

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.

1 . සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු

කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන, අවට පරිසරයෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රමයන් ය.

- නියත කර්තෘත්වයක් නොමැතිව, තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව, ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් යුතුව සිදු වන සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වී වත්මන දක්වා අඛණ්ඩ ව පැවත එයි.
- මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා

✓ ශබ්ද සංඥා (Sound signal) (බෙර, සක්හඬ, නලා හඬ, හුව ආදී)



✓ දෘශ්‍ය සංඥා (Visual signal) (දුම, කොළ අතු එල්ලීම, කොඩි, සලකුණු තැබීම ආදී) උපයෝගී කර ගෙන ඇත.



- පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකින් යුත් මෙම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට මෙන් ම විවිධ සංස්කෘතික හා පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.

https://en.wikipedia.org/wiki/Human_evolution

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි සුවිශේෂතා

01. සරල ව්‍යුහ (Simple Structure)
02. තේමාත්මක අන්තර්ගතය (Thematic Content)
03. නම්‍යශීලීත්වය (Flexibility)
04. සංස්කෘතික සන්දර්භය (Cultural Context)
05. අවම පිරිවැය (Minimum Cost)

01. සරල ව්‍යුහ (Simple Structure)

- ✓ සරල ව්‍යුහය යනු සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධ කර ගත හැකි සරල ව්‍යුහයන්ගෙන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සකස් වී තිබීම යි .
- ✓ ගැමි සමාජ හා සංස්කෘතික සම්බන්ධතා කේන්ද්‍ර ව පහසුවෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත්වලින් ගොඩනගා ගත් සරල ව්‍යුහයන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල දක්නට ලැබේ. (ගොක් කොළ,කෙසෙල් ගස ආදී ද්‍රව්‍ය)



02. තේමාත්මක අන්තර්ගතය (Thematic Content)

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

03. නම්‍යශීලීත්වය (Flexibility)

අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාවට 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, කලාක්‍රම , හා දැනුම් පද්ධති ඒ ඒ සංස්කෘතීන්ට අනුව භාවිත කිරීමය. ඒ ඒ වෘත්තීන්ට, අවස්ථාවන්ට හා අවශ්‍යතාවන්ට අනුව සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල සංස්කෘතික සන්දර්භ වෙනස් වේ. නිදසුනක් ලෙස විනෝදය සැපයීම, සෙත් පැතීම දැක්විය හැක.

05. අවම පිරිවැය (Minimum Cost)

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

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල තවත් සුවිශේෂතා කිහිපයකි.

- ජනමූල පදනම,
- විශ්වාස හා ගරු කිරීම,
- පොදු පිළිගැනීම් හා පොදු යහපත,
- පාරම්පරික ව උරුම වීම,
- දේශීය සංස්කෘතික අන්‍යෝන්‍යතාව හා භාවිතය පහසු වීම

02. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධි ක්‍රම

01. ජන කවි
02. ජනකතා
03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම
04. ගැමි නාටක

01. ජන කවි

- ගැමි ජීවන රටා පදනම් ව බිහි වී ඇති ජන කවි ගැමි ජනතා ව්‍යවහාරයෙන් පැවත එන කර්තෘත්වය හඳුනාගත නොහැකි ගායනා විශේෂයකි.
- ගැමි ජනයාගේ ජීවන දෘෂ්ටිය, ඇදහිලි, විශ්වාස, අවශ්‍යතා, වෘත්තීය තොරතුරු, දැනුම, සාම්ප්‍රදායික ඥානය, විවේකය, විශ්‍රාන්තිය, දූෂණ වේදනා, සිතුවම් පැතුම් ආදිය මෙමගින් සන්නිවේදනය කරයි.
- ජන කවි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ගැමි ජනයාගේ සමාජ, ආර්ථික, සංස්කෘතික, ආගමික තොරතුරු හෙළිදරව් කර ගත හැකි ය.
- අව්‍යාජත්වය, සරලත්වය, සංක්ෂිප්තභාවය, සංයමය, කතා ව්‍යවහාර ලක්ෂණ, ශබ්ද රටා හා පොදුජනයාගේ සිතුවම් පැතුම්වලට සමීප වචන කෝෂය හේතුවෙන් ජනකවිය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයෙහි සුවිශේෂ වී ඇත.

ජනකවි වර්ග

දරු නැළවිලි, ගොයම් කවි, කමත් කවි, පාරු කවි,
නෙළුම් කවි, තහංචි කවි, රබන් කවි, ටිකා සීපද, තෙතගු කවි.....

https://www.youtube.com/watch?v=3p_5DEz6O6Y

ජන කවි හා බැඳි වෘත්තීන්



https://si.wikipedia.org/wiki/සිංහල_ජනකවි
https://www.youtube.com/watch?v=_NUUMWQMVGU

ජන කවිවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ

- මුඛ පරම්පරාගත ව පැවතීම
- සරල බස් වහරක් භාවිත කිරීම
- නිර්මාණකරුවා කවරෙක් ද යි හඳුනාගත නොහැකි වීම
- ඒ ඒ ප්‍රදේශයට ආවේනික ලක්ෂණවලින් සමන්විත වීම
- දීර්ඝ කාලයක් මුළුල්ලෙහි මිනිසුන් අතර ජනශ්‍රැතියක් ලෙස පැවතීම
- ජන කවි නිර්මාණය සඳහා ජීවන අත්දැකීම් පාදක කර ගැනීම

02. ජනකතා

- ජනකතා වූ කලී යම් සිද්ධියක් මුල, මැද, අගයන අංගත්‍රය මනාව ගළපන ලද ජනයාගේ ජීවන අරගලය, අපේක්ෂා, ආශා, දුක්ඛදෝමනස්ස හා ගවේෂණ යනාදිය පිළිබිඹු කරන කතන්දර විශේෂයකි.
- ජනකතා අවශේෂ ජනශ්‍රැති මෙන් මුඛ පරම්පරාගත ව උපත ලබා ඒ අනුව ව්‍යවහාරයේ පවතියි.
- ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය මෙවැනි ජනකතාවලින් නිරූපණය වන අතර එමගින් ප්‍රාදේශීය වාග් ව්‍යවහාරවල පවත්නා ආවේනික ලක්ෂණ හඳුනාගත හැකි ය.

ජන කතා වර්ග

.උත්පත්ති කතා, සත්ත්ව කතා, දේව කතා, වෘක්ෂලතා කතා, ආශ්චර්ය කතා,

03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම

- මෙම අංග ඇතුළත් ප්‍රධාන විෂය ධාරාව ජනශ්‍රැති විද්‍යාවයි. එහි දී භාවිත වන යෙදුම් කිහිපයක් ලෙස අභිචාර, යාතු කර්ම, ඇදහිලි, විශ්වාස ආදිය දැක්විය හැකිය. 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.
- 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. යාතුකර්ම 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.





ශාන්ති කර්මයන්හි අරමුණු

- ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම,
- සශ්‍රීකත්වය ප්‍රාර්ථනා කිරීම,
- පැපොල, සරම්ප වැනි බෝ වන රෝගවලින් සහ අපල උපද්‍රවවලින් අත්විදීම
- විනෝදාර්ථ අපේක්ෂාව ආදිය සලසා ගැනීම

ශාන්ති කර්මයන්හි ලක්ෂණ

- නර්තනය, රංගනය, වාදනය, විවිධ කථන ස්වරූප හා විවිධ සැරසිලි ක්‍රම භාවිතය.
- රූපණයේ දී නර්තනය හා වෙස් ගැන්වීම මගින් රූපණ අවස්ථාවන් ගොඩනැගීම.
- සරල හා භාෂ්‍යාත්පාදක ස්වරූපයක් ගන්නා සංවාද. යකැදුරා විසින් ආතුරයා, නොපෙනෙන බලවේග හා නරඹන්නන් සමඟ අදහස් හුවමාරුව.

හින්දු සංස්කෘතියට අනන්‍ය වූ ශාන්තිකර්ම

වඩිමෝඩි, තෙන්නෝඩි, කාමන්කුත්තු, නාට්ටුක්කුත්තු, තෙරුක්කුත්තු 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, සොකර්, රූකඩ ආදිය නිදසුන් කිහිපයකි.

උඩරට ප්‍රදේශයේ ගැමිනාටක

- ❖ සොකර් ජන නාටකය - පත්තිනි දේවතාවිය මූලික

සොකර් ගැමි නාටකයෙහි අරමුණු

- ✓ භවභෝග විනාශ වීමට අදාළ ලෙඩ රෝග, වසංගත හා පළිබෝධ හානි ආදියෙන් සිදු වන විනාශයෙන් ඒවා ආරක්ෂා කර ගැනීමට,
- ✓ විනිසුන්ට වැලඳෙන ව්‍යාධි වසංගත හා අපල උපද්‍රව වලින් ආරක්ෂා වීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම.

- සොකර් නාට්‍යය රඟ දක්වනු ලැබුවේ ගොයම් කපා පාගා අවසන් වූ විට කමත රංග භූමිය කොට ගෙන ය.

පහතරට ප්‍රදේශයේ ගැමිනාටක

- ❖ කෝලම් (වෙස් මහුණු නාටක) <https://myschool.lk/ලිපි/සොකර්-ගැමි-නාටකය>
- ❖ රූකඩ <https://www.cultural.gov.lk/web/index.php?option>

- කෝලම් හෙවත් වෙස් මහුණු නාටක ද ගැමි නාටක විෂයෙහි ප්‍රධාන වේ. මෙය වෙස් මහුණු නාටක ලෙස දක්වන්නේ ලියෙන් සාදන ලද වර්ණවත් වෙස් මහුණු පැලඳීම නිසා ය.
- කෝලම් දෙමළ ශබ්දයෙහි මුල් තේරුම - නළුවකු විසින් පලඳිනලද වේශය යන්න සිංහලයෙහි තේරුම - ආරූඪ කර ගන්නා විලාසය

කෝලම් ගැමි නාටකවල අරමුණු

<https://si.wikipedia.org/wiki/ගැමිනාටක>

- ✓ විනෝදාස්වාදය
- ✓ ගර්භණීන් සඳහා පැවැත්වූ අභිචාර ක්‍රමයක්
- ✓ සශ්‍රීකත්වය පරමාර්ථ කිරීම

■ ගැමි නාටකවල දී කවි කීම හා හිටිවන සංවාද උපයෝගී කර ගනු ලබයි. මෙහි දී සම්පූර්ණනාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයිම්බර කතාව, මනමේ කතාව, ගම කතාව ආදිය නිදසුන් 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
- ✓ උපදේශාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකි වීම
- ✓ සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකි වීම
- ✓ භාව ප්‍රකාශනය
- ✓ අහිතකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

❖ 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, වාරිත්‍ර වාරිත්‍ර, කලාව, දැනුම, නීති රීති, සිරිත් විරිත් යනාදිය සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ඔස්සේ පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට හුවමාරු කළ හැකි ය.

❖ භාව ප්‍රකාශනය

සිතෙහි ගොඩනැගුණ දුක දොම්නස, සතුට යනාදි මනෝභාවයන් ප්‍රකාශනයේ දී තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට භාවිත කරන විධි ක්‍රමයක් ලෙස සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය උපයෝගී කර ගැනේ

❖ අහිතකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම

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

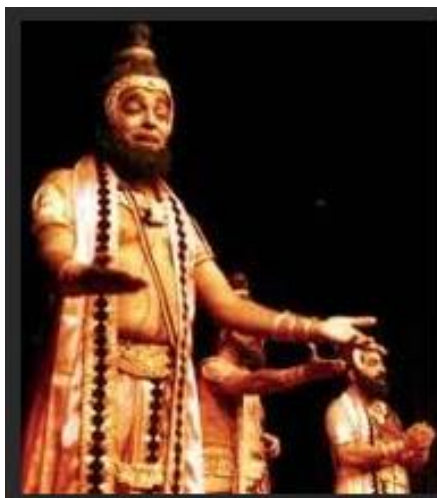


❖ විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

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 ටීට්ට්

- නූර්ති, නාඩගම්, හා ටීට්ට් 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 අර්ථ

- ✓ උපදෙස් සම්පාදනය,
- ✓ පෙළඹවීම,
- ✓ විවේචනය,
- ✓ ඒත්තු ගැන්වීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය ලබා දීම

පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා අමුද්‍රව්‍ය උපයෝගී කර ගෙන අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි දී සිදු වේ.

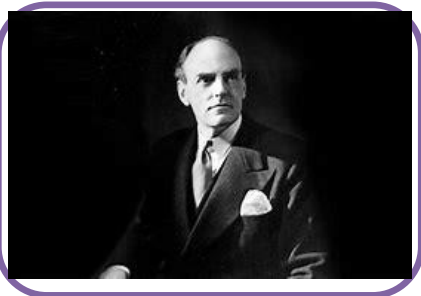
04

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය

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

4.2 ජනමාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

යුද පුවත් වාර්තා කර ගැනීම සඳහා තොරතුරු බෙදා හැරීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය පසු කාලීන ව ජනමාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය විය. 1922 දී මෙම අදහස ඉදිරිපත් කළේ BBC නිර්මාතෘ ජෝන් රීන් සාමවරයා විසිනි.

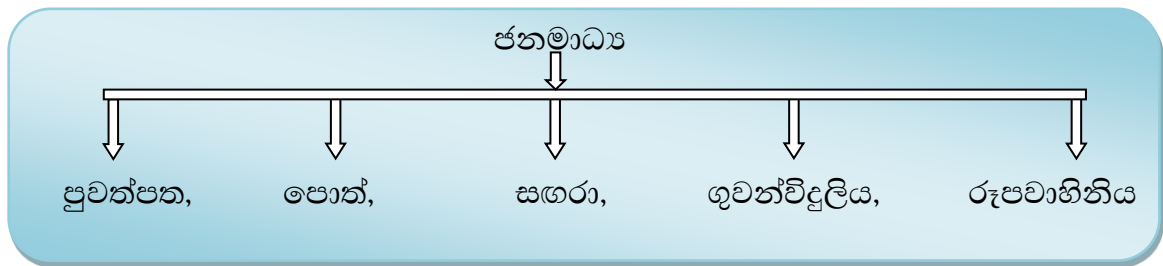


යුද තොරතුරු ලබා දීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය ජනයා වෙනුවෙන් භාවිත කළ හැකිය.

1922 ජෝන් රීන් සාමි (BBC නිර්මාතෘ)

<https://www.bbc.com/historyofthebbc/research/directors-general/john-reit>

➤ ජනමාධ්‍ය බිහිවීමට ප්‍රධාන සාධකය සන්නිවේදන තාක්ෂණයන්හි සිදු වූ වර්ධනයයි.



1 . ජනමාධ්‍ය නිර්වචන

ජන සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීමට යොදනු ලබන උපාංග ජනමාධ්‍ය යි.

නූතන සමාජයේ පවතින ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය ලෙස පොත්, සඟරා, පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැක

ඩිජිටල් හා ඩෙජිස් 'ජන සන්නිවේදන අවබෝධය' කෘතිය

“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.”

මක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය

ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා

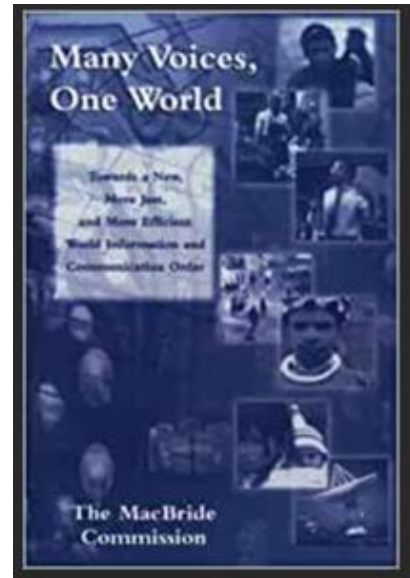
ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා

1. තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය.
2. ක්ෂණික හා අබණ්ඩත්වයකින් යුක්ත ය.
3. සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහයකින් සමන්විත ය.
4. වෘත්තීය සන්නිවේදකයෝ සිටිති.
5. බහු විධ දොරටු පාලක ක්‍රියාවලියකට යටත් ය.
6. බහු විධ ග්‍රාහකත්වයකින් 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 මගින් ද ඉටු කරන අතරම. ජනමාධ්‍යට සුවිශේෂ වූ කාර්යභාරයක් කිහිපයක් ද ඉටු කරනු ලබයි.

සබැඳි - en.wikipedia.org/wiki/MacBride_report



සුවරීක්ෂණය (Servilance)

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

අර්ථකථනය (Interpretation)

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

සහසම්බන්ධය (Correlation)

ජනමාධ්‍ය සන්දේශ මගින් 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 චරිතාකම් ඉදිරිපත් කිරීම, ඒවා ජනතාව වෙත ලබා දීම හා සමාජයේ පොදු ගැටලු හා අභියෝග හඳුනා ගැනීමට සැලැස්වීම ජනමාධ්‍යයේ සමාජ කාර්ය යි.

ජනමාධ්‍ය කාර්ය භාරය - හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්

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

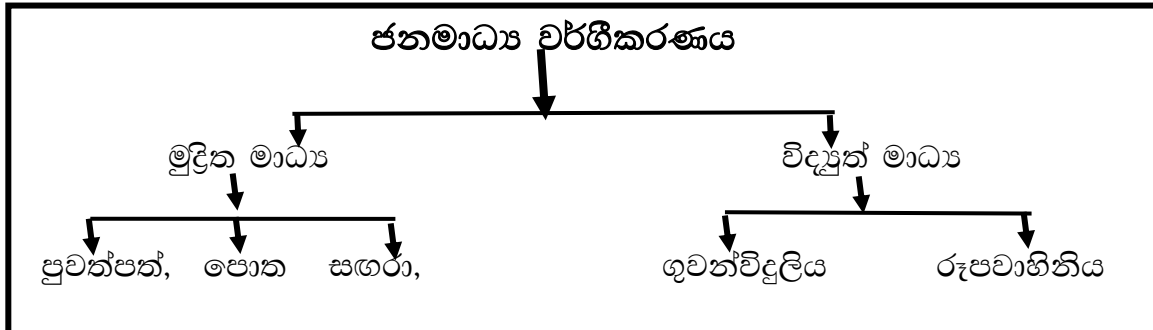
ජනමාධ්‍ය ඉටු කළ යුතු ප්‍රධාන භූමිකා 03 - මහාචාර්ය විල්බර් ශ්‍රාම්

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

මෙයට අමතර ව ජනමාධ්‍ය මගින් ඉටු කරන කාර්යයන් රැසකි.

- ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මුර සෙබලෙකුගේ භූමිකාව ඉටු කිරීම
- සමකාලීන සමාජ විඥානය හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වීම
- ග්‍රාහක රසඥතාව පුළුල් කිරීමට සහය වීම
- නවෝත්පාදන විසරණය සඳහා තොරතුරු කේන්ද්‍රස්ථානයක් බවට පත් වීම
- ඥාන වර්ධනය සඳහා උපයෝගී වීම

ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය



තාක්ෂණයට අනුව ඩිජිටල් මාධ්‍යයේ ආගමනයෙන් ජනමාධ්‍ය තවත් ආකාරයකට වර්ග කෙරේ.

පුවත්පත

- මුල් ම **සංවිධිත ජනමාධ්‍ය** පුවත්පත යි. ප්‍රවෘත්තිවලින් සමන්විත යන මුඛ්‍ය අර්ථය පැවතියද පුවත්පත ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංගවලින් යුක්ත ය.

පුවත්පත පිළිබඳ නිර්වචන

පුවත්පත් යනු 'ප්‍රවෘත්ති ප්‍රසිද්ධ කරණ පත්‍රය'
සුමංගල ශබ්දකෝෂය (පිටුව 629)

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

යුනෙස්කෝ සංවිධානය <https://en.unesco.org>

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

ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>

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.”

'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 මාධ්‍යයක් වෙනුවට ඊට වඩා විවිධ අංශෝපාංගයන් ඇතුළු වූ ප්‍රකාශන විශේෂයක් ලෙස හැඳින්විණි. පුවත්පත සඳහා ආරම්භයේ දී දෙනු ලැබූ නිර්වචනය වෙනස් වී ඇත්තේ තාක්ෂණය හේතු කොටගෙන ය. නවීන දිනපතා පුවත්පතක් හෝ සතිපතා පුවත්පතක් විශේෂාංග රැසකින් සමන්විත ය. දේශීය හා විදේශීය පුවත් සම්පාදනය හැරුණු කොට ඡායාරූප, කාටූන් , චිත්‍ර , තීරු රචනා, වෙළෙඳ දැන්වීම්, කතූ 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. ළමා, කාන්තා, ක්‍රීඩා, විද්‍යා, සිනමා ඉන් කිහිපයකි.

මහාචාර්ය සුනන්ද මහේන්ද්‍රයන් - සන්නිවේදන ශබ්දාකරය.

පොත පොත පිළිබඳ නිර්වචන

■ ‘පොත්’ යනු ‘(ලියු හෝ මුද්‍රිත) ග්‍රන්ථය’කි
සුමංගල ශබ්දකෝෂය

ලියු හෝ මුද්‍රිත හෝ අමුද්‍රිත හෝ කොළ එකට එක් කොට තනාගත් ලේඛන මිටිය
පොත ය.

හරිස්චන්ද්‍ර විජේතුංග මහතාගේ මහා සිංහල ශබ්දකෝෂය 1163 පිටුව

- නූතන ජනමාධ්‍ය ඉතිහාසය ආරම්භ වූවායයි සලකනු ලබන්නේ පොත මගිනි.
- 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.
- පොත සමාජයේ වෙනස් විමකට සහ පිබිදීමකට හේතු වී ඇත.
- සන්නිවේදන තාක්ෂණ අභිවර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස විද්‍යුත් පුවත්පත් (E newspapers) හා විද්‍යුත් පුවත් (E news) බිහි ව ඇත.
- පුවත්පත් අන්තර්ජාලයට එක් කිරීම නිසා පුවත්පත් කියවීමේ ස්වරූපයේ වෙනස්කම් සිදු වී ඇත.



e news papers



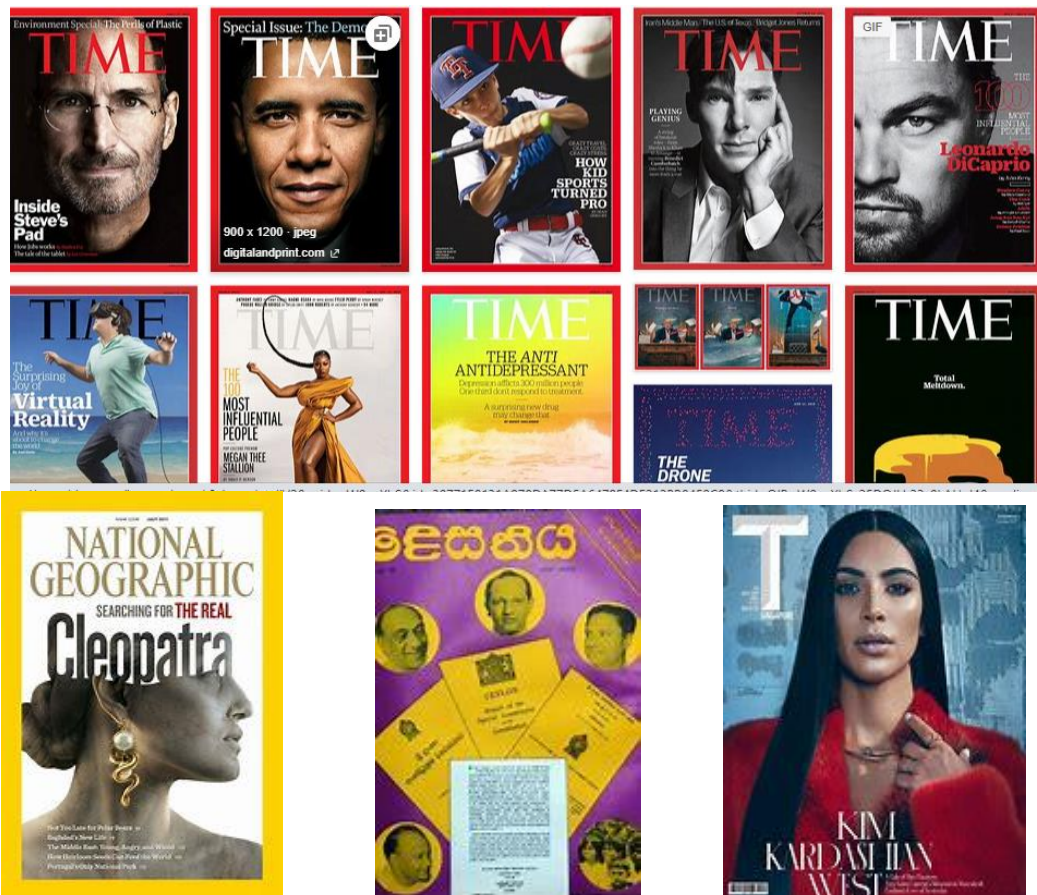
සඟරා (වාර ප්‍රකාශන) සඟරා පිළිබඳ නිර්වචන

සඟරාව සතිපතා හෝ මාසික ව ලිපි ලේඛන හෝ ඡායාරූප ඇතුළත් තනි ලේඛනයකි.
මක්ස්මර්ඩ් ශබ්දකෝෂය

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත් කරන, එකට බඳින ලද ප්‍රකාශනයකි.”

යුනෙස්කෝ සංවිධානය

- 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.



ප්‍රසිද්ධ සඟරා කිහිපයක්

ගුවන්විදුලිය



■ ගුවන්විදුලිය පළමු විද්‍යුත් ජනමාධ්‍ය වේ. හඬ සම්ප්‍රේෂණය කරන මාධ්‍යක් 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 ආක්මය 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 තාක්ෂණයේ 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.



Wireless telegraphy or **radiotelegraphy** is transmission of telegraph signals by radio waves. Before about 1910, the term *wireless telegraphy* was also used for other experimental technologies for transmitting telegraph signals without wires. In radiotelegraphy, information is transmitt

Vatican Radio for Pope Pius XI.



Vatican Radio is the official broadcasting service of Vatican City.

ගුවන්විදුලි ඉතිහාසයේ සුවිශේෂී අවස්ථා කිහිපයක්

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 මගින් 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 ව භාවිත වන බව දක්නට ලැබේ.

Images of Television inventor
bing.com/images



රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ

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

The Radio Corporation of America Tells
What TELEVISION will mean to you!



On April 30th RCA's television was introduced in the New York metropolitan area. Television programs, broadcast from the Radio City Building, went to the approximately 100 miles in all directions from that building. Programs from RCA's television system are sent out weekly for at least at a time, twice a week. In addition, there will be quick-ups of news items, sporting events, interviews, such as long interviews and other programs of wide interest.

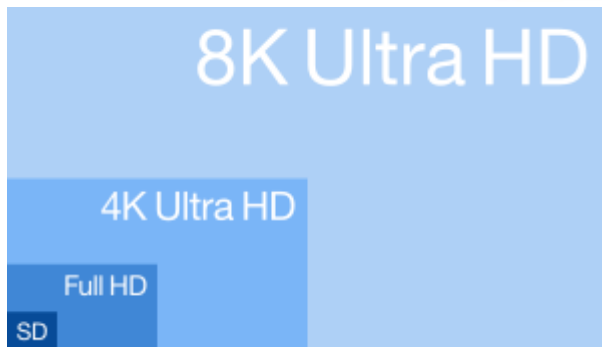
How Television will be received?

To provide the complete television program, RCA's television has developed a new receiving set which are now ready for sale. These receivers, built by RCA, include both sound and picture of television pictures and sound, as well as regular radio programs. There is also an attachment for sound receivers only. This latter provides for seeing television pictures while the sound is heard through the radio set. The price of the set-time receiver models will differ only in size.

Television - How important for the future and present use?

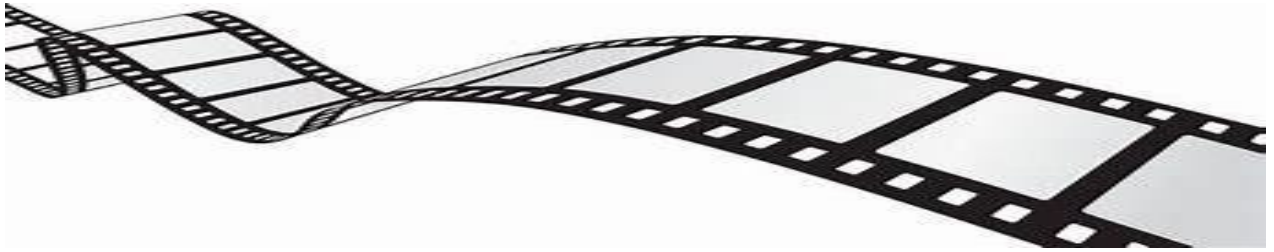
RCA believes that as television goes it will offer direct and indirect use as our expanding opportunities for growth. Those who are in a position to take in as in general development, will find that television goes hand in hand with the radio business of today.

In Radio and Television - G. E. RCA Radio Corp.

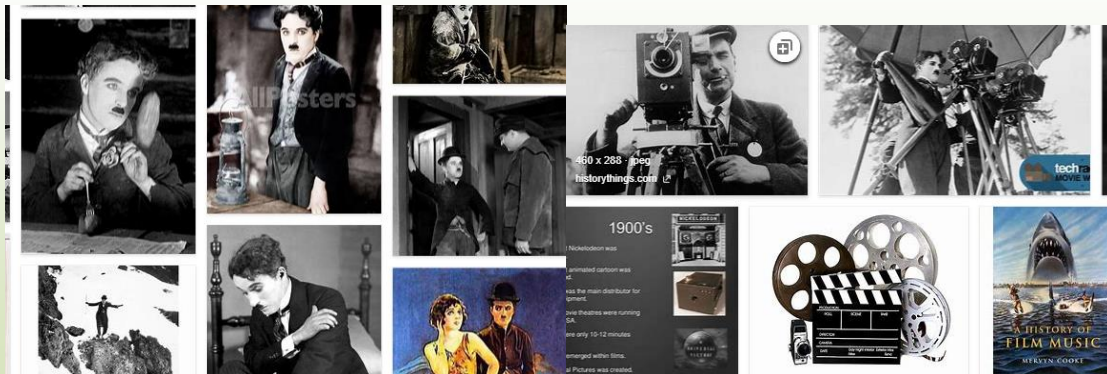


ආකර්ශනීය මාධ්‍යයක් ලෙස රූපවාහිනිය පවුලෙහි නව සාමාජිකයා බවට පත්ව සිටින අයුරු

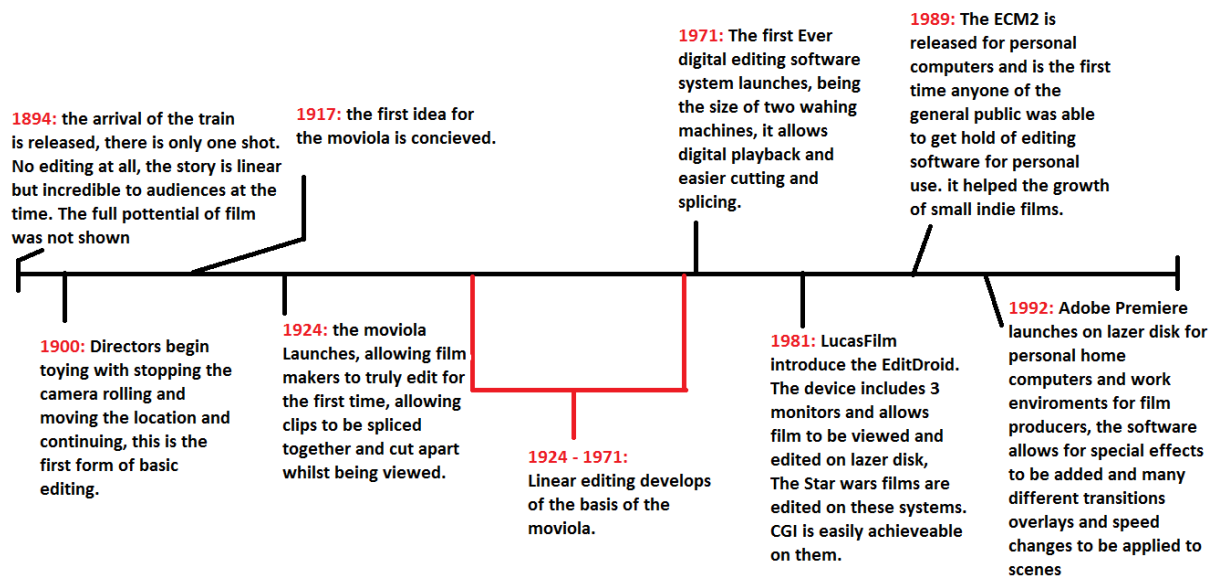
සිනමාව



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



සිනමා ඉතිහාසය - කාලරේඛාව

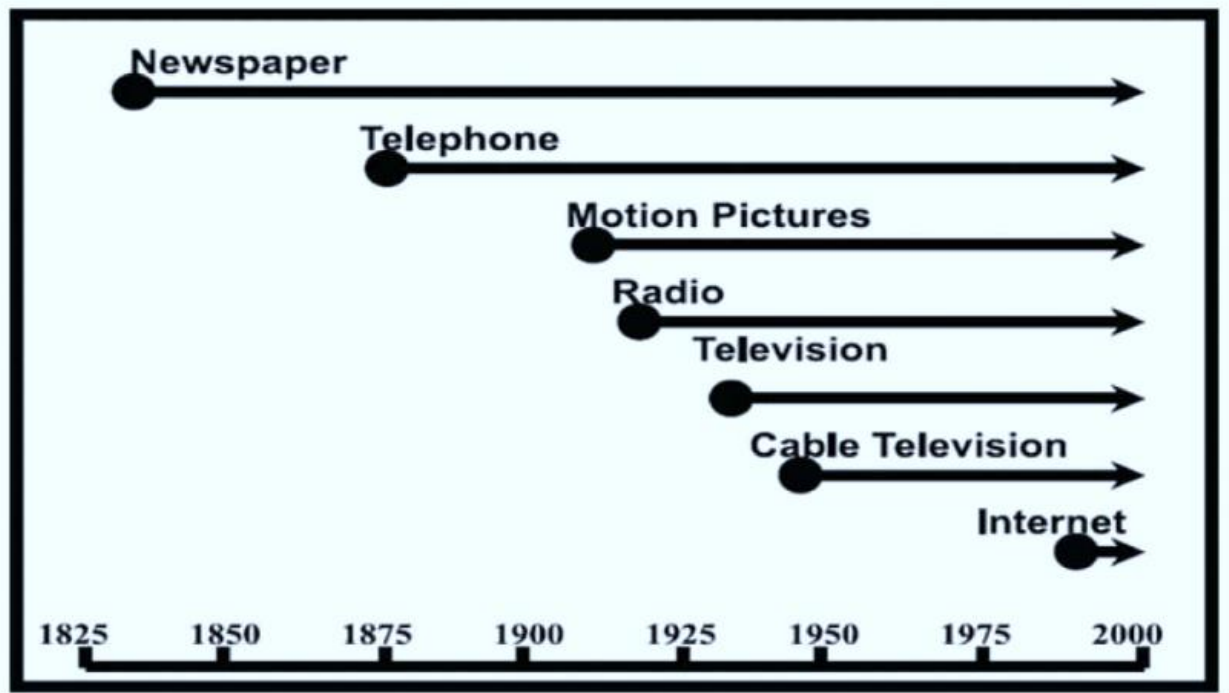


https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_film

<https://www.britannica.com/art/history-of-the-motion-picture>

ජන සන්නිවේදන විකාශයේ වැදගත් සංධිස්ථාන

කාල රේඛාව (Timeline)



<https://www.nimcj.org/blog-detail/timeline-of-the-evolution-of-mass-media.htm>

<https://www.preceden.com/timelines/56655-mass-media>

bing.com/images



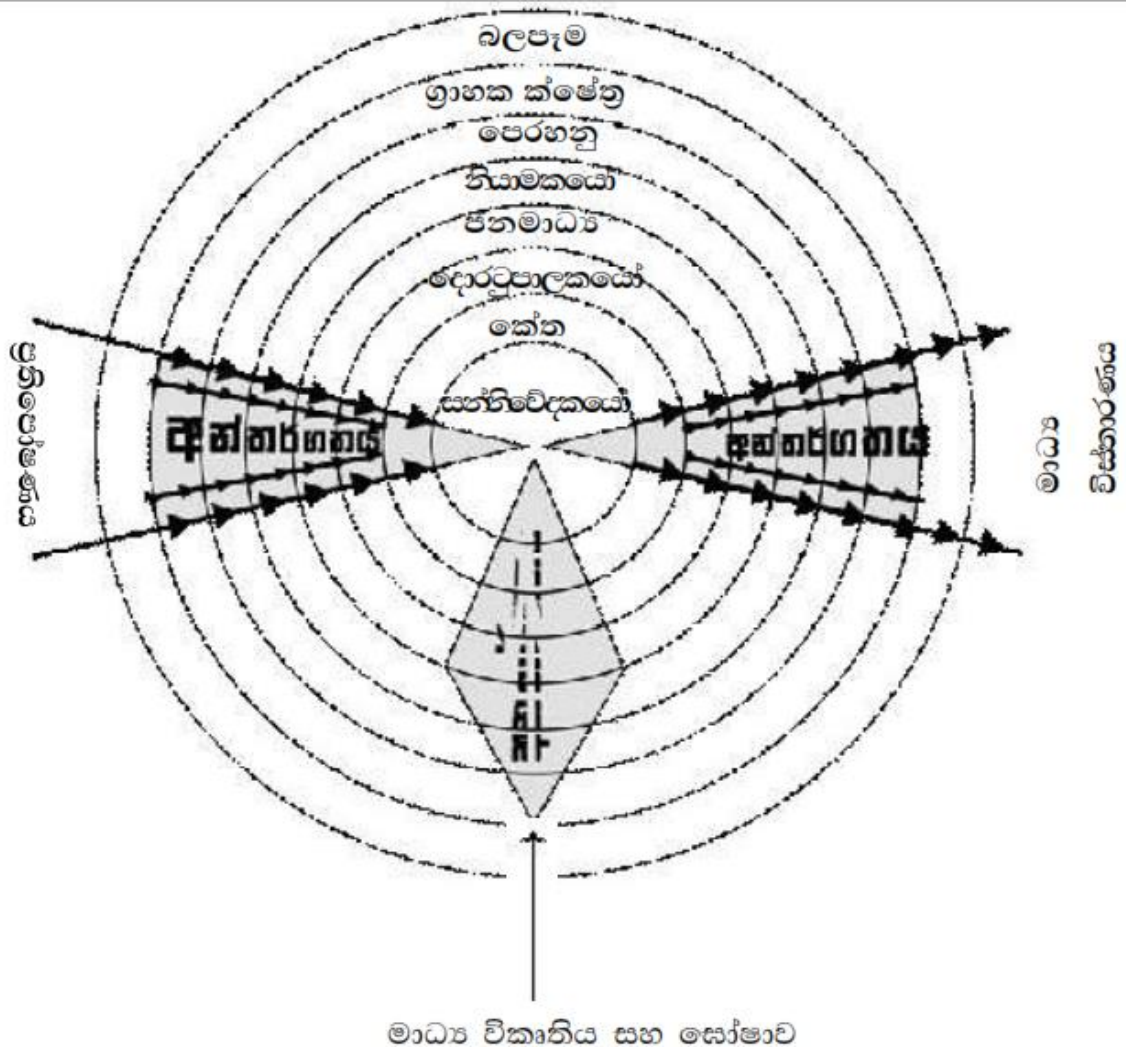
ජනමාධ්‍ය විකාශනය හා මාධ්‍ය අභිසාරිතාව පිළිබඳ කාව්‍යයක්

ජන සන්නිවේදන ආකෘති

HUB ආකෘතිය

01. සන්නිවේදකයෝ (Communicators)
02. කේත (Codes)
03. දොරටුපාලකයෝ (Gatekeepers)
04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)
05. නියාමකයෝ (Regulators)
06. පෙරහනු (Filters)
07. ශ්‍රාහක ක්ෂේත්‍ර (Audience)
08. බලපෑම (Effects)

ජනසන්නිවේදනයේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ හොඳින්ම වටහා ගත හැකි ආකෘතිය HUB ආකෘතිය යි



<https://prezi.com/h5x0qu3fhkwwg/the-hub-model-of-mass-communication>
<https://quizlet.com/93973304/hub-model-of-mass-communication-flash-cards>

සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හා ජනමාධ්‍ය, නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය

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

4.3 නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය

නව මාධ්‍ය හඳුනා ගැනීම

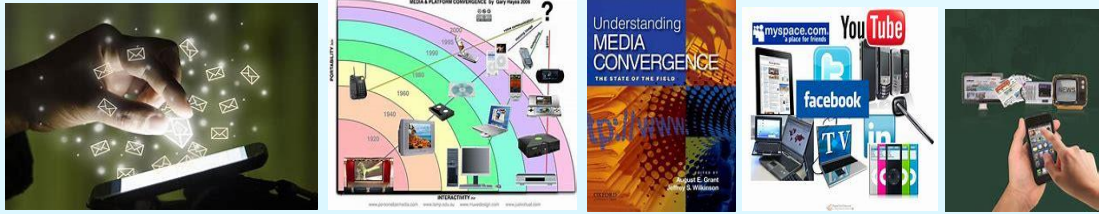
නව මාධ්‍ය යනු අංකිත තාක්ෂණය ඔස්සේ තොරතුරු අංකිත කිරීම, ශබ්දය, වචන, දත්ත, ග්‍රැෆික්ස්, චිත්‍ර, රූප, වීඩියෝ හඳුන්වා ඒවා ඉතා පහසුවෙන් පිටපත් කර අඩු පිරිවැයක් යටතේ ඉතා වේගයෙන් බෙදා හැරිය හැකි මාධ්‍ය යි.

- මෙම දත්ත, බින්දුවක් එකක් අතර අංකිත තාක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්ට හඳුන්වා දුන්විය හැකි ය.
- නව මාධ්‍ය දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ බිහි වූවකි.
- දුරකථනය ප්‍රධාන වශයෙන් කථන, හා සංඥා මත රැඳී පවතී. රැහැන් සහිත දුරකථන ක්‍රියාවලිය මේ වන විට රැහැන් රහිත වී ඇති අතර එය අංකිත දුරකථන තාක්ෂණය දක්වා වර්ධනය වී ඇත.
- අන්තර්ජාලය නව මාධ්‍යයක් ලෙස සලකන්නේ එමගින් ජාලගත වේගවත් තොරතුරු හුවමාරුවක් සිදු වන බැවිනි.
- 1960 දශකයේ පරිගණකය ආශ්‍රයෙන් එකිනෙකා අතර විශේෂයෙන් පර්යේෂණ පදනම් කර ගෙන විද්‍යාව 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.

ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය (World Wide Web - www) පිළිබඳ අදහස ඉදිරිපත් කිරීම - ටිම් බර්නස් ලී (Tim Berners Lee)



මාධ්‍ය අභිසාරිතාව - විවිධ මාධ්‍ය සමීප වීම සහ එක තැනකදී එක් වීම



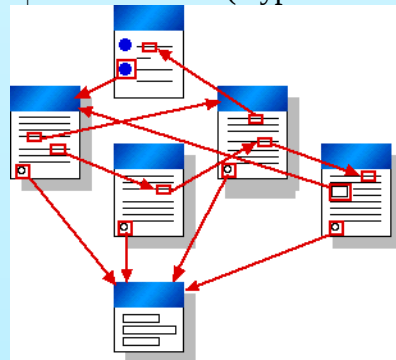
නව මාධ්‍ය ලක්ෂණ

<https://www.internetlivestats.com> (සජීවී අන්තර්ජාල පරිශීලකයින් සෙවිය හැක)

❖ අංකිකකරණය (Digitalisation) ❖ ජාලගතකරණය (Networking)



❖ අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය (Interactive) ❖ අධිපාඨනීයත්වය (Hypertextuality)



❖ ස්වයංකරණය (Automation)



❖ දත්ත සංචිතකරණය (Database)



❖ වේගවත් සන්නිවේදකරණය (Fastest messaging)



❖ අංකිතකරණය (Digitalisation)

- ✓ අංකිතකරණය යනු අංකිත තාක්ෂණයේ ඒකාබද්ධතාවයි.
- ✓ දෛනික ජීවිතයේ සමස්ත ක්‍රියාකාරිත්වය 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 (WorldWideWeb -WWW) සඳහන් කළ හැකි ය.

❖ අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය (Interactive)

- ✓ ද්විමාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රියාව පරිගණකය හෝ රූපවාහිනිය මාධ්‍ය කොට ක්‍රියාත්මක වේ.
- ✓ දත්ත ලබා ගැනීමට උපදෙස් ලබා දීම ක්ෂණිකව තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීම සහ ප්‍රතිචාර දැක්වීම සඳහා භාවිත කරන මානව සංවාදශීලීත්වය අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වය 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 Massaging

- ✓ නව මාධ්‍ය අතිශය 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 මෙමගින් තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට හැකි වී ඇත. මෙහි දී ලොව පුරා මිනිසුන් අතර දුරස්ථ භාවය අවම කිරීමක් හෝ සමීප කිරීමක් සිදු වේ.

සමාජ මාධ්‍ය හඳුනා ගනිම

සමාජ මාධ්‍ය යනු නව මාධ්‍යවලින් ම පැන නැගුණ නව මාධ්‍යවල දියුණු අවස්ථාවකි. **දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය** මෙහි ප්‍රභව අංග වේ.

- මෙමගින් නව මාධ්‍ය සංකල්පයන් ගොඩනැගී ඇති අතර එහි සුවිශේෂ ප්‍රවණතාවක් ලෙස සමාජ මාධ්‍ය (Social Media) හඳුනාගත හැකි ය.

සමාජ මාධ්‍යයේ විශේෂත්වය

- ✓ නිර්මාණය කිරීම,
- ✓ අන්තර්ගතය හුවමාරු කර ගැනීම
- ✓ සහභාගිත්වය යි.

- පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් අතර සබැඳි ජාලවල සන්දේශ හුවමාරු කර ගැනීමෙන් සමාජ ජාල ගොඩනැගී ඇත.
- මෙහි දී පරිශීලකයෝ **ඩෙස්ක් ටොප් පරිගණක, සහ ලැප්ටොප් පරිගණක, ස්මාර්ට්ෆෝන්, වෙබ් අඩවි තාක්ෂණය** ඔස්සේ ජ වෙති.
- පෞද්ගලික තොරතුරු මුදා හැරීමට හැකියාව ලැබී තිබීම මෙහි ව්‍යාප්තියට ප්‍රබල ව බලපෑවේ ය.
- සමාජ මාධ්‍ය මාර්ග ගත සන්නිවේදන නාලිකා ප්‍රජා පාදක එළඹුම් සමග ඒකාබද්ධ කරයි. එමගින් අන්තර්ක්‍රියාකාරීත්වය, ඒකාබද්ධතාව, අන්තර්ගතයන් හුවමාරු කිරීම සිදු කරනු ලැබේ.



සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ක්‍රියාකාරීත්වය

සමාජ මාධ්‍ය ගොඩනංවා ඇති ක්‍රියාකාරීත්වය පහත ආකාරයෙන් හඳුනා ගත හැක.

- ✓ බෙදා ගැනීම සඳහා කෙටි පණිවිඩ යැවීම, (share message)
- ✓ ඡායාරූප බෙදා ගැනීම සහ ලැබීම සිදු කිරීම (photo sharing)
- ✓ වාර්තාකිරීම
- ✓ විඩියෝ මත අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට හැකි වීමෙන් (video sharing) ක්‍රියාකාරීත්වය ගොඩනැගීම

මෙලෙස විවිධ සමාජ මාධ්‍ය විශාල වශයෙන් සමාජ මාධ්‍ය ජාල ගොඩනංවා තිබීම හඳුනාගත හැකි ය.

✓ Facebook

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

Facebook
Social Networking Service



Facebook is an American online social media and social networking service owned by Facebook, Inc. Founded in 2004 by Mark Zuckerberg with fellow Harvard College students and roommates Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, an... +

Wikipedia

Facebook

LinkedIn

Instagram

YouTube

Address: 1 Hacker Way, Menlo Park, CA 94025

Founded: 04/02/2004 · Cambridge, MA

Parent organization: Facebook, Inc.

Subsidiaries: Messenger · Instagram · Oculus · WaveGroup Sound · Ready at Dawn · WhatsApp Inc. · FriendFeed · Sanzaru Games +

CEO: Mark Zuckerberg (Since 2004)

TV shows: JustSaying



✓ 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 සමාගම් මෙන් ම ජනප්‍රිය පුද්ගලයෝ ද නිල ට්විටර් ගිණුමක් (Official Twitter Account) පවත්වා ගෙන යති.

Twitter
Social Networking Service



Twitter is a microblogging and social networking service on which users post and interact with messages known as "tweets". Tweets were originally restricted to 140 characters, but on November 7, 2017, this limit was doubled to 280 for all langua... +

Wikipedia

Facebook

LinkedIn

YouTube

Founded: 21/03/2006 · San Francisco, CA

Parent organization: Twitter Ventures

Subsidiaries: TellApart · Gnip · Spindle Labs · Hotspots.io · Summize · ueno · Fluther · Peer · Feedback at work · Smallthought Systems +

Founders: Biz Stone · Jack Dorsey · Evan Williams · Noah Glass

Headquarters: San Francisco, CA

Written in: Java, Ruby, Scala, JavaScript



✓ 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.

LinkedIn



LinkedIn is an American business and employment-oriented online service that operates via websites and mobile apps. Launched on May 5, 2003, the platform is mainly used for professional networking, and allows job seekers to post their CVs and employ... +



Wikipedia



Facebook



LinkedIn



Instagram



YouTube

Address: 2029 Stierlin Ct, Mountain View, CA 94043

Founded: 28/12/2002 · Santa Monica, CA

Revenue: 5.300 billion USD (2018)

Parent organization: Microsoft

Subsidiaries: LinkedIn Learning · LinkedIn SlideShare · UpCounsel · Drawbridge · Bright.com · Connectifier · Glint · PointDrive · Bizo · FlipTop +

Founders: Reid Hoffman · Eric Ly · Allen Blue · Jean-Luc Vaillant · Konstantin Guericke

LinkedIn



✓

Pinterest

අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ඡායාරූප හුවමාරු කිරීම සහ වර්ගීකරණය සඳහා මග 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.

Pinterest

Social Media Service



Pinterest is an American image sharing and social media service designed to enable saving and discovery of information on the internet using images and, on a smaller scale, animated GIFs and videos, in the form of pinboards. The site was created by B... +



Official site



Wikipedia



Facebook



LinkedIn



YouTube

Launched: Mar 2010

Subsidiaries: Livestart · Jelly · URX · Fleksy · Powerful keyboard SDK for your next bold idea · tote · Pext · Fleksy · Icebergs · Instapaper · Kosei +

CEO: Ben Silbermann (Since 2009)

Founders: Ben Silbermann · Paul Sciarra · Evan Sharp

Chairman: Ben Silbermann

Traded as: NYSE:PINS (Class A) · Russell 1000 component



✓ Instagram

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

Instagram

Social Networking Service



Instagram is an American photo and video sharing social networking service created by Kevin Systrom and Mike Krieger. In April 2012, Facebook acquired the service for approximately US\$1 billion in cash and stock. The app allows users to upload media tha... +



[Official site](#)



[Wikipedia](#)



[Facebook](#)



[LinkedIn](#)



[Instagram](#)

Founded: 06/10/2010

Acquisition date: 09/04/2012

Parent organization: [Facebook](#)

Subsidiary: [Luma.io](#)

Founders: [Kevin Systrom](#) · [Mike Krieger](#)



✓ Skype

විදුලි සංදේශ යෙදවුමකි. මෙමගින් 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.

Skype



Skype (/skaɪp/) is a proprietary telecommunications application that specializes in providing VoIP-based videotelephony, videoconferencing and voice calls. It also has instant messaging, file transfer, debit-based calls to landline and mobile telephones (over traditional telephone ... +



[Wikipedia](#)



[Official site](#)



[Facebook](#)



[Twitter](#)

Windows, UWP: 15.73.124.0 / 7 June 2021

Windows, desktop: 8.74.0.152 / 22 July 2021

macOS: 8.73.0.92 / 7 June 2021

Linux: 8.73.0.129 / 7 June 2021

Android: 8.73.0.129 / 7 June 2021

iOS: 8.73.0.92 / 7 June 2021 (iPhone), (iPad)



✓ Viber

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

Viber



Viber, or Rakuten Viber, is a cross-platform voice over IP and instant messaging software application owned by Japanese multinational company Rakuten, provided as freeware for the Android, iOS, Microsoft Windows, macOS and Linux platforms. Users ar... +



Wikipedia



Official site



Instagram



Facebook

Developers: Talmon Marco · Rakuten Viber · Igor Magazinnik



WhatsApp -

මෙම ආයතනය වත්මන facebook සමාගම විසින් මිල දී ගෙන ඇත.

WhatsApp

Mobile Application



WhatsApp Messenger, or simply WhatsApp, is an American freeware, cross-platform centralized instant messaging and voice-over-IP service owned by Facebook, Inc. It allows users to send text messages and voice messages, make voice and video calls... +



Wikipedia

Developers: Facebook, Inc. · Brian Acton · Jan Koum · WhatsApp Inc. · Will Cathcart

QQ -



Tumblr -



We chat -



Qzone -



Google+



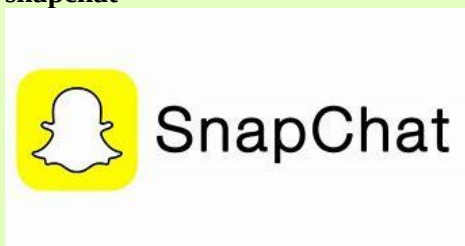
Baidu Tieba



Sinaweibo -



snapchat -



Vkontakte -



Reddit



තවත් සමාජ
මාධ්‍ය කිහිපයක්

සමාජ මාධ්‍යයේ යහපත් හා අයහපත් 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 ප්‍රබලව බලපෑම් කිරීමට පහත ශක්‍යතා හේතු වී ඇත
 - ✓ පරිහරණය කරන කෙනාට සංස්කරණය කළ හැකි වීම
 - ✓ ග්‍රාහකයාට කැමති ලෙස පරිහරණය කළ හැකි වීම
 - ✓ කෂණික වීම
 - ✓ ප්‍රයෝජනවත් ලෙස වෙනස් කිරීම මෙන් ම අහිතකර වර්ගයන් සඳහා යොමු කර ලීම

යහපත් බලපෑම්

(සමාජ මාධ්‍යයේ ධනාත්මක බලපෑම් සමාජීයකරණයට බලපෑම් එල්ල කරන ආකාරය)

- ✓ 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

- ✓ මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල, දරුණු හුදෙකලාව, බේදජනක සියදිවි නසා ගැනීම් වැනි ගැඹුරු මානසික හා සමාජීය කම්පන ඇති කිරීම.
- ✓ පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටලු මතු වීම, ස්ථාන හෙළිදරව් වීම හා අවසරයකින් තොර ව පරිශීලකයන්ගේ ගිණුම්වලට ඇතුළු වීම.
- ✓ සමාජිකයන්ගේ පෞද්ගලික දත්ත සමාජ ජාලා සංවිධාන වෙතින් වෙනත් පාර්ශවයන් වෙත ලබා දීම.
- ✓ සයිබර් හිරිහැර
- ✓ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියාවලට පෙළඹවීම
- ✓ වැරදි තොරතුරු පළ කිරීම
- ✓ ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම

නව මාධ්‍ය සහ සමාජ මාධ්‍ය කාර්යභාරය

1. තොරතුරු සම්පාදනය (Information)
2. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය (Entertainment)
3. අධ්‍යාපනය (Education)
4. සමාජානුයෝජනය (Socialization)
5. සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම(Connectivity)
6. වාණිජ ප්‍රතිලාභ (Commercial benifits)
7. විකල්ප මණ්ඩපය(Alternative forum)

නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය භාවිත කුසලතා

නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව කාණ්ඩ හතරකට වර්ග කළ හැකි වේ. ඒ පිළිබඳ අවබෝධය නව මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා වර්ධනයට වැදගත් වේ.

✓ (Search engine)සෙවුම් යන්ත්‍ර

සන්නිවේදනය විෂයය සම්බන්ධ විෂයය කරුණු සෙවීමට විවිධ සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිත කළ හැකි වේ.

✓ (e mail) ඊ මේල්

එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය.

✓ බ්ලොග්(Blog)

- බොහෝ පිරිසකගේ සිට බොහෝ පිරිසක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය.
- එක් අයෙකුගේ සිට එක් අයෙකුට එක් අයෙකුගේ සිට කිහිප දෙනෙකුට සිදු වන සන්නිවේදනය.

✓ මාර්ගගත කතාබහ (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

නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයෙකු සතු විය යුතු අවබෝධය

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 විධියෙන් සඳහා කේතයක් ඇතුළත් කර එය ප්‍රතිනිර්මාණය කරන්නේ කෙසේ ද?
5. කතාවකට අදාළ සබැඳි (Link) සොයා ගනිමින් ඒවා එකතු කිරීම සිදු කරන්නේ කෙසේ ද?

➤ සමාජ මාධ්‍ය හැකියා සහ කුසලතා භාවිත කුසලතා, මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණය කරන්නන්ට මෙන් ම පරිහරණය කරන්නන්ට ද වැදගත් වේ.

➤ **සමාජ මාධ්‍යයෙහි ලේඛනය -ලිඛිත පෙළ පාදක කර ගනියි.**

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.

➤ **සමාජ මාධ්‍යයෙහි නිර්මාණ,** සජීවී විධියෙන් කතා කිරීම, පාරිභෝගික සේවා සහ තම අදහස් දක්වමින් සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම වැනි කාර්ය කළ හැකි වේ.



සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය - 12 ශ්‍රේණිය

4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය, සමාජ මාධ්‍ය - I කොටස

අංක 1 සිට 70 දක්වා එක් එක් ප්‍රශ්නයට 1, 2, 3, 4, 5 යන පිළිතුරුවලින් නිවැරදි හෝ ඉතාමත් ගැලපෙන පිළිතුර තෝරා නියමිත අංකයේ කතිරයක් (x) යොදන්න.

1. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය අන්තර්ගතයක ඇති ලක්ෂණයක් නොවන්නේ,

1. සරල ආකෘතියකින් යුක්ත වීම
2. විධිමත් ධාරාවන්ගෙන් යුක්ත වීම
3. නම්‍යශීලී බව
4. පිරිවැය අවම වීම
5. සංස්කෘතික සම්බන්ධතාවයක පැවත්ම

2. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයට ගැලපෙන ප්‍රකාශය වන්නේ,

1. බොහෝ විට ලිඛිත වේ.
2. එහි පවතින්නේ එක් හැඩයකි.
3. සමාජ මූලාශ්‍ර බැහැර කරයි.
4. පාරම්පරික සම්ප්‍රේෂණයක් සහිත ය.
5. සාමාන්‍යයෙන් නාමික වේ.

3. ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා භාවිත වූ ශබ්ද සංඥා විධි කුමයකි.

- | | | |
|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| 1. සක්හඬ | 2. දුම හා දුම් ගොබ යැවීම | 3. කොළ අතු එල්ලීම |
| 4. කොඩි, සලකුණු තැබීම | 5. වර්ණ ගැන්වීම | |

4. ප්‍රාථමික සමාජ අවධියේ භාවිත නොවූ සන්නිවේදන කමයක් සහිත වරණය වන්නේ,

1. දුම, කොළ අතු, හුව, අණබෙර, ගිනිදර
2. ඉඟි, බිඟි, නලා, වර්ණ, බෙර, කොඩි
3. දුම, කොළ අතු, චිත්‍ර, අණ බෙරය, හුව
4. සංඥා, සංකේත, ඉඟි, බිඟි, සිතියම්, හඬ
5. වෙස්මුහුණ, චිත්‍ර, බෙර, නලා, වර්ණ

5. නිර්වාචික සන්නිවේදනය ඉතා ප්‍රබල ලෙස සහ කලාත්මක ලෙස භාවිත කළ හැකි සන්නිවේදන මාධ්‍ය විශේෂයක් වන්නේ,

- | | | |
|-----------------------------|---------------------------|------------------------|
| 1. බලිතොවිල් - ගුවන්විදුලිය | 2. මුහුණුපොත - යුටියුබ් | 3. රූපවාහිනිය - සිනමාව |
| 4. පුවත්පත - ග්‍රන්ථය | 5. ගුවන්විදුලිය - පුවත්පත | |

6. පහත ප්‍රකාශ අතරින් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යවල සුවිශේෂතාවට වඩාත් යෝග්‍ය නොවන කරුණ වනුයේ,

කමල් - ජනමූල පදනම

අමල් - විශ්වාස හා ගරු කිරීම

නිමල් - පොදු පිළිගැනීම් හා පොදු යහපත

ඉෂිනි - පාරම්පරික ව උරුම වීම

තරුෂි - තේමාත්මක අන්තර්ගතය

1. කමල්, අමල්, නිමල් ඉෂිනි වැරදි වන අතර තරුෂි නිවැරදි වේ.
2. කමල්, ඉෂිනි, තරුෂි නිවැරදි වන අතර අමල්, නිමල් වැරදි වේ.
3. කමල්, අමල්, ඉෂිනි නිවැරදි වන අතර නිමල්, තරුෂි, වැරදි වේ.
4. කමල්, අමල්, නිමල්, ඉෂිනි, තරුෂි සියලු දෙනා නිවැරදි ය.
5. කමල්, අමල්, නිමල්, ඉෂිනි, තරුෂි සියලු දෙනා වැරදි ය.

7. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යන්නට නොගැළපෙන ප්‍රකාශය වනුයේ,

1. නියත කර්තෘත්වයක් නොමැති වීම
2. ආයතනික ස්වභාවයකින් යුක්ත වීම
3. තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර වීම
4. ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් යුතුව සිදු වීම
5. සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබීම

8. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි සුවිශේෂතාවක් ලෙස සරල ව්‍යුහයකින් යුක්ත වීම යනු,

1. සාමාන්‍ය ජනයාට අවබෝධ කර ගත හැකි සරල ව්‍යුහයන්ගෙන් සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය සකස් වී තිබීම
2. තේමාවට ගැළපෙන සේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගැනීම
3. අවස්ථාව හා අවශ්‍යතාවට ගැළපෙන ආකාරයෙන් සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම පහසුවෙන් සකස් කර ගත හැකි වීම
4. අවට පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා සම්පත් උපයෝගී කර ග්‍රමය හුවමාරු වීම මගින් අවම පිරිවැයකින් කාර්ය ඉටු කර ගත හැකිවීම
5. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්ගේ සමාජ සරල ව්‍යුහයකින් යුක්ත වීම

9. ගමේ පැවැත්වෙන භාණ්ඩ සල්පිල පිළිබඳ ප්‍රදේශවාසීන් දැනුවත් කළ හැකි වඩාත් හොඳ මාධ්‍ය වන්නේ,

1. පෝස්ටර්, අත්පත්‍රිකා, ජංගම ශබ්ද විකාශන රථ
2. ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, අන්තර්ජාලය
3. කෙටි පණිවිඩ, පෝස්ටර්, ගුවන්විදුලිය
4. දුරකථන ඇමතුම්, පෝස්ටර්, අත්පත්‍රිකා
5. පුවත්පත්, දුරකථන ඇමතුම්, ජංගම ශබ්ද විකාශන රථ

10. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ වැදගත්කමක් වන්නේ,

1. සරල ව්‍යුහයක් සහිත වීම
2. තේමාත්මක අන්තර්ගතය
3. නම්‍යශීලීත්වය
4. උපදේශාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකි වීම
5. අවම පිරිවැය

11. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ සුවිශේෂීතාවක් වන්නේ මින් කුමක් ද?

- | | | |
|-----------------------|-------------------------------|--------------|
| 1. සංස්කෘතික සන්දර්භය | 2. භාව ප්‍රකාශනය | 3. ජාලගතකරණය |
| 4. ස්වයංකරණය | 5. සරල ජංගමශීලී මාධ්‍යයක් වීම | |

12. ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය නිරූපණය වන්නේ,

- | | |
|---------------------|-------------------------------------|
| 1. ජන කවි තුළිනි. | 2. ශාන්ති කර්ම හා යාතු කර්ම තුළිනි. |
| 3. ජන කතා තුළිනි. | 4. ගැමි නාටක තුළිනි. |
| 5. ජන වෙදකම තුළිනි. | |

13. දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පාදනය, සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකි වීම, භාව ප්‍රකාශනය ආදී ලක්ෂණ දක්නට ලැබෙනුයේ,

- | | |
|------------------------|--------------------------------|
| 1. නූතන මාධ්‍ය තුළ ය. | 2. ජන මාධ්‍ය තුළ ය. |
| 3. නව මාධ්‍ය තුළ ය. | 4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය තුළ ය. |
| 5. බහුජන මාධ්‍ය තුළ ය. | |

14. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රමයක් ලෙස ගැමි නාටක පිළිබඳ කියවෙන සාවද්‍ය ප්‍රකාශය කුමක් ද?

1. අදාශ්‍යමාන වස්තූන් ඇමතීමයි.
2. ගැමි නාටක පුවතක් පදනම් කර ගනියි.
3. ප්‍රදේශ අනුව ගැමි නාටකවල විවිධතා පවතී.
4. කවි කීම හිටිවන සංවාද උපයෝගී කර ගනියි.
5. රංගයට අදාළ භාණ්ඩ පරිසරයෙන්ම සපයා ගනියි.

15. ප්‍රස්තාව පිරුළු සම්බන්ධයෙන් වඩාත් ගැළපෙන ප්‍රකාශය තෝරන්න.

1. අදහස් කෙටියෙන් හා ප්‍රබලව ප්‍රකාශ කිරීමේ දී යොදාගත හැකි ය.
2. එදිනෙදා සන්නිවේදන කටයුතුවලට යොදා ගැනීම පහසු වේ.
3. ගුප්ත හා අදාශ්‍යමාන බලවේගවලට සම්බන්ධව නිර්මාණය වූවකි.
4. ජනකතා සමග සම්බන්ධතාවක් නොමැත.
5. නව සමාජ සංසිද්ධිවලට අනුව අලුතින් නිර්මාණය නොවේ.

16. ජනශ්‍රැති හැදෑරීම සෑම නිර්මාණකරුවෙකුටම වැදගත් වන බව විචාරකයෝ පෙන්වා දෙති. එයට හේතුව වන්නේ,

1. ජනශ්‍රැතිවලින් ජන විඥානය හඳුනාගත හැකි වන නිසා ය.
2. ජනශ්‍රැති ප්‍රාථමික මූලාශ්‍රය වන නිසා ය.
3. ජනශ්‍රැති නිර්මාණශීලී වන නිසා ය.
4. ජනශ්‍රැතිවලින් වස්තූබ්ජ සොයාගත හැකි වන නිසා ය.
5. ජනශ්‍රැතිවල ජනවහර පවතින නිසා ය.

17. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි සුවිශේෂතා යන්නට අයත් නොවන්නකි.

- | | | |
|------------------------|------------------------|----------------|
| 01. සරල ව්‍යුහ | 02. තේමාත්මක අන්තර්ගතය | 03. ජනමූල පදනම |
| 04. සංස්කෘතික සන්දර්භය | 05. නම්‍යශීලීත්වය | |

18. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමවල දී තේමාවට ගැළපෙන සේ අන්තර්ගතය සකස් කර ගැනීම (තේමාත්මක අන්තර්ගතය) යන්නට නොගැළපෙන ප්‍රකාශය වන්නේ,

1. රෝගවලින් ආරක්ෂා වීම,
2. ජාතිමාමකත්වය
3. භව භෝග ආරක්ෂා කර ගැනීම,
4. විනෝදය, විශ්‍රාන්තිය හා භාව ප්‍රකාශන
5. විශ්වාසයන්,

19. සාම්ප්‍රදායික විධික්‍රම යන්නට අයත් නොවන්නකි,

01. ජන කවි 02. ජනකතා 04. වේදිකා නාට්‍ය 03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම 04. ගැමි නාටක

20. ජන කවිවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණයක් නොවන්නේ,

1. මුඛ පරම්පරාගත ව පැවතීමසස
2. සරල බස් වහරක් භාවිත කිරීම
3. ජන කවි නිර්මාණය සඳහා ජීවන අත්දැකීම් පාදක කර ගැනීම
4. නිර්මාණකරුවා කවරෙක් ද යි හඳුනාගත හැකි වීම
5. ඒ ඒ ප්‍රදේශයට ආවේනික ලක්ෂණවලින් සමන්විත වීම.

21. ජනකතා යන්නට නො ගැළපෙන ප්‍රකාශය වනුයේ,

1. සිද්ධියක මුල, මැද, අගයන අංගයන් මනාව ගලපා ඇත.
2. ජනයාගේ ජීවන අරගලය, අපේක්ෂා, ආශා, දුක්ඛදෝමනස්ස හා ගවේෂණ යනාදිය පිළිබිඹු කරන කතන්දර විශේෂයකි.
3. ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය නිරූපණය වේ.
4. ප්‍රාදේශීය වාග් ව්‍යවහාරවල පවත්නා ආවේනික ලක්ෂණ හඳුනාගත හැකිය.
5. ප්‍රබන්ධ වර්ග සහ සිදුවීම් ගොඩනංවමින් අනුක්‍රමික කතා පුවතක් ලෙස ගලායන දීර්ඝ ආඛ්‍යාතයකි.

22. යාතුකර්ම (Ritual) යන්නෙන් අදහස් වන්නේ කුමක් ද ?

1. අදාශ්‍යමාන වස්තූන් ඇමතීම ඒවායින් පිහිටක් ලබා ගැනීම
2. මළ ගිය ඇත්තන්ට පිං පැමිණවීම
3. යාගභෝම පැවැත්වීම
4. දානමානාදී පිංකම් පැවැත්වීම
5. අදාශ්‍යමාන වස්තූන් ගුරු කොට ගැනීම

23. ශාන්තිකර්මයන්හි අරමුණු යන්නට නොගැළපෙන ප්‍රකාශය තෝරන්න.

1. ගොවිතැන් කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම,
2. සශ්‍රීකත්වය ප්‍රාර්ථනා කිරීම,
3. රාජ්‍ය පාලකයාට පිං පැමිණවීම.
4. පැපොල, සරම්ප වැනි බෝ වන රෝගවලින් සහ අපල උපද්‍රවවලින් අත්විදීම
5. විනෝදාර්ථ අපේක්ෂාව ආදිය සලසා ගැනීම

24. සරල හා භාෂ්‍යාත්පාදක ස්වරූපයක් ගන්නා සංවාද පැවතීම යකැදුරා විසින් ආතුරයා නොපෙනෙන බලවේග හා නරඹන්නන් සමඟ අදහස් හුවමාරුව සිදුකරයි. මෙම ප්‍රකාශයට වඩාත් ගැළපෙන සාම්ප්‍රදායික විධික්‍රමය වනුයේ,

01. ජන කවි
02. ජනකතා
03. වේදිකා නාට්‍ය
04. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම
05. ගැමි නාටක

25. උඩරට ප්‍රදේශයේ ප්‍රචලිත ගැමිනාටකයකි.

1. සොකරි ජන නාටකය
2. කෝලම්
3. රූකඩ
4. නාඩගම්
5. කොහොඹා කංකාරිය

26. පහතරට ප්‍රදේශයේ ප්‍රචලිත ගැමිනාටකයකි.

1. සොකරි ජන නාටකය
2. කෝලම්
3. ටීට්
4. නාඩගම්
5. කොහොඹා කංකාරිය

27. සාමාන්‍ය ව්‍යවහාරයේ දී මූලික ජන මාධ්‍ය ලෙස හැඳින්වෙන්නේ,

1. රූපවාහිනිය, පුවත්පත හා අන්තර්ජාලය
2. ගුවන් විදුලිය, පුවත්පත හා සමාජ ජාල
3. රූපවාහිනිය, ගුවන් විදුලිය හා පුවත්පත
4. සමාජ ජාල, අන්තර්ජාලය හා විද්‍යුත් තැපැල්
5. ගුවන් විදුලිය, පුවත්පත් හා සඟරා

28. ජනමාධ්‍ය ඉටු කළ යුතු භූමිකා කීපයක් පහත දැක්වේ.

- A - ආරක්ෂකයෙකුගේ භූමිකාව.
- B - සාකච්ඡා මණ්ඩපයක භූමිකාව.
- C - පරිසරය ආරක්ෂාකර ගැනීමට රුකුල් දීම.
- D - සමාජ උරුමය අඛණ්ඩව ව්‍යාප්ත කිරීම.
- E - ගුරුවරයෙකුගේ භූමිකාව.

විල්බර් ග්‍රාම් ජනමාධ්‍ය මගින් ඉටු කළ යුතු කාර්යයන් ලෙස දැක්වූයේ,

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. C D හා E ය. | 2. D E හා A ය. | 3. A B හා E ය. |
| 4. B C හා D ය. | 5. A E හා C ය. | |

29. “එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත, යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩව ප්‍රකාශයට පත්කර එකවර නොබඳින ලද පකාශනය පුවත්පත වේ” මෙම නිර්වචනය ඉදිරිපත් කළේ,

- | | | |
|-------------------------|----------------------|------------------|
| 1. ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂය | 2. යුනෙස්කෝ ආයතනය | 3. එඩ්වින් එම්ලි |
| 4. ජෝසප් පුලිට්සර් | 5. පෝල් ඩී මැසිනියර් | |

30. ලෝක ව්‍යාප්ත ජාලය පිළිබඳ (WWW) අදහස ඉදිරිපත් කළේ,

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1. ජෝන් මිල්ටන් විසිනි | 2. මාෂල් මැකලුහන් විසිනි | 3. ටිම් බර්නස් ලී විසිනි |
| 4. බර්නාඩ් ස්ටෙන්ලර් විසිනි | 5. මැනුවෙල් කැස්ටෙල් විසිනි | |

31. ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක රාජ්‍ය මාධ්‍ය ආයතනයක් වන්නේ,

- | | | |
|----------------------------|---------------------|------------------|
| 1. විජය පුවත්පත් ආයතනය | 2. ලේක්හවුස් ආයතනය | 3. මහාරාජා ආයතනය |
| 4. ස්වාධීන රූපවාහිනී ආයතනය | 5. ABC මාධ්‍ය ආයතනය | |

32. පහත ඒවායින් නව මාධ්‍ය පමණක් අඩංගු වචන බණ්ඩය තෝරන්න.

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය, පුවත්පත | 2. වෙබ් අඩවි, Facebook, වෙළඳ දැන්වීම් |
| 3. සැටලයිට්, රූපවාහිනිය, Facebook | 4. Skype, Facebook, ගුවන් විදුලිය |
| 5. Facebook, E-mail, වෙබ් අඩවි | |

33. ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී සන්නිවේදකයෝ, සංඥා, දොරටු පාලකයෝ, ජනමාධ්‍ය හා පෙරහණ

ආදිය ඇතුළත් ආකෘතිය වන්නේ,

- | | | |
|---------------------------|------------------------------|------------------|
| 1. ෂැනොන් විවර් ආකෘතිය ය. | 2. ලැස්වෙල් ආකෘතිය ය. | 3. HUB ආකෘතිය ය. |
| 4. ඇරිස්ටෝටල් ආකෘතිය ය. | 5. ග්‍රාම් ඔස්ගුඩ් ආකෘතිය ය. | |

34. ප්‍රාථමික සමාජ අවධියේ භාවිත නොවූ සන්නිවේදන ක්‍රමයක් සහිත වරණය වන්නේ,

1. දුම, කොළ අතු, හුව, අණබෙර, ගින්නේර
2. ඉඟි, බිඟි, නලා, වර්ණ, බෙර, කොඩි
3. දුම, කොළ අතු, චිත්‍ර, අණ බෙර , හුව
4. සංඥා, සංකේත, ඉගිබිඟි, සිතියම්, හඬ
5. වෙස්මුහුණ, චිත්‍ර, බෙර, නලා, වර්ණ

35. නිර්වාචක සන්නිවේදනය ඉතා ප්‍රබල ලෙස සහ කලාත්මක ලෙස භාවිතා කළ හැකි සන්නිවේදන මාධ්‍ය විශේෂයක් වන්නේ,

1. බලිකොවිල් - ගුවන්විදුලිය
2. මුහුණුපොත - යුටියුබ්
3. රූපවාහිනිය - සිනමාව
4. පුවත්පත - ග්‍රන්ථය
5. ගුවන්විදුලිය - පුවත්පත

36. Hub ආකෘතිය පිළිබඳ කරුණු ඉදිරිපත් කළ විද්වතුන් තිදෙනා වන්නේ,

1. එල්ඩන් හා හර්බට්, ඇනොන් හා විවර්, විල්බර් ශ්‍රාම්
2. එල්ඩන් හයිබර්ට්, ඩොනල්ඩ් ආර් අන්ගර්ට්, තෝමස් ඩබ්ලිව් බෝන්
3. විල්බර් ශ්‍රාම්, විමල් දිසානායක, ඇනෝන් හා විවර්
4. කර්ල් අයිවර් හව්ලන්ඩ්, කර්ට් ලෙවින්, ලැසාස්ෆෙල්ඩ්
5. කර්ල් අයිවර් හව්ලන්ඩ්, වොරන් විවර්, විල්බර් ශ්‍රාම්

37. සමාජ මාධ්‍ය වල ප්‍රභව අංග වනුයේ,

1. දුරකථනය හා ගුවන්විදුලිය
2. රූපවාහිනිය හා අන්තර්ජාලය
3. පුවත්පත හා අන්තර්ජාලය
4. සමාජජාල හා ජංගම දුරකථනය
5. දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය වේ.

38. ගමේ පැවැත්වෙන භාණ්ඩ සල්පිල පිළිබඳ ප්‍රදේශවාසීන් දැනුවත් කළ හැකි වඩාත් හොඳ මාධ්‍ය වන්නේ,

1. පෝස්ටර්, අත්පත්‍රිකා, ජංගම ශබ්ද විකාශන රථ
2. ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, අන්තර්ජාලය
3. කෙටි පණිවිඩ, පෝස්ටර්, ගුවන්විදුලිය
4. දුරකථන ඇමතුම්, පෝස්ටර්, අත් පත්‍රිකා
5. පුවත්පත්, දුරකථන ඇමතුම්, ජංගම ශබ්ද විකාශන රථ

39. යම් කණ්ඩායමක් අරමුණු කරගෙන හෝ යම් පාඨක පිරිසක් ඉලක්ක කරගෙන නිශ්චිත කාල සීමාවලදී පළ වන කෙටි ලිපි හා රූප සටහන් සහිත ප්‍රකාශනයක් හඳුන්වන්නේ,

1. පුවත්පතක් ලෙස ය.
2. සඟරාවක් ලෙස ය.
3. පොත් පිංවක් ලෙස ය.
4. අත්පත්‍රිකා ලෙස ය.
5. දින සටහන ලෙස ය.

40. රජයේ ලියාපදිංචි කළ ප්‍රථම සිංහල පුවත්පත,

1. ලංකා ලෝකය.
2. සිංහල බෞද්ධයා.
3. ලක්මිණි පහන.
4. ද කලම්බ ජර්නල් පුවත්පත
5. රජයේ ගැසට් පත්‍රය.

41. අංකිත තාක්ෂණික මාධ්‍ය මෙවලම් සමාජ භාවිතයට පැමිණෙන්නේ,

1. 80 සහ 90 දශක වලය.
2. 50 සහ 60 දශක වලය.
3. 30 සහ 40 දශක වලය.
4. 2000 සහ 2010 දශක වලය.
5. 50 දශකයට පෙර සිටය

42. ජන මාධ්‍යයේ මූලික කාර්යයන් හතරට අයත් නොවන්නේ,

1. සුපරීක්ෂණය
2. අර්ථකථනය
3. සහ සම්බන්ධය
4. සමාජානුයෝජනය
5. තොරතුරු හුවමාරුව

43. Hub ආකෘතිය තුළ බලපෑමේ දෙආකාර ස්වරූපය වනුයේ,

1. සමාජය හා පුද්ගලයා කෙරෙහි බලපෑම.
2. පුද්ගලයා හා පවුල කෙරෙහි බලපෑම.
3. සමාජය හා ජාත්‍යන්තරය කෙරෙහි බලපෑම.
4. මනස හා වර්ගාව කෙරෙහි බලපෑම.
5. මිනිසා හා සමස්ත සමාජයේ සිදුවීම් කෙරෙහි බලපෑම වේ.

44. "එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩව ප්‍රකාශයට එක් කරන, එකට බදින ලද ප්‍රකාශයකි." සඟරා පිළිබඳ මෙම ප්‍රකාශය

1. එක්සත ජාතීන්ගේ අර්ථකථනය යි.
2. යුනෙස්කෝ සංවිධානයේ අර්ථකථනය යි.
3. ගෘහවල්ව ප්‍රකාශය යි.
4. සිංහල ශබ්ද කෝෂයේ අර්ථකථනය යි.
5. "සුමංගල" ශබ්ද කෝෂයේ අර්ථකථනය යි.

45. නව මාධ්‍යවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණයක් නොවන්නේ,

1. අංකිතකරණය
2. ජාලගතකරණය
3. අන්තර් කියාකාරිත්වය
4. අධි පාඨනීයත්වය
5. නාමකරණය

46. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම කථානාද වික්‍රමය,

1. නිධානය
2. රේඛාව
3. කඩවුණු පොරොන්දුව
4. වැලිකතර
5. මාතලන්

47. ජෝන් ලොගී බෙයාර්ඩ් සාර්ථක රූපවාහිනී ක්‍රමයක් ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ,

1. 1936
2. 1887
3. 1953
4. 1926
5. 1873

48. නූතන ජනමාධ්‍යවල අවම වශයෙන් දක්නට හැකි ලක්ෂණයක් වන්නේ,

1. ජනවහර භාවිතයට ගැනීමයි.
2. සංවිධානගත බවින් යුක්ත වීමයි.
3. වැඩි පෙළඹවීමකින් යුක්ත වීමයි.
3. උත්තේජනය ප්‍රයෝජනයට ගැනීමයි.
5. පුද්ගල විනින්නතාව හඳුන්වා ගැනීමයි.

49. සිය ඉල්ලීම් දිනා ගැනීම සඳහා දිගු කාලයක් ඉල්ලීම් කර අසාර්ථක වූ පසු පුද්ගලයෙකු ඊට විරෝධය දැක්වීම සඳහා ප්‍රසිද්ධියේ රජයේ ගොඩනැගිල්ලක වහලය මත මාරාන්තික උපවාසයක් ආරම්භ කරන බවට රූපවාහිනී මාධ්‍යවේදියෙකුට දැනගැනීමට ලැබිණ. සමාජ හිතකාමී පුවත් සෙවීම සිය වගකීම කරගත් මාධ්‍යවේදියෙකු ලෙස ඔහු/ඇය කළ යුතුව තිබුණේ කුමක් ද ?

1. අදාළ පුද්ගලයා පිළිබඳ පොලීසිය දැනුවත් කිරීම.
2. මාරාන්තික උපවාසයට තැත් කිරීමේ උත්සාහය වළකමින් ඔහුගේ ඉල්ලීම් සඳහා මාධ්‍ය මගින් හඬක් නිර්මාණය කිරීම.
3. සිදුවීම උපරිම ලෙස ආවරණය කර වහා මාධ්‍ය වෙත උණුසුම් පුවත් ලෙස ලබා දීමට කටයුතු කිරීම.
4. වෙනත් මාධ්‍ය ආයතන වාර්තාකරුවන් උපක්‍රමික ව වළක්වා වාර්තාකරණයේ ප්‍රමුඛයා බවට පත් වීමට කටයුතු කිරීම.
5. බලධාරීන් කළ වරද ඉස්මතු කිරීම සඳහා මාරාන්තික උපවාසයේ යෙදීමට තැත් කළ පුද්ගලයාගේ ප්‍රකාශනයක් රුගත කිරීමට උනන්දු වීම.

50. රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීම් පිළිබඳ සාකාච්ඡාවක් පාසල් මාධ්‍ය කවයේ දී මතු විය.

ජයනි :- භාණ්ඩ පරිභෝජන රටාව වෙනස් කරන්න දැන්වීම්වලට පුළුවන්

නයනි :- දැන්වීම්වලින් තොරව ජනමාධ්‍යවලට පවතින්න අපහසුයි.

රුවනි :- විශ්වසනීයත්වයකින් යුතුව භාණ්ඩ මිල දී ගැනීමට දැන්වීම් ප්‍රයෝජනවත්.

කමනි :- වෙළෙඳ දැන්වීම් නිවැරදිව වටහාගන්න මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තිබිය යුතු ය.

ඉහත ප්‍රකාශ අතුරෙන් වෙළෙඳ දැන්වීම් පිළිබඳ නිවැරදි ප්‍රකාශ ඉදිරිපත් කරන්නේ

1. ජයනි හා රුවනි පමණි.
2. ජයනි, නයනි සහ රුවනි පමණි.
3. නයනි, රුවනි සහ කමනි පමණි.
4. ජයනි, නයනි සහ කමනි පමණි.
5. ජයනි, නයනි රුවනි සහ කමනි යන සියළුම දෙනාම ය.

51. පත්ති කාමරයේ සිටි සිසුන් විවිධ සන්නිවේදන ප්‍රභේද පිළිබඳව සාකච්ඡාවක නිරත විය. ඔවුන් දැක් වූ

අදහස් කීපයක් පහත දැක්වේ.

කමල් - බහු විධ ග්‍රාහකත්වයකින් යුක්ත ය.

අමල් - ප්‍රමාදිත ප්‍රතිපෝෂණයක් දක්නට ලැබේ.

නිමල් - බොහෝ විට වාණිජත්වය පදනම් කර ගනියි.

ඉෂනි - දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පදානය කළ හැකි ය.

තරුෂි - උපදේශාතමක සංදේශ ජනනය කළ හැකි වීම.

ඉහත ප්‍රකාශ අතරින් ජන මාධ්‍යයේ විශේෂතා යන්නට වඩාත් යෝග්‍ය ප්‍රකාශ ඉදිරිපත් කර ඇත්තේ,

1. කමල්, අමල්, නිමල් නිවරදි වන අතර ඉෂනි තරුෂි වැරදිවේ.
2. කමල්, ඉෂනි, තරුෂි නිවරදි වන අතර අමල්, නිමල් වැරදි වේ.
3. කමල්, අමල්, ඉෂනි නිවරදි වන අතර නිමල්, තරුෂි, වැරදි වේ.
4. කමල්, අමල්, නිමල්, ඉෂනි, තරුෂි සියලු දෙනා නිවැරදි ය.
5. කමල්, අමල්, නිමල්, ඉෂනි, තරුෂි සියලු දෙනා වැරදි ය.

52. ගුවන්විදුලිය හඬ පදනම් කරගත් මාධ්‍යයකි. එහි මිනිස් හඬ සමග සංකලනය වන සෙසු සාධක වන්නේ,

1. සංගීතය, සතුන්ගේ ශබ්ද, ශබ්ද ප්‍රයෝග, හා නිහඬතාවයි.
2. සංගීතය, නිහඬතාව , සතුන්ගේ ශබ්ද හා ස්වාභාවික ශබ්දයි.
3. ස්වාභාවික ශබ්ද, සතුන්ගේ ශබ්ද ශබ්ද ප්‍රයෝග හා නිහඬතාවයි.
4. අනුකරණාත්මක ශබ්ද, සංගීතය, නිහඬතාව හා ශබ්ද ප්‍රයෝගයි.
5. ස්වාභාවික ශබ්ද, ශබ්ද ප්‍රයෝග, සංගීතය හා නිහඬතාවයි.

53. තව මාධ්‍යය යන්නට නොගැළපෙන ප්‍රකාශය තෝරන්න.

1. මෙම දත්ත, බින්දුවත් එකත් අතර අංකිත තාක්ෂණ ක්‍රමවේදයන්ට හකුළුවා දැක්විය හැකිය.
2. සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වී වත්මන තෙක් අඛණ්ඩ ව පැවත එයි.
3. දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ බිහි වූවකි.
4. ජාලගත වේගවත් තොරතුරු හුවමාරුවක් සිදු වේ.
5. අඩු පිරිවැයක් යටතේ ඉතා වේගයෙන් බෙදා හැරිය හැකි ය.

54. ව්‍යාපාරිකයෝ, රැකියාවල නිරත සහ රැකියා අපේක්ෂා කරන්නෝ ස්වකීය ජීව දත්ත, ඇතුළත් කරමින් නිර්මාණය කර ඇති වෙබ් අඩවිය කුමක්ද?

1. Pinterest 2. LinkedIn 3. Twitter 4. Facebook 5. Instagram

55) පහත සඳහන් සන්නිවේදන අවස්ථාවන්හි දී බොහෝ දෙනෙකුට සම්බන්ධ විය හැකි සමාජ මාධ්‍ය වන්නේ,

- * හැඟීම් අදහස් ප්‍රකාශ කිරීම
- * පිළිසඳරේ යෙදීම
- * පෞද්ගලික පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීම
- * ජීවන සිදුවීම් ඉදිරිපත් කිරීම හා ඒවාට ආරාධනා කිරීම
- * පොදු අදහස ඇත අය එකතු වී කණ්ඩායම් වශයෙන් කටයුතු කිරීම

1. Twitter 2. Instagram 3. Facebook 4. Skype 5. LinkedIn

56) සමාජ මාධ්‍යයේ ප්‍රබලතාවයක් වන්නේ,

1. එක් මාධ්‍යකින් තව මාධ්‍යකට යාමට හැකි වීම.
2. සරල පිරිවැය අධික ක්‍රමයකි.
3. ඉගෙනුම් ක්‍රියාවලියට වැදගත් නොවීම.
4. නම්‍යශීලී මාධ්‍යයකි.
5. බහුවිධ දොරටුපල ක්‍රියාවලියක් නොවීම

57) සයිබර් හිරිහැර හා උවදුරු, ප්‍රවණිත ක්‍රියාවලට පෙළඹීම, වැරදි තොරතුරු පළ කිරීම, ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම අයත් වන්නේ,

1. නූතන මාධ්‍යයේ අයහපත බලපෑමයි.
2. නව මාධ්‍යයේ අයහපත් බලපෑමයි.
3. ජන මාධ්‍යවල අයහපත් බලපෑමයි.
4. සමාජ මාධ්‍යයේ අයහපත් බලපෑමයි.
5. සියලු මාධ්‍යවල අයහපත බලපෑමයි.

58) Pinterest යනු,

1. නූතන මාධ්‍ය ප්‍රභේදයකි.
2. සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභේදයකි.
3. ජන මාධ්‍ය ප්‍රභේදයකි.
4. සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය ප්‍රභේදයකි.
5. අන්තර්ජාල තොරතුරු හුවමාරුවකි.

59) සමාජ මාධ්‍යවල ප්‍රභව අංග වනුයේ,

1. දුරකථනය හා ගුවන්විදුලිය
2. රූපවාහිනිය හා අන්තර්ජාලය
3. පුවත්පත හා අන්තර්ජාලය
4. සමාජජාල හා ජංගම දුරකථනය
5. දුරකථනය හා අන්තර්ජාලය වේ.

60) සමාජ මාධ්‍ය විසින් ඇති කරන සෘණාත්මක බලපෑමක් නොවන්නේ,

1. මානසික අවපීඩනය, හුදෙකලාව ආදිය ඇතිවීම
2. ග්‍රාහකයන් ලබාදියත් වී තිබීම
3. පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳව ගැටළු මැවීම
4. පරිහරණය කරන කොටස් සංස්කරණය කළහැකි වීම
5. සයිබර් හිරිහැර

61) මාර්ගගත දත්ත පද්ධතියක් මගින් විවිධ තොරතුරු මූලයන් ට ප්‍රවේශ වීමට ඇති හැකියාව හඳුන්වන යෙදුම කුමක් ද ?

1. අංකිතකරණය
2. ජාලගතකරණය
3. අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය
4. අධිපාඨනීයත්වය
5. ස්වයංකරණය

62) සමාජ මාධ්‍යයේ විශේෂත්වය කි.

1. විධිමත් ආයතන ව්‍යුහයක් තිබීම
2. අන්තර්ගතය හුවමාරු කළ හැකි වීම
3. වෘත්තීය මාධ්‍යවේදීන් සිටීම.
4. ප්‍රමාදී ප්‍රතිපෝෂණයක් තිබීම
5. පරම්පරාවෙන් උරුම වීම

63) සමාජ මාධ්‍ය ගොඩනංවා ඇති ක්‍රියාකාරීත්වයට අයත් නොවන්නකි.

1. බෙදා ගැනීම සඳහා කෙටි පණිවිඩ යැවීම,
2. ඡායාරූප බෙදා ගැනීම සහ ලැබීම සිදු කිරීම
3. වාර්තා කිරීම හා මත ප්‍රකාශ කිරීම
4. විචියෝ මත අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට හැකි වීමෙන් ක්‍රියාකාරීත්වය ගොඩනැගීම
5. අනන්‍යතාව හෙළිකිරීම අනිවාර්ය වීම

64) ලෝකයේ වැඩිම පිරිසක් පරිශීලනය කරනු ලබන සමාජ ජාල වෙබ් අඩවිය වනුයේ,

1. Facebook
2. Twitter
3. Viber
4. WhatsApp
5. Flicker

65) LinkedIn වෙබ් අඩවියේ ක්‍රියාකාරීත්වය හා නොගැළපෙන්නකි.

1. ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව සහ වෘත්තික ප්‍රජාව සඳහා නිර්මාණය කර ඇති වෙබ් අඩවියකි.
2. විශේෂයෙන් භාවිත වන්නේ වෘත්තික ජාලකරණයක් සඳහායි.
3. ලියාපදිංචි වූ සාමාජිකයන්ට තම වෘත්තීය දැනුමෙන් අභිමත පුද්ගලයන් සමඟ ජාල ගොඩනැගීම සහ ලේඛනගත කිරීමට ඉඩ සලසා ඇත.
4. ව්‍යාපාරිකයෝ, රැකියාවල නිරත සහ රැකියා අපේක්ෂා කරන්නෝ මෙම වෙබ් අඩවියෙහි ස්වකීය ජීව දත්ත ඇතුළත් කර ඇත.
5. කාන්තාවන් අතර වඩා ජනප්‍රියව පවතී.

65) සමාජ මාධ්‍යයේ ධනාත්මක බලපෑම් සමාජීයකරණයට බලපෑම් එල්ල කරන ආකාරයට නොගැළපෙන ප්‍රකාශය වනුයේ,

1. විරෝධාකල්ප ප්‍රචලිත කිරීමට ඇති අවකාශය
2. සක්‍රීය ග්‍රහකයන් වීම
3. දැනුම හුවමාරු කර ගත හැකි වීම
4. සයිබර් හිරිහැර වලට ලක් වීම
5. එක් මාධ්‍යයකින් තව මාධ්‍යයකට යාමට හැකි වීම

66) නව මාධ්‍ය හා සමාජ මාධ්‍ය පරිශීලකයෙකු සතු විය යුතු අවබෝධය ට අයත් නොවූවකි,

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 රන්නේ කෙසේ ද?
- 6ග නිවැරදි ලෙස කතාවක් පවත්වන්නේ කෙසේද?

67) සමාජ මාධ්‍යයෙහි ලේඛනය

1. සංගීතය මූලික කර ගනියි.
2. ලිඛිත පෙළ පාදක කර ගනියි.
- 3 රූපය පමණක් මූලික කර ගනියි.
- 4 සාහිත්‍ය රසය ප්‍රමුඛ කොට ගනියි.
- 5 අන්ත ර්ජාතික නිර්ණායක පාදක කොට ගනියි.

68) මාර්ගගත කතාබහ (Chat) යනුවෙන් හඳුන්වනු ලබන්නේ,

1. බොහෝ පිරිසකගේ සිට එක් අයෙකු දක්වා, එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙකු දක්වා හෝ එක් අයෙකුගේ සිට බොහෝ අය දක්වා සිදු කරනු ලබන සන්නිවේදනය යි.
2. වෙබ් අඩවියක පළ වන ලේඛනය යි.
3. රූපයක් සඳහා අමුණනු ලබන පෙළ යි.
4. මාර්ගයක දී සිදු කෙරෙන කතාබහ ට යි.
5. කථන මාධ්‍යයෙන් ඉදිරිපත් කරන සාහිත්‍යමය ලේඛනය යි.

69) සමාජ මාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය කාර්යභාරය යන්නට අයත් වරණ සහිත පිළිතුර තෝරන්න.

1. තොරතුරු සම්පාදනය,විනෝදාස්වාද සම්පාදනය, සමාජානුයෝජනය, සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම
2. සංස්කෘතිය පවරා දීම,විනෝදාස්වාද සම්පාදනය, ,සමාජානුයෝජනය, සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම
3. තොරතුරු සම්පාදනය, නිර්මාණශීලී බව, සමාජානුයෝජනය, සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම
4. තොරතුරු සම්පාදනය,විනෝදාස්වාද සම්පාදනය, සමාජානුයෝජනය, සාක්ෂරතාව
5. තොරතුරු සම්පාදනය,විනෝදාස්වාද සම්පාදනය, සාහිත්‍යය, සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම

70) සමාජ මාධ්‍යවලින් සිදුවිය හැකි අයහපත් බලපෑම්වලට අයත් නොවන වරණය තෝරන්න.

- ✓ සයිබර් හිරිහැර
- ✓ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියාවලට පෙළඹවීම
- ✓ වැරදි තොරතුරු පළ කිරීම
- ✓ ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම
- ✓ සත්‍ය තොරතුරු ලබා දීම

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය 12 - ශ්‍රේණිය

4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය - II කොටස

- (01) (i) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හතරක් නම් කරන්න
- (ii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි සුවිශේෂතා දෙකක් නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධික්‍රම හතරක් දක්වා ඉන් දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) ජනකවි හා ජන කතා නූතන නිර්මාණකරණය තුළ යොදා ගන්නා අවස්ථා හතරක් පැහැදිලි කරන්න.
- (02) (i) ගැමි නාටක යන්න හඳුන්වන්න.
- (ii) පහතරට ප්‍රදේශයේ ප්‍රචලිත ගැමිනාටක දෙකක් විස්තර කරන්න.
- (iii) සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයේ වැදගත්කම කරුණු තුනක් ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) කෙටි සටහන් ලියන්න.
- (03) (i) සොකරි ගැමි නාටකයෙහි අරමුණු දෙකක් ලියන්න.
- (ii) ගැමි නාටක වල ලක්ෂණ දෙකක් නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි අපේක්ෂිත සන්නිවේදන අර්ථ හතරක් දක්වා ඉන් දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයේ වැදගත්කම කරුණු හතරක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (04) (i) හින්දු සංස්කෘතියට අනන්‍ය වූ ශාන්තිකර්ම දෙකක් සඳහන් කරන්න.
- (ii) සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය යන්න කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) ශාන්ති කර්ම හා යාතුකර්ම පිළිබඳව නිදසුන් දෙමින් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක්දැයි හඳුන්වා සාම්ප්‍රදායික විධි ක්‍රම පිළිබඳ නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

- (05) (i) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය කරන්න.
- (ii) ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන විවිධ ප්‍රධාන අංග පිළිබඳ HUB ආකෘතිය මගින් විග්‍රහ කෙරේ. එමගින් දක්වන අංග 04 ක් නම් කර ඉන් එකක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- (iii) ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා තුනක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- (iv) ජන සන්නිවේදනයට අයත් ලක්ෂණ හතරක් දක්වා ඒවා නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
- (06) (i) ජන මාධ්‍ය පිළිබඳව ඩිෆ්ලුවර් හා ඩෙනිස් නිර්වචනය දක්වන්න.
- (ii) ජෝන් ඊන් සාම්චරයා විසින් කරනු ලැබූ ප්‍රකාශයක් ජනමාධ්‍යයේ දියුණුවට බලපෑ ආකාරය කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න .
- (iii) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය තළ මඳිත මාධ්‍ය යටතේ දක්නට ලැබෙන පුවත්පත හා වාර සඟරා පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව විස්තර කරන්න.
- (iv) රූපවාහිනිය මගින් ප්‍රචාරය වන ටෙලි නාට්‍ය තුළින් ඉටු කෙරෙන සන්නිවේදන කාර්යයන් 4ක් නම් කර, විස්තර කරන්න.
- (07) (i) ජනමාධ්‍ය යන්න ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂයට අනුව නිර්වචනය කරන්න.
- (ii) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය තුළ මඳිත මාධ්‍ය යටතේ දක්නට ලැබෙන පුවත්පත හා වාරසඟරා පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව විස්තර කරන්න. 'එඩ්වින් එමර්' විසින් විග්‍රහ කරන ලද පුවත්පතක දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ 4ක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) කෙටි සටහන් ලියන්න.
- HUB ආකෘතිය
 - සිනමාව
සිනමා මාධ්‍යය යනු එහි ආරම්භය
 - ජන මාධ්‍යය
- (iv) පාසලේ ජන මාධ්‍ය සඟරාවට 'ජන සන්නිවේදන විකාශනයේ වැදගත් සංධිස්ථාන' මැයෙන් ලිපියක් සකස් කරන්න.
- (08) (i) HUB ආකෘතිය ඉදිරිපත් කළ විද්වතුන් තිදෙනාගේ නම් ලියන්න.
- (ii) රූපවාහිනි මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ හතරක් ලියා ඉන් එකක් පැහැදිලි කරන්න.
- iii) ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කිරීමට යොදාගන්නා HUB ආකෘතිය දක්වා එහි ප්‍රධාන අංග 08 න් දෙකක් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) ගුවන් විදුලියේ මූලික ලක්ෂණ 3 ක් දක්වා ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය පිළිබඳ විස්තර කරන්න.
- (09) සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ එක් රැස් වූ තරුණ තරුණියෝ රට ලස්සන කිරීමේ අරමුණෙන් සිතුවම් අඳිමින් නගරයේ තාප්ප අලංකාර කරති.
- සමාජ මාධ්‍යය වෙත අවතීර්ණ විය හැකි ක්‍රම දෙකක් නම් කරන්න
 - සමාජ මාධ්‍ය වර්ග දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
 - සමාජ මාධ්‍යයේ කාර්යභාරය පිළිබඳ කරුණු තුනක විස්තර කරන්න.
 - සමාජ මාධ්‍ය සමාජය වෙත කරණ යහපත් බලපෑම පිළිබඳ රචනයක් ලියන්න.

- (10) (i) සමාජ මාධ්‍ය වාරණය කිරීම නිසා සමාජයට සිදුවන යහපතට සහ අයහපතට අදාළව කරුණු දෙක බැගින් නම් කරන්න.
- (ii) නගර අලංකරණය සඳහා විවිධ රටවල තොරතුරු නව මාධ්‍ය ඔස්සේ ලබාගත හැකි ක්‍රම දෙකක් නිදසුන් සහිතව විස්තර කරන්න.
- (iii) Facebook ඉතාමත් ජනප්‍රිය සමාජ මාධ්‍ය යෙදවුමක් වේ. මෙය සමාජ ප්‍රවර්ධනය සඳහා යොදාගත හැකි ආකාරය කරුණු තුනක් ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) සමාජය හා සංස්කෘතිය කෙරෙහි ජනමාධ්‍යයට වඩා ප්‍රබල බලපෑමක් සමාජ මාධ්‍ය ඇති කරයි. පක්ෂව හෝ විපක්ෂව කරුණු හතරක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.
- (11) (i) මහජන සම්බන්ධතා කටයුතු සඳහා ෆේස්බුක් මගින් ලබාගත හැකි ප්‍රයෝජන හතරක් දක්වා ඉන් එකක් විස්තර කරන්න.
- (ii) සමාජ මාධ්‍ය විසින් සමාජය මත ඇතිකරන සෘණාත්මක බලපෑම් හතරක් ලියා ඉන් එකක් පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) නව මාධ්‍ය පළිබඳ තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේදී වර්ගකරණය වන කාණ්ඩ හතර දක්වා ඉන් දෙකක් පැහැදිලි කරන්න.
- (iv) වර්තමාන සමාජ මාධ්‍ය සතු කාර්යභාරය පිළිබඳව නිදසුන් සහිතව විස්තර කරන්න.
- (12) (i) නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව සිදු කෙරෙන කාණ්ඩ හතර නම් කරන්න.
- (ii) නව මාධ්‍ය භාවිතයේ දී තිබිය යුතු නිපුණතා 4ක් දක්වන්න.
- (iii) නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව සිදු කෙරෙන කාණ්ඩ හතර පිළිබඳ නිදසුන් සහිතව විස්තර කරන්න
- (iv) ආයතනයක අභ්‍යන්තර කාර්ය මණ්ඩලය වෙත තොරතුරු බෙදා හැරීම හා ඔවුනොවුන් අතර යහපත් සන්නිවේදන සබඳතා වර්ධනය කිරීම සඳහා යොදාගත හැකි සමාජ මාධ්‍ය හතරක් නම් කර ඒවා යොදාගත හැකි ආකාරය පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය- 12 ශ්‍රේණිය

පිළිතුරු

4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය - I කොටස

අංක 1 සිට 70 දක්වා එක එක් ප්‍රශ්නයට 1, 2, 3, 4, 5 යන පිළිතුරු වලින් නිවැරදි හෝ ඉතාමත් ගැලපෙන පිළිතුර තෝරා නියමිත අංකයේ කතිරයක් (x) යොදන්න.

01. - 3	11. - 1	21. - 5	31. - 2	41. - 1	51. - 1	61. -4
02. - 3	12. - 3	22. - 1	32. - 5	42. - 5	52. - 4	62. -2
03. - 2	13. - 4	23. - 3	33. - 3	43. - 1	53. - 2	63.- 5
04. - 3	14. - 2	24. - 4	34. - 4	44. - 2	54. - 2	64. -1
05. - 3	15. - 1	25. - 1	35. - 3	45. - 5	55. - 3	65. -5
06. - 4	16. - 1	26. - 2	36. - 2	46. - 3	56. - 1	66. -4
07. - 2	17. - 3	27. - 3	37. - 5	47. - 4	57. - 4	67. -5
08. - 1	18. - 2	28. - 3	38. - 1	48. - 1	58. - 2	68. -2
09. - 1	19. - 4	29. - 2	39. - 2	49. - 2	59. - 5	69. -1
10. - 4	20. - 4	30. - 3	40. - 3	50. - 3	60. - 4	70. -1

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය - 12 ශ්‍රේණිය

4.0 සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, ජනමාධ්‍ය හා නව මාධ්‍ය - II කොටස

(01) (i) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය හතරක් නම් කරන්න

- ජන කවි
- ජනකතා
- ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම
- ගැමි නාටක

(ii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි සුවිශේෂතා දෙකක් නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

- ජනමූල පදනම,
- විශ්වාස හා ගරු කිරීම,
- පොදු පිළිගැනීම් හා පොදු යහපත,
- පාරම්පරික ව උරුම වීම,
- දේශීය සංස්කෘතික අනන්‍යතාව හා භාවිතය පහසු වීම

(iii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය විධිකරම හතරක් දක්වා ඉන් දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

ජන කථා, ජන කවි, ශාන්ති කර්ම හා යාතු කර්ම, ගැමි නාටක යන විධි ක්‍රම හතර නම් කිරීම.

ඉහත විධි ක්‍රමවලින් 02ක් පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව විස්තර කර තිබීම.

(iv) ජනකවි හා ජන කතා නූතන නිර්මාණකරණය තුළ යොදා ගන්නා අවස්ථා හතරක් පැහැදිලි කරන්න.

ගීත නිර්මාණ ටෙලි නාට්‍ය වෙළඳ දැන්වීම් සිනමා නිර්මාණ ආදී වශයෙන් අවස්ථා හතරක් පැහැදිලි විය යුතු ය.

(02) (i) ගැමි නාටක යන්න හඳුන්වන්න.

(i) ගැමි නාටක යනු කිසියම් කතා පුවතක් හෝ කතා පුවත් කිහිපයකින් සැදුම් ලද්දා වූ කලා අංගයකි.
උදා:- කොලම්, සොකරි, රූකඩ

(ii) පහතරට ප්‍රදේශයේ ප්‍රචලිත ගැමිනාටක දෙකක් විස්තර කරන්න.
කෝලම් (වෙස් මහුණු නාටක)
රූකඩ

(iii) සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයේ වැදගත්කම කරුණු තුනක් ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.

- * සරල ආකෘති රටා සහිතවීම.
- * කේමා අත්කර්ගතය
- * නමාශීලී බව
- * සංස්කෘතික සම්බන්ධය
- * පිරිවැය අවම වීම
- * පහසුවෙන් සපයාගත හැකිවීම හා සමාජ උපයෝගීතාව
(ඉහත කරුණු විස්තර කර තිබිය යුතුයි)

(iv) කෙටි සටහන් ලියන්න.

1. ජන කවි
2. ජන කථා
3. ශාන්තිකර්ම හා යාතු කර්ම
4. ගැමිනාටක

(03) (i) සොකරි ගැමි නාටකයෙහි අරමුණු දෙකක් ලියන්න.

- ✓ හවහෝග විනාශ වීමට අදාළ ලෙඩ රෝග, වසංගත හා පළිබෝධ හානි ආදියෙන් සිදු වන විනාශයෙන් ඒවා ආරක්ෂා කර ගැනීමට,
- ✓ විනිසුන්ට වැලඳෙන ව්‍යාධි වසංගත හා අපල උපද්‍රවලින් ආරක්ෂා වීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීම.

(ii) ගැමි නාටකවල ලක්ෂණ දෙකක් නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

- ගැමි නාටකවල දී කවි කීම හා හිටිවන සංවාද උපයෝගී කර ගනු ලබයි.
- සම්පූර්ණනාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයිම්බර කතාව, මනමේ කතාව, ගම කතාව ආදිය නිදසුන් 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. සළුපාලිය මෙයට උදාහරණයකි.

(ii) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයන්හි අපේක්ෂිත සන්නිවේදන අර්ථ හතරක් දක්වා ඉන් දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

- ✓ උපදෙස් සම්පාදනය,
- ✓ පෙළඹවීම,
- ✓ විවේචනය,
- ✓ ඒත්තු ගැන්වීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය ලබා දීම

(iv) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යයයේ වැදගත්කම කරුණු හතරක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

- ✓ දැනුම් ඉගෙනුම් සම්පාදනය
- ✓ උපදේශාත්මක සන්දේශ ජනනය කළ හැකි වීම
- ✓ සංස්කෘතික අංග හුවමාරු කිරීමට හැකි වීම
- ✓ භාව ප්‍රකාශනය
- ✓ අභිතකර සමාජ ප්‍රවණතා විවේචනයට ලක් කිරීම
- ✓ විනෝදාස්වාදය සඳහා යොදා ගත හැකි වීම

(04) (i) හින්දු සංස්කෘතියට අනන්‍ය වූ ශාන්තිකර්ම දෙකක් සඳහන් කරන්න.

වඩිමෝඩි, තෙන්මෝඩි, කාමන්කුත්තු, නාට්ටුක්කුත්තු, තෙරුක්කුත්තු

(ii) සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය යන්න කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන, අවට පරිසරයෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රමයන් ය. නියත කර්තෘත්වයක් නොමැතිව, තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව ,ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් යුතුව සිදු වන සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වී වත්මන දක්වා අඛණ්ඩ ව පැවත එයි. මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා ශබ්ද හා දෘශ්‍ය සංඥා ලෙස ක්‍රම දෙකක් භාවිත කෙරේ. පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකින් යුත් මෙම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට මෙන් ම විවිධ සංස්කෘතික හා පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.

(iii) ශාන්ති කර්ම හා යාතුකර්ම පිළිබඳව නිදසුන් දෙමින් පැහැදිලි කරන්න.

➤ මෙම අංග ඇතුළත් ප්‍රධාන විෂය ධාරාව **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.

- 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. යාතුකර්ම 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.

(iv) සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය යනු කුමක්දැයි හඳුන්වා සාම්ප්‍රදායික විධි ක්‍රම පිළිබඳ නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

කාලාන්තරයක් තිස්සේ ගැමි ප්‍රජාව අතර තොරතුරු, දැනුම, විවේකය, විනෝදය සඳහා භාවිත වන, අවට පරිසරයෙන් සපයා ගත හැකි සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන සිදු කරන සන්නිවේදන ක්‍රමයන් ය. නියත කර්තෘත්වයක් නොමැතිව, තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් තොර ව ,ගැමි ජන සහභාගීත්වයෙන් යුතුව සිදු වන සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍ය, සාම්ප්‍රදායික සමාජවල ප්‍රභවය ලැබ එම සමාජයන්හි ම භාවිත වී වත්මන දක්වා අඛණ්ඩ ව පැවත එයි. මානව ඉතිහාසයේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගයෙහි සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය උදෙසා ශබ්ද හා දෘශ්‍ය සංඥා ලෙස ක්‍රම දෙකක් භාවිත කෙරේ. පරිසර හිතකාමී සරල සන්නිවේදන භාවිතයකින් යුත් මෙම සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන විධි ක්‍රම රටකින් රටකට, ප්‍රදේශයකින් ප්‍රදේශයකට මෙන් ම විවිධ සංස්කෘතික හා පාරිසරික සාධක මත වෙනස් වේ.

ජන කවි

ගැමි ජීවන රටා පදනම් ව බිහි වී ඇති ජන කවි ගැමි ජනතා ව්‍යවහාරයෙන් පැවත එන කර්තෘත්වය හඳුනාගත නොහැකි ගායනා විශේෂයකි.

ගැමි ජනයාගේ ජීවන දෘෂ්ටිය, ඇදහිලි, විශ්වාස, අවශ්‍යතා, වෘත්තීය තොරතුරු, දැනුම, සාම්ප්‍රදායික ඥානය, විවේකය, විශ්‍රාන්තිය, දුක වේදනා, සිතූම් පැතුම් ආදිය මෙමගින් සන්නිවේදනය කරයි.

ජන කවි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ගැමි ජනයාගේ සමාජ, ආර්ථික, සංස්කෘතික, ආගමික තොරතුරු හෙළිදරවු කර ගත හැකි ය.

අව්‍යාජත්වය, සරලත්වය, සංක්ෂිප්තභාවය, සංයමය, කතා ව්‍යවහාර ලක්ෂණ, ශබ්ද රටා හා පොදුජනයාගේ සිතූම් පැතුම්වලට සමීප වචන කෝෂය හේතුවෙන් ජනකවිය සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනයෙහි සුවිශේෂ වී ඇත.

02. ජනකතා

➤ ජනකතා වූ කලී යම් සිද්ධියක් මුල, මැද, අගයන අංගයන් මනාව ගළපන ලද ජනයාගේ ජීවන අරගලය, අපේක්ෂා, ආශා, දුක්ඛදෝමනස්ස හා ගවේෂණ යනාදිය පිළිබිඹු කරන කතන්දර විශේෂයකි.

➤ ජනකතා අවශේෂ ජනශ්‍රැති මෙන් මුඛ පරම්පරාගත ව උපත ලබා ඒ අනුව ව්‍යවහාරයේ පවතියි.

➤ ඒ ඒ සමාජවල ජන විඥානයේ ස්වභාවය මෙවැනි ජනකතාවලින් නිරූපණය වන අතර එමගින් ප්‍රාදේශීය වාග් ව්‍යවහාරවල පවත්නා ආවේනික ලක්ෂණ හඳුනාගත හැකි ය.

03. ශාන්තිකර්ම හා යාතුකර්ම

- මෙම අංග ඇතුළත් ප්‍රධාන විෂය ධාරාව 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.
- 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. යාතුකර්ම 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.

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.
- ගැමි නාටකවල දී කවි කීම හා හිට්ටන සංවාද උපයෝගී කර ගනු ලබයි. මෙහි දී සම්පූර්ණනාටක වශයෙන් හැඳින්වෙන කතා රඟ දැක්වීමක් සිදු කරයි. සඳකිඳුරු කතාව, ගෝඨයිම්බර කතාව, මනමේ කතාව, ගම කතාව ආදිය නිදසුන් ය.
- ගැමි නාටක ප්‍රබල සන්නිවේදන අවස්ථා ජනනය කරයි. කවි ගායනා, හිට්ටන කවි සංවාද මෙන් ම රංගන නරඹන්නන්ගේ ප්‍රබෝධයටත් සන්නිවේදන සහභාගීත්වය ලබා ගැනීමටත් භාවිත කරන ආකාරය හඳුනාගත හැකි ය. සළපාලිය මෙයට උදාහරණයකි.

(05) (i) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය කරන්න.

ජනමාධ්‍ය මුද්‍රිත මාධ්‍ය :- පුවත් පත්, පොත්, සඟරා
විද්‍යුත් මාධ්‍ය :- ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය

(ii) ජන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන විවිධ ප්‍රධාන අංග පිළිබඳ HUB ආකෘතිය මගින් විග්‍රහ කෙරේ. එමගින් දක්වන අංග 04 ක් නම් කර ඉන් එකක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.

සන්නිවේදකයෝ, කේත, දොරටු පාලකයෝ, ජනමාධ්‍ය, නියාමකයෝ, පෙරහනු, ග්‍රාහක ක්ෂේත්‍රය, බලපෑම

(iii) ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා තුනක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.

තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය, ආයතනික ගත ව්‍යුහයකින් යුතුවීම, ක්ෂණික හා අඛණ්ඩ වීම, වෘත්තීය සංනිවේදකයින් සිටීම ආදිය

(iv) ජන සන්නිවේදනයට අයත් ලක්ෂණ හතරක් දක්වා ඒවා නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න

1. විධිමත් සංවිධානගත ආයතනික ව්‍යුහය
2. පොදු පණවිඩ විසරණය
3. අසීමාන්ත ග්‍රාහක සංඛ්‍යාව
4. ප්‍රතිපෝෂණය නොලැබීම හෝ ප්‍රමාද වීම.

ආදී වශයෙන් ජන සන්නිවේදනයේ ලක්ෂණ 11 අතුරින් 4ක් දක්වා තිබීම සහ ඉන් එකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කර තිබීම

(06) (i) ජන මාධ්‍ය පිළිබඳව ඩිෆිනිෂන් හා ඩෙක්ස් නිර්වචනය දක්වන්න.

“ජන සන්නිවේදනය සාර්ථක කරගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා යොදනු ලබන උපාංග ජනමාධ්‍යයි”
(ඩිෆිනිෂන් සහ ඩෙක්ස්)

(ii) ජෝන් ඊන් සාම්වරයා විසින් කරනු ලැබූ ජර්කාශයක් ජනමාධ්‍යයේ දියුණුවට බලපෑ ආකාරය කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

යුද තොරතුරු ලබා දීමට භාවිත කළ මාධ්‍ය ජනතාවට විනෝදය සැපයීමට හා තොරතුරු ලබා දීම වෙනුවෙන් භාවිත කළ හැකි ය .

(iii) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය තළ මූලික මාධ්‍ය යටතේ දක්නට ලැබෙන පුවත්පත හා වාරසඟරා පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව විස්තර කරන්න.

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

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

යුනෙස්කෝ සංවිධානය

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

ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය

සඟරා පිළිබඳ නිර්වචන

සඟරාව සතිපතා හෝ මාසික ව ලිපි ලේඛන හෝ ඡායාරූප ඇතුළත් තනි ලේඛනයකි.

ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය

“එදිනෙදා ජීවිතයට අවශ්‍ය තොරතුරු සහිත යම් නිශ්චිත කාල වකවානුවක අඛණ්ඩ ව ප්‍රකාශයට පත් කරන, එකට බඳින ලද ප්‍රකාශනයකි.”

යුනෙස්කෝ සංවිධානය

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.

(iv) රූපවාහිනිය මගින් ප්‍රචාරය වන ටෙලි නාට්‍ය තුළින් ඉටු කෙරෙන සන්නිවේදන කාර්යයන් 4ක්

නම් කර, විස්තර කරන්න.

තොරතුරු සම්පාදනය, විනෝදාසවාදය, උපදෙස් සම්පාදනය , පෙළඹවීම

(07) (i) ජනමාධ්‍ය යන්න ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂයට අනුව නිර්වචනය කරන්න.

‘අදායමාන ව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේ නම් එය ජනමාධ්‍ය වේ’
‘‘ජනමාධ්‍ය ලෙස අර්ථකථනය කරන්නේ පුළුල් ප්‍රදේශයක විසිරී පවතින බහුවිධ, අදාය ග්‍රාහක කොට්ඨාසයකට ආමන්ත්‍රණය කරනු ලබන මාධ්‍ය වේ.’’

ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්දකෝෂය

(iii) ජනමාධ්‍ය වර්ගීකරණය තුළ මුද්‍රිත මාධ්‍ය යටතේ දක්නට ලැබෙන පුවත්පත හා වාර සඟරා පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව විස්තර කරන්න. එඩ්වින් එමර් විසින් විග්‍රහ කරන ලද පුවත්පතක දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණ 4ක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

1. මුද්‍රිත හා මාර්ගගත මුද්‍රණය නිකුත්වීම.
2. නියමිත කාල පරතරයක් තුළ නිකුත් කිරීම.
3. කාලීන බව හා නැවුම් බව
4. ව්‍යාප්තිය පහසු කිරීම....

4.2 පුවත්පත් කොටසට අදාළව කරුණු 4 ක් දක්වා තිබීම හා ඒවා කෙටියෙන් පැහැදිලි කර තිබීම.

(iii) කෙටි සටහන් ලියන්න.

d. HUB ආකෘතිය

e. සිනමාව

සිනමා මාධ්‍යය / එහි ආරම්භය

f. ජන මාධ්‍යය

- ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් බව,
- විවිත්‍ර ආකෘති වලත්සමන්විත බව,
- පෞද්ගලික ගෘහස්ථ සම්පතාවයකින් යක්ත බව,
- ආකර්ෂණීය බව,
- සංකර්ෂණ තාක්ෂණයක් සහිත බව,
- විධිමත් ආයතන ගත සංවිධාන ව්‍යුහයකින් සමන්විත බව,
- ජාතික හා ජාත්‍යන්තර ලක්ෂණවලින් යකත බව.... ආදි වශයෙන් විස්තර කර තිබීම.

(iv) පාසලේ ජන මාධ්‍ය සඟරාවට 'ජන සන්නිවේදන විකාශනයේ වැදගත් සංධිස්ථාන' මැයෙන් ලිපියක් සකස් කරන්න.

පුවත්පත - ක්‍රි.පූ. 3000 සුමේරියානුවන් මැටි පුවරු භාවිතය සිට 1862 ලක්මිණි පහණ ලංකා රජයේ ලියාපදිංචි කල පළමු පුවත්පත දක්වා පුවත්පත් ඉතිහාසය.

ගුවන්විදුලිය :- 1844 සැමුවෙල් මෝස් ගේ ටෙලිග්‍රැෆික් පණිවිඩය නිර්මාණය කිරීම සිට 1825 ට්‍රාන්ස්මිටරයක් මගින් ශ්‍රී ලංකාවේ අඛණ්ඩව ගුවන් විදුලි විකාශනය දක්වා ගුවන් විදුලි ඉතිහාසය.

සිනමාව : 1826 ප්‍රංශ ජාතික ජෝසප් නිසිපො නිප්සේ ඡායාරූප ක්‍රමය සොයාගැනීම 1947 ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම චිත්‍රපටය 'කඩවුණු පොරොන්දුව' දක්වා චිත්‍රපට ඉතිහාසය.

රූපවාහිනිය : විලොග්බ් ස්ටීන් විසින් සෙලනියම් මූලද්‍රව්‍ය භාවිතා කර කරන ලද සොයාගැනීම් වල සිට 1982 ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව පිහිටුවීම දක්වා රූපවාහිනී ඉතිහාසය.

(08) (i) HUB ආකෘතිය ඉදිරිපත් කළ විද්වතුන් තිදෙනාගේ නම් ලියන්න.

එල්ඩන් හා හර්බට්, ඩොනල්ඩ් ආර් අන්ගුරේට්, තෝමස් ඩබ්ලිව් බෝන්

(ii) රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ මූලික ලක්ෂණ හතරක් ලියා ඉන් එකක් පැහැදිලි කරන්න.

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

iii) ජනසන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය විග්‍රහ කිරීමට යොදාගන්නා HUB ආකෘතිය දක්වා එහි

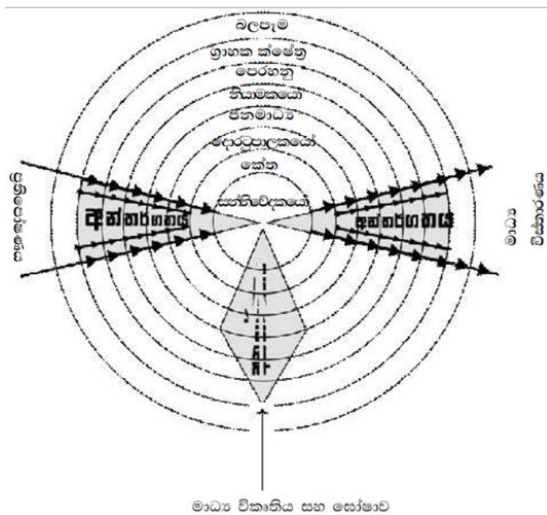
ප්‍රධාන අංග 08 න් දෙකක් පැහැදිලි කරන්න.

ජන සන්නිවේදන ආකෘති

HUB ආකෘතිය

01. සන්නිවේදකයෝ (Communicators)
02. කේත (Codes)
03. දොරටුපාලකයෝ (Gatekeepers)
04. ජනමාධ්‍ය (Mass Media)
05. නියාමකයෝ (Regulators)
06. පෙරහනු (Filters)
07. ශ්‍රාහක ක්ෂේත්‍ර (Audience)
08. බලපෑම් (Effects)

ජනසන්නිවේදනයේ ක්‍රියාකාරීත්වය පිළිබඳ හොඳින්ම වටහා ගත හැකි ආකෘතිය HUB ආකෘතිය යි



(iv) ගුවන් විදුලියේ මූලික ලක්ෂණ 3 ක් දක්වා ගුවන් විදුලි මාධ්‍ය පිළිබඳ විස්තර කරන්න.

විෂය නිර්දේශයේ 4.2 කොටසේ ගුවන් විදුලිය හා එහි ලක්ෂණ පිළිබඳ කොටස ආශ්‍රයෙන් මූලික ලක්ෂණ දක්වා තිබීම හා විස්තර කර තිබීම.

- ✓ ක්ෂණික ය.
- ✓ පුළුල් කලාපයක් ආවරණය කරයි.
- ✓ එක් දිශාවකට සන්දේශ ගමන් කරයි.
- ✓ සරල, ජංගම ශීලි 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 ජාල ඇති කර ගත හැකි ය.
- ✓ ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස පරිකල්පන ශක්තිය ගොඩනැගීම අතින් ප්‍රබල ය.
- ✓ රූපවාහිනියට සාපේක්ෂ ව අඩු වියදම් සහිත මාධ්‍යයකි.

9. සමාජ මාධ්‍ය ඔස්සේ එක් රැස් වූ තරුණ තරුණියෝ රට ලස්සන කිරීමේ අරමුණෙන් සිතුවම් අඳිමින් නගරයේ තාප්ප අලංකාර කරති.

i. සමාජ මාධ්‍යය වෙත අවතීර්ණ විය හැකි ක්‍රම දෙකක් නම් කරන්න
 බෙස්ක් ටොප් පරිගණක, සහ ලැප්ටොප් පරිගණක, ස්මාර්ට්ෆෝන්, වෙබ් අඩවි තාක්ෂණය

ii. සමාජ මාධ්‍ය වර්ග දෙකක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.
 වට්ස්ඇප්, වයිබර්, ටිට්ටර්,

iii. සමාජ මාධ්‍යයේ කාර්යභාරය පිළිබඳ කරුණු තුනක් විස්තර කරන්න.

1. තොරතුරු සම්පාදනය (Information)
2. විනෝදාස්වාද සම්පාදනය (Entertainment)
3. අධ්‍යාපනය (Education)
4. සමාජානුයෝජනය (Socialization)
6. සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම (Connectivity)
7. වාණිජ ප්‍රතිලාභ (Commercial benefits)
8. විකල්ප මණ්ඩපය (Alternative forum)

iv. සමාජ මාධ්‍ය සමාජය වෙත කරුණ යහපත් බලපෑම පිළිබඳ රචනයක් ලියන්න.

- ✓ 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 යන කරුණු වලින් අන්තර්ගතව රචනය ලිවිය යුතු ය.

10. (i) සමාජ මාධ්‍ය වාරණය කිරීම නිසා සමාජයට සිදුවන යහපතට සහ අයහපතට අදාළව කරුණු දෙක බැගින් නම් කරන්න.

සමාජ මාධ්‍ය වාරණය වුවහොත් පහත අයහපත් බලපෑම්වලින් සමාජය අත් මිදෙනු ඇත.

- ✓ මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල, දරුණු හුදෙකලාව, බේදජනක සියදිවි නසා ගැනීම් වැනි ගැඹුරු මානසික හා සමාජීය කම්පන ඇති කිරීම.
- ✓ පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටලු මතු වීම, ස්ථාන හෙළිදරව් වීම හා අවසරයකින් තොර ව පරිශීලකයන්ගේ ගිණුම්වලට ඇතුළු වීම.
- ✓ සමාජිකයන්ගේ පෞද්ගලික දත්ත සමාජ ජාලා සංවිධාන වෙතින් වෙනත් පාර්ශ්වයන් වෙත ලබා දීම.
 - ✓ සයිබර් හිරිහැර සහ ප්‍රචණ්ඩ ක්‍රියාවලට පෙළඹවීම
 - ✓ වැරදි තොරතුරු පළ කිරීම
 - ✓ ව්‍යාජ ගිණුම් සැකසීම

සමාජ මාධ්‍ය වාරණය වුවහොත් පහත යහපත් බලපෑම් අභිමිච්ඡා යනු ඇත.

- ✓ 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.

(ii) නගර අලංකරණය සඳහා විවිධ රටවල තොරතුරු නව මාධ්‍ය ඔස්සේ ලබාගත හැකි ක්‍රම දෙකක් නිදසුන් සහිතව විස්තර කරන්න

ලේස්බ්‍රක් යූ ටියුබ්

(iii) Facebook ඉතාමත් ජනප්‍රිය සමාජ මාධ්‍ය යෙදවුමක් වේ. මෙය සමාජ ප්‍රචර්ධනය සඳහා යොදාගත හැකි ආකාරය කරුණු තුනක් ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.

- ✓ විරෝධාකල්ප ප්‍රචලිත කිරීමට ඇති අවකාශය
- ✓ පුද්ගල නිර්මාණශීලීත්වය බෙදා හදා ගත හැකි වීම.
- ✓ ගැටලු සහ හැඟීම් ප්‍රකාශනයට හැකි වීම.
- ✓ කාර්යක්ෂම සහ අඩු වියදමකින් තොරතුරු හුවමාරු කළ හැකි වීම.

(iv) සමාජය හා සංස්කෘතිය කෙරෙහි ජනමාධ්‍යයට වඩා ප්‍රබල බලපෑමක් සමාජ මාධ්‍ය ඇති කරයි. පක්ෂව හෝ විපක්ෂව කරුණු හතරක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.

සමාජය කෙරෙහි ධනාත්මකව හා සෘණාත්මකව කරන බලපෑම් යහපත් හා අයහපත් සමාජ මාධ්‍ය බලපෑම් ඔස්සේ පැහැදිලි කරන්න.

11 (i) මහජන සම්බන්ධතා කටයුතු සඳහා ලේස්බ්‍රක් මගින් ලබාගත හැකි ප්‍රයෝජන හතරක් දක්වා ඉන් එකක් විස්තර කරන්න.

- ✓ ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා යොදා ගත හැකි වීම.
 - ✓ භාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීමට පහසු සහ සරල පිරිවැය අඩු ක්‍රමයකි. තම වෙළෙඳ සන්නාම ප්‍රචර්ධනය කර ලීමට ද යොදා ගත හැකි ය.
 - ✓ පුද්ගල නිර්මාණශීලීත්වය බෙදා හදා ගත හැකි වීම.
- ගැටලු සහ හැඟීම් ප්‍රකාශනයට හැකි වීම

(ii) සමාජ මාධ්‍ය විසින් සමාජය මත ඇතිකරන සෘණාත්මක බලපෑම් හතරක් ලියා ඉන් එකක් පැහැදිලි කරන්න.

මානසික අවපීඩනය, කනස්සල්ල වැනි තත්ත්වයන් ඇතිවීම.

* ග්‍රාහකයන් ළබැඳියන් වීම. * පෞද්ගලිකත්වය පිළිබඳ ගැටළු මතුවීම.

* සයිබර් හිරිහැර * ප්‍රචණ්ඩ කියාවලට පෙළඹීම.

(iii) නව මාධ්‍ය පිළිබඳ තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේදී වර්ගකරණය වන කාණ්ඩ හතර දක්වා ඉන් දෙකක් පැහැදිලි කරන්න.

සෙවුම් යන්ත්‍ර, ඊ මේල් , බ්ලොග් , මාර්ගගත කතාබහ (Chat)

(iv) වර්තමාන සමාජ මාධ්‍ය සතු කාර්යභාරය පිළිබඳව නිදසුන් සහිතව විස්තර කරන්න.

- * සමාජ මාධ්‍ය යනු,
- * සමාජ මාධ්‍ය කොටස 6 ක සංකලනයකි.
- * සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රභේද සහ ඒවායෙහි කියාකාරීත්වය
- * වර්තමාන තරුණ පරපුරේ සමාජ මාධ්‍ය භාවිතය
- * සමාජ මාධ්‍ය සතු කාර්යභාරය සහ එය ඉටුවනවා ද/නොවන්නේද ආදී වශයෙන් සංවිධානාත්මක පිළිතුරක් සපයා තිබීම.

12. (i) නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව සිදු කෙරෙන කාණ්ඩ හතර නම් කරන්න.

1. සෙවුම් යන්ත්‍ර
2. ඊ මේල්
3. බ්ලොග්
4. මාර්ගගත කතාබහ (Chat)

(ii) නව මාධ්‍ය භාවිතයේ දී තිබිය යුතු නිපුණතා 4ක් දක්වන්න.

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 කෙසේද?
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 කෙසේද?

(iii) නව මාධ්‍ය සම්බන්ධ තොරතුරු හුවමාරුව සිදු කෙරෙන කාණ්ඩ හතර පිළිබඳ නිදසුන්සහිතව විස්තර කරන්න.

සෙවුම් යන්ත්‍ර, ඊ මේල් , බ්ලොග්, මාර්ගගත කතාබහ (Chat)

1. සෙවුම් යන්ත්‍ර -
2. ඊ මේල් - එක් අයෙකුගේ සිට තවත් අයෙකු දක්වා සිදුවන සන්නිවේදනය.
3. බ්ලොග් - බොහෝ පිරිසකගේ සිට බොහෝ පිරිසක් දක්වා සිදු වන සන්නිවේදනය. එක් අයෙකුගේ සිට එක් අයෙකුට එක් අයෙකුගේ සිට කිහිප දෙනෙකුට සිදු වන සන්නිවේදනය.
4. මාර්ගගත කතාබහ (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

(iv) ආයතනයක අභ්‍යන්තර කාර්ය මණ්ඩලය වෙත තොරතුරු බෙදා හැරීම හා ඔවුනොවුන් අතර යහපත් සන්නිවේදන සබඳතා වර්ධනය කිරීම සඳහා යොදාගත හැකි සමාජ මාධ්‍ය හතරක් නම් කර ඒවා යොදාගත හැකි ආකාරය පිළිබඳව උදාහරණ සහිතව පැහැදිලි කරන්න.

වට්ස්ඇප්, වයිබර්, ඊමේල්, ෆේස්බුක් වැනි සමාජ මාධ්‍ය ආයතනයක අභ්‍යන්තර සන්නිවේදන කටයුතු යහපත්ව පවත්වා ගැනීමට සහය වන අයුරු විස්තර විය යුතු ය.