

12. සන්නිවේදන සමීක්ෂණ

- නිපුණතාව : 12.0 සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය පිළිබඳ ක්‍රමවත් ව අධ්‍යයනය කර ඉන් ලැබෙන ශික්ෂණය ජීවිතයට ආදේශ කර ගනියි.
- නිපුණතා මට්ටම : 12.1 සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය සමීක්ෂණ පිළිබඳ අර්ථකථනය කරයි.
- කාලච්ඡේද : 16 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - සමීක්ෂණය යන්න අර්ථකථනය කරයි.
 - මාධ්‍ය සමීක්ෂණ යන්නෙහි අර්ථය විග්‍රහ කරයි.
 - සමීක්ෂණයෙහි වාසි අවාසි විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස් :

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

හැඳින්වීම

ඇත අතීතයේ සිට මිනිසා විවිධ පාරිසරික වෙනස්කම් පිළිබඳ කුතුහලයෙන් යුතු ව නිරීක්ෂණය කර එහි අර්ථය, ප්‍රයෝජන හා බලපෑම පිළිබඳ අවබෝධ කර ගැනීමට උත්සාහ ගෙන ඇත. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මානව සමාජය දියුණුවට පත් විය. මිනිසා අවට සමාජය හා පරිසරය පිළිබඳ ව සොයා බැලීමේ මේ ක්‍රියාවලිය අද වන විට විද්‍යාත්මක ක්‍රමය පදනම් කර ගත් පර්යේෂණ විෂය ක්ෂේත්‍රය ලෙස වර්ධනය වී ව්‍යාප්ත ව ඇත.

සන්නිවේදන සමීක්ෂණ යන්න අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා පර්යේෂණය යන විෂය ක්ෂේත්‍රය පැහැදිලි කර ගත යුතු වේ. ඉංග්‍රීසි බසින් Research ලෙස හඳුන්වන පර්යේෂණ වචනයේ අර්ථය "නැවත සෙවීම" යන්න යි. ඒ අනුව පර්යේෂණය යන්නෙන් කිසියම් දෙයක් හෝ සංසිද්ධියක් පිළිබඳ ව විමසීම හා සෙවීම මඟින් සත්‍යතාව ඔප්පු කිරීම සඳහා වන ක්‍රියාවලියක් අදහස් වේ. එසේ ම කිසියම් ගැටලුවක් පිළිබඳ විද්‍යාත්මක ව හා ක්‍රමානුකූල ව අධ්‍යයනය කිරීම පර්යේෂණයකින් සිදු වේ. පර්යේෂණ යන්න පිළිබඳ නිර්වචන රැසක් ඇත.

Oxford Advance Learners' Dictionary සඳහන් කරන ආකාරයට පර්යේෂණ යනු "කුමන හෝ දැනුම් ක්ෂේත්‍රයක් පිළිබඳ ව ඉතා සැලකිල්ලෙන් සොයා බැලීම හෝ විමසීම මඟින් නව කරුණු එකතු කර ගැනීම" වේ.

ලොව පුරා විවිධ විෂය ක්ෂේත්‍රවල පර්යේෂණ සිදු කෙරෙන අතර එමඟින් සමාජය වෙත නව දැනුම් සම්භාරයක් ප්‍රදානය කෙරේ. විද්‍යා ක්ෂේත්‍රයේ දී මෙන් ම සමාජීය විද්‍යා විෂය ක්ෂේත්‍රයේ පර්යේෂණ සිදු කිරීමේ දී යොදා ගන්නා විවිධ විධි ක්‍රම පවතී. සමීක්ෂණ යනු ඒවා අතරින් එක් පර්යේෂණ විධි ක්‍රමයකි.

ජනමාධ්‍ය බිහි වීමෙන් පසු එහි "බලපෑම" ඇති වීමෙන් බලපෑම් කෙරෙහි පර්යේෂණ වඩාත් අවධානයට යොමු විය. ඒ අනුව සන්නිවේදන පර්යේෂණ වෙනත් විද්‍යාවලින් වෙන් ව ස්වාධීන ව වැඩිණි.

20 වන සියවසේ මුල් භාගය වන විට වෙනත් විෂය ක්ෂේත්‍ර සමඟ එක් ව තිබූ සන්නිවේදන අධ්‍යයනය විෂයය ස්වාධීන විෂය ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස වර්ධනය වීමට විද්වතුන් විසින් මේ විෂයය සම්බන්ධයෙන් සිදු කරන ලද විවිධ පර්යේෂණ හා සමීක්ෂණ මඟින් පිටුබලයක් විය.

සමාජයේ විවිධ සිදු වීම් හා ගැටලු පිළිබඳ විවිධ අය දරන අදහස් එකිනෙකට වෙනස් ය. කෙනෙකු ධනාත්මක අදහසක් ද තව කෙනෙකු ඍණාත්මක අදහසක් ද දැරිය හැකි ය. එමෙන් ම මධ්‍යස්ථ අදහසක් දරන පිරිසක් හෝ ඒ පිළිබඳ කිසි දු අදහසක් නොමැති පිරිසක් ද සමාජයේ සිටිය හැකි ය. එහෙත් යම් සිදු වීමක් හෝ ගැටලුවක් පිළිබඳ ව විමර්ශනය කරන්නෙකුට ඒ අදහස්වල විවිධත්වය ඉතා වැදගත් වෙයි. සමීක්ෂකයා විසින් කිසියම් ගැටලුවක් සම්බන්ධයෙන් ක්‍රමවත් ව එක් කර ගනු ලබන අදහස්, සිතුවිලි, හැඟීම්, ක්‍රියාකාරකම් හා හැසිරීම් යනාදිය පිළිබඳ තොරතුරු (දත්ත) විශ්ලේෂණය කිරීම මඟින් නව දැනුමක් සමාජයට ලබා දීමේ හැකියාව පවතී. එවැනි ක්‍රියාවලියක් සමීක්ෂණයක් ලෙස හඳුන්වයි. මතුපිටින් පෙනෙන දෙය මත යම් යම් නිගමනවලට එළඹෙනවාට වඩා ඒ පිළිබඳ ක්‍රමවත් ව අධ්‍යයනය කර දක්වන අදහස් වඩාත් සාර්ථක මෙන් ම පොදු පිළිගැනීමට ද හේතු වෙයි.

නූතන යුගයේ දී සන්නිවේදනය මිනිස් ජීවිතයේ විවිධ ක්‍රියාකාරකම් හා දැඩි ව බැඳී පවතින අතර, එමඟින් පුද්ගලයාට හා සමාජයට සිදු වන බලපෑම ද ඉතා සංකීර්ණ වී ඇත. මෙහි දී විවිධ මාධ්‍යවල ක්‍රියාකාරිත්වය, සන්දේශ අන්තර්ගතය, එහි සමාජ බලපෑම හා ග්‍රාහක රුචිය යනාදිය පිළිබඳ නිරන්තරයෙන් විමසා බැලීම අවශ්‍ය වෙයි. සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ අතිමහත් දියුණුව නිසා බිහි වී, සෑම අත ම ව්‍යාප්ත වී තිබෙන නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය මඟින් සමාජය වෙත කරනු ලබන බලපෑම විශේෂයෙන් අධ්‍යයනය කළ යුතු ව ඇත.

ගෘන්චල්ට් ප්‍රකාශය දක්වන්නේ ද ළමයින් හා තරුණයන් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙන් යුතු විචාරශීලී ග්‍රාහකයන් බවට පත් කළ යුතු බව ය. පර්යේෂණ හා සමීක්ෂණ වැනි විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේද මඟින් මාධ්‍යයේ බලපෑම ක්‍රමවත් ව අධ්‍යයනය කිරීමෙන් දරුවන්ගේ විචාරශීලිත්වය සහ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව පෝෂණය වීමට පිටුබලයක් ලැබෙන බව යුනෙස්කෝ සංවිධානය පෙන්වා දෙයි. 1982 ගෘන්චල්ට් ප්‍රකාශනය පිළිබඳ අදහස් සංවර්ධනය කරමින් 'පැරිස් න්‍යායපත්‍රය' (Paris Agenda) මඟින් ඉදිරිපත් කර ඇති කරුණු 12න් එක් නිර්දේශයක් වන්නේ ද මාධ්‍ය සම්බන්ධ ව පර්යේෂණ සිදු කිරීමට ගුරු භවතුන් හා සිසු දරුවන් යොමු කළ යුතු බව යි.

මේ අනුව සමීක්ෂණ පිළිබඳ ප්‍රායෝගික අවබෝධය සිසුන් වෙත ලබා දීම හා ඒ මඟින් දරුවන්ගේ ගවේෂණශීලිත්වය, විචාරශීලිත්වය වර්ධනය කිරීමට අවස්ථාව ලබා දීම මේ ඒකකය මඟින් අපේක්ෂා කෙරේ.

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය සමීක්ෂණ

- මානව සම්බන්ධතා පවත්වා ගෙන යාමේ ක්‍රියාවලිය සන්නිවේදනය මත රඳා පවතී. සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව, ජනමාධ්‍යයේ බිහි වීම හා ව්‍යාප්තිය මානව සම්බන්ධතා සංකීර්ණ කිරීමට හේතු වී ඇත.
- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ හෙවත් ග්‍රාහක සමීක්ෂණ මඟින් මාධ්‍ය පිළිබඳ ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර කෙබඳු ද, මාධ්‍ය මඟින් ග්‍රාහකයා කෙරෙහි ඇති කරනු ලබන බලපෑම කවර ආකාර ද යන්න හඳුනා ගත හැකි ය.

- මාධ්‍ය පිළිබඳ ග්‍රාහකයාගේ ප්‍රතිචාර කෙබඳු ද යන්න හඳුනා ගැනීමට මෙන් ම මාධ්‍ය මගින් ග්‍රාහකයා කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම කවර ආකාර ද යන්න හඳුනා ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය සමීක්ෂණ යොදා ගනු ලබයි.
- මෙහි දී සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නවමාධ්‍ය ආදී ක්ෂේත්‍ර මාධ්‍ය සමීක්ෂණ සඳහා යොදා ගත හැකි අතර ග්‍රාහකත්වය, පාඨකයා, ශ්‍රාවකයා, නරඹන්නා, ප්‍රේක්ෂකයා සහ පරිශීලකයා දත්ත දායකයන් ලෙස සහභාගී කර ගත හැකි ය.
- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ මගින් සන්නිවේදකයා, නාලිකාව, සන්දේශය, ග්‍රාහකයා හා බලපෑම යනාදියෙහි තත්ත්වය, ජනප්‍රියත්වය, ගුණාත්මකභාවය, ආකර්ෂණීය බව, තාක්ෂණික භාවිතය හා සමාජ බලපෑම පිළිබඳ ග්‍රාහකයා දක්වන කැමැත්ත, අදහස්, මතවාද හා යෝජනා ලබා ගැනීම සිදු කෙරේ.
- මාධ්‍ය සමීක්ෂණ විශේෂ අවස්ථාවක දී හෝ වාරාන්තව ව හෝ පැවැත්විය හැකි ය. එමගින් කලින් කලට මාධ්‍ය හැසිරීම් රටා වෙනස් වන ආකාරය හඳුනා ගත හැකි ය.

සමීක්ෂණ අර්ථකථනය

- සමීක්ෂණ යන්න පිළිබඳ **ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශිෂ්‍ය ශබ්දකෝෂය (Oxford Learner's Dictionary)** සඳහන් කරන්නේ සාමාන්‍ය ජනතාවගේ අදහස් හා හැසිරීම් පිළිබඳ විමර්ශනය කිරීම යනුවෙනි. මෙය සාමාන්‍යයෙන් ඔවුන්ගෙන් ප්‍රශ්න ඇසීම මගින් සිදු කෙරෙයි.
- Survey යන වචනයෙහි අර්ථය ලෙස **මලලසේකර ශබ්දකෝෂය** දක්වන්නේ, 'සෝදිසි කරනවා, සමීක්ෂණය කරනවා, සමීක්ෂණය' යන්න යි.
- සමීක්ෂණය තෝරා ගත් නිශ්චිත භූමි කලාපයක වාසය කරන මිනිසුන්ගෙන් තොරතුරු රැස් කර ගැනීම සඳහා යොදා ගනු ලබන පර්යේෂණ විධි ක්‍රමයකි.
- සමීක්ෂණ යන්න පිළිබඳ ඉදිරිපත් වී ඇති නිර්වචන ඇසුරෙන් තව දුරටත් එහි කාර්ය විග්‍රහ වේ.

"ප්‍රජාවක ක්‍රියාකාරකම් හා ඒවා නිර්මාණය වී ඇති ආකාරය පිළිබඳ ව සමාජ විද්‍යාත්මක ආකල්ප ඔස්සේ විමසා බැලීමේ දී යොදා ගන්නා ප්‍රමාණාත්මක දත්ත එකතු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය යි." මාර්ක් ඒබ්‍රහම් (Mark Abraham)

"සමාජ තත්ත්වයක් හෝ සමාජ ප්‍රශ්නයක් ක්‍රමවත් ව හා විධිමත් ව විග්‍රහ කිරීමේ ක්‍රමය යි." හර්මන් එන්. මෝර්ස් (Herman N. Morse)
- ගැටලුවක් හෝ සංසිද්ධියක් පිළිබඳ විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදයක් ඔස්සේ සොයා බැලීම සඳහා සිදු කරන පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියක දී ඊට අදාළ දත්ත දායකයන්ගෙන් සෘජු ව ම තොරතුරු ඒකරාශී කර ගැනීම සඳහා භාවිත කරන උපාය මාර්ගයක් ලෙස ද සමීක්ෂණ හඳුනා ගත හැකි ය.
- සමීක්ෂණයක් මගින් පුද්ගලයාගේ පෞද්ගලික තොරතුරු, අදහස් මතවාද, යෝජනා, ක්‍රියාකාරකම්, හැසිරීම්, ආකල්ප යනාදිය පිළිබඳ තොරතුරු (දත්ත) ලබා ගත හැකි ය.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියක දී සිදු වන්නේ ප්‍රාථමික දත්ත ඒකරාශී කිරීම යි.
- සමකාලීන ගැටලුවක් පිළිබඳ විද්‍යාත්මක ක්‍රමවේදයක් ඔස්සේ දත්ත ඒකරාශී කිරීම සමීක්ෂණයකින් සිදු වේ.

සමීක්ෂණ විධි ක්‍රම

- සමීක්ෂණයක දී දත්ත රැස් කිරීම සඳහා විධි ක්‍රම ගණනාවක් භාවිත කෙරේ. උදාහරණ කිහිපයක් පහත දක්වා ඇත.

- ප්‍රශ්නාවලි
 - සම්මුඛ සාකච්ඡා
- 
- දුරකථනය
 - තැපෑල හා විද්‍යුත් තැපෑල
 - අන්තර්ජාලය

සමීක්ෂණ ක්‍රම (වර්ග)

- සමීක්ෂණ ක්‍රම පැහැදිලි කරන මූලික සමීක්ෂණ වර්ග 2ක් මෙහි දී සාකච්ඡා කෙරේ.

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

1. විස්තරාත්මක සමීක්ෂණ (Descriptive Survey)

- කිසියම් ගැටලුවක් පිළිබඳ විවිධ මානවලින් තොරතුරු ඒකරාශී කිරීම යන්න විස්තරාත්මක සමීක්ෂණය යන්නෙහි මූලික අදහස යි.
- මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ දී සමකාලීන මාධ්‍ය හැසිරීම, මාධ්‍ය ආයතන, වැඩසටහන් සහ වෙනත් මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් සම්බන්ධ විස්තරාත්මක සමීක්ෂණ සිදු කළ හැකි ය.
- උදාහරණ ලෙස පරිසරය සම්බන්ධ මාධ්‍ය වැඩසටහනක් සඳහා තොරතුරු ඒකරාශී කිරීම හෝ පාසල පිළිබඳ රූපවාහිනී වැඩසටහනක් සඳහා කරුණු තොරතුරු රැස් කිරීම කළ හැකි ය.
- එසේ ම රූපවාහිනියේ කිසියම් කාල සීමාවක් ඇතුළත ප්‍රචාරය කරන ලද වෙළෙඳ දැන්වීම් පිළිබඳ ප්‍රමාණය, වර්ගය, තත්ත්වය, කාලය යනාදිය පිළිබඳ සමීක්ෂණයක් මගින් දත්ත රැස් කළ හැකි ය.
- විස්තරාත්මක සමීක්ෂණයකින් ලබා ගන්නා දත්ත මගින් සිද්ධිය හෝ බලපෑම පිළිබඳ ව ගැඹුරු අවධානයක් යොමු නො කෙරේ.
- ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක තොරතුරු මේ සමීක්ෂණ මගින් රැස් කෙරේ.

2. විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණ (Analytical Survey)

- සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය ක්ෂේත්‍රයේ දී විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණයක් මගින් සිදු කෙරෙන්නේ කිසියම් ගැටලුවක් හෝ අවස්ථාවක් හෝ වැඩසටහනක් හෝ පිළිබඳ ව විද්‍යාත්මක ප්‍රවේශයකින් සොයා ගනු ලබන දත්ත අදාළ සමීක්ෂණයේ අරමුණුවලට යටත් ව විග්‍රහාත්මක ව විමසා බැලීම යි.
- මෙහි දී ගැටලුවක් විවිධ මානවලින් විශ්ලේෂණය කෙරේ.

- උදාහරණ ලෙස සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ ප්‍රචලිත වන තොරතුරු මගින් සිදු වන සමාජ බලපෑම කෙබඳු ද? වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ දැන්වීමක් විසින් භාණ්ඩයක් මිල දී ගැනීම කෙරෙහි ග්‍රාහකයා වෙත කරනු ලබන බලපෑම කෙබඳු ද? වැනි ගැටලු පිළිබඳ විග්‍රහාත්මක සමීක්ෂණ මගින් විමසා බැලිය හැකි ය.

සමීක්ෂණ භාවිතයේ වාසි හා අවාසි වාසි

- කෙටි කාලයක දී ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා දත්ත රැස් කර ගැනීමේ හැකියාව ඇති බැවින් ඒ සඳහා දැරීමට සිදු වන්නේ සාපේක්ෂ වශයෙන් අඩු වියදමකි.
- දුරකථනය, අන්තර්ජාලය, තැපෑල වැනි ක්‍රම භාවිත කරමින් සමීක්ෂණ දැරීමට ව මෙහෙයවීමේ හැකියාව පවතින අතර දත්ත දායකයා වෙත ළඟා වීමේ දී ඇති විය හැකි දුෂ්කරතා එමගින් අවම කර ගත හැකි ය.
- දත්ත දායකයන් විශාල ප්‍රමාණයකින් වුව ද තොරතුරු රැස් කර ගැනීමේ හැකියාව පවතී.
- මෘදුකාංග භාවිතයෙන් තොර ව මෙන් ම මෘදුකාංග භාවිත කරමින් ද සමීක්ෂණ දත්ත රැස් කිරීම හා විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු කළ හැකි ය.
- මාර්ගගත (Online) සමීක්ෂණ සිදු කිරීමේ දී ඒ සඳහා විශේෂිත මෘදුකාංග හා යෙදවුම් (App) නිර්මාණය කර ඇති අතර ක්ෂණික ව දත්ත රැස් කිරීමටත් ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීමටත් එමගින් අවස්ථාව සැලසේ.
- විශාල දත්ත සංඛ්‍යාවක් විශ්ලේෂණය කිරීමේ දී මෘදුකාංග භාවිතයෙන් ඒවායෙහි වලංගු භාවය, විශ්වසනීයත්වය, සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක නිරවද්‍යතාව ආරක්ෂා කර ගනිමින් විවිධ විචල්‍ය අතර සහසම්බන්ධතාව පරීක්ෂා කර බැලීමේ හැකියාව ඇත.
- ආකල්ප, මතවාද, විශ්වාස, වර්ග රටා, සිදු වීම් හා වටිනාකම් යනාදිය පිළිබඳ පුළුල් පරාසයක පවත්නා තොරතුරු එක් වර රැස් කර ගැනීමේ හැකියාව පවතී.
- නිවැරදි ප්‍රමිතියට අනුව සමීක්ෂණය සිදු කිරීමෙන් දෝෂ අවම කර ගත හැකි ය.

අවාසි

- නිවැරදි සත්‍ය තොරතුරු අවංක භාවයෙන් යුක්ත ව ලබා දීම සඳහා දත්ත දායකයන් උනන්දු නොවීමට ඉඩ ඇත.
- ඇතැම් තොරතුරු (ආදායම් මට්ටම වැනි) හෙළි කිරීමෙන් තමාට අවාසිදායක තත්ත්වයක් ඇති වෙති යි පවත්නා සැකය මත සත්‍ය හෙළි නොකිරීමට දත්ත දායකයන් කටයුතු කළ හැකි ය.
- තොරතුරු ලබා දීමේ දී අපක්ෂපාත බව ආරක්ෂා කර ගැනීමට දත්ත දායකයා අපොහොසත් විය හැකි ය.

- ඇතැම් ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු ලබා දීමේ දී මතකය අඩු කම හෝ නොමැති කම නිසා අසත්‍ය තොරතුරු ලබා දිය හැකි ය.
- දත්ත දායකයා පිළිතුරු සපයන මොහොතේ සිටින මානසික මට්ටම ලබා දෙන පිළිතුරෙහි ගුණාත්මකභාවය කෙරෙහි බලපායි.
- ප්‍රශ්නාවලියේ ඇතැම් ප්‍රශ්න තේරුම් ගැනීමේ දී ඇති වන දෝෂ හේතුවෙන් ලබා දෙන පිළිතුර විකෘත විය හැකි ය.
- සමීක්ෂණයක් මඟින් අතීත තත්ත්ව පිළිබඳ දත්ත එක් රැස් කර ගත නොහැකි ය.

උදා:- ආරම්භක අවධියේ ලංකාවේ පුවත්පත්වල පාඨකත්වය පිළිබඳ දත්ත රැස් කිරීම

- සංකීර්ණ ගැටලු සම්බන්ධයෙන් පුද්ගල වර්ගයා, අදහස් හා ආකල්ප පිළිබඳ මිනුම් කළ නොහැකි වේ.
- සමීක්ෂණයක දී ප්‍රශ්නාවලියක් මඟින් දත්ත රැස් කරන විට ඒ සඳහා විස්තරාත්මක ව ගැඹුරු පිළිතුරු ලබා ගත නොහැකි වේ.

ඇගයීම

1. සමීක්ෂණ යන්න නිර්වචන ඇසුරින් විස්තර කරන්න.
2. මාධ්‍ය සමීක්ෂණ හා සමීක්ෂණ වර්ග පිළිබඳ නිදසුන් දක්වමින් පැහැදිලි කරන්න.
3. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ දී සමීක්ෂණ පැවැත්වීමේ වැදගත්කම හා වාසිදායක තත්ත්වය උදාහරණ දක්වමින් පැහැදිලි කරන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 12.2 සන්නිවේදන සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය අනුගමනය කරමින් සරල සමීක්ෂණයක් සිදු කරයි.

කාලච්ඡේද : 18 යි.

- ඉගෙනුම් පල :
- සමීක්ෂණයක පියවර පිළිවෙලින් දැක්වයි.
 - සමීක්ෂණ පියවර අනුගමනය කරමින් සමීක්ෂණයක් සිදු කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

හැඳින්වීම

- සමීක්ෂණයක් සිදු කිරීමේ දී අනුගමනය කළ යුතු ක්‍රියාවලියක් නැතහොත් පියවර රැසක් පවතී.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ ස්වභාවය අනුව එහි පියවර වෙනස් වේ. මූලික වශයෙන් සමීක්ෂණයක් සඳහා ඇතුළත් වන පියවර කිහිපයක් පහත දැක්වේ.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය/පියවර
 1. ගැටලුව හඳුනා ගැනීම
 2. අරමුණු හඳුනා ගැනීම
 3. මාතෘකාව තීරණය කිරීම
 4. දත්ත රැස් කිරීම
 5. දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීම
 6. නිගමන
 7. වාර්තාව ලිවීම

1. ගැටලුව හඳුනා ගැනීම

- සමීක්ෂණයක් ආරම්භ වන්නේ ගැටලුවක් හඳුනා ගැනීමෙනි.
- බාහිර සමාජය පිළිබඳ නිරීක්ෂණශීලී වීමෙන් හා බුද්ධි කලම්බනයෙන් ගැටලුවක් පිළිබඳ ඉඟි සපයා ගත හැකි ය.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය ක්‍රමානුකූල ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා පර්යේෂණ ගැටලුව ඉවහල් වේ.
- තෝරා ගත් මාතෘකාවට අදාළ ව සෘජු ව හෝ වක්‍ර ව හෝ ලියවී ඇති ලේඛන පරිශීලනය කිරීමෙන් හා වඩාත් නිරීක්ෂණශීලී වීමෙන් ගැටලුව/ගැටලු හඳුනා ගත හැකි වේ.
- ගැටලුව තෝරා ගැනීම සහ ඊට විසඳුම් සෙවීම සමාජීය වශයෙන් වැදගත්කමක් සහිත ද යන්න පිළිබඳ අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.
- පූර්වයෙහි සමීක්ෂණය නො කළ ගැටලුවක් පිළිබඳ අධ්‍යයනය කිරීමෙන් නව දැනුමක් සමාජයට ලබා දිය හැකි ය.
- නියමිත කාලයක් තුළ ගැටලුව පිළිබඳ සමීක්ෂණය කොට නව දැනුමක් උත්පාදනය කළ යුතු ය.
- ගැටලුවක් හඳුනා ගැනීමේ දී සංඛ්‍යා දත්ත, නාම ලේඛන, වාර්තා, පුස්තකාලයීය ලේඛන යනාදිය උපකාරී වේ.
- සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ දී ගැටලු තෝරා ගත හැකි අවස්ථා,
 - සමාජ මාධ්‍ය භාවිතය
 - ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයට සවන් දීම
 - මුද්‍රිත මාධ්‍ය භාවිතය
 - රූපවාහිනි නැරඹීම
 - ජංගම දුරකථන භාවිතය

2. අරමුණු හඳුනා ගැනීම

- සමීක්ෂණයක දී ගැටලුව හා බැඳුණු අරමුණු ගොඩනගා ගැනීම දත්ත රැස් කිරීම සඳහා වැදගත් වේ.
- මෙහි දී අරමුණු යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කිසියම් ගැටලුවක් පිළිබඳ සමීක්ෂණයක් සිදු කිරීමට හේතු පැහැදිලි කර ගැනීමක් ඒ හේතු මත සමීක්ෂණයේ ප්‍රතිඵලය ගොඩනැඟීමක් ය.
- සමීක්ෂණයක එක් ප්‍රධාන අරමුණක් හා අරමුණු කිහිපයක් තිබිය හැකි ය.

3. මාතෘකාව තීරණය කිරීම

- සමීක්ෂණය සිදු කිරීම සඳහා යෝග්‍ය ගැටලුවක් තෝරා ගැනීමෙන් පසු සුදුසු මාතෘකාවක් නිර්මාණය කර ගත යුතු ය.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ ආරම්භක පියවර වශයෙන් පර්යේෂකයා සතු ව මාතෘකාව පිළිබඳ පැහැදිලි අදහසක් පැවතිය යුතු ය.
- සමීක්ෂකයා වඩාත් රුචි කරන හා ඵලදායක ක්ෂේත්‍රයක් පිළිබඳ මාතෘකාවක් තෝරා ගැනීම සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියට පහසුවක් වේ.
- ඒ මාතෘකාව පිළිබඳ ලියවි ඇති තොරතුරු ඇත්නම් ඒවා කියවීම හා පත්තියේ මිතුරන් සමඟ මාතෘකාව පිළිබඳ සාකච්ඡා කිරීම වැදගත් වේ.

4. දත්ත රැස් කිරීම

දත්ත

- දත්තවල ස්වභාවය අනුව ඒවා වර්ග දෙකකට බෙදේ. ඒ ගුණාත්මක හා ප්‍රමාණාත්මක වශයෙනි.
 - i. ප්‍රමාණාත්මක දත්ත (Quantitative Data) - සංඛ්‍යාත්මක ව ප්‍රමාණය පෙන්වා දෙන දත්ත
 - ii. ගුණාත්මක දත්ත (Qualitative Data) - සංඛ්‍යාත්මක ව පෙන්වා දිය නොහැකි විශේෂ ගුණාංග හා ඊට ම ආවේණික වූ ලක්ෂණ ආදිය පෙන්නුම් කරන දත්ත
- පර්යේෂණ ක්‍රියාවලියේ දී අවශ්‍ය තොරතුරු ක්ෂේත්‍රයට ගොස් ලබා ගැනීමේ හෝ ලේඛනාගාරයකින් ලබා ගැනීමේ හැකියාව ඇත. එසේ ලබා ගන්නා තොරතුරු දත්ත ලෙස හඳුන්වන අතර ඒ දත්තවල ස්වභාවය අනුව ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් කිහිපයකට බෙදේ.
 - ප්‍රාථමික දත්ත (Primary Data) - සමීක්ෂකයා විසින් ම සමීක්ෂණයේ අරමුණුවලට අදාළ ව විශේෂිත ව එකතු කර ගනු ලබන දත්ත
 - ද්විතීයික දත්ත (Secondary Data) - ප්‍රකාශිත මූලාශ්‍රයකින් (ග්‍රන්ථයකින්/පර්යේෂණ වාර්තාවකින්) ලබා ගනු ලබන දත්ත
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියක දී දත්ත රැස් කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ප්‍රධාන ක්‍රමවේද දෙකක් ලෙස ප්‍රශ්න මාලා ක්‍රමය හා සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය හඳුනා ගත හැකි ය.

5. ප්‍රශ්නාවලිය

- සමාජය පිළිබඳ තොරතුරු රැස් කර ගැනීමේ ප්‍රවලිත විධි ක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රශ්නාවලිය හඳුනා ගත හැකි ය.
- ගැටලුවට අදාළ විසඳුම් කරා එළඹීමට අවශ්‍ය දත්ත ලබා ගත හැකි වන පරිදි ප්‍රශ්නාවලිය සැකසිය යුතු ය.
- සමීක්ෂණ සිදු කිරීමේ දී එහි මූලික අරමුණට ගැළපෙන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය සැකසිය යුතු ය.
- ප්‍රශ්නාවලිය සඳහා නිශ්චිත පිළිතුරු ලබා දීමට දත්ත දායකයාට පහසු වන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය සකස් කළ යුතු ය.
- අධ්‍යාපන මට්ටම, වයස් සීමාව, ආදායම් මට්ටම, භාෂාව යනාදී දත්ත දායකයන්ගේ ස්වභාවය හඳුනා ගෙන ඊට ගැළපෙන ආකාරයට ප්‍රශ්නාවලිය ගොඩනැගිය යුතු ය.
- සෘජු පිළිතුරු නො ලැබෙති යි අපේක්ෂා කරන ප්‍රශ්න වක්‍ර ආකාරයෙන් විමසිය යුතු ය.
- සීමා සහිත ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාවක් ඇතුළත් කළ යුතු ය.
- ප්‍රමුඛතාව අනුව ප්‍රශ්න පෙළ ගැස්විය යුතු ය.
- ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමයේ වාසි මෙන් ම අවාසි තත්ත්ව ද පවතී.
- ප්‍රශ්නාවලි සකස් කිරීමේ දී පහත සඳහන් කරුණුවලින් වැළකී සිටීම සුදුසු ය.
 - පක්ෂපාත පිළිතුරු අපේක්ෂාවෙන් ප්‍රශ්න ඇසීම
 - දීර්ඝ ප්‍රශ්න ඇසීම
 - අනුමාන ප්‍රශ්න ඇසීම
 - ව්‍යාකූල ප්‍රශ්න ඇසීම
 - දත්ත දායකයන් අපහසුතාවට පත් වන ප්‍රශ්න ඇසීම
 - එක ම ප්‍රශ්නය නැවත නැවත ඇසීම

6. සම්මුඛ සාකච්ඡා ක්‍රමය

- කිසියම් ප්‍රශ්නයකට අදාළ පිළිතුරු හෝ තොරතුරු ලබා දෙන්නාගේ (දත්ත දායකයාගේ) වචනවලින් ම ලබා ගැනීම සම්මුඛ සාකච්ඡාවක දී සිදු වේ.
- කලින් සූදානම් කර ගත් ප්‍රශ්නාවලියකට අනුව සම්මුඛ සාකච්ඡාව පැවැත්වේ.
- සාකච්ඡාව පවත්වන මොහොතේ දී ද දත්ත දායකයාගේ ප්‍රතිචාර අනුව නව ප්‍රශ්න එකතු කිරීම හා පැවති ප්‍රශ්න සංශෝධනය කිරීම කළ හැකි ය.
- සම්මුඛ සාකච්ඡා මෙහෙයවන්නා (සමීක්ෂකයා) හා ප්‍රතිචාර දක්වන්නා අතර පමණක් සාකච්ඡාව සිදු වීම ඵලදායක වේ.
- අසන ප්‍රශ්නවලට ලබා දෙන පිළිතුරුවලට අමතර ව දත්ත දායකයා නිරීක්ෂණය කිරීමෙන් ඔහුගේ සිතිවිලි, හැඟීම්, ක්‍රියාකාරකම්, ආකල්ප, මතය හා බලාපොරොත්තු වැනි දේ පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි ය.
- සාකච්ඡාවට බඳුන් වන්නා පිළිබඳ පූර්ව අවබෝධයකින් සම්මුඛ සාකච්ඡාව මෙහෙයවීම කළ යුතු ය.
- සාකච්ඡාවට බඳුන් වන්නා සමඟ සුභදතාව වර්ධනය කර ගැනීමෙන් සාකච්ඡාව පවත්වා ගෙන යා යුතු ය.

7. නියැදිය

- සමීක්ෂකයෙකුට සමස්ත ජනගහණය ම සමීක්ෂණය කළ නොහැකි විට සමස්තය නියෝජනය වන පරිදි තෝරා ගන්නා කොටස නියැදිය වේ.
- හොඳින් සංකලනය වූ කුඩා නියැදියකින් සමස්තය පිළිබඳ නිගමනවලට එළඹිය හැකි ය.
- නියැදිය තෝරා ගැනීමේ දී අපක්ෂපාත භාවය ආරක්ෂා කර ගත යුතු ය.
- සංඛ්‍යාන විද්‍යාත්මක පදනමකින් නියැදිය තෝරා ගැනීම (නියැදීම) සිදු කළ යුතු ය.
- නියැදිය තෝරා ගැනීමේ විවිධ ක්‍රම පවතින අතර ගැටලුවේ ස්වභාවය අනුව අදාළ නියැදි වර්ගය තෝරා ගැනීම පිළිබඳ අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

නියැදිය තෝරා ගන්නා සරල ක්‍රමයක් පහත දැක්වේ.

උදා:- (1) පන්තියක සිටින සිසුන් 50 දෙනෙකු අතුරින් 10 දෙනෙකුගෙන් යුත් නියැදියක් තෝරා ගැනීමට අවශ්‍ය විටෙක තුණ්ඩු කැබලි 50 ගෙන ඉන් 10ක් 1 - 10 දක්වා අංකනය කර ඉතිරිය සඳහා 0 යොදන්න. පසු ව අහඹු ලෙස සිසුන් 50 දෙනාට ම තුණ්ඩු කැබලි ලබා දෙන්න. නියැදිය ලෙස තේරී පත් වන්නේ අංක 1-10 දක්වා අංක සහිත තුණ්ඩු ලබා ගත් සිසුන් පමණි. මෙය අහඹු නියැදි ක්‍රමය ලෙස හඳුන්වයි.

(2) පන්තියක සිටින සිසුන් 50ක් අතුරින් 25 දෙනෙකු තෝරා ගැනීමට අවශ්‍ය විටෙක නාම ලේඛනයට අනුව ඔත්තේ හෝ ඉරට්ටේ අංක පිළිවෙලට නියැදිය තෝරා ගත හැකි ය. මෙය අහඹු ස්ථාවර නියැදිය යි.

8. දත්ත විශ්ලේෂණය

- සමීක්ෂණ ඔස්සේ ලබා ගත් දත්ත ක්‍රමවත් ව ගොනු කිරීම හා සැකසීම මඟින් විග්‍රහාත්මක ව අගය කිරීම දත්ත විශ්ලේෂණය යි.
- සීමා සහිත දත්ත ප්‍රමාණයක් ඇති විටෙක සමීක්ෂකයාට මෘදුකාංග භාවිතයෙන් තොර ව තමන් විසින් ම දත්ත ගොනු කිරීම හා විශ්ලේෂණය කිරීම (Manual Data Processing and Analysing) සිදු කර ගත හැකි අතර දත්ත ප්‍රමාණාත්මක ව වැඩි අවස්ථාවල දී ඒ සඳහා යොදා ගත හැකි මෘදුකාංග ලෙස SPSS, Excel, ATLAS.ti, Minitab යනාදිය දැක්විය හැකි ය.
- දත්ත අතර පවත්නා සම්බන්ධතාව හඳුනා ගැනීම, එක් දත්තයකට සාපේක්ෂ ව තවත් දත්තයක් /දත්ත වෙනස් වන ආකාරය හඳුනා ගැනීම යනාදිය දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී සිදු කෙරේ.

උදා: ඉගෙනුම් උපකරණයක් ලෙස පාසල් සිසුන් නව මාධ්‍ය භාවිත කරන ආකාරය පිළිබඳ 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 හැකි ය.

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

- උදා:
- ප්‍රතිශත
 - වගු
 - මාතය
 - මධ්‍යස්ථය
 - මධ්‍යන්‍යය
 - අනුපාත

ප්‍රතිශත (Percentage)

- සමස්ත ප්‍රමාණයෙන් කිසියම් උපකරණයක් සියයට අගයක් ලෙස හඳුන්වයි.
- ප්‍රතිශත සංඛ්‍යා දැක්වීමේ දී % සංකේතය සංඛ්‍යාවට පසු ව යොදා ගැනේ.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී සාමාන්‍යකරණ අගය දැක්වීමක් ලෙස ප්‍රතිශත යොදා ගැනේ.

උදා :- ළමයින් 60ක් සිටින පන්තියක ළමයින් 15 දෙනෙක් දිනපතා රූපවාහිනි ප්‍රවෘත්ති නරඹති. එය ප්‍රතිශතයක් ලෙස දැක්වීමේ දී,

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

වගු (Table)

- සමීක්ෂණය ඔස්සේ එකතු කර ගන්නා ලද දත්ත පිළිවෙලකට සැකසීම වගු මගින් සිදු කරයි.
- වගුවක පේළිවලට හා තීරුවලට දත්ත ඇතුළත් කිරීමෙන් ඒවා ඉතා ඉක්මනින් හා පහසුවෙන් පැහැදිලි ව හඳුනා ගැනීමේ අවස්ථාව ලැබේ. පහත උදාහරණයක් දක්වා ඇත.

INTERNET USERS AND 2018 POPULATION STATISTICS FOR ASIA						
ASIA REGION	Population (2018 Est.)	Pop. % World	Internet Users 30-June-2018	Penetration (% Population)	Internet % Users	Facebook 31-Dec-2017
Asia Only	4,207,588,157	55.1 %	2,062,197,366	49.0 %	49.0 %	818,934,000
Rest of World	3,427,170,271	44.9 %	2,146,373,921	62.6 %	51.0 %	1,327,424,570
ALL THE WORLD	7,634,758,428	100.0 %	4,208,571,287	55.1 %	100.0 %	2,146,358,570

ප්‍රස්තාර (Graphs)

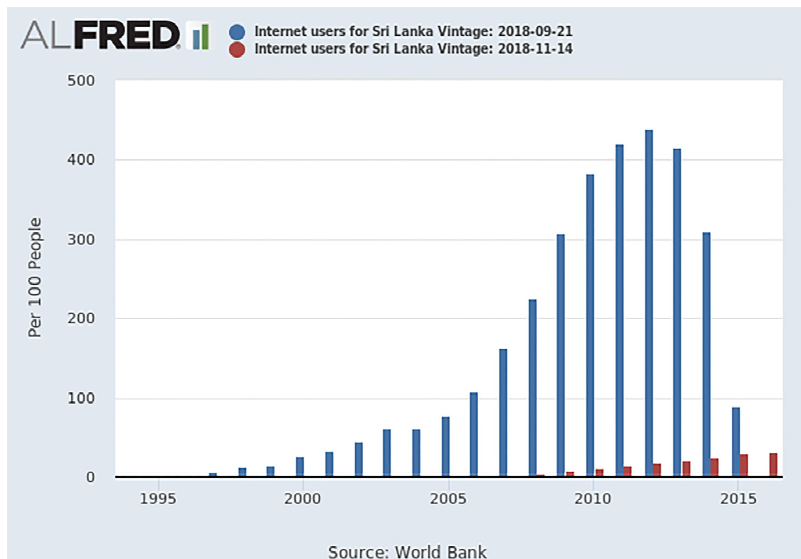
- ප්‍රස්තාරයක් යනු දත්ත පිළිබඳ රූපීය ප්‍රකාශනයකි.
- දත්ත පිළිබඳ ප්‍රකාශ කිරීමේ දී සංඛ්‍යා හෝ වචන වෙනුවට ප්‍රස්තාර භාවිතයෙන් එහි ස්වභාවය හඳුනා ගැනීම පහසු වේ.

උදා :- ස්තම්භ ප්‍රස්තාර

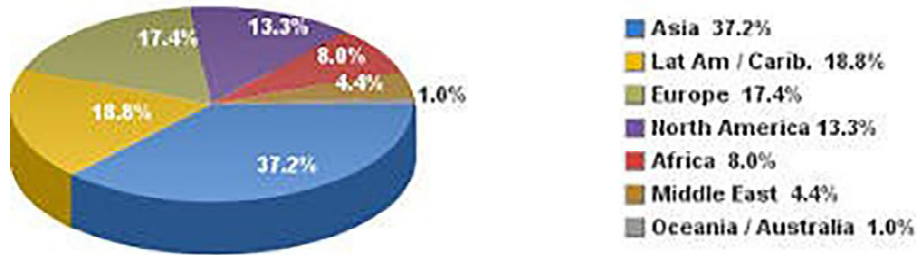
වක්‍ර ප්‍රස්තාර

වට ප්‍රස්තාර

ශ්‍රී ලංකාවේ අන්තර්ජාලය භාවිත කරන පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රමාණය
1995 - 2015

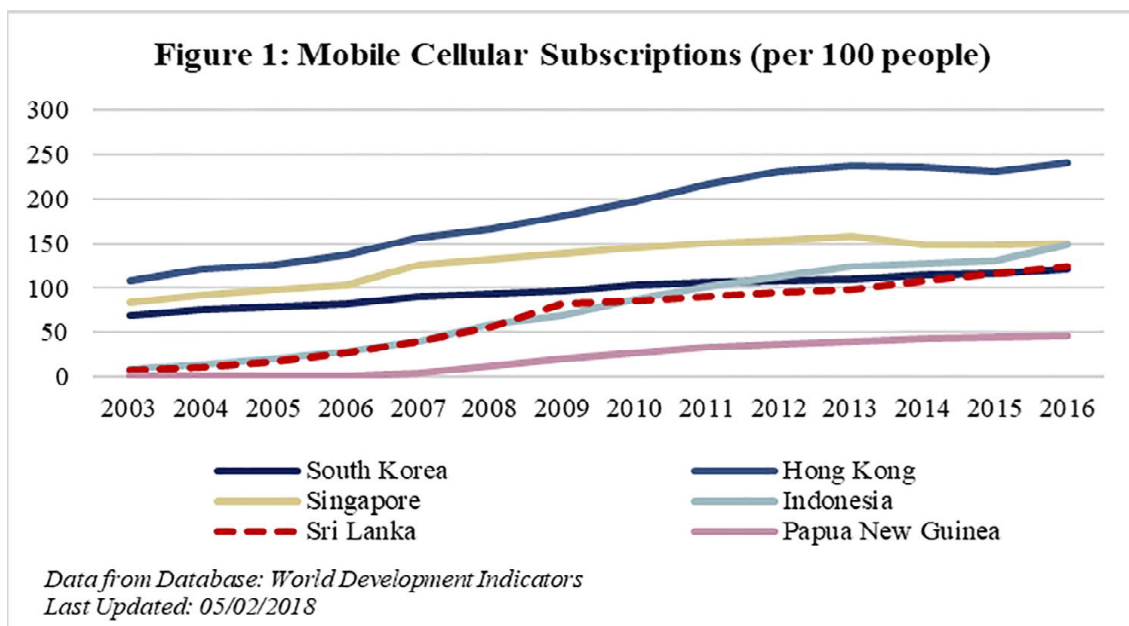


Facebook Subscribers in the World by Regions - June 2017



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/facebook.htm
 Basis: 1,978,243,530 Facebook Subscribers in June 30, 2017
 Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group

ශ්‍රී ලංකාවේ ජංගම දුරකථන දායක ප්‍රමාණය



මාතය (Mode)

- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියක දී කිසියම් සිදු වීමක වැඩි ම වාර ගණනක් පෙන්නුම් කරන අගය මාතය ලෙස හැඳින්වේ.

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

පැය ගණන	සිසුහු
1-2	25
2-3	15
3-4	10

ඉහත සටහනින් පෙන්නවන දත්තවලට අනුව සිසුන් 25 දෙනෙකු පැය 1-2 අතර කාලයක් රූපවාහිනිය නරඹන පන්ති ප්‍රාන්තරය මාතය ලෙස සැලකිය හැකි ය.

මධ්‍යස්ථය (Median)

- මධ්‍යස්ථය යනු මධ්‍ය ලක්ෂ්‍යය යන්න යි. එනම් සංඛ්‍යා ව්‍යාප්තියක් ආරෝහණ හෝ අවරෝහණ ලෙස අනුපිළිවෙළකට පෙළ ගස්වා සමාන කොටස් දෙකකට බෙදූ විට හමු වන මධ්‍ය ලක්ෂ්‍ය අගය මධ්‍යස්ථය යි.
- දත්ත සංඛ්‍යාව ඔත්තේ අගයක් ගත් විට මධ්‍යස්ථය සෙවීම ඉතා පහසු වුව ද ඉරට්ටේ අගයක් ගත් විට මධ්‍ය සංඛ්‍යා 2 එකට එකතු කර දෙකෙන් බෙදා මධ්‍යස්ථ අගය ලබා ගැනේ.

උදා:- පන්තියක සිසුන් 10 දෙනෙකු අවසානයට ලියා ඇති ලිපි සංඛ්‍යාව ආරෝහණ පිළිවෙළට සැකසූ විට පහත පරිදි වෙති යි සිතන්න.

(1) 1, 3, 4, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 15

$$\frac{7+9}{2} = 8$$

මධ්‍යන්‍යය (Mean)

- සියලු දත්ත සංඛ්‍යාව එකතු කර වාර සංඛ්‍යාවෙන් බෙදූ විට මධ්‍යන්‍ය අගය ලැබේ. එය සමස්ත දත්ත සංඛ්‍යාවල සාමාන්‍ය අගය යි.

උදා:- ඉහත මධ්‍යස්ථය සෙවීමේ උදාහරණයේ මධ්‍යන්‍යය සෙවීමට අවශ්‍ය විටෙක ඒ සංඛ්‍යා සියල්ල එකතු කර සිසුන් සංඛ්‍යාවෙන් බෙදන්න.

$$1+3+4+5+7+9+11+12+13+15 = \frac{80}{10}$$

අනුපාතය (Ratio)

- සංඛ්‍යා දෙකක සහසම්බන්ධතාව අනුපාතය මඟින් ප්‍රකාශ කෙරෙන අතර පළමු සංඛ්‍යාවේ අගය දෙවන සංඛ්‍යාවට අදාළ ව නිරූපණය කිරීම එමඟින් සිදු කෙරේ.
- අනුපාතය දැක්වීමේ දී සංඛ්‍යා දෙක සංසන්දනය කර දැක්වීම සිදු වෙයි.

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

$$= 30 : 20$$

$$= 3 : 2 \text{ ලෙස දැක්විය හැකි ය.}$$

9. නිගමනවලට එළඹීම

- සමීක්ෂණය ඔස්සේ ලබා ගත් දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් පසු අනාවරණය කර ගත් තොරතුරු මත පදනම් ව සමීක්ෂකයා විසින් ගොඩනගන අදහස් නිගමනවලින් ඉදිරිපත් කෙරේ.
- දත්ත විශ්ලේෂණයේ දී අනාවරණය කර ගත් කරුණු සමීක්ෂකයාගේ අවබෝධය මත පදනම් ව විග්‍රහ කර දැක්වීම කළ යුතු ය.
- සමීක්ෂකයා ආරම්භයේ දී හඳුනා ගත් ගැටලුව/ගැටලු ගොඩ නැඟීමට හේතු, එහි ස්වභාවය හඳුනා ගැනීම හා ගැටලු නිරාකරණය කර ගැනීමට අවශ්‍ය දැනුම නිගමන ඔස්සේ යෝජනා කළ හැකි ය.
- සමීක්ෂණ අවසානයේ එළඹෙන ඇතැම් නිගමන තවත් පර්යේෂණයක් සඳහා ගැටලුවක් නිර්මාණය කිරීමට හේතු විය හැකි ය.
- නිගමනය තාර්කික විය යුතු අතර පැහැදිලි හා කෙටි විය යුතු ය.
- සමස්ත සමීක්ෂණ කාර්ය සාර්ථක ලෙස නිම කිරීම සඳහා සාර්ථක නිගමනයකට එළඹීම ඉතා වැදගත් වෙයි.

10. වාර්තාව ලිවීම හා ඉදිරිපත් කිරීම

- 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 ගත් නව දැනුම ප්‍රකාශයට පත් කිරීම මෙහි දී සිදු වෙයි.

- අදාළ ගැටලුව පිළිබඳ තොරතුරු අපේක්ෂාවෙන් සිටි සියලු දෙනාට පර්යේෂණයේ සොයා ගැනීම් පිළිබඳ දැන ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙනුයේ මේ වාර්තාව ලිවීමෙන් හා ඉදිරිපත් කිරීමෙන් අනතුරු ව ය.
- සරල භාෂාවක් භාවිත කළ යුතු වුව ද එය ශාස්ත්‍රීය ලියවිල්ලකි. සාහිත්‍ය ලක්ෂණ ඊට ඇතුළත් නොකිරීමට සමීක්ෂකයා වග බලා ගත යුතු ය.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය සිදු කරන ලද්දේ කිසියම් විභාග අවශ්‍යතාවක් ඉටු කිරීම සඳහා නම් නියම කරන ලද වචන සංඛ්‍යාවට යටත් ව වාර්තාව ලිවිය යුතු ය.
- වාර්තාව සකස් කිරීමේ දී පහත සඳහන් ක්‍රමවේදය අනුගමනය කළ හැකි ය.

වාර්තාවේ මූලිකාංග

1. හැඳින්වීම -

- හැඳින්වීම සමීක්ෂණ වාර්තාවක මුල් ම පරිච්ඡේදය යි.
- හැඳින්වීමෙහි සමීක්ෂණ මාතෘකාව හා එයට පසුබිම් වූ කරුණු පිළිබඳ විග්‍රහ කිරීම කළ යුතු ය.
- සමීක්ෂණය සිදු කිරීමේ අරමුණු හා වැදගත්කම පැහැදිලි ව විස්තර කළ යුතු ය.
- සමීක්ෂණය සඳහා තෝරා ගත් ගැටලුව පැහැදිලි කිරීම හැඳින්වීමේ දී සිදු වේ.
- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී මුහුණ දුන් අද්දකීම් හා සීමා පිළිබඳ ව ද මෙහි දී විස්තර කළ හැකි ය.

2. ක්‍රමවේදය -

- සමීක්ෂණය සඳහා භාවිත කළ දත්ත රැස් කළ විධි ක්‍රම පිළිබඳ විස්තර කළ යුතු ය.
- දත්ත රැස් කිරීමට තෝරා ගත් නියැදිය හා නියැදිය තෝරා ගත් ආකාරය පිළිබඳ ව විස්තර කළ යුතු ය.
 - නියැදියේ ප්‍රමාණය
 - නියැදි කලාපය
 - නියැදියේ ව්‍යුහය
- රැස් කර ගත් දත්ත විශ්ලේෂණය කරන ආකාරය පිළිබඳ ව සඳහන් කළ යුතු ය.

3. දත්ත විශ්ලේෂණය -

- ප්‍රශ්නාවලිය ඔස්සේ රැස් කර ගත් දත්ත, වගු, හා ප්‍රස්තාර ආදිය භාවිත කරමින් විස්තර කළ යුතු ය.
- ප්‍රශ්නාවලියේ ඇතුළත් ප්‍රශ්න සඳහන් වන පිළිවෙළ අනුව හෝ වඩාත් සුදුසු පිළිවෙළකට විශ්ලේෂණය සිදු කළ හැකි ය.

- දත්ත රැස් කර ගැනීම ප්‍රශ්නාවලිය හා සම්මුඛ සාකච්ඡා යන ක්‍රමවේද දෙක ම භාවිත කරමින් සිදු කර ඇත්නම් ඒවා වෙන වෙන ම විශ්ලේෂණය කිරීම වඩාත් සුදුසු වේ.

නිගමන -

- දත්ත විශ්ලේෂණය ඔස්සේ අනාවරණය කර ගත් කරුණු මත නිගමනවලට එළඹේ. මෙහි දී යෝජනා ද ඉදිරිපත් කිරීම සාමාන්‍ය ක්‍රමවේදය යි.

මූලාශ්‍රය -

- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලිය ආරම්භ කළ මොහොතේ සිට සමීක්ෂකයා විසින් පරිශීලනය කරන ලද පොත්පත්, සඟරා, ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය පට, පුවත්පත් යනාදිය පිළිබඳ තොරතුරු ඇතුළත් කළ යුතු ය.
- මූලාශ්‍රය පිළිබඳ තොරතුරු Harvard/APA යන ක්‍රමවේද දෙකෙන් එකකට අනුව සඳහන් කළ යුතු ය.

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 යුතු ය.

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

උපග්‍රන්ථය -

- සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී යොදා ගත් වැදගත් ලේඛනයක්/ලේඛන පසු ව මේ වාර්තාව කියවන්නෙකු සඳහා වැදගත් වෙති යි හැඟේ නම් එය උපග්‍රන්ථය සඳහා ඇතුළත් කළ හැකි ය.
- දත්ත රැස් කිරීමට යොදා ගත් ප්‍රශ්නාවලිය උපග්‍රන්ථයට ඇතුළත් කළ හැකි ය.

වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීම -

- ලිඛිත වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීමේ දී බඳින ලද පිටු සහිත පොතක් ලෙස සකසා ඉදිරිපත් කළ යුතු ය.
- ලිඛිත වාර්තාවට අමතර ව වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීම ප්‍රස්තුතීකරණ මෘදුකාංග (Powerpoint) භාවිතයෙන් හෝ දෘශ්‍ය ආධාරක භාවිතයෙන් සිදු කළ යුතු ය.
- ලිඛිත වාර්තාවෙහි අන්තර්ගත වැදගත් මූලික කරුණු පමණක් ඉදිරිපත් කිරීම (Presentation) සඳහා තෝරා ගත යුතු ය.

- පරිගණක තිරය මත හෝ දෘශ්‍ය ආධාරක මත කෙටි වැකි සටහන් කොට ඒ පිළිබඳ ව සවිස්තරාත්මක විග්‍රහය හෝ සමීක්ෂකයා වාචික ව කළ යුතු ය.
- නිශ්චිත කාල රාමුවකට යටත් ව ඉදිරිපත් කිරීම සිදු කළ යුතු බැවින් පෙර පුහුණුව ඉතා වැදගත් වේ.
- ඉදිරිපත් කිරීම අවසානයේ ප්‍රශ්න ඇසීම හා අදහස් දැක්වීම සඳහා නරඹන්නන්ට අවස්ථාවක් ලබා දිය යුතු ය.

සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියේ දී පිළිපැදිය යුතු ආචාරධර්ම

- සමීක්ෂණයේ ගුණාත්මක භාවය හා ප්‍රමිතිය ආරක්ෂා කර ගැනීම
- නිවැරදි සමීක්ෂණ ක්‍රමවේද භාවිතය
- දත්ත හිතාමතා විකෘති නොකිරීම
- වැරදි දත්ත ඇතුළත් නොකිරීම
- දත්ත දායකයා හා සමීක්ෂකයා අතර විශ්වසනීයත්වයක් ගොඩනගා ගැනීම
- දත්ත දායකයාගේ කැමැත්ත මත පමණක් සමීක්ෂණය සඳහා සහභාගී කර ගැනීම
- සමීක්ෂකයා පිළිබඳ හා පර්යේෂණයේ මූලික අරමුණු පිළිබඳ දත්ත දායකයා දැනුම්වත් කිරීම
- දත්ත දායකයාට නිදහසේ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට අවස්ථාව ලබා දීම
- දත්ත දායකයාගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කිරීම
- දත්ත දායකයා කායික හෝ මානසික පීඩාවකට ලක් නොකිරීම
- ඕනෑ ම අවස්ථාවක දත්ත දායකයාට සමීක්ෂණයෙන් ඉවත් වීමේ අවසරය ලබා දීම
- දත්ත දායකයාගේ ආරක්ෂාව තහවුරු කිරීම
- 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 යටත් ව කටයුතු කිරීම
- සමීක්ෂකයා අපක්ෂපාතී ව කටයුතු කිරීම සහ තම පෞද්ගලික මතය සමීක්ෂණ ක්‍රියාවලියට ඇතුළු වීමට ඉඩ නොතැබීම

ඇගයීම

1. ඔබ පාසලේ සිසුන්ගේ මාධ්‍ය භාවිතය පිළිබඳ ව ගැටලුවක් හඳුනා ගෙන ඊට අදාළ ව සමීක්ෂණයක් සිදු කිරීම සඳහා
 - i. මාතෘකාවක් තෝරා ගන්න.
 - ii. ඒ මාතෘකාවට අදාළ ව දත්ත රැස් කිරීම සඳහා ප්‍රශ්නාවලියක් සකස් කරන්න.
 - iii. දත්ත ලබා ගැනීමට සුදුසු නියැදියක් තෝරා ගන්න.
 - iv. ප්‍රශ්නාවලි හා සම්මුඛ සාකච්ඡා මාර්ගයෙන් දත්ත රැස් කර විශ්ලේෂණය කරන්න.
 - v. සමීක්ෂණ වාර්තාව සකසා පන්ති කාමරයේ සිසුන් ඉදිරියේ ඉදිරිපත් කරන්න.

පාරිභාෂික පද

- | | |
|-----------------|-------------------|
| අරමුණු | - Objectives |
| ආචාරධර්ම | - Ethics |
| ක්‍රමවේද | - Methods |
| දත්ත | - Data |
| දත්ත රැස් කිරීම | - Data Collection |
| දත්ත විශ්ලේෂණය | - Data Analysis |
| නිගමනය | - Conclusion |
| නියැදි | - Sample |
| පර්යේෂණ | - Research |
| ප්‍රශ්නාවලිය | - Questionnaire |
| මූලාශ්‍රය | - Source |
| සම්මුඛ සාකච්ඡා | - Interview |
| සමීක්ෂණ | - Survey |
| සොයා ගැනීම් | - Findings |

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. ද සිල්වා සුගතපාල, (1993), **හඬ නළුව හෙවත් ගුවන්විදුලි නාට්‍ය**, වැල්ලම්පිටිය, චතුර මුද්‍රණාලය.
2. පෙරේරා, ලාල්, (1990) **සාධන පරීක්ෂණ**, කොළඹ, ඇගයීම් ශාඛාව - ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය.
3. මහේන්ද්‍ර, සුනන්ද, (1991), **නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදනය**, කොළඹ, ඇස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ.
4. සරච්චන්ද්‍ර, එදිරිවීර, (1958), **කල්පනා ලෝකය**, කොළඹ, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ
5. සුරවීර ඒ. ඩී., (1991), **නිර්මාණ පසුබිම**, බොරැස්ගමුව, ප්‍රබුද්ධ ප්‍රකාශකයෝ.
6. සුරවීර ඒ. ඩී., (1991), **සාහිත්‍ය විචාර ප්‍රදීපිකා**, බොරැස්ගමුව, ප්‍රබුද්ධ ප්‍රකාශකයෝ.
7. Bowen Christopher J., (2013), *Grammar of the Shot*, 3rd Edition, UK, Focal Press.
8. Central Bank (2016), *Annual Report of the Central Bank of Sri Lanka*, Sri Lanka.
9. Colin Fraser, Sonia Restrepo-Estrada (1998) *Communicating for Development: Human Change for Survival*, London: I.B. Tauris Publishers
10. Council of European Commission for Human Rights (2011)
11. Curran, J. (1996), *Media and democracy: The Third Route*, Oslo: University of Oslo
12. David C. Watt, (1998), *Event Management In Leisure And Tourism*, Pearson Education, UK
13. Gamble W. Michael, Gamble K. Teri, (1989), *Introducing Mass Communication*, New York, McGraw - Hill Companies,
14. Hemer, Oscar, (2005), *Media and Glocal Change*. 'Rethinking Communication for Development, Chapter 4', Silvio Waisbord, Five key ideas: coincidences and challenges in development communication)
15. Hornby, A. S, (2006), *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (9th Edition), London, Oxrord University press
16. Huesca, R. (2003), 'Participatory approaches to communication for development.' In B. Mody (Ed.), *International and development communication: A 21st century perspective*. Thousand Oaks, CA: Sage.
17. Jenkins, H. (2005), *Convergence Culture: Where Old & New Media Collide*, New York University Press
18. Joe Gold Blatt, (1997), *Special Events- Best Practices In Modern Event Management*, John Wiley and Sons, New York.

19. Johnson Craig E. and Hackman Michael Z., (1994), *Creative Communication: Principles and Applications*, USA, Waveland Press
20. Lowery, Shearon ,A., and De Fleur, Melvin L., (1988), *Milestones in Mass Communication Research*, New York, Logman Inc.
21. MacBride, S. (1980). *Many voices, one world: Towards a new, more just and more efficient world information and communication order*. New York: Unipub; Paris: UNESCO.
22. Manyozo, L. (2008). *Communication for Development: An Historical Overview*. In *Media, Communication and Information: Celebrating 50 years of Theories and Practices*. Paris: UNESCO.
23. McQuail, D. (2000), *McQuail's Mass Communication Theory*, 4th edition, London: Sage Publications
24. Melkote, S; & Steeves, H. L. (2001). *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*. New Delhi: Sage Publications.
25. NWICO - New World Information and Communication Order
26. Price, M. (2002), *Media and Sovereignty*, UK, Cambridge University Press
27. Secretariat for Media Reforms & International Media Support (2016), *Rebuilding Public Trust: An assessment for the Media Industry & Profession in Sri Lanka*
28. Servaes, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
29. Srinivas R. Melkote, H. Leslie Steeves, (2015), *Communication for Development: Theory and Practice for Empowerment and Social Justice*, California, USA : SAGE
30. Thaker, Alison. (2014), *The Public Relations Hand Book*, Routledge, New York
31. Trenholme, S. (2011). *Thinking through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication*, U S A, Pearson
32. Vivian, John, (2013), *The Media of Mass Communication*, 11th Edition, Pearson Education, USA
33. Waisbord, S. (2003). State, development, and communication. In B. Mody (Ed.), *International and development communication: A 21st century perspective*. Thousand Oaks, CA: Sage.
34. <https://www.statista.com> > Technology & Telecommunications > Telecommunications
35. <https://www.statista.com/statistics/765516/internet-penetration-rate-sri-lanka/>