



ප්‍රාථමික යොමු කිරීමේ කණ්ඩායම්වල පෙළඹවීම මත,
ජංගම දුරකථන මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව.
(බස්නාහිර පළාත් සභාවේ ප්‍රධාන ලේකම් කාර්යාලය ඇසුරින්)

විභාග අංකය - LE - 3380

ශ්‍රම අධ්‍යයනවේදී උපාධියේ අවශ්‍යතා
සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් කරනු ලබන
ව්‍යාපෘති වාර්තාව

මානව සම්පත් අභිවර්ධන ආයතනය
කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
කොළඹ 07.

2020 - ඔක්තෝම්බර්

සාරාංශය.

ලෝකයේ පවතින සියලු දේ දිනෙන් දින වෙනස් වේ. ඒ සමඟ නව තාක්ෂණික උපකරණ ද ලෝකයට නවෝත්පාදනය වේ. එලෙස, ඇලෙක්සැන්ඩ්‍ර ග්‍රැහැම්බෙල්ගේ සන්නිවේදනයේ සොයා ගැනීම තවදුරටත් නවීකරණය කර බිහි වූ ජංගම දුරකථනය තවත් එවැනි නවෝත්පාදන හඳුන්වාදීමකි.

ජංගම දුරකථන මිලදී ගැනීමේ තීරණය කෙරෙහි විවිධ වූ කණ්ඩායම් පෙළඹවීම් ඇති කරයි. ඒ අතරින්, ප්‍රාථමික යොමු කිරීමේ කණ්ඩායම් සමාජයේ පවතින සුවිශේෂී පෙළඹවීමේ කණ්ඩායමකි. ඔවුන් තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී, වටිනාකම් ප්‍රකාශිත ආකාරයෙන් ජංගම දුරකථන මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව කෙරෙහි පෙළඹවීම් ඇති කරයි.

තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී හා වටිනාකම් ප්‍රකාශිත පෙළඹවීම හෝ විචල්‍යය මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව මැනීම සඳහා බොහෝ සේ අදාළ වේ. ප්‍රාථමික යොමු කිරීමේ කණ්ඩායම්වල පෙළඹවීම තුළින් මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව මනිනු ලබයි. තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී හා වටිනාකම් ප්‍රකාශිත පෙළඹවීම් විග්‍රහය මගින් එය මනිනු ලබයි. තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී හා වටිනාකම් ප්‍රකාශිත යන මෙම තුන් ආකාරයේ පෙළඹවීම් ජංගම දුරකථන මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව හා බොහෝ ලෙස බැඳී පවතී.

තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී හා වටිනාකම් ප්‍රකාශිත පෙළඹවීම මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව කෙරෙහි කිසියම් බලපෑමක් සිදු කරයි. මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව මත බලපාන, තොරතුරුමය, උපයෝගීතාවාදී හා වටිනාකම් ප්‍රකාශිත පෙළඹවීම වැඩි වනවිට; මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව සැලකිය යුතු වටිනාකමකින් වැඩි වේ.

මුර පද : තොරතුරුමය පෙළඹවීම, උපයෝගීතාවාදී පෙළඹවීම, වටිනාකම් ප්‍රකාශිත පෙළඹවීම, මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව

පටුන.

පරිච්ඡේදය 01

1. හැඳින්වීම

1.1 අධ්‍යයනයේ / පර්යේෂණයේ පසුබිම.....	1 - 3
1.2 අධ්‍යයනයේ ගැටළුව.....	3 - 5
1.3 අධ්‍යයනයේ වැදගත්කම.....	5 - 7
1.4 උපන්‍යාස සංවර්ධනය.....	7
1.5 අධ්‍යයනයේ ප්‍රශ්න.....	7
1.6 අධ්‍යයනයේ අරමුණු.....	8
1.7 අධ්‍යයනයේ ක්‍රමවේදය.....	8 - 11
1.7.1 ක්‍රමවේදය.....	8 - 9
1.7.2 නියඳිය තෝරා ගැනීම.....	10
1.7.3 තොරතුරු එක්රැස් කිරීම.....	10
1.7.4 දත්ත විශ්ලේෂණය.....	11
1.8 පරිච්ඡේද	
සංවිධානය.....	11

පරිච්ඡේදය 02

2 සාහිත්‍ය ගවේෂණය

2.1 ප්‍රාථමික යොමුකිරීමේ කණ්ඩායම් යනු කවුරුන් ද?.....	12 - 14
2.2 යොමු කිරීමේ කණ්ඩායම්වල පෙළඹවීම යනු කුමක් ද?.....	14 - 18
2.3 මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව යනු කුමක් ද ?.....	18 - 22

පරිච්ඡේදය 03

3 ක්‍රමවේදය

3.1 අධ්‍යයනයේ සංගහනය.....	23
3.2 අධ්‍යයනයේ නියඳිය.....	23
3.3 නියඳිය තෝරාගත් ආකාරය.....	23

3.4 සංකල්පනාත්මක රාමුව.....	24
3.5 ද්විතියික දත්ත.....	25
3.5.1 ද්විතියික දත්ත රැස්කළ ආකාරය.....	25
3.5.2 ද්විතියික දත්තවල මූලාශ්‍ර.....	25
3.6 ප්‍රාථමික දත්ත.....	25 - 32
3.6.1 ප්‍රාථමික දත්ත රැස්කළ ආකාරය.....	26
3.6.1.1 ප්‍රශ්නාවලිය.....	26 - 29
3.6.1.2 විචල්‍ය සටහන.....	30
3.6.1.3 නියමු පරීක්ෂණය.....	30 - 31
3.6.2 දත්ත විශ්ලේෂණ ක්‍රම.....	31 - 32

පරිච්ඡේදය 04

4 අනාවරණ / දත්ත විශ්ලේෂණය

4.1 හැඳින්වීම.....	33
4.2 ප්‍රතිඵල හා සමාලෝචනය.....	33 - 39

පරිච්ඡේදය 05

5 නිගමන සහ යෝජනා / ප්‍රතිඵල

5.1 හැඳින්වීම.....	40
5.2 නිගමන.....	40
5.3 වර්තමාන අධ්‍යයනයේ සීමා.....	41
5.4 යෝජනා / ප්‍රතිඵල.....	41 - 42
ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ.....	43 - 46
උපලේඛන.....	47 - 52

වගු සාරාංශය.

වගුව 01 - අධ්‍යයනයේ නියදිය.....	9,21
වගුව 02 - නිෂ්පාදන හා එහි සන්නම් මිලදී ගැනීමේ නැඹුරුව.....	19
වගුව 03 - ප්‍රශ්නාවලියේ මෙහෙයුම්කරණය.....	23
වගුව 04 - විචල්‍යයන්ගේ මෙහෙයුම්කරණය.....	24
වගුව 05 - යෝග්‍යතාවය (Reliability) - නියමු පරීක්ෂණය.....	24
වගුව 06 - විශ්ලේෂණ ක්‍රමවේද.....	25
වගුව 07 - ප්‍රජා විද්‍යාත්මක සාධකවල සංඛ්‍යාතය.....	26
වගුව 08 - යෝග්‍යතාවය (Reliability).....	29
වගුව 09 - සහසම්බන්ධතාවය (Correlation).....	29
වගුව 10 – Regression අගයන්	30
වගුව 11 – Coefficient අගයන්.....	30
වගුව 12 – Anova විශ්ලේෂණය.....	32