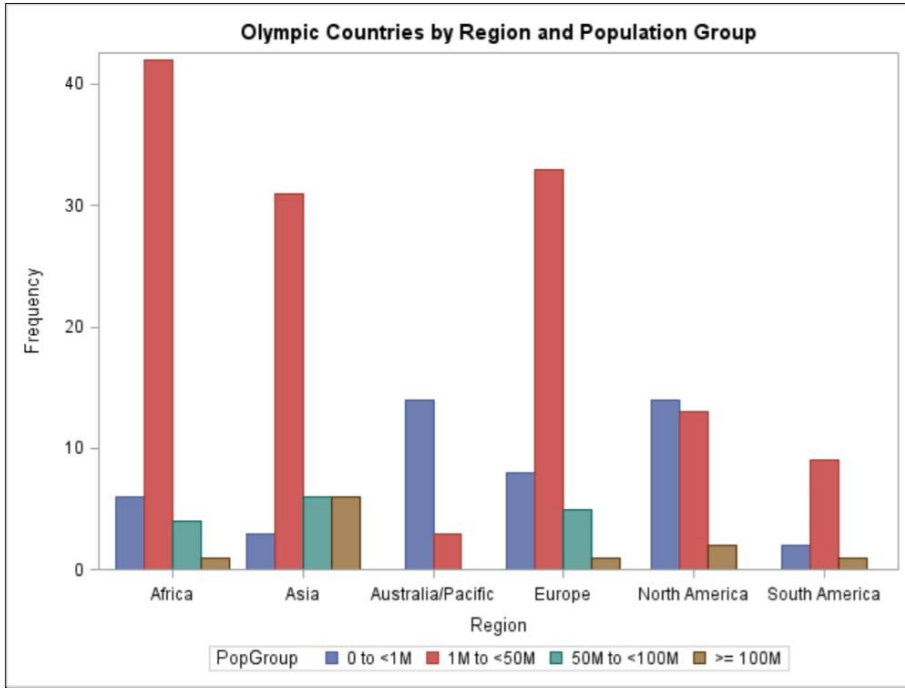
Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.
 ප්‍රස්තාරයක් යනු දත්ත පිළිබඳ රූපීය ප්‍රකාශනයකි. එමෙන්ම ප්‍රස්තාර මගින් දත්තවල සම්බන්ධතා දෘශ්‍ය ලෙස නිරූපණය කරයි.

දත්ත පිළිබඳ ප්‍රකාශ කිරීමේ දී සංඛ්‍යා හෝ වචන වෙනුවට ප්‍රස්තාර භාවිතයෙන් එහි ස්වභාවය හඳුනා ගැනීම පහසු වේ. ප්‍රස්තාර වර්ග කිහිපයකි.

උදා:

- ස්තම්භ ප්‍රස්තාර
- වක්‍ර ප්‍රස්තාර
- වට ප්‍රස්තාර
- රේඛීය ප්‍රස්තාර
- තීරු ප්‍රස්තාර

සමීක්ෂණ සඳහා භාවිතා කරන ප්‍රස්තාර වර්ග කිහිපයක්



Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

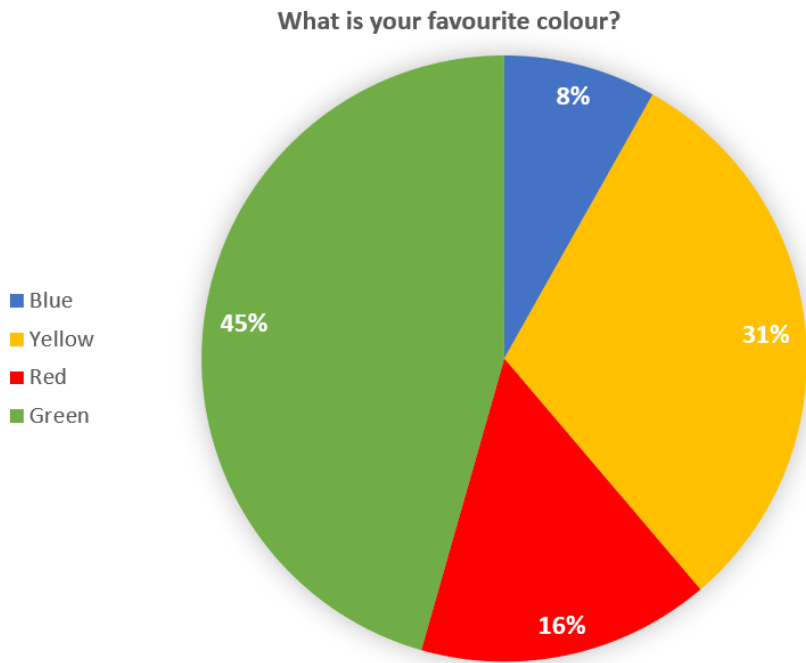
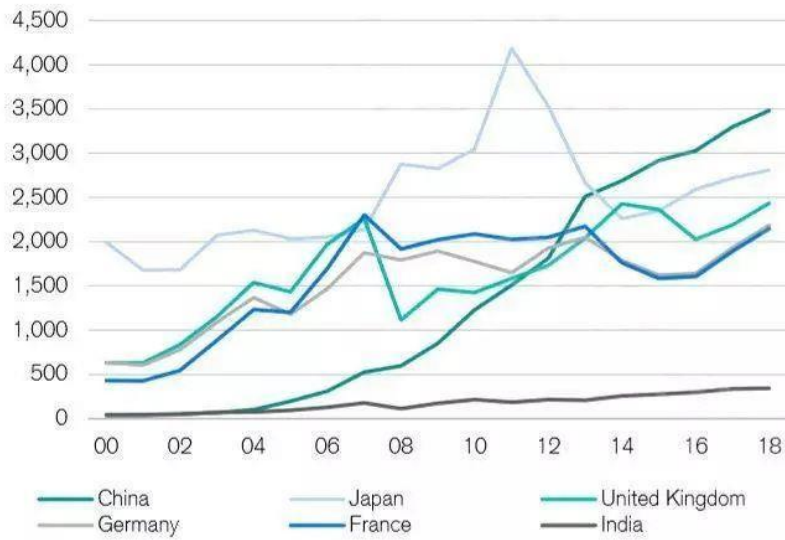


Figure 4: Number of dollar millionaires (thousand) 2000–18, selected countries



Source: James Davies, Rodrigo Lluberas and Anthony Shorrocks, Credit Suisse Global Wealth Databook 2018

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer. මාතය

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියක දී කිසියම් සිදු වීමක් වැඩිම වාර ගණනක් පෙන්වුම් කරන අගය මාතය ලෙස හැඳින්වේ.

උදා:

පන්තියක ළමයින් 50 දෙනෙකු සිටින අතර ඔවුන් දිනකට රූපවාහිනිය නරඹන පැය ගණන පහත පරිදි වෙයි.

<u>පැය ගණන</u>	<u>සිසුහු</u>
1 -2	25
2 -3	15
3 -4	10

ඉහත සටහනින් පෙන්වන දත්ත වලට අනුව සිසුන් 25 දෙනෙකු පැය 1 -2 අතර කාලයක් රූපවාහිනිය නරඹන පන්ති ප්‍රාන්තරය මාතය ලෙස සැලකිය හැකිය.

මධ්‍යස්ථය

මධ්‍යස්ථය යනු ලක්ෂ්‍යය යන්නයි. එනම් සංඛ්‍යා ව්‍යාප්තියක් ආරෝහණ හෝ අවරෝහණ ලෙස අනුපිළිවෙලකට පෙළ ගස්වා සමාන කොටස් දෙකකට බෙදූ විට හමු වන මධ්‍ය ලක්ෂ්‍ය අගය මධ්‍යස්ථයයි.

දත්ත සංඛ්‍යාව ඔත්තේ අගයක් ගත් විට මධ්‍යස්ථය සෙවීම ඉතා පහසු වුවද ඉරටටේ අගයක් ගත් විට මධ්‍ය සංඛ්‍යා 2 එකට එකතු කර දෙකෙන් බෙදා මධ්‍යස්ථ අගය ලබා ගැනේ.

පන්තියක සිසුන් 10 දෙනෙකු අවසානයට ලියා ඇති ලිපි සංඛ්‍යාව ආරෝහණ පිළිවෙලට සැකසූ විට පහත පරිදි වෙනැයි සිතන්න.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

1 3 4 5 7 9 11 12 13 15

7+9 8

2

1 2 3 4 5 6 7 8 9 මෙහි මධ්‍යස්ථය 5 වේ.

මධ්‍යයනය

සියලු දත්ත සංඛ්‍යාව එකතු කර වාර සංඛ්‍යාවෙන් බෙදූ විට මධ්‍යයනය අගය ලැබේ.

එය සමස්ත දත්ත සංඛ්‍යාවල සාමාන්‍ය අගයයි.

ඉහත මධ්‍යස්ථය සෙවීම උදාහරණයේ මධ්‍යයනය සෙවීමට අවශ්‍ය විටක ඒ සංඛ්‍යා සියල්ල එකතු සිසුන් සංඛ්‍යාවෙන් බෙදන්න.

$$1 + 3 + 4 + 5 + 7 + 9 + 11 + 12 + 13 + 15 = \underline{80}$$

$$10$$

අනුපාතය

සංඛ්‍යා දෙකක සහසම්බන්ධතාව අනුපාතය මගින් ප්‍රකාශ කෙරෙන අතර පළමු සංඛ්‍යාවේ අගය දෙවන සංඛ්‍යාවට අදාළ ව නිරූපණය කිරීම එමගින් සිදු කෙරේ.

අනුපාතය දැක්වීමේ දී සංඛ්‍යා දෙක සංසදනය කර දැක්වීම සිදු කරයි.

උදා: පන්තියක ළමයින් 50 දෙනෙකු අතරින් 30 දෙනෙකු ගැහැනු ළමයින් ද 20 දෙනෙකු පිරිමි ළමයින් ද ලෙස සිතමු. මෙහි ගැහැණු ළමයින්ගේ හා පිරිමි ළමයින්ගේ අනුපාතය.

$$= 30:20$$

$$= 3:2 \text{ ලෙස දැක්විය හැකිය.}$$

උදා: 2019 වසරේ දී පාසලක අපොස(සා.පෙ) සිසුන් 100ක් අතරින් සමත් වූ ශිෂ්‍යාවන් සංඛ්‍යාව 60 ක් වූ අතර සමත් වූ පිරිමි ළමුන් සංඛ්‍යාව වූයේ 40කි. එය අනුපාතයක් ලෙස පහත ලෙස ඉදිරිපත් කළ හැකිය.

$$60:40 = 6:4$$

නිගමනවලට එළඹීම

සමීක්ෂණය ඔස්සේ ලබා ගත් දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් පසු අනාවරණය කර ගත් තොරතුරු මත පදනම්ව සමීක්ෂකයා විසින් ගොඩනගන අදහස් නිගමන වලින් ඉදිරිපත් කෙරේ.

- දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී අනාවරණය කර ගත් කරුණු සමීක්ෂකයාගේ අවබෝධය මත පදනම්ව විග්‍රහ කර දැක්වීම කළ යුතුය.
- සමීක්ෂකයා ආරම්භයේ දී හඳුනා ගත් ගැටලුව / ගැටලු ගොඩ නැගීමට හේතු එහි ස්වභාවය හඳුනා ගැනීම හා ගැටලු නිරාකරණය කර ගැනීමට අවශ්‍ය දැනුම නිගමන ඔස්සේ යෝජනා කළ හැකිය.
- සමීක්ෂණ අවසානයේ දී එළඹෙන ඇතැම් නිගමන තවත් පර්යේෂණයක් සඳහා ගැටලුවක් නිර්මාණය කිරීමට හේතු විය හැකිය.

Udaya Amaraweera university visiting lecturer.

- නිගමනය තාර්කික විය යුතු අතර පැහැදිලිව හා කෙටි විය යුතුය.
- සමස්ත සමීක්ෂණ කාර්ය සාර්ථක ලෙස නිම කිරීම සඳහා සාර්ථක නිගමනයකට එළඹීම ඉතා වැදගත් වෙයි

වාර්තාව ලිවීම හා ඉදිරිපත් කිරීම.

කවර පර්යේෂණයක් වුව නිම වූ පසු එහි අවසන් වාර්තාව සකස් කිරීම සිදු කළ යුතුව ඇත. වාර්තාවක් සංඡිප්තව ඉදිරිපත් විය යුතු වුවත් ඒ තුළ සෑම අදියරක්ම ආවරණය විය යුතුය. වාර්තාව යනු හුදු ලියවිල්ලක් නොවේ එය ශාස්ත්‍රීය වුවකි. විශේෂයෙන්ම අදාළ සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය සිදු කරනු ලැබුවේ යම් අවශ්‍යතාවයක් නම් එයට අදාළව වාර්තාව ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ අවසාන පියවර ලෙස වාර්තාව සැකසීම හා එය ප්‍රකාශයට පත් කිරීම හෝ ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කරයි.
- සමීක්ෂකයා විසින් සිදු කරන ලද සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය ඔස්සේ සොයා ගත නව දැනුම ප්‍රකාශයට පත් කිරීම මෙහි දී සිදු වෙයි.
- අදාළ ගැටලුව පිළිබඳව තොරතුරු අපේක්ෂාවෙන් සිටි සියලු දෙනාට පර්යේෂණයේ සොයා ගැනීම් පිළිබඳ දැන ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙනුයේ මේ වාර්තාව ලිවීමෙන් හා ඉදිරිපත් කිරීමෙන් අනතුරුවය.
- සරල භාෂාවක් භාවිත කළ යුතු වුවද එය ශාස්ත්‍රීය ලියවිල්ලකි. සාහිත්‍ය ලක්ෂණ ඊට ඇතුළත් නොකිරීමට සමීක්ෂකයා වග බලා ගත යුතුය.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය සිදු කරන ලද්දේ කිසියම් විභාග අවශ්‍යතාවයක් ඉටු කිරීම සඳහා නම් නියම කරන ලද වචන සංඛ්‍යාවට යටත්ව වාර්තාව ලිවිය යුතුය.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

සමීක්ෂණ වාර්තාවක මූලිකාංග

01. හැඳින්වීම

- හැඳින්වීම සමීක්ෂණ වාර්තාවක මුල්ම පරිච්ඡේදයයි.
- හැඳින්වීමෙහි සමීක්ෂණ මාතෘකාව හා එයට පසුබිම් වූ කරුණු පිළිබඳව විග්‍රහ කිරීම කළ යුතුය.
- සමීක්ෂණය සිදු කිරීමේ අරමුණු සහ වැදගත්කම පැහැදිලිව විස්තර කළ යුතුය.
- සමීක්ෂණය සඳහා තෝරාගත් ගැටලුව පැහැදිලි කිරීම හැඳින්වීමේ දී සිදුවේ.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී මුහුණ දුන් අද්දැකීම් හා සීමා පිළිබඳව මෙහිදී විස්තර කළ හැකිය.

02. ක්‍රමවේදය

- සමීක්ෂණය සඳහා භාවිත කළ දත්ත රැස් කළ විධි ක්‍රම විස්තර කළ යුතුය. සමීක්ෂණයක් සඳහා දත්ත රැස් කිරීමට ප්‍රශ්නාවලිය, නිරීක්ෂණ, සම්මුඛ සාකච්ඡා, අන්තර්ගත විශ්ලේෂණය, සිද්ධි අධ්‍යයනය වැනි ක්‍රමවේද භාවිතා කරයි. මේ යටතේ භාවිතා කළ ක්‍රමවේදය පිළිබඳව විස්තර කළ යුතුය.
- දත්ත රැස් කිරීමට තෝරා ගත් නියැදිය හා තෝරාගත් ආකාරය පිළිබඳව විස්තර කළ යුතුය.
- නියැදියේ ප්‍රමාණය
- නියැදි කලාපය
- නියැදියේ ව්‍යුහය

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

රැස් කර ගත් දත්ත විශ්ලේෂණය කරන ආකාරය පිළිබඳව සඳහන් කළ යුතුය.

03. දත්ත විශ්ලේෂණය

- ප්‍රශ්නාවලිය ඔස්සේ රැස් කර ගත් දත්ත, වගු, ප්‍රස්තාර ආදිය භාවිත කරමින් විස්තර කළ යුතුය.
- ප්‍රශ්නාවලියේ ඇතුළත් ප්‍රශ්න සඳහන් වන පිළිවෙල අනුව හෝ වඩාත් සුදුසු පිළිවෙලකට විශ්ලේෂණය සිදු කළ හැකිය.
- දත්ත රැස් කර ගැනීම ප්‍රශ්නාවලිය හා සම්මුඛ සාකච්ඡා යන ක්‍රමවේද දෙකම භාවිත කරමින් සිදු කර ඇත්නම් ඒවා වෙන වෙනම විශ්ලේෂණය කිරීම වඩාත් සුදුසු වේ.

නිගමන

නිගමනය අදාළ සමීක්ෂණයේ ප්‍රධානතම ලියවිල්ලයි. එමෙන්ම පර්යේෂණ පත්‍රිකාව අවසන් වීමට පෙර පාඨකයාට හමුවන අවසාන දෙයයි. නැතහොත් අවසාන ප්‍රකාශයයි. දත්ත විශ්ලේෂණය මත ඉදිරිපත් වූ කරුණු අනුව නිගමනයට එළඹිය හැක. පර්යේෂකයා සිය පර්යේෂණ අරමුණු සහ ගැටලුව අනුව විශ්ලේෂණය කළ දත්ත අනුව ගොඩනැගූ උපන්‍යාසය සතෙක්ෂණය කළ හැකිය. නිගමනයේ දී දක්වන කරුණු ඉතා තාර්කිකව ගොඩ නැගිය යුතු අතර බොහෝ විට සමීක්ෂණයට අදාළව යෝජනාද ඉදිරිපත් කරයි.

දත්ත විශ්ලේෂණය ඔස්සේ අනාවරණය කර ගත් කරුණු මත නිගමන වලට එළඹේ. මෙහි දී යෝජනා ද ඉදිරිපත් කිරීම සාමාන්‍ය ක්‍රමවේදයයි.

මූලාශ්‍රය

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය ආරම්භ කළ මොහොතේ සිට සමීක්ෂකයා විසින් පරිශීලනය කරන ලද පොත්පත්, සඟරා, ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය පට, පුවත්පත් යනාදිය පිළිබඳ තොරතුරු ඇතුළත් කළ යුතුය.

මූලාශ්‍රය පිළිබඳ තොරතුරු **Harvard / APA** යන ක්‍රමවේද දෙකෙන් එකකට අනුව සඳහන් කළ යුතුය.

උදා: පොතකින් යමක් කියවා එහි අදහසක් සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියට යොදා ගන්නේ නම් පොතේ කර්තෘවරයාගේ නම, පොත ප්‍රකාශයට පත් කළ වර්ෂය, පොතේ නම, පොත ප්‍රකාශයට පත් කර ඇති ප්‍රකාශකයා, ප්‍රකාශන ආයතනය හා ස්ථානය යන කරුණු ඇතුළත් කළ යුතුය.

උදා: දිසානායක විමල් (1977), මානව සන්නිවේදනය, සීමාසහිත ලේක් හවුස් සමාගම, කොළඹ.

උපග්‍රන්ථය

සමීක්ෂණ ක්‍රිවාලියේ දී යොදා ගත් වැදගත් ලේඛනයක් / ලේඛන පසුව මේ වාර්තාව කියවන්නෙකු සඳහා වැදගත් වෙතැයි හැඟේ නම් එය උපග්‍රන්ථය සඳහා ඇතුළත් කළ හැකිය.

සම්මුඛ පරීක්ෂණ පිටපත්, පාර්ශ්වකරුවන් වෙත යවන ලද ආවරණ ලිපි, සමීක්ෂණය පැවැත්වීමට අවසර ලබා ගත් නිල ලිපි, ප්‍රශ්නාවලිය සමීක්ෂණ වාර්තා ආදිය මෙයට ඇමිණිය හැකිය.

දත්ත රැස් කිරීමට යොදා ගත් ප්‍රශ්නාවලිය උපග්‍රන්ථයට ඇතුළත් කළ හැකිය.

වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීම.

- ලිඛිත වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීමේ දී බඳින ලද පිටු සහිත පොතක් ලෙස සකසා ඉදිරිපත් කළ යුතුය.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

- ලිඛිත වාර්තාවට අමතරව වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීම ප්‍රස්තුතිකරණ මෘදුකාංග (PowerPoint) භාවිතයෙන් හෝ දෘශ්‍ය ආධාරක භාවිතයෙන් සිදු කළ යුතුය.
- ලිඛිත වාර්තාවෙහි අන්තර්ගත වැදගත් මූලික කරුණු පමණක් ඉදිරිපත් කිරීම(Presentation) සඳහා තෝරාගත යුතුය.
- පරිගණක තිරය මත හෝ දෘශ්‍ය ආධාරක මත කෙටි වැකි සටහන් කොට ඒ පිළිබඳව සවිස්තරාත්මක විග්‍රහය හෝ සමීක්ෂකයා වාචිකව කළ යුතුය.
- නිශ්චිත කාල රාමුවකට යටත්ව ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කළ යුතු බැවින් පෙර පුහුණුව ඉතා වැදගත් වේ.
- ඉදිරිපත් කිරීම අවසානයේ ප්‍රශ්න ඇසීම හා අදහස් දැක්වීම සඳහා නරඹන්නන්ට අවස්ථාවක් ලබා දිය යුතුය.

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී පිළිපැදිය යුතු ආචාරධර්ම.

ආචාර ධර්ම යනු පුද්ගලයකුගේ හැසිරීම පාලනය කරන සදාචාරාත්මක මූලධර්ම වේ. පර්යේෂණ ආචාරධර්ම පර්යේෂණයේ දී සදාචාරාත්මක සහ නීතියානුකූල නිවැරදි දේ කිරීම ලෙස හැදින්විය හැකිය. ආචාරධර්ම පහත ලෙස විස්තර කළ හැකිය.

- සමීක්ෂණයේ ගුණාත්මක භාවය හා ප්‍රමිතිය ආරක්ෂා කර ගැනීම.
- නිවැරදි සමීක්ෂණ ක්‍රමවේද භාවිතය.
- දත්ත හිතාමතා විකෘති නොකිරීම.
- වරදි දත්ත ඇතුළත් නොකිරීම.
- දත්ත දායකයා හා සමීක්ෂකයා අතර විශ්වසනීයත්වය ගොඩ නගා ගැනීම.
- දත්ත දායකයාගේ කැමැත්ත මත පමණක් සමීක්ෂණය සඳහා සහභාගි කර ගැනීම.
- සමීක්ෂකයා පිළිබඳව හා පර්යේෂණයේ මූලික අරමුණු පිළිබඳ දත්ත දායකයා දැනුවත් කිරීම.
- දත්ත දායකයාට නිදහසේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට අවස්ථාව ලබා දීම.
- දත්ත දායකයාගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කිරීම.
- දත්ත දායකයා කායික හෝ මානසික පීඩාවකට ලක් නොකිරීම.
- ඕනෑම අවස්ථාවක දත්ත දායකයාට සමීක්ෂණයෙන් ඉවත්වීමේ අවසරය ලබා දීම.
- දායකයාගේ ආරක්ෂාව තහවුරු කිරීම

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.

- දත්ත ලබා ගැනීමේ දී සමීක්ෂකයාගේ බලය අයුතු ලෙස යොදා නොගැනීම
- දත්ත ලබා දීම පිළිබඳ දත්ත දායකයා අගය කිරීම
- බුද්ධිමය දේපළ අයුතු ලෙස භාවිත නොකිරීම
- පවත්නා නීතික සීමාවන්ට යටත්ව කටයුතු කිරීම
- පවත්නා නීතික සීමාවන්ට යටත්ව කටයුතු කිරීම
- සමීක්ෂකයා අපක්ෂපාතීව කටයුතු කිරීම සහ තම පෞද්ගලික මතය සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියට ඇතුළු වීමට ඉඩ නොතැබීම.

Udaya Amaraweera, university visiting lecturer.