

Advanced level 2023

COMMUNICATION & MEDIA STUDIES  
**වීඩියා**

මොද්දටම තිතටම වීඩියා

## වගෙන් වචනයක්..

සමහර යාලුවෝ කියනවා නේ පීචිතෙ දිනන්න විභාග පාස් වෙන්නම ඔනි නැ කියල.මොට්ටීශන් අයිශල අප්පච්චිලා එම.හර් ඇති.

ඉතින් විභාග ගෙල් වුන හැම මිනිහම පීචිතෙ දිනුවද බං ? ඔයා හිතනවද ඔයාගෙ අතික් යාලුවෝ පාස් කියල කියද්දි ඔයා ගෙල් කියල හර් ඔයා අඩු සාමාර්ථ අරන් තියෙද්දි හර් ඔයාට දැනෙන හැගීම ලස්සන එකක් වෙයි කියල..ඔයාගෙ අමමට අප්පච්චිට දැනෙන හැගීම ලස්සන එකක් වෙයි කියල.

එක එකාගෙ වැල් බයිලා වලට යට වෙන්-නැකුව ඔයාගෙ පීචිතේ අඩියක් හර් ඉස්සරහට එන්න හොදට විභාගේ ගොඩ දාගන්න.ජයග්‍රහණය නෙමෙ සහභාගි වීම වැදගත් කියන තර්කට වැඩ කරන්න-පා.සහභාගි වෙලා ගෙල් ලකුනක් අරන් වැඩක් නැ.හැමෝම හිනාවෙයි.ඉතින් සහභාගි වෙලා ජයග්‍රහණය අරන් පෙන්නන්න.අඩුම උත්සාහ කරන්න.

ඔයාට ජයෙන් ජය පොඩ්ඩො!!

අට වැනි පාඩම

**මහජන සම්බන්ධතා හා සිද්ධි කළමනාකරණය**

Public relations and event management

විස්තරාත්මක කෙටිසටහන් පොත

Advanced level 2023

COMMUNICATION & MEDIA STUDIES  
**වීඩියා**

මොද්දටම තිතටම වීඩියා

විස්තරාත්මක කෙටිසටහන් පොත

ඉගිල්ලෙන් හවු සුදානම් කරන පුංචි කුරුලු පැටවින්ට ආදරෙන්

ඉගිල්ලෙන් හවු සුදානම් කරන පුංචි කුරුලු පැටවින්ට ආදරෙන්

**ලනිරු කේ. මදුගාන**

HNDIT , mass communication (UG)

076 3950730  
071 0538308

### 8.1 මහජන සම්බන්ධතාවල ආරම්භය එහි වැදගත්කම හා අවශ්‍යතාව

මහජන සම්බන්ධතා හා සිද්ධි කළමනාකරණය.

මහජන සම්බන්ධතා යනුවෙන් සරලව හදුන්වන්නේ කීර්ති නාමයක් ඇතිකිරීම සඳහා පුද්ගල අදහස් හා හැසිරීම වලට බලපෑම් කිරීම යනුවෙනි.

මහජන යන්නෙන් සමාන හා පොදු අවශ්‍යතා සහිත පුද්ගලයෝ සමූහයක් නියෝජනය වේ. සම්බන්ධතා යන්නෙන් පොදු අදහස් උදහස් හා ක්‍රියාකාරකම් බෙදා ගැනීමේ ක්‍රියාවලියකින් ලැබෙන අවබෝධය අදහස් වේ.

#### මහජන සම්බන්ධතා ආරම්භය හා වර්ධනය

මහජන සම්බන්ධතා සංකල්පීය වශයෙන් ආරම්භ වන්නේ යුරෝපයේ කාර්මික විප්ලවයෙන් පසුයි.

කර්මාන්තශාලා පදනම් කර ගනිමින් සේවකයින් හා පාලකයින් අතර ඇතිවූ ගැටුම් කළමනාකරණය (Conflict Management) කිරීම සඳහා මහජන සම්බන්ධතා සංකල්පයක් ලෙස වර්ධනය විය.

1945 දී Public Relation නම් ග්‍රන්ථය රචනා කරමින් Edward L' Bernay ජන සම්බන්ධතා නයාය පිළිබඳ පැහැදිලි කර දී ඇත.

මහජන සම්බන්ධතා ඓතිහාසික ලෙස අධ්‍යයන කල James Gruing & Todd Hunt විසින් ආකෘති 04 ක් පෙන්ව දී ඇත.

#### 1. පුවත් නියෝජිත/ ප්‍රචාරණ ආකෘතිය

19 වන සියවසේ මහජන මතයට බලපෑම් කිරීමට ප්‍රචාරණ නිර්මාණය කරන නියෝජිත ආයතන ඇතිවිය.

ප්‍රවර්ධනය. යන අදහස මාධ්‍ය ලෝකයේ ඉදිරියට පැමිණීම.

එමගින් අතිශෝකතියට මුල්තැන ලැබී සතයයට දෙවන තැන ලැබීම.

එක මාර්ගික සන්නිවේදන බලපෑම දක්නට ලැබීම.

#### 2. මහජන තොරතුරු ආකෘතිය

20 වන සියවස මුල් භාගයේදී නිවැරදි ප්‍රචාරණ වාර්තාකරණයේ අවශ්‍යතාව මතු විය.

සන්නිවේදනය මගින් සැඟවීමක් නොකළ යුතු බව අවබෝධ වීම. එක මාර්ගික සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වීම.

#### 3. ද්විමාර්ගික අසමමිතික ආකෘතිය

1900 දශකය වන විට පරිභෝජන භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය වැඩිවීම හා තරගකාරී ප්‍රචාරණය.

අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය ඉලක්ක ග්‍රාහකයින් මත ක්‍රියාත්මක වීම.

විද්‍යාත්මක පෙළඹවීම පිළිබඳ අධ්‍යයනය වර්ධනය වීම හා එ සඳහා මනෝවිද්‍යාත්මක ක්‍රම භාවිතය.

ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදනය වර්ධනය වීම.

එහි අසමබර බලපෑම පිළිබඳ හඳුනා ගැනීමට අවශ්‍ය වීම.

#### 4. ද්විමාර්ගික සමමිතික ආකෘතිය

1980 වන විට මහජන සම්බන්ධතා යන විෂය සංවර්ධනය වීම. බලපෑම යන්න අතිතකර ලෙස වර්ධනය වීම නිසා ආචාරධර්මවල වැදගත්කම මතු වීම.

එතෙක් පැවති ප්‍රයෝගකාරී ප්‍රචාරණ සංවිධාන වෙනස් විය යුතු බව වැටහීම.

එවැනි සංවිධාන හා සංවිධාන හා ග්‍රාහකයා අතර අවබෝධය වර්ධනය කිරීමේ අවශ්‍යතාව මතු වීම.

ගැටුම් නිරාකරණය සාකච්ඡා සම්මන්ත්‍රණ ප්‍රවර්ධනය සිද්ධි කළමනාකරණය දියුණු වීම.

මහජන සම්බන්ධතා විෂය සඵලදායී විෂයක් ලෙස වර්ධනය වීම.

### මහජන සම්බන්ධතා අවශ්‍යතාවය හා වැදගත්කම

#### මහජන සම්බන්ධතා අවශ්‍ය වන්නේ

යම් ආයතනයක අරමුණු වඩාත් ඵලදායී හා විධිමත් ආකාරයෙන් අත්පත් කර ගැනීම මෙහිලා යොදා ගත හැකි සන්නිවේදන උප-ක්‍රමයක් ලෙස භාවිත කිරීම සඳහාය.

#### මහජන සම්බන්ධතා අවශ්‍ය වන අවස්ථා

මහජන ජීවිතය ඵලදායී කිරීම සඳහා එකාබද්ධතා ඇති කිරීම. පොදුවේ සියලු ආකාරයේ සාමූහික ක්‍රියාදාම කෙරෙහි ජනතා සහභාගිත්වය පුළුල්ව ලබා ගැනීම.

නව භාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීම.

තරගකාරීත්වක් පවතින අවශ්‍යතාවක ඇතිවෙන ප්‍රතිවිරෝධය ජය ගැනීම.

සංවිධානයක් හා එහි පාර්ශවකරුවන් අතර ඇතිවෙන මතවේද සමනය කිරීම.

ආයතනයේ ප්‍රතිරූපයට වෙන හානි අවම කිරීම.

තර්ජනීය තත්ත්ව පාලනය කර ගැනීම.

#### මහජන සම්බන්ධතාවය දැන්වීමකරණයෙන් වෙනස් වන ආකාරය පිළිබඳව Joseph R' Dominick දක්වා ඇති කරුණු

මහජන සම්බන්ධතා හා දැන්වීමකරණයෙහි එක් සමානකමක් වන්නේ මේ මාධ්‍ය දෙකෙහිම අරමුණ වන්නේ පෙලඹවීමයි. එ සඳහා ජනමාධ්‍ය භාවිතා කරයි.

මහජන සම්බන්ධතා කළමනාකරණ කාර්යයකි. දැන්වීමකරණය අලෙවිකරණ කාර්යයකි.

දැන්වීමකරණ ජනමාධ්‍ය භාවිත කරන අතරණී මහජන සම්බන්ධතා ජනමාධ්‍ය හා යන්ත්‍ර සහයක සන්නිවේදන ක්‍රමෝපාය ද භාවිතා කරයි.

දැන්වීමකරණය මහජන සම්බන්ධතා මෙන්ම පුද්ගලයාන්තර සම්බන්ධතා භාවිතා කරයි. එසේම දැන්වීමකරණය සඳහා අනුග්‍රාහකත්වය අවශ්‍ය වේ. මෙයින් අදහස් වන්නේ දැන්වීමකරණය සඳහා සෘජු මුදලක් වැය වන අතර මහජන සම්බන්ධතා සඳහා මුදල් වැය නොවන බවයි.

**මහජන සම්බන්ධතාවය අයත් කරුණු**

- සමාජීය
- මාධ්‍ය
- සන්නිවේදනය
- ග්‍රාහකයෝ
- සමාජය
- සංවිධානය
- වෙළඳ දැන්වීම්
- ප්‍රචාරණය
- සන්දේශය
- ප්‍රවෘත්ති
- ප්‍රතිපෝෂණය

**8.3 මහජන සම්බන්ධතා අවස්ථා**

යම් ආයතනයක් හෝ සංවිධානයක් මහජන සම්බන්ධතා යොදා ගන්නා විවිධ අවස්ථා වර්ග කළ හැකිය.

1. රාජ්‍ය මහජන සම්බන්ධතා
2. ආයතනික මහජන සම්බන්ධතා
3. ව්‍යාපාර මහජන සම්බන්ධතා
4. වෘත්තීය මහජන සම්බන්ධතා
5. මාධ්‍ය මහජන සම්බන්ධතා

**8.4 මහජන සම්බන්ධතා මෙවලම් හා විධික්‍රම**

එක මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රමයක් ක්‍රියාත්මක වන මහජන සම්බන්ධතා මෙවලම් හා විධි ක්‍රම

**මෙවලම්**

- ප්‍රවෘත්ති නිවේදන
- මාධ්‍ය කට්ටල
- පොත් පිංච
- විස්තර පත්‍රිකා

**විධික්‍රම**

- තැගි ලබාදීම
- සම්මාන පිරිනැමීම
- දිරි දීමනා
- උපදේශනය

**ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රමයක් ක්‍රියාත්මක වන නව මහජන සම්බන්ධතා මෙවලම්**

- වීඩියෝ සම්මන්ත්‍රණ
- වීඩියෝ ප්‍රවෘත්ති නිකුත් කිරීම
- අන්තර්ජාල මහජන සම්බන්ධතා
- විද්‍යුත් මාධ්‍ය කට්ටල

**8.5 මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියාගේ කාර්යභාරය**

1. ආයතනය හා සම්බන්ධ වන අභ්‍යන්තර හා බාහිර පාර්ශවකරුවන් අතර සබඳතා ඇති කිරීම
2. ආයතනය පිළිබඳ යහපත් ආකල්පයක් ඇති වන අන්දමින් ජනතාව වෙත තොරතුරු සපයා දීම
3. ආයතනයේ සිදු කරන ක්‍රියාවලි ජනතාව අතරට රැගෙන යාම හා ඒ පිළිබඳ පැහැදිලි අවබෝධයක් ජනතාව තුළ ඇති කිරීම මූලික කාර්යයයි.
4. ආයතනයේ පරමාර්ථය වෙනුවෙන් මහජන සම්බන්ධතා මෙවලම් උපක්‍රම භාවිත කිරීම.
5. ආයතනය වෙනුවෙන් මහජන සම්බන්ධතා සැලසුම් කිරීමේ සම්බන්ධීකරණය හා ඒවාට අවශ්‍ය අභිප්‍රේරණය ලබාදීම.
6. ආයතනයේ රැස්වීම් සංවිධානයන් දැන්වීම් සම්බන්ධීකරණයන් මාධ්‍ය නිවේදන නිකුත් කිරීමේ උපදේශන සේව පැවැත්වීම හා මාධ්‍ය සමඟ සමීප සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගැනීම.

මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියා සතු කුසලතා

1. අභිප්‍රේරණාත්මක කථනය
2. ඉදිරිපත් කිරීමේ කුසලතා
3. අන්‍යයන්ගේ අදහස් කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමේ හැකියාව
4. ප්‍රවෘත්ති නිවේදන රචනය හා සංස්කරණ කුසලතා
5. වාර්තා ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශන කතා රචනය හා ඉදිරිපත් කිරීමේ කුසලතා
6. ප්‍රශස්ත ලෙස ග්‍රාහකයා ඇමතීමේ කුසලතා
7. මහජන සම්බන්ධතා සමීක්ෂණ කිරීමේ කුසලතා

මහජන සම්බන්ධතා නිලධාරියා සතු ගුණාංග

1. අවංක බව
2. සෘජු බව
3. සංවේදීභාවය
4. සමබර පෞරුෂය
5. කාර්ය මූර්තවය
6. සහයෝගීතාව

මාධ්‍ය නිලධාරියාගේ කාර්යභාරය

මාධ්‍ය නිලධාරියා යනු යම් ආයතනයක හෝ සංවිධානයක බාහිර මහජන සම්බන්ධතා වර්ධනය කිරීම උදෙසා මාධ්‍ය සම්බන්ධතා පවත්වන නිලධාරියා වේ.

1. ආයතනය පිළිබඳ මාධ්‍ය වෙත සිදු කරනු ලබන විමර්ශන වලට පිළිතුරු ලබා දීම හා මාධ්‍ය සම්මන්ත්‍රණ සාකච්ඡා සඳහා ආයතනය වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම.
2. මාධ්‍ය ඇගයීම් වාර්තා සකස් කිරීමේ ආයතනය හා සම්බන්ධ ලිපි ලිවීම සහ මාධ්‍ය වාර්තා ප්‍රකාශන බෙදා හැරීම
3. ආයතන කාර්යය හා නව දැක්ම පිළිබඳ ජනතාව දැනුවත් කිරීම හා තොරතුරු සැපයීම.
4. ආයතන මාධ්‍ය හා ප්‍රවර්ධන වැඩසටහන් මෙහෙයවීම හා පහ-සුකම් සැලසීම.
5. ආයතනයේ ජනප්‍රියභාවය වෙනුවෙන් මාධ්‍ය ආවරණ අවශ්‍ය උත්තරාදානය කර ගැනීම
6. ආයතනය ඒ පිළිබඳ ජනතාව හා මාධ්‍ය අතර අවබෝධය ඇති කිරීම

8.6 සිද්ධි කළමනාකරණය

අලෙවිකරණය පිළිබඳ මහාචාර්යවරවයකු වන පිලප් කොට්ලර් විසින් දක්වා ඇති සිද්ධි වර්ගීකරණය.

- සමාජ හා ජීවන චක්‍ර සිද්ධි
- අධ්‍යාපනික හා වෘත්තීය සිද්ධි
- ක්‍රීඩා හා විනෝදාත්මක සිද්ධි
- දෛශපාලනමය සිද්ධි
- ඒකාබද්ධ/සාමූහික සිද්ධි
- ආගමික සිද්ධි

සිද්ධි කළමනාකරණයේ අවශ්‍යතාව හා වැදගත්කම

- ආයතනික හොඳ හිත හා ප්‍රතිරූපය ප්‍රවර්ධනය
- කාල කළමනාකරණය
- මූල්‍ය කළමනාකරණය
- අරබුදුකාරී තත්ත්ව කළමනාකරණය
- මාධ්‍ය මගින් ප්‍රචාරණය කිරීම
- ආයතනික පාර්ශවකරුවන් දිනා ගැනීම හා රඳවා තබා ගැනීම

සිද්ධි කළමනාකරුවකුගේ හුම්කාව

- සිද්ධි/ තේමව ඉලක්කය හඳුනාගැනීම
- මූල්‍ය පිරිවැය හා එය සැලසුම් කිරීම
- පාරිභෝගික සේව සැලසුම් කිරීම
- ස්ථානයක් වෙත කර ගැනීම
- ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය වැඩසටහන් හිඡපාදනය සැලසුම් කිරීම.
- ඉලක්ක කණ්ඩායම හඳුනා ගැනීම
- පිටපත ලිවීම
- කාර්ය සංවිධානය