

12 ශ්‍රේණිය

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

06 - පාඩම

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විචාරය

2.1 මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යන්න පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව මාධ්‍ය සාක්ෂරතා මූලිකාංග විග්‍රහ කරයි.

භාෂාව (Language)

- මානවයා සිය අදහස්, හැඟීම් ප්‍රකාශනයේ දී භාෂාව යොදා ගනියි. භාෂාවක් යනු සංඥා, සංකේත සමුදායකින් සැදුම්ලත් රටා සමුදායකි.

සාක්ෂරතාව (Literacy)

- සාක්ෂරතාව යන්නෙහි සරල අර්ථය වන්නේ, භාෂාවක් ලිවීමට හා කියවීමට ඇති හැකියාවයි.
- පසු කාලීන ව සාක්ෂරතාව යන්නට පුළුල් අර්ථ රැසක් එක් විය.

සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 01

- "අකුරු කියවීමේ හා ලිවීමේ හැකියාව"
(මක්ස්ෆර්ඩ් ගබ්බෙකෝෂය)

සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 02

- සාක්ෂරතාව යනු, මුද්‍රිත හා ලිඛිත ද්‍රව්‍ය භාවිත කරමින් සංකීර්ණ පාඨ හඳුනා ගැනීමට, අවබෝධ කර ගැනීමට, අර්ථ කථනය කර ගැනීමට, නිර්මාණය කිරීමට, සන්නිවේදනය කිරීමට හා සංඛ්‍යාංකනය කර ගැනීමට ඇති හැකියාවයි.

(UNESCO – Education Sector – 13, 2004)

- සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික දියුණුව නිසා විවිධ ආකාරයේ සන්නිවේදන මෙවලම් භාවිතයට ගැනීම හේතුවෙන් ඊට සමගාමී ව සාක්ෂරතා සංකල්පය ද විවිධ ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ පුළුල් විය.

➤ පහත දැක්වෙන්නේ එවැනි ක්ෂේත්‍ර කිහිපයකි.

- I. දෘශ්‍ය සාක්ෂරතාව
- II. ශ්‍රව්‍ය සාක්ෂරතාව
- III. පරිගණක සාක්ෂරතාව
- IV. තොරතුරු සාක්ෂරතාව
- V. තාක්ෂණ සාක්ෂරතාව
- VI. සංඛ්‍යාංක සාක්ෂරතාව

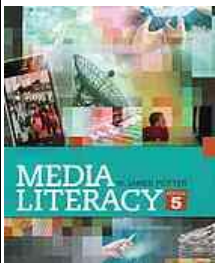
මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව (Media Literacy)

➤ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ,

ජනමාධ්‍ය මඟින් ඉදිරි පත් වන විවිධ සන්දේශ
කියවා වටහා ගැනීමටත්
ඒවා භාවිත කිරීමටත්
පවතින හැකියාව, නිපුණතාව හා දැනුම යි.

➤ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව විෂයයක් ලෙස බිහි වීමට පසුබිම සකස් වන්නේ ජනමාධ්‍ය ව්‍යාප්ත වීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. II වන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු ඇති වූ ජනමාධ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ සොයා බැලීමක් සමඟ මාධ්‍ය අන්තර්ගතය අවබෝධකර ගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙස මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව අධ්‍යාපනය හා සම්බන්ධ වී ඇත.

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 01



අප වෙත ලැබෙන මාධ්‍ය සන්දේශ අර්ථකථනය කර ගැනීමට හා අප කොතරම් දුරට මාධ්‍යයට විවෘත ද යන්න පිළිබඳ පර්යාලෝකය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යි.
අප විසින් පර්යාලෝක ගොඩනගා ගනු ලබන්නේ අපගේ දැනුම් ව්‍යුහයන් මත යි.

ඩබ්ලිව්. ජේම්ස් පොටර් - 2011

W. James Potter (2011)
Media Literacy 9th edition



මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 02

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු මාධ්‍යයෙන් සෑම ආකාරයකින් ම ඉදිරි පත් කරන සන්දේශ පරිහරණය කිරීමට, විශ්ලේෂණය කිරීමට, ඇගයීමට හා නිර්මාණය කිරීමට ලබා ගන්නා හැකියාව යි.



යුරෝපා කොමිසම

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 03

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යනු

මාධ්‍යයන්ට ප්‍රවේශ වීම

මාධ්‍යයන් විශ්ලේෂණය

මාධ්‍යයන් ඇගයීම

මාධ්‍ය නිර්මාණය සහ

මාධ්‍යයන් තුළ ක්‍රියාශීලී ව කටයුතු කිරීමේ සමත් බව යි.



NATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA LITERACY EDUCATION

මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය සඳහා වූ ජාතික සංගමය, අමෙරිකාව

මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව නිර්වචනය 04

මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය - මාධ්‍ය සන්දේශ විචාරශීලී චින්තනයෙන් යුතු ව වටහා ගැනීමත් ස්වකීය සන්දේශ නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා මාධ්‍ය භාවිත කිරීමත් පිළිබඳ ඉගැන්වීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය යි. එය විසි එක් වන සියවසේ කුසලතාව යි.

අන්තර්ජාලය

මාධ්‍ය සාක්ෂරතා සිද්ධාන්ත

- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වර්ධනය කරගත හැකි කුසලතාවකි. ඒ සඳහා මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවේ තෙවැදෑරුම් සිද්ධාන්ත ඇත.
- මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ගොඩනැගෙන්නේ
 - ස්ව කේන්ද්‍රය/ස්ව පථය (Personal Locus)
 - ඥාන ව්‍යුහ (Knowledge Structures)
 - කුසලතා (Skills) යන මූලික සිද්ධාන්ත ඇසුරිණි.
- මෙම සිද්ධාන්ත තුන මාධ්‍යයන් පිළිබඳ ව පුද්ගලයකුගේ පර්යාලෝක පුළුල් කර ගැනීම සඳහා ඉතා අවශ්‍ය ය.
- යමෙකුගේ ස්ව කේන්ද්‍රය වන්නේ ඔහුගේ ශක්තිය සහ සැලසුම යි. ඒ සඳහා අවශ්‍ය අමු ද්‍රව්‍ය ඇසුරින් ඥාන ව්‍යුහ ගොඩ නැගේ. හැකියා නැතහොත් කුසලතා යන්න ඊට උපකාරී වන මෙවලම් බවට පත් වේ.

ස්ව කේන්ද්‍රය /ස්ව පථය (Personal Locus)

- ස්ව කේන්ද්‍රය යනු පුද්ගලයෙක් තුළ තිබෙන සැලසුම් සහගත බව සහ ශක්තිය යි. ස්ව කේන්ද්‍රය නිර්මාණය වනුයේ, යමෙකු සතු යහපත් ඉලක්ක ඇසුරිනි. මෙම ඉලක්ක සපුරා ගැනීම සඳහා ස්ව කේන්ද්‍රය ශක්තිමත් පුද්ගලයා තමාට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් මාධ්‍ය මගින් සපයා ගනු ලබයි. අනවශ්‍ය තොරතුරු ප්‍රතික්ෂේප කරනු ලබයි.
- එහෙත් ස්ව කේන්ද්‍රය දුර්වල නම් එනම් අවසාන විශේෂ ඉලක්ක ගැන මනා දැනුමක් තමාට නොමැති නම් තමා ඒ සඳහා ගමන් කරවන බලයක් දුර්වල වේ. මෙවැනි තත්ත්වයක් යටතේ තමා ව පාලනය කිරීමට මාධ්‍යයන්ට ඇති ඉඩකඩ වැඩි වන අතර මාධ්‍ය මගින් සිදු වන තොරතුරු සැපයීමේ ක්‍රියාවලිගේ බලපෑම්වලට යටත් වීමට තමන්ට සිදු වේ.
- තමාගේ ස්ව කේන්ද්‍රය දෙ ආකාරයකින් ක්‍රියාත්මක වේ. එනම් විඥානික හා අවිඥානික වශයෙනි. ස්ව කේන්ද්‍රය විඥානික ව ක්‍රියාත්මක වන විට තමාගේ තෝරා ගැනීමේ බලය වැඩි වී තීරණ තීන්දු ගැනීම පහසු කෙරේ. තමාගේ ස්ව කේන්ද්‍රය අවිඥානික ව ක්‍රියාත්මක වන විට තමා ගන්නා තීරණ පාලනය කිරීමට තමාට නො හැකි වන අතර තමාගේ සම්පූර්ණ අනුදැනුමෙන් තොර ව යම් යම් තීරණයන්ට යටත් වීමට නොහොත් වහල් වීමට තමන්ට සිදු වේ.

ඥාන ව්‍යුහය (Knowledge Structures)

- ඥාන ව්‍යුහ යනු පුද්ගල මනසක තැන්පත් වී ඇති සැකසුණු තොරතුරු කට්ටලයකි. ඥාන ව්‍යුහයන් ස්වයං සිද්ධ ව නැතහොත් අහම්බෙන් උරුම නො වන අතර ඒවා ඉතා සැලකිල්ලෙන්, ඉතා නිවැරදි ව ගොඩනගා ගත යුතු ය. ඥාන ව්‍යුහවල ඇත්තේ සාමාන්‍ය කරුණු පමණක් ම නො ව ඒවා ගොඩනැගෙන්නේ එක්තරා සැලැස්මක් අනුව යම් යම් තොරතුරු තෝරා බේරා ගැනීමෙනි.
- ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමට අතිශයින් ඉවහල් වන මූලික ද්‍රව්‍ය “තොරතුරු” වේ. එහෙත් සෑම තොරතුරක් ම ඥාන ව්‍යුහයන් ගොඩනගා ගැනීමට ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ නැත. සමහර තොරතුරු අනුවිත, නො ගැඹුරු, නිෂ්ඵල තොරතුරු වේ.
- එදිනෙදා ජීවිතයේ දී බොහෝ විට “තොරතුරු” සහ “දැනීම” නොහොත් ඥානය එක සමාන අර්ථයෙන් යෙදෙයි. එහෙත් එම වචන දෙක අතර විශාල වෙනසක් ඇති බව අප දැන ගත යුතු ය. තොරතුරු ක්‍රම ක්‍රමයෙන් වෙනස් වන අතර දැනුම යනු යම් ව්‍යුහයක්, ආකෘතියක් අනුව, සංවිධානාත්මක බවකින් යුක්ත ව සාමාන්‍යයෙන් දිගට ම පවතින, අර්ථවත් සහ වටිනා දෙයකි.
- තොරතුරු සන්දේශවල අඩංගු වී ඇති දැනුම තිබෙන්නේ පුද්ගලයකුගේ මනස නැතහොත් සිත තුළ ය. අර්ථකථනය කළ යුතු දෙයක් තොරතුරු මඟින් පුද්ගලයෙකුට ලැබෙන අතර අර්ථකථනය කර ගත් යමක් පුද්ගලයකුගේ දැනුම තුළ අඩංගු ය.
- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාවෙන් යුතු උසස් දියුණු පුද්ගලයකුගේ එක් ලක්‍ෂණයක් වන්නේ “තොරතුරු” ඥාන ව්‍යුහයන් බවට පත් කිරීමට හැකි කුසලතාව යි.
- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාව ගැන කතා කරන විට ක්‍ෂේත්‍ර කිහිපයක ඥාන ව්‍යුහයන් ලබා ගැනීම ගැන සාකච්ඡා කිරීමට අපට සිදු වේ. එනම් මාධ්‍ය බලපෑම්, මාධ්‍යයන් තුළ අඩංගු කරුණු, මාධ්‍ය කර්මාන්තය, ව්‍යාපාරික කටයුතු සහ සැබෑ ලොවේ සිදු වන කරුණු ආදිය යි.
- මෙම ක්‍ෂේත්‍ර ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය වන අයුරු අවබෝධ කර ගත් විට ගලා එන තොරතුරු නිසි පරිදි තක්සේරු කර යථාර්ථය පිළිබඳ නිවැරදි තීරණයන් ගැනීමට කෙනෙකුට බලය ලැබේ.
- ඥාන ව්‍යුහයන් නිසා මාධ්‍ය මඟින් ගලා එන නව තොරතුරු තේරුම් ගැනීමට අවශ්‍ය පසුබිම අපට ලැබේ. අපගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් තරමට මාධ්‍යය සාක්‍ෂරතා ඥානය ද පුළුල් වේ.
- මාධ්‍ය මඟින් මුදාහරින විවිධ වැඩසටහන් හා සාපේක්‍ෂව සසඳා බලන විට තමා දන්නේ එක් වැඩසටහනක් හෝ එක් මාධ්‍යයක් පිළිබඳ පමණක් නම් එම වැඩසටහනට පමණක් ඥාන ව්‍යුහයන් සීමා වේ.
- විවිධ වැඩසටහන් ගැන තමා තුළ දැනුමක් මෙන් ම ජනමාධ්‍යවල සැබෑ හිමිකරුවන් කවුද, ඒවා පාලනය කරන්නේ කවුද, කෙසේද, මාධ්‍ය වැඩි දියුණු වන්නේ කෙසේ ද, යම් යම් මාධ්‍යයන් මඟින්

නිතර නිතර පෙන්වනු ලබන දේ තවත් මාධ්‍යයන් මඟින් නො පෙන්වන්නේ ඇයි ද යන්න අවබෝධ කර ගැනීම තමාගේ ඥාන ව්‍යුහයන් පුළුල් කර ගැනීමට හේතු වේ. එයින් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව දියුණු වේ.

කුසලතාව (skills)

➤ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සංවර්ධනය කරගැනීම සඳහා කුසලතා ගොඩනගා ගත යුතුය. එය සක්‍රීය මෙන් ම විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙක් සතු විය යුතු කුසලතා ද වේ.

1. විශ්ලේෂණය (Analysis) - මාධ්‍ය සන්දේශයක අන්තර්ගත ව ඇති හෝ සංයෝග වී ඇති ද්‍රව්‍ය, අංශයන් වෙන් කිරීම
2. තක්සේරුකරණය (Evaluation) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරුකරණය කිරීම
3. කාණ්ඩකරණය (Grouping) - මාධ්‍ය සන්දේශය කාණ්ඩවලට බෙදා වෙන් කර ගැනීම
4. අනුමානය (Induction) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි අතුළත් දේ අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව පිළිබඳ අනුමාන කිරීම
5. නිගමනය (Deduction) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි පොදු තත්ත්වයන් ඇසුරින් විශේෂිත යමක් නිගමනය කිරීම
6. සංස්ලේෂණය (Synthesis) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි සමස්තයට ගළපමින් නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම
7. විපුකීකරණය (Abstraction) - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි හරය සහ වැදගත් කරුණු ඉතා කෙටියෙන් පැහැදිලි ලෙස දැක්වීම

➤ මෙම කුසලතා ක්‍රමයෙන් දියුණු කර ගැනීමෙන් උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ලබා ගත හැකි ය. නිදසුනක් ලෙස මෙහි පුවත්පතක මුල් පිටුව විශ්ලේෂණය කර දක්වා ඇත. මෙසේ පුවත්පතක සෑම පිටුවක්ම සහ අනෙකුත් පුවත්පත් සමග සන්සන්දනය කරමින් ඉහත කුසලතා ගොඩනැගෙන ආකාරය විමසා බැලීමට හැකිය. සෑම මාධ්‍යක් සමීක්ෂණයෙන්ම ද මෙම කුසලතා වර්ධනය කර ගැනීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව දියුණු කර ගැනීමට උපකාර වේ.



- උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ඇති කර ගැනීමෙන් ලැබෙන ප්‍රයෝජන
1. විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ ලබා ගැනීමේ කැමැත්ත වැඩි වීම
 2. අපගේ මානසික වර්ධන පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව ලැබීම
 3. විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ විවක්ෂණශීලී ව උකහා ගැනීමේ පරිචය ලබා ගැනීම

ඩබ්ලිව්. ජේම්ස් පොටර් (2011)

6.2 මාධ්‍ය විචාරය හා එයට සම්බන්ධ විවිධාංග හඳුනා ගෙන විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය පැහැදිලි කරයි.

මාධ්‍ය විචාරය



- කිසියම් දෙයක අගය විශ්ලේෂණය කර දැක්වීම විචාරය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය.
- මාධ්‍ය විචාරයේ ප්‍රධාන සාධක
 1. විග්‍රහය,
 2. අර්ථකථනය
 3. අගය කිරීම
- මාධ්‍ය විචාරයේ දී සිදු කරනුයේ, නිර්මාණය පැහැදිලි කිරීම, ආකෘතිය විශ්ලේෂණය කිරීම සහ නිර්මාණයේ ඇති අගයයන් හා වටිනාකම් විමර්ශනය කිරීම යි.
- විචාරාත්මක චින්තනය පෞරුෂයෙන් යුතු සන්නිවේදන වර්තයක් බවට පත් වීමට තිබිය යුතු අත්‍යවශ්‍ය ගුණාංගයකි.
- අතීතයේ සිට වර්තමානය දක්වා කලා නිර්මාණ විචාරය කිරීම පිණිස නොයෙක් සිද්ධාන්ත ගොඩනැගී ඇත.
- විචාරයක දී වැදගත් වන මූලික කරුණු
 - කිසියම් නිර්මාණයක තේමාව හඳුන්වාදීම
 - ග්‍රාහක අත්දැකීම් හරහා නිර්මාණයේ සුවිශේෂතා පැහැදිලි කර දීම
 - නිර්මාණය පිළිබඳ ග්‍රාහක අවබෝධය වර්ධනය කිරීම සඳහා විචාරක අත්දැකීම් පාදක කර ගනිමින් නිර්මාණය තේරුම් කිරීම
 - එම නිර්මාණය ජීවිතයට වැදගත් වන ආකාරය විග්‍රහ කර දීම
- මාධ්‍ය හා සමාජය වටහා ගැනීමෙහි ලා මාධ්‍ය විචාරය ඉතා වැදගත් වේ.
- විචාරශීලීත්වයෙන් තොර ව නූතන මාධ්‍ය භාවිතය හා ප්‍රවණතා හඳුනා ගැනීම දුෂ්කර ය.
- මාධ්‍ය විචාරයේ දී විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඉදිරිපත් වන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සිදු වේ.
- මාධ්‍ය මගින් විචිත්‍රවත් ආකෘති ඔස්සේ ගලා එන සන්දේශවලට පුද්ගල මනසෙහි මාධ්‍ය කෙරෙහි ඇලීමක් ඇති කරවයි. එය මාධ්‍යයට වහල් වීමකි.
- මාධ්‍ය විචාරය අවශ්‍ය වන්නේ මෙම මාධ්‍ය වහල් භාවයෙන් පුද්ගලයා මුදවා ගැනීම පිණිස ය.
- මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතාවේ අඩුකම හා විචාරශීලීත්වයේ ඌනතාව හේතු කොට ගෙන පුද්ගලයා මාධ්‍යයට හසු වේ. එම නිසා මාධ්‍ය පුද්ගලයාගේ දෛනික ජීවිතයට, ඔවුන් සතු විශ්වාසයනට සහ සදාචාරයනට ප්‍රබල ලෙස බලපෑම් ඇති කරයි.
- මෙම තත්ත්වයෙන් මිදීම සඳහා විචාරශීලීත්වය අත්‍යවශ්‍ය වේ.

➤ මාධ්‍ය විචාරයේ විවිධාංග/විවිධ පැතිකඩ

1. මාධ්‍ය හා දෛනික ජීවිතය
2. මාධ්‍ය සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද
3. මාධ්‍ය සහ සන්දේශයන්හි සම විෂමතා
4. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය
5. මාධ්‍ය ආර්ථිකය
6. මාධ්‍ය හා තාක්ෂණය
7. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය
8. මාධ්‍ය හා මායාව

1. මාධ්‍ය හා දෛනික ජීවිතය

- මාධ්‍ය තොරතුරු ලබා දීම හා විනෝදාස්වාද සම්පාදනයෙහි ප්‍රධාන මූලාශ්‍රයකි. එබැවින් මාධ්‍ය වඩාත් අපගේ ජීවිතයට ජීවිතය හා සම්බන්ධ ව පවතී.
- මාධ්‍ය විසින් අපගේ පෙනුම, ආහාර රටාව, සිරිත් විරිත්, විශ්වාසයන්, ආශාවන් සහ මතයන් හසුරුවමින් අප වෙත බලපෑම් ඇති කරයි.
- ඒවාට හසු නොවී සිටීමට මාධ්‍ය විචාරය පුද්ගලයාට වැදගත් වේ.

2. මාධ්‍ය සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද

- මාධ්‍ය විචාරයට විවිධ දෘෂ්ටිවාද ගණනාවක් මගපෙන්වනු ලැබේ.
- මෙම දෘෂ්ටිවාද ඔස්සේ මාධ්‍ය විචාරය පෝෂණය වේ.
- මෙම දෘෂ්ටිවාද අතර මාක්ස්වාදී විචාරය, මනෝවිශ්ලේෂණ විචාරය සහ ස්ත්‍රීවාදී විචාරය ප්‍රමුඛ වේ.
 - මාක්ස්වාදී විචාරය
- මෙහි අදහස වනුයේ ධනෝත්චර සමාජයේ අවශ්‍යතා හා වරප්‍රසාද ලත් සහ පවත්නා බල ව්‍යුහය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පවතින බව ය.
- මාධ්‍ය කලාව සහ නිෂ්පාදන කාර්යය මඟින් ග්‍රාහකයාට විවිධ දේ පැවරීම, පතුරුවා හැරීම හා පරාවර්තනයන් පිළිබඳව මෙම මාධ්‍ය විචාර දෘෂ්ටියෙන් විමසනු ලබයි.
- මාධ්‍යවල පවත්නා ආර්ථක සංස්කෘතික බලය හා ප්‍රාග්ධනය ඉලක්කය කරගෙන මාධ්‍ය නිර්මාණ බිහි වන බව මෙම විචාරයෙන් විශ්ලේෂණය කළ හැකි ය.

➤ ධනය හා බලය පිළිබඳ අසමතුලිතතාව සහිත සමාජීය ආයතන මාධ්‍ය විසින් ශක්තිමත් කරනු ලබන ආකාරයත්, මාධ්‍ය ආධිපත්‍ය පවත්වාගෙන යන ආකාරයත් විචාරයට ලක් කළ හැකි ය..

- මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය

- මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරකයෝ මනෝවිද්‍යාව ඔස්සේ මාධ්‍ය සන්දේශ අවධානයට ගනිති.
- ළදරුවන්ගේ මනස නොසන්සුන් කිරීමට මාධ්‍ය බලපායි.
- වෙළඳ දැන්වීම් මගින් පුද්ගලයාගේ මනසට ආමන්ත්‍රණය කරනු ලබයි.
- මෙමගින් සංකේතාත්මක මාධ්‍ය භාවිතයන්හි යටි අරුත් විමසිය හැකි ය. ව්‍යාජ සන්නිවේදනය මනාව හඳුනාගත හැකි ය.
- මෙම විචාර දෘෂ්ටියේ දී චිත්තවේග බලපෑම, ආතතිය ඇතිවීම පිළිබඳව විමර්ශනය කරයි.
- මාධ්‍ය මගින් ගොඩනගන මායාව හේතුවෙන් පුද්ගලයා මනංකල්පිත ජීවිතයක් කරා යොමු කිරීමට මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් හේතු වන බව පෙන්වා දෙයි.

- ස්ත්‍රීවාදී විචාරය

- මෙම දෘෂ්ටිවාදයේ පදනම වන්නේ ස්ත්‍රී අයිතිවාසිකම් පිළිබඳව, ලිංගිකත්ව සමානතා පදනමක සිට විචාරය කිරීමයි.
- ස්ත්‍රීවාදී දෘෂ්ටි කෝණයෙන් මාධ්‍ය තුළ කාන්තාවන් අවප්‍රමාණය කරන ආකාරය විමර්ශනය කරයි.
- ජනමාධ්‍යවල කාන්තාවන් අවප්‍රමාණය කිරීමට බලපාන බලය පිළිබඳව විශ්ලේෂණය කරයි.
- ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය සහ මාධ්‍ය මගින් කාන්තාවට එරෙහි වෙනස්කම් සාකච්ඡා කරයි.
- මාධ්‍යවල ගැහැනිය ඒකාකෘත ලෙස නිරූපණය කරන බව පෙන්වා දෙයි.
උදා - මව්වරුන්, භාර්යාවන්, දියණියන්, පෙම්වතියන් ලිංගික භාණ්ඩ ලෙස නිරූපණය කරයි.
- මාධ්‍ය ආධිපත්‍ය පුරුෂයන් සතුට පවතින බව මෙම විචාර දෘෂ්ටියෙන් පෙන්වා දෙයි.
- ස්ත්‍රීත්වයේ වටිනාකම් පිළිබඳ මාධ්‍ය සන්දේශ බෙදාහැරීම සිදු කළ යුතුය.
- කාන්තා ගැටලු මාධ්‍ය මගින් විකෘති කිරීමෙන් ඒවාට පීතෘ මූලික දෘෂ්ටියක් ලැබේ.
- ස්ත්‍රීන්ගේ වටිනා බොහෝ පැති මාධ්‍ය මගින් නොසලකා හැරීම විචාරයට ගත හැකි විය යුතුය.



3. මාධ්‍ය සහ සන්දේශයන්හි සම විෂමතා

➤ මාධ්‍ය සන්දේශය කුමක්ද? එය නිර්මාණය කළේ කාටද? කවුරුන්ද? කුමක් සඳහාද? කුමන මාධ්‍යකින්ද? යන්න විමසා බැලිය යුතුය.

- මාධ්‍ය සන්දේශ නිර්මාණකරුවන් වචන, රූප, ශබ්ද, සැලසුම් සහ අනෙකුත් අංග භාවිත කරමින් සන්දේශ නිර්මාණය කරගන්නා ආකාරය සහ මාධ්‍ය නිෂ්පාදකයන්ගේ දෘෂ්ටිකෝණය වටිනාකම්, පක්ෂපාතීත්වය සහ ඒවාගේ සැඟවුණු අර්ථය ද සොයා ගත යුතුය.
- මාධ්‍ය සන්දේශ තුළ නිර්මාණකරුවන්ගේ වටිනාකම සහ මත නිරූපණය කරයි.
- මාධ්‍යකරුවන් නිශ්චිත ව ඉදිරිපත් කරන සන්දේශ, ජනයා ඔවුන්ගේ පූර්ව දැනුම් සහ අත්දැකීම්, ඔවුන්ගේ වටිනාකම් සහ ඔවුන්ගේ විශ්වාසයන් මත පදනම් ව, ඒවා වෙනත් ආකාරයෙන් පිළිගෙන පරිවර්තනය කර ගනිති.
- මෙයින් අදහස් වන්නේ මාධ්‍යයේ එක ම සන්දේශයෙන් විවිධ උප පෙළ නිර්මාණය කළ හැකි බවයි.

4. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය

- සමාජ සංස්කෘතික වටිනාකම් සහ චින්තනය කෙරෙහි බල පවත්නා මාධ්‍ය බලයයි.
- පුවත්පත්, සඟරා, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය හා අන්තර්ජාලය මෙලෙස ආධිපත්‍යය දරන ආයතනය වේ.
- මෙම මාධ්‍ය අපගේ සංස්කෘතියේ මෙන්ම චින්තනයේ ආධිපත්‍යය දරයි.
- මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය ආර්ථික, දේශපාලනික හා සංස්කෘතික බලවේග මත බිහි වෙයි.
- මාධ්‍ය ධනෝත්සවයේ උපකරණයකි.
- සමාජීය ආධිපත්‍යයක තත්ත්ව පවත්වා ගැනීමට ධනෝත්සවය මාධ්‍ය යොදා ගනී.
- ධනෝත්සවය තමා කැමති මාධ්‍ය මගින් දෘෂ්ටිවාදය බෙදා හරියි.
- සන්දේශයක ස්වභාවය හඳුනා ගැනීමේදී සන්දේශයක මූලාශ්‍රය,ග්‍රාහකයා,පෙළ,උපපෙළ, පෙළබවීමේ ප්‍රයෝග හා දෘෂ්ටිකෝණය විචාරයට භාජනය කළ යුතුය.
- මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය සෘජු හෝ වක්‍ර ලෙස පැවතිය හැකිය.
- කිසියම් ප්‍රවෘත්තියක් හෝ සන්දේශයක්, ආයතනික මාර්ගෝපදේශනය, ආයතනික මාධ්‍ය සම්මුති හෝ ආධිපත්‍යවාදී මතය මගින් සකස් කරන සන්දේශයේ දී දිශානතීන්ට අනුව ගොඩනැගෙන ආකාරය විචාරය කළ හැකිය.

5. මාධ්‍ය ආර්ථිකය

- පසුගිය වසර 40ය පුරා සැලකිය යුතු ලෙස වර්ධනයට ලක්වී ඇති අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය කි.
- සන්නිවේදනය යනු වෙළඳ සංස්කෘතියකි.
- සන්නිවේදන පද්ධති මගින් වෙළඳපොළ සඳහා යටිතල පහසුකම් සපයයි.
- මාධ්‍ය ආර්ථිකය, මාධ්‍ය අයිතිය අධ්‍යයනය කරන නව ප්‍රවේශයකි.

- මාධ්‍ය ආර්ථිකයේ ප්‍රධාන පාර්ශවකරුවන් වන්නේ තොරතුරු සපයන්නන් සහ විනෝදාස්වාදය සපයන සැපයුම්කරුවන්ය.
- මාධ්‍ය යනු ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රයේ සිටි නිර්මාණාත්මක අදහස් දක්වා පුළුල් ක්ෂේත්‍රයන් ආවරණය කරයි.
- මාධ්‍ය ආර්ථිකයේ මූලික මට්ටමේ දී මාධ්‍ය කර්මාන්තය ප්‍රධාන සමාගම්, පාරිභෝගිකයා සහ මාධ්‍ය පරිසරය පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි.
- මාධ්‍ය ආර්ථිකයේ මූලික මට්ටමේදී මාධ්‍ය කර්මාන්තයේ ප්‍රධාන සමාගම් පාරිභෝගිකයන් සහ මාධ්‍ය පරිසරය පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි.

6. මාධ්‍ය හා තාක්ෂණය

- මූද්‍රිත හා විද්‍යුත් මාධ්‍ය ලෙස වර්ධනය වූ යාන්ත්‍රික මාධ්‍ය ගුවන් ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය ඔස්සේ විද්‍යුත් බවට පත් විය.
- සංඛ්‍යාංක මාධ්‍ය ඔස්සේ විවිධ වූ නව මාධ්‍ය තාක්ෂණයන් බිහි විය.
- නූතන මාධ්‍ය තාක්ෂණය මානුෂීය ප්‍රශ්න විසඳන පදනම සහ මාධ්‍ය තාක්ෂණය සහ නිදහස විමසිය යුතුය.
 - උදා - අන්තර්ජාලය තුළ පෞද්ගලිකත්වය සහ ප්‍රකාශන නිදහස
 - ගෝලීය වශයෙන් මාධ්‍ය තාක්ෂණය භාවිතය
 - පුරවැසි මාධ්‍ය මාධ්‍ය හා අන්තර්ජාල තාක්ෂණය (සංඛ්‍යාංකකරණය)
 - මාධ්‍ය ව්‍යාපාර සහ තාක්ෂණය
- සමාජ විපරිණාමය පිළිබඳ දැනුවත් වීමට මාධ්‍ය තාක්ෂණය වැදගත් වේ.

7. මාධ්‍ය හා සංස්කෘතිය

- සංස්කෘතික අවබෝධ මාධ්‍ය විචාරයට අවශ්‍ය වේ.
- සංස්කෘතිය විවිධාකාර වෙයි.
- උදා - ජනප්‍රිය, උප, ඉහළ පහළ, ප්‍රභූ සහ ජන... ආදී ලෙස
- රූපවාහිනිය සංස්කෘතික බලවේගයකි.
- එමඟින් සමාජයේ පරමාදර්ශී, යථාර්ථවාදී, නීතිය හා භූමිකා පිළිබඳ අවබෝධය ලබා දෙයි.
- රූපවාහිනිය සමාජීය, සංස්කෘතික වටිනාකම් ආදිය බෙදා හදා ගනියි.



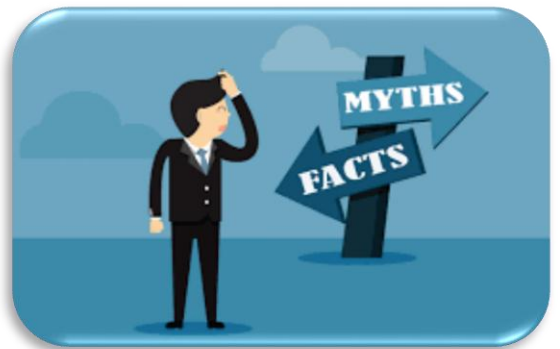
8. මාධ්‍ය හා මායාව

- මාධ්‍ය සංදේශවල විකෘති කිරීම් ද දැකිය හැක.
- වෙළඳ දැන්වීම්වල දී ප්‍රචාරකයා විවිධ සංඥා මගින් මිත්‍යා අර්ථකථන සැපයේ.
- ප්‍රචාරකයාගේ මිත්‍යාව අවබෝධ කරගැනීමට ග්‍රාහකයාට නිවැරදි සංජානනය අවශ්‍ය වේ.
- මාධ්‍ය මගින් සත්‍ය හෝ අසත්‍ය සන්දේශයක් කාලයක් විසුරුවා හැරිය විට ඒවා සත්‍ය ලෙස පිළිගැනීමට ජනමතය නැඹුරු වේ.
- වෙළඳ දැන්වීම් වල පෙළ හා රූප මගින් මිත්‍යාව ජනනය කරයි.
- බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම් වල සැඟවුණු අර්ථ පවතී.
- මිත්‍යාව ප්‍රායෝගික භාවිතයේදී ,

උදා - කාන්තාව විලාසිතාවක් ලෙසත් වෙළඳ භාණ්ඩයක් ලෙසත් යොදාගන්නේ මිථ්‍යාමය අලංකාර භාවිතයෙනි.

විචාරශීලී ග්‍රාහකයා

- මාධ්‍යයන්ගෙන් ආකූල වූ සමාජ පරිසරයක ජීවත් වන පුද්ගලයන් ලෙස ජනමාධ්‍ය තේරුම් ගැනීම, විමර්ශනාත්මක ව මාධ්‍ය සන්දේශ වටහා ගැනීම සහ මාධ්‍යයේ මායාව හා යථාර්ථය තේරුම් ගැනීම ඇතුළු මාධ්‍ය සාක්‍ෂරතා ලක්ෂණ විචාරශීලී ග්‍රාහකයෙකු සතු විය යුතු ය.



- පුද්ගලයා විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු විය යුතුය. එවිට ඔහු සක්‍රීය ග්‍රාහකයකු ලෙස හඳුන්වයි.
- සක්‍රීය ග්‍රාහකත්වය හැදෑරිය යුතු විෂයකි. “ඒ මගින් නොයෙකුත් ජනමාධ්‍ය, ජනප්‍රිය සංස්කෘතිය, නව තාක්ෂණය පිළිබඳ විචාරශීලීව විමසා බැලීමට අවස්ථාව ලබා දෙයි”. (ඔග්ලස් කෙල්නර් 1979)

විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය කෙරෙහි බලපාන සාධක

- ජනමාධ්‍ය සහ ඒවායේ ග්‍රාහකයන් පිළිබඳ ව තොරතුරු ලබා ගැනීමෙන් ලැබෙන බලගැන්වීම් පිළිබඳ හැදෑරීම
- ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය මගින් ලැබෙන තොරතුරු මෙන් විකල්ප ජනමාධ්‍ය මගින් ලැබෙන තොරතුරු ලබා ගැනීමේ වැදගත්කම හා අභියෝග
- ඒවා අනුසාරයෙන් අපගේ ම නිර්මාණ නොයෙකුත් ජනමාධ්‍යයන්ට ලබා දීමේ අභියෝග
- සක්‍රීය සහ විචාරශීලී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව මගින් මාධ්‍යයේ පිටුපස තිබෙන නොයෙකුත් බලවේග පිළිබඳ දැනුවත් වීම

- ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, ජාතිය, වර්ගය, කුලය, ලිංගිකත්වය, ජනමාධ්‍ය මඟින් ප්‍රතිනිර්මාණය වීම පිළිබඳ හැදෑරීම
- මෙම අධ්‍යයනය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ඇති කර ගැනීම සඳහා පමණක් නො ව විවිධ ජනමාධ්‍ය දෙස විචාරශීලී ව බැලීම සහ ඒවා පිටුපස සිටින අදාශ්‍යමාන බලවේග සහ ග්‍රාහකයන් සහ ජනමාධ්‍ය ඇසුරෙන් යම් යම් දේ පිළිබඳ කවරාකාරයෙන් වටහා ගන්නේ දැයි අධ්‍යයනය කිරීම
- සක්‍රීය ග්‍රාහකයෙකු සෑම විට ම තමා කළ යුතු දේ, සිතිය යුතු දේ, නොසිතිය යුතු දේ ගැන විචාරශීලී ව කල්පනා කිරීම
- නොයෙකුත් ජනමාධ්‍ය සමාජයේ කවරාකාර මිනිසුන් හෝ ස්ත්‍රීන් විය යුතු ද යන්න අපට පෙන්වා දෙයි. ජනප්‍රිය වන්නේ කෙසේ ද, ජීවිතය සාර්ථක කර ගන්නේ කෙසේ ද, ජීවිතයේ අසාර්ථක භාවය නැති කර ගන්නේ කෙසේ ද, සමාජයෙහි ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රධාන බලවේග, වටිනාකම් සහ සමාජ සංස්ථාවලට අනුකූල ව පුරුදු පුහුණු වීම අපට ඉගැන්වීමට මාධ්‍ය ක්‍රියා කරයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සෑම පුරවැසියෙකු ම බල ගන්වයි. ජනමාධ්‍යවලින් මවන මායාකාරී ලෝකයෙහි යථාර්ථය හඳුනා ගැනීමට විචාරශීලීත්වය අපට මඟ පෙන්වයි.
- විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සෑම පුරවැසියෙකු ම බල ගන්වයි. ජනමාධ්‍යවලින් මවන මායාකාරී ලෝකයෙහි යථාර්ථය හඳුනා ගැනීමට විචාරශීලීත්වය අපට මඟ පෙන්වයි.

විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු සතු විය යුතු කුසලතා

- විශ්ලේෂණය - මාධ්‍ය සංදේශයක අන්තර්ගත වී ඇති ද්‍රව්‍ය, අංශයන් වෙන් කිරීම
- ඇගයීම් - මාධ්‍ය සංදේශයේ ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරු කිරීම
- කාණ්ඩකරණය - මාධ්‍ය සන්දේශය කාණ්ඩකරණය බෙදා වෙන් කර ගැනීම
- අනුමානය - සන්දේශයේ ඇතුළත් දේ අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව පිළිබඳ අනුමාන කිරීම
- නිගමනය - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි පොදු තත්ත්වයන් ඇසුරෙන් විශේෂිත යමක් නිගමනය කිරීම
- සංස්ලේෂණය - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි සමස්ථයට ගළපමින් නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම
- වියුක්තිකරණය - මාධ්‍ය සන්දේශයේ හරය සහ වැදගත් කරුණු ඉතා කෙටියෙන් පැහැදිලි ලෙස දැක්වීම

6.3 මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණය පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව විචාරශීලී ව කටයුතු කරයි.

මාධ්‍ය සන්දේශ විශ්ලේෂණය

➤ මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගැනීමට හැකි මූලික කරුණු කිහිපයක් ඇත. විවිධ මාධ්‍ය ස්වරූපයන් අනුව සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා තවත් මෙවැනි කරුණු රැසක් අදාළ කර ගත හැකි ය.

- I. අර්ථය - (Meaning)
- II. අදාළ බව - (Appropriateness)
- III. පෙළඹවීම - (Motivation)
- IV. පක්ෂපාතීත්වය - (Bias)
- V. විශ්වසනීයත්වය - (Credibility)
- VI. විකෘතිකරණය - (Distortion)
- VII. සඵලතාව - (Effectiveness)
- VIII. ශූර මෙහෙයවීම - (Manipulation)
- IX. ඒකාකාර බව - (Stereotype)
- X. ඇගයීම- (Evaluation)



I. අර්ථය - (Meaning)

- කිසියම් මාධ්‍ය සන්දේශයක සෘජුව ප්‍රකාශයට පත් නොවන අදහසක් නිරවුල් ව හා පැහැදිලි ව ඉදිරිපත් කිරීම අර්ථය යි.
- එය වචනයක්, පාඨයක්, සංකල්පයක් හෝ කිසියම් ක්‍රියාවක සිද්ධි මාලාවක අදහස ප්‍රකාශ කිරීමකි.
- මේ ආකාරයෙන් අදහස් කරන හෝ ප්‍රකාශිත හෝ අඟවන ඉඟි කරන දේ අර්ථය නම් වේ.
- අර්ථය යනු යම් දෙයක් පිළිබඳ වටිනාකමකි.
- අර්ථය වාග් විද්‍යාත්මක ව භාෂා භාවිතය මඟින් සන්නිවේදනය කරනු ලබයි.
- අනෙක් අතින් අර්ථය මනෝවිද්‍යාත්මක ආස්ථානයකි.
- ජීවිතයේ අර්ථය මිනිස් පැවැත්මේ ස්වභාවය පිළිබඳ සංකල්පය යි.
- වාග් විද්‍යාව තුළ භාෂාමය ප්‍රකාශනයක ආරම්භක අර්ථයට වඩා ඇතැම් විට එහි අවසාන අර්ථය වෙනස් විය හැකි ය. නිදසුනක් ලෙස “ආදරය” සහ “දෙවියා” යන යෙදුම්වල විවිධ අර්ථයන් ඇති බව විමසිය හැකි ය.
- උදාහරණයක් ලෙස මවකගේ දරුවෙකුට තිබෙන ආදරය අපරිමිතයි. මවක් තම දරුවාට ‘මගේ ආදර පුතා’ ‘මගේ පණ’ ‘මගේ දෙවියෝ’ යයි අපරිමිත සෙනෙහසින් ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. ඒ අනුව භාවිත වන සන්දර්භයට අදාළ ව වචනවල අර්ථය වෙනස් විය හැකි ය.

II. අදාළ බව - (Appropriateness)

- සන්දේශයට අදාළ අන්තර්ගතයේ දී ඊට අදාළ ආධ්‍යානය, අනුක්‍රමය, සමබරතාව, සුසංයෝගය හා ප්‍රමාණාත්මක බව මනා ලෙස ගැලපීමයි. මේ සඳහා තාක්ෂණය ද උචිත විය යුතු ය.
- ජනමාධ්‍ය සන්දේශවල යෝග්‍යතාව, තත්ත්වය, අවශ්‍යතාව හා මාධ්‍ය ලක්ෂණ අතර ගැලපීම මත රඳා පවතී.
- අරමුණු සාක්ෂාත් කරගැනීම සඳහා සන්දර්භයේ අවශ්‍යතාවන්ට ගැලපෙන සුදුසු තාක්ෂණයක් යොදා ගත යුතුය.

III. පෙළඹවීම - (Motivation)

- පෙළඹවීම නිරන්තරයෙන් සිදු කෙරෙන සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියකි.
- පෙළඹවීම යනු මාධ්‍ය මගින් පුද්ගල විශ්වාස ආකල්ප, අභිප්‍රාය හෝ හැසිරීම කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කර පිළිගැනීමට යටත් කිරීමයි.
- මාධ්‍ය සන්දේශ කෙරෙහි විශ්වසනීයත්වය ඇති කිරීමට පෙළඹවීමයි.
- සන්නාමික ලාංඡන සහ චිත්තවේග සන්දේශ මගින් පෙළඹවීම කළ හැකිය.
- පෙළඹවීම ප්‍රධාන මාතෘකා තුනකි.

- ආකල්ප වෙනස් කිරීම
- හැසිරීම වෙනස් කිරීම
- කාලයත් සමඟ වෙනස් කිරීම



IV. පක්ෂපාතීත්වය - (Bias)

- එක් පුද්ගලයෙකුට හෝ විශේෂත්වයක් දැක්වීම පක්ෂපාතීත්වයයි.
- පක්ෂපාතීත්වය යනු අගතිය යි.
- සාධාරණ හේතු හෝ ප්‍රමාණවත් දැනුමක් නොමැතිව නිගමනයකට එළඹීම හෝ යම් අදහසක් මත පදනම් වූ මතයක් දැරීමයි.
- ප්‍රවෘත්තියක පක්ෂ ග්‍රාහකත්වය අනාවරණය කිරීමේ දී,
 - මූලාශ්‍රය තෝරා ගැනීම
 - මූලාශ්‍රය ගොඩනගන දිශානතිය
 - සම්මුඛ සාකච්ඡා සඳහා පුද්ගලයන් තෝරා ගන්නා ආකාරය
 - වාර්තාකරු එම සිදුවීම පවසන ආකාරය
- යොදා ගන්නා ඡායාරූප සංස්කරණය ආදී මත ප්‍රවෘත්ති බිහි වේ.
- ඇතැම් සන්දේශවල යම් නිශ්චිත කරුණු හෝ විස්තර කපා හැර අනෙකුත් කරුණු ඇතුළත් කරනු ලැබේ. ඒ අනුව පක්ෂපාතීත්වය ඇති වේ.
- යම් සන්දේශයක් තේරුම් ගැනීමට හිඳි විවිධ මාන වලින් බැලිය යුතුය.

උදා - මිනිසුන් කම්පා වන ආකාරයෙන් ප්‍රවෘත්ති රචනය

- ප්‍රවෘත්ති ස්ථානගත කිරීම අනුව ද පක්ෂපාතීත්වය ඇති වේ.
- ප්‍රවෘත්තියක පලවන ජායාරූපයෙන් පක්ෂ ග්‍රාහකත්වය නිරූපණය කෙරේ.
- මාධ්‍යවේදී භාවිත කරන වචන සහ තාලය සන්දේශයට බලපෑම් කළ හැකි ය.
- අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරුවලින් වලින් මගහැරීම, මූලාශ්‍ර තෝරා ගන්නා ආකාරය, කතා තෝරාගන්නා ආකාරය, ස්ථානය තෝරා ගන්නා ආකාරය, හඳුන්වා දෙන ආකාරය අනුව තොරතුරු ගමන් කරනා වේගය අනුව පක්ෂපාතීත්වය ගොඩනැගේ.

V. විශ්වසනීයත්වය - (Credibility)

- මූලාශ්‍රයේ විශ්වසනීයත්වයට දැනුම ලෙස අධ්‍යාපනය හා අද්දැකීම් හැකියාව ලෙස භෞතික සහ මානව සාධක ද අදාළ වේ.
- සන්නිවේදකයකුගේ විශ්වසනීයත්වය යනු පිළිගත් විනිශ්චයකි.
- ලබන්නා මත පදනම් වූ ඉදිරිපත් කිරීමක් ලෙස විශ්වසනීයත්වය පවතී.
- විශ්වසනීයත්වය බහුමාන වෙයි.
- විශ්වසනීයත්වය යනු ග්‍රාහකයන් විසින් සන්නිවේදකයන්ට ලබා දෙන විචල්‍යයකි.
- විශ්වසනීයත්වය යනු “ගෞරවාර්ථ ප්‍රභවය” ලෙස ද හැඳින්වේ .
- විශ්වසනීයත්වය ඇතැම් විට තහවුරු කරගත නොහැකිය. එය ආරෝපණය කිරීමේ ස්වභාවයක් ද එහි පවතී.
- විශ්වසනීයත්වය තක්සේරු කිරීම සඳහා සරල නීතියක් නොමැත.
- විශ්වසනීයත්වය තක්සේරු කිරීමට විනිශ්චය අවශ්‍ය වේ. විනිශ්චය යන්න, එම විෂය ක්ෂේත්‍රයට පදනම් දැනුම මත රඳා පවතී.
- මාධ්‍ය සන්දේශ කෙරෙහි විශ්වසනීයත්වය ඇතිවන අයුරින් පිළිබඳව අප සන්දේශ විචාරයට එළඹිය යුතුය.

VI. විකෘතිකරණය - (Distortion)

- සන්නිවේදන විකෘතිය විකෘතිකරණය යන නමින් හඳුන්වයි.
- සන්දේශය තොරතුරු සන්නිවේදනය කරන සංකේතාත්මක ආකෘතිය යි.
- සංකේතාත්මක සන්නිවේදනය අප වැඩි වශයෙන් භාවිත කරන විට සංකේතවලට අප විසින් දෙනු ලබන අර්ථය නිවැරදි ව සන්නිවේදනය කළ නොහැකි ය.
- නාලිකාව හෝ විවිධාකාරයේ මැදිහත්වීම්වලින් සන්දේශ විකෘති කිරීම්වලට ලක් වේ.

➤ සන්දේශයක තේරුම් ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ දී, අන්‍යෝන්‍ය අර්ථය, ස්වරය හෝ වචන සම්පූර්ණයෙන්ම අල්ලා ගැනීමට නොහැකි විය හැකිය. එය විකෘතිකරණය යි.

➤ සන්දේශයක් විකෘතිකරණයට පහත් දැක්වෙන සාධක බලපායි

- ප්‍රතිපෝෂණය නොලැබීම නිසා
- මාධ්‍ය සන්දේශයට බලපෑම් කිරීම
- අතිශයෝක්තියට නැගීම
- නින්දා කිරීම
- අනුවර්තී
- වක්‍රෝක්තිභරණ
- ප්‍රත්‍යක්ෂණ
- පාර්ශවීය
- විස්තර විශාල කිරීම
- පර්යාලෝකය



VII. සඵලතාව - (Effectiveness)

- අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵලය ඉදිරිපත් කිරීමේ දී කිසියම් සාර්ථකත්වයක් ලබා කර ගැනීම සඵලතාවයි.
- ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශනයේ සඵලතාව ඇතිවනුයේ සංදේශය ගුණාත්මකභාවය, නිෂ්පාදන ගුණත්වය හා ඒත්තු ගැන්වීම මත ය.
- ශක්තින් හා දුර්වලතා හඳුනා ගැනීම සඳහාම මූලෝපායික ප්‍රශ්න කිරීම මගින් සන්දේශය සඵලතාව ඇගයීම වැදගත්වේ.
- සන්දේශ මැනීම සඳහා වෛශික ප්‍රමිති ඇති කිරීම ප්‍රයෝජනවත් වේ.
- ඵලදායී සන්දේශ සඳහා ප්‍රධාන ගුණාංග හතරක් තිබේ.

- සරල බව (Simplicity)
- විශේෂත්වය (Specify)
- ව්‍යුහය (Structure)
- ඇලීම (Stickiness)

- සන්දේශයක සරල බව සහතික කර ගැනීමේදී, අරමුණු පැහැදිලි විය යුතු ය.
- ප්‍රධාන සන්දේශය පැහැදිලි විය යුතු ය.
- විශේෂත්වය යනු භාෂාවේ තේරීම සහ එහි භාවිතය යි. මෙහි දී භාෂාව විශේෂිත ද? භාෂාව අනවශ්‍ය ලෙස සංයුක්ත වේ ද ?
- සන්දේශය ව්‍යුහගත කිරීම, අනුක්‍රමිකව සිදුවන්නකි. සන්දේශ හොඳ නරක ලෙස ව්‍යුහගත කළ හැකිය.

- එයට පවත්නා සංස්කෘතික සහ සමාජ වටිනාකම් බලපෑම් කරයි.
- සන්දේශ ව්‍යුහගත වීම ග්‍රහකයා සිතන ආකාරයට සිදු වන්නකි .
- සන්දේශයට ඇලීම අතිශය මානසික සංකීර්ණ ක්‍රියාවලියකි.
- එයට සමාජ, සංස්කෘතික වටිනාකම් සේම සන්දේශය ගොඩනගන ආකාරය ද බලපායි.
- සන්දේශය කෙරෙහි ඇලීමට සරල බව, අනපේක්ෂිත බව, සන්දේශයේ ශක්තිමත්භාවය, විශ්වසනීයත්වය, හැඟීම් උත්පාදනය, කතන්දරයක් වීම යනාදිය ප්‍රධාන මූලධර්ම වේ.

VIII. ශූර මෙහෙයවීම - (Manipulation)

- විශේෂිත අවශ්‍යතාවන්ට අනුකූල වන ප්‍රතිරූපයක් හෝ තර්කයක් නිර්මාණය කරන උපක්‍රම මාලාවකි.
- තර්කාන්විත මෙහෙයවීම, මානසික හැසිරවීම මුළුමනින්ම රැවටීම, පුරසාරම් සහ ප්‍රචාරක ශිල්ප ක්‍රම භාවිත කිරීම.
- පුද්ගලයන්ගේ ආකල්ප සැකසීම, මහජන සම්බන්ධතා, ප්‍රචාරය අලෙවිකරණයේ භාවිතා වේ.

➤ එක් එක් සන්දර්භය සඳහා පරමාර්ථය බෙහෙවින් වෙනස් වන අතර පුළුල් තාක්ෂණයක් බොහෝ විට යොදා ගැනේ.



➤ සන්දේශයක ශූර මෙහෙයවීමේ දී සන්දේශයක අංග වෙනස් වීමට බලපාන ප්‍රාථමික සංරචක පහත පරිදි වේ.

- ප්‍රමාණය (Quantity) - සන්දේශයකින් ලබාදිය යුතු සාධාරණ තොරතුරු
- ගුණාත්මකභාවය (Quality) - සන්දේශයක ඉදිරිපත් කර ඇති තොරතුරු සත්‍ය බව
- සම්බන්ධතාව (Relationship) - පෙර අදහස් මගින් තහවුරු කර ඇති සංවාදයේ සම්බන්ධතා.
- ආකාරය (Manner) - යමක් ප්‍රකාශ කර ඇති ආකාරය පිළිබඳ අපේක්ෂා

IX. ඒකාකාර බව / ඒකාකෘතික භාවය - (Stereotype)

- සියලුම සාමාජිකයින්ට නිතරම යෙදෙන සමූහයක ස්ථාවර මානසික ස්වරූපයකි.
- විශ්වය පිළිබඳ දැනුම බොහෝවිට අසම්පූර්ණව අද්දැක ඇති නිසා වෙනත් කණ්ඩායම්වල පූර්ව නිගමනවලට අනුකූල වන පරිදි තොරතුරු වෙන්කර ගැනීමට උත්සාහ දරනු ලැබේ.
- ඒකාකාරීත්වය ගොඩනැගෙනුයේ ලිංගිකත්වය, වාර්ගිකත්වය සහ වාර්ගික අගනින් සමග ය.
- නොකළ සංස්කෘතික බලපෑම් නිසා ජනමාධ්‍යවේදීන්ට ඒකාකාරීත්වය හා යථාර්ථය අතර පවත්නා වෙනස්කම් අවබෝධ කර ගැනීමට හැකි විය යුතුය.
- සැබෑ ලෝකයේ වෙනස්කම් සිදු කරන එකාකාර නිරූපණයන් ට එරෙහිව ස්ථිරසාර නිරීක්ෂණයන් පවත්වා ගැනීමට වගකීමක් ඇත.
- ඒකාකාර බව භාවිත කිරීම මගින් මූලික මිනිස් වටිනාකම් උල්ලංඝනය කළ හැකිය.
- පූර්ව අත්දැකීම්වලින් උපුටාගත් උපකල්පන මත පදනම් වූ කණ්ඩායම් ඒකාකාරය.
- ඒකාකාරීත්වය යනු නව තොරතුරු හඳුන්වාදීමේ දී එය වෙනස් කිරීමට අසමත් වීමයි.
- එසේ වූ විට අගතිගාමී හා පක්ෂග්‍රාහී යනුවෙන් හැඳින්විය හැකිය.
උදා - ලිංගිකත්වය, ජාතිවාදය ...
- මිනිසුන් විශාල පිරිසක් එක සමානව සිතීම, ඒකාකාරී බව පිළිබඳ ප්‍රේක්ෂකයන් දිරිගන්වයි. එවිට එම සමාජවල සෘණාත්මක ලක්ෂණ හට ගනී.
- ඒකාකාරී බව සමඟ එකඟ වන තොරතුරු, තෝරාගන්නා අතර එකඟ නොවන තොරතුරු නොසලකා හැරීමට යොමුවෙති.



X. ඇගයීම- (Evaluation)

- ඇගයීම් රාමුව “කුසලතා කට්ටලයක්” පමණක් නොව අත්දැකීම් පිළිබඳ ආකල්පයකි.
- ඇගයීමේදී පහත දැක්වෙන ආකාරයේ විශ්ලේෂණය මගින් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සැපයිය හැකිය.

- සන්දේශය යනු කුමක්ද?
- ඔබ වඩාත් කැමති කුමන සන්දේශයට ද? ඒ ඇයි?
- මාධ්‍යයෙන් ලැබුණු තොරතුරු නිසැකයෙන්ම යහපත් ද?
- සන්දේශය සාරාංශගත කළ හැක්කේ කෙසේද?
- සන්දේශය ඔබේ යථාර්ථය, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් සමග කෙතරම් සමීපද?
- සන්දේශය නිර්මාණය කළේ කවරෙක්ද?
- සන්දේශය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී වන අයගෙන් ඔවුන් ප්‍රයෝජන ලබන්නේ කුමන ආකාර වලින්ද?
- මාධ්‍යකරුවන්ගේ උපකල්පන, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් මොනවාද?
- සන්දේශයේ අරමුණ කුමක්ද?
- සන්දේශය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේද?
- පුද්ගලයන් තම සංස්කෘතීන් මාධ්‍යයෙන් නිරූපණය කරන්නේ කෙසේද?

➤ මාධ්‍ය පෙළ විශ්ලේෂණයේ දී ,

- සන්දේශය කීමෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක්ද?
- සන්දේශය ග්‍රහකයන්ට කවර ලෙසින් අර්ථවත් වන්නේ ද?
- නිෂ්පාදනය සන්දේශයේ අර්ථය ගෙන එන්නේ කෙසේ ද? සහ ඒ ඇයි? යන ගැටලු වලට පිළිතුරු සම්පාදනය කළ යුතු ද?

6. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විචාරය - ඇගයීම

1. “අප වෙත ලැබෙන මාධ්‍ය සන්දේශ අර්ථකථනය කරගැනීමට හා අප කොතරම් දුරට මාධ්‍යට විවෘත ද යන්න පිළිබඳ පර්යාලෝකය මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයයි. අප විසින් පර්යාලෝක ගොඩනගා ගන්නේ අපගේ දැනුම ව්‍යුහයන් මතයි” නිර්වචන ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ,

- I. යුරෝපා කොමිසම
- II. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා අධ්‍යාපනය
- III. ජාතික මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සඳහා ජාතික ආයතනය - ඇමරිකාව
- IV. සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය ආයතනය
- V. W.ෂේම්ස් පෝටර්

2. ඥාන ව්‍යුහ (knowledge structures) ලෙස සැලකෙන්නේ,

- I. පුද්ගල මනසක තැන්පත් වී ඇති සැකසුණු තොරතුරු කට්ටලයකි
- II. විඥානික හා අවිඥානික ක්‍රියාවලියකි
- III. මාධ්‍ය මගින් ලබාදෙන සන්දේශ සංජානනය කිරීමෙනි
- IV. සංකේත සංඥා ඇසුරින් තොරතුරු සම්පාදනය කර විකාශනය කිරීම මගිනි
- V. යම්කිසි ක්‍රියාවක නිරත වී ඒ පිළිබඳ පළපුරුද්දක් ලබා ගැනීමෙනි.

3. ඩබ්ලිව් ෂේම්ස් පෝටර්ට අනුව උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ලබා ගැනීමෙන් හෝ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව දියුණු කර ගැනීමෙන් ලැබෙන ප්‍රයෝජන අතරට අයත් නොවන්නේ,

- I. මාධ්‍ය පාලනය කිරීමට බලයක් ලැබීම
- II. අපගේ මානසික වර්ග පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව

- III. විවිධ මාධ්‍ය පණිවිඩ ලබා ගැනීමේ කැමැත්ත වැඩි වීම
- IV. මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ව්‍යාපාරික අරමුණු හා ග්‍රාහක අරමුණු එක සමාන නොවීම
- V. යෝග්‍ය විකල්ප මාධ්‍ය තෝරා බේරා ගැනීමට හැකිවීම

4. මාධ්‍යයේ සහ විවිධ දෘෂ්ටිවාද සඳහා විචාරයන් ගණනාවක් බලපා යී. ඒ අතරට අයත් නොවන්නේ,

- I. මාක්ස්වාදී විචාරය
- II. මනෝවිශ්ලේෂණ විචාරය
- III. මාධ්‍ය සන්දේශ ආධිපත්‍යය පිළිබඳ විචාරය
- IV. ස්ත්‍රීවාදී විචාරය
- V. ධනේශ්වර සමාජය පිළිබඳ විචාරය

5. විචාරශීලී ග්‍රාහකත්වය කෙරෙහි බලපාන සාධක අතරට අයත් නොවන්නේ,

- I. ජනමාධ්‍ය සහ ඒවායේ ග්‍රාහකයන් පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගැනීමෙන් ලැබෙන බල ගැන්වීම පිළිබඳ හැදෑරීම
- II. ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය මෙන්ම විකල්ප ජනමාධ්‍ය මගින් ලැබෙන තොරතුරු ලබා ගැනීමේ වැදගත්කම හා අභියෝග
- III. ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, වර්ගය, කුලය, ලිංගිකත්වය, ජනමාධ්‍ය මෙන්ම ජනමාධ්‍ය මගින් ප්‍රතිනිර්මාණය වීම පිළිබඳ හැදෑරීම
- IV. සක්‍රීය ග්‍රාහකයා සැමවිටම තමා කළ යුතු දේ , සිතිය යුතු දේ, නොසිතිය යුතු දේ ගැන විචාරශීලීව කල්පනා නොකිරීම
- V. සක්‍රීය හා විචාරශීලී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව මගින් මාධ්‍ය පිටුපස තිබෙන නොයෙකුත් බලවේග පිළිබඳ දැනුවත් වීම

6. විචාරශීලී ග්‍රාහකයා සතු විය යුතු කුසලතා අතරට අයත් වන්නේ,

- I. මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි තිබෙන කරුණු ඒ අයුරින්ම පිළිගැනීම
- II. සමස්ත මාධ්‍ය සන්දේශය ම මතක තබා ගැනීම
- III. මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරු කරණය කිරීම
- IV. මාධ්‍ය සන්දේශයන්ගේ අන්තර්ගතය නො සිතා බලා නිගමනවලට එළඹීම
- V. මාධ්‍ය සන්දේශයන් පිළිබඳ වැරදි අනුමානයන්වලට එළැඹීම.

7. මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා මූලික කරුණක් වන අර්ථය යන්නෙහි අදහස වන්නේ,

- I. සෘජු ප්‍රකාශිත නොවන යමක් පිළිබඳ පැහැදිලිව සන්නිවේදනය කිරීම
- II. යම් දෙයක් පිළිබඳ එහි වටිනාකම දැන් අයුරින් කතාබහක් නොකිරීම
- III. යම් සන්දේශයක විද්‍යමාන නොවන දෙයක් පිළිබඳව කතා බහ කිරීම
- IV. සැඟවුණු අර්ථ කෙරෙහි පමණක් අවධානය යොමු කිරීම
- V. යම් සන්දේශයක ලක්ෂණ සෑම සංදේශයක ම අන්තර්ගතය ලෙස විග්‍රහ කිරීම

8. මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා මූලික කරුණක් වන “විශ්වසනීයත්වය” සඳහා බලපාන ප්‍රාථමික මාන අතරට අයත් නොවන්නේ,

- I. විශේෂඥතාව
- II. විශ්වාස කළ හැකි බව

- III. කීර්ති නාමය
- IV. සමාජයීයභාවය
- V. ගතිකත්වය

9. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා සම්බන්ධ කුසලතාවක් ලෙස සැලකිය නොහැකි ප්‍රකාශය වන්නේ, මාධ්‍ය සන්දේශ

- I. පරිභෝජනයට ඇති රුචිකත්වයයි
- II. සංජානනය කිරීමේ හැකියාවයි
- III. බලපාන ආකාරය හඳුනා ගැනීමයි
- IV. ක්‍රියාවලිය හඳුනා ගැනීමයි
- V. නිර්මාණය කිරීමේ හැකියාවයි

10. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සම්බන්ධයෙන් ඉදිරිපත් වූ ප්‍රකාශ කිහිපයක් පහත දැක්වේ .

- A - මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙහි පදනම ලිවීමට හා කියවීමට ඇති හැකියාවයි .
- B - මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැඩිපුර අදාළ වන්නේ මුද්‍රිත මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙනි.
- C - මාධ්‍ය අන්තර්ගතය තේරුම් ගෙන පරිහරණය කිරීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවයි.
- D - සංදේශ නිර්මාණය හා ඇගයීම මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙහි අංගයක් වේ.

ඉහත ප්‍රකාශ අතුරෙන් .

- 1. A පමණක් සත්‍යවේ
- iii. C පමණක් සත්‍යවේ
- v. C හා D පමණක් සත්‍ය වේ.

- 11. B පමණක් සත්‍යවේ
- iv. A හා B පමණක් සත්‍යවේ

11. පෙරදින රූපවාහිනියෙන් නැරඹූ වැඩසටහනක් මතකයට නගා ගෙන එහි හරය පැහැදිලිව කෙටියෙන් පන්තියට ඉදිරිපත් කරන ලෙස ගුරුතුමා රමණී ට පැවසුවේය. මෙහිදී රමණී තුළ පැවතිය යුතු හැකියාව වන්නේ ,

- I. විශ්ලේෂණයයි
- II. කාණ්ඩකරණයයි
- III. සංස්ලේෂණයයි
- IV. ඇගයීමටයි
- V. විස්තීක්ෂකරණයයි

01. දෛනික ජීවිතය හා මාධ්‍ය අතර සම්බන්ධතාව වඩාත් අර්ථ පූර්ණ කර ගැනීමේදී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා විචාරශීලීත්වය වැදගත් වේ.

- I. යුරෝපා කොමිසම මගින් ඉදිරිපත් කර ඇති නිර්වචනයට අනුව මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවට අදාළ ප්‍රධාන කරුණු දෙකක් නම් කරන්න.
- II. මාධ්‍ය විචාරයේ අවශ්‍යතාව කරුණු දෙකක් ඔස්සේ කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- III. රූපවාහිනි ප්‍රේක්ෂකයා විචාරශීලී වීමේ වැදගත්කම කරුණු තුනක් ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.

IV. "මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවෙන් පොහොසත් රටක්" මැයෙන් පහත තේමා යටතේ පුවත්පතකට වචන 300ට නොඅඩු ලිපියක් සකස් කරන්න.

- a. සන්නිවේදකයා
- b. බලපෑම
- c. ග්‍රාහකයා
- d. සන්දේශය

02.

මාධ්‍ය පිළිබඳ අධ්‍යයනයේ දී වර්තමාන ලෝක ප්‍රවණතා පිළිබඳව අවබෝධය අවශ්‍ය වේ.

- I. විවාරශීලී ග්‍රාහකයා සතු විය යුතු කුසලතා හතරක් නම් කරන්න.
- II. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව සංකල්පයක් ලෙස වර්ධනය වූ ආකාරය කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- III. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවට අදාළ අදාළ ප්‍රධාන සිද්ධාන්ත තුන නම් කර ඒවා පැහැදිලි කරන්න.
- IV. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විවාරය අතර ඇති සම්බන්ධතාවය විස්තර කරන්න.

03.

- I. මාධ්‍ය සන්දේශයක් විශ්ලේෂණය කිරීමට අදාළ කරුණු හතරක් නම් කරන්න .
- II. "එලදායි සන්දේශයකට" අදාළ ප්‍රධාන ගුණාංග හතරක් නම් කර, ඉන් එකක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- III. "සන්දේශයක ඒකාකෘත භාවය" යන්න උදාහරණ ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
- IV. සන්දේශයක ඇගයීම සිදු කරන ආකාරය විස්තර කරන්න.

04.

- I. සක්‍රීය ග්‍රාහකත්වය යනු කුමක්ද?
- II. "ප්‍රවෘත්ති පක්ෂග්‍රාහකත්වය අනාවරණය" කිරීමට අදාළ කරුණු 4ක් හතරක් නම් කර, ඉන් එකක් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න
- III. සන්දේශයක අඩංගු තොරතුරු වර්ග දෙක නම් කර, ඒවා පැහැදිලි කරන්න .
- IV. මාධ්‍ය සංදේශයක් මාධ්‍ය විවාරය කිරීමට අදාළ විවාර දෘෂ්ටිවාද තුන නම් කර, ඉන් එකක් විස්තර කරන්න.

05.

- I. "මාධ්‍ය ආර්ථිකය" යනු කුමක්ද?
- II. "සන්නිවේදනය යනු වෙළඳ සංස්කෘතියකි" කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- III. "වෙළඳ දැන්වීම් වල පෙළ හා රූප මගින් මිත්‍යාව ජනනය කරයි" උදාහරණ ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.
- IV. උසස් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාවක් ඇතිකර ගැනීමෙන් ලැබෙන ප්‍රයෝජන තුනක් නම් කර ඒවා විස්තර කරන්න.

6. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව හා මාධ්‍ය විචාරය - ඇගයීම සඳහා පිළිතුරු පත්‍රය

බහුවරණ ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු

- 1). 5
- 2). 1
- 3). 4
- 4). 5
- 5). 4
- 6). 3
- 7). 1
- 8). 5
- 9).1
- 10).5
- 11).1

රචනා ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු

(1).

- i. සන්දේශ පරිහරණය කිරීම, සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම, සන්දේශ ඇගයීම කිරීම, සන්දේශ ඇගයීම කිරීම.
- ii. මාධ්‍ය හා සමාජය වටහා ගැනීම.
 නුතන මාධ්‍ය භාවිතය හා ප්‍රවණතා හඳුනාගැනීම
 මාධ්‍ය වහල්භාවයෙන් පුද්ගලයා මුදවාගැනීම
 පුද්ගලයාගේ දෛනික ජීවිතය සාර්ථක කරගැනීම
- iii. රූපවාහිනී මාධ්‍ය ශ්‍රව්‍ය දෘෂ්‍ය ජන මාධ්‍යක් බව වටහා ගැනීම.
 විමර්ශනාත්මකව මාධ්‍ය සන්දේශ අවබෝධ කර ගැනීම.
 මාධ්‍ය මායාව සහ යථාර්ථය තේරුම් කර ගැනීම.
- iv. සන්නිවේදකයා සහ ග්‍රාහකයා සතුව පහත දැක්වෙන කුසලතා තිබිය යුතුය.
 විශ්ලේෂණය - මාධ්‍ය සංදේශයක අන්තර්ගත වී ඇති ද්‍රව්‍ය, අංශයන් වෙන් කිරීම.
 ඇගයීම් - මාධ්‍ය සංදේශයේ ගුණ හා අගුණ සොයා බලමින් තක්සේරු කිරීම.
 කාණ්ඩකරණය - මාධ්‍ය සන්දේශය කාණ්ඩකරණය බෙදා වෙන් කර ගැනීම.

අනුමානය - සන්දේශයේ ඇතුළත් දේ අනුව සිතා බලා සමස්ත රටාව පිළිබඳ අනුමාන කිරීම.

නිගමනය - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි පොදු තත්වයන් ඇසුරෙන් විශේෂිත යමක් නිගමනය කිරීම.

සංස්ලේෂණය - මාධ්‍ය සන්දේශයෙහි සමස්ථයට ගළපමින් නව ප්‍රස්තුතයක් ගොඩනැගීම.

විස්තරාත්මකය - මාධ්‍ය සන්දේශයේ හරය සහ වැදගත් කරුණු ඉතා කෙටියෙන් පැහැදිලි ලෙස දැක්වීම.

(2) i. විශ්ලේෂණය

ඇගයීම්

කාණ්ඩකරණය

අනුමානය

නිගමනය

සංස්ලේෂණය

විස්තරාත්මකය

ii. සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික දියුණුව නිසා ඊට සමගාමීව සාක්ෂරතා සංකල්පයද විවිධ ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ පුළුල් විය. ඒ අනුව දෘෂ්‍ය, ශ්‍රව්‍ය, පරිගණක, තොරතුරු, තාක්ෂණ සහ සංඛ්‍යාංක සාක්ෂරතා ක්ෂේත්‍ර එක් විය. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේදී මෙම සියල්ල මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ලෙස හැඳින්වේ. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව යන්නෙහි සරල අදහස ජනමාධ්‍ය සන්දේශ කියවා වටහා ගැනීමටත්, ඒවා භාවිත කිරීමටත්, පවතින හැකියාව, නිපුණතාව හා දැනුමයි. මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව පහත දැක්වෙන සාධක හේතු කොටගෙන අධ්‍යාපනය තුළ විෂයක් ලෙස වර්ධනය විය. ජන මාධ්‍ය ව්‍යාප්ත වීම, දේවන ලෝක යුද්ධයෙන් පසු ඇති වූ ජන මාධ්‍ය බලපෑම, මාධ්‍ය අන්තර්ගතය අවබෝධ කර ගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් ලෙස.

iii. ස්ව කේන්ද්‍රය/ ස්වපථය, ඥාන ව්‍යුහය, කුසලතා

ස්ව කේන්ද්‍රය යනු පුද්ගලයෙක් තුළ තිබෙන සැලසුම් සහගත බව සහ ශක්තිය යි. ස්වකේන්ද්‍රය නිර්මාණය වනුයේ, යමෙකු සතු යහපත් ඉලක්ක ඇසුරිනි. මෙම අරමුණු (ඉලක්ක) මගින් පුද්ගලයාට අවශ්‍ය තොරතුරු සපයා ගනු ලබයි. මෙසේ සපයා ගන්නා තොරතුරුවලින් ඉලක්කයට අවශ්‍ය තොරතුරු පමණක් වෙන් කරගෙන අනවශ්‍ය තොරතුරු ප්‍රතික්ෂේප කරනු ලබයි.

ස්වපථය නොහොත් ස්වකේන්ද්‍රය දුර්වල වූ විට අවශ්‍ය තොරතුරු වෙන් කරගැනීමේ හැකියාව දුර්වල වේ. මෙම තත්වය යටතේ පුද්ගලයා පාලනය කිරීමේ දී මාධ්‍ය යන්නට ඇති ඉඩකඩ වැඩි වන අතර මාධ්‍යයේ තොරතුරු සැපයීම් ක්‍රියාවලියේ බලපෑම් වලට පුද්ගලයා යටත් වේ.

ඥාන ව්‍යුහය, පුද්ගල මනසේ තැන්පත් වී ඇති සැකසුණු තොරතුරු කට්ටලයකි.

ඥාන ව්‍යුහය ඉබේ ගොඩනොනැගෙන අතර පුද්ගලයා විසින් ගොඩනඟා ගත යුතුය.

මේවා ගොඩනැගෙනුයේ යම් සැලසුමකට අනුව තොරතුරු තෝරා බේරා ගැනීමෙනි .

මෙම තොරතුරු තෝරා බේරා ගැනීමට කුසලතා අවශ්‍ය වේ. මෙම කුසලතා පුද්ගලයාගේ උපකරණ බවට පත්වේ.

“කුසලතාවය” නැතහොත් ඕනෑම මාධ්‍යයක් තුළ හැකියාව ලබන්නේ ක්‍රියාකාරකම් තුළින් ය.

iv මාධ්‍ය විචාරයේදී විවිධ මාධ්‍ය ඔස්සේ ඉදිරිපත්වන සන්දේශ විශ්ලේෂණය කිරීම සිදුවේ. එහිදී මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව වැදගත්වේ. එම දැනුම ඔස්සේ මාධ්‍යයෙන් සෑම ආකාරයකින්ම ඉදිරිපත් කරන සංදේශ පරිහරණය කිරීමට, විශ්ලේෂණය කිරීමට, ඇගයීමට හා නිර්මාණය කිරීමට හැකියාවක් ලබයි. එය සන්දේශයක් විචාරය කිරීමේදී අත්‍යවශ්‍ය වේ.

(3)

i. අර්ථය

අදාළ බව

පෙළඹවීම

පක්ෂපාතීත්වය

විශ්වසනීයත්වය

විකෘතිකරණය

සඵලතාව

ශූර මෙහෙයවීම

ඒකාකාර බව

ඇගයීම

ii. ඵලදායී සන්දේශ සඳහා ප්‍රධාන ගුණාංග හතරක් තිබේ .

සරල බව

විශේෂත්වය

ව්‍යුහය

ඇලීම

iii. ඒකාකාරීත්වය යනු නව තොරතුරු හඳුන්වාදීමේ දී එය වෙනස් කිරීමට අසමත් වීමයි. එසේ වූ විට අගතිගාමී හා පක්ෂග්‍රාහී යනුවෙන් හැඳින්විය හැකිය. මිනිසුන් විශාල පිරිසක් එක සමානව සිතීම, ඒකාකාරී බව පිළිබඳ ප්‍රේක්ෂකයන් දිරිගන්වයි. එවිට එම සමාජවල සෘණාත්මක ලක්ෂණ හට ගනී.

උදාහරණ විද්‍යුත් මාධ්‍යවල විකෘතියවන විදේශීය ටෙලිනාට්‍ය, සංගීත වැඩසටහන් ආදිය.

iv සන්දේශය යනු කුමක්ද?

ඔබ වඩාත් කැමති කුමන සන්දේශයට ද? ඒ ඇයි?

මාධ්‍යයෙන් ලැබුණු තොරතුරු නිසැකයෙන්ම යහපත් ද?

සන්දේශය සාරාංශගත කළ හැක්කේ කෙසේද?

සන්දේශය ඔබේ යථාර්ථය, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් සමග කෙතරම් සමීපද?

සන්දේශය නිර්මාණය කලේ කවරෙක්ද?

සන්දේශය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී වන අයගෙන් ඔවුන් ප්‍රයෝජන ලබන්නේ කුමන ආකාර වලින්ද?

මාධ්‍යකරුවන්ගේ උපකල්පන, විශ්වාසයන් සහ වටිනාකම් මොනවාද?

සන්දේශයේ අරමුණ කුමක්ද?

සන්දේශය සන්නිවේදනය කරන්නේ කෙසේද?

පුද්ගලයන් තම සංස්කෘතීන් මාධ්‍යයෙන් නිරූපණය කරන්නේ කෙසේද?

(4). i. පුද්ගලයා විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු විය යුතුය. එවිට ඔහු සක්‍රීය ග්‍රාහකයකු ලෙස හඳුන්වයි. සක්‍රීය ග්‍රාහකයා විශ්වාසදායක මූලාශ්‍ර දැයි සොයා බලයි. සන්දේශය පිළිබඳ ප්‍රශ්න කරණයටත් සක්‍රීය ග්‍රාහකයා යොමු වෙයි.

ii. ප්‍රවෘත්තියක පක්ෂ ග්‍රාහකත්වය අනාවරණය කිරීමේදී,

මූලාශ්‍රය තෝරා ගැනීම

මූලාශ්‍රය ගොඩනගන දිශානතිය

සම්මුඛ සාකච්ඡා සඳහා පුද්ගලයන් තෝරා ගන්නා ආකාරය

චාරිතෘකරු එම සිදුවීම පවසන ආකාරය

iii. මාධ්‍ය සන්දේශයක් තුළ ප්‍රධාන වශයෙන් තොරතුරු වර්ග දෙකක් හඳුනාගත හැක.

කරුණුගැබ්බු තොරතුරු (factual information)

සාමාජීය තොරතුරු (social information)

කරුණුගැබ්බු තොරතුරු/යථා තොරතුරු

තත්ත්ව කරුණු නොහොත් යථා තොරතුරු යනු සැකසී නැති නොහොත් අර්ථය තහවුරු නොවූ කරුණු ය.

සාමාජීය තොරතුරු

සාමාජීය සම්බන්ධතා නොහොත්, අන්තර් සම්බන්ධතා නිරීක්ෂණය කිරීමෙන් ගත් කරුණු සාමාජීය තොරතුරු වල අඩංගු වේ.

iv. මෙම දෘෂ්ටිවාද අතර මාක්ස්වාදී විචාරය, මනෝවිශ්ලේෂණ විචාරය සහ ස්ත්‍රීවාදී විචාරය ප්‍රමුඛ වේ.

මාක්ස්වාදී විචාරය

මෙහි අදහස වනුයේ ධනෝශ්වර සමාජයේ අවශ්‍යතා හා වරප්‍රසාද ලත් සහ පවත්නා බල ව්‍යුහය ශක්තිමත් කිරීම සඳහා මාධ්‍ය නිෂ්පාදන පවතින බවය.

මනෝ විශ්ලේෂණ විචාරය

මනෝවිද්‍යාත්මක පදනම ඔස්සේ මාධ්‍ය සන්දේශ අවධානයට ගනියි

ස්ත්‍රීවාදී විචාරය

මෙම දෘෂ්ටිවාදයේ පදනම වන්නේ ස්ත්‍රී අයිතිවාසිකම් පිළිබඳව, ලිංගිකත්ව සමානතා පදනමක සිට විචාරය කිරීමයි.

(5) i. පසුගිය වසර 40ය පුරා සැලකිය යුතු ලෙස වර්ධනයට ලක්වී ඇති අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රය කි. මාධ්‍ය කර්මාන්තය මත මාධ්‍ය ආර්ථිකය ගොඩ නැගෙයි. වෙළඳ දැන්වීම්කරුවන්, ග්‍රාහකයා හා මාධ්‍ය අතර සම්බන්ධතාවකි.

ii. සන්නිවේදනය යනු වෙළඳ සංස්කෘතියකි. සන්නිවේදන පද්ධති මගින් වෙළඳපොල සඳහා යටිතල පහසුකම් සපයයි.

iii. වෙළඳ දැන්වීම්වල දී ප්‍රචාරකයා විවිධ සංඥා මගින් මිත්‍යා අර්ථකථන සැපයේ. ප්‍රචාරකයාගේ මිත්‍යාව අවබෝධ කරගැනීමට ග්‍රාහකයාට නිවැරදි සංජානනය අවශ්‍ය වේ. මාධ්‍ය මගින් සත්‍ය හෝ අසත්‍ය සන්දේශයක් කාලයක් විසුරුවා හැරිය විට ඒවා සත්‍ය ලෙස පිළිගැනීමට ජනමතය නැඹුරු වේ. වෙළඳ දැන්වීම් වල පෙළ හා රූප මගින් මිත්‍යාව ජනනය කරයි. බොහෝ වෙළඳ දැන්වීම් වල සැඟවුණු අර්ථ පවතී. මිත්‍යාව ප්‍රායෝගික භාවිතයේදී ,

උදා - කාන්තාව විලාසිතාවක් ලෙසත් වෙළඳ භාණ්ඩයක් ලෙසත් යොදාගන්නේ මිට්‍යාමය අලංකාරයක් ලෙසය.

iv විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ ලබා ගැනීමේ කැමැත්ත වැඩි වීම

මානසික වර්ෂා පද්ධතිය පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව

විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ වඩාත් හොදින් පරිහරණය (විවක්ෂණශීලීව) කිරීමේ හැකියාව ලබා

ගැනීම

- සැකසුම :- යු.අයි.දිසානායක
 BA(mass communication).
 BA(communication studies – English Medium).
 PGDE(distinction).PGDBM.
 Med(general). MA(mass communication). MA (Sociology).
 Mphil (Reading).