

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

ර/කොස්වත්ත ගාමිණී ම. ම. විද්‍යාලය

සැකසුම : ඩී. ඩී. දසුන් රාජිත දන්වත්ත

04 පාඩම

4.2 කොටස - ජනමාධ්‍ය ප්‍රභේද හඳුනා ගනිමින් ඒවායේ විශේෂතා අවබෝධයෙන් යුතුව විග්‍රහ කිරීම

- ✓ ජන මාධ්‍ය යනු කුමක්ද?
- ✓ ජන මාධ්‍යයේ විශේෂතා
- ✓ ජන සන්නිවේදන ආකෘති

■ ජන මාධ්‍ය යනු?

ලෝක යුද්ධ අවසන් වීමෙන් පසු යුධ තොරතුරු වාර්තා කිරීම උදෙසා සහ හුවමාරු කිරීම සඳහා උපයුක්ත කරගත් මාධ්‍ය පශ්චාත් යුධ සමය තුළ ජනතාවට විනෝදය සපයන සහ තොරතුරු සම්පාදනය කරනු ලබන මාධ්‍යයක් ලෙස භාවිතා කරන ලදී.

ඒ හරහා යුද්ධයෙන් බිඳ වැටුණු ජනතාවගේ මානසිකත්වයන් ඉහළ නැංවීම දැකගත හැකි විය.

1922 ජෝන් ජික් සාම්වරයා විසින් යුධ තොරතුරු සඳහා භාවිතා කළ මාධ්‍ය ජනයා වෙනුවෙන් භාවිතා කරන ලෙස ප්‍රථම වරට ප්‍රකාශ කර ඇත.

මෙලෙස ඇරඹියද ජන මාධ්‍ය බිහිවීමට බලපාන ප්‍රධාන සාධකය වන්නේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ සිදුවන වර්ධනය

ජනමාධ්‍ය යන්නට Mass Media ලෙස ඉංග්‍රීසියේදී හඳුන්වයි. එහිදී Mass යනු ජාතියකට අයත් විශාල පිරිසක් හෙවත් ජන සමූහයක් යන්නයි. Media යනු මාධ්‍යයයි. ඒ අනුව විශාල ජනපිරිසක සිදුවන ජනසන්නිවේදනය ජන මාධ්‍ය ලෙස අර්ථ ගැන්වේ.

එහිදී ජන මාධ්‍ය ග්‍රාහකයා

- ✓ විසිරුණු පැතිරුණු ස්වභාවය
- ✓ විශාලත්වය
- ✓ නිර්නාමික ස්වභාවය
- ✓ විවිධත්වය යන සාධක මත සුවිශේෂී වෙයි.

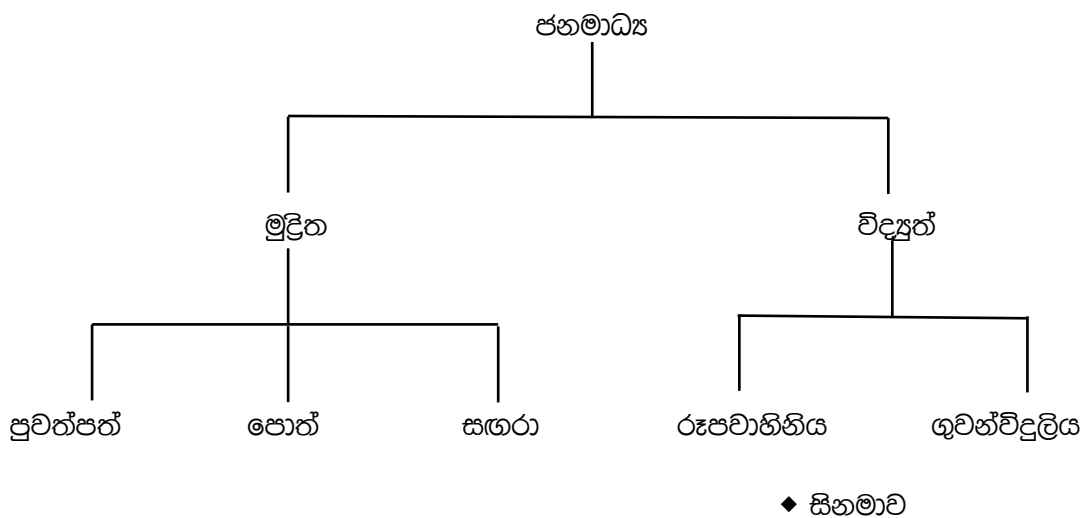
■ ජනමාධ්‍ය නිර්වචන

- ජන සන්නිවේදනය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාලය හෝ දුර අතර සන්දේශ හුවමාරු කර ගැනීමට යොදනු ලබන උපක්‍රම ජනමාධ්‍යයේ නූතන සමාජයේ පවතින ප්‍රධාන ජනමාධ්‍ය ලෙස පුවත්පත් ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය හඳුනාගත හැකියි.

(විග්ලවර් හා ඩෙහිස් - ජන සන්නිවේදන අවබෝධය)

අද්‍යාප්‍රමාණව වෙසෙන පිරිසකට කිසියම් මාධ්‍යයකින් අමතන්නේනම් එය ජනමාධ්‍ය වේ.

(ඔස්කර්ස් ගබ්ද කෝෂය)



■ ජනමාධ්‍යයේ විශේෂතා

1. තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය

ජන මාධ්‍යයේදී තාක්ෂණික මෙවලම් විද්‍යුත් මුද්‍රිත දෙකොටසටම පොදු වූ කරුණකි.

මුද්‍රිත - අත් පිටපතකින් පසු මුද්‍රණය අවසන් වනතුරු ක්‍රියාවලියට තාක්ෂණය හා මුහුණ ඇත. වර්තමානයේදී අත්පිටපත පවා තාක්ෂණය භාවිතයෙන් ගොඩනැගේ.

විද්‍යුත් - විද්‍යුත් මාධ්‍යයේදී කට්ත් පිටවන වචනයේ සිට ඇසට දකින රූපය ආදී සියල්ලටම තාක්ෂණය හා බැඳී ඇත.

2. ක්ෂණික හා අඛණ්ඩ බව

ජන මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය ක්ෂණිකව විය හැකිය. අපට පුවත් ලැබෙනුයේ ඒ ක්ෂණික බව නිසාය.

3. සංවිධානගත ආයතන ව්‍යුහයකින් සමන්විත වේ.

ජනමාධ්‍යය ආයතන විවිධ අංශ යටතේ සංවිධානගතව ඇත.

✓ ප්‍රවෘත්ති අංශය ✓ දැන්වීම් අංශය ✓ වැඩසටහන් අංශය ආදී විවිධ
ආයතන ව්‍යුහයකින් විධිමත් ධුරාවලි යටතේ ගොඩනැගී ඇත.

4. වෘත්තීය සන්නිවේදකයන් පිහිටීම.

එහි කාර්යයන් සඳහා ඒ ඒ කාර්යයට අදාලව වෘත්තීයයන් නිපුණත්වයක් හෙබි පිරිස්
පුහුණුකර බඳවාගෙන වෘත්තීමය මට්ටමකින් ඇත.

5. බහුවිධ දොරටුපාලකයන් සිටීම.

ආයතනයේ හිමිකරුගේ සිට ජායාරූප ශිල්පියා දක්වාම වුවද දොරටුපාලකයන් මෙහි
දැකගත හැකිය.

6. බහුවිධ ග්‍රාහකයන් සිටීම.

වෘත්තීය මට්ටම, ජාති, ආගම්, වයස් භේද , ස්ත්‍රී පුරුෂ භේදයකින් තොරව විවිධ
ග්‍රාහකයන් ජනමාධ්‍ය වටා ඒකරාශී වී ඇත.

7. ප්‍රමුද්‍රිත ප්‍රතිපෝෂණය

ග්‍රාහකයා සමග මුහුණට මුහුණලා හෝ සෘජුවම සන්නිවේදනයක් නොවන නිසා ප්‍රතිප්‍රේෂණය
ප්‍රමාද වේ. බොහෝවිට වාණිජත්වය මත පදනම් වේ.

හිමිකාරීත්වයේ වුවමනා මත වාණිජත්වයේ පදනම් අනුව ජනමාධ්‍ය දැකගත හැකිය. ප්‍රජා
ගුවන්විදුලි වැනි ඒවායේදී නම් වාණිජත්වය නැත.