



Holiday Assignments

ADVANCE LEVEL

Subject: Communication and Media Studies Grade 12

Medium: Sinhala

සමාජ මාධ්‍ය සංවාද වැඩසටහන් (Talks Shows) සම්බන්ධයෙන් දක්වන අවධානය ඉහළ
ගාස් කිරීම ද නව ප්‍රවණතාවකි.

නව මාදිලි භාවිතය මාධ්‍ය - මානව අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වය වර්ධනයට ද හේතුකාරක වී තිබේ.
මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු කිරීමේ දී "රූපකාරකයන්" තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමට
නැඹුරුවෙහි පැහැදිලි වර්ධනයක් පෙන්නුම් කරයි. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ජායාරූප, රූප සටහන්
ත්, සිතියම්, සිතුවම් ආදිය වත්මන් මුද්‍රිත මාධ්‍යවල බහුල ලෙස දැකිය හැකි ය.

ත තොරතුරු වාර්තාකරණයට අමතර ව "මිපාදුර" නැතහොත් නිල නොවන තොරතුරු
න්ධයෙන් ද යම් තාක් දුරට අවධානය යොමු කිරීම ජාතික මාධ්‍ය අන්තර්ගතය පිළිබඳ විමසා
ම් දී සලකා බැලිය යුතු සාධකයක් බවට පත් ව තිබේ.

ii. අන්තර්ගතය

මේ ලංකාවේ වන මාධ්‍ය අන්තර්ගතයෙහි තව ප්‍රමාණය වැඩිවීමට විවිධ ආකාරයේ දී යොදා ගත්තේය. මෙහි අන්තර්ගතය වෙනස් වීමට හේතු වන්නේ මාධ්‍ය අන්තර්ගතයේ දැක්ම හැකි වීමයි. ඒ අතරින් ප්‍රධාන ප්‍රමාණය කිහිපයක් මෙසේ හඳුනා ගත හැකි ය.

(i) සරල භාෂා භාවිතය

(ii) වෙළෙඳ දැන්වීම් ප්‍රමාණාත්මක ව ඉහළ යාම

(iii) ඉදිරිපත් කිරීමේ නව මාදිලි යොදා ගැනීම

(iv) විකේන්ද්‍රීකරණය කෙරේ වැඩි අවධානයක් දැක්වීම

(i) සරල භාෂා භාවිතය

- ව්‍යක්ත භාෂා රටාව වෙනුවට සාමාන්‍ය ජනතාව ඉලක්ක කර ගත් සරල වූත්, පහසුවෙන් අවබෝධ කර ගත හැකි වූත් කට වහර වඩාත් සමීප භාෂා කෙරෙහි මාධ්‍ය ඔහුකරණය භාවිත කෙරේ.
- ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ දී පවා විශේෂයෙන් වෙනස්වී ඇති කරන බවට සමාන වූ භාෂා විලාසයක් යොදා ගැනේ.

(ii) වෙළෙඳ දැන්වීම් ප්‍රමාණාත්මක ව ඉහළ යාම

- පුවත් විවරය (News hole) ක්‍රමයෙන් සීමා කරමින් ජනමාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කෙරෙන වෙළෙඳ දැන්වීම්වල ප්‍රමාණාත්මක වර්ධනයක් දක්නට ලැබීම කැපී පෙනෙන සාධකයකි.
- දැන්වීම් ඉදිරිපත් කිරීමේ සාම්ප්‍රදායික විලාසයට පටහැනි ව යමින් ප්‍රවෘත්ති ආකාරයෙන් දැන්වීම් ඉදිරිපත් කිරීම (Advertorials) ද මාධ්‍ය අන්තර්ගතය සම්බන්ධයෙන් වන නව ප්‍රවණතාවකි.

(iii) ඉදිරිපත් කිරීමේ නව මාදිලි යොදා ගැනීම

- මාධ්‍ය අන්තර්ගතය ඉහළ නැංවීමට වෙනම ඉදිරිපත් කිරීම ඒ ඒ මාධ්‍යවලට විශේෂ වූ නව මාදිලිවලට අනුව සිදු කිරීමට හේතු උත්සාහයක් ද මෑත කාලයේ දැකිය හැකි විශේෂිත තත්ත්වයකි. ශ්‍රවණ හා ශ්‍රවණ - දෘශ්‍ය මාධ්‍යවල ඔහුල ලෙස යොදා ගැනෙන යථාකාරී වැඩසටහන් (Reality Proge a m මෙයට නිදසුන් ලෙස දක්විය හැකි ය.

ii. ආයතනික පුළුස්සා

ශ්‍රී ලංකාවේ මාධ්‍ය නිර්මාණයේ වෙනස් ප්‍රමාණාත්මක වර්ධනයක් දක්නට ලැබේ. මාධ්‍ය ආයතන නිරන්තරයෙන් බිහි වීම හඳුනා ගත හැකි පුළුස්සාවකි.

• නිමිකාරීත්වය

මාධ්‍ය ආයතන බිහි වීම දිගින් දිගට ම වර්ධනය වීමෙන් රාජ්‍ය මාධ්‍ය කොටස (සංග්‍රහ) අවම වෙමින් පවතී.

• ප්‍රාදේශීය මාධ්‍ය

කොළඹ කේන්ද්‍රීය ව පවතින මාධ්‍ය ආයතන ක්‍රමික ව වෙනත් පළාත් කථා ගමන් කිරීම දක්නට ලැබේ. යාපනය නගරය කේන්ද්‍ර කර ගත් පුවත් පත්, ගුවන්විදුලි හා කේබල් රූපවාහිනී තාලිකා ආරම්භ වීම කැපී පෙනෙන තත්ත්වයකි.

• මාධ්‍යකරුවෝ

ජන මාධ්‍ය ආයතනවල මාණ්ඩලික මාධ්‍යකරුවන්ට වඩා නිදහස් සහ විශේෂාංග වාර්තාකරණයේ නියැලෙන මාධ්‍යකරුවන් බිහි වී නැත. ආයතනික බැඳීමවලින් තොර ව තමන් විසින් නිර්මාණය කරනු ලබන මාධ්‍ය සන්දේශ විවිධ ආයතන සඳහා සපයනු ලැබේ. නව මාධ්‍ය ව්‍යවසායකත්වයක් මෙමගින් ඇති වී තිබේ.

• ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ තත්ත්වය

ජනමාධ්‍ය ආයතනවල ස්ත්‍රී නියෝජනය සැලකිය යුතු ලෙස ඉහළ යමින් පවතී. එහෙත් තීරණ ගත හැකි මට්ටමේ ස්ත්‍රී නියෝජනය තව දුරටත් අවම මට්ටමක පවතී.

• මාධ්‍ය නියාමනය

රාජ්‍ය නියාමනය පවතින නමුත් ස්වයං නියාමන ක්‍රම පිළිබඳ උනන්දුවක් ඇති වී තිබේ. මාධ්‍ය ආයතන මගින් තම ආයතනය වෙනුවෙන් ම වූ ආචාරධර්ම/ මාර්ගෝපදේශ සකසා ගැනීමට කටයුතු කර ඇත.

• සංස්කාරක නිදහස

ආයතනික වශයෙන් පවත්නා පාලනය හේතුවෙන් ජනමාධ්‍යවල සංස්කාරක නිදහස අවම වී සිටි දේශපාලනික වශයෙන් මෙයට දාර්ථික සම්බන්ධතා මත මාධ්‍ය සන්දේශ සකස් කිරීමට සිදු වීම රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික යන ජනමාධ්‍ය දෙයාකාරයෙන් ම දක්නට ලැබෙන තත්ත්වයකි.

ජනමාධ්‍ය ක්‍රියාකාරීත්වයට හා වෘත්තීය සමිති ක්‍රියාකාරීත්වයට පහසුකම් සලකා ඇත්තේ රාජ්‍ය මාධ්‍ය සමිතිය.