

4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය

නිපුණතාව : 4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය පිළිබඳ අර්ථකථනය කරමින් හා ඒවායේ සුවිශේෂතා අධ්‍යයනය කරමින් විවිධ සන්නිවේදන කාර්යයන්හි දී ප්‍රායෝගික ව භාවිත කරයි.

නිපුණතා මට්ටම : 4.1 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යි අර්ථකථනය කරමින් එහි සුවිශේෂතා පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 8 යි.

- ඉගෙනුම් පල : සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යි අර්ථ කථනය කරයි.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධික්‍රම නම් කර පැහැදිලි කරයි.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල වැදගත්කම විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හැඳින්වීම, අන්තර්ගත ලක්ෂණ හා කාර්යභාරය

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන, අවට පරිසරයෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය.
- මේවා සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වේ. මෙම මාධ්‍ය ගැමි ජන සමාජවල අඛණ්ඩ ව පැවත එයි. මේවාට නියත කර්තෘත්වයක් නොමැත. එසේ ම තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් සිදු කරනු ලබන්නකි.
- මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා ශබ්ද සංඥා (Sound signal) (බෙර, සක්හඬ, නලා හඬ, හුව ආදී) හා දෘශ්‍ය සංඥා (Visual signal) (දුම, කොළ අතු එල්ලීම, කොඩි, සලකුණු තැබීම ආදී) උපයෝගී කර ගෙන ඇත.
- මෙම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට මෙන් ම විවිධ සංස්කෘතික හා පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.
- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකි. ඒවායෙහි සුවිශේෂතා කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

01. සරල ව්‍යුහ (Simple Structure)

සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධ කර ගත හැකි සරල ව්‍යුහයන්ගෙන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සකස් වී තිබීම පිළිබඳ මෙමඟින් අදහස් කෙරේ. ගැමි සමාජ හා සංස්කෘතික සම්බන්ධතා කේන්ද්‍ර කර ගනිමින් වඩාත් සංකීර්ණ නො වූ පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත්වලින් ගොඩනගා ගත් සරල ව්‍යුහයන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල දක්නට ලැබේ. උදාහරණ ලෙස ගොක් කොළ කෙසෙල් ගස් ආදී ද්‍රව්‍ය විවිධ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල දී භාවිත කිරීම දැක්විය හැකි ය.

02. තේමාත්මක අන්තර්ගතය (Thematic Content)

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල දී තේමාවට ගැලපෙන සේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගැනීම පිළිබඳ මෙමඟින් අදහස් කෙරේ. රෝගවලින් ආරක්ෂා වීම, භව භෝග ආරක්ෂා කර ගැනීම, විශ්වාසයන්, විනෝදය, විශ්‍රාන්තිය, භාව ප්‍රකාශන මෙලෙස ගනු ලබන තේමාවන්ට උදාහරණ කිහිපයකි.

03. නම්‍යශීලීත්වය (Flexibility)

අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාවයට ගැලපෙන ආකාරයෙන් සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම පහසුවෙන් සකස් කර ගත හැකි වීම මින් අදහස් කෙරෙයි. කුඹුර, කමත, ගහ කොළ ආදිය අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාව අනුව භාවිතයට ගැනීම මෙහි දී සිදු වේ.

04. සංස්කෘතික සන්දර්භය (Cultural Context)

සංස්කෘතික සන්දර්භය යන්නෙන් අදහස් කෙරෙන්නේ වාරිත වාරිත, ඇදහිලි විශ්වාස, කලා ක්‍රම, හා දැනුම් පද්ධති ඒ ඒ සංස්කෘතීන්ට අනුව භාවිත කිරීමයි. ඒ ඒ වෘත්තීන්ට, අවස්ථාවන්ට හා අවශ්‍යතාවන්ට අනුව සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල සංස්කෘතික සන්දර්භ වෙනස් වේ. නිදසුනක් ලෙස විනෝදය සැපයීම, සෙත් පැතීම දැක්විය හැකි ය.

05. අවම පිරිවැය (Minimum Cost)

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමයන්හි දී අවම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා සම්පත් බොහෝ විට උපයෝගී කර ගැනේ. ඒ අනුව අවම පිරිවැයකින් කාර්ය ඉටු කර ගත හැකි ය. මෙහි දී ශ්‍රමය හුවමාරු වීම මඟින් ද පිරිවැය අවම කර ගැනීමට අවස්ථාව උදා වේ. උදාහරණ ලෙස සාමූහික ව එක් වී පිරිත් මණ්ඩපයක් සකස් කිරීම, තොවිලයක්, ගම්මඩුවක් පැවැත්වීමේ දී මිනිස් ශ්‍රමය හා පරිසරයෙන් හොයාගත් ද්‍රව්‍ය ආධාර කර ගැනීම ආදිය හේතුවෙන් පිරිවැය අවම වන ලෙස කාර්යය ඉටු කර ගත හැකි ය.

- මෙම කරුණුවලට අමතර ව ජනමූල පදනම, විශ්වාස හා ගරු කිරීම, පොදු පිළිගැනීම් හා පොදු යහපත, පාරම්පරික ව උරුම වීම, දේශීය සංස්කෘතික අන්‍යතාව හා භාවිතය පහසු වීම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල සුවිශේෂතා ලෙස දැක්විය හැකි ය.

සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධි ක්‍රම

01. ජන කවි

- ගැමි ජීවන රටා පදනම් ව ජන කවි බිහි වී ඇත. ජනකවි ගැමි ජනතා ව්‍යවහාරයෙන් පැවත එන කර්තෘත්වය හඳුනාගත නොහැකි ගායනා විශේෂයකි. ගැමි ජනයාගේ ජීවන දෘෂ්ටිය, ඇදහිලි, විශ්වාස, අවශ්‍යතා, වෘත්තීය තොරතුරු, දැනුම, සාම්ප්‍රදායික ඥානය, විවේකය, විශ්‍රාන්තිය, දුක් වේදනා, සිතූම් පැතුම් ආදිය මෙමගින් සන්නිවේදනය කරයි.
- ජන කවි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ගැමි ජනයාගේ සමාජ, ආර්ථික, සංස්කෘතික, ආගමික තොරතුරු හෙළිදරවු කර ගත හැකි ය. මෙහි දී සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රමයක් ලෙස ජනකවිවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ කිහිපයකි.
 - i. මුඛ පරම්පරාගත ව පැවතීම
 - ii. සරල බස් වහරක් භාවිත කිරීම
 - iii. නිර්මාණකරුවා කවරෙක් ද යි හඳුනාගත නොහැකි වීම
 - iv. ඒ ඒ ප්‍රදේශයට ආවේනික ලක්ෂණවලින් සමන්විත වීම
 - v. දීර්ඝ කාලයක් මුළුල්ලෙහි මිනිසුන් අතර ජනශ්‍රැතියක් ලෙස පැවතීම
 - vi. ජන කවි නිර්මාණය සඳහා ජීවන අත්දැකීම් පාදක කර ගැනීම
- අව්‍යාජත්වය, සරලත්වය, සංක්ෂිප්තභාවය, සංයමය, කතා ව්‍යවහාර ලක්ෂණ, ශබ්ද රටා හා පොදු ජනයාගේ සිතූම් පැතුම්වලට සමීප වචන කෝෂය හේතුවෙන් ජනකවිය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයෙහි සුවිශේෂ වී ඇත.
- ජනකවි විවිධ වර්ග රාශියක් ඇත. ඒ අතර,

උදා:- දරු නැළවිලි, ගොයම් කවි, කමත් කවි, පාරු කවි, නෙළුම් කවි, තහංචි කවි, රබන් කවි, ටිකා සිපද, තෙතඟු කවි

02. ජනකතා

- ජනකතා වූ කලී යම් සිද්ධියක් මූල, මැද, අගයන අංගයන් මනාව ගළපන ලද ජනයාගේ ජීවන අරගලය, අපේක්ෂා, ආශා, දුක්බදෝමනස්ස හා ගවේෂණ යනාදිය පිළිබිඹු කරන කතන්දර විශේෂයකි.
- ජනකතා අවශේෂ ජනශ්‍රැති මෙන් මුඛ පරම්පරාගත ව උපත ලබා ඒ අනුව ව්‍යවහාරයේ පවතියි.
- ජනකතාවේ විවිධ වර්ග ඇත. උත්පත්ති කතා, සත්ව කතා, දේව කතා, වෘක්ෂලතා කතා, ආශ්චර්ය කතා, අත්භූත කතා, භාසෝත්පාදක කතා, උපහාස කතා, සුරංගනා කතා ආදී වශයෙන් වර්ගවලට බෙදිය හැකි ය.
- ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය මෙවැනි ජනකතාවලින් නිරූපණය වේ.
- ජනකතාවලින් ප්‍රාදේශීය වාග් ව්‍යවහාරවල පවත්නා ආවේනික ලක්ෂණ හඳුනාගත හැකි ය.

03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම

- මෙම අංග ඇතුළත් වන ප්‍රධාන විෂය ධාරාව ලෙස හැඳින්විය හැකි වන්නේ ජනශ්‍රැති විද්‍යාවයි. එහි දී භාවිත වන යෙදුම් කිහිපයක් ලෙස අභිචාර, යාතු කර්ම, ඇදහිලි, විශ්වාස ආදිය දැක්විය හැකි ය. මෙහි දී යාතු කර්ම යන්නට ශබ්දකෝෂාර්ථ ලද නොහැකි නමුත් ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ ritual යන යෙදුමට අර්ථ පූර්ණ යෙදුමක් ලෙසින් යාතු කර්ම හා අභිචාර විධි යන යෙදුම් භාවිත කළ හැකි වේ.
- Ritual යන්නෙන් යම් යම් අදෘශ්‍යමාන වස්තූන් ඇමතීම ඒවායින් පිහිටක් ලබා ගැනීම වැනි ක්‍රියාවන් (කර්මයන්) අපේක්ෂා කෙරේ. කිසියම් ප්‍රජාවකට අයත් යාතු කර්ම විවිධාකාර වේ. යාතු කර්ම යන්නට නිශ්චිත අර්ථ කථනයක් දී නොමැති වුව ද පූජා විධි නැතහොත් ශුද්ධ වූ නිමිත්තකරණයක් ලෙස එය සැලකේ. යාතු කර්ම වැදුම් පිදුම්වලට පමණක් සීමා නොවී සංවිධිත ආගම්වල ක්‍රියාකාරී අංගයක් ලෙස පවතින අතර විවාහ අවමංගල්‍ය උත්සවවලදී ද භාවිත වේ.
- සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි තවත් සුවිශේෂ විධි ක්‍රම ලෙස ශාන්තිකර්ම, යාතුකර්මවල එන කොහොඹා කංකාරිය, වලියක් මංගල්‍යය, කඩවර කංකාරිය, බලි ශාන්තිකර්මය ආදිය හඳුනාගත හැකි ය.
- ශාන්තිකර්ම මඟින් ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම, සශ්‍රීකත්වය ප්‍රාර්ථනා කිරීම, පැපොල, සරම්ප වැනි බෝ වන රෝගවලින් සහ අපල උපද්‍රවවලින් අත්මිදීම, විනෝදාර්ථ අපේක්ෂාව ආදිය සලසා ගැනීම සිදු කරයි.
- මෙහි දී නර්තනය, රංගනය, වාදනය, විවිධ කථන ස්වරූප හා විවිධ සැරසිලි ක්‍රම භාවිත කෙරේ. රූපණයේ දී නර්තනය හා වෙස් ගැන්වීම මඟින් රූපණ අවස්ථාවන් ගොඩනඟා ගනියි. මේවායේ බොහෝ සංවාද පවතී. සංවාද සරල හා භාසෝත්පාදක ස්වරූපයක් ගන්නා අතර යකැදුරා විසින් ආකුරයා, නොපෙනෙන බලවේග මෙන් ම නරඹන්නන් සමඟ අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම ද සිදු වේ.
- හින්දු සංස්කෘතියට අනුගත ව වඩිමෝඩි, තෙන්මෝඩි, කාමන්කුත්තු, නාට්ටුක්කුත්තු, තෙරුක්කුත්තු වැනි විවිධ ශාන්තිකර්ම භාවිත කරන බව විද්‍යමාන වේ. එමෙන් ම මේවා සශ්‍රීකත්ව වර්ධන ශාන්තිකර්මයන් ය.

04. ගැමි නාටක

- ගැමි නාටක යනු කිසියම් කතා පුවතක් හෝ කතා පුවත් කිහිපයකින් සැදුම් ලද්දා වූ කලා අංගයක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය. කෝලම්, සොකරි, රූකඩ ආදිය නිදසුන් කිහිපයකි.
- ගැමිනාටක විෂයෙහි උඩරට ප්‍රදේශවල පත්තිනි දේවතාවිය මූලික කර ගෙන පවත්වනු ලබන සොකරි ජන නාටකයන්, පහතරට ප්‍රදේශවල පවත්වන කෝලම් ජන නාටකයන් මෙන් ම රූකඩ විශේෂිත වේ. හවහෝග විනාශ වීමට අදාළ ලෙඩ රෝග, වසංගත හා

පළිබෝධ හානි ආදියෙන් සිදු වන විනාශයෙන් ඒවා ආරක්ෂා කර ගැනීමට, මිනිසුන්ට වැලඳෙන ව්‍යාධි වසංගත හා අපල උපද්‍රවවලින් ආරක්ෂා වීම හා විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම සොකරී ගැමි නාටකයෙන් අපේක්ෂා කරයි.

- සොකරී නාට්‍යය රඟ දක්වනු ලැබුවේ ගෝයම් කපා පාගා අවසන් වූ විට කමත රංග භූමිය කොට ගෙන ය.
- කෝලම් හෙවත් වෙස් මුහුණු නාටක ද ගැමි නාටක විෂයෙහි ප්‍රධාන වේ. මෙය වෙස් මුහුණු නාටක ලෙස දක්වන්නේ ලියෙන් සාදන ලද වර්ණවත් වෙස් මුහුණු පැලඳීම නිසා ය.
- කෝලම් යන වචනය දෙමළ ශබ්දයක් වන අතර එහි මුල් තේරුම නළුවකු විසින් පලඳින ලද වේශය යන්න යි. සිංහලයෙහි කෝලම් යන වචනයට ඇත්තේ ආරූඪ කර ගන්නා විලාසය යන අර්ථය යන්න යි.
- ගැමි නාටකවල දී කවි කීම හා හිටිවන සංවාද උපයෝගී කර ගනු ලබයි. මෙහි දී සම්පූර්ණ නාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයීම්බර කතාව, මනමේ කතාව, ගම කතාව ආදිය නිදසුන් ය.
- කෝලම් යනු විනෝදය පිණිස කරන්නක් යැ යි වචනාර්ථයෙන් පැවසුණ ද ගර්භණීන් සඳහා පැවැත්වූ අභිචාර ක්‍රමයක් ලෙසත්, සශ්‍රීකත්වය පරමාර්ථ කොට ගන්නක් ලෙසත් හඳුනාගත හැකි ය.
- ගැමි නාටක ප්‍රබල සන්නිවේදන අවස්ථා ජනනය කරයි. කවි ගායනා, හිටිවන කවි සංවාද මෙන් ම රංගන නරඹන්නන්ගේ ප්‍රබෝධයටත් සන්නිවේදන සහභාගීත්වය ලබා ගැනීමටත් භාවිත කරන ආකාරය හඳුනාගත හැකි ය. සළපාලිය මෙයට උදාහරණයකි.

03. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ වැදගත්කම

- ✓ දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පාදනය
වැඩිහිටි පරම්පරාවෙන් බාල පරම්පරාවට අවශ්‍ය දැනුම ලබා දීම සිදු වේ.
- ✓ උපදේශාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකි වීම
ආගමික, සාරධර්ම, සංස්කෘතික වටිනාකම් ඇතුළු සෞඛ්‍ය, අධ්‍යාපනය, විවිධ ජීවන අත්දැකීම් හුවමාරු කිරීම සඳහා භාවිත කර ඇත.
- ✓ සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකි වීම
ඇඳහිලි, විශ්වාස, චාරිත්‍ර චාරිත්‍ර, කලාව, දැනුම, නීති රීති, සිරිත් විරිත් යනාදිය සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ඔස්සේ පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට හුවමාරු කළ හැකි ය.
- ✓ භාව ප්‍රකාශනය
සිතෙහි ගොඩනැගුණු දුක් දොම්නස්, සතුට යනාදි මනෝභාවයන් ප්‍රකාශනයේ දී තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට භාවිත කරන විධි ක්‍රමයක් ලෙස සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගැනේ.

✓ අභිතකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම

සමාජයේ යම් අභිතකර සිද්ධි, චරිත විවේචනය කරමින් භාසය උපහාසය මුසු කරමින් ගැමි ජනතාව දැනුවත් කිරීම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය මගින් සිදු විය. උදාහරණ ලෙස පොලිස් කෝලම, ආරච්චි කෝලම දැක්විය හැකි ය.

✓ විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

ගැමි ජනතාව තම විනෝදය සඳහා සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගෙන ඇත. අස්වනු නෙළීමත් සමඟ තම කාන්සිය, මහන්සිය නිවා ගැනීම සඳහා සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයන් භාවිත කොට තිබේ.

- නූර්ති, නාඩගම්, හා ටීටර් ජන පදනමකින් ආරම්භ වූ කලා මාධ්‍යයන් ය. ඉන්දීය ආභාෂයන්ගෙන් සමන්විත මෙම කලා මාධ්‍ය ශ්‍රී ලාංකේය ජන සංස්කෘතික අංග ලෙස සමාජගත ව පවතී.

- සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවලින් අපේක්ෂිත සන්නිවේදන අර්ථයන් ද මෙහි දී විමසිය යුතු වේ. ඒ අතර උපදෙස් සම්පාදනය, පෙළඹවීම, විවේචනය, ඒත්තු ගැන්වීම සහ විනෝදාස්වාදය ලබා දීම ආදී කරුණු අවධානයට ගත හැකි ය. භාවිතයෙන් මානවයා තම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා අමුද්‍රව්‍ය උපයෝගී කර ගෙන අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම මෙමගින් අදහස් කරයි.

ඇගයීම

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යන්න පැහැදිලි කරන්න.
2. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ගේ සුවිශේෂ ලක්ෂණ හා වැදගත්කම තෝරාගත් නිදසුන් කිහිපයක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
3. 'සන්නිවේදන කාර්යය සාර්ථක ව ඉටු කර ගැනීමට සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධි ක්‍රම භාවිත කළ හැකි ය.' උදාහරණ ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය වැඩසටහනක් නරඹා එහි සන්නිවේදන ලක්ෂණ පැහැදිලි කරන්න.

නිපුණතා මට්ටම : 4.2 විවිධ ජනමාධ්‍ය ප්‍රභේද හඳුනා ගනිමින් ඒවායේ විශේෂතා අවබෝධයෙන් යුතු ව විග්‍රහ කරයි.

කාලච්ඡේද : 16 යි.

- ඉගෙනුම් පල :
- ජනමාධ්‍ය යනු කුමක් ද යන්න අර්ථකථනය කරයි.
 - ජනමාධ්‍යයේ සුවිශේෂතා විස්තර කරයි.
 - ජන සන්නිවේදන ආකෘති නිදසුන් සහිත ව පැහැදිලි කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

යුධ පුවත් වාර්තා කර ගැනීම සඳහා තොරතුරු බෙදා හැරීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය පසු කාලීන ව ජන මාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය විය. 1922 දී ජෝන් ඊන් සාම්වරයා විසින් යුධ තොරතුරු ලබා දීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය ජනයා වෙනුවෙන් භාවිත කරන ලෙස ප්‍රථමවරට ප්‍රකාශ කරන ලදී. ජනමාධ්‍ය බිහිවීමට ප්‍රධාන සාධකය වන්නේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයන්හි සිදුවන වර්ධනයයි. මේ අනුව ජනමාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත, පොත්, සඟරා, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි ය.

ජනමාධ්‍ය නිර්වචන

- ජන සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීම යොදනු ලබන උපාංග ජනමාධ්‍ය යි.
- නූතන සමාජයේ පවතින ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය ලෙස පොත්, සඟරා, පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි බව ඩිෆ්ලුවර් හා ඩෙනිස් ‘ජනසන්නිවේදන අවබෝධය’ කෘතියේ දක්වා ඇත.
- ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂයට අනුව,

“අදාශ්‍යමාන ව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේ නම් එය ජනමාධ්‍ය වේ”

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

ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා

1. තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය
2. ක්ෂණික හා අධ්‍යයනවලට වඩා වැඩි වේගයකින් යුක්ත ය.
3. සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහයකින් සමන්විත ය.
4. වෘත්තීය සන්නිවේදකයෝ සිටිති.
5. බහු විධ දොරටු පාලක ක්‍රියාවලියකට යටත් ය.
6. බහු විධ ග්‍රහකත්වයකින් යුක්ත ය.
7. ප්‍රමාදිත ප්‍රතිපෝෂණයක් දක්නට ලැබේ.
8. බොහෝ විට වාණිජත්වය පදනම් කර ගනියි.

ජනමාධ්‍යයේ කාර්යභාරය

- අධ්‍යාපනය ලබා දීම, තොරතුරු සම්පාදනය, පෙලඹවීම සහ විනෝදාස්වාදය යනාදී සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන් ජනමාධ්‍ය මඟින් ද ඉටු කරයි. ජනමාධ්‍යට සුවිශේෂ වූ කාර්යභාරයන් කිහිපයක් යුනෙස්කෝ Many Voices One World කෘතියේ මෙලෙස සඳහන් වේ.

✓ සුපරීක්ෂණය (Servilance)

සාමාජය තුළ ජීවත්වන පුද්ගලයා දැන ගත යුතු තොරතුරු එක් රැස් කිරීම මෙන් ම ආරක්ෂණ තොරතුරු පිළිබඳ දැනුවත් කිරීම, සමාජීය අවශ්‍යතා, ආපදා තොරතුරු එක්රැස් කිරීම සහ කඩිනමින් ඒවා පිළිබඳ සමාජය දැනුවත් කිරීම ආදිය සුපරීක්ෂණය යන්නට ඇතුළත් වේ.

✓ අර්ථකථනය (Interpretation)

විවිධ සිද්ධීන් සහ තොරතුරුවල අර්ථ පැහැදිලි කිරීම, විචරණය කිරීම සහ අදාළ සමාජීය ප්‍රතිචාර ලබා ගනිමින් තොරතුරු විශ්ලේෂණය කර ඉදිරිපත් කිරීම යනාදිය මෙයට ඇතුළත් වේ.

✓ සහසම්බන්ධය (Correlation)

ජනමාධ්‍ය සන්දේශ මඟින් පුද්ගලයන් සහ ආයතන අතර අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව ගොඩනැගීම ප්‍රධාන වශයෙන් මෙයින් අදහස් කෙරේ. සමාජ ස්ථායීතාව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා ජනමාධ්‍යයේ සහසම්බන්ධතා කාර්යය උපකාර වේ.

✓ සමාජානුයෝජනය (Sociolization)

පුද්ගලයා සමාජයට අනුගත ව හැසිරීම පිළිබඳ ඉගෙනුම, සමාජය පිළිබඳ දැනුම සහ වටිනාකම් ඉදිරිපත් කිරීම, ඒවා ජනතාව වෙත ලබා දීම හා සමාජයේ පොදු ගැටලු හා අභියෝග හඳුනා ගැනීමට සැලැස්වීම ජනමාධ්‍යයේ සමාජ කාර්ය යි.

- ජනමාධ්‍ය කාර්ය භාරය පිළිබඳ ව හැරලේඩ් ඩී. ලැස්වෙල් මෙලෙස දක්වයි.

01. සුපරීක්ෂණය
02. ප්‍රවෘත්ති ලොව පුරා බෙදා හැරීම
03. ප්‍රේක්ෂක මතය හා අදහස් හැඩගැස්වීමේ හැකියාව

- මහාචාර්ය විල්බර් ශ්‍රාම් ද ජනමාධ්‍ය ඉටු කළ යුතු ප්‍රධාන භූමිකා 03ක් දක්වයි.

01. ආරක්ෂකයෙකුගේ භූමිකාව
02. සාකච්ඡා මණ්ඩපයක භූමිකාව
03. ගුරුවරයෙකුගේ භූමිකාව

- මෙයට අමතර ව ජනමාධ්‍ය මගින් ඉටු කරන කාර්යයන් රැසක් ඇත.

- ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මුර සෙබලකුගේ භූමිකාව ඉටු කිරීම

මෙහි මූලික අදහස වන්නේ පොදු ජනතාව වෙත එල්ල වන විවිධාකාර තර්ජනයන් කෙරෙහි විමසිලිමත් වීම හා ඊට එරෙහි ව හඬ නැගීම යි.

මෙහි දී රාජ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය කෙරෙහි විශේෂ සැලකිල්ලක් යොමු කෙරේ. සමාජ ක්‍රියාවලියේ දී පාලකයෝ අත්තනෝමතික ලෙස ක්‍රියා කරත් නම් සමාජ හක්තියෙන් යුතු ව සමාජයට සිදු වන හානිය වළක්වා ගැනීමට ජනමාධ්‍ය ක්‍රියා කළ යුතු ය. එසේ වුවත් බොහෝ විට සිදු වන්නේ ජනමාධ්‍ය පාලක පන්තියේ දෘෂ්ටිවාදයන් ක්‍රියාත්මක කිරීමයි.

- සමකාලීන සමාජ විඥානය හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වීම

ජනමාධ්‍ය මගින් නව ජීවන ක්‍රම, නව සිරිත් විරිත්, නව ඇඳුම් පැලඳුම්, නව බඩු භාණ්ඩ ආදිය අරභයා ප්‍රබෝධයක් සහ සහකම්පනයක් ඇති කරවයි. එමෙන් ම ජනතාව තුළ සමාජ ප්‍රගතියට හිතකර වූ නවීනත්වයක් පිළිබඳ හැඟීමක් ඇති කිරීමට ද ජනමාධ්‍ය උපකාරී වේ.

- ග්‍රාහක රසඥතාව පුළුල් කිරීමට සහය වීම
- නවෝත්පාදන විසරණය සඳහා තොරතුරු කේන්ද්‍රස්ථානයක් බවට පත් වීම
- ඥාන වර්ධනය සඳහා උපයෝගී වීම

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය විවිධාකාර ය. එනම් මුද්‍රිත මාධ්‍ය සහ විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස යි. මුද්‍රිත මාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත්, පොත සහ සඟරා, හඳුනාගත හැකි අතර විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස ගුවන්විදුලිය,

රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකි ය. තාක්ෂණයට අනුව ඩිජිටල් මාධ්‍යයේ ආගමනයෙන් ජනමාධ්‍ය තවත් ආකාරයකට වර්ග කෙරේ.

පුවත්පත

- පුවත්පත මුල් ම සංවිධිත ජනමාධ්‍ය යි. ප්‍රවෘත්තිවලින් සමන්විත යන මුඛ්‍ය අර්ථය පැවතිය ද පුවත්පත ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංගවලින් යුක්ත ය. පුවත්පත් යනු ‘ප්‍රවෘත්ති ප්‍රසිද්ධ කරණ පත්‍රය’ ලෙස සුමංගල ශබ්දකෝෂය (පිටුව 629) දක්වා ඇත.
- මෙයට අමතර ව පුවත්පත පිළිබඳ නිර්වචන කිහිපයක් විමසා බැලීම සුදුසු වේ.
- සුවිශේෂ භූගෝලීය කලාපයක වෙසෙන බහුතර ජනතාවට අයත් පොදු රුචිකත්වයන් අඩංගු ප්‍රවෘත්ති දැක්වෙන දිනපතා හෝ සතිපතා නිකුත් වන ප්‍රකාශනයකි. යුනෙස්කෝ සංවිධානය ‘ පුවත්පත යන්න මෙසේ හඳුන්වා දී ඇත.

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත්කරන, එකට නොබඳින ලද ප්‍රකාශනයකි.”

- ඉංග්‍රීසි භාෂාවේ පුවත්පත හැඳින්වෙන්නේ ‘Newspaper’ ලෙස යි. ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය පුවත්පත නිර්වචනය කරන්නේ මෙසේ ය.

“මහජනයා උනන්දුව දක්වන ප්‍රවෘත්ති, වෙළෙඳ දැන්වීම්, සාහිත්‍ය හා සම්බන්ධ කරුණු හා අනෙකුත් අංශ ඇතුළත් ව දිනපතා හෝ සතිපතා පළ කරන මුද්‍රිත ප්‍රකාශනය පුවත්පත යි.

“පුවත්පත මුද්‍රිත ප්‍රකාශනයකි. එය එකට ගොනු වූ කටු ගසා අමුණා නැති කඩදාසි ගොනුවකි. එය දිනපතා සතිපතා වශයෙන් පළ විය හැකි ය. ඊට ප්‍රවෘත්ති, ඡායාරූප, විශේෂාංග හා වෙළෙඳ දැන්වීම් ඇතුළත් වේ. විශේෂ නමක් ද එයට යොදා ඇත.”

- මෙම සරල විග්‍රහය වඩාත් සවිස්තරාත්මක ව මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍රයන් විසින් සන්නිවේදන ශබ්දාකරයේ මේ ආකාරයෙන් විග්‍රහ කර ඇත.

‘Newspaper – දිනපතා සතිපතා හෝ වාරානුකූල ව පුවත් සැපයීම සඳහා පුවත් සැපයීමේ අරමුණෙන් පළමුවෙන් පටන් ගත් පත්‍රිකා විශේෂයකි. එහෙත් කාලානුරූප ව පුවත්පත යනු හුදු පුවත් සැපයීම සඳහා ම වෙන් වූ මාධ්‍යක් වෙනුවට ඊට වඩා විවිධ අංගෝපාංගයන් ඇතුළු වූ ප්‍රකාශන විශේෂයක් ලෙස හැඳින්වේ. පුවත්පත සඳහා ආරම්භයේ දී දෙනු ලැබූ නිර්වචනය වෙනස් වී ඇත්තේ තාක්ෂණය හේතු කොටගෙනයි. නවීන දිනපතා පුවත්පතක් හෝ සතිපතා පුවත්පතක් විශේෂාංග රැසකින් සමන්විත ය. දේශීය හා විදේශීය පුවත් සම්පාදනය හැරුණු කොට ඡායාරූප, කාටූන්, චිත්‍ර, තීරු රචනා, වෙළෙඳ දැන්වීම්, කතු වැකි, නිර්මාණාංග වැනි අංග ඇතුළත් වේ. පුවත්පත් වර්ග ද කිහිපයක් ඇත. සාමාන්‍ය තොරතුරු සම්පාදනය හා විශේෂාංග ඇතුළත් පුවත්පත් හැරුණු විට විවිධ විෂයන්ට යොමු වූණු විශේෂ වර්ගයේ පුවත්පත් බිහි වී තිබේ. ලමා, කාන්තා, ක්‍රීඩා, විද්‍යා, සිනමා ඉන් කිහිපයකි.’

පොත්

- ‘පොත්’ යන්නට සුමංගල ශබ්දකෝෂය (ලියු හෝ මුද්‍රිත) ග්‍රන්ථය’ ලෙස දක්වයි.
- ලියු හෝ මුද්‍රිත හෝ අමුද්‍රිත හෝ කොළ එකට එක් කොට තනාගත් ලේඛන මිටිය පොත ලෙස හඳුනාගත හැකි බව හරිස්චන්ද්‍ර විජේතුංග මහතාගේ මහා සිංහල ශබ්දකෝෂය 1163 පිටුවේ දක්වා ඇත.
- නූතන ජනමාධ්‍ය ඉතිහාසය ආරම්භ වූවායයි සලකනු ලබන්නේ පොත මඟිනි. මෙය සමාජයේ වෙනසක් ඇති කිරීමට හේතු විය. මෙහි දී සඳහන් කළ යුතු ප්‍රධාන කරුණක් වනුයේ තාක්ෂණික මාර්ගවලින් එතෙක් පැවති වෙනත් මාධ්‍ය එනම්, අතින් ලියන ලද හෝ මුවින් ප්‍රකාශ කරන ලද දේ මුද්‍රිත ව ඉදිරිපත් කිරීම පොතයි. එහි දී සිදු වූයේ ජනතාව අතර ප්‍රසිද්ධ ව තිබූ ග්‍රාම්‍ය භාෂාවලින් පමණක් නිර්මිත වූ දේ මුද්‍රිත පොතක් ලෙස ඉදිරිපත් වීමයි.
- එපමණක් නොව එහි දිගු විමක් ලෙස දේශපාලන හා ආගමික පත්‍රිකා සහ tracts (මධ්‍යගත යුගයේ චින්තනය වෙනස් කිරීමට හේතු වූ පත්‍රිකා විශේෂයකි.) පොත් බවට පත් විය.
- මෙහි මුල් පියවර වශයෙන් නීති, අණපනත්, රාජාඥා සහ රජයට සම්බන්ධ ලිපි ලේඛන පොත් බවට පත් විය.
- මේ අකාරයට බලන කළ පොත සමාජයේ වෙනස් වීමකට සහ පිබිදීමකට හේතු වී ඇත.
- සන්නිවේදන තාක්ෂණ අභිවර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විද්‍යුත් පුවත්පත් (E newspapers) නිර්මාණය වී තිබේ. මේ අනුව පරිගණක පාදක ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය බහුල ව සිදුවන අතර විද්‍යුත් පුවත් (E news) ජංගම දුරකථන මඟින් ලබා ගැනීමට ද අවකාශ උදා වී තිබේ.
- එසේම පුවත්පත් අන්තර්ජාලයට එක් කිරීම නිසා පුවත්පත් කියවීමේ ස්වරූපය වෙනස්කම් සිදු වීමෙන් තිබෙන බව නිරීක්ෂණය කළ හැකි ය.

සඟරා

- සතිපතා හෝ මාසික ව ලිපි ලේඛන හෝ ඡායාරූප ඇතුළත් තනි ලේඛනයක් ලෙස ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය සඟරාව යන්න අර්ථ දක්වයි.
- යුනෙස්කෝ සංවිධානය සඟරාව යන්න මෙසේ හඳුන්වා දී ඇත.
 “එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත්කරන, එකට බදින ලද ප්‍රකාශනයකි.”
- සඟරාවක් යනු යම් ක්ෂේත්‍රයක් අරමුණු කර ගෙන හෝ යම් පාඨක පිරිසක් ඉලක්ක කර ගෙන නිශ්චිත කාල සීමාවල දී පළ වන කෙටි ලිපි හා රූප සටහන් සහිත ප්‍රකාශනයකි. වාර ප්‍රකාශන නමින් ද මෙය හැඳින්වේ. සඟරා පළ කිරීම මාසික, ද්විමාසික, ත්‍රෛමාසික, අර්ධ වාර්ෂික හා වාර්ෂික ලෙස සිදු කළ හැකි ය.

- කලාව, ආගම, ක්‍රීඩා, කෘෂිකර්මය, විද්‍යාව වාණිජ්‍යය, ආර්ථිකය, දේශපාලනය, ගෘහ විද්‍යාව, සංස්කෘතිය, ක්‍රීඩා හා අධ්‍යාපනය යනාදී තේමා ඔස්සේ පළ කෙරේ.
- මුද්‍රිත මාධ්‍යයක් ලෙස පුවත්පතකට සාපේක්ෂ ව සඟරාවල වෙනස්කම් ද දැක ගත හැකි ය. සඟරා ලිපි දිගු කාලයක් සුරැකි ව ගබඩා කර ගැනීමෙන් දැනුම ලබා ගත හැකි වේ. බොහෝ විට දෛනික තොරතුරු අන්තර්ගත නො වේ.

ගුවන්විදුලිය

- ගුවන්විදුලිය පළමු විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය වේ. හඬ සම්ප්‍රේෂණය කරන මාධ්‍යයක් වශයෙන් ගුවන්විදුලිය බිහි වූයේ තාක්ෂණික වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙසයි. අධි සංඛ්‍යාත ප්‍රත්‍යාවර්තක ධාරා අනුසාරයෙන් ජනිත කරවන චුම්බක තරංග උපයෝගී කර ගනිමින් සම්බන්ධිත කරන රැහැන් රහිත ව එක් තැනක සිට හඬ විසුරුවා හැරීම ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ දී සිදු වේ.
- ගුවන්විදුලිය ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යකි. එය හඬ ආත්මය කර ගත් මාධ්‍යයකි. හඬ යන්න මිනිස් හඬ, සංගීතය හා බාහිර ශබ්ද ලෙස කොටස් තුනකට බෙදිය හැකි ය. මෙම සෑම ශබ්දයක ම විශේෂතාවක් පවතින අතර මෙහි දී එක් දිශානතියකට පමණක් සන්දේශ ගෙන යාම සිදු කරයි.
- දුරකථනය හා ටෙලිග්‍රෆ් තාක්ෂණ වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ගුවන්විදුලිය බිහි විය.
- ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය විධිමත් ලෙස ආරම්භ වන්නේ 1914 -15 කාලයේ දී ය. ප්‍රථම ලෝක සංග්‍රාම සමයේ දී හමුදා කටයුතු සඳහා භාවිත විය. ගුවන්විදුලිය රැහැන් රහිත යන අර්ථයෙන් වයර්ලස් යනුවෙන් හැඳින්විය. මෙමඟින් වැඩි දුර ප්‍රමාණයකට සන්දේශ විකාශනය කළ හැකි ය.
- ගුවන්විදුලිය පසු කාලීන ව ගෘහස්ථ උපකරණයක් ලෙස ජනතාව අතර ජනප්‍රියත්වයට පත් විය. සංස්කෘතික වෙනසක් ඇති කිරීමට ද විනෝදාස්වාදය හා තොරතුරු සම්පාදනය ද එහි ප්‍රධාන භූමිකාවක් විය.

ගුවන්විදුලි මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

- ක්ෂණික ය.
- පුළුල් කලාපයක් ආවරණය කරයි.
- එක් දිශාවකට සන්දේශ ගමන් කරයි.
- සරල, ජංගමශීලී මාධ්‍යයකි.
- එක් වරක දී තේරුම් ගත හැකි ලෙස සන්දේශ ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.
- එක් එක් ග්‍රාහක කොටස් ඉලක්ක කර ගනිමින් වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.
- අන්තර්ජාතික, ජාතික, ප්‍රාදේශීය යන ප්‍රජා ගුවන්විදුලි ජාලා ඇති කර ගත හැකි ය.
- ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස පරිකල්පන ශක්තිය ගොඩනැගීම අතින් ප්‍රබල ය.
- රූපවාහිනියට සාපේක්ෂ ව අඩු වියදම් සහිත මාධ්‍යයකි.

රූපවාහිනිය

- රූපවාහිනිය ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යකි. ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය සංකලනය මෙය ජනප්‍රිය මාධ්‍යයක් වීමට හා පුද්ගල මනස කෙරෙහි ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් කිරීමට හේතු විය.
- රූපවාහිනිය ලෝකයේ ප්‍රබලතම ජනමාධ්‍ය ලෙස සැලකේ. ලෝකය පුරා සමාජ, ආර්ථික, දේශපාලන, සංස්කෘතික ප්‍රවණතා නිර්මාණය කිරීමෙහි ලා මෙම මාධ්‍ය දීර්ඝ කාලීන ව බලපෑම් කර තිබේ.
- අධ්‍යාපනික මාධ්‍යක් ලෙස ආරම්භ වන රූපවාහිනිය නිසා ලෝකයේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජ බිහි කිරීමට රූපවාහිනි මාධ්‍ය බෙහෙවින් බලපා ඇත.
- අධ්‍යාපනය, තොරතුරු සම්පාදනය, විනෝදාස්වාදය හා පෙලඹවීම යන කාර්යය රූපවාහිනි මාධ්‍ය මඟින් ඉටු වන කාර්ය ලෙස හඳුනාගත හැකි ය.
- රූපවාහිනි මාධ්‍ය දෛනික ජීවිතයේ ජීවන රටාවන්ට විවිධ බලපෑම් කරන අතර ආකල්ප, දැනුම, සහ හැසිරීම් සකස් කිරීමට හේතු වී ඇති බව ද වටහා ගත යුතු වේ.
- වර්තමානය වන විට රූපවාහිනිය දේශපාලනික හා ව්‍යාපාරික අර්ථයෙන් වඩාත් පුළුල් භාවිත වන බව දක්නට ලැබේ.

රූපවාහිනි මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

- ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යකි.
- විවිධාකාර අන්තර්ගතයන්ගෙන් සහ විචිත්‍රවත් ආකෘතිවලින් සමන්විත ය.
- පෞද්ගලික ගෘහස්ථ සමීපතාවකින් යුක්තය.
- ආකර්ෂණීය මාධ්‍යයකි.
- පුද්ගලයාගේ පූර්ණ අවධානය ග්‍රහණය කරගන්නා මාධ්‍යකි.
- සංකීර්ණ තාක්ෂණයක් සහිත ය.
- විධිමත් ආයතනගත සංවිධාන ව්‍යුහයකින් සමන්විත ය.
- ජාතික ජාත්‍යන්තර ලක්ෂණවලින් යුක්තය.

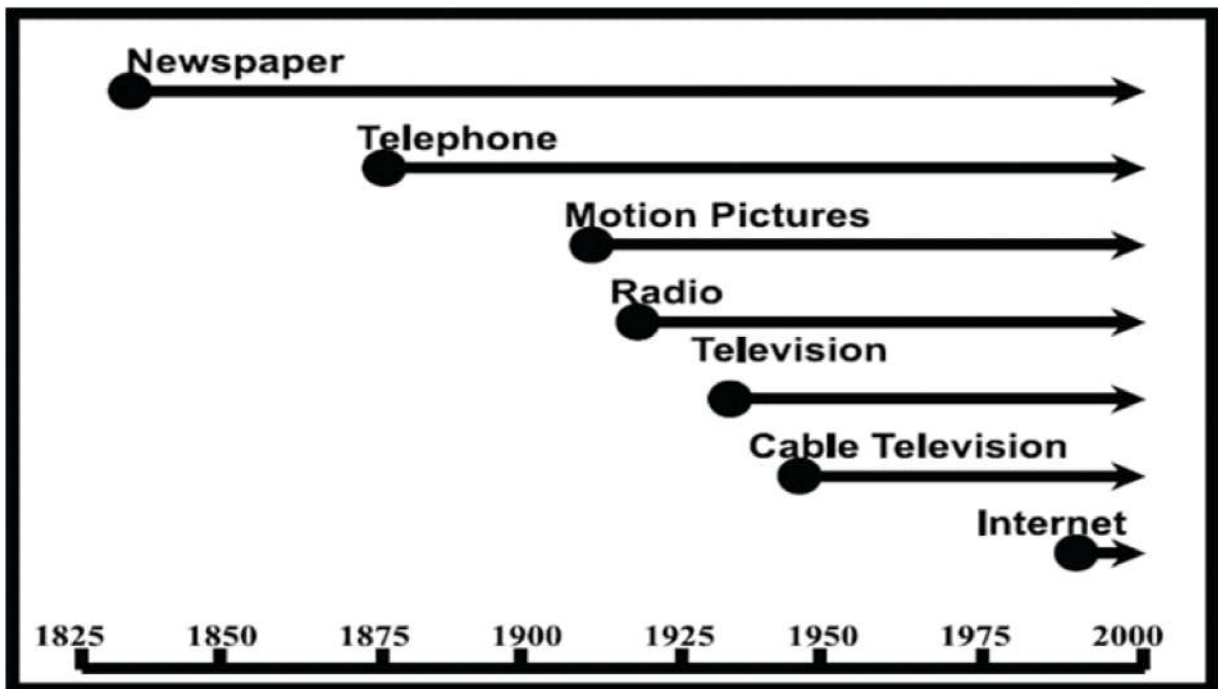
සිනමාව

- මුල් යුගයේ දී එනම් පළමුවන ලෝක යුධ සමය පැවති කාලයේ ප්‍රචාරණ මාධ්‍යක් ලෙස සිනමාව භාවිත වූ අතර රූපවාහිනි මාධ්‍යයේ ව්‍යාප්තිය සමඟ ප්‍රධාන කලා මාධ්‍යයක් බවට පත් විය.

ජන සන්නිවේදන විකාශයේ වැදගත් සංධිස්ථාන

- මිනිසා භාෂාවක් නිර්මාණය කර ගැනීමේ සිට ජනමාධ්‍ය බිහි කර ගැනීම සහ එහි විකාශය පිළිබඳ යම් අවබෝධයක් ගුරුවරයා වෙත තිබිය යුතු ය.
- එය සියලු පාඩම් ඒකක ඉගැන්වීමේ දී ගුරුභවතාට ප්‍රයෝජනවත් වේ. කාල රේඛාවක් (Timeline) සකස් කර ගැනීමෙන් ප්‍රධාන සන්ධිස්ථාන පිළිබඳ සමස්තය වටහා ගැනීමට අවශ්‍ය කරුණු ඒකරාශී කරගත හැකි ය.
- ජන සන්නිවේදන විකාශයේ කාල රේඛාව ලෝකයේ සංධිස්ථාන හා දේශීය සංධිස්ථාන වශයෙන් වෙන් වෙන් ව හෝ එක් ව සකස් කර ගත හැකි ය. වචන මෙන් ම රූප ද මේ සඳහා උපයෝගී කර ගත හැකි වේ. මේ සඳහා ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවන්ගේ සහභාගීත්වය ලබා ගැනීමට හැකි ය.

කාල රේඛාව (Timeline)



ජනසන්නිවේදන ආකෘති

- මේ යටතේ HUB ආකෘතිය 3 වන පාඩමේ සන්නිවේදන වර්ගවල දී ජන සන්නිවේදන වර්ගය යටතේ සාකච්ඡා කර ඇත. (පිටුව 33)

නිපුණතා මට්ටම : 4.3 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය හඳුනා ගනිමින් ඒවායෙහි සමාජ කාර්යභාරය පැහැදිලි කරයි.

කාලච්ඡේද : 10 යි.

- ඉගෙනුම් පල :
- නව මාධ්‍ය යන්න හඳුනා ගෙන ඉදිරිපත් කරයි.
 - නව මාධ්‍යයන්ගේ කාර්යභාරය පැහැදිලි කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍ය යනු කුමක් ද යන්න පැහැදිලි කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍යයන්ගේ කාර්යභාරය විස්තර කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

නව මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

- නව මාධ්‍ය යනු අංකිත තාක්ෂණය ඔස්සේ තොරතුරු අංකිත කිරීම, ශබ්දය, වචන, දත්ත, ග්‍රැෆික්ස්, චිත්‍ර, රූප, වීඩියෝ හඳුනාගැනීම ඒවා ඉතා පහසුවෙන් පිටපත් කර අඩු පිරිවැයක් යටතේ ඉතා වේගයෙන් බෙදා හැරිය හැකි මාධ්‍ය යි. මෙම දත්ත, බිත්දුවන් එකක් අතර අංකිත තාක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්ට හඳුනාගැනීම දැක්විය හැකි ය.
- නව මාධ්‍ය දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ බිහි වූවකි.
- දුරකථනය ප්‍රධාන වශයෙන් කථන, හා සංඥා මත රඳා පවතී. රැහැන් සහිත දුරකථන ක්‍රියාවලිය මේ වන විට රැහැන් රහිත වී ඇති අතර එය අංකිත දුරකථන තාක්ෂණය දැක්වා වර්ධනය වී ඇත.
- අන්තර්ජාලය නව මාධ්‍යයක් ලෙස සැලකිය හැකි වන්නේ එමඟින් ජාල ගත වේගවත් තොරතුරු හුවමාරුවක් සිදු වන බැවිනි. 1960 දශකයේ පරිගණකය ආශ්‍රයෙන් එකිනෙකා අතර විශේෂයෙන් පර්යේෂණ පදනම් කර ගෙන විද්‍යාච සම්බන්ධ තොරතුරු සංසරණය හා යුද හමුදා ක්ෂේත්‍රවලට අවශ්‍ය තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට ගත් උත්සාහයේ ප්‍රතිඵල ලෙස නව මාධ්‍ය බිහි විය.
- නව මාධ්‍ය බිහි වීම සඳහා ආර්ථික සමාජ, දේශපාලන, තාක්ෂණය ආදී ක්ෂේත්‍රවල වෙනස්කම් බලපා ඇත. ඒ අතර තොරතුරු තාක්ෂණයේ වර්ධනය වීම ද ප්‍රධාන වේ.
- ටිම් බර්නස් ලී (Tim Berners Lee) විසින් ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය (World Wide Web - www) පිළිබඳ අදහස ඉදිරිපත් කිරීමත් සමග නව මාධ්‍යයේ වර්ධනය වේගවත් විය.
- විවිධ මාධ්‍ය සමීප වීම සහ එක් වීම එනම් අභිසාරිතාව නව මාධ්‍ය ව්‍යාප්ත වීම කෙරෙහි බලපෑ ප්‍රබල සාධකයකි. මෙය නව සන්නිවේදන තාක්ෂණ වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයකි.

නව මාධ්‍ය ලක්ෂණ

- නව මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ කිහිපයක් මෙහි දී හඳුනාගත හැකි ය.

- ❖ අංකිතකරණය (Digitalisation)
- ❖ ජාලගතකරණය (Networking)
- ❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය (Interactive)
- ❖ අධිපාඨනීයත්වය (Hypertextuality)
- ❖ ස්වයංකරණය (Automation)
- ❖ දත්ත සංචිතකරණය (Database)
- ❖ වේගවත් සන්දේශකරණය (Fastest massaging)

❖ අංකිතකරණය (Digitalisation)

අංකිතකරණය යනු අංකිත තාක්ෂණයේ ඒකාබද්ධතාවයි. දෛනික ජීවිතයේ සමස්ත ක්‍රියාකාරීත්වය සමග අංකිත තාක්ෂණය බැඳී පවතී. තාක්ෂණයට නතුව පවතින ලෝකයේ සංවර්ධනය අංකිතකරණය මගින් විද්‍යමාන වේ. පහසුවෙන් ලබා ගැනීමට හැකිවන ආකාරයට දත්ත පරිගණක ගත කිරීම අංකිතකරණය මගින් සිදුවන බව අර්ථ දැක්විය හැකි ය.

❖ ජාලගතකරණය (Networking)

තොරතුරු ජාලා එකිනෙකට සම්බන්ධ කිරීම ජාලගතකරණයයි. ස්ථානීය ක්ෂේත්‍ර ජාලගතකරණය (Local Area Network - LAN) හා පුළුල් ක්ෂේත්‍ර ජාලගතකරණය (Wide Area Network - WAN) මූලික අවස්ථාව වේ. පුළුල් විස්තීර්ණ ජාලගතකරණයක් ලෙස ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලගතකරණය (World Wide Web - WWW) සඳහන් කළ හැකි ය.

❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය (Interactive)

ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රියාව පරිගණකය හෝ රූපවාහිනිය මාධ්‍ය කොට ගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. දත්ත ලබා ගැනීමට උපදෙස් ලබා දීම ක්ෂණික ව තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීම සහ ප්‍රතිචාර දැක්වීම සඳහා භාවිත කරන මානව සංවාදශීලීත්වය අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය යි.

❖ අධිපාඨනීයත්වය (Hypertextuality)

විද්‍යුත් සබඳතා භාවිත කරමින් එක් පඬිතයක් වෙතින් වෙනත් පඬිතයක් වෙත ළඟා වීමට ඇති සබඳතාව අධිපාඨනීයත්වය යි. මෙම පඬිතයන් එකිනෙක හා බැඳී පවතින නිසා පුළුල් ව පඬිත කරා ළඟා වීමට හැකි වීම මෙහි ඇති වාසිදායකත්වය යි. උදාහරණ ලෙස මාර්ගගත දත්ත පඬිතයක සම්බන්ධ මගින් විවිධ තොරතුරු මූලයන්ට ළඟා වීමට ඇති හැකියාව දැක්විය හැකි ය.

❖ ස්වයංකරණය (Automation)

ස්වයංකරණය යනු නව තාක්ෂණය උපයෝගී කරගනිමින් දත්ත හුවමාරු කරගැනීම සඳහා භාවිත ස්වයංක්‍රීය ක්‍රියාවලියකි. පූර්ව උපදේශවලට අනුව සක්‍රීය වන සෘජු මානව එළඹුමකින් තොරව ග්‍රාහකයා වෙත පණිවිඩ හුවමාරුව සඳහා උපයෝගී කරගනු ලබන ක්‍රියාවලියකි.

❖ දත්ත සංචිතකරණය - Database

මූලික දත්ත එකතුවකි. පරිගණක විධි ක්‍රමවලට අනුව ලබා ගැනීමට හැකි ආකාරයෙන් දත්ත ගබඩා කර තිබේ. දත්ත සංචිත සංකීර්ණ ස්වභාවයකින් යුක්ත ය. මෙම සංචිතවලින් අවශ්‍ය පුද්ගලයෙකුට දත්ත ලබාගත හැකි ය. උදාහරණයක් ලෙස පුවත්පතක වෙබ් අඩවියක දත්ත සංචිතයේ පවතින පුවත් ලබා ගැනීමට ඇති අවකාශය සඳහන් කළ හැකි ය.

❖ වේගවත් සන්දේශකරණය - Fastest Messaging

නව මාධ්‍ය අතීතය වේගයෙන් සන්නිවේදන පණිවිඩ හුවමාරු කිරීමේ ශක්‍යතාවෙන් යුක්ත ය. තොරතුරු සංචිතකරණය මෙන් ම ඒවා අවශ්‍ය අවස්ථාවල දී පහසුවෙන් ලබා ගැනීමටත් පුළුල් ග්‍රාහකයන් පිරිසක් අතර වේගාත්මක ව හුවමාරු කර ගැනීමටත් හැකි වීම විශේෂ ලක්ෂණයකි.

- මෙහි දී නව මාධ්‍ය භාවිතයේ දී සංස්කෘතික ව්‍යුහ හා අවකාශය ජය ගත හැකි ය. නූතන මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන තොරතුරුකරණයේ වේගයට වඩා වැඩි වේගයකින් මෙමඟින් තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට හැකි වී ඇත. මෙහි දී ලොව පුරා මිනිසුන් අතර දුරස්ථ භාවය අවම කිරීමක් හෝ සමීප කිරීමක් සිදු වේ.

සමාජ මාධ්‍ය

- සමාජ මාධ්‍ය යනු නව මාධ්‍යවල දියුණු අවස්ථාවකි. එසේම එය නව මාධ්‍යවලින් ම පැන නැඟුණකි. දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය මෙහි ප්‍රභව අංග වේ.
- මෙමඟින් නව මාධ්‍ය සංකල්පයන් ගොඩනැඟී ඇති අතර එහි සුවිශේෂ ප්‍රවණතාවක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය (Social Media) හඳුනාගත හැකි ය.
- සමාජ මාධ්‍යයේ විශේෂත්වය වන්නේ නිර්මාණය කිරීම, අන්තර්ගතය හුවමාරු කර ගැනීම හා සහභාගිත්වය යි. මෙය සමාජ මාධ්‍ය ජාලා තුළ සිදු වන්නකි.
- පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් අතර සබැඳි ජාලවල සන්දේශ හුවමාරු කර ගැනීමෙන් සමාජ ජාල ගොඩනැඟී ඇත.
- මෙහි දී පරිශීලකයෝ ඩෙස්ක් ටොප් පරිගණක, සහ ලැප්ටොප් පරිගණක, ස්මාර්ට්ෆෝන්, වෙබ් අඩවි තාක්ෂණය ඔස්සේ සමාජ මාධ්‍ය වෙත අවතීර්ණ වෙති.
- පෞද්ගලික තොරතුරු මුදා හැරීමට හැකියාව ලැබී තිබීම මෙහි ව්‍යාප්තියට ප්‍රබල ව බලපෑවේ ය.
- සමාජ මාධ්‍ය මාර්ග ගත සන්නිවේදන නාලිකා ප්‍රජා පාදක එළඹුම් සමඟ ඒකාබද්ධ කරයි. එමඟින් අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය, ඒකාබද්ධතාව, අන්තර්ගතයන් හුවමාරු කිරීම සිදු කරනු ලැබේ.

සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ක්‍රියාකාරිත්වය

- බෙදා ගැනීම සඳහා කෙටි පණිවිඩ යැවීම, ඡායාරූප බෙදා ගැනීම සහ ලැබීම සිදු කිරීම ද වාර්තා කිරීම මෙන් ම විඩියෝ මත අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට හැකි වීමෙන් ද එහි ක්‍රියාකාරිත්වය ගොඩනැගීම හඳුනා ගත හැකි වේ. මෙලෙස ගොඩනංවා ඇති ක්‍රියාකාරිත්වය හරහා විවිධ සමාජ මාධ්‍ය සමාජ ජාල ගොඩනංවා තිබීම හඳුනාගත හැකි ය.

✓ Facebook 

ජනප්‍රිය නිදහස් සමාජ ජාල අඩවියකි. පරිශීලකයන්ට ඡායාරූප හා විඩියෝ එක් කිරීමට, පණිවිඩ යැවීමට, සජීව විස්තර ප්‍රචාරය සහ අන්‍යයන් සමඟ සබඳතා ගොඩනංවා ළීමට හැකි වී ඇත. මෙය ලෝකයේ වැඩිම පිරිසක් පරිශීලනය කරනු ලබන සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිය වේ. මෙමඟින් ව්‍යාපාර, වෙළෙඳ නාම ද ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය.

✓ Twitter 

කෙටි පණිවිඩ හුවමාරු කළ හැකි සමාජ ජාල මාධ්‍යයකි. අකුරු 140ක් ඇතුළත් Twitter එකකින් තමාගේ තොරතුරු ලෝකය පුරා බෙදා හැරිය හැකි වේ. බොහෝ විට ප්‍රසිද්ධ සමාගමක් මෙන් ම ජනප්‍රිය පුද්ගලයෝ ද නිල ට්විටර් ගිණුමක් (Official Twitter Account) පවත්වා ගෙන යති.

✓ LinkedIn 

ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව සහ වෘත්තික ප්‍රජාව සඳහා නිර්මාණය කර ඇති වෙබ් අඩවියකි. එය විශේෂයෙන් භාවිත වන්නේ වෘත්තික ජාලකරණයක් සඳහායි. මෙම වෙබ් අඩවියේ මූලික අරමුණ වනුයේ ලියාපදිංචි වූ සාමාජිකයන්ට තම වෘත්තීය දැනුමෙන් අභිමත පුද්ගලයන් සමඟ ජාල ගොඩනැංවීම සහ ලේඛනගත කිරීමට ඉඩ සැලසීම යි. උදාහරණයක් ලෙස ව්‍යාපාරිකයෝ, රැකියාවල නිරත සහ රැකියා අපේක්ෂා කරන්නෝ ස්වකීය ජීව දත්ත ඇතුළත් කර ඇත.

✓ Pinterest 

අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ඡායාරූප හුවමාරු කිරීම සහ වර්ගීකරණය සඳහා මඟ පෙන්වයි. මෙහි දී ප්‍රධාන අවධානය දායකවන වේ. රූපයක් මත ක්ලික් කිරීමෙන් මුල් මූලාශ්‍රය වෙත ගෙන යයි. ඔබ සපත්තු යුගලයක් සහිත විස්තරයක් මත ක්ලික් කළ හොත් එය මිල දී ගත හැකි ස්ථානය පැහැදිලි කරයි. මෙම සමාජ ජාල වෙබ් අඩවියේ බහුතර පරිශීලකයෝ කාන්තාවෝ ය. මේ අනුව කාන්තාවන්ගේ ප්‍රියතම සමාජ ජාලයක් ලෙස මෙය හැඳින්විය හැකි ය.

✓ Instagram 

ජායාරූප සහ වීඩියෝ බෙදා හදා ගැනීම පදනම් වූ සමාජ මාධ්‍යයකි. Facebook, Twitter වැනි ජනප්‍රිය සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිවලට මේවා යොමු කළ හැකි ය.




✓ Skype 




විදුලි සංදේශ යෙදවුමකි. මෙමඟින් හඬ, වීඩියෝ හා කණ්ඩායම් ඇමතුම් සහ සම්මන්ත්‍රණ සිදු කළ හැකි ය. ඒ සඳහා පරිගණක, ජංගම දුරකථන, හෝ වෙනත් අංකිත තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත කළ හැකි වේ.

✓ Viber 

මෙමඟින් කෙටි පණිවිඩ, හඬ, වීඩියෝ ඇමතුම් සහ ජායාරූප බෙදා හදා ගත හැකි ය. එමෙන් ම Viber out නම් විශේෂාංගය හරහා පරිශීලකයන් නොවන අයට ද ඇමතීම් කළ හැකි ය.

• මීට අමතර ව WhatsApp -  QQ -  We chat - 

Qzone -  Tumblr -  Google+ - 

Baidu Tieba -  Sinaweibo -  snapchat - 

Vkontakte -  Reddit -  වැනි ලොව පුරා ජනප්‍රිය වූ

සමාජ ජාල, වෙබ් අඩවි රැසක් ක්‍රියාත්මක වේ.

සමාජ මාධ්‍යයේ යහපත් හා අයහපත් බලපෑම්

යහපත් බලපෑම්

- ලොව පුරා සමාජ මාධ්‍ය වේගයෙන් වර්ධනය වෙමින් තිබේ. ළමයින්, යෞවනයන් මෙන් ම වැඩිහිටියන් ද මෙම සමාජ මාධ්‍ය අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයේ බලපෑමට නතු ව තිබේ. එය පුද්ගලයාට සහ සමාජයට විවිධාකාරයෙන් බලපෑම් කරයි.

- පරිහරණය කරන කෙනාට සංස්කරණය කළ හැකි වීම
- ග්‍රාහකයාට කැමති ලෙස පරිහරණය කළ හැකි වීම
- කෘෂික වීම
- ප්‍රයෝජනවත් ලෙස වෙනස් කිරීමට මෙන් ම අහිතකර වර්යාවන් සඳහා යොමු කර ලීමට ද මෙමඟින් හැකියාව ලැබී ඇත. මෙහි දී සමාජ මාධ්‍යයේ ධනාත්මක බලපෑම් සමාජීයකරණයට බලපෑම් එල්ල කරන ආකාරය මෙසේ දැක්විය හැකි ය.
- විරෝධාකල්ප ප්‍රචලිත කිරීමට ඇති අවකාශය
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයන් වීම
- දැනුම හුවමාරු කර ගත හැකි වීම
- එක් මාධ්‍යයකින් තව මාධ්‍යයකට යාමට හැකි වීම
- අන්තර්ගතය නිර්මාණය කළ හැකි වීම
- සිසුන්ට කඩදාසිවල ලිවීමට වඩා බ්ලොග් භාවිත කළ හැකි වීම, ගුරුවරුන් සඳහා දැනුම, කුසලතා වර්ධනය කළ හැකි වීම, දුරස්ථ ඉගෙනුම් ක්‍රියාවලියට යොදා ගත හැකි වීම
- ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා යොදා ගත හැකි වීම
- භාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීමට පහසු සහ සරල පිරිවැය අඩු ක්‍රමයකි. තම වෙළෙඳ සන්නාම ප්‍රවර්ධනය කර ලීමට ද යොදා ගත හැකි ය.
- පුද්ගල නිර්මාණශීලීත්වය බෙදා හදා ගත හැකි වීම
- ගැටලු සහ හැඟීම් ප්‍රකාශනයට හැකි වීම
- කාර්යක්ෂම සහ අඩු වියදමකින් තොරතුරු හුවමාරු කළ හැකි වීම
- දේශීය හා ජාත්‍යන්තර සන්දර්භවල විවාද, සාකච්ඡා කුසලතා වර්ධනය කළ හැකි වීම

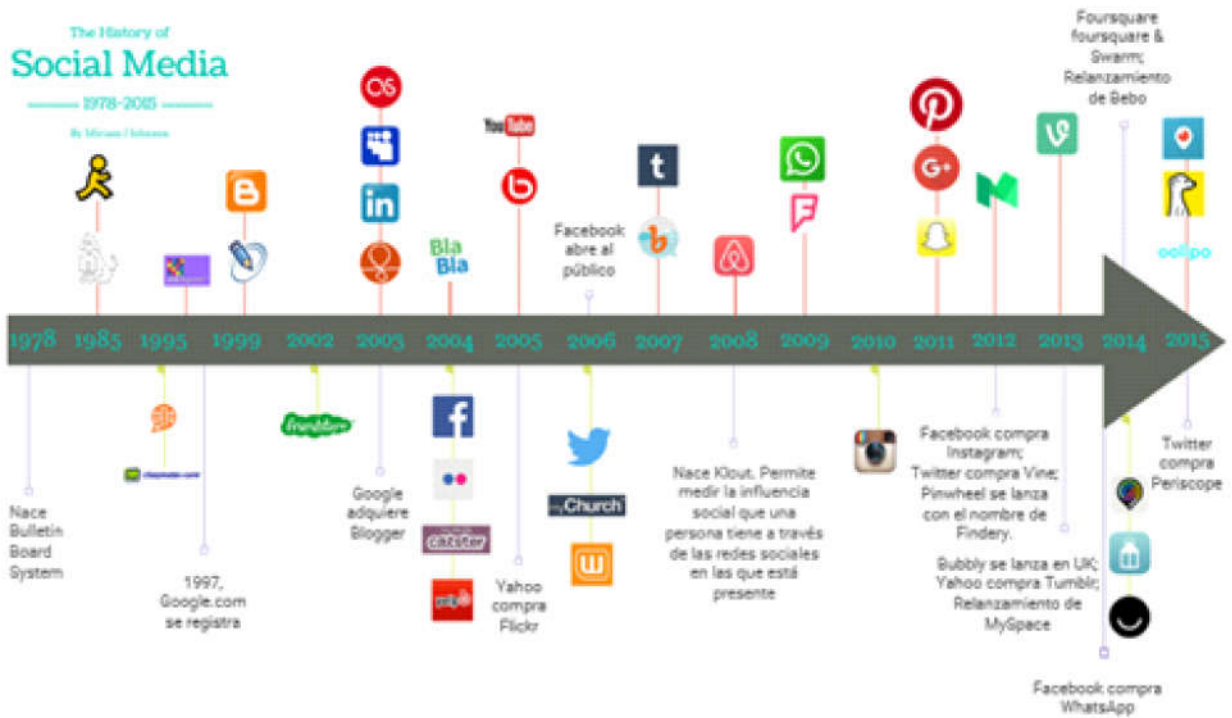
අයහපත් බලපෑම්

- මීට අමතර ව සමාජ මාධ්‍ය විසින් අයහපත් බලපෑම් ද සිදු කරනු ලබයි.
- මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල, දරුණු හුදෙකලාව, බේදජනක සියදිවි නසා ගැනීම් වැනි ගැඹුරු මානසික හා සමාජීය කම්පන ඇති කිරීම
- පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටලු මතු වීම, ස්ථාන හෙළි දරවී වීම හා අවසරයකින් තොර ව පරිශීලකයන්ගේ ගිණුම්වලට ඇතුළු වීම
- සමාජීයයන්ගේ පෞද්ගලික දත්ත සමාජ ජාලා සංවිධාන වෙතින් වෙනත් පාර්ශවයන් වෙත ලබා දීම
- සයිබර් හිරිහැර
- ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියාවලට පෙලඹවීම
- වැරදි තොරතුරු පල කිරීම
- ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම

නව මාධ්‍ය සහ සමාජ මාධ්‍ය කාර්යභාරය

1. තොරතුරු සම්පාදනය (Information)
2. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය (Entertainment)
3. අධ්‍යාපනය (Education)
4. සමාජානුයෝජනය (Socialization)

- සමාජ මාධ්‍ය ඉතිහාසය කාලරේඛාවක් මගින් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.



ඇගයීම

1. නව මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා දෙන්න.
2. නව මාධ්‍යයේ කාර්යභාරය නිදසුන් සහිත ව විස්තර කරන්න.
3. සමාජ මාධ්‍ය යන්න හඳුන්වා එහි කාර්යභාරය පැහැදිලි කරන්න.
4. 'වර්තමානය වන විට සමාජ මාධ්‍යයේ ක්‍රියාකාරීත්වය හේතුවෙන් විවිධ ගැටලු මතු වී ඇත.' විමසන්න.
5. නව මාධ්‍ය මගින් මාධ්‍ය සන්දේශයක් නිර්මාණය කරන්න.

- නිපුණතා මට්ටම : 4.4 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කුසලතා ප්‍රදර්ශනය කරයි.
- කාලච්ඡේද : 12 යි.
- ඉගෙනුම් පල :
 - නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කරමින් සන්දේශ සකස් කර ඉදිරිපත් කරයි.
 - සමාජ මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කරමින් සන්දේශ සකස් කර ඉදිරිපත් කරයි.

පාඩම සැලසුම සඳහා උපදෙස්:

පහත සඳහන් විෂය කරුණු ඇසුරෙන් පාඩම සැලසුම් කරන්න.

- නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව කාණ්ඩ හතරකට වර්ග කළ හැකි වේ. ඒ පිළිබඳ අවබෝධය නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා වර්ධනයට වැදගත් වේ.
 - සෙවුම් යන්ත්‍ර (Search engine)

සන්නිවේදනය විෂයය සම්බන්ධ විෂයය කරුණු සෙවීමට විවිධ සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිත කළ හැකි වේ.
 - එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - ඊ මේල් (e mail)
 - බොහෝ පිරිසකගේ සිට බොහෝ පිරිසක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය - බ්ලොග් (Blog)
 - එක් අයෙකුගේ සිට එක් අයෙකුට එක් අයෙකුගේ සිට කිහිප දෙනෙකුට සිදු වන සන්නිවේදනය
 - අන්තර්ජාලය මගින් සිදු වන කතා (Chat)
- බොහෝ පිරිසකගේ සිට එක් අයෙකු දක්වා හෝ එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙකු දක්වා හෝ එක් අයෙකුගේ සිට බොහෝ අය දක්වා සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය
- නව මාධ්‍ය කුසලතා නව මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන්නන්ට මෙන් ම පරිහරණය කරන්නන්ට ද වැදගත් වේ.

නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය හැකියා, කුසලතා භාවිතය

1. රූපයක් බාගත කරන්නේ කෙසේ ද?
2. මාර්ගගත කතාවක පෙළට සබැඳියක් (Link) එකතු කරන්නේ කෙසේ ද?
3. ඡායාරූපයක් ගෙන සංස්කරණය කිරීම සහ වෙබ් පිටුවක එය ඇතුළත් කරන්නේ කෙසේ ද?
4. වෙබ් පිටුවක විඩියෝවක් සඳහා කේතයක් ඇතුළු කර එය ප්‍රතිනිර්මාණය කරන්නේ කෙසේ ද?
5. කතාවකට අදාළ සබැඳි (Link) සොයා ගනිමින් ඒවා එකතු කිරීම සිදු කරන්නේ කෙසේ ද? යන අවබෝධය

- සමාජ මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කුසලතා, මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන්නන්ට මෙන් ම පරිහරණය කරන්නන්ට ද වැදගත් වේ.
- ලේඛනය - බොහෝ සමාජ මාධ්‍ය පෝස්ට්ස් පාඨ ඇතුළත් වන අතර බොහෝ දෙනෙකු පෙළ පාදක කර ගෙන ඇත. එයින් අදහස් වන්නේ සමාජ මාධ්‍යවලින් යවන ලිපි ඵලදායී වීමට නම් පාඨ යොදා පැහැදිලි ආකර්ෂණීය සන්දේශයන් නිර්මාණය කළ යුතු වන බව යි. එහි දී භාෂාව හැසිරවීම කෙරෙහි සැලකිලිමත් විය යුතු ය.
- නිර්මාණ, සජීවී විඩියෝ කතා කිරීම, පාර්භෝගික සේවා සහ තම අදහස් දක්වමින් සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම වැනි කාර්ය කළ හැකි වේ.

ඇගයීම

1. විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් සකස් කරන්න. ඒ මඟින් තොරතුරක් යැවීමට කටයුතු කරන්න.
2. ගුරු භවතාගේ ද සහයෝගය ලබා ගනිමින් මාධ්‍ය සමාජය සඳහා බ්ලොග් අඩවියක් නිර්මාණය කරන්න.
3. සෙවීම් යන්ත්‍රයක් ආධාරයෙන් ජනමාධ්‍යට සම්බන්ධ වැදගත් තොරතුරක් විද්‍යුත් තැපැල් ගිණුමක් මඟින් ගුරුභවතාට යවන්න.

පාරිභාෂික පද

ජනමාධ්‍ය	-	Mass Media
නව මාධ්‍ය	-	New Media
සමාජ මාධ්‍ය	-	Social Media
සම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය	-	Traditional Media

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. මහේන්ද්‍ර එස්., **සන්නිවේදන ශබ්දකරය**, එස්. ගොඩගේ සහ සහෝදරයෝ, කොළඹ 10. 1997
2. Brown, L. The New Shorter Oxford English Dictionary Thumb Index Edition. Volum 1- A – M., Oxford University Press: London, 1993
3. DeFleur and Dennis, Understanding Mass Communication, Houghton Mifflin Company, Boston, USA, 1991
4. Eldon Ray Hiebert & Others., *Mass Media*: Newyork, 1987
5. Joshep R. Dominic, Dynamics of Mass Communication, 2010